

## 2915 ケンコーマヨネーズ

炭井 孝志 (スミイ タカシ)

ケンコーマヨネーズ株式会社 代表取締役社長

### 新工場立ち上げ運用関連費用が利益に影響

#### ◆グループ生産拠点構想が進捗

昨今の外部環境として、中食市場は引き続き拡大している。量販店では日配のフレッシュ総菜、コンビニエンスストア(CVS)などでは弁当・惣菜などの需要が増加し、市場規模は10兆円を超えた。外食市場は引き続き堅調に推移しており、人手不足による調理の簡便化・効率化ニーズに対応したロングライフサラダ、冷凍食品等の需要が増加している。こうした中、当社グループは、生産体制の強化、生産能力の平準化を図り、需要に応える安定供給体制の構築を目指す「グループ生産拠点構想」に取り組んでいる。進捗状況としては、2018年4月にダイエツクック白老の新工場、6月に関東ダイエツクック神奈川工場が稼働を開始した。自社工場については、静岡富士山工場および西日本工場の増築を今期中に完成させる予定である。

ダイエツクック白老の新工場建設は既存工場の老朽化に対応したものであり、効率的な生産によって、サラダ・総菜類の生産能力が年間で3,000トン増加する見込みである。主な生産品目は、素材系冷凍ポテト・チルドポテト、北海道内の食品スーパー向けフレッシュ総菜とする。素材系冷凍ポテト・チルドポテトについては、深刻な人手不足に悩む外食産業の顧客を中心に、調理の簡便化・効率化を図る商品として提案を強化しており、フレッシュ総菜では、中食市場の拡大に伴うニーズを取り込んでいく。

小田原市の関東ダイエツクック神奈川工場では、年間売上高約60億円の生産能力を見込んでいる。首都圏の食品スーパーを中心に、拡大する中食事業に対応したポテトサラダ、マカロニサラダなどのフレッシュ総菜および惣菜を生産するが、埼玉県三芳町の関東ダイエツクック所沢工場との2拠点化により、生産体制の強化、生産能力の平準化を図り、更なる販売拡大につなげていきたい。また、過熱水蒸気オーブンを活用し、肉類・魚類を使用した主食の一品となる商品も製造する。過熱水蒸気オーブンは、食材に含まれる水分や栄養素を残しつつ、美味しい商品を製造することができるため、付加価値のある商品で販売拡大を目指す。

静岡富士山工場は、卵焼き専用工場として2014年に稼働を開始したが、中食市場を中心に、年々タマゴ加工品の需要が高まり、生産能力もひっ迫していることから、更なる販売拡大を目指し、増設することとした。2019年2月の稼働開始に向けて、建設工事は順調に進んでおり、建屋はほぼ完成している。西日本工場についても、外食・中食向けロングライフサラダの販売拡大を目指して増設を進めており、2019年3月の稼働開始に向けて建設工事は順調に進んでいる。

#### ◆新たな中期経営計画をスタート

今年4月には、新たな中期経営計画「KENKO Value Action ～価値の創造～」をスタートした。CSV経営を経営の根幹に据え、3つの事業戦略を進めることで、「サラダNo.1企業」として成長・発展しつづけることを目指す。CSV経営については、「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」を切り口として、社会と企業の双方に価値を生み出す企業活動を行っていく。

3つの事業戦略のうち、「お客様と共にビジネスを創造」については、顧客や市場のニーズに沿った高付加価値商品の拡充を図っている。『和彩万菜<sup>®</sup>』シリーズは、日本の伝統と素材を大切に、調理の簡便性やロス削減を意識した和惣菜ブランドだが、新たに「冬瓜の桜えび餡」を発売し、合計16品となった。健康・ヘルシー志向に配慮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<sup>®</sup>』についても、「和柑橘」などの新商品が加わり、合計10品となった。また、サラダ料理の体現として、少人数制料理教室「キッチンスペース 831」、業務用の顧客向けワークショップを開催しており、サラダ料理を実際に見て、食べて、使ってもらうことで、新たな価値を提案している。

