

 **化学本部**



執行役員 化学本部長
植村 幸祐
2021年12月10日



執行役員
化学本部長
植村 幸祐

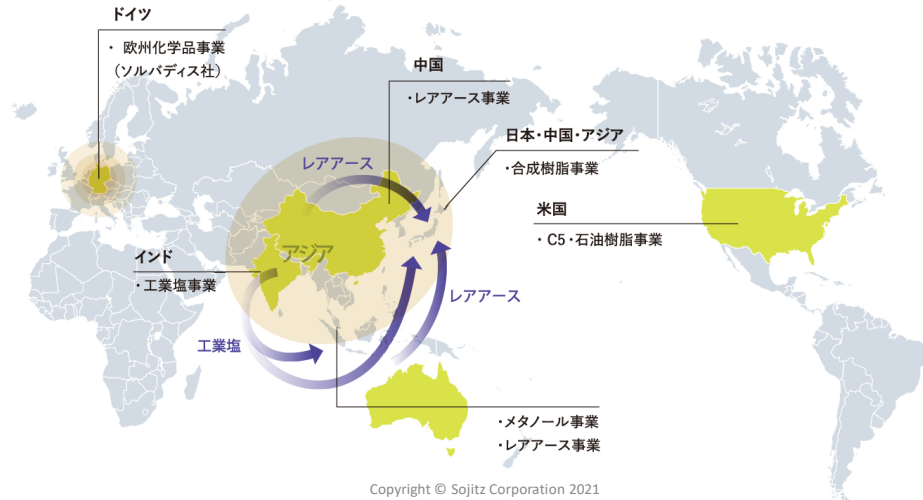
- 1993年入社 / 兵庫県出身
- 東京大学 農学部 卒業 (1993)
Southern Methodist University MBA修了 (2001)
- 入社後略歴
 - エネルギー化学プラント第一部 (1993~1999)
 - エネルギー化学プロジェクト部 (2001~2002)
 - エネルギープロジェクト部/エネルギー開発部 (2002~2012)
 - － 米国ヒューストン駐在 (2003~2010)
 - LNG部 (2012~2013)
 - エネルギー・金属部門
 - － 米国ニューヨーク駐在 (2013~2015)
 - － 米国ヒューストン駐在 (2015~2018)
 - 化学本部プロジェクト開発室長 (2018~2020)
 - 化学本部副本部長 (2020~2021)
 - 化学本部長 (2021~現)

当本部の
強み

顧客基盤
約5,000社

環境変化に対応した
提案機能

幅広い商材



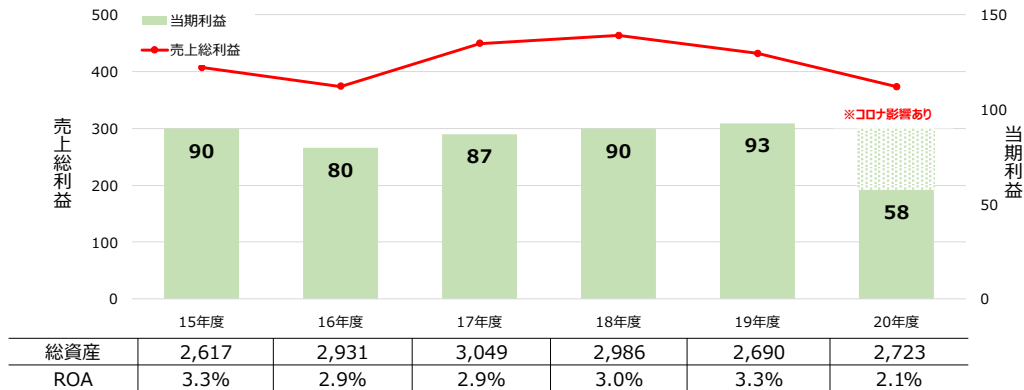
3

- 当本部は、有機・無機の化学原料、添加剤などの化学品、及び、合成樹脂、合成繊維を日本の化学メーカー、ユーザー向けに輸出入するというトレードビジネスが始まりました。
- 日本化学メーカー、ユーザーが海外製造へシフトしていくの合わせて、当社も中国、アジアを中心に同域内のトレードへ移行していった。
- その後、欧米では3国間トレード、欧州ではsolvadisを2017年に買収するなど、日本メーカー主体のトレードから、欧州域内のトレードの拡充を図った。
- トレード以外に事業も行っている。例えばトレードの派生でインドの工業塩事業、マレーシアでのレアアース事業。
- 製造事業としては、インドネシアのKMIメタノール、米国のC5石油樹脂事業。
- 本部の強みは、顧客基盤約5,000社、化学品の幅広い商材を扱っていること、多数の組み合わせの中での環境変化に対応した提案機能。

