

会社概要 (2015年3月31日現在)

会 社 名 ケンコーマヨネーズ株式会社
KENKO Mayonnaise Co., Ltd.
設 立 年 月 1958(昭和33)年3月
本 店 所 在 地 兵庫県神戸市灘区都通3丁目3番16号
(東京本社)東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
資 本 金 2,180百万円
従 業 員 数 2,841名(連結)
証 券 コー ド 2915(東京証券取引所市場第一部)
ホームページ <http://www.kenkomayo.co.jp/>

役員一覧 (2015年6月23日現在)

代表取締役社長 炭井 孝志 社 外 取 締 役 中川 基夫
取締役 専務執行役員 前田 広司 社 外 取 締 役 淀江 哲也
取締役 専務執行役員 松葉 隆之 常 勤 監 査 役 原田 龍彦
取締役 常務執行役員 木佐貫 富博 社 外 監 査 役 山崎 和義
取締役 常務執行役員 村田 隆 社 外 監 査 役 山下 彰俊

株主メモ

事 業 年 度 毎年4月1日から翌年3月31日まで
定 時 株 主 総 会 毎年6月
株 主 確 定 基 準 日 定時株主総会 3月31日
期末剰余金配当 3月31日
中間配当 9月30日
単 元 株 式 数 100株
株 主 名 簿 管 理 人 東京都千代田区丸の内1丁目4番1号
三井住友信託銀行株式会社
郵 便 物 送 付 先 〒168-0063 東京都杉並区和泉2丁目8番4号
(電話照会先) 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部<杉並>
電話 0120-782-031(フリーダイヤル)

株主優待のご案内

業務用メーカーとしてホテル、レストラン等各分野のプロから鍛えられ続けている当社マヨネーズ・ドレッシングの味を是非ご賞味ください。毎年3月31日現在の株主名簿に記載されております株主の皆様に対して、年1回、当社製品を贈呈いたします。

株主優待品

権利確定日：決算期末(毎年3月31日)現在の株主様に
対して年1回
送 付 時 期：毎年5月下旬～6月上旬

贈呈の基準	贈呈品
10単元(1,000株)以上の保有株主様一律	当社製品2,500円相当
1単元(100株)以上10単元(1,000株)未満 保有の株主様一律	当社製品1,000円相当

株式の状況 (2015年3月31日現在)

発行可能株式総数 33,500,000株
発行済株式総数 14,211,000株
株 主 数 9,553名
大 株 主

株主名	当社への出資状況	
	持株数(株)	持株比率(%)
株式会社ティーアンドエー	1,257,600	8.85
第一生命保険株式会社	757,000	5.33
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社	669,700	4.71
日本生命保険相互会社	577,200	4.06
株式会社三井住友銀行	559,200	3.93
株式会社三菱東京UFJ銀行	559,000	3.93
キッコーマン株式会社	491,000	3.46
ケンコーマヨネーズ従業員持株会	480,761	3.38
財団法人旗影会	450,000	3.17
伊藤忠商事株式会社	448,000	3.15

- 住所変更、単元未満株式の買取等のお申出先について
株主様の口座のある証券会社にお申出ください。なお、証券会社に口座がないため特別口座が開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
- 未払配当金の支払について
株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
- 配当金計算書について
配当金支払の際送付しております「配当金計算書」は、租税特別措置法の規定に基づく「支払通知書」をかねております。確定申告を行う際は、その添付資料としてご使用いただくことができます。
※確定申告をなされる株主様は、大切に保管してください。



▲当社製品
2,500円相当(製品例)



当社製品
1,000円相当(製品例)▼



KENKO REPORT

第58期
ケンコーレポート

2014年4月1日～2015年3月31日
証券コード 2915

ケンコーマヨネーズ株式会社

〒168・00072 東京都杉並区高井戸東3丁目8番13号
電話 03・5962・7777 <http://www.kenkomayo.co.jp/>

KENKO REPORT

vol.8

ケンコーレポート 第58期 2014年4月1日～2015年3月31日

特集

新中期経営計画

「KENKO Five Code 2015-2017」始動!!



