

## 7 -1 サラダカフェ事業とは・・・

【ご参考資料1】：会社概要



**コンセプト**：「市場演出型企业」の実践として、「毎日なるほど納得」をテーマに、お客様に毎日の生活が楽しくなるようなサラダとサービスの数々をお届けしていきます。

### SHOP展開

- 1
  - 消費者情報の収集と発信（グループでの情報共有 = 三位一体経営）
  - 接客、サービスでNO.1を目指す
  - サラダ(冷総菜)専門店と洋総菜専門店(温総菜・米飯等含む)のビジネスモデル構築

### 商品展開

- 2
    - 食を通じて「健康に、きれいに、元気になる」商品を提供
    - 野菜をキーにした、サラダ・総菜の展開
    - 野菜(国産原料等)へのこだわり、機能的(食物繊維増、カロリーレス)メニューの展開
- 農林水産省の運営する FOOD ACTION NIPPON推進パートナーへの加盟



### WEBサイト展開

- 3
  - 消費者情報の収集と発信（グループでの情報共有 = 三位一体経営）
  - サラダに特化したメニューレシピの提供（約1000メニュー）
  - 健康をキーにした情報発信やお客様からのレシピ投稿によるコミュニケーション作り
  - 生活者データのアンケート実施（マーケティング調査）

## 7-2 サラダカフェShop展開

【ご参考資料1】:会社概要



### ■ 三位一体提案の実践として百貨店やショッピングモールなどに出店しています(13店舗)

- ・Salad Cafe 近鉄百貨店阿倍野店
- ・Salad Cafe 高島屋京都店
- ・Salad Cafe 高島屋大阪店
- ・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 千里阪急店
- ・Salad Cafe 阪神百貨店梅田本店(2011年3月出店)

- ・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
- ・皿多屋 イトーヨーカドー武蔵小金井店
- ・皿多屋 イトーヨーカドーあべの店(2011年4月出店)