「創り・応え・広げる」生産体制については、顧客の要望に応えるべく、新工場建設および工場増築によって、安定した商品供給体制を構築していく。「サラダ料理を世界へ」は、グローバル企業を目指した取り組みであり、9月末時点で42の国と地域にまで販路が拡大した。また、世界のテイストやインバウンド需要、輸出対応など、グローバル対応商品の拡充も進めている。情報発信としては、海外展示会に積極的に参加しており、2018年4～9月の参加実績は、米国、英国など7回となった。

## ◆サラダ・総菜類の売上高が減少

常務執行役員 経営企画室 室長 京極 敦

食品業界の動向として、外食産業については、市場が引き続き拡大し、特にファストフードやファミリーレストラン業態の売上増が顕著となっているが、業界全体で、深刻な人手不足への対策が急務となっている。スーパーマーケットについては、中食市場の伸びとともに、惣菜売場が堅調に推移しているが、北海道や西日本を中心に、地震、豪雨などの自然災害に見舞われ、生産や物流に影響が見られた。業界全体では、外食産業と同様、人手不足が深刻となっているほか、ネット通販などとの競争も年々激化している。CVSについては、店内調理品等のカウンター商材や、弁当、惣菜、調理麺、調理パン、サラダの中食が堅調に推移しているが、業界間やドラッグストアなど他業態との競争が激しさを増しており、今後もこの流れは続くものと考えている。

2019年3月期第2四半期の連結売上高は374億9百万円(前年同期比1.0%増)となった。タマゴ加工品や食品スーパー向けフレッシュ総菜は好調に推移したものの、ポテトサラダを中心とするサラダ・総菜類の減少、天候不順や地震等の自然災害が影響し、微増にとどまっている。経常利益は15億12百万円(同30.8%減)となった。立ち上げから軌道に乗せるまでの新工場関連費用(ダイエツクック白老、関東ダイエツクック神奈川工場)の増加に加え、原材料価格の高騰、人件費の上昇が影響した。5月に発表した予想との比較では、売上高が3.1%減、経常利益が28.0%減となっている。

分野別売上高構成比に大きな変動はない。CVS向けが最も多く、次いで外食、量販店、パン、給食となっている。商材別では、サラダ類が43.2%、タマゴ類が30.4%、マヨネーズ・ドレッシング類が24.2%、その他が2.2%となった。前年同期比では、タマゴ類が3.8%増と最も大きく伸びており、マヨネーズ・ドレッシング類、その他も増収となったが、サラダ類は1.0%減となった。なお、サラダ類には、当社本体で製造販売しているロングライフサラダのほか、連結子会社のフレッシュ総菜、サラダカフェ店舗で販売するサラダが含まれる。

## ◆食品スーパー向け商品が好調に推移

事業別売上高については、当社本体の調味料・加工食品事業が304億98百万円(前年同期比1.3%減)となった。販売重量は1.5%減少し、販売単価は、商品構成比の変化等もあって、1キロ当たり0.1円減少している。商材別では、サラダ・総菜類が94億69百万円(同8.9%減)となった。主力商品のポテトサラダが1キロ形態・小型形態を中心に減少したほか、外食チェーンをはじめとしたメニュー変更の影響を受け、パンプキンサラダ、明太子やコーンを使用したロングライフサラダが減少した。タマゴ加工品は111億98百万円(同3.8%増)となった。麺用の錦糸卵、オムライス用のスクランブルエッグ等がCVSを中心に増加したほか、茹で卵が外食チェーンを中心に幅広く採用されている。マヨネーズ・ドレッシング類は90億60百万円(同0.8%増)となった。引き続きファストフード向

