

また、ヘルシー志向の影響で和食に注目が集まるなか、和惣菜ブランド「和彩万菜」シリーズの拡充を図るほか、サラダの枠を超えて様々な料理にも活用できるポテトやタマゴにおいて、付加価値の高い新商品の開発を進めています。

「サラダ料理」を広く世の中に発信していくため、消費者の皆様との直接の接点であるサラダ専門ショップの運営もおこなっています。メインブランドの「Salad Cafe」をはじめ、和サラダ専門ブランド「WaSaRa」、三越日本橋本店の「自遊庵 嗜み処」の運営を手掛けていますが、2017年3月には、じゃがいもとたまごをメインにした和惣菜を提案する新ブランド「いもたまや」が伊勢丹新宿店にオープンしました。

グローバル展開については、現在37の国と地域に商品を輸出しており、海外の展示会にも積極的に出展しています。また、バンクーバーリサーチオフィスを活用して海外の食のトレンドなどの情報収集を進めながら、市場の特性を踏まえた商品を投入し、一歩ずつ、確実に事業の拡大を図っていきます。

株主の皆様へのメッセージをお願いします。

ケンコーマヨネーズは、業務用食品メーカーとして創業以来培ってきたメニュー提案力を武器に事業を

拡大してきました。今では一般的となったごぼうサラダやパンプキンサラダという商品を提案し、世の中に広めた実績がそれを裏付けています。

少子高齢化や人口減少の進展は、食品業界にとって逆風であることは確かですが、女性の社会進出や単身世帯の増加により、外食・中食の市場はむしろ拡大しています。食品スーパーの日配サラダやコンビニエンスストアのお弁当など、買ってすぐに食べられる総菜のニーズが高まっており、当社への引き合いも増えています。外食チェーンでは、人手不足によりオペレーションの簡略化を図りたいと日持ちのするロングライフサラダの販売が好調です。東京オリンピックパラリンピック開催を控え、インバウンド需要も望めるといふ点で、業務用食品市場には多くのチャンスがあると考えています。

もちろん、その中で競争を勝ち抜くのは簡単ではありません。私たちは、商品開発、メニュー提案、生産、販売の各担当によって構成された分野別・業態別チームを組織し、きめ細かくお客様の課題に向き合い、新たなメニュー提案を続けています。一人ひとりが徹底してお客様に寄り添い、パートナーとしてお客様に信頼される存在であり続けることができれば、会社のさらなる成長につながると信じています。

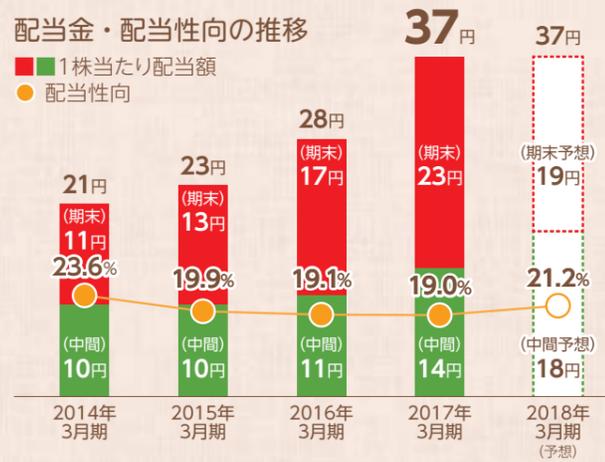
私たちは今後も目標に向けて、たゆまぬ努力と創意工夫を続けてまいります。

株主の皆様におかれましては、今後ともより一層のご支援とご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。

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。



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

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



3つの経営戦略

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

- 商品ブランド、シリーズの強化
- 生産能力の向上

サラダ・総菜類

和彩万菜
「和彩万菜。」(全11品)

「第3回介護食品コンクール」2品受賞!

「まごころ食彩。」
まごころ食彩。冷凍かぼちゃサラダ(左)
まごころ食彩。冷凍ふくご焼き(右)

「サラダのプロがつくった」
サラダシリーズ(全8品)

■御殿場工場
2016年4月:ロングライフサラダ製造ラインの増強
→多品種、多様な形態への対応が可能に。

マヨネーズ・ドレッシング類

「世界を旅するドレッシング。」(全4品) 「トリプルバランス。」(全3品)

■西日本工場
2016年6月:ドレッシングラインの増強
→賞味期間延長、フレキシブルな形態への対応が可能に。

タマゴ加工品

「惣菜亭。」
リニューアル発売(全12品)

■厚木工場
2017年3月:
タマゴサラダ製造設備の増強
→拡大する需要へ対応。

2 「サラダ料理」の更なる進化

～認知度・ブランド力の向上に向け、多面的な活動を実施～

ドレッシングの日

- 8月24日が「ドレッシングの日」と一般社団法人 日本記念日協会に登録認定



サラダドレッシングパーティーの様子



ドレッシングタワー

メディア

- ABCラジオ・TBSラジオ
- 「サラダトーク～お仕事カフェ～」放送3年目に突入

SNS

- 公式ツイッターにてイベントやキャンペーンを実施
- ケンコーマヨネーズ、サラダカフェ公式ツイッター →フォロワー数:各1.9万人突破(2017年3月末時点)

WEBサイト

- 業態別や季節のレシピ、トレンド発信
- レシピ掲載数:約1,500レシピ(2017年3月末時点)

料理講習会

- サラダカフェ・ケンコーマヨネーズがそれぞれ、東京・大阪にて開催(計15回)(2017年3月期実績)

Salad Cafe 店舗展開

- 2017年3月「いもたまや 伊勢丹新宿店」オープン
- 2017年4月「WaSaRa そごう横浜店」オープン
- 三越日本橋本店 イートインスペース「自遊庵 嗜み処」オープン1周年

3 グローバル市場への積極展開を進める経営基盤強化

輸出販売の強化

- 37の国と地域へ輸出を実施(2017年3月末時点)
- マヨネーズ・ドレッシング類は賞味期間延長によりアイテム数増加
- バンクーバーリサーチオフィスより情報収集をおこない、海外市場のニーズに合わせた商品の開発・検討
- ロシアやフランスでの展示会にて当社製品の認知度向上を図る

インドネシア事業

- 市場開拓、メニュー提案の強化
- 日系企業のインドネシア進出が加速 →当社の強みを最大限に活かした販売活動の実施



モスクワでの展示会(2016年10月)