



# 2012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

2011年 11月 24日



# 本日の内容



## I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況

説明者： 取締役 財務経理本部長 村田 隆

## II. 2012年3月期 業績予想

説明者： 代表取締役 社長 炭井 孝志

## III. 質疑応答

## IV. 添付

参考資料【1】【2】及びお問い合わせ先



# I . 2012年3月期 第2四半期決算の概況

# 1. 中期経営計画① 『KENKO Victory ROAD』

3ヶ年計画の骨子(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

# 1 . 中期経営計画② 『KENKO Victory ROAD』 (KVR2011) 3年目のポイント(2011年4月～2012年3月)



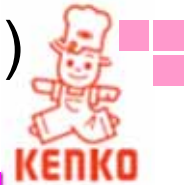
## 1 . 商品開発の加速（開発バリエーションと開発領域の拡大）

- ・「食シーン」の多様化への対応
- ・サラダのノウハウを基盤としてデリカ（総菜）領域への進出
- ・マヨネーズ/ドレッシングからソース領域への進出
- ・野菜の離水を防ぐ新しい機能性を持ったマヨネーズタイプ<sup>®</sup>の開発
- ・新分野への領域拡大につながるやわらか食シリーズの開発

## 2 . 新規お客様の開拓と深耕

- ・Cooking Labo TOKYOへのお客様招聘（当社施設）
- ・得意先様展示会への積極的な参加

# 1 . 中期経営計画③ 『KENKO Victory ROAD』 (KVR2011) 3年目のポイント(2011年4月～2012年3月)



## 3 . お客様の分野別にキメの細かな販売体制の確立、 各分野に最適な商品を提案

- ・ 外食(ファミリーレストラン、居酒屋、食堂、回転寿司、  
ファストフード他)
- ・ 給食(コントラクトフード、学校給食)
- ・ 量販店の総菜コーナー(側面販売戦略)
- ・ 製パン(規模別商品対応/OPシリーズ)
- ・ シルバー食への対応(プロの味/家庭の味/バリエーション充実)
- ・ 国際事業(製品の海外輸出 = 米国・欧州向け)

## 4 . 食品メーカーとしての原点の再確認

- ・ 工場、事務所での5Sの徹底
- ・ 店舗運営でのQSC徹底

## 2. 2012年3月期 第2四半期 「業界動向」

I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



### 業務用食品業界

- ・外食産業全体では東日本大震災後の広告・販促の自粛、節電意識の向上による夜間の店舗ネオンや街灯の消灯など、夜間の外出客減少の影響により、7月を除き売上高は前年割れとなった。特に居酒屋関係の落ち込みが大きい。  
客単価は前年並みの低水準にとどまっている。
- ・スーパーマーケットの食品の売上は前年を少し上回る実績であった。  
(全店ベース)
- ・コンビニエンスストアの売上については、9月で $\Delta 2.0\%$ と前年割れしたものの4~8月はプラスで推移。来店客数も前年を上回った。  
(全店ベース)
- ・消費者の節約志向は変わらず、低価格競争は常態化している。

### 3. 2012年3月期 第2四半期 決算の概況



I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況

1. 中期経営計画(KVR)の指針に基づく事業戦略及び販促活動により、販売数量は前期比1.3%増加
2. 販売単価(外部顧客向け)は前期比0.7%のアップ
3. 原料価格は震災直後は高騰したが、夏場以降は平常時の水準に落ち着きつつある
4. 前期比 売上高1.6%増加、経常利益37.3%の減少、計画比では経常利益16.9%の増加を達成



