



第三期中期経営計画 (2011～2013年度)

株式会社 **J-オイルミルズ**

2011年5月24日

問い合わせ先：広報・IR推進室長 藤田一郎

TEL: 03-5148-7103

FAX: 03-5148-7107

E-mail: ichiro.fujita@j-oil.com

目次

■第三期中期経営計画の基本方針・基本理念

基本方針	2
これまでの中期経営計画	3
第二期中期経営計画のまとめ	4
基本理念	5
安定と成長を支える基盤としてのCSR経営	6

■事業計画

事業計画の骨子・指針	7
パラダイム変化の中での事業運営	8
製油・油脂販売戦略	9
油脂商品戦略	10
成長領域戦略[1]粉末油脂事業	11
成長領域戦略[2]海外油脂事業	12
成長領域戦略[3]食品・ファイン事業／化成品事業	13
SCM戦略	14
人財戦略	15

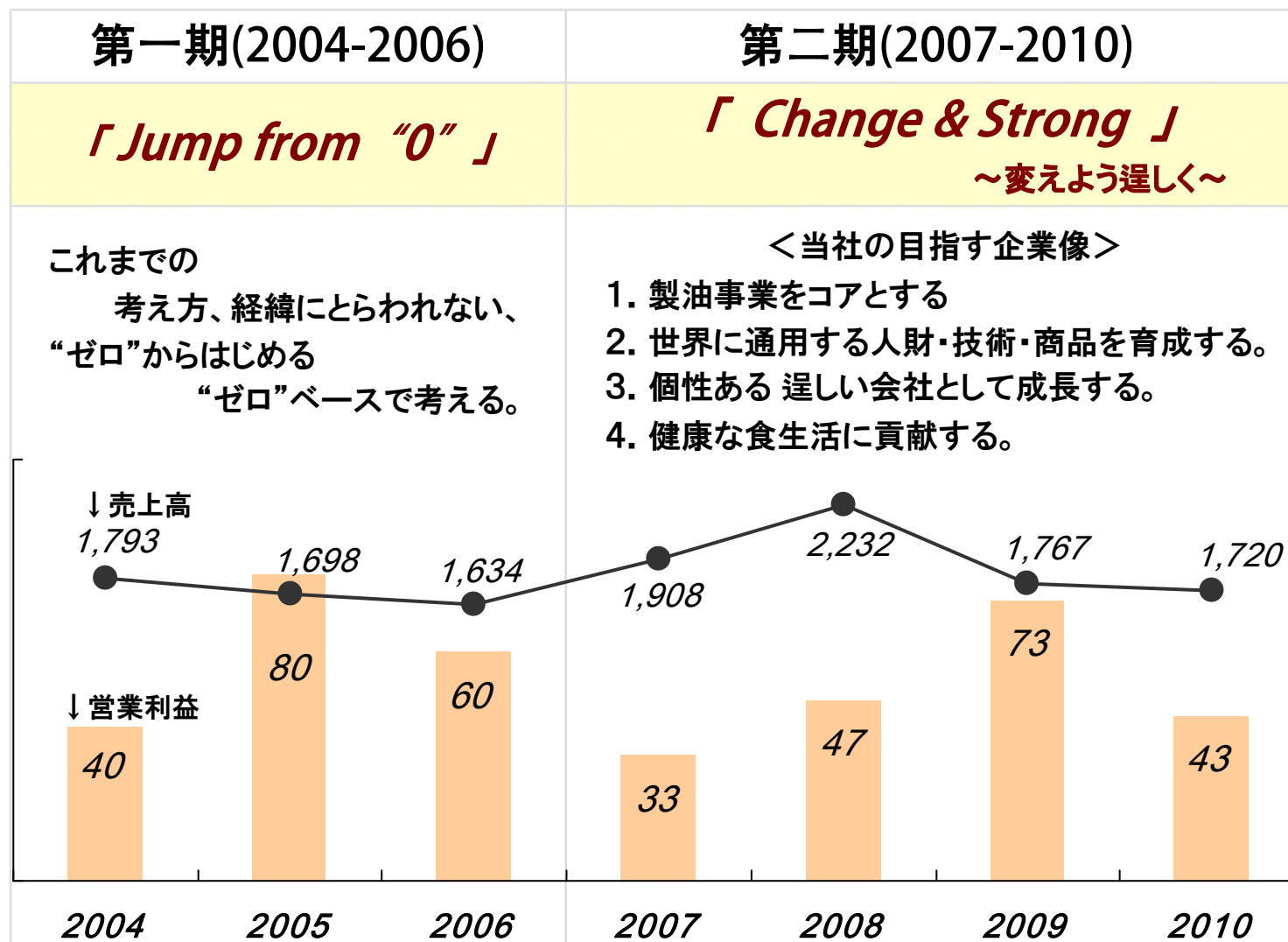
■経営数値目標

16

基本方針

『安定と成長 2020』

これまでの中期経営計画



第二期中期経営計画のまとめ

1. CSR経営の推進 食品安全の強化と品質向上の推進

2. 人財の育成と人事制度改訂

