

食品事業説明

2023年 3 月 3 日

【証券コード 4401】



食品事業の目的と歩み

目 的

食の“おいしさ”と“安心・安全”を追求し、人々の豊かなくらしに貢献

事業開始

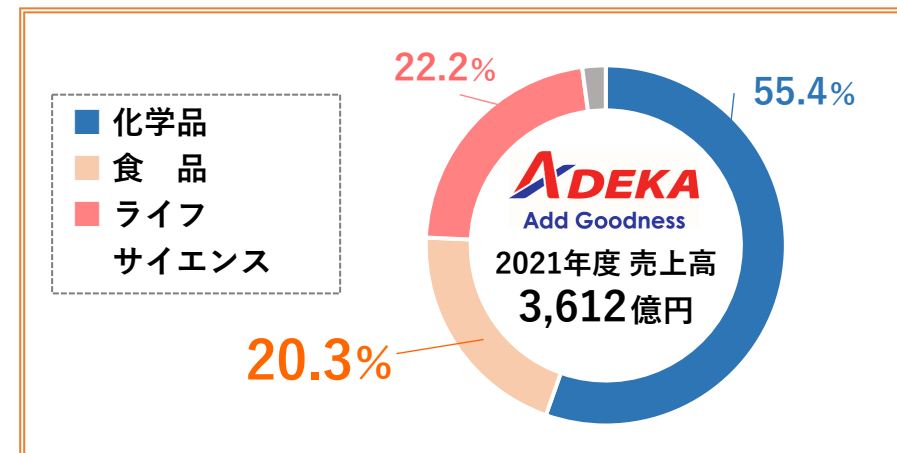
1929年
(94年続く事業)

業界ポジション

油脂加工製品の
リーディングカンパニー

連結売上高

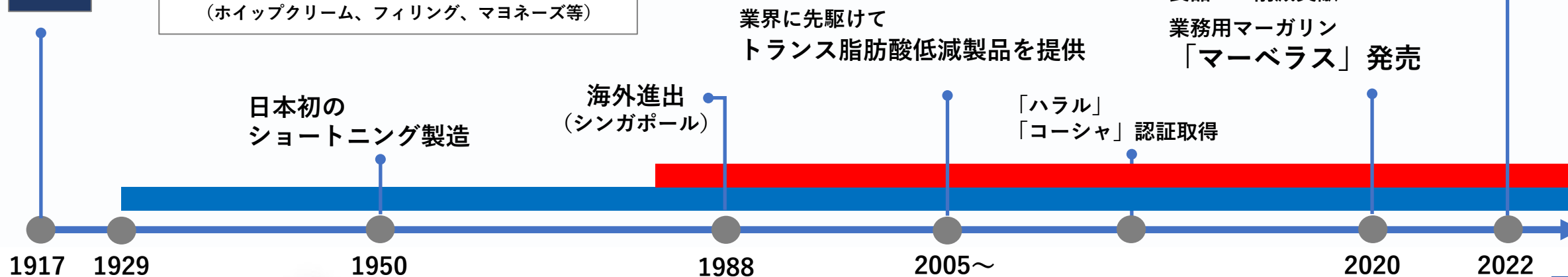
ADEKA全体の
約 **20%**



歩 み

創 立

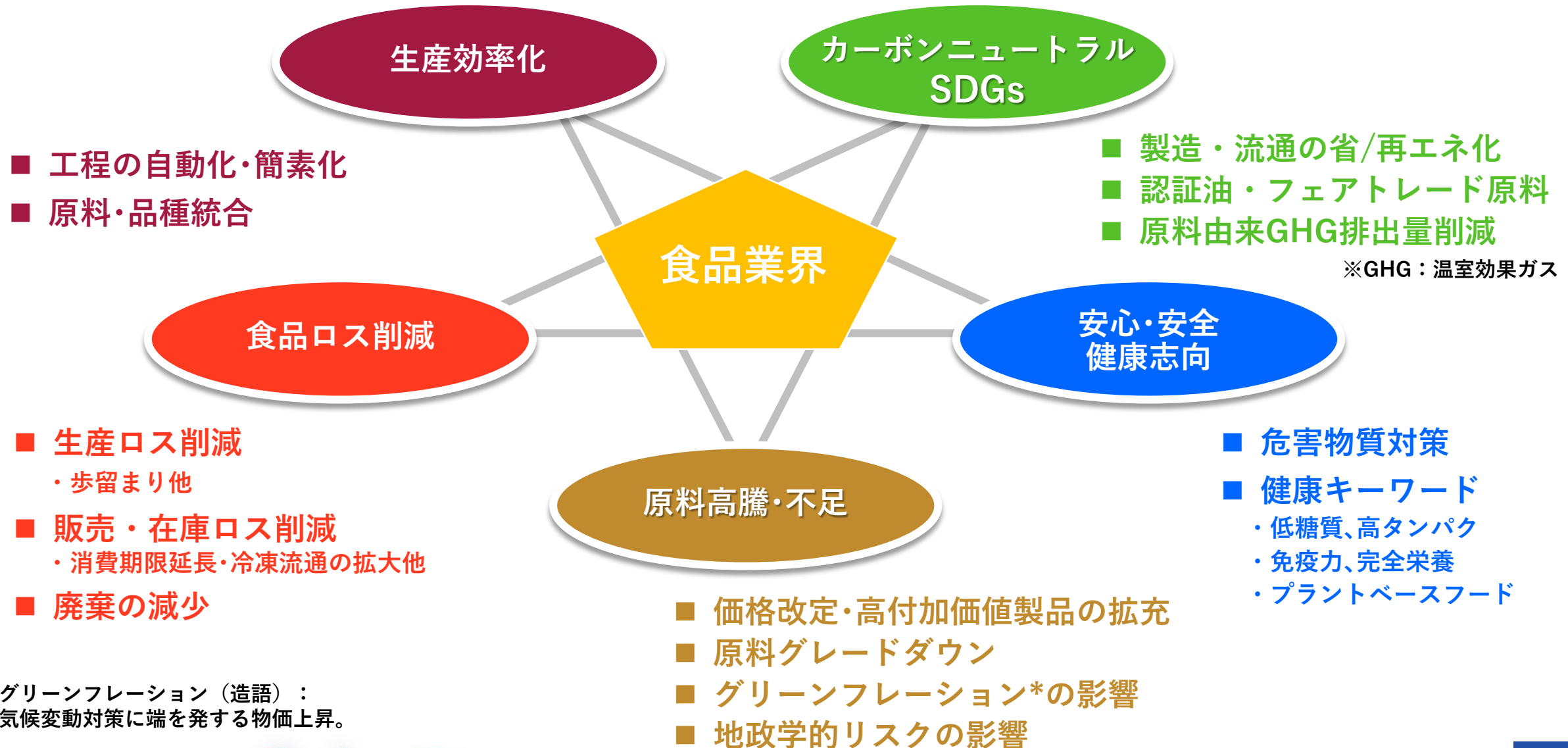
- 加工油脂
(マーガリン、ショートニング等)
- 加工食品
(ホイップクリーム、フィリング、マヨネーズ等)



