会社概要 (2014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	サラダ・総菜類、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	2,944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 (2014年6月24日現在)

代表取締役社長	炭井 孝志	取締役	白石 尚之
専務取締役	前田 広司	取締役	塩谷 正樹
専務取締役	松葉 隆之	常勤監査役	原田 龍彦
常務取締役	木佐貫 富博	常勤監査役	松生 達
常務取締役	牧 立也	監査役	山﨑 和義
常務取締役	村田 隆	監査役	山下 彰俊
取締役	島本 国一	監査役	中川 基夫
取締役	筑紫 武人		

株式の状況 (2014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	10,294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
日本生命保険相互会社	757,200	5.33
第一生命保険株式会社	757,000	5.33
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	481,061	3.39
財団法人旗影会	450,000	3.17
伊藤忠商事株式会社	448,000	3.15
東洋製罐グループホールディングス株式会社	312,800	2.20

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。

● 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。

株主優待のご案内
Shareholder Generous Treatment

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。

▲ 当社製品2,500円相当(製品例)

▲ 当社製品1,000円相当(製品例)

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

KENKO REPORT
第57期 ケンコーレポート
2013年4月1日～2014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6号

第57期　2013年4月1日～2014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

じゃがいもの品種それぞれには、一番おいしい時期や相性の良い料理があります。
香り高く、味わいも豊かな品種「シンシア」は、煮物などにした時に煮崩れしにくいのが特長です。
8～9月の夏の時期がおいしい「さやか」は、口あたりがなめらかでさっぱりとした味わい。どんな料理にも相性抜群の万能型。ポテトサラダにピッタリなじゃがいもが「キタアカリ」。9～12月が旬で、甘みが強く舌触りはサツマイモに似た食感です。

★ ポテトサラダスープ

いろいろなサラダ料理の作り方はこちら
http://www.kenkomayo.co.jp/recipe
ケンコーマヨネーズ　レシピ　検索

KENKO
ケンコーマヨネーズ株式会社

市場演出型企業としての成長戦略に確実な成果を見せられる1年にしていきます

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57期の決算概要がまとまりましたので、ここにご報告申し上げます。

代表取締役社長 岩井孝志

Q. 中期経営計画2年目となった第57期の業績に対する評価をお聞かせください。

A. 想定以上の鶏卵相場の高騰により、利益面では、期初計画を下回りましたが、着実に成長戦略を前進させ、手応えを感じられた1年となりました。

2014年3月期は、国内の景気回復が勢いを取り戻しつつあり、消費者マインドも高まっていると見ています。

当社グループでは、消費者の嗜好ニーズを敏感に捉えながら、従来、外食、コンビニエンスストアなどの分野別チームによる商品開発・販売戦略に力を入れていますが、2014年3月期は、業態の細分化・提案対象の拡大を意図し、新たなチームを追加し、更に深掘りした分野別の個別対策の立案・実行が奏功し、売上高は計画を超え、大幅に拡大することができました。一方、利益面では、穀物相場の高止まり、為替の円安進行により、食用植物油などの原料価格の上昇に対しては、徹底的なコストダウンと価格改定の実施を計画通りに進め、吸収対応できましたが、鶏卵相場の近年にはない高騰が続いたことで、期初計画値を下回っての着地となりました。

かつて鶏卵の使用がマヨネーズの原料に限られていた時代と比較すると、タマゴ加工品の種類・出荷数量が増え、当社が展開するタマゴ加工品分野そのものが広がっていることで、鶏卵相場の動きが業績に与えるインパクトが大きくなってきていると言えます。当社のタマゴ製品に対するお客様の需要・要望も年々拡大する一方ですし、日本国内全体で見ても、コンビニエンスストアやスーパー、外食産業で提供されるタマゴ加工品の生産量が飛躍的に拡大してきていることから、今後もこの傾向は継続するのではないかと見込んでいます。当社では、まずは4月より稼働を開始した静岡富士山工場に、タマゴ加工品のうち、厚焼き卵、錦糸卵など焼成たまごの生産を集中させ、設備の合理化により、生産コストを更に低減させることで利益を確保していく方向です。加えて、事業領域の拡大としての取り組みとなりますが、産地の育成から製品販売までを一貫して手がける仕組みづくり、特に、生産者との取り組みを深める必要があると考えています。そうして、価格面での競争ではなく、品質面での付加価値を提供しながら、コスト高に飲み込まれない利益体質を構築していきたいと考えています。

