2015年度 決算説明会

2016年5月13日

不二製油グループ本社株式会社

目次

１．2015年度　決算
２．ローリング中計 ルネサンス不二2018
３．2016年度　業績予想
４．設備投資について
５．株主還元について

1．2015年度 決算

2015年度決算概要

(億円)

連結		14年度	15年度	対前年度	
				増減額	増減率
売上高	油脂	1,048	1,088	+39	+3.8%
	製菓・製パン素材	1,276	1,382	+106	+8.3%
	大豆たん白	394	405	+11	+2.8%
	合計	**2,719**	**2,875**	**+156**	**+5.7%**
営業利益	油脂	53	64	+11	+20.1%
	製菓・製パン素材	87	92	+5	+5.8%
	大豆たん白	2	13	+11	+500.0%
	合計	**142**	**168**	**+26**	**+18.5%**
	営業利益率	5.2%	5.9%	+0.7p	–
経常利益		**134**	**141**	**+7**	**+5.3%**
親会社株主に帰属する当期純利益		**93**	**92**	**▲1**	**▲1.1%**

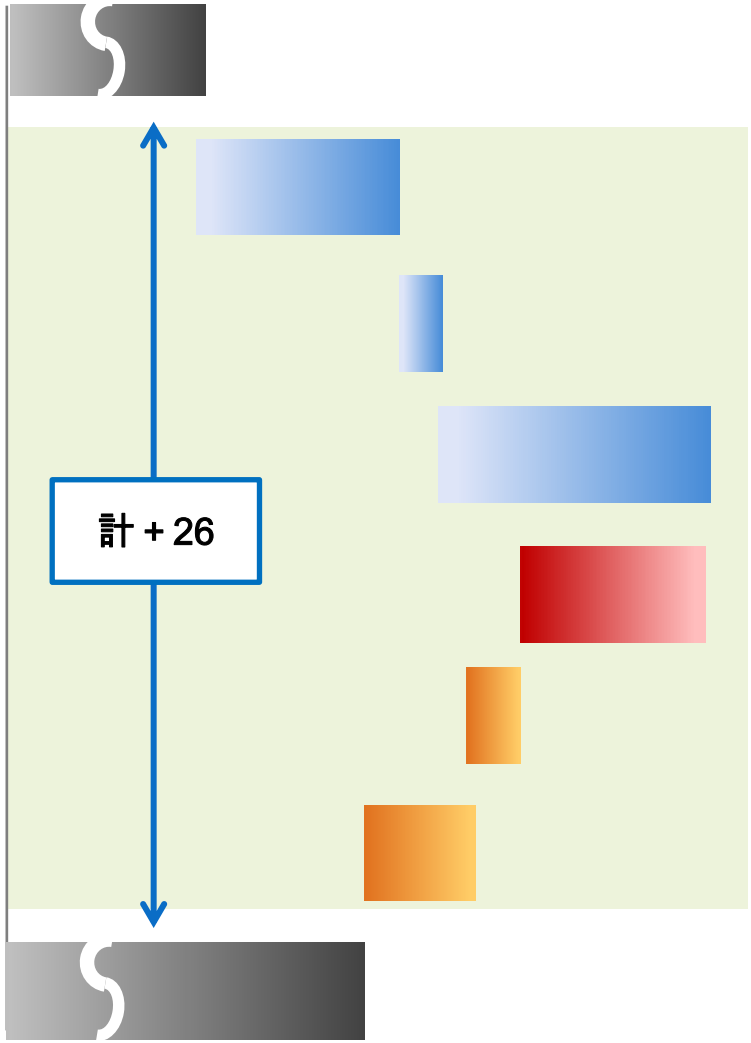
2015年度決算概要：地域･セグメント別損益

◆ 日本は拡販施策が奏功、アジアは原料相場安定で採算改善し増益

(億円)

連結		15年度		対前年度		概要
		売上高	営業利益	売上高	営業利益	
日本 JP	油脂	384	32	＋4	＋8	販売数量増加に加え、採算改善
	製菓･製パン素材	1,051	78	＋23	＋9	チョコレート販売数量増加
	大豆たん白	365	9	＋11	＋9	水溶性大豆多糖類販売数量増加
	計	1,800	120	＋38	＋26	
アジア AP	油脂	245	13	▲12	＋7	パーム油等採算改善
	製菓･製パン素材	244	25	▲4	＋8	調製品利益回復、フィリング売上伸長
	大豆たん白	40	4	▲0	＋3	
	計	530	42	▲17	＋18	
米州 NA SA	油脂	250	6	＋37	▲0	チョコレート用油脂は数量減も一般油脂拡販
	製菓･製パン素材	87	▲10	＋87	▲10	ハラルド社の利益取込開始
	計	337	▲4	＋124	▲11	
欧州 EU	油脂	208	13	＋11	▲2	チョコレート用油脂は堅調も、他のスペシャリティ
	計	208	13	＋11	▲2	油脂競合激化で利益減
連結調整		－	▲3	－	▲5	
合計		2,875	168	＋156	＋26	

2015年度決算概要：営業利益分析



（億円）

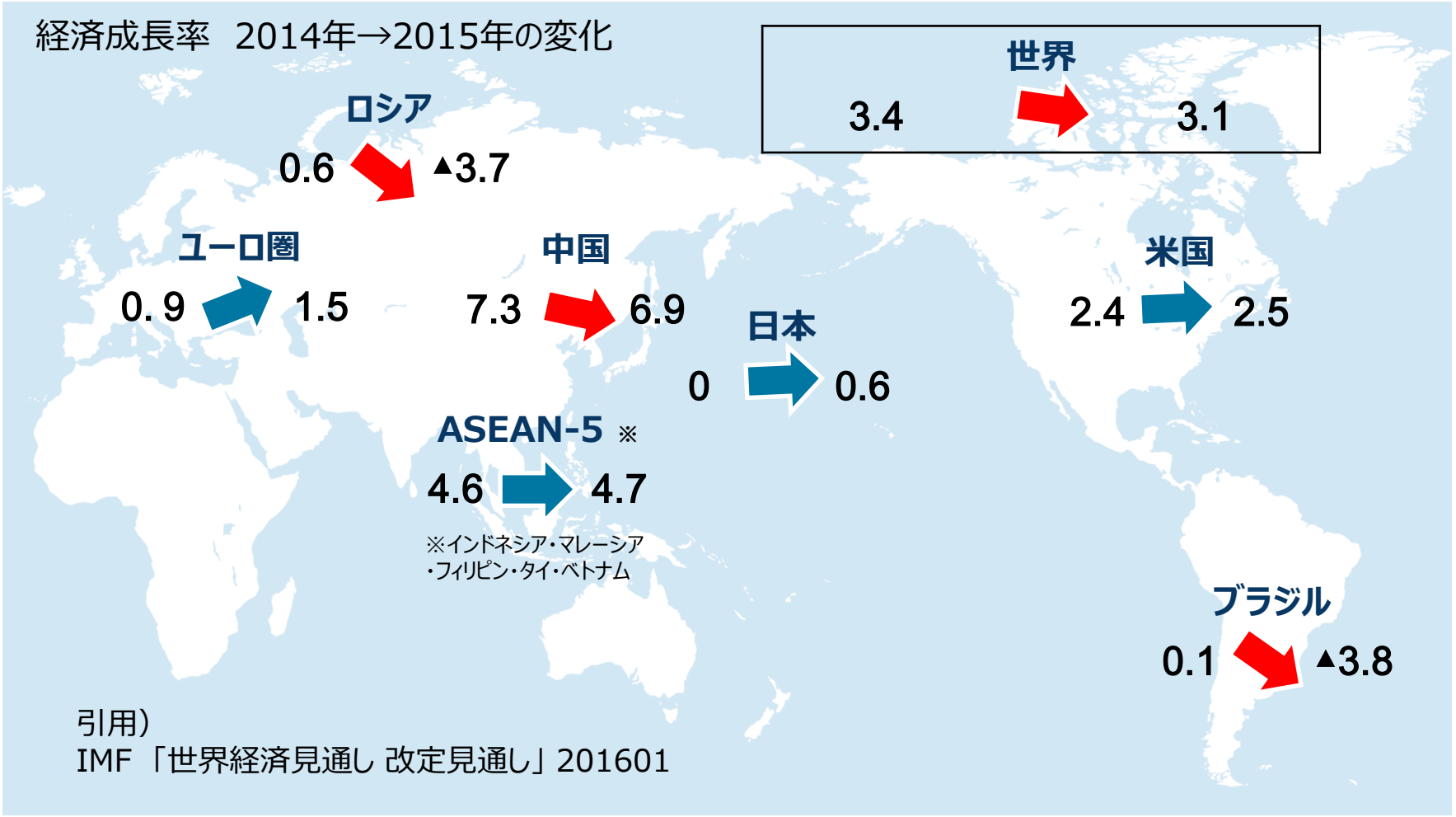
2014年度実績	142	
・拡販要因（数量要因）	+26	【国内】油脂、チョコレート、トーラクデザート、機能剤数量増　【海外】米国販売数量増
・海外事業為替要因	+4	2014年　ＵＳ$102.95円 2015年　ＵＳ$121.05円
・単価要因ネット	+36	【国内】油脂、チョコレート、大豆たん白採算改善 【海外】アジア油脂、調製品採算改善
・固定費	▲24	減価償却費、その他経費増
・連結調整額	▲5	たな卸未実現利益等
・ハラルド社関連	▲11	のれん償却費、取得関連費用発生
2015年度実績	168	

