



植物性油脂事業

世の中のニーズに高品質でサステナブルなサプライチェーンで応える

2025年度における油脂事業本部は、急激なチョコレート用油脂（CBE）需要の増加にグループ全社で対応することで過去最高益を達成しました。このような事業環境変化に柔軟に対応できたのは、今中期経営計画における事業方針「高品質でサステナブルなサプライチェーンの構築」を推進した成果の一つと考えています。

低コンタミナント等の高品質、かつサステナブルな製品の需要は、欧州を中心に今後も拡大が予想されます。この需要に対応するため2026年度には新拠点であるJPGフジが稼働予定です。これからも高品質でサステナブルなサプライチェーンの構築を着実に推進し、不二製油グループの確かな成長につなげてまいります。

上席執行役員
油脂事業本部長

広沢 達明



植物性油脂事業について

サステナビリティを重視して調達したパーム油やパーム核油等を主要原料とし、自社固有の分別技術に代表される加工技術により差別化された食用油脂を製造・販売しています。

主要製品はチョコレート用油脂や食用加工油脂で、顧客向けに販売するだけでなく、自社の業務用チョコレート事業や乳化・発酵素材事業にも供給しており、グループ全体のビジネスの基盤を支えています。



チョコレート用油脂



フライ用油脂

主な製品群			シェア		
● 食用油	● 食用加工油脂	● チョコレート用油脂	● チョコレート用油脂 (CBE)	世界トップ3、日本 第1位	
主な用途			事業拠点	従業員数	
● チョコレート	● 育児粉乳	● スナック・ビスケット	9か国20社 ※不二製油(株)と2026/3/31時点の主な連結子会社・持分法適用会社	1,036人	
● 即席麺	● アイスcream	● マーガリン・ショートニング	セグメント資産	設備投資額	
● パーム油	● ひまわり油	● パーム核油	2,037億円	75億円	
● シア脂	● ヤシ油		研究開発費	年間生産数量	
			12億円	約90万トン	

市場機会

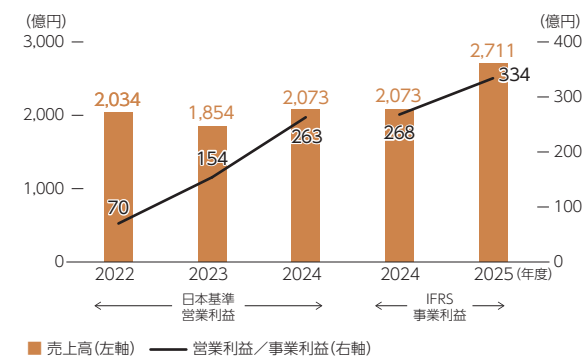
- 欧州を中心とした、環境・人権に関するデュー・ディリジェンスの義務化や微量成分(プロセスコンタミナント)の制御に関する要求を背景に、安全・安心なサステナブル認証油の需要が拡大
- 中長期的なグローバルでのチョコレート市場の安定成長

強み

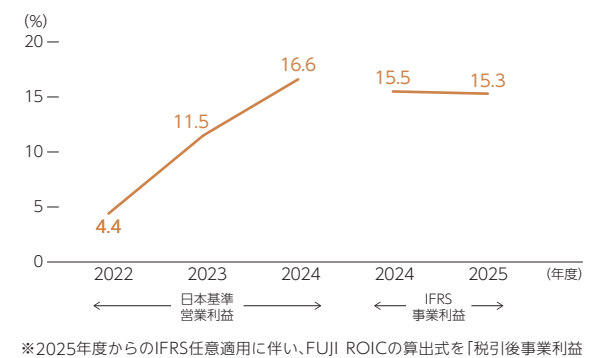
- チョコレート用油脂 (CBE) にて世界トップ3の一角を占めるシェアを保持
- チョコレート用油脂の主要原料であるパーム、ひまわり、シアについて、農園・収穫から顧客まで一貫した高品質、かつ環境・人権に関するデュー・ディリジェンスに対応したグローバルサプライチェーンを構築。ここから得られる原料と独自技術を含む数種の製法を駆使することで、差別化されたチョコレート用油脂をグローバルで展開できる

