

おかげさまで 東証二部に上場いたしました

株主の皆様におかれましては、平素より格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
当社の第55期第2四半期の決算概要がまとまりましたので、ここにご報告申し上げます。
また、当社は2011年3月24日に念願だった東証二部への上場を果たしました。
これもひとえに株主の皆様をはじめ関係各位のご支援の賜物と心より感謝申し上げます。

代表取締役社長 炭井孝志

Q. 当第2四半期の営業概況と 通期の見通しについて

A. 分野別対策チーム戦略が奏功し、
順調に売上数量を伸ばすことができました。

3月11日に発生した東日本大震災により、国内食品市場、ひいては当社の主戦場である業務用食品市場にどのような影響が出るか懸念していましたが、大きな混乱はなく当第2四半期の業績は順調に推移しました。
お客様のご要望に応じて徹底した提案をするために、外食、給食、ファストフード、コンビニエンスストア、製パン等の業種ごとに対策チームを作り、積極的な商品開発・新規開拓を行ったことで、当第2四半期の後半3カ月間においては非常に順調に売上数量を伸ばすことができました。これまでも新メニューの提案はもちろん、お客様の抱えている問題とともに解決することで事業を拡大してきましたが、当第2四半期はそうした姿勢がより業績に結び付く形となりました。
また、食用油をはじめとする原料価格高騰への対策として、全部門において事業計画の見直しや活動経費

の徹底的な削減等によるコストの吸収を進め、震災後、高騰していた鶏卵をはじめとする国内の原料事情も夏場以降は平常時の水準に戻ったことなどから、利益水準が回復し対期初計画で増益となりました。

通期業績については、これまでの取り組みに加え、次期中期経営計画策定への布石として、震災の影響で凍結していた事業計画を実行し、売上・利益ともに期初に掲げた目標通りに着地させたいと考えています。

Q. 最終年を迎えた中期経営計画の 進捗状況について

A. 新しい時代のどんな変化にも対応できる、
強靱で柔軟な筋肉質の体制・体質作り
向け、順調に進んでいます。

時代の変化に対応できる筋肉質の体制作りを進める中期経営計画「KENKO Victory ROAD」では、商品開発力と生産性の向上、経営の見える化、売上高経常利益率3%以上の確保を目標に掲げています。

商品開発力の向上については、特に食用油価格の相場変動に左右されにくい商品造りを目指して、新機軸商品の開発に力を入れてきました。ヘルシー志向にも対応する、油を使わない商品群についても一定の開発成果が現れてきています。生産性の向上としては、東西二拠点での生産体制の整備を進め、生産量は落とさずにコストの削減を図ることができました。特に、卵製品の製造ラインの更新・増強により事業拡大に向けた体制が整いました。今後はさらに生産拠点の合理化、取扱商品の拡大、生産設備の増強を進める投資を積極化していく計画です。

経営の見える化については、物流費、販促費等のコスト管理面でのIT化が大きく進捗し、今後の事業拡大に向け、規模に見合ったコスト管理ができる体制を整えることができました。数値目標である売上高経常利益率3%以上も達成できる見込みです。

Q. 今後のビジョンについて

A. サラダ料理・市場演出型企業・グローバル
企業をキーワードに、サラダ料理メーカーへ
と、成長の軌跡を描いていきます。

この下半期から次期中期経営計画にかけ、「サラダ料理」「市場演出型企業」「グローバル企業」の3つをキーワードに、「ケンコースタイルの創造」に邁進していきます。

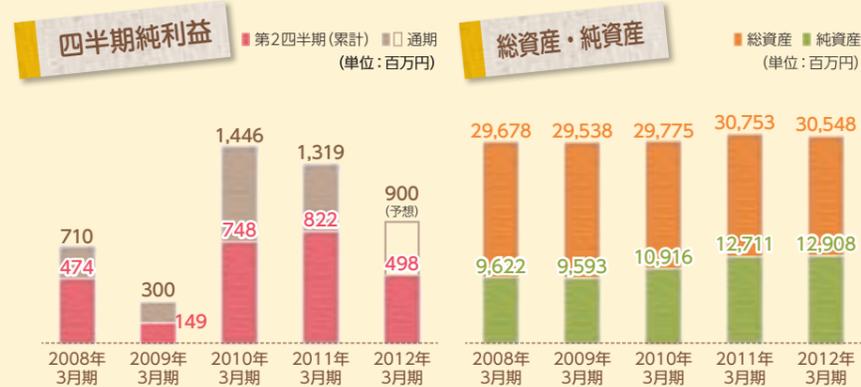
これまでも「サラダが主役」「サラダが主食」「サラダが食卓の王様」として商品の開発提案を続けてきましたが、これをさらに深く掘り下げ、「サラダ料理」というジャンルを確立させます。「サラダ料理」とは、従来から提唱しているように野菜をキーに他の食材を加え、マヨネーズ・ドレッシング・ソースで食べていただく料理のことであり、この「サラダ料理」という切り口を通じて、新たな市場を形成していきたいと考えています。

すでに一般消費者の方に向けて、百貨店などにサラダショップ「サラダカフェ」を出店しているほか、レシピなどの情報を発信・共有するwebサイトも展開しており、順調に認知率も向上し、売上高も堅調に拡大してきています。こうした取り組みは、一般消費者向け商品を拡大する方向に事業の舵取りを変更するというのではなく、店舗やレシピ情報の取り組みを通じて得られた成功例を当社の主力事業である業務用商品の世界にもお伝えするとともに、家庭用商品としての認知度も高めていく、そうした関連性のもとに「サラダ料理」が循環する「ケンコーサラダワールド」の確立を目指すものです。

また「ケンコーサラダワールド」構想を中国や東南アジアをはじめ海外へと拡げ、世界に通じるケンコーマヨネーズブランドへ発展させていきたいと考えています。

株主の皆様におかれましては、業務用のマヨネーズ・ドレッシングメーカーであったケンコーマヨネーズがサラダメーカーへと脱皮し飛躍していくその過程をぜひご覧いただき、成長を共有していただくとともに、さらなるご支援を賜りますようお願い申し上げます。

連結財務ハイライト



売上高のポイント
東日本大震災による自粛ムード、消費者の節約志向、デフレの継続の中、中期経営計画指針に基づく事業戦略・販促活動を推進し、前年同期比1.6%増となりました。

四半期利益のポイント
食用油等の原料価格高騰によるコスト増の影響が大きく、経常利益は前年同期比37.3%減、純利益は同39.4%減となりました。