



2009年3月期 第2四半期決算説明会

ケンコーマヨネーズ株式会社

2008年11月21日



目次

- . 会社概要
- . 2009年3月期 第2四半期決算の概況
- . 2009年3月期業績予想
- . 今後の経営戦略(下期の施策)

【ご参考資料1】: 会社概要補足

【ご参考資料2】: 主な指標の推移

· 会社概要



■ 三位一体のサービス提供

- ケンコーマヨネーズグループは、サラダに関する商品や情報・サービスを還流し、全ての情報をグループの活動に反映させお客様に最適な提案を目指します

ケンコーマヨネーズ

メーカー機能

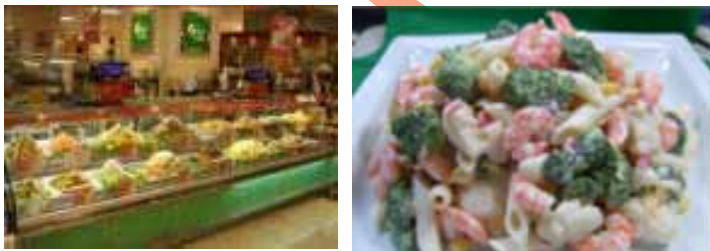
- マヨネーズ・ドレッシング類、ロングライフサラダ、タマゴ加工品の製造・販売



サラダカフェ

ショップ・WEB機能

- サラダショップ(サラダカフェ、皿多屋)の運営
- WEBの展開



お客様の満足

グループ企業

総菜機能

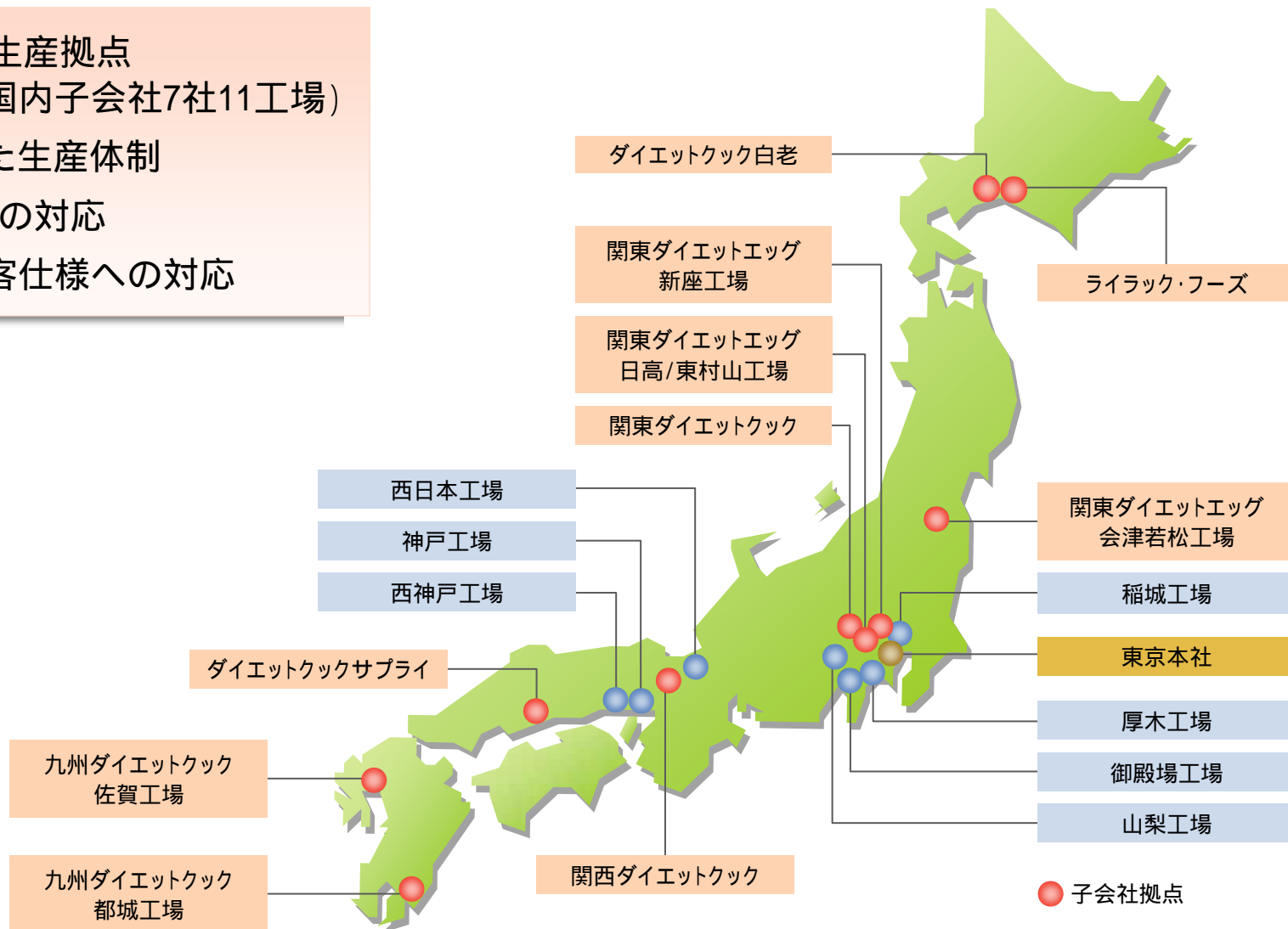
ダイエットクック・ダイエットエッグ

- フレッシュ総菜の製造・販売
- 主に量販店向け日配のサラダ、和総菜の製造・販売



顧客ニーズへの対応のための生産拠点

- 全国に広がる生産拠点
(自社7工場、国内子会社7社11工場)
- 地域に密着した生産体制
- フレッシュ化への対応
- 変種定量、顧客仕様への対応



● 子会社拠点



. 2009年3月期 第2四半期決算の概況



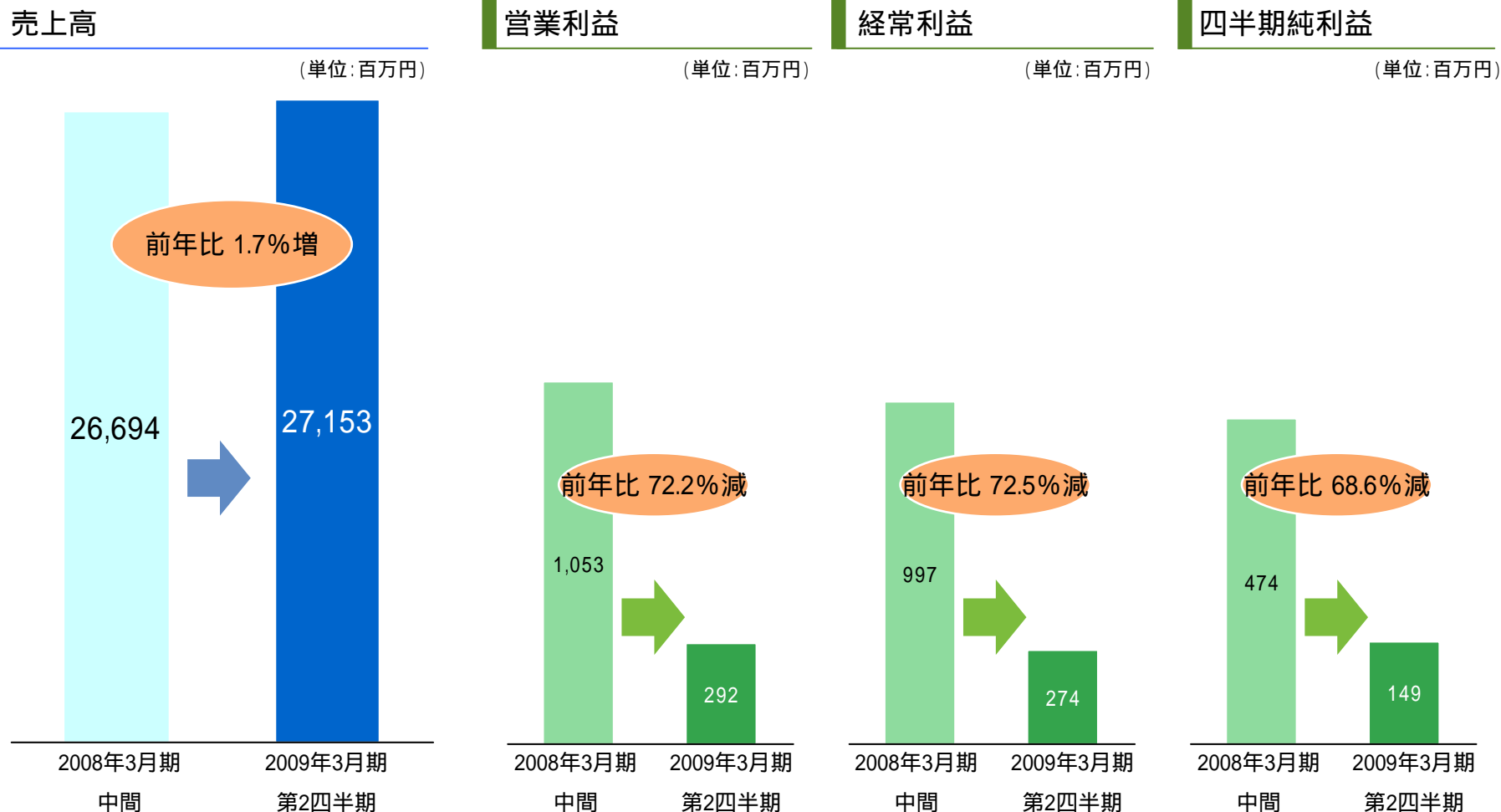
- 「C-08」について ~ 挑戦、改革、コスト削減を継続することが次の成長へのステップとなる ~
 - 想定を超える原材料価格の高騰など経営環境の激変に対応するために、2006年度に策定した中期経営計画「DASH SALAD」の最終年度目標は見直し、足元の収益基盤を堅固なものにすることを最優先に2008年度指針「C - 08」を策定
 - 次期中期経営計画は2008年度中に策定する予定

