

2012年度 決算説明会

- ◆ 2012年度 決算概況
- ◆ 2013年度 業績予想
- ◆ 成長へのChallenge

2013年5月14日

 **不二製油株式会社**

代表取締役社長 清水 洋史

目次

I . 2012年度 決算概要

II . 2013年度 業績予想

III . 成長へのChallenge

I . 2012年度 決算概要

2012年度 事業環境

経済環境

- ・欧米 欧州の財政危機、金融不安の高まりから欧米の経済は停滞
- ・アジア 中国経済の鈍化、新興国の経済減速
- ・日本 期初には東日本大震災の復興需要が見られたものの、
雇用、所得改善の遅れから個人消費は緩やかな上昇にとどまる

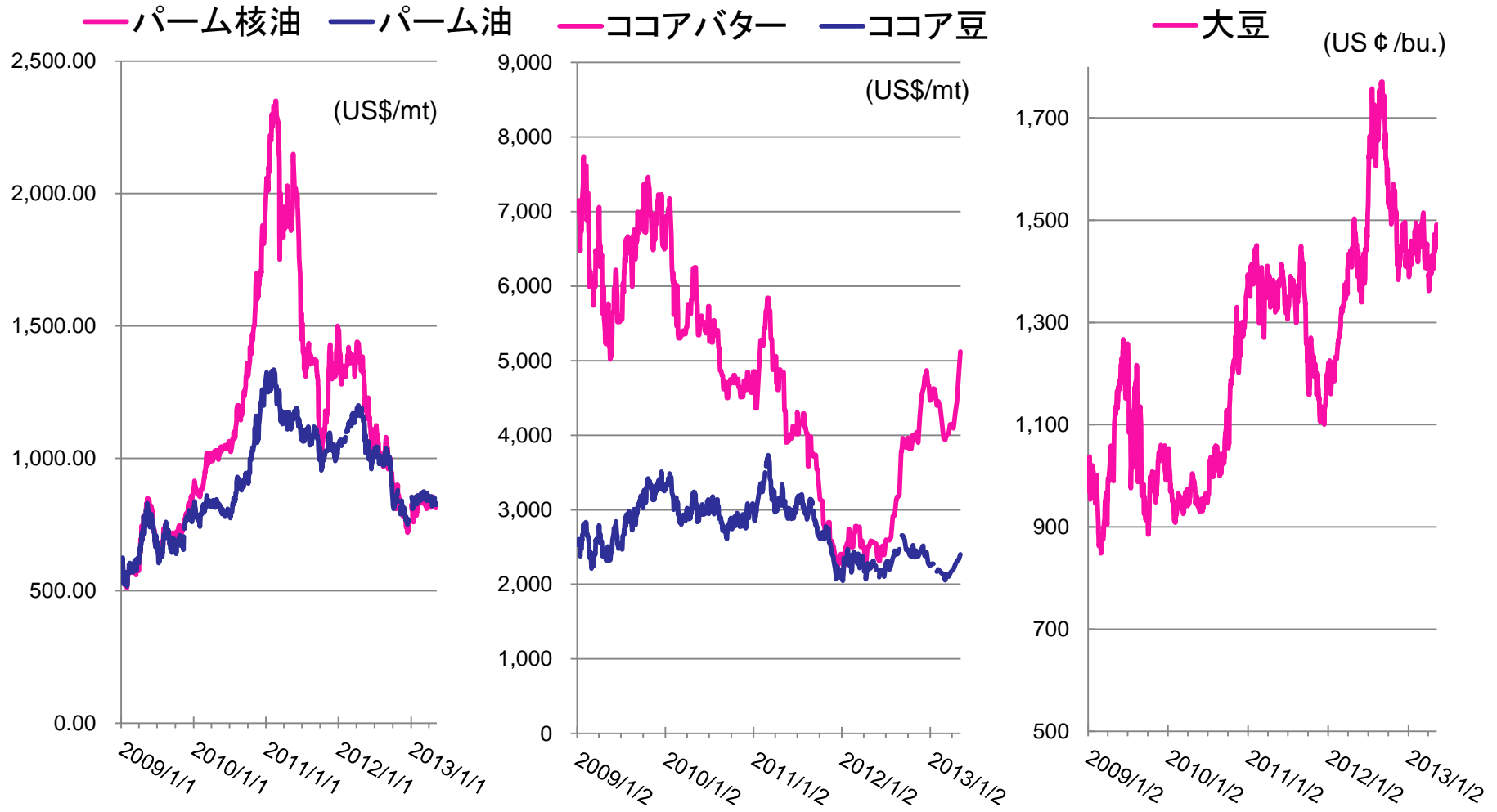
食品業界

- ・猛暑の影響で夏場のパン、デザート類等の加工食品が減少
- ・外食市場全体では売上を伸ばすが、ファストフードは不振。客単価は前年を下回る
- ・節約志向により長引くデフレ環境が継続
- ・その中でコンビニエンスストアは惣菜や、いれ立てコーヒーが好調

原料相場

- ・年央からパーム油相場は下落、大豆、ココアバター相場は上昇
- ・大豆相場は高値圏維持

原料相場推移 (2009年1月～)



2012年度 決算概要

- 対前期比 : 減収増益 対通期予想比 : 減収減益
- 製菓・製パン素材が好調に推移するも、海外油脂、国内大豆たん白が減益

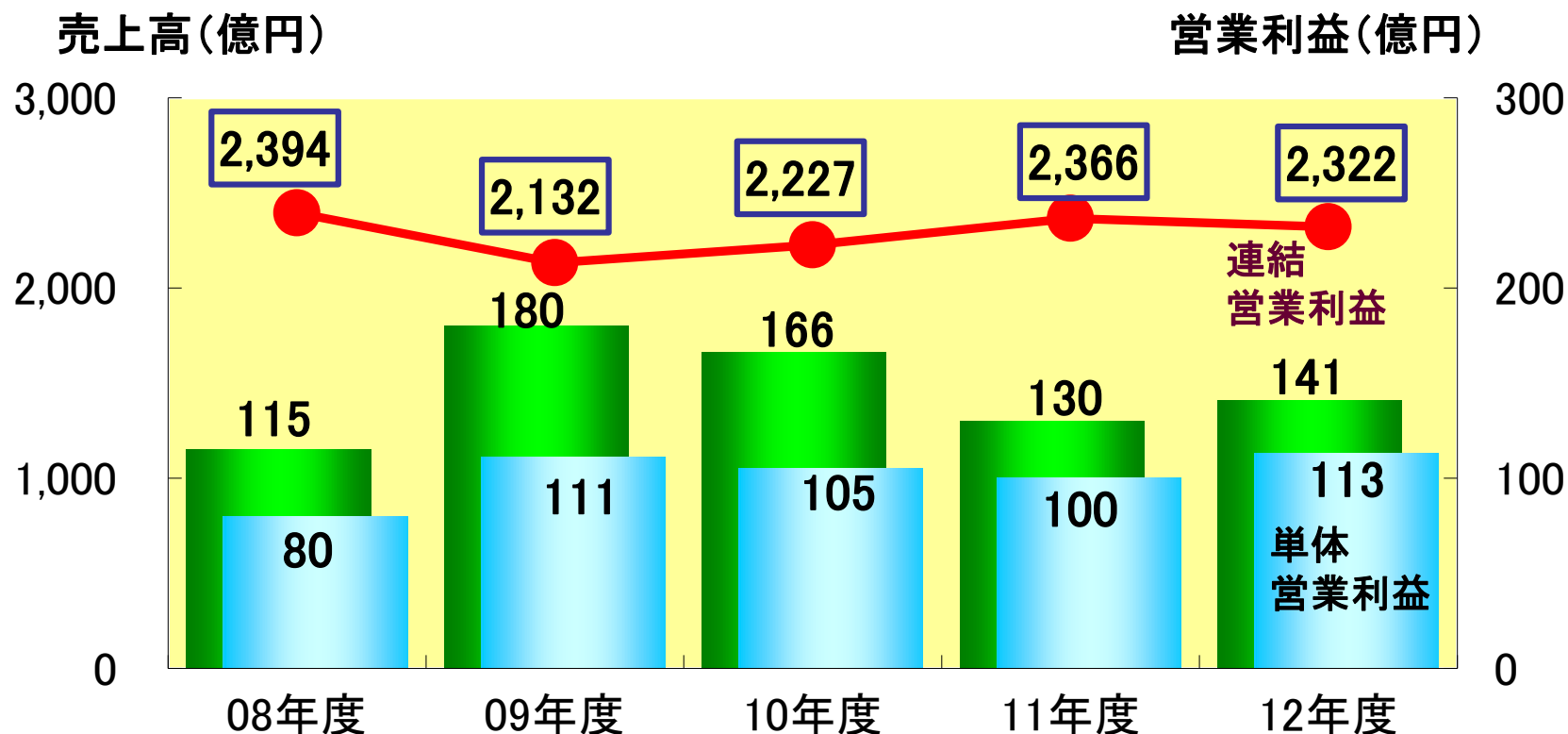
(単位:億円)

