

2012年3月期決算説明会

2011年度決算の概況

2012年度業績予想

2012年5月11日

 **不二製油株式会社**

代表取締役社長 海老原 善隆

目次

I. 2011年度 決算ハイライト

II. 中計施策進捗レビュー

III. 2012年度 業績予想と施策

IV. 2013年度 中計定量目標の修正

I . 2011年度 決算ハイライト

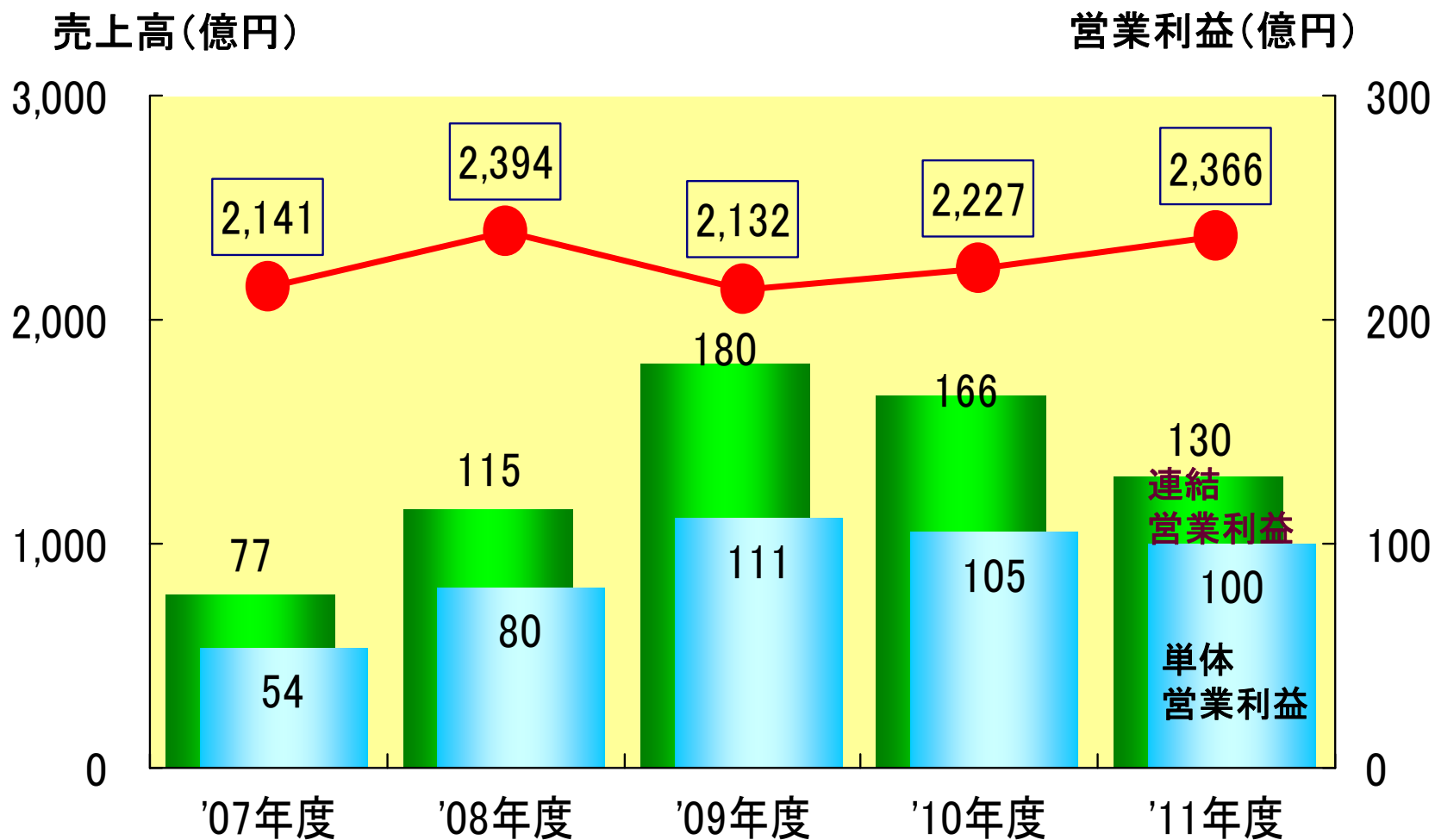
I-1. 2011年度 通期業績

(億円: 億円未満を四捨五入して表示)

