



炭井 孝志 社長

ケンコーマヨネーズ株式会社(2915)



企業情報

市場	東証1部
業種	食料品(製造業)
代表者	炭井 孝志
所在地	東京都杉並区高井戸東 3-8-13
決算月	3月
HP	https://www.kenkomayo.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(自己株式を控除)		時価総額	ROE(実)	売買単位
2,331円	16,475,422株		38,404百万円	7.2%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
31.00円	1.3%	142.64円	16.3倍	1,996.95円	1.2倍

*株価は06/07終値。

連結業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主帰属利益	EPS	DPS
2016年3月(実)	66,933	3,436	3,426	2,085	146.76	28.00
2017年3月(実)	70,812	3,987	4,017	2,867	194.88	37.00
2018年3月(実)	72,759	4,173	4,149	2,877	174.65	37.00
2019年3月(実)	73,989	3,116	3,145	2,296	139.40	30.00
2020年3月(予)	76,000	3,300	3,300	2,350	142.64	31.00

* 予想は会社予想。単位は百万円、円。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2019年3月期決算概要](#)
 - [3. 2020年3月期業績予想](#)
 - [4. 中期経営計画「KENKO Value Action ～価値の創造～」の進捗状況](#)
 - [5. 今後の注目点](#)
- [＜参考:社会・環境活動＞](#)
[＜参考:コーポレート・ガバナンスについて＞](#)

今回のポイント

- 19/3期は前期比1.7%の増収、同24.2%の経常減益。新工場・新ラインの稼働による生産増で総菜関連事業等の売上が増加したものの、ポテトサラダの苦戦で調味料・加工食品事業内のサラダ・総菜類の売上が減少。売上が伸び悩む中、一部工場での生産軌道化の遅れで営業費用が期初の想定を上回った。ただ、期末にかけて生産が軌道に乗り、4Q(1-3月)は前年同期比5.5%の経常増益。1株当たり15円の期末配当を予定しており、上期末配当と合わせて年30円(配当性向21.5%)。
- 20/3期予想は前期比2.7%の増収、同4.9%の経常増益。ポテトサラダが前期3Q以降、回復基調にあり、全てのセグメントで売上が増加する見込み。4月には西日本工場の新ラインが稼働を開始した。資材コストや物流費・人件費が増加するものの、売上の増加と生産性改善で吸収する。配当は31円(上期末15円、期末16円)を予定(配当性向21.7%)。同社は配当性向20%を意識して、業績に応じて配当を実施していく考え。
- コンビニの出店抑制や消費増税等、懸念材料はあるものの、中食市場の拡大や人手不足への対応で同社のビジネスチャンスも拡大する。また、食に対する価値観の多様化等で新商品開発の余地も大きい。20/3期は、期初予想にどれだけ上積みできるか注目していきたい。

1. 会社概要

サラダ類を主力とする業務用食品メーカー。業務用のマヨネーズ専門メーカーとしてスタートし、マヨネーズ・ドレッシング類を基盤としつつ、サラダ・総菜類やタマゴ加工品を拡大させており、連結子会社を通して食品スーパー向け等のフレッシュ総菜も手掛ける。日持ちのするサラダ「ロングライフサラダ」のパイオニアでもあり、ごぼうサラダやパンプキンサラダなどサラダとしてあまり使われていなかった食材を使用したサラダ等、特長ある商品を送り出し、ロングライフサラダでは、発売当時から現在に至るまでトップシェアを堅持。マヨネーズ・ドレッシング類で2位、卵焼き類で3位(富士経済「食品マーケティング便覧」を基に同社推計)。

グループは同社(7工場)の他、連結子会社7社10工場とインドネシアに拠点を置く持分法適用関連会社PT.Intan Kenkomayo Indonesia。同社がマヨネーズ・ドレッシングやタマゴ加工食品等の製造販売を行い(調味料・加工食品事業)、連結子会社がフレッシュ総菜等の食品スーパーへの販売等を行う(総菜関連事業等)。同社の生産拠点は、厚木、山梨、御殿場、静岡富士山、西日本(京都)、神戸、西神戸。

【企業理念～食を通じて世の中に貢献する～】

企業理念は、同社グループの社会における存在意義を示すもの。当初の企業理念は「食品を通じて世の中に貢献する。」だったが、Web等を利用した様々な情報発信や地域住民との食育活動等、企業としての活動領域が「食品」から広がった事を受け、「食」に改めた。同社は、食育活動、フードバンク活動の支援、国際社会への貢献活動等、食に係る様々な商品・サービス・情報の提供を通じて社会貢献している他、廃棄物の削減、省エネ、高付加価値リサイクルといった環境面での取り組みも進めている。

【グループ経営理念～心身(こころ・からだ・いのち)と環境～】

グループ経営理念は、企業理念に基づく同社グループの思いを示すもの。「企業活動を通じて関係する全ての方の心と身体、生命を大切にしたい、また命の源となる食べ物を育む地球環境に係る問題に真摯に取り組んでいきたい」と考えている。

【グループ経営方針～サラダ No.1 企業を目指す。品質、サービスで日本一になる。～】

グループ経営方針は、経営理念に基づき、同社グループの目指すべき方向性を示すもの。目指すところは「サラダが主役、サラダが主食、サラダが食卓の王様になれる企業」であり、「サラダという切り口での市場の演出」、「サラダ料理というジャンルの確立」にも取り組んでいる。そして、「顧客満足度向上のために安全・安心・高品質な商品を提供する事はメーカーの責務である」との考えの下、より高い品質・サービスを目指して努力を続けている。

【事業内容】

事業セグメントは、サラダ・総菜類、タマゴ加工品、マヨネーズ・ドレッシング類の製造・販売を行うケンコーマヨネーズ本体の事業である調味料・加工食品事業、連結子会社の事業である、フレッシュ総菜(賞味期間 1～2 日の日配サラダ、総菜)の製造・販売とグループ内製造受託の総菜関連事業等、及びショップ事業(Salad Cafe)と海外事業のその他に分かれる。

19/3 期の売上構成比は、それぞれ 80.7%(18/3 期 82.7%)、17.7%(同 15.6%)、1.6%(同 1.8%)。商材別では、サラダ類 44.3%(同 44.6%)、タマゴ類 29.0%(同 28.8%)、マヨネーズ・ドレッシング類 24.5%(同 24.4%)、その他 2.2%(同 2.2%)。販売先分野別では、ファーストフード・ファミリーレストラン等の外食 27.9%(同 26.1%)、コンビニ 27.4%(同 28.3%)、食品スーパー等の量販店 22.9%(同 21.9%)、製パンメーカー等のパン 13.3%(同 13.5%)、給食 4.5%(同 4.6%)、生協や業務用キャッシュ & キャリー等のその他 4.1%(同 5.6%)。

