



2025年2月10日

各 位

会社名 ミヨシ油脂株式会社
代表者名 代表取締役社長兼CEO兼CBO 三木逸郎
(コード：4404 東証スタンダード)
問合せ先 経営企画部長 島津 啓輔
(TEL. 03-3603-1111)

第二次中期経営計画策定のお知らせ

当社は、2025年度～27年度までの3年間を対象とする第二次中期経営計画を策定しましたのでお知らせいたします。

詳細は別添資料を参照ください。

以上

ミヨシ油脂株式会社
第二次中期経営計画
(2025～2027年度)

第二次中期経営計画への想い

ミヨシ油脂 は

サイエンスとエンジニアリングの力で油脂の可能性を引き出し
人々の暮らしを支えるインフラ企業として
食のおいしさと暮らしの豊かさ・快適さの実現を通して
一人でも多くの人を幸せにし、
その幸せを社会へ、未来へ広げていきます

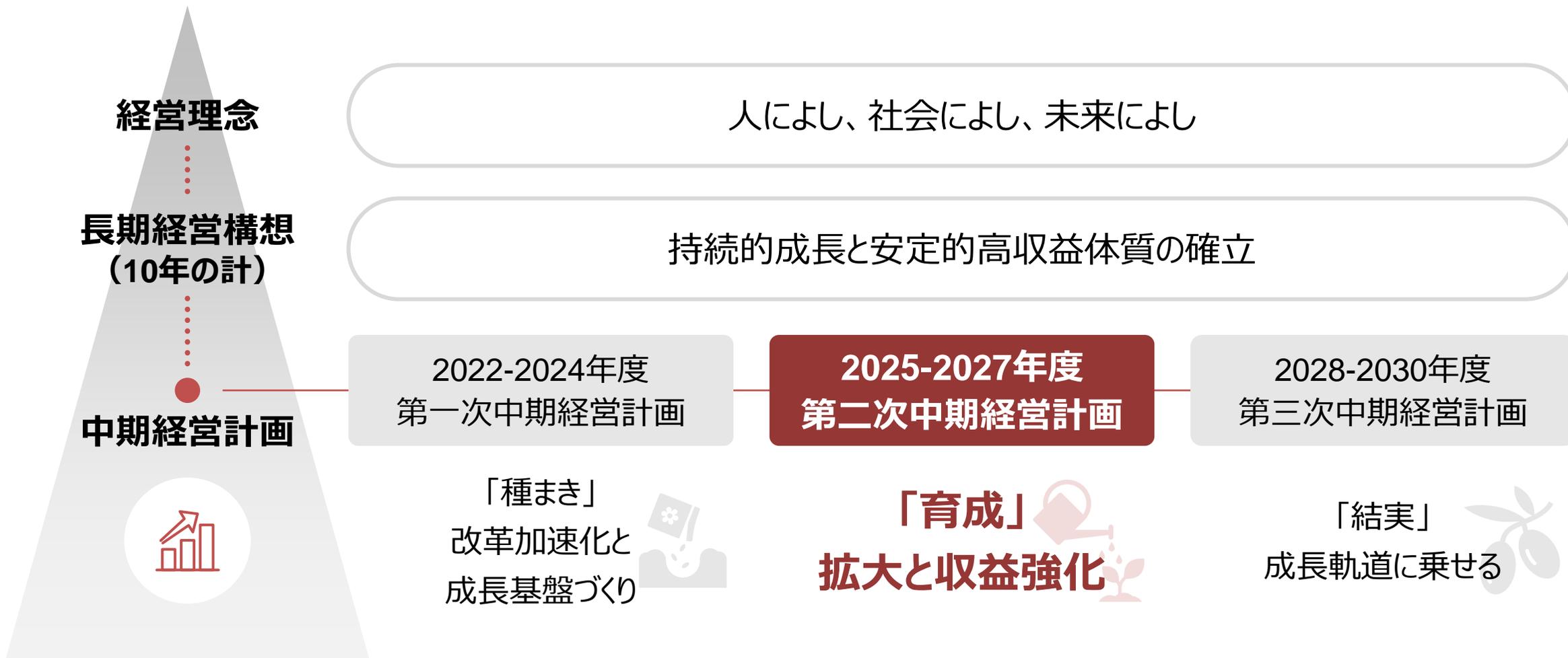
第一次中期経営計画では、
主要原材料価格の高騰等外部環境の影響もありながら、
事業の成長に向けて多くの種をまき、
今後取り組むべき方向性を再認識しました
第二次中期経営計画では、
人々の暮らしを支えるインフラ企業としての事業基盤を育成しながら、
さらなる成長に向けて取り組みます



経営理念と長期経営構想における第二次中期経営計画の位置付け



当社は、「人によし、社会によし、未来によし」という経営理念のもと、2030年までの長期経営構想を掲げ、2025年から2027年までの3か年を第二次中期経営計画期間と位置付けました。本資料では、第二次中期経営計画で取り組む事業方針についてご説明します。