2015年度決算のポイント

1	前提	世界経済と原料相場動向
2	日本	重点製品群(チョコレート用油脂・チョコレート)の拡販が奏功
3	日本	乳化発酵・大豆たん白も増益を果たす
4	世界	海外では景況減速の中健闘
5	米州	ブラジル ハラルド社の連結開始 取得費用を計上、利益は想定を下回る

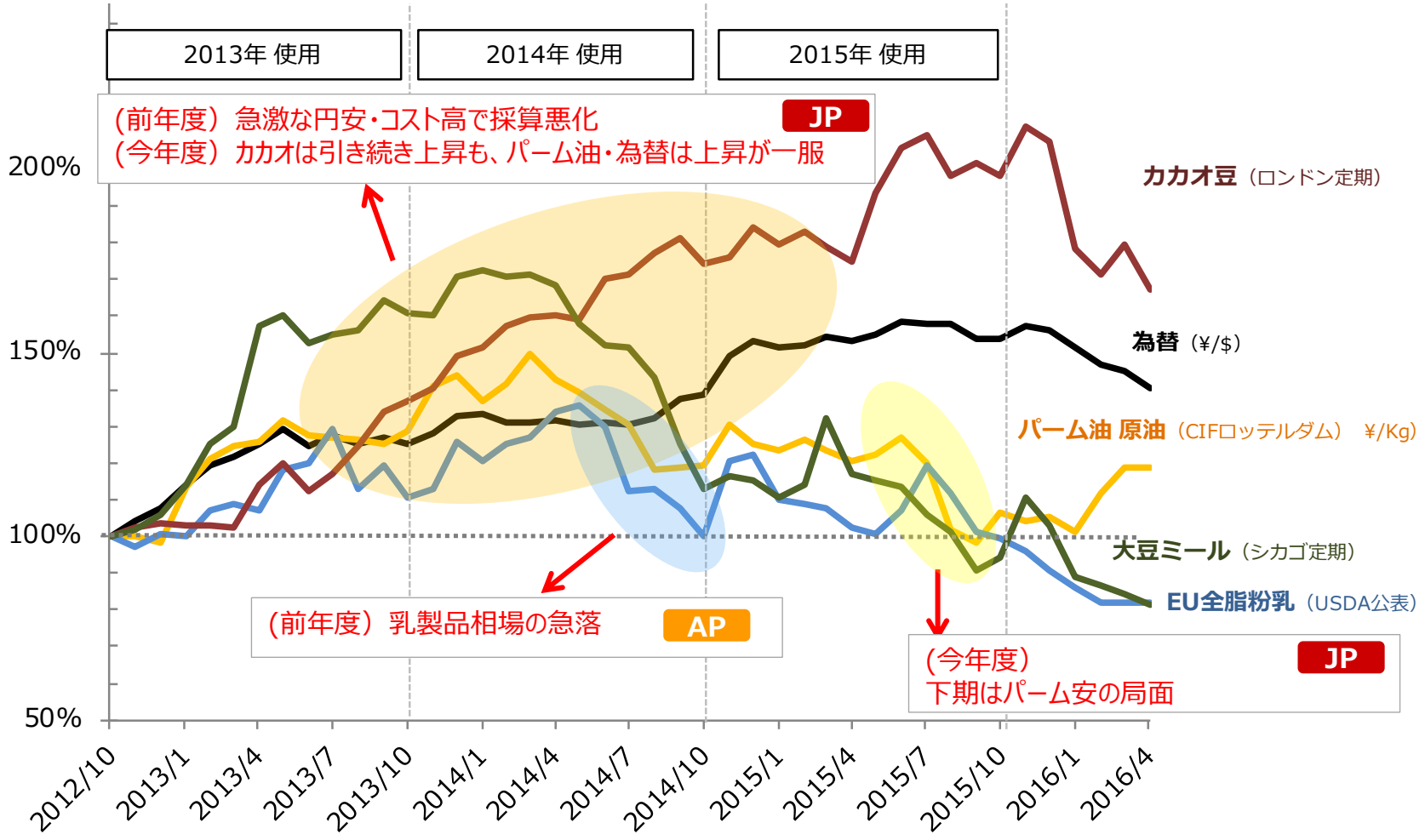
1 前提：2015年度 世界経済の減速

◆ 中国経済や新興国を中心とし経済成長が鈍化した



1 前提：2015年度 原料相場の動向

◆ 前年は原料･為替相場の急変が発生



2 日本：重点製品群(チョコレート用油脂・チョコレート)拡販が奏功

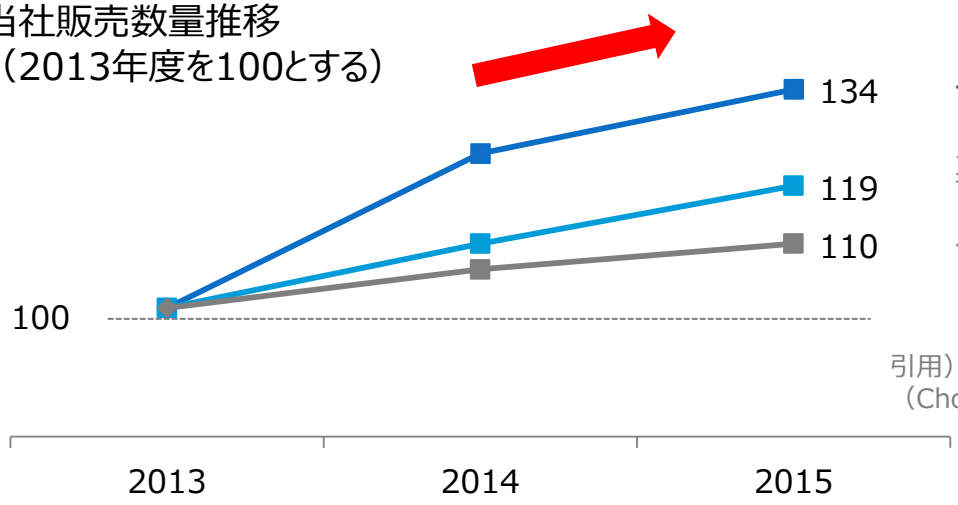
JP

【市場環境】
- 流通菓子好調
- インバウンド需要の取り込み
- カカオ効能の良いイメージが定着

【当社状況】
- チョコレート用油脂拡販施策
- チョコレートは好調市場に拡販

市場全体の好調を上回った

当社販売数量推移
（2013年度を100とする）



チョコレート用油脂（当社）

業務用チョコレート（当社）

チョコレート菓子数量（Euromonitor 2015）

引用）Euromonitor2016 Packaged Food
（Chocolate Coated Biscuits ＋ Chocolate Confectionery）※暦年

3 日本：乳化発酵事業全体で利益を確保

JP

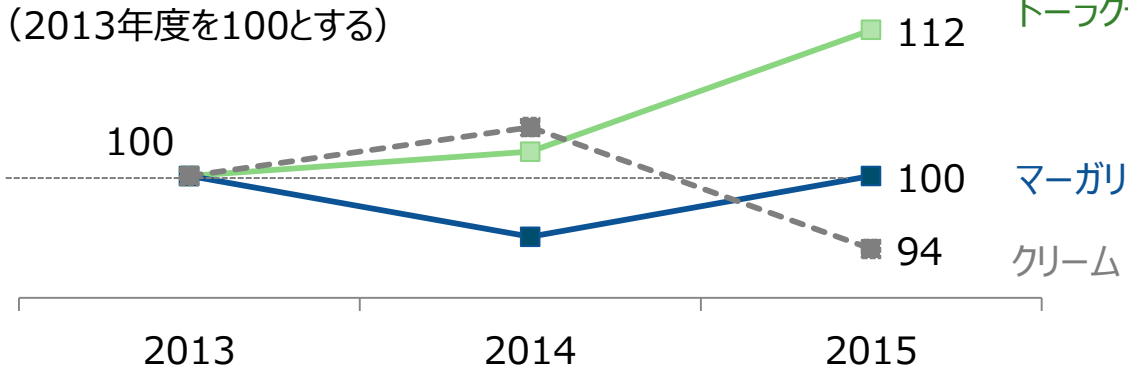
【市場環境】
- 洋菓子の販売チャネルが変化
- CVSチルドコーナーの変化：カップデザート増加、日配品店頭フェイスが縮小
- 同業他社との競争激化