## 4. 損益計算書の概要(連結)

I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



単位:百万円・%

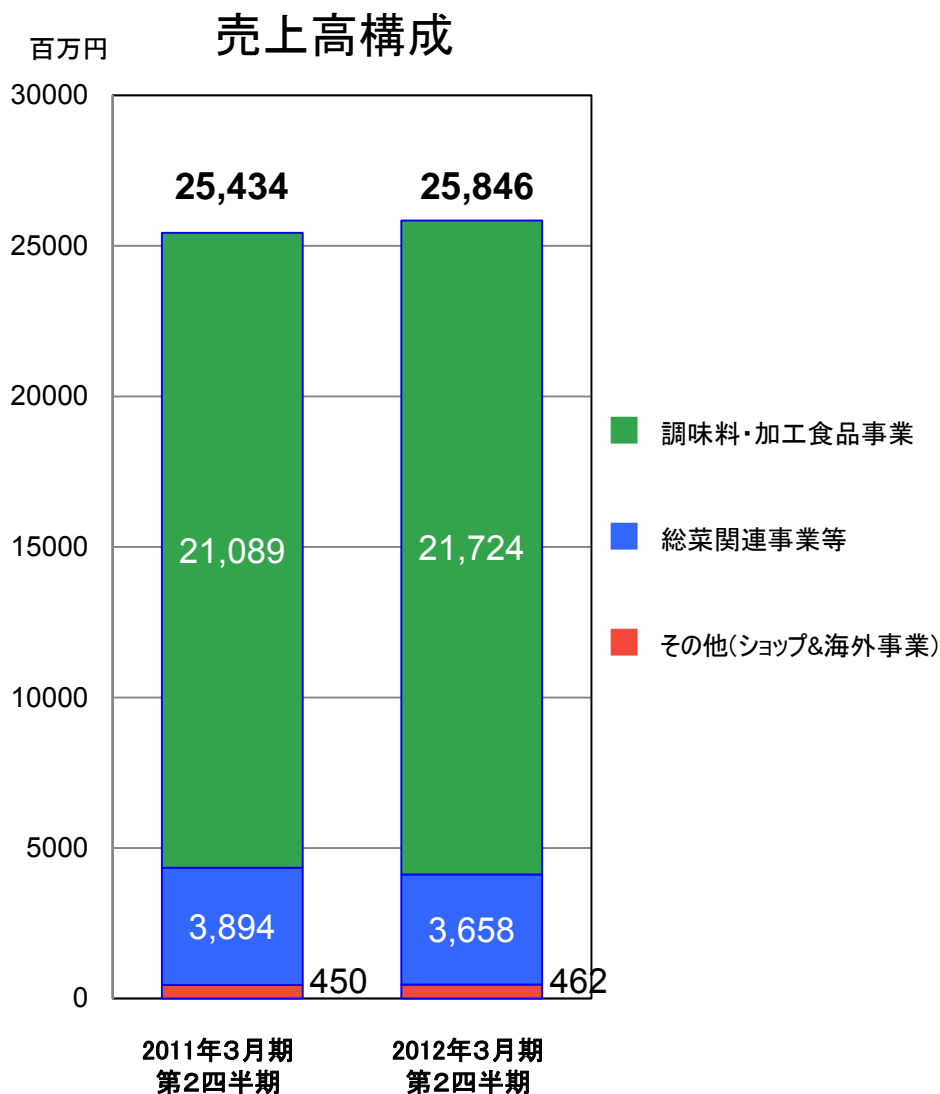
	2011年3月期 第2四半期実績			2012年3月期 第2四半期実績				2012年3月期 第2四半期計画 (2011/05/10発表)	
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比	計画比	金額	構成比
売上高	25,434	100.0	-3.0	25,846	100.0	1.6	-0.6	26,000	100.0
売上総利益	7,250	28.5	0.2	6,651	25.7	-8.3	-	-	-
販売管理費	5,722	22.5	1.2	5,699	22.0	-0.4	-	-	-
営業利益	1,528	6.0	-3.3	952	3.7	-37.7	5.8	900	3.5
経常利益	1,492	5.9	-1.8	935	3.6	-37.3	16.9	800	3.1
税金等調整前 純利益	1,438	5.7	8.5	902	3.5	-37.3	-	-	-
純利益	822	3.2	9.9	498	1.9	-39.4	34.7	370	1.4
1株当たり 純利益	64円95銭			35円07銭				26円04銭	

- 利益については前期比で厳しい状況であったが、KVR及び販促の効果により売上高は前期比1.6%の増収、事業計画の見直し、活動経費の削減等により、経常利益は計画比+16.9%の増加。

# 5. セグメントの概要(連結)



I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



## 調味料・加工食品事業

(調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、タマゴ加工品)

- 販売重量は前年を上回ることができた(前期比2.0%増)、販売単価についても前年を上回る(同1.0%増)結果となったため、売上も前年を上回っている。(同3.1%増)

商材別前期比	売上高	販売重量
調理加工食品	+1.3%	+0.9%
マヨネーズ・ドレッシング類	+2.8%	+3.1%
タマゴ加工品	+7.3%	+2.5%

## 総菜関連事業

(フレッシュ総菜[日配サラダ、惣菜]、グループ内生産受託)