#### 【阪神百貨店 梅田本店】



農薬の使用をできる限り抑えた農場「阪急泉南ファーム」で栽培された野菜を使用したローストビーフサラダ



Salad Cafe 阪神百貨店梅田本店



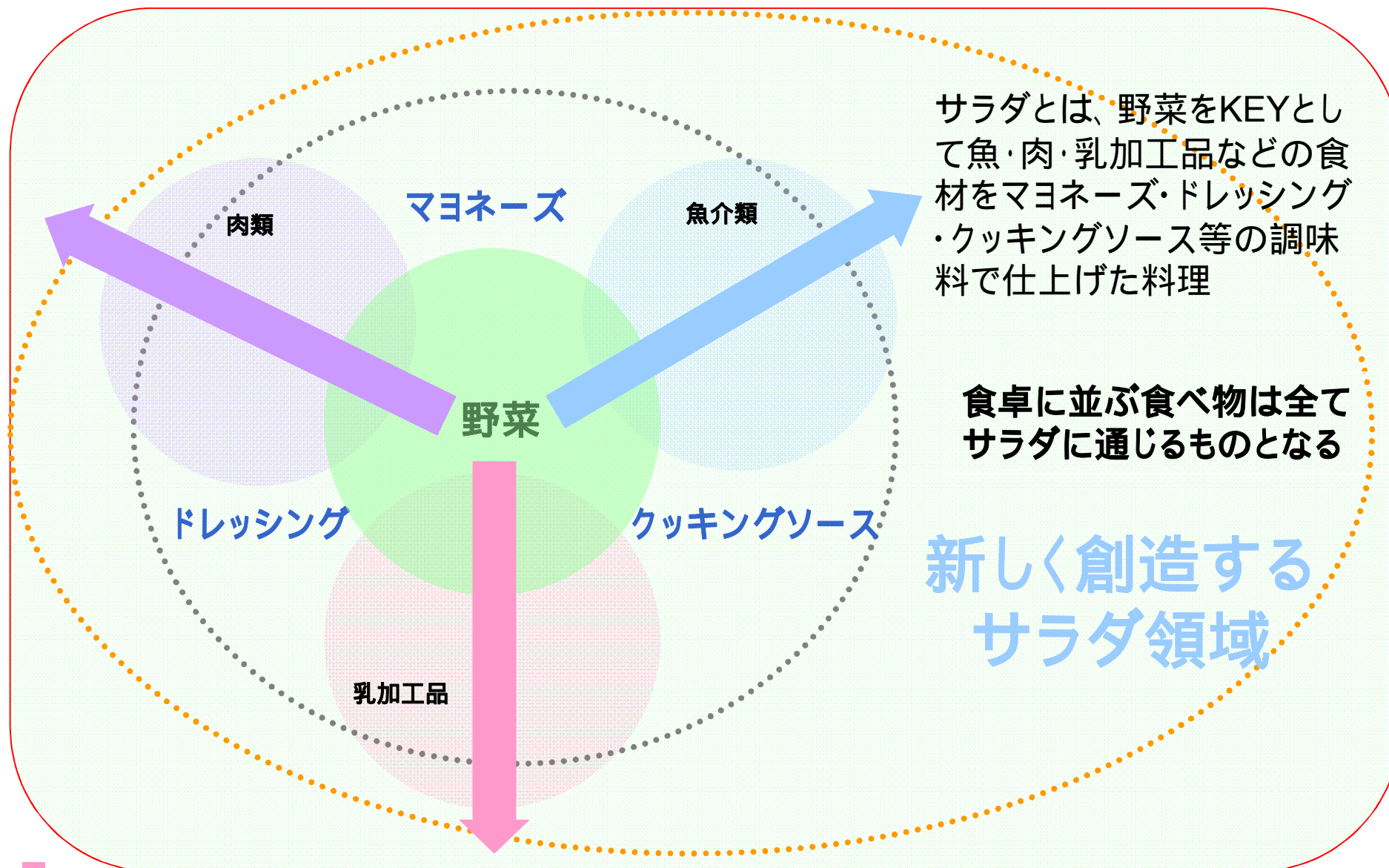
皿多屋 イトーヨーカドーあべの店



URL : <http://www.salad-cafe.com/>

## 8. 当社が目指すサラダ領域とは

【ご参考資料1】: 会社概要



# 9. サラダ文化の提案

【ご参考資料1】:会社概要



## ■ 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



# 10. 