■ 2008年度指針「C - 08」のポイントと成果

- 販売価格の見直し
 - ・ 7月より価格改定を実施
- 商品の整理統合
 - ・ 自社工場(7ヶ所)の約1,000アイテムのうち40%近く(生産量の約3%強)を統合することで、生産、物流の合理化を図り、販売、管理面の合理化も目指す
 - ・ ドレッシング類、ロングライフサラダ類を中心に味・材料・用途を軸にして商品のアイテムを統合し、原料資材の仕入れと生産の合理化を図る
 - ・ 商品の整理統合効果 132百万円……通期で2.5億~3億円の見通し
- 新機軸商品の開発
 - ・ カロリー減をメインテーマにして健康志向の新機軸商品を導入する
 - ・ サラダ関連商品シリーズとして「ケンコーディライト」を発売
- 経費圧縮
 - ・ 販売管理費等に関連するコスト削減を実施
 - ・ コスト改善効果 227百万円……通期で3.5~4億円の見通し

決算概況(連結)

2009年3月期 第2四半期決算の概況



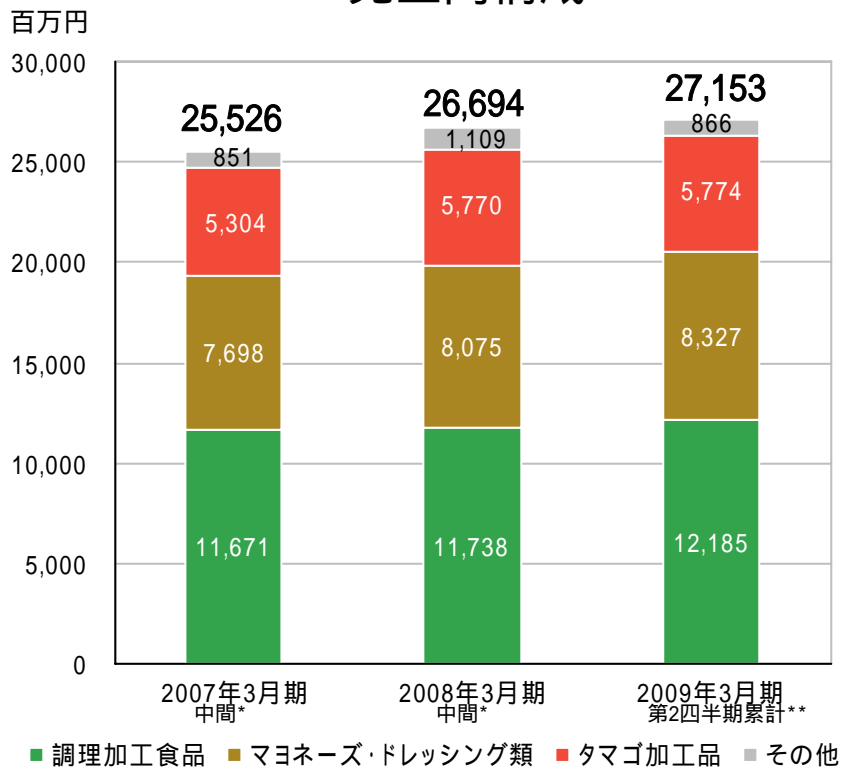
* 2008年3月期までの中間期の数値につきましては、参考数値として掲載しております。

** 四半期開示制度に伴う会計基準の変更により、当期より第2四半期累計期間の業績を掲載しております。

決算概況(連結)

■ 売上高は調理加工食品を始め、堅調に推移し、27,153百万円と前年同期比1.7%増を達成

売上高構成



調理加工食品

- 売上高前年比3.8%増、数量についても4.3%増を達成
- 独自の技術を生かした「フレッシュ&フレッシュポテトサラダ」が量販店及びコンビニエンスストア向けに採用され、大きく伸長
- サラダ化戦略としてサラダ領域及び食シーンの拡大を提案し、魚介類及び豆類の総菜食品が外食分野に採用され、売上増に寄与

マヨネーズ・ドレッシング類

- 売上高前年比3.1%増、数量については5.3%減。
- 提案商品「OKAZU SALADドレッシング」等4品が幅広い分野で採用

タマゴ加工品

- 売上高は横ばい、数量については2.8%増を達成
- メニュー提案等の積極的展開を図り、「タマゴサラダ」がコンビニエンスストア等に採用

* 2008年3月期までの中間期の数値につきましては、参考数値として掲載しております。

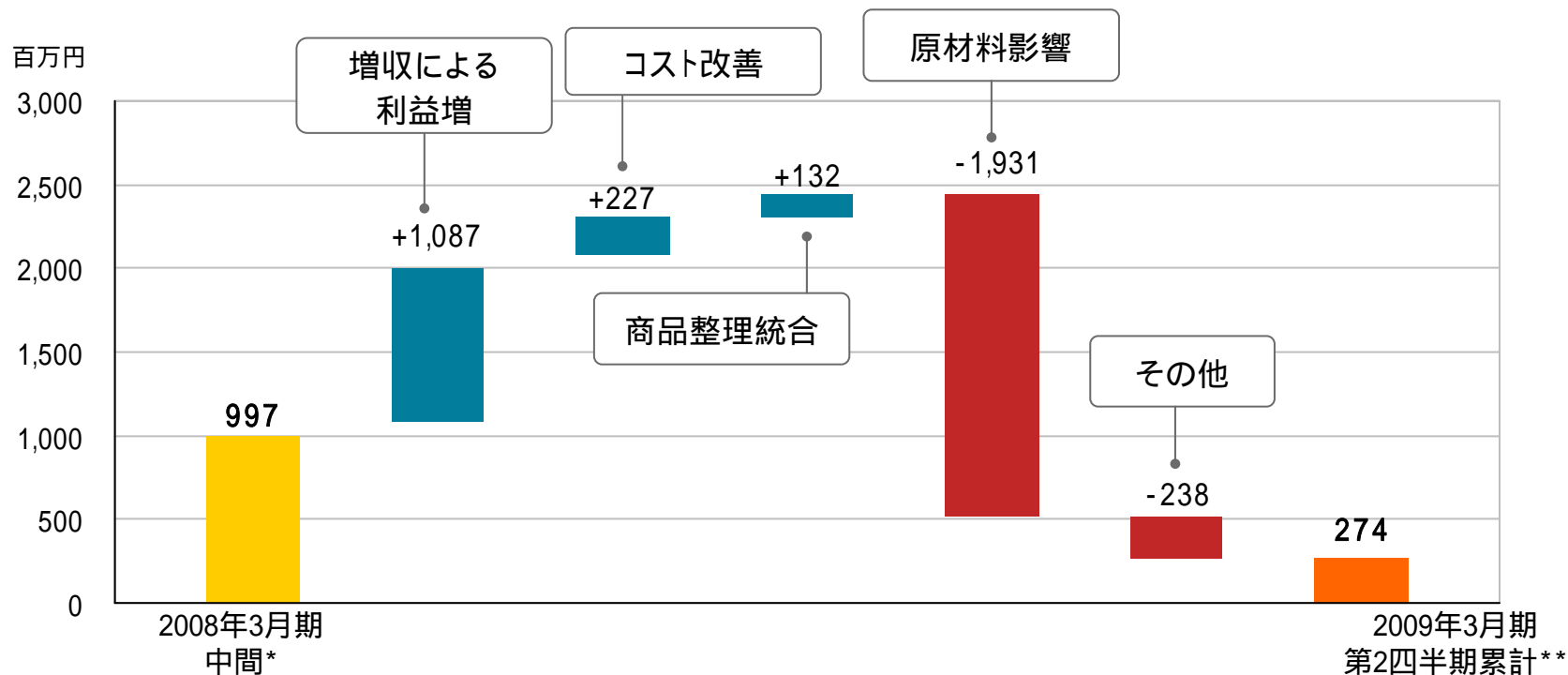
** 四半期開示制度に伴う会計基準の変更により、当期より第2四半期累計期間の業績を掲載しております。