外部顧客に対する売上に関する概況

- セグメント全体における前期比△6.1%の減収は、主に九州地区の八女工場の佐賀工場への統合による売上減によるもの。
- 一方、関東地区では震災後の供給体制が評価され、シェアアップ・売上増となった。また低価格路線からの脱却が進み、単価の改善も売上に貢献。

## 6. セグメント 決算の概要(連結)

I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



単位:百万円・%

	調味料・加工食品事業					総菜関連事業等				
	2011年3月期 2Q		2012年3月期 2Q			2011年3月期 2Q		2012年3月期 2Q		
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	金額	構成比	金額	構成比	前期比
外部売上高 <sup>*1</sup>	21,089	98.9	21,724	98.9	3.0	3,894	51.2	3,658	46.1	-6.1
内部売上高 <sup>*2</sup>	235	1.1	252	1.1	7.1	3,705	48.8	4,277	53.9	15.4
売上高	21,324	100.0	21,976	100.0	3.1	7,600	100.0	7,936	100.0	4.4
経常利益	1,298	6.1	825	3.8	-36.4	201	2.7	125	1.6	-38.1

	その他(ショップ事業、海外事業)					調整額		損益計算書の合計額	
	2011年3月期 2Q		2012年3月期 2Q			2011年	2012年	2011年	2012年
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	3月期2Q	3月期2Q	3月期2Q	3月期2Q
外部売上高 <sup>*1</sup>	450	100.0	462	100.0	2.8	-	-	25,434	25,846
内部売上高 <sup>*2</sup>	-	-	-	-	-	-3,941	-4,529	-	-
売上高	450	100.0	462	100.0	2.8	-3,941	-4,529	25,434	25,846
経常利益	4	1.1	-4	-	-	-11	-10	1,492	935