調味料・加工食品事業

① サラダ・総菜類(ロングライフサラダ、フレッシュサラダ、和惣菜等)

同社は日本で初めて日持ちするサラダ“ロングライフサラダ”を開発した。「ごぼうサラダ」などを世の中に広めたのも同社が初めてである。この日持ちするロングライフサラダは“FDF®(ファッションデリカフーズ®)”というブランドで、外食産業・製パン業・コンビニエンスストア等で利用されている。業界初のロングライフサラダの販売メーカーとして、更には No.1 シェアを誇り市場を牽引するメーカーとして、継続的に商品開発に取り組んでいる。

ポテトグラタンパン



【メニュー例】
ケンコーリファイン
ポテトサラダ

幕の内弁当風
おにぎりサラダ

【メニュー例】
和彩野菜@きんぴら
ごぼう

ペンネの
チーズフォンデュグラタン

【メニュー例】
チーズフォンデュ
フィリング

揚げ鶏の
さっぱりたまねぎソースがけ

【メニュー例】
サラダ用ベース
たまねぎ



(同社 Web サイトより。以下同じ)

② タマゴ加工品(フレッシュエッグ、卵焼き、錦糸卵等)

サンドイッチや総菜パンの具材として使われるタマゴサラダ、弁当に入れる厚焼き卵、冷し中華にのせる錦糸卵、おでんの煮卵等、タマゴ加工品全般を生産。2014 年 4 月には殻付卵から製品までの一貫ラインを整備した焼成たまご専用工場静岡富士山工場が稼働した。

とろ〜りたまごのオムナポリタン



【メニュー例】
レンジでお手軽とろ〜りたまご

厚焼き卵サンド



【メニュー例】
惣菜亭®厚焼き卵

③ マヨネーズ・ドレッシング類 (マヨネーズ、ドレッシング、クッキングソース等)

同社の基盤事業であり、創業期から業務用メーカーとしてプロフェッショナルな顧客の要望に応じて、様々なマヨネーズやドレッシングを開発してきた。冷凍食品向けに開発したダイス状の固形タイプ、ポテトチップスなどの菓子類に振りかけてマヨネーズ味にする粉末タイプのもの等はその一例である。

エッググリーンサラダ



【メニュー例】
欧風マヨネーズ

ベーコンと夏野菜の
グリルサラダ

【メニュー例】
トリプルバランス ノンオイル たまねぎ

グリーンサラダ



【メニュー例】
ハーブと野菜のレッシング

総菜関連事業等

スーパーマーケットや量販店向けのフレッシュ総菜(日配サラダ、総菜)類の製造・販売を担っている。主要商品であるポテトサラダは、常に高品質な商品をお届けするために、産地・季節ごとの品種・産地リレーを行い、素材を生かした商品づくりに徹している。

その他

サラダカフェ事業

ケンコーマヨネーズグループの中で唯一エンドユーザーとの接点を持ち、ショップ、Web の双方からエンドユーザーの声をグループ全体に届けると共に、エンドユーザーに対して情報発信している。出店は、主要ターミナル駅にある百貨店や駅ビル、スーパー等。現在の店舗数は16店舗。

海外事業

同社は40を超える国と地域に商品を輸出している。東南アジア最大の人口を誇るインドネシアは、急速な経済成長によって食文化の多様化が進んでおり、更なる需要拡大が見込まれるため、2012年にPT.Intan Kenkomayo Indonesiaを設立。2013年には製造工場が竣工し、現地での製造・販売体制を確立した。また、2015年には北米や欧州を中心とする食にまつわる情報収集拠点として、カナダにVancouver Research Officeを開設した。市場演出型企業として、新しい食文化をいち早くキャッチし、情報発信していく考え。尚、海外事業は持分法適用会社のため、売上高には含まれない。

【製造・販売ネットワーク(国内:自社7工場、連結子会社7社10工場)】

全国に自社7工場、連結子会社7社10工場を展開し、地域に密着した生産体制を構築している。フレッシュ化への対応、変種定量、顧客仕様への対応等、顧客ニーズに対応した生産が強み。

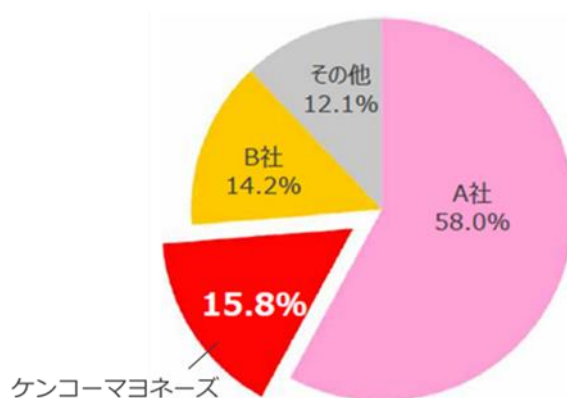


(同社資料より)

【業界ポジション(同社資料より)】

マヨネーズ・ドレッシング類

2018年の市場規模(見込み)は2,168億円。同社は生産量で業界2位。



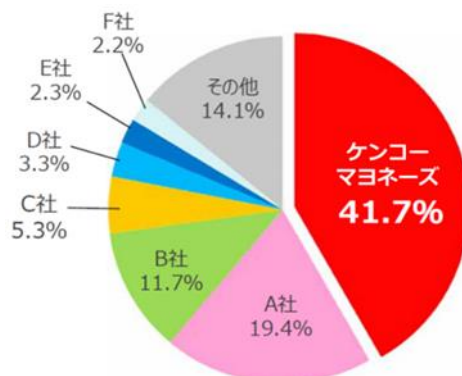
市場規模の推移

	2014	2015	2016	2017	2018(見)	2019(予)	2023(予)
販売量(トン)	426,800	431,900	436,200	442,700	441,050	445,400	458,300
販売額(百万円)	201,850	204,450	207,100	217,400	216,800	219,450	226,100