		11年度	12年度	対前期		期初予想 (12/5/8)	対予想比
				増減額	増減率		
売上高	油脂	992	909	▲83	▲8.4%	1,047	▲13%
	製菓・製パン素材	1,007	1,044	+37	+3.6%	1,059	▲1%
	大豆たん白	366	369	+3	+0.7%	379	▲3%
	合計	2,366	2,322	▲44	▲1.9%	2,485	▲7%
営業利益	油脂	39	33	▲6	▲16.2%	40	▲17%
	製菓・製パン素材	70	93	+23	+33.1%	91	+3%
	大豆たん白	20	15	▲5	▲25.5%	24	▲37%
	合計	130	141	+12	+9.0%	155	▲9%
	営業利益率	5.5%	6.1%	+0.6p	—	6.2%	▲0.1p
経常利益		130	138	+8	+6.4%	150	▲8%
当期純利益		83	83	+0	+0.6%	93	▲10%

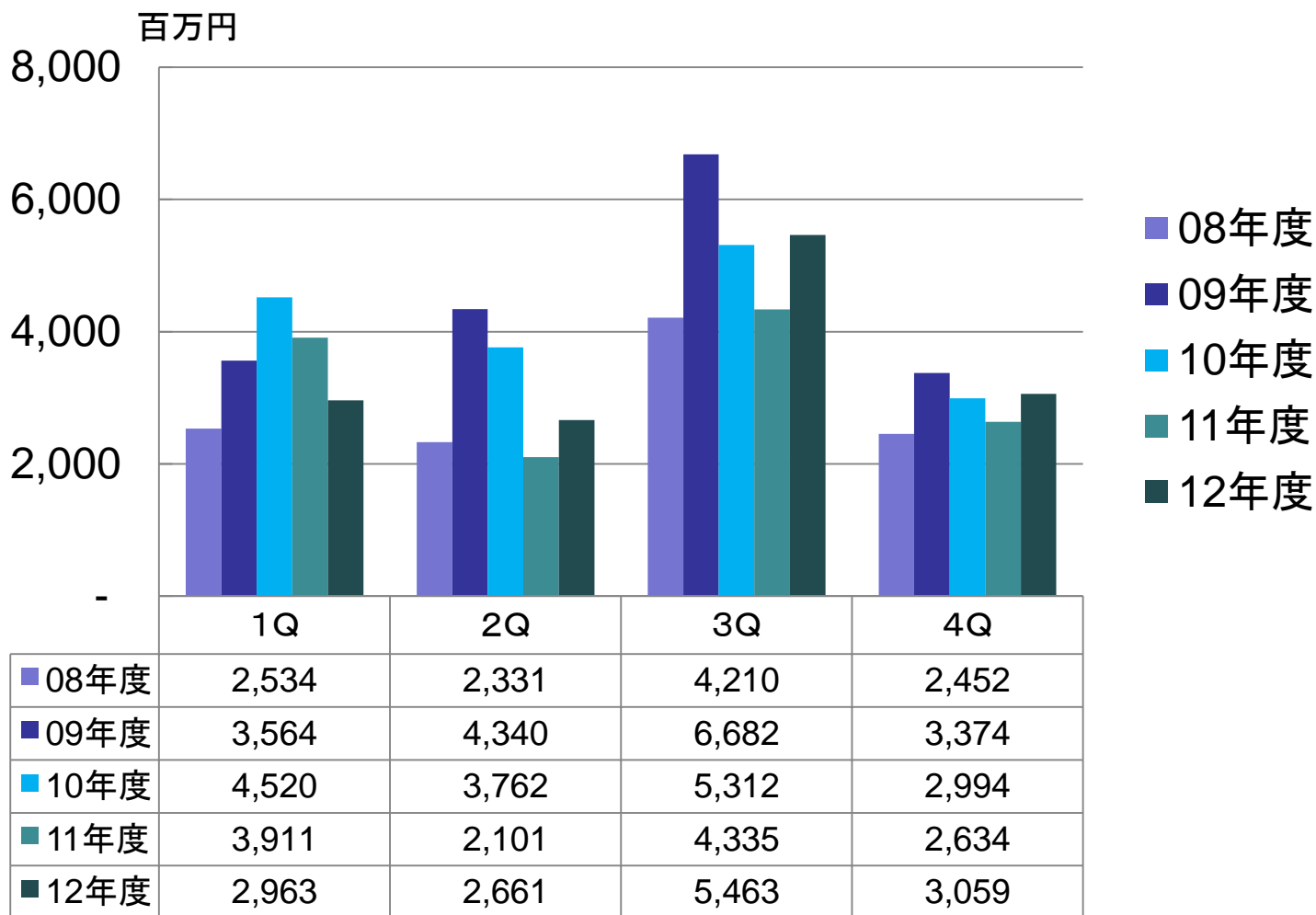
注)本資料は全てのページで億円未満を四捨五入しております。

連結売上高・連単営業利益 推移

- 2期減益に歯止め、増益に転換
- 単体の増益が寄与しており、海外が本格的な増益に転じるのは翌期以降
- 油脂原料相場の影響もあり、売上高は2,300億円前後で推移



連結四半期決算 営業利益推移



2012年度 営業利益分析

2011年度

実績
130億円

+12億円

売上総利益増加
+23 億円

数量増・原価低減
+15億円
・油脂・カカオ原料
・コストダウン
新規連結子会社+7億円

販管費増加
▲11 億円

新規連結子会社▲8億円

2012年度

実績
141億円

▲14億円

売上総利益未達
▲13 億円

数量減少 ▲26
原価低減 +13

販管費増加
▲1 億円

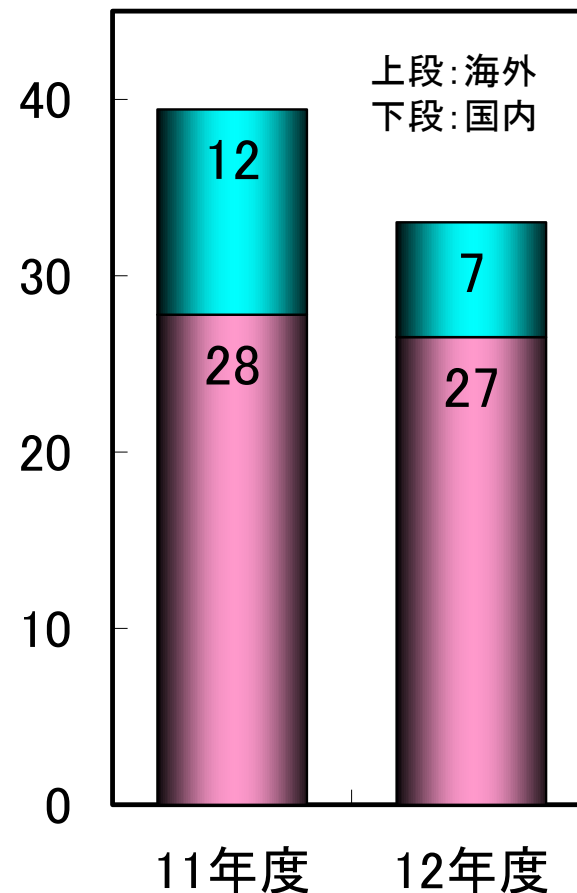
期初予想
(12/5/8)
155億円

油脂部門 実績

	11年度	12年度	対前期	
			増減額	増減率
売上高	992	909	▲83	▲8.4%
営業利益	39	33	▲6	▲16.2%

(単位: 億円)

