

メーカー機能・直営店舗機能・総菜機能

三位一体のサービス提供で「サラダNo.1企業」を目指す

# ケンコーマヨネーズ株式会社

栄養バランスに優れた

「サラダ文化の提案」に注力

近年、「食の安全」に対する関心がいっそう高まっている。そのような時代背景を踏まえて、「心身(こころ・からだ・いのち)と環境」という経営理念の下、①サラダNo.1企業を目指す、②品質、サービスで日本一になる——を経営方針として掲げるのがケンコーマヨネーズ株式会社だ。同社は業務用を中心に、マヨネーズやドレッシングや調理加工食品、タマゴ加工品などの製造を手掛けてきた。

その一例が「ポテトサラダ」、「ごぼうサラダ」で、業界初のロングライフサラダ(賞味期限・製造日+30(45日)として外食チェーンやコンビニ、パンメーカー等に供給。年間300種類に及ぶ新商品の開発を続け、あらゆる顧客ニーズに対応できるのが同社の大きな強みだ。私たちに身近なサンドウィッチや弁当、ハ

ンバーガーなどにも、同社製品が幅広く用いられている。

今、ケンコーマヨネーズがグループ全体で注力しているのは「サラダ文化の提案」だ。そもそもサラダとは、野菜を軸に魚・肉・乳加工品といった様々な食材を、マヨネーズ・ドレッシング等の調味料で味付けした栄養バランスに優れたメニューである。同社は「サラダカフェ」7店を大手のデパート地下で、「皿多屋」4店をイトーヨーカドーで展開。併せてウェブ上での販売も行っている。

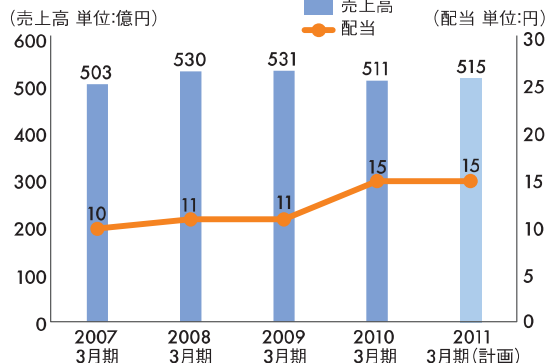
メタボリックなどの問題が取り沙汰される中、直営店舗を通じて健康や栄養を考慮した「主食になるサラダ」を提供しているのだ。さらに新たな展開として、①高い開発力を誇るメーカー機能、②「サラダカフェ」のショップ・ウェブ機能、③グループ企業の総菜機能——のシナジー効果を狙った「三位一体による情報共有、サービス提供」で、「サラダNo.1企業」を目指している。

中期経営計画の狙いと株主還元

今期で2年目を迎えたケンコーマヨネーズの中期経営計画「KEN KO Victory ROAD」(2009年4月～2012年3月)では、「メーカーの原点である商品開発と生産性向上への徹底的なこだわり」、「経営の見える化へのスピードアップ」、「売上高経常利益率3%以上」といった目標が掲げられる。

一方、株主還元政策については、業績拡大に伴う株価の上昇を第一と捉えつつ、安定配当の継続を重視し、2011年3月期も引き続き15円の配当を予定。また、10単元以上保有の株主に2500円相当、1単元以上10単元未満保有の株主に1000円相当の同社商品を進呈する株主優待も実施中だ。なお、7月1日から1単元を1000株から100株に改め、より気軽に投資しやすくなった。

売上高・配当金の推移



▶資料請求番号は3番です。