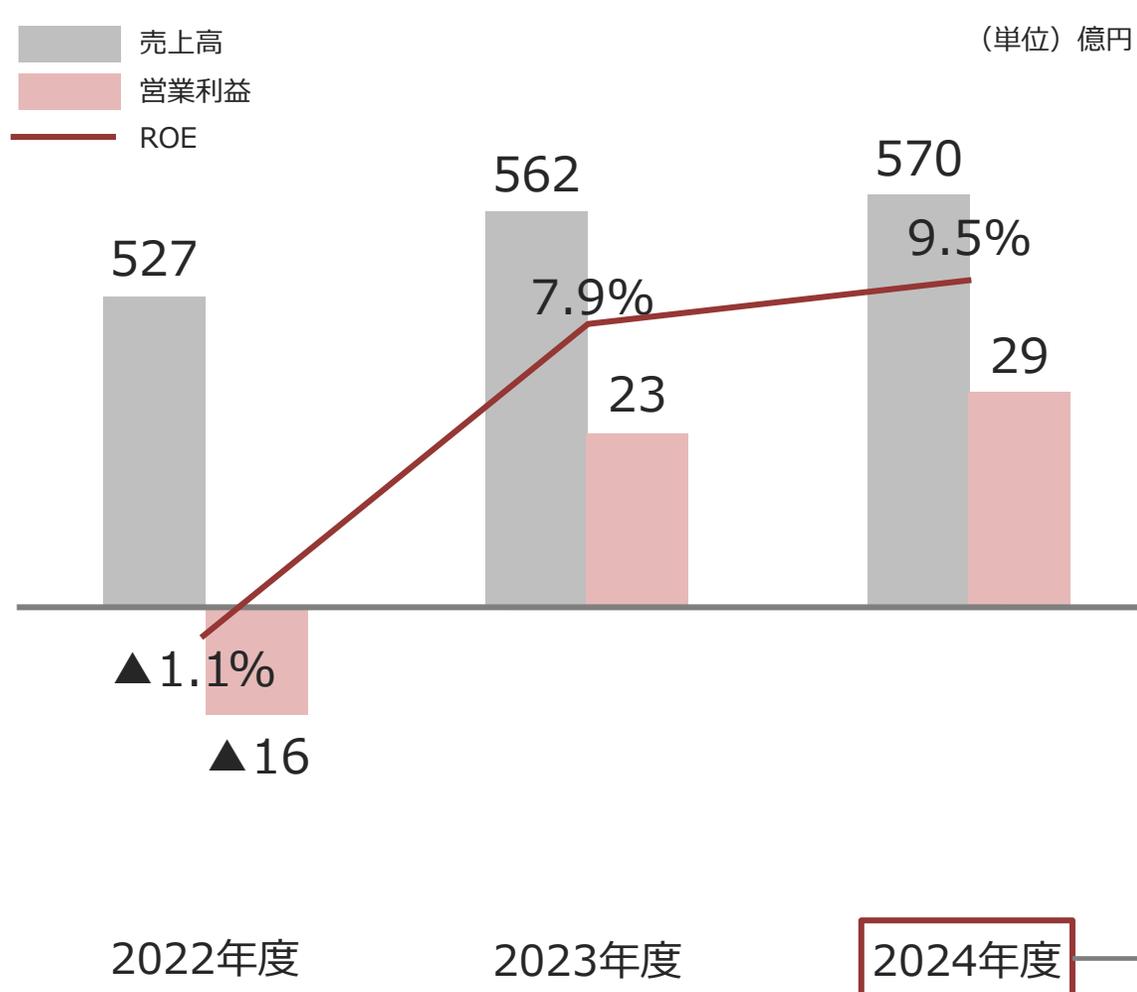


第一次中期経営計画振り返り



第一次中期経営計画の業績の振り返り

第一次中期経営計画では、2022年度に主要原材料の高騰を受けて収益が悪化したものの、適正な販売価格の確保や主力製品を中心に販売強化に取り組み、2024年度は好調な結果になりました。



■ 2024年度の業績予想の推移

(単位) 億円

	第1次 中期経営計画 2022年 2月14日時点	2024年 2月13日 時点	2024年 6月24日 時点	2024年度 実績
売上高	500	540	563	570
営業利益	20	13	27	29
食品事業	10	8	—	19
油化事業	10	5	—	10

期初に大型投資や本社移転関連の諸費用を見込み、第一次中期経営計画からの下方修正を実施したものの、

- 適正な販売価格の確保
- 主力製品の拡販好調

により予想を上回る。

第一次中期経営計画の活動の振り返り

第一次中期経営計画では、価格最適化への取り組み、製品の拡販強化に加え、成長基盤づくりに取り組みました。成長基盤づくりでは、新しい人事制度（案）やマーケティング強化に向けたプラットフォームの構築、新しい基幹システムの導入に向けた準備など基盤整備を着実に推進しました。

● 価格最適化への取り組みと製品の拡販強化が奏功

2022年度の主要原材料価格の高騰による収益悪化を受け、価格最適化の取り組みを推進。また主力製品を中心に拡販が奏功、加えて新型コロナウイルス感染症の収束に伴う環境変化も追い風となり、2024年度業績は好調。

今後も主要原材料の価格変動や人件費、物流費用などの諸費用の高騰が見込まれるため、継続して価格最適化を推進。

● 持続的成長基盤づくりの推進

人と組織力の強化

- ・ チャレンジ力の強化に向けた新しい人事制度(案)を策定。第二次中期経営計画では各組織ごとの理解促進、導入から定着化に注力
- ・ 研究開発領域の組織再編を実施。今後研究開発の事業の枠組みを超えた連携による成果創出を推進

マーケティングイノベーションの取り組み

- ・ Webサイトの充実を図り、ブランディングマネジメントに向けたプラットフォームを整備。少量製品の生産の内製化に課題はあるものの、他社との協業も含め継続して施策を推進

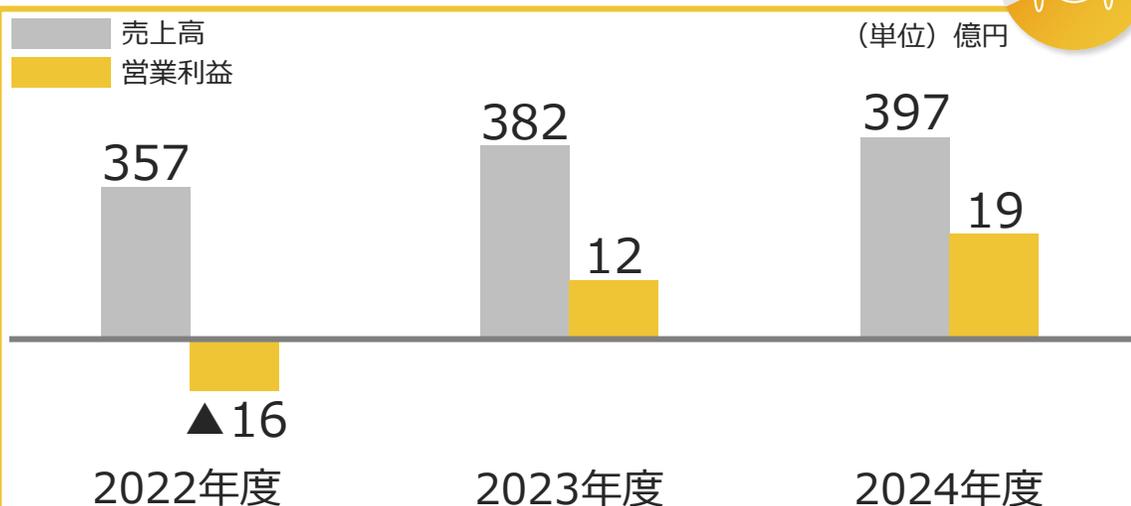
大型成長投資の継続

- ・ 油化事業のマレーシア工場は計画から実行フェーズに移行
- ・ 新基幹システムは設計・導入を推進。第二次中期経営計画期間で移行完了予定

第一次中期経営計画の事業別業績と活動の振り返り

食品事業については、プラントベース素材の活用やグローバル市場への取組みから、「新しい味」の活用・展開の可能性を再認識しました。油化事業については、主力製品を中心に販売拡大、生産力の向上を推進しました。

