

# 4つの工場を軸に事業を拡大し、持続的な成長・発展を目指してまいります。

株主・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。2018年度は、おかげさまでグループ生産拠点構想に基づく4つの工場の新設・増築が無事に完成いたしました。今期以降の成長の原動力とし、持続的な成長・発展を目指してまいります。



代表取締役社長 炭井孝志

## Q. 2018年度業績の振り返りについてお聞かせください

当連結会計年度の当社業績は、連結売上高739億円、連結経常利益31億円、当期純利益22億円で、増収減益となりました。

売上面では、マヨネーズ・ドレッシング類につきまして、外食やコンビニエンスストア向けにソース類が伸長したほか、タルタルソースやバターソースなどの商品も好調に推移しました。タマゴ加工品につきましては麺用の錦糸卵やお弁当用のだし巻き卵、オムライス用のスクランブルエッグがコンビニエンスストア向けを中心に増加しました。

一方、サラダ・総菜類につきましては主力商品の1kg形態や小型形態のポテトサラダが減少したほか、外食チェーンをはじめとしたメニュー変更の影響などにより明太子、コーンなどを使用した商品が減少となりました。

利益面では、新工場の立ち上げから軌道乗せまでに係る費用や人件費の上昇により減益となりましたが、2018年11月に発表した業績予想の修正値を上回る結果となりました。

## Q. 中期経営計画1年目の手応えはいかがですか

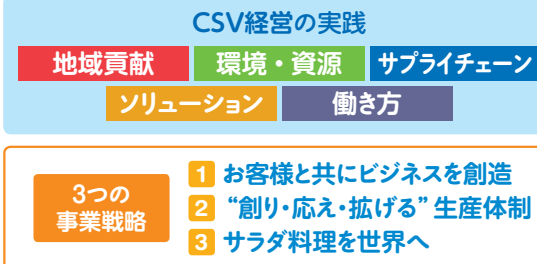
昨年4月よりスタートしました中期経営計画「KENKO Value Action ～価値の創造～」は当社グループの企業理念である「食を通じて世の中に貢献する。」を実践することにあります。そこで、「CSV経営」を掲げ社会と企業の双方に価値を生み出す企業活動を軸とすると共に、会社の方向性として3つの事業戦略を策定し、「サラダNo.1企業」として成長・発展することを目指しております。

はじめに、グループ生産拠点構想に基づく4工場の新設及び増築につきましては、おかげさまで無事に完了することができました。株主の皆様には、多大なるご支援をいただきましたこと、改めて御礼申し上げます。

昨年4月、6月にそれぞれ稼働を開始したダイエットクック白老新工場、関東ダイエットクック 神奈川工場では、フレッシュ総菜の生産能力を強化し、食品スーパー様向けに販売を拡大しております。またダイエットクック白老新工場では、調理の効率化に役立つ素材系ポテト商品、関東ダイエットクック 神奈川工場では、肉類や魚介類を使用した主菜型商品の販売も強化しております。

今年2月、4月にそれぞれ稼働を開始した静岡富士山工場 第2工場、西日本工場の増築を合わせた

## KENKO Value Action



### “サラダNo.1企業”として成長・発展しつづける

4つの工場を中心とした生産体制の強化、生産能力の平準化を進め、今期以降の成長の原動力としていくと共に、労働時間の削減等、働き方改革にも連動させてまいります。

次に「グローバル化」の推進につきましては、訪日外国人観光客数の増加や、海外での日本食ブーム等により、ますます重要なテーマとなっており、今後の成長戦略の核とするべく様々な取り組みを進めております。

当社では、カナダ・バンクーバーにある情報収集拠点を軸とし、多様化する世界の食に関する情報を日本へフィードバックし、商品・メニュー開発に生かす取り組みを強化しております。

海外拠点としましては、インドネシアに加え、昨年12月より三井物産株式会社と共同で米国中食メーカーの株式を取得し、北米事業をスタートさせました。

今後、成長する米国中食市場参入への足掛かりとしてまいります。

また、お客様のニーズに合わせた、商品開発も進めてまいりました。健康・ヘルシー志向を意識したノンオイルドレッシングシリーズ『トリプルバランス®』や和惣菜シリーズ『和彩万菜®』など商材別シリーズ商品のラインナップを拡充させてまいりました。

今後も、健康・ヘルシー、機能性、



焼き鯖と香味野菜のサラダ



トリプルバランス®  
ノンオイル 和柑橘

形態、グローバルなどを切り口に付加価値の高い商品を開発することで、より多くのお客様に当社の商品を選んでいただけると考えております。

## Q. 2019年度の見通しについてお聞かせください

昨今の食を取り巻く環境は、人口減少や少子高齢化をはじめとした国内の世帯構成の変化や女性の社会進出等、ライフスタイルの変化が進み、中食市場は拡大しております。また外食業態を中心に人手不足が深刻化しており、調理の効率化が喫緊の課題となるなど食を取り巻く環境は変化を続けております。そうした環境の中、コンビニエンスストア向けのお弁当や惣菜、食品スーパー向けのフレッシュ総菜、また外食業態向けのロングライフサラダなどは今後も需要が見込まれます。

2018年度に完成いたしました4つの工場を大いに活用し、社会に広がるそうした需要を取り込むことで販売数量を拡大してまいります。また、生産体制の強化、生産能力の平準化を今後一層進めていき、2020年3月期は連結売上高760億円、連結経常利益33億円を目指してまいります。

## Q. 株主の皆様へのメッセージをお願いします

私たち業務用食品メーカーを取り巻く環境は、国内外問わず目まぐるしく変化しており、そうした変化を敏感に感じ取ることが持続的な成長・発展につながると信じています。

2018年度に我々が行った取り組みは、中食市場の拡大や人手不足、グローバル化など様々な環境の変化に対応しながら、今後持続的な成長・発展を目指す上での基盤を更に強固にするための施策です。今期はその取り組みを発展させ、ステップアップさせる時期となります。中期経営計画「KENKO Value Action ～価値の創造～」のもと、2年目も全社一丸となり着実に取り組みを進めてまいります。

株主の皆様におかれましては、我々の挑戦にご期待いただくと共に引き続きご支援のほど宜しく申し上げます。