消費者（川下）に近く、人々の“食”に関わるエッセンシャル事業



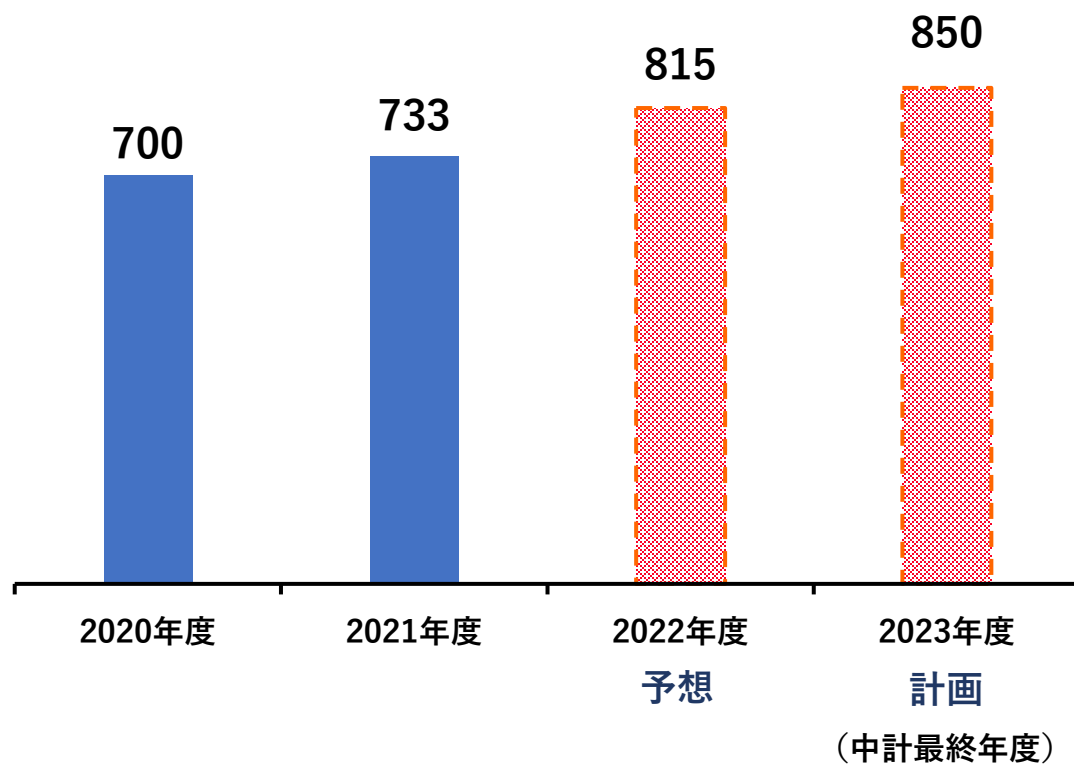
一般消費者



売上高

(億円)

