

楽しめる「サラダ料理」の普及を進めています。

前述した業態別チームでは、単なる商品の営業ではなく、お客様のニーズを踏まえた新しいメニューの提案を積極的におこなっています。20代、30代の若手メンバーも数多く活躍しており、彼らが自由な発想で新しい提案ができるように日々努力しています。

もともと当社は、業務用マヨネーズメーカーとしてスタートを切り、日本で初めてロングライフサラダという独創的な商品を開発して成長を遂げてきた歴史があります。常に次の時代を見据えた革新に挑む姿勢は、企業DNAとして今も受け継いでいます。

一方で、新しい挑戦や若手への権限委譲をおこなうためにも、ナレッジの共有が必要です。そのために、これまで培ってきた知識や技術、経験、情報などを全社で共有して、活用できる環境も整備しています。

こうした私たちのノウハウは日本のみならず、世界でも十分に通用すると見込んでいます。そして現在は30を超える国と地域へ、主にマヨネーズ・ドレッシング類を輸出。インドネシア共和国には製造・販売拠点を、カナダのバンクーバーには情報収集・情報発信のためのリサーチオフィスを設立し、積極的な海外展開に向けた足場作りを進めています。

株主の皆様へのメッセージをお願いします。

日本では少子高齢化に伴う人口減少が急速に進行しており、単身世帯や核家族が増加しています。共働き世帯も増えていき、外食や中食の需要がますます高まっていくことが予想されます。また、訪日外国人旅行者も、年間約2,000万人に上るまでになり、インバウンド需要もますます高まってまいりました。時代の趨勢を見ると、業務用食品市場に追い風が吹いていることに間違いはないでしょう。

しかしながら、追い風のなかでも社会に貢献できない企業は確実に淘汰されていくはずで、5年後、10年後も成長を続け、企業として生き残っていくためには、人々に信頼される存在にならなければなりません。

私たちの強みのひとつは、大胆な発想で革新的な商品を創り上げる開発力です。

同時に、お客様に求められる商品を実際に生産し、安定供給することはメーカーとしての責務であり、それと並行して品質の確保が欠かせません。特に人々の健康に携わる「食」を扱いますので、原材料の選別から適切な生産工程の採用まで

徹底して気を配り、安全・安心な商品をお届けすることが求められます。

今後も引き続き、商品開発力、生産能力、品質保証力の全てに磨きをかけてレベルアップしていく所存です。半歩先に踏み出す勇気を持ち、慎重かつ

細心の注意を払いながら、さらなる進化・成長を目指してまいります。

株主の皆様におかれましては、ぜひ当社の成長にご期待いただくとともに、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

中期経営計画 『KENKO Five Code 2015-2017』の進捗について

■ 中期経営計画期間中の数値目標・経営指標

	2016年3月期 (実績)	2018年3月期 (目標)
連結売上高(百万円)	66,933	75,000
連結経常利益率(%)	5.1	5.0%
自己資本比率(%)	45.6	50.0%
ROE(%)	11.2	8.0%以上をキープ



3つの戦略

1 『サラダNo.1 (Leading company)』のポジションを確立

- マヨネーズ・ドレッシング事業**
- 新ブランド製品の誕生 (『世界を旅するドレッシング』)
 - CVSや量販店向けにマヨネーズが伸長

- サラダ・総菜事業**
- 「和彩万菜」シリーズ3品追加(全6品)
 - CVS向け小型形態のロングライフサラダアイテム数増加

- ポテト事業**
- 付加価値のある商品の強化
「まるごと北海道」チーズポテトサラダ
「手作り風 ポテサラ」発売
 - 当社グループ総合フェア
「Neo ポテト World」コーナーでオリジナルポテトサラダ料理のご提案

- たまご事業**
- 「惣菜亭」シリーズ(全14品)が好調に推移
 - CVSや回転寿司向けに厚焼き卵・だし巻き卵が大幅に伸長

2 「サラダ料理」の更なる進化

- サラダカフェ ショップ展開**
- 2015年4月 Salad Cafe ルミネ立川店 OPEN
 - 2016年3月 WaSaRa 近鉄あべのハルカス店 OPEN
- メディア・情報発信**
- 2013年10月放送開始
ラジオ「サラダトーク〜お仕事カフェ〜」放送100回突破

- Webサイト**
- 積極的な業態別や季節のレシピ、トレンド情報の発信 (レシピ掲載数:2016年3月末時点で約1,220レシピ)

3 グローバル市場への積極展開を進める経営基盤強化

- インドネシア**
- 2015年11月 ハラル認証を取得した冷凍食品を日本へ輸出開始

- バンクーバーリサーチオフィス**
- 日本にはない新しい食文化をいち早くキャッチし、お客様へご提案する際に役立つ情報を発信

- 輸出事業**
- 35の国と地域に製品を輸出(2016年3月時点)
 - 海外での展示会に出展(2015年度 計6回)

利益配分に関する基本方針

当社グループは、株主の皆様への利益還元を経営の最重要課題と捉えており、収益性の向上と財務体質の強化に努めるとともに、継続的な安定配当を基本方針としております。

この方針のもと、配当性向20%を意識しながら、経営の継続性、事業の安定性にも配慮しつつ、当社の今後の成長と発展にあわせて、配当水準を高めていくことを目指しております。

