



キッコーマングループ

P.3-4 | 特集1

キッコーマンの品質を支える食の安全・安心
～商品の「安全」をお客様の「安心」へ～

P.5-6 | 特集2

コダワリ新商品レポート
「豆乳鍋つゆ(まるやか塩・ほんのり味噌)」

表紙の写真は「あなたの「おいしい記憶」をおしえてください。」
フォトコンテストの入賞作品です。

IR Report

平成26年4月1日～平成26年9月30日

キッコーマン株式会社



代表取締役社長 CEO
堀切 功章

第98期第2四半期(平成26年4月1日から平成26年9月30日まで)の業績の概要や今後の当社グループの事業戦略についてお答えします。

Q1

まずはじめに当第2四半期の業績の概要について教えてください。

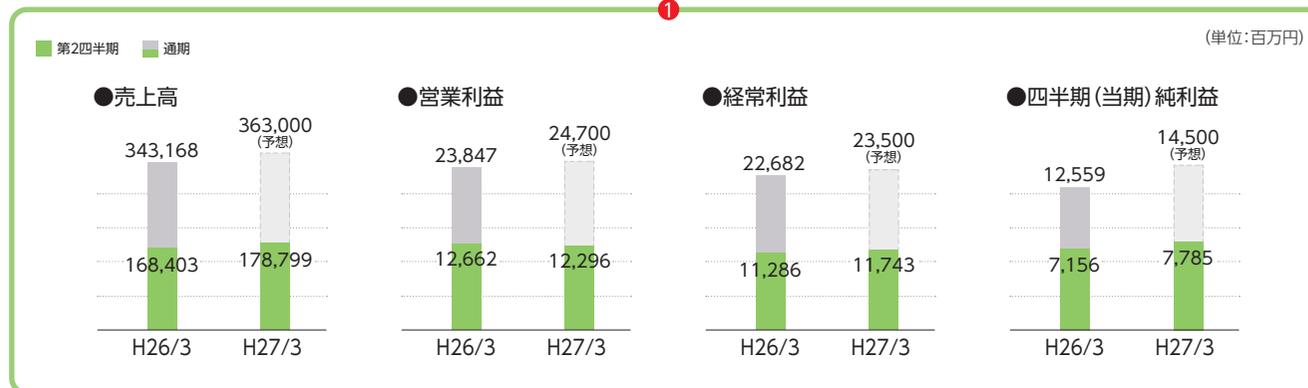
A

売上は、国内では消費増税による駆け込み需要の反動の影響があったものの食料品製造・販売事業で前年同期並み、海外については、前年同期を上回りました。

当社グループの当第2四半期の連結業績は、売上高は1,787億9千9百万円(前年同期比106.2%)、営業利益は

122億9千6百万円(前年同期比97.1%)、経常利益は117億4千3百万円(前年同期比104.1%)、四半期純利益は77億8千5百万円(前年同期比108.8%)となりました。

売上は、国内については、しょうゆ、食品、酒類で消費増税による駆け込み需要の反動の影響があったものの、豆乳飲料が好調に推移し、食料品製造・販売事業で前年同期並みとなりました。海外については、しょうゆ及び食料品卸売事業で順調に推移し、前年同期の売上を上回りました。



経営理念

私たちキッコーマングループは、

- 1.「消費者本位」を基本理念とする
- 2.食文化の国際交流をすすめる
- 3.地球社会にとって存在意義のある企業をめざす

Q2 グローバルビジョン2020における今後の取り組みを教えてください。

A 3つの「目指す姿」を実現するため、5つの基本戦略を着実に実行していきます。

しょうゆ世界戦略については、海外においては北米の安定的な成長と欧州における2桁成長を維持してまいります。また、アジアにおいては国ごとのマーケティングを実施しており、中国では本年4月に上海に販売会社を設立し体制を整備いたしました。国内においては、しょうゆのトップブランドとして、質の高い提案等を通じ、常に市場をリードしてまいります。好調な「いつでも新鮮」シリーズはまだまだ拡大の余地があると考えております。さらに、つゆ類、たれ類、「うちのごはん」においても付加価値の高い商品を提供してまいります。

