

# 着実な目標達成を意識し、 全社を挙げて 取り組んでいきます

株主ならびに投資家の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』も、いよいよ最終年度となりました。ここまでは環境の変化にも柔軟に対応し、着実に成果を上げることができました。残りの半年も気を引き締めて目標達成に取り組み、新たなスタートにつなげていけるよう努めてまいります。

代表取締役社長 **炭井孝志**



## Q 上期の事業環境と業績の振り返りからお聞かせください。

当第2四半期連結累計期間の当社業績は、連結売上高370億円、連結経常利益21億円、四半期純利益14億円となりました。

引き続き少子高齢化や人口減少に伴う深刻な人手不足に対応した、外食・中食市場向けの製品を中心に販売は堅調に推移しております。特にポテトサラダやマカロニサラダ、パンプキンサラダを中心とするロングライフサラダは、品質・味の向上と共にオペレーションの簡略化や、冷蔵で賞味期間15～60日(未開封の場合)という利便性により人手不足の顕著な外食産業を中心に販売が好調です。連結子会社で製造・販売する量販店向けの日配サラダも、中食需要の拡大から堅調に推移しています。コンビニエンスストアでは、お弁当や惣菜など中食の需要が引き続き旺盛であり、当社のタマゴ加工品やロングライフサラダ等の採用が進んでおります。

また、和惣菜がコンビニエンスストアや、外食、

量販店向けに採用されたほか、ファストフード向けにソース類が好調に推移しました。

## Q 中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』の進捗はいかがでしょうか。

これまでのところ、目標達成に向けて順調に進捗しているものと考えています。

『KENKO Five Code 2015-2017』では、①『**サラダNo.1(Leading company)**』のポジションを確立、②『**サラダ料理**』の更なる進化、③『**グローバル市場への積極展開を進める経営基盤強化**』という3つの経営戦略を掲げ、様々な施策に取り組んでいます。

まず、①『**サラダNo.1(Leading company)**』のポジションを確立 では、現在最も大きな取り組みとして、グループ生産拠点の再構築を進めています。生産体制の強化と生産効率の向上を図り増大するサラダ類等の需要に対応してまいります。

すでにグループ内の4つの工場の増築・新工場建設に着手しており、このうち連結子会社の(株)ダイエットクック白老と、(株)関東ダイエットクックの新工場は、来年前半には完成し、稼働する予定です。また、自社工場である静岡富士山工場および西日本工場の増設工事も、2019年3月までには完成する予定です。

商品開発においては、世界各国で親しまれている味を再現した『世界を旅するドレッシング®』シリーズや、低カロリー・低糖類・減塩のノンオイルドレッシング『トリプルバランス®』シリーズ、ご家庭でもプロの味を楽しめる『サラダのプロがつくった』サラダシリーズなど、時代のニーズに応える商品を開発し、常時ラインナップを拡充しています。

また、今年6月には「冷凍7種のグレインズミックス」が日本雑穀アワード 第1回業務用食品部門金賞を、8月には『和彩万菜®』シリーズが第21回業務用加工食品ヒット賞(和食部門)を受賞するなど、当社商品に対する業界内での評価も高まっています。

②『**サラダ料理**』の更なる進化 については、WebサイトやSNSを通じて季節のレシピやトレンド情報を発信し続けています。当社コーポレートサイトの掲載レシピ数は、すでに1,600を超えました(2017年9月末時点)。また、料理教室を定期的に開催するなど、当社のファンづくりにも地道に取り組んでいます。

『Salad Cafe』における取り組みも重視しています。今年4月には、和の素材を活かした**和サラダ**を提案する『WaSaRa』の関東1号店として『WaSaRa そごう横浜店』がオープンしました。

消費者との直接の接点となるサラダ専門ショップ『Salad Cafe』は、一般消費者の皆様には「サラダ料理」を発信し、親しんでいただく場であると同時に、ここで得たノウハウを業務用商品の開発やお客さまへの提案営業に活かしていくための情報収集の場でもあります。「サラダ料理」を広く社会に認知してもらうために、今後も堅実な店舗運営と、情報発信を進めてまいります。

そして、③『**グローバル市場への積極展開を進める経営基盤強化**』については、輸出事業に力を入れており、現在、欧州から、アメリカ大陸、オセアニアまで36の国と地域に商品を輸出しています(2017年9月末時点)。

最近では、船便の増加や関税手続きの効率化などを背景に、香港、台湾を中心とした東アジアへの輸出の可能性も増えてきております。包材を改良して日持ちを良くしたことで、香港へはロングライフサラダの輸出も可能になりました。

また、各国の市場特性を踏まえて、グルテンフリーやNO MSG(グルタミン酸ナトリウム不使用)のマヨネーズなどの海外向け商品を拡充するほか、使い勝手の良い小型形態の商品も展開しています。

このほか、海外の展示会へも積極的に出展しており、今年度は香港や中国、英国での展示会にも出展しました。

## Q 株主の皆様へメッセージをお願いいたします。

この下期は、中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』の総仕上げの期間となります。ここまで順調に推移しているものの、今後の成長へとつなげるためにも、ここでしっかりと目標を達成することが重要だと考えています。残りの期間も、より一層気を引き締めて取り組んでまいります。すでに下期に向けてお客さまへの提案活動は始まっており、具体的に動き出している案件も多数あります。

業務用食品業界は、少子高齢化による人口減少に加え、業種業態間の競合がますます激しくなっている中、当社は分野別・業態別チーム体制を通じて、各業態のお客さまのニーズにきめ細かく応えてまいりました。今後も積極的な商品開発とメニュー提案をより一層強化していき、プロの食の世界における当社の存在感をさらに高めていけるよう努めてまいります。