

## 中計重点施策の進捗状況 新市場戦略と新製品

2011年11月8日

蛋白加工食品カンパニー長  
清水 洋史

## 中計重点施策の進捗状況

### 大豆事業のグローバル展開の加速と国際競争力の強化

中国アライアンス戦略  
による競争力強化

中国メーカーとの大豆たん白素材のアライアンス  
進行中、体制を強化して更なるアライアンス  
先を選定中。

中国健康栄養市場  
への素材拡販

・健康飲料市場向けに数量が拡大し、  
対前年120%の伸び。  
・酸性乳飲料市場も拡大、大豆多糖類の需要  
増加。

豆乳事業の再構築

・業務用では外食チェーン向け豆乳および新製  
品「ソイクレマ」の採用広がり好調維持。  
・小売りでは豆乳ヨーグルトが好調。  
・更なるコストダウンへの取組み推進。

## 国内市場

時代のトレンド: 「おいしい&ヘルシー」・「簡便性」・「節約志向」

⇒ 大豆コンセプト商品の広がり

不二製品		採用例
組織状大豆たん白	具材感のある「食べる調味料」、「具のソース」に採用広がる	大豆そぼろ
大豆たん白食品	CVS、ファーストフード市場で採用広がる	大豆からあげベジバーグ
調製豆乳	大手カフェチェーンで定番化	ソイ・ラテ
冷凍とうふ絹厚揚げ	業務用市場(給食)で需要増	とうふ代替

3

## 海外市場

市場		不二製品
中国健康市場	健康飲料市場を中心に需要増	粉末状大豆たん白
特定市場	コーシャ・ハラルを取得、海外新市場に期待	水溶性大豆多糖類
米国ミートレス市場	大手SMCでTofu Nuggetが採用	大豆たん白食品
飼料用市場	欧州中心に家禽用飼料(サルモネラ菌定着抑制効果)で需要増	飼料用添加剤(マンノピオース)

4

## 主な新製品



飲料市場向け  
粉末状分離大豆たん白  
「プロリーナSU」

### たん白素材製品



水産練製品市場向け  
粉末状分離大豆たん白  
「フジプロFM」



学給向け調製豆乳  
(鉄分強化)

まめプラスM(ミンチ)

給食・外食市場向け  
大豆たん白素材  
「まめプラスシリーズ」

業務用大豆加工食品



### 小売り商品

おいしさスッキリ  
しょうが豆乳飲料



豆乳で作ったヨーグルト  
いちごミックス  
(乳製品不使用)



5

## これからの事業戦略方針

### 国際競争力の強化と海外アライアンスの推進

- ・大豆たん素材・機能剤を中心にコスト競争力を強化
- ・中国での積極的なアライアンスにより「量」と「質」を確保

### 大豆加工食品事業の事業領域の拡大

- ・新技術で新規事業を興し、新しい事業領域(豆業)へ拡大

### 小売り事業の海外展開推進

- ・中国市場での豆乳関連商品の拡販

6

# 大豆ルネサンス

(大豆事業の長期事業戦略)

大豆の原点に戻り、大豆の新しい価値を創造する

## 美味しさと健康の実現

新技術で大豆本来の  
美味しさを提供

## 省資源型ビジネスモデル

環境にやさしい省エネ・  
省資源型プロセス

大豆ルネサンス  
長期事業戦略

新技術で大豆加工食品  
事業の領域拡大

## 事業領域の拡大

革新的なプロセスイノベーション  
で競争力強化

## コア・ビジネスの更なる強化

大豆の力で人と地球を健康にする