東洋食品卸世界戦略については、商品調達力と流通ネットワークという強みを活かし、他社と異なる特色を打ち出し、競争力をさらに強化してまいります。

デルモンテ事業戦略については、国内においては市場環境が厳しい今こそ、付加価値が高く、品質の良い需要創造型の商品を開発していくことが重要だと考えております。海外においては中国における販売網の確立

等、体制を整備いたしました。将来に向け、事業を成長させてまいります。

豆乳事業戦略については、国内におけるトップブランドとして、市場が拡大する中で確固たる地位を築き、高収益事業として当社グループの柱に成長させてまいります。

健康関連事業戦略については、国内において化成品・衛生検査薬等の拡売に注力し高収益性を強化してまいります。健康食品については、北米と国内で連携を強化し、展開を図ってまいります。

Q3 最後に株主の皆様へ一言お願いします。

A 当社グループの明日に向けて、これからも新しい需要を創造する事業や商品を継続的に生み出してまいります。守りに入ることなく、常に挑戦的でありたいと思います。

株主の皆様には、今後ともご支援を賜りますようお願い申し上げます。

グローバルビジョン2020

当社グループでは、2020年(平成32年)を目標とするグループの将来ビジョン「グローバルビジョン2020」を策定しています。

■目指す姿

- 1 キッコーマンしょうゆをグローバル・スタンダードの調味料にする
- 2 食を通じた健康的な生活の実現を支援する企業となる
- 3 地球社会にとって存在意義のある企業となる

■基本戦略

| | |
|--|-------------------------------------|
| しょうゆ世界戦略 高収益のビジネスモデルを世界へ広げる | 健康関連事業戦略 企業買収などにより、バイオ、健康食品を拡大する |
| 東洋食品卸世界戦略 日本食の拡大を追い風に、世界にネットワークを広げる | 豆乳事業戦略 グループの新たな柱として育成する |
| デルモンテ事業戦略 日本及びアジア・オセアニア地域での展開を強化する | |

キッコーマンの品質を支える

食の安全・安心

～商品の「安全」をお客様の「安心」へ～

食に携わる企業として、当社グループは商品の安全性を最も重視しています。安全性を確保し、安心をお届けするための当社グループの取り組みをご紹介します。

品質保証に基づいた品質管理の一例として、しょうゆの製造で行っている品質管理の主な取り組みをご紹介します。

step

1

原材料の安全性確認

原材料に農薬が残っていないかなどを分析して、安全確認を行っています。

高いレベルで「安全」を確保

キッコーマン(株)内に「環境・安全分析センター」を設置し、原材料等について、食品に使われることが多い約300種類の残留農薬成分の分析や極微量(10億分の1レベル)の有害成分の検出・定量等、様々な安全確認を行っています。国の基準よりも厳しい基準を設けており、「安全」のレベルは高いと考えています。当センターが、キッコーマンの「安全・安心」をつくる入口になっていると思います。

様々な
分析を
実施



キッコーマン(株)
環境・安全分析センター
放射線技師
安野 昌子

step

2

製造工程での品質管理

製造工程においては、品質管理・異物混入防止等を徹底しています。

すべてのしょうゆ仕込みタンクの品質を確認

製造工程におけるもろみ管理では、タンク内のもろみの温度を調節し、酸素を送り込むために、通気、攪拌等を行います。すべてのしょうゆ仕込みタンクのもろみサンプルを採取して各種成分の機器分析による管理を行います。同時に、タンク内で発酵しているもろみの顔(色つやの状態)や香りを見て、発酵が良く進んでいるか確認しています。発酵過程でもろみがプツプツと音を出して対流する様子には酵母の力の素晴らしさを感じます。

