会社概要 (2012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
代表者	代表取締役社長　炭井 孝志
事業内容	調理加工食品、マヨネーズ・ドレッシング類、 タマゴ加工品等の食品製造販売
資本金	2,180百万円
従業員数	1,278名
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 (2012年6月26日現在)

代表取締役社長	炭井 孝志	取締役	鴨井 信彦
専務取締役	前田 広司	取締役	島本 国一
常務取締役	松葉 隆之	常勤監査役	松生 達
取締役	木佐貫 富博	常勤監査役	原田 龍彦
取締役	村田 隆	監査役	山﨑 和義
取締役	牧 立也	監査役	山下 彰俊
取締役	岡本 賢司	監査役	中川 基夫
取締役	小林 昇		

株式の状況 (2012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	7,729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	8.84
エムエイチメザニン投資事業有限責任組合	850,000	5.98
日本生命保険相互会社	757,200	5.32
第一生命保険株式会社	757,000	5.32
キッコーマン株式会社	641,000	4.51
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
ケンコーマヨネーズ従業員持株会	520,025	3.65
財団法人旗影会	450,000	3.16
伊藤忠商事株式会社	448,000	3.15

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 (電話照会先)	〒168-0063 東京都杉並区和泉2丁目8番4号 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)

● 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。

オススメレシピのご紹介

生ハムとたまねぎの名コンビ! お店の本格マリネをご家庭で♪

簡単に作れる手作りドレッシングで和えた爽やかなマリネです。生ハムとたまねぎの旨味が引き立ち合う、ワインのおつまみとしても最適です。

[調理時間 10分 ・ カロリー 151kcal(1人当たり)]

生ハムとたまねぎのさっぱりマリネ

★ 材料 (4人分)

たまねぎ	1個
紫たまねぎ	1/2個
レモン	1/2個
生ハム	100g
パセリ	適宜
<ドレッシング>	大さじ3
塩	小さじ1/2
マスタード	少々
こしょう	適宜
酢	大さじ2
砂糖	小さじ1
おろしたまねぎ	大さじ1と1/2
サラダ油	1/2カップ

★ 作り方

❶ たまねぎ、紫たまねぎは薄切りに、レモンは半月切りにする。
❷ ドレッシングを作る。塩、マスタード、こしょう、酢、砂糖、おろしたまねぎをよく混ぜ合わせ、サラダ油を少しずつ加えて白っぽくなるまで混ぜ合わせる。
❸ ❶に❷を入れ和える。お皿に盛り、生ハムを加えパセリを散らす。

KENKO REPORT 第55期 ケンコーレポート
2011年4月1日～2012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・0072 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

★第2号

第55期 2011年4月1日～2012年3月31日 ケンコーレポート

サラダ料理に使われる野菜のはなし

VOL.2 なす・トマト・じゃがいもの意外な共通点

紫色のつるつるとしたなす。ぷりっと真っ赤なトマト。茶色くごつごつしたじゃがいも…。
この3種の意外な共通点、実はみんななす科なす属の野菜なんです。
じゃがいもは実をつけるとトマトそっくりな実(緑色)をつけるそうです。
男爵やさやかといった食用のじゃがいもは実をつけませんが、
でんぷん用に栽培されるじゃがいもは実をつけるそうです。一度見てみたいですね。

KENKO
ケンコーマヨネーズ株式会社

さらなる飛躍を目指して

新中期経営計画 Ⅳ(フォース) 2012-2014

「市場演出型成長戦略」の展開

当社グループでは、新『中期経営計画Ⅳ(フォース) 2012-2014』において「サラダ料理」という新しいサラダの領域の確立、「市場演出型企業」としての存在感アップ、グローバル企業への成長を目指すことを柱としております。
この新しい中期経営計画の冠であるフォースには、当社グループにおける4番目の中期経営計画であることと、フォースは「力」を意味する言葉でもあり、新中期経営計画をグループ総力で力強く推し進めていく、という意味を含めております。

最終年度(2014年度)の目標【連結】

		2014年度 目標	2011年度比
売上高	国内	632億円	
	海外	22億円	
		654億円	+18%
経常利益	国内	26億円	
	海外	2億円	
		28億円	+33%

※上記目標「売上高」及び「経常利益」は、連結調整前の数字です

市場演出型企業とは?