三位一体による スピード感溢れる情報共有

【ご参考資料1】: 会社概要



## ■ 三位一体のサービス提供

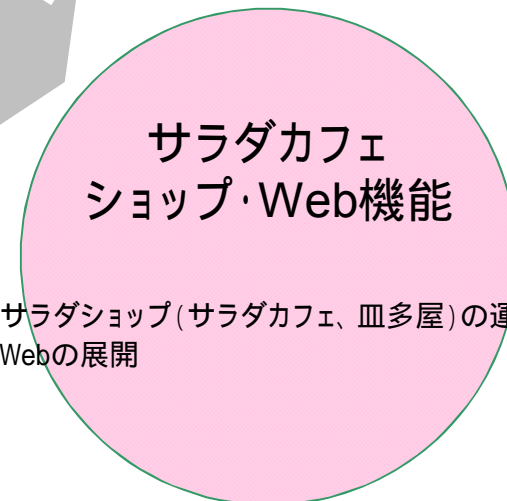
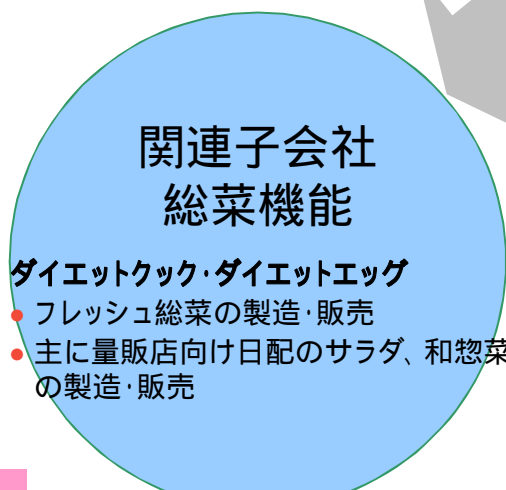
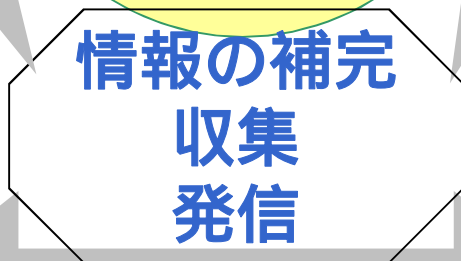
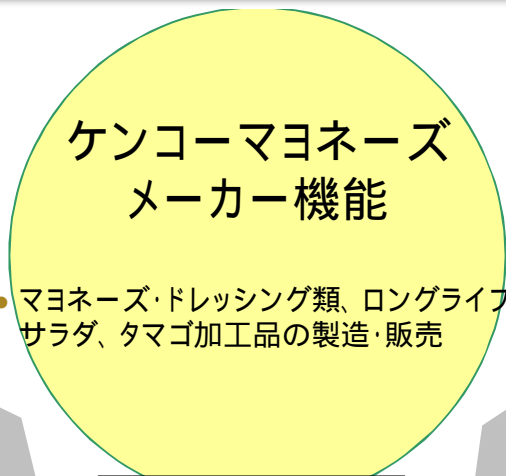
- ケンコーマヨネーズグループは、サラダに関する商品や情報・サービスを活用し、グループの活動に反映させお客様に最適な提案を目指します