営業利益



【業績サマリー】

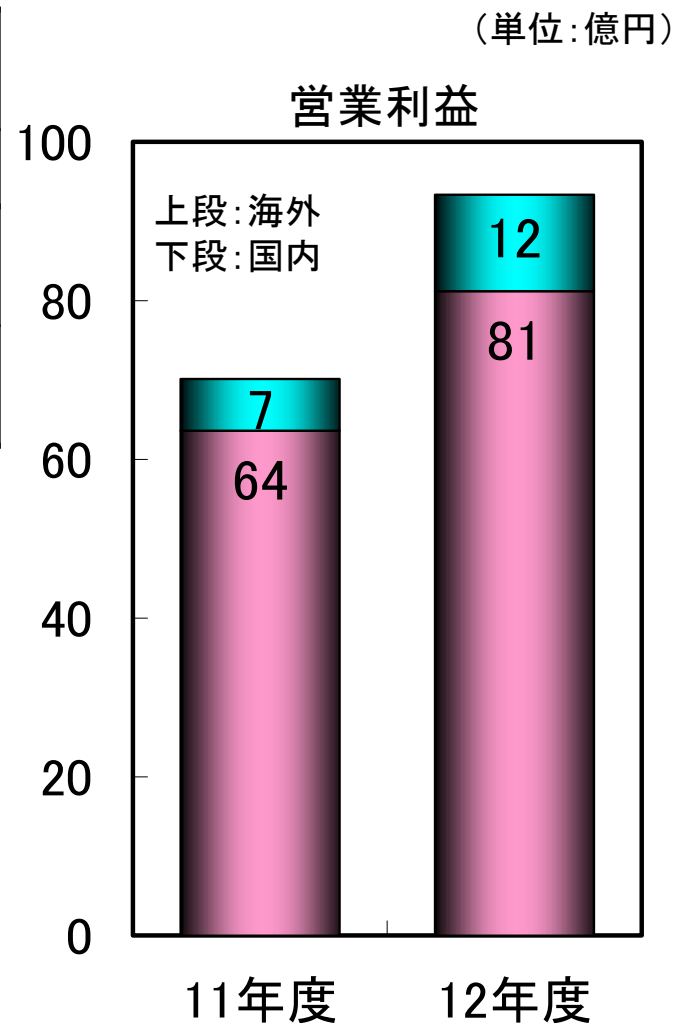
- 国内外ともに主要原料相場下落により減収、採算面はチョコレート用油脂がココアバター相場下落の影響を受け販売価格が低下したことなどにより減益。
- 国内市場ではヤシ油・パーム油・調合油の採算維持に努めたが、チョコレート用油脂が苦戦し減益。
- 海外市場ではチョコレート用油脂の販売数量の減少に加え、販売価格の低下により減益。

製菓・製パン部門 実績

	11年度	12年度	対前期	
			増減額	増減率
売上高	1,007	1,044	+37	+3.6%
営業利益	70	93	+23	+33.1%

【業績サマリー】

- 国内外ともに業務用チョコレート・マーガリンなどが好調に推移し増収・増益。
- 国内市場では業務用チョコレート、マーガリン・フィリングが好調に推移し増収・増益。クリームは苦戦。
- 東南アジア・中国市場での業務用チョコレート・クリーム・マーガリン・ショートニングが好調に推移し増収・増益。