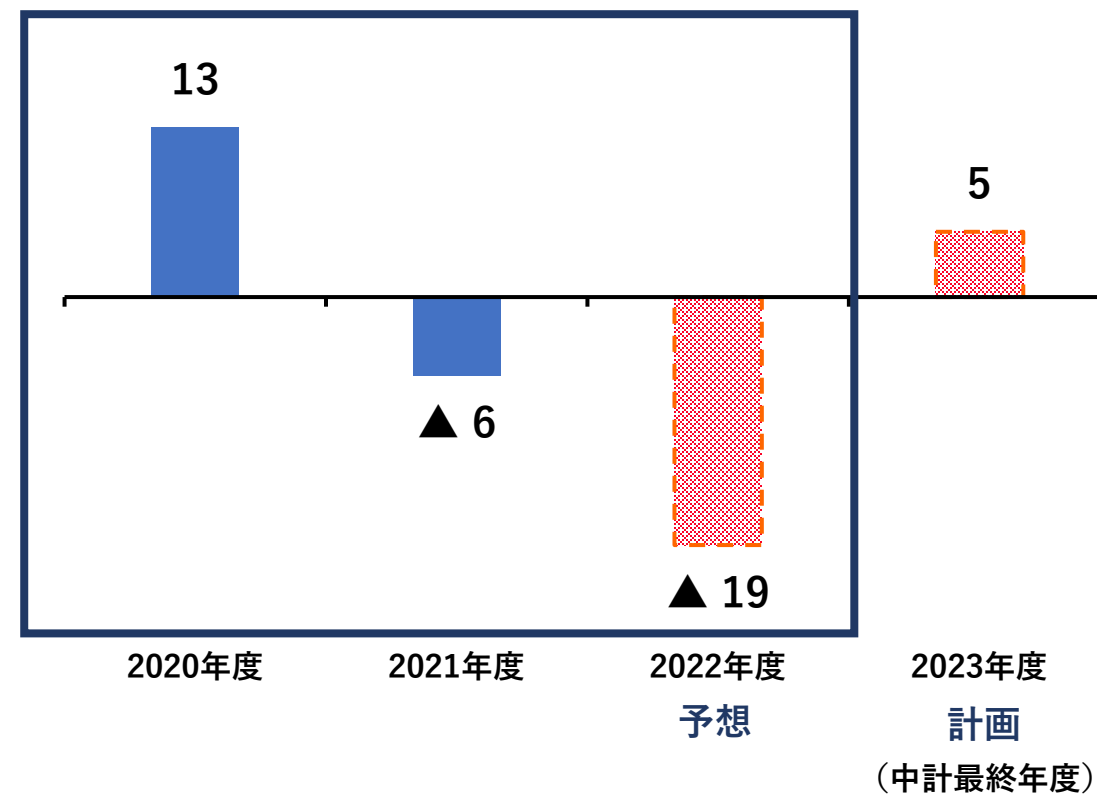
中期経営計画「ADX 2023」



営業利益（営業損失）

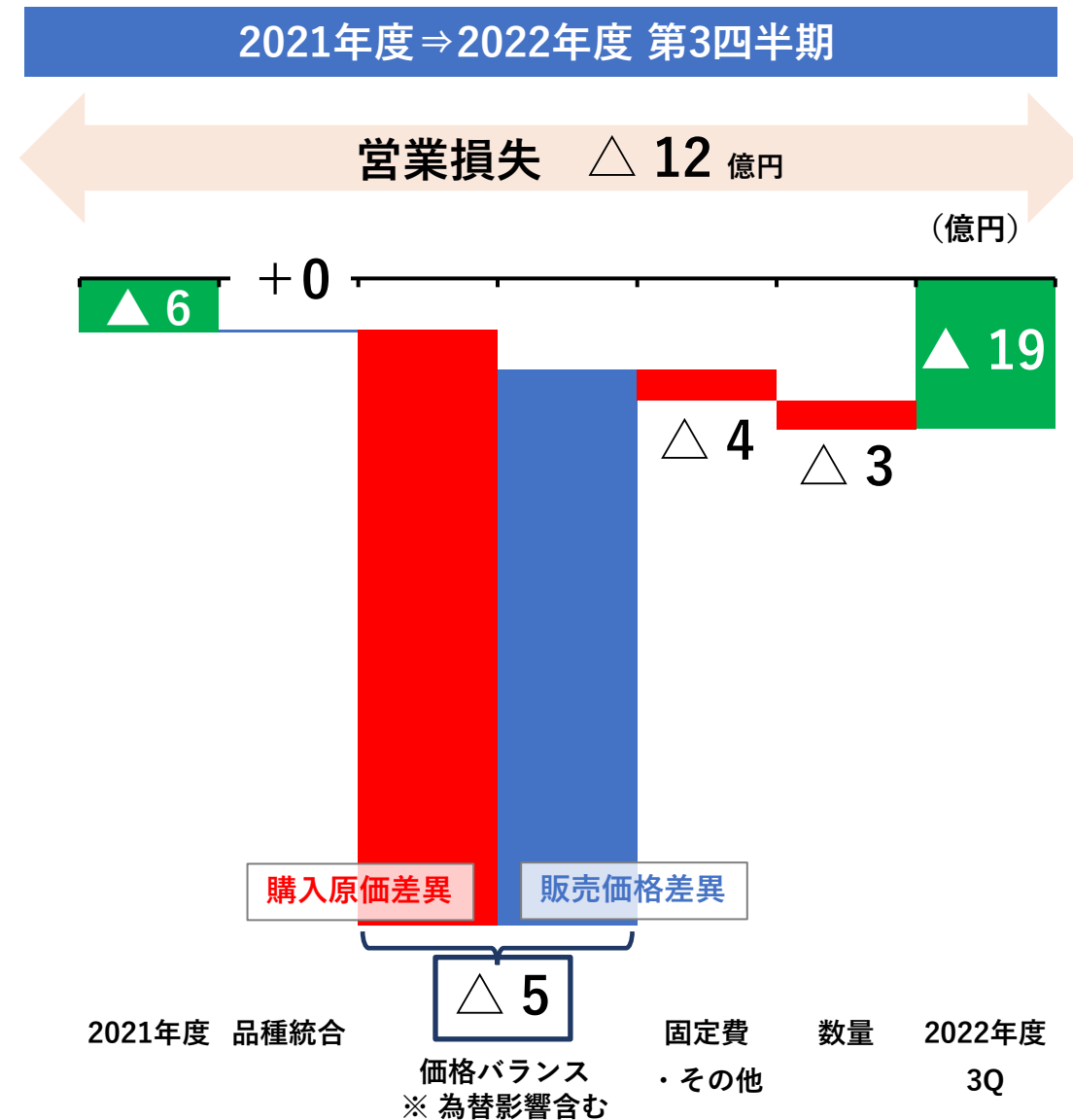
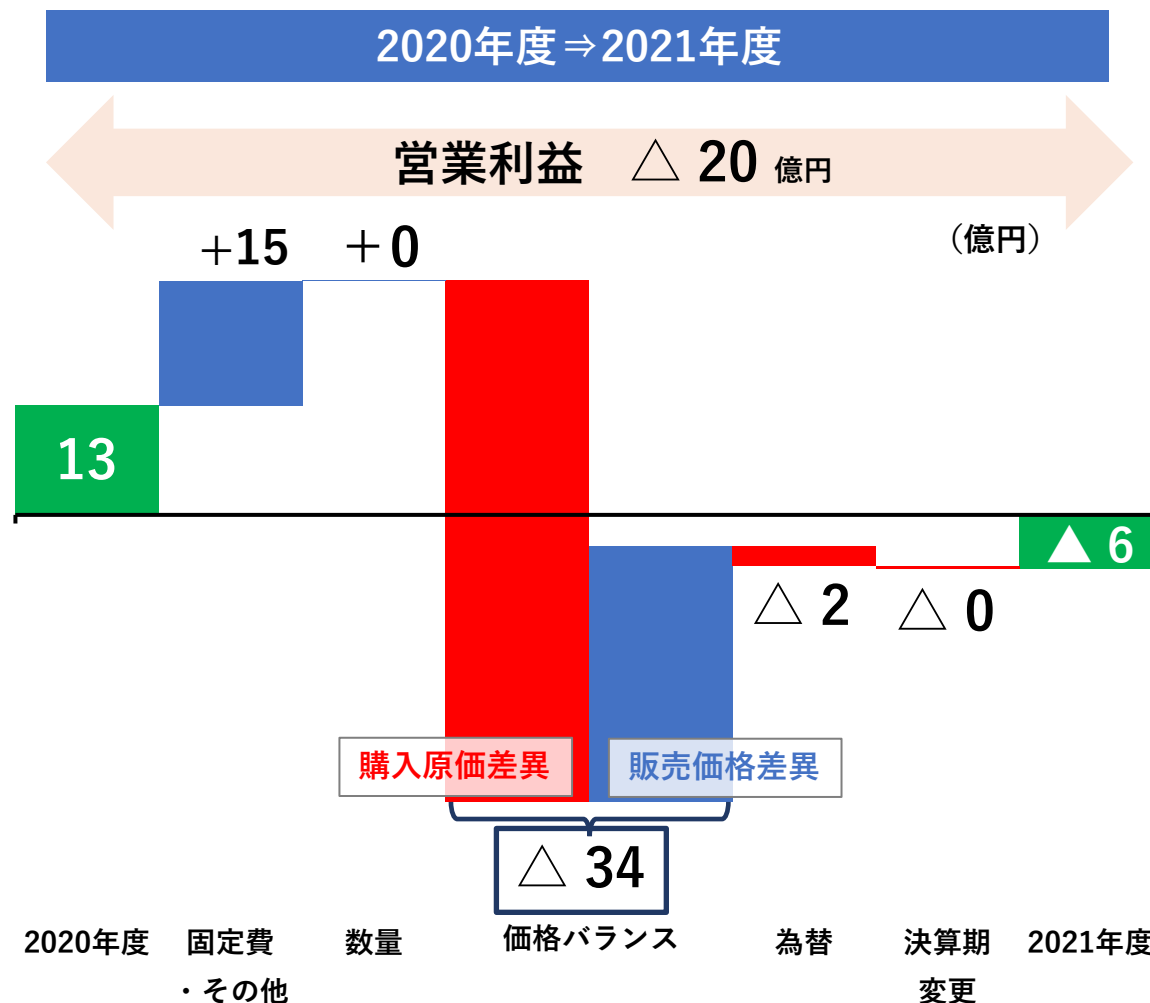
(億円)

