

中計重点施策 進捗状況 新市場戦略と新製品

2011年11月8日

油脂加工食品カンパニー長
中村 修

CBEの収益性の低下の要因

事業環境

- ・ 農園系油脂メーカーの市場参入による競争激化
- ・ カカオバター相場の下落によるCBE価格の頭打ち
- ・ 原材料価格の高止まり
- ・ 欧米の景気低迷による総需要の停滞

当面 現状の事業環境が継続すると予想

2011年度の販売数量は昨年並みを維持

今期 利益面では対前年 13億円の影響

CBEの収益性改善に向けた取り組み

収益性改善施策

- ・ コストダウン グループ経営の推進によるコスト削減
分別生産最適化/国際分業と稼働率UP
原料 ヒマワリ油買付の統合
- ・ 新興国への拡大 ロシア市場を更に拡大
南米ブラジルでの新拠点
中国 グレードアップ提案を継続
- ・ CBS / CBRの拡販
- ・ 既存 海外油脂事業拠点の付加価値化

3

油脂事業の競争優位性構築

健康・環境・安全/安心訴求による拡販

- ・ 低トランス / 低飽和酸油脂 (REDUSAT) の拡販
欧米での市場拡大
韓国・台湾でのLT-CBRの拡販
- ・ 育児粉乳用油脂の拡販
東南アジア、中国、中東への新たな市場開拓
- ・ RSPOへの対応
2015年に向けて早期対応による需要の取り込み

4

油脂事業の収益性改善施策

新拠点 及び 中計達成に向けた取り組み

- ・ タイ工場の稼動とプラザの開設
ハラル ISO 22000 の取得
- ・ インドネシア ムシムマス・フジ 2012年4月稼動
- ・ 中国 広州(プラザ)の開設
- ・ 南米、インドでの新拠点の具体的な検討着手
- ・ 東南アジア統括会社によるエリア戦略の迅速化
- ・ 農園事業との具体的なアライアンス、資本参加検討
- ・ 中国パートナーとの一層の連携強化

5

製菓・製パン素材事業の中国・東南アジア展開

差別化された食品系素材の開発と拡販

- ・ クリーム 風味優位の製品開発
中国で製造委託し販売を開始
- ・ チョコレート 新規性の高い製品開発
(パウダーチョコ・成型チョコ)
インドネシア・中国で数量増加
- ・ マーガリン 乳風味強化及びコスト優位製品の開発
- ・ 食品素材 ホワイトソース・ベシャメルソースの拡販
外食市場、加工食品メーカーへの展開

6

「質の国内」における事業強化策

顧客関係力の強化と差別化製品による拡販

- ・ 低シェア市場での拡販
 - 外食市場向け製品
 - マーガリン
- ・ 差別化製品の拡販
 - 機能性強化 呈味増強 CBI 機能性付加チョコ
 - 風味強化 新製法クリーム チーズ
 - 健康 栄養市場 低トランス
- ・ 適正な価格是正の実施

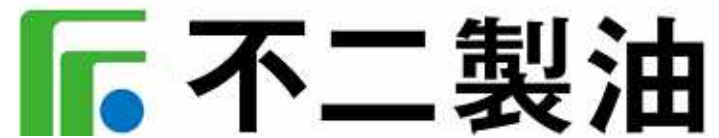
7

代表的な新製品

製品名	製品特徴	市場
メラノピュア600	スナップ性、耐熱性に優れ、口どけ良好なCBI	国内
REDUSAT	低飽和脂肪酸のフィリング用油脂	欧州
フロルデカカオ・チャンジュール	インドネシア産の高品質なカカオ豆を使用した、ドライフルーツの風味を持つ、高級チョコレート	国内
高級ノンデイレークリーム	風味、物性で差別化された中オーバーランタイプのチルドクリーム	東南アジア
冷凍クリーム	冷凍耐性を持つ中国市場攻略製品	中国
アートピアバタースイート	デニッシュ類の折数を減らすことで、風味強化が可能なシートマーガリン	国内
クレマ・デ・マスカルポーネ	自社製造のナチュラルチーズを原料に、風味とコストを両立したチーズ製品	国内
とろけるフロマージュ	常温でも焼き立てのような「とろける」食感が特徴のフィリング用チーズ素材	国内

8

二つとない、をつくる。



業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項
業績予想は現時点で入手可能な情報に基づいておりますが、
実際の数値は今後様々な要因により、予想数値と異なる可能性があります。