\*1: 外部顧客に対する売上高

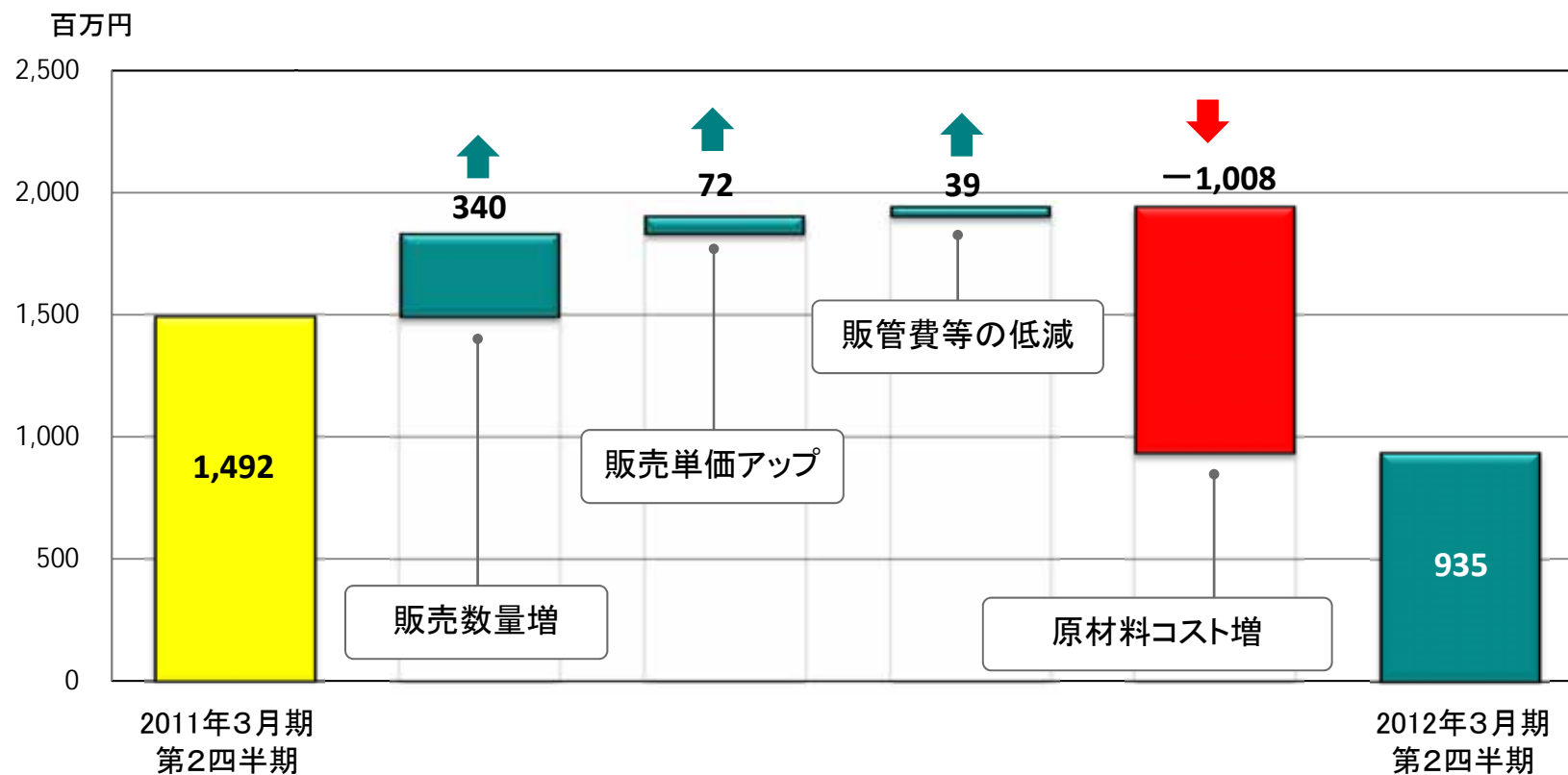
\*2: セグメント間の内部売上高又は振替高

## 7. 経常利益増減要因(連結)

I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



- 販促による販売数量増加、販売価格アップ、活動経費削減に努力したが、原材料のコスト増加により、経常利益は前期比 557百万円の減益となった。



## 8. 貸借対照表の概要(連結)

I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



### 財政状態

単位: 百万円・%

		2011年3月期	2012年3月期 第2四半期	増減	前年度末比
資 産	流 動 資 産	16,203	16,048	-155	-1.0
	固 定 資 産	14,550	14,500	-50	-0.3
資 産 合 計		30,753	30,548	-205	-0.7
負 債	うち有利子負債残高	7,531	6,635	-896	-11.9
		18,042	17,639	-403	-2.2
純 資 産	うち少数株主持分	0	0	0	0
		12,711	12,908	197	1.6
負 債 ・ 純 資 産 合 計		30,753	30,548	-205	-0.7
1 株 当 たり 純 資 産		894円47銭	908円34銭	13円88銭	1.6

- 有利子負債は896百万円の減少
- 総資産は前期末比0.7%減少、主に現金及び預金650百万円の減少による
- 自己資本比率は前期末比0.9%改善し、**42.3%**となった

## 9. キャッシュフローの概要(連結)

I. 2012年3月期 第2四半期決算の概況



単位:百万円

キャッシュフローの状況	2011年3月期 第2四半期	2012年3月期 第2四半期	増減
営業活動によるCF	788	1,256	468
投資活動によるCF	-863	-1,256	-392
財務活動によるCF	-509	-651	-141
現金及び現金同等物四半期末残高	5,019	4,907	-112

- 営業CFは前期比468百万円の増加。主に税金等調整前四半期純利益902百万円、仕入債務の増加742百万円、法人税等の支払額448百万円による
- 投資CFは有形固定資産取得の支出1,086百万円等による
- 財務CFは、短期借入金増加350百万円、及び長期借入金返済712百万円等による



## Ⅱ. 2012年3月期 業績予想

# 1. 業界を取り巻く環境①

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



## ■ 業務用食品市場の動向

- 東日本大震災以降、ファストフードやファミレス、コーヒーチェーンなど売上好調な業態もあるが、消費者の節約志向は変わらず、外食産業全体もコンビニエンスストアも客単価は前年並みの低水準である。価格競争は常態化している。
- 冬場の節電対策は西日本・九州地区でも要請されており、消費動向全体への影響は判断しにくい状況である。