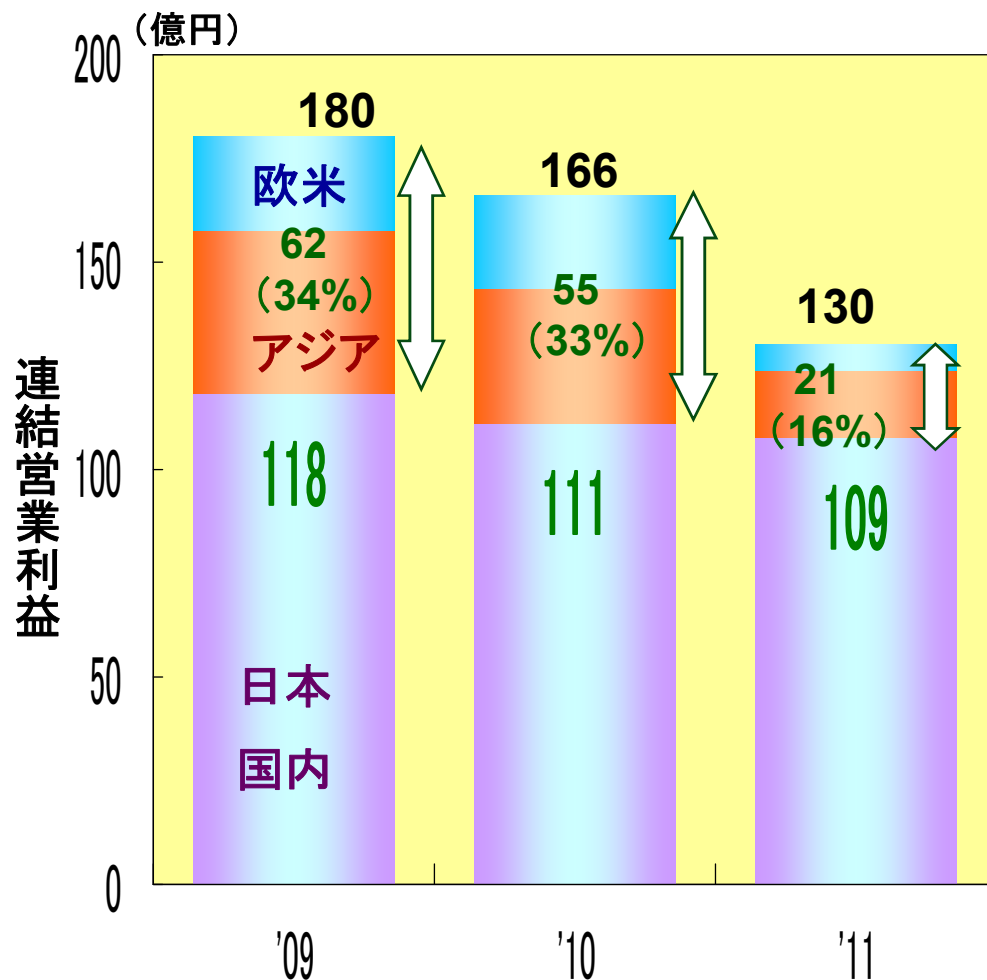
	連 結		単 体	
	2011年度	対前年	2011年度	対前年
売上高	2,366	+139	1,426	+82
油脂	992 (42)	+96	412 (29)	+54
製菓・製パン素材	1,007 (43)	+50	713 (50)	+31
大豆たん白	366 (15)	△7	301 (21)	△3
営業利益	130	△36	100	△5
油脂	39 (30)	△26	26 (26)	+2
製菓・製パン素材	70 (54)	△12	58 (58)	△7
大豆たん白	20 (16)	+2	16 (16)	+0

()内: 構成比率

I-2. 連結売上高・連単営業利益 推移



I -3. 地域別 セグメント別 連結営業利益



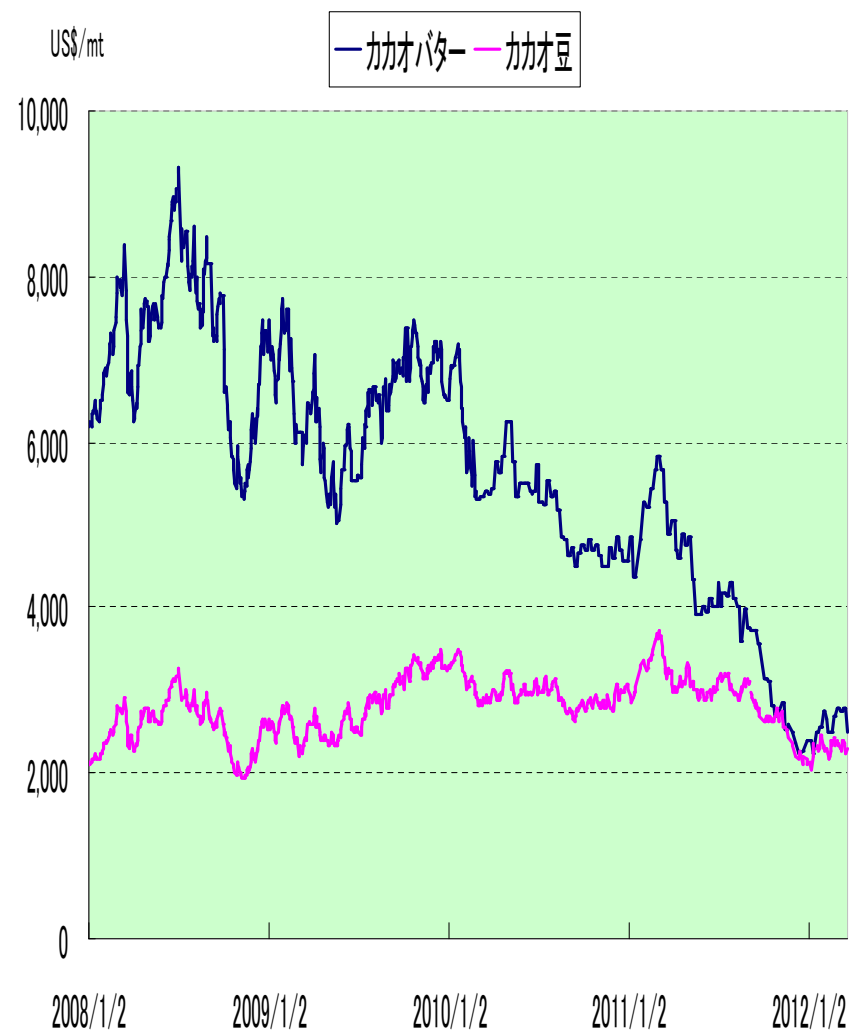
()内は海外営業利益比率

(億円)	11年度実績	対前年
日 本	109	△2
油脂	28	+2
製菓・製パン素材	64	△6
大豆たん白	17	+2
アジア	15	△16
油脂	6	△12
製菓・製パン素材	7	△6
大豆たん白	3	+1
欧 米	6	△16
油脂	6	△16
合 計	130	△36