			(最終年度) 4ヵ年累計 目標	07-09年 累計	10年度 実績	4ヵ年累計 実績
収益改善 施策	事業 政策 48億円	3. 各事業の基盤強化と発展、成長	10億円	1億円	△1億円	0億円
		4. 新製品の導入と付加価値商品の拡販 (スピードアップ・スケールアップ)	38億円	30億円	8億円	38億円
	コスト ダウン 59億円	5. 生産・物流・原材料のコストダウン	56億円	46億円	17億円	63億円
		6. 固定費の削減	3億円	13億円	5億円	18億円
収益改善目標額			107億円	90億円	29億円	119億円

(2006年度対比2010年度)

基本理念

『ステークホルダー
(取引先・社員・株主・社会)の
幸せを実現する。』

安定と成長を支える 基盤としてのCSR経営

CSR経営の推進

【1】企業の存続

- ① コーポレートガバナンスの深化
- ② コンプライアンスの実践
- ③ リスクマネジメントの強化

【2】企業価値の向上

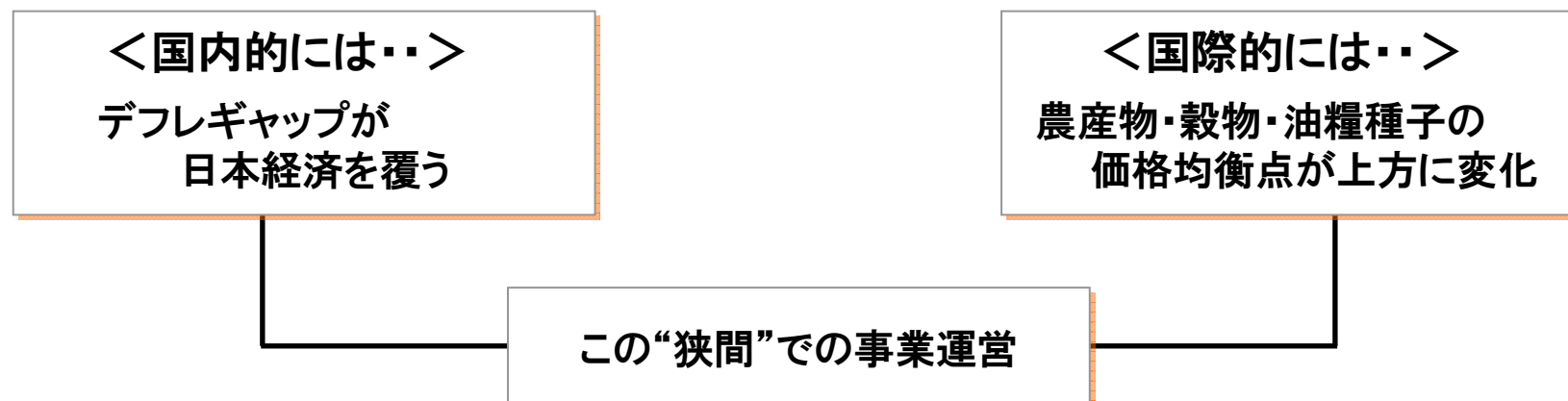
- ① 安全安心な商品・サービスの提供
- ② CSR調達の推進
- ③ 社会貢献活動の推進
- ④ 積極的な情報開示