中期経営計画「ADX 2023」



注1) 金額は億円未満を切り捨てて表示

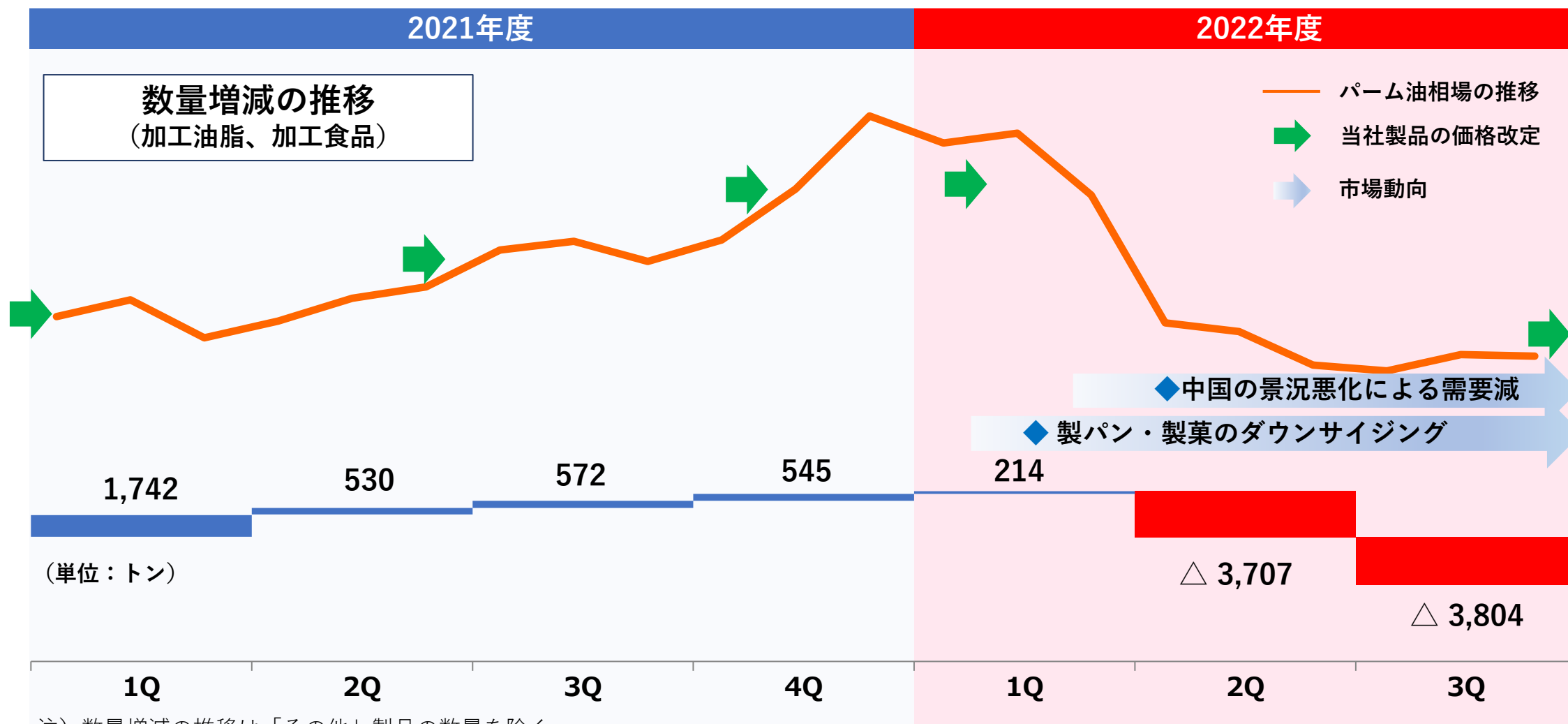
営業利益の増減分析



注1) 金額は億円未満を切り捨てて表示

注2) 2021年度は会計方針の変更による遡及適用後の数値を記載

2022年度から販売数量が大幅に減少したことも営業損失の要因



注) 数量増減の推移は「その他」製品の数量を除く。

計 画

品種を 6 割程度に削減

(環境貢献製品へ統合)

2022年7月末

約1,000品種



2023年3月末

約600品種

サプライチェーン全体の食品ロス削減

パンのおいしさを長持ちさせ、消費期限延長に貢献するマーガリン

お客様

保管・流通段階での「消費期限切れ」や
「在庫管理の負担」を低減

採算性の改善

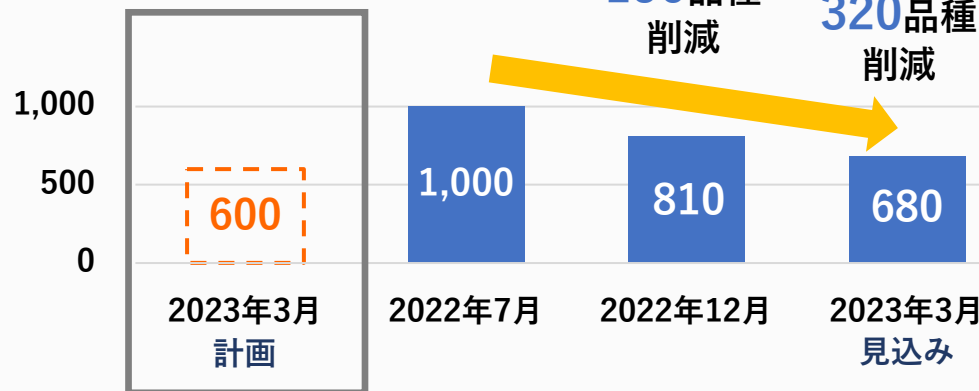
当 社

生産・物流の効率化 (空いた能力を有効活用)
品種構成の改善 (高付加価値製品の比率拡大)

進捗状況

食品製品数

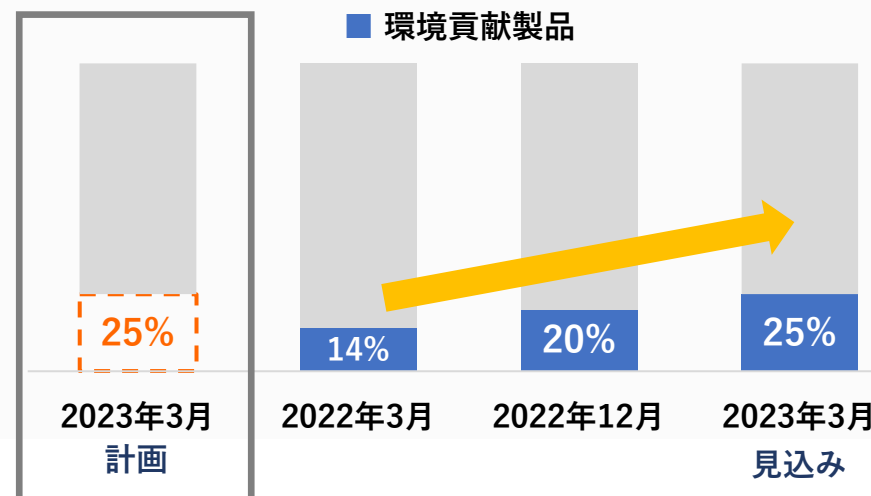
(品種)



削減・効率化
による効果
(2022年度)

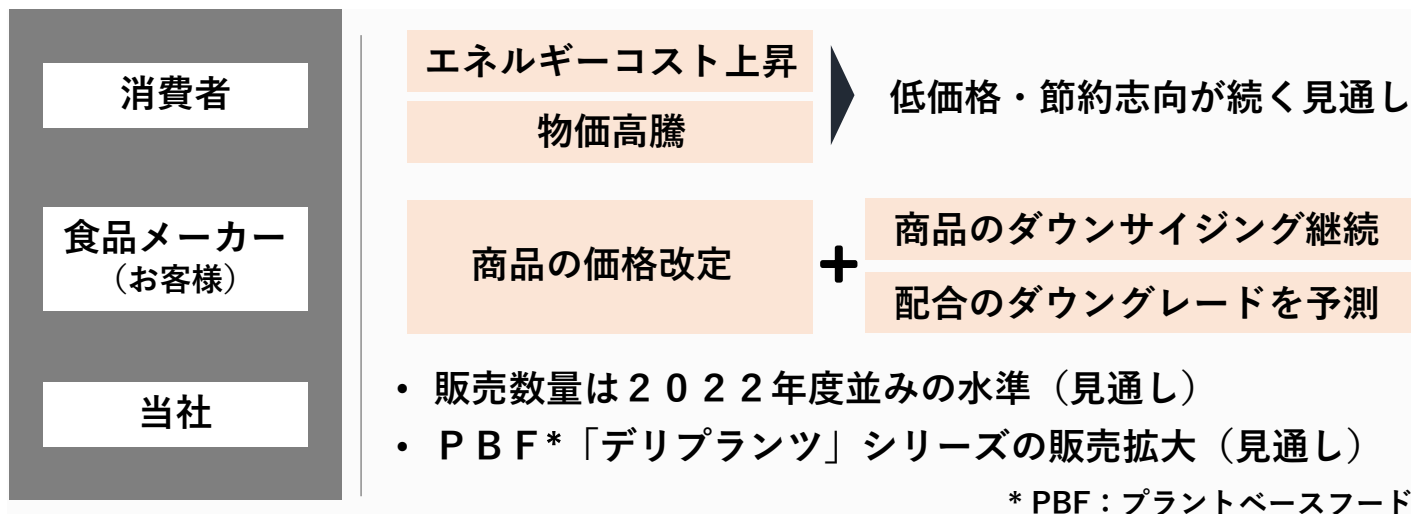
営業利益
+ 約 1 億円
(見込み)