決算概況(連結)

2009年3月期 第2四半期決算の概況

- 経常利益は食用油、卵、小麦粉、水産資源等、原材料高の影響が大きく、274百万円と前年比72.5%減。当初計画に対しても64.4%未達

経常利益増減



* 2008年3月期までの中間期の数値につきましては、参考数値として掲載しております。

** 四半期開示制度に伴う会計基準の変更により、当期より第2四半期累計期間の業績を掲載しております。

損益計算書の概要(連結)

2009年3月期 第2四半期決算の概況

単位: 百万円・%

	2008年月3月期 中間* 実績			2009年3月期 第2四半期累計** 実績				2009年3月期 第2四半期累計 計画 (2008/8/12発表時)		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比	計画比	金額	構成比	
売上高	26,694	100.0	4.6	27,153	100.0	1.7	-0.1	27,200	100.0	
売上総利益	6,970	26.1	-4.0	6,104	22.4	-12.4	-	-	-	
販売管理費	5,916	22.1	2.2	5,812	21.4	-1.7	-	-	-	
営業利益	1,053	4.0	-28.6	292	1.0	-72.2	-41.6	500	1.8	
経常利益	997	3.7	-29.9	274	1.0	-72.5	-39.1	450	1.6	
税金等調整前 四半期純利益	818	3.1	-45.2	274	1.0	-66.5	-	-	-	
四半期純利益	474	1.8	-48.2	149	0.5	-68.6	-35.2	230	0.8	
1株当たり四半期純利益	40円88銭			11円57銭						-

* 2008年3月期までの中間期の数値につきましては、参考数値として掲載しております。

** 四半期開示制度に伴う会計基準の変更により、当期より第2四半期累計期間の業績を掲載しております。

貸借対照表の概要(連結)

2009年3月期 第2四半期決算の概況

財政状態

単位:百万円・%

		2008年3月期	2009年3月期 第2四半期	増減	前期比
資産	流動資産	15,249	15,021	-228	-1.4
	固定資産	14,428	14,454	26	0.1
資産合計		29,678	29,476	-202	-0.6
負債	うち有利子負債残高	8,901	7,938	-968	-10.8
		20,055	19,808	-247	-1.2
純資産	うち少数株主持分	41	35	-6	-14.6
		9,622	9,668	46	0.4
負債・純資産合計		29,678	29,476	-202	-0.6
一株当たり純資産		743円62銭	747円72銭	4円10銭	-

単位:百万円・%

ご参考

	2008年3月期	2009年3月期 第2四半期
自己資本比率	32.3	32.7
NET有利子負債残高	5,323	4,327

** 四半期開示制度に伴う会計基準の変更により、当期より第2四半期累計期間の業績を掲載しております。

キャッシュフローの概要(連結)

2009年3月期 第2四半期決算の概況

キャッシュフローの状況

単位:百万円・%

	2008年3月期 中間*	2009年3月期 第2四半期累計**	増減
営業活動によるCF	1,286	1,158	-128
投資活動によるCF	-1,152	-180	972
財務活動によるCF	1,172	-941	-2,113
現金及び現金同等物	4,521	3,611	-910

ご参考

単位:百万円・%

	2008年3月期 中間*	2009年3月期 第2四半期累計**
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	18.2	15.3
債務償還年数(年)**	3.2	3.4

インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍):営業CF/利払い

債務償還年数(年):有利子負債/当期中期営業CFを2倍したもの

* 2008年3月期までの中間期の数値につきましては、参考数値として掲載しております。

** 四半期開示制度に伴う会計基準の変更により、当期より第2四半期累計期間の業績を掲載しております。



. 2009年3月期業績予想



2009年3月期業績予想(連結)

- 原料価格の高騰と販売価格の改定について、特に上半期は時間軸に二つのずれが生じ、利益に影響。それに伴い業績予想を修正

単位: 百万円・%

	2008年3月期 実績			2009年3月期 予想		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
売上高	53,075	100.0	5.5	54,500	100.0	2.6
売上総利益	13,280	25.0	-5.8	12,400	22.7	-6.6
販売管理費	11,673	22.0	1.7	11,600	21.2	-0.6
営業利益	1,606	3.0	-38.7	800	1.4	-50.1
経常利益	1,529	2.9	-39.7	800	1.4	-47.6
税引前当期純利益	1,325	2.5	-46.6	810	1.4	-38.8
当期純利益	710	1.3	-58.6	400	0.7	-43.6



. 今後の経営戦略(下期の施策)



当社を取り巻く業界環境

■ 業務用食品について

- 全体的な景気減速による消費低迷は業務用市場にも懸念されている。当社は外食、量販店、コンビニエンス、パン関係、給食関係、キャッシュ&キャリアなど幅広い取引先が有りその強みを活かし売上維持を図っていく。
- 業務用市場に於いても 野菜 = サラダ = 健康のキーワードが定着しつつあり、サラダ化戦略の基で「サラダNo.1企業」を目指している 当社グループにとって 業容拡大の環境が整ってきている。

■ 原材料高の影響

- 食用油
 - 昨年来、原油相場や穀物相場が投機的な展開となり、大豆、コーン、菜種などが異常に高騰。当社においても、かつて無い高値で主原料の手当てを余儀なくされた。(シカゴの大豆相場2007年安値6.6ドル/ と2008年高値16.5ドル/ の開きは2.5倍)
 - 大豆相場は10月以降10ドルを割る方向に向かっている。しかしながら関係業界は段階毎に高値在庫をもっており、落ち着いた価格の油が使えるのは、来期以降になる見通しである。
- 鶏卵
 - 穀物相場高騰は飼料価格にも影響、鶏卵生産も減産(減羽)に動いており、2007年から2008年にかけて鶏卵価格は1.3倍に上昇。減産の影響は今年度下期までも継続。消費低迷の影響を受け生産の回復(増羽)は来年度下期以降になる見通しである。

サラダ化戦略

■ サラダ事業を中心にサラダ領域を拡充する

サラダ文化の提案



- サラダ領域の拡大
- 三位一体によるサラダ事業の推進と検証
- サラダ関連商材の育成



下期の課題と施策

「C - 08」指針の継続的な実行による収益の確保

1. 価格改定効果を最大化する
2. 商品整理統合の継続
3. 新機軸商品(ケンコーディライトシリーズ、ポテト関連シリーズ商品)の拡販
4. 生産性向上による経費削減の推進
5. 重要顧客とのメニュー開発を中心とした更なる取り組み強化

カテゴリー戦略

調理加工食品

•FDFポテト

- ・昨年から売上が伸びている「まるごと北海道ポテト」の販売を強化
- ・2kgタイプのポテトサラダを大口需要先へPR販売
- ・フレッシュ&フレッシュポテトサラダ販売チャンネルの拡大

•フレッシュサラダ・総菜

- ・野菜摂取ニーズに応えるサラダメニューの拡張
副菜から主菜・主食・デザート・おつまみなどへの広がりに対応する商品・販促提案
- ・原料や製法の深堀り
サラダ総菜用新品種パレイショ「シンシアポテト」での差別化商品の拡販
"FDF®"・ファッションデリカフーズ(当社の業務用ロングライフサラダの総称)

ポテトを中心に
FDF商品の
販売を強化

マヨネーズ・ドレッシング類

•マヨネーズ

- ・健康訴求型商品「ケンコーディライト」の販売強化
- ・産業給食、OFB(オープン・フレッシュ・ベーカリー)への導入に注力

•ドレッシング

- ・健康訴求型商品「ケンコーディライト」の販売強化
- ・外食関係へのメニュー提案により導入

ケンコーディライトの
市場浸透を図る

タマゴ加工品

•タマゴの焼き物関係

- ・冬向け弁当商材として、厚焼き、シート関係をコンビニエンスストア中心に拡販

ベーカリー部門CVSへの
数量拡販に注力

商品戦略: 新商品「ケンコーディライト」

■ 新商品「ケンコーディライト」のコンセプト・特徴

業務用の世界でも健康志向が強くなる市場環境を踏まえ、既存商品に比べて「カロリーを低減」
しかし「美味しさはそのまま」に、「より使いやすい」商品を開発、メタボリック対策を強く意識した