タンク内の
もろみを
確認



キッコーマン食品(株)
野田工場 製造第1部
水谷 雅之

食の安全を 確保するための ふたつの考え方

当社グループでは、「品質保証」と「品質管理」というふたつの考え方に基づいて、おいしさと高品質・安全性を追求し、商品の開発段階からお客様に商品をお届けするまでのすべてのステップについて、お客様の信頼にお応えできるように努めています。

①品質保証

お客様の立場に立ち、原材料の調達から販売に至るまでの全プロセスを対象に、安全性確保、法規適合性、及び社会的公正性の観点から審査を行い、審査合格となった場合のみ商品化しています。

②品質管理

安全な商品をお届けするために、原材料や工程が品質保証で定められた通りになっているか、また、商品の品質が基準通りになっているかなどを様々な方法で確認しています。



もろみとは…

しょうゆこうじ(大豆と小麦にこうじ菌を混ぜ合わせてつくる、しょうゆのもととなるもの)と食塩水を混ぜ合わせたものがもろみです。このもろみを発酵させて、しょうゆをつくります。



製品を守るための対策

衛生管理、異物混入防止のため、製造設備への入退室の記録、施設へ持ち込める物品の制限等厳しい管理を行っています。また、充填(ボトリング)設備は二重扉のクリーンルーム内にあり、充填作業はすべて自動化されています。異物混入を防ぎ衛生的に充填しています。



ペットボトルの洗浄



ペットボトルの充填



当社グループは、安全で高品質な商品をお届けするため国内外の主要工場で国際的な品質管理システム規格

(ISO9001)の認証、食品安全管理システム規格(HACCP/ISO22000/FSSC22000/SQF2000 Level2)の認証を取得しています。



キッコーマン食品野田工場

step

3

完成製品の最終検査

分析機器による測定に加え、五感による検査も行い、より安全な商品をお届けします。

安全で高品質な商品をお届けすることで安心をお客様に

完成した製品が安全に、目標通りの品質で製造できているかを確認するため、分析機器による測定に加え、人の感覚で完成製品を検査しています。分



分析後の
完成製品の
チェック

析機器では測れないような差異を感知するのも、我々の任務です。また、検査結果等の製造・商品に関する情報を保存・管理し、お客様からお申し出をいただいた場合には情報を速やかにご提示する体制を整備しています。より安全で高品質な製品づくりに取り組み続けることが、お客様の安心につながると考えています。

安全で安心して
いただけるような
おいしい
しょうゆづくりに
取り組んでいます。



キッコーマン食品(株)
野田工場 製造管理部
品質管理グループ長
鐘ヶ江 亮太

こだわり 新商品レポート

企画者の声 開発背景と コンセプト



キッコーマン食品(株)
プロダクト・マネジャー室 つゆグループ
山本 裕哉

伸長を続けている鍋つゆ市場では、毎年様々な新商品が発売されており、よほど独自性がないと埋没してしまう状況です。その中で今回、“豆乳本来のおいしさを味わえる”豆乳鍋つゆを発売しました。豆乳飲用者が増えている中、豆乳のおいしさを鍋でも実現するため、豆乳シェアNo.1であるキッコーマンソイフーズの技術「フレッシュ製法」を用いて製造しています。また、1000mlの大容量で塩分控えめなのでスープ感覚で飲み干すことができ、豆乳のおいしさを存分に味わうことができます。キッコーマングループの力を結集させた、他社にはまねのできない豆乳鍋つゆです。

「豆乳鍋つゆ(まるやか塩・ほんのり味噌)」は…キッコーマングループの技術を結集した鍋つゆです。

キッコーマン食品のだしのブレンド技術と、キッコーマンソイフーズの豆乳製造技術である高温短時間殺菌の「フレッシュ製法」を用いることで、豆乳本来のおいしさを引き出し、なめらかでクリーミーな口当たりに仕上げました。