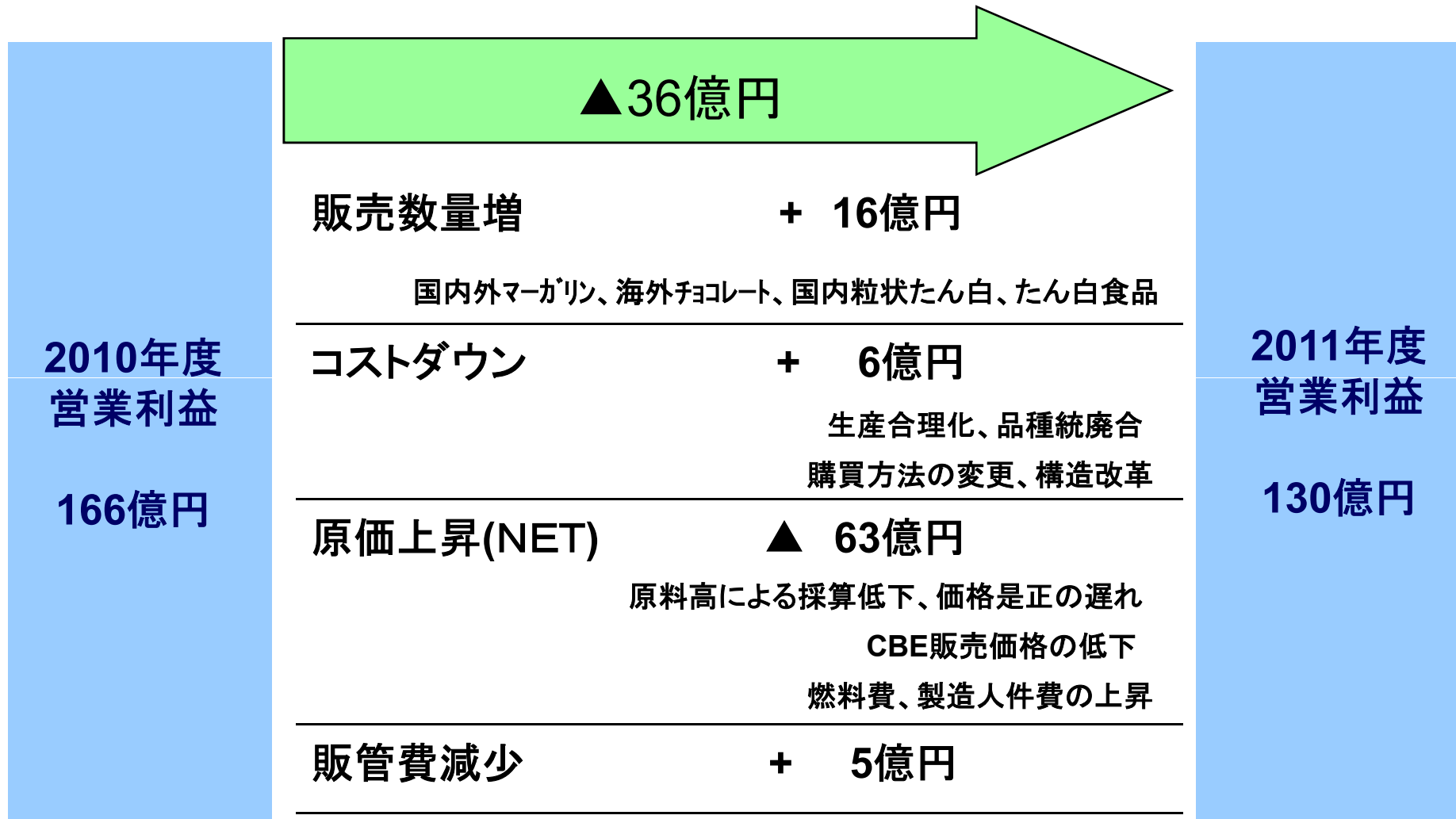
I -4. 対前年 利益変動要因

連結、単体ともに増収減益 特に海外油脂部門で大幅な減益	
油脂部門	国内) ・震災後も数量増加 ・採算重視によるパーム関連製品の採算改善 海外) ・カカオ豆相場の低迷とCBEの競争激化 ・原料乱高下による採算の悪化
製菓・製パン 素材部門	国内) ・震災後の客先での末端製品の絞込み、新製品の 発売延期等の影響により減益 ・原料高騰に対応した価格是正の遅れ 海外) ・原料高騰により収益性が低下
大豆たん白 部門	国内) ・粒状たん白は需要増もあり堅調に推移 ・豆乳は事業構造改革(効率化)により改善 ・たん白食品は工場被災の影響もあり減益 海外) ・たん白素材は生産拠点再構築により採算改善 ・たん白食品は日本向けが回復し収益改善

I -5. 原料相場推移 (2008年1月～)



I -6. 2011年度 連結営業利益分析(対前年)