食品事業

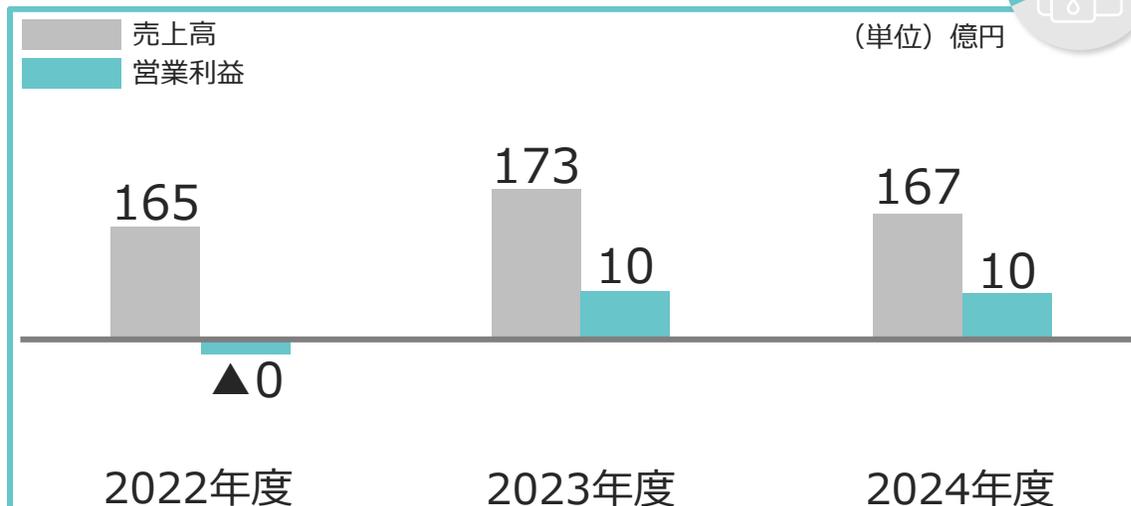


プラントベース素材を活かした製品開発と販売強化やグローバル市場への取組みを実施。

結果、**新しい味の創出**に向けた技術の進展、強みを活かせる食品領域全般の可能性について再認識。

今後はこれまでの取組みの**進化**を図る。

油化事業



主力製品であるトイレタリー向け製品、家庭紙用柔軟保湿剤を中心に製品開発と拡販を推進。また、海外をはじめ工場の拡張に着手。

引き続き、**主力製品の販売拡大**に加え、新しい製品の創出に向けた研究開発の継続など、これまでの取組みの**深化**を図る。

今後見込まれる外部環境の変化による事業への影響

第二次中期経営計画期間においても、様々な外部環境の変化が予見されます。消費者の暮らしの変化をはじめ国内外の市場の変化、費用や主要原材料の仕入れ価格の高騰に対応しながら事業の成長を推進します。

収益への影響

コストへの影響

国内市場

■ 消費者動向の変化

- ・ ライフスタイルの変化
- ・ 技術革新などを受けた食文化の変化
- ・ 訪日外国人増加に伴う市場の伸長

■ 市場の縮小

- ・ 人口減少、少子高齢化

海外市場

■ 海外市場拡大の可能性

- ・ 日系企業の海外展開の拡大
- ・ 新興国等の経済成長に伴うターゲットの拡大

■ 主要原材料の規制の動向

■ 費用の高騰

- ・ 人件費、物流費、水光熱費の上昇
- ・ 資材の高騰等による設備投資費用の上昇

■ 主要原材料価格の高騰

- ・ 油脂相場、為替の変動
- ・ 地政学リスクの影響
- ・ 油脂需要の多様化による仕入れ環境の変化

第二次中期経営計画



第二次中期経営計画の骨子

第二次中期経営計画では、外部環境の変化への対応に引続き取り組みながら、事業の成長基盤を活用し食品事業の進化、油化事業の深化により継続した成長を目指します。

戦略

外部環境への対応として価格の最適化を推進しつつ、事業の育成、食品事業の進化と油化事業の深化により継続した成長を目指す



領域	骨子
人財	新しい人事制度の導入、定着化を中心に人財基盤を強化
設備	海外生産工場の新設、および食品工場、油化工場の再構築
基盤	事業成長を支えるための新人事制度と新基幹システムの運用
マーケティングイノベーション	デジタルプラットフォームを活用したマーケティング活動の推進
食品	これまでの取り組みを踏まえた「進化」
油化	これまでの取り組みを踏まえた「深化」
海外	食品事業、油化事業ともに海外展開を強化

第二次中期経営計画の数値計画

第二次中期経営計画では、費用は増加するものの、事業の持続的な成長により2027年度にかけて営業利益は向上する見込みです。引続き2030年度の目標達成に向けて取り組みます。

	第一次 中期経営計画	第二次 中期経営計画	(ご参考) 第三次 中期経営計画
	2024年度	2027年度	2030年度
営業利益	29億円	24年度実績 以上	27年度実績 以上
ROE	9.5%	右記参照	

① 営業利益

第二次中期経営計画では、引続き価格の最適化、主力製品を中心とした拡販、主要原材料の価格変動への対応力強化を推進し収益力の向上を図る。他方で、人件費や物流費などの費用は増加を見込む。結果として、事業の成長、収益性の基盤強化により、2027年度は2024年度以上の営業利益の確保を目指す。

② ROE

第二次中期経営計画では、ROEは本社売却による自己資本の増加があるものの、営業利益の増加に向けた取り組みにより、株主資本コストを上回る5%以上を目指す。また2030年度に向けて、8%の達成に取り組む。

食品事業と油化事業の特徴

食品事業は、開発した製品を当社販売先のニーズに合わせてカスタマイズしながら、売上拡大に取り組んでいます。
 油化事業は、技術力を活かした共同研究の取り組みを中心に多様な業界に展開しています。