# 1. 業界を取り巻く環境②

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



## ■ 原料相場の動向

### ● 食用油

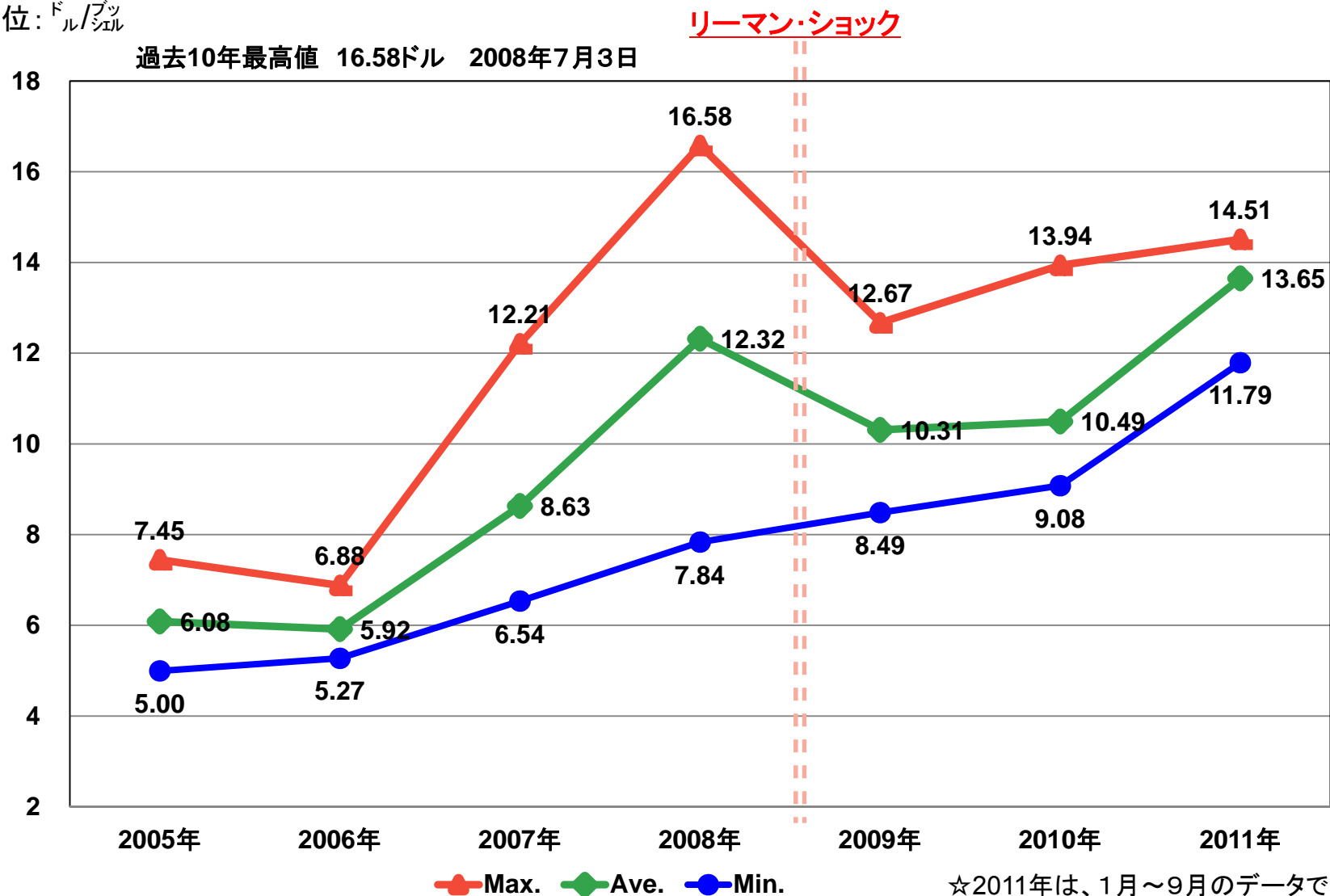
- 2010年後半は10～12ドル/ブッシェルの原料大豆先物相場であったが、ファンドの資金流入、新興国需要増などにより、2011年に入って上半期は13ドル半ば～14ドル後半/ブッシェルの高値で推移した。  
下期に入り大豆相場は11ドル後半～12ドル前半/ブッシェルと落ち着きを見せて来ているが、依然として高いレベルにある。
- 世界的に増え続ける穀物の需要に対して供給量の拡大には限界がある一方、欧州の債務危機や米国の景気後退、中国など新興国の景気減速リスクなどから、世界経済の先行きは不透明であり、穀物相場への影響が懸念される。

