

# 2012年度 第2四半期決算説明会

2012年度 第2四半期決算の概況

2012年度業績予想、セグメント別重点施策

---

2012年11月6日

 **不二製油株式会社**

代表取締役社長 海老原 善隆

# 目次

**I . 2012年度 第2四半期決算ハイライト**

**II . 2012年度 通期業績予想**

**III . 2012年度 セグメント別重点施策**

**IV . 2012年度 新製品**

# I . 2012年度 第2四半期決算ハイライト

---

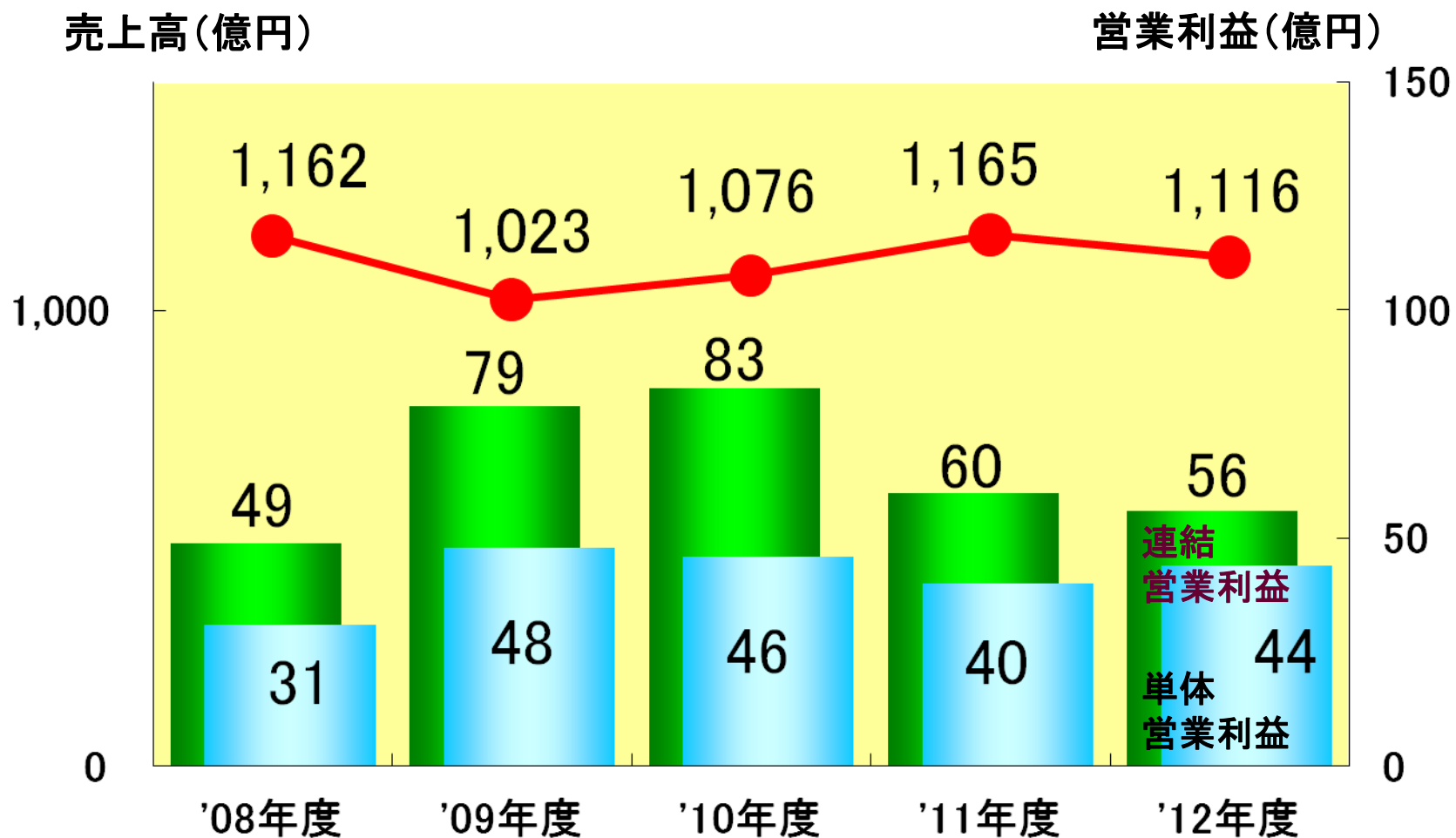
# I -1. 第2四半期 累計実績

(億円:億円未満を四捨五入して表示)