食品事業

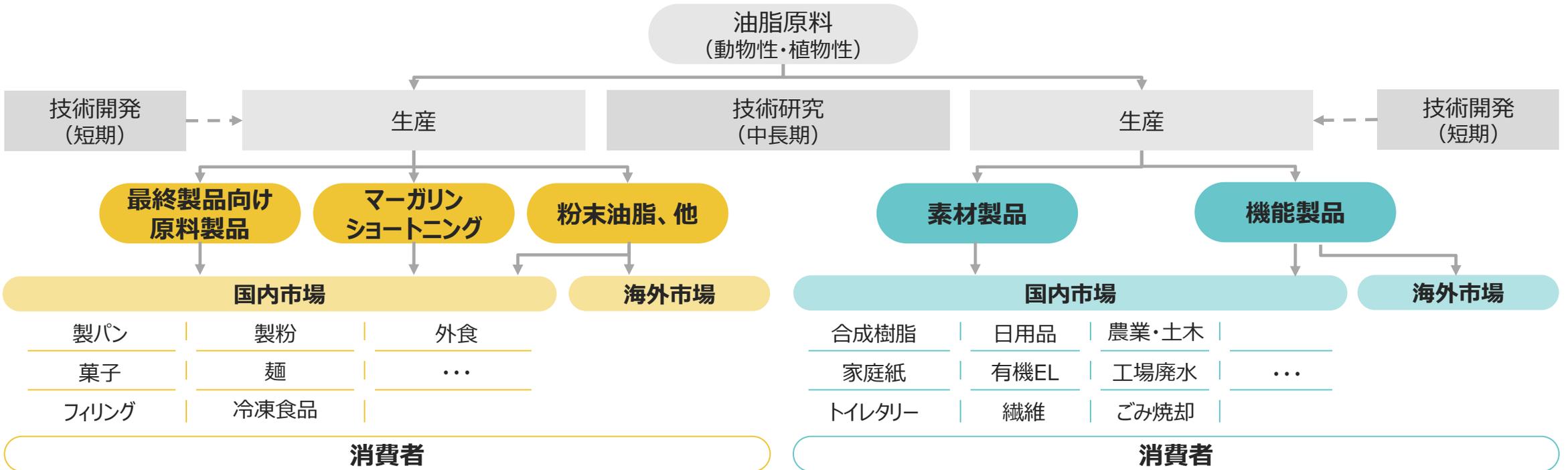


- 新たな機能や特徴を有する製品を開発し、当社販売先のニーズや消費者の嗜好に合わせてカスタマイズ
- 大きな変化が起きづらい食品業界において、商品入れ替えのタイミングが商機

油化事業



- 開発した技術を公表し、共同研究による製品化を推進
- 販売の主軸を担う製品は10～15年単位で変化
- 技術力をベースに多様な特性を持つ製品を開発、販売業界も多岐にわたる