KENKO FAIR 2010



KENKO FAIR 2010



# 11. 中期経営計画 『KENKO Victory ROAD』

3ヶ年計画の概要(2009年4月～2012年3月)



## 時代の変化に対応できる筋肉質の体制作り

『KENKO Victory ROAD』(KVR)

- ・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
- ・経営の見える化へのスピードアップ
- ・売上高経常利益率 3%以上の確保

## 具体的な取組み

### 1. 商品開発を加速

- ・新機軸商品を投入してヘルシー志向への対応

### 2. 生産拠点の整備

- ・東西二拠点体制の整備と設備更新 コスト削減へ
- ・環境対応設備の導入

### 3. たまご事業

- ・生産設備の増強による事業規模の拡大

### 4. 海外事業

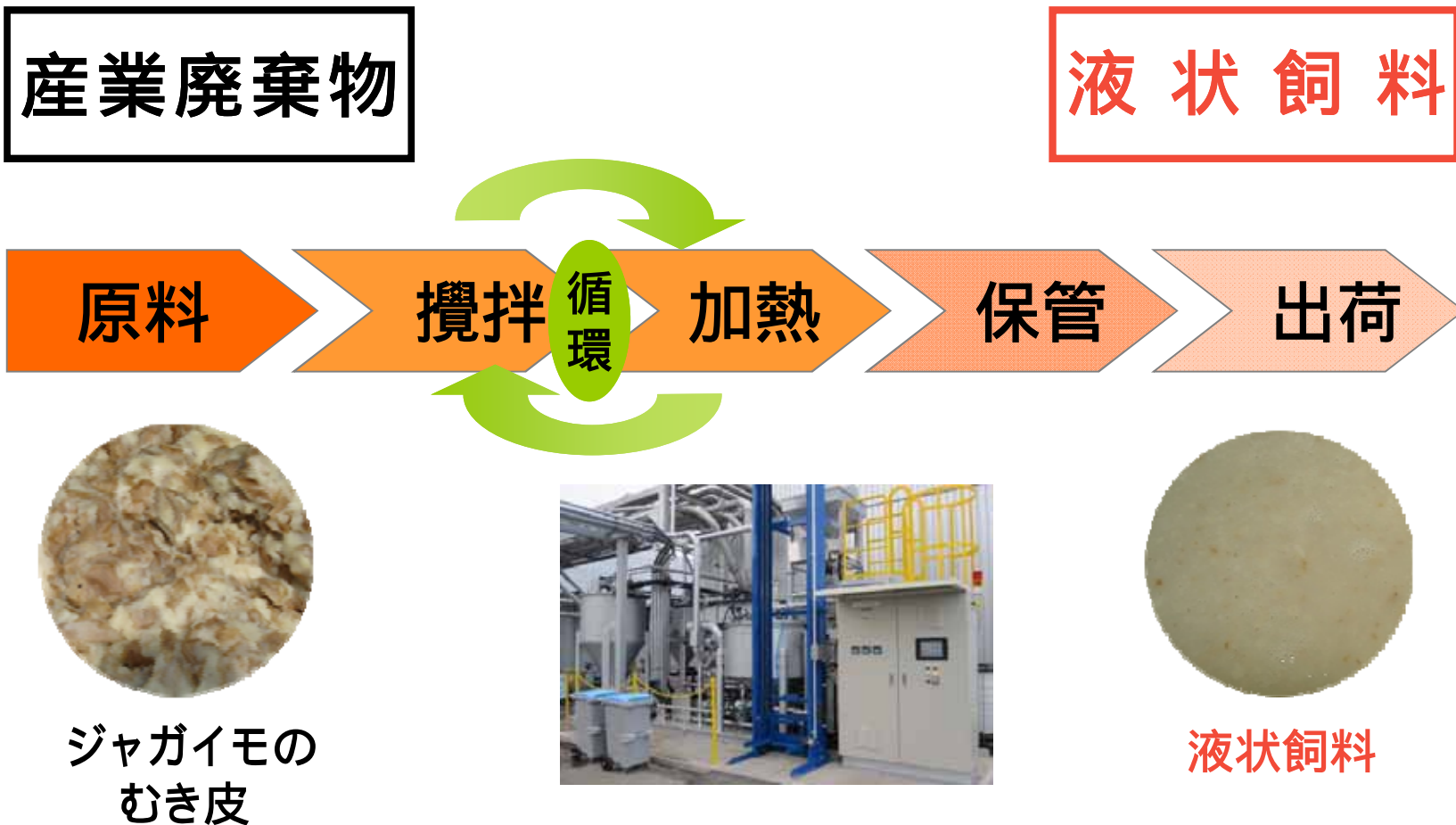
- ・中国での展開

足元を見直して成長に備える