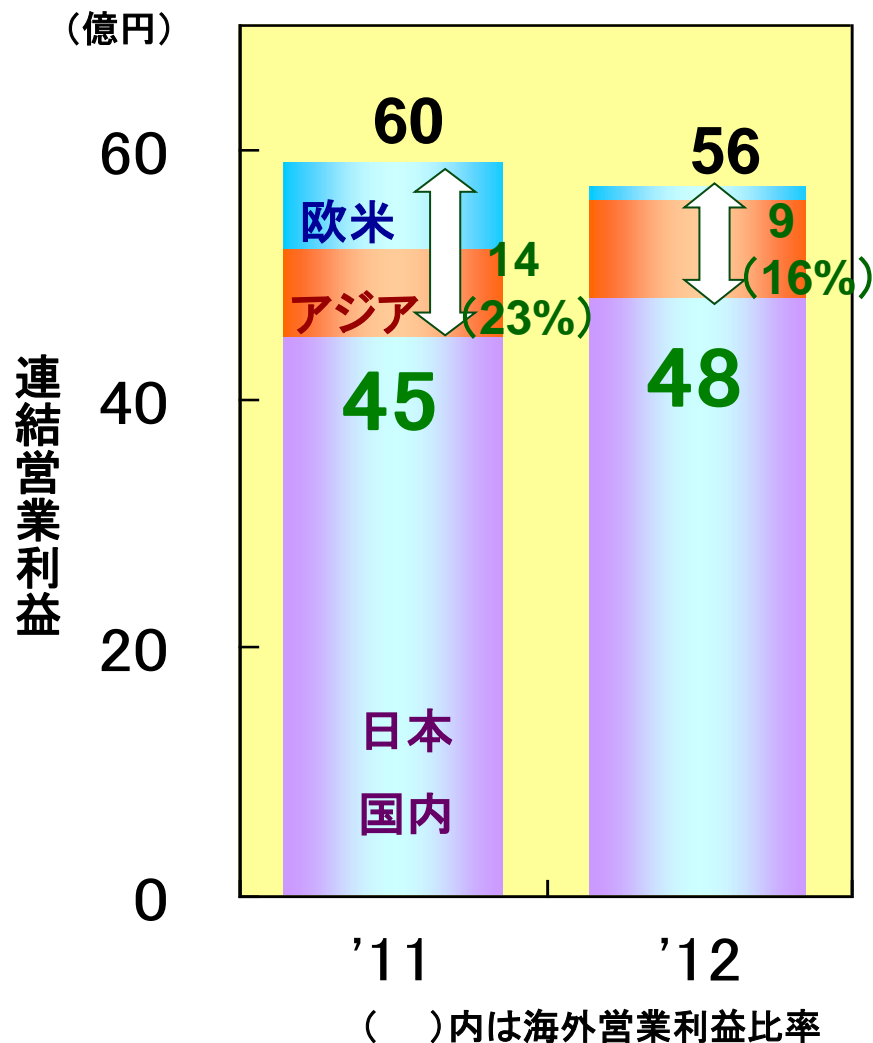
	連 結		単 体	
	2012年度 1-2Q累計	対前年 同期	2012年度 1-2Q累計	対前年 同期
<b>売上高</b>	<b>1,116</b>	<b>▲49</b>	<b>658</b>	<b>▲45</b>
油脂	438	▲64	186	▲32
製菓・製パン素材	496	+15	322	▲13
大豆たん白	182	▲1	150	0
<b>営業利益</b>	<b>56</b>	<b>▲4</b>	<b>44</b>	<b>+4</b>
油脂	12	▲8	9	▲1
製菓・製パン素材	36	+8	29	+7
大豆たん白	8	▲3	6	▲3