食品事業の事業方針

食品事業については、これまでの取り組みから進化を図り、新しい味の創出・拡充と既存のポートフォリオの改善促進により事業の成長を実現します。

第二次中期経営計画「育成」における事業方針

進化

新しい味の創出・拡充に向けた進化

- 市場・販売業界の拡大（海外含む）
- 業界ニーズに応える新製品の開発推進
- 販売戦略に沿った生産体制の再構築

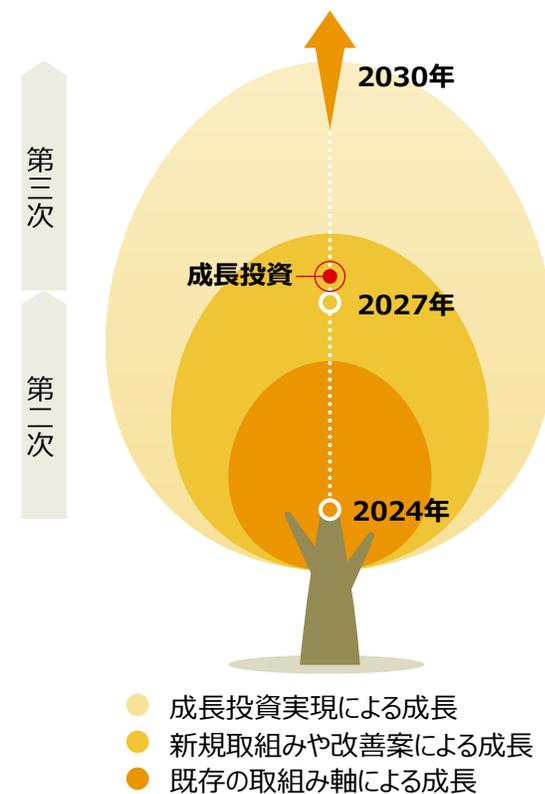
ポートフォリオの改善促進による進化

- 収益性の低い製品の廃止
- 価格最適化の促進

2027年度目標

営業利益：

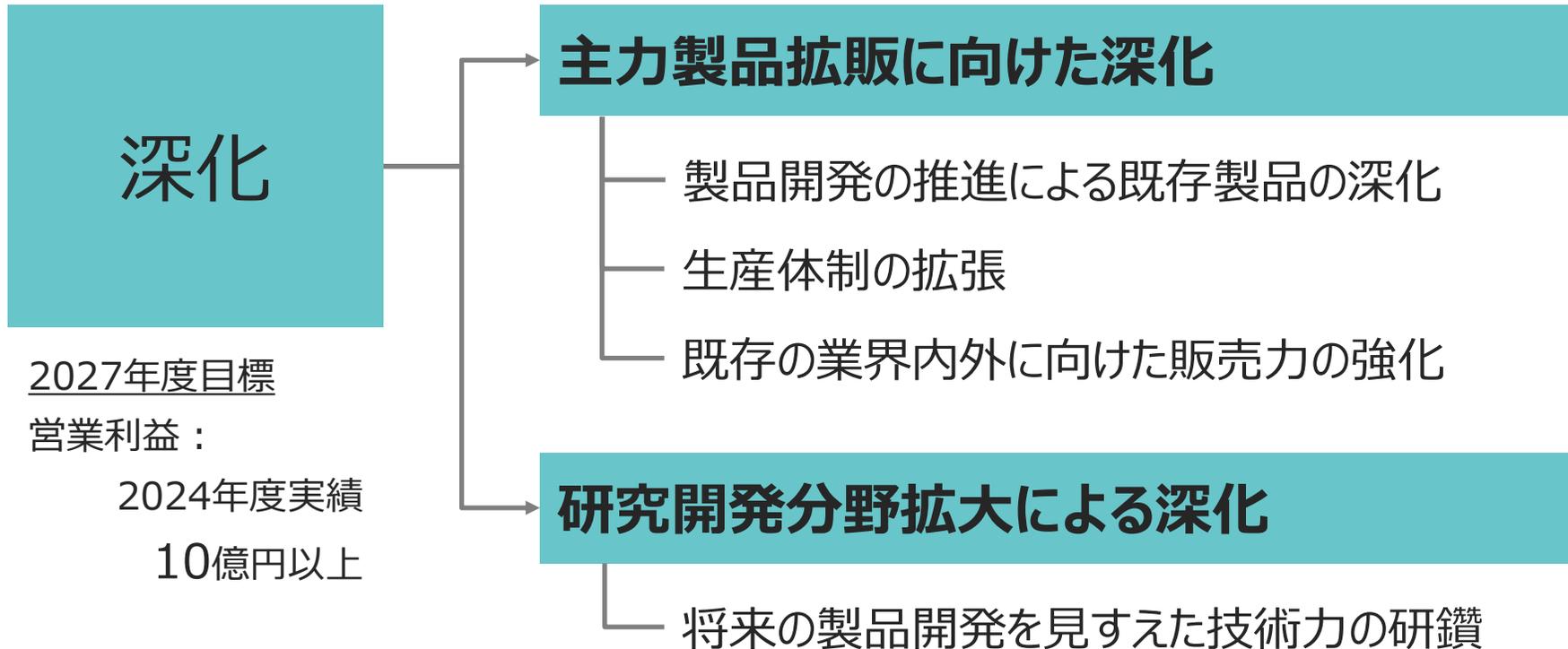
2024年度実績
19億円以上



油化事業の事業方針

油化事業につきましては、技術、生産、販売におけるこれまでの取り組みの深化を図り、主力製品のさらなる拡販、および新しい製品の開発に向けた研究開発分野の拡大により事業の成長を実現します。

第二次中期経営計画「育成」における事業方針

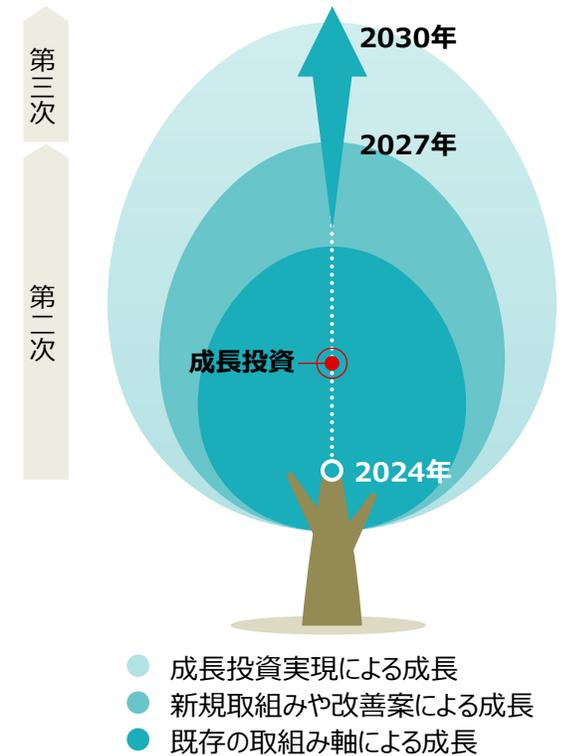


2027年度目標

営業利益：

2024年度実績

10億円以上



海外市場に向けた取り組み

海外市場については、さらに取り組みを加速する計画です。食品事業は北米市場をメインターゲットに、油化事業は製品によりアジア市場、北米市場をターゲットに設定し、販売拡大を推進します。



生産工場の目指す姿と設備計画

生産工場については、中長期的に目指す姿を策定し、第二次中期経営計画期間においても総額170～200億円規模の投資を計画しています。

生産工場が中長期的に目指す姿

- **事業の成長性を支える柔軟性を持った生産体制**
 - 多様な人財が活躍できる環境づくり
 - DXによる更なる高効率化
- **利益の最大化に貢献する生産体制**
 - 自動化設備やシステムの活用促進
 - 生産技術機能の強化
- **人と地球により良い工場**
 - 毎日通いたくなる工場づくり
 - 地球環境負荷の少ない持続可能な工場

(単位) 億円

設備投資の規模 (2025-2027年度)

170～200

食品事業	成長投資	55～60
	定常投資*	20～25
油化事業	成長投資	45～50
	定常投資*	10～15
海外		35～40
共通		5～10

* 定常的な生産設備の維持・修繕

事業別の設備計画

食品事業は、第二次中期経営計画期間から中長期的な時間軸で再構築を進め、事業戦略に沿った生産体制を整備します。
油化事業は、2026年度から海外工場の稼働を予定しており、国内外の生産基盤の強化を推進します。

食品事業



食品工場再構築

■ 千葉工場

精製設備の更新

- ↳ 精製設備の更新、建替えのための工場内の用地捻出工事含む



■ 神戸工場

一部設備の刷新

- ↳ 老朽化設備刷新による工場効率化と戦略投資実現に向けた工場内の用地捻出を合わせて推進



- + 設備更新に合わせたDX投資の促進
- + 工場の就業環境整備

■ 海外生産に向けた検討、計画立案

■ 粉末油脂の生産強化、および生産設備の拡張に向けて整備した用地の活用計画策定

油化事業



海外進出・他社協業など生産体制再構築

■ 海外工場

マレーシア工場新設

- ↳ グリセリン生産設備の新設。2026年度内稼働予定 (MIYOSHI OIL & FAT MALAYSIA SDN.BHD.)

■ 名古屋工場

トイレタリー向け製品 設備再構築

- ↳ 工場内の設備の再配置



- + 設備更新に合わせたDX投資の促進
- + 工場の就業環境整備
- 第三次中期経営計画に向けた海外工場の拡張、および名古屋工場の最適な設備配置への継続的な取り組み

技術開発力強化に向けた取り組み

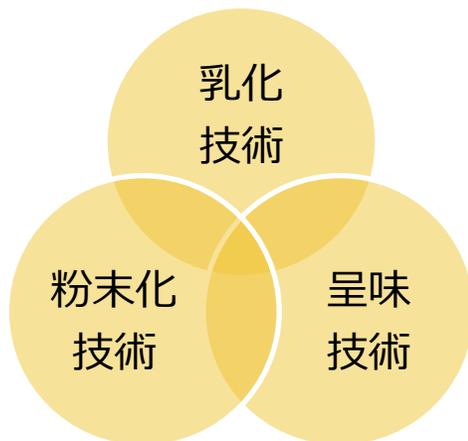
食品、油化両事業ともに、既存のコア技術をベースに新しい味や機能の開発に向けて研究開発、技術革新に取り組むと同時に、知的財産の戦略的な活用、及び管理の強化を進めます。また、2028年に技術研究センターの新設を予定しており、技術開発力のさらなる強化を推進します。

研究開発費
(2025～2027年度)