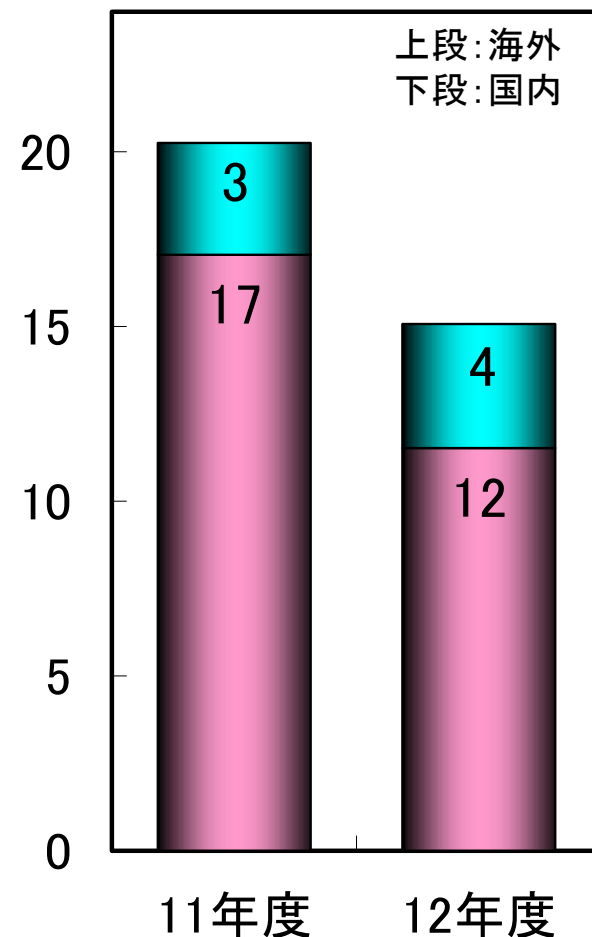
大豆たん白部門 実績

	11年度	12年度	対前期	
			増減額	増減率
売上高	366	369	+3	+0.7%
営業利益	20	15	▲5	▲25.5%

【業績サマリー】

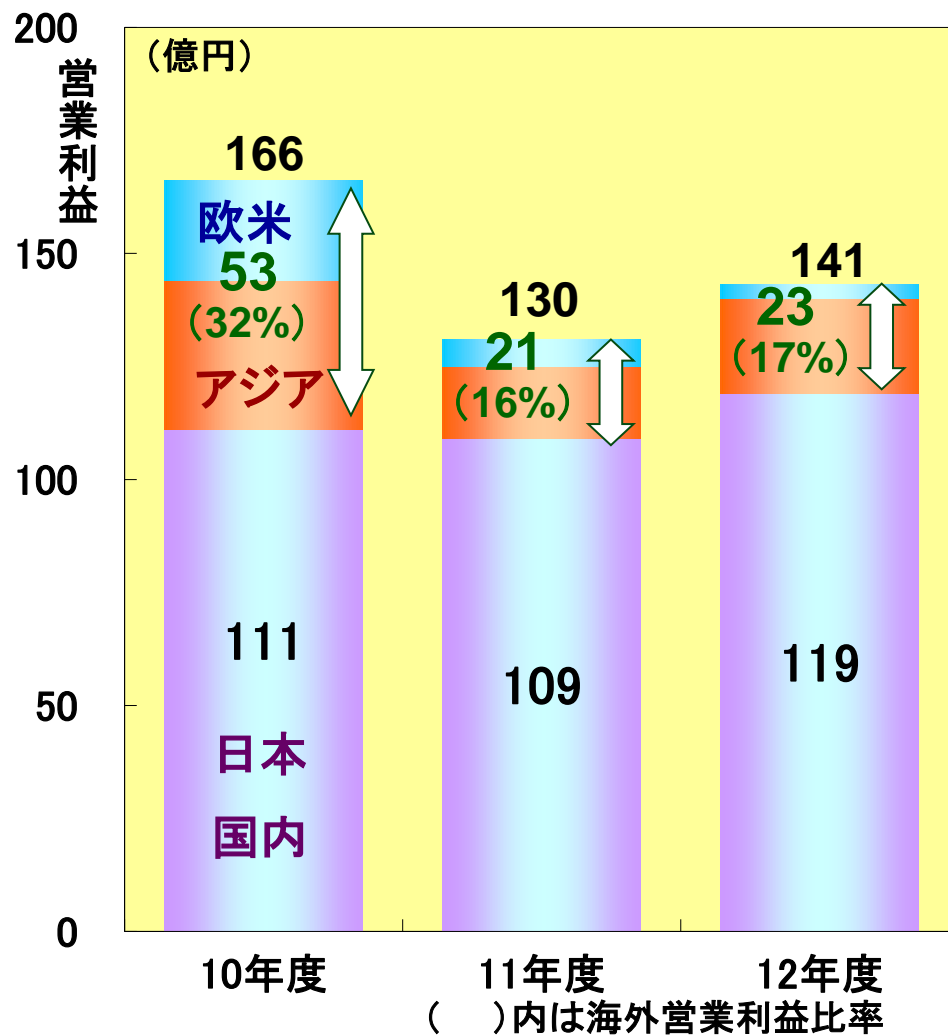
- 大豆価格の高騰の影響を受け採算が悪化したことなどにより増収・減益。
- 大豆たん白素材は水産・冷凍食品・惣菜市場向けが増加するも、健康食品・発酵培地用途が減少し減収。
- 大豆たん白機能剤は飲料・発酵培地用途が増加。大豆たん白食品は弁当給食市場向け及び中国での販売が増加し、増収。国内グループ会社も増益を継続。

(単位:億円)
営業利益



地域別 セグメント別 営業利益

(億円)	12年度実績	対前期
日 本	119	+11
油脂	26	▲1
製菓・製パン素材	82	+19
大豆たん白	11	▲6
アジア	21	+6
油脂	3	▲3
製菓・製パン素材	14	+8
大豆たん白	4	+0
欧 米	3	▲3
油脂	3	▲3
消 去	▲1	▲2
合 計	141	+12



Ⅱ. 2013年度 業績予想

2013年度 年度方針

■ 新しい価値創造へ（企業価値の向上）

- ・「ものづくり」+「ことづくり」=価値づくり
- ・「ひとづくり」社員一人ひとりのイキイキとした力を生かす経営
- ・顧客中心主義 お客様の潜在的ニーズを突き詰める
- ・強い危機感を持ったスピード感ある経営の実現

■ 基盤の強化

- ・組織体制の改編（機能強化 エリア戦略の強化）
- ・グループサプライチェーンによるコスト競争力強化
- ・生産体制の再構築（最適生産拠点への移行、生産機能会社強化）
- ・徹底したコストダウンの実現（新生産技術導入）

2013年度 年度方針

■ 海外事業の強化

- ・パーム、CBE事業の強化
- ・アジアにおける製菓・製パン素材事業の拡大
- ・フジオイルアジアの組織体制強化（東南アジア開発センター設立）

■ 国内事業の維持・拡大

- ・外食、製パン市場での拡販（マーケティング機能、人員体制の強化）
- ・適正な販売価格への改定

■ 新規事業への挑戦

- ・「USS技術」による豆乳クリーム、低脂肪豆乳の事業化

2013年度 業績予想

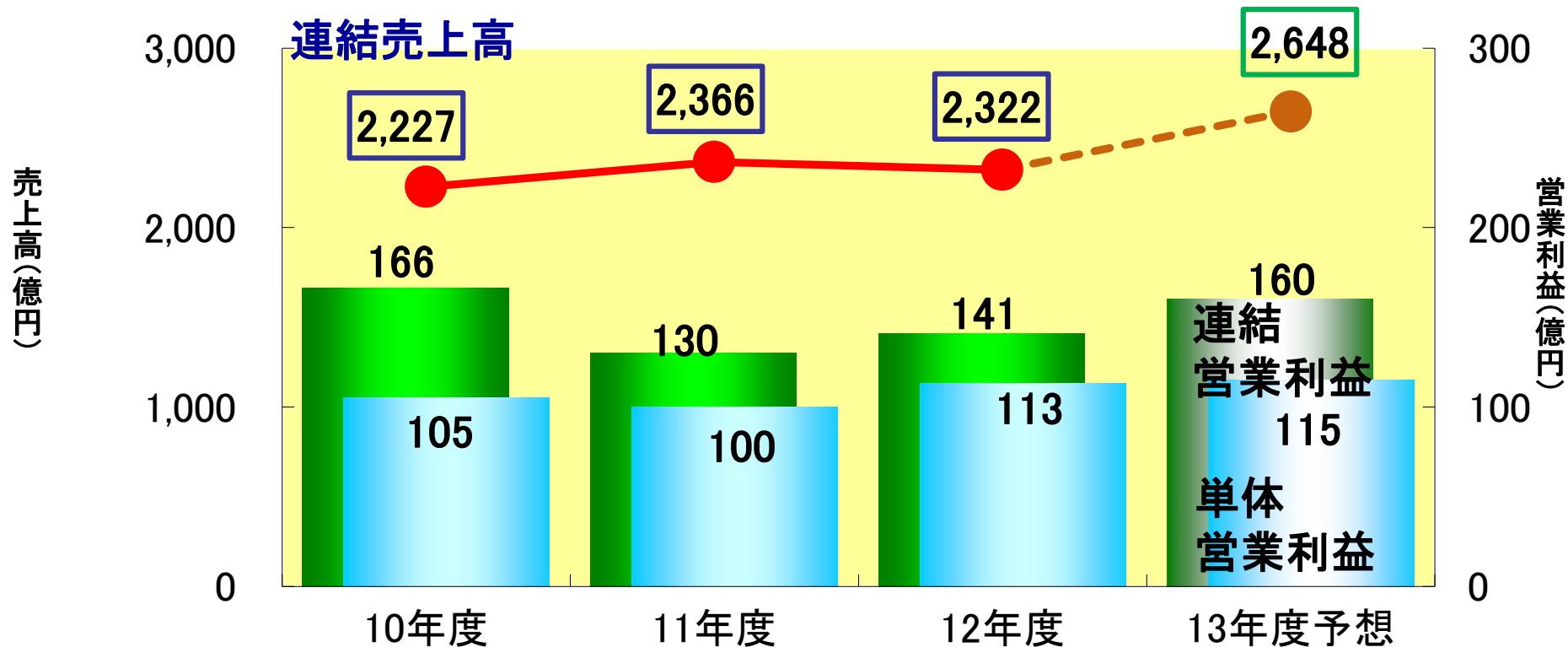
- 対前期比 増収増益 円安による海外増収効果 140億円 海外増益効果 4億円
- 製菓・製パン素材事業が引き続き増益を牽引 海外油脂事業も増益転換へ

(単位:億円)

		12年度	13年度 予想	対前期	
				増減額	増減率
売上高	油脂	909	1,117	+208	+22.9%
	製菓・製パン素材	1,044	1,122	+78	+7.5%
	大豆たん白	369	409	+40	+10.9%
	合計	2,322	2,648	+326	+14.1%
営業利益	油脂	33	41	+8	+24.1%
	製菓・製パン素材	93	103	+10	+10.3%
	大豆たん白	15	16	+1	+6.2%
	合計	141	160	+19	+13.1%
営業利益率		6.1%	6.0%	▲0.1p	—
経常利益		138	156	+18	+12.7%
当期純利益		83	94	+11	+12.8%