## I-2. 第2四半期累計

### 連結売上高・連単営業利益 推移



# I -3. 第2四半期累計 地域別 セグメント別 連結営業利益



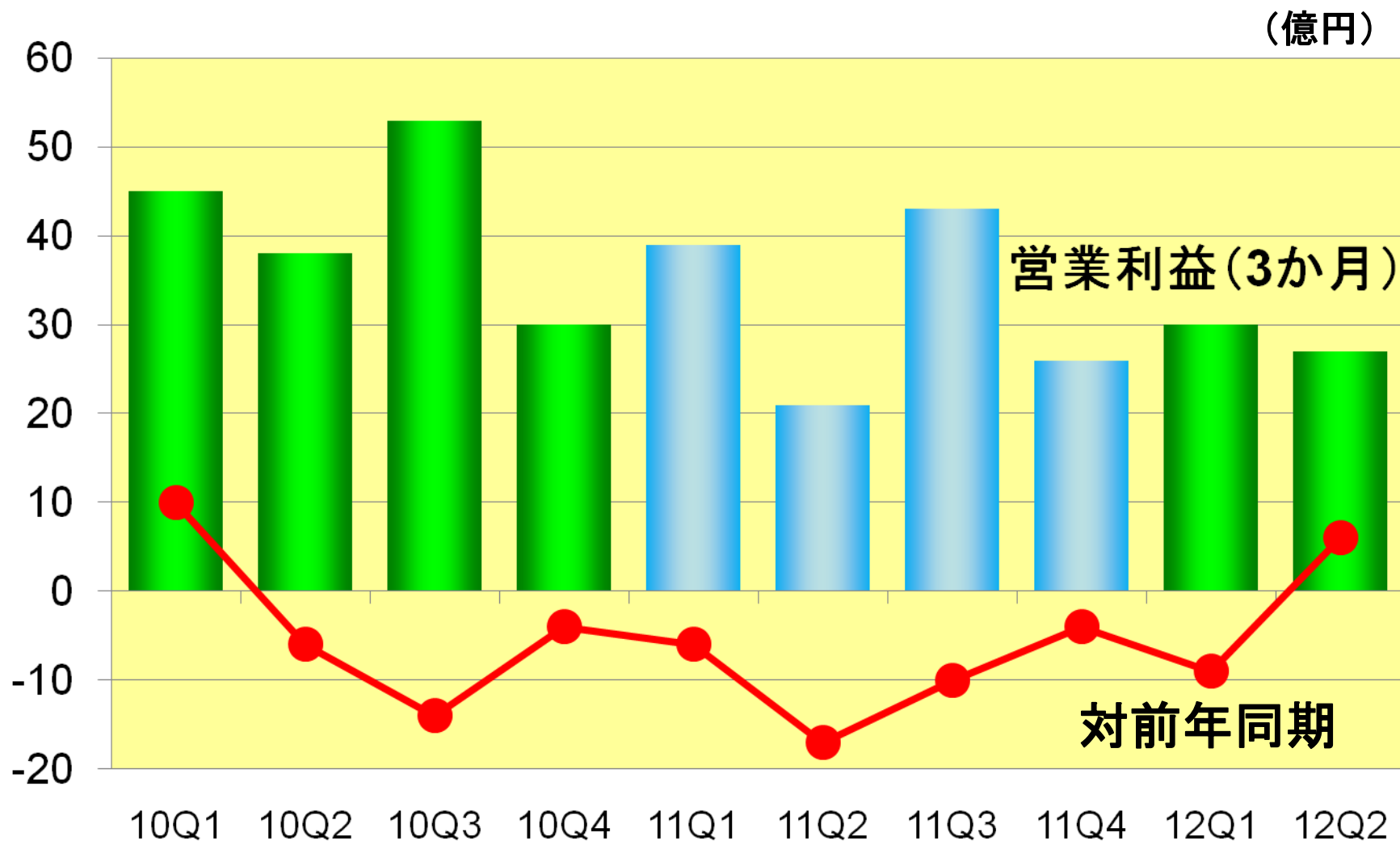
(億円) 億円未満を四捨五入	12年度 第2四半期	対前年 同期
日 本	48	+2
油脂	10	▲1
製菓・製パン素材	32	+6
大豆たん白	6	▲3
ア ジ ア	9	+1
油脂	1	▲3
製菓・製パン素材	6	+4
大豆たん白	2	▲0
欧 米	1	▲5
油脂	1	▲5
消 去	▲1	▲2
合 計	56	▲4