売上高 **2,711** 億円 (前期比 +637億円) 事業利益 **334** 億円 (前期比 +66億円) FUJI ROIC **15.3%** (前期比 ▲0.2pt)

売上高・営業利益／事業利益



FUJI ROIC



※2025年度からのIFRS任意適用に伴い、FUJI ROICの算出式を「税引後事業利益 ÷ (運転資本 + 固定資産 + 持分法投資)」へ変更。

幅広い顧客に応える高品質なチョコレート用油脂 (CBE) グローバル展開の加速

欧州を中心に、グローバルで地球環境や人権に配慮した製品の需要は、今後も拡大が予想されます。この需要に対応するべく、当事業では今中期経営計画において「高品質でサステナブルなサプライチェーンの構築」を事業戦略として掲げ、戦略製品であるCBEの主要原料のパーム油、ひまわり油、シア脂のサプライチェーン強化に取り組んでいます。パーム油では、マレーシアで稼働中のユニフジに加え、新たな拠点としてJPGフジが稼働予定です。ひまわり油では、2025年に当社グループに加入したプロヴァンス ユイルが、高品質なひまわり油の安定供給に貢献しています。シア脂はその搾油・分別を担うフジ オイル ガーナの生産体制を強化し、原料調達体制の安定化を図ります。これら各拠点は、各原料の安定供給だけでなく、バイオマス発電や太陽光発電を利用することで、カーボンニュートラルな生産体制を確立しています。

グローバルでの高品質なサステナブル油脂の供給能力を最大限活用し、顧客や市場のニーズに柔軟に対応できるCBEの展開を加速させます。

パーム油	ひまわり油	シア脂
● ユニフジに加え、JPGフジの稼働による認証パーム油の供給能力強化 ● 搾油で生じる殻や繊維をバイオマス発電の燃料として活用し、環境負荷低減に貢献	● プロヴァンス ユイルがグループ各社へ高品質なひまわり油の安定供給を担う ● 搾油殻を用いたバイオマス発電設備の利用にて、CO₂削減にも貢献	● 搾油・分別を担うフジ オイル ガーナの生産体制を強化し、シア由来原料の調達体制安定化を企図 ● 女性のエンパワメントを主目的としたプログラム「Tebma-Kandu」による現地コミュニティへの支援や、継続したシアの植樹を通じ、持続的な原料確保を目指す

高品質でサステナブルなサプライチェーンが企業価値を支える P.38-39

惣菜・加工食品分野の課題解決に向けたMelavio®の展開

新ブランド「Melavio®(メラビオ)」を立ち上げ、2025年10月より製品展開を開始しました。Melavio®は、これまで培ってきた油脂加工技術を活用し、植物由来でありながら動物脂に近いおいしさや使いやすさを実現した製品群です。原料である動物脂の調達リスクや環境・資源制約への対応が課題となっている惣菜・加工食品分野では、Melavio®を使用することで動物脂の使用量削減が可能となります。原料の安定調達とサステナビリティの両立に貢献する植物性油脂として、Melavio®は加工食品・惣菜用途を中心に採用が進んでいます。

Melavio Series





業務用チョコレート事業

コンパウンドチョコレートの成長基盤強化

当事業は、当社の強みである油脂技術を活かした機能を付加したコンパウンドチョコレートを中心に、顧客の多様なニーズに応えながら成長してきました。2024年のカカオ価格高騰を契機に、コンパウンドチョコレートの価値は世界で再認識され、新たな事業機会も生まれています。こうした市場環境の変化を受け、チョコレート用油脂とチョコレートの双方を手掛ける当社グループの独自の強みを活かし、コンパウンドチョコレートで新たな価値提案をグローバルに展開しています。

2026年度は各地域で進めてきた設備投資が順次稼働する重要な年です。ブラマーでの生産・販売体制強化も含め、各地域で販売拡大を進め、持続的な事業成長の実現を図っていきます。

