

# J-オイルミルズの歩みとこれから

2019年、J-オイルミルズはおかげざまで設立15周年を迎えました。

当社は、2004年にホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が統合して設立された会社です。

統合以来、各社が培った有形・無形の資産や強みを一つに融合させ、相乗効果を発揮することで、

社会に商品等を通じた様々な価値を提供してきました。

当社はこれからもその強みに一層磨きをかけることで、「あぶら」を究め、

心動かすおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」となることを目指します。

## J-オイルミルズは、2004年に3社ともに100年以上の歴史を有するホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が合併して誕生

### 味の素製油



- 油脂のおいしさの研究
- 家庭用市場での高い認知度

### ホーネンコーポレーション



- 原料を使い切る取り組み  
スターチ、ケミカル、微量成分、大豆粉事業
- 業務用市場での強固な営業基盤

### 吉原製油



- 様々な油種の取り扱い
- 油酸化測定を通じた顧客の課題解決

統合



経営統合により、3社がそれぞれの歴史の中で培ったノウハウが融合し、新たな「技術力・提案力・現場力」といった強みとして形成されました。それが今日の高機能商品やコンサルティング型営業、技術サポートなどの独自の価値を創出する源泉となっています。

### J-オイルミルズの3つの強み

技術力 × 提案力 × 現場力

3社それぞれのノウハウを融合させ、独自の価値創造力の源泉に

融合

高機能商品の創出

コンサルティング型営業

技術サポート力

## J-オイルミルズの歩み

### 日本の製油業界の礎を築いた3社

統合前の3社の源流をたどると、味の素製油の前身のひとつである熊沢家、吉原製油の前身である吉原家はそれぞれ江戸時代から食用油の製造、販売に携わっていました。ホーネンコーポレーションの創業は、明治時代の南満州鉄道に遡り、その後南満州鉄道から神戸の財閥であった鈴木商店に引き継がれます。3社は当時貴重な栄養素であった油脂や、また蛋白源として、あるいは畜産業や農業の肥飼料の重要な資材でもある油粕(ミール)事業を発展させ、研究開発を通じて様々な商品や技術を世に送り出し、それぞれが日本の製油業界をリードするとともに、日本の食生活の発展に貢献してきました。

### 多様な企業文化と資産の融合

2004年7月、J-オイルミルズが誕生しました。合併した3つの会社は、それ以前にも統合を経験し、また企業グループを有していた歴史があります。現在でも当社グループである日華油脂をはじめ、熊澤製油産業、東洋製油、日本大豆製油、旭油脂、豊年リーバ等は、それぞれ独自の技術や商品、市場、文化を有し、現在の当社に受け継がれています。合併以降当社はこれらの培われてきた貴重な資産を融合し、強みの掛け算で様々な独自の価値を新たに生み出し続けています。

J-オイルミルズのこれから

「あぶら」を基盤として、  
顧客・社会課題の解決に貢献する  
CSV経営を推進し、  
SDGs達成にも貢献する



## 多様な価値を融合し、 あらたな発展のステージへ

これまで培ってきた多様な文化や財産、知見やノウハウ、  
各分野におけるお客様とのつながりを融合させ、強みの掛け算で新たな価値を創造しています。



業務用油脂

### 国内シェア約40%

レストランなどの飲食店、  
お弁当やお惣菜などの中食、  
豆腐製造など加工食品にご利用いただく  
業務用油脂の分野で約40%と高いシェアを獲得。  
プロの厳しい目に鍛えられた品質と  
おいしさで食生活の基盤を  
支えています。



幅広い顧客ネットワーク

### 広域な食領域をカバー

当社は歴史ある企業が統合してきたため、  
幅広い地域や分野のお客様と  
ネットワークを有しています。  
食に関わる多くのお客様との繋がりを通して  
食品業界に貢献しています。



味の素グループとのシナジー

### グループの商品力を活かした営業活動

味の素グループの一員として、家庭用油脂商品の多くは  
AJINOMOTOブランドで展開しています。  
グループ企業との連携で  
全国の販売店様に  
様々な販促活動を展開しています。

3つの強みをベースに  
培ったJ-オイルミルズ独自の  
価値創造の源泉



強みの掛け算

### 様々な食のシーンで当社商品が採用

油と加工油脂やスターチなどの  
当社が持つ素材を掛け合わせ、  
これまで培った知見やアイデアを磨くことで、  
様々な商品カテゴリーに採用され  
高い評価を受けています。



出口戦略

### 業務用⇒家庭用商品への展開

高いシェアを誇る業務用の分野で、  
お客様から頂いた貴重なご意見を活かし、  
家庭用の商品や  
お客様のプライベートブランド(PB)として  
商品開発し好評をいただいています。