

平成 21 年 6 月 30 日

各 位

会社名 キューピー株式会社
代表者名 代表取締役社長 鈴木 豊
(コード番号 2809 東証第1部)
問合せ先 常務取締役管理本部長 佐々木 克彦
電話番号 03-3486-3331

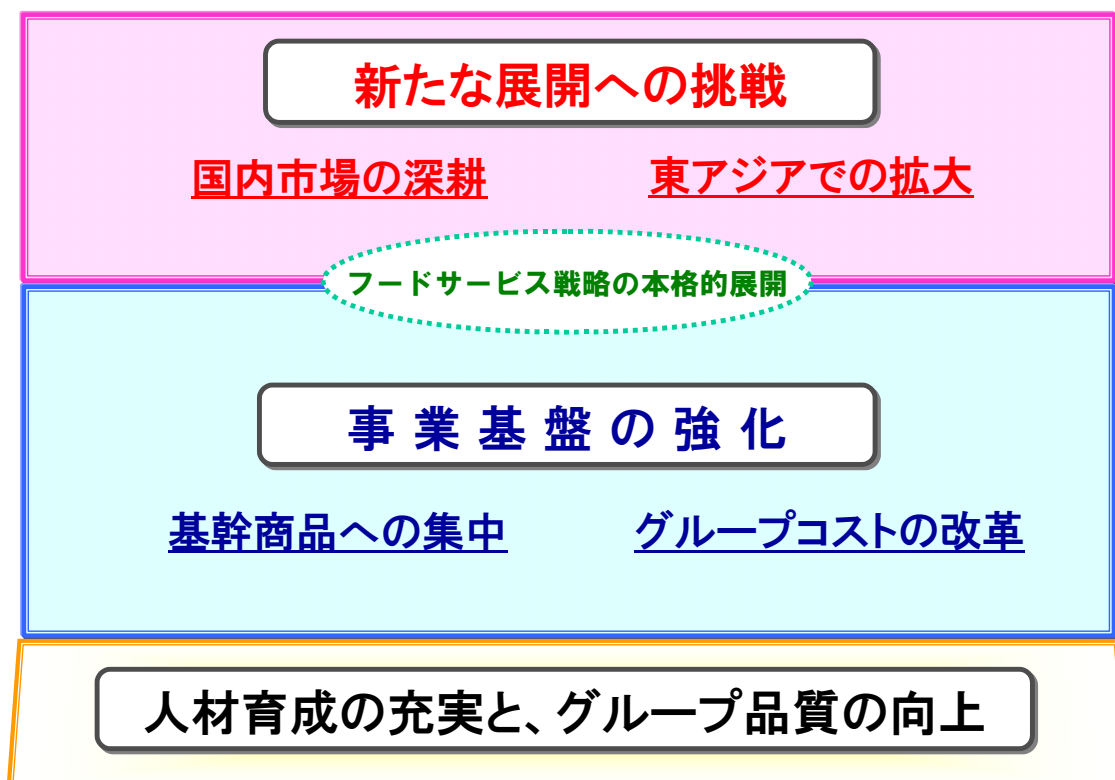
キューピーグループの中期経営計画（2010～2012 年度）について

当社はこのたび、2010 年 11 月期からの 3 年間を対象とする中期経営計画を策定いたしましたので、その概要をお知らせいたします。

記

1. 基本方針と戦略

当社グループは、「人材育成の充実と、グループ品質の向上」をベースに据えながら、「事業基盤の強化と、新たな展開への挑戦」を事業毎に具体的かつスピーディに展開してまいります。



2. 事業別戦略

事業区分	事業戦略	
	新たな展開への挑戦	事業基盤の強化
調味料・加工食品	グループの強みを融合させた商品・販売展開で、ユニークな食シーンを創出	
	<u>新ソースワールド展開で領域を拡大</u> ◇得意な「技術・商品」×「情報」を組み合わせた商品展開 ◇グループ販路を活用し、成長業態への展開拡大 <u>東アジアでの調味料の拡大</u>	<u>基幹商品の磐石化を推進</u> ◇サラダ調味料の収益力を強化
健康機能	独自の健康機能価値商品とサービスを提供し社会に貢献	
	<u>独自素材と強み技術の融合による展開</u> ◇卵黄レシチンの高度利用による微細乳化技術を医薬用途に展開 ◇消化吸收に優れた独自の流動食と、オンリーワンの流動食補助食品を拡大	◇ヒアルロン酸の新市場を創出 ◇在宅介護食市場を拡大
タマゴ	既存領域の競争力強化と、新領域の拡大でタマゴワールドを築き上げる	
	◇タマゴ新領域の拡大 ◇タマゴ加工品のチルド展開を加速 ◇卵白の付加価値化を推進	<u>基幹商品への集中</u> ◇タマゴ素材品の供給力拡大と付加価値化 ◇タマゴ加工品主力商品の競争力拡充 <u>グループコストの改革</u> ◇素材、加工の生産配置の適正化 ◇生産原価と事業コストの低減
サラダ・惣菜	全国規模のネットワークとエリア毎の対応力で、新たな市場の開拓を推進する	
	◇グループ資源を活かした商品開発を推進 ◇新たなカテゴリーの創出に挑戦 ◇新たな販路の開拓を強化	◇サラダとカット野菜の競争力を高めシェア拡大 ◇エリア別に生産配置の適正化を推進 ◇事業インフラの共有化を推進
物流システム	物流品質の向上と機能の強化で、新たな食品物流を創造	
	◇専用物流サービス提供力の強化 ◇輸入貨物取り扱いインフラの整備	◇業務の標準化の定着 ◇物流機能の再構築 ◇情報系システムの構築

3. 連結業績目標

(金額の単位：億円)

	2009年度計画	2012年度目標	増減	年平均伸長率
売上高	4,650	5,250	+600	4.1%
営業利益	165	235	+70	12.5%
営業利益率	3.5%	4.5%	+1.0%	—
経常利益	165	235	+70	12.5%
当期純利益	85	115	+30	10.6%
ROA (総資産経常利益率)	5.7%	7.5%	+1.8%	—

(セグメント別) 上段=売上高、中段=営業利益、下段=営業利益率

(金額の単位：億円)

	2009年度計画	2012年度目標	増減
食品事業	3,714	3,980	+266
	186	246	+60
	5.0%	6.2%	+1.2%
物流事業	936	1,270	+334
	21	32	+11
	2.2%	2.5%	+0.3%
全社費用	—	—	—
	△42	△43	△1
	—	—	—
《 合計 》	4,650	5,250	+600
	165	235	+70
	3.5%	4.5%	+1.0%

以上