Ⅱ. 中計施策進捗レビュー

Ⅱ-1.中計基本方針 施策の進捗状況①

1)グローバル経営体制の構築

■ 油脂加工食品カンパニー

- カンパニー経営資源の投入 ・組織改定（海外2本部制、R&D支援体制を強化）
- 提案営業のグローバル推進
 - ・中国、アジアに展開するフジサニープラザの活用（広州・バンコク 昨年開設）
- 海外グループシナジーの最大化
 - ・東南アジア地域統括会社設立によるエリア戦略の強化
- 現地化の推進 ・現地人TOPの起用 ・現地合弁パートナーとの連携強化

■ 蛋白加工食品カンパニー

- 海外統括組織の強化 ・海外部門の新設、海外マーケティングの強化

■ グローバル人材の育成

- 海外早期トレーニー制度の実施 ・第1期5名 第2期6名 派遣済 ・公募制を採

用

- ・今後毎年10~12名を派遣の予定

Ⅱ-1.中計基本方針 施策の進捗状況②

2)技術経営の推進

- 新素材、新製品を生み出す研究開発体制の刷新
 - ・カンパニー開発部門の統合と市場別開発体制による顧客関係力の強化
 - ・研究本部 事業化テーマプロジェクトの発足
 - インドネシア技術評価応用庁と「パームに関する共同研究」を推進

3)サステナブル経営の推進

- 持続的な成長を支えるCSRと環境配慮型経営の推進
 - ・省資源の推進 再資源化率99.91%の達成
 - ・環境ビジョンに基づいた省エネルギー投資(3億円)、生産プロセスの改善を実施
 - ・地震災害事業継続計画案(BCP)の策定

4)財務戦略

- D/Eレシオは36%に低下
 - ・M&A、新規事業投資については、オーム乳業株式取得に引き続き、積極的に検討、実施する。

Ⅲ. 2012年度 業績予想と施策

Ⅲ-1. 2012年事業環境と当社の成長機会

■ 事業環境

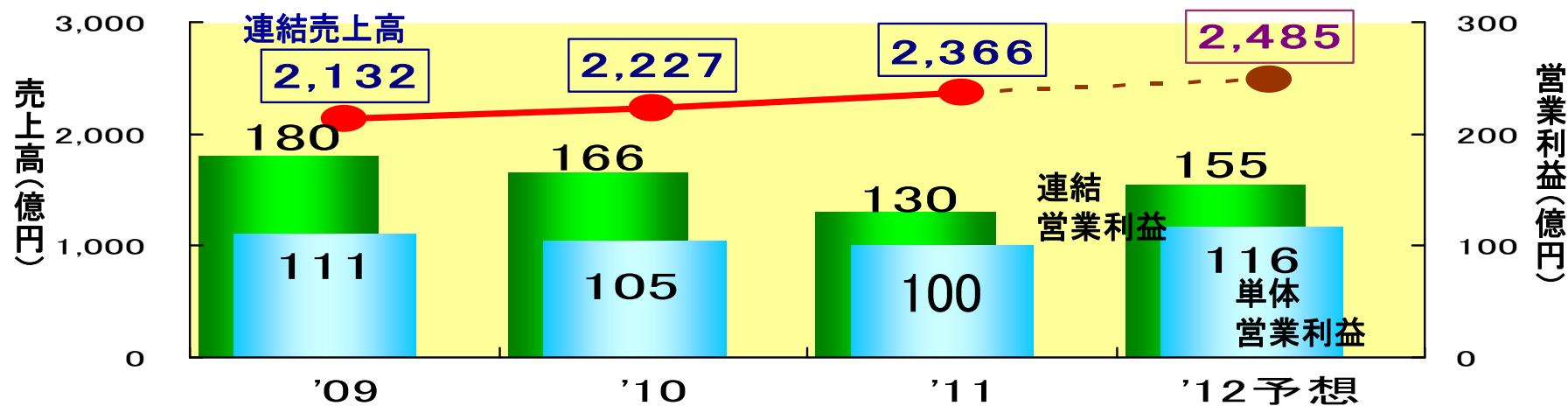
- 原料価格の高止まり
新興国需要による構造的な価格上昇懸念
カカオ豆相場低迷
- 生活防衛意識による消費マインドの低迷／緩やかなデフレの継続
定番商品への絞込みが見られバラエティー商品は減少傾向
- 国内外の競争激化、海外からの参入により国際価格の影響をより受ける状況
- 顧客での内製化の動き
- 欧米景気の低迷と新興国の経済成長との二極化