「業務用メーカー」から「市場演出型企業」へと市場での存在感をアップさせる

従来
- 縁の下の力持ちという存在で、豊かで華やかな食生活を黒子(くろこ)として演出
- ロングライフサラダのパイオニアとして、ゴボウサラダ、パンプキンサラダ等の新しいサラダを開発し、日本のサラダ市場を創造

→ **今後**
- 業務用メーカーとして育み積み上げた実績とノウハウを活用し、様々な食スタイル・食シーンをさらに演出し、「サラダ料理」を確立する
- 売り場を市場として演出できるサラダショップ「サラダカフェ」を活用し、積極的な提案を進める

戦略1 サラダカフェ・ブランドの推進・浸透

市場演出型企業としての存在感アップ及びブランディングとの相乗効果 → ブランド価値及び認知度の向上

首都圏への出店を加速
目標 30店舗

1 SHOP展開

- 消費者情報の収集と発信
  (グループでの情報共有 = 三位一体経営)
- 接客、サービスでNo.1を目指す
- サラダ(冷総菜)専門店と洋総菜専門店(温総菜・米飯等含む)のビジネスモデル構築

Salad Cafe
高島屋大阪店

2 商品展開

- 食を通じて「健康に、元気になる」商品を供給
- 野菜をキーにした、サラダ・総菜の展開
- 野菜(国産原料等)へのこだわり、機能性(食物繊維増、カロリーオフ)メニューの展開
- 料理研究家・浜内千波氏との連携によるショップ・メニューの開発

3 Webサイト展開

- 消費者情報の収集と発信
  (グループでの情報共有 = 三位一体経営)
- サラダに特化したメニューレシピの提供(約1,000メニュー)
- お客様からのレシピ投稿による商品化企画(コミュニケーション作り)
- 生活者データのアンケート実施(マーケティング調査)

戦略2 サラダ料理・世界のソースの情報発信

- サラダ料理を確立し、サラダ文化を提案
- 世界各地の特徴ある「世界のソース」を商品作りに生かし、サラダ料理とあわせて世界に向けて情報発信

→ 市場演出型企業の実践

「サラダ料理」とは?

- 「サラダ料理」とは、野菜+あらゆる食材(肉類・魚介類・乳加工品)+あらゆるソースとの調和を図り、進化発展させた主菜サラダ
- 「サラダ料理」を確立し、「サラダが主役」、「サラダが主食」、「サラダが食卓の王様」を掲げて、サラダNo.1企業を目指す

戦略3 事業領域の拡大

- タマゴ事業:「産地の育成」を含め「殻付き卵」から「タマゴ製品」まで領域を拡大
- ポテト事業:ロングライフサラダにおける強みを生かし、素材事業・新規事業を拡大
- マヨネーズ・ドレッシング
  → **ソース領域へ拡大**
- サラダ・総菜
  → **サラダ料理へ拡大**
- ケンコーサラダワールドの展開

戦略4 グローバル企業への展開

- 原料調達、生産、販売、各分野のボーダーレス化
- サラダ料理及びソースをグローバルな視点で捉え、ケンコーサラダワールドを展開する
- 中国に続きインドネシアへの事業展開、さらに輸出の拡大、海外産原料の可能性を追求

