

SOJITZ IR DAY 2015

リテール事業本部

2015年12月18日

**双日株式会社
リテール事業本部長**

西村 康



目次

- ◆ 本部概要
- ◆ リテール事業本部について
- ◆ 業績推移と中計最終年度GOAL
- ◆ アジア(ASEAN)市場の環境分析
- ◆ 成長戦略
 - ① 工業団地事業
 - ② アジアでの食品流通・小売事業
 - 【ベトナム】
 - 【ミャンマー】

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 (2015年9月末時点)

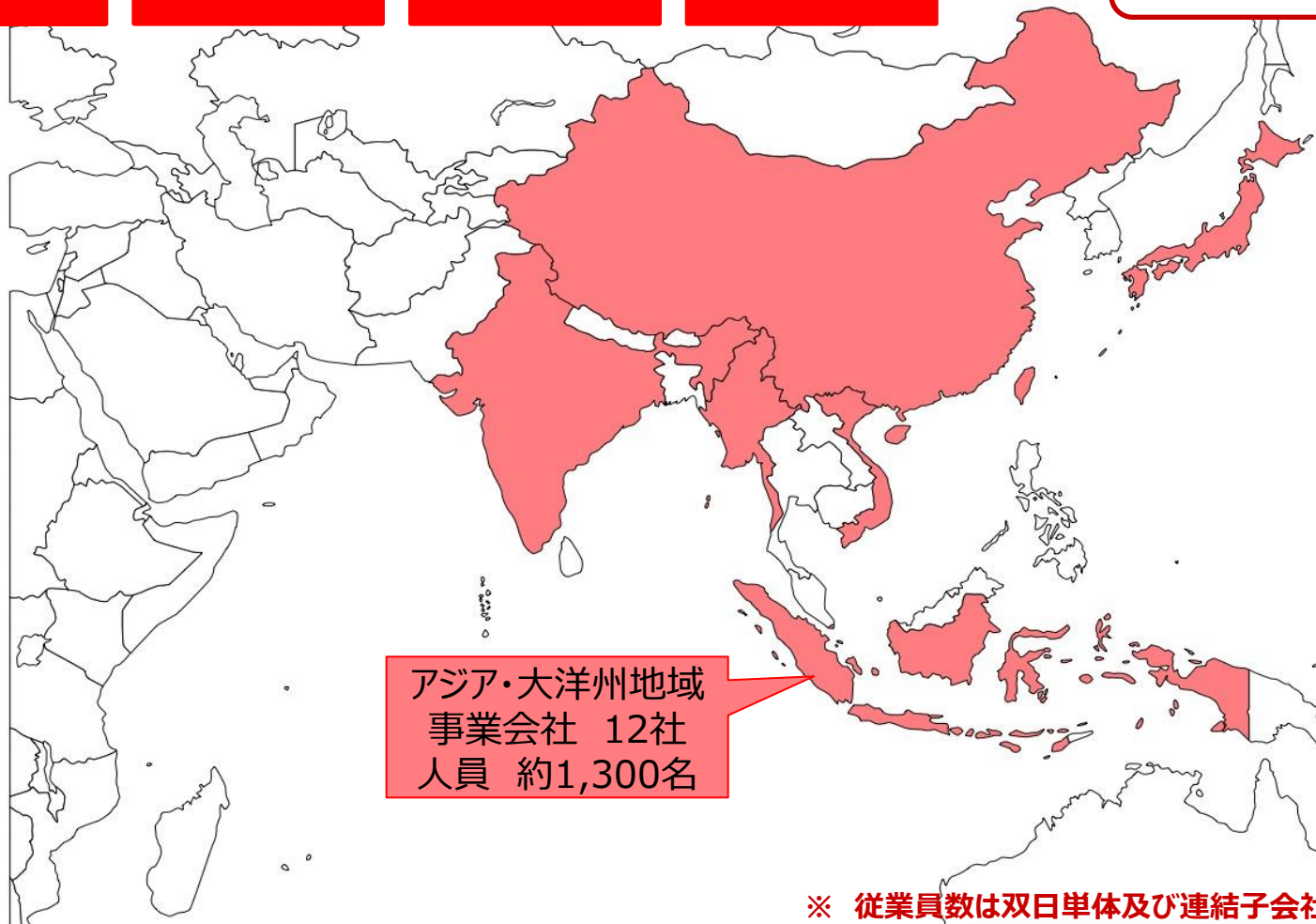
食品・リテール
分野

海外工業団地
分野

不動産関連
分野

ブランド
分野

国内 13社 約1,200人
海外 12社 約1,300人



※ 従業員数は双日単体及び連結子会社の人員数