2014年3月期は、鶏卵相場の高騰という想定以上の要因に見舞われたものの、3か年計画で定めたビジョン通り、やるべきことを遂行し、前進したという意味では、納得できる結果であったと評価しています。

Q. 新しい期のさらなる前進につながる、具体的な取り組みの成果についてお聞かせください。

A. 事業領域の拡大策として、事業別に対策を進めていますが、それぞれに成果・手応えを感じられる状況になり、次なる課題認識も進んできました。

◆マヨネーズ・ドレッシング類分野の取り組み

マヨネーズ・ドレッシング類、ソースの分野では商品の充実と販売の拡大を中心に進めています。「世界のソース」シリーズ及び1L形態の「低カロリーノンオイルドレッシング」のバリエーションも順調に増加し、販売も好調に伸長するなど、ドレッシング類における対策が相当に進んできたと認識しています。また、形態のバリエーションとして20mlの「小袋ドレッシング」も着実に品揃えが増え、最新技術を導入した西日本工場の生産ラインも売上増に寄与しています。この中期経営3か年計画期間は、設備増強をひとつのテーマに進めています。

◆ポテト分野の取り組み

当社グループでは、メニュー提案を通じた商品開発・販売拡大を強みとしており、毎年、お客様に実食を通じて製品への理解を深めていただく当社グループ総合フェアを開催していますが、加工サラダにおけるベースであるポテト事業では、社外展示会にも出展し、好評をいただいております。その活動の具体例としてポテトサラダの料理化・食事化の提案が挙げられます。新しいポテトサラダの使い方を当社グループ総合フェアや展示会、Webサイトにて提案し、情報の拡大を図ることでお客様層を拡大していきます。

4月には、日本食糧新聞社が主催する「ファベックス2014」に出展しました。惣菜デリカ・弁当・中食・外食業界の商品・メニュー開発のヒント、最新情報を集めた業務用専門展で、「ポテトサラダはもっと美味しくなる」をテーマに、種植から収穫まで徹底管理したじゃがいもを使用した、当社ならではのポテトサラダやサラダにする前の素材商品の提案等を展開しました。こうした取り組みを通じて、顧客の新規拡大に拍車をかけながら、さらなる商品開発、素材開発を進めていきます。

◆サラダ・総菜分野の取り組み

オニオン、明太子、パンプキン、アボカドなどの素材を活かした商品が外食やコンビニエンスストア向け業務用商材の新規採用にて相次ぎ、順調に増加しました。

また、2013年9月に発売しました小型形態の家庭用ファッションデリカフーズ®（袋から出すだけで、そのままお使いいただける調理済み加工食品）は、量販店に続きコンビニエンスストアにて採用が決まり、2014年4月より店頭販売がスタートしました。また、首都圏限定でパイロットモデルの販売が始まるなど、順調なスタートを切ることができたと認識しています。今後も業務用、家庭用ファッションデリカフーズ®の商品バリエーションを拡大しながら、市場を活性化させ、販売量を拡大し、次なるステージへと成長を遂げていきたいと考えています。

◆タマゴ加工品分野の取り組み

タマゴ加工品の中でも、特にサンドウィッチなどに用いられるタマゴサラダが非常に好調です。コンビニエンスストア各社、製パンメーカー向けに、細やかかつレスポンス早く、味の個別対応に応えてきた成果であると認識しています。西神戸工場、厚木工場、子会社の九州ダイエットクック、ライラック・フーズにおいて、タマゴサラダ増産に向けた生産体制の整備を行いましたが、それでも追いつかないほど受注数が伸びている状況です。

当社グループでは、数字をアップさせる事はもちろん重要ですが、むしろよい品質、グレードの高い商品の開発・提供を追求することに徹底していきます。そして、タマゴ加工品のリーディングカンパニーとして、さらなる付加価値の創造を目指していきたいと考えています。

