

食よく、バランスよく。

「新・日本型食生活」をめざして



新・フジッコグループ中期計画

(2016年4月1日～2019年3月31日)

2016年5月25日



代表取締役社長

福井 正一

前・中計のふり返り

前・中計（54～56期）のふり返し



その1 7期連続で増収増益を達成！！

その2 売上高、営業利益、経常利益、当期純利益とも過去最高を更新！！



売上高	48,225	48,268	49,994	49,864	50,432	52,794	53,247	53,874	56,273	56,897	58,718
[前期比]	102.2%	100.1%	103.6%	99.7%	101.1%	104.7%	100.9%	101.2%	104.5%	101.1%	103.2%
営業利益	3,418	2,917	3,130	2,788	3,001	3,319	3,607	3,651	4,061	4,261	4,973
[前期比]	81.7%	85.3%	107.3%	89.1%	107.6%	110.6%	108.7%	101.2%	111.2%	104.9%	116.7%
営業利益率	7.1%	6.0%	6.3%	5.6%	6.0%	6.3%	6.8%	6.8%	7.2%	7.5%	8.5%

中計目標
60,000
5,000
8.3%



【経営ビジョン】

美味しさと健康を追究する [OKAZU-company] を目指します

基本戦略	うまく行った点	うまく行かなかった点
①事業最適化（PPM戦略）で 中計目標の達成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 7期連続増収増益 ・ 不採算品群からの撤退 ・ 日配惣菜事業の持続的成長 ・ カスピ海ヨーグルト事業の拡大 ・ 通信販売事業の成長 ・ 豆小鉢で煮豆売場の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 包装惣菜の成長スピード鈍化 ・ 洋風OKAZUの育成不足 ・ ドライ品群のシェア後退
②グループ経営で 業務革新スピードアップ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新コーポレートガバナンス体制 ・ 第二次FCR運動スタート 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「カスピ海ヨーグルト」の生産一時休止
③研究開発基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「ソフトデリ」の商品開発と育成 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「機能性表示食品」制度対応の遅れ ・ ヒット商品が出せていない

PPM戦略とFCR運動の両輪で持続的成長と収益性改善を力強く推進！

“フジッコNEXTビジョン2025”