取締役 兼 最高執行責任者(COO) 兼
チョコレート事業本部長

田中 寛之



業務用チョコレート事業について

製菓・製パン用、冷菓用など多様な業務用チョコレートを製造販売しています。近年は海外市場でピュアチョコレートの展開も拡大しつつ、自社の持つ油脂技術を活用したコンパウンドチョコレートを主軸に展開。コンパウンドチョコレートにおいては、主要市場のマーケットリーダーとして、顧客・市場ニーズを取り入れた研究開発を進め、グループ全体で業務用チョコレートの製品力と供給力の強化を推進しています。



ピュアチョコレート



コンパウンドチョコレート

主な製品群	シェア	
- ピュアチョコレート - コンパウンドチョコレート - アイスコーティングチョコレート - 成型チョコレート	業務用チョコレート	
主な用途	事業拠点	従業員数
チョコレートを使用した商品全般 (チョコレート菓子、菓子パン、洋菓子、アイスクリーム)	9か国12社 ※不二製油(株)と2026/3/31時点の主な連結子会社・持分法適用会社	2,720人
主要原料	セグメント資産	設備投資額
- カカオ - 砂糖 - チョコレート用油脂	3,008億円	136億円
	研究開発費	年間生産数量
	17億円	約40万トン

市場機会

- コンパウンドチョコレートが持つ多様な機能(物性、食感など)が注目され、コンパウンドチョコレートの需要拡大が継続
- 人口増加によるチョコレート消費拡大と、チョコレート消費シーンの多様化
- 健康やサステナブルなどエシカル需要の増加(低糖、タンパク入りやプラントベースなど)

強み

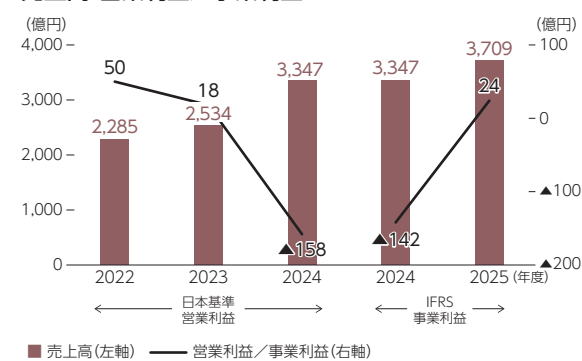
- グループ内の事業シナジー
チョコレート用油脂による機能性付与など、グループ内の他の事業・技術・素材の融合による製品開発と付加価値向上による製品差別化
- 顧客との関係性とサービス対応
市場に密着した製品開発と製品特性を活かしたアプリケーション提案、および生産加工技術や生産管理などのノウハウのグループ内活用により、多様化する顧客要望への対応と顧客からの信頼を獲得

売上高 **3,709億円**
(前期比 +362億円)

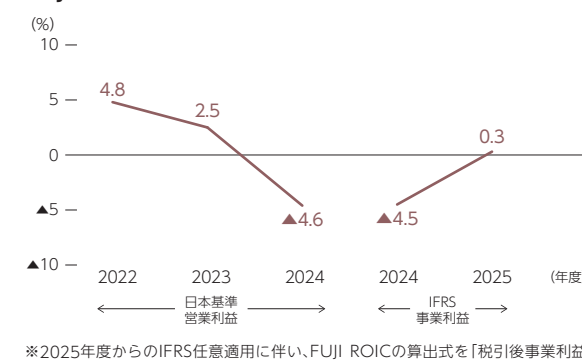
事業利益 **24億円**
(前期比 +166億円)

FUJI ROIC **0.3%**
(前期比 +4.8pt)

売上高・営業利益／事業利益



FUJI ROIC



※2025年度からのIFRS任意適用に伴い、FUJI ROICの算出式为「税引後事業利益 ÷ (運転資本 + 固定資産 + 持分法投資)」へ変更。

コンパウンドチョコレートの設備投資を通じた販売数量の拡大

コンパウンドチョコレートの販売数量の拡大に向け、各エリアでの設備投資を通じて供給体制の強化を進めています。詳細は関連ページをご参照ください。

■ 拡がるコンパウンドチョコレートの可能性 P.34-35

課題解決型製品の創出と、新市場への拡販

顧客課題を起点とした製品開発により、新たな機能や使い方を提案し、市場の広がりにつなげています。

海外

ハラルド(ブラジル): カラーチョコレートの展開



ブラジルで展開するコンパウンドチョコレート製品の使用例

ブラジルでは、祝い事やイベント向けに、見た目が華やかな菓子が親しまれています。従来はベーカリー、菓子店、各家庭で、ホワイトチョコレートに着色し、トッピング用サイズに加工する必要がありました。ハラルドでは、誰でも手軽にイベントテーマを表現できるようタイムリーな製品開発を行い、市場全体の活性化を図っています。