売上高・環境貢献製品比率 (単独)



2023年度の事業環境見通し

景況感が悪化し、事業環境は依然として厳しい状況が続く見通し



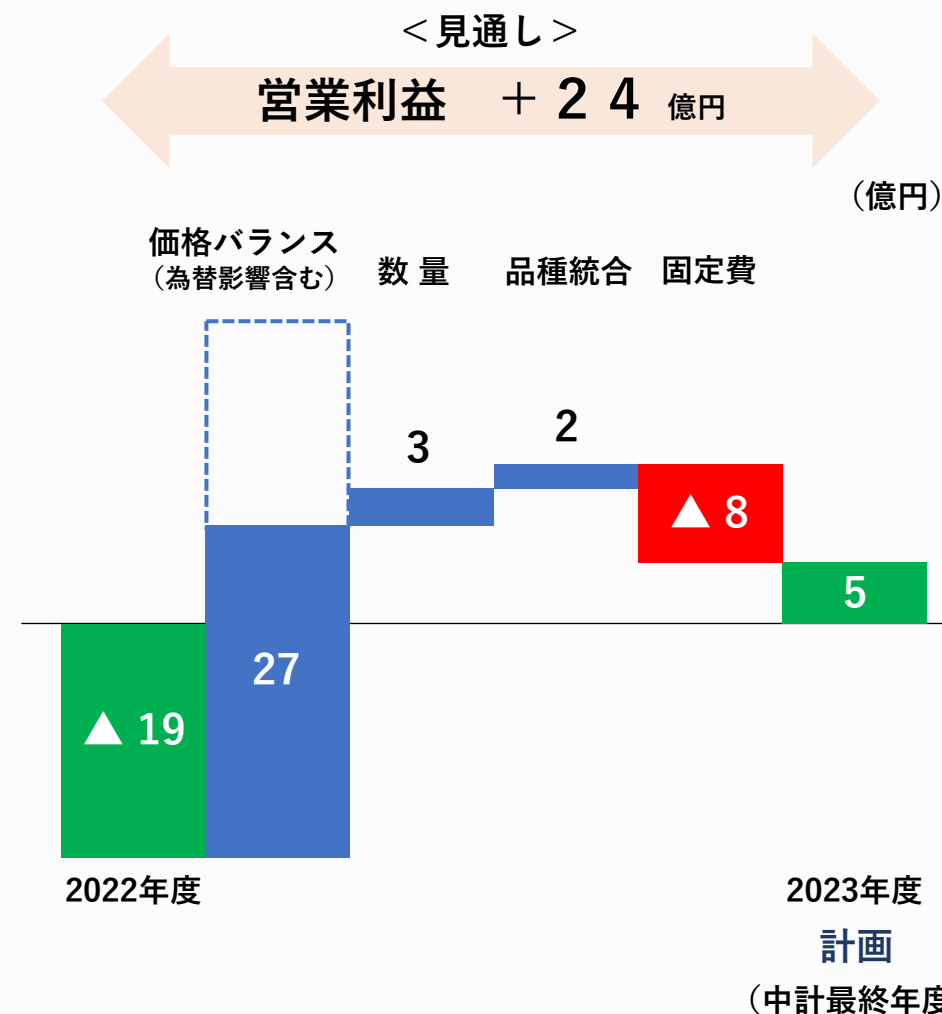
COVID-19 見通し

- 収束に向かい、社会経済活動が回復
- 人流回復、国内の旅行者数や訪日外国人数が増加
- 中国の消費回復（ゼロコロナ脱却）

※インバウンド需要
2023年後半は2019年に迫る見通し

対象市場の見通し

- 製パン、製菓
- 洋菓子・デザート、
外食産業
- プラントベースフード、
冷凍食品、健康食品



注1) 金額は億円未満を切り捨てて表示

注2) 営業利益の増減分析予想は、パーム油価格「1,000 \$/t」、為替「130円/\$」の想定で試算

ADEKA VISION 2030

油脂加工技術を磨き、持続可能な社会と世界の豊かな食生活に貢献する

当社が長い歴史の中で積み上げてきた

技 術
(研究開発・量産)

資本・基盤
(生産・販売、人財)