1. ケンコーディライトマヨネーズタイプの特徴:(全卵マヨネーズタイプ、卵黄マヨネーズタイプ)

- 新しい乳化技術を導入して専用のマヨネーズタイプを開発。加工技術の向上で物性改善と保水性の向上を実現
- サラダにした時の離水を抑える、硬めに仕上がる、素材との馴染みが良いなど加工適性を強化
- 従来のコクを残しながらオイルの使用量を低減(当社既存製品比 28%低減)

2. ケンコーディライトドレッシングの特徴

- 毎日食べるものだからこそカロリーを控えめに(当社既存製品比 カロリーを40~50%低減)
- 飽きの来ない、シッカリした味付け、美味しさはそのままに
- より「さらり」として使いやすく、軽い口当たり仕上げ、主菜/副菜としての野菜を一層食べやすくした

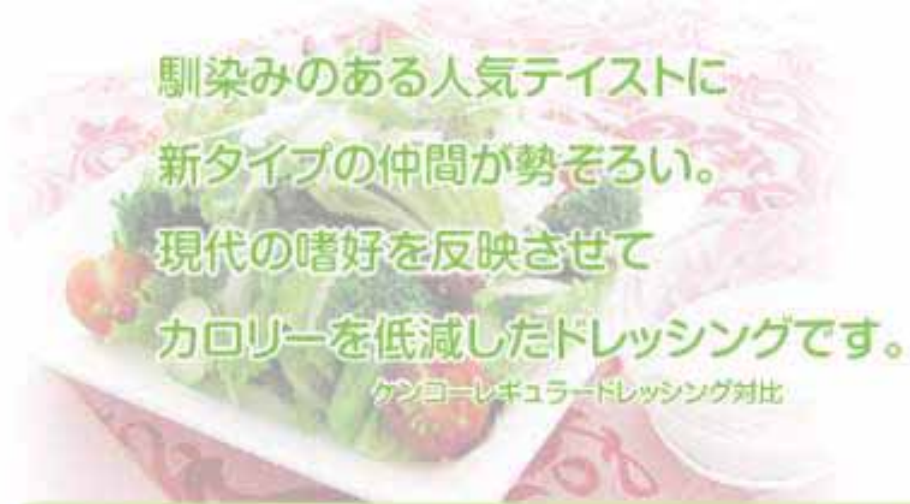
3. ケンコーディライトサラダ(ロングライフサラダ)の特徴

- 賞味期限の延長技術も導入して商品の老化防止と保存性の向上も実現(当社既存製品の賞味期限を30日から45日へ延長)
- 生野菜とあえたときの離水を抑える、硬めに仕上がる、素材との馴染みが良いなど加工適性を強化
- コクはそのままにマイルドな味を実現。カロリーも低減(当社既存製品比 30%低減)

商品戦略: 新商品「ケンコーディライト」

今後の経営戦略(下期の施策)

■ ケンコーディライトの商品



<p>ケンコーディライトドレッシング フレンチ白</p> <p>滑らかな粘性で ずっけりとした味わい</p>	<p>ケンコーディライトドレッシング フレンチ赤</p> <p>滑らかな粘性で ずっけりとした味わい</p>	<p>ケンコーディライトドレッシング コールスロー</p> <p>レモン風味と香辛料の キレがあるキャベツ専用 ドレッシング</p>	<p>ケンコーディライトドレッシング 和風あわせ味</p> <p>香ばしいかつお風味と しょうゆの和風テイスト</p>	<p>ケンコーディライトドレッシング 和風セバレート</p> <p>しょうゆベースの シンプルな味わい</p>	<p>ケンコーディライトドレッシング イタリアン</p> <p>ハーブの爽やかな風味と 彩り鮮やかな具材感</p>	<p>ケンコーディライトドレッシング 中華セバレート</p> <p>しょうゆとごま油の 香りが広がる中華テイスト</p>
<p>●形態 1ℓ×6 ●賞味期間 乳化タイプ: 常温 D+120日 分離タイプ: 常温 D+150日</p>						

商品戦略：新商品「ケンコーディライト」

・今後の経営戦略(下期の施策)

■ ケンコーディライトの商品

ケンコーディライト 卵黄マヨネースタイプ



卵黄のコクと風味で
美味しくオイルダウン

- **コクのある味わい**
卵黄を約10%使用しているため卵のコクがたっぷり
 - **しっかりとした焼き残り**
焼いても焦げにくく食せにくいので焼成パンにもぴったり
 - **28%カロリーダウン**

商品名	カロリー (100g当たり)
ケンコーディライト卵黄マヨネースタイプ	512kcal
ケンコーマヨネース No.1	710kcal
 - **サラダも美味しく**
スタンダードなテイストなのでもちろんサラダにも
- 形態 1kg×6×2 ●賞味期間 常温 D+90日

ケンコーディライト ポテトサラダ



北海道産「さやか」使用
より使いやすく

- **具材(じゃがいも・人参・玉ねぎ)は全て北海道産**
 - **賞味期間を30日⇒45日に延長し、更に使いやすく**
 - **野菜を加えてもダレにくく、加工適性抜群**
テスト：清水を5%加えたポテトサラダを真空し30分後の状態
- | | | | |
|-----------|------|------|----------------------------|
| | | | ケンコーディライトポテトサラダは保水性に優れています |
| ケンコーディライト | 社製品A | 社製品B | |
- **約30%カロリーダウン**

商品名	カロリー (100g当たり)
ケンコーディライトポテトサラダ	132kcal
かくむポテトサラダ	187kcal
- 形態 1kg×6 ●賞味期間 冷蔵 D+45日

商品戦略：新商品「ケンコーディライト」

・今後の経営戦略(下期の施策)

■ ケンコーディライトの商品

ケンコーディライト ごぼうサラダ



野菜とあわせても
ダレません!

●野菜を加えてもダレにくく、加工適性抜群

テスト：千切りきゅうりを10%加えたごぼうサラダを成型し1日後の状態



ケンコーディライト
ごぼうサラダは
保水性に優れています

- しょうゆ味のコクとだしの風味でマイルドなテイスト
- カロリー、食塩値ともにダウン

商品名	カロリー (100gあたり)	食塩値 (100gあたり)
ケンコーディライトごぼうサラダ	185kcal	1.38g
VOごぼうサラダ	244kcal	1.57g

●形態 1kg×6 ●賞味期間 冷蔵 D+45日

ケンコーディライト マカロニサラダ



プリプリッのマカロニ
この食感を是非

●弾力がありプリッとした
歯切れの良い食感が長持ち

テスト：製造30日目のマカロニを
レイメーターで測定



- マカロニサラダでは当社初！
賞味期間を30日⇒45日に延長し、更に使い易く
- 野菜を加えてもダレにくく、加工適性抜群
- カロリー、食塩値ともにダウン

商品名	カロリー (100gあたり)	食塩値 (100gあたり)
ケンコーディライトマカロニサラダ	155kcal	0.94g
VOマカロニサラダ	243kcal	1.14g

●形態 1kg×6袋 ●賞味期間 冷蔵D+45日

サラダカフェ事業の展開

- お客様に、笑顔・安心安全・健康(ヘルシ-)をお届けできる、店舗・商品の構築

ビジネスモデルの確立

1

- 出店、退店基準の再構築
- 百貨店モデル・駅ビルモデル・郊外型モデルの3モデルにおいて、社内基準を設定

商品提案の拡充

2

- 野菜をキー(ヘルシー・健康)にした、サラダ・和総菜の展開
- お客様へのメニュー・情報の提供、お客様食卓シーンの提案メニュー
- 地産地消・主食化・ホットサラダ

WEBサイトの充実

3

- WEBサイトの魅力化
- 動画・メニューの開示、商品化に向けたアンケートの充実
- WEBサイトの商品化
店舗販売、ケンコーマヨネーズ本体での商品化、野菜ドレッシング等の開発