1 キッコーマンソイフーズの豆乳を贅沢に配合



2 こだわりのだしと素材を使用



3 化学調味料無添加

まるやか塩

ほんのり味噌

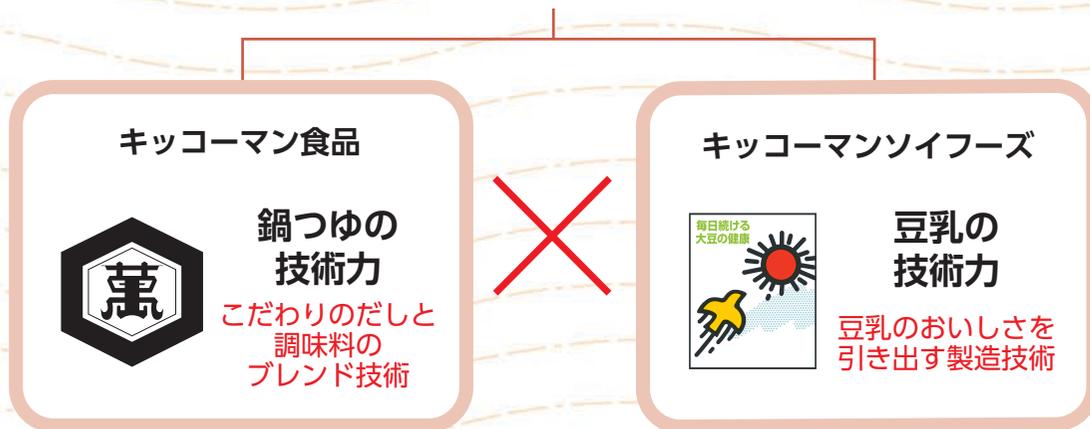


容量 1000ml
希望小売価格 350円(税別)



容量 1000ml
希望小売価格 350円(税別)