# 12. 環境への取り組み

## 「エコフィード」

【ご参考資料1】: 会社概要



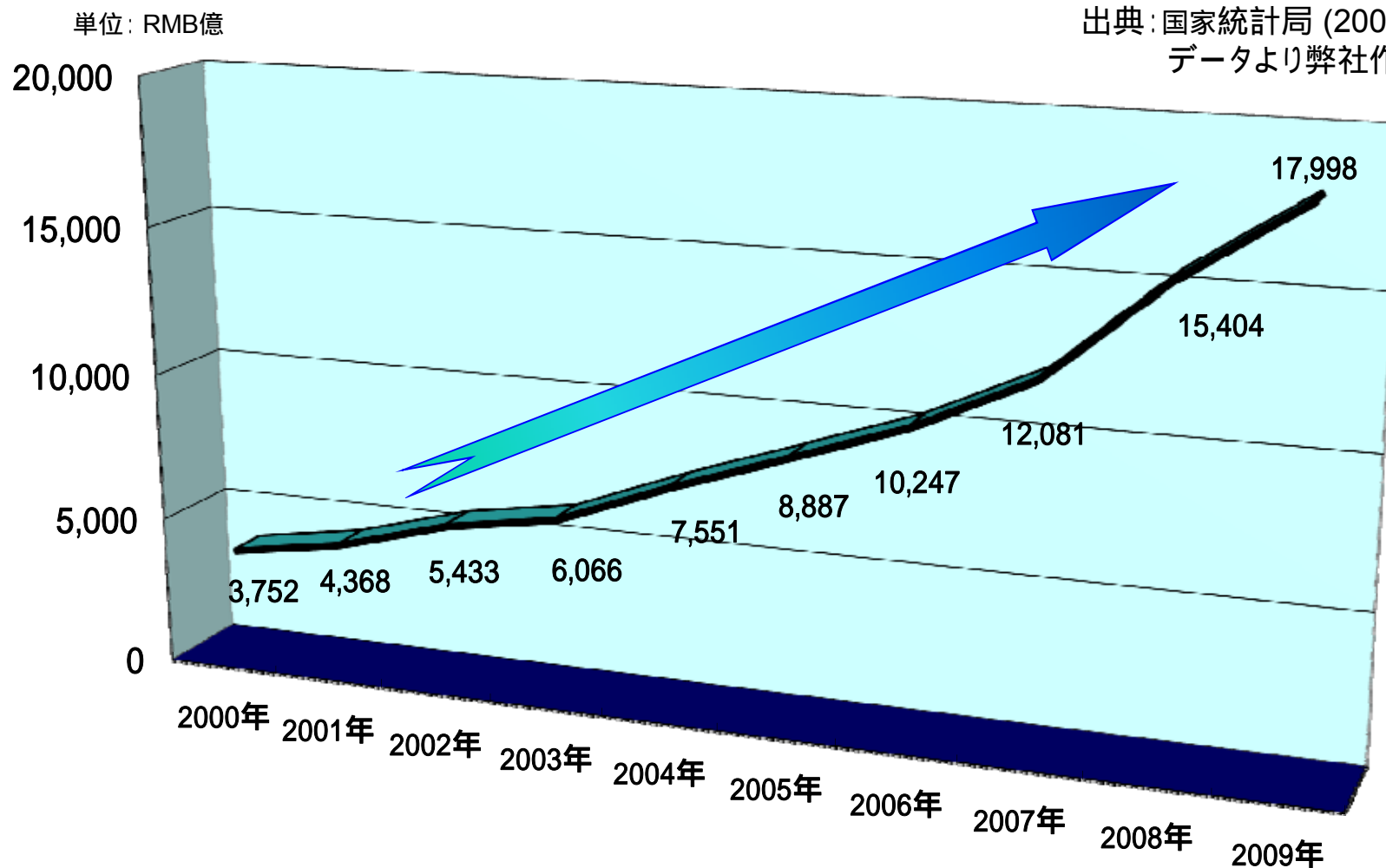
農林水産省「平成21年度食品循環資源品質維持体制整備事業」

# 13. 中国事業の概要 - 中国の食材市場 -



【ご参考資料1】: 会社概要

出典: 国家統計局 (2009年統計)  
データより弊社作成

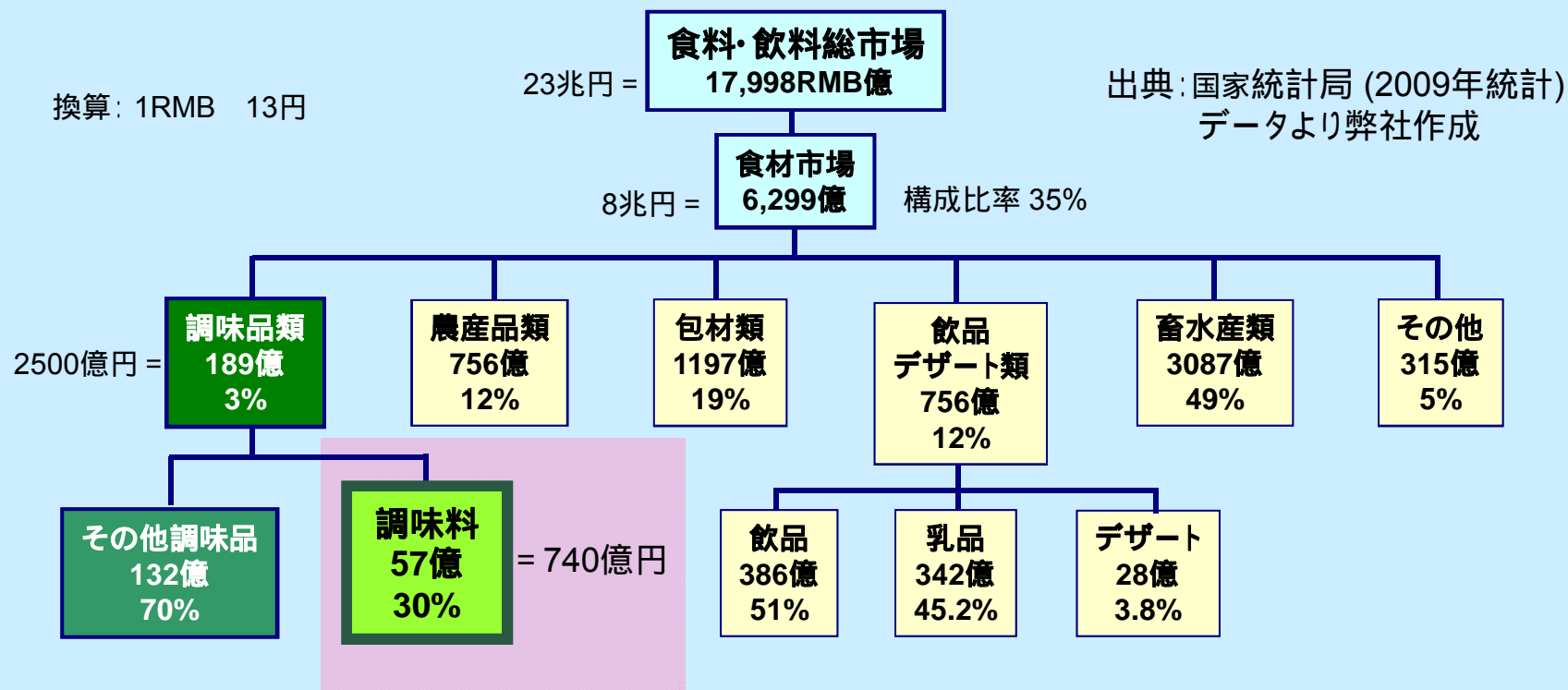