そのためにも、4月より生産を開始した静岡富士山工場の稼働を早期に軌道に乗せることが重要です。操業開始後、早々に薄焼きタマゴラインで増産体制を敷いており、本格稼動（全ラインの早期稼動）に向けた取り組みを進めております。

◆フレッシュ総菜事業の取り組み

子会社の関東ダイエットクックの製造ラインを増強したほか、仕分けセンター機能の増設が必要になるなど、昨年の後半あたりから、納品をご要望されるお客様が格段に増えてきています。また、納入だけでなく、メニューの共同開発に対するニーズも高まってくるなど、非常に手応えを感じる状況となっています。これまで、『サラダカフェ』を切り口に、「サラダ料理」をキーとした商品作り、会社作りを通じた、市場演出型モデルを追求してきたことが認知され始め、そうした戦略が奏功し始めてきた成果であると認識しています。また、北海道の子会社ライラック・フーズでは、お客様の要望に応え、北海道地区限定で2013年12月よりカット野菜の生産・販売も開始しています。

Q. 市場演出型企業としての情報発信、『サラダカフェ』ブランドの推進・浸透についての手応えについてお聞かせください。

A. ショップ各店の生産性も上がり、トレンド発信に向かう体制が整ったほか、Webを活用したレシピ展開も層が厚くなったと認識しています。

2014年3月期は、出店先の改装が相次ぐなど、新店出店を進めていくという流れではなかったような気がします。それによって、若干、出店攻勢が削がれてしまったという側面もありますが、依然、引き合いは順調にいただいており、2015年3月期は、新規店舗の開店のご報告ができると見込んでいます。この2年間のうちにどれだけ店舗網を拡大できるか、ここがひとつのポイントになってくると思っています。

既存店については、各店舗において生産性が高まっており、いかにお客様にいいものを提供するかという方向に目線を持ち、各店とも前進できる状況になってきて

います。今後も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』を活用しながら、積極的にトレンドの発信に努めていきたいと考えています。

また、Webを活用したレシピ提案の取り組みを通じた情報発信についても、充実してきたと認識しています。

Q. グローバル企業となるというテーマ達成に向けた、海外戦略の取り組みはいかがでしょうか。

A. 生産拠点を有する中国、インドネシアとも展開が進捗し、早期黒字化を射程圏に捉えています。海外輸出にも手応えが見えてきました。

インドネシアでは、2013年7月より、生産工場の稼働を開始し現地のテレビCMの放映と平行しながら、小袋マヨネーズの販売に取り組んでいます。現地協業先も非常に協力的な活動を展開してくれており、じわじわと浸透してきていると思います。また、インドネシアへは、和食チェーンやベーカリーなど日系企業も数多く進出しているほか、現地ベーカリーも非常に多く、業務用マヨネーズの拡販にも力を入れています。当社はもともとベーカリー向けに、マヨネーズから始まり、ドレッシング、サラダ類を発売し、他の領域へと事業を拡大してきた経緯がありますので、その原点に戻り、インドネシアでの展開を加速していきたいと考えています。

中国についても、原料調達や生産・営業体制の見直しをかけ、現地ファストフードやベーカリーへの販路が拡大してきた結果、着実に生産量が伸びてきています。投資回収にかかる費用を賄えるまで、あと少しというところにまできており、2015年には年間黒字化という目標達成を視野に入れています。

もうひとつ、海外輸出の拡大戦略も進めています。海外での展示会への出展を通じて認知度向上を図るとともに、現地販売会社に同行しながら、業務用商品の販売先開拓に取り組んでいます。特に欧州、豪州、北米、ロシアを中心に多数の引き合いをいただいており、今後は着実に取引先数を積み上げ、事業規模の拡大につなげていきたいと考えています。

Q. 最後に株主の皆様へメッセージをお願いします。

A. 中期経営計画最終年度となる2015年3月期は、当初計画通りの目標達成を目指し、さらに具体的に成果を形にする1年にしていきます。

2015年3月期は、中期経営計画の最終年度となります。市場演出型企業として、今後の成長戦略を描くためにも、「ケンコーマヨネーズ=サラダカフェ」という切り口で、今年1年間でどれだけの活動、実績を積み重ねられるかが非常に重要になってくると認識しています。生産者との取り組み、原料調達の部分も含め、『サラダカフェ』をキーとして展開させていくためにも、どれだけ内部を充実できるか、手を打って出られるかということが2015年3月期のテーマになってくると思っています。