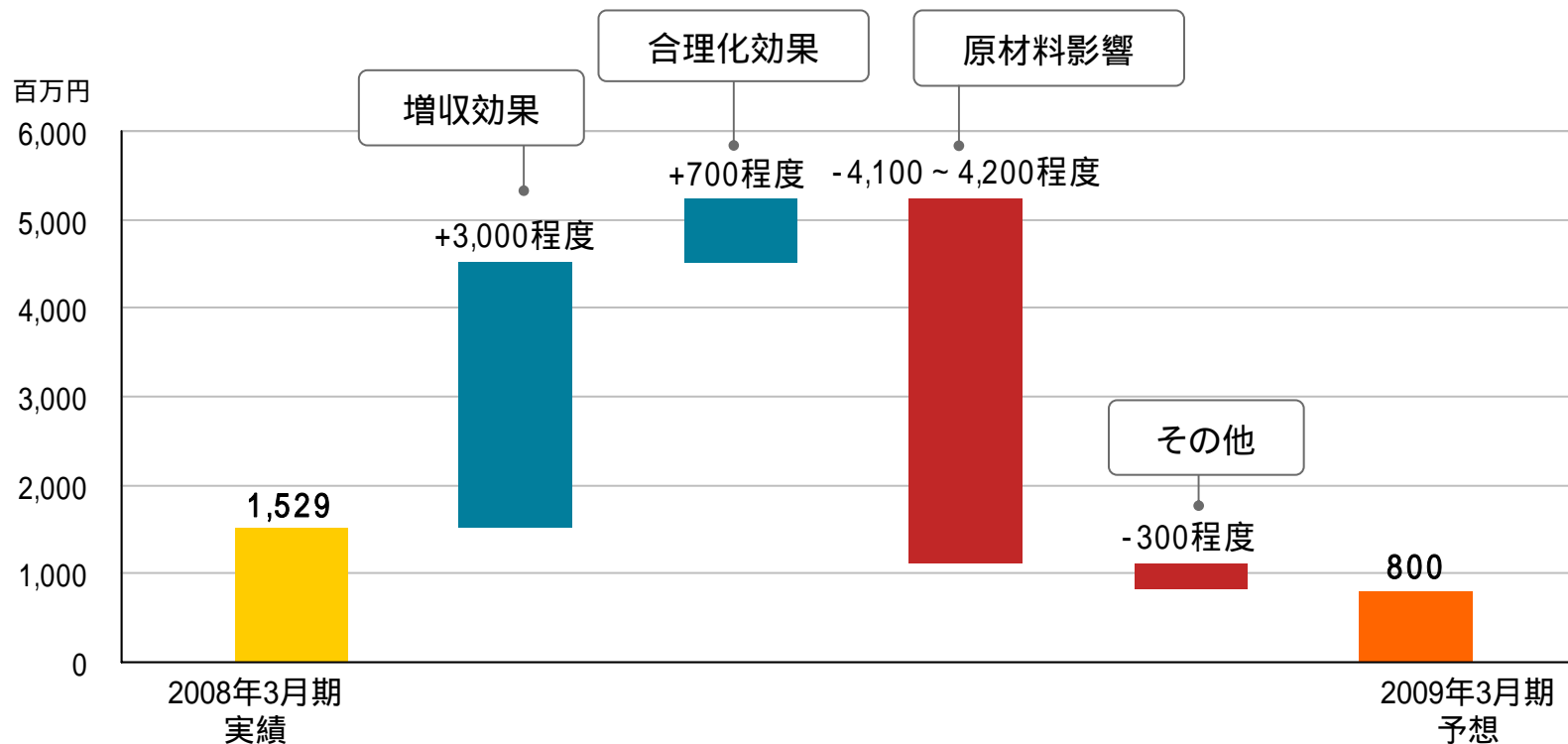


経常利益計画

・今後の経営戦略(下期の施策)

- 引き続き原料高の影響が強い見通しであるが、積極的に利益確保の施策に注力していく

経常利益増減





【ご参考資料1】：会社概要

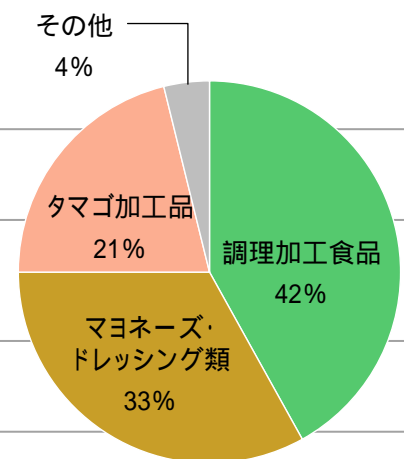


会社概要

【ご参考資料1】: 会社概要



社名	ケンコーマヨネーズ株式会社 KENKO Mayonnaise Co., Ltd.
設立年月	1958年3月
本社所在地	兵庫県神戸市灘区都通3丁目3番16号 (東京本社) 東京都世田谷区上北沢5丁目42番1号
代表者	代表取締役社長 炭井 孝志
事業内容	調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、 タマゴ加工品等の食品製造販売
売上高	53,075百万円
経常利益	1,529百万円
売上構成比	調理加工食品42%、マヨネーズ・ドレッシング類33%、 タマゴ加工品21%、その他4%
従業員数	760名