## I -4. 2012年度 第2四半期決算のポイント

連結は減収減益、単体は減収増益。国内外の製菓製パン素材は順調に増益。海外油脂部門、大豆たん白で減益。

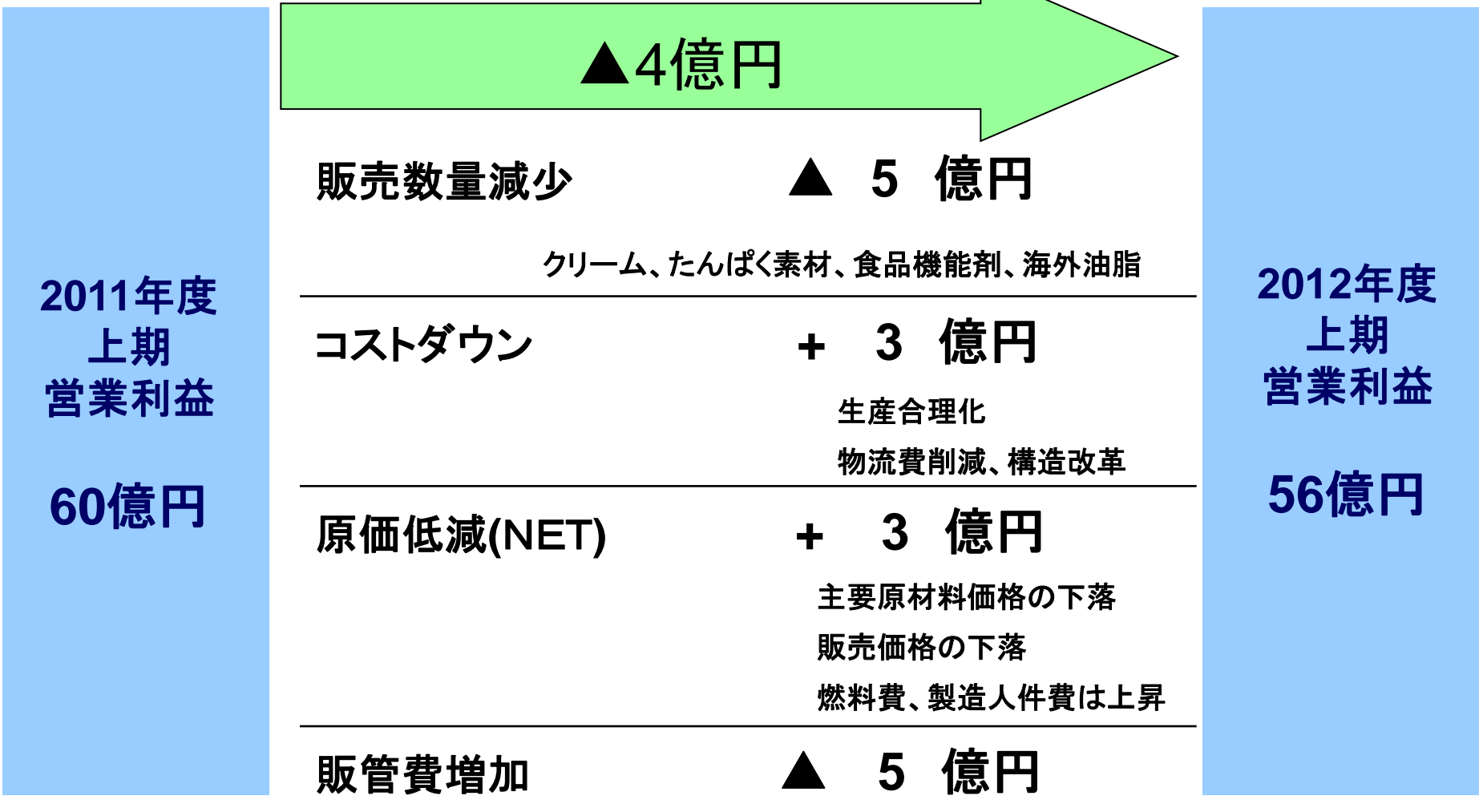
<p>油脂部門</p>	<p>国内) ・震災需要反動によりパーム油等を中心に数量減少。 チョコレート油脂もココアバター相場下落影響で採算悪化。</p> <p>海外) ・CBEを中心に競争激化、景気低迷による需要停滞の影響を受け、全体に収益性が低下。CBS・CBRの数量は前年並。育粉関連油脂は118%の伸長。</p>
<p>製菓・製パン 素材部門</p>	<p>国内) ・チョコレート・マーガリン・チーズ素材は数量増加。クリーム減少。特にチーズ素材は新製品拡販等で125%と大幅に伸長。</p> <p>海外) ・中国、東南アジアでの製菓3品による数量拡大は、一部クリーム拡販に遅れがあるものの、125%と順調に伸長。</p>
<p>大豆たん白 部門</p>	<p>国内) ・震災需要の反動、競合激化等によりたん白素材、機能剤で数量減少・収益性低下。ペプチドは大きく伸長。粒状大豆たん白は堅調。</p> <p>海外) ・中国飲料市場で機能剤、欧州でマンピオースが減少。</p>