業績については、2014年3月期は下方修正を発表し、ご心配をおかけいたしましたが、2015年3月期は鶏卵相場が前年同様、高値で推移するという想定のもと、最終年度達成目標に掲げた連結売上高600億円、連結経常利益27億円は最低限として死守していきます。3カ年計画の1年目、2年目で投資してきた成果を3年目で確実に花開かせていきたいと考えておりますので、その成果にぜひ着目していただければと思います。

株主の皆様におかれましては、引き続きご理解、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

さらなる飛躍を目指して

『中期経営計画 Ⅳ(フォース)2012-2014』の進捗について

戦略1 グローバル企業となる

中国
- ケンコー型提案営業の導入
  ➔売上高アップ、販路拡大

インドネシア
- 2013年10月ハラール認証を取得
  ➔マヨネーズの生産・販売開始
- 液卵の販売を開始

o-mayo(インドネシア製造商品)

海外輸出
- 2013年度：26か国(地域を含む)へ輸出

戦略2 事業領域の拡大

「世界のソース」シリーズ
- 2013年度：新商品3品を販売開始
  (クリーミーブラウンソース、スパニッシュアヒージョソース、明太子ソース)

クリーミーブラウンソース　スパニッシュアヒージョソース　明太子ソース

B to C 商品
- 2013年10月「サラダのプロがつくった」サラダシリーズの販売開始
  ➔コンビニエンスストアや量販店へと販路を拡大中

カット野菜事業
- 2013年12月より北海道エリア限定で販売を開始

機能性商品の拡充
- 低カロリーノンオイルドレッシング、「食物繊維入り」商品の拡充
- やわらか食のラインナップ拡充開始

戦略3 「サラダ料理」の情報発信を行い、市場演出型企業としての戦略を実践

Webサイトを活用したレシピ配信
- 業態別ご提案レシピ+季節の特集レシピ+サラダ料理コンテンツ
  合計約370レシピ(2014年3月末現在)

当社グループ総合フェア
- 2013年11月「KENKO MARCHÉ 2013 サラダフル♥ライフ」
  提案メニュー数：130レシピ
  来場者数：東京2,030名、大阪1,500名

ABCラジオ
- 2013年10月より「サラダトーク～お仕事カフェ～」を放送

寄附講座
- 東京海洋大学に「サラダサイエンス(ケンコーマヨネーズ)寄附講座」開設

当社グループ総合フェアの様子

記者会見の様子
(左)炭井社長　(右)岡本学長

戦略4 サラダカフェブランドの推進・浸透

店舗展開
- リニューアル：2店舗
  東武百貨店池袋店(2013年8月)
  近鉄あべのハルカス店(2014年2月)
- 期間限定：2店舗
  髙島屋日本橋店(2013年10月)
  ルミネ荻窪店(2014年3月～4月)

サラダカフェオリジナルドレッシング

商品展開
- 当社取引先とのコラボレーション商品の発売
- サラダカフェオリジナルドレッシングの発売(2013年7月より)

戦略5 人材育成・体制強化

研修制度の充実
- 新入社員研修内容の充実
  (生産、開発、グループ会社の研修実施)
- 階層別や公募型、選抜型研修の実施

eラーニング
- 社内セキュリティ講習会の実施

生産管理システムの構築
- 2014年度上期中に導入完了予定

連結決算サマリー

売上高	57,301百万円 (前期比5.1%↗)
営業利益	2,428百万円 (前期比12.6%↘)
経常利益	2,258百万円 (前期比12.3%↘)
純利益	1,265百万円 (前期比10.2%↘)

売上高の解説

従来より進めてまいりました外食等の分野別チームについて、新たなチームを追加するなど業態を細分化し、更に深掘りした分野別の個別対策を立案・実行した結果、売上高増加へ大きく寄与いたしました。業態別に提案しておりますサラダ料理のレシピにつきましては、当社のウェブサイト上でも紹介することで、更なる売上増加に繋げてまいりました。
またサラダカフェの活用によるグループ相乗効果を高める戦略を進めており、消費者と直接対話ができるショップ及びウェブサイトを通じて集めた消費者の声をメニュー提案に活かしてまいりました。このメニュー提案力の強化によりお客様との共同試作におきましても、ますます好評をいただくことができ、お客様との関係を更に強固なものとすることができました。その結果、前連結会計年度に対して増収を達成することができました。

