

# 事業別戦略

## 製粉事業

### 強み・特長

グループ会社を含む7工場体制により、全国のお客様に対して小麦粉を供給しています。さらに、油脂製品、糖質製品など、当社グループの扱う様々な商材を、小麦粉製品と組み合わせることで、お客様の「食」に関する課題解決に貢献しています。

## 2020年度の振り返り

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、家庭用商品の需要が増えた一方で、外食、土産などの業務用需要が減少しました。また、在宅勤務の広がりにより、ビジネス街のコンビニエンスストアの販売も減少し、パンや麺などに使用される小麦粉、プレミックスの販売量が減少しました。

このような状況のなかで新たに創出された、テイクアウトやデリバリーといった需要に対し、健康、おいしさ、省人化に貢献する製品開発や提案を行ってきました。これらの活動により、徐々に販売量回復の兆しが見えてきています。

## 2021年度の戦略

今期は製粉グループ各社との連携を強化し、生産性を高める取り組みを行っていきます。その一環として、2021年10月より、株式会社内外製粉と販売統合を実施し、製造面・販売面・物流面でより一層効率的な体制を構築していきます。

ウィズコロナ・アフターコロナ時代の市場が変化するなか、当社グループの強みであるマーケット分析力を軸に、小麦粉だけでなく、油脂、植物たん白、糖化品、でん粉などの

周辺商材を組み合わせた総合力を生かした提案により、お客様の商品に新たな価値を創造する「価値提案型営業」を進めていきます。

また、2021年4月に事業横断型組織として創設された「ソリューション営業部」との連携により、お客様のビジネスに貢献する様々な取り組みを展開していきます。

### TOPICS

### 株式会社内外製粉との販売統合

2021年10月1日付でグループ会社である株式会社内外製粉の販売部門を当社に統合し、製造受託工場とすることで、一体運用を推進します。製造・販売・物流面における効率化を図り、さらなるシェア拡大に取り組んでいきます。

営業面	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 統合された販売戦略に基づく効率的な営業活動</li> <li>● 内外製粉の販売チャネルの活用</li> <li>● 販促活動や顧客交渉などの重複の回避</li> </ul>	物流面	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 相互の製造銘柄に準じた配送先の効率化</li> <li>● 中京エリアのグループ会社を含めた効率的な物流体制の構築</li> </ul>
製造面	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コストセンターとして製造効率を追求</li> <li>● 類似銘柄の統合や小ロット挽砕の集約</li> <li>● セントラル製粉株式会社と連携した中京エリアの製造拠点としての活用</li> </ul>		



## 油脂食品事業

### 強み・特長

食用油に加えて、様々な商材を扱うことで培ったノウハウを生かして、「複合系シナジーソリューション」を体現しています。例えば、天ぷらは「衣」「油」の両面から最適な組み合わせにアプローチできる強みがあり、天ぷら粉を含む業務用無糖プレミックスは高い国内シェアを誇っています。「粉」「糖質」の知見を生かして開発した家庭用ホットケーキミックスは、国内シェアNo.1<sup>※</sup>を獲得しています。

※ 当社調べ

## 2020年度の振り返り

長期化する新型コロナウイルス感染拡大の影響から、外食を中心とする業務用需要が減退する一方、巣ごもり需要と内食機会増加に後押しされた家庭用需要は伸長しました。また、ポーソー油脂株式会社グループ入りしたことにより、油脂商品のラインアップに新たに「こめ油」が加わり、提

案の幅がさらに広がりました。その結果、業務用油脂類の販売量は前年を上回りましたが、業務用食材は前年を下回りました。家庭用商品については油脂、プレミックス、パスタ共に前年販売量を上回ることができました。

## 2021年度の戦略

世界的な穀物原料の高騰を背景に、油脂製品、小麦粉製品の原価は大きく上昇しています。原価に見合った適正価格にて販売すべく、お客様の理解を求めていきます。

また、コロナ禍によって変化した市場ニーズに合わせた販売を強化していきます。業務用ではテイクアウト用途に適した油染みを抑制できるフライ油などの拡販、家庭用では内食需要高止まりを維持すべく、プレミアムオイル(オ

リーブオイル、オレインリッチ、健康こめ油)、パスタ、プレミックスに注力した拡販施策を展開していきます。さらに、2020年10月に発売60周年を迎えた天ぷら粉については、あらためて「天ぷら」のおいしさを伝えるため、外食・中食・内食のあらゆる食シーンで連動した販促を展開していきます。

### TOPICS

#### 新商品開発に注力

消費者の健康意識の高まりや、将来的な食肉供給不安などを背景に、植物性原料を利用したプラントベースフードや代替肉の市場が急成長しています。当社の大豆たん白も市場の伸長に合わせて大きく販売を増やしていますが、さらに販路を広げるべく、2020年度に家庭用の大豆たん白商品「まめたん」を上市しました。今後は、さらに付加価値を高めた大豆たん白商品の上市や、大豆の有用成分を生かした商品開発を進めていきます。



