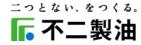
2012年3月期決算説明会

油脂加工食品カンパニー 2012年度 新製品戦略

2012年5月11日 油脂加工食品カンパニ一長 中村 修



目 次

I. 国内市場展開

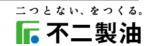
Ⅱ. 海外市場展開

I. 国内市場展開

3

I-1. 国内市場: 市場別 販売戦略

- ■未開拓市場(外食、製パン)
 - 販売組織を再編:外食市場、大手パン市場を専門とする販売部隊新設し、 提案営業の密度を高める
 - 外食セミナー開催で製品 技術をアピール
- ■既存市場(ルート、流通菓子、リテールなど)
 - 販社統合⇒総合力強化、戦略の統一強化
 - ・新製品による拡販
 - ⇒油脂製品:機能性(食感改良、呈味強化、健康)と環境対応 (安全・安心、省資源)に配慮した新製品の開発
 - ⇒チョコレート製品:輸入チョコレート市場とギフト市場をターゲット
 - ⇒乳化発酵製品:チーズ関連製品の拡販
 - オーム乳業とのシナジー効果による生クリーム関連商品開発



I-2. 国内市場: 重点拡販製品

酸価上昇抑制油脂スーパータフロング





パンフィリング用 チーズペースト類



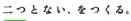
焼成用チョコレート キュゼショコラ

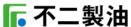


機能性シートマーガリン アートピアバタースイート







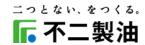


I-3. 国内市場: 油脂事業

- ・高機能性ハードバター(CBI) スナップ性、耐熱性に優れ、ロどけ良好なハードバター(メラノピュア600)
- ・水溶性物質添加油脂 油脂への微量な水溶性物質添加による呈味強化
- 酸価上昇抑制油脂酸価上昇抑制技術を導入したフライ用油脂

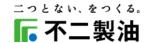
(クックパル・スーパータフロング)

- ·粉末油脂
- ・低トランス酸CBR
- ・ランダム酵素エステル交換油の利用推進



I-4. 国内市場: チョコレート事業

- ・機能性チョコレート 焼成による新食感・風味を持つ製菓・洋菓子向け素材(キュゼショコラ) 耐熱性と口溶を両立した高機能CBI利用チョコレート(ショコラパシアン)
- ・新クーベルチュール:輸入チョコレート市場への展開 新カカオ配合による風味豊かなヨーロッパタイプチョコレート(ノワール55)
- ・外食市場展開外食セミナーの開催(2012年10月)・・・外食業界へ不二をアピール 成型チョコレートの拡販
- ・新規カカオ原料の探索、カカオ基礎技術の深耕 アジア産原料の利用推進(チャンジュール、ベトナム豆)

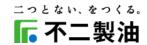


I-5. 国内市場: 乳化·発酵食品事業

・機能性クリーム

新規製造技術による風味改良クリームの拡販(ガトールミエ) 美味しさと低カロリー化を両立した低油分クリームの開発(クリアホイップ) 新規大豆素材の利用、生クリームの利用(オーム乳業とのシナジー)

- マーガリン市場で業界No1を目指す。
 大手パン、流通菓子市場への展開
 風味強化可能なシートマーガリンによるルート市場展開
 (アートピアバタースイート)
- チーズ素材の拡販機能特化チーズの開発と拡販(とろけるフロマージュ、チーズペースト類、クレマ・デ・マスカルポーネ)
- ・WSF製品群: 高付加価値製品の拡販(ホワイトソース、冷凍パイ生地)
- ・外食市場展開:外食セミナーの開催(2012年10月)



Ⅱ. 海外市場展開

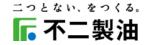
Ⅱ-1. 海外地域別: 市場戦略・施策

■採算改善

- ⇒価格改訂を進める。
- ⇒コストダウン(グループ間供給体制見直し) CBEパーツの生産体制再構築 インドネシア拠点からのCBS供給

■総合力の活用

- ⇒東南アジア統括会社によるシナジー最大化
- ⇒新拠点のスムーズな立上と収益化 (インドネシア、タイ)
- ⇒南米(ブラジル)拠点



Ⅱ-2. 海外市場: アジア

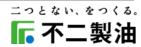
- ■インドネシア、フィリピン 育粉用油脂の拡販(対 2011年 数量 118%)
- ■インドネシア 機能性付加、製品ラインナップ拡充による チョコレートの拡販(対 2011年 数量 119%)
- ■インドネシア、フィリピン、タイマーガリンの拡販(対 2011年 数量 127%)
- ■東南アジア 中O/Rクリーム、低油分、低価格クリーム導入による ボリュームゾーンへの拡販(対 2011年 数量 118%)
- ■インド
 アライアンスによる冷凍クリームへの新規参入
 ⇒現地企業との販社設立

【業務用チョコレート】





【VIVOブランド クリーム】



Ⅱ-3. 海外市場: 中国

- ■大都市圏でのマーガリンの拡販 頂新との連携強化 営業拠点の大幅増加(5ヶ所 ⇒ 16ヶ所) 販売担当者の大幅増員(22人 ⇒ 69人)
- ■冷凍クリームの本格投入による市場作り パン市場、洋菓子市場、CVS市場

【中国市場向けマーガリン】



- ■成型チョコ、生地練込み用など特殊用途チョコの拡販(対 2011年 数量 109%)
- ■エステル交換油の新規投入 低トランス酸化の進行、健康志向

Ⅱ-4. 海外市場: 欧米

■欧州

チョコレートの拡販、生産性改善・コストダウン (対 2011年 数量138%) Redusat*の拡販 (対2011年 数量 173%)

*Redusat: 低飽和脂肪酸のフィリング用油脂

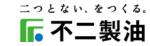
■ロシア 新規アライアンスの検討・構築

■米国

低トランス油脂の拡販 マーガリン・ショートニング事業の検討

■南米

CBSの拡販 ⇒ インドネシア新拠点の活用



こっとない、をつくる。 「一人ない、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。