KENKO

ケンコーマヨネーズ株式会社

業務用メーカーとして実践してきた 取り組み・経験を財産として 次なる成長ステージに向け、 さらなる進化・発展を遂げていきます

株主の皆様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Ⅳ(フォース)2012-2014』の目標を無事達成することができました。

次なる中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』でさらなるステップアップを目指します。

代表取締役社長 岸井孝志



中期経営計画Ⅳ最終年度である 2014年度の業績に対する総括・ ご評価をお聞かせください。

事業環境がめまぐるしく変化する中、中期経営計画Ⅳの取り組みを着実に進めたことで、目標売上高600億円、経常利益27億円を達成することができました。大きな販売先である外食市場は厳しい環境にありましたが、分野を細分化した業態別チームによるきめ細やかな対応が売上増大につながったと認識しています。また、厚焼き卵や錦糸卵、タマゴサラダなどのタマゴ加工品がコンビニエンスストアや製パンメーカーから、寿司やラーメンチェーン店などにも販路が広がり、販売量が順調に拡大しました。もう一点、市場ニーズに応える形でスタートした、業務用サラダを小型化し、一般消費者向けに展開する戦略も非常に好調に推移しました。

利益面についても、原材料価格をはじめ、コスト上昇要因はありましたが、2014年4月に稼働を開始した静岡富士山工場の全ライン稼働に加え、

売上増に伴う工場の操業度アップ、タマゴ加工品を中心に高付加価値商品の需要が高まったことでカバーすることができ、中期経営計画1-2年目で実施した投資が活きてくる結果となりました。

各生産拠点ともに非常に高い稼働率を維持しており、さらなる生産能力・生産性の向上に向けた施策が必要です。採算性重視の最良実施を意識したタイムリーな環境整備を進めていきたいと考えています。

前中計の主な成果と 新中計のテーマ・取り組みに ついてお聞かせください。

「グローバル企業となる」では、インドネシアでの業務用・家庭用マヨネーズ、液卵の販売が順調です。すでに設備の拡充も検討する段階にきており、「小さく作り、大きく育てる」という発想が奏功したと考えています。ハラール認証のマヨネーズタイプ「おマヨ」の日本への輸出も始まり、拡大する外国人旅行者の需要にも期待しています。また、当社製品の海外への輸出先も29カ国・地域に

新中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』～輝く未来のために～2017年度 目標

1	連結売上高	連結経常利益率	2	自己資本比率	3	ROE
	750億円	5%		50%		8%以上をキープ

広がり、順調に伸長しています。国内同様、完成品の売り込みではなく、メニュー紹介を中心とした協業提案のスタイルが好評のようです。

「事業領域の拡大」では、世界のソースシリーズ全19品、世界のサラダシリーズ全15品を展開してきましたが、これまで市場になかった取り組みに魅力を感じていただけたことで非常に好調に推移しています。世界のソースシリーズは、形態がお客様のニーズに合い量販店での取り扱いにも拡大しました。機能性商品の拡充およびロングライフサラダのパイオニアとしてノウハウを集結した小型形態のロングライフサラダ『サラダのプロがつくった』サラダシリーズも今後さらに期待が持てる状況となっており、すべてのカテゴリーで新商品開発、ラインナップ拡充に力を入れていきます。

2014年11月には株式会社東芝様のほぼ無菌状態のクリーンルームで生産された野菜に当社の粉末タイプドレッシングを添付した商品を、サラダカフェ店舗で販売する取り組みを開始しました。今後も工場野菜に関わるマーケティング、コラボ商品の開発など提携を深めていきます。

新中計では、常に従業員が念頭に置くべき5つの指針として、Globalization/世界的拡大、Innovation/革新、Best practice/最良実施、Knowledge management/知識管理、Communication/コミュニケーション(ブランド育成)を新たに策定し、推進することで最適な経営戦略を進めていきます。前中計でのテーマの一つであった「グローバル企業となる」は

Globalization(世界的拡大)として更に進化させ、原料調達から製品の製造・販売の事業活動に加え、海外に情報収集拠点を設置し、マーケティング活動も進めていきます。世界の情報を取り込み、いち早く商品化あるいは価値の高い情報化をさせることで、市場演出型企業として、日本はもとより、世界に向けて食のトレンドを発信していくことを目指します。

株主の皆様へのメッセージを お願いします。

新中計では、これまで進めてきたすべてのテーマのさらなるブラッシュアップを図るとともに、従来の常識や価値観、仕組みにとらわれず、常にInnovation(革新)を起こし、新しい切り口、新しい捉え方で、新たな価値を創造する会社、世界に向けて発信力のある会社へと成長させていきたいと考えています。

食品メーカーとして50年以上にわたり蓄積してきたノウハウをグループ内で共有し、次世代につなげていく知識管理、信頼のコミュニケーションによるブランド育成といったテーマにも注力しながら、メーカー機能、連結子会社の総菜機能、サラダカフェによる情報収集・発信機能の3つを結合させた三位一体経営を進化・発展させ、新たな成長ステージへと歩みを進めていきます。

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。

「KENKO Five Code 2015-2017」始動!!