50～60億円規模

食品事業

<コア技術>

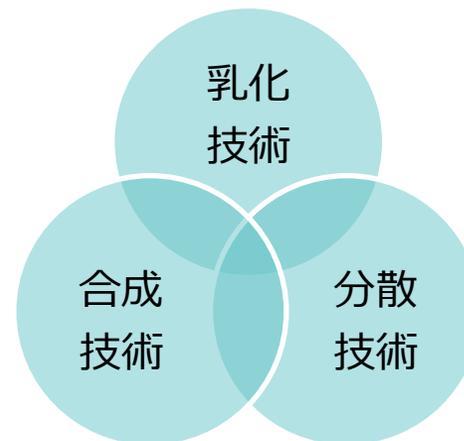


新しい味の創出

- 機能性油脂
- 粉体混合製品
- 新規風味
- 新規素材・代替原料

油化事業

<コア技術>



新しい機能の開発

- トイレタリー向け基材
- 海外向けローション剤
- 土木改良剤
- 水処理薬剤

- 2028年技術研究センター新設（予定）に向けて技術開発力を強化
- 開発した技術は知的財産として戦略的な活用と管理強化を推進

財務運営方針

大規模なプラントを要する油脂加工業である当社が供給する加工油脂は、製パン・製菓といった広く国内で消費される食品やトイレタリーなど多くの産業分野で原料として使用されており、国内屈指のメーカーとしてその供給に社会的責任を負っていると認識しています。設備投資を支える強固な財務体質が必要であり、健全性の維持に努めながら成長投資と株主還元バランスよく取り組む方針です。

財務運営方針



大規模なプラントを要する装置産業



加工油脂供給の社会的責任

強固な財務体質の必要性

営業
キャッシュフロー

資金調達

資産売却

キャッシュロケーション

安定供給体制の維持と
成長投資の推進

強固な財務に基づく
安定的な配当

設備投資・
事業投資

株主還元

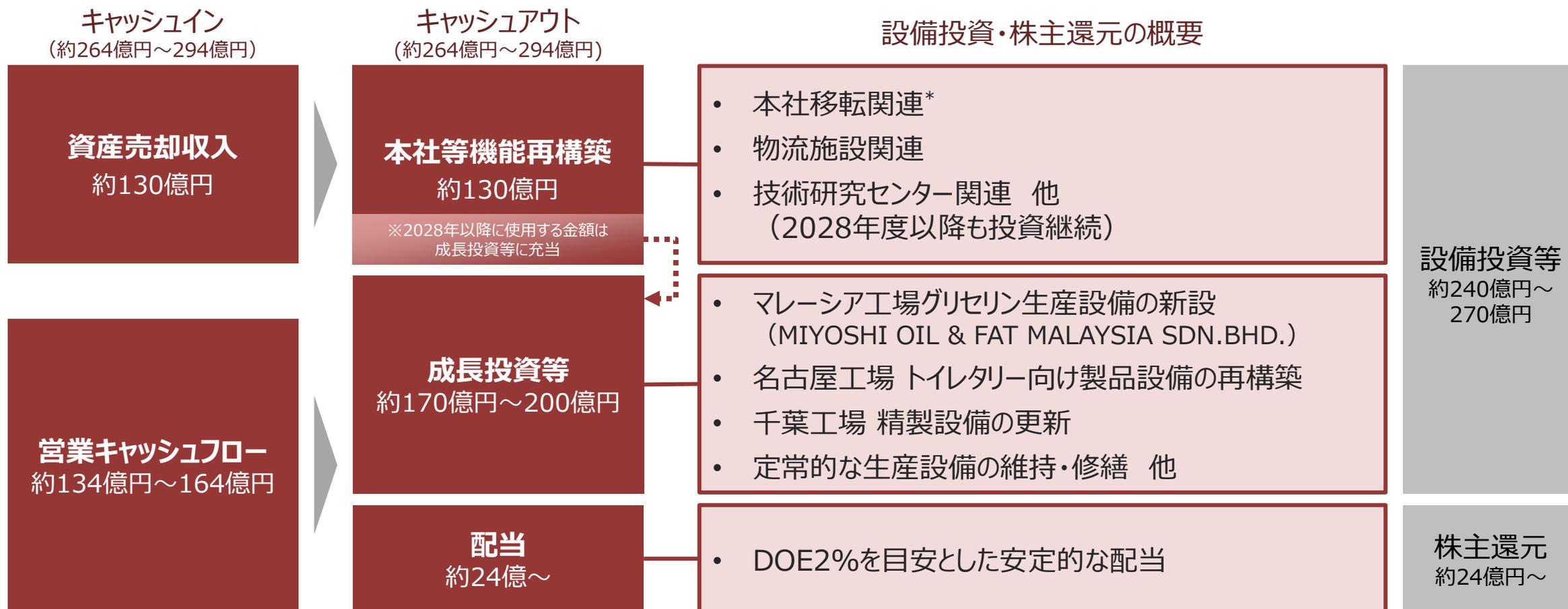


収益成長と再投資の好循環

キャッシュアロケーション

第二次中期経営計画では本社・東京工場の所在していた土地の売却収入を見込んでおり、この資金は本社等の機能再構築に充当します。2028年度以降に使用する部分は、第二次中期経営計画期間において成長投資等に配分することで、事業継続性の確保と将来の収益成長を実現する方針です。

