

2012年3月期決算説明会

蛋白加工食品カンパニー
【大豆ルネサンス】への挑戦

2012年5月11日

蛋白加工食品カンパニー長

清水 洋史

不二製油の大豆事業

不二製油グループ企業理念

「食」の創造を通して、健康で豊かな生活に貢献します。

大豆を基軸に…

グローバル
経営

大豆の**栄養価値**を世界に届ける

- 動物資源の限界
- 安全・安心な食物(蛋白)源
- BOPビジネスへの広がり

技術経営

大豆の**新機能**を創造する

- 顧客価値に根ざした新価値の創造
- 大豆由来の新規素材で新市場
- 大豆本来の美味しさの追求

サステナブル
経営

大豆で**グリーンイノベーション**

- 大豆事業が環境経営そのもの
- 省エネプロセスの開発
- BOPビジネスへの広がり

市場の動き<国内>

冷凍豆腐が業務用中心に大幅増加（対前年122%）

カフェチェーン向け（ソイラテ用）業務用豆乳が大幅増加（対前年593%）

市販用豆乳ヨーグルトも堅調な伸び（対前年113%）

組織状大豆たん白の需要増と新用途への広がり（対前年110%）

植物性（大豆）コンセプトの広がり浸透

市場の動き<海外>

飼料用添加材としてマンビオースがEUを中心に数量拡大。(対前年200%)

豆乳・豆乳デザートが引き続き好調
外食、火鍋市場に冷凍豆腐、豆腐加工食品を導入開始。

アメリカ学校給食の新基準：
野菜や豆類の摂取を推奨、
肉代替食材として「豆腐」を認可、
豆腐加工品導入開始。

ProSAVANA-JBMに参画
(BOPIビジネスへ)

