

③決算概況(連結)(4) 分野別売上高構成比

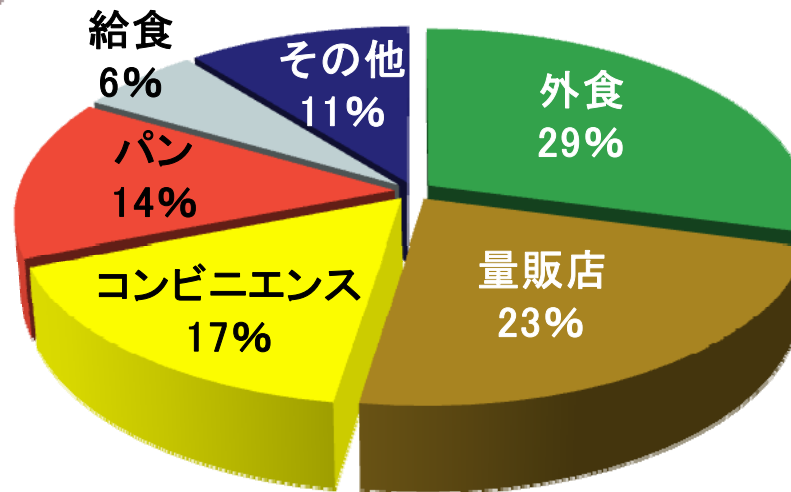
I. 2010年3月期 決算の概況



■ 主要な最終顧客(販売額ベース)