■ 当社の成長機会

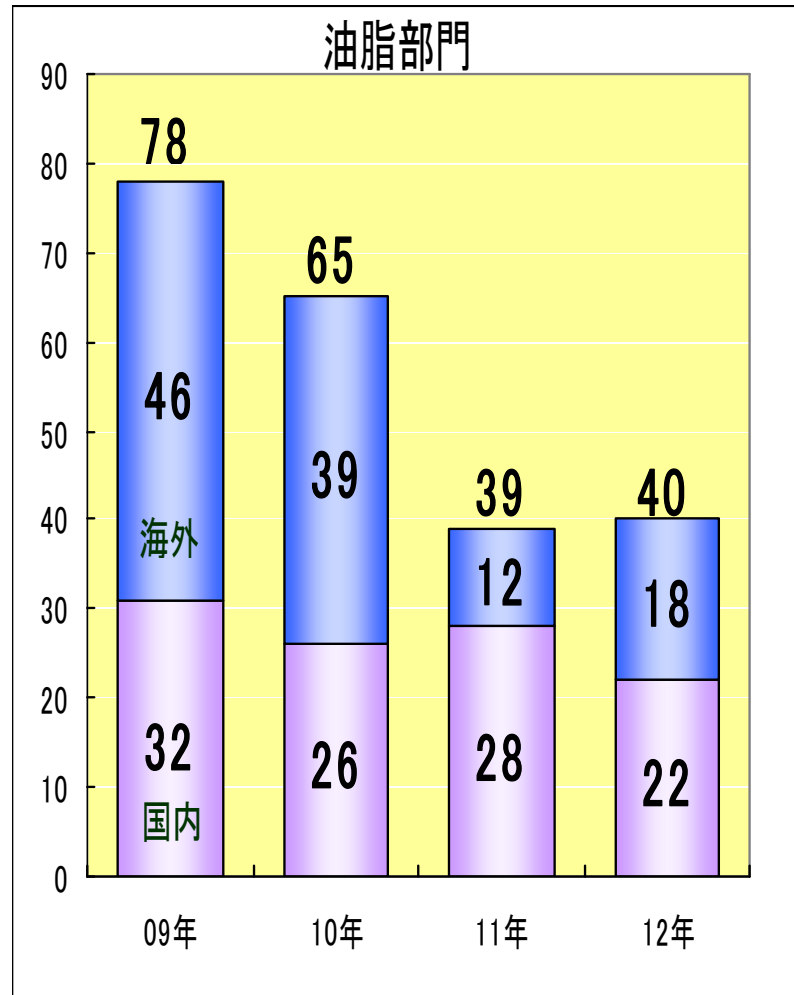
- 新興国での欧風化、日本化（洋菓子・パン食の急成長）
- 美味しさと健康素材への期待
- 動物資源から植物資源へ

Ⅲ-2. 2012年度 業績予想

(億円)	連 結		単 体	
	2012年度計画	対前年	2012年度計画	対前年
売上高	2,485	+119	1,490	+64
営業利益	155	+25	116	+16
経常利益	150	+20	117	+14
当期純利益	93	+10	74	+10



Ⅲ-3. セグメント別利益と施策 ■ 油脂



1) CBE最強コストの実現と

パーム油事業で競争優位の構築

- ・CBS、CBRでの巻き返し(対前年+123%)
- ・ソフトプラザの活用と高付加価値化(留型)

2) 技術深化と拡販

■ 新製品拡販

- ・水溶性製剤添加機能性油脂
- ・CBI(耐熱/口溶け)
- ・酸化上昇抑制フライ油(スーパータフロンG)

■ 健康油脂、育粉用油脂(対前年+119%)

3) 既存事業会社の収益力強化

■ グループシナジー最適化

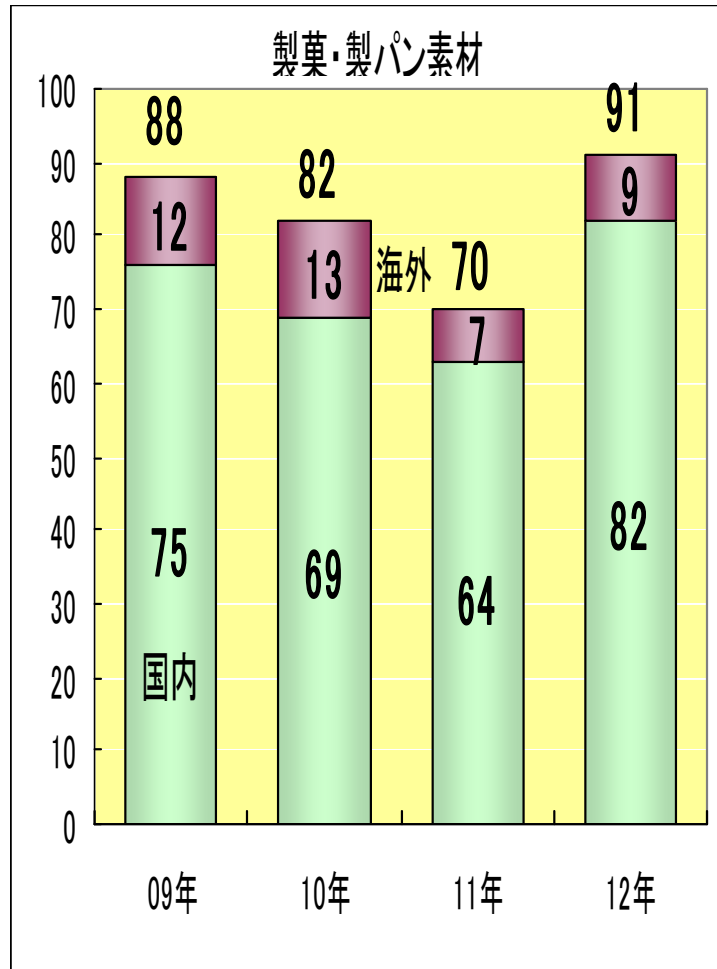
- ・東南アジア統括会社
- ・分別拠点の棲み分け

■ 販売強化 : 現地人トップの起用(5人/19社)