けのソースが伸長し、販売を強化している海外向けのドレッシングも好調に推移したが、10キロや1キロなどの大型マヨネーズは減少した。

連結子会社の総菜関連事業等は63億10百万円(前年同期比14.7%増)となった。食品スーパー向けにシーフードを使用した商品が好調に推移し、今夏の暑さにより夏場商品も売上増に寄与した。その他は5億99百万円(同5.6%減)となっており、3月に「いもたまや 伊勢丹新宿店」、「WaSaRa そごう横浜店」を閉店したことが影響した。関東ではグリーンサラダやコールスローなどの葉物系サラダ、関西ではフルーツサラダ、ポテトサラダ、ごぼうサラダなどの定番商品が根強い人気となっている。なお、その他は、サラダカフェショップ事業と海外事業が対象となるが、海外事業は持分法適用会社のため、売上高には含まれていない。

経常利益は前年同期比6億72百万円減となった。売上高アップで29百万円増となったものの、食用植物油を中心とした原材料価格の変動で73百万円減、人材育成・体制強化のための固定費等の増加で30百万円減、生産効率の影響で1億円減、新工場関連費用で4億98百万円減となっている。

貸借対照表については、資産合計が657億27百万円(前期末比1.4%増)、負債合計が339億82百万円(同0.4%増)、純資産が317億45百万円(同2.5%増)となり、自己資本比率は48.3%(同0.5ポイント増)となった。キャッシュフローについては、営業活動により得られた資金が21億91百万円となり、減益に伴って前期から10億13百万円減少した。投資活動の結果、使用した資金は41億89百万円となり、固定資産の取得等によって前期から34百万円の支出増となった。財務活動の結果、使用した資金は99百万円となり、調達と返済のバランスに鑑み、資金調達を減少させた。以上の結果、現金および現金同等物の当上期末残高は、前期末から20億97百万円減少の109億75百万円となった。

#### ◆通期の連結業績予想を修正

食を取り巻く国内の市場環境としては、女性の社会進出、単身世帯の増加、少子高齢化の加速によって、世帯構成に大きな変化が見られる。健康・ヘルシー志向、原材料へのこだわりなど、食に対する考え方や価値観も多様化しており、訪日外国人観光客数の増加に伴うインバウンド需要への対応も重要となる。また、各業態で人手不足が深刻化し、それに付随した外国人労働者の増加への対策も急務となっている。中食市場の拡大、高付加価値商品・グローバル対応商品、調理の簡便化など、食を取り巻く市場ニーズの中には多くのビジネスチャンスが存在するため、当社としては、市場ニーズをより意識しながら販売戦略や商品開発を徹底することで、更なる成長・発展を目指す。

通期の連結業績予想については、上半期までの進捗状況に鑑み、11月9日に修正を発表した。事業別売上高の見通しとして、調味料・加工食品事業では598億27百万円(前期比3億12百万円減)を見込んでおり、サラダ・総菜類で15億14百万円減、タマゴ加工品で9億34百万円増、マヨネーズ・ドレッシング類で1億77百万円増を想定した。総菜関連事業等では134億46百万円(同21億19百万円増)、その他では12億27百万円(同65百万円減)を見込む。

今後の取り組みのポイントとして、調味料・加工食品事業では、引き続き分野別・業態別の取り組みを強化していく。また、人手不足が深刻な外食業態を中心に、ダイエットクック白老新工場製の素材系冷凍ポテト・チルドポテトの販売強化を図る。商材別シリーズ商品については、サラダ・総菜類の『和彩万菜<sup>®</sup>』、タマゴ加工品の『惣菜亭<sup>®</sup>』、マヨネーズ・ドレッシング類の『トリプルバランス<sup>®</sup>』など、各シリーズでニーズの高い商品を拡充し、ブランドの定着を図る。総菜関連事業等では、関東ダイエットクック神奈川工場製商品、連結子会社各社で製造するフレッシュ総菜の販売拡大を目指す。その他については、サラダカフェにおける「和サラダ」の更なる追求、SNS や Web を活用した情報発信強化に取り組む。

連結売上高は745億円(前期比2.4%増)、営業利益は29億20百万円(同30.0%減)、経常利益は30億円(同27.7%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は22億70百万円(同21.1%減)を見込んでいる。経常利益は前