中国・杭州工場

戦略5 人材の育成

- 市場演出型成長戦略を推進する人材の育成
- グローバルな視点で行動できる人材の育成
- 上記人材育成のための組織・体制の整備

おかげさまで当社は2012年3月、東京　証券取引所第一部へ上場いたしました

当社グループの主な出来事を、売上高の推移と対比してご紹介いたします。

当社売上高の推移と主な出来事

※ 1958～1989年までは2月決算です。　※ 1990年は8月決算です。

ごあいさつ

平素より格別のご高配を賜り、株主の皆様ならびに投資家の皆様に厚く御礼申し上げます。
当社の第55期通期決算の概要がまとまりましたので、ここにご報告させていただきます。
また、当社は2012年3月に東証二部から東証一部への上場を果たしましたので、併せてご報告いたします。
今後も株主の皆様をはじめとするステークホルダーの方々からの期待にお応えすべく尽力しますので、引き続きご支援の程、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長　岩井孝志

Q. 東証一部への上場とこれまでの歩み、ケンコーマヨネーズの強みについて

A. 念願の一部上場を達成し、当社ならではの強みを生かしてさらなる成長を目指します。

2011年3月24日、当社は東京証券取引所市場の第二部に上場いたしましたが、それから約1年後の2012年3月30日には同市場の第一部銘柄に指定されました。これもひとえに、株主・投資家の皆様やお取引先をはじめとするあらゆるステークホルダーの方々からの温かいご支援の賜物であり、ここに厚く御礼申し上げます。

今後も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」ことにいっそう注力しますので、引き続きご理解とご支援を賜りたく、よろしくお願い申し上げます。

当社は業務用のマヨネーズ・ドレッシング類を基盤としつつ、外食・中食市場の成長を背景にロングライフサラダを中心とした調理加工食品へと事業領域の拡大を行ってきました。

競争の激しい業務用の業界では「商品開発力」「製造力」「販売力」の三つ全てがそろって初めて力が発揮されます。当社は三つの力を高めていくことによって、業務用食品メーカーとして確固たる地位を築いてきました。

現在の当社の事業の中核は「サラダ」であり、同分野のパイオニアとしてつねに市場のニーズを先取りする高付加価値製品を生み出し続けてきました。業務用メーカーとして幅広い需要に応えてきた研究開発力や豊富な商品ラインアップ、素材への徹底的なこだわりが当社の大きな強みとなっています。

今、当社はグループ全体で「サラダが主役、サラダが主食、サラダが食卓の王様」を標榜する事業を展開しており、①高い開発力を誇るメーカー機能、②グループ企業(7社)の総菜機能、③サラダカフェの直販・情報発信機能(14店舗のサラダ販売直営店の運営とWebサイトの展開)の三つを融合させ、グループが一丸となった「三位一体」のビジネスモデルを構築しています。

Q. 『KENKO Victory ROAD』の総括と新たな中期経営計画について

A. 前計画はほぼ計画を達成し、新たな計画でさらなる飛躍を目指します。

当社グループでは2009年に「時代のどのような変化にも対応できる強靭で柔軟な筋肉質の体制・体質づくりをめざすこと」を10年間の経営指針として掲げ、その道

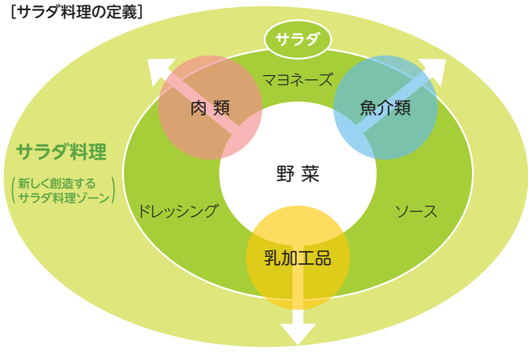
筋における最初の3年間の中期経営計画として、2009年4月から2012年3月まで『KENKO Victory ROAD (KVR)』を推進しました。

同中期計画では、①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、②経営の「見える化」へのスピードアップ、③売上高経常利益率3%以上の確保をテーマに、より筋肉質な体質の組織作りに取り組んできました。その最終年度である第55期は東日本大震災、原材料価格の高騰などに見舞われましたが、企業努力でそれらを克服し、中期計画の目標を達成できました。