【当社状況】
- マーガリン・トーラクデザート数量増
- 価格改定による採算改善

トーラクデザート製品

クリームの数量減少も、マーガリン・デザートの拡販および採算改善し利益を確保

当社販売数量推移
（2013年度を100とする）



トーラクデザート　数量増

マーガリン・ショートニング　数量増 採算改善

クリーム

3 日本：大豆たん白事業は大幅増益

JP

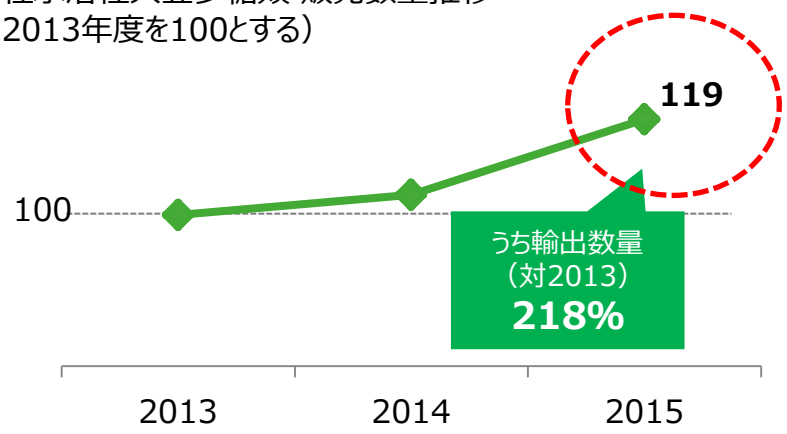
水溶性大豆多糖類の輸出増

【市場環境】
- 中国を中心に酸性乳飲料需要増
- 他のアジア諸国でも増加傾向

【当社状況】
- 健康志向を受け低糖タイプ堅調
  当社水溶性大豆多糖類の需要増
- ハラル認証取得が輸出増の追い風に

新たな需要を確実に取り込む

当社水溶性大豆多糖類 販売数量推移
（2013年度を100とする）



構造改革も成果をあげた

【当社課題】
①大豆たん白素材／大豆加工食品
採算・競争力の向上

②USS製品の拡販と早期収益化

③不採算事業の整理

①：値上げを実施、採算改善
ライン、生産拠点の再編を進めた

②：だいずオリジン設立

③：豆乳小売事業売却

4 アジア製菓4品は景気減速の中健闘

AP

【市場環境】 ・新興国の景況悪化

・通貨安

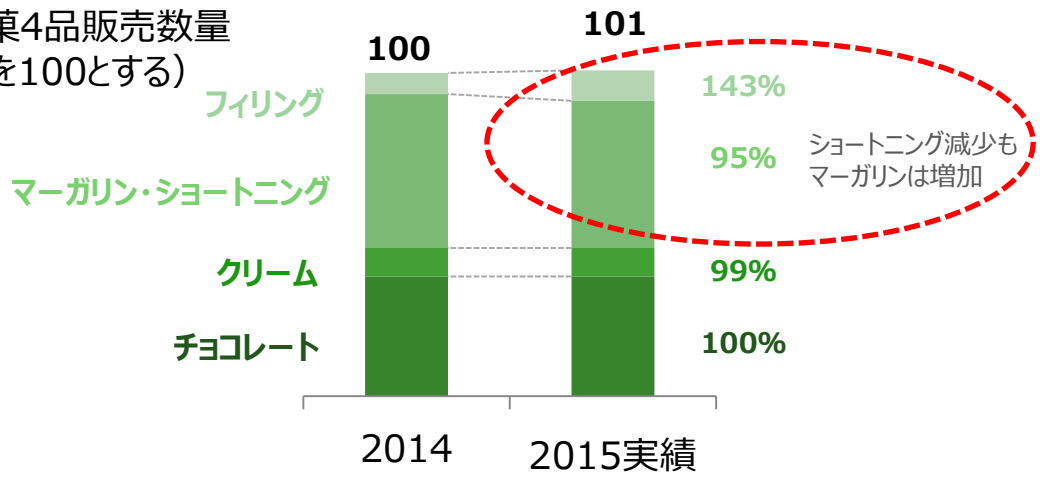
【当社状況】 ・通貨安を受け、生産国の輸出実績にダメージ

・中国ではマーガリン、フィリング拡販に注力

パン需要拡大を取り込み伸長

フィリング・マーガリンは大きく伸長

アジア製菓4品販売数量
（2014を100とする）



製菓4品

5 ハラルド社連結開始：取得費用を計上、利益計画は想定を下回る

SA

2015/6 ブラジルのハラルド社を取得、下期よりP/L連結を開始

製菓・製パン素材：米州営業利益 (億円)

業績修正折込額		実績
▲5	▲5	▲10

【市場環境】
- ・レアル相場急落
- ・政情不安
- ・市場停滞
  （経済成長率は2014年+0.1
  →2015▲3.8へ低下）

【当社状況】
- ・数量は前年並みを確保し健闘
- ・レアル安による大幅コストアップ

原料調達レートの著しい悪化が利益を圧縮

2.ルネサンス不二2018

「ルネサンス不二2017」成果・課題と次期中計のポイント

項目		ルネサンス不二2017		ルネサンス不二2018
		詳細	2015年度　成果・課題	ポイント
中長期ビジョン達成への課題		・日本市場における当社グループ製品ポジションの変化 ・権限委譲と利益責任の明確化 ・稼ぐ力への強いこだわり	・10月よりグループ本社制へエリアの収益責任を明確化	・エリアの収益責任を明確化 **・海外エリアの稼ぐ力を強化**
基本方針		・サステナブル経営 ・グローバル経営 ・技術経営	・グループ本社制移行 ・ESG委員会設置 ・アジアR&Dセンター設立	・グローバル人材の育成・登用 ・グローバル研究開発体制の構築 **・マーケティングを強化**
基本戦略	エリア戦略	・重点エリア：日本・中国・アジア・ブラジル	・ハラルド社買収	・ハラルド社の活用（製菓・製パン素材事業への展開）
	成長戦略	・事業ポートフォリオ、戦略セグメントの明確化	・ハラルド社買収 ・ﾁｮｺﾚｰﾄ用油脂/ｺﾝﾊﾟｳﾝﾄﾞﾁｮｺﾚｰﾄに重点	・ｺﾝﾊﾟｳﾝﾄﾞﾁｮｺﾚｰﾄ関連事業の強化 ・クリームの海外展開
	収益構造改革	・毎年10億円以上のコスト削減を目標（2015年度：大豆たん白事業構造改革・業務プロセス改革・日本市場の収益低下に対する取組で成果を出す）	・7.3億円のコスト削減 ・豆乳小売事業の飲料・ヨーグルト営業権を譲渡	・営業体制の強化（日本） ・サプライチェーンの強化（パーム、大豆）
	経営基盤強化	・グループ本社制移行 ・ダイバーシティ（女性管理職数）	・10月よりグループ本社制 ・目標人数に未達	・グローバル人材の育成・登用
財務戦略		営業キャッシュフロー：3か年で500億円創出 設備投資：3か年で400億円 事業投資：設備投資とは別枠で設定	・営業C/F：160億円 ・設備投資：153億円	**・キャッシュフローをより重視** ・グループ財務方針を策定・実施
資本戦略		ROE目標：2017年８％以上 株主還元方針：配当性向30%目途とし安定的かつ継続的な配当を基本とする	・ROE実績：6.4% ・配当性向：32.6% (年間35円)	・株主還元への積極的な取り組みを継続

基本方針

▶サステナブル経営

・コーポレートガバナンス・コードへの対応→ステークホルダーとのエンゲージメントと対話を一層重視
〈2015実績〉：ESG委員会の設置
責任あるパーム油調達方針の宣言