2013年度 業績予想

- 売上高は過去最高を大幅に更新する予想
- 営業利益は2010年水準を予想
- 営業利益150億円を常にキープする収益体質への転換を目指す



2013年度業績予想 連結営業利益分析(対前期)

2012年度
営業利益

141億円

+19億円

業績予想

2013年度
営業利益

160億円

売上総利益増加

+ 44 億円

拡販要因 +40億円

コストダウン +7億円

原価上昇要因 ▲18億円

海外事業 為替要因 +15億円

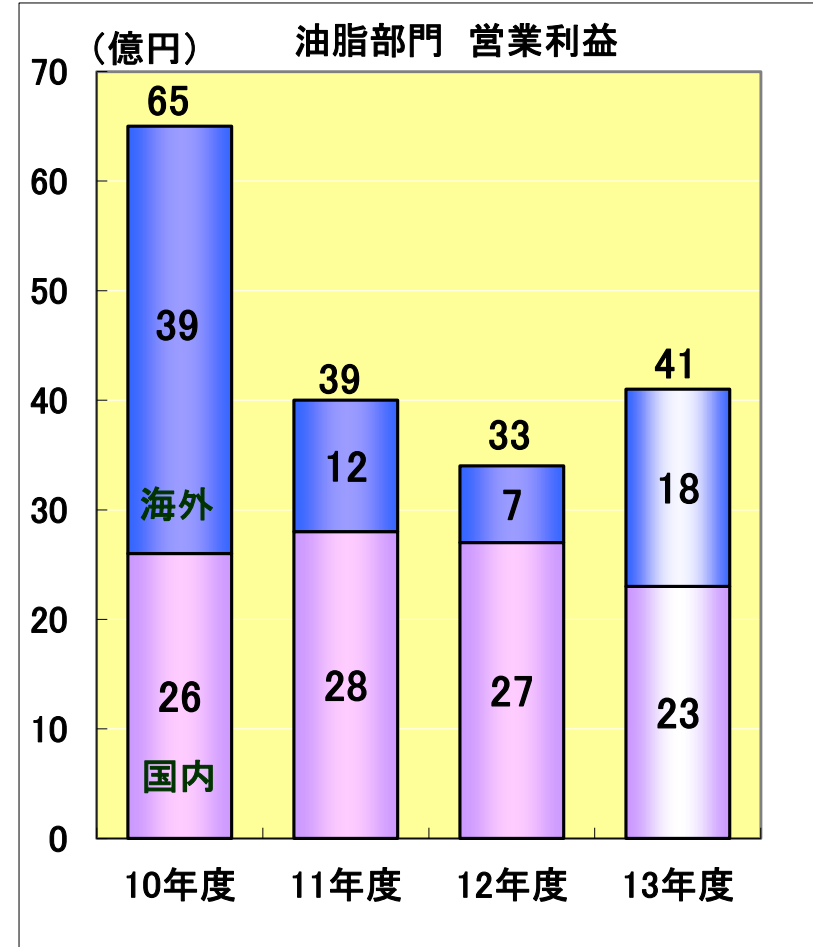
販管費増加

▲ 25 億円

海外事業 為替要因 ▲11億円

セグメント別利益と施策 ■ 油脂

	12年度	13年度 予想	対前期	
			増減額	増減率
売上高	909	1,117	+208	+22.9%
営業利益	33	41	+8	+24.1%



■ 国内 原料低下メリットも経費増により減益

- ・ココアバター相場上昇によるCBE拡販
- ・CBI(耐熱性/スナッフ性/油脂移行耐性)の販売強化
- ・添加剤添加技術による新製品開発
- ・分別/精製生産 再構築

■ 海外 数量拡大と採算の改善により増益

- ・ココアバター相場上昇による採算改善
- ・育児粉乳用油脂の拡販(120%)
- ・健康訴求製品(低飽和脂肪酸・低トランス酸)の強化
- ・分別再構築 コストダウンの実現

注) 連結調整を含む

セグメント別利益と施策 ■ 製菓・製パン素材

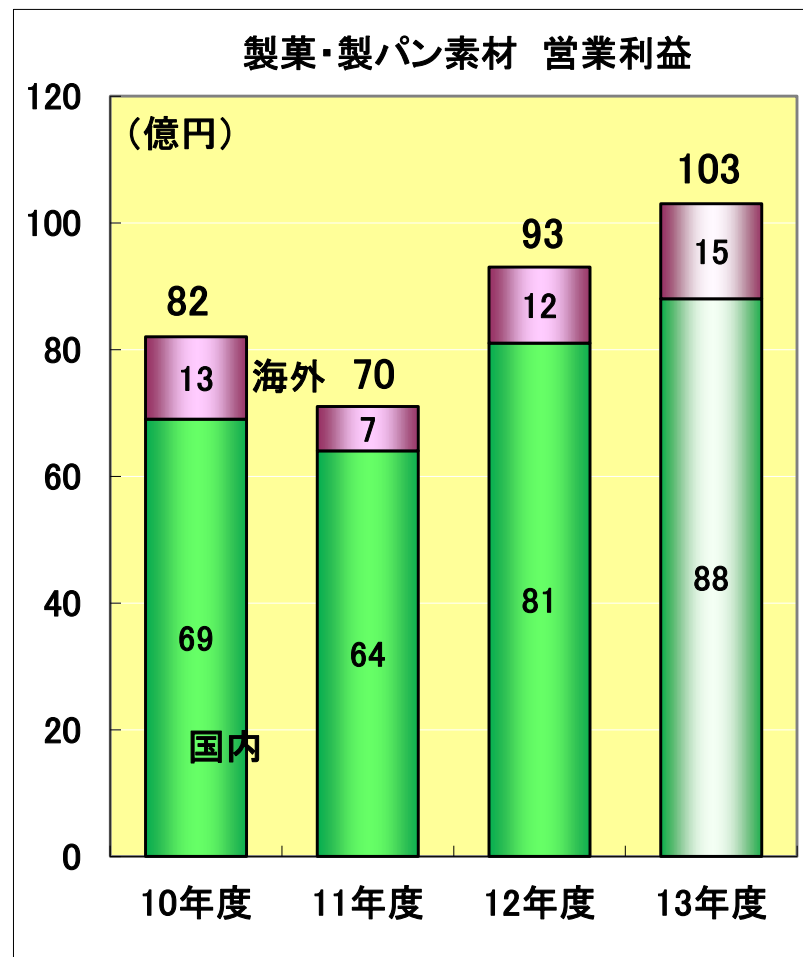
	12年度	13年度 予想	対前期	
			増減額	増減率
売上高	1,044	1,122	+78	+7.5%
営業利益	93	103	+10	+10.3%

■ 国内 原価上昇を販売数量増で増益維持

- ・風味、機能性を深掘りしたチョコレート新製品の開発
- ・パン、外食、ギフト市場へのチョコレート拡販
- ・体制強化による流通菓子、パン市場へのマーガリン及び外食市場へのチーズ、マスカルポーネ拡販