4) 販売エリアの拡大と新拠点検討

- ・ロシア、ブラジル、インドほか

Ⅲ-3. セグメント別利益と施策 ■ 製菓・製パン素材



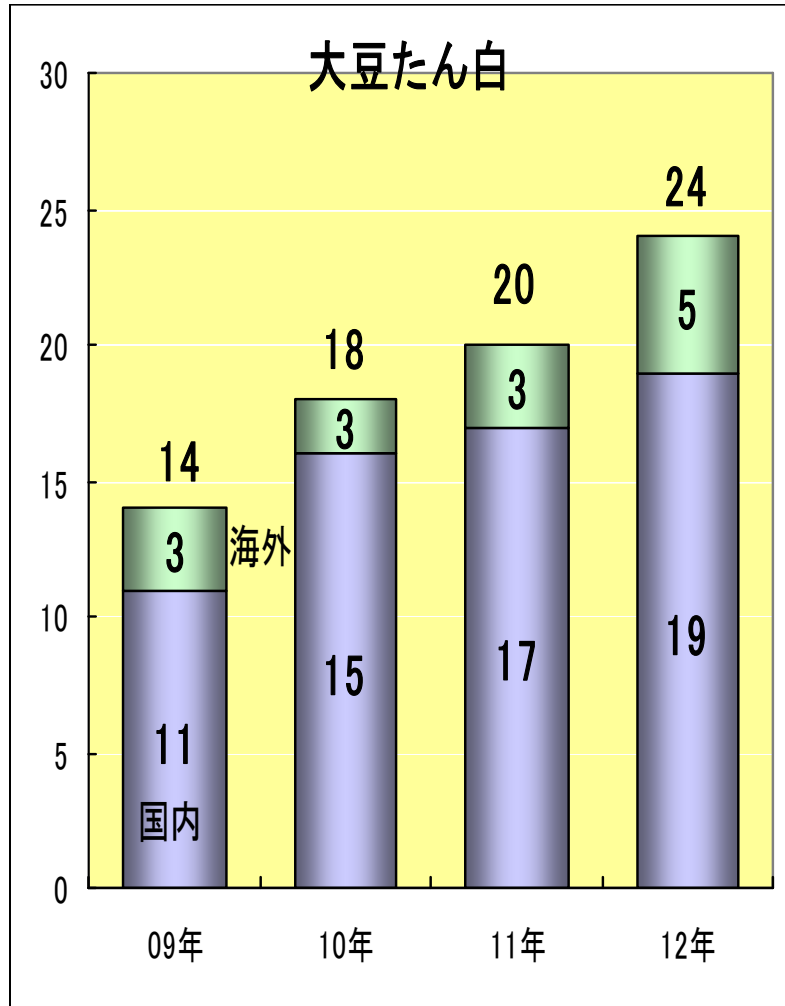
1) 国内事業 更なる拡大のチャンスを狙う

- 未開拓市場: 外食、製パン市場での拡販
 - ・専門部隊の設置
 - ・「外食セミナー」の実施
- 新製品による拡販(外食、製パン、ルート市場)
- オーム乳業(株)とのシナジー創出

2) アジアでの拡販

- アジアの欧風化、日本化の波に乗る (対前年134%)
 - ・既存拠点でのチョコ/マーガリン/クリームの拡販とプラザの充実
 - ・新拠点設立(中国、インドなど)
 - ・インドネシア MUSIM-MAS FUJIが稼働開始
 - ・FREYABADI INDOTAMAの新工場稼働
 - ・クリーム シンガポールからの輸出拡大(インド市場への新規取組み)

Ⅲ-3. セグメント別利益と施策 ■大豆たん白



1) 中国でのアライアンス確立とSCM強化

2) コアビジネスの競争力向上

- ・たん白素材：プロセスイノベーションによる省エネ・省水と革新的コストダウン
- ・たん白食品：生産工場の効率化の推進と収益管理の徹底

3) 中国・アジア事業の強化

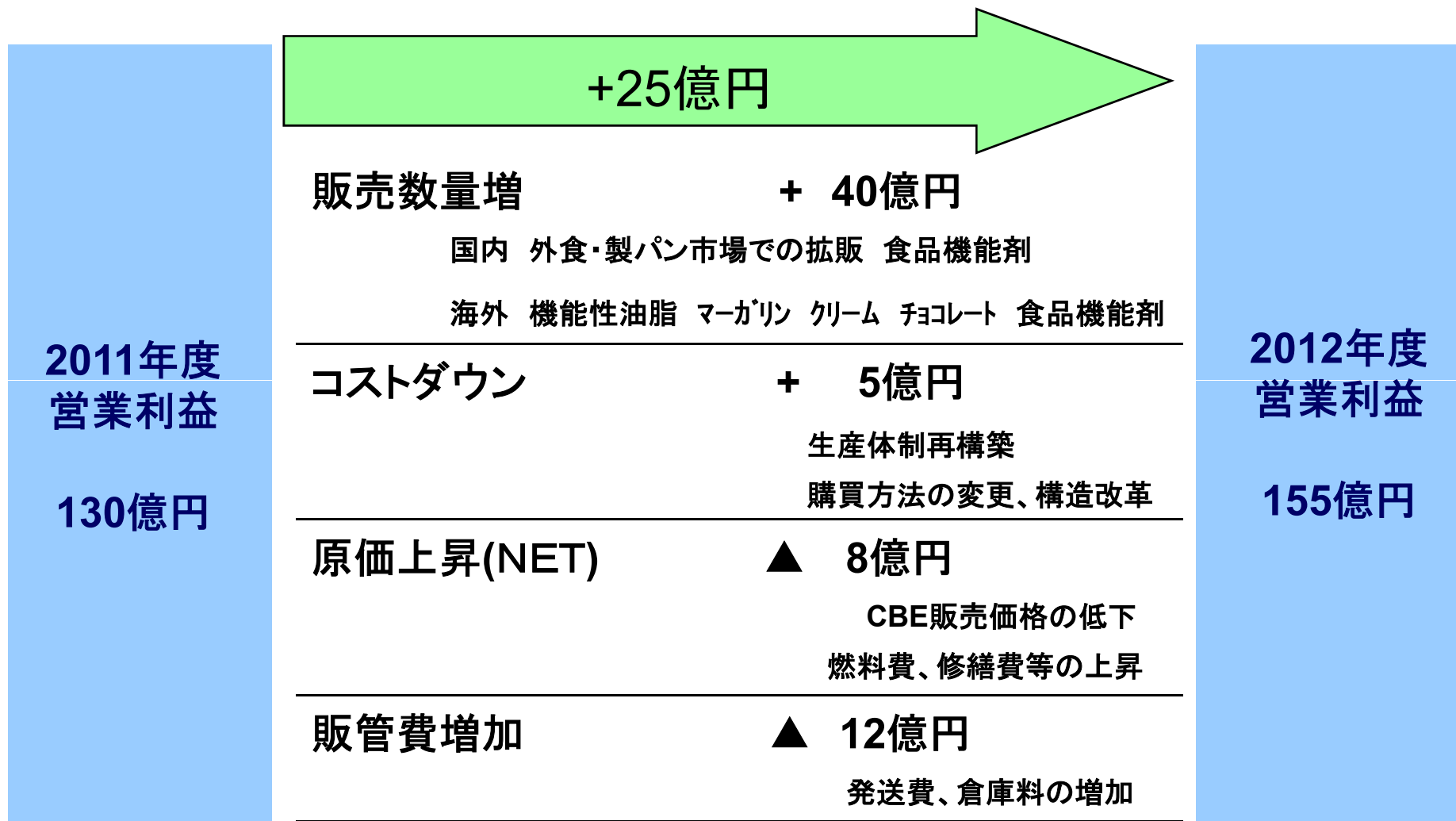
- ・たん白素材、機能剤(多糖類、ペプチド)のコスト追求と販売促進
- ・DBB市場の攻略