利益の解説

利益につきましては、為替が円安に進行したことに加えて、穀物及び鶏卵相場の上昇等、原料価格の高騰が想定以上に進んだことに対しまして、企業努力のみでは吸収しきれない部分に関し、一部商品の価格改定を進めさせていただくとともに、売上高増加による利益増加や工場の稼働率アップ、また物流費をはじめとした費用削減等を実施いたしましたが、連結営業利益、連結経常利益、連結当期純利益は前連結会計年度対比で減益となりました。

連結財務ハイライト

売上高

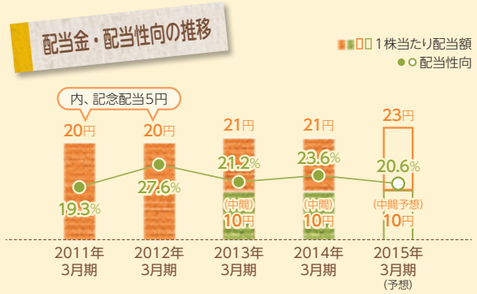
営業利益

経常利益

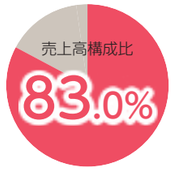
純利益

総資産・純資産

配当金・配当性向の推移



セグメント別営業概況



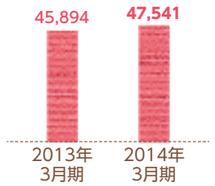
調味料・加工食品事業

売上高	47,541百万円
セグメント利益	2,106百万円

主な事業内容

サラダ・総菜類(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

売上高推移 (単位:百万円)



ポイント

- 販売重量は前期比2.6%増加、販売単価は前期比0.6%増加
- サラダ・総菜類では、主力商品や素材を活かした商品が外食・コンビニエンスストア向けに新規採用されたことにより伸長
- 低カロリーノンオイルドレッシングや「世界のソース」シリーズが好調に推移
- タマゴ加工品は各業態で伸長し、大幅に増収

総菜関連事業等

売上高	8,586百万円
セグメント利益	369百万円

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・和惣菜)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

売上高推移 (単位:百万円)

ポイント

- 量販店向けにポテトサラダやマカロニサラダ等の新規採用により増収
- 生産効率や経費削減等コスト見直しにより増益

その他の事業

売上高	1,173百万円
セグメント損益	△216百万円

主な事業内容

ショップ事業(Salad Cafeショップ)及び海外事業

売上高推移 (単位:百万円)

Salad Cafe
近鉄あべのハルカス店

ポイント

- 新規出店やリニューアルを柱に、今後の収益アップへ
- Salad Cafe オリジナルドレッシングやスープサラダの発売による商品ラインナップの強化
- 中国は経営体制の強化により収益の改善も
- インドネシアは現地における生産販売開始

※海外事業は持分法適用会社のため売上高に含まれません。

TOPICS

「サラダのプロがつくった」サラダシリーズ 絶賛発売中!!

2013年9月より、「サラダのプロがつくった」サラダシリーズ(5種類)の発売を開始しました。IR担当者イチオシの「お酒によく合う ポテトサラダ」はその名の通りビールなどのおつまみとしてぴったりで、濃厚なたまごと香り豊かなガーリック&ペッパーをきかせた味付けがくせになります。ロングライフサラダのパイオニア企業として素材の風味を活かしながら味と品質にとことんこだわり開発した珠玉の一品!

一部コンビニエンスストアや量販店にて発売しており、今後も販路を拡大していく予定です。

ぜひ一度プロの味を確認してみてください!

ABCラジオ『サラダトーク〜お仕事カフェ〜』がリニューアル

毎週関西のさまざまなプロフェッショナルにご出演いただき、生き方や仕事のヒントを伺いながらゲストに合ったサラダ料理をご提案している『サラダトーク〜お仕事カフェ〜』。

4月よりパーソナリティーがフリーアナウンサーの倉森ひとみさんへ代わり、番組もよりパワーアップ!!各方面のプロフェッショナルであるゲストの方々の仕事に対する想いや考え方から食事や休日の過ごし方、趣味などのプライベートまで色々な角度からの話が聞ける番組です。番組内で紹介するサラダ料理は、皆さまもお手軽に作れるレシピとなっていますので、番組ホームページをチェック!!