これまで

国内の製パン、製菓、洋菓子市場が中心

既存事業

今 後

一定の利益水準で見直し・整理

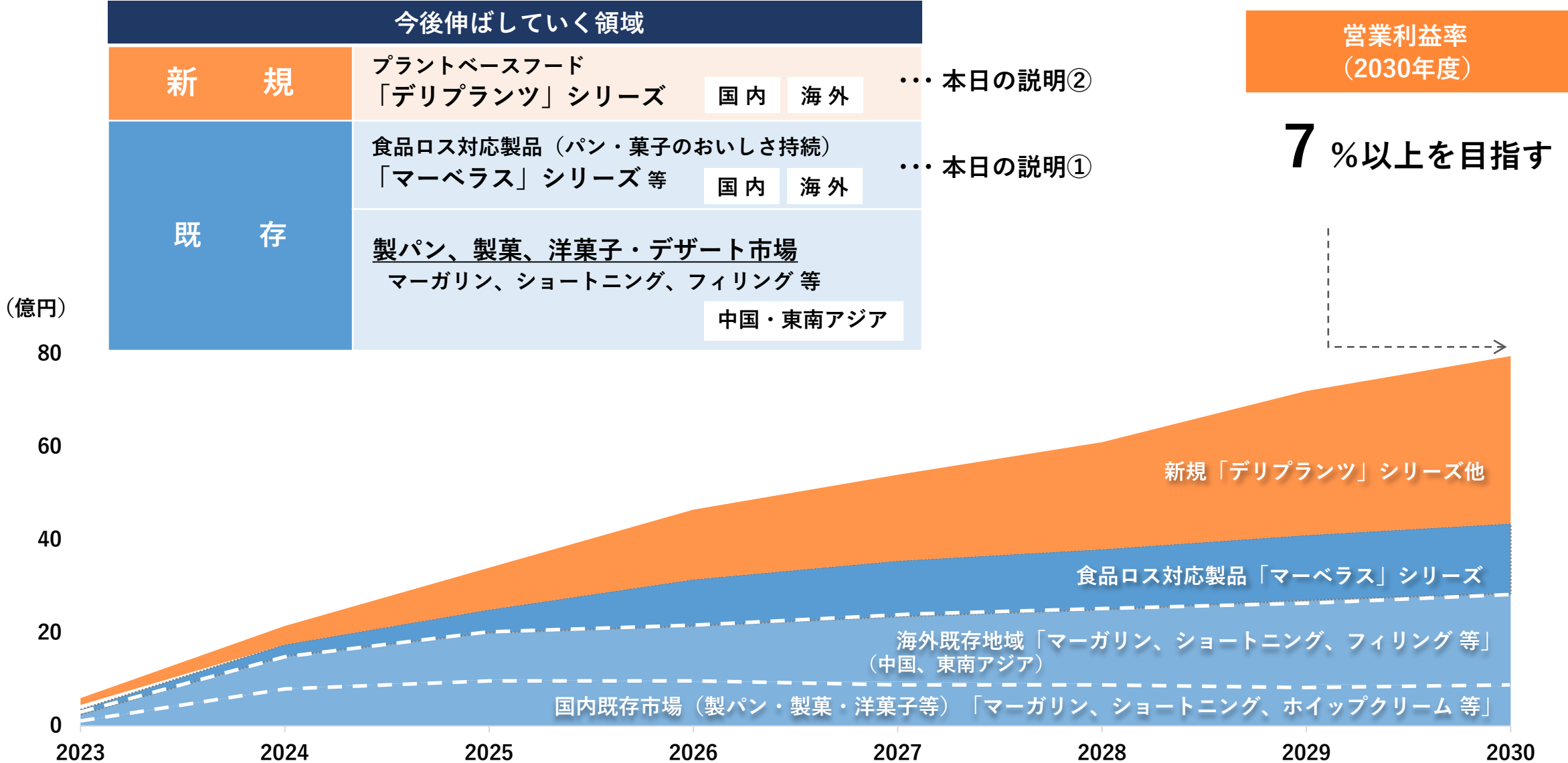
プラントベースフード等を中心とした新領域に展開、
海外展開を加速

新規領域

食品業界の
課題解決に貢献

社会価値と経済価値の追求による「利益の最大化を重視した」事業成長につなげていく

営業利益の成長イメージ

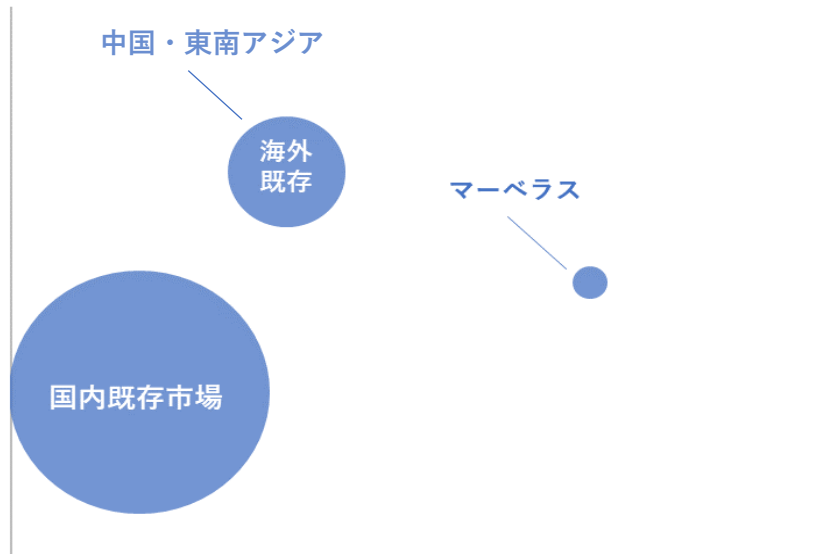


事業ポートフォリオの転換

2020年度

※円の大きさは売上規模

成長性（市場成長）

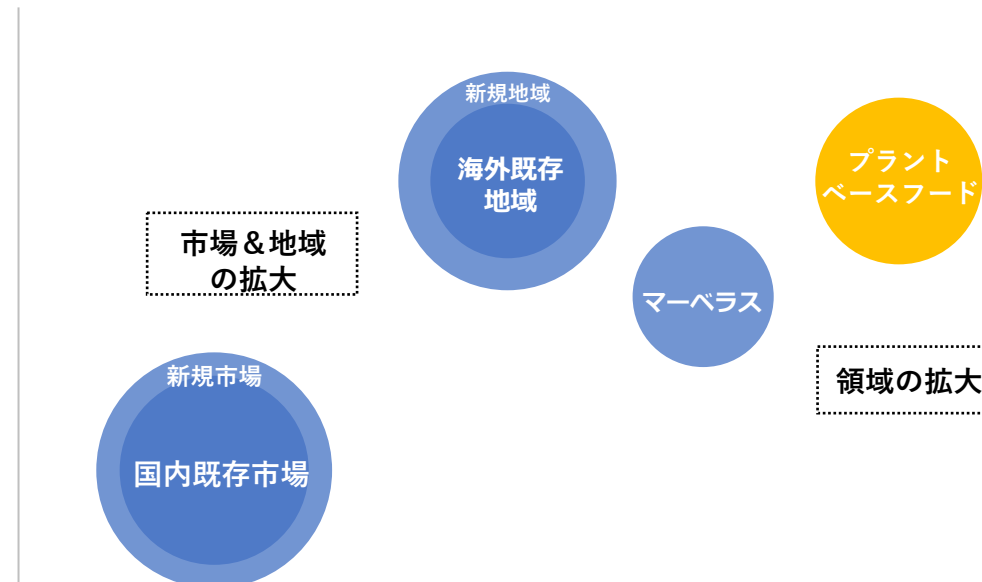


収益性（営業利益率）

2030年度

※円の大きさは売上規模

成長性（市場成長）



収益性（営業利益率）

1. 国内市場（既存＋新規）での深化

- ・ 少子高齢化に伴い、既存市場（製パン、製菓、洋菓子）の需要は漸減見通し
- ・ 環境負荷低減、健康意識等、市場ニーズを取り込み販路の幅・深さを広げる
- ・ 既存市場＋飲料・冷菓・米飯・畜肉・惣菜他

2. 海外市場の拡大

- ・ 人口ボーナスが続く東南アジア、食の高級化・多様化が進む中国にて市場の取り込み継続
- ・ 急成長を続けるインド・中東エリアへ販路拡大
- ・ 製パン・製菓向け機能性油脂やフィリングの販売拡大で収益向上

3. 領域の拡大

- ・ 食糧危機やカーボンニュートラル等、食品業界の課題解決に貢献
- ・ 「マーベラス」「プラントベース」等、環境貢献製品を国内外で販売拡大
- ・ 「プラントベース」は、国内、アジアに留まらず、欧米での販売拡大を推進