■ 化学本部 基本情報（2021年4月1日現在）

本部単体従業員数	263名	（連結従業員数 1,656名）
連結子会社	34社	（国内7社、海外27社）
持分法適用会社	13社	（国内1社、海外12社）

■ 実績サマリー



Copyright © Sojitz Corporation 2021

4

- 当期利益はコロナ影響を受けた20年度以前の過去5年間、90億円前後を推移。収益構造はトレード6～7割、残り3～4割はメタノール事業、C5・石油樹脂事業。
- ROAは3%前後、CROICは7%台
- 今期の当本部の業績見通しは、メタノール市況や合成樹脂取引の堅調な推移等により、22/3期上振れ予想を公表しているが、これに安住することなく次の手を打っている。

既存領域の拡大により安定化した収益を確保する

✓ 収益の柱の内、当社が強みを持つ4領域を選定し事業の拡大を目指す。



Copyright © Sojitz Corporation 2021

5

- 既存領域の拡大により安定化した収益を確保していく。基礎収益として100億円を塊として考えている。

【既存分野について】

メタノール、合成樹脂、レアアース、機能性材料をいかに伸ばしていくかがポイントと考える。

● **メタノール**

インドネシアで新規のメタノール、アンモニア事業を検討中。
また脱炭素に配慮し、グリーンアンモニア、グリーンメタノールも検討中。

● **合成樹脂**

20年度に完全子会社化したプラマテルズとの間で、注力領域を設定する等、組織体制の最適化を進めている。
バイオ樹脂やリサイクルプラスチックなどを戦略的に取り扱っていく。

● **レアアース**

自動車用の磁石などに使用される希少価値のある資源を取り扱っている。
昨今の米中関係などを踏まえ中国外の資源セキュリティの確保が注目されている
既存資産に留まらず、マレーシアのLynasと新規取組を進めていき、
中国外のサプライソースの拡充を検討している。

● **機能性素材（＝米国のC5石油樹脂事業）**

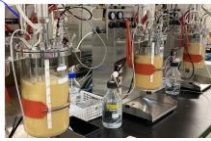
今後は、大型トラックのエンジンフード以外の用途を開発していく。
軽量かつ強度がある特性を活かし、電気自動車や電池自動車向けの軽量化素材の開発を進めている。

環境調和型社会への貢献、ライフスタイルの変容など社会ニーズに応じた戦略領域に参入する



環境分野

バイオ由来ケミカル事業



- 発酵・バイオ合成プロセス技術の獲得
- 遺伝子組換え菌体・酵素を活用したバイオケミカル製造

リサイクル事業



- 優良顧客基盤を基にしたリサイクルスキームの構築
- スケーラブルなケミカルリサイクル事業

Copyright © Sojitz Corporation 2021

6

- 新規分野、戦略領域への挑戦として、21年4月に環境・ライフサイエンス部を新設。環境とライフサイエンスでの取り組みを行っていく。

【バイオ由来ケミカル事業】

- 主に発酵合成技術のことだが、まだ世の中で商用化されているものは多くない。Green Earth Institute、バックス・バイオイノベーション等への出資を通じ、将来的にはバイオリファイナーのような構想を立てている。
- また、米州最大のオレフィン樹脂メーカーであるブラジルBraskemと環境対応ケミカル・樹脂事業に関する取り組みを進めている。グリーンPEについては、これまで10年間販売協力をしている。

【リサイクル事業】

● マテリアルリサイクル：

規模が小さく、回収業も確立されている中での取り組みは簡単ではない。当本部としては、強みである優良顧客との関係性から、市場にアピールできる顧客ネームで拡張性が十分見込めるものに絞って取り組んでいる。

● ケミカルリサイクル：

マテリアルリサイクルと対照的に、既存設備を活かしたスケールを追求できる。独自のケミカルリサイクル技術を持つ日本環境設計に前期より出資。廃プラスチックゴミのリサイクル事業は既に多くのメーカーが取り組んでいるが、当社としては、バガスなどの天然素材から糖や油を精製する際に出てくる絞りカス、所謂非可食素材を出発原料とするバイオケミカルを活かしたリサイクル事業に取り組んでいる。これをサーキュラーエコノミーと捉えて、取り組んでいる。具体的な製品はSAF（航空産業・交通プロジェクト本部と共同で取り組み中）