中国の食料・飲料総市場: 2000年より毎年平均19%の成長



# 13. 中国事業の概要 - 中国の食材市場 -

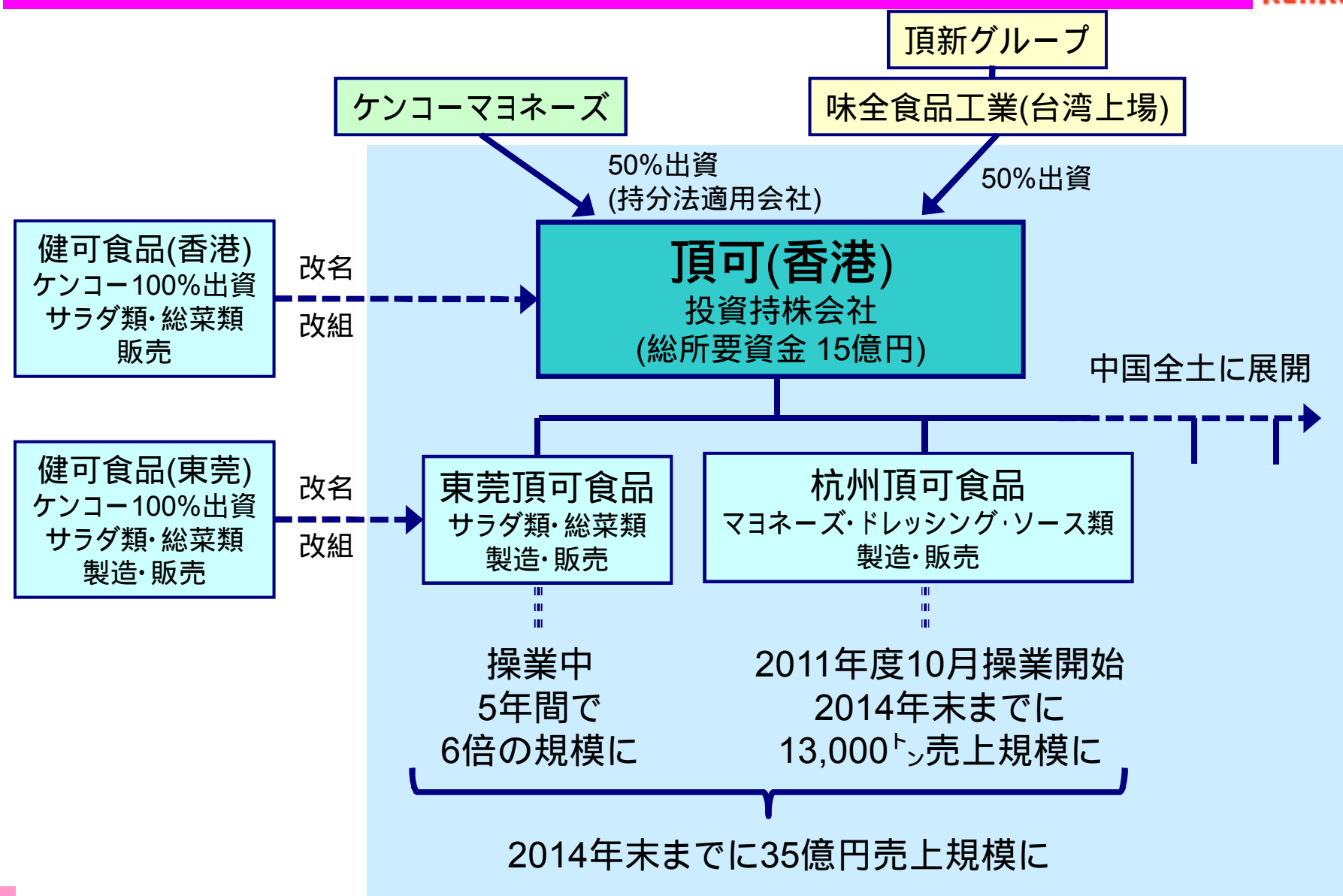
【ご参考資料1】: 会社概要



\* 調味料: テンメンジャン、豆板醬、BBQソース、ドレッシング、トマトケチャップ、ジャム等の半固体状調味料を含む  
 \* その他調味品: 塩、砂糖、グルタミン酸Na、粉末スープ等の粉状調味料及び醤油、酢等の液体調味料を含む

