

市場演出型成長戦略を展開し サラダNo.1企業を実現します

平素より格別のご高配を賜り、
株主の皆様ならびに投資家の皆様に
厚く御礼申し上げます。
当社の第56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。

代表取締役社長 炭井孝志



Q. 当期の業績に対する評価を お聞かせください。

A. 計画していた取り組みは予定どおりに
進捗し、業績数字も計画値を超えて
着地することができました。

これまでも外食、コンビニエンスストア向けなどの
分野別チームによる商品開発・販売戦略に力を入れて
きました。当期は、その成果がより大きくでできました。
例えば、ファストフードの中にも複数の業態があります。
業態を細分化しながら提案対象を拡大していくことを意
識するとともに、各カテゴリー内においても、お客様そ
れぞれの個性を活かすメニュー提案に努めました。この
業態の細分化と個性の深掘りによる分野別個別対策を
強化して、提案の内容が深く豊富になった結果、お客
様層が厚くなり、取引先数が増加するなど、販売領域
の拡大が進みました。

また、東京本社メニュー提案設備である「Cooking
Labo TOKYO」において、ユーザー様や問屋の皆様と
ともに試作しながら、メニューを開発・提案する取り組
みを積極的に進めてきたことも結果として、この取
組みは、単に共同で行うというだけでなく、当社が消
費者の皆様向けに展開しているサラダショップ「Salad
Cafe」で培った知見や得られた成果など、新たな切り口
を加えることで相乗効果が生まれており、お客様との関
係もパートナー関係へと進展してくるなど、非常に機能
していると感じます。

こうした活動が奏功し、売上高が拡大したことで工
場の稼働率アップを実現し、利益を増加させる大きな要
因となりました。原料相場は下半期には上昇基調に転じ
ましたが、生産工程の改善や経費の圧縮などによる製
造コスト低減により吸収し、計画どおり増収増益を達成
することができました。

Q. 中期経営計画1年目の手応えは いかがでしょうか。

A. 市場演出型企業への成長に向け
取り組んでいる各テーマそれぞれに、しっ
かりとした手応えを感じることができました。

まず、「サラダカフェ」ブランドの確立・浸透において
は、認知度の向上に向け、出店数の拡大のみならず、
10種類以上の具材と3種類のソースを使用したロール
ケーキのようなサンドウィッチ「サラダロール」などユニ
ークな商品の展開、サラダ料理のレシピ集の発行など
を通じて認知度を高めました。

消費者の皆様、ユーザーの皆様説明することなく、
「サラダカフェ」のイメージが喚起されるようになると、
当社の存在価値がさらに高まってくると考えております。
強いブランドへと、もっとスピーディに育成していきたい
という想いもありますが、地道な取り組みの積み重ね
により、着目いただく機会が確実に増えてきており、段
階を踏みながらですが、着実に成果が上がってきている
と手応えを感じています。

また、「サラダ料理・世界のソースの情報発信」という
テーマを掲げたソース領域での商品展開の拡大も順調
に進んでいます。ソースというカテゴリーで見ると、日
本国内のみならず、世界各地で使われているおいしい
ソースがあります。そうしたソースを「世界のソース」と
して商品化し、これまで使っていなかった素材、提案で
きていなかった素材との組み合わせで新たなサラダ料理
のメニュー提案を考えていますが、1年目に早くも6商品
を新発売するなど、想定以上のスタートが切れたと認識
しています。

海外展開については、インドネシアにおける生産工
場の準備が着実に進行し、2013年7月の稼働予定と
なっています。また、中国展開については、売上高の
確保、規模の拡大を当面の目標に掲げていますが、確
実に出荷数が拡大してきています。

Q. 2014年3月期の取り組み、 今後の展開についてお聞かせください。

A. 1年目で進捗した取り組みの成果の延長線上で、
各テーマの深掘りやさらなる充実を図ることで、
次のステップへと挑んでいきます。

円安傾向にあるなか原料価格が上昇し、より生産性
の高いオペレーションが必要になっています。

当社はこれまでも、外的環境に左右されにくい経営体
質の確立に向け、おいしさの向上と品質の安定を実現し
つつ油の使用量を減らし、同時にさらなる生産効率の向
上を実現していく設備投資を実施してきたほか、事業領
域・商品領域の拡大を通じて、原料コストのリスク分散
にも努めてきました。こうした取り組みを着実に進めてき
たことで、現在は、安定的に利益を生み出しながら、よ
り前向きかつ積極的な投資を継続できる方向へと、多少
なりとも舵を切れたのではないかと捉えています。

2014年3月期は、大きな需要のあるタマゴ加工品に
対応して、事業領域のさらなる拡大に向け来期4月稼働
を予定している新工場・静岡富士山工場をしっかりと立
ち上げるとともに、西日本工場では、サラダや総菜類の
小型商品の展開を進めるために、小型タイプのファッシ
ョンデリカフーズ®(ロングライフサラダ)の製造ラインを導入
するなど、今後も事業運営の礎となる設備投資を継続
していく考えです。

さらなる企業発展に向け、この3か年中期経営計画
中にサラダ料理、サラダ文化の発信を中心としたサラダ
企業として、複合的な取り組みによる相乗効果を発揮し
ながら事業規模を拡大していくとともに、海外戦略もしっ
かりとやり遂げることで、ワンランク上の成長のステージ
を目指していきます。

今後も安定した経営の上に成り立つ、着実な成長を
追求しながら、ご期待にお応えしていきたいと考えてお
りますので、株主の皆様におかれましては、引き続き、
ご理解、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

外食、コンビニエンスストア向け等の分野別チームの取り組みの成果や、東京本社の「Cooking Labo TOKYO」におけるお客様との共同試作を通じた積極的なメニュー提案が売上高の増加へ大きく寄与し、二期連続の増収で過去最高の売上高を更新しました。

経常利益のポイント

前期と比較し原材料相場が落ち着きを見せており、収益改善への取り組みとしての生産工程の改善や経費の圧縮等による製造コスト低減等を実施した結果、経常利益は堅調に推移し、利益率が向上しました。