酸性飲料向け大豆多糖類
が好調、新規採用増える。

【大豆ルネサンス】への挑戦

コアビジネス
の停滞感

競争激化で
収益力低下

高まる大豆への
期待感

既存事業の延長線上では成長が限定的

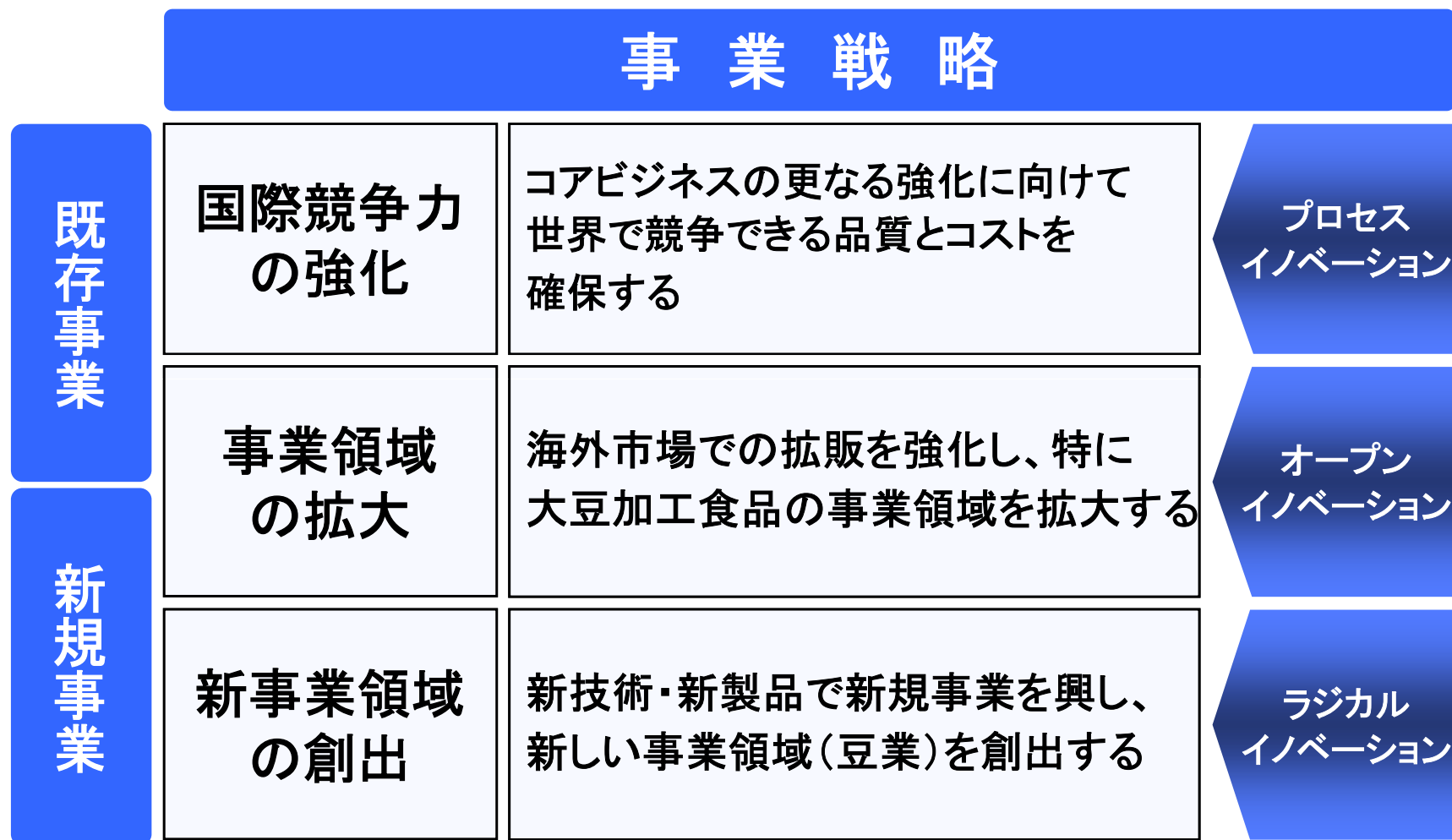
中長期的な事業戦略で社会貢献

大豆の原点に戻り、大豆の新しい価値を創造する

【大豆ルネサンス】

大豆の力で人と地球の健康に貢献する

【大豆ルネサンス】事業戦略



重点施策 I

競争力強化

- 国内粉末状大豆たん白(SPI)市場の海外低価格品による競争激化
⇒ コモディティ市場での苦戦、収益力の低下
- 大豆加工食品事業のコモディティ化による収益力低下

	課題	具体的な施策
SPI事業の再編	<ul style="list-style-type: none">・グローバルな価格競争下での収益確保・供給量の確保・品質優位性の確保	<ul style="list-style-type: none">・中国メーカーとのアライアンスでSCM体制構築・製品の再配置による効率生産体制の構築・安価原料の調達・プロセスイノベーションによるコストダウン・新製品開発とソフト開発力の強化
大豆加工食品事業の再生	収益構造改革 (新たな仕組み作り)	<ul style="list-style-type: none">・既存事業の見直しとコストダウンの推進・ライン別採算の徹底による効率運営

重点施策 II

事業領域 拡大

- 中国、新興国の需要旺盛化と高付加価値品の需要増に対応。
- 原発事故による日本製品忌避 ⇒ 海外でのSCM体制の構築。
- 飼料用添加材としてのマンノビオースの世界戦略策定(ロードマップ)

	エリア	具体的な施策
たん白素材 機能材	中国・アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・SPI、大豆ペプチドの栄養健康・飲料市場を攻略 ・酸性飲料市場に大豆多糖類の拡販(Halal市場を含む) ・ノンアルコールビール市場へ大豆ペプチドの拡販
	EU・北米	<ul style="list-style-type: none"> ・酸性飲料市場に大豆多糖類の拡販 ・マンノビオースの家禽用飼料(サルモネラ菌定着抑制効果)として拡販 ・発酵市場への大豆ペプチドの拡販 ・ノンアルコールビール市場へ大豆ペプチドの拡販
	南米	<ul style="list-style-type: none"> ・マンノビオースの家禽用飼料として拡販 ・酸性飲料市場に大豆多糖類の拡販

重点施策 III

事業領域 拡大②


- 中国・アジアでの豆乳需要は堅調。CVS中心に旭洋ブランド戦略展開。
- 海外事業部門を新設、マーケティング戦略で特に大豆加工食品の海外販売を強化する。

	エリア	具体的な施策
大豆加工食品	中国・アジア	<ul style="list-style-type: none"> ・旭洋ブランド(上海、深セン)の豆乳デザート事業の強化 ⇒上海地区:豆乳ヨーグルト新発売予定 ・中国メーカーとのアライアンスによる豆乳・豆乳デザートの拡販 ⇒北京地区:CVS豆乳新発売予定 ・外食、火鍋市場に冷凍豆腐、豆腐加工食品(龍藤不二製造)を導入
	北米	<ul style="list-style-type: none"> ・業務用ルートで豆腐加工品を拡販 ⇒学校給食向けに高蛋白スペック品が採用、拡販 ・商品の現地生産化で収益改善

重点施策 IV

新事業領域 創出

大豆本来の価値を核にした新たなビジネスモデルを創造し、
新たな成長軌道を確立する。

	課 題	具体的な施策
大豆加工食品 の新領域	<ul style="list-style-type: none">・新技術による新事業領域の創出・マーケティングによる需要創造・新たな収益基盤(ビジネスモデル)の構築	<ul style="list-style-type: none">・新分離分画技術の完成と事業化・大豆本来の美味しさを追求・世界中で食べやすい食品素材に加工・醗酵技術との組み合わせで高付加価値化・マーケティング技術の強化 <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">新しい事業領域(豆業)を創出する</p>

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。