# I -5.連結営業利益 四半期(3カ月)推移グラフ





# I -6. 第2四半期 連結営業利益分析(対前年)



## Ⅱ. 2012年度 通期業績予想

---

## Ⅱ-1. 事業環境の変化と当社の成長機会

### ■ 事業環境の変化

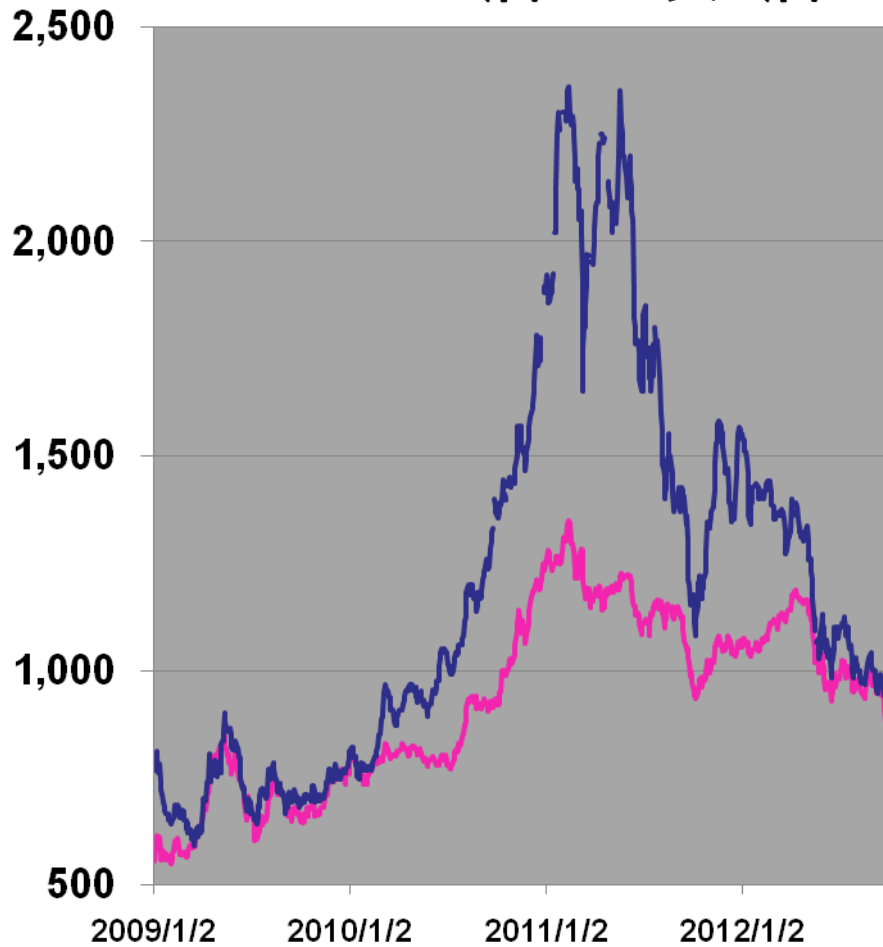
- 長引く欧州景気の低迷が、中国・新興国景気へ波及
- 原料価格の変化。大豆高騰、カカオ豆上昇、パーム・ヤシ下落
- 国内外の競争激化、新興国企業の動きが活発化
- 円高・デフレで消費マインドは低迷。スーパー売上高、上期連続前年割れ  
量販店等のPB品への支持
- 国内における高齢者市場対応への取組みが活発化

### ■ 当社の成長機会への対応

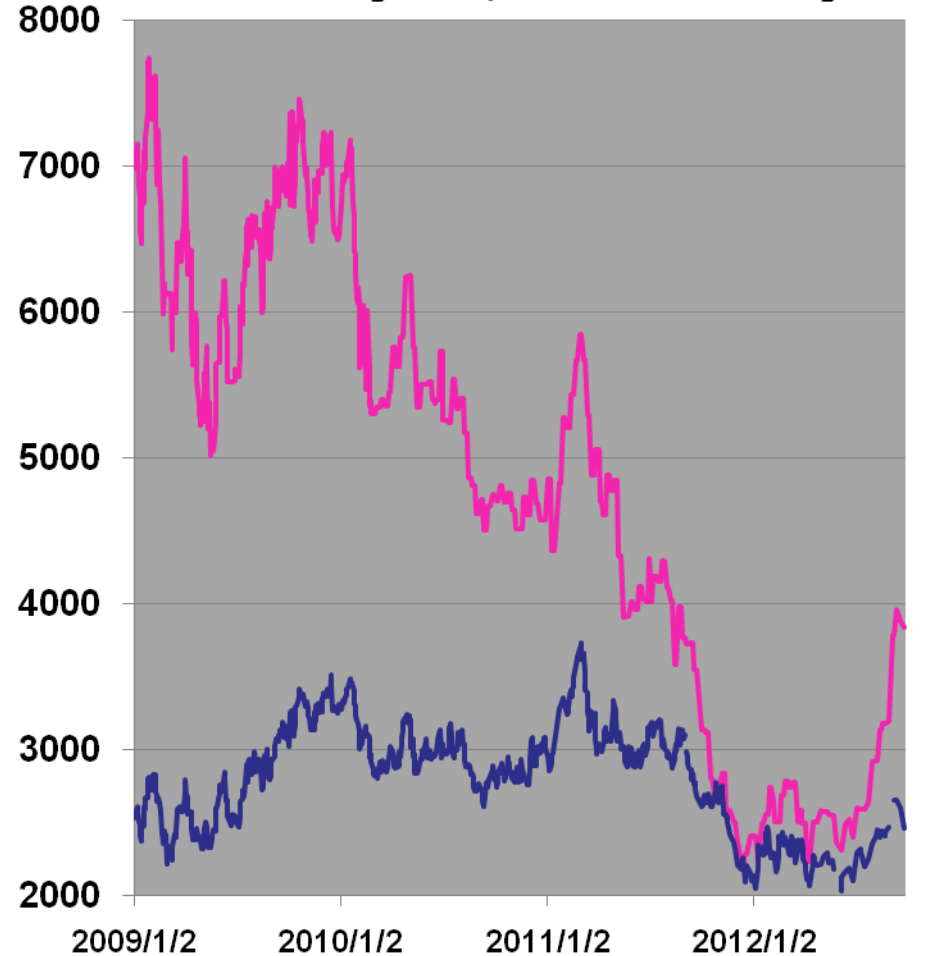
- アジア新興国での洋菓子・パン食の急成長 ⇒ 提案営業の強化
- 美味しさと健康素材 ⇒ 積極的な情報発信(セミナー開催)