2026年はワールドカップに合わせて、ブラジル国旗を想起させる緑と黄色のカラーチョコレートを期間限定で展開しました。今後もブラジルの文化や嗜好に寄り添うため、消費者行動の変化を注視しながら、現地の課題解決につながる商品群の展開を進めていきます。

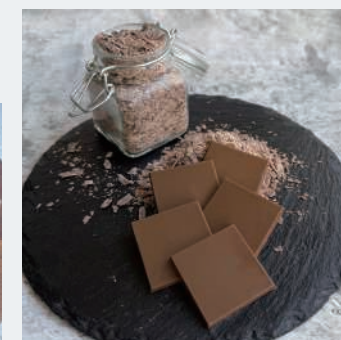
日本

カカオ豆由来の原料不使用製品「アノザM」の展開

「アノザM」は、カカオ豆由来の原料を一切使用せず、植物性素材の組み合わせによりチョコレートのような風味を再現した新たな食品素材です。エンドウ豆やキャロブなどを活用し、従来のチョコレートに近い香りやコク、口どけを実現しました。近年のカカオ供給不安や価格高騰といった課題に対し、新たな選択肢を提示することで、チョコレート文化の持続可能性に貢献するとともに、食の可能性を広げる取り組みです。



エンドウ豆・キャロブ



アノザM

ブラマー

事業環境の大きな変化に向き合ってきたブラマーは、現在、グループ各社との連携を深めながら、北米市場での新たな成長に向けた取り組みを進めています。

Message

ブラマーは、北米市場において長年にわたり顧客から高い信頼と市場でのプレゼンスを築いてきました。一方で、近年の事業環境変化に対して十分に対応できなかったことを重く受け止めています。私は、この課題を単に外部環境によるものではなく、ガバナンスおよび経営基盤の強化が求められる課題と認識し、改革を進めています。

現在、ブラマーは構造改革を通じ、再建から成長への転換に取り組んでいます。さらにブラマーが長年培ってきた市場でのプレゼンスと、不二製油グループが持つ課題解決型の考え方を融合することで、市場に新たなインパクトを与える存在を目指していきます。その実現に向けて、人材育成にも注力し、社員一人ひとりが主体性を発揮できる企業文化への変革と、グループの価値観と実行力を兼ね備えた組織づくりを進めます。

不二製油グループの強みであるコンパウンド製品の拡大には、ブラマーの強みである顧客密着型の開発対応力も不可欠です。こうした強みの融合とグループ一体での経営の深化を通じて、北米における事業基盤の強化と持続的な成長の実現に取り組んでまいります。



上席執行役員
ブラマー チョコレート カンパニー会長
尾形 訓彦

ブラマーの構造改革の進捗

チョコレート最大消費国である米国における、不二製油グループとしての業務用チョコレート事業の展開を見据え、2019年にブラマーを買収しました。グループ加入後は、コロナ禍による老朽化設備の更新投資の遅延や、インフレ、金利の上昇など事業環境が大きく変化し、収益面で厳しい状況が続きました。また、2023年後半からのカカオ豆相場急騰の影響により、カカオ豆原料に関する特殊費用の増加と需要の低迷から、多額の経営負担が発生しました。

こうした状況の中、2024年3月にはシカゴ工場の閉鎖と、キャンベルフォード工場（カナダ）への設備投資を合わせた構造改革を発表し、その遂行を通じて大幅なコストダウンと、新ラインでの高付加価値コンパウンド製品の拡販を進めています。今後は、北米市場でのさらなる販売拡大を見据え、事業基盤の強化を着実に進めていきます。