リテール事業本部について

本部の新設にあたって

食品・消費財、インフラ、不動産、商業施設、ブランドを複合的に展開し、構造変化、消費者ニーズ変化を精緻・スピーディに捉え、「機能提供型」の事業集団を創り上げる

食品・リテール分野

- 国内食品流通事業
- 海外食品卸・流通事業
- 海外小売事業



ミニストップ店舗（ベトナム）

不動産関連分野

- J-REIT事業
- 国内分譲マンション事業
- 商業施設運営事業



インプレスト大倉山（日本）

機能に立脚した事業

海外工業団地分野

- 海外工業団地開発・運営および周辺インフラ事業（ベトナム・インドネシア）



ロンドウック工業団地（ベトナム）

ブランド分野

- アパレルブランド事業 (McGREGOR)
- シューズブランド事業 (ADMIRAL)



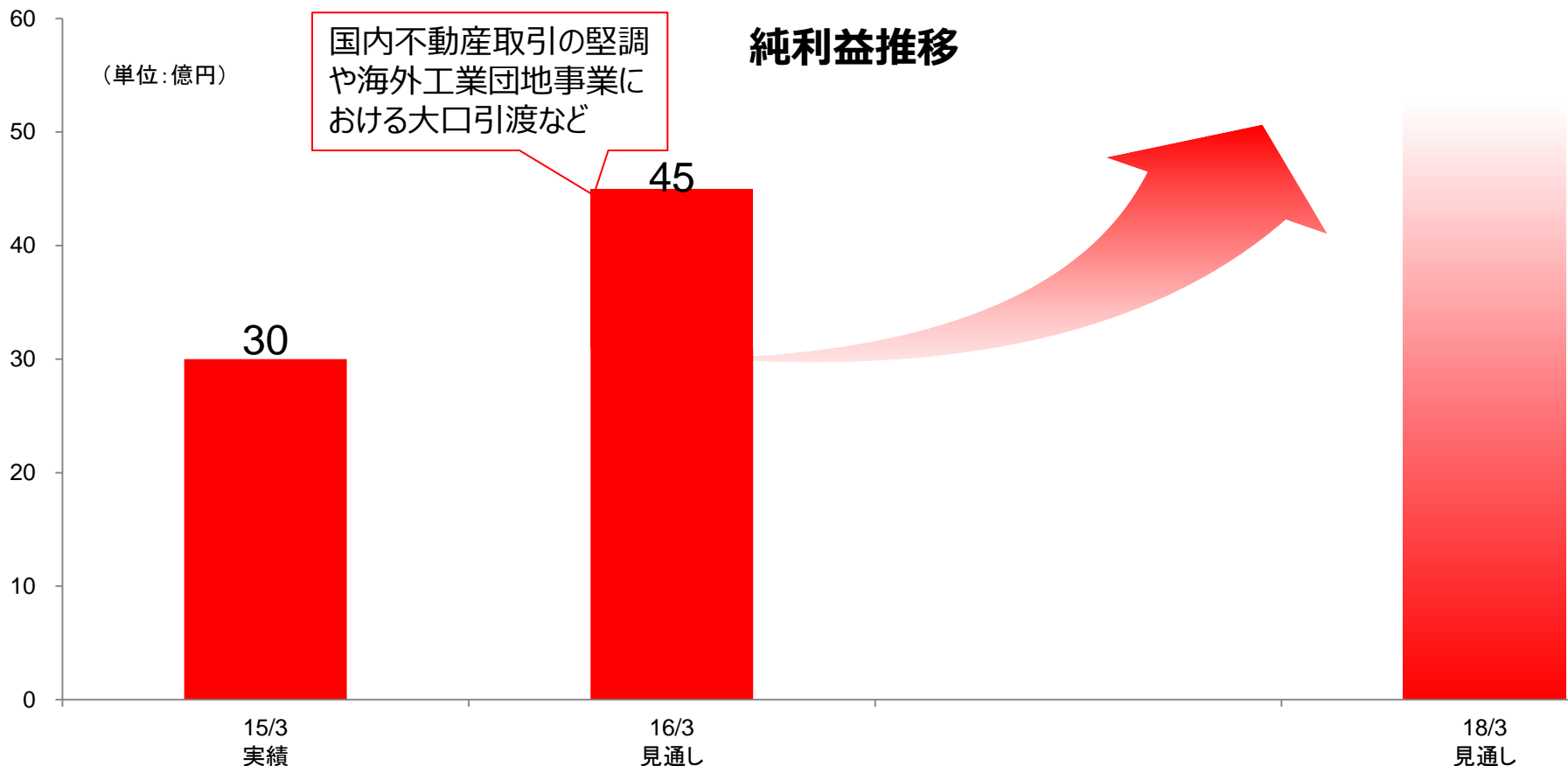
シューズブランド (ADMIRAL)