## Ⅱ-2. 原料価格推移(2009年～)

(\$/mt) — パーム油 — ヤシ油



(\$/mt) — カカオバター — カカオ豆



## Ⅱ-3. 2012年度 通期業績予想

(億円:億円未満を四捨五入して表示)

	連 結		単 体	
	2012年度 予想	対前年	2012年度 予想	対前年
<b>売上高</b>	<b>2,485</b>	<b>+119</b>	<b>1,490</b>	<b>+64</b>
油脂	1,047	+55	402	▲10
製菓・製パン素材	1,059	+52	768	+55
大豆たん白	379	+13	320	+19
<b>営業利益</b>	<b>155</b>	<b>+25</b>	<b>116</b>	<b>+16</b>
油脂	40	+1	21	▲5
製菓・製パン素材	91	+21	77	+19
大豆たん白	24	+4	18	+2

## Ⅱ-4. 連結通期営業利益予想 増減要因

	12年度 営業利益 増減予想(対前年)	要 因
油脂部門	+1 国内 ▲5 海外 +6	・CBEは、需要停滞、安価なカカオバター在庫の影響もあり、収益性は低水準で推移。風味増強機能性油脂、CBI等の新製品、育粉油脂を中心に数量増加。
製菓・製パン素材部門	+21 国内 +19 海外 +2	・国内は、チョコレート、チーズ素材等の新製品を中心に重点市場を開拓。クリームも下期数量が回復。海外は、中国、東南アジアでの製菓3品による数量増加。
大豆たん白部門	+4 国内 +2 海外 +2	・大豆高騰。価格改定を進める。内食化傾向に伴い、粒状大豆たん白需要は拡大基調。下期はたん白素材、機能剤・マンピオース、たん白食品が各々数量増加。

## Ⅱ-5. 2012年度 連結営業利益分析(対前年)

+25億円

販売数量増 + 28 億円

国内 外食・製パン市場での拡販 たん白素材 食品機能剤  
海外 健康・栄養関連油脂 マーガリン・クリーム・チョコレート

コストダウン + 6 億円

生産合理化  
物流費削減 構造改革

原価低減(NET) + 7 億円

原材料価格の下落、販売価格の下落  
燃料費、製造人件費は上昇

販管費増加 ▲ 16 億円

数量増に伴う発送費・倉庫料の増加、人件費増加

2011年度  
営業利益

130億円

2012年度  
営業利益

155億円

## Ⅲ. 2012年度 セグメント別重点施策

---



## Ⅲ-1 セグメント別重点施策 ■ 油脂

### 1) チョコレート油脂の拡販

CBS、CBRでの巻き返し(数量 対前年+123%)⇒上期:対前年100%で推移

### 2) 技術深化と拡販

#### ■ 国内新製品 (対計画)

- ①風味増強機能性油脂 … ○
- ②CBI(耐熱/口溶け) … ○
- ③酸化上昇抑制フライ油(スーパータフロング)… △
- ④低トランスCBR … ○

⇒①~④合計:対前年、1.6億円/年 増加見通

#### ■ 健康油脂、育粉用油脂(数量 対前年+119%)

⇒上期:対前年+118%で推移

### 3) 既存事業会社の収益力強化

⇒東南アジア統括会社による最適生産体制見直しを推進中

### 4) 販売エリアの拡大と新拠点検討

⇒ブラジル、インド、ロシアでアライアンスを検討中

## Ⅲ-2 セグメント別重点施策 ■ 油脂

### 海外事業 ～ 【欧米での拡販】

#### ■ 欧州

- ・育児粉乳の拡販 数量 132%(対前年上期)
- ・「Redusat\*」の拡販 \*低飽和脂肪酸のフィリング油脂  
数量360%(対前年上期)と好調に推移