キッコーマングループの技術を結集



何が違うの？

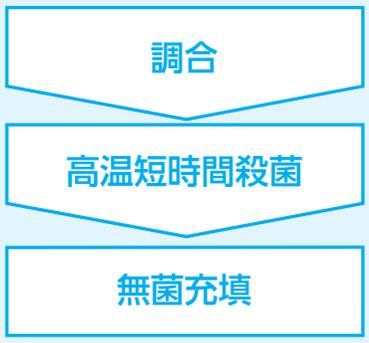
フレッシュ製法

により
豆乳本来のなめらかなやさしい味に。
野菜のおいしさを引き立てます。



どんな
具材でも
相性抜群

豆乳本来のおいしさを引き出す高温短時間殺菌の製法



開発者の声 コンセプト 実現化の ポイント



キッコーマンソイフーズ(株)
商品技術開発部
大坪 陵二

キッコーマン食品(株)
調味料開発部
竹内 崇裕

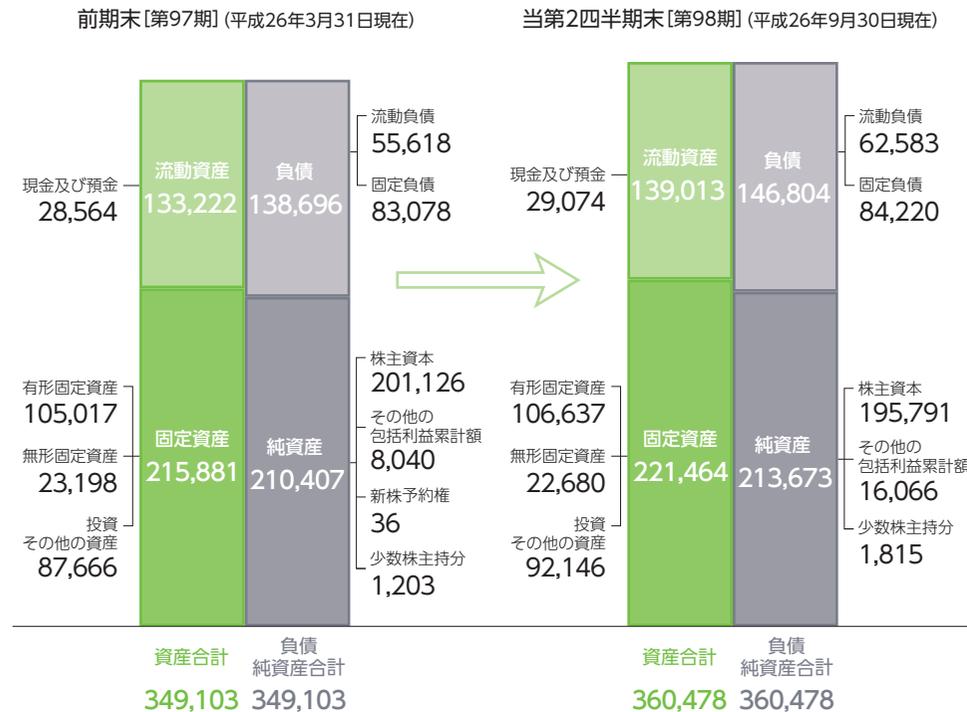
開発課題は

- ①豆乳本来のまろやかでクリーミーな味わいの実現
 - ②こだわりの原料使用でした。
 - ①キッコーマンソイフーズのできたての豆乳をたっぷり使用し、かつ従来の「レトルト殺菌」ではなく、飲料で主流の「高温短時間殺菌」を用いることで、豆乳本来のまろやかでクリーミーな味わいを実現しました。
 - ②「まろやか塩」では、北海道産帆立のだしを、「ほんのり味噌」では、北海道産真昆布のだし、豆味噌、米味噌を使用しました。塩味も味噌味も香料や化学調味料は使用せず、素材の旨みを活かしています。
- 共同開発の成果をぜひ味わっていただきたいです。

■ 連結決算の概要

● 連結貸借対照表の概要

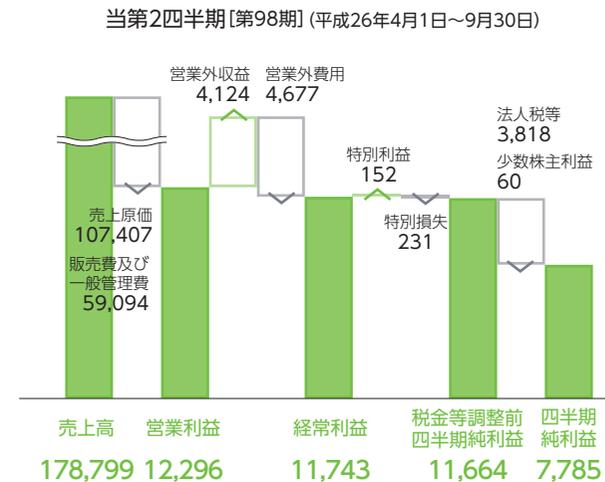
(単位:百万円)



- 資産の部** | 商品及び製品、受取手形及び売掛金、仕掛品の増加等により流動資産は増加し、投資有価証券の増加等により固定資産は増加しております。
- 負債の部** | 短期借入金の増加等により流動負債は増加し、繰延税金負債の増加等により固定負債は増加しております。
- 純資産の部** | 自己株式の取得があったものの、利益剰余金に加え、為替換算調整勘定の増加等により純資産は増加しております。

● 連結損益計算書の概要

(単位:百万円)



連結損益計算書

国内は、消費増税による駆け込み需要の反動影響により減収減益だったものの、海外は、為替換算影響もあり、増収増益でした。この結果、売上高は増収、営業利益は減益となりましたが、経常利益、税金等調整前四半期純利益、四半期純利益は増益となりました。

● 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(単位:百万円)



① 営業活動によるキャッシュ・フロー

法人税等の支払等による支出の一方、税金等調整前四半期純利益、減価償却費等により純収入となりました。

② 投資活動によるキャッシュ・フロー

有形固定資産の取得による支出等により純支出となりました。

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

自己株式の取得、配当金の支払等により純支出となりました。

詳細は当社ホームページをご覧ください

キッコマン IR

検索

国内事業

(カッコ内の数値は前年同期比)