* 販売量はメーカー出荷ベース。富士経済「食品マーケティング便覧」を基に同社作成。以下同じ。

ロングライフサラダ

2018年の市場規模(見込み)は643.5億円。同社はロングライフサラダのパイオニアとして圧倒的No.1シェアを堅持している。

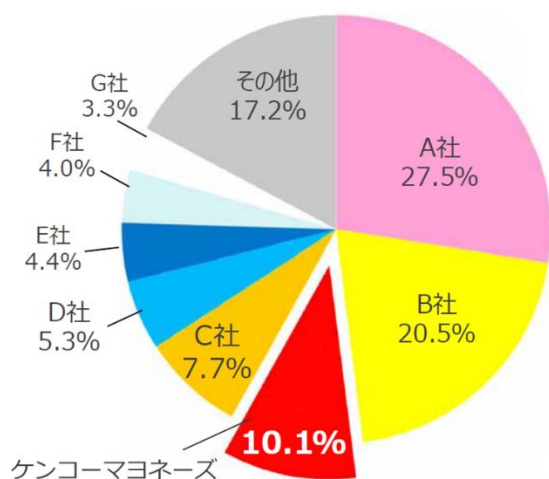


市場規模の推移

	2014	2015	2016	2017	2018(見)	2019(予)	2023(予)
販売量(トン)	119,000	119,000	119,800	123,700	125,300	126,800	128,900
販売額(百万円)	60,300	60,450	61,000	63,350	64,350	65,300	67,000

卵焼き類

2018年の市場規模(見込み)は614.5億円。同社は後発ながら、販売額で業界3位。シェア拡大が続いており、更なるシェア拡大を目指している。



【参照：卵焼き類 ケンコーマヨネーズの業界シェア推移】



	2014	2015	2016	2017	2018(見)	2019(予)	2023(予)
販売量(トン)	81,400	82,200	84,750	85,500	86,100	86,700	88,300
販売額(百万円)	58,000	58,700	60,500	61,050	61,450	61,850	63,000

2. 2019年3月期決算概要

	18/3期	構成比	19/3期	構成比	前年同期比	修正予想	予想比
売上高	72,759	100.0%	73,989	100.0%	+1.7%	74,500	-0.7%
売上総利益	18,922	26.0%	18,210	24.6%	-3.8%	-	-
販管費	14,748	20.3%	15,094	20.4%	+2.3%	-	-
営業利益	4,173	5.7%	3,116	4.2%	-25.3%	2,920	+6.7%
経常利益	4,149	5.7%	3,145	4.3%	-24.2%	3,000	+4.8%
親会社株主帰属利益	2,877	4.0%	2,296	3.1%	-20.2%	2,270	+1.2%

* 数値には(株)インベストメントブリッジが参考値として算出した数値が含まれており、実際の数値と誤差が生じている場合があります(以下同じ)。

* 単位:百万円

前期比 1.7%の増収、同 24.2%の経常減益

売上高は前期比 1.7%増の 739 億 89 百万円。主力商品のポテトサラダの苦戦等で調味料・加工食品事業の売上が同 0.7%減少したものの、ダイエットクック白老新工場(2018年4月)及び関東ダイエットクック神奈川工場(同年6月)の稼働効果で総菜関連事業等の売上が同 15.7%増加した(この他、2019年2月に静岡富士山工場新ライン稼働)。

経常利益は同 24.2%減の 31 億 45 百万円。新工場関連費用(ラインテスト、消耗品等)と工場を中心とした人件費の増加で営業費用が 708 億 72 百万円と同 3.3%増加。為替差損が発生したものの、持分法投資損益の改善(△94 百万円→3 百万円)等で営業外損益が改善した。

商材別売上高

	18/3期	構成比	19/3期	構成比	前期比
サラダ類	32,458	44.6%	32,806	44.3%	+1.1%
タマゴ類	20,964	28.8%	21,438	29.0%	+2.3%
マヨネーズ・ドレッシング類	17,777	24.4%	18,149	24.5%	+2.1%
その他	1,560	2.2%	1,596	2.2%	+2.3%
連結売上高	72,759	100.0%	73,989	100.0%	+1.7%

* サラダ類には同社本体で製造販売し日持ちのするロングライフサラダに加え、連結子会社の消費期間が1日~2日間のフレッシュサラダ、サラダカフェ店舗のサラダの売上も含まれている。

* 単位:百万円

分野別売上構成比

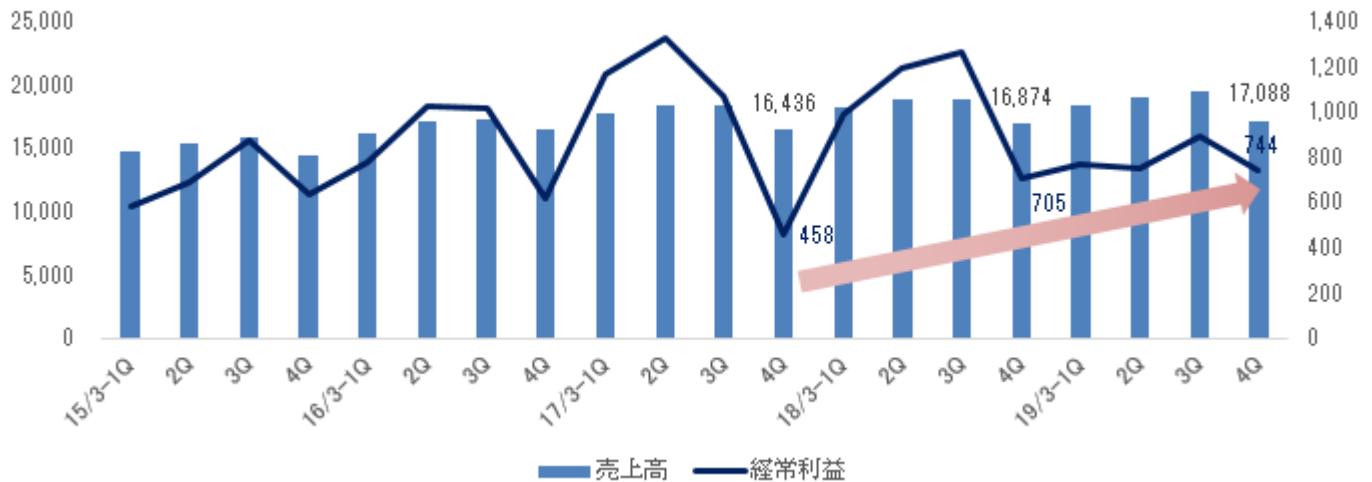
	18/3期	19/3期	
外食	26.1%	27.9%	ファストフード、ファミリーレストラン、焼肉レストラン、居酒屋、コーヒーショップ他
CVS	28.3%	27.4%	コンビニエンスストア
量販店	21.9%	22.9%	スーパーマーケット(全国チェーン、地方チェーン)
パン	13.5%	13.3%	製パンメーカー、リテールベーカリー
給食	4.6%	4.5%	事業所・病院等へのコントラクトフードサービス、学校給食
その他	5.6%	4.1%	生活協同組合(生協)、業務用 C&C(キャッシュ&キャリア)他