【3】環境経営の推進

- ① 地球温暖化防止への取組み
- ② 資源循環の推進
- ③ 環境配慮型商品・サービスの提供
- ④ 生物多様性保全への対応
- ⑤ 環境法令の遵守

事業計画の骨子・指針

【パラダイムの変化】



パラダイム変化の中での事業運営

「成熟市場モデル」での展開
収益基盤強化領域戦略
(製油・油脂事業)

「成長市場モデル」での展開
成長領域戦略

【販売戦略】

「“J-オイルミルズらしい”
営業活動の実践」

- お役立ちの提案で
顧客満足度No. 1企業へ
- 価値に見合った
製品価格の設定

- 営業力強化(企業関係、提案力)
- 価格政策
- オペレーション力強化
- コストダウン

【商品戦略】

顧客ニーズにあわせた
商品の間断のない提供

- 既存商品の強化
- 付加価値型商品の
開発・導入

【新たな価値創造】

【粉末油脂事業の展開】

- グループ企業連携

【当社の財産】

【食品・ファイン】
【化成品】

強化、拡大

- スターチ
- ファイン
- 健康食品
- 「まめのりさん」
- 生化学
- 化成品

【成長分野】

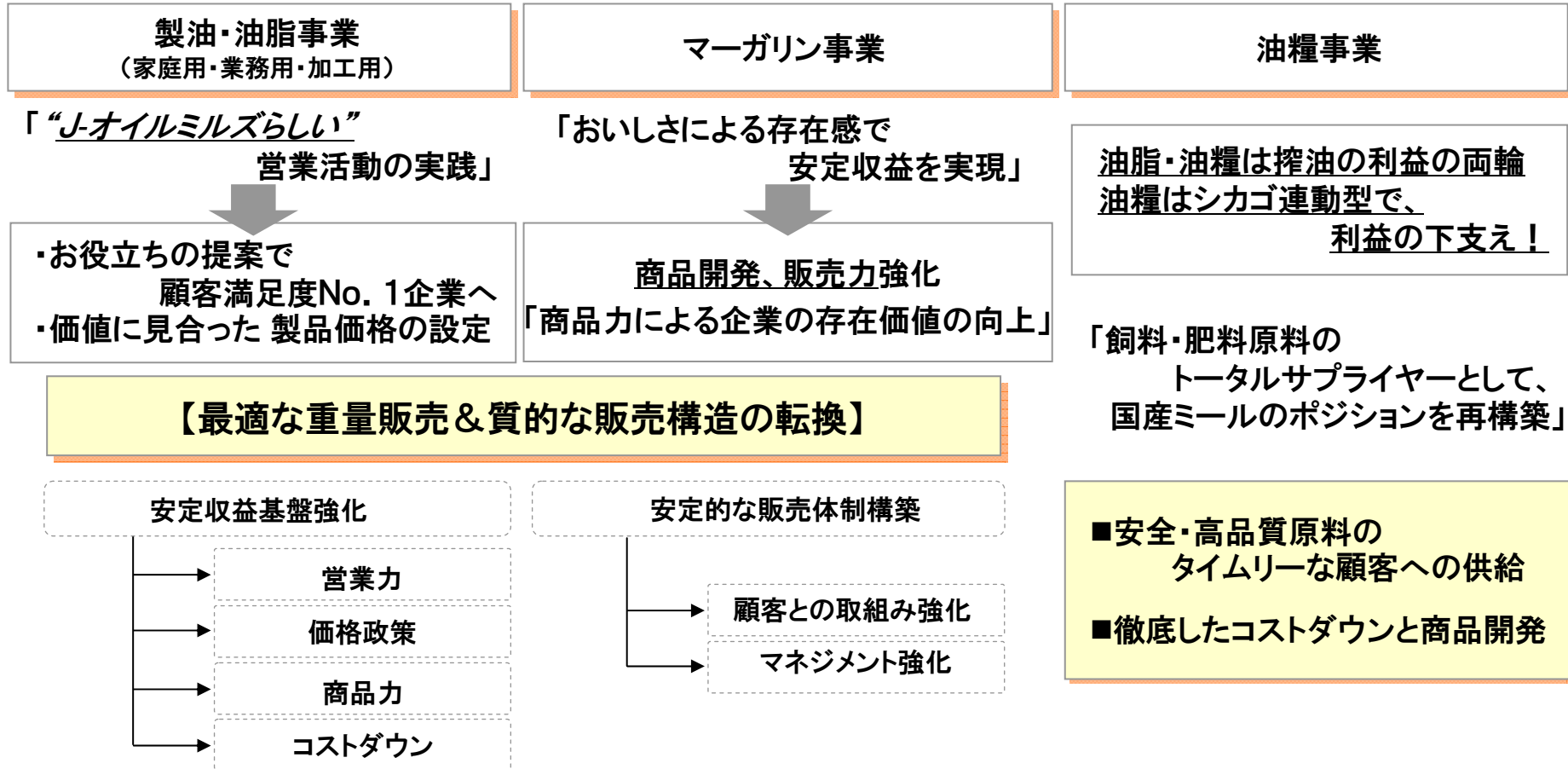
【海外事業展開】

- 米国
- 中国
- インド
- タイ
- 油脂
- スターチ
- ファイン

アライアンスパートナーとの連携強化

製油・油脂販売戦略

お客様の要望に全組織全社員が『最高』の対応を行い、
『いい会社』として認知されるよう、全社一丸の営業活動を真摯に実施、信頼を勝ち得る。

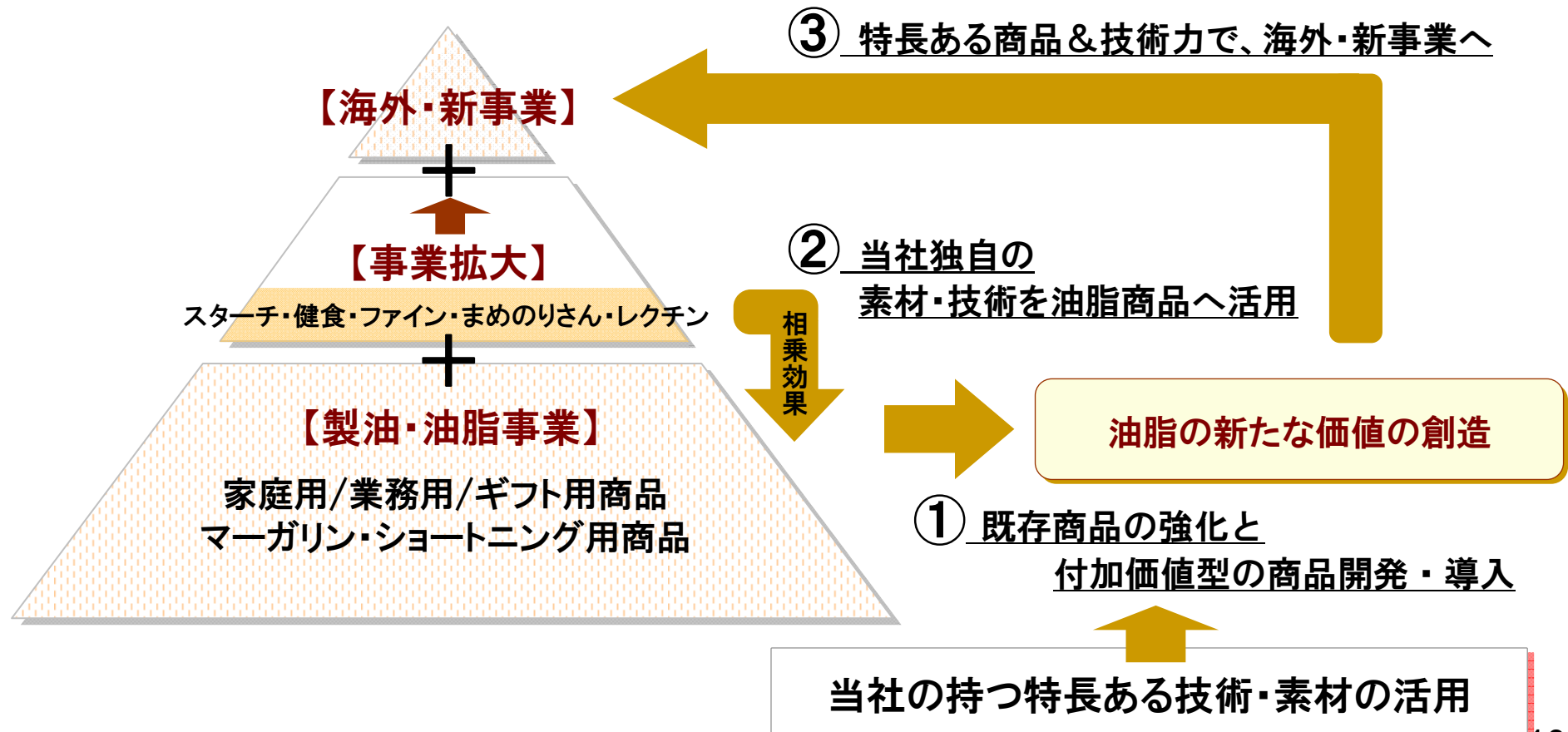