これまでも「サラダ」を軸とした商品開発を進めてきましたが、さらに掘り下げて「サラダ料理」という新しいサラダの領域を確立することで新しい市場を形成し、縁の下の力持ちの「業務用メーカー」から「市場演出型企業」へと、より一層存在感を高めていくため、今期から新たにスタートしたのが『中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014』です。「市場演出型企業」への成長を果たすための戦略として、①サラダカフェ・ブランドの推進・浸透、②サラダ料理・世界のソースの情報発信、③事業領域の拡大、④グローバル企業への展開、⑤人材の育成といった5つの戦略を掲げさらなる企業価値向上を目指します。

まずサラダカフェについてです。この展開は当社のブランド浸透のために大きな役割を果たします。当社が業務用の業界で確固たる地位を築いているということは、「プロに認められた食品メーカー」であるということです。プロの世界で通用するプロの商品を皆様にもっと食べていただきたい、という想いを具現化したものがサラダカフェです。サラダカフェを通じて、業務用食品メーカーだった当社をもっとよく知っていただきたいと考えています。そこで首都圏強化の第一弾として小田急百貨店新宿店を2012年3月1日にオープンいたしました。こうした店舗の出店など、同ブランドの知名度向上を図るとともに、その店舗やWeb、書籍などを通じてのレシピの提

［サラダ料理の定義］



案なども積極的に発信し、様々な食スタイル・食シーンを演出できる企業作りを推進します。

また、今後さらなる成長を果たすためには海外事業の積極拡大も重要な戦略のひとつです。中国ではパンの消費が増加するとともに、日系企業の進出にもいっそう拍車がかかり、着実に当社のサラダ製品に対する需要も拡大しています。当社グループでは今年3月、杭州新工場を建設し、マヨネーズ・ドレッシング類を中心とした現地生産・販売体制を整えています。すでに稼働していた東莞のサラダ工場とリンクさせながら、当社の物流網・販売網を広げていくことで、中国市場の本格的な開拓を果たしていきたいと考えています。

さらにインドネシアにおいてマヨネーズ・ドレッシング類の現地生産・販売を担う合弁会社を今期設立し、東南アジアへの事業展開も強化してまいります。

またサラダのみにとどまらず総菜全般へと事業領域を拡大する一方、マヨネーズ・ドレッシングについてもその枠にとらわれずソースの領域まで拡大します。そして、活発に情報発信を行っていくことで市場の演出に取り組み、幅広くソース類を手掛けるメーカーというポジションを確立したいと考えています。加えて、これまで当社が得意としてきたタマゴ加工品におきましても、その領域を

「殻付き卵」から「タマゴ製品」まで拡げ、すべてに一貫したシステムを構築したうえで、各々の工程において事業機会の拡大を追求していきます。

Q. 第55期通期業績の概況と今期の見通しについて

A. ほぼ計画通りの実績。今期は増収増益を目指します。

第55期は事業環境が非常に目まぐるしく変化した一年でした。こうした環境下で当社グループは中期経営計画『KVR』の最終年度を迎え、「新たな成長を目指して、新しい『ケンコースタイル』を創る」という事業戦略を掲げ目標の完全達成を目指しました。

東京本社の「Cooking Labo TOKYO」へお客様を積極的にお招きし、当社スタッフとの共同試作を通じ情報交換を進めたことなどの結果、売上高は前期比で増収を果たし、期初計画通りの着地となりました。

利益面では、マヨネーズ・ドレッシング類の主原料である食用植物油の配合比率を抑えた商品の開発と販売に力を入れるなど、穀物相場をはじめとする原料価格高騰への対策が功を奏し、経常利益、純利益は前期比で減少となりましたが、期初に策定した計画を上回る実績を達成できました。

第56期につきましては、原発稼働停止に伴う夏場の電力供給不足が想定され、工場の安定操業等が不安視される一方、復興需要本格化などの景気底上げも期待されます。当社グループにとっては『中期経営計画Ⅳ(フォース)2012-2014』の初年度に当たるため、全社一丸となって市場演出型企業としての存在感を高め、さらなる飛躍を図っていきます。