ブラマー強化のポイント	主な施策	現在地
事業運営の見える化	業績や原料状況の適時把握のため、 - 統一基幹システムの導入 - ミドルオフィスの強化 - 需給バランスの管理強化	⇒ 事業運営の把握精度が向上。リスクマネジメントの強化を通じて、損益変動リスクの抑制を進めている。
生産現場の生産性向上	ロスの削減と良品率向上に向け、 - 現地人材の育成 - 不二製油（株）より駐在員の派遣 - 本社機能軸による継続的な生産性支援	⇒ 生産現場の改善を通じて、主要工場の生産性向上と、生産技術・プロセスの体系化を推進。
執行体制の強化	成長戦略につなぐ、 - 米国市場からの人材登用 - 不二製油（株）より駐在員の追加派遣	⇒ 2026年度のキャンベルフォード工場稼働を含め、北米市場での成長戦略を支える体制構築を進めている。

機能性コンパウンド製品の販売拡大による成長加速

北米市場での成長に向けて、既存のピュアチョコレート事業を中核としつつ、新たな成長軸として機能性コンパウンド製品の販売拡大を重点テーマの一つと位置づけています。当社グループが長年培ってきた油脂技術と、ブラマーが築いてきた顧客接点・販売基盤を活かし、市場ニーズに即した提案を強化することで、持続的な成長につなげていきます。

Message

この1年間、ブラマーでは、営業、研究開発、マーケティング、カスタマーサービスといった顧客対応機能を束ねた体制へと再編し、顧客とのパートナーシップ強化にも取り組みました。顧客に近い立場でニーズを丁寧に把握する取り組みは、着実に成果を上げています。迅速な品質向上、信頼性、高いサービス水準は顧客からも高く評価されています。

戦略面では、幅広い製品ポートフォリオを展開しながら、特にブラマーの強みであるCBEおよびコンパウンド製品の製品開発に注力しています。昨年度には多くの新製品を市場投入するとともに、R&Dセンターに顧客チームを招き、開発提案を進めました。さらに、2月に開始したIce Cream Solutionsキャンペーンも業界内で着実な反響を得ています。

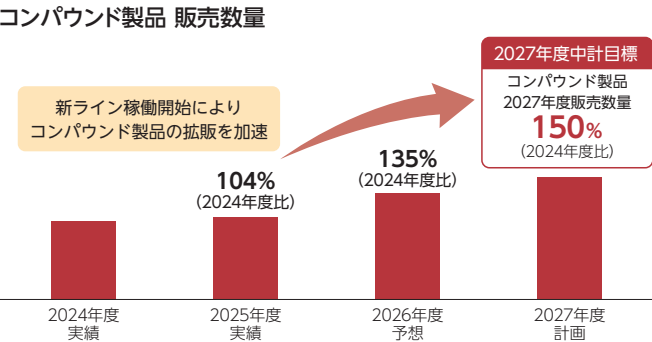
顧客からのフィードバックと社内チームの高いエンゲージメントは、ブラマーに大きな自信を与えています。特にコンパウンド製品の対応力拡充を背景に、今後も市場シェアの拡大が続くと見えています。



ブラマー
SVP Commercial
Hugo van der Goes

主な取り組み 1 キャンベルフォード工場の稼働

北米市場でのコンパウンド製品の販売拡大を支える生産拠点として、キャンベルフォード工場では、アイスクリームのコーティング用チョコレートに加え、CBEコンパウンドなどの機能性コンパウンド製品の供給能力を強化します。品質の安定を保ちながら、用途に応じた製品供給の幅を広げ、販売拡大につなげていきます。



主な取り組み 2 油脂技術を活かしたコンパウンド製品の開発



ブラマーのコンパウンド製品の使用例

油脂のサプライヤーであるフジ ベジタブル オイルをはじめ、当社グループ各社と連携し、各地域で培ってきた知見や製造ノウハウを製品開発に活かしています。ピュアチョコレートを中心とする北米市場においても、コンパウンド製品の採用事例が生まれており、今後はこうした実績をもとに、販売拡大に向けた取り組みを進めていきます。



