



2021年3月31日

各 位

会 社 名 日清オイリオグループ株式会社
代表者名 代表取締役社長 久野 貴久
(コード番号 2602 東証第1部)
問合せ先 取締役 常務執行役員 小林 新
(TEL. 03-3206-5109)

**「日清オイリオグループビジョン2030」および
中期経営計画「Value Up+」策定に関するお知らせ**

当社は、「日清オイリオグループビジョン2030」および2021年度から2024年度までの4ヵ年を対象とする中期経営計画「Value Up+」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

なお、詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以 上



日清オイリオグループ

ビジョン2030

本資料のコンテンツ

Part I

イントロ
ダクション

Part II

目指す姿

Part III

成長シナリオ

Part IV

重点領域に
おける
共有価値と
CSV目標



Part I イントロダクション

- 1** 当社グループの価値創造の歴史
- 2** 日清オイリオグループ理念体系

1 当社グループの価値創造の歴史

110年以上にわたり、社会と共有できる価値を創造してきた

3,334億円
(2019年度)



1907- 創業期

1907

大倉喜八郎(左)、松下久治郎(右)が
日清豆粕製造(株)創立



1918

日清製油(株)へ社名変更

1924

日本初のサラダ油を
発売



1945- 事業基盤拡充期

1951

業界で初の食用油ギフトセット発売



1959

研究所設立

1963

横浜磯子工場の操業開始



1970- 新事業展開期

1973

ファインケミカル事業に本格参入

1980

マヨネーズタイプ調味料
「日清マヨドレ」発売



1992

日清キャノーラ油発売



1995

和弘食品(株)と資本業務提携

1996

BOSCOオリーブオイル
発売



2000- 新会社としての出発

2002

日清製油(株)、リノール油脂(株)、
ニッコー製油(株)が経営統合、
日清オйлグループが誕生

2003

特定保健用食品
ヘルシーリセッタ発売



2005

マレーシアのISF社に
資本参加



2007

創立100周年(株)ピエトロと資本業務提携

2009

大東カカオ(株)に資本参加

2010- 次の100年へ

2010

日清MCTオイル
発売



2011

スペインのIQL社に資本参加

2015

フレッシュキープボトル
の発売



2024

日清サラダ油発売100周年

沿革

共有価値

▶ 野菜の生食文化の普及

▶ お中元、お歳暮文化の普及に寄与

▶ 大量生産により、サラダ油を手に
届きやすく

▶ 植物由来で高品質な化粧品原料を提供

▶ コレステロール、卵アレルギーを
気にされる方もマヨネーズタイプの
調味料を食べられるように

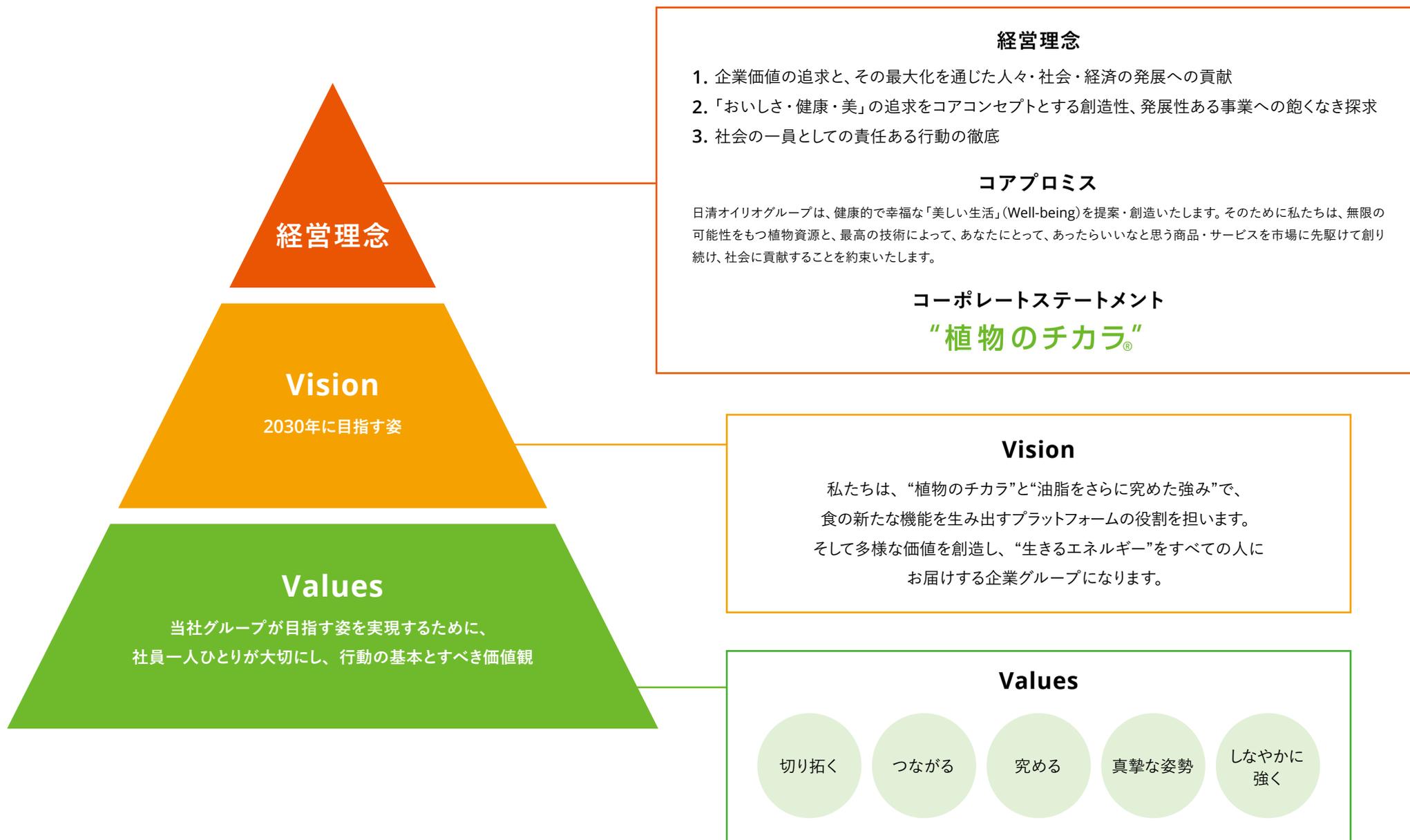
▶ 揚げ物品質の向上に寄与

▶ オリーブ油普及・定着化に寄与

▶ 体脂肪が気になる方も食用油を
楽しめるように

▶ オイルを“かける”という新たな
食べ方の拡大に寄与

2 日清オイリオグループ理念体系





Part II 目指す姿

- 1 2030年に目指す姿 (Vision)
- 2 2030年に目指す事業規模
- 3 共有価値を生み出す「6つの重点領域」
- 4 各重点領域におけるCSV目標
- 5 価値創造モデル

1 2030年に目指す姿 (Vision)

私たちは、“植物のチカラ”と“油脂をさらに究めた強み”で、食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担います。そして多様な価値を創造し、“生きるエネルギー”をすべての人にお届けする企業グループになります。

- ▶ 当社グループはコアコンピタンスである「油脂」をさらに究めていく。
- ▶ これからは「油脂」を素材として提供するだけでなく、「当社が持つ強みを活かし、他の食品メーカーや素材メーカーなどが参画し、共に新たな価値を創造できる仕組み」として、食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担っていく。
- ▶ 油脂の価値は、人が生きるために必要な密度の高い根源的なエネルギーである。また、おいしい食事で人を笑顔に、栄養機能で人を健康に、美を演出し活力をあたえる無限の可能性を秘めたエネルギーでもある。
- ▶ 私たちは、油脂の根源的なエネルギーや独自の多様な価値をもつエネルギーに加え、油脂と相乗効果を発揮する素材・技術・事業から生み出されるエネルギーを「生きるエネルギー」と位置付ける。
- ▶ そして「生きるエネルギー」を一人でも多くの人にお届けする、そういう役割を果たす企業グループになる。

2 2030年に目指す事業規模

売上高 **5,000** 億円 営業利益 **300** 億円 ROE **8%**以上

	2019年度	2030年度	増減 (2019年度比)
売上高	3,334億円	5,000億円	年平均成長率 3.7%
営業利益	131億円	300億円	年平均成長率 7.8%
ROE	5.9%	8.0%以上	+2.1p
海外売上高比率	16%	30%	+14p

3 共有価値を生み出す「6つの重点領域」

今後予測される機会とリスクおよび社会課題から、6つの重点領域を設定。

「重点領域」における課題解決を通じた社会との共有価値の創造(CSV)を成長のドライバーとする。

すべての人の健康

人生100年時代を支える
心身の健康に貢献します

詳細はp26へ

おいしさ、美のある 豊かな生活

「おいしさ」と「美」の追求を通じて、
より豊かな生活の実現に貢献します

詳細はp27へ

地球環境

地球環境を次世代に引き継ぐために
未来を見据えて挑戦します

詳細はp28へ

食のバリューチェーン への貢献

お客さまと共に技術・商品・サービスを磨き、
お客さまが創造する価値を高めます

詳細はp29へ

信頼でつながる サプライチェーン

誠実さを大切に、強く、しなやかな
サプライチェーンを構築します

詳細はp30へ

人材マネジメント

多様な人材の働きがいを高め、組織能力を
向上し、イノベーションを起こします

詳細はp31へ

4 各重点領域におけるCSV目標

重点領域	CSV目標	
	目標	2030年度目標値
すべての人の健康	多様なライフステージにおいて健康とエネルギーを生むヘルスサイエンス商品の伸長率(2019年度比)	200%
	脂質栄養の知見を活かした健康課題の改善につながる商品を開発します	
	脂質の健康情報についての提供人数(2021年度からの累計)	累計1億人
おいしさ、美のある豊かな生活	食卓に「おいしさ」を提供し、豊かな生活に貢献するブランドを磨き上げます	
	食での「おいしさ」や「美」を追求する商品を開発します	
	美を実現する商品の伸長率(2019年度比)	200%
地球環境	Scope1,2におけるCO ₂ 排出量削減(2016年度比)	31%
	Scope3におけるCO ₂ 排出量削減	2021年度公開予定
	プラスチック容器・包装の削減および資源循環を推進します	
	植物資源を活用した、環境にポジティブインパクトを与える商品・サービスを開発します	
食のバリューチェーンへの貢献	国内における食エネルギーの安定供給(国内の総エネルギーに占める割合)	6%以上
	グループのユーザーサポート件数増加率(2019年度比)	150%
信頼でつながるサプライチェーン	パーム油認証油の割合	100%
	RSPOのSG認証油の割合	50%
	農園までのトレーサビリティ把握	100%
	大豆の持続可能性を高める取組みを推進します	
	持続可能なカカオを調達します	
	共同輸配送のカバー率	50%
人材マネジメント	従業員の「働きがい」を感じる人の割合	80%
	女性管理職比率	20%