goal 『最高』品質の商品を、『最高』の営業及び社員の手を通してお客様へお届けし、
『最高』の食のシーンを演出。当社商品に関わる全ての人に『最高』に幸せな時間を過ごしてもらう。

油脂商品戦略

■油脂商品開発方針

お客様のニーズの変化に合わせ、
既存商品の強化 と 付加価値型商品の開発・導入 をタイムリーに推進

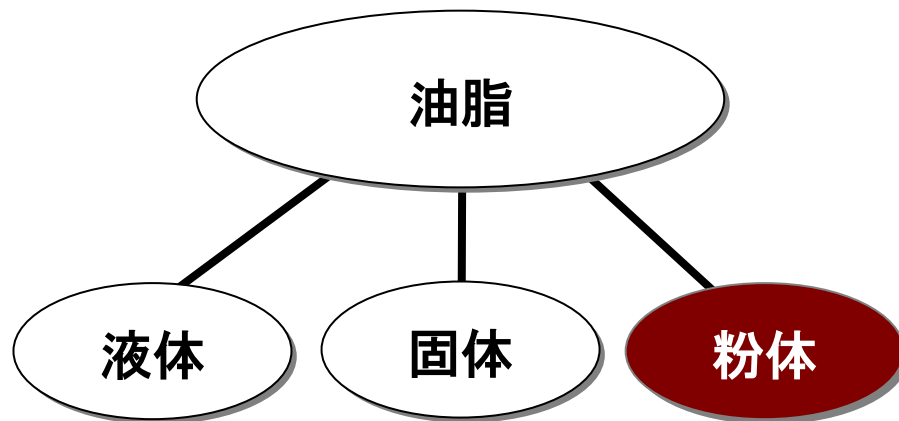


成長領域戦略 一 [1] 粉末油脂事業

■事業目標

・油脂事業領域の拡大

粉末油脂としての事業化 と 既存事業とのシナジー効果創出



【事業展開】

<i>step1</i>	グループ企業連携での ビジネスを開始
<i>step2</i>	自社商品開発・販売 (シナジー効果創出) ～当社の持つ独自技術・素材の活用～
<i>step3</i>	海外展開