2009年



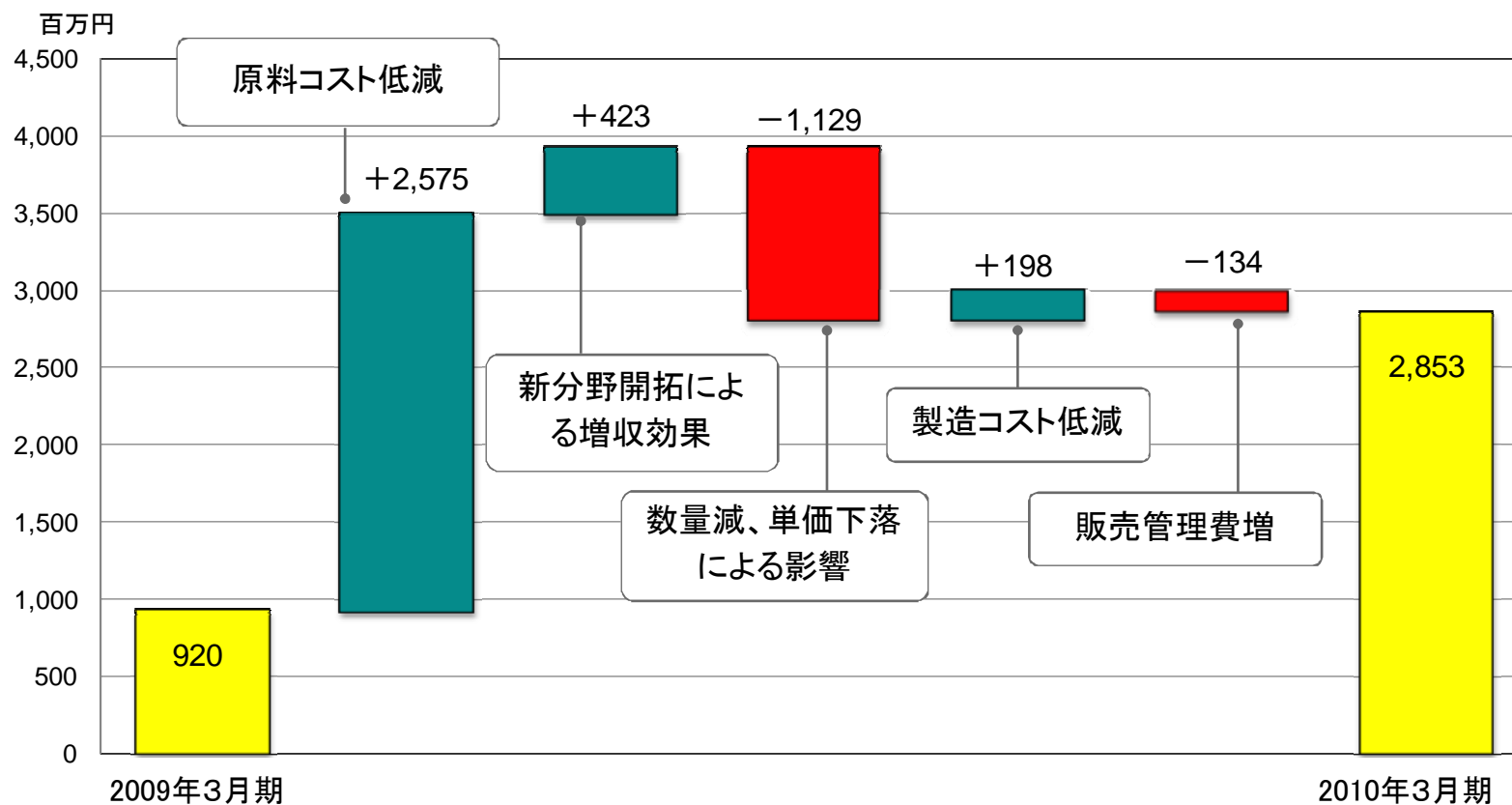
※写真は使用例

③決算概況(連結)(5) 経常利益増減

I. 2010年3月期 決算の概況



■ 新機軸商品等の増収、製造コストの低減、食用油・卵を中心とした原料価格の低減に努力した結果、価格改定 & 数量減で減収となったものの、経常利益は2,853百万となり、前期比1,933百万の増益となった。



④損益計算書の概要(連結)

I. 2010年3月期 決算の概況



単位:百万円・%

	2009年月3月期 実績			2010年3月期 実績				2010年3月期 計画 (2009/11/10発表)	
	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	53,193	100.0	0.2	51,101	100.0	-3.9	-0.2	51,200	100.0
売上総利益	12,295	23.1	-7.4	14,348	28.1	16.7	-	-	-
販売管理費	11,318	21.2	-3.0	11,397	22.3	0.7	-	-	-
営業利益	977	1.8	-39.2	2,951	5.8	202.0	28.3	2,300	4.5
経常利益	920	1.7	-39.8	2,853	5.6	209.9	29.7	2,200	4.3
税金等調整前 純利益	737	1.4	-44.3	2,681	5.2	263.8	-	-	-
当期純利益	300	0.6	-57.6	1,446	2.8	380.6	66.3	870	1.7
1株当たり当期純利益	23円36銭			112円27銭				-	

- 前期比3.5%の販売数量減と販売単価の下落により4%の減収となったが、原価低減と積極的な販売政策で過去最高の営業利益と経常利益を達成した。

⑤貸借対照表の概要(連結)

I. 2010年3月 決算の概況



財政状態

単位: 百万円・%

		2009年3月期	2010年3月期	増減	前年度末比
資産	流動資産	15,889	15,966	77	0.5
	固定資産	13,648	13,809	161	1.2
資産合計		29,538	29,775	237	0.8
負債	うち有利子負債残高	9,209	8,059	-1,150	-12.5
		19,944	18,859	-1,085	-5.4
純資産	うち少数株主持分	31	0	-31	-100.0
		9,593	10,916	1,323	13.8
負債・純資産合計		29,538	29,775	237	0.8
1株当たり純資産		742円20銭	847円39銭	105円19銭	14.2

- 総資産の増加 237百万円、借入金の減少 1,150百万円
- 純資産 100億円を超え、1株当たり純資産847円39銭となり、財務状況の改善が加速

⑥キャッシュフローの概要(連結)

I. 2010年3月期 決算の概況



キャッシュフローの状況

単位: 百万円・%

	2009年3月期	2010年3月期	増減
営業活動によるCF	1,378	3,402	2,024
投資活動によるCF	-241	-1,095	-854
財務活動によるCF	334	-1,730	-2,064
現金及び現金同等物期末残高	5,030	5,606	576

- 営業利益の増加により、営業CFが改善
- 投資CFと財務CFのバランスが改善



Ⅱ . 2011年3月期業績予想



①業界を取り巻く環境(1)

Ⅱ.2011年3月期 業績予測



■ 業務用食品市場の動向

- ファストフードなど比較的好調な業態もあるが、消費者の節約志向には大きな変化はなく、外食産業全体もコンビニエンスストアも総じて客単価を落としていて、売上高が前年割れとなる厳しい状況が続いている。

①業界を取り巻く環境(2)

Ⅱ.2011年3月期 業績予測



■ 原料相場の動向

● 食用油

- 原料大豆相場は一昨年来の投機的相場(高値 16.5ドル/ブッシェル、安値 7.8ドル/ブッシェル)から、2010年に入り9~10ドルで安定して推移。過去の相場 5~6ドルと比べると高値安定と言える。

● 鶏卵

- 本年前半の卵価は安定的だが、生産調整も進んで需給は締まって来ている。業界主導の鶏卵需給安全緊急支援事業の影響も予想されるので、本年後半には一時的な供給不足による価格上昇が懸念される。