#### ■ 米国

- ・低トランス油脂の拡販  
小売市場向け対応が一巡する中、競争激化の影響で拡販遅れ
- ・マーガリン、ショートニング事業は、FSを検討中

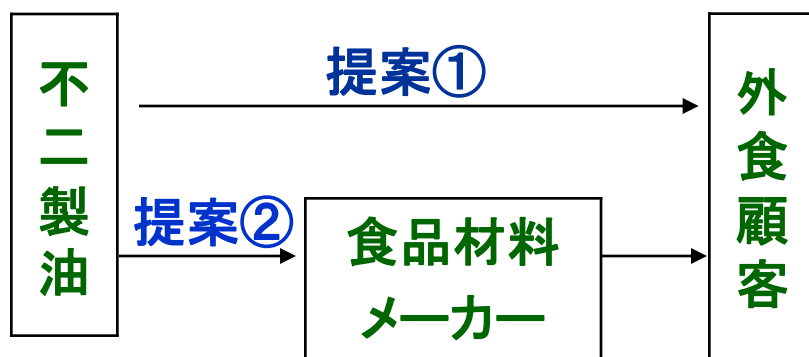
#### ■ 南米

- ・インドネシア拠点を活用したCBSは予定以上に進行
- ・アライアンスを検討中

## Ⅲ-3 セグメント別重点施策 ■ 製菓・製パン素材

### 国内事業 ～ 未開拓市場:【**外食での拡販**】

- 『原料供給スキーム』構築へ向け、外食専門部隊による新規顧客獲得、納入成功事例を通じて、提案ノウハウの蓄積、顧客とのテーマ共有進展。



#### 【提案対象アイテム】

提案①主にドリンク・デザートメニューへ

提案②ソース、フード類の原材料へ

#### 「製品提案会」



- 外食市場顧客向け、製品提案会を実施。
- チーズ素材、調理用クリーム等で数量・利益拡大  
今期、外食市場で、利益ベース+対前年118%

## Ⅲ-4. セグメント別重点施策 ■ 製菓・製パン素材

### 海外事業 ～ アジアでの拡販(1) 【中国での取組み】

#### ■ 製菓3品の拡販

- ・マーガリン・チョコレートを中心に数量が増加し、上期は対前年+124%

#### ■ 現地化の推進

- ・4月よりTOP交代、ルート市場の拡大を重点施策として推進
- ・営業拠点(5ヶ所→7ヶ所)、営業人員(22人→38人)を強化中

#### ■ 提案営業のグローバル推進、プラザの活用

- ・上期プラザ来社 144社/320名
- ・FSP広州で初のベーカリー向け提案会実施
- ・中国国際ベーカリー展覧会(上海)にも出展

#### ■ 通期では大幅な利益改善の見通し(+3億)

「中国国際ベーカリー展覧会」



「VIVO」ブランドをアピール

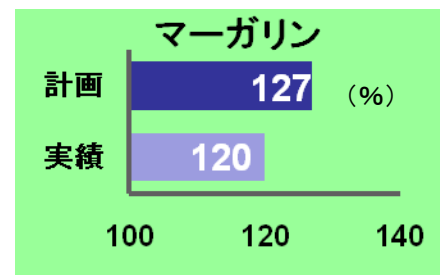
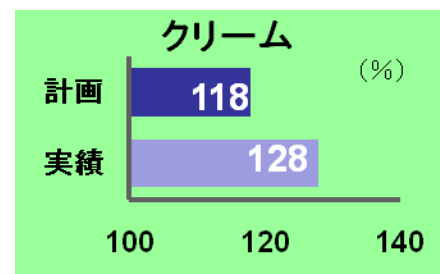
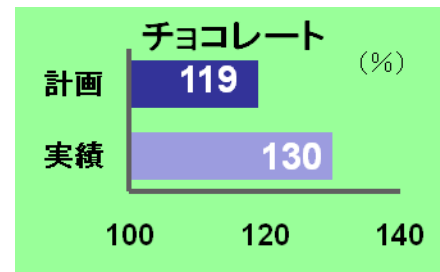
## Ⅲ-5 セグメント別重点施策 ■ 製菓・製パン素材

### 海外事業 ～ アジアでの拡販(2) 【アジアの実績と見通し】

- **チョコレート** 数量：130%(対前年上期)
- ・ ASEAN：130%(対前年上期) 新工場稼働
  - ・ 中国：131%(対前年上期) 販売体制強化
- 通期で数量125%(対前年)の見通し

- **クリーム** 数量：128%(対前年上期)
- ・ ASEAN：128%(対前年上期) 品質・価格面で現地ニーズに合わせ、ボリュームゾーンへ展開
  - ・ 中国：販売強化 生産設備検討中
  - ・ インド：現地企業と販社設立、テストマーケティング実施。
- 通期で数量129%(対前年)の見通し

- **マーガリン** 数量：120%(対前年上期)
- ・ ASEAN：130%(対前年上期)
  - ・ 中国：119%(対前年上期)
- 通期で数量126%(対前年)の見通し



## Ⅲ-6 セグメント別重点施策 ■大豆たん白

### ■ 国内

#### 1) 原材料脱脂大豆の高騰 価格改定への取組み

#### 2) コアビジネスの競争力強化

- ・たん白素材 : 粒状大豆たん白の拡販、生産能力増強の検討。  
濃縮大豆たん白の展開。
- ・機能剤 : ペプチドの発酵・健康栄養分野への展開加速
- ・たん白食品 : 冷凍豆腐等の生産効率化を推進。生産ラインの集約化を検討。