■ 海外 アジアで製菓三品を拡販

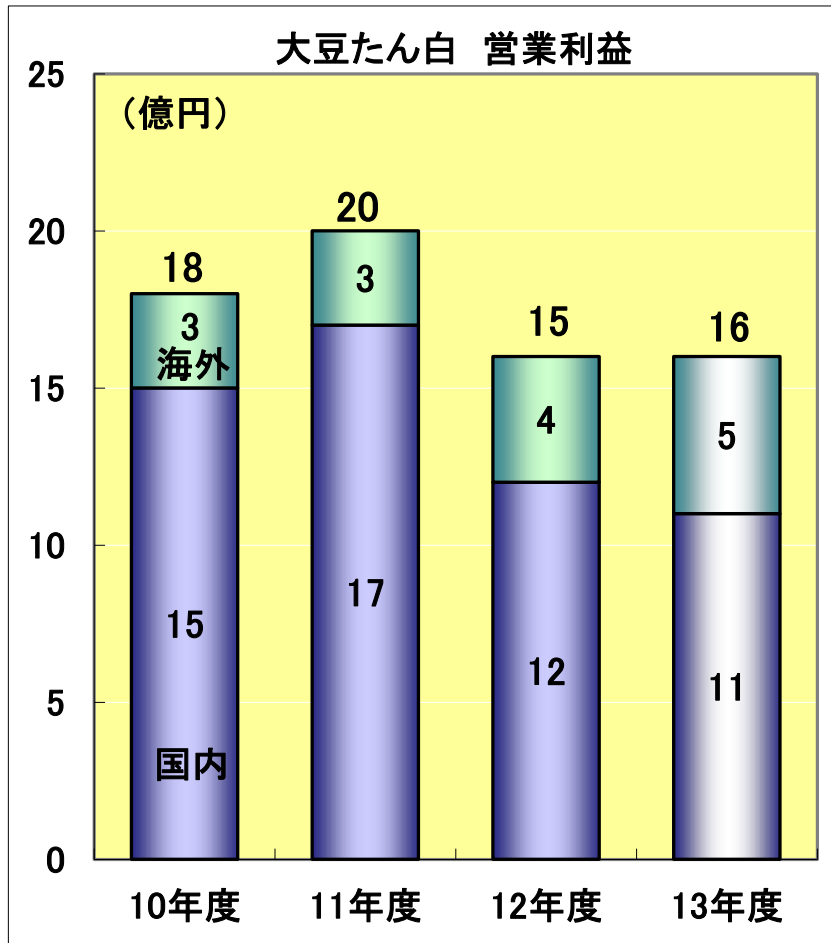
- ・インドネシア スラバヤ工場の立ち上げ
- ・成型チョコレートの中国ルート市場での拡販
- ・クリームのアジア新規市場での新市場創出
- ・調製品事業は円安により苦戦



注) 連結調整を含む

セグメント別利益と施策 ■ 大豆たん白

	12年度	13年度 予想	対前期	
			増減額	増減率
売上高	369	409	+40	+10.9%
営業利益	15	16	+1	+6.2%



■ 国内 原料高値、円安により減益

- ・原価上昇に伴う価格改定の実施
- ・粒状大豆たん白の新製品開発、拡販
- ・大豆加工食品の生産再構築
- ・生産効率化等によるコストダウンの実現

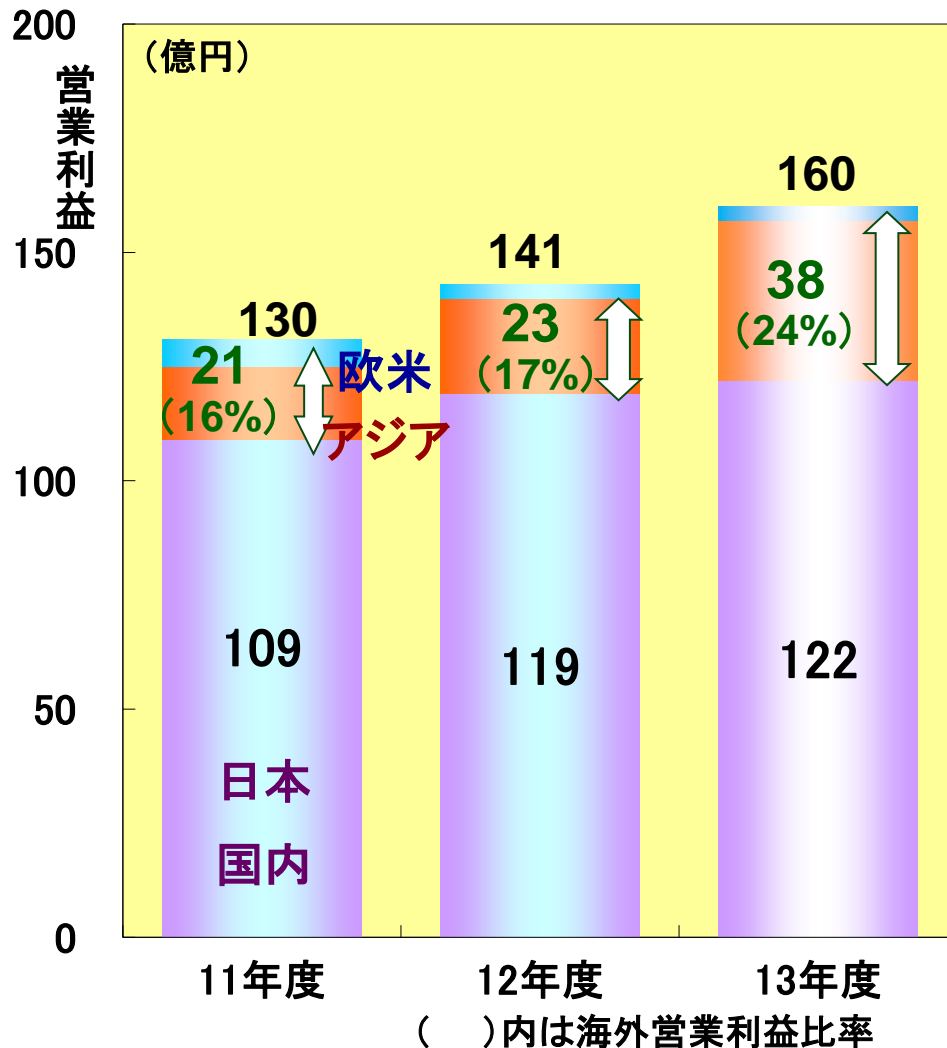
■ 海外 原料高値を数量増で収益を維持

- ・大豆たん白素材の新技术による新市場拡大
- ・中国新市場(ホテル・外食)への拡販
- ・豆乳ヨーグルトの発売、豆腐デザートへの投入
- ・生産管理の徹底によるコストダウンの実現

注) 連結調整を含む

地域別 セグメント別 営業利益

(億円)	13年度予想	対前年
日 本	122	+3
油脂	23	▲3
製菓・製パン素材	88	+6
大豆たん白	11	▲0
アジア	35	+14
油脂	15	+12
製菓・製パン素材	15	+1
大豆たん白	5	+1
欧 米	3	+0
油脂	3	+0
消 去	0	+1
合 計	160	+19



Ⅲ. 成長へのChallenge

成長へのChallenge 重点項目

1) 成長市場での事業拡大

- ◆アジア市場での事業展開と成長戦略

2) 既存事業の競争優位の向上、利益の最大化

- ◆CBE事業の収益性改善

- ◆国内市場での維持・拡大

3) 新規事業の創出

- ◆大豆ルネサンス USS技術による事業展開

不二製油グループの中国・アジア展開

(稼働年月)	84 88	94 96 97	03 05 08 11 12	13 ~
油脂	FOS(84/1) PAL(88/1)	NLM(94/8) FZG(97/12)	FSF(03/5) FOT(11/2) FOA(12/3)	(検討国、エリア) インド、ベトナム、 フィリピン 中国 華南・華北 中国 新市場 タイ、インド
製菓・製パン 素材	WSF(88/7)	FAI(96/4) FZG(97/マーガリン)	FZG(03/チョコレート) WSF(02/クリーム) FOT(11/マーガリン)	
大豆たん白		JFT(94/8) SLF(96/7) SXY(96/1)	TFP(05/5) SZX(08/6) FBT(08/3)	
	80年代	90年代	00 ~ 12年	13年 ~
	南方系油脂原料立地による生産拠点の設立 調製品事業に進出 主に日本市場向けの輸出拠点	中国(油脂・大豆たん白)進出 原料立地、コスト優位の日本向け生産拠点の設立に加え、現地で生産・販売拠点を設立(FAI FZG)及び買収(SXY)	現地で生産販売拠点を設立 日本向け輸出拠点も現地販売を拡大。プラザを相次ぎ開設。 販売会社を設立 東南アジア地域統括会社設立	新規国、新規エリア進出 サプライチェーン再構築 新市場(外食・フードサービス・健康栄養)への展開