経常利益増減要因

18/3期 経常利益	4,149	上期	下期	
売上高アップ	+80	+29	+51	
原材料価格変動による影響	+4	-73	+77	鶏卵相場の変動
固定経費等による影響	+23	-30	+53	固定費圧縮、海外事業での持分法損益改善
生産効率による影響	-508	-100	-408	関東ダイエットクック神奈川工場の軌道化の遅れ
新工場関連費用	-603	-498	-105	稼働前及び稼働後3カ月以内にかかる費用

19/3期 経常利益	3,145	-672	-332
------------	-------	------	------

売上高・経常利益の推移（百万円）



【セグメント別動向】

	18/3期	構成比	19/3期	構成比	前期比	期初予想	予想比
サラダ・総菜類	20,347	28.0%	18,960	25.6%	-6.8%	18,833	+0.7%
タマゴ加工品	20,520	28.2%	21,042	28.4%	+2.5%	21,454	-1.9%
マヨネーズ・ドレッシング類	17,777	24.4%	18,149	24.5%	+2.1%	17,954	+1.1%
その他	1,495	2.1%	1,538	2.1%	+2.9%	1,586	-3.0%
調味料・加工食品事業	60,139	82.7%	59,689	80.7%	-0.7%	59,827	-0.2%
総菜関連事業等	11,327	15.6%	13,105	17.7%	+15.7%	13,446	-2.5%
その他	1,292	1.8%	1,194	1.6%	-7.6%	1,227	-2.7%
連結売上高	72,759	100.0%	73,989	100.0%	+1.7%	74,500	-0.7%
	18/3期	利益率	19/3期	利益率	前期比	期初予想	予想比
調味料・加工食品事業	3,400	5.7%	3,219	5.4%	-5.3%	-	-
総菜関連事業等	811	7.2%	-83	-	-	-	-
その他	-98	-	6	0.5%	-1.061224	-	-
調整額	36	-	2	-	-	-	-
連結経常利益	4,149	5.7%	3,145	4.3%	-24.2%	3,000	+4.8%

* 単位: 百万円

調味料・加工食品事業

前期比 0.7%の減収(販売重量:△0.4%減、販売単価:△1.9円/kg)。タマゴ加工品やマヨネーズ・ドレッシング類の売上が増加したものの、サラダ・総菜類の減少をカバーできなかった。サラダ・総菜類は同 6.8%の減収(販売重量:4.9%減)。主力の1kg形態や小型形態のポテトサラダが減少した他(業界全体で風評被害の影響を受けた)、外食チェーンをはじめとしたメニュー変更等で、パンプキンサラダ、明太子、コーンを使用した商品が減少した。一方、タマゴ加工品は同 2.5%の増収(同:2.3%増)。麺用の錦糸卵や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を中心に増加した。また、外食を中心に幅広く採用された茹で卵も増加した。マヨネーズ・ドレッシング類は同 2.1%の増収(同:1.0%増)。ファストフード向けの好調に加え、コンビニエンスストア中心にソース類が、外食中心にタルタルソースが、それぞれ増加した。

総菜関連事業等

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の稼働による供給力の増加で前期比 15.7%の増収。主力商品のポテトサラダや季節商品が増加した。

その他

2018年3月に関東地区2店舗(いもたまや 伊勢丹新宿店、WaSaRa そごう横浜店)を閉店した影響で前期比 7.6%の減収。関東ではグリーンサラダ、コールスロー等の季節の葉物系サラダ、関西ではフルーツサラダ、ポテトサラダ等の練りサラダに根強い人気がある。尚、海外事業は、持分法適用会社の事業のため売上高には含まれない。

サラダカフェ事業の一環としての Web 展開

—1,200 を超えるサラダ料理レシピの紹介・ショップ情報・アンケート調査—



【財政状態及びキャッシュ・フロー(CF)】

財政状態

	18年3月	19年3月		18年3月	19年3月
現預金	13,072	10,927	仕入債務	10,765	10,551
売上債権	13,566	13,398	未払金	6,606	4,933
たな卸資産	2,976	2,948	未払法人税等	866	604
流動資産	30,121	27,945	長期未払金	3,986	5,792
有形固定資産	30,466	35,501	有利子負債	8,296	11,781
無形固定資産	219	201	負債	33,853	37,204
投資その他	4,030	6,450	純資産	30,984	32,900
固定資産	34,716	42,159	負債純資産合計	64,837	70,105

* 単位: 百万円

生産拠点構想に基づく投資により、ダイエットクック白老(2018年4月)、関東ダイエットクック神奈川工場(同年6月)、静岡富士山工場第2工場(2019年2月)がそれぞれ稼働し、有形固定資産が74億43百万円(21.4%)増加。米国での中食市場への参入を目指し、米国・マサチューセッツ州の食品製造・販売会社 Hans Kissle Company, LLC(以下「Hans Kissle」という)の株式を取得した事で投資その他(投資有価証券)が増加した。三井物産(株)との合併会社である特別目的会社「MKU Holdings, Inc.」を通して約120億円で株式を取得しており、出資比率は、同社が20%、三井物産(株)が80%。自己資本比率は46.9%(期末が休日である影響を考慮した比率は48.0%。前期末47.8%)

キャッシュ・フロー(CF)

	18/3期	19/3期	前年同期比	
営業キャッシュ・フロー(A)	4,950	2,405	-2,545	-51.4%
投資キャッシュ・フロー(B)	-11,811	-8,895	+2,916	-
財務キャッシュ・フロー	6,154	4,345	-1,809	-29.4%
現金及び現金同等物期末残高	13,072	10,927	-2,145	-16.4%

* 単位:百万円

税金等調整前当期純利益の減少等で営業 CF が減少した。投資 CF は有形固定資産の取得及び北米事業(関係会社株式取得:三井物産との合併会社を通しての「Hans Kissle」株式取得)等が主な要因。財務 CF は長期借入金の積み増し等による。期末現金及び現金同等物期末残高は 109 億 27 百万円。

3. 2020年3月期業績予想

	19/3期 実績	構成比	20/3期 予想	構成比	前期比
売上高	73,989	100.0%	76,000	100.0%	+2.7%
営業利益	3,116	4.2%	3,300	4.3%	+5.9%
経常利益	3,145	4.3%	3,300	4.3%	+4.9%
親会社株主帰属利益	2,296	3.1%	2,350	3.1%	+2.4%

* 単位:百万円

前期比 2.7%の増収、同 4.9%の経常増益予想

売上高は前期比 2.7%増の 760 億円。ポテトサラダの回復や新工場の稼働及び前期稼働した新工場のオペレーションの軌道化等で、調味料・加工食品事業の売上が前期比 2.1%、総菜関連事業等の売上が同 5.5%、それぞれ増加する。利益面では、資材コストや物流費・人件費等が増加するものの、売上の増加と新工場の生産効率改善等で吸収して経常利益が 33 億円と同 4.9%増加する見込み。