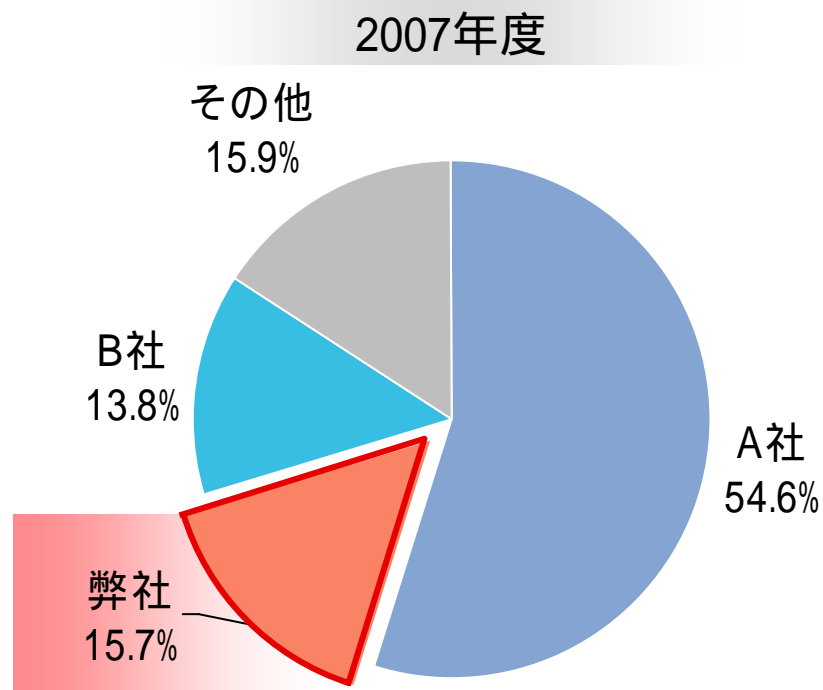
数字は2008年3月期現在の連結データ

1 業界における当社の位置づけ

【ご参考資料1】: 会社概要



■ マヨネーズ・ドレッシング類業界のシェア



マヨネーズ・ドレッシング類の合計生産量はシェア2位

出所: 日刊経済通信社のデータより弊社作成

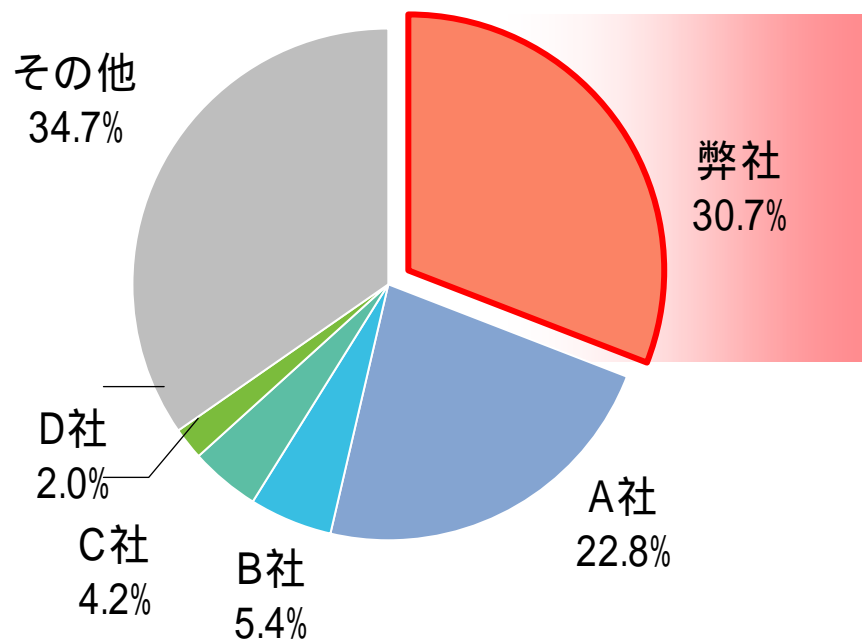
2 業界における当社の位置づけ

【ご参考資料1】: 会社概要



■ ロングライフサラダのシェア

2007年



ロングライフサラダでは業界のパイオニアであり、トップシェアを維持

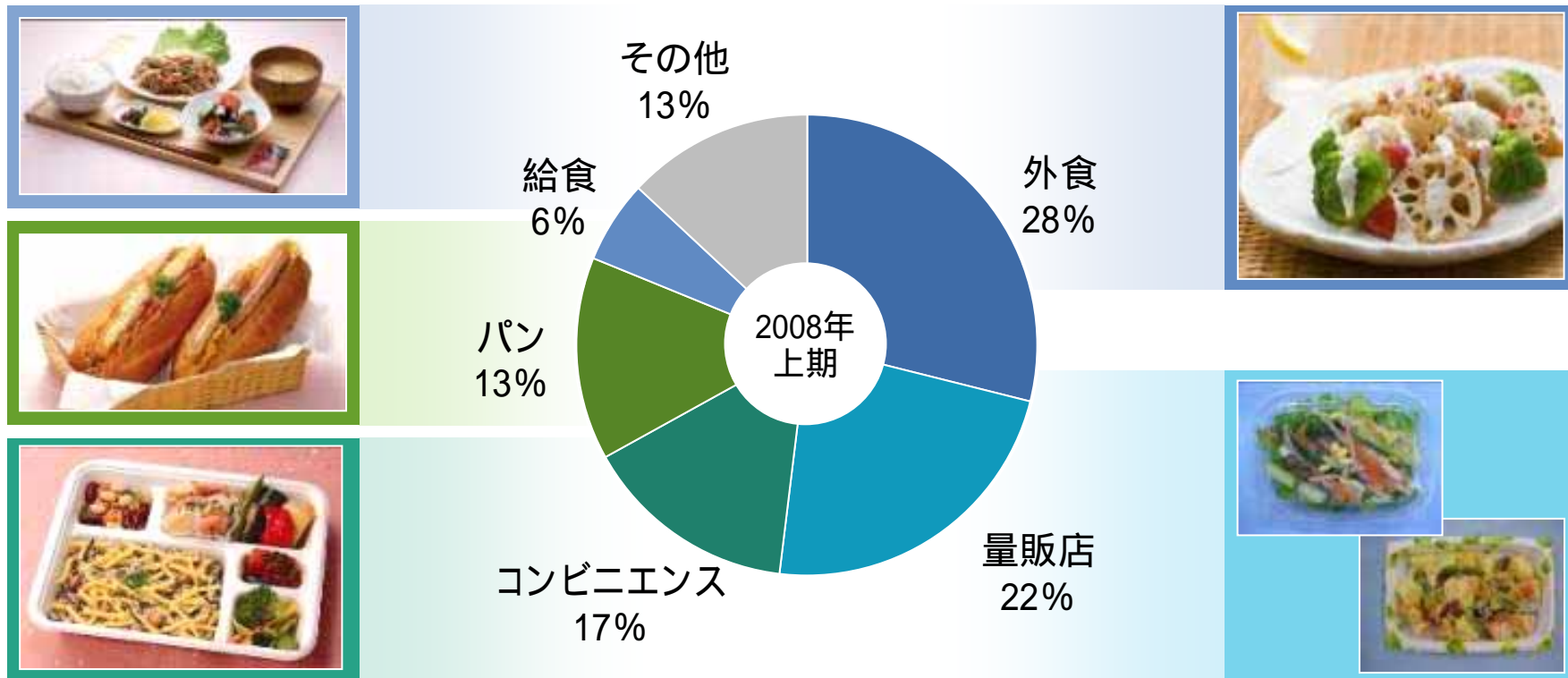
出所: 富士経済研究所のデータより弊社作成

販路別売上高構成比

【ご参考資料1】：会社概要



■ 主要な最終顧客 (販売額ベース)



写真は使用例

多岐に渡る最終顧客の様々な要求に対応するための
開発力・技術力を蓄積

サラダカフェ事業

【ご参考資料1】: 会社概要



- 地域性や商品コンセプトに合わせ、店舗の収益性を追求
- サラダ化戦略をもとに新しいコンセプトのサラダを提案

- ・Salad Cafe 近鉄百貨店阿倍野本店
- ・Salad Cafe 高島屋京都店
- ・Salad Cafe イオンモール京都八ナ店
- ・Salad Cafe 東武百貨店池袋店
- ・Salad Cafe SALA PARA 阪急百貨店うめだ本店
- ・Salad Cafe SALA PARA 阪急百貨店千里店

- ・皿多屋 イトーヨーカドー武蔵境店
- ・皿多屋 Ario八尾店
- ・皿多屋 Ario鳳店

フルーツサラダ



和サラダ



Salad Cafe 近鉄百貨店阿倍野本店



皿多屋 Ario鳳店



1 当社の強み: 顧客ニーズを満たす優れた研究開発力

a. 幅広い商品ラインナップ

- 顧客ニーズに細かく応えるための幅広い商品ラインナップ
 - ・ 商品数1700以上。年間開発アイテム数は300を超える
 - ・ 幅広い食品研究の成果と蓄積が研究開発力の基盤