第二次中期経営計画3か年におけるキャッシュアロケーション（イメージ）



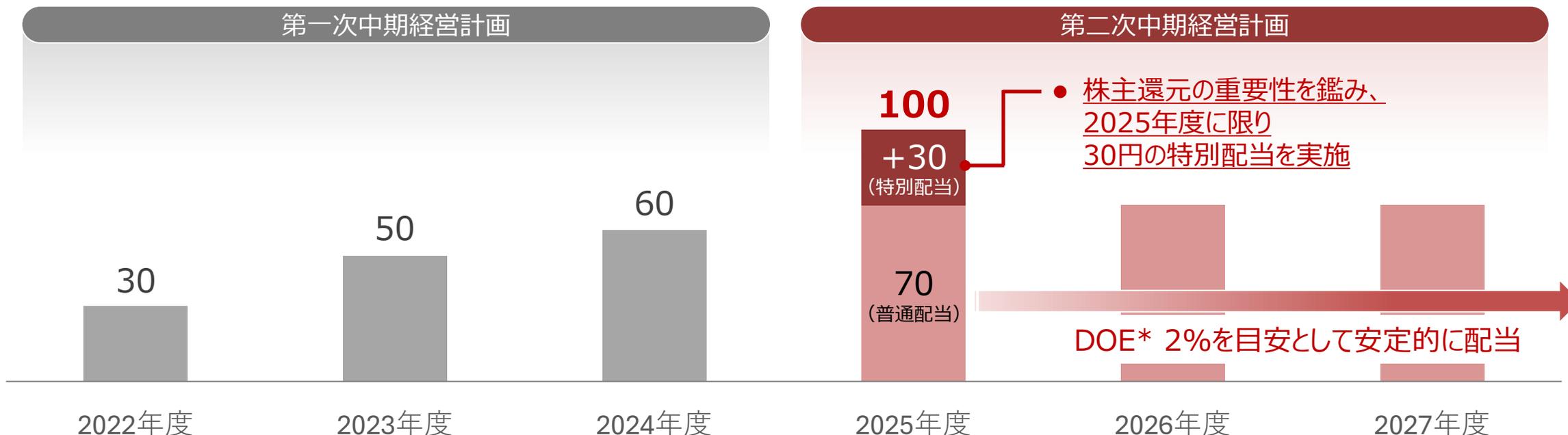
配当方針

当社の配当は安定性を重視し、DOE* 2%を配当額の目安として業績・事業環境や財務状況を勘案して決定します。

配当方針

安定的な株主還元を実現するため、
株主資本配当率（DOE*）2% を目安として配当

新たな配当方針に基づく1株あたりの配当金予想（円）



SDGsに向けた取り組み

人々の暮らしを支えるインフラ企業として、SDGsの取り組みは不可欠です。2020年に立ち上げたサステナビリティ推進委員会を軸にESGを重視した経営を推進し、2030年の目標達成に向けて企業価値の向上に取り組めます。



SDGsターゲットと 2030年までの目標



すべての人に
健康と福祉を

製品中のトランス脂肪酸
含有率を1%未満にします



ジェンダー平等を
実現しよう

管理職の女性社員比率を
10%以上にします



安全な水とトイレを
世界中に

約1千万t/年の
排水処理に貢献します



エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

製品1トンあたりの
CO₂排出量を2006年比
50%以上削減します



住み続けられる
まちづくりを

非分解性プラスチック削減
によりCO₂を約100トン/年
削減します



気候変動に
具体的な対策を

製造に係わる全ての冷媒を
順次自然冷媒に切替し
フロンR22を全廃します



陸の豊かさも
守ろう

パーム油をRSPO認証品へ
積極的に切替します

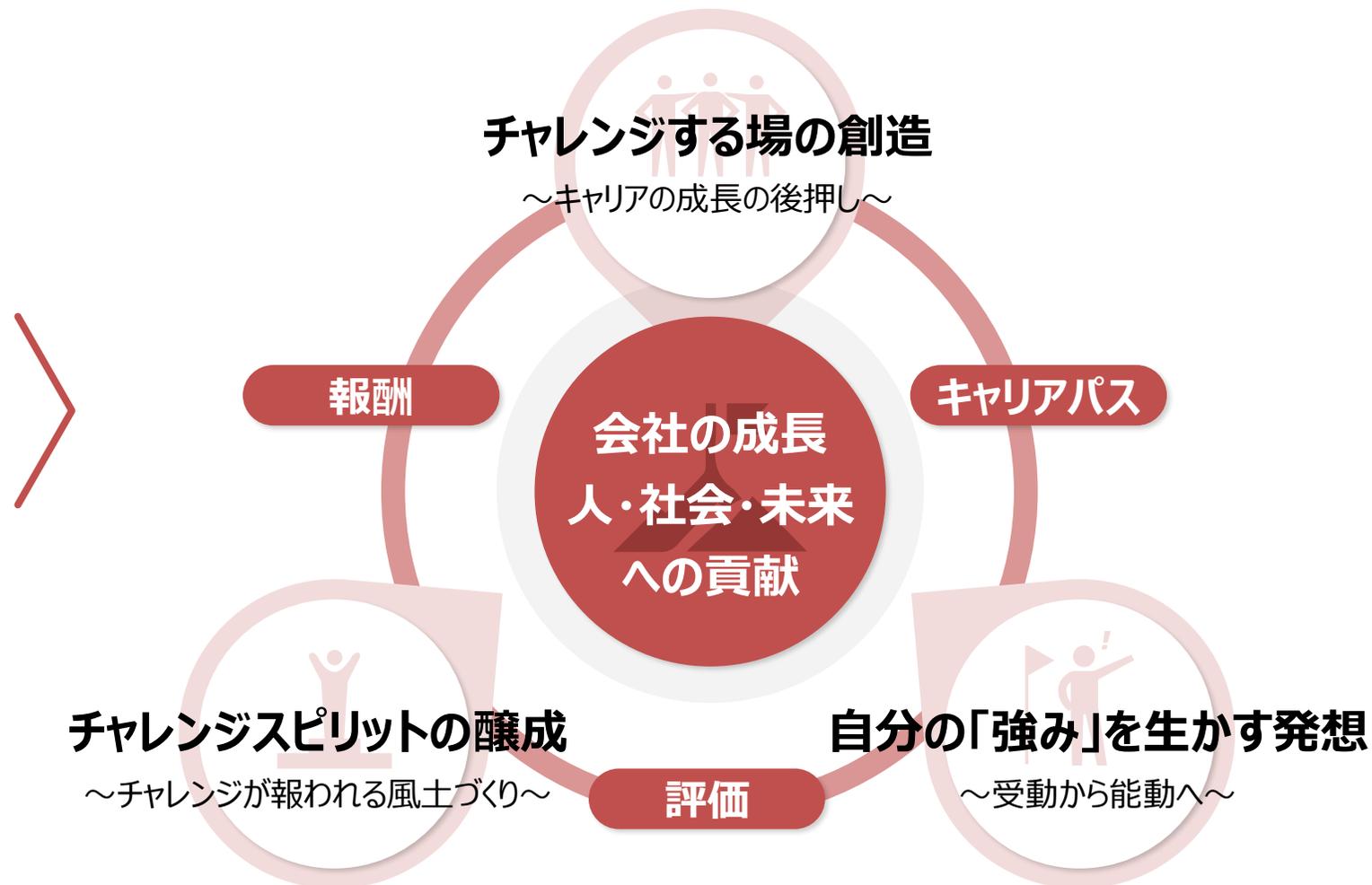
人的資本向上に向けた取り組み

長期経営構想である「持続的成長と安定的高収益体質の確立」の実現には、人的資本への継続した投資は不可欠です。会社の成長だけでなく、人・社会・未来への貢献を企図し、積極的にチャレンジする人財の育成を目指し、新しい人事制度の導入などを計画しています。