また、新たにラインアップに加わったこめ油と粉製品や糖質製品をコラボさせた販売活動の実施や、「蒟蒻効果」シリーズ(パスタ)、「健康こめ油」など、健康を求める消費者ニーズをとらえた家庭用商品の開発にも引き続き注力していきます。

## 糖質事業

### 強み・特長

業界トップレベルの事業規模に加えて全国3拠点の生産体制により、安定供給とコスト競争力を実現しています。特に、結晶ぶどう糖市場では国内生産量約70%のシェア<sup>※</sup>を確立するとともに、医薬向けにおいても高い技術力とノウハウを保有しています。これらを強みとして、他事業とのシナジー発揮によるソリューション提案を実施しています。

<sup>※</sup> 当社調べ

## 2020年度の振り返り

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛や飲食店への休業・時短要請などの影響により、ビールや飲料、菓子、段ボールなどの需要が縮小し、糖化品・コーンスターチ・加工でん粉の各カテゴリにおいて厳しい市場環境が続きまし

たが、他事業とのシナジーを生かした提案型営業の強化による低分解水あめや粉あめなどの独自商品群の拡販に加え、サンエイ糖化株式会社を子会社化したことにより対前年で増収増益となりました。

## 2021年度の戦略

営業・研究・開発が一体となったB to Bマーケティングの強化や、グループ内他事業と連携したシナジーのさらなる追求により、独自の価値提案型営業を推進していきます。

また、2020年度に子会社化したサンエイ糖化とのグループシナジーの早期実現と新たな需要創出を目指し、両社間で立ち上げたプロジェクトを中心として差別化戦略を推進

するとともに、当社鹿島工場、敷島スターチ株式会社を合わせたグループ3製造拠点の連携による安定供給体制（BCP対応を含む）の一層の強化やさらなるローコストオペレーションの推進により、糖質事業の競争力向上を図っていきます。

### TOPICS

#### サンエイ糖化株式会社を完全子会社化

「中期経営計画20-22」で掲げる「基盤事業の強化」の施策の一環として、糖化品業界において独自の地位を築いてきたサンエイ糖化を2020年12月24日付で完全子会社化しました。

これにより、糖質事業は、大型船が接岸可能な臨海工場東西2拠点を含む全国3拠点の生産体制となった上、結晶ぶどう糖（医薬向けを含む）などの業界トップシェア<sup>※</sup>の商品群や、乳酸菌などの新たな製

品群もラインアップに加わり、BCP対応を含む安定供給体制構築と差別化戦略を追求できる体制が整いました。

グループシナジーの早期実現に向け両社間でプロジェクトを立ち上げ、販売チャネルや原料調達力、技術力、研究開発力などの融合による、新たな価値の創出に取り組んでいます。

<sup>※</sup> 当社調べ



## 飼料事業



### 強み・特長

製粉・油脂食品・糖質の各事業で発生する飼料原料を有効活用できる配合飼料の販売事業を行っています。また、グループ会社の昭和鶏卵株式会社を含めた、一気通貫でのレイヤー事業を強みとしています。

## 2020年度の振り返り

配合飼料の販売については、新型コロナウイルス感染拡大の影響はほとんど受けませんでした。畜産物については家庭用の需要が伸びた一方、外食などの業務用の需要が減

退しました。配合飼料の販売事業は相場上昇のなか、適正価格での販売に努めた結果、順調に推移しました。

## 2021年度の戦略

配合飼料の販売については農場（顧客）の課題に対する解決案の提示と畜産物を絡めることにより、拡販に努めています。また、相場が乱高下している状況下において、適正価格での販売に努め、収益を確保していきます。高付加価値商品の人工乳やオリゴ糖飼料は、ターゲット

顧客リストに基づきアプローチを行うことにより、新規獲得を進めていきます。新規飼料原料の発掘にも努め、例えば、食品廃棄物の飼料活用など環境にも配慮した取り組みも進めていきます。

### TOPICS

#### 産学連携の取り組み

グループ会社である昭和鶏卵株式会社のパック卵商品「たまごのある暮らし」のパッケージに、東京家政大学の学生が考案したレシピを掲載する産学連携企画を行っています。この取り組みは、約4カ月間の教育プログラムとして、昭和産業グループ主催の勉強会や試食

会、意見交換などを通して、学生がレシピのブラッシュアップを図るものです。未来の「食」を担う学生に、本企画を通じ、卵の魅力やおいしさをあらためて知ってもらい、それを世の中に発信していただくことを意識しています。

## その他



### 強み・特長

倉庫業では、当社の鹿島、神戸、船橋の3工場で合計36.5万tの穀物を貯蔵できる大型サイロを備えており、多種多様な穀物の保管・品質管理と安定供給を行っています。

## 2021年度の戦略

倉庫業については、2020年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響による荷動きの停滞に対して、グループ穀物サイロ会社との連携により対応しました。2021年度は原料調達一元化により、購買部門がサイロ運営を担う独自のビジネスモデルを強化し、食品メーカーとして穀物取扱量日本一<sup>※</sup>の

優位性をさらに生かしていきます。

また、2021年3月より新たに加わった植物工場実験プラントについては、長期ビジョン3rd Stageでの本格生産に向け、アグリビジネスの拡大を推進していきます。

※ 当社調べ