グループ会社略号表			
FOS:フジオイル(シンガポール)	NLM:ニューレイテエディブルオイル	SXY:上海旭洋緑色食品	SZX:深圳旭洋緑色食品
PAL:パルマジュエディブルオイル	JFT:吉林不二蛋白	FZG:不二製油(張家港)	FBT:不二富吉(北京)科技
WSF:ウッドランドサニーフーズ	FAI:フレアバディインドタマ	FSF:フジサニーフーズ(シンガポール)	FOT:フジオイル(タイランド)
	SLF:山東龍藤不二食品	TFP:天津不二蛋白	FOA:フジオイルアジア

成長するアジア市場①

■ アジアの市場規模 成長率

・ASEAN主要5カ国(タイ・マレーシア・ベトナム・フィリピン・インドネシア)

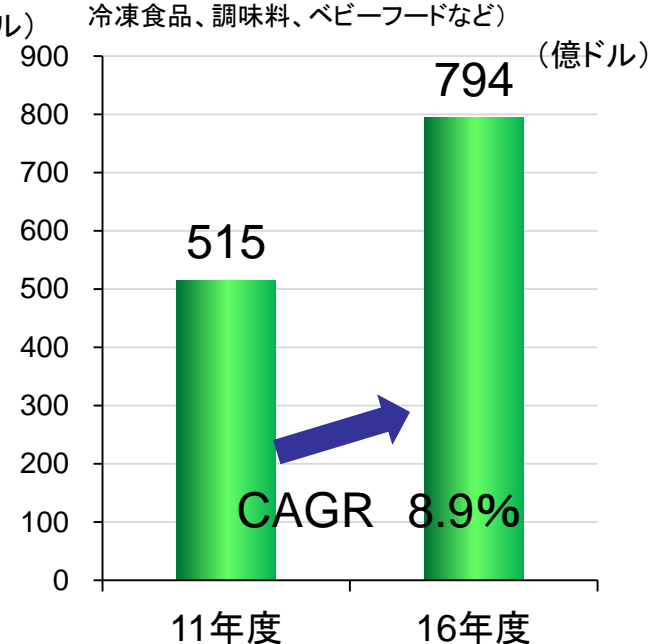
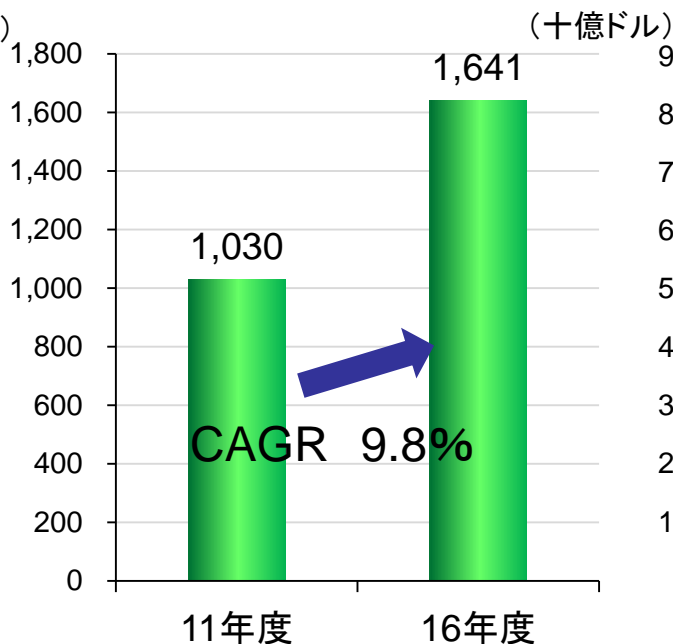
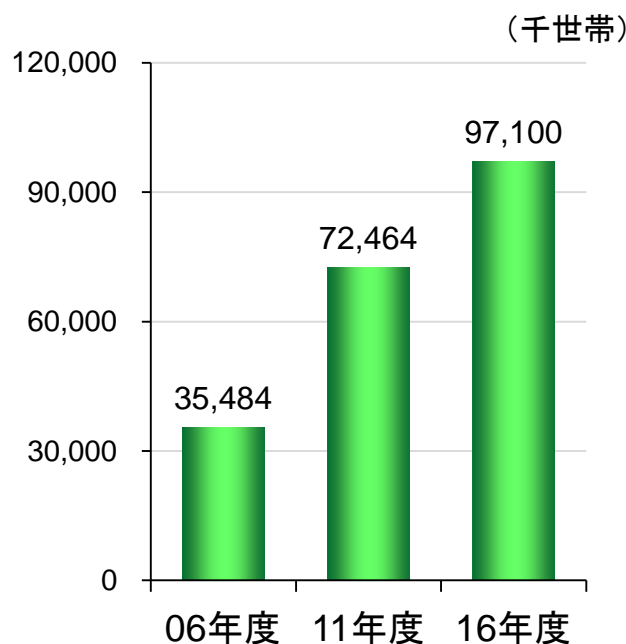
総人口 5億人超 インドネシア、フィリピンは中長期的に人口増加

中間層の世帯数の拡大

個人消費額の増加

加工食品市場規模

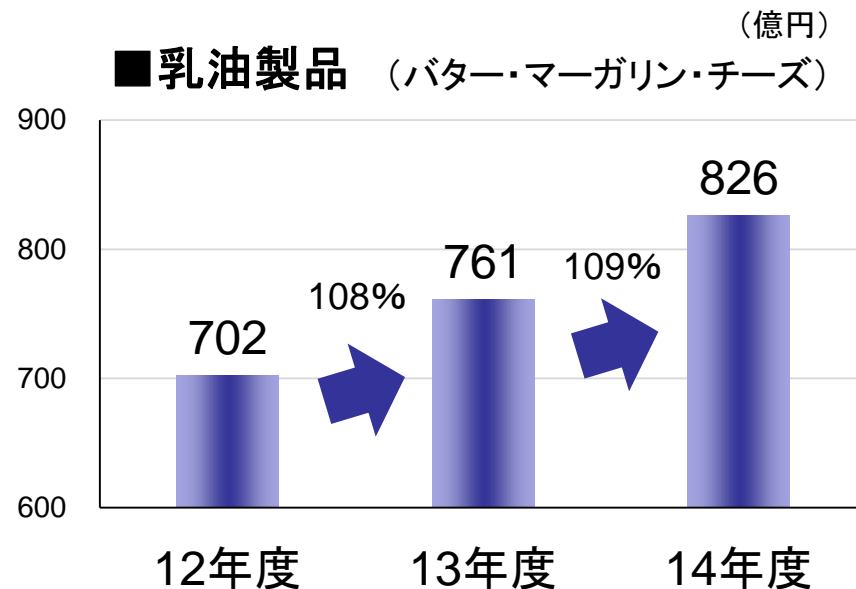
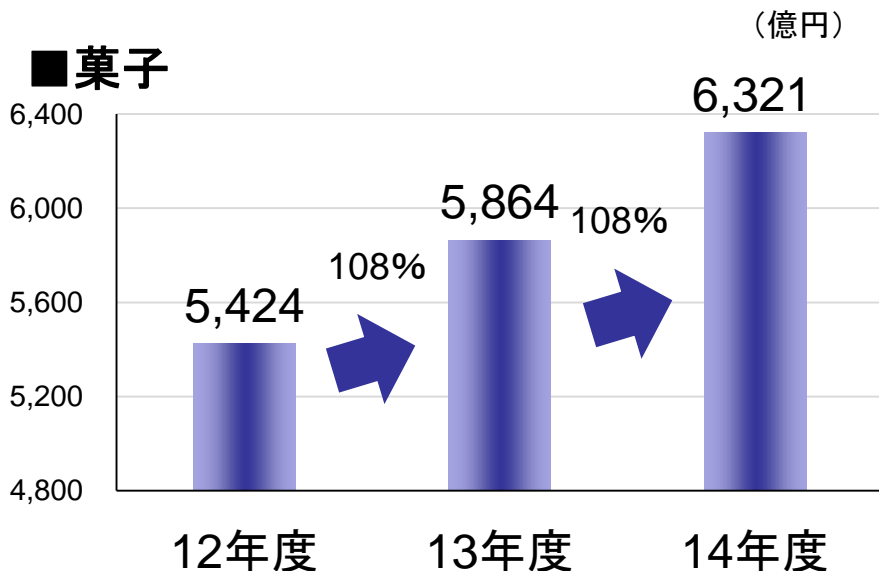
(*加工食品:パン製品、菓子、インスタント食品、冷凍食品、調味料、ベビーフードなど)