トランス脂肪酸低減油脂を 自在に生産

高効率 エステル交換

軟らかい油脂 × 硬い油脂 ≫ 硬さ・結晶状態
コントロール



- 油脂精製
- エステル交換
- 結晶調整
- 乳化構造

油脂加工技術

- ・ 殺菌・滅菌
- ・ 危害物質対応
- ・ 衛生管理
- ・ トレーサビリティ

フードセーフティ技術

創出

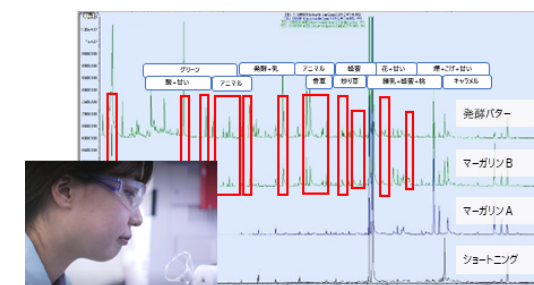
- ・風味成分解析
- ・風味再現
- ・食感維持
- ・アプリケーション開発

おいしさ創造技術

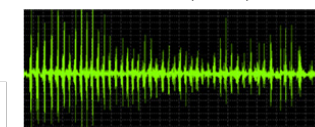
“おいしさ”を科学的に創出

多彩なおいしさ解析技術

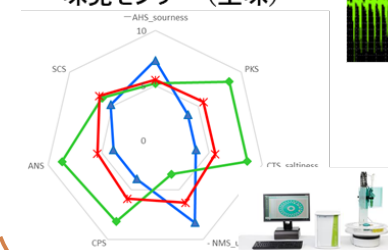
GC-オルファクトメトリ（香り）



筋電計（食感）



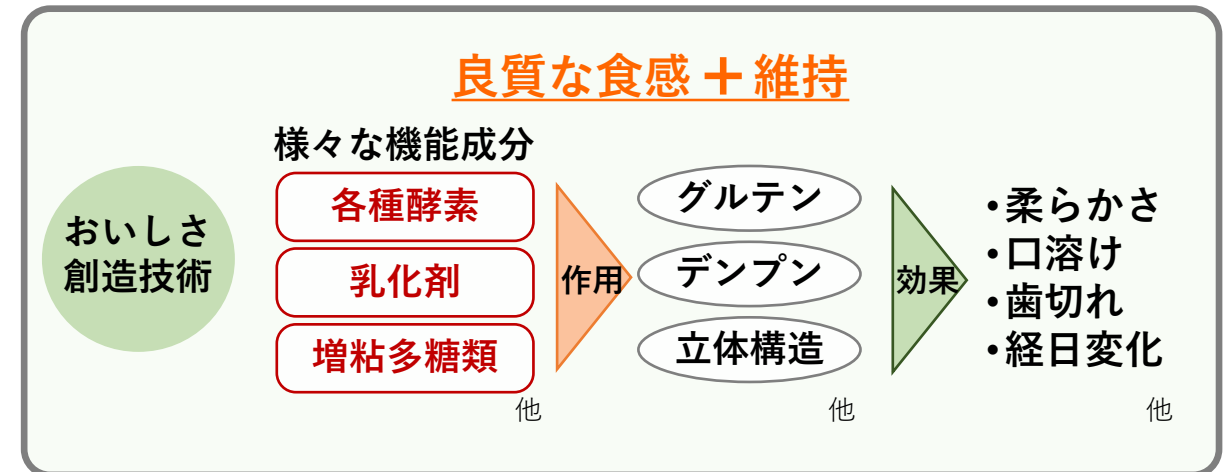
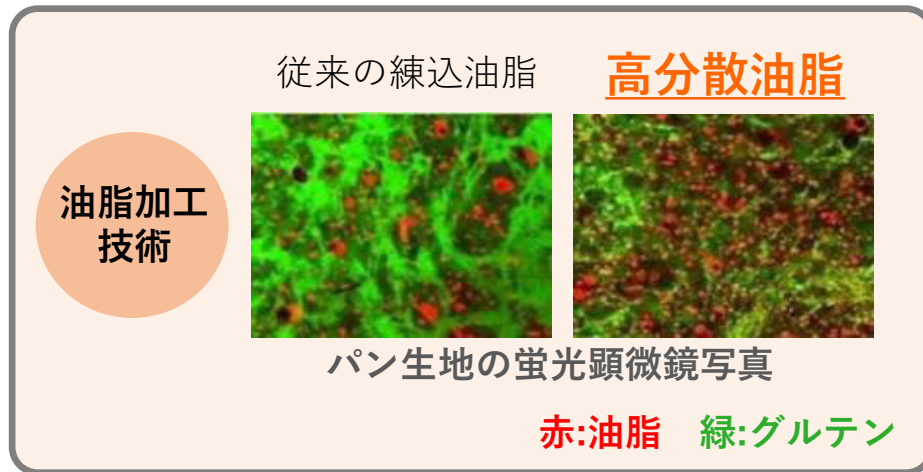
味覚センサー（呈味）



高機能・高付加価値の油脂加工食品

- 例) ・ パンの消費期限を延ばす練込用マーガリン
・ デザートを冷凍流通可能にするホイップクリーム
・ 風味発現性を高める乳化素財
・ おいしくて使いやすいプラントベース食品