当社グループでは、2015年4月から新中期経営計画「KENKO Five Code 2015-2017」がスタートしました。さらなる成長に向けて、「Globalization(世界的拡大)」「Innovation(革新)」「Best practice(最良実施)」「Knowledge management(知識管理)」「Communication(コミュニケーション(ブランド育成))」の5つの指針を掲げ、事業規模および事業領域の拡大を目指していきます。この特集では、3つの戦略の1つである「『サラダNo.1(Leading company)』のポジションを確立」の中で4つの重要戦略セクションの取り組みと担当責任者たちの熱い想いをお伝えします。

5つの指針



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

サラダNo.1
企業へ

マヨネーズ・ドレッシング事業

- 商品シリーズの強化
- 容器形態の改革
- 調味料事業としての拡大

2017年度
売上高
2014年度比
119%

ここが目標です!!

様々な戦略で販売量・事業領域・
事業エリアを拡大させていきます!

若いメンバーの新しい発想力を発揮して、従来のマヨネーズ・ドレッシングの枠にとらわれることなく、調味料市場というさらに大きなマーケットでポジションを確立していきます。夢を大きく持ち、楽しみながら土台作りを挑戦していきます。



外食販売本部
大塚 洋和

サラダ・総菜事業

- 商品シリーズの強化
- 小型形態への対応
- 新規素材の発掘

2017年度
売上高
2014年度比
114%

ここが目標です!!

和惣菜を含めたロングライフ総菜
で、更なる高みを目指します!

今や一般的となったロングライフサラダ(FDF)は、40年前には存在しませんでした。2016年に迎えるFDF40周年を機に、従来のサラダ・総菜というイメージの枠を超え、再びこれまでにない新たな価値と新たな市場の創造を目指していきます。



関東販売本部
手嶋 宏一郎

ポテト事業

- お客様のニーズにあった商品の強化
- メニュー提案の強化

2017年度
売上高
2014年度比
119%

ここが目標です!!

攻めと守りの両戦略で
ポテト事業を進化させていきます!

ポテトサラダ国内No.1のリーディングカンパニーとして、ポテトの出現率を高めるメニュー提案、新たな料理創造につながる素材の開発などを通じて、市場への発信力を高め、世界を相手とした新たな成長を目指していきます。



購買本部
田崎 英輔

たまご事業

- 生産設備の増強
- 商品シリーズの強化
- ニーズにあった商品開発

2017年度
売上高
2014年度比
123%

ここが目標です!!

おいしいタマゴ製品の
さらなる販売拡大を目指します!

静岡富士山工場の稼働と同時に立ち上げたタマゴ加工品ブランド「惣菜亭®」の特長である割卵から製品まで一貫ラインで作った「おいしいタマゴ製品」をお客様に浸透させ、拡販を進めていきます。その礎となる安定供給を担保する生産体制の整備も進めていきます。



関東販売本部
荻原 雄一郎

戦略2 「サラダ料理」の 更なる進化

- ケンコーマヨネーズグループの体制強化
グループ間でのコミュニケーションの強化、生産拠点の整備やM&A等を通して、体制の強化を図る
- 当社グループのブランドイメージの向上
・商標登録商品の育成 ・SNSの活用 ・料理教室・オンラインショップの連動



「サラダ料理」発信力の強化

戦略3 グローバル市場への 積極展開を進める 経営基盤強化

- 海外拠点
 - インドネシア
 - ・タマゴ製品の強化
 - ・ハラル商品強化：冷凍食品の輸出
 - 北米・欧州
 - ・オフィスを設立：情報収集や分析、世界へ食のトレンドを発信
- 海外輸出
 - ・賞味期間の延長：より多くの国への輸出が可能に
 - ・商品ラインナップ強化：サラダ類(FDF)や厚焼き卵等の販売

KENKO

NOW

ケンコーマヨネーズの旬な情報をお届けします。

最近のできごと

- 2014年12月
「Salad Cafe ザ・ダイヤモンド横浜店」オープン
- 2015年1月
個人投資家向けコンテンツ「ケンコーマヨネーズの実は…」を開設
- 2015年2月
ハラル認証マヨネーズタイプ「おマヨ。」オンラインショップにて販売開始
- 2015年3月
個人投資家向けIRイベント「東証IRフェスタ2015」初出展

Salad Cafe ルミネ立川店 4月27日オープン!!