経常利益増減要因

19/3期 経常利益 実績	3,145	
売上高アップ	+450	
原材料価格変動による影響	+4	食用油・鶏卵市況安定。生産性改善で資材コスト物流・人件費増を吸収
生産効率による影響	+115	関東ダイエットクック神奈川工場、ダイエットクック白老新工場の安定
固定経費等による影響	-219	商品表示法対応(フィルム印刷用原版の更新)
新工場関連費用	-195	4月に西日本工場(増築)新ラインが稼働
20/3期 経常利益 予想	3,300	

【セグメント別見通し】

単位:百万円	19/3期 実績	構成比・利益率	20/3期 予想	構成比・利益率	前期比
サラダ・総菜類	18,960	25.6%	19,468	25.6%	+2.7%
タマゴ加工品	21,042	28.4%	21,401	28.2%	+1.7%
マヨネーズ・ドレッシング類	18,149	24.5%	18,324	24.1%	+1.0%
その他	1,538	2.1%	1,758	2.3%	+14.3%
調味料・加工食品事業	59,689	80.7%	60,951	80.2%	+2.1%
総菜関連事業等	13,105	17.7%	13,829	18.2%	+5.5%
その他	1,194	1.6%	1,220	1.6%	+2.2%

連結売上高	73,989	100.0%	76,000	100.0%	+2.7%
-------	--------	--------	--------	--------	-------

調味料・加工食品事業

前期比 2.1%の増収を見込んでいる。増強された生産能力を活かし、販売数量の拡大を図る。具体的には、外食系中心に素材系ポテト(ダイエットクック白老)の提案を強化する他、ロングライフサラダ(西日本工場)は小型を含めた多様な形態で顧客ニーズに対応していく。また、タマゴ加工品(静岡富士山工場)は、新たに投入した小型形態商品の販路を中食向け中心に広げていく。また、商材別シリーズ商品の拡充とブランド価値の更なる向上にも取り組む。同社は、付加価値の高い和総菜シリーズ「和彩万菜®」、静岡富士山工場製の厚焼き卵類の「惣菜亭®」、低カロリー、低糖類、減塩を合わせたノンオイルドレッシングシリーズ「トリプルバランス®」等、様々なブランドを立ち上げラインアップを拡充させてきた。引き続き顧客ニーズに合った商品を拡大し、ラインアップの充実を図ると共に、Web や SNS の情報等によるブランドの定着と価値の向上に取り組んでいく考え。

総菜関連事業等

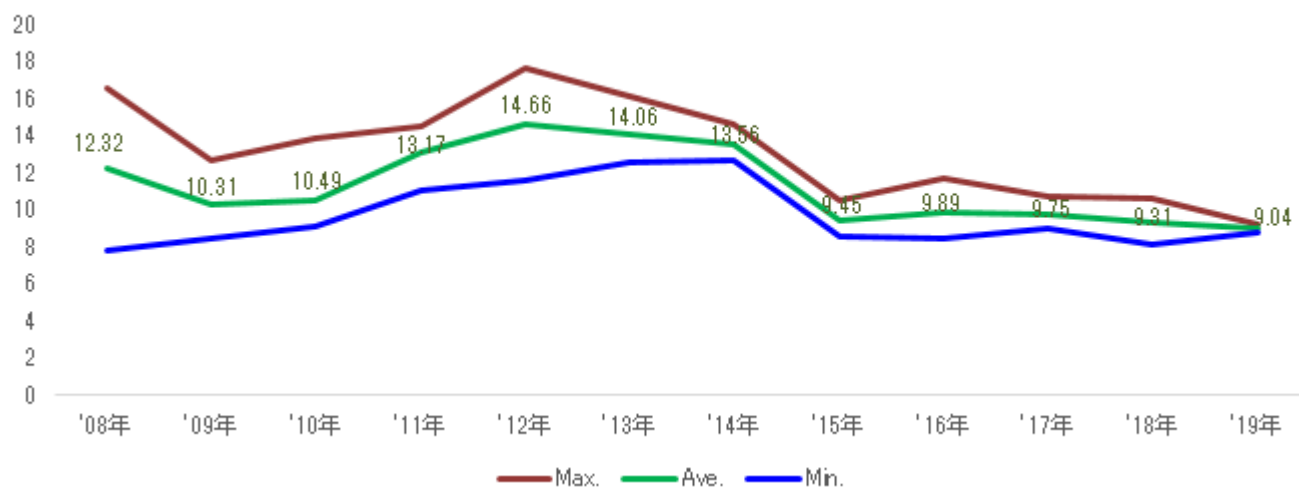
前期比 5.5%の増収を見込んでいる。ダイエットクック白老新工場、関東ダイエットクック神奈川工場を活用したフレッシュ商品の販売数量の拡大を図ると共に、肉類、魚類等を使用した主菜型商品の開発を強化する。

その他

サラダカフェにおいて美をテーマにした商品設計により、女性をターゲットにした顧客の獲得、拡大に取り組む。

【原材料相場の動向】(同社資料より)

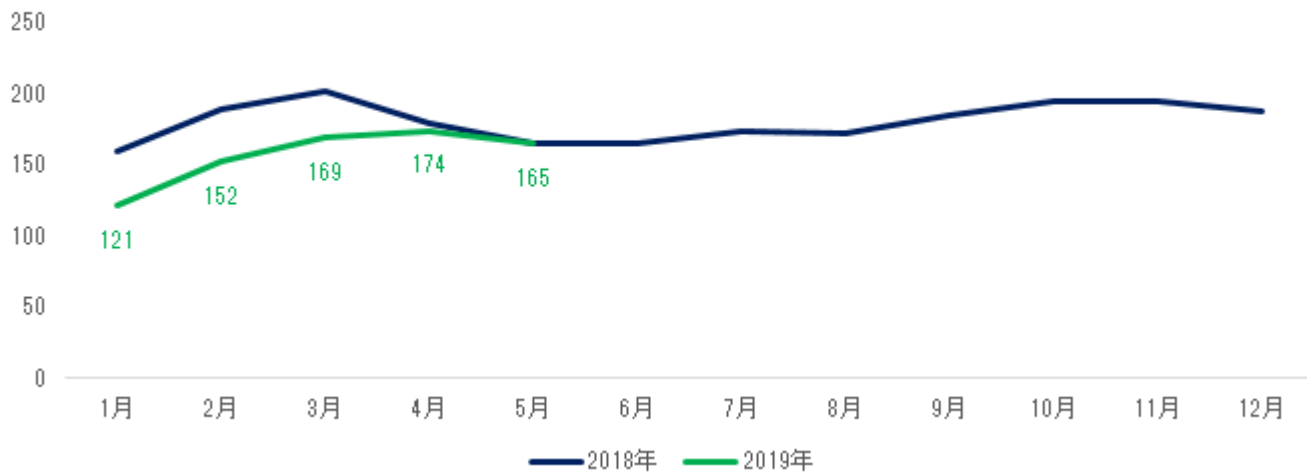
原材料相場の動向「食用油」:シカゴ大豆相場の推移(ドル/ブッシェル)