食料品製造
・販売事業



44.7%

売上高

804億66百万円 (99.8%)



営業利益

15億40百万円 (60.1%)



しょうゆ部門



売上高 223億36百万円 (97.9%)

食品部門



売上高 297億75百万円 (98.4%)

飲料部門



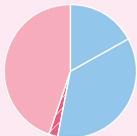
売上高 225億41百万円 (104.2%)

酒類部門



売上高 58億84百万円 (97.7%)

その他事業



2.2%

売上高

102億91百万円 (100.6%)



営業利益

5億5百万円 (84.7%)

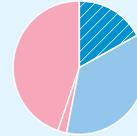


臨床診断薬・衛生検査薬・加工用酵素、ヒアルロン酸等の化成品等の製造・販売、不動産賃貸及び運送事業、グループ会社内への間接業務の提供等を行っております。

海外事業

(カッコ内の数値は前年同期比)

食料品製造
・販売事業



17.1%

売上高

348億16百万円 (112.0%)



営業利益

68億54百万円 (109.9%)



しょうゆ部門



売上高 (111.7%)
268億25百万円

デルモンテ部門



売上高 (111.2%)
29億64百万円

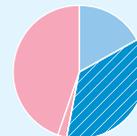
その他食料品部門

主に北米地域において、健康食品を製造・販売しております。



売上高 (114.0%)
50億27百万円

食料品
卸売事業



36.0%

売上高

645億76百万円 (113.4%)



営業利益

29億28百万円 (106.4%)



※円グラフは事業別売上高構成比であり、各事業間の取引を相殺消去した後の数値にて表記しております。

■ 会社概要 (平成26年9月30日現在)

| | |
|----------|--|
| 商号 | キッコーマン株式会社 |
| 設立 | 1917年12月7日 |
| 資本金 | 11,599百万円 |
| 主な事業 | 持株会社としてのグループ戦略立案及び各事業会社の統括管理 |
| 従業員数(連結) | 5,798名 |
| 本店 | 〒278-8601 千葉県野田市野田250番地 電話 04-7123-5111 |

■ 役員 (平成26年9月30日現在)

取締役

| | |
|----------|--------|
| 取締役 名誉会長 | 茂木 友三郎 |
| 取締役 議長 | 堀切 功章 |
| 代表取締役 社長 | 齋藤 賢一 |
| 代表取締役 | 根岸 康二 |
| 代表取締役 | 天野 克美 |
| 取締役 | 重山 俊彦 |
| 取締役 | 山崎 孝一 |
| 取締役 | 島田 政直 |
| 社外取締役 | 福井 俊彦 |
| 社外取締役 | 尾崎 護 |
| 社外取締役 | 井口 武雄 |

監査役

| | |
|-------|-------|
| 常勤監査役 | 中村 隆晴 |
| 常勤監査役 | 森 孝一 |
| 社外監査役 | 高後 元彦 |
| 社外監査役 | 梶川 融 |

執行役員

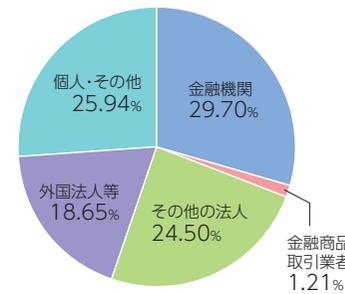
| | | |
|--------|-------|-------|
| 社長 | C E O | 堀切 功章 |
| 専務執行役員 | | 齋藤 賢一 |
| 専務執行役員 | | 根岸 康二 |
| 専務執行役員 | | 天野 克美 |
| 専務執行役員 | | 重山 俊彦 |
| 専務執行役員 | | 山崎 孝一 |
| 専務執行役員 | | 島田 政直 |
| 専務執行役員 | | 福井 俊彦 |
| 専務執行役員 | | 尾崎 護 |
| 専務執行役員 | | 井口 武雄 |
| 専務執行役員 | | 中村 隆晴 |
| 専務執行役員 | | 森 孝一 |
| 専務執行役員 | | 高後 元彦 |
| 専務執行役員 | | 梶川 融 |

