



## 5つの指針を念頭に 3つの戦略を着実に実行し 大きな目標を実現していきます

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『KENKO Five Code 2015-2017』も、ちょうど折り返し地点を迎えました。ここまでは順調に歩みを重ね、計画を上回る成果を着実に上げることができました。後半に向けてもこの勢いを加速させていくことで、さらなる飛躍を目指してまいります。

代表取締役社長 **炭井孝志**

### Q 上期の事業環境と業績の振り返りからお聞かせください。

当第2四半期連結累計期間の当社業績は、連結売上高360億円、連結経常利益24億円、四半期純利益\*16億円となりました。昨年からの流れを継続し、予想以上の成果を収めることができました。

近年の中食需要の拡大を受けて、コンビニエンスストアやスーパーマーケット向けのロングライフサラダ、タマゴ加工品が引き続き好調を維持しており、業績を牽引しました。同時に当社では、分野別の専門チームを編成し、ニーズに合わせたメニュー提案を行うなど、大手チェーン店様をはじめ、個人の店舗様や問屋様など様々なお客様に対しきめ細かな対応を行っています。こうした取り組みがうまく機能していることも業績の下支えになっています。

今年は新たな取り組みとして、毎年8月24日をドレッシングの日として申請。一般社団法人

日本記念日協会に登録認定されたことを記念し、一般の方々を招待して「サラダドレッシングパーティー」を開催しました。「ベジドレ<sup>TM</sup>かき氷」「ドレでもサラダ」などオリジナルメニューを楽しんでいただき、広くドレッシングの魅力を知っていただく機会となりました。またこのような活動から当社の認知度も高めていきたいと考えています。

\*「企業結合に関する会計基準」等の適用に伴い、従来の「四半期純利益」は「親会社株主に帰属する四半期純利益」に名称が変更になっております。

### Q 中期経営計画『KENKO Five Code 2015-2017』の進捗はいかがでしょうか。

『KENKO Five Code 2015-2017』では、①Globalization(世界的拡大)、②Innovation(革新)、③Best practice(最良実施)、④Knowledge management(知識管理)、⑤Communication(コミュニケーション、ブランド育成)という5つの指針を示しています。そして、この指針に基づき、①『サラダNo.1

(Leading company)』のポジションを確立、②「サラダ料理」の更なる進化、③グローバル市場への積極展開を進める経営基盤強化 という3つの戦略を掲げています。

まず、戦略の1つ目『サラダNo.1(Leading company)』のポジションを確立では、主要4事業ごとに具体的な施策を進めています。

マヨネーズ・ドレッシング事業では、前述した「サラダドレッシングパーティー」の開催や飲食店事業者様向けのキャンペーンを企画・実施するほか、時代のニーズに合わせた「トリプルバランス<sup>TM</sup>」シリーズや、「世界を旅するドレッシング<sup>®</sup>」シリーズなどを拡充させ、商品力を強化しています。

また今年6月には、西日本工場に新たなドレッシングラインを設置し、生産能力の向上を図りました。お客様からのご要望が増えている小型サイズの商品にも対応できる設備も整えています。

サラダ・総菜事業では、和食への注目が高まる中で「和彩万菜<sup>®</sup>」シリーズに力を入れています。袋から出すだけで、上品な味わいの彩り豊かな和惣菜を楽しめるとあって、居酒屋のお通しなどにも利用されています。今後もさらにニーズが高まると考え、商品ラインナップを拡充しており、現在8品を展開しています。

ポテト事業では、安定した人気を誇るポテトサラダを中心に展開しています。7月には、「まるごと北海道<sup>®</sup>」シリーズの新商品として「まるごと北海道<sup>®</sup> 鮭ポテトサラダ」を、10月には、「サラダのプロがつくった お酒によく合う鮭ポテトサラダ」を投入しました。今後は、様々なメニューに使えるようにじゃがいもの素材感を活かしたポテト製品も充実させていきたいと考えています。

たまご事業では、需要の拡大に対応して設備増強を図っています。焼成たまご専用の静岡富士山工場で製造する「惣菜亭<sup>®</sup>」シリーズでは、さらなるおいしさを追求するため、だしを厳選し、厚焼き卵とだし巻き卵のリニューアルを行いました。あわせて賞味期間も延長し、さらなる

販路拡大を目指します。

戦略の2つ目、「サラダ料理」の更なる進化については、三越日本橋本店でイートインスペース「自遊庵 嗜み処」の運営を手掛けるとともに、ウェブサイトやSNSを通じて、サラダ料理のレシピを多数発信しています。当社ウェブサイトにおいては、9月末現在で1,300以上のレシピを公開しており、サラダ料理という新しい食分野の確立に努めています。

そして3つ目のグローバル市場への積極展開を進める経営基盤強化については、現在、35の国と地域(2016年9月末現在)に自社製品を輸出しています。その中で、食のトレンドやニーズの変化など、世界各国の様々な情報を収集し、新商品開発や販促活動に活かしています。今後は、海外の展示会にも積極的に参加していく予定です。

### Q 株主の皆様へのメッセージをお願いいたします。

ここまでの良い流れを止めることなく、下期も継続して事業を展開してまいります。

昨年からのプロセスを振り返っても、現中期経営計画は概ね順調に進捗しており、安定的に成果を出しています。これは、5つの指針が有機的に連動して効果を上げている証だと考えています。

今、我々がすべきことは目標に向けてしっかりと歩みを進めていくことです。今後もぶれることなく、この中期経営計画を日々着実に実践していくことが、将来の飛躍につながると思っています。

来年は、中期経営計画の最終年度にあたります。連結売上高750億円、連結経常利益率5%という最終目標を必ず達成して、株主の皆様のご期待にお応えできるよう、最後まで気を緩めずに全社一丸となって邁進してまいります。