2019年度見通し

2019年南米産大豆は、概ね良好な生産高が見込まれている。今後の北米の生育状況と昨年からの米国と中国間の貿易問題の行方が注目され、昨年発生した中国とカナダの政治問題により我が国の主要な油糧種子であるカナダ産菜種価格も大きな影響を受けているため、予断を許さない状況である。為替は金利政策や景気状況、国際政治状況によって変動するため予想が難しい情勢となっている。

原材料相場の動向「鶏卵」:全農たまごMサイズ(円/Kg)

**2019年度見通し**

2018年の鶏卵生産量は262.7万tで、前年比101%と増加。2019年度も増加見込みで、タマゴ加工品の需要は堅調ではあるが鶏卵相場は弱く、前年度並みでの推移が見込まれる。

4. 中期経営計画「KENKO Value Action ～価値の創造～」(19/3期～21/3期)の進捗状況**【基本方針と5つのテーマ】**

CSV経営(Creating Shared Value)「共通価値の創造」を基本方針とし、社会と企業の双方に価値を生み出す企業活動を推進していく。CSV経営を実践するに当たって、地域貢献、環境・資源、サプライチェーン、ソリューション、働き方、の5つのテーマを掲げている。

(1)地域貢献

地域貢献度 No.1 企業を目指して、地産地消の推進と地域特産品の活用に取り組むと共に、農業生産活動の維持に向けた共同運営・育成等の貢献活動や地域人材の採用活動を推進していく。

(2)環境・資源

資源・エネルギー利用の効率化に向け、CO₂排出量削減を目指した物流改革、原材料・商品ロスの削減、更には包装資材の見直し等に取り組む。

(3)サプライチェーン

サプライチェーンの短縮と事業活動改革を進め、産地から最終消費者へのサービスまでの短縮を図る。

(4)ソリューション

技術・サービスの事業化に取り組む。具体的には、商品・メニュー開発を進め、料理教室やワークショップ展開、レシピ資産の提供(Webサイト)、メニュー開発コンサルティング等を展開していく。また、品質保証に関する知識や技術の向上を図り、顧客サポート体制の進化、HACCP導入支援、検査・衛生指導支援等につなげる。

(5)働き方

働きやすい職場環境づくり、人材育成や研修制度の充実、及び人事評価制度の見直し等により、従業員満足度の向上を図る。

【目標と3つの事業戦略】

CSV 経営を経営の根幹に据え、「お客様と共にビジネスを創造」、「創り・応え・拡げる”生産体制」、及び「サラダ料理を世界へ」、という3つの事業戦略を推進している。

事業戦略1. お客様と共にビジネスを創造

同社が培ってきた商品力やメニュー提案力、情報発信力等のノウハウを活かし、顧客と共に課題解決に取り組んでいる。19/3 期は、健康・ヘルシー志向の高まりに対応して 2016 年に投入した、低カロリー・低糖類・減塩の三つの付加価値を合わせたドレッシング「トリプルバランス」に「ノンオイル和柑橘」を加えた。「トリプルバランス」はリニューアル品と合わせラインナップも年々増えており、19/3 期末時点で 10 種類を数える。また、健康志向の高まりと、インバウンド需要や食嗜好の多様化にも対応し、植物性素材である大豆ミートを使用した、「やさいと大豆ミート」の販売も開始した。大豆ミートとは、搾油した大豆からタンパク質を抽出し、固形や粒、フレーク状に加工したもので、肉の代替品となるヘルシーな食材として関心が高まっている。一方、昨年 7 月に発売した「ノンオイルドレッシング オーシャンブルー®」は話題性に富んだ商品。女性を中心に流行する SNS 映えを意識した商品であり、SNS の拡大を背景としたフォトジェニックなメニューでの採用等、外食業態を中心に成功事例が増えていると言う。



使い勝手の良さを意識した小型形態商品の開発にも力を入れている。小型形態商品は使い切り対応でロスが少ないため、昨今、需要が高まっている。今年 3 月に発売した「サラダのプロがつくった®」サラダシリーズでは、「赤皮かぼちゃのサラダ」、卵焼きブランド「惣菜亭®」では、100 グラムサイズの厚焼き卵とだし巻き卵を 2 月に発売した。



この他、昨年 4 月に稼働を開始したダイエットクック白老新工場で製造している素材系商品は、外食産業を中心に、人手不足が深刻で調理オペレーションの効率化につながる商品として販売が増えている。素材系商品とは、昨年 9 月に発売したチルドポテト 4 種類や和総菜ブランド「和彩万菜®」である。「和彩万菜®」は開封して盛り付けるだけで本格的な和総菜として提供できる商品であり、居酒屋・食堂等の外食業態から、パン、コンビニエンスストアまで幅広い販路で採用が進んでいる。順調な販売を受けて、商品ラインアップも 17 アイテム(2019 年 3 月末時点)に増えている。

事業戦略2. “創り・応え・拡げる” 生産体制

グループ生産拠点構想の下、2018 年 4 月に(株)ダイエットクック白老新工場が、同年 6 月に(株)関東ダイエットクック 神奈川工場が、それぞれ稼働を開始した。

ダイエットクック白老

2018年4月 稼働開始



□主な製造商品

- ◆素材系ポテト商品
- ◆フレッシュ総菜



【参考：冷凍素材系ポテト販売数量】



関東ダイエットクック 神奈川工場

2018年6月 稼働開始



□主な製造商品

- ◆フレッシュ総菜



- ◆その他



→加熱水蒸気オープンを活用し、主菜となるような肉、魚類を使用した惣菜

(株)ダイエットクック白老新工場では、主力商品である素材系ポテト商品の販売が人手不足に悩む外食産業を中心に好調。北海道内の食品スーパー向けのフレッシュ総菜も、生産能力の拡大により販売数量が増えている。尚、昨年9月の北海道胆振東部地震では、一時的に工場内で停電が発生したが、従業員や建物等には被害はなかった。