▶グローバル経営（コスト・スピード・現地化）

・日本以外の各エリアでの稼ぐ力を強化→市場に則した製品品質、ビジネスモデルの構築
〈2015実績〉：グループ本社制へ移行、各エリアの収益責任を明確化

▶技術経営

・グローバル研究開発体制の構築
〈2015実績〉：アジアR&Dセンター（ARC)設立
不二サイエンスイノベーションセンター（SIC）

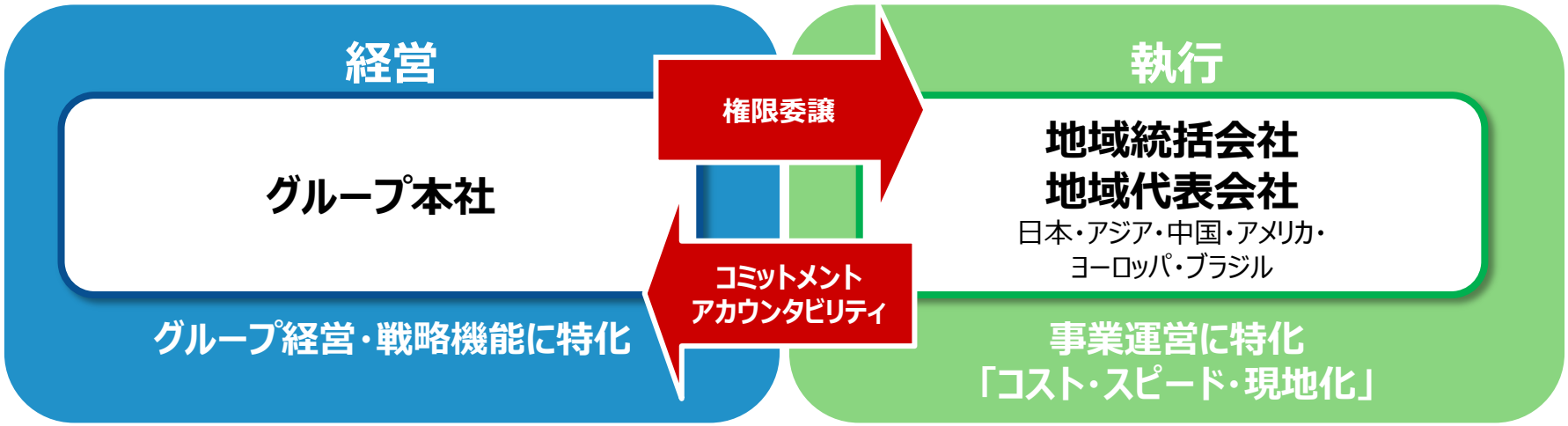
・グローバル知財戦略の推進

マーケティングを強化し、世界各地の生活者の視点から発想

グループ本社制へ移行

経営と執行を分離することで効率を上げ、事業環境の変化に対応した成長を図る

グループ本社制移行の狙い



グループ戦略機能の強化

・経営と執行の分離
・資本、資産の効率化
　積極活用

新規事業の創出

・新たな事業（製品・市場）
　新たなビジネスモデルの創出
・未来創造研究所（MCR）

グローバルガバナンス体制の構築

・簡素化 透明化 分権化
・経営と執行の分離による
　機能の特化

経営者人材の確保・育成

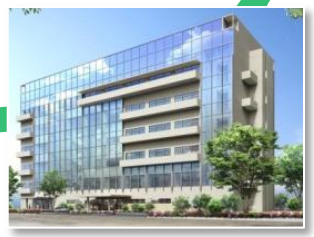
・ひとづくりが価値づくりの礎
・経営資源であるヒトを
　グループ全体で最適配分

グローバル研究開発体制の構築
(アジアR&Dセンター設立／不二サイエンスイノベーションセンター建設着手)

つくば研究開発センター（日本）

R&Dセンター

アジアR&Dセンター
（シンガポール）



不二サイエンスイノベーションセンター
（日本）

2016年7月　竣工予定

安全・安心　おいしさ　健 康　環 境

技術イノベーション

技術を価値にする仕組みづくり

MISSION

▶不二製油グループの研究・技術開発のヘッドクォーターとして、グローバルに市場のニーズを捉え、おいしさと健康を基本とした価値ある食素材を提供する。

▶技術イノベーションにより新技術を創出し、新事業と画期的な新製品を継続的に創出する。

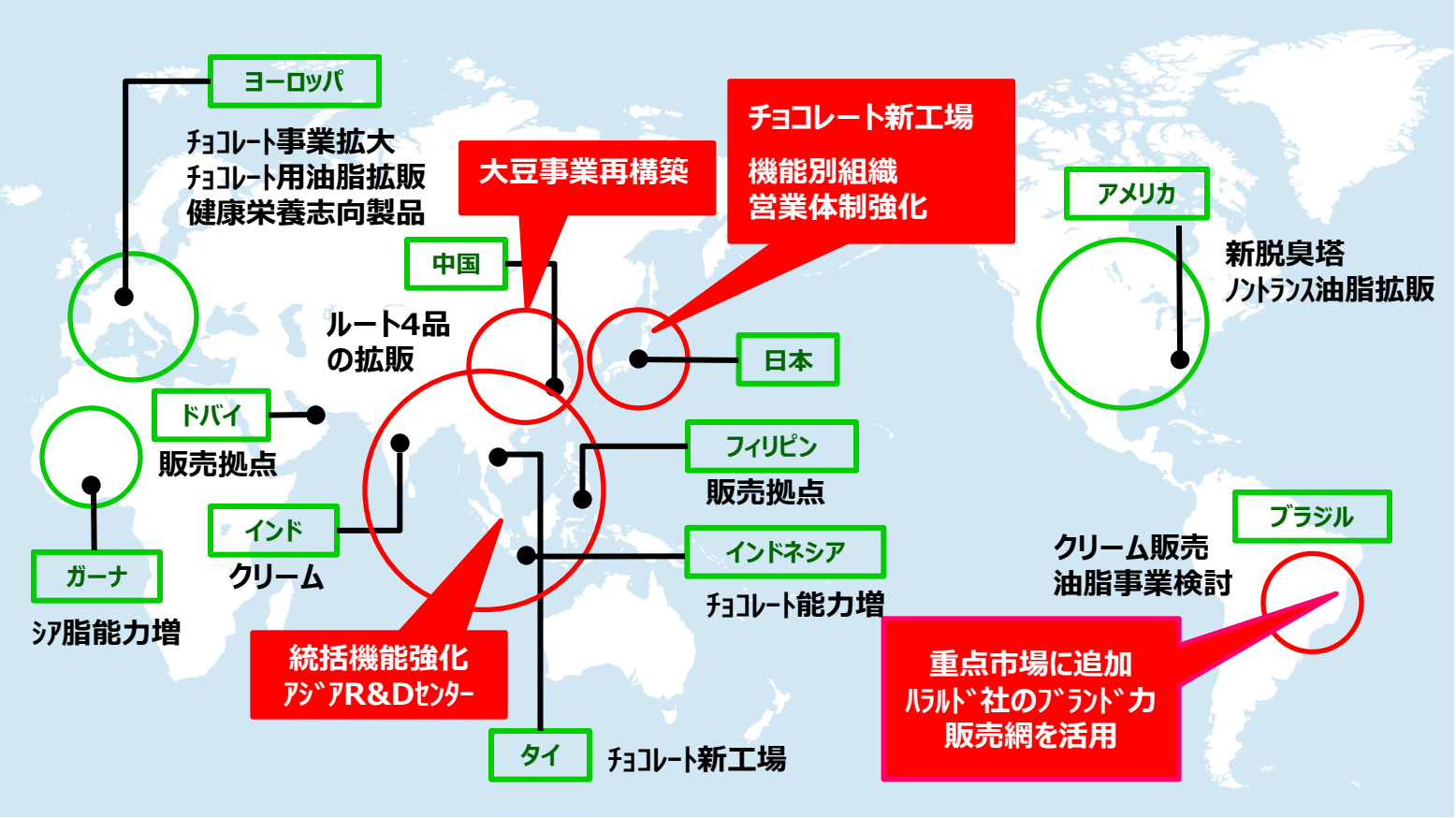
▶食糧資源の利用価値向上に繋がる研究と、環境に配慮した生産プロセスの開発を行う。

エリア戦略

◆重点戦略エリア：日本・中国・アジア・ブラジル

・経営資源の傾斜配分、積極的な新拠点設立、M&A・アライアンスの探索・実施

・日本市場を主軸に、重点エリアの市場成長を取り込む



成長戦略

ルネサンス不二2018変更箇所

	目標	事業セグメント			
		油脂	チョコレート	乳化発酵	大豆たん白
重点	グローバルシェア Top3の確立	チョコレート用 油脂*1	コンパウンド チョコレート	—	大豆多糖類
成長	特定市場での拡大	DTR技術製品*2 健康栄養油脂 （育児粉乳用）	外食市場	クリーム(海外) マーガリン フィリング	大豆ミート
改革	構造改革による 収益性の強化		—	クリーム(国内) 外食市場	大豆たん白素材 （分離大豆たん白） 大豆たん白食品
育成	次世代中核事業 への育成	ω3含有油脂 （DHA, EPA,等）	健康志向の チョコレート	チーズ風味素材	USS*3 大豆ペプチド

*1 チョコレート用油脂：CBE/CBS/CBR　*2 DTR技術：不溶性物質の油脂への分散技術　*3 USS：Ultra Soy Separation製法

「おいしさと健康」をキーワードに強みを発揮できる市場・製品群を確実に伸ばす組み合わせによる提案の強化

成長戦略：油脂事業・チョコレート事業

◆チョコレート用油脂およびコンパウンドチョコレートで世界トップ企業に

	油脂	チョコレート
重点	**チョコレート用油脂**	**コンパウンドチョコレート**
成長	DTR技術製品 健康栄養油脂（育児粉乳用）	外食市場
改革		—
育成	ω3含有油脂（DHA, EPA, 等）	健康志向のチョコレート