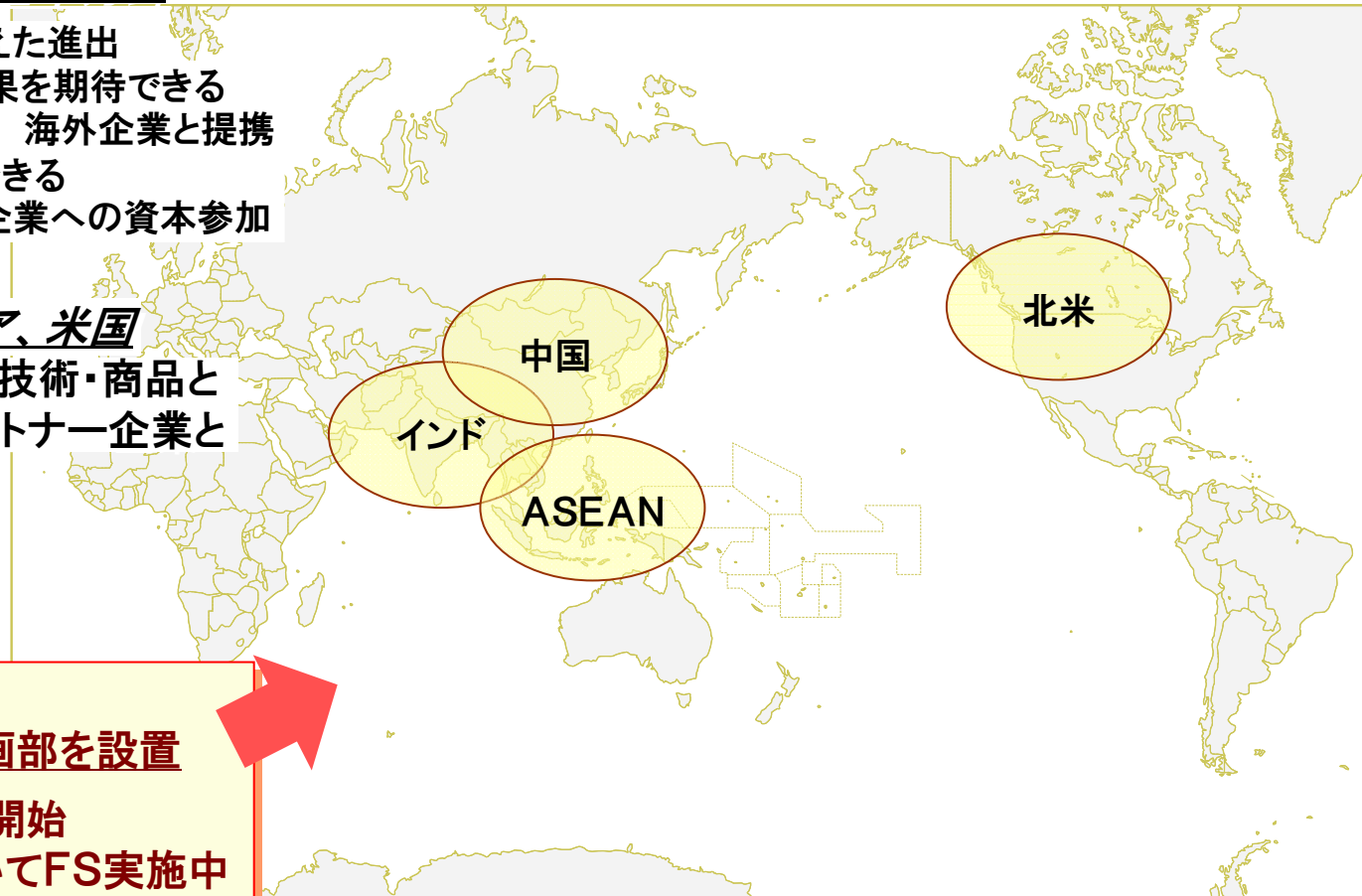
成長領域戦略 ー [2] 海外油脂事業

● 海外油脂事業展開の基本方針

- ① 自社技術力・商品力を携えた進出
- ② 国内事業とのシナジー効果を期待できる
海外企業と提携
- ③ キャピタルゲインが期待できる
海外企業への資本参加

● 重点エリア ⇒ アジア、米国

アジアを中心に当社の技術・商品と
ニーズが合致するパートナー企業と
取組みの実施



**海外油脂事業を専門に
行う組織・事業企画部を設置**

- 組織的な取組みを開始
- 各重点エリアにおいてFS実施中

※FS: フィージビリティスタディ

成長領域戦略 ー [3] 食品・ファイン事業／化成品事業

スターチ部門	ファイン部門	健康食品部門	生化学部門 (レクチン)	化成品事業
<p>「より差別化された スターチメーカーへの 変貌」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①基盤事業の強化 ②加工でん粉事業の強化 ③海外販売の拡大 	<p>「独自素材 (大豆微量成分) での事業強化拡大」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①基盤事業の強化 (トコフェロール) ・生産性改善 ②VK2の拡販 ・欧米市場での拡販 ・コストダウン取り組みの推進 ③サポニンの拡販 ・食品用途拡大 ・コストダウン取り組みの推進 ④新機能商品開発の推進 	<p>「”当社グループ素材“の 積極活用で、チャネル・ ターゲットの拡大」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①既存領域 ・サプリメントの改良強化 (独自素材利用) ②新領域 ・「明らか食品」の上市育成 ・最適販売形態構築 	<p>「レクチン 応用事業への展開」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①レクチン応用技術の向上 ②事業化へのFSの推進 	<p>「既存領域の強化と 新規領域での事業拡大」</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 既存事業の強化 ・フェノール樹脂強化 ②新規領域への進出 ・ホットメルト技術活用領域での拡大 ～接着技術を応用 ・抗菌剤(PDC)ビジネスの拡大 ～木質有用成分活用
		<h3>「まめのりさん」部門</h3>		