● 馬鈴薯

- 主力産地の北海道は、作付面積減少も影響し、昨年は減収(一昨年比 95%)。
- 今年春の九州産も低温・日照不足により収量低下と品質低下も現れ、続く関東産も同様な懸念もある。
- 秋の北海道産までの間は、全国的な品不足があり、良質な馬鈴薯の供給に不安がある。短期間ながら相場変動が予測される。

②2011年3月期業績予想(連結)

Ⅱ.2011年3月期 業績予測



- 更なる販売価格下落を見込みながらも、販売数量を積極的に拡大し、売上高経常利益率4.7%を確保する。

単位:百万円・%

	2010年3月期 実績			2011年3月期 計画		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
売上高	51,101	100.0	-3.9	51,500	100.0	0.8
売上総利益	14,348	28.1	16.7	-	-	—
販売管理費	11,397	22.3	0.7	-	-	—
営業利益	2,951	5.8	202.0	2,570	5.0	-12.9
経常利益	2,853	5.6	209.9	2,400	4.7	-15.9
税金等調整前 当期純利益	2,681	5.2	263.8	-	-	—
当期純利益	1,446	2.8	380.6	1,230	2.4	-15.0
1株当たり 当期純利益	112.27			95.48		-15.0



Ⅲ. 2010年度の方針

サラダ No. 1 企業をめざして



①2009年度の総括(1)

Ⅲ.2010年度の方針



◇ 全ての販売分野での数量減少

- 顧客のメニューの分散化
- 来店客数の減少
- メニューの単価下落

◇ 2009年5月 価格改訂(値下げ)の実施

◇ 原料価格の落ち着き(主原料の食用油など)

①2009年度の総括(2)-1 中期経営計画(KVR2009)

一年目の主な成果

Ⅲ.2010年度の方針



◇商品開発の成果

- ・新機軸商品の展開 : 実績 58アイテム／19億円増収
(健康志向に対応したディライトシリーズ、低カロリードレッシング等)
- ・製パン分野に特化した新商品の拡大 : 19アイテム／1.6億円増収
(原料・素材加工技術)
- ・形態戦略商品の導入による顧客の拡大 : 12アイテム／6.6億円増収
(使い易さ)
- ・高付加価値商品の市場浸透 : 3億円増収
(クッキングソース、オカズドレッシング等素材を活かして美味しくするコンセプト商品)

◇生産性の向上

- ・生産改革の継続(ムダ、ムラ、ムリの徹底排除)
- ・TPM活動(生産効率を極限まで高める)
- ・設備更新などによる生産性向上
- ・商品の絞り込み 139品目減
- ・生産拠点の再編(稲城工場・都城工場閉鎖)
- ・環境設備投資(ゼロエミッション、エコフィード、省エネ設備導入)

1品目あたり生産性
5%改善(前年比)

①2009年度の総括(2)-2 中期経営計画(KVR2009) 一年目の主な成果

Ⅲ.2010年度の方針



◇お客様への提案成果

- ・外食、パン、CVS、スーパー、給食など重点分野別に既存顧客、新規先に対して、販売／商品技術(開発)／販売企画が一体になってチーム提案営業を展開
- ➡ 実績：新規獲得 659件、売上 17億円 (期初目標：10億円)

◇物流の効率化

- ・最適物流体制構築への取組み継続
- ・製品在庫の圧縮：月平均在庫量 8.7%圧縮 (前年販売重量比)

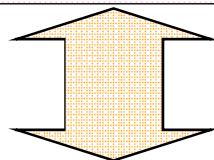
②中期経営計画 KENKO Victory ROAD の骨子

Ⅲ.2010年度の方針



■時代の変化に対応できる筋肉質の体制作り

- ① メーカーの原点である商品開発と生産性向上への徹底的なこだわり
- ② 経営の見える化へのスピードアップ
- ③ 売上高経常利益率 3%以上の確保



商品/事業体別による 5事業体チーム
社内組織別 10本部チーム 合計15チームによる 実行チームを編成

③2011年3月期の課題と対策

Ⅲ.2010年度の方針



中期経営計画 KENKO Victory ROAD 2年目(KVR2010)課題の積極的な推進

◇ 販売数量の拡大

- 重点分野(外食、パン、CVS、スーパー、給食)の深耕と、販売チャネルを拡充して市場シェアを拡大する
- 新機軸商材(ケンコーディライトシリーズ、低カロリーシリーズ、やわらか食、シート状食品など)を幅広く導入して、商品の付加価値を高める

