



# SOJITZ IR DAY 2018

## リテール・生活産業本部

**2018年9月3日**

**双日株式会社**

**リテール・生活産業本部長**

**横山 直樹**

# 目次

- ◆ 本部概要
- ◆ 中期経営計画2020の本部方針
- ◆ 成長戦略（1）家庭紙及び段ボール製造事業
- ◆ 成長戦略（2）ベトナムにおける食品流通・小売事業
- ◆ 成長戦略（3）ミートワンプロジェクト

## 将来情報に関するご注意

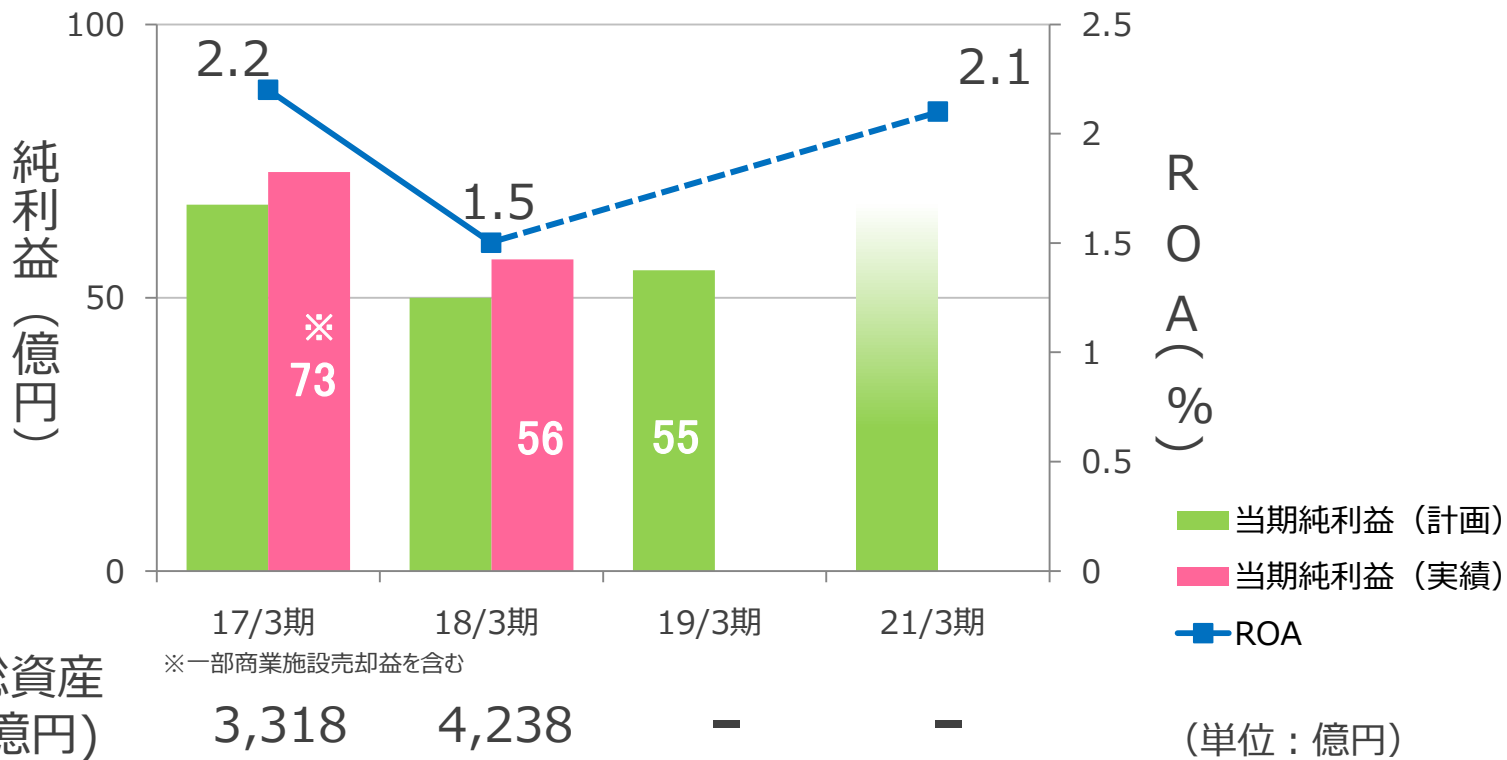
資料に記載されている業績見通しは、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、業績を確約するものではありません。実際の業績等は、内外主要市場の経済状況や為替相場の変動など様々な要因により大きく異なる可能性があります。重要な変更事象等が発生した場合は、適時開示等にてお知らせします。