乳化・発酵素材事業

グローバル連携で挑戦領域の 拡販と進化を加速

食を取り巻くニーズが多様化する中、乳化・発酵素材事業では、独自技術を基盤に高付加価値な素材を提供し、新たな食の価値創出に取り組んでいます。2026年度は、挑戦領域の拡販を着実に進めるとともに、日本で培った乳化・発酵技術を活かし、海外における新たな製品展開のあり方について検討を開始します。あわせて、グループ内の販売・製造の最適化に向けた取り組みを進め、各地域の強みを結集することで、顧客・市場ニーズに即した提案力および供給体制の強化につなげてまいります。

執行役員
乳化発酵素材事業本部長

藤崎 修一



乳化・発酵素材事業について

独自の乳化・発酵技術を活かし、植物油脂と乳原料を組み合わせたコンパウンド製品（ホイップクリーム、マーガリン、フィリング、チーズ風味素材など）に加え、乳原料を使用しないプラントベース製品も展開しています。「おいしさ」と「機能性」を兼ね備えたこれらの製品は、日本、東南アジア、中国を中心に、主に製菓・製パン市場で幅広く提供されています。



ホイップクリーム



フィリング

主な製品群			シェア		
● クリーム	● マーガリン	● フィリング	● 業務用ホイップクリーム*		
● チーズ風味素材	● 調製品		日本 第1位		
			※植物性脂肪を含むホイップクリームを指す		
主な用途			事業拠点	従業員数	
● 洋菓子	● パン	● 飲料	4か国9社	1,205人	
● 調理			※不二製油(株)と2026/3/31時点の主な連結子会社・持分法適用会社		
主要原料			セグメント資産	設備投資額	
● 植物油脂	● 乳製品	● 砂糖	625億円	41億円	
			研究開発費	年間生産数量	
			12億円	約22万トン	

市場機会

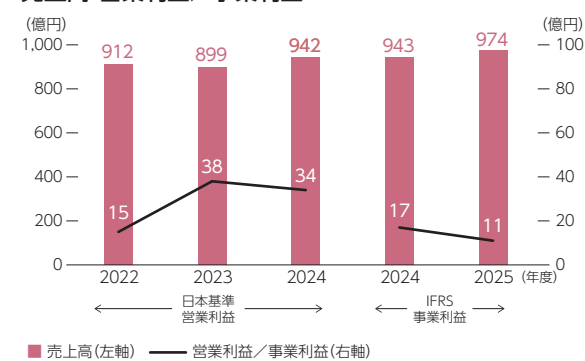
- 食の多様化に応える、新しい「おいしさ」と「機能性」を兼ね備えたコンパウンド製品の需要拡大
- 省人化、フードロス削減、食の多様化など社会課題に対応した提案機会の拡大
- 東アジア・東南アジアでの食文化の変化

強み

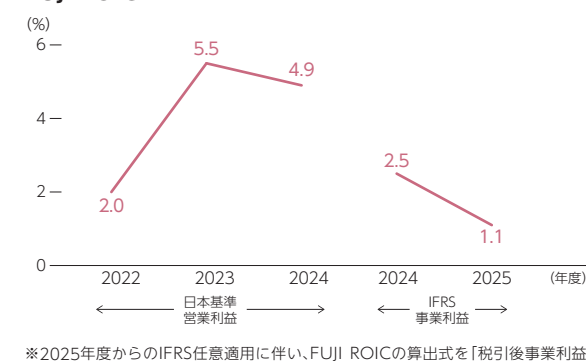
- 課題解決型提案を可能にする販売・開発体制
各地の拠点機能を基盤に、日本の技術展開も活かし、ニーズに応える課題解決型提案を実施
- 独自素材を活用した差別化製品の展開
独自素材を中間原料として使用し、風味と機能で差別化した高付加価値製品を展開
- サステナビリティ訴求製品の展開
プラントベース等サステナビリティ訴求のニーズに対応する製品群の展開

売上高 **974億円** (前期比 +32億円)
事業利益 **11億円** (前期比 ▲6億円)
FUJI ROIC **1.1%** (前期比 ▲1.4pt)