調理加工食品



ロングライフサラダ



フレッシュサラダ

マヨネーズ・ドレッシング類



タマゴ加工品



タマゴ焼き



フレッシュエッグ

2 当社の強み: 顧客ニーズを満たす優れた研究開発力



b. 素材へのこだわり

- シーズンに合った素材を調達し、その季節に合った調理法を提案
- 顧客ニーズに合わせた加工製品を製造

シーズンに合った美味しいジャガイモを調達

- 4月～ さやか
- 9月～ 男爵
- 12～1月 きたあかり
- 2月～ シンシア



生産者履歴を管理



顧客のニーズに合わせて保存期間の違う3つのタイプのサラダを製造

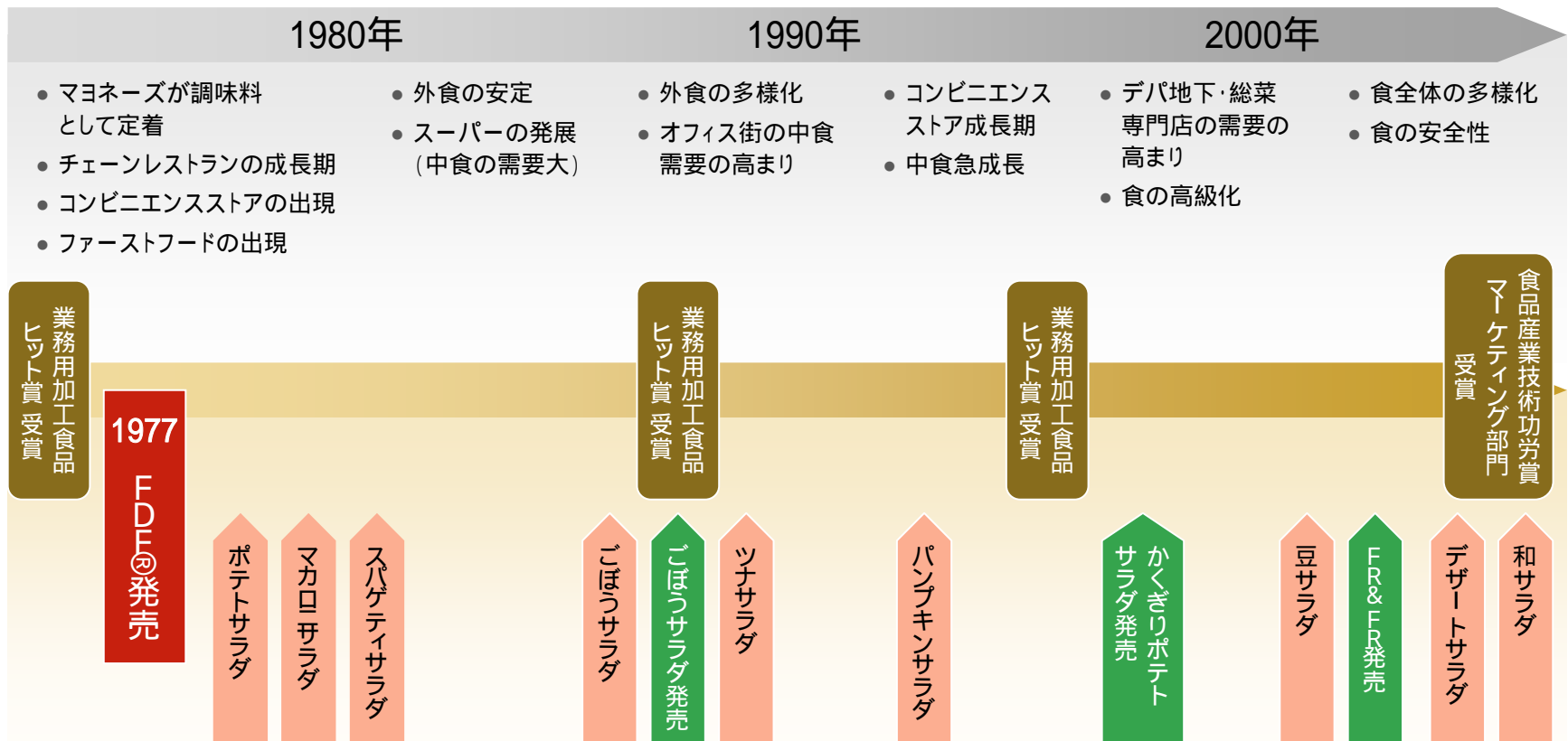
- ロングライフサラダ
- フレッシュ&フレッシュ
- フレッシュサラダ



3 当社の強み: 顧客ニーズを満たす優れた研究開発力

c. 高付加価値製品の開発

- サラダのパイオニアとして顧客のニーズを先取りした製品を創出
- 地域との取り組みを重視した製品づくり
- 健康、環境を考慮した製品の開発



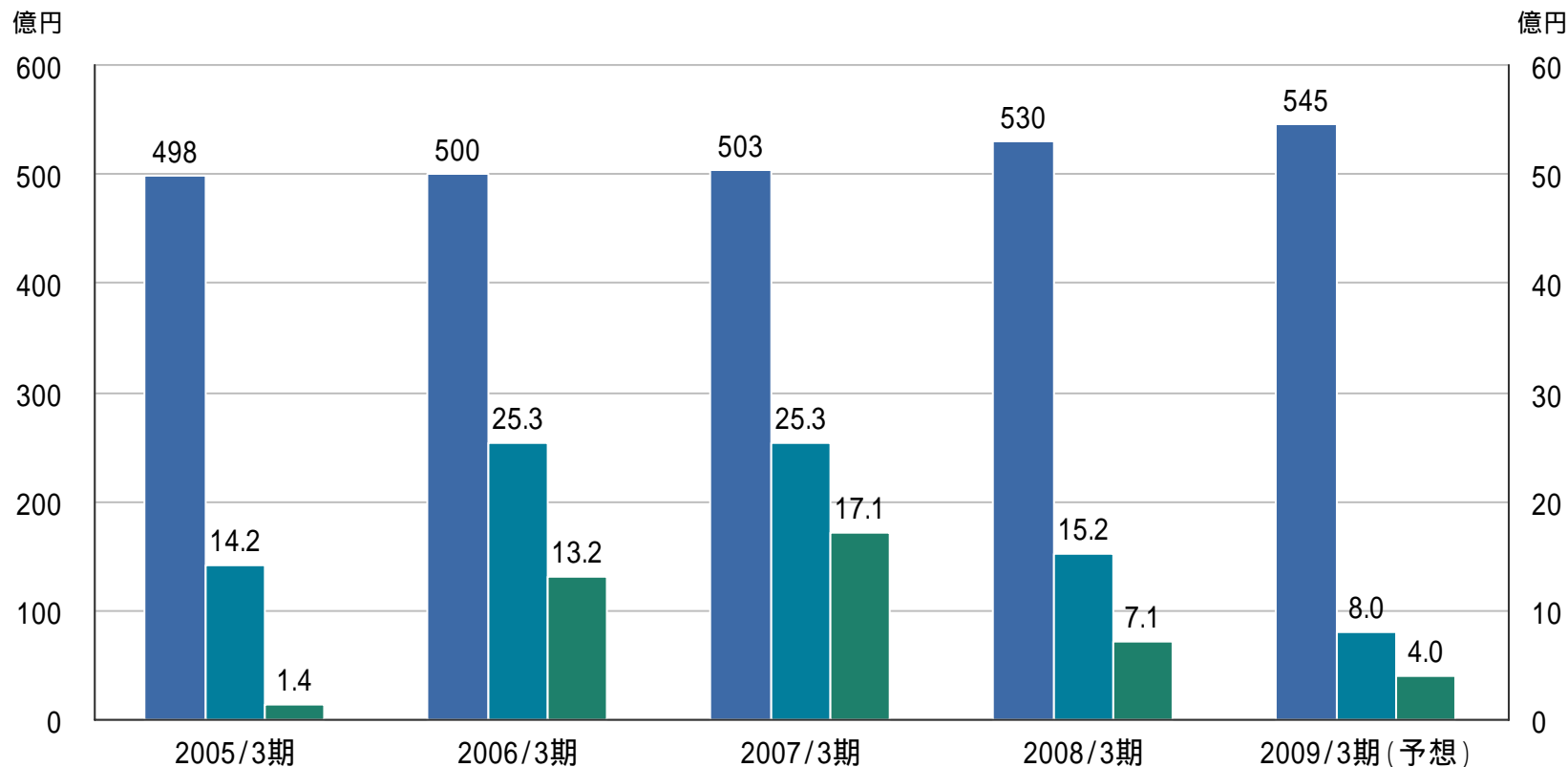


【ご参考資料2】：主な指標の推移





連結売上高・経常利益・当期純利益の推移



2008年11月12日に業績を修正

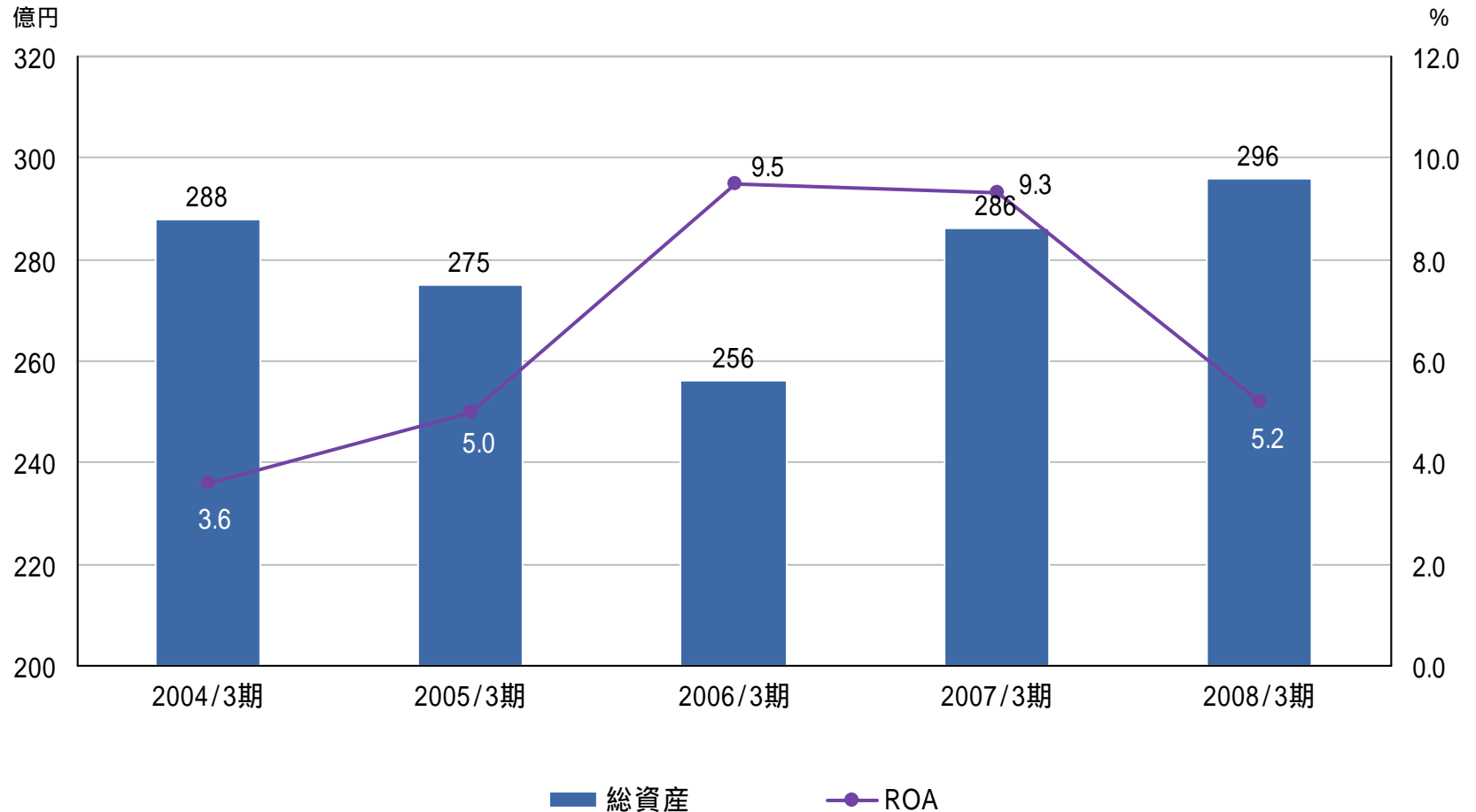
■ 売上高 (左軸) ■ 経常利益 (右軸) ■ 当期純利益 (右軸)

