

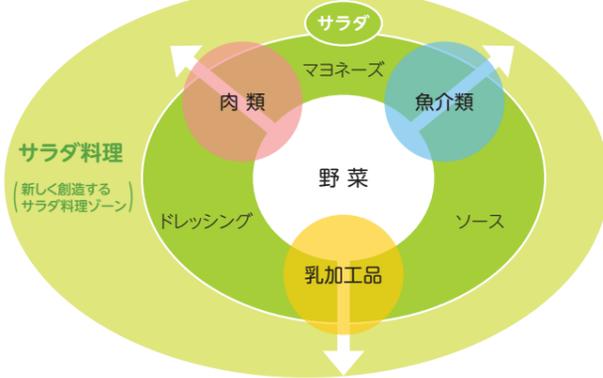
筋における最初の3年間の中期経営計画として、2009年4月から2012年3月まで『KENKO Victory ROAD (KVR)』を推進しました。

同中期計画では、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%以上の確保をテーマに、より筋肉質な体質の組織作りに取り組んできました。その最終年度である第55期は東日本大震災、原材料価格の高騰などに見舞われましたが、企業努力でそれらを克服し、中期計画の目標を達成できました。

これまでも「サラダ」を軸とした商品開発を進めてきましたが、さらに掘り下げて「サラダ料理」という新しいサラダの領域を確立することで新しい市場を形成し、縁の下の力持ちの「業務用メーカー」から「市場演出型企業」へと、より一層存在感を高めていくため、今期から新たにスタートしたのが『中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014』です。「市場演出型企業」への成長を果たすための戦略として、①サラダカフェ・ブランドの推進・浸透、②サラダ料理・世界のソースの情報発信、③事業領域の拡大、④グローバル企業への展開、⑤人材の育成といった5つの戦略を掲げさらなる企業価値向上を目指します。

まずサラダカフェについてです。この展開は当社のブランド浸透のために大きな役割を果たします。当社が業務用の業界で確固たる地位を築いているということは、「プロに認められた食品メーカー」であるということです。プロの世界で通用するプロの商品を皆様にもっと食べていただきたい、という想いを具現化したものがサラダカフェです。サラダカフェを通じて、業務用食品メーカーだった当社をもっとよく知っていただきたいと考えています。そこで首都圏強化の第一弾として小田急百貨店新宿店を2012年3月1日にオープンいたしました。こうした店舗の出店など、同ブランドの知名度向上を図るとともに、その店舗やWeb、書籍などを通じてのレシピの提

【サラダ料理の定義】



案なども積極的に発信し、様々な食スタイル・食シーンを演出できる企業作りを推進します。

また、今後さらなる成長を果たすためには海外事業の積極拡大も重要な戦略のひとつです。中国ではパンの消費が増加するとともに、日系企業の進出にもいっそう拍車がかかり、着実に当社のサラダ製品に対する需要も拡大しています。当社グループでは今年3月、杭州新工場を建設し、マヨネーズ・ドレッシング類を中心とした現地生産・販売体制を整えています。すでに稼働していた東莞のサラダ工場とリンクさせながら、当社の物流網・販売網を広げていくことで、中国市場の本格的な開拓を果たしていきたいと考えています。

さらにインドネシアにおいてマヨネーズ・ドレッシング類の現地生産・販売を担う合併会社を今期設立し、東南アジアへの事業展開も強化してまいります。

またサラダのみにとどまらず総菜全般へと事業領域を拡大する一方、マヨネーズ・ドレッシングについてもその枠にとらわれずソースの領域まで拡大します。そして、活発に情報発信を行っていくことで市場の演出に組み込み、幅広くソース類を手掛けるメーカーというポジションを確立したいと考えています。加えて、これまで当社が得意としてきたタマゴ加工品におきましても、その領域を



「殻付き卵」から「タマゴ製品」まで広げ、すべてに一貫したシステムを構築したうえで、各々の工程において事業機会の拡大を追求していきます。

Q. 第55期通期業績の概況と今期の見通しについて

A. ほぼ計画通りの実績。今期は増収増益を目指します。

第55期は事業環境が非常に目まぐるしく変化した一年でした。こうした環境下で当社グループは中期経営計画『KVR』の最終年度を迎え、「新たな成長を目指して、新しい『ケンコースタイル』を創る」という事業戦略を掲げ目標の完全達成を目指しました。

東京本社の「Cooking Labo TOKYO」へお客様を積極的ににお招きし、当社スタッフとの共同試作を通じ情報交換を進めたことなどの結果、売上高は前期比で増収を果たし、期初計画通りの着地となりました。

利益面では、マヨネーズ・ドレッシング類の主原料である食用植物油の配合比率を抑えた商品の開発と販売に力を入れるなど、穀物相場をはじめとする原料価格高騰への対策が功を奏し、経常利益、純利益は前期比

で減少となりましたが、期初に策定した計画を上回る実績を達成できました。

第56期につきましては、原発稼働停止に伴う夏場の電力供給不足が想定され、工場の安定操業等が不安視される一方、復興需要本格化などの景気底上げも期待されます。当社グループにとっては『中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014』の初年度に当たるため、全社一丸となって市場演出型企業としての存在感を高め、さらなる飛躍を図っていきます。

Q. 株主還元に対するスタンスについて

A. 「配当性向20%以上」を目標とし、中間配当も実施します。

当社は利益成長とともに株主還元も極めて重要な経営課題として捉え、かねてから「配当性向20%以上」という目標を掲げてきました。今後も株主や投資家の皆様の期待にお応えすべく、安定的な配当を行っていきたいと考えています。また、これまで当社は年1回(期末時)の配当を実施してまいりましたが、株主の皆様への利益還元の機会を増加させることを目的に、2013年3月期から中間配当を導入します。

当社は長い間業務用のマヨネーズ・ドレッシングやサラダに特化した事業を展開してきたため、当社事業への馴染みが薄い方々が少なくないかもしれません。しかし今後は東証一部上場企業として知名度の向上を図っていくと同時に、時代のニーズに応える商品をいち早く提供していくことで、つねに市場をリードしていきたいと考えています。当社グループが目指しているのは、「サラダ料理=ケンコーマヨネーズ」と世の中で広く認知されることです。引き続きご支援を賜りますよう、よろしく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

東京本社の「Cooking Labo TOKYO」へお客様を積極的ににお招きし、お客様との共同試作を通じての情報交換等を進めたことや数量アップ対策を積極的に進めたこと、また外食業界向けをはじめ、期間キャンペーンを行って新メニューの採用が続いた結果、前期比2.5%増となりました。

経常利益のポイント

原料価格高騰への対策として、食用植物油の配合比率を抑えた商品の開発と販売に注力したことや、生産工程の改善等による生産効率向上により合理化を進めた結果、経常利益は前期比22.7%減ではありましたが、計画比9.1%増となりました。