売上高・営業利益／事業利益



FUJI ROIC



※2025年度からのIFRS任意適用に伴い、FUJI ROICの算出式为「税引後事業利益 ÷ (運転資本 + 固定資産 + 持分法投資)」へ変更。

中国

市場環境を踏まえたポートフォリオ最適化を推進

中国の市況悪化・過当競争・デフレが継続する中、課題解決型企業への転換を加速させるべく「ソリューション企画室」を新設。また適切な価格改定および大規模なコストダウン政策を実施し、収益性を重視した運営を推進しています。流動性のある市場環境の中でも安定的に収益を確保できるよう、経営資源配分を見直し、グループ会社間のシナジーを活かしながら、「おいしさ」と「機能性」を兼ね備えた製品を拡販し、顧客の課題解決に寄与します。



執行役員
不二(中国)投資
有限公司 総経理
鵜持 浩二

重点戦略

- 営業体制をエリア制へ再編し、機動力・サービスを高める
- 差別化製品・高付加価値製品の展開を強化
- OEM新規ルート開拓



独自技術による生クリーム開発と、日本式デザートトレンドを取り入れたアプリケーション開発の両面から、重点顧客への展開を推進

日本

独自原料や新技術を活用した、高付加価値製品群を拡充

日本では、USS素材をはじめとする独自原料を活用し、乳化・発酵技術およびそのプロセスを活かした価値創造を行うことで、原材料価格や市場環境の変動に左右されにくい事業基盤の構築を進めます。これにより、お客様の製品品質の向上や調達リスクの軽減を通じて、顧客課題の解決に貢献してまいります。

加えて、国内外グループ会社との連携により製造体制の最適化を進めるとともに、収益性の高い事業構造への転換を推進します。さらに、国内で培った高付加価値製品群を、各市場のニーズに応じて仕様最適化し、海外市場へ段階的に展開していきます。

本熟フロマージュシリーズ



独自の発酵技術により、本格的で濃厚な味わいを実現したチーズ風味素材。たっぷり使ってチーズ風味を前面に出したり、少量使ってコク・乳味の付与など風味表現の幅の拡大に寄与。

SUTTOFULシリーズ



乳化技術により、濃厚なのにスツと消える相反する体験がひとつになった、まったく新しい食感と味わいのフィリング製品。これまでにない特徴的なレシピー・メニューづくりに寄与。



大豆加工素材事業

高まるタンパク質ニーズに応え、収益基盤を強化

食の未来を見据えた時に、タンパク質摂取ニーズは今後も高まりが続くと考えています。また、動物性タンパク質の供給を巡る課題への関心が高まる中、大豆加工素材事業の役割はますます大きくなっていきます。当事業では、大豆の加工技術と提案力を活かし、顧客の課題解決に貢献する製品提案を強化してまいります。加えて、高付加価値製品の開発・拡販に注力する一方で、大豆たん白食品事業については再編を進め、事業全体の収益性改善に取り組んでまいります。

執行役員
大豆加工素材事業本部長

鈴木 清仁



大豆加工素材事業について

大豆たん白素材（粉末状・粒状）、機能剤（多糖類・ペプチド等）、大豆たん白食品といった製品群により、様々な食の課題や消費者の要望に対して、おいしさ・栄養・健康・機能性等の観点から製品開発・提案を行い、事業展開しています。大豆に関する長年の知見と技術により、引き続き、おいしさはもちろん、食の楽しさ、多様性に貢献します。



水溶性大豆多糖類を使用した食品例



大豆たん白素材を使用した食品例

主な製品群	シェア	
- 大豆たん白素材（粉末状大豆たん白、粒状大豆たん白） - 機能剤（水溶性大豆多糖類、水溶性えんどう多糖類、ペプチド） - 大豆たん白食品	大豆たん白素材 日本 第1位	水溶性大豆多糖類 世界 第1位 、日本 第1位
主な用途	事業拠点	従業員数
- ハム、ソーセージ - プロテイン - 冷凍食品、惣菜 - 外食、給食 - 飲料	3か国5社 ※不二製油（株）と2026/3/31時点の主な連結子会社・持分法適用会社	469人
主要原料	セグメント資産	設備投資額
大豆	408億円	32億円
	研究開発費	
	12億円	