5 価値創造モデル

サステナビリティの実現
 企業価値の追求と、その最大化を通じた
 人々・社会・経済の発展への貢献

社会にもたらす価値 (Outcome)
 健康的で幸福な
 「美しい生活」(Well-being)の創造

商品・サービスの価値 (Output) **生きるエネルギー**
 油脂は生きるために必要なエネルギーである
 おいしい食事で人を笑顔に、栄養機能で人を健康に、美を演出し活力を与える
 無限の可能性を秘めたエネルギーでもある

すべての人の健康	おいしさ、美のある豊かな生活	地球環境を次世代のために	食のバリューチェーンへの貢献	信頼でつながるサプライチェーン	人材の多様性と働きがい
----------	----------------	--------------	----------------	-----------------	-------------

共有価値

非財務価値

- 脂質栄養による健康寿命の延伸
- おいしさとの追求で人々の生活の質を向上
- 温暖化ガスの排出量の削減
- ソリューションの提案と価値の共創で食品産業の発展に貢献
- 環境と人権に配慮した持続可能な原料調達と安定供給
- 多様性を持つ社員の能力を引き出し、働きがいを向上

財務価値

売上高	営業利益	ROE
5,000億円	300億円	8%以上

経営資源の再投入

ビジネスモデル **“植物のチカラ”による価値創造**
 油脂と、油脂の強みを活かした領域で新しい価値を創造

コアコンピタンスは「油脂」

競争優位を支える強み	<ul style="list-style-type: none"> 安全・安心のブランド力 流通との強い関係性 流通への企画・販売力 	<ul style="list-style-type: none"> 食卓から工場までの多様な販売チャネル ニーズ協働発掘型営業 課題解決できる技術力・アプリケーション力 	<ul style="list-style-type: none"> 持続可能な原材料調達網 安定供給を実現する生産・物流体制
-------------------	--	--	---

インプット **強みを更に強化するための投資2,000億円(2030年まで)**

人的資本 ・専門人材獲得 ・多様性の質・量の強化	自然資本 ・植物資源の持続可能性強化	知的資本 ・脂質栄養の探求 ・マーケティング強化	製造資本 ・環境対応設備への変革 ・スモールマス対応設備	社会関係資本 ・共創の基盤となるネットワークの強化
---------------------------------------	------------------------------	---------------------------------------	---	-------------------------------------



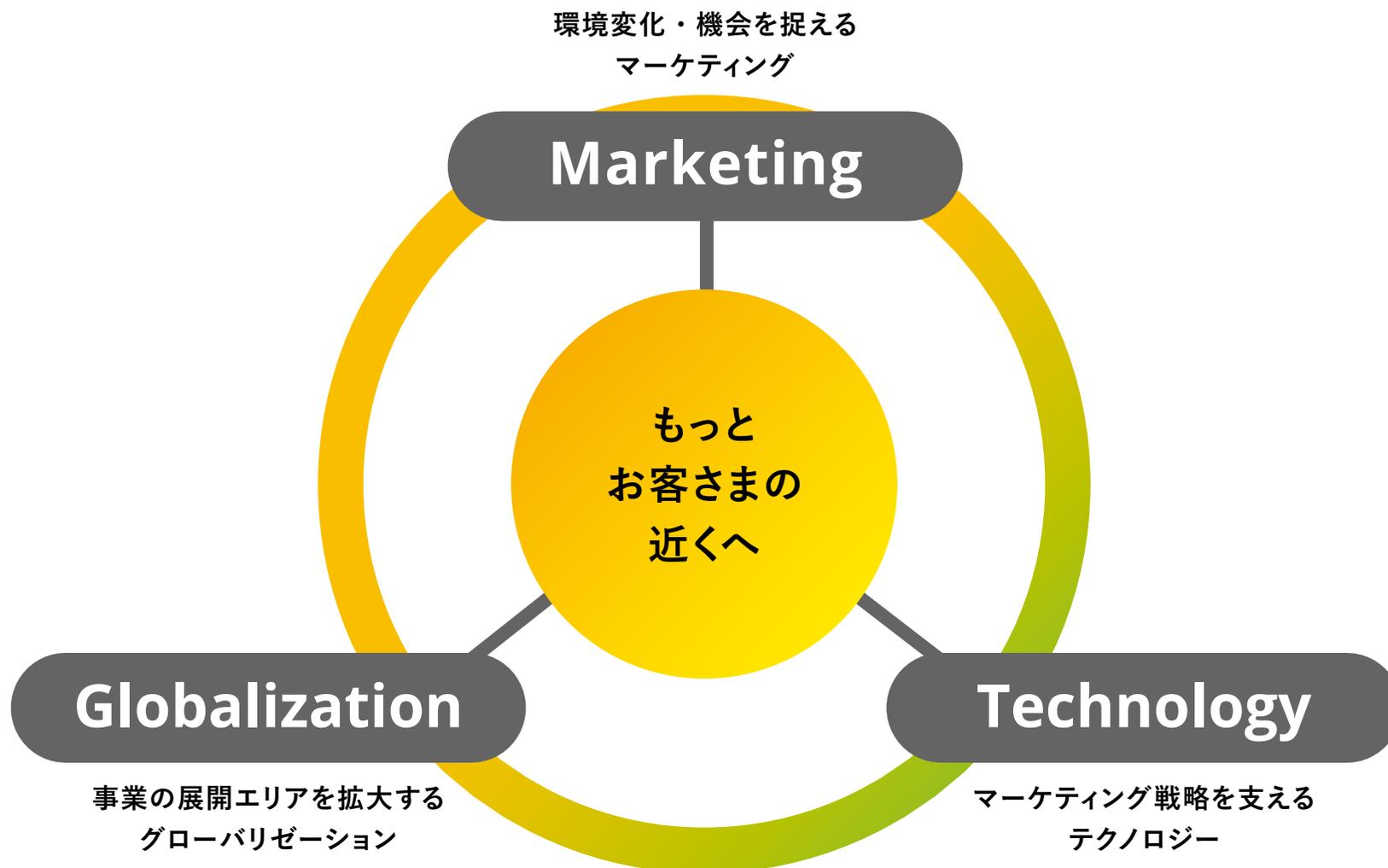


Part III 成長シナリオ

- 1 成長に向けた基本方針
- 2 価値創造を実現する事業戦略単位
- 3 成長シナリオ
- 4
 - 【1】売上拡大
 - 【2】収益性向上
 - 【3】成長を支える基盤
 - 【4】持続的成長に向けた環境方針

1 成長に向けた基本方針

これまでより「**もっとお客さまの近く**」でビジネスを展開する



2 価値創造を実現する事業戦略単位

価値創造を実現する事業戦略単位を **油脂** **加工食品・素材** **ファインケミカル** の3領域とする

油脂

- ▶ 国内海外での競争優位を獲得
- ▶ グループ全体の推進エンジン

油脂・油糧

加工油脂

加工食品・素材

- ▶ アプリケーション機能を最大限発揮
- ▶ さらなる油脂の強化に寄与

チョコレート

調味料

機能素材・食品

大豆素材・食品

ファインケミカル

- ▶ 化粧品油剤のリーディングカンパニー
- ▶ 植物資源を活かした環境ビジネス

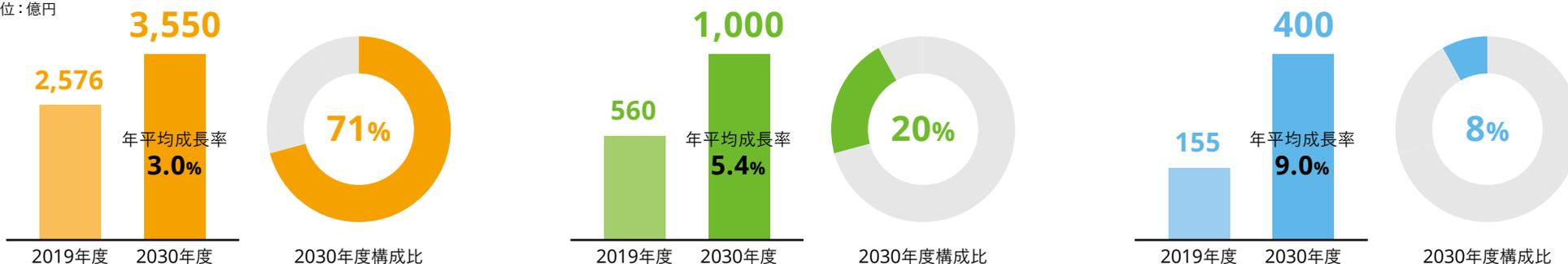
ファインケミカル

環境・衛生

その他
自立・発展事業

2030年度の事業規模(売上高)