業績推移と中計最終年度GOAL

◆本部戦略

ASEANにおけるリテール事業展開・工業団地事業・商業施設運営などの機能提供を通じて、地域・市場の成長を取り込む



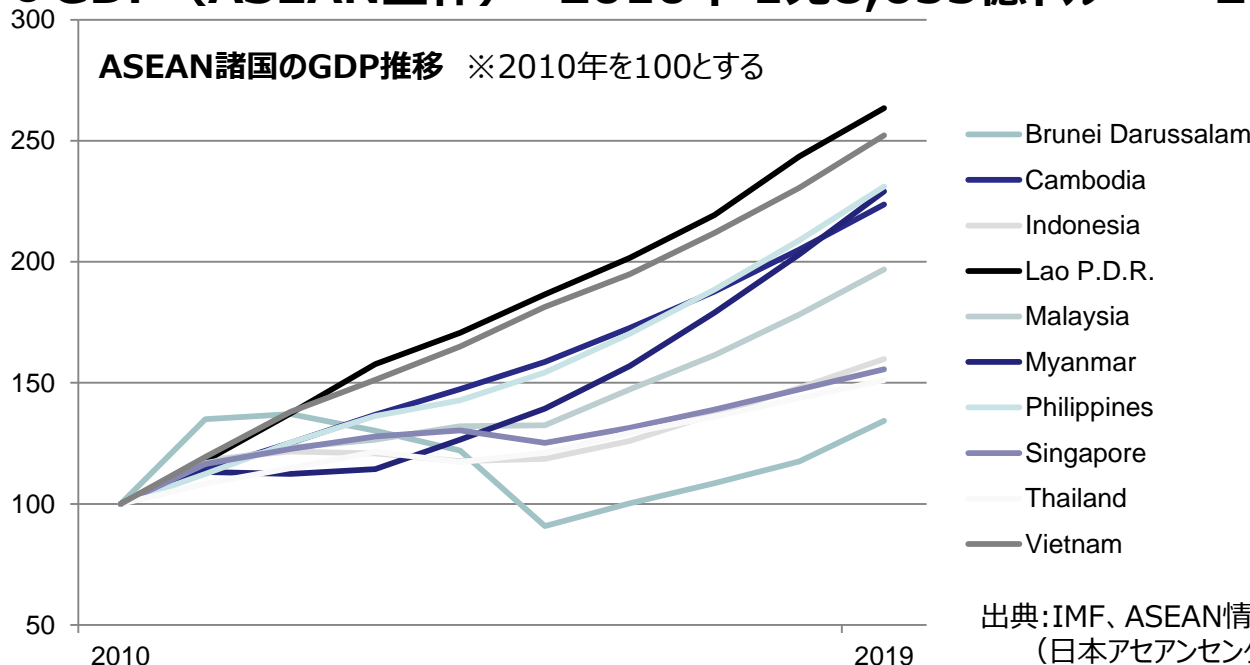


アジア(ASEAN)市場の環境分析

●人口 (ASEAN全体) 2010年 5.9億人 ⇒ 2030年 7億人 (予想)