市場機会

- 世界的な動物性タンパク質不足、価格高騰懸念に対して、植物性タンパク質の需要増加
- 健康需要の継続的増加

強み

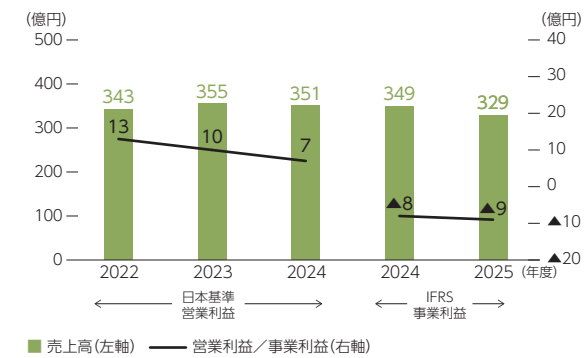
- 課題解決型の製品開発体制
大豆に関する長年の知見と技術を有し、油脂、その他素材との技術融合による、課題解決型の製品開発力を保有
- 安定した品質の生産力
徹底した生産プロセスの管理を通じて安定した品質の製品を提供
- 幅広い顧客基盤を構築
他事業での顧客も含め、食品業界に幅広く顧客基盤を有し、信頼関係を構築。蓄積したノウハウにより、市場へのタイムリーな提案営業を展開

売上高 **329**億円
(前期比 ▲21億円)

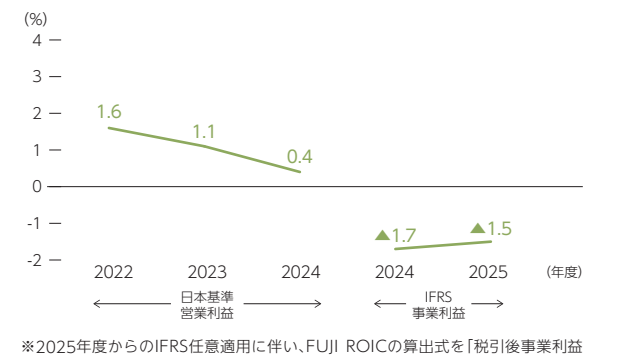
事業利益 **▲9**億円
(前期比 ▲1億円)

FUJI ROIC **▲1.5%**
(前期比 +0.2pt)

売上高・営業利益／事業利益



FUJI ROIC



※2025年度からのIFRS任意適用に伴い、FUJI ROICの算出式为「税引後事業利益 ÷ (運転資本 + 固定資産 + 持分法投資)」へ変更。

収益力強化に向けた大豆たん白事業の再構築

当事業では、収益力の強化に向けて構造改革を進めています。日本エリアを中心に展開していた大豆たん白食品においては、生産体制や資産のあり方を見直し、事業基盤を再構築することで、安定的に収益を生み出せる体制への転換を図っています。

そのうえで、確保した経営資源を、食品メーカーの品質設計や生産現場の課題解決に貢献できる高付加価値の大豆たん白素材・機能剤といった製品群に重点的に振り向け、成長機会の取り込みを進めています。構造改革と重点領域への注力を両輪に、持続的な成長につながる事業構造への転換を目指します。



大豆たん白素材を生産する千葉工場

お客様や社会の課題に応える製品

サンラバーSY2000が変える、惣菜づくりの工程

サンラバーSY2000は、ハンバーグなどの惣菜づくりを支える大豆たん白素材です。食感を整え、形を保ちやすくするとともに、肉汁の流出を抑えることで、おいしさを付与します。また、独自技術により簡便な機器でも分散しやすく、作業工程の簡素化にも貢献します。安定したものづくりを支える素材として、惣菜づくりの新たな選択肢を広げています。



従来は別の機器で行っていた、下ごしらえの作業を簡略化。同一の機械で、下ごしらえから生地之作成まで完結できる。



ソヤセルが広げる、食品づくりの選択肢

ソヤセルは、おからを活用したアップサイクル素材です。パンのしっとり感向上やフライ系製品の吸油抑制、洋菓子の冷凍耐性など、食品添加物ではなく食品素材でありながら多様な機能を持っています。環境配慮およびクリーンラベル化を意識した製品づくりを進める、韓国を代表する総合食品メーカーDaesang社のマヨネーズにも、物性面の向上に寄与する素材として採用されるなど、食品メーカーの多様なニーズに応える商品設計を支えています。



韓国 Daesang社の製品