Q. 株主還元に対するスタンスについて

A. 「配当性向20%以上」を目標とし、中間配当も実施します。

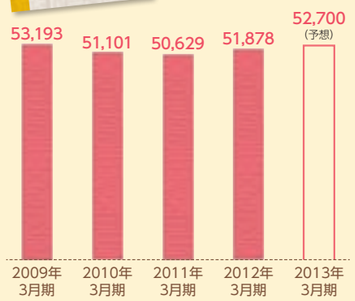
当社は利益成長とともに株主還元も極めて重要な経営課題として捉え、かねてから「配当性向20%以上」という目標を掲げてきました。今後も株主や投資家の皆様の期待にお応えすべく、安定的な配当を行っていきたいと考えています。また、これまで当社は年1回(期末時)の配当を実施してまいりましたが、株主の皆様への利益還元の機会を増加させることを目的に、2013年3月期から中間配当を導入します。

当社は長い間業務用のマヨネーズ・ドレッシングやサラダに特化した事業を展開してきたため、当社事業への馴染みが薄い方々が少なくないかもしれません。しかし今後は東証一部上場企業として知名度の向上を図っていくと同時に、時代のニーズに応える商品をいち早く提供していくことで、つねに市場をリードしていきたいと考えています。当社グループが目指しているのは、「サラダ料理=ケンコーマヨネーズ」と世の中で広く認知されることです。引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

連結財務ハイライト

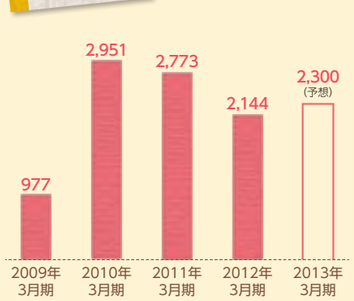
売上高

(単位：百万円)



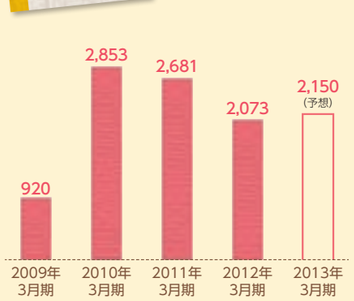
営業利益

(単位：百万円)



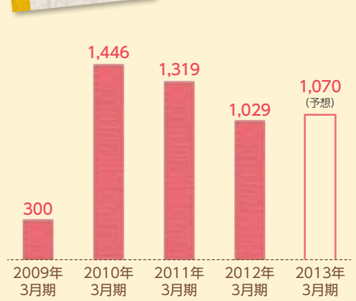
経常利益

(単位：百万円)



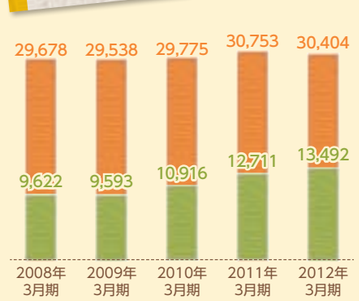
純利益

(単位：百万円)



総資産・純資産

(単位：百万円)



売上高のポイント

東京本社の「Cooking Labo TOKYO」へお客様を積極的にお招きし、お客様との共同試作を通じての情報交換等を進めたことや数量アップ対策を積極的に進めたこと、また外食業界向けをはじめ、期間キャンペーンを行って新メニューの採用が続いた結果、前期比2.5%増となりました。

経常利益のポイント

原料価格高騰への対策として、食用植物油の配合比率を抑えた商品の開発と販売に注力したことや、生産工程の改善等による生産効率向上により合理化を進めた結果、経常利益は前期比22.7%減ではありましたが、計画比9.1%増となりました。