**チャレンジ力の強化
に向けた
人財育成とマネジメント**



新しい人事制度の導入
(2026年度～運用開始予定)



現状分析 資本収益性・市場評価

資本収益性（ROE）においては「持続的な収益成長」、市場評価（PBR・PER）においては「投資家の期待感の醸成（株価向上）」が今後取り組むべき課題と認識しています。

ROEの推移

(当期純利益/期中平均自己資本)

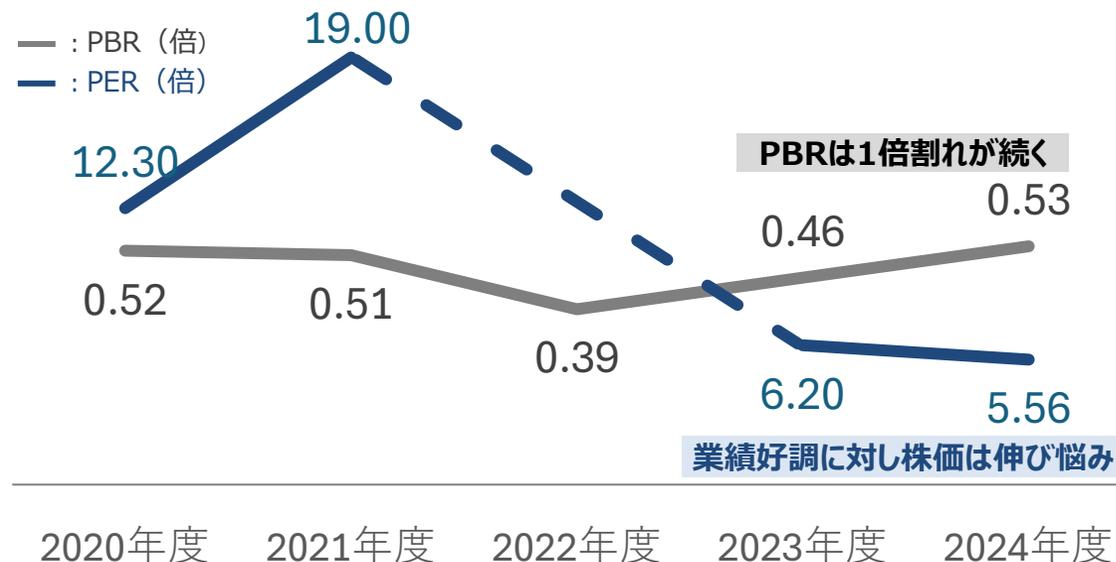


現状分析・課題認識

当社の株主資本コストは4-5%程度と認識。直近2年のROEは業績好調を受け株主資本コストを上回っているが、今期以降は本社土地の売却益により自己資本が増加見込みであり、**持続的な収益成長によるROEの維持・向上が課題**。

PBRとPERの推移

(PBR：期末株価/1株当たり自己資本、PER：期末株価/1株当たり当期純利益)



現状分析・課題認識

当社の直近の業績は2022年度を除き黒字を計上しており、株主資本は緩やかに上昇。一方で株価は伸びておらず、PBRは1倍未満・PERも低水準が続く状況。**将来の収益成長や株主還元に対する投資家の期待感を醸成できておらず、株価が上昇していないことが課題**。

企業価値向上に向けた今後の取り組み

2030年ROE8%を目指した取り組み、安定的な株主還元、IR活動の強化を通じ、「資本収益性の向上」と「市場評価の改善」の実現を目指します。



2030年に向けた成長方針

2024年度の営業利益は29億円となり第一次中期経営計画の目標を達成しました。第二次中期経営計画では成長戦略の推進をさらに加速させて収益力を強化することで、29億円以上の営業利益を目指すとともにROEについても向上してまいります。

収益成長のイメージ

第一次中期経営計画

「種まき」改革加速化と成長基盤づくり

第二次中期経営計画

「育成」拡大と収益強化

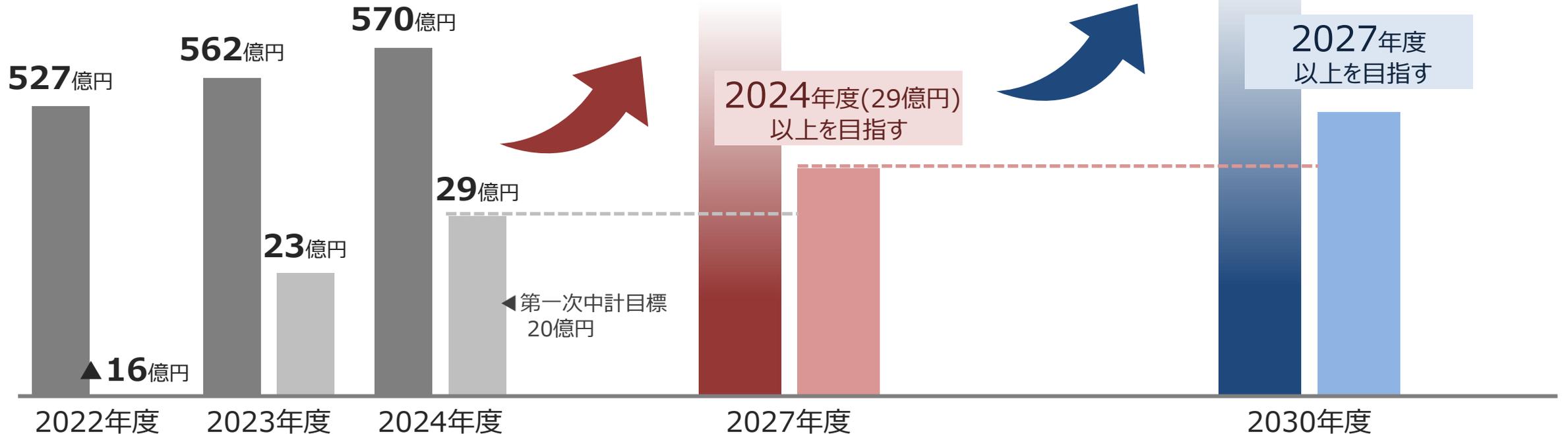
第三次中期経営計画

「結実」成長軌道に乗せる

(凡例)

棒グラフ左：売上高

棒グラフ右：営業利益





(注) 本資料に記載されている将来の見通しに関する事項については、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、将来の業績を保証するものではなく、実際は今後の様々な要因によって変動する可能性があります。