単位：億円



売上高**5,000**億円、営業利益**300**億円、ROE**8%**以上の企業グループを目指す

3 成長シナリオ

成長へ向けて、「売上拡大」・「収益性向上」・「基盤強化」の3つを軸に事業を展開する
そのために、2,000億円の成長に向けた資金を投入する

売上拡大

BtoC

+100億円

油脂の価値向上の仕掛け
により国内家庭用市場を拡張

BtoB

+1,300億円

国内およびグローバル市場
でのソリューション×M&A

BtoBtoC

+300億円

マーケットを起点に共創での
新たな価値を創造

成長投資
2,000億円

※M&A含む

※老朽化投資500億円は除く

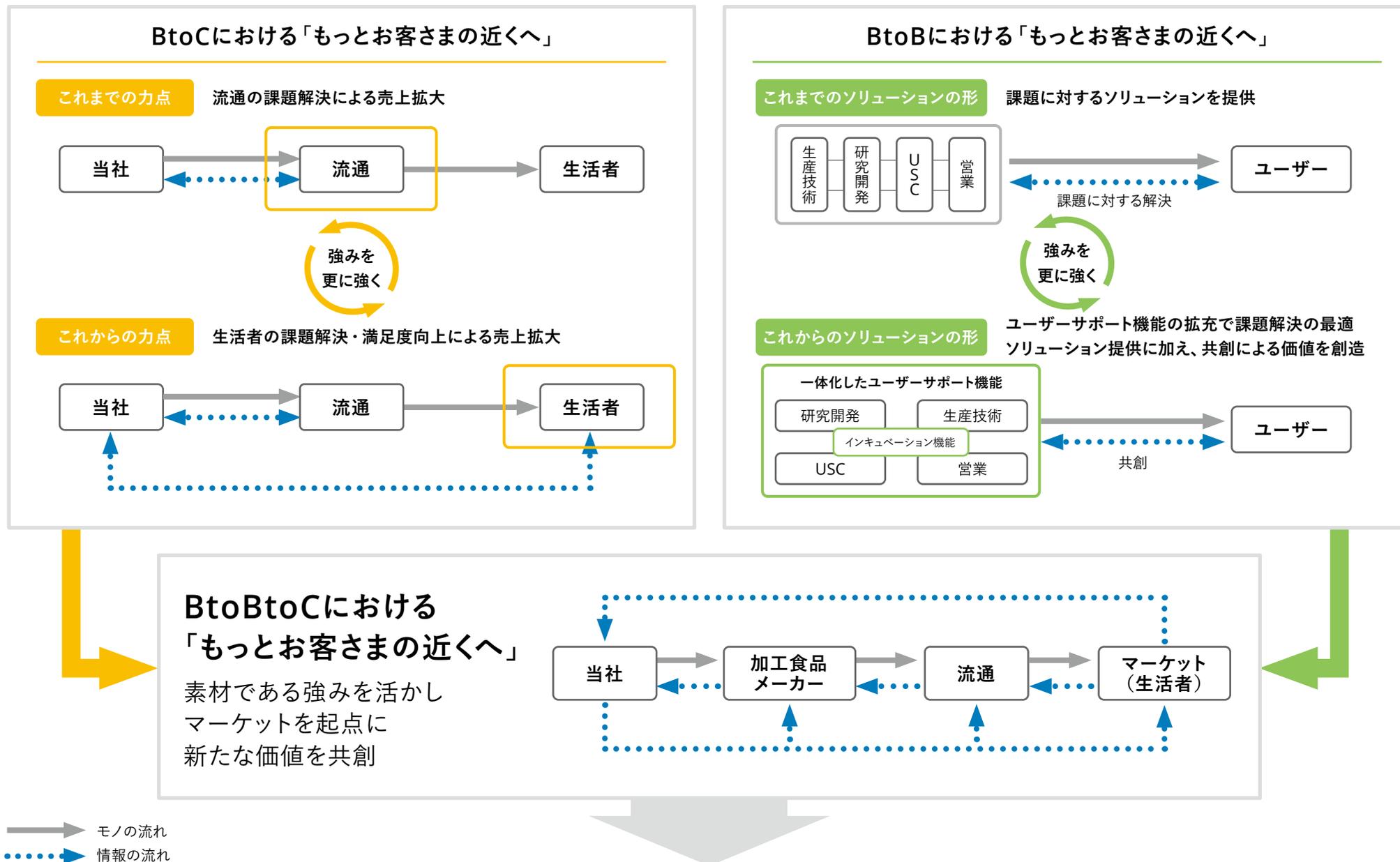
収益性向上

- ▶ マージン改善
- ▶ さらなるコスト構造改革
- ▶ サプライチェーン効率化

基盤強化

- ▶ 「持続性」と「競争優位」のための変革：人材・研究開発・生産基盤・環境・デジタル
- ▶ 価値創造を実現するためのガバナンス体制の構築

4 【1】 売上拡大（国内）



国内での売上拡大戦略をグローバルでもチャレンジする

4 【1】売上拡大(海外)

コアコンピタンスである油脂を強みに、グローバルトップの油脂ソリューション企業へ飛躍する

● ターゲットエリア

東南アジア・中国

欧州

北米

● 注力する分野

フードサービス分野

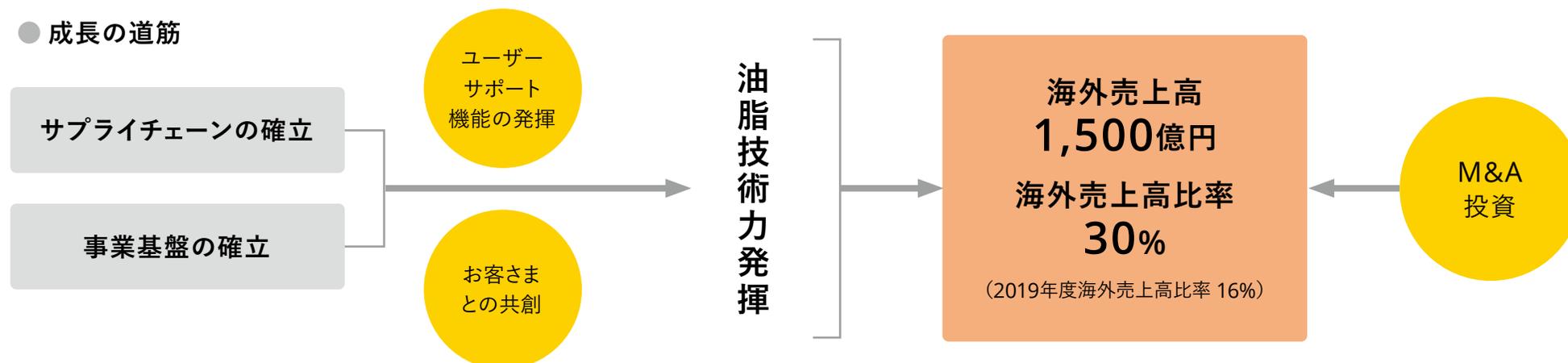
チョコレート・
製菓・製パン分野

化粧品分野

健康・栄養機能
分野

- グローバルなユーザーサポート体制を構築し、地域特性やマーケットのトレンドを見据えたソリューションを提供することで事業を拡張
- 目指す姿の実現に向けて、グローバル戦略を実行する多様な人材を育成・獲得し、組織能力を強化
- M&Aを含めた成長投資を戦略的に実行することで、飛躍的な成長を強力に推進

● 成長の道筋

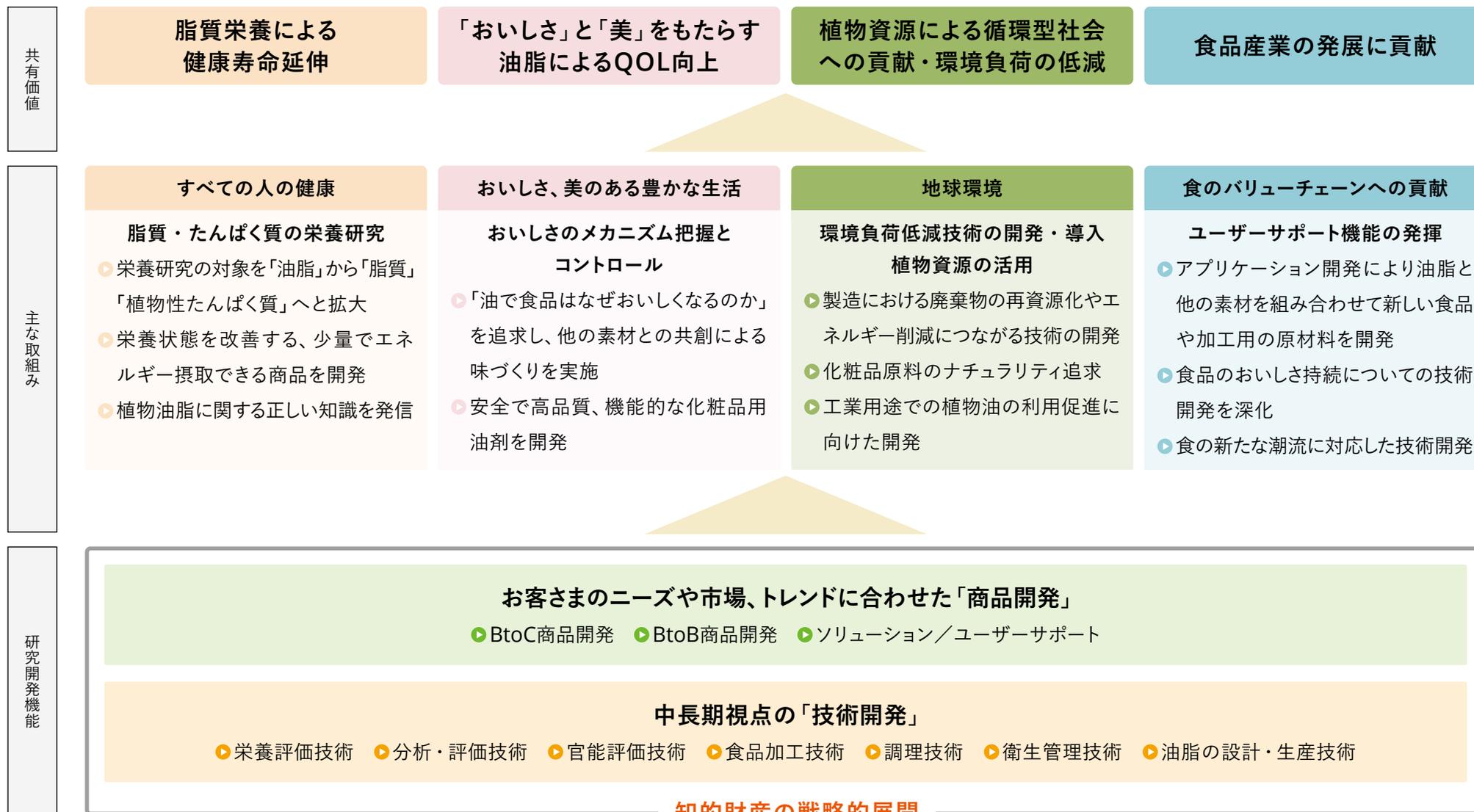


4 【2】収益性向上

		2019年度	2030年度	ROE向上のための施策
ROE		5.9%	8.0%以上	
収益性	①売上高純利益率 当期純利益÷売上高	2.5%		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 将来コスト・社会的コストも反映した販売価格形成 ▶ 付加価値事業・商品の拡大 ▶ サプライチェーンの効率化 ▶ 製品ポートフォリオ改革 ▶ 更なるコスト構造改革
	×			
資産効率性	②総資産回転率 売上高÷総資産	1.2回		<ul style="list-style-type: none"> ▶ アライアンス ▶ 売上成長を伴う積極的な投資(M&A含む) ▶ 資産の有効活用と圧縮(政策保有株式等) ▶ CCCの短縮
	×			
財務レバレッジ	③財務レバレッジ 総資産÷自己資本	2.0倍		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 最適資本構成の追求 ▶ 総還元性向を意識した株主還元