※チョコレート用油脂・コンパウンドチョコレートとは・・・

ピュアチョコレート

カカオ原料＋乳原料 ＋ 砂糖 ＋ ココアバター

コンパウンドチョコレート

チョコレート菓子・パンの多くはコンパウンドチョコレートを使用

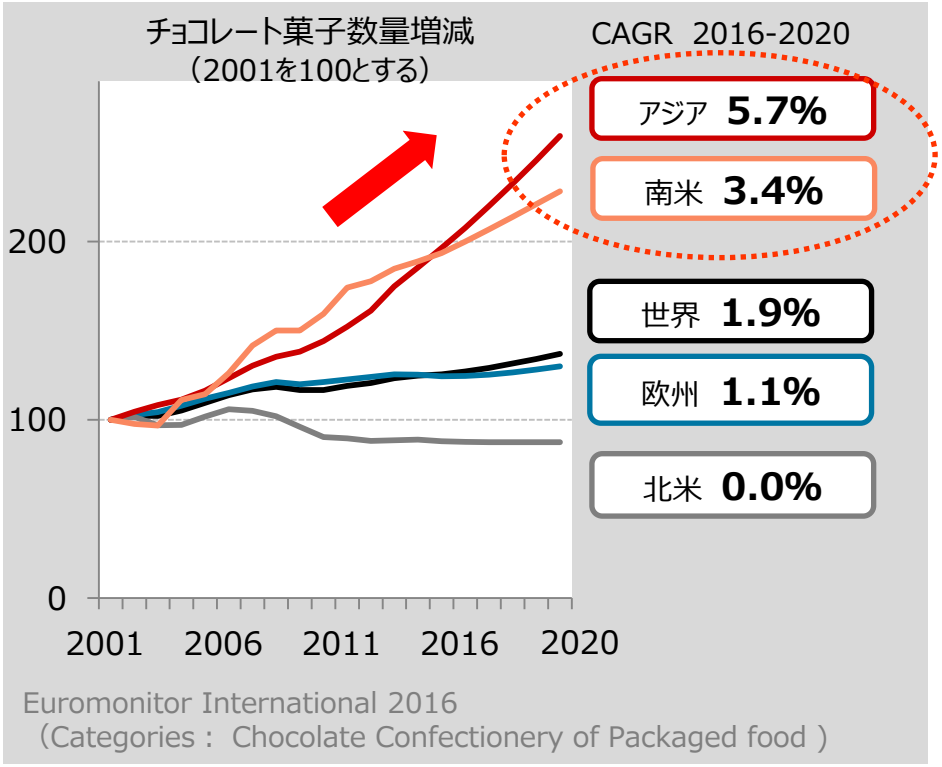
カカオ原料＋乳原料 ＋ 砂糖 ＋ ココアバター ＋ **チョコレート用油脂**（CBE / CBS / CBR / Etc.）

チョコレート用油脂の種類・品質が最終商品の決め手となる

成長戦略：油脂事業・チョコレート事業

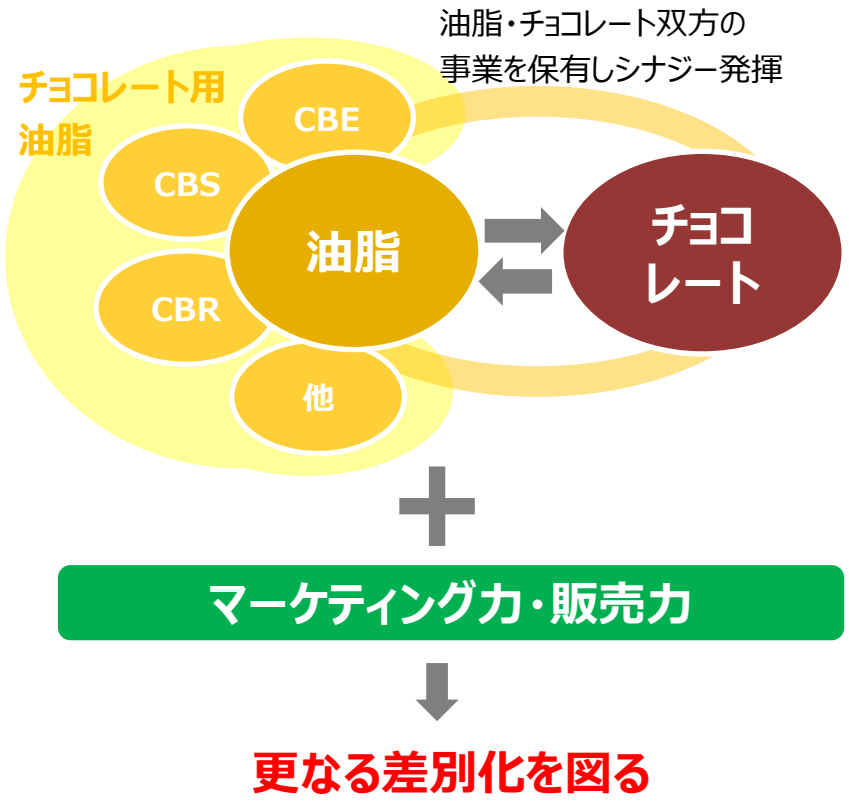
これから伸びる市場で当社グループの強みが活かせる

▶特に伸びが大きいのはアジア・南米
＝コンパウンドチョコレートが主流



Euromonitor International 2016
（Categories： Chocolate Confectionery of Packaged food ）

▶コンパウンドチョコレートには
油脂の技術が不可欠＝不二の得意分野



成長戦略：油脂事業・チョコレート事業

チョコレート用油脂及びコンパウンドチョコレート合わせた事業戦略を展開

欧州

・原料ソースを拡げ、拡販
・ニッチ、高付加価値で
市場を広げる

日本

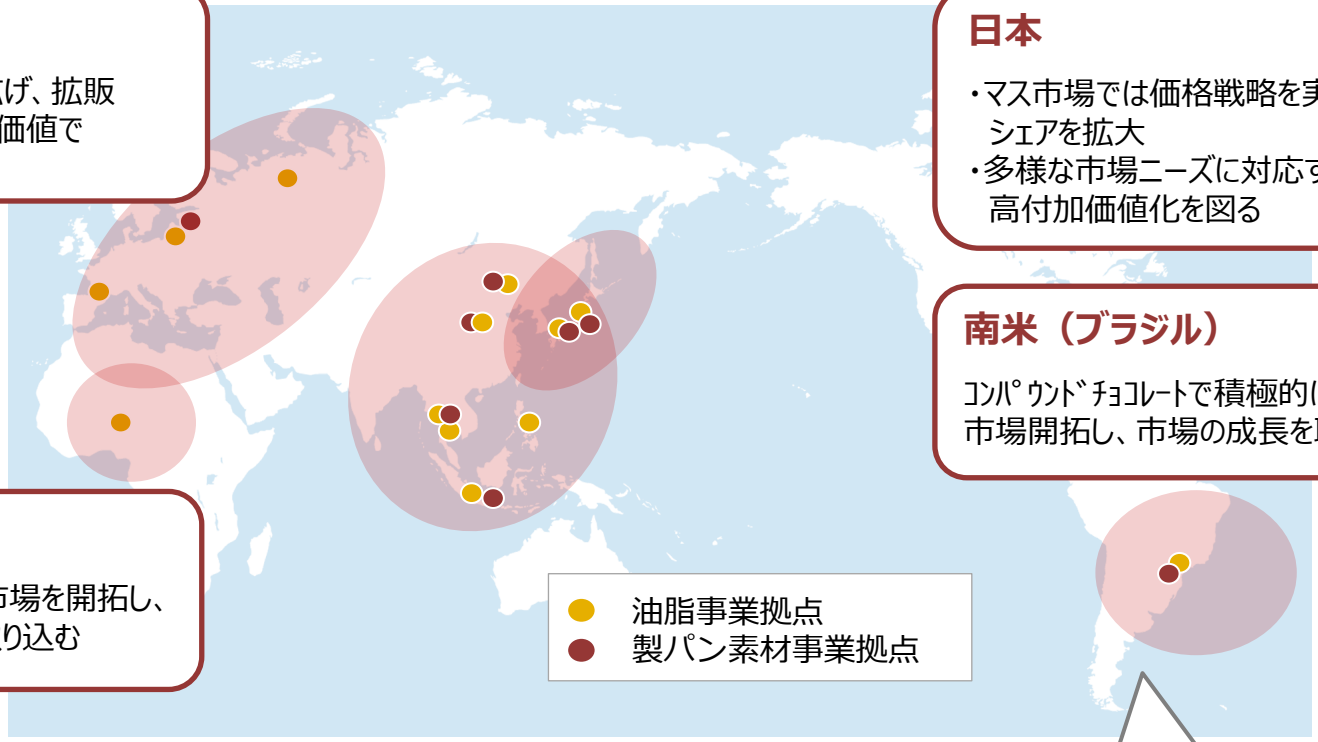
・マス市場では価格戦略を実施し
シェアを拡大
・多様な市場ニーズに対応する市場では
高付加価値化を図る

南米（ブラジル）

ｺﾝﾊﾟｳﾝﾄﾞﾁｮｺﾚｰﾄで積極的に
市場開拓し、市場の成長を取り込む

アジア

積極的に新規市場を開拓し、
市場の成長を取り込む



2015年
ブラジル国内 業務用チョコレートシェアNo.1
ハラルド社を買収

成長戦略：乳化発酵事業

◆クリーム・マーガリン・フィリングのエリア展開

重点	—	
成長	**クリーム(海外)** **マーガリン** **フィリング** 	**アジア・中国** ・現有設備の能力増強・新設 ・アジアR&Dセンター活用 営業・技術サービス体制強化 **南米（ブラジル）** ・ハラルド社のブランド力、販売網を活用 **新興国の成長を確実に取り込む**
改革	クリーム(国内) 外食市場	**日本** ・営業体制の強化　ルート市場拡販 ・クリーム事業の再構築　・おいしさ、健康志向の新製品開発
育成	チーズ風味素材	