		<p>「エリアと用途の拡大による事業拡大」</p> <ul style="list-style-type: none"> ①米国 ・既存用途でのエリア拡大 ・レシピ開発と提案による用途拡大 ②国内、欧州 ・機能性訴求による認知度向上 ・レシピ開発と提案による用途拡大 		

SCM戦略

生産部門

「ローコストオペレーションの実行と
生産における新たな価値の創造」

- ① ローコストオペレーションの実行
- ② 技術革新継続による
差別化製品の創出
- ③ アライアンスパートナーとの
連携強化
- ④ グローバル展開の推進

◆コストダウン目標額
(3カ年・既存部門)

約30億円

資材部門

「安心・安全品質資材の
安定調達」

- ① CSR調達の推進
- ② 安定調達の継続
- ③ 資材品質安定性の向上
- ④ 包材開発、包材改善
(UD、エコ、商品力向上)
- ⑤ コストダウン施策の実行

物流部門

「物流品質の向上」

- ① 物流クレームゼロ化
- ② 業務提携先との連携強化
- ③ CSRとグリーン物流
- ④ コストダウン施策の実行

人財戦略

『人は企業の財(たから)』

「強化事業・分野に資する人財育成と組織の活性化・効率化」

【人財の育成】

- ・強化事業・分野で活躍できる人財の育成

【組織の活性化】

- ・人事制度充実
- ・女性・再雇用者の活躍

【組織の効率化】

- ・マネジメント制度運用強化による組織の効率化

経営数値目標（連結）

（単位：億円）

		2010年度	2013年度	<2020年度の目指す姿>
[売上高]		1,720	2,000	<p>◆安定した国内製油事業を 収益基盤とする。</p> <p>◆海外油脂事業を一定の柱へ。</p> <p>◆食品・ファイン、新規事業を 更に発展させ、大きな収益の柱へ。</p>
構成比	収益基盤強化領域	88%	86%	
	成長領域他	12%	14%	
[営業利益]		43	100	
構成比	収益基盤強化領域	90%	85%	
	成長領域他	10%	15%	
[純利益]		18	55	



J-OIL MILLS

本資料取扱上の注意

- 本資料の金額は、四捨五入で表示しています。
- 本資料記載の内容は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものです。
実際の業績は、さまざまな要因により本資料の予想とは異なる結果となる可能性がありますことをご承知おきください。