# 本部概要 (業績推移)

既存事業の維持・強化及び新規事業投資による成長により**安定収益基盤**を構築

純利益  
総資産  
ROA推移










主要子会社  
個社  
当期純利益

	16/3期	17/3期	18/3期
双日食料	16	18	22
双日建材	4	10	8
双日ファッション	7	7	7



# 本部概要(主要事業)

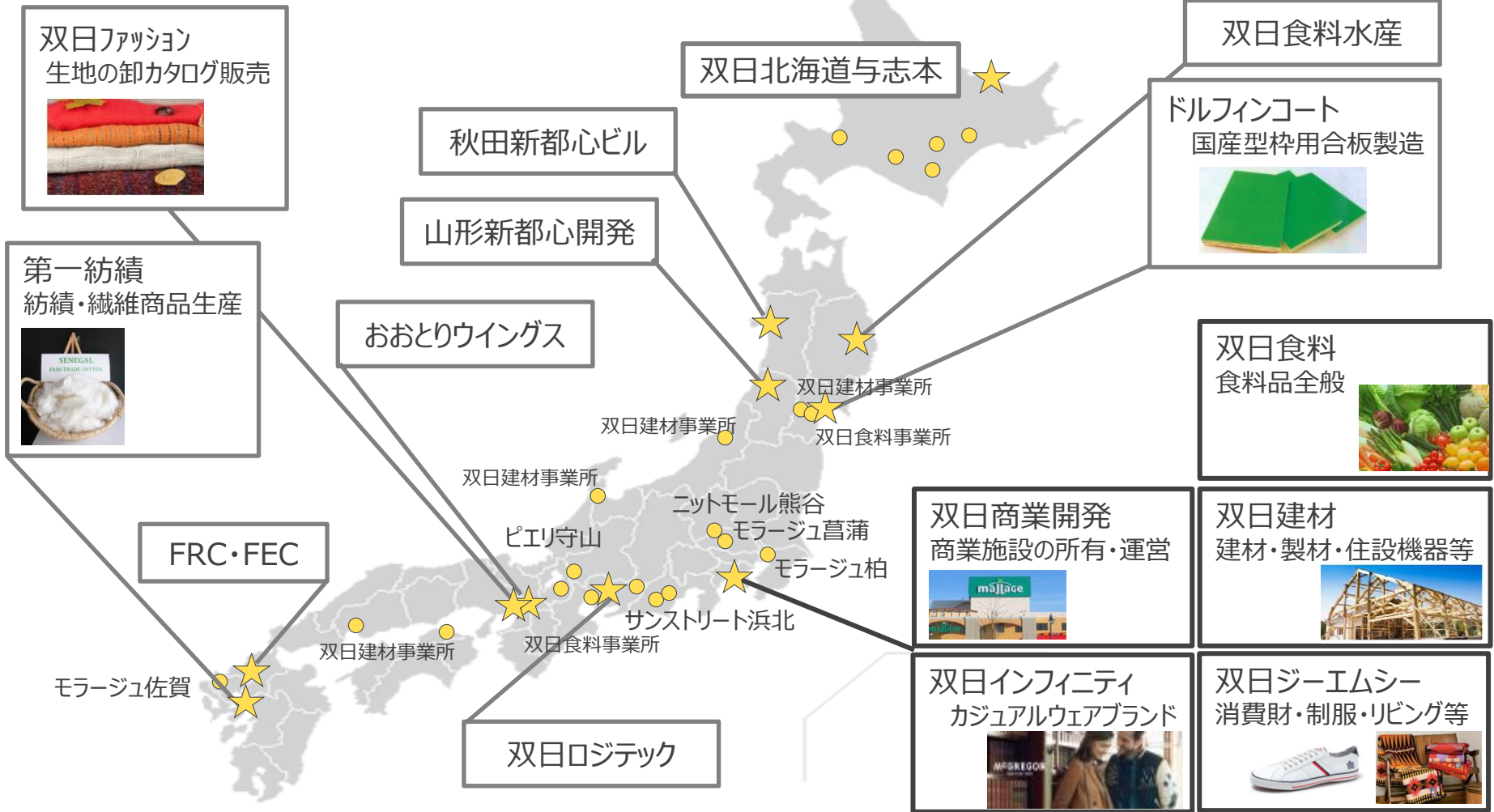
“お客様起点のビジネス”にこだわり日本、ASEANの人々に  
「生活の豊かさ」と「利便性」をもたらす多様な事業を展開