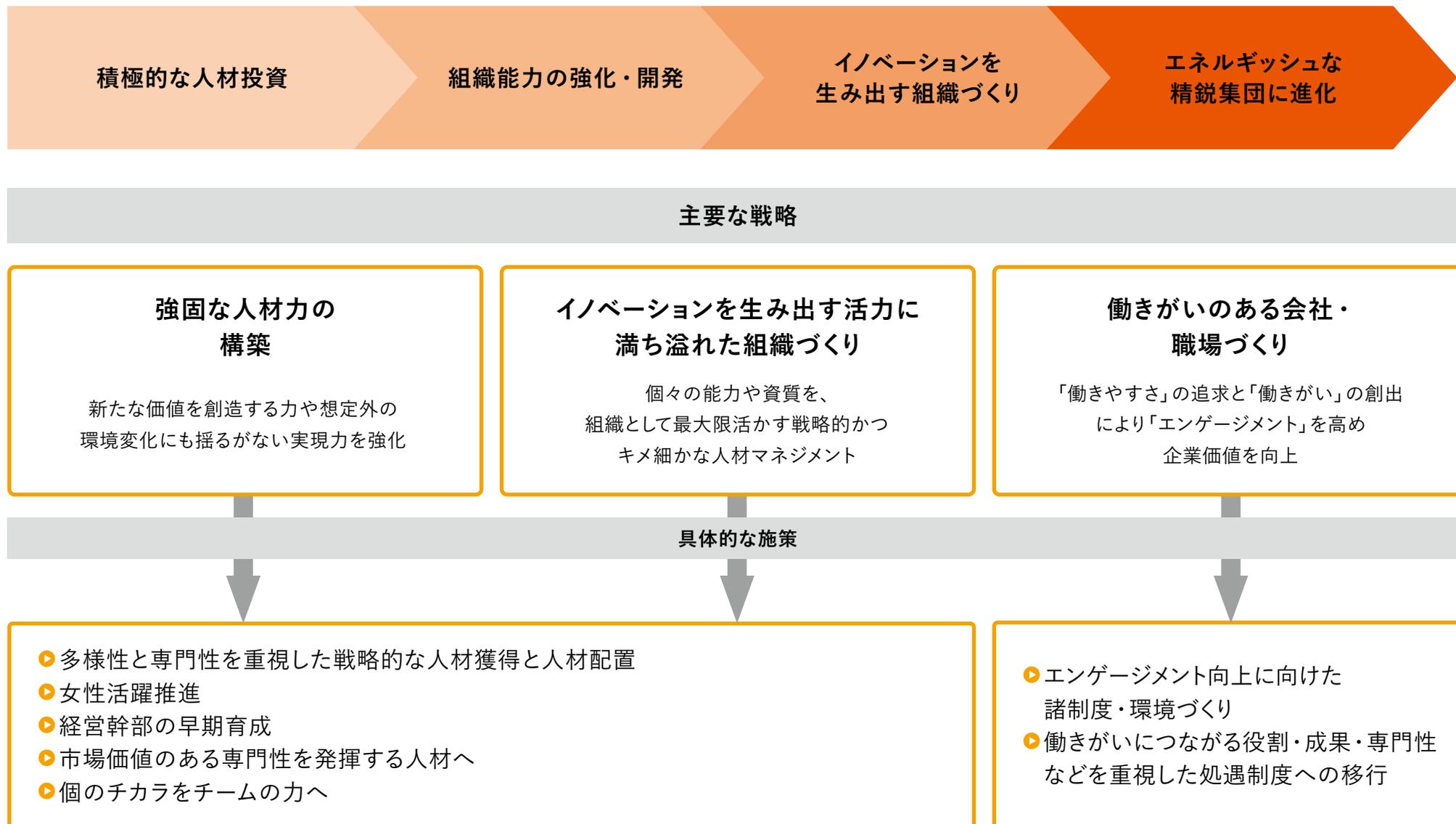
4 【3】 成長を支える基盤(研究開発)

「技術開発」と「商品開発」を両輪に、各重点領域における商品・サービスの価値を創造する。



4 【3】 成長を支える基盤(人材戦略)

成長に向けた積極的な人材投資により、事業の飛躍的な拡大につなげる組織能力を強化・開発する



4 【3】 成長を支える基盤(生産構造の変革)

「拠点ごとの強みの発揮」と「一体運営による総合力の強化」を両立し、**次世代型生産構造へ変革**する

ポイント

多様な共有価値を創造する持続可能な供給体制を実現する

1. 油脂の事業競争力の徹底的強化
2. 幅広い製品供給体制確立
3. 環境課題の解決

主な生産拠点の変革

各拠点が強みを磨く

横浜磯子工場

技術開発の推進主体となる
マザーファクトリー



名古屋工場

ICT技術を活用した
スマートファクトリー



堺工場

再生エネ100%の
サステナビリティセンター



水島工場

油脂・油糧の中核拠点



ISF

サステナブルな
パーム油調達拠点



グループ全体に展開

2030年へ向けて次世代型生産構造へ変革する

- ▶ お客さま起点での価値創造
- ▶ 環境関連技術の実装
- ▶ サステナブル調達の実現
- ▶ 製油業界の国際競争力の牽引
- ▶ 生産性のさらなる向上
- ▶ 働きがいのある職場の実現

4 【4】 持続的成長に向けた環境方針

環境方針

- 環境関連の法規制、自主規制を遵守します
- 脱炭素社会、循環型社会、自然共生社会を目指し、汚染の予防、および環境保護の推進に努めます
- 「自然と環境にやさしい」商品・サービスの開発に努めます
- 環境に関する活動情報の積極的な公開に努めます
- 環境に関する意識を高め、グループ一体となり環境パフォーマンスの継続的な改善に努めます

環境目標2030

地球環境を次世代に引き継ぐために未来を見据えて挑戦します

地球温暖化の防止

パリ協定に整合した温暖化ガス排出削減目標に取り組み、気候変動の影響を低減化します

資源循環の構築

資源は有限であるとの認識のもと、循環型社会を実現します

植物資源／ 自然保全

持続可能な植物資源の調達を実施します

環境にやさしい 開発の推進

環境負荷の少ない容器・包装を開発し続けます
環境問題解決型ビジネスにより、商品・サービスを通じて環境問題に貢献します

2021年3月 日清オイリオグループは「TCFD」への賛同を表明しました

Part IV

重点領域における共有価値とCSV目標

- 1** 共有価値を生み出す
「6つの重点領域」(特定プロセス)
- 2** 【1】すべての人の健康
【2】おいしさ、美のある豊かな生活
【3】地球環境
【4】食のバリューチェーンへの貢献
【5】信頼でつながるサプライチェーン
【6】人材マネジメント
- 3** 各重点領域における共有価値とCSV目標

参考：各重点領域におけるSDGsの目標とターゲット

1 共有価値を生み出す「6つの重点領域」(特定プロセス)

今後予測される社会動向を分析し、当社における機会とリスクを抽出

今後予測される社会動向

グローバル

- 持続可能な食糧生産への要求
- 新興国での食肉・嗜好品・化粧品需要の増加
- デジタルテクノロジーの発達
- 環境問題の深刻化
- 新型コロナウイルスの発生による行動変容

日本

- 少子高齢化の進展
- 生産年齢人口の減少
- 生活者の食スタイルの変化
- 孤食の増加、嗜好の多様化

機会

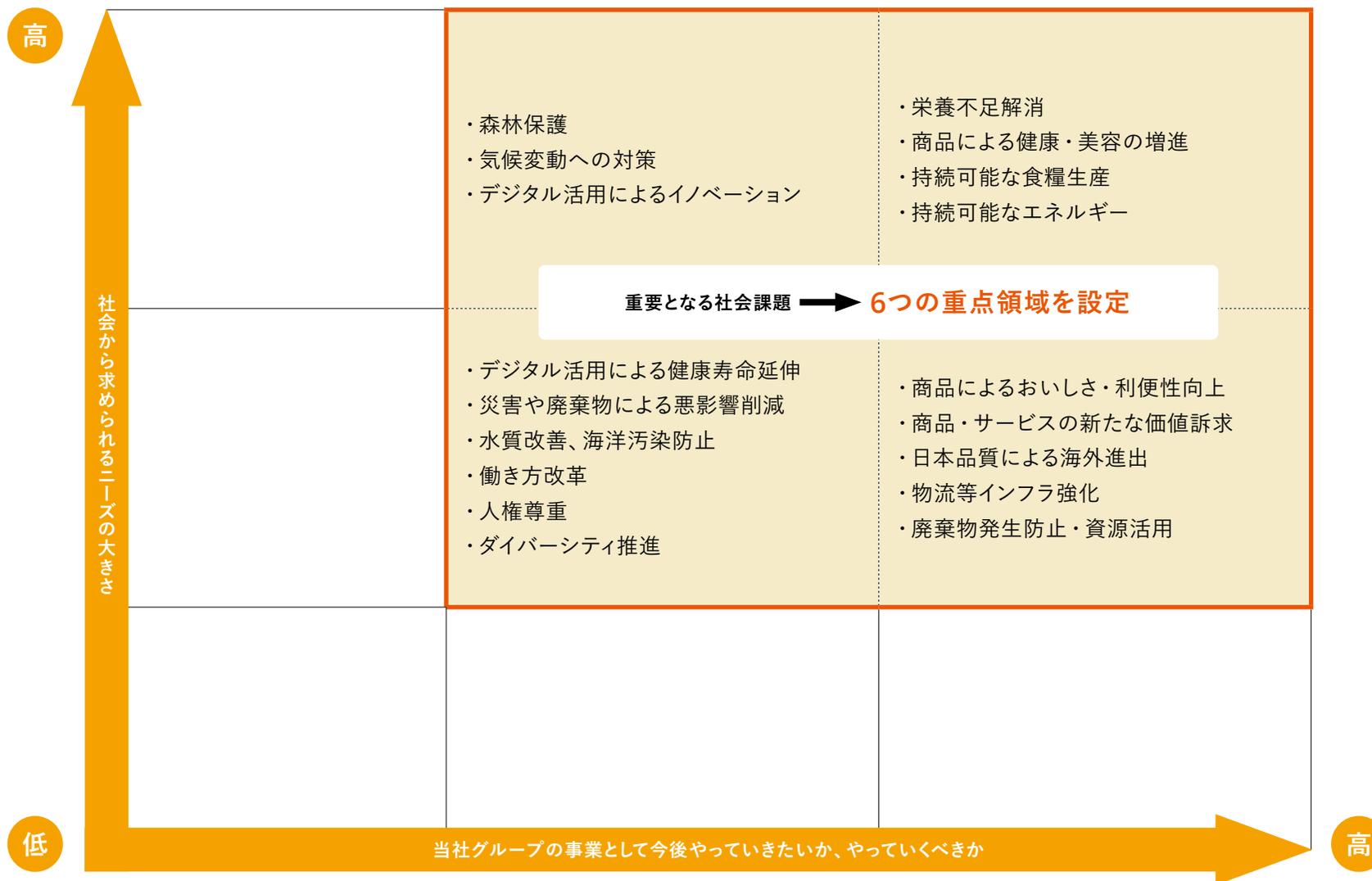
- ▶ 健康寿命延伸ニーズの高まり
- ▶ 健康目的の油脂の積極摂取の増加
- ▶ 健康に関するビッグデータの充実
- ▶ 生活者の新たな食スタイルでの市場拡大
- ▶ 新興国の発展による新たな市場拡大
- ▶ 環境配慮型ビジネスへの評価の高まり
- ▶ AI・IOT等を活用した商品・サービスの充実
- ▶ 顧客との直接的な接点によるビジネスチャンス

リスク

- ◉ 健康をターゲットにする競争の激化
- ◉ 健康意識や食スタイルの変化による油脂離れ
- ◉ 持続可能性に欠けた原料を扱うことによるレピュテーションリスク
- ◉ 気候変動による原料の安定調達および原料・エネルギーのコスト上昇リスク
- ◉ 環境問題の深刻化による災害の激甚化
- ◉ 人材獲得不足による競争力の低下
- ◉ 未知のウイルスによる行動制限など想定を超えた経済の低迷

1 共有価値を生み出す「6つの重点領域」(特定プロセス)

- 抽出した機会とリスク、および数多くある社会課題を「社会から求められるニーズの大きさ」「当社グループの事業としてやっていきたいか」の視点で評価
- 「重要となる社会課題」を選定し総合的に考察し、当社グループとしての6つの重点領域を設定
この重点領域において、当社グループの強みを活かし、事業活動を通じて社会課題に対するソリューションを提供



2 【1】すべての人の健康

当社グループは長年植物油脂を研究し、その栄養としての価値と加工技術を高め続け、おいしい食品や安全で高品質な素材として提供することができます。ライフステージや健康状態にあった「おいしい食事」と「食生活、食習慣」の提案を通じ、生涯にわたり、活力のある健康的な生活に貢献します。