Salad Cafeは「サラダ料理で新しい世界を食卓に」をコンセプトにした、関西・関東の百貨店やショッピングモール内にあるサラダ専門店です。Salad Cafe ルミネ立川店は東京23区外最大級のターミナル駅であるJR立川駅直結で、利用も多い食品フロアに位置しています。人気の「和風オニサラポテトサラダ」や「プチリッチ5点盛り」などサラダから盛り合わせ、丼、米飯等幅広い商品を販売しています。皆様のご来店を心よりお待ちしております。



Salad Cafe
ツイッターアカウント開設
アカウント名 @Salad_Cafe_plus
ユーザー名 Salad Cafe
レシピ情報やショップの新メニュー、お得なプレゼントキャンペーンなどの情報を発信!!

「サラダのプロがつくった お酒によく合う 焼豚春雨サラダ」販売開始

2015年2月1日より、『サラダのプロがつくった お酒によく合う 焼豚春雨サラダ』の販売を開始し、一部量販店やコンビニエンスストアにて販売しています。『サラダのプロがつくった お酒によく合う 焼豚春雨サラダ』は「お酒によく合う」シリーズの第3弾でシリーズでは初めて春雨を使用し、焼豚で高級感・特別感を演出したサラダに仕上げました。具材は、つるつるとした春雨に 焼豚、錦糸卵、にんじん、たけのこと 彩りもよく、ごま油の香りと唐辛子の辛味でおつまみやおかずにぴったりの1品です。ぜひ一度お買い求めください。



当社ラジオ番組 「サラダトーク～お仕事カフェ～」情報

ABCラジオ・TBSラジオにて放送している「サラダトーク～お仕事カフェ～」。
TBSラジオでの放送時間が4月より変更になりました。

【放送時間】ABCラジオ 毎週日曜 あさ8:25～8:40
TBSラジオ 毎週日曜 あさ9:25～9:40

【放送局】ABCラジオ(1008kHz) 近畿広域エリア
TBSラジオ(954kHz) 関東広域エリア

【番組ホームページ】
<http://abc1008.com/salad/>



お答えします!

KENKO Q&A



A

当社サイト内のオンラインショップに掲載しております商品は、個人の方でもお買い求めいただけます。一部ではございますが、業務用商品を個人様向けに販売している店舗様にて、お取り扱いがある場合もございます。当社オンラインショップでは商品のリクエストも受け付けておりますので、ぜひご確認ください。

ケンコーマヨネーズ オンラインショップ

<http://shop-kenkomayo.com/shop/>

Q ケンコーマヨネーズの業務用商品を、個人で購入することはできますか?



当社サイト



オンラインショップトップページ

表紙に掲載

ケンコーマヨネーズがプロデュースする ジャーサラダを紹介 グリーングリーン シーザー

主役の葉野菜はジャーの一番上にダイナミックに盛り付けて。チーズが香るクリーミーなドレッシングを使い、濃厚でリッチなテイストに仕上げました。コク深い味わいで葉野菜をもりもり食べられます。



材料(2~3人分)

リッチテイストシーザーサラダドレッシング80g
セロリ(薄切り・塩もみ)50g
カッテージチーズ30g
オリーブ(黒)(薄切り) 3g
フランスパン(乱切り・トースト).....20g
ブロッコリースプラウト10g
レタス(一掴み)20g
グリーンリーフ(一掴み)20g
ロメインレタス(一掴み)15g
ロメインレタス(そのままだ)15g
クレソン(4cm長さ切り) 5g
ベーコンビッツ10g

作り方

- 1 リッチテイストシーザーサラダドレッシングをジャーに入れる。
- 2 ①にAを表記の順に入れる。
- 3 ベーコンビッツをトッピングする。



この商品を使用しました!