食品・ リテール事業部		ASEAN各国の発展段階に応じた食品・リテール事業の展開 (食品卸・加工販売・小売・物流)
投資 マネジメント部		商業施設の運営受託及びバリューアップ事業 <b>15年間の実績</b> を基盤に新しいSC事業の拡販・拡大
繊維事業部		衣料品OEM事業にて国内大手SPAの生産を支援 テキスタイル販売事業で <b>国内トップクラス</b> のポジション
林産資源部		植林・木材チップ生産事業 持続可能な木材サプライチェーンの構築
物資・ ライフスタイル部		ライフスタイルの多様化に対応した消費財及び産業資材の供給
双日食料		食品・農水産原料、砂糖・基礎原料まで幅広く輸入及び国内販売。 北米産輸入冷凍牛肉の <b>最大手</b> (シェア約 <b>30%</b> )
双日建材		建材・木材他建築資材等の売買及び各種企画・設計 輸入合板の取扱いで <b>国内トップクラス</b> のポジション



# 本部概要 (国内展開)

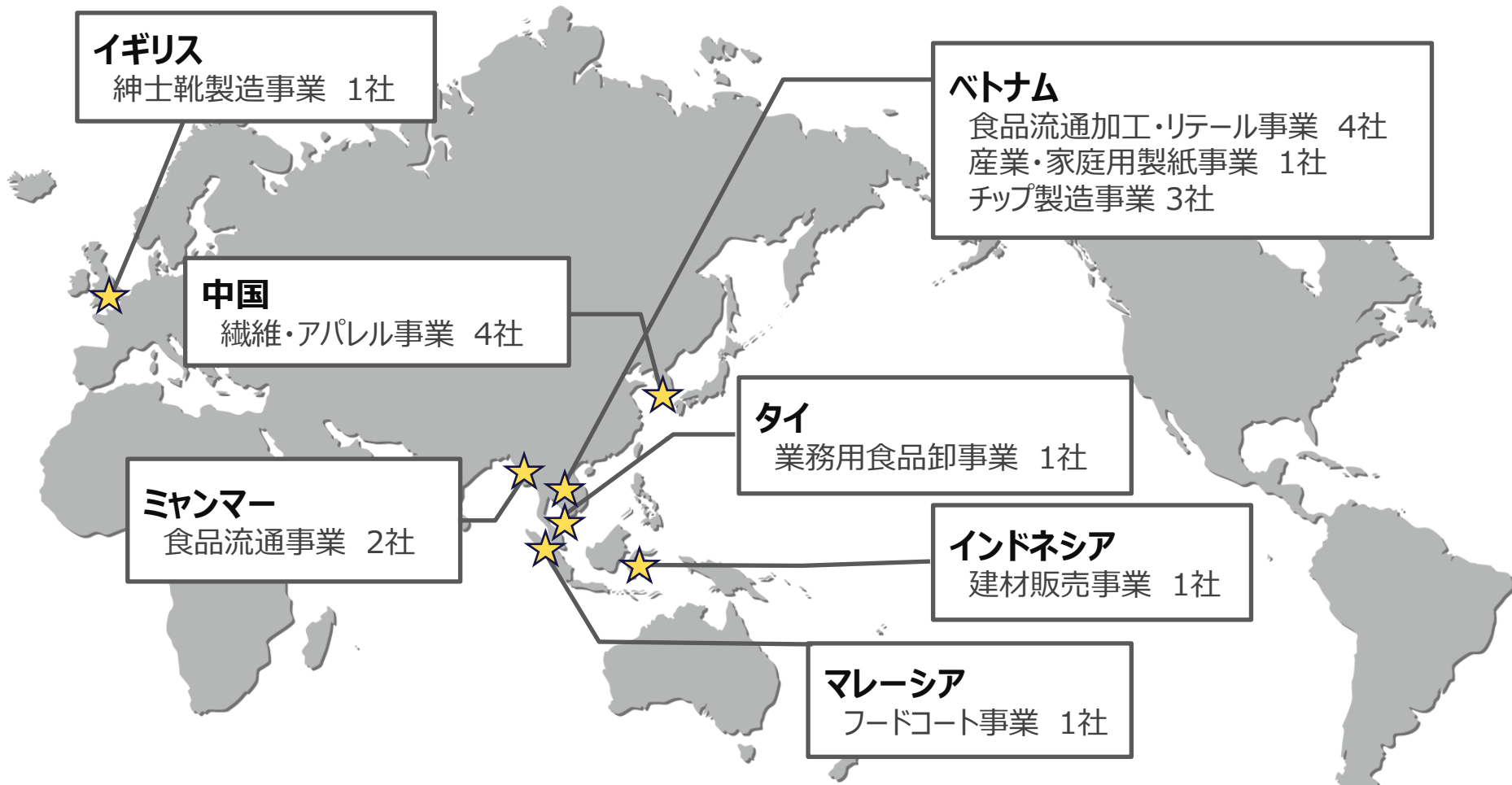
関係会社**46**社 (国内**24**社、海外**22**社)