社会環境・社会課題

- ・日本国内では、高齢化の進展に伴い低栄養・認知症患者等が増加し、医療費が増大
- ・グローバルでは、過剰栄養による生活習慣病が増加する国と、乳幼児の栄養不足が深刻化する国が存在
- ・健康に関する情報の氾濫と消費者の混乱

当社グループへの影響

- 病気を未然に防ぐため「食」の果たす役割が増大し、ビジネス機会が広がる
- ▲ 過剰栄養を防ぐため、油脂の摂取を抑制するようになる
- ▲ 情報過多により、商品の価値がお客さまに正しく伝わらない
- お客さまの共感が得られる、分かりやすい情報提供により、お客さまにとって最適な商品の選択が可能になる

課題解決に向けた具体的取組み

- ・お客さまの健康のために脂質栄養に関する商品・サービスの幅を広げ、多様な選択肢を分かりやすい情報とともに提供する
- ・油脂の単位当たりのカロリーの高さを活用し、高齢者の栄養状態を改善する、少量でエネルギーを摂取できるおいしい製品を開発し、販売する
- ・植物油脂に関する正しい知識を発信し続け、植物油脂のポジティブなイメージへの変換をさらに進める
- ・お客さまの栄養の過不足や偏りを防ぎ、最適な量や種類の脂質を摂取できるよう、パーソナライズされた食生活の提案を行う

共有価値

- 脂質栄養の知見を軸とした商品・サービスの提供により、健康寿命の延伸に貢献する

CSV目標

- 多様なライフステージにおいて健康とエネルギーを生むヘルスサイエンス商品の伸長率；200%（2019年度比）
- 脂質栄養の知見を活かした健康課題の改善につながる商品の開発
- 脂質の健康情報についての提供人数；1億人（2021年度からの累計）



2 【2】おいしさ、美のある豊かな生活

「おいしさ」と「美」は、個人の価値観を構成する大切な要素であり、この価値観を満たすことは、人々が幸せな生活を送ることにつながります。「おいしさ」と「美」の追求を通じて、人々のクオリティー・オブ・ライフ(QOL)を高め、社会と共有できる価値を創造することで、生活をより豊かにし続けます。

社会環境・社会課題

- ・日本においては、孤食の増加や調理時間の減少、嗜好の多様化等、生活者の食スタイルが変化
- ・グローバルでは、中間所得層が増加する地域において嗜好品や化粧品の需要が増加
- ・COVID-19の影響により、外食機会が減少、一方で内食需要が増加・定着するなど食シーンが変化

当社グループへの影響

- ▲ 家庭における油脂の代表的な使用方法である「揚げる」調理が減少する
- 家庭／個人によって、油脂の使用方法が多様化してくる
- グローバルでチョコレートや化粧品原料の需要が増加し、ビジネス機会へとつながる
- ▲● 食シーンが変化することで業態別の油脂需要の変動が起きる

課題解決に向けた具体的取組み

- ・油脂を活用した素材を「おいしく」する調理法や、豊かな食卓、集う機会を提案し、豊かさを感じる食シーンを広げる
- ・幅広い食品に活用されている油脂の特性を生かした、油脂ならではの他の素材との共創による味づくりを行い、新しい価値を創出する
- ・ナチュラルな製法やオーガニック素材を用いた食品や、安全で高品質、機能的な化粧品用の油剤などの開発を進める
- ・チョコレートや大豆などの素材が持つおいしさを最大限に引き出し、お客さまが求める味づくりを行う

共有価値

- 「おいしさ」と「美」をもたらす油脂を商品・サービスとして提供し、人々の「生活の質」(QOL)の向上に貢献する

CSV目標

- 食卓に「おいしさ」を提供し、豊かな生活に貢献するブランドの磨き上げ
- 食での「おいしさ」や「美」を追求する商品の創出
- 美を実現する商品の伸長率；200%（2019年度比）

2 【3】地球環境

植物資源を事業のベースとする当社グループにとって、地球環境や資源の保護は事業の持続性そのものです。次世代のため、脱炭素社会、循環型社会の実現を目指し、未来を見据えて事業活動での環境負荷を最小限にする取組みを進めるとともに、環境課題の解決に資するビジネス領域の構築を進めます。

社会環境・社会課題

- ・平均気温上昇2度未満への抑制に向け、先進国では2050年に温暖化ガス排出量を2009年比で8割以上削減する必要がある
- ・干ばつや風水害等、気候変動による自然災害が増加
- ・気候変動によるリスクと機会を把握し、戦略的に対応する必要性が増加
- ・マイクロプラスチックによる海洋生態系や人体に与える影響が顕在化

当社グループへの影響

- ▲ 気候変動により、原材料の安定調達およびコスト上昇リスクが発生する。また、エネルギーコストや、炭素税など新たなコスト上昇要因が発生する
- ▲ 自然災害の増加・甚大化により、生産設備の損壊等、操業の継続が脅かされる
- 適切な環境課題への対応や情報開示により、企業価値を高められる
- 植物資源の活用により、新たな環境課題解決型のビジネスチャンスを創出できる

課題解決に向けた具体的取組み

- ・新技術の積極的な導入により、サプライチェーン全体で温室効果ガスの削減に向けた施策を進める
- ・TCFDに賛同し、気候変動に対応したリスクと機会の分析を進める
- ・生産工程における廃棄物の再資源化を推進し、ゼロエミッションを継続するとともに使用する水の削減を進める
- ・容器包材におけるプラスチック使用量の削減と、環境対応プラスチック（植物性／生分解性／再生）の採用を進める
- ・堺工場で他拠点に先行してサステナビリティセンター化を実現、さらには同様の取組みをグループ全体に展開する
- ・インターナルカーボンプライシングの導入など環境への取組みに投資しやすい仕組みを整備する
- ・工業用途での鉱物油から植物油への代替利用の促進やバイオマスの新しい活用法の検討など、環境課題解決型ビジネスの構築を進める

共有価値

- ▶ 温暖化ガスの排出を削減するとともに、気候変動による影響を低減する
- ▶ 資源は有限であるとの認識のもと、循環型社会を実現する
- ▶ 環境負荷の少ない容器・包装を開発し続ける
- ▶ 環境課題解決型ビジネスにより、商品・サービスを通じて社会に貢献する

CSV目標

- ▶ バリューチェーンにおける温暖化ガスの排出削減率
Scope1,2におけるCO₂量削減率；31%（2016年度比）
Scope3におけるCO₂排出量削減率；2021年度公開予定
- ▶ プラスチック容器・包装の削減および資源循環の推進
- ▶ 植物資源を活用した、環境にポジティブインパクトを与える商品・サービスの開発



2 【4】食のバリューチェーンへの貢献

世界の油脂需要は増加しており、社会・環境の変化とともに使われ方も多様化しています。当社グループは植物資源の価値を技術でさらに高め、お客さまとの共創を通じ、社会が求めるソリューションを実現します。安心を生む製品・サービスの安定した提供と、価値の創造を通じて、食のバリューチェーンに貢献します。

社会環境・社会課題

- ・ TPPなどの貿易協定の進展や食資源確保における国際競争の激化 などにより、国内搾油事業の国際競争力が低下
- ・ 消費者および企業の新たな製品・価値への欲求の高まり
- ・ 日本では生産年齢人口の減少に伴う、人手不足が顕在化
- ・ 世界的な食品ロス問題
- ・ 人口や中間所得層が増加する地域・諸国における食糧供給を支える産業が発展

当社グループへの影響

- ▲ 国内畜産業の縮小と輸入ミールへの対抗により搾油事業の収益力が低下
- 人手不足や食品ロス問題を中心に油脂に求められる機能・役割が高度化
- 社会課題解決に資する商品・サービスの提供により、ビジネス機会拡大へつながる
- 新興国においては、食品産業が発展し、ビジネス機会へとつなげることができる

課題解決に向けた具体的取組み

- ・ 搾油事業の持続可能性確保に向け、アライアンス戦略等を推進する
- ・ 創発的な営業プロセスを実践し、常に変化していくお客さまの課題解決に向けた提案と、継続的な開発を強化する
- ・ アプリケーション開発により、油脂と他の素材を組み合わせる新しい食品や加工用の原材料などを開発する
- ・ 食品のおいしさ持続と賞味期限延長について、技術開発を深化する
- ・ 将来の食糧不足解消に貢献すると期待され、市場が拡大し続ける植物による肉や乳の代替など、食の新たな潮流に対応する

共有価値

- 油脂とミールを安定的に供給し、国内食品産業および畜産業の発展に貢献する
- 油脂を中心に植物資源の新たな機能や用途をお客さまとつくりあげ、ソリューションを広げる
- 油脂の機能を最大限に活用し、食べられる食品が捨てられることを防ぐ
- 植物資源を新しい消費志向や食糧の安定供給を満たすために活用する

CSV目標

- 国内における食エネルギーの安定供給；総エネルギーの6%以上
- ユーザーサポート機能の発揮によるソリューションの提供
ユーザーサポート件数増加率；150%（2019年度比）



2 【5】信頼でつながるサプライチェーン

日本の食を支える、重要な素材・エネルギーの供給者として、持続可能な方法で生産された原料を用い、お客さまにお届けするまでの品質に常に真摯に向き合うことで、将来にわたって安定したサプライチェーンの構築に努めます。また、安全な製品の供給と透明性が高いコミュニケーションを通じてお客さま・社会との信頼関係を構築します。

社会環境・社会課題

- ・世界的な人口増加による、水・食糧不足
- ・原料生産地域における人権問題や環境問題の深刻化
- ・日本における人手不足を発端とした物流業界の諸課題
- ・品質への要求水準の高まり

当社グループへの影響

- ▲世界的な穀物の需要増により、原材料のコスト上昇や安定調達に支障が出る
- ▲原料産地の人権問題／環境問題の深刻化により、産地への関与が必須となる。また、持続可能性に欠けた原料を扱うことにより、レピュテーションリスクが高まる
- ▲物流業界が抱える諸問題の深刻化により、物流コストが上昇する。また、これまで通りの物流体制の維持が困難となる
- 安全性に対する要求水準の高まりにより管理すべき品質項目が増え、高度な分析技術が求められる

課題解決に向けた具体的取組み

- ・パーム油調達において、サプライヤーとの対話を含めた取組みを進め、持続可能性を向上させる
- ・持続可能な調達の取組みを大豆・カカオ等にも拡大する
- ・菜種、オリーブ、アマニなどに関する産地への関与を強め、安定調達に向け関係強化を続ける
- ・国内の原料産地と一体となって、地域産業を振興する
- ・人手不足や厳しい労働環境など課題の解決により持続可能な物流体制を構築する
- ・微量成分のコントロールなど、競争力につながる高品質な製品を供給できる独自技術を開発する

共有価値

- ▶世界的に油脂需要が拡大するなかで、環境と人権に配慮し、ネットワークを活用した持続可能で安定的な調達を実施する
- ▶社会全体のインフラである物流の持続可能性を高める
- ▶油脂メーカーの責任として、安全で安心な製品をお届けする

CSV目標

- ▶人権と環境に配慮したパーム油の調達認証油の割合；100%
RSPOのSG認証油の割合；50%
農園までのトレーサビリティ把握；100%
- ▶大豆の持続可能性を高める取組みを推進
- ▶持続可能なカカオの調達
- ▶持続可能な物流体制の構築
共同輸配送のカバー率；50%