番組情報

タイトル　：サラダトーク〜お仕事カフェ〜
放送日時　：毎週日曜日　AM8：25〜
放送局　：ABCラジオ（1008kHz）
※近畿広域エリアの放送となります。

番組内には、抽選で当たるプレゼントコーナーがあります。キーワードをゲットして、ぜひご応募ください!

『サラダトーク〜お仕事カフェ〜』番組ホームページ
http://abc1008.com/salad/

「第1回 食品産業もったいない大賞」を受賞しました

2014年3月、国内初の試みである当社西日本工場(京都府舞鶴市)のポテトピール(じゃがいもの皮)における液状飼料化の取り組みが評価され、農林水産省補助事業の一貫である「第1回 食品産業もったいない大賞」において『食料産業局長賞』を受賞しました。

ポテトピール事業は、ポテトサラダなどの製造工程で発生するじゃがいもの皮などの産業廃棄物として処理されていたものを家畜の飼料として再生する取り組みのことです。

当社はこれまでも、積極的にリサイクルを実施しており、2007年度は廃棄物リサイクル率 90%以上を達成し、2008年度にはゼロエミッション(廃棄ゼロ)を達成しています。現在も各工場がゼロエミッションを目指し、活動をおこなっています。

今後も食品メーカーとして「食を通じて世の中に貢献する。」という企業理念のもと、「安全・安心・安定・美味しい」食品づくりを通じて、世の中に貢献できるよう全従業員が一丸となって取り組みを推進し、実行していきます。

コーポレートサイト会員登録制『サラダ料理コンテンツ』を開設

当社コーポレートサイトに、「サラダ料理」の魅力を紹介する『サラダ料理コンテンツ』を2013年9月に開設しました。毎月1つのサラダにテーマを絞り、外食やベーカリーなど様々な業態向けに、新感覚サラダ料理、イベント向けメニューなどの「サラダ料理」を配信しています。2014年5月は「シーフードサラダ」特集を実施し、6月は「麺サラダ」、7月は「肉サラダ」の特集を予定しています。

またコーポレートサイトには2013年4月のリニューアルオープン以来、これまでに約370レシピ(2014年3月末現在)を公開してきました。今後もレシピの充実を図り幅広いユーザーに楽しんでいただけるよう、充実したコンテンツでお届けしていきます。

ケンコーマヨネーズ
ホームページQRコード

Web会員にご登録(登録無料)いただくと、メールマガジンの配信やすべてのレシピをご覧いただけます。

サラダカフェ Salad Cafe サラダ料理講習会 実施

サラダ料理講習会の様子

サラダカフェブランドの浸透を図るため、2013年3月より定期的に開催していますサラダ料理講習会は2014年3月21日(金)の開催で7回目を迎えました。毎回多数のご応募をいただいており、過去の講習会にご参加いただきましたリピーターの方やお子様、ご夫婦でご参加いただくなど参加者の幅も広がってきました。

毎回4〜5種類のサラダ料理メニューについて、講習→実習→試食をおこない、調理方法や盛り付けのコツ、食材の知識、特製ドレッシングの作り方など役に立つ情報が盛りだくさんです!!

料理講習会の様子はサラダカフェホームページに掲載していますので、ぜひチェックしてみてください。皆さまのご参加をお待ちしています。

次回は7月26日(土)開催予定です。

"Salad Cafe plus"
サラダカフェ・メールマガジン(登録無料):
http://salad-cafe.com/mail_magazine/

サラダカフェ
メールマガジン
QRコード

「プレゼント&アンケート」の応募情報や、最新のサラダレシピ、サラダ専門店「Salad Cafe」の楽しい情報を、隔週でお届け!ぜひご登録ください。

オススメレシピのご紹介

まるでヴィシソワーズ! 野菜をたっぷり使用したサラダ感覚の冷製ポテトサラダスープ

ポテトサラダスープ

★ 材料 (1人分)