継承
していく
DNA

A

技術革新による
品質の追求

B

顧客志向の深堀による
真の価値提供

目指す姿

美味しさと**健康価値**を創造し、
顧客に愛される フードカンパニー

C

安心・安全への
こだわりを再挑戦

D

海外展開や
世界中の健康食の
価値探索への挑戦

強みの
付加、
挑戦

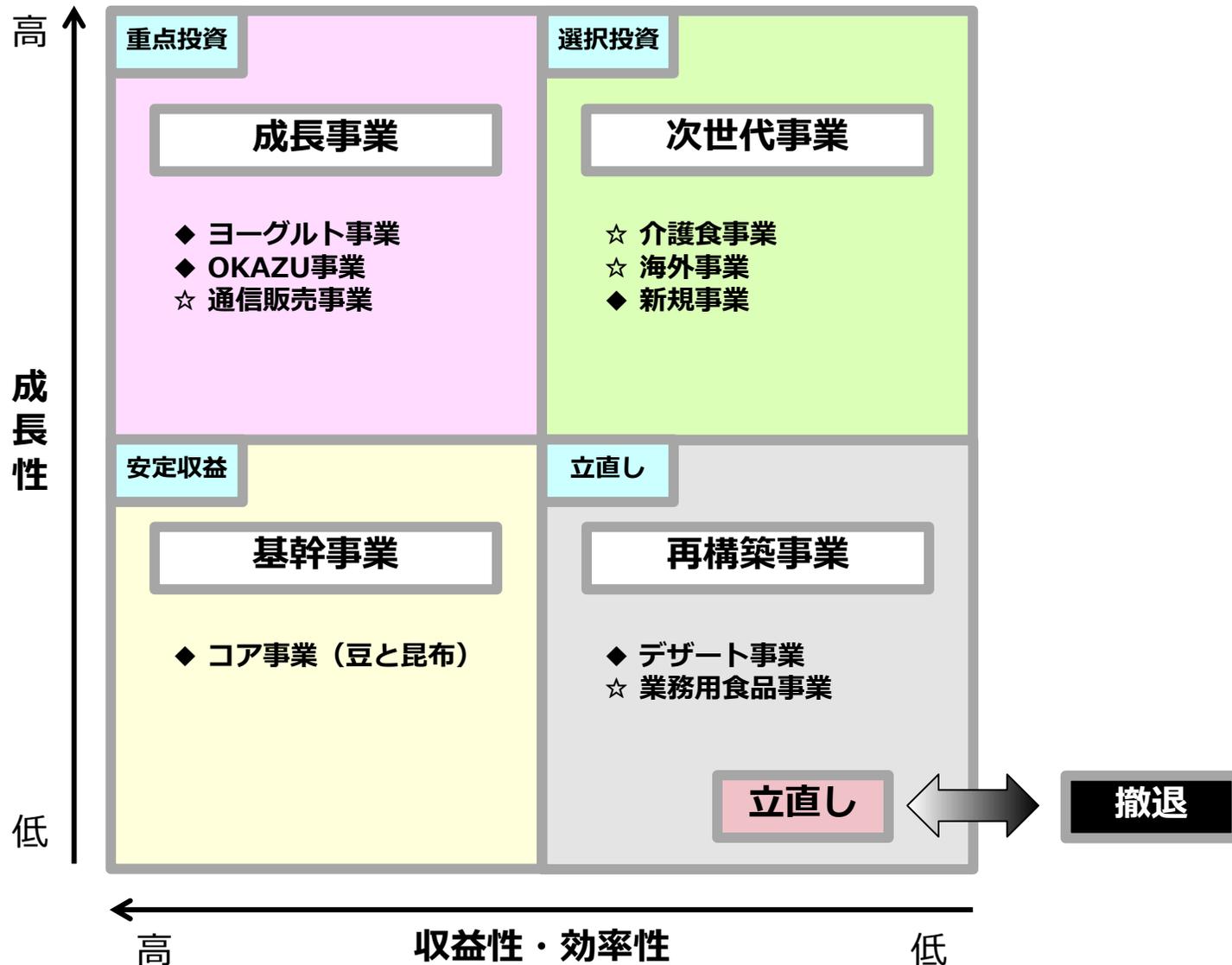
中期基本戦略





高成長・高収益性の事業形成へ

◆ 製品
☆ チャンネル



中期事業成長イメージ (57~59期)