◇ 消費の回復の遅れや低価格志向に対応した原価低減

- 生産設備の更新、工程・製法改善によるコストダウン
- 物流コストの更なる削減(複数拠点生産による物流の合理化、荷姿変更、大口ユーザーへの直送など)
- ESCO活用による省エネ設備の導入

◇ 将来に向けた布石

- 海外事業への本格的な進出(中国事業など)

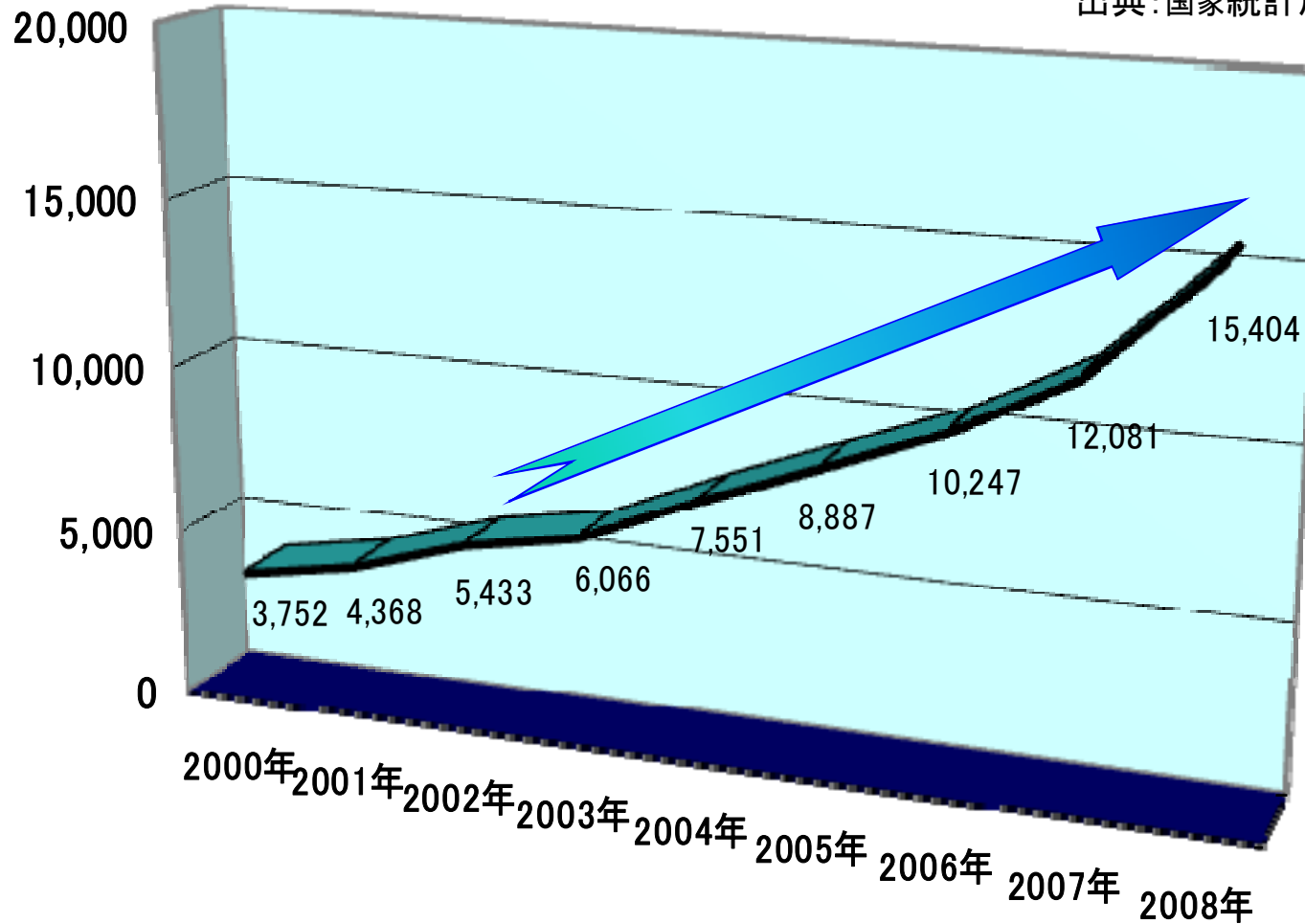
④中国事業の概要(1) - 中国の食材市場 -



Ⅲ.2010年度の方針

単位: RMB億

出典: 国家統計局 (2008年統計)



◇ 中国の食料・飲料総市場: 2000年より毎年平均19%の成長

④中国事業の概要(2) - 全体組織と出資関係 -

Ⅲ.2010年度の方針