調味料・加工食品事業 84%

総菜関連事業等 14%

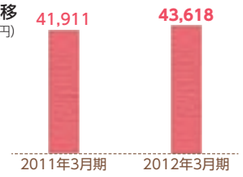
その他の事業 2%

調味料・加工食品事業

売上高 43,618百万円

セグメント利益 1,829百万円

売上高推移 (単位：百万円)



主な事業内容

調理加工食品(ポテト/ゴボウ/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

<調理加工食品>は、前期比売上高で1.2%増加、販売重量で0.7%増加しました。ポテトサラダ、パスタサラダ、ゴボウサラダ、ツナサラダに加えて春雨、パンプキン、豆等の素材を生かした商品や明太子、コーンを使用した商品が好調に推移しました。特に製パン業界、外食業界、量販店向けなどでツナサラダ、ゴボウサラダが伸張しました。

<マヨネーズ・ドレッシング類>は、前期比売上高で6.8%増加、販売重量で6.3%増加しました。量販店向けの1kgや500g形態のマヨネーズが好調を維持し、10kg形態のマヨネーズも引き続き伸張しております。また、西日本工場における最新の製造ラインのドレッシングは主力商品になりつつあります。特に外食産業向けのドレッシング・ソース類が好調に推移しました。

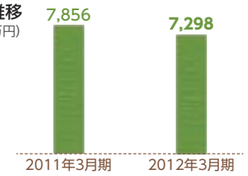
<タマゴ加工品>は、前期比売上高で6.7%増加、販売重量で2.0%増加しました。各製パンメーカーのフィリング向けタマゴサラダ、弁当・すし用の厚焼き卵、茹で卵が大手コンビニエンスストアで採用され、大幅に増加いたしました。

総菜関連事業等

売上高 7,298百万円

セグメント利益 264百万円

売上高推移 (単位：百万円)



主な事業内容

国内の連結子会社8社が行う事業、フレッシュ総菜(日配サラダ・惣菜)の製造及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

主要な原料である卵の価格が震災直後から高騰し、また野菜の価格も台風の影響等により高騰しましたが、九州地区における生産拠点の統合をはじめとしたコストダウンや経費削減対策を行うとともに収益性の高い商品に注力した商品政策を実施してまいりました。特に関東地区では震災後の供給体制が評価され、シェアアップ、売上増に寄与しました。

その他の事業

売上高 960百万円

セグメント利益 △1百万円

売上高推移 (単位：百万円)

主な事業内容

ショップ事業(サラダカフェ・ショップ)及び海外事業

<サラダカフェ>は、阪神百貨店梅田本店(2011年3月)及びイトーヨーカドーあべの店(同4月)、小田急百貨店新宿店(2012年3月)に新規出店し、合計14店舗による市場演出型企業の実践を進め、Webサイトとの連携により、その存在感をアップさせました。

<海外事業>は、中国市場における台湾企業との事業提携がスムーズに進捗し、杭州工場(マヨネーズ・ドレッシング類の製造)は2012年3月に竣工し生産を開始しました。

Salad Cafe　小田急百貨店新宿店

KENKO TERRACE ケンコーテラス

▸▸▸ ケンコーマヨネーズからのお知らせです

Salad Cafe Report サラダカフェ・レポート

Salad Cafe 小田急百貨店新宿店

〒160-8001
東京都新宿区西新宿1丁目1番3号
小田急百貨店新宿店(本館B2F)
TEL: 03-5325-3800

2012年3月1日(木)にサラダカフェが小田急百貨店新宿店にオープンしました。

関東では東武百貨店池袋店に続いて2店舗目になり、JR東日本、京王電鉄、小田急電鉄、東京メトロ、東京都交通局の5社局が乗り入れるターミナル駅である新宿へ初出店しました。お店には、実演スペースを設置して、サラダが出来上がるまでの工程を、お客様により近い場所で見ていただけるようにしております。

関東バージョンの「サラダロール」が特に好評で、ロールケーキに見立てた、10種以上のサラダ具材をたっぷり使い、「食べるところによって味が違う!、どこを食べても美味しい!」という新感覚の一品です。