成長戦略：大豆たん白事業

◆グローバル市場への展開と構造改革

重点	**水溶性大豆多糖類** 	・供給体制強化 ・中国需要を取り込み、 アジアへ、世界へ。
成長	大豆ミート	ベジタリアン市場への展開（アジア）
改革	**大豆たん白素材** （分離大豆たん白） **大豆たん白食品** 	・サプライチェーン戦略の見直し ・栄養健康市場への注力 ・サプライチェーン、価格改定 による収益性改善 **2015** **構造改革実績** ・だいずオリジン設立 ・豆乳小売事業 飲料・ヨーグルトの 営業権を譲渡
育成	USS 大豆ペプチド	・USS　プロジェクト運営による事業化スピードアップ

財務戦略

◆フリーキャッシュフローを重視した経営へ

- ▶ CCC*1の改善
- ▶ グループ資金管理の可視化と資金効率の改善
- ▶ グループ投資基準（NPV*2・IRR*3）の設定と運営

*1 CCC= Cash Conversion Cycle *2 NPV= Net Present Value*3 IRR= Internal Rate of Return

- ▶ 投資
  - ・設備投資+新規事業投資 ＜ 500億円/３ヵ年
  - ・M&Aは投資基準・グループシナジーを勘案の上、意思決定

株主価値の向上を目指す

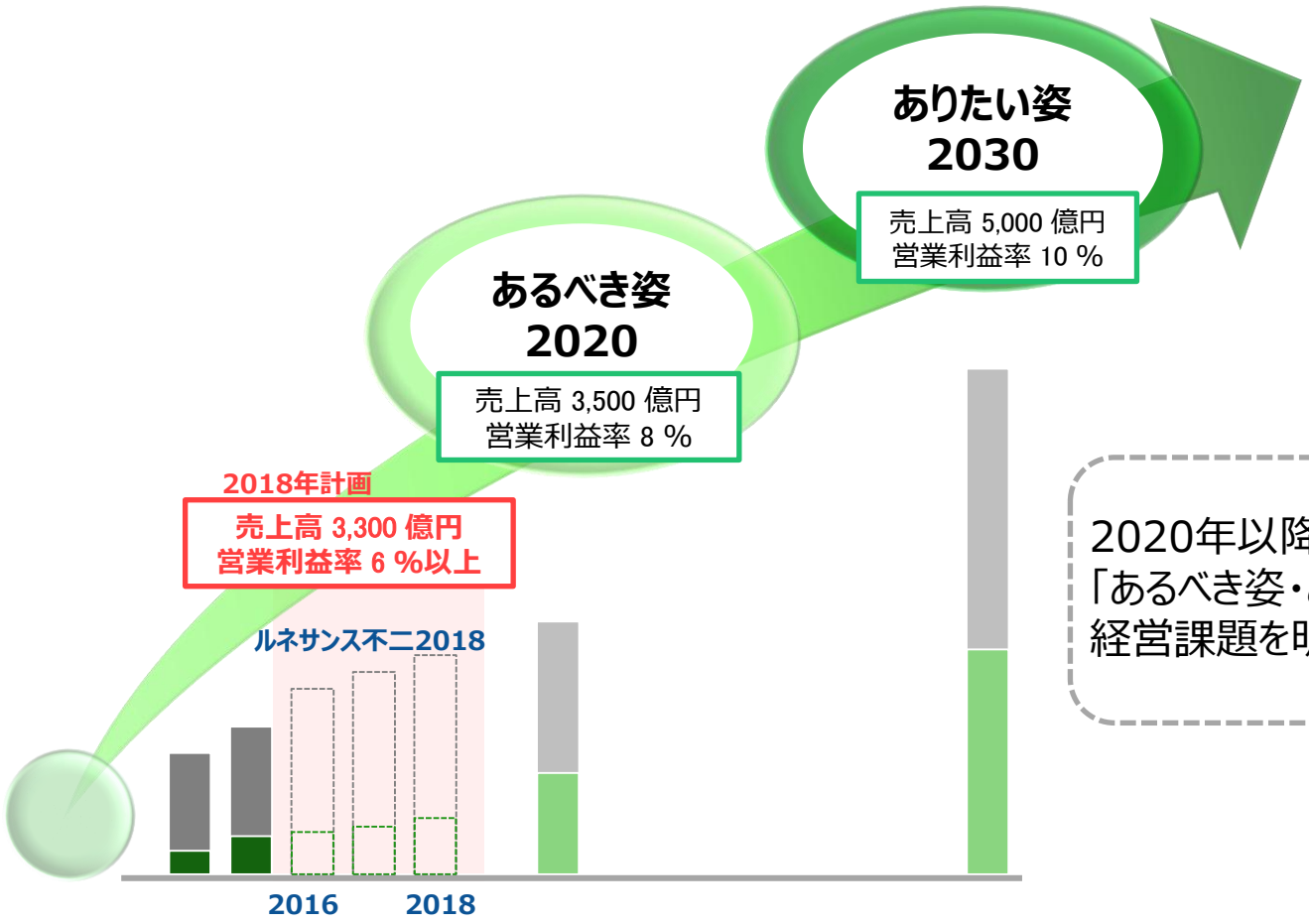
KPIの進捗状況

中計戦略		指標		2014実績	2015実績	2017目標 ※「ルネサンス不二2017」公表値
基本戦略	成長戦略 事業エリア戦略	油脂セグメント	海外CBE拡販（数量） ＊2013年を100%とする	110%	112%	155%
		チョコレートセグメント	拡販（数量） ＊2013年を100%とする	108%	147%	265%
		アジア（中国含まず）	製菓三品拡販（数量） ＊2013年を100%とする	115%	116%	180% 以上
		米州エリア	CBE/CBS拡販（数量） ＊2013年を100%とする	112%	119%	140%
			チョコレート拡販 ＊2013年日本市場を100%とする		ハラルド社 買収	150%以上
	収益構造改革	事業構造改革	損益改善額	2015年度以降の実現を計画	大豆たん白食品事業の収益改善	大豆事業の構造改革完了
		プロセス構造改革	コスト削減額	11.6億円	7.3億円	毎年10億円以上
	経営基盤強化	ｸﾞﾛｰﾊﾞﾙ経営	グループ本社制移行		グループ本社制移行 グループ憲法策定	経営体制確立
		ダイバーシティの推進	女性管理職人数	10名(4/1時点)	9名(4/1時点)	13名以上
財務戦略		戦略的CF配分	3ヵ年設備投資400億円 戦略投資：300億円　一般投資：100億円	設備投資 112億円	設備投資 153億円	戦略投資300億円 （3ヵ年）
資本戦略		株主価値最大化	連結ROE	6.8%	6.4%	8.0%以上
		株主還元策	配当性向	27.6%	32.6%	30%

ローリング中計「ルネサンス不二」経営指標

	2013年度 実績	2014年度 実績	2015年度 実績	2016年度 計画		2018年度 計画 「ルネサンス 不二2018」		あるべき姿 2020
売上高	2,530億円	2,719億円	2,875億円	3,100億円		3,300億円 以上		3,500億円 以上
営業利益	152億円	142億円	168億円	175億円		200億円 以上		280億円 以上
営業利益率	6.0%	5.2%	5.9%	5.6%		6.0% 以上		8.0% 達成
ROE (株主資本利益率)	6.7%	6.8%	6.4%	6.9%		8.0% 以上		
海外営業利益 比率	29.0%	32.5%	28.6%	40.0%		40.0% 以上		

中長期ビジョンの実現に向けて



食の素材の可能性を追求

おいしさと健康で
社会に貢献

2020年以降の中長期ビジョン
「あるべき姿・ありたい姿」の達成に向けての
経営課題を明確にする

中長期ビジョンへの実現に向け、事業環境の変化に対応した戦略を立案する

3.2016年度 通期業績予想

2016年度業績予想概要

(億円)

連結		15年度	16年度	対前年度	
				増減額	増減率
売上高	油脂	1,088	1,143	+55	+5.1%
	製菓・製パン素材	1,382	1,562	+180	+13.0%
	大豆たん白	405	395	▲10	▲2.5%
	合計	**2,875**	**3,100**	**+225**	**+7.8%**
営業利益	油脂	64	56	▲8	▲12.5%
	製菓・製パン素材	92	106	+14	+15.5%
	大豆たん白	13	14	+0	+2.8%
	合計	**168**	**175**	**+7**	**+3.9%**
	営業利益率	5.9%	5.6%	▲0.3p	–
経常利益		**141**	**160**	**+19**	**+13.3%**
親会社株主に帰属する当期純利益		**92**	**100**	**+8**	**+8.4%**