# 1. 業界を取り巻く環境③ シカゴ大豆相場の推移

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



単位:ドル/ブッシェル



# 1. 業界を取り巻く環境④

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



## ■ 原料相場の動向

### ● 鶏卵

- 2011年1月に発生した鳥インフルエンザ、3月の東日本大震災の影響により国内の鶏卵相場は急騰したが、6月頃より生産量は回復する一方、自粛ムードも相まって消費が低迷し、相場は夏場以降低調に推移している。
- 2011年度後半に餌付け羽数自体は減少しており、再び鳥インフルエンザの発生や消費の回復等により鶏卵需給がタイトになった場合に相場上昇の懸念があるが、今のところは現在のレベルで推移すると見ている。

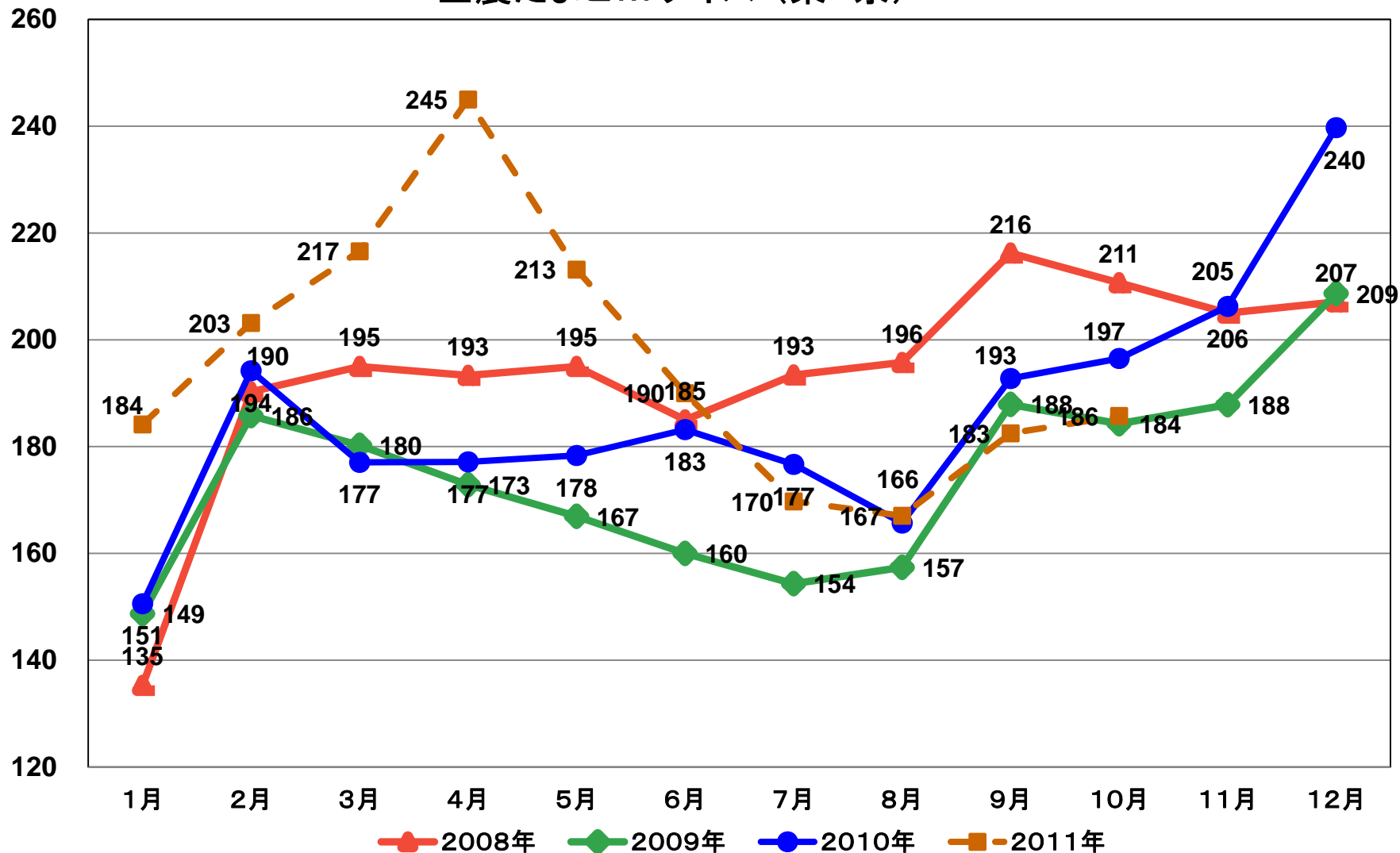
# 1. 業界を取り巻く環境⑤ 鶏卵取引価格の推移

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



単位:円/kg

全農たまごMサイズ(東京)