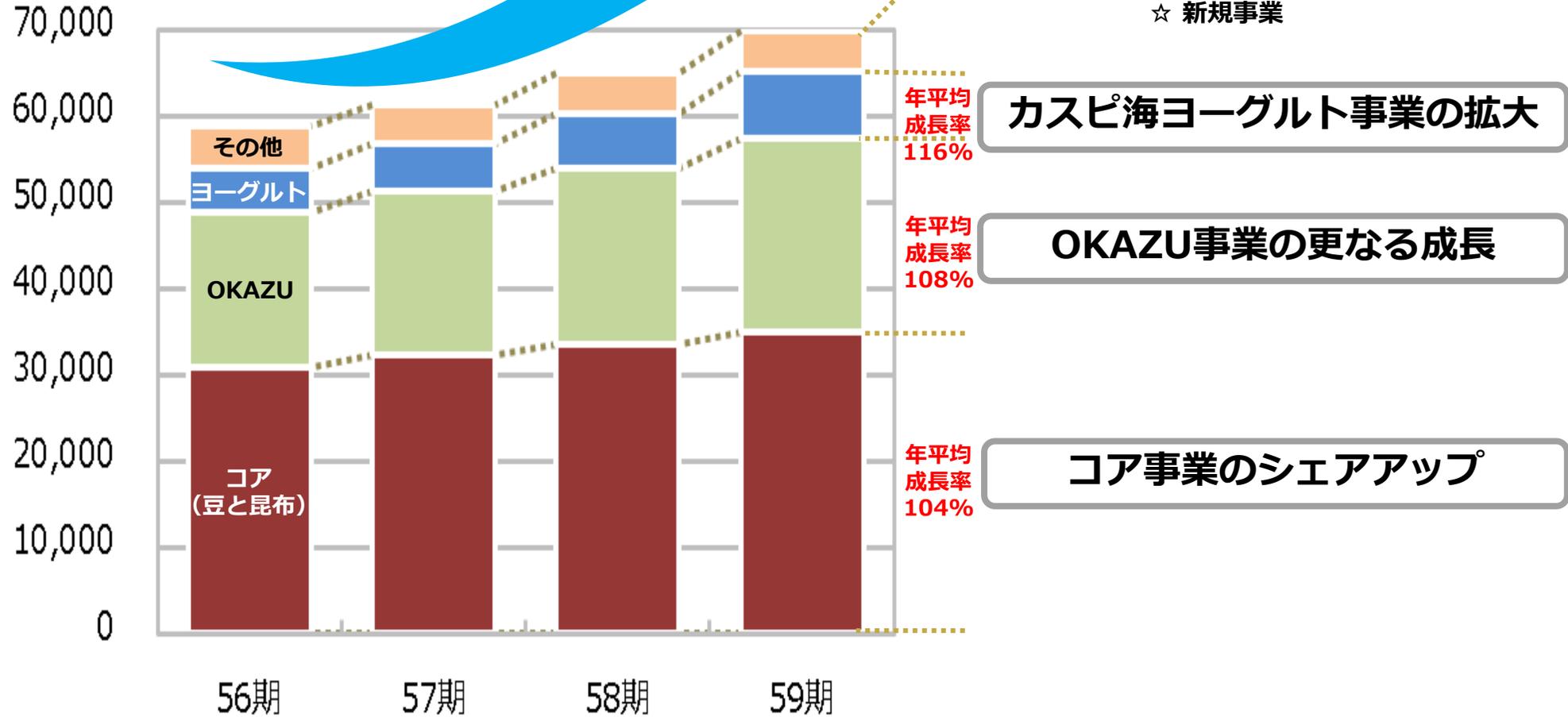


成長の芽

- ☆ 通信販売事業
- ☆ 介護食事業
- ☆ 海外事業
- ☆ 新規事業

売上高(百万円)