# 本部概要（海外展開）

## ASEANを中心にグループ展開（主要事業）







# 中期経営計画2020の本部方針

## 基本方針

リテール事業の拡大と多様化、林産・繊維・物資分野の商権強化や新たな機能の追求、国内・アジアでの新規事業等、メリハリのあるポートフォリオマネジメントにより持続的収益基盤の進化・深化を図る

## 事業環境変化

- ライフスタイルの多様化
- 環境意識の高まり
- ASEAN域内の経済成長
- 「モノ」から「コト」への消費トレンド

## 具体的な取組み

- **安定収益基盤の維持・強化**
  - 伝統あるトレードの維持・継続。実績ある事業を徹底的に強化/注力
- **新規事業投資による成長の実現**
  - お客様起点のビジネスにこだわり、「生活の豊かさ」と「利便性」を高める多様な事業を展開
  - 基盤があるASEAN地域での、既存案件の強化・新規案件の開発



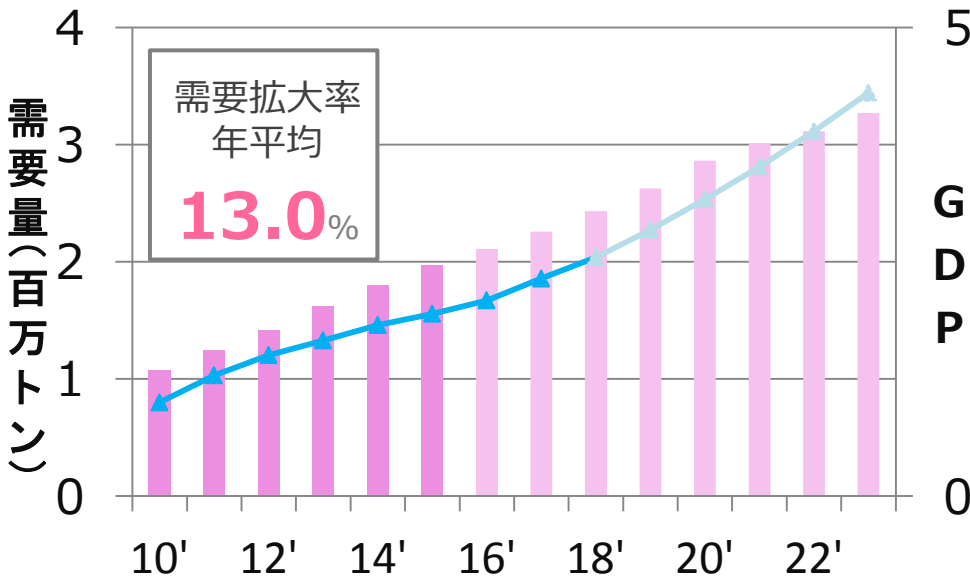
# 成長戦略(1)家庭紙および段ボール製造事業

## ベトナムの段ボール原紙市場のニーズは拡大



## 6月にベトナム大手製紙会社 (Saigon Paper, SGP) に出資

### <ベトナム段ボール原紙の需要とGDP>



\*2010年のGDPを1とした

需要実績・予測
  GDP実績  
 GDP予測(IMF)

\* RISI、IMFのデータより作成

### ◆ 家庭紙 ; シェア **No.1**



プレミアム家庭紙  
「bless you」



家庭紙  
「Saigon」

### ◆ 産業用紙 ; 生産力 **No.2**



- ・段ボール原紙
- ・外装ライナー
- ・中芯原紙
- ・紙管原紙

年間売上 ; 約130億円 (17/12期)  
 株主 ; 双日 ; 95.24% \* 2018/8/1時点  
 その他 ; 4.76%





# 成長戦略(1)家庭紙および段ボール製造事業



国内6カ所のSGP保有の古紙回収センターから原料調達

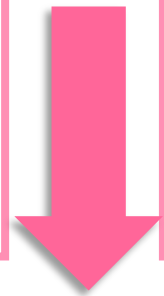
高い原料自給率

➔ **58%**



国内販売地域数

**63**  
ベトナム全土に販売網



New way, New value