# 13. 中国事業の概要 - 全体組織と出資関係 -

【ご参考資料1】: 会社概要





## 【ご参考資料2】：主な指標の推移

---



# 1. 業績の推移

## 【連結】主な経営指標の推移

【ご参考資料2】

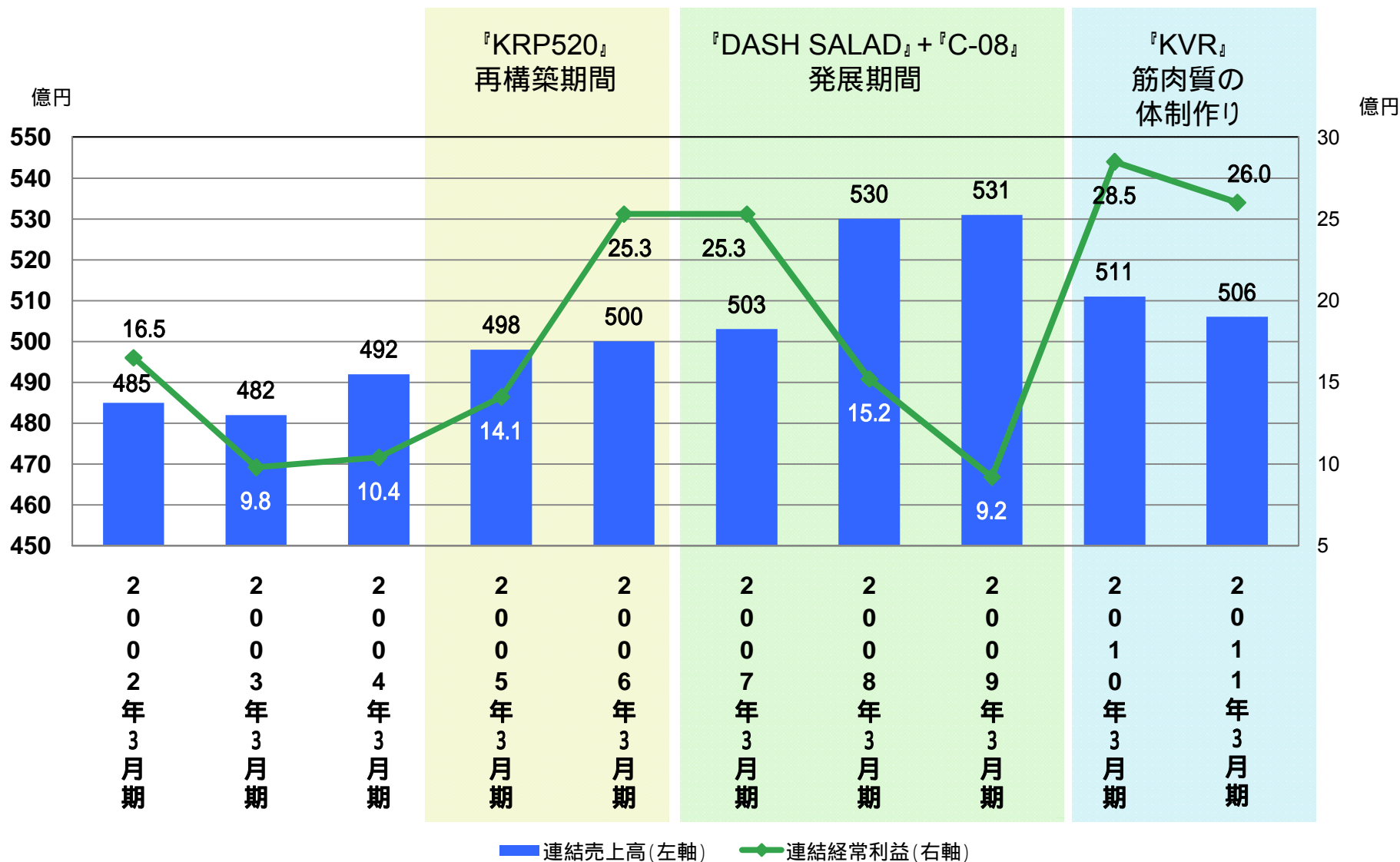


単位: 億円	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期	2012年3月期 予想
売上高	503	530	531	511	506	524
営業利益	26	16	9	29	27	21
経常利益	25	15	9	28	26	19
当期純利益	17	7	3	14	13	9
1株当たり当期純利益 (円)	152.76	58.02	23.36	112.27	103.47	63.33
純資産	81	96	95	109	127	-
総資産	286	296	295	297	307	-
自己資本比率 (%)	28.1	32.3	32.4	36.7	41.3	-
自己資本当期純利益率 (ROE) (%)	23.5	8.0	3.1	14.1	11.2	-
総資産経常利益率 (ROA) (%)	8.8	5.2	3.1	9.6	8.9	-

# 1. 業績の推移

## 【連結】売上高・経常利益

【ご参考資料2】



## 2. 株主還元

### 配当と株主優待品

【ご参考資料2】



#### 配当政策

連結ベースでの配当性向20%を意識して、経営の継続性に配慮しつつ、当社の今後の成長と発展にあわせて、安定配当水準を高めて行く

#### 株主優待品

権利確定日：決算期末(3月末日)現在の株主さま  
送付時期：毎年5月下旬～6月初旬

贈呈の基準	贈呈品
10単元(1,000株)以上の保有の株主さま一律	当社商品 2,500円相当
1単元(100株)以上10単元(1,000株)未満保有の株主さま一律	当社商品 1,000円相当

## 2. 株主還元

### 配当金・配当性向の推移

【ご参考資料2】



	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期	2011年3月期
配当金 (円 / 株)	10	11	11	15	<sup>(3)</sup> 20
配当性向 (%)	6.5	19.0	47.1	13.4	19.3
配当利回り (%) (ご参考) (1)	0.9	2.6	3.0	2.5	3.6
純資産(株主資本)配当率 (%) (DOE) (2)	1.5	1.5	1.5	1.9	2.3

(1) 配当利回り = 1株あたりの配当金(合計) / 各年3月末日時点株価(終値) × 100

(2) 純資産(株主資本)配当率 = 1株あたり配当金(合計) / ((期首 + 期末 1株あたり連結純資産) ÷ 2) × 100

(3) 東京証券取引所市場第二部上場記念配当 5円を含む

# お問い合わせ



- IRお問い合わせ先

- 東京本社：東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
- 担当者：執行役員 経営企画本部長 渡辺 亮彦
- E mail：ir@kenkomayo.co.jp

- 将来見通しに関する注意事項

本資料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、皆様ご自身の判断と責任においてご利用されることを前提に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。