皆様のご来店を心よりお待ちしております。

サラダカフェでは、野菜をもっと沢山召し上がっていただきたいとの想いを込めて、季節ごとに旬の食材を使った新商品やサラダロールなど新しいサラダを提案しております。
皆様のご来店を従業員一同、心よりお待ちしております。

Salad Cafe　小田急百貨店新宿店長
有坂 真

5月の人気メニュー

ビタミンCたっぷり 夏のグリーンサラダ

なるほどポイント

きゅうり、赤ピーマン、枝豆、コーン、ゴーヤ、トマト、いんげんなど、7種の夏野菜が入ったビタミンCたっぷりのサラダ。

スタッフのおすすめポイント

夏のからだに不足しがちなビタミンCが補え、夏野菜の美味しさをお楽しみいただけます。

スタッフいち押しサラダ

サラダロール ～9種の穀物パン使用

スタッフのおすすめポイント

10種類以上のさまざまな具材とソースをふんだんに使用した、ロールケーキのようなサンドイッチ。ボリュームたっぷりで食べ応えがありますが、口当たりを軽く仕上げ、満足いただける逸品に仕上げました。食べる場所によって味が違うので、さまざまな味が楽しめます。

ケンコーマヨネーズ監修のレシピ集を出版しました

2012年3月19日にサラダカフェショップの人気商品のアレンジレシピや、同Webサイトのレシピをグレードアップしたレシピ、合計147種類をまとめ、「Salad Cafeのとっておきサラダレシピ」として東京書店株式会社より出版いたしました。ご家庭で簡単に作ることのできるドレッシングレッスンや、サラダを作る上でのプロの技も盛り込み、サラダ作りのノウハウが詰まった自信の一冊です。

さらに2012年4月27日に当社監修のレシピ集「魔法のうまドレレシピ」が株式会社主婦の友社より発売されました。これまでの「かけるだけ」というドレッシングの常識が変わるスペシャルレシピをはじめ、ご家庭にある基本の調味料を使うだけで生まれ変わる絶妙な味付けなどを紹介しています。サラダはもちろん、肉・魚料理、麺やごはんなどアレンジを拡げたレシピを一挙大公開しています。

レシピ集は全国の有名書店にてお買い求めいただけます。

株主優待のご案内

業務用メーカーとしてホテル・レストランなど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月末日現在の株主名簿及び実質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。

▼ 当社商品2,500円相当(商品例)

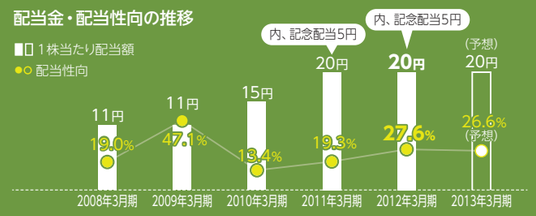
▼ 当社商品1,000円相当(商品例)

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	当社商品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	当社商品1,000円相当

配当金・配当性向の推移



アンケートご協力のお願い

当社では、株主の皆様のお声を今後のIR活動(企業から株主及び投資家の皆様への情報提供活動)に役立てていくため、株主の皆様を対象にアンケートを実施させていただくこととしました。
お手数ではございますが、アンケートへのご協力をお願い申し上げます。

回答方法

同封のアンケートハガキにご記入の上、ご郵送願います。なお、ご記入後は皆様のお名前・ご住所・ご職業部分の上に付属の個人情報保護シールを貼り付けご投函願います。

プレゼント

ご意見を頂戴しました株主様の中から抽選により、30名の方に当社商品の詰合せをプレゼントいたします。抽選結果は発送を以って代えさせていただきますのでご了承願います。

締切日：2012年7月31日(当日消印有効)

※個人情報の取扱いについて
株主様アンケートによりお預かりした個人情報につきましては、プレゼントの送付以外に使用することはございません。