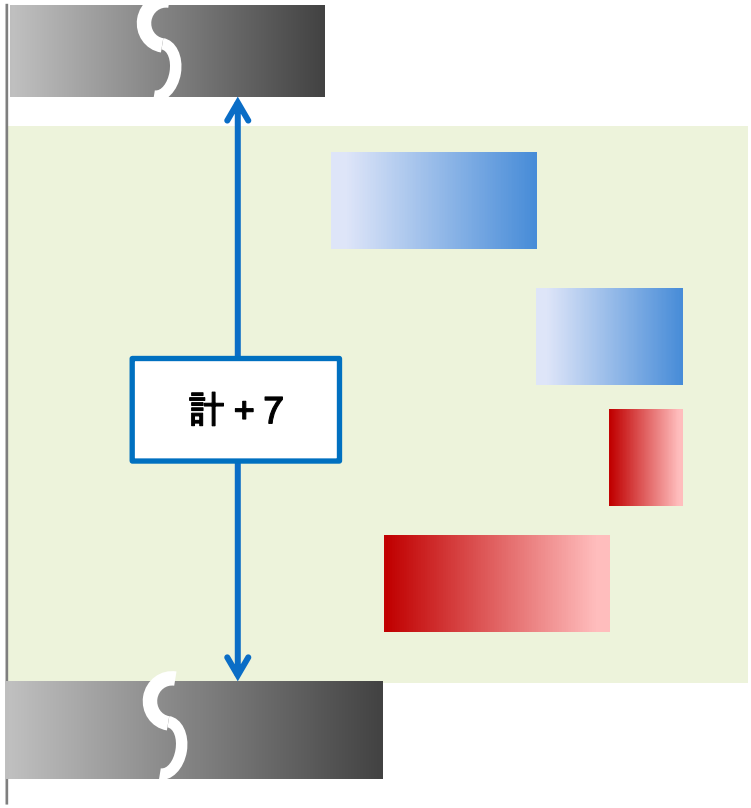
2016年度業績予想：地域･セグメント別損益

◆ **日本の減益を米州でカバーするも増益幅は縮小、2016年度は踊り場へ**

(億円)

連結		16年度		対前年度		概要
		売上高	営業利益	売上高	営業利益	
日本 JP	油脂	390	19	＋6	▲13	競争激化、拡販施策継続
	製菓･製パン素材	1,078	75	＋28	▲3	拡販施策継続も、経費増見込み
	大豆たん白	350	11	▲14	＋2	構造改革を進め、収益の安定化を図る
	計	1,818	105	＋19	▲15	
アジア AP	油脂	264	17	＋20	＋5	CBE等チョコレート用油脂拡販
	製菓･製パン素材	290	25	+46	▲0	製菓4品の数量を増やし、安定成長へ
	大豆たん白	45	3	＋5	▲1	日本と同様、構造改革を進める
	計	599	45	＋71	＋3	
米州 NA SA	油脂	300	10	＋50	＋4	一般油脂拡販でCBE数量減をカバー
	製菓･製パン素材	194	7	＋107	＋17	シェア維持･拡大、価格改定
	計	494	17	＋175	＋21	
欧州 EU	油脂	189	10	▲19	▲3	CBE数量増も、競争環境は厳しさ続く
	計	189	10	▲19	▲3	
連結調整		－	▲1	－	▲1	
合計		3,100	175	＋225	＋7	

2016年度業績予想：営業利益分析



（億円）

168	
+30	【国内】〇油脂、チョコレート、乳化発酵、機能剤数量増 【海外】〇米国油脂数量増
+17	2016年度は取得費用の発生なし、営業利益増
▲10	競争激化による利益率低下
▲30	減価償却費、修繕費、施策経費 等
175	

2016年度業績予想のポイント

1	全体	組織体制の強化
2	日本	油脂は競争激化も拡販施策を継続、シェア拡大へ 乳化発酵事業・大豆たん白事業は成長を軌道にのせる
3	米州	ハラルド 市場シェア維持・拡大と採算改善
4	アジア	アジアR&Dセンター・新拠点も本格稼働、再び成長へ

1 組織体制を強化

◆ グループ本社化により、エリア別の組織体制強化を促進

▶不二サイエンスイノベーションセンター(SIC) の活用開始

JP 日本

▶機能別組織への移行　：事業別制から、機能別制(生産・開発・販売)へ移行
→ヒト・モノ・カネの効率化、経営判断スピードアップ

▶新営業体制構築　：販売子会社強化、市場別販売戦略
→特に製菓・製パンリテール市場

AP アジア

▶アジアR&Dセンター活用による
商品開発・販売力強化の促進

SA ブラジル

▶グループシナジー創出による
収益構造の強化

中長期で安定的な成長を可能とする体制へ

2 油脂は競争激化も拡販施策を継続、シェア拡大へ

JP

【市場環境】 ・競合各社、数量確保と価格競争の動き

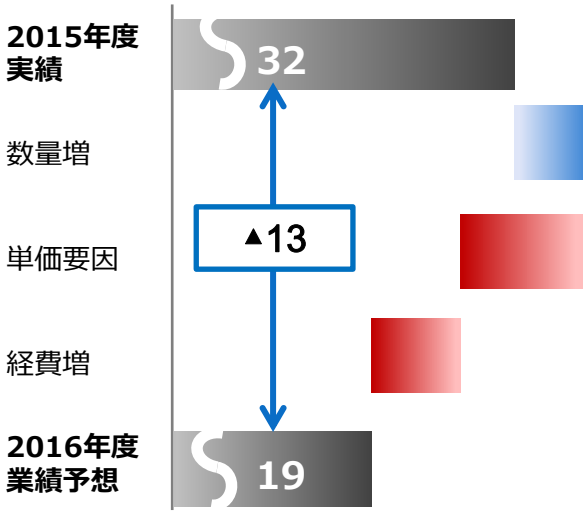
【当社施策】 ・拡販政策を継続、更なるシェアアップよりコスト競争力を強化

・高付加価値製品の販売にも注力

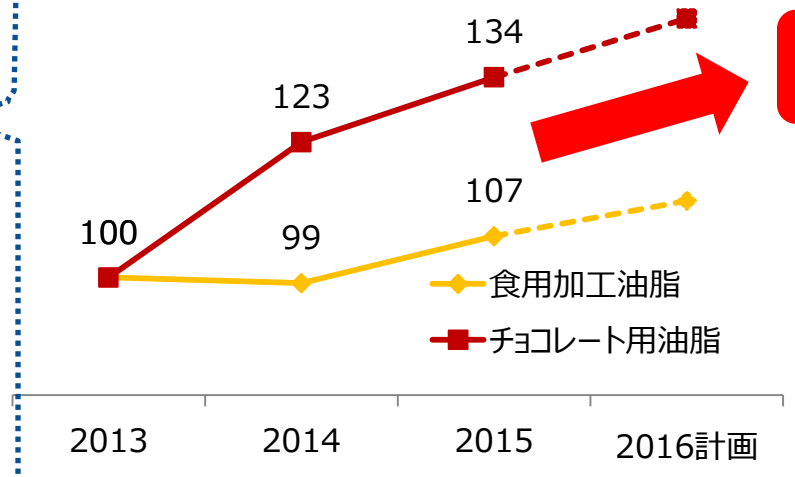
→シェア拡大後、安定した収益体制への転換を図る

2016年 日本油脂事業は減益も、競争力強化に注力

日本油脂 営業利益推移



当社油脂製品販売数量（日本）
（2013年を100とする）



2 乳化発酵事業・大豆たん白事業は成長を軌道にのせる

JP

乳化発酵事業全体での成長を見込む

・営業体制の強化（リテール市場強化）

・外食市場へ注力（調理用素材・カフェチェーン）

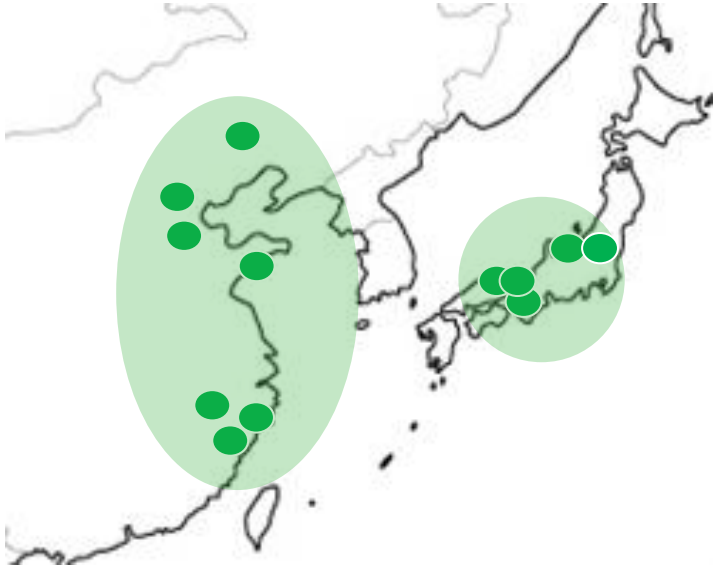
・高付加価値製品の成長（チーズ、乳発酵素材）

大豆たん白事業の構造改革も引き続き進行中

・競争力回復を目指したアライアンス戦略

・中国・日本拠点併せた戦略的な事業体制構築
（工場・ラインの統廃合）

・だいずオリジン、相模屋食料とのシナジー創出



3 ハラルド：市場シェア維持・拡大と採算改善へ

SA

【市場環境】
・引き続き景況は低迷　、ＧＤＰも下方修正
・レアル相場変動が一服

【当社施策】
・ハラルド社の強みを持つ市場での数量拡大
・価格改定実施

▶グループシナジーの創出による収益構造の強化

＋

グループSCMによる原料調達　⇒　コストダウン
グループ金融による財務体質強化　⇒　金融費用削減、為替リスク低減
グループ開発・生産機能強化　⇒　生産効率アップ、新製品開発の推進