●GDP (ASEAN全体) 2010年 1兆8,653億ドル ⇒ 2019年 3兆6,084億ドル (予想)



出典:IMF、ASEAN情報マップ2014 (日本アセアンセンター)



成長戦略





① 工業団地事業

② アジアでの食品流通・小売事業
【ベトナム】・【ミャンマー】



工業団地事業(環境分析)

生産拠点としての魅力

消費市場としての魅力



中長期的には日系企業の海外
進出傾向は続くと見られる

中期的（今後3年程度）有望事業展開先国・地域

	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
1位	中国	中国	中国	中国	インドネシア	インド
2位	インド	インド	インド	インド	インド	インドネシア
3位	ベトナム	ベトナム	タイ	インドネシア	タイ	中国
4位	タイ	タイ	ベトナム	タイ	中国	タイ
5位	ロシア	ブラジル	ブラジル	ベトナム	ベトナム	ベトナム
6位	ブラジル	インドネシア	インドネシア	ブラジル	ブラジル	メキシコ
7位	米国	ロシア	ロシア	メキシコ	メキシコ	ブラジル
8位	インドネシア	米国	米国	ロシア	ミャンマー	米国
9位	韓国	韓国	マレーシア	米国	ロシア	ロシア
10位	マレーシア	マレーシア	台湾	ミャンマー	米国	ミャンマー

出所：JBIC調査を基に作成



工業団地事業 (用地選定)

昨今の海外進出を検討する日系企業の増加とその進出先の多様化に伴い、現地にて安心して生産に専念できるインフラ・各種サービスを提供
日系企業の海外進出におけるニーズを素早く、的確に把握し、工業団地開発先の国・地域の選定を行う

製造品目
販売戦略
パートナー
労働コスト
市場規模
インフラ成熟度
民族性

様々な要素で進出する国・地域を選定する



進出検討
企業

生産地としての魅力

安価で豊富な労働力を目的に
輸出加工拠点として進出するニーズ



Vietnam

実績

・ Long Duc工業団地 (ベトナム)

位 置：ベトナム国ドンナイ省
開発面積：270ha(約82万坪)



・ LOTEKO工業団地 (ベトナム)

位 置：ベトナム国ドンナイ省
開発面積：100ha(約30万坪)



消費地としての魅力

現地の旺盛な購買需要を狙い、現地生産を目的として進出するニーズ



India



Indonesia

実績

・ GIIC工業団地 (インドネシア)

位 置：インドネシア共和国
西ジャワ州ブカシ県
開発面積：1300ha(約400万坪)