リッチテイスト
シーザーサラダ
ドレッシング

※当社がご提案するレシピは、保存性に関して保証期間を設けておりません。衛生面においては十分にご注意ください。

ケンコーマヨネーズ オンラインショップで購入できます!

さまざまな切り口から解説します。

読んで美味しい

ケンコーマヨネーズ!

ここでは、ケンコーマヨネーズの魅力を知り、もっと身近に感じていただくため、当社のセールスポイントを4つご紹介します。

POINT 1 お客様のニーズをつかむメニュー提案力

ケンコーマヨネーズのお客様は、外食産業やスーパー、コンビニエンスストアなどが中心で、商品のほとんどは“業務用”。業務用の世界では、ただ単に味が良いだけでは勝負にならず、食のプロたちの要求するレベルに達することはできません。人を惹きつける演出やトレンドにマッチした新しさなど、時代を先取りするメニュー開発・提案力が大きな鍵を握ります。

このような取り組みを得意とするケンコーマヨネーズでは、あらゆる分野の業態に向けて商品を食べてもらっただけでなく、商品を使ったメニューも合わせて提案する販売スタイルを採用しています。食のプロからも「ケンコーマヨネーズに聞けばいい提案がもらえる!」と信頼をいただいています。



商品×メニュー提案力
||
ケンコーマヨネーズの特長

POINT 2 原材料の品質への徹底したこだわり

食品を取り扱う企業として、安全・安心へのこだわりは常に念頭に置いています。安全・安心を追求するために主要農産物の産地選定にはこだわり、生産現場を訪問したうえで、自ら安全・安心であると判断できる原材料だけを使用しています。

たとえば、じゃがいもは全て契約農家から仕入れています。当社の購買担当者が種付けから掘り取りまで契約農家を訪問し、栽培計画と一緒に構築し、じゃがいもの生育を見守ります。目で見て確かめながら収穫したじゃがいもですから、お客様に自信を持って提供できる製品を生産できます。



当社ホームページに設置しているコンテンツ「ケンコーマヨネーズの実は…」にはさらに詳しく掲載しています。IR(株主・投資家情報)サイトとあわせてぜひ一度、ご覧ください!

サイトへはコチラ ▶ <http://www.kenkomayo.co.jp/ir/kojin>



ケンコーマヨネーズの実は

検索

POINT 3 3,100点以上の豊富な商品ラインナップ

当社の商品ラインナップは、3,100点以上と業界でもトップクラスを誇ります。また年間1,800点以上の商品を開発しています。「こんな商品あったらいいな」というお客様それぞれが抱える課題や悩みを解決するために、幅広い商品ラインナップが多くのお客様に受け入れられています。

こうした多様な商品群から、お客様のニーズに合った商品を使用したメニューをご提案します。



POINT 4 豊富な商品を生み出す商品開発力

たとえば…

当社では、お客様から寄せられた課題を解決していくことで蓄積された、商品を開発する高度な技術力があります。

HSマヨネーズタイプ

外食チェーンのお客様からの課題を解決するために開発された商品。コールスローサラダ等を製造する時、野菜から出る水分をしっかり保持することで製品が水っぽくなることを防いでくれます。また、野菜の食感をそのままに味の変化も防ぎます。



ケンコーベーカーズマヨネーズ

製パンメーカーのお客様向けに開発した商品。「調理パンにも合うマヨネーズ」というお客様からの課題を受け、当社の商品開発部門が試行錯誤を繰り返して開発した商品です。こんがりとした綺麗な焼き色に仕上がりに、見た目も美味しさが一層引き立ちます。



ガーリックバターソース

食のプロからの「こんな商品あったらいいな」を実現した商品。熱を加えても焦げにくく、冷蔵しても固まりにくのが特長で、かけるだけで味が決まる万能なソースです。2012年には業務用加工食品ヒット賞も受賞した当社自慢の逸品です!