▶ハラルド社の強み（ブランド力・市場シェア・注力市場）を生かし増益へ

家庭用製菓市場　販売店舗の様子

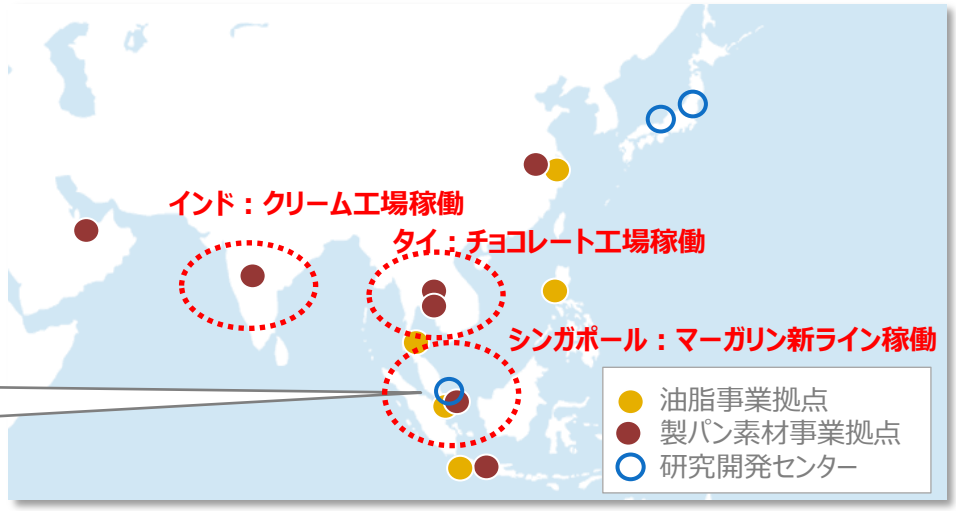
家庭用製菓原料 イースター商戦

家庭用製菓市場 販売者の様子

4 アジアR&Dセンター・新拠点も本格稼働、再び成長へ

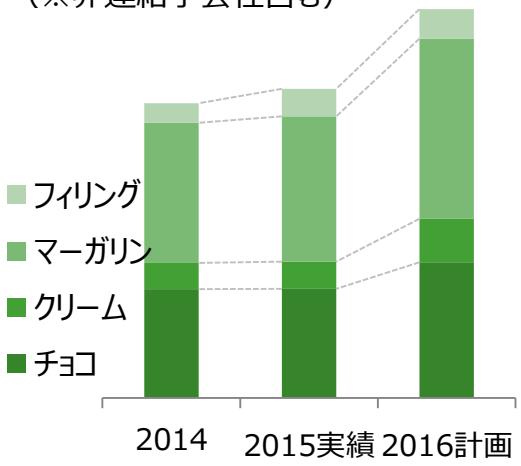
アジア研究開発センター（ARC）

マーケティングを強化、アジア各国の視点で製品開発

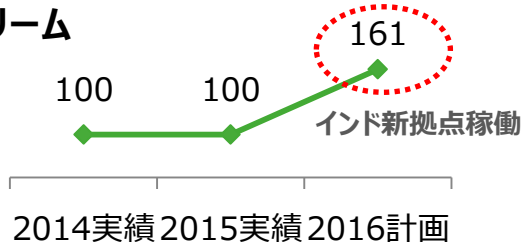


製品4品数量計画（2014を100とする）

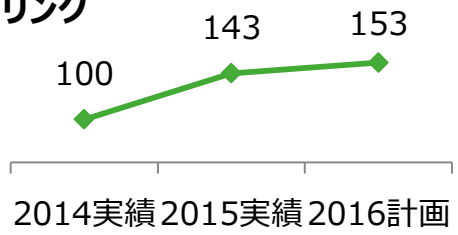
製菓4品数量計画計
（※非連結子会社含む）



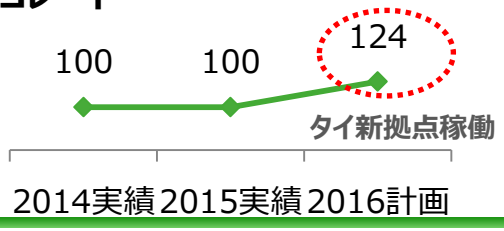
■クリーム



■フィリング



■チョコレート

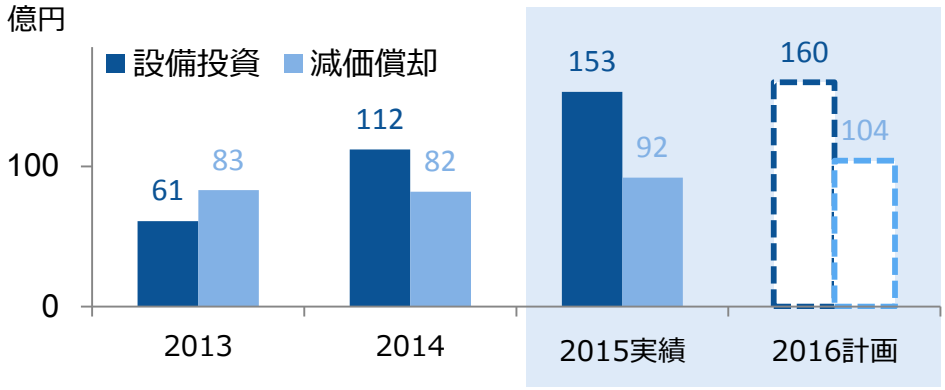


■マーガリン・ショートニング

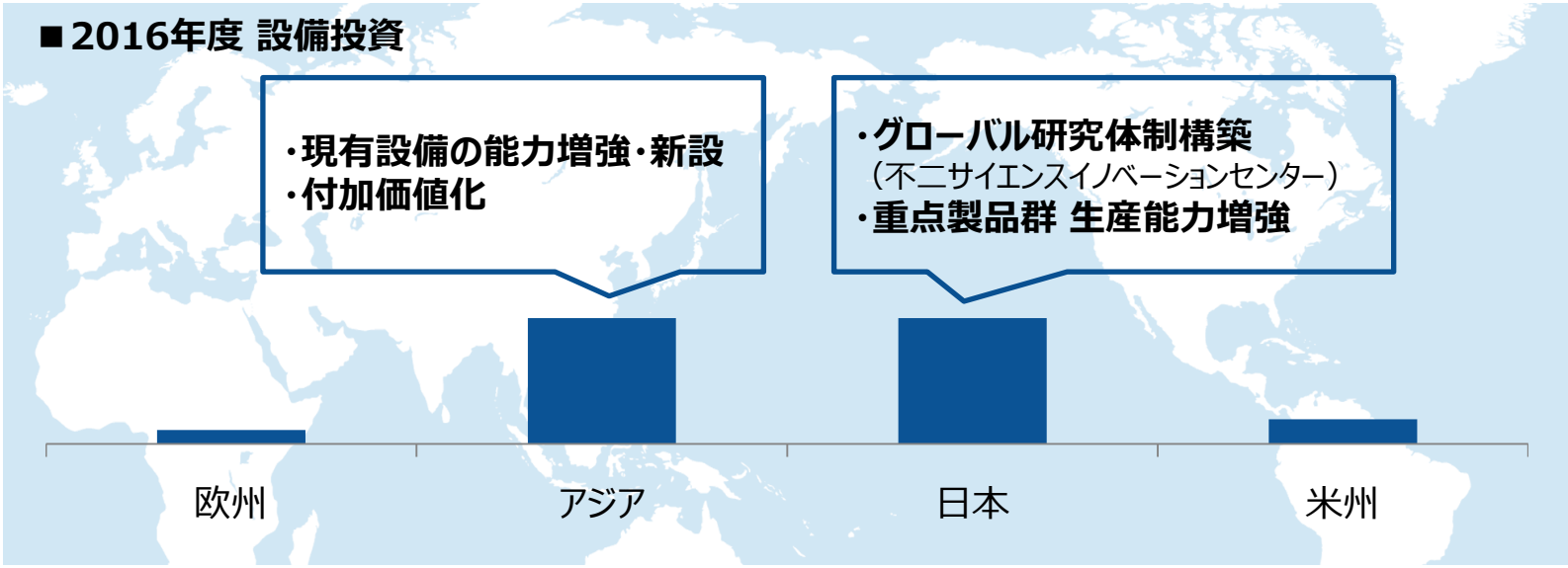
4.設備投資について

設備投資実績と計画

◆ 成長のための投資を実施



主な投資内容（2015実績）	
不二サイエンスイノベーションセンター	20
日本 チョコレート設備増強	11
米州 油脂精製能力増強	6
アジアR&Dセンター	5



5.株主還元について

株主還元について

◆ 株主への利益還元を経営の重要な課題の一つとして認識

・長期的な視野に立った安定的かつ適正な利益配分を行う
・今期の業績を勘案し、2015年度期末の配当を増配する

	中間 (円)	期末 (円)	年間 (円)	当期純利益 (百万円)	配当性向
2013年度	13	13	26	8,164	27.4%
2014年度	13	17	30	9,330	27.6%
2015年度	17	**18**	**35**	9,227	32.6%
2016年度	**18**	**18**	**36**	10,000 (計画)	30.9%