■ 株式の状況 (平成26年9月30日現在)

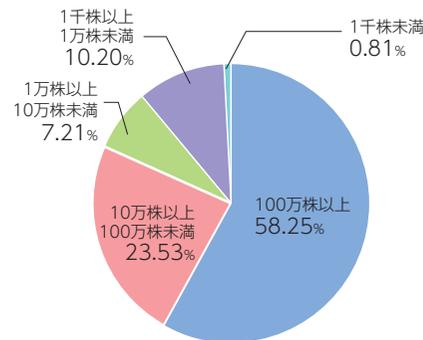
| | |
|----------|-----------------------------|
| 発行可能株式総数 | 600,000,000株 |
| 発行済株式の総数 | 210,383,202株 (前期末比 増減なし) |
| 株主数 | 21,408名 (前期末比 1,257名減) |

● 株式の分布状況

〈所有者別株式分布状況〉



〈所有株数別株式分布状況〉

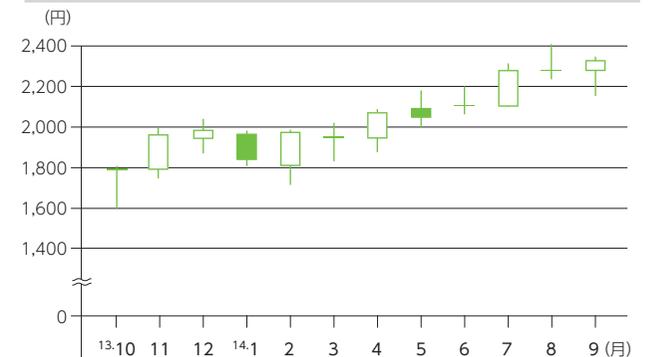


● 上位10名の株主

| 株主名 | 持株数(千株) | 持株比率(%) |
|--------------------------|---------|---------|
| 日本マスタートラスト信託銀行(株)(信託口) | 14,608 | 7.46 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行(株)(信託口) | 8,139 | 4.15 |
| (株)千秋社 | 6,720 | 3.43 |
| (株)茂木佐 | 6,140 | 3.13 |
| 明治安田生命保険(相) | 4,959 | 2.53 |
| (株)引高 | 4,796 | 2.45 |
| (有)くしがた | 4,171 | 2.13 |
| (株)丸仁ホールディングス | 3,884 | 1.98 |
| (公財)野田産業科学研究所 | 3,727 | 1.90 |
| (公財)興風会 | 3,272 | 1.67 |

- (注) 1. 当社は、自己株式14,475,763株を保有しておりますが、上記上位10名からは除外して記載しております。
 2. 持株比率は発行済株式の総数から自己株式数を控除した株数により算出しております。
 3. 持株数は表示単位未満を切り捨て、持株比率は表示単位未満を四捨五入しております。

● 株価の推移



■ 株主メモ

| | |
|----------------------|--|
| 事業年度 | 4月1日～翌年3月31日 |
| 配当金受領株主確定日 | 3月31日(中間配当を行う場合は9月30日) |
| 定時株主総会 | 6月開催 |
| 株主名簿管理人及び特別口座の口座管理機関 | 三菱UFJ信託銀行(株) |
| 同連絡先 | 三菱UFJ信託銀行(株) 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 電話 0120-232-711 |
| 上場金融商品取引所 | 東京証券取引所 |
| 公告方法 | 電子公告により行います。 |

公告掲載URL <http://www.kikkoman.co.jp/ir/library/koukoku/index.html>
ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。