じゃがいも	1個
塩	少々
こしょう	少々
マヨネーズ	大さじ3
きゅうり(1cm角切り)	10g
えだまめ(ゆで)	10g
にんじん(1cm角切り・ゆで)	10g
スイートコーン(缶)	10g
たまねぎ(粗みじん切り)	5g
ベーコン(短冊切り)	10g

スープの分量

牛乳	大さじ2
コンソメスープ(顆粒)	小さじ1/2
生クリーム	50g
パセリ(みじん切り)	少々

★ 作り方

❶ じゃがいもはよく洗い、皮ごとラップに包んでレンジにかける(600W×3分程度)。やわらかくなったら皮を剥き、固まりが少し残る程度につぶし、粗熱をとる。
❷ ❶に塩・こしょう・マヨネーズを加え、冷蔵庫で冷やしておく。
❸ ❷を器に入れ、きゅうり・えだまめ・にんじん・スイートコーン・たまねぎを盛りつけ、炒めたベーコンを散らす。
❹ 牛乳を軽くレンジで温め、コンソメスープを加えて溶かしておく。溶けたら生クリームを加え、冷蔵庫で冷やす。冷えたら器にそそぎ、パセリを散らす。
❺ 食べる直前に❸に❹を加え、混ぜていただく。

▸▸▸ ケンコーマヨネーズの
あれこれをご紹介します。

KENKO TERRACE ケンコーテラス

2014年3月、ついに当社7番目の工場 静岡富士山工場が竣工しました！

所在地	静岡県富士市大渕字城山2261番3 (富士山フロント工業団地)
設立	2014年3月
投資額	約45億円
従業員数	76名　(2014年3月現在)

竣工式

静岡県富士市に、焼成たまご工場の「静岡富士山工場」が完成し、3月28日(金)に静岡県富士市長をはじめ地元関係者やお取引先を中心に多数ご出席いただき、竣工式を執り行いました。当日は天気もよく、富士山がきれいに見えるなかの式典となりました。

天気もよく、工場入口にてテープカット。

炭井社長の挨拶「当社も富士市の一員として地元の皆さまに愛される企業作りを目指していきたい」

卵の割卵機の前で起動式

新工場から見える富士山をバックに全取締役が決意を新たにしました。

“見せる”工場

静岡富士山工場では、最新設備によるノンストップの生産工程を見ていただくことや、当工場や当社のものづくりをPRする通路を設置しました。

たまごミュージアムもあり、たまごについて学ぶこともできます!

静岡富士山工場のこだわり

その1 連続一貫生産工程

割りたての新鮮卵をその日中に製品にして出荷！ 高品質な製品を生産

割卵 ➡ 混合撹拌 ➡ 焼成 ➡ 包装 ➡ 冷却冷凍 ➡ 出荷

その2 洗卵設備

通常より長い時間をかけて原料の殻付卵を徹底的に洗浄し、雑菌や異物を除去。液卵の品質がアップします。

その3 トンネル式焼成機

錦糸卵・オムシート®ラインは、トンネル式の焼成機を採用。焼きムラのない均一な焼き上がりを実現！

その4 焼きたてパック製法

焼きたてをそのまま包装することで、焼きたてのおいしさをぎゅっととじ込めることができます。

生産数量

年間6,000t生産目標

割卵(原卵処理能力) 900個／分 × 2ライン

使用数 1日約25t※＝約50万個

※卵1個＝50gとして計算

製造ライン数

厚焼き卵 3ライン

だし巻き卵 3ライン

錦糸卵・オムシート® 2ライン

スクランブルエッグ 1ライン

安心・安全・環境への取り組み

安心・安全への取り組み

安心・安全で品質の高い製品をお届けするために工場の環境を整備し、原料の受け入れから出荷まで、厳しい品質管理のもとで生産しています

- 検査装置・センサーの導入
- 管理システムの強化
- セキュリティ

環境への取り組み

エネルギーや汚染・汚水、リサイクル、ゴミを出さないなど、さまざまな活動により環境への影響を可能な限り抑えた仕組みとなっています

- 食品リサイクル
- 空気の再利用(リユース)
- 地域環境
- 省エネルギー