2 【6】人材マネジメント

当社グループの持続的な成長には、多様な視点に基づく創造性は欠かせません。ダイバーシティの実現と、常に社員の健康増進や教育、幅広い経験のための機会の創出に努め、社員一人ひとりの働きがいを高めることで、組織能力を高め、バリューチェーンのあらゆる場面においてイノベーションを起こします。

社会環境・社会課題

- ・日本では生産年齢人口減少に伴う人手不足が顕在化、一方、女性、高齢者、外国人の社会進出は進展
- ・AI、IoTの進化に伴うデジタルテクノロジーの発達

当社グループへの影響

- ▲人材が、質・量の両面から獲得できず、当社グループの成長が妨げられたり、操業の継続が脅かされる
- ▲社員の価値観が多様化する中で、十分に人権が配慮されないことによりレピュテーションリスクが高まる
- デジタルテクノロジーの活用により、業務生産性の向上が可能になるとともに、新たなビジネスチャンスを創出できる
- 多様な人材の活躍により、イノベーションを創出できる

課題解決に向けた具体的取組み

- ・当社グループの価値創造に必要な多様な人材を受け入れる環境を整え、社員同士の発展的なコミュニケーションで、イノベーションを起こす土壌を作る
- ・管理職の多様性を強化し、意思決定において幅広い視点を入れる。また、そのための計画的な教育を実施する
- ・ビジョンで目指す姿に到達するため、脂質栄養・環境・情報についてグループ全体でリテラシーの底上げを図る
- ・経営層と社員間のコミュニケーション強化、スマートワークの推進等により「働きやすさ」と「働きがい」を向上し、エンゲージメントを高める
- ・人権に関する教育を推進し、事業活動全体で人権を尊重していく姿勢を追求する
- ・ビジョンやバリューズの浸透により、当社グループの進むべき方向性や価値観を明らかにし、グループとしての一体感を高める
- ・ビジョン2030を実現するため、事業戦略・運営についてのガバナンス体制を強化する

共有価値

- ▶多様な人材がその能力を十分に発揮できる職場環境、制度を提供し、社員の働きがいを向上させる
- ▶全ての従業員の人権が尊重され、グループの一員として活躍できる企業文化を作る
- ▶全てのステークホルダーから信頼される企業グループであり続けるため、実効性のあるグループ経営体制を整備する

CSV目標

- ▶従業員の「働きがい」を感じる人の割合；80%
- ▶女性管理職比率；20%



3 各重点領域における共有価値とCSV目標

重点領域	提供する共有価値 (コミットメント)	CSV目標	
		目標	2030年 目標値
すべての人の健康	脂質栄養の知見を軸とした商品・サービスの提供により、健康寿命の延伸に貢献します	多様なライフステージにおいて健康とエネルギーを生むヘルスサイエンス商品の伸長率(2019年度比)	200%
		脂質栄養の知見を活かした健康課題の改善につながる商品を開発します	
		脂質の健康情報についての提供人数 (2021年度からの累計)	累計1億人
おいしさ、美のある 豊かな生活	「おいしさ」と「美」をもたらす商品・サービスを提供し、人々の「生活の質」(QOL)の向上に貢献します	食卓に「おいしさ」を提供し、豊かな生活に貢献するブランドを磨き上げます	
		食での「おいしさ」や「美」を追求する商品を創出します	
		美を実現する商品の伸長率(2019年度比)	200%
地球環境	温暖化ガスの排出を削減するとともに、気候変動による影響を低減します	Scope1,2におけるCO ₂ 排出量削減(2016年度比) Scope3におけるCO ₂ 排出量削減	31% 2021年度公開予定
	資源は有限であるとの認識のもと、循環型社会を実現します	プラスチック容器・包装の削減および資源循環を推進します	
	環境負荷の少ない容器・包装を開発し続けます		
	環境課題解決型ビジネスにより、商品・サービスを通じて社会に貢献します	植物資源を活用した、環境にポジティブインパクトを与える商品・サービスを開発します	
食のバリュー チェーンへの貢献	油脂とミールを安定的に供給し、国内食品産業および畜産業の発展に貢献します	国内における食エネルギーの安定供給 (国内の総エネルギーに占める割合)	6%以上
	油脂を中心に植物資源の新たな機能や用途をお客様とつくりあげ、ソリューションを広げていきます	グループのユーザーサポート件数増加率(2019年度比)	150%
	油脂の機能を最大限に活用し、食べられる食品が捨てられることを防ぎます		
	植物資源を新しい消費志向や食糧の安定供給を満たすために活用します		
信頼でつながる サプライチェーン	環境と人権に配慮した調達を実施します	パーム油認証油の割合 RSPOのSG認証油の割合 農園までのトレーサビリティ把握	100% 50% 100%
		大豆の持続可能性を高める取組みを推進します 持続可能なカカオを調達します	
	世界的に油脂需要が拡大するなかで、ネットワークを活用した安定的な調達を継続します	—	—
	社会全体のインフラである物流の持続可能性の取組みを続けます	共同輸配送のカバー率	50%
人材マネジメント	油脂メーカーの責任として、安全で安心な製品をお届けします		—
	多様な人材がその能力を十分に発揮できる職場環境、制度を提供し、社員の働きがいを向上させます	従業員の「働きがい」を感じる人の割合 女性管理職比率	80% 20%
	全ての従業員の権利が尊重され、グループの一員として活躍できる企業文化を作ります	—	—
	全てのステークホルダーから信頼される企業グループであり続けるため、実効性のあるグループ経営体制を整備します	—	—

参考：各重点領域におけるSDGsの目標とターゲット

SDGs(持続可能な開発目標)は、国連で採択された2030年までの国際目標で、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っており、途上国のみならず、先進国自身が取り組む普遍的なものです。アイコンで表現される17の目標と、それぞれの目標に紐づく計169のターゲットより構成されています。重点領域設定の際は、169のターゲットより「重要となる社会課題」を抽出しており、それぞれの重点領域に紐づくターゲットは下記の通りとなります。

重点領域	SDGs目標	ターゲット
すべての人の健康	 	SDGs_2.2 5歳未満の子どもの発育障害や衰弱について国際的に合意されたターゲットを2025年までに達成するなど、2030年までにあらゆる形態の栄養失調を撲滅し、若年女子、妊婦・授乳婦、および高齢者の栄養ニーズへの対処を行う
		SDGs_3.d すべての国々、特に開発途上国の国家・世界規模な健康リスクの早期警告、リスク緩和およびリスク管理のための能力を強化する
おいしさ、美のある豊かな生活	(該当するSDGs目標・ターゲットなし)	
地球環境	   	SDGs_6.4 2030年までに、全セクターにおいて水の利用効率を大幅に改善し、淡水の持続可能な採取および供給を確保し水不足に対処するとともに、水不足に悩む人々の数を大幅に減少させる
		SDGs7.3 2030年までに、世界全体のエネルギー効率の改善率を倍増させる
		SDGs_12.5 2030年までに、予防、削減、リサイクル、および再利用(リユース)により廃棄物の排出量を大幅に削減する
		SDGs_13.1 すべての国々において、気候変動に起因する危険や自然災害に対するレジリエンスおよび適応力を強化する
食のバリューチェーンへの貢献	 	SDGs_2.4 2030年までに、持続可能な食糧生産システムを確保し、生産性および生産の向上につながるレジリエントな農業を実践することにより、生態系の保全、気候変動や極端な気象現象、干ばつ、洪水その他の災害への適応能力向上、および土地と土壌の質の漸進的改良を促す
		SDGs_12.3 2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食品廃棄物を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品の損失を減少させる
信頼でつながるサプライチェーン	   	SDGs_2.4 2030年までに、持続可能な食糧生産システムを確保し、生産性および生産の向上につながるレジリエントな農業を実践することにより、生態系の保全、気候変動や極端な気象現象、干ばつ、洪水その他の災害への適応能力向上、および土地と土壌の質の漸進的改良を促す
		SDGs_12.a 開発途上国に対し、より持続可能な生産消費形態を促進する科学的・技術的能力の強化を支援する
		SDGs_15.2 2020年までに、あらゆる種類の森林の持続可能な管理の実施を促進し、森林破壊を阻止し、劣化した森林を回復し、世界全体で植林と森林再生を大幅に増加させる
人材マネジメント	 	SDGs_8.2 高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くことなどにより、多様化、技術向上およびイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成する
		SDGs_10.2 2030年までに、年齢、性別、障害、人種、民族、出自、宗教、あるいは経済的地位その他の状況に関わりなく、すべての人々のエンパワーメント、および社会的、経済的、および政治的な包含を促進する

日清オイリオグループ

中期経営計画

2021～2024年度

Value Up +

グループビジョン2030の概要

経営理念

1. 企業価値の追求と、その最大化を通じた人々・社会・経済の発展への貢献
2. 「おいしさ・健康・美」の追求をコアコンセプトとする創造性、発展性ある事業への飽くなき探求
3. 社会の一員としての責任ある行動の徹底

“植物のチカラ”[®]

2030年に 目指す姿

私たちは、植物のチカラと油脂をさらに究めた強みで、
食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担います。
そして多様な価値を創造し、
“生きるエネルギー”をすべての人にお届けする
企業グループになります。

ビジョン 基本方針

これまでより「**もっとお客さまの近く**」で
ビジネスを展開する

重点領域

すべての人の
健康

おいしさ、
美のある
豊かな生活

地球環境

食の
バリューチェーン
への貢献

信頼でつながる
サプライ
チェーン

人材
マネジメント

2030年度に 目指す事業規模

売上高 **5,000**億円 営業利益 **300**億円 ROE **8**%以上 の企業グループを目指す

各重点領域における共有価値とCSV目標

重点領域	CSV目標			
	目標	2019年度 実績	2024年度 目標値	2030年度 目標値
すべての人の健康	多様なライフステージにおいて健康とエネルギーを生むヘルスサイエンス商品の伸長率	(基準年)	130%	200%
	脂質栄養の知見を活かした健康課題の改善につながる商品を開発します			
	脂質の健康情報についての提供人数（2021年度からの累計）	約27万人	累計 3,000万人	累計 1億人
おいしさ、美のある 豊かな生活	食卓に「おいしさ」を提供し、豊かな生活に貢献するブランドを磨き上げます			
	食での「おいしさ」や「美」を追求する商品を創出します			
	美を実現する商品の伸長率	(基準年)	120%	200%
地球環境	Scope1,2におけるCO ₂ 排出量削減(2016年度比)	4.2%	8%	31%
	Scope 3におけるCO ₂ 排出量削減	2021年度公開予定		
	プラスチック容器・包装の削減および資源循環を推進します			
食のバリュー チェーンへの貢献	植物資源を活用した、環境にポジティブインパクトを与える商品・サービスを開発します			
	国内における食エネルギーの安定供給 (国内の総エネルギーに占める割合)	6%以上	6%以上	6%以上
	グループのユーザーサポート件数増加率	(基準年)	130%	150%
信頼でつながる サプライチェーン	パーム油認証油の割合（※2020年1-6月実績）	45.6%※	100%	100%
	RSPOのSG認証油の割合（※2020年1-6月実績）	45.5%※	-	50%
	農園までのトレーサビリティ把握		パーム油 100%	パーム核油 100%
	大豆の持続可能性を高める取組みを推進します			
人材マネジメント	持続可能なカカオを調達します			
	共同輸配送のカバー率	32.6%	50%	50%
	従業員の「働きがい」を感じる人の割合	63.7%	70%	80%
人材マネジメント	女性管理職比率	3.6%	8%	20%

