



平成 26 年 5 月 9 日

各 位

| | |
|----------|---------------------------|
| 会 社 名 | 不 二 製 油 株 式 会 社 |
| 代表者氏名 | 取 締 役 社 長 清 水 洋 史 |
| (コード番号) | 2607 東 証 第 1 部) |
| 問 合 せ 先 | I R ・ 広 報 部 長 隈 部 博 史 |
| (T E L.) | 0 7 2 - 4 6 3 - 1 0 3 5) |

不二製油グループ新中期経営計画「ルネサンス不二2016」について

当社グループは、新たに2014年度から2016年度までの3年間を対象期間とする新中期経営計画「ルネサンス不二2016」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

尚、今後は直近3カ年の経営目標を明確にし、毎年成果と課題を検証しながら急速な経営環境の変化に対応するため、ローリング方式により中期経営計画を毎年度改定してまいります。

記

1. 中期経営計画策定の背景

当社グループは、2011年度より中期経営計画「Global & Quality 2013」の基本方針である「グローバル経営の推進」「技術経営の推進」「サステナブル経営の推進」に取り組み、グローバルでの成長を目指してまいりました。

しかしながら、この3年間に起こった急速な外部環境の変化（世界的な経済状況の悪化、競合による販売価格の低下、原料・エネルギー相場の上昇、為替変動等）に適応する取組みが十分な成果を上げることが出来ず、また、グローバル経営体制の遅れもあり、当初の利益目標からは大幅な未達となりました。

そこで、市場変動に耐え利益を生み続ける経営体質への進化を図り、技術イノベーションによりグローバルで存在感を示す規模と利益率を確保し、「健康と豊かさ・美味しさに貢献する企業グループ」となるために、2030年の「ありたい姿」、2020年の「あるべき姿」を描き、それらの実現に向けた「グローバル経営体制確立への3年間」の活動計画として、中期経営計画「ルネサンス不二2016」（2014年4月～2017年3月）を策定いたしました。事業環境が激変する中で、「ルネサンス不二」とは創業の精神である「顧客第一主義」「社会への貢献」を再認識し、開拓者精神を発揮し、不断の革新を断行する意思を表したスローガンであります。

2. 中期経営計画の基本方針

(1) グローバル経営の推進・加速

日本市場は基幹市場としてシェア、収益の維持・向上及び社会環境の変化に対応した中食市場等への新市場開拓を図るとともに、新興国を始めとする成長市場、成長事業分野での新拠点設立、M&A・アライアンスによる事業展開を加速し、規模と収益の拡大を目指します。そのためにグローバル経営体制を推進する組織改革、エリア統括会社による機能強化と権限委譲によるスピード経営の実現、グローバル人材の育成に取り組みます。

(2) 技術経営の推進・加速

培った「コア技術」の強みを更に強化・徹底し、最先端の食品素材を生み出し、「技術（ものづくり）」を価値にする「ことづくり」にも注力し、顧客への貢献を図ります。グローバルで「技術」を共有し、海外エリアでの開発機能を強化し、現地に適応した製品開発をスピードを上げて実現します。

国内外での新研究開発拠点の設立、オープンイノベーションの推進、研究開発工程管理の強化等により、研究開発部門の活性化を図ります。

(3) サステナブル経営の推進・加速

持続的な「価値づくり」を支える人材開発、ダイバーシティの推進、次世代リーダーの育成を図る人事制度改革を実現するとともに、社会的価値を創出するCSR経営に積極的に取り組みます。特に健康・栄養、枯渇する食資源に配慮した製品開発、原料のサステナブル調達、「環境ビジョン2020」の推進を図ります。

3. 基本戦略

(1) 成長戦略

事業環境が急速に変化する中で、生活者の健康を支援しサポートするためのニーズをよく知り、課題解決するためのマーケティング力を強化し、市場の成長性が見込まれ、当社の技術力やポジショニングで優位性のある事業分野に経営資源を集中的に投下することで、成長を実現してまいります。

海外では、特にアジアを中心とする新興国で拡大する製菓・製パン市場に対し積極的な事業投資を行い、製菓三品（マーガリン・チョコレート・クリーム）の拡販を図ります。CBE等のチョコレート用油脂は新興国でのチョコレート市場の成長を確実に取り込み、更に中南米・ロシアへの展開を加速するとともに原料調達の多様化とグループ間の連携を強化することで数量の拡大と収益性の向上を図ってまいります。大豆事業は中国にとどまらず、需要の拡大しているアジアでの事業機会を逃さずアライアンスを活用し、積極的な展開を図ります。

国内では、女性の社会進出や高齢化による消費者ニーズの変化から成長が期待される中食市場、広域流通市場での調理用素材の拡販に注力するとともに、健康・栄養市場での新製品導入を図ります。当社の使命である健康と美味しさを実現し社会に貢献する最大施策は大豆事業であり、特にUSS製品（豆乳クリーム、低脂肪豆乳）のマーケティングを更に強化し、早急に事業確立を図ります。

これらの自律成長と合わせM&A、アライアンスを積極的に活用し、規模の拡大とグループシナジーの創出に取り組んでまいります。

(2) 収益構造改革

グローバルでの企業間競争が激化する中で、コスト競争力の強化は喫緊の課題であり、本社機能を含む全ての業務プロセスにおいて徹底した無駄の排除、生産性、効率性の向上を図り、利益率の向上を目指してまいります。

また、事業の選択と集中を徹底し、生産拠点の統廃合、再編を行うとともに、アライアンスも視野にサプライチェーンの再構築を行ってまいります。特に大豆たん白素材の事業構造改革、パーム油事業の競争力強化を図ってまいります。

4. 財務戦略

- ①キャッシュ・フロー
 - ②設備投資、成長投資
 - ③資金調達方針
 - ④株主還元
- ・ 3年間で500億円規模の営業キャッシュ・フローを創出
 - ・ 3年間で480億円規模の設備投資を計画
 - ・ M&A等の事業投資は設備投資とは別枠設定し、戦略的に判断
 - ・ D/Eレシオは50%以内を基準とするが、戦略投資の場合には50%超を許容
 - ・ 連結業績を勘案し、安定的かつ継続的な配当を基本とする。
2016年配当性向は30%を目途とする。

5. 経営目標

| | 2013年度実績 | 2016年度目標 |
|--------------|----------|----------|
| 売上高 | 2,530億円 | 3,000億円 |
| 営業利益 | 152億円 | 190億円 |
| 営業利益率 | 6.0% | 6.3% |
| ROE（株主資本利益率） | 6.7% | 8.0% |
| 海外営業利益比率 | 29% | 35% |

（注）本資料に含まれる将来の計画に関する記載は、本資料の発表日現在において、入手可能な情報及び過程に基づき作成しており、実際の業績等は様々な要因により計画と異なる可能性があります。

以上