出所
Euromonitor International

成長するアジア市場②

(ASEAN5カ国 市場規模)



日本	10,433	10,483	10,490
----	--------	--------	--------

日本	1,403	1,590	1,588
----	-------	-------	-------

出所: 富士経済

■日系CVS進出状況(2013年3月末)

A社 インドネシア 120店 ⇒ 2020年 1,000店 タイ 7,041店 ⇒ 2018年 10,000店
 B社 インドネシア 6店 ⇒ 2022年 2,000店 タイ 824店 ⇒ 2017年 1,500店

中国、東南アジア製菓3品 販売数量推移、計画

* 11年度の販売数量 100とする



- フジオイルアジアの地域統括機能強化(開発・販売機能強化)
- 新規市場(フィリピン・ベトナム・インド)への進出検討(販売・生産拠点)
- 中国 華南地域での生産拠点 検討

CBEの収益性改善①

■ CBE事業の現状

12年度の市場環境

- ・カカオバターの相場下落から、CBEの需要減退
2012年度 海外販売数量 対前年85%に減少
他社参入による過当競争も重なり、▲5億円の減益
- ・年後半からココアバター相場の上昇に加え、シアバターの相場も
上昇。CBEの需要は回復基調にある

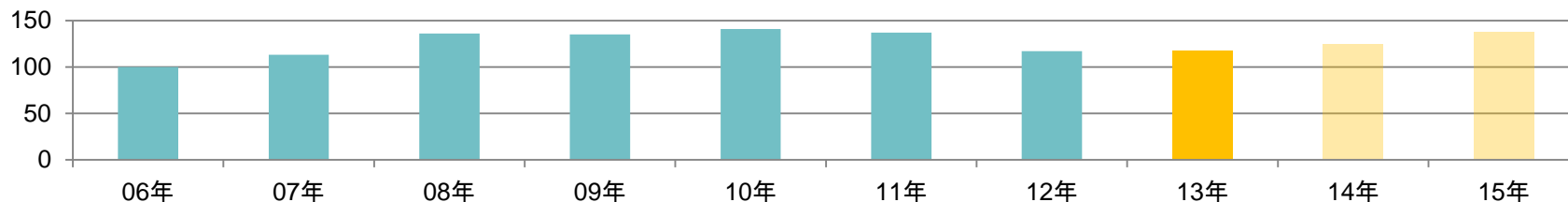
13年度の状況

- ・海外13年度1Qは前期比数量は124%と好調なスタート
- ・前半は昨年ココアバター最安値時の契約履行により、収益面での
改善は、下期以降となる見込み
- ・ガーナ IOF社に資本参加(欧州、南米市場での拡販)
- ・12年度を底に、数量、収益共に上昇する見通し

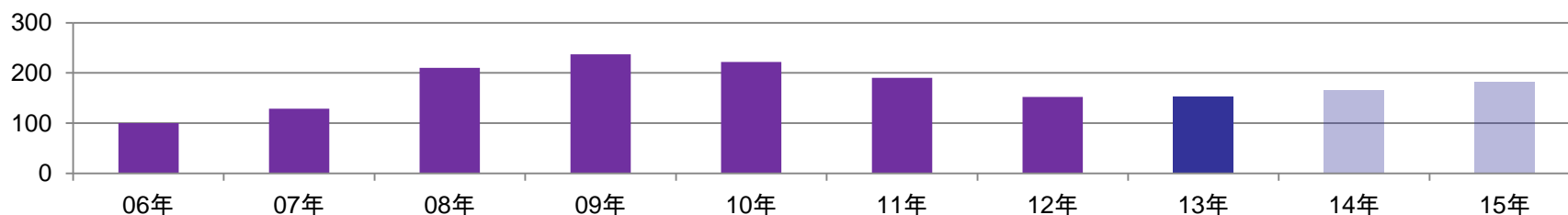
CBEの収益性改善②

* 06年度の数字を100とする

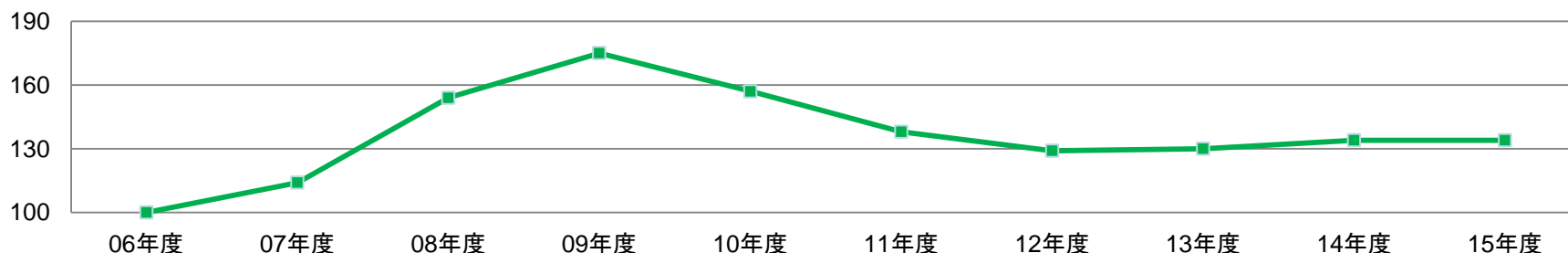
CBE販売数量(海外)



CBE売上高(海外)



CBE販売単価(海外)



国内市場での維持・拡大

■ 営業体制の改編

- ・製品別から市場別組織への移行
- ・マーケティング機能の強化
- ・重点マーケットの増員、販売体制強化

■ 重点市場

- ・外食市場
- ・製パン市場
- ・健康栄養市場（高齢者向け素材プロジェクトの設置、11月セミナーを開催）

■ 国内販売会社の統合

- ・(株)フジサニーフーズ 九州と本州を統合
- ・ルート市場への販売体制強化

大豆ルネサンス

■ 大豆ルネサンス

大豆の原点に戻り、大豆の新しい価値を創造する。

- ①コア・ビジネスの更なる強化
- ②事業領域の拡大と創出
- ③おいしさと健康の実現
- ④省資源型ビジネスモデル

世界の人口増、健康志向の中で、たん白源としての大豆の重要性が増してくる

■ USS製法 (大豆ルネサンスの中核技術)

世界初の大豆分離技術

豆乳クリーム

低脂肪豆乳

13年度 1500トンは成約済



豆乳抹茶ロールケーキとチャイ



野菜と豆乳のポタージュ



海老の豆乳チリソース



豆乳パン

清く、正しく、明るく、元気に！

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。