Value Up+の位置づけ

日清オイリオグループ° ビジョン2030

これまでより「**もっとお客さまの近く**」でビジネスを展開し
売上高5,000億円、営業利益300億円、ROE8%以上の企業グループへ大きな飛躍を遂げる

多様な共有価値の創造 (CSV)

2017年度

2021年度

2024年度

2030年度

前中期経営計画
2017-2020年度
「OilliO Value Up 2020」

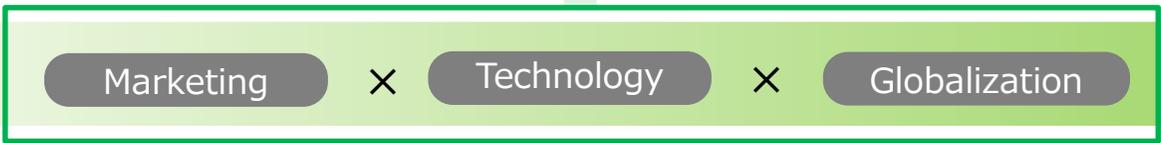
事業構造改革を継承しつつ、
より成長路線に軸足を移す

新中期経営計画
2021-2024年度
「Value Up +」

もっとお客さまの近くで、
多様な価値を創造し続ける
企業グループに変革する

CSVを成長ドライバーに
成長路線を加速する

2025-2030年度



核となる戦略

戦略の起点となる環境変化による機会

- 健康寿命延伸ニーズの高まり
- 健康目的の油脂の積極摂取の増加
- 健康に関するビッグデータの充実
- 生活者の新たな食スタイルでの市場拡大
- 新興国の発展による新たな市場拡大
- 環境配慮型ビジネスへの評価の高まり
- AI・IOT等を活用した商品・サービスの充実
- 顧客とのダイレクトな接点によるビジネスチャンス

環境変化・機会を捉える マーケティング

Marketing

- 流通の課題解決から生活者の課題解決に力点を移したマーケティングによる生活者理解の深化
- 食用油のポジティブなイメージを発信し続け、「生きるエネルギー」としての油脂の価値向上
- エビデンス×ストーリー×プロモーションによる機能性素材マーケティングによる新たな市場創造

もっと
お客さまの
近くへ

- 脂質栄養の知見で様々な世代が抱える健康課題や一人ひとりの体質・体調を改善する研究・開発
- おいしさメカニズムの探求を通じて“おいしさの意図的創発”の実現
- 油脂加工技術・微量成分分析技術・エステル合成技術、原料のサステナビリティをグローバルトレベルに深化

Globalization

事業の展開エリアを拡大する グローバル化

- 投資を進めてきた拠点の安定稼働によるリターン獲得とさらなる拡大戦略を実現する生産能力の増強
- ソリューション提供の原動力となるユーザーサポート機能、テクニカルサポート機能の体制・拠点構築
- ターゲットエリアを「東南アジア・中国」「欧州」「北米」の3つの市場としソリューションの提供でプレゼンスを獲得
- 事業を強化する提携戦略やM&Aの活用とシナジー効果の獲得

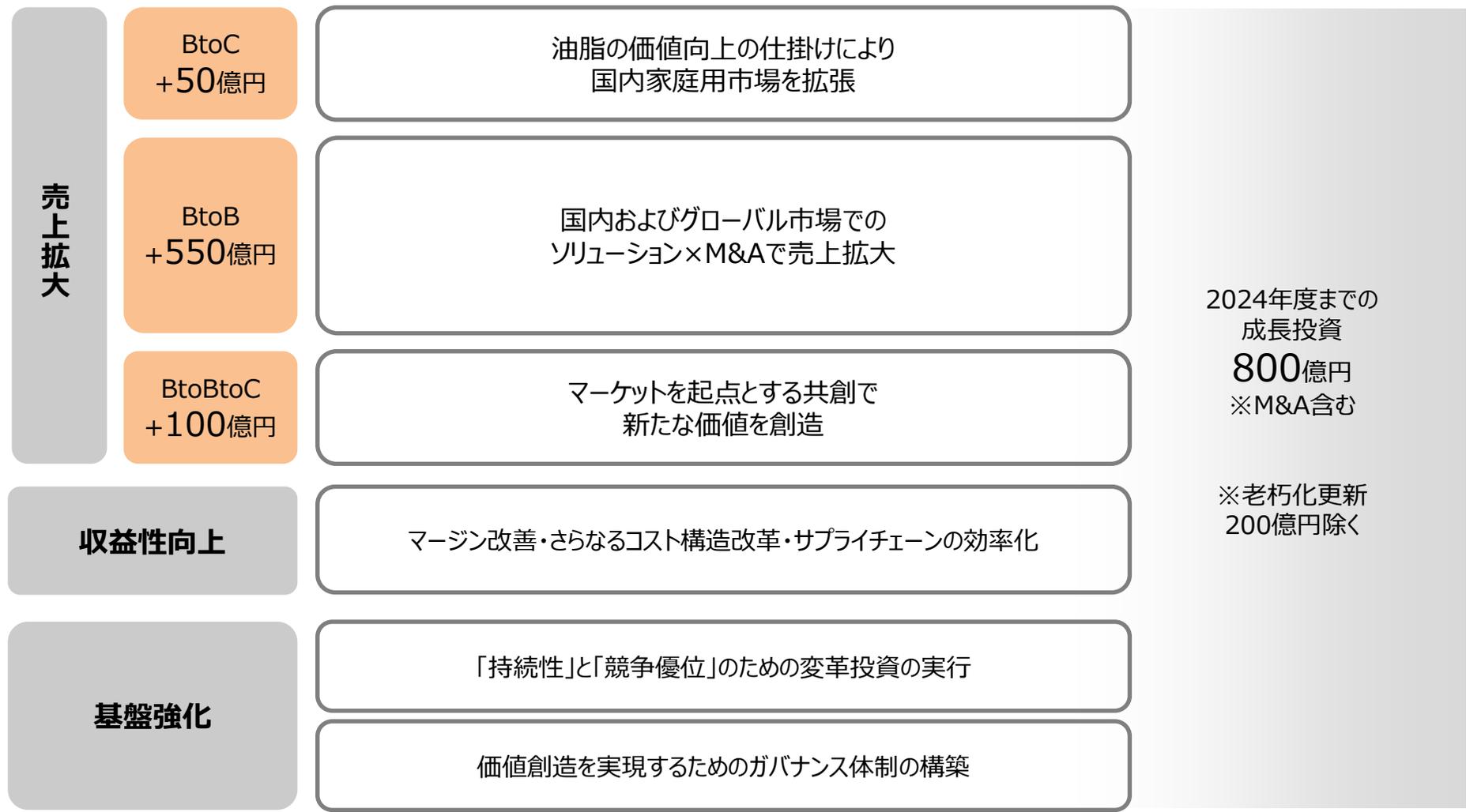
Technology

マーケティング戦略を支える テクノロジー

Marketing & Technology & Globalization

- インキュベーション機能を実装し、さらにユーザーサポート機能を発揮することでお客さまとの共創での課題解決や新たな価値の創出
- デジタル技術を活用した情報基盤の整備、スマートファクトリーの実現、研究開発の進化

基本戦略



経営目標

売上高

4,000億円

営業利益

170億円

ROE

8%

	2019年度 (実績)	2020年度 (見込み)	2024年度	増減 (2020年度比)
売上高	3,334億円	3,200億円	4,000億円	年平均成長率 5.7%
営業利益	131億円	115億円	170億円	年平均成長率 10.3%
ROE	5.9%	5.9%	8.0%	+2.1P
営業キャッシュフロー	—	520億円 (2017~2020年度 4年間の累計)	700億円 (2021~2024年度 4年間の累計)	+180億円

事業セグメントの変更

価値創造を実現する事業戦略単位を「**油脂**」・「**加工食品・素材**」・「**ファインケミカル**」とする

●これまでの事業セグメント

油脂・油糧および加工食品

加工油脂

ファインケミカル

その他

●新たな事業セグメント

油脂

油脂・油糧

加工油脂

加工食品・素材

チョコレート

調味料

機能素材・食品

大豆素材・食品

ファインケミカル

ファインケミカル

環境・衛生

その他

自立・発展

その他・共通

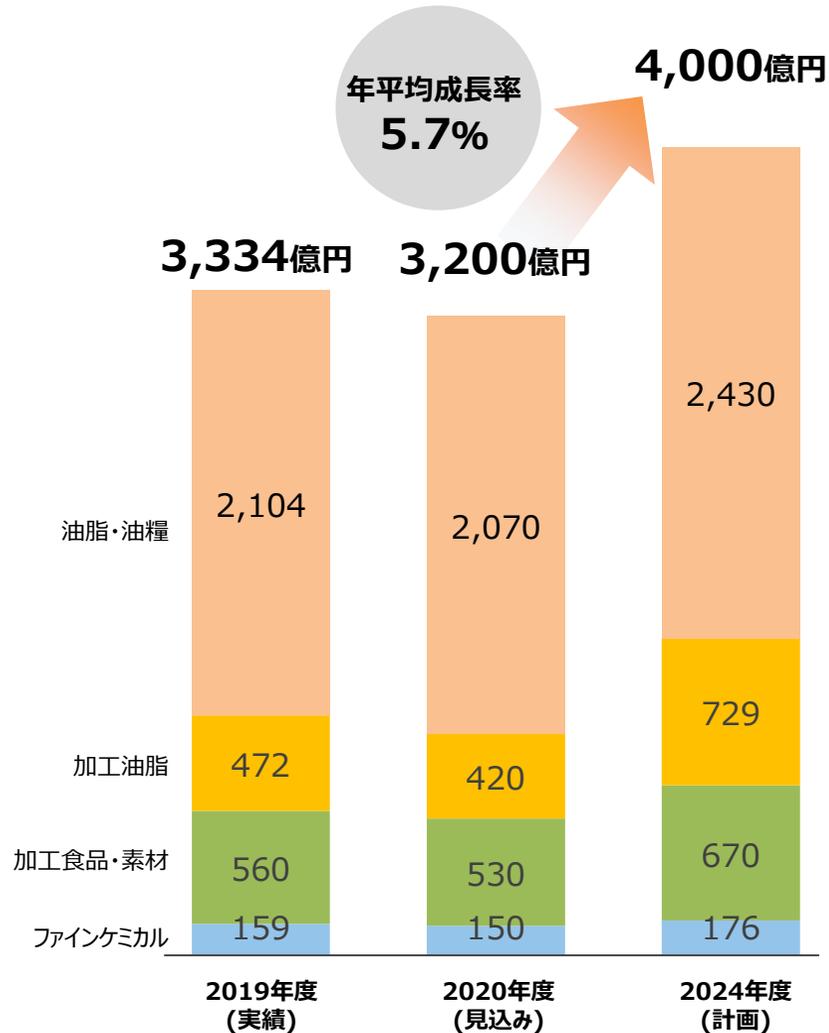
事業構成

大分類		中分類	目指す姿
油脂	油脂・油糧		<ul style="list-style-type: none"> コアコンピタンスの油脂を究める 油脂の価値を高め、価値を創造する グループ全体の推進エンジンとなる チョコレート油脂を中心とするスペシャリティティファットの世界トップレベルの企業グループとなる
	加工油脂		
加工食品・素材	チョコレート		<ul style="list-style-type: none"> アプリケーション技術や食品の開発力を磨き、食品としてのおいしさや健康においてお客さまの共感を生む価値を創造する 当社グループが持つ食品素材を体系化し、食の潮流の変化を捉えて、市場ニーズに迅速に応える 油脂の価値を高める好循環サイクルを作る
	調味料		
	機能素材・食品		
	大豆素材・食品		
ファインケミカル	ファインケミカル		<ul style="list-style-type: none"> エステル合成技術の優位性を活かし化粧品油剤のリーディングカンパニーとなり世界での存在感を強める 植物資源を活用した新たな価値の創出に挑戦する
	環境・衛生		