一方、既存の所沢工場との2拠点体制の実現を目指す(株)関東ダイエットクック神奈川工場は、安定した生産体制の構築までに当初のスケジュールから数ヶ月遅れが生じたが(このため、19/3期は当初の生産計画には達しなかった)、下期以降、販売数量が増加しており、ビジネスは確実に拡大している。特に、主力製造商品である首都圏食品スーパー向けのフレッシュ総菜は販路拡大の余地が大きい。神奈川工場及び所沢工場の2拠点体制で販売を拡大していく考え。

静岡富士山工場 第2工場

2019年2月 稼働開始



●注力商材

「惣菜亭」小型形態
→使い切り対応でロス削減
レンジアップ対応



卵焼き類のシェア拡大を目指す

西日本工場 (増築)

2019年4月 稼働開始



●注力商材

・ロングライフサラダ
(小型形態含む)



多様な形態でお客様のご要望に対応

2019年2月に静岡富士山工場第2工場が、同年4月に西日本工場の新ライン(増築)が、それぞれ稼働を開始した。

静岡富士山工場は第2工場の稼働で生産能力が6,000トン/年から9,000トン/年へ拡大する予定。稼働開始から約3カ月(5月22日時点)が経過したが、大きなトラブル等もなく順調に生産を続けている。第2工場では既存工場で製造している卵焼き類に加え、需要が増えている小型形態の生産にも注力する。小型形態商品は100グラムの使い切り形態のため食品ロスを削減できる上、レンジアップにも対応しているため使い勝手がいい。同社は、「中食需要の拡大に伴い、弁当や総菜向けに卵焼き類はまだまだ販路の拡大が可能」と考えており、卵焼き類のシェア・アップに取り組んでいく考え。

一方、西日本工場は増築工事が2019年3月に完了し、4月より本格稼働。生産能力が33,000トン/年から37,300トン/年に拡大する予定で、小型形態を含めたロングライフサラダを増産する。ロングライフサラダは人手不足や中食市場の拡大を受けて需要拡大が続いており、中でも使い勝手のよい小型形態商品への需要が強いと言う。西日本工場では、大型から100グラム以下の小型形態まで幅広い形態のロングライフサラダを製造する事で顧客ニーズに応えていく。

同社は上記4工場の稼働による生産能力の増強(供給量の拡大)と生産能力の平準化を、成長の原動力にする事はもちろん、労働時間の削減など働き方改革にも連動させていく考え。

事業戦略3. サラダ料理を世界へ

同社は、海外の食トレンドに関する情報発信やリサーチ活動にも取り組んでいる。海外では、ベジタリアンやグルテンフリー、ビーガンなど様々な食スタイルに合わせた調理やメニューが充実している。同社ではこうした情報をいち早く察知し、カナダ・バンクーバーにあるリサーチセンターから国内にフィードバックし、商品、メニュー開発に活かす取り組みを進めている。海外展示会等を含めたリサーチ活動によって開発された商品も徐々に増えており、2016年以降、開発、発売した商品はドレッシングソース類で8品、タマゴ類で2品、サラダ・総菜で6品を数える。今後、一段と活動を強化していく考え。

輸出版売事業では、19/3 期末時点で44の国と地域に商品を輸出しており、規模は大きくないが、着実に売上を伸ばしている。今後、輸出に対応した商品の拡充を進め、事業拡大につなげていく考え。例えば、国内でも高く評価されているガーリックバターソースは、海外輸出に対応するため賞味期間を延長し、容器も改良した。海外での展示会に積極的に参加する等、世界に向けたPRにも力を入れている。

海外拠点では、2012年7月に設立したインドネシアの持分法適用会社PT. Intan Kenkomayo Indonesiaが、2018年4月以降、単月黒字を続けており、前期は通期で黒字化した。北米事業では、2018年12月に米国中食メーカーのHans Kissle Company, LLCの株式を三井物産(株)と共同で取得した。今後成長する米国中食市場への参入の足掛かりとしたい考えだ。

5. 今後の注目点

食品工場は人手に頼る部分が多い。既存の所沢工場との2拠点体制の実現を目指して2018年6月に稼働を開始した関東ダイエツクック神奈川工場は、人材採用等、ゼロからのスタートとなり、熟練度の問題からオペレーションの軌道化が遅れていた。人手不足の中、供給責任を果たすため計画以上の人員を投入せざるを得ず人件費がかさみ、歩留まりが上がりなかった。しかし、第4四半期には工程面・歩留まり面で急速に改善が進んだ。更なる改善余地も大きく、販売拡大と合わせて引き続き生産性向上に取り組んでいく考え。

事業環境は引き続き良好だ。女性の社会進出、単身世帯の増加、更には少子高齢化による世帯構成の変化等を背景に中食市場の拡大が続いている。また、同社の顧客は、健康・ヘルシー志向、原材料へのこだわり等、食に対する考え方と価値観の多様化への対応や、2018年に3,000万人(訪日外国人観光客数)を超えたインバウンド需要への対応も迫られている。加えて、人手不足の深刻化で外食産業を中心に各業態で調理の効率化ニーズが高まっている。

海外では、新興国や北米を中心に購買力の向上と人口の増加が続いており、日系企業の進出が加速している。また、日本食に対する注目度も高まっている。

同社は、こうしたビジネスチャンスをつかむべく、食品スーパー向けフレッシュ総菜やCVS向け弁当・惣菜等への提案で中食市場への対応を強化すると共に、人手不足に悩む外食を中心に卵焼き類やロングライフサラダを拡販する事で調理の効率化ニーズに応えていく。また、機能性、健康・ヘルシー、形態、グローバル等を意識した商品開発で商品の高付加価値化にも取り組んでいく考え。一方、海外では、インドネシアで事業展開する持分法適用会社で黒字体質が定着してきた事に加え、三井物産との連携で米國中食市場に展開していく。

中期経営計画の2年目として、国内外でどのような成果をあげる事ができるか、注目していきたい。

参考:社会・環境活動

【環境への取り組み】

環境マネジメント

グループ内の環境管理を推進するため、環境管理対策委員会を設置し、環境目標、計画を策定、環境管理状況の把握環境保全対策、ゼロエミッションの更新審査等を行っている。また、各環境管理推進委員会では、廃棄物削減、ゼロエミッション・省エネ活動、環境法令等コンプライアンス管理、ゼロエミッション内部監査等の取り組みを進めている。

廃棄物削減への取り組み

2007年、食品リサイクル法(2001年に施行)が見直され、一部改正となりましたが、同社グループでは一部の工場を除き、目標値の「食品廃棄物量の85%以上の再生使用等」を達成している。飼料化、肥料化を中心とした再生使用に加え、乾燥、脱水等による食品廃棄物量の減量化も進めている。10/3期より、西日本工場(京都府舞鶴市)では、ポテトサラダを生産する過程で発生する馬鈴薯の「むき皮」や成形残さ等の副産物を、臭気等の環境対策を目的として工場内で液状飼料化を行い、養豚農場に供給する事業を手掛けている。同事業は農林水産省・2009年度食品循環資源品質維持推進体制整備事業に採択された事に加え、第22回食品安全安心・環境貢献賞(2013年11月)及び第1回食品産業もったいない大賞(2014年3月)を受賞している。