主な指標の推移 (ROA、総資産の推移)

【ご参考資料2】: 主な指標の推移



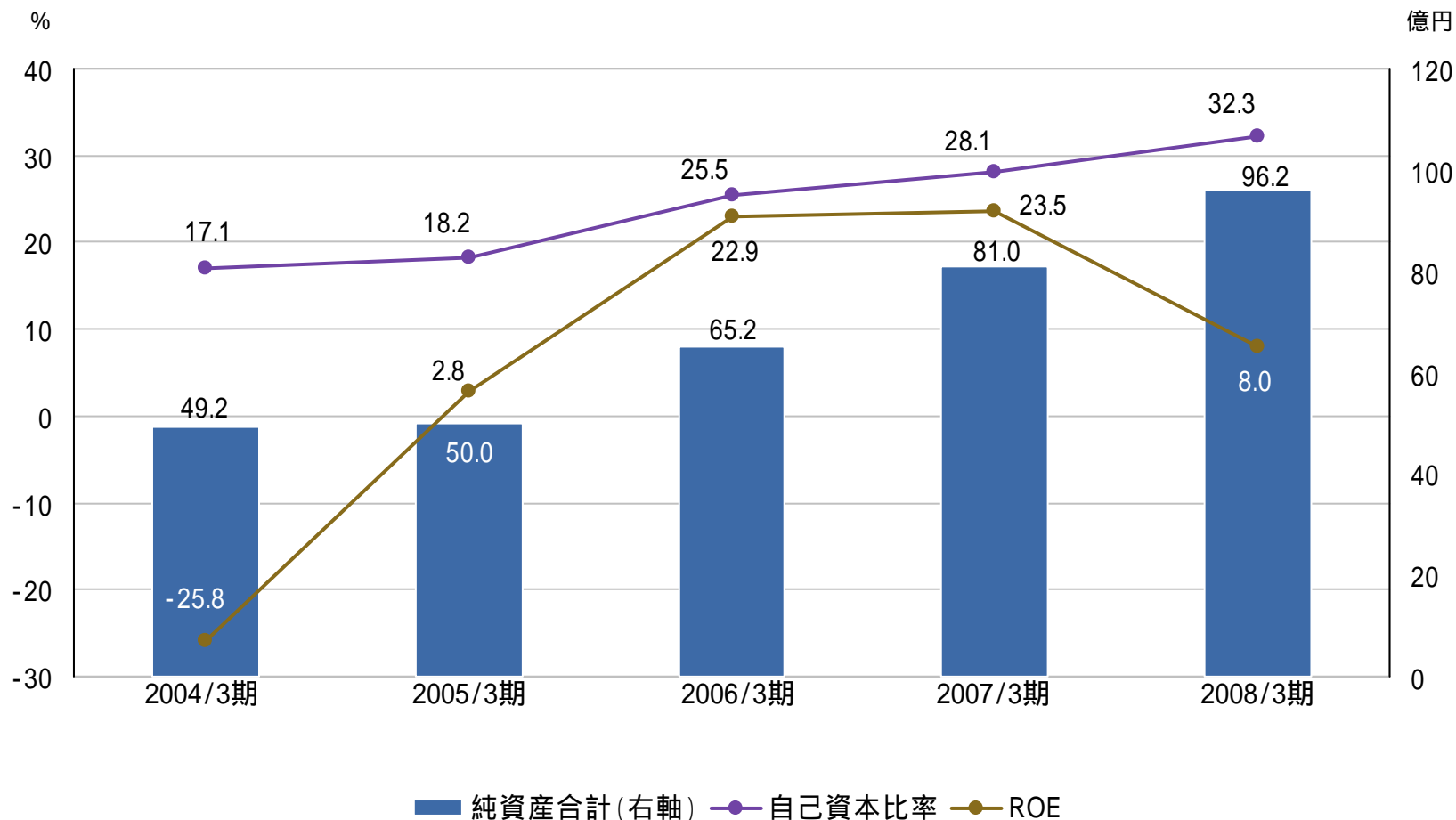
連結総資産経常利益率 (ROA) ・総資産の推移



主な指標の推移 (純資産、自己資本比率、ROEの推移)



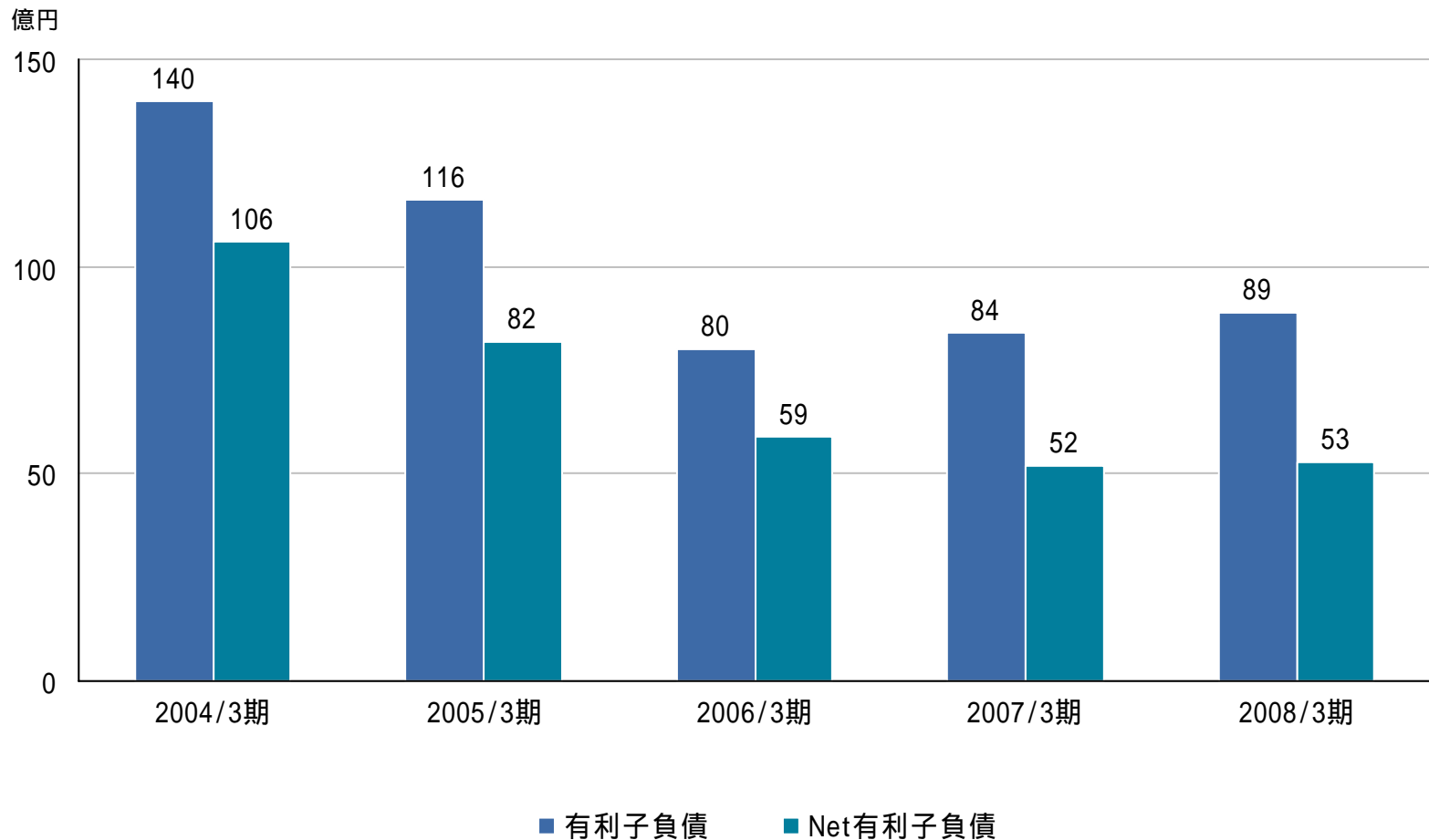
純資産、自己資本比率、自己資本当期純利益率の推移



主な指標の推移 (有利子負債、Net有利子負債)



有利子負債、Net有利子負債



お問い合わせ

■ IRお問い合わせ先

- 東京本社：東京都世田谷区上北沢5丁目42番1号
- 担当者：経営企画室 室長 沼田 安功
- E mail：ir@kenkomayo.co.jp

■ 将来見通しに関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保障を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。