4) 事業領域の拡大と新規事業の創出

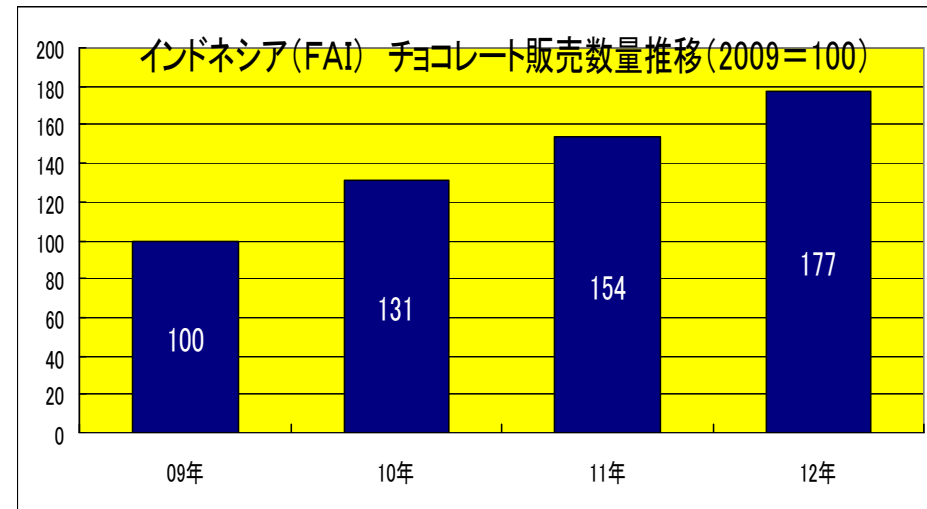
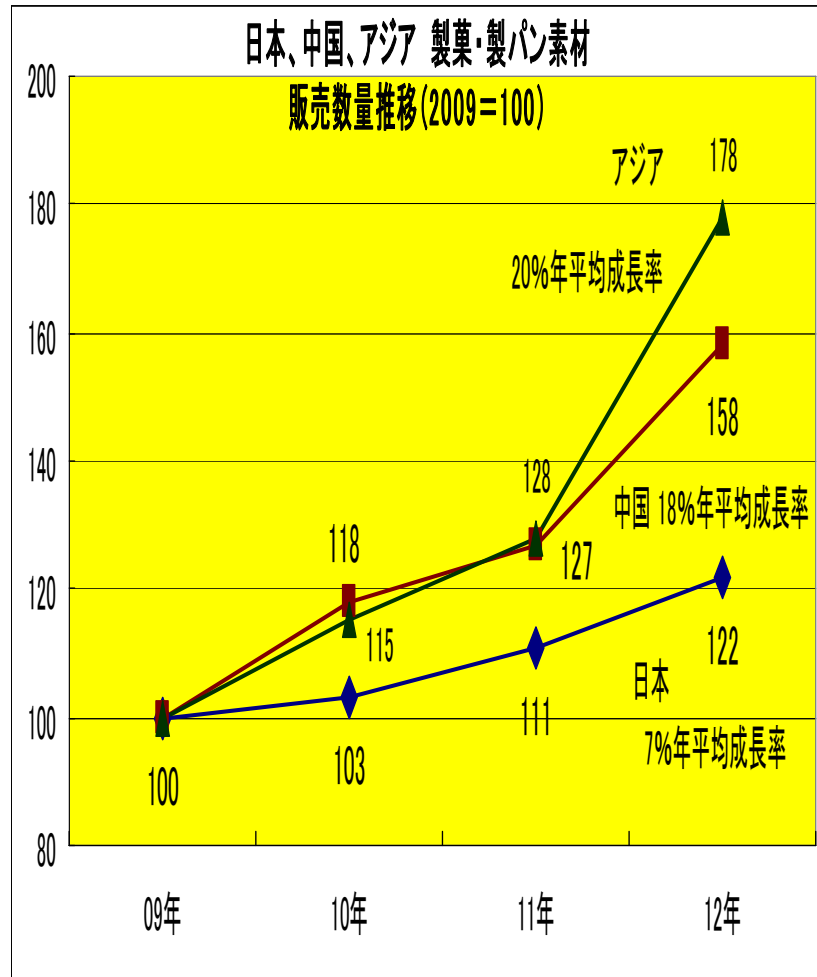
- マンビオース事業の南米・中東への拡大
- 大豆製品(冷凍豆腐、厚揚げ、豆乳ヨーグルト等)の海外展開
- 大豆ルネサンスの推進