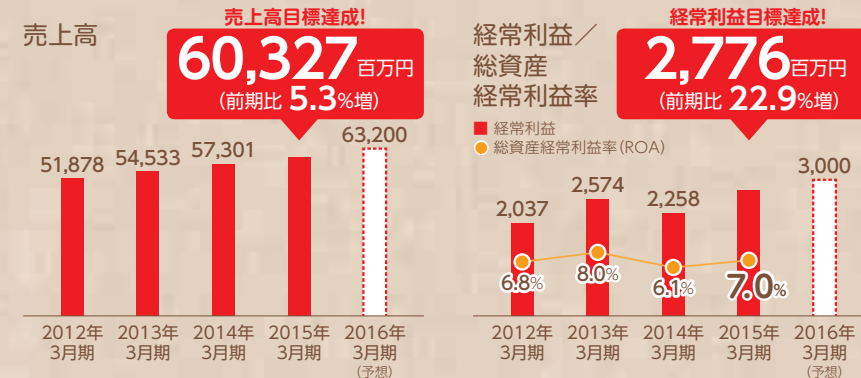


商品数だけではなく、「どのような商品があれば、調理がしやすいだろう?」「均一な味でお客様にスピーディに提供できるだろう?」などあらゆる業態の悩みが解決できる商品を日々開発し続けています。

当期のポイント

- 『中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014』目標売上高600億円 経常利益27億円を達成
- 従来より進めていた分野別・業態別チームを中心に、売上拡大への取り組みが奏功
- タマゴ加工品を中心に、コンビニエンスストア向けで多くの商品が採用
- 静岡富士山工場全ライン稼働による工場の操業度アップ
- タマゴ加工品を中心に高付加価値商品の需要が高まったこと等による利益の改善

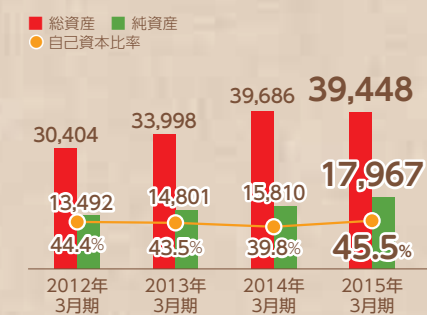
●連結財務ハイライト(単位:百万円)



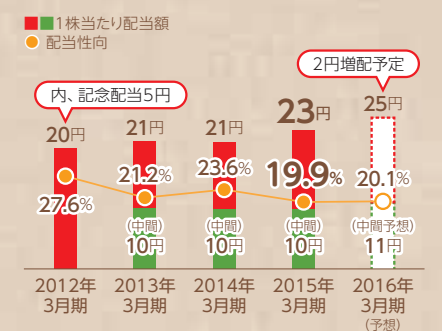
当期純利益



総資産・純資産/自己資本比率

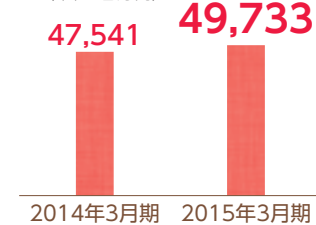


配当金・配当性向の推移



セグメント別営業概況

調味料・加工食品事業 82.4%

●売上高推移
(単位:百万円)

売上高 49,733百万円

セグメント利益 2,648百万円

主な事業内容

サラダ・総菜類(ポテト/ごぼう/ツナ等を使用したロングライフサラダ等)、マヨネーズ・ドレッシング類、タマゴ加工品(厚焼き卵、タマゴサラダ等)の製造・販売

2015年3月期
売上高構成比

総菜関連事業等 15.6%

●売上高推移
(単位:百万円)

売上高 9,419百万円

セグメント利益 348百万円

主な事業内容

国内の連結子会社7社が行う事業。フレッシュ総菜(日配サラダ・惣菜)の製造および量販店等への販売、ケンコーマヨネーズからの調理加工食品及びタマゴ加工品の生産受託事業

ポイント

- 量販店向けにポテトサラダ、マカロニサラダ、明太子や半熟たまごを使用したサラダ等が伸長
- 北海道エリア限定のカット野菜が堅調に推移

その他 2.0%

●売上高推移
(単位:百万円)

売上高 1,175百万円

セグメント損益 △229百万円

主な事業内容

ショップ事業(Salad Cafeショップ)および海外事業

ポイント

- Salad Cafeは新規出店、リニューアルを中心に店舗展開
- インドネシアでは、マヨネーズの他、液卵の販売も好調に推移

※海外事業は持分法適用会社のため、売上高には含まれません。



Salad Cafe ザ・ダイヤモンド横浜店



omayo MANIS omayo PEDAS

※「おまヨ/omayo」「MANIS」「PEDAS」は当社の登録商標です。