● 株主優待制度のご案内

2,500円相当の
当社グループ商品の
詰め合わせを
贈呈いたします



写真は2014年に実施した株主優待です。

対象

毎年3月31日現在の株主名簿に記載された
1,000株(1単元)以上保有の株主様

実施
時期

毎年7月末日までに実施

● お問い合わせ先のご注意



住所変更・単元未満株式の
買取・買増請求をしたい方



口座を開設している証券会社に
お問い合わせください



未受領の配当金、特別口座に
記録された株式に関する
お手続きについて



三菱UFJ信託銀行(株主名簿管理人)に
お問い合わせください
0120-232-711
(受付時間:土・日・祝祭日等を除く平日9:00~17:00)

特別口座から証券会社の
口座への振替について

特別口座に記録されている株式は、そのままでは売却できません。株式に係るお手続きを容易にするためにも、証券会社に口座を開設し、特別口座からの振替を行ってください。

世界の拠点ネットワーク



新商品 NEWS

キッコーマンの約束

こころをこめたおいしさで、地球を食のよろこびで満たします。

キッコーマン
絹のなめらかごまだれ (200g)

希望小売価格
280円 (税別)



なめらかな 口当たり

絹のような、なめらかな口当たりこだわったごまだれです。ごまの風味を壊さないように練った、キメの細かい「石臼白練りごま」をたっぷり使用しています。口当たりがとてみなめらかで、しっかりとしたコクがありながらも、上品な味わいです。しゃぶしゃぶ(温・冷)以外にも、豆腐、温野菜、サラダ、蒸し鶏など色々なメニューに使えます。

ココが
イチオン

キッコーマン
うちのごはん ブリの香り揚げ風
和風んにんにくマヨソース (97g)

希望小売価格
200円 (税別)



ブリだって 手軽に調理

ブリ2切れと野菜があれば、フライパン一つで簡単にでき上がります。んにんにくマヨネーズのコクとしょうゆの旨みをきかせた、ごはんがすすむ味わいです。別添の「香り揚げ粉」には、あおさが入っているので、ブリの臭みを消し、風味の良いボリューム感のある3~4人前のおかずサラダに仕上がります。

ココが
イチオン

デルモンテ
トマトリア 野菜と鶏肉の
トマトシチューソース (170g)

希望小売価格
220円 (税別)



短時間で 本格的な味わい

野菜と鶏肉を炒めて、こだわりの「トマトベースソース」で煮込み、仕上げに特製調味料「特製ミルポア」を加えることで、煮込む時間が短くても長時間煮込んだような、濃厚でコクのある本格的なトマトシチューができます。

ココが
イチオン

マンスワイン
甲州シュール・リー (720ml)

オープン価格



和食に合う 繊細な味わい

山梨県内でも高品質のぶどうが採れる地域を厳選し、そのぶどうのみを用いてこだわりのワインをつくりました。和食に合う繊細な味わいで、ほのか柑橘系の香りとシュール・リー製法*による、旨みと複雑さを感じられるワインです。

*シュール・リー製法: ワインの発酵後、すぐをろをせず、酵母が主体の澱(オリ)とワインと一緒に熟成させる製造法

ココが
イチオン

デルモンテ
スイート野菜 オレンジ (900g)

オープン価格



野菜の味が 苦手な方にも

野菜の味が苦手な方にも飲みやすいオレンジ風味の野菜・果実混合飲料です。コップ1杯(200ml)あたり、緑黄色野菜1日分(120g分)*を使用していることに加え、全年代で不足しがちなカルシウムを配合しています。姉妹品「スイート野菜 ピーチ」も好評発売中です。

*1日の緑黄色野菜摂取量の目標は120g分以上とされています。(厚生労働省推進の「健康日本21」より)

ココが
イチオン

豆乳飲料 巨峰 (200ml)

希望小売価格
90円 (税別)



上品な香りと マイルドな味わい

ぶどうの王様「巨峰」をブレンドした豆乳飲料です。酸味を抑えた、上品な香りとマイルドな味わいです。おやつやお風呂上がりなどにお楽しみください。1本(200ml)あたり116kcal、食物繊維3.6gを含んでいます。

ココが
イチオン