ADEKAは歴史的に「フードテック企業」



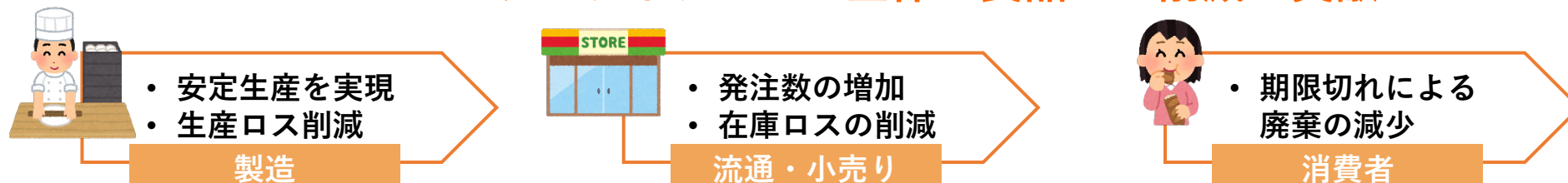
短時間でパン生地の隅々にまで練込まれる



- 焼き立てパンの食感が持続
- 製造現場の作業性・生産性が向上

パンの“おいしさ”持続で、消費期限**1.5倍**に延長（当社比）

⇒ サプライチェーン全体の食品ロス削減に貢献



■乳化技術

- ・植物性タンパク質の活用
- ・酸性下での乳化安定性
- ・良好なホイップ物性

油脂加工
技術

■油脂結晶調整

- ・チーズのような加熱融解性
- ・食感調整（口溶け等）



ReTERA 技術

Recreation Technology of Richness in Animal-based foods

■動物性原料を使わずに乳風味を再現



牛乳の風味

解析・再構築

乳呈味材料

デリプランツオーツコンク



自然な乳風味

■植物性成分の効果的な活用



動物脂のコク

解析・再構築

植物性成分

デリプランツココファット



動物脂の様なコク

動物性食品のおいしさを持つプラントベースフード

||

★他社にはない技術とコンセプト

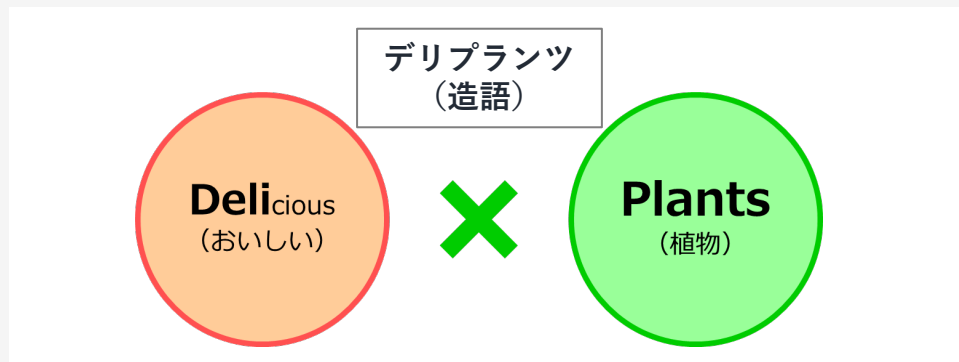
他社品：

- ・“植物性原料”の風味を訴求
- ・香辛料や調味料等による“味つけ”他

プラントベースフード「デリプランツ」シリーズ

■ 開発コンセプト

「おいしいプラントベースフードを食卓のあたり前に」



■ おいしい・使いやすい

手軽に「おいしいプラントベースフード」に

■ 健康

低コレステロール、低脂質

■ 安心・安全

RSPO認証パーム油使用、トランス脂肪酸低減

環境負荷低減

健康・予防

食の多様性

市場拡大

6 製品をラインナップ (2023年3月3日現在)



Point 1

乳製品使用のレシピが活かせる

Point 2

消費者に受け入れられやすい



プラントベースメニューの 開発が簡単に！

※ 当社では原材料および食品添加物に動物性原料を直接配合していない製品を「プラントベースフード」と定義。

「デリプランツ」シリーズの国内展開

本格的な市場形成に備え、販路・製品ラインナップを強化

ターゲット（販路・用途）

新製品開発

ホテル・レストラン
高級スーパー・デパ地下

- 「**ヒット商品**」の創出（トリガー）
- インバウンド需要（**高級路線**）
- 「**サステナブル宿泊**」対応のレストランフード
- 催事による市場活性化・横展開

成功事例の評判による好影響を展開

乳業（チーズ加工メーカー）

- エシカル＋乳代替需要

加工食品メーカー

- 植物肉、スープ、パスタソース向け等

飲料・冷菓

- オーツ麦「**栄養成分**」配合商品
- アイス（冷菓）向け等

「栄養強化」タイプ

高齢者／乳幼児／
特定疾患向け 等

「フリー」タイプ

アレルギー／グルテン 等

「低減」タイプ

カロリー／糖／塩分 等

伊勢丹新宿店 食品フロア オンリー・エムアイキャンペーン

「進化が止まらない！注目の次世代フード」

テーマ食材

「デリプランツ」シリーズに決定

伊勢丹新宿店でデリプランツ使用の限定メニューを販売

合計10品以上

開催期間

2023年3月15日(水)～3月28日(火)

会場

伊勢丹新宿店 本館地下1階 旨の膳

販売店

- RF1
- 京料理 美濃吉
- 米沢 琥珀堂
- 鈴波
- 維新號
- いとはん
- 柳香姫の台所 妻家房
- サンミ高松

近日、販売店を追加発表予定

(敬称略・順不同)



▲ RF1／レモン香るデリプランツチーズ入り
スナッフえんどうとルッコラのサラダ



▲ 維新號／オーツミルクの海老クリームチーズまん

* 三越伊勢丹「FOODE」vol.23より画像流用

プラントベースフードのイメージを覆す“おいしさ”“使いやすさ”で、国内外における販売拡大を目指す

「デリプランツ」シリーズの海外展開

	アジア（中国、東南アジア、インドなど）	欧州・米国
	人口増加、食の西洋化が進む伸長市場	市場が形成され、成長段階の市場
ターゲット	・ 動物性原料（乳製品）の供給量不足に伴う代替需要 ・ 「環境」「健康志向（トータルヘルスケア）」×「おいしさ追求」の需要	
生産・供給体制	海外3拠点 （中国、シンガポール、マレーシア） + 現地での委託生産、日本からの輸出も検討	現状：欧米に食品事業の生産拠点“なし” 生産・販売が可能な協業先との関係構築
課題	原料含むサプライチェーンの構築・強化、販路の開拓、適切な協業先企業の選定	



日本	【研究】新製品・アプリケーション開発	【生産】輸出対応、量産技術のサポート
----	--------------------	--------------------

海外展開のロードマップ

★ 製品上市（委託販売を含む） ● 販売関連 ● 調達関連 ● 生産関連

地域	2022-2023年度	2024-2026年度	2027-2030
アジア	● 原料探索完了 ★ PBFチーズ、マーガリン等 (中国、シンガポール、マレーシア) ● 新規代理店の探索 ● 生産協業先の探索 (中国等)	★ PBFホイップ、ミルク等 (中国、シンガポール、マレーシア) ● 委託販売開始 ● 生産協業先の探索 (インド、中東等)	● 販売チャネル、 ラインナップ拡充 (通販含めたBtoC) ● 原料調達体制の強化 ● アジアでの生産拡大 (インド、中東等)
欧 米	● 販売代理店、販路の探索 ● 生産協業先の探索 (ライセンス、OEM、JV等)	★ PBFチーズ、ホイップ等 ● 販売代理店の拡充 (継続)	● 販売チャネル、 ラインナップ拡充 (通販含めたBtoC) ● 原料調達体制の強化 - 販売量に応じて、 ● 自社工場設立の可能性検討 (ライセンス、OEM、JV等も柔軟に検討)

ADEKAグループの海外展開

● 製造・販売拠点*

■ 販売拠点*

* 連結子会社

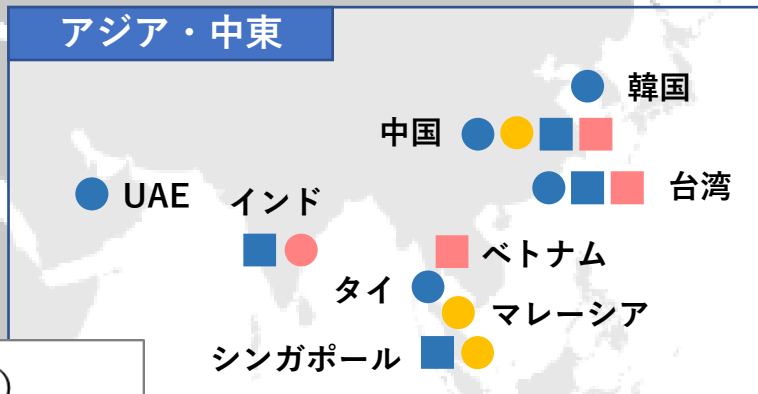
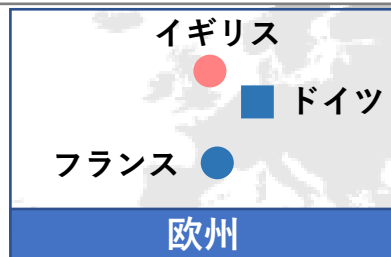
● 化学品

● 食品

● ライフサイエンス

■ 化学品

■ ライフサイエンス



2021年度

海外売上高比率 (%)

食品

13%

化学品

63%

ライフ
サイエンス

68%

ADEKAグループのグローバルネットワークを最大限活用し、食品事業の海外展開を加速させる



Add Goodness