### ■ 海外

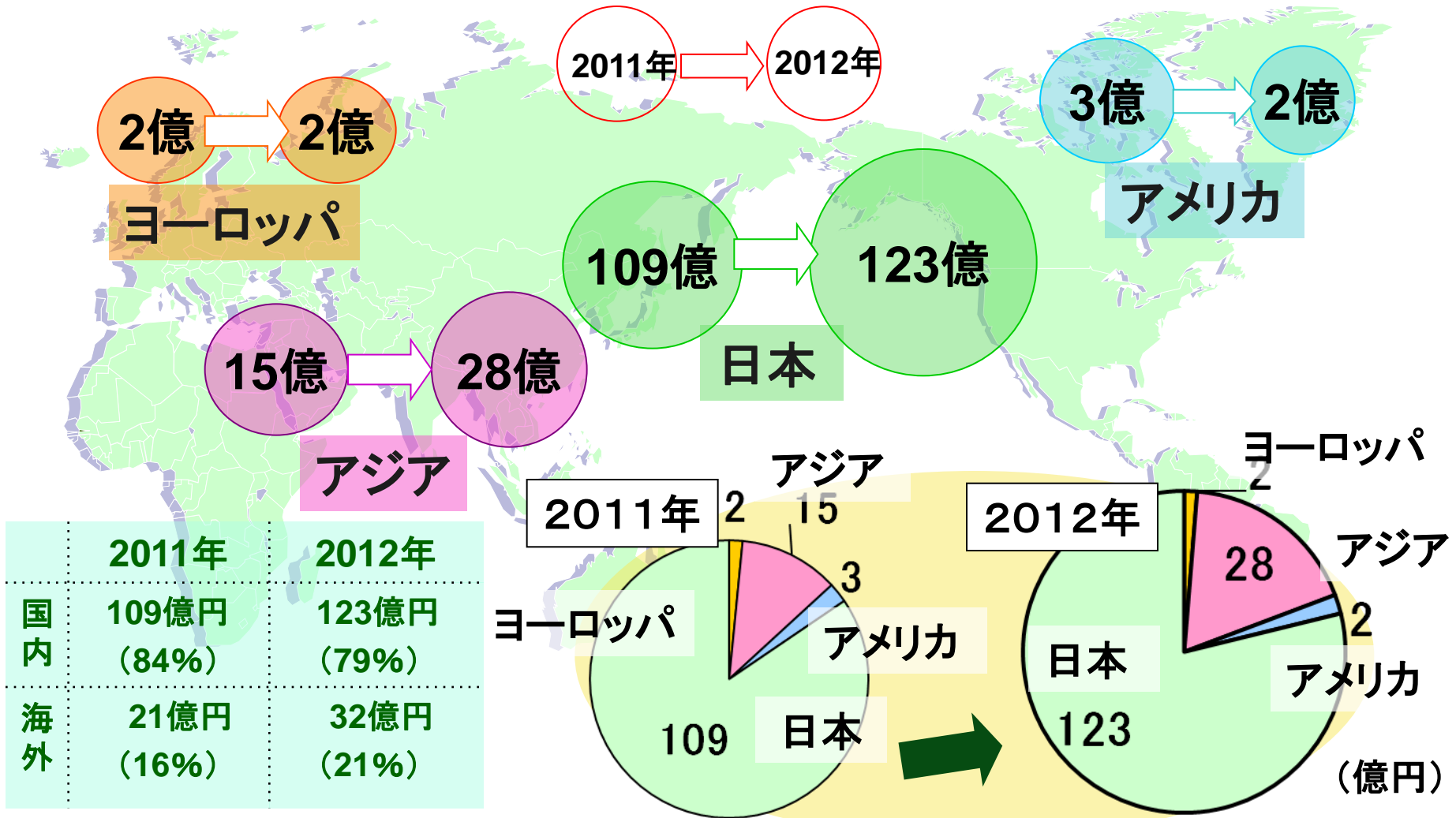
#### 1) 中国・アジア事業の強化

- ・DBB市場の攻略
- ・冷凍豆腐のアライアンス検討
- ・ペプチドのノンアルコール系飲料等への展開
- ・豆乳ヨーグルトの展開

#### ■ 事業領域の拡大と新規事業の創出

- ・大豆ルネサンスの推進
- ・大豆分画技術の横展開

# Ⅲ-7. 地域別 2012年度営業利益予想



## IV. 2012年度 新製品

---



## IV-1. 2012年度 新製品



ビタミンC添加により  
呈味増強効果。  
減塩効果等の価値創出、

**「風味増強機能性油脂」**



カマンベールチーズの内側の  
トロツとした食感を再現したソース、  
**「カマンベールソース」**

新しい食感の  
焼きチョコ、

カカオ感の強い風味、  
**「キュゼシヨ  
コラ」**



そのまま食べる  
形状・食感・風味にこだわった、

**新規組織状大豆たん白(薄切り肉タイプ)**



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。