# 1. 業界を取り巻く環境⑥

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



## ■ 原料相場の動向

### ● 馬鈴薯(主力産地:北海道における状況)

- 作付面積は、昨年度の馬鈴薯全体の不作により、種芋の不足・生産者意欲の減退から前年比97.6%だが、生産量は、前年比10%増(970千トン)の見通しで、作付面積の減少を生産数量増(=反収増)でカバーした状況である。  
しかし、近年の異常気象の影響は否定出来ない。(過去5年間の平均生産量対比では97%)
- 絶対的生産数量を持つ北海道産に対し、各加工メーカーの引合いは強く、価格もやや強含みで推移の見通し。

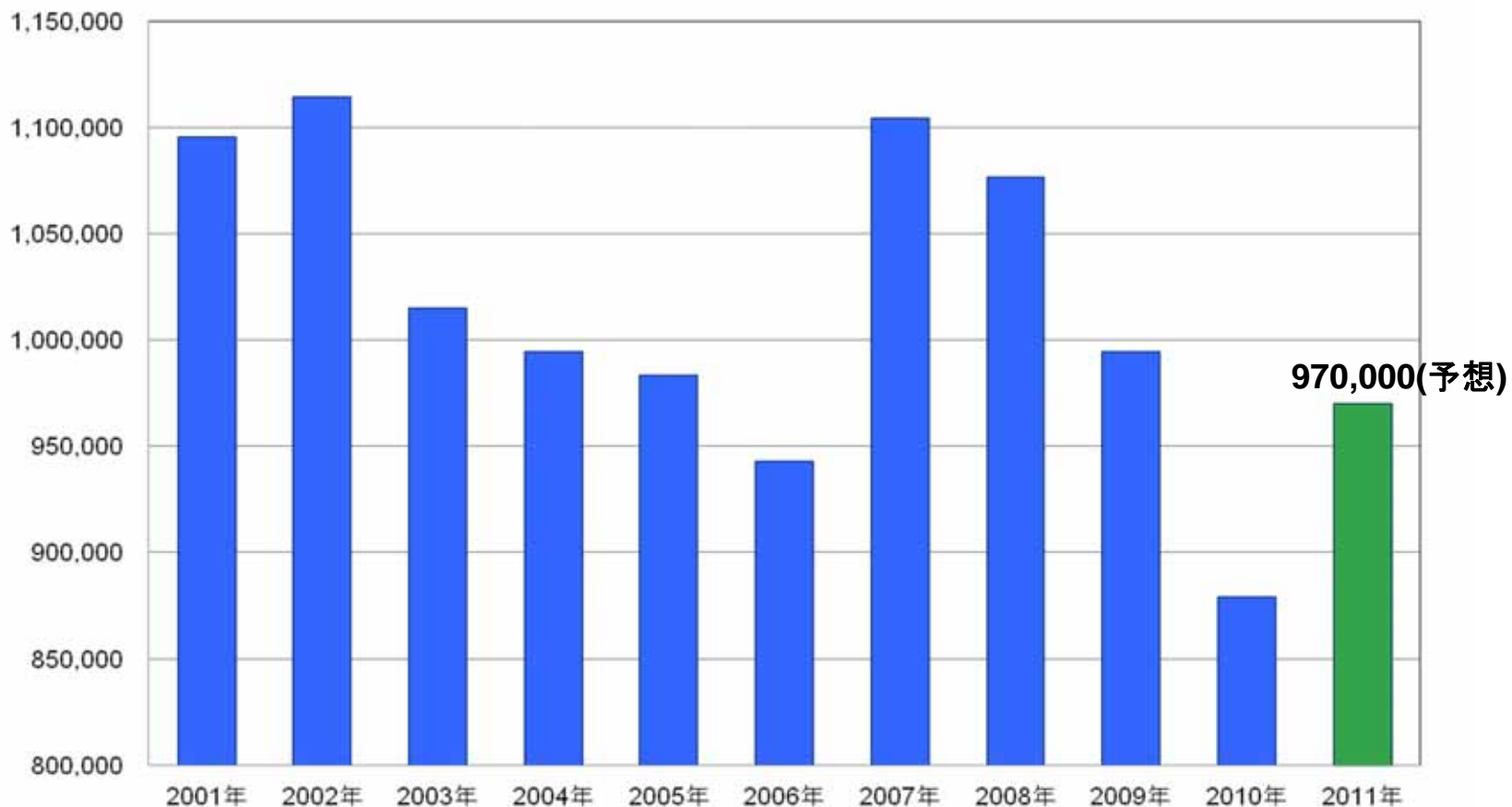
# 1. 業界を取り巻く環境⑦ 馬鈴薯生産量の推移

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



## ホクレン(北海道)

単位:トン



## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る①

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



### ◇ 国内事業の深耕と、すそ野の拡大

① サラダ → 総菜

- 食シーン・食スタイルの多様化への対応  
 外食・中食・内食の様々なシーンやスタイルに応じた  
 総菜を提案して行く
- サラダのノウハウを基盤としてデリカ(総菜)領域へ拡大  
 日本全国の郷土料理や和惣菜、世界のデリカにも進出

## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る②

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



### ◇ 国内事業の深耕と、すそ野の拡大

② マヨネーズ・ドレッシング →

ソース

- マヨネーズ・ドレッシングはソースの一分類  
包装形態を含めあらゆる可能性を追求する
- 東南アジアや欧米を始め特徴あるソースの展開  
「世界のソース」シリーズ販売開始(2011年10月発売)



## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る③

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



### ◇ 国内事業の深耕と、すそ野の拡大

③ タマゴ加工品 → 殻付きタマゴからタマゴ製品まで

- タマゴに絡むすべてに一貫したシステムを構築する  
「殻付き卵からゆで卵」  
「液卵から液卵の加工品」など
- すべての段階におけるこだわりと効率的な生産を目指す
- 西神戸工場に茹で卵及びタマゴサラダ生産ラインを増設  
(2011年2月)

## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る④-1

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



### ◇ 国内事業の深耕と、すそ野の拡大

④ 業務用メーカー  
(縁の下の力持ち)



市場演出型企业

- お客様を支える業務用メーカー(縁の下の力持ち)から、表舞台で市場を演出できる企業への進化を目指す
- 売り場を演出できる「サラダカフェ事業」に注力し、積極的な提案を進める

## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る④-2 サラダカフェ事業とは・・・

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