年平均成長率：106%



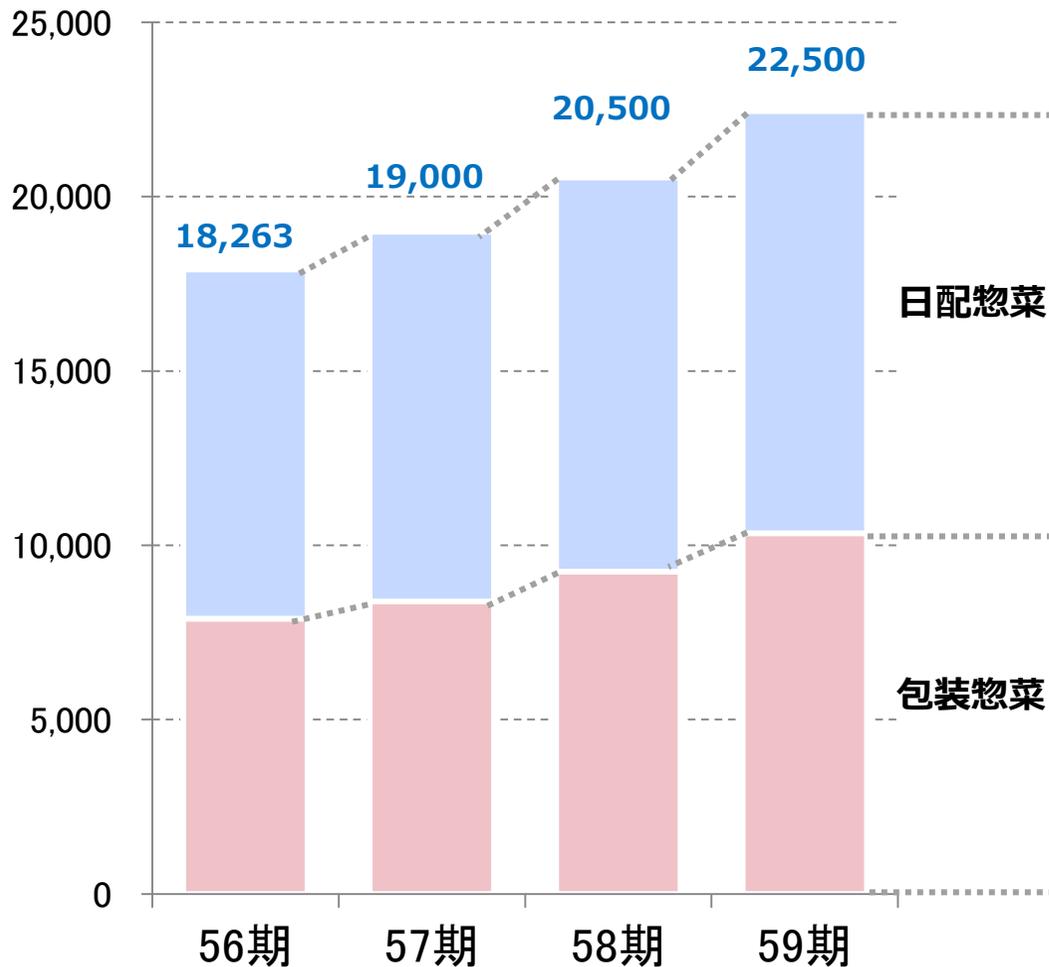


			59期目標	重点施策
	現状シェア [売上高]			
塩こんぶ	29.3% [25億円]			➤ 販売体制の強化
水煮 蒸し豆	20.7% [20億円]			➤ 水煮・蒸し豆の定番コーナー化推進
煮豆	40.9% [105億円]			➤ 豆小鉢の店頭配荷率アップ
昆布佃煮	47.1% [110億円]			➤ エリアマーケティングの強化

※コンシューマー商品対象

OKAZU事業の売上計画

売上高(百万円)