飼料製造プラント



液状化処理後のポテトピール



卵殻パウダー

ゼロエミッションへの取り組み

07/3期より、Reduce(発生抑制)を第一として廃棄物削減に向け、3R(Reduce:発生抑制、Reuse:再使用、Recycle:再生利用)活動に取り組み、特に製造時における工程改善を実施し、廃棄物発生の抑制に着手した。その結果、08/3期に廃棄物のリサイクル率90%以上を達成し、09/3期には自社工場全てでゼロエミッションを達成した。毎年1回、各工場におけるゼロエミッション達成状況の社内発表会を開催し、最優秀工場、優秀工場には表彰状を授与している。16/3期よりグループ全体のゼロエミッションを目指して、関連会社(子会社)においても、ゼロエミッションの取り組みを開始した。

【食育への取り組み】

2007年10月当時、本社所在地のあった世田谷区の地元小学校・5年生への活動をきっかけとして、食育への取り組みを開始した。2009年に杉並区への移転後も、栄養、食事の仕方等の講習及び調理実習を織り交ぜた食育活動を行っている。

- ・近隣小学校2校(3年生または4年生が対象)
- ・児童養護施設(職員の方や子どもたちが対象)
- ・近隣マンション(高齢者クラブの方が対象)
- ・地元社会福祉法人(要介護者または介護目前の高齢者の方が対象)



テーマは、「困っている課題」、「知りたい知識」等を事前に要望として伺った上で、直接訪問し、打ち合わせを行い決定している。

問い合わせ先:0120-851-793(平日 09:00~17:00)、<https://www.kenkomayo.co.jp/inquiry>

【地域・社会とのかかわり】

2018年11月3日(土)と4日(日)の2日間、桃井原っぱ公園(東京都杉並区)で行われた「すぎなみフェスタ2018」において、「すぎなみ産業フェア」コーナーに出店した(2013年から6年連続の出店)。「すぎなみフェスタ」とは、「人と人、地域と地域をつなぎ、杉並を元気に」を基本理念に掲げ、区民等の交流・つながりを通じて杉並の元気を生み出す杉並区主催のイベント。会場には杉並産の新鮮野菜や区内の美味しいもの等、杉並区の「よさ・魅力」「らしさ」が盛りだくさんで、家族で楽しめるステージイベント、子供たちが楽しめるイベント、遊びや食べ物をテーマとしたテント等が多数出店。同社はマヨネーズやドレッシング等の販売を行い、売り上げを(出店費用を除く)、杉並区次世代育成基金に寄付した。同社は2014年より基金に寄付活動を行っており、その活動に対し、今回、杉並区より感謝状を授与された。今後も、食育活動や地域に向けた社会貢献活動に積極的に取り組み、CSR活動を推進していく考え。

すぎなみ産業フェスタ



同社ブース



寄付金贈呈の様子



感謝状



参考:コーポレート・ガバナンスについて

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

組織形態	監査役会設置会社
取締役	7名、うち社外2名
監査役	5名、うち社外3名

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2018年12月28日)

基本的な考え方

当社グループは、企業としての社会的責任を果たし信頼される企業であり続けるために、法令遵守はもとより経営基盤の整備、強化に取り組み続けていくことがコーポレート・ガバナンスの基本と考えております。そして、ガバナンス体制のより一層の確立、徹底を図り、適時かつ適切な情報開示により企業活動の透明性を高める事で、より開かれた企業になることを目指しております。

(1)株主の権利・平等性の確保

当社は、少数株主や外国人株主を含む全ての株主に対して実質的な平等性を確保するとともに、株主の権利の確保と適切な権利行使に資するため、当社ホームページ及び東京証券取引所適時開示情報にて速やかに情報開示ができる環境整備を行っています。

(2)株主以外のステークホルダーとの適切な協働

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値向上のため、株主をはじめとする全てのステークホルダーとの協働が必要不可欠であると認識しています。また、ステークホルダーとの協働を実践するため、代表取締役社長をはじめとする経営陣が先頭に立って、ステークホルダーの権利・立場や企業倫理を尊重する企業風土の醸成に努めています。

(3)適切な情報開示と透明性の確保

当社は、情報開示は重要な経営課題の一つであり、株主をはじめとするステークホルダーから理解を得るために、適切な情報開示を行うことが不可欠と認識しています。その認識のもと法令に基づく開示以外にも、株主をはじめとするステークホルダーにとって重要と判断される情報(非財務情報も含む)については、当社ホームページ、コーポレートレポート、事業報告書(株主通信)等の様々な手段により積極的に開示を行っています。

(4)取締役会等の責務

当社は、経営の意思決定・監督体制と業務の執行体制を分離し、効率的な経営・執行体制の確立を図るとともに社外取締役を選任し、透明性の高い経営の実現に取り組んでいます。社外取締役を2名選任することにより、取締役に対する実効性の高い監督体制を構築するとともに、3名の社外監査役を選任し、取締役の職務執行に対する独立性の高い監査体制を構築しています。

(5)株主との対話

当社では、IR担当責任者として、経営企画室長を選任するとともに、経営企画室をIR担当部署としています。株主や投資家に対しては、経営トップが出席する決算説明会を半期に1回開催するとともに、個人投資家向け会社説明会を年数回実施しております。それらの結果は、随時、経営陣幹部に報告しています。なお、株主との対話に際してはインサイダー情報の漏洩防止を徹底しています。

<開示している主な原則>

原則 5-1 株主との建設的な対話に関する方針

当社では株主等との建設的な対話を重視し、経営陣幹部を中心に様々な機会を通じて対話を持つように努めております。IR担当責任者である経営企画室長が経営企画室、財務経理本部、総務法務本部等のIR活動に関連する部署を統括し連携を図っています。経営企画室にて、投資家からの電話取材やスモールミーティング等のIR取材を積極的に受け付けるとともに、決算説明会を半期に1回開催し、社長、IR担当責任者が説明を行っています。それらの結果は、IR担当執行役員が毎月2回進捗報告会で取締役へ報告しています。また、投資家との対話については、当社の事業内容や中期経営計画における成長戦略をテーマとすることにより、インサイダー情報管理に留意しています。決算期末日から決算発表日までをサイレント期間としております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2019 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(ケンコーマヨネーズ:2915)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。