- 増資による段ボール原資の製造設備の増強による **生産量拡大**
- 設備大型化による **生産効率改善**
- 日系メーカーとの協業による家庭紙の **販路拡大**

双日の経営ノウハウで、SGPの製販力の一層の強化を図り、ニーズに応える



# 成長戦略(2)ベトナムにおける食品流通・小売事業

## 惣菜・畜肉加工品の製造事業

ジャパン・ベスト・フード社 (2017年参入)

- ・日配惣菜製品・畜肉加工品 製造販売
- ・日本スタンダードの衛生管理を導入



小売や外食等の新規販売先開拓による製造販売事業の拡大



## 卸売事業

フン・トウイ社 (2008年出資)

- ・食料品・日用品の卸売
- ・10ヶ所の自社物流倉庫を保有



ベトナムのコンビニエンスストア(CVS)やスーパー、個人商店等への販路拡大



## 食品保管・輸送事業

ニューランド・ベトナム・ジャパン社 (2016年参入)

4温度帯 (常温、定温、冷蔵、冷凍) に対応した保管・配送までのコールドチェーン



## 小売事業

ミニストップベトナム社 (2015年出資)

- ・コンボストア (CVSと店内加工ファストフード店との融合店) での店舗展開
- ・122店舗 (18年7月末現在)



調達、物流、店舗開発、サービスの充実等、CVSインフラの品質向上





# 成長戦略(3)ミートワンプロジェクト

双日

## SOFCO

Sojitz Foods Corporation



SOFCO (双日食料) の強みは

日本向け北米冷凍牛肉 (シェア約**30%**)

## 食肉加工業者

- ・新たな販路を**拡大**したい
- ・開発力を**強化**したい
- ・物流コストを**削減**したい



## 「株式会社ミートワン」共同設立

### 目的

- 参画企業の販路を相互活用
- ノウハウ・機能の結集

### 期待効果

#### <日本国内>

- 新規需要家 (外食・小売) への販路拡大
- 安全・安心で美味しく、競争力のある価格での牛肉商品提供

#### <海外向け> ※特にASEAN

- 参画企業の海外進出
- 日本品質の牛肉商品の海外輸出



## 双日食料および参画企業における取扱い量の増加・事業機会の拡大



***sojitz***

***New way, New value***