環境調和型社会への貢献、ライフスタイルの変容など社会ニーズに応じた戦略領域に参入する

ライフサイエンス分野

機能性表示食品・素材事業



- 素材メーカーとのコネクションを活かした川下領域への展開
- 生活習慣病・認知症予防サプリメント事業への参画
- コンシューマー向け販売チャネルの獲得

医療関連・周辺事業



- 健診・診断事業への参画
- DX技術による健康管理の高度化

Copyright © Sojitz Corporation 2021

7

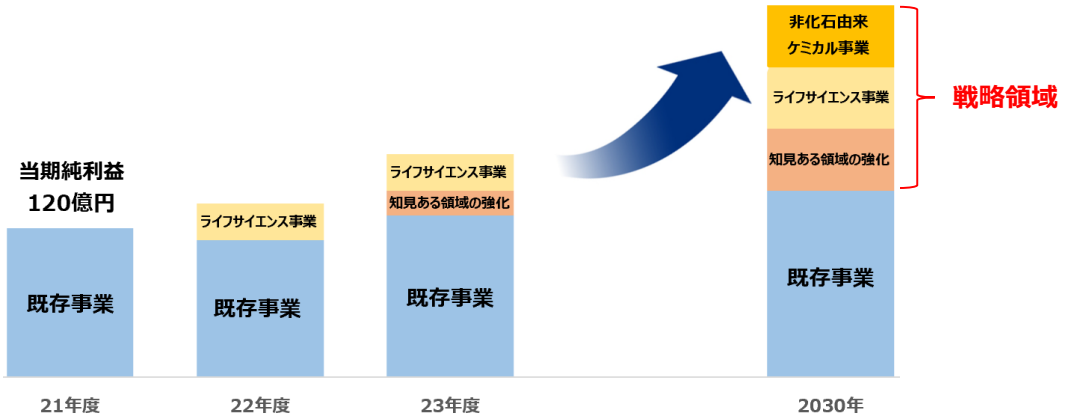
【機能性表示食品・素材事業】

- 長年、天然素材原料を納めてきた素材メーカー数社との関係がある。
- これらメーカーの素材開発力、商品開発力を活かしてマーケットに展開していく。
- 既にマーケティングチャネルを持ち、ブランドオーナーを志向するようなパートナーと組み素材メーカーの製品を川下まで展開していく。
- 機能性表示食品は、競争が激しい分野だが、成人病や生活習慣病など伸びる市場分野へ絞って参入していくことを企図。
- まずは日本で進めていくが、先進マーケットの米国での調査も並行して行っている。

【医療関連・周辺事業】

- 健診・診断に使用するモノの開発・製造を行う会社とのM&Aを進めている。既に同事業を持つパートナー会社とM&Aについて協議を進めている段階。
- まずは日本で事業を進め、今後、所得・中間層が増えていく東南アジアでの展開も視野に入れている。

- 既存事業で盤石な収益基盤を構築 > 強みある領域の強化・幅出し
- 化学本部と親和性の高い領域への挑戦 > ライフサイエンス分野への参入
- 非化石由来バイオケミカル・樹脂の製造事業とリサイクル事業の組み合わせで脱炭素社会に貢献



【既存事業】

- 今期の当期純利益見通しは120億円。これはコロナ影響による需給のタイト化や高値で推移した市況等によるもの。
- この状況は来年度には落ち着き、市況は落ち着くと見ている。またスーパーサイクルによる外部環境の変化やインフレも想定される。何れにしても既存事業のある程度の収益低下は逃れられないと認識している。
- 今後は、低採算取引見直し、注力領域・品目の見直し、デジタル化による業務効率化などで今の実力値である収益100億円程度以上を維持、伸ばしていく。

【新規事業】

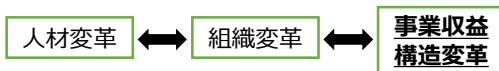
- ライフサイエンス事業では、主に健診部門のM&Aを実行し、今中計期間における収益化を目指す。
- 知見ある領域の強化においては、合成樹脂分野におけるプラマテルズとのシナジー及び、米国における石油樹脂分野での新たな展開・拡張による収益化を目指す。
- 2030年には、既存事業の収益拡大に加え、環境分野やメタノール、レアアース等の新規事業における収益を上乗せさせ、200億円を目指す。

- 人材育成計画 > 提案型思考人材の育成
- 人材配置の最適化 > 戦略領域へ人員シフト
- キャリアパスの再構築 > ダイバーシティーの推進、多様な社会ニーズに対応できる組織

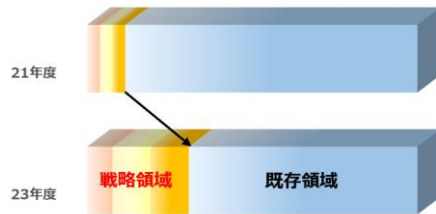
✓「提案型思考」への変革による持続的な成長



✓組織レベルを起点とした変革



※人材配置の最適化のイメージ



- 目の前のトレードに留まってしまうと、顧客至上主義になってしまい、ビジネス機能の劣化、戦略実行力の決定的な不足に繋がると考える。
- 多くの顧客基盤や商品分野を活用し、単なる点のトレードに留めず、外部環境の変化や業界動向を捉えた事業を進めていくには、自律性をもった提案型思考が必須になる。
- 21年度からは、1on1ミーティングを、「課長-課員」、「部長-課長」で実施している。上司からの一方的な成果レビューだけでなく、課員に考えさせることで、コミュニケーションの質向上、思考力の深化による提案力・構想力の強化を図る。
- これらを継続して戦略領域をやり切る組織力に繋げていきたい。



将来情報に関するご注意

本資料に掲載されている業績見通し等の将来に関する記述は、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、新型コロナウイルス感染症の収束時期や、内外主要市場の経済環境、為替相場の変動など様々な要因により、大きく変動す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。