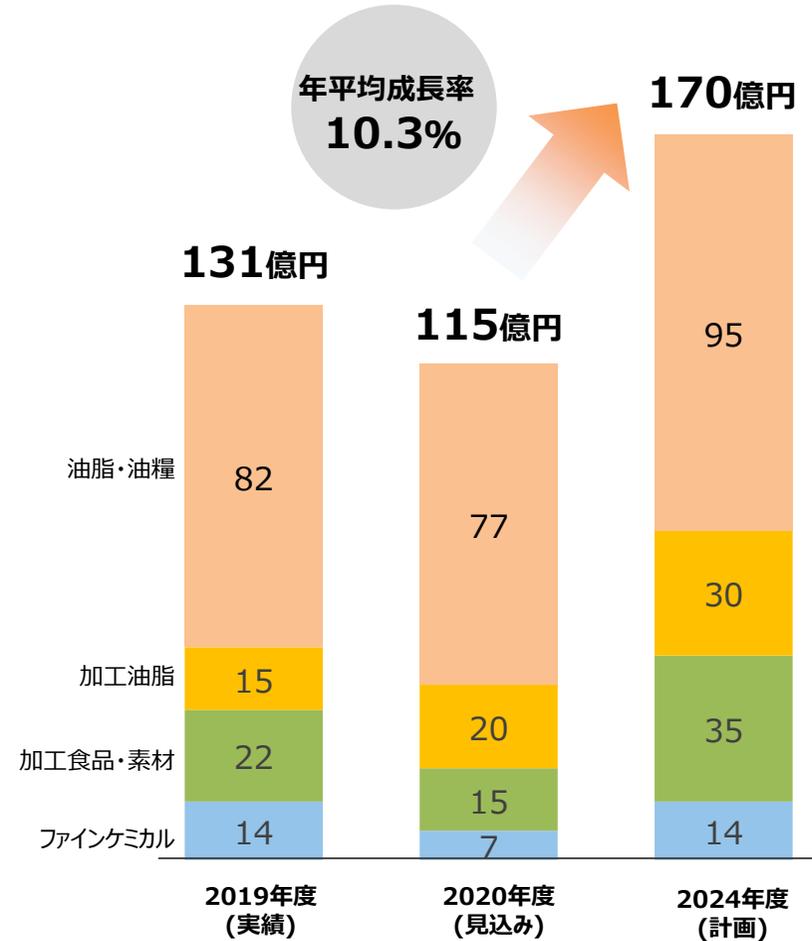
3つの戦略領域で当社グループの強みにさらに磨きをかけ、食の新たな機能を生み出すプラットフォームの役割を担うことで新たな価値創造を実現する

セグメント別売上高、営業利益

売上高



営業利益

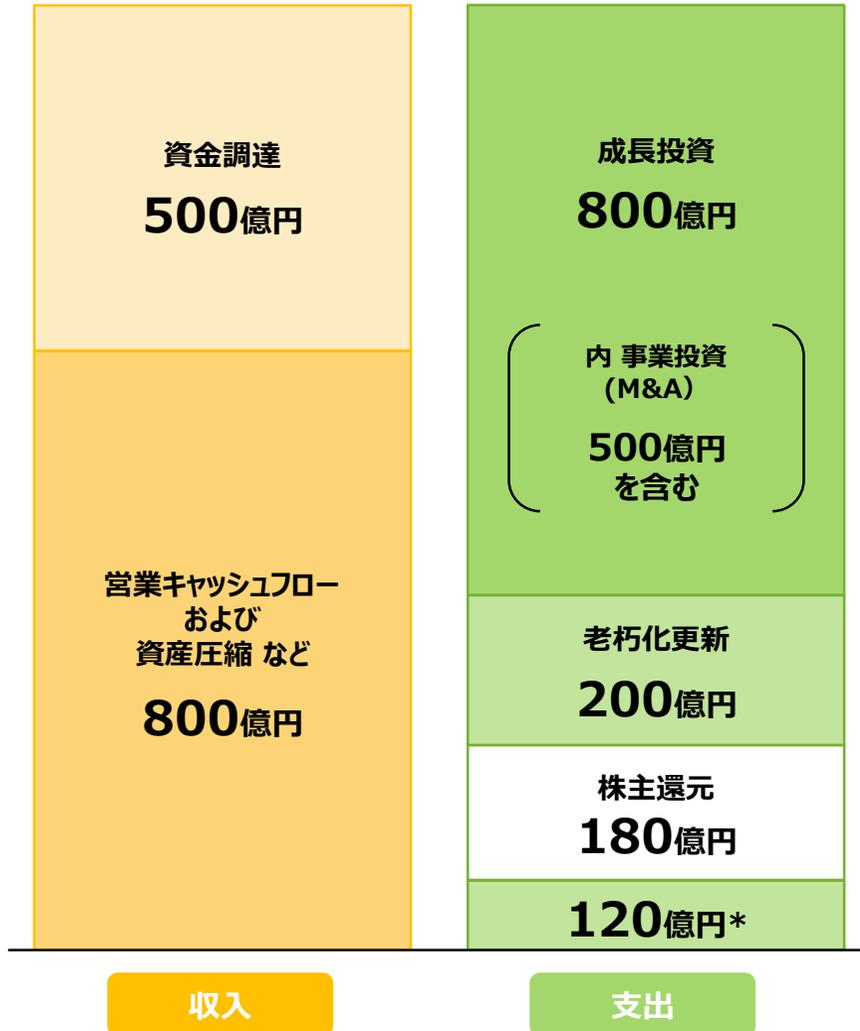


ROE向上に対する考え方

	2019年度 (実績)	2020年度 (見込み)	2024年度	ROE向上のための施策
ROE	5.9%	5.9%	8.0%	
(収益性) ①売上高純利益率 当期純利益 ÷ 売上高	2.5%	2.6%	3.1%	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 将来コスト・社会的コストも反映した販売価格形成 ◆ 付加価値事業・商品の拡大 ◆ サプライチェーンの効率化 ◆ 製品ポートフォリオ改革 ◆ 更なるコスト構造改革
×				
(資産効率性) ②総資産回転率 売上高 ÷ 総資産	1.2回	1.1回	1.2回	<ul style="list-style-type: none"> ◆ アライアンス ◆ 売上高の成長を伴う積極的な投資 (M&Aを含む) ◆ 資産の有効活用と圧縮 (政策保有株式等) ◆ CCCの短縮
×				
③財務レバレッジ 総資産 ÷ 自己資本	2.0倍	2.0倍	2.2倍	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 最適資本構成の追求 ◆ 総還元性向を意識した株主還元

財務・投資戦略

4年間累計のキャッシュフロー



収入

- 営業キャッシュフロー 700億円
- 資産圧縮 など 100億円 } 800億円
 - 政策保有株式の売却や非効率資産の整理
 - CCCサイクルの改善 など
- 資金調達 500億円
 - 成長投資に必要な資金は調達を行う
 - ネットD/Eレシオや自己資本比率などをモニタリングし格付けや安全性に配慮

支出

- 総還元性向 50% 180億円
 - 安定的な配当
 - 環境等を考慮し機動的に自己株式取得
- 成長に向けた積極的な投資 800億円
 - 成長投資 (設備投資・基盤整備) 300億円
 - M&A 500億円
- 老朽化更新 200億円
- 運転資金および現預金の増加* 120億円

主な事業戦略

	基本戦略	事業戦略
売上拡大	<p>BtoC</p> <p>油脂の価値向上の仕掛けにより国内家庭用市場を拡張</p>	<p>国内家庭用市場におけるお客さまからの信頼とプレゼンスを最大化し、収益獲得モデルを強化</p> <p>食用油の栄養機能や新しいおいしさ・使い方を訴求して市場を拡張</p>
	<p>BtoB</p> <p>国内およびグローバル市場でのソリューション×M&Aで売上拡大</p>	<p>ユーザーサポート機能の発揮でお客さまのファーストチョイスとなるための開発力・提案力・総合力の向上</p> <p>国内外食・中食・加工用チャネルにおいて課題解決の質を向上し、ユーザー・卸からの信頼を獲得</p> <p>チョコレート用油脂の販売数量拡大で世界のトップグループ入りを果たす</p> <p>チョコレート事業において実行した投資を最大限に活用して販売を拡大</p> <p>エステル油剤を究めたファインケミカル事業や、くらしや環境をキレイにする衛生管理事業の販売拡大</p> <p>当社事業を強化する提携戦略やM&Aの活用とシナジー効果の獲得、推進体制の強化</p>
	<p>BtoBtoC</p> <p>マーケットを起点とする共創で新たな価値を創造し売上を拡大</p>	<p>エビデンス×ストーリー×プロモーションによるMCTの機能性素材マーケティングで新たな市場を創造</p> <p>コラボレーションやコンソーシアムへの参画で共創によるBtoBtoCマーケティングの仕掛けを実践</p>

主な事業戦略

	基本戦略	事業戦略
収益性向上	マージン改善 さらなるコスト構造改革 サプライチェーンの効率化	将来コスト・社会的コストを反映した販売価格形成と製品 ポートフォリオの変革
		アライアンスによる将来に向けた戦略的取組み 非効率資産や不稼働資産の除去・更新による 価値創造 型事業への転換 に向けた効率的な資産活用
基盤強化	「持続性」と「競争優位」のための変革投資の実行 ～人材・研究開発・生産基盤・環境・デジタル～	油脂およびその周辺領域において グローバルトップ水準の 技術力 と新たに強化する インキュベーション機能 を融合し、 お客さまとともに継続的な価値創造を実現
		将来の事業の持続性や競争優位につながる環境やデジタル、 長期ビジョンに沿った 次世代型生産基盤への変革投資 を推進
	価値創造を実現するための ガバナンス体制の構築	ビジョン2030の実効性向上 コーポレートガバナンスとリスクマネジメントの強化

NISSHIN
Oillio
“植物のチカラ”