5) 赤字事業の黒字化

Ⅲ-4. 2012年度 連結営業利益分析(対前年)



Ⅲ-5. 製菓製パン素材販売数量推移(実績・計画)

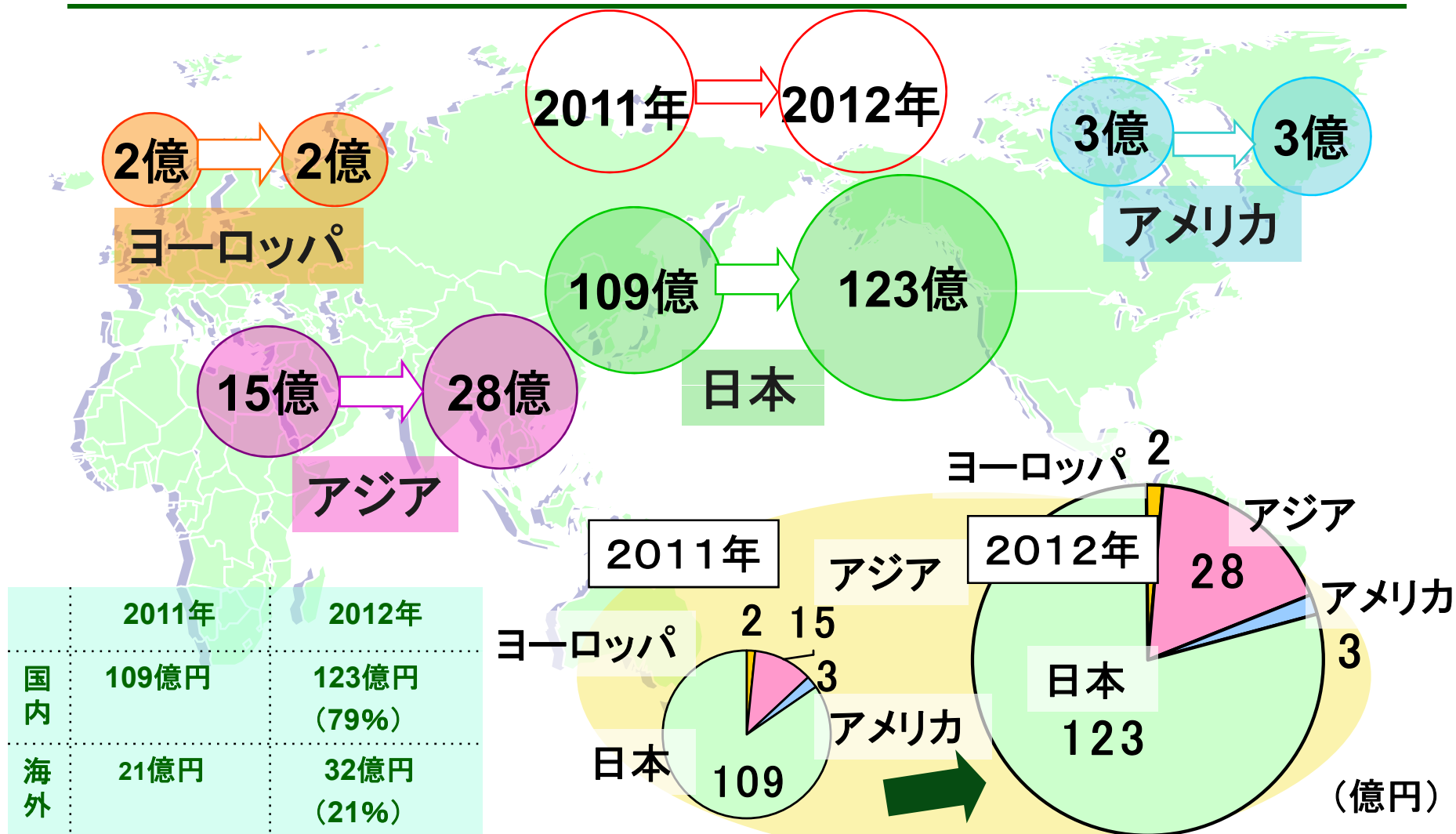


インドネシア市場の成長率

(Nielsen2011)

- ・アイスクリーム市場 25-30%
- ・パン市場 15-20%
- ・ビスケット市場 15-20%
- ・フードサービス 18%

Ⅲ-6. 地域別 2012年度営業利益予想



IV-1. 2013年度 中計定量目標の修正

■ 経営指標	【修正目標】	【昨年発表数値】
・ 連結売上高	2,600億円	2,750億円
・ 連結営業利益	180億円	220億円
・ 連結営業利益率	6.9%	8%
・ 海外利益比率	25%	40%
・ 連結ROE	9%	10%

海外利益は、チョコレート用油脂市場が依然厳しい事業環境が継続するものと予測されることから、中期経営計画の最終年度(2013年度)の数値目標を修正することといたしました。

二つとない、をつくる。

 不二製油

※ 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。