【重点施策】

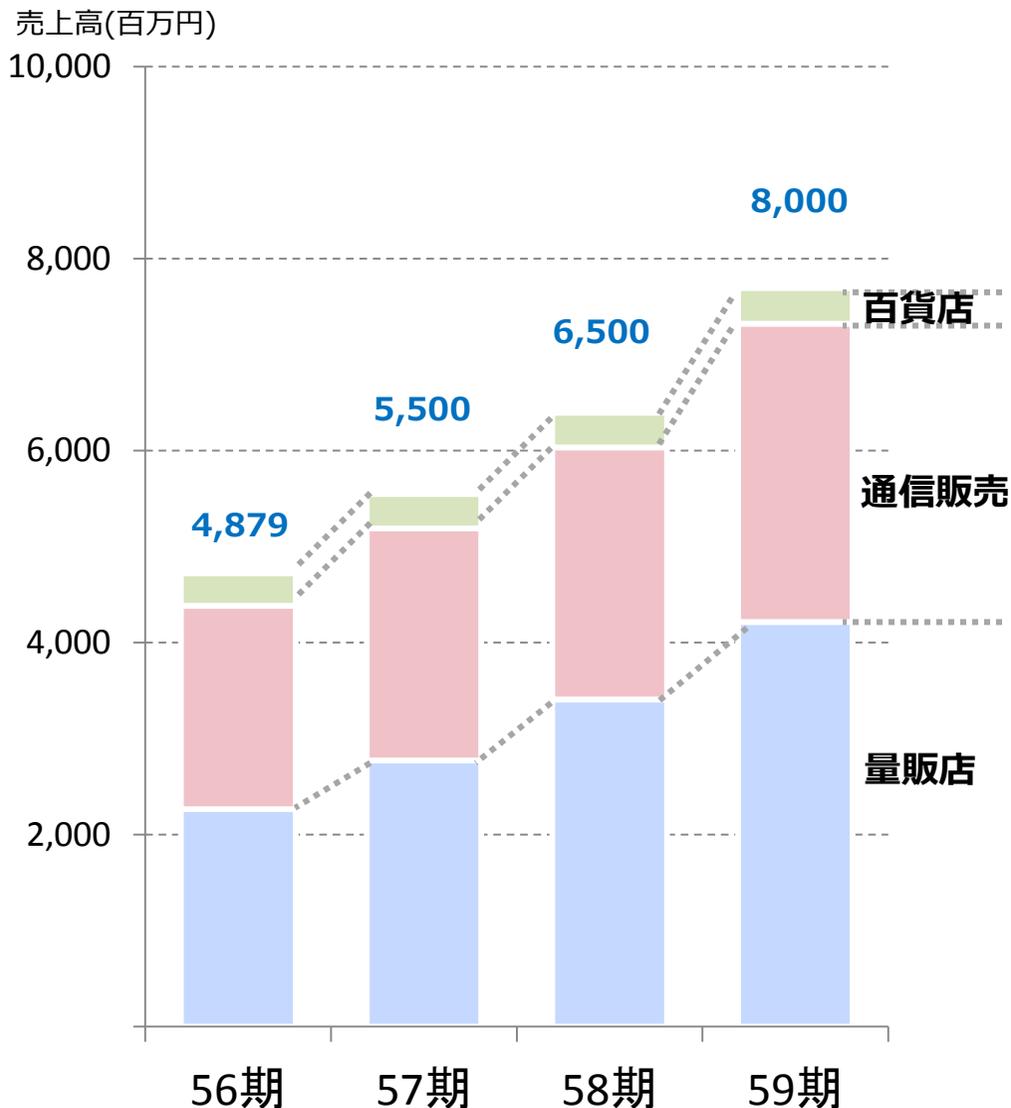
(日配惣菜) 日持ちが1~2日程度の惣菜のこと

- 供給エリアの拡大
- 収益基盤の強化

(包装惣菜) 30日以上保存できる惣菜のこと

- 小容量計量充填技術の革新による小分け惣菜の開発
- 洋風デリカ商品のコストパフォーマンス向上とブランド育成

カスピ海ヨーグルト事業の売上計画



【重点施策】

■ チャンネルごとの戦略最適化

3つの販売チャネルの特質を活かして
事業成長を図る

(量販店)

新カテゴリーへの挑戦

(通信販売)

乳酸菌サプリメント市場NO.1へ

(百貨店)

プレミアム商品の充実

標的市場の特定と重点的販路開拓

【介護食事業】

1. 新組織体制の円滑稼動 . . . メディケアフード販売部
2. マーケット調査分析による重点販路の特定
3. 次世代商品（スマイルケア食）の開発

【海外事業】

1. 原材料の安定調達（コストと品質）
2. 輸出販売事業の展開
3. 事業進出

中期取り組みテーマ

- 1. 「カスピ海ヨーグルト」に関する研究**
 - ・ 機能性研究
 - ・ 乳酸菌の研究
- 2. 健康機能のエビデンス研究体制の強化**
 - ・ 大豆の機能性研究
 - ・ 昆布の機能性研究
 - ・ 機能性表示食品制度への取り組み
- 3. 新しい加工技術の取り組み**

I.

連結売上高：700億円

II.

営業利益率：9%（営業利益63億円）

成長と分配の好循環を創り出し、持続的成長を実現する！