**コンセプト** : 「市場演出型企业」の実践として、「毎日なるほど納得サラダ」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、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、機能性（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）
- お客様からのレシピ投稿による商品化企画（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）

## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る④-3 サラダカフェShop展開

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



### ■ 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 イオンモール京都五条店
- 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)

#### 【看板商品 ミックスフルーツサラダ】



フルーツを美味しく食べられるよう、ソースにこだわったデザートサラダ。お子さんからご年配の方まで幅広い層に人気



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



● : Salad Cafe

● : 皿多屋

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

## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る⑤-1

Ⅱ.2012年3月期 業績予想



### ◇ 中国事業の拡大

#### ⑤ 東莞工場及び杭州工場の軌道乗せ

- 東莞工場(サラダ類・総菜類の生産)  
2011年 1月 設備増強完了
- 杭州工場(マヨネーズ・ドレッシング・ソース類の生産)の建設  
2011年10月 工場建屋が完成  
2012年 1月 稼働(予定)に向け内装工事中

## 2. 新たな成長を目指して、新しい「ケンコースタイル」を創る⑤-2 中国事業「杭州頂可食品」2012年1月稼動予定



- ◇ 延べ床面積 22,000m<sup>2</sup>(6,600坪)、西日本工場とほぼ同規模
- ◇ 10月下旬建屋が完成し、内装工事中

### 3. 2012年3月期業績予想(連結)

Ⅱ. 2012年3月期 業績予想



- 東日本大震災の影響や消費低迷の継続を見込みながらも、穀物相場の落ち着きを見通し、中期経営計画(KVR)最終年度の目標達成に注力し、売上高経常利益率3.6%を確保する。

単位:百万円・%

	2011年3月期 実績			2012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	50,629	100.0	-0.9	52,400	100.0	3.5
売上総利益	14,092	27.8	-1.8	-	-	-
販売管理費	11,319	22.4	-0.7	-	-	-
営業利益	2,773	5.5	-6.0	2,150	4.1	-22.5
経常利益	2,681	5.3	-6.0	1,900	3.6	-29.1
税金等調整前 当期純利益	2,443	4.8	-8.9	-	-	-
当期純利益	1,319	2.6	-8.8	900	1.7	-31.8
1株当たり 当期純利益	103円47銭			63円33銭		-40.14 <sup>(円)</sup>