期比 11 億 49 百万円減を予想しており、売上高アップで 2 億 72 百万円増となるものの、原材料価格の変動で 44 百万円減、人材育成・体制強化のための固定経費等の増加で 92 百万円減、生産効率の影響で 6 億 1 百万円減、新工場関連費用で 6 億 85 百万円減となる見込みである。

当社グループは、企業価値の向上を目指すとともに、配当性向 20%を意識し、株主への安定した利益還元を維持・継続することを経営の重要課題としている。今期の配当は、前期比で 7 円減配の 30 円(配当性向 21.8%)を予定している。

## ◆ 質 疑 応 答 ◆

**新工場関連費用が終息する時期を教えてください。**

ダイエットクック白老の新工場については、旧工場の建替えとなり、ほぼ同じメンバーが新工場に入ったため、現在は順調に推移している。地震の影響で 1 週間ほど市場の動きが停止したが、素材系冷凍ポテト・チルドポテトが評価され、他の商品も含めて予定以上の生産量に達している。一方、ダイエットクック神奈川工場については、新たなメンバーで立ち上げたため、トレーニングに時間が掛かり、想定以上の人員が必要となった。また、所沢工場からの生産品目の移行にも遅れが生じている。まだ混乱は続いているが、グループを挙げて人件費の削減、原材料費の低下に注力し、遅くとも今期中には終息させて、利益が確保できる状況にしていきたい。

**売上高を下方修正した背景を伺いたい。**

総菜関連事業等は順調だが、本体の調味料・加工食品事業については、一部 CVS の合併の影響を受けている。また、2017 年に北関東で O-157 が発生したが、ポテトサラダが原因と言われ、回復までに約 1 年を要した。さらに、7 月度および 9 月度は、台風や豪雨の影響を受けた。O-157 の影響については、当社のロングライフサラダに問題がないことを説明したが、消費者が他の商品に流れ、業界全体が地盤沈下を起こした。10 月に入って回復してきているため、11~12 月の生産は順調に推移する見込みである。

**スーパーのバックヤード、レストランの厨房などへの HACCP 導入は、追い風になるか。**

オリンピック・パラリンピック用の対策であり、当社に影響が出るまでには時間がかかるとみているが、安全性を確保した商品であるため、追い風になると考え、西日本工場を強化している。

**経常利益に対するマイナスインパクトとして、生産効率の影響については、上期が 1 億円、通期で 6 億 1 百万円となっているが、この背景を伺いたい。**

新工場の立ち上げに関して、稼働から 3 カ月分の費用を「新工場関連費用」、以降の費用を「生産効率の影響」としており、下期の増加分は、関東ダイエットクック神奈川工場の費用が主な内容である。また、子会社における原材料費、人件費の増加分も「生産効率の影響」に含まれる。なお、新工場関連費用は、下期が 1 億 87 百万円となる見込みであり、西日本工場および静岡富士山工場の立ち上げ費用が主な内容である。

**新中期経営計画では、2021 年 3 月期の売上高 850 億円、経常利益 46 億円を目標に掲げているが、今回の下方修正を受けて、目標数値および配当方針に変更はあるか。**

現時点で数値を変更することは考えていない。配当については、業績対応型の考え方を踏襲していく。

**消費増税の影響・対策を伺いたい。**

大きな対策等は考えていない。当社は業務用がメインであるため、イートインを増やす、テイクアウトとイートインの垣根をなくすなど、顧客のさまざまな動きに合わせた販売手法、営業手法を取っていく。

**ポテトサラダについて、商品戦略など、マネージメントの考え方を伺いたい。**

主原料のポテトを、洋風サラダだけではなく、素材系商品や、評価が高まっている『和彩万菜<sup>®</sup>』シリーズなどに広げていく。また、小型化戦略(500グラム、100グラムなど)を進めており、西日本工場の増設は、この一環である。

(2018年11月20日・東京)

\* 当日の説明会資料は以下のHPアドレスから見ることができます。

<https://www.kenkomayo.co.jp/ir/irshiryoku/kessan>