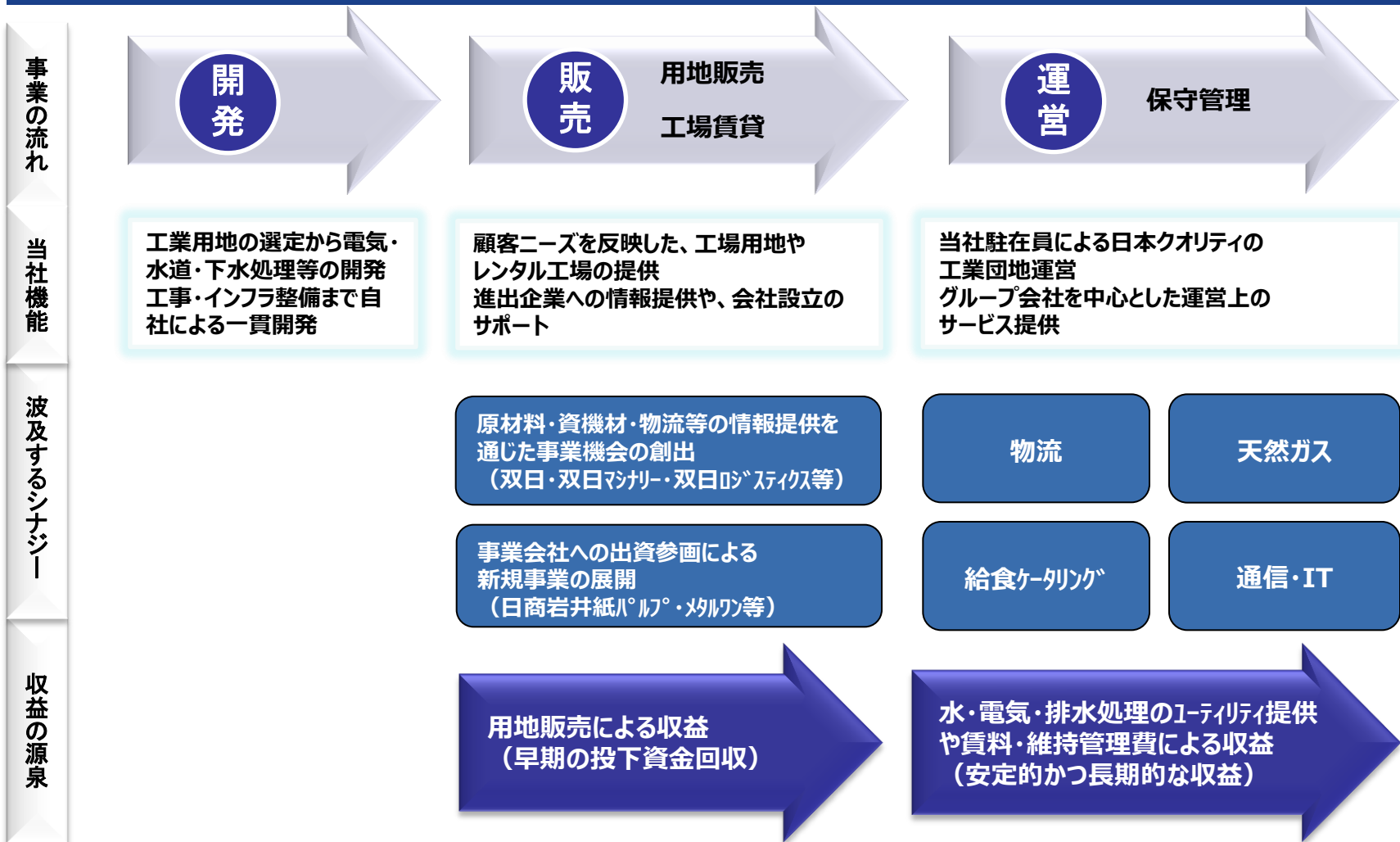
・ SMIP工業団地 (インド) 【開発中】

位 置：インド タミルナドゥ州
チェンナイ市
開発面積：115ha(約35万坪)



工業団地事業 (ビジネスモデル)

商社機能を最大限に活用し、インフラ整備から管理運営まで企業の海外進出を総合的にサポート





アジアでの食品流通・小売事業(環境分析)

(現状)

- ・パパママストアなどのGT(General Trade)が中心
- ・スーパー、コンビニなどのMT(Modern Trade)は都市部を中心に急成長中だが、まだMT比率は低い

※MT比率

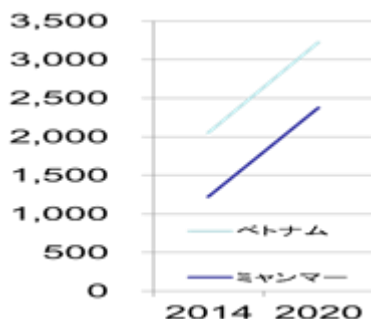
ベトナム 4%、ミャンマー2.2%



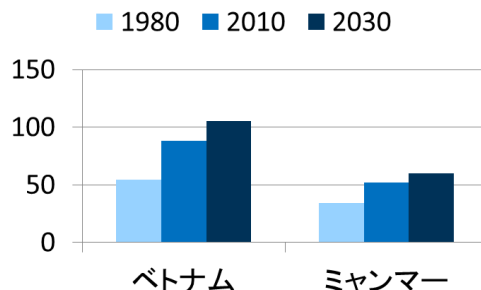
(今後見込まれること)

- ・GDPの伸長に伴う食の多様化
- ・堅実な人口の伸びによる食料需要増加
- ・流通網の発展に伴う小売業の大規模化 (MT比率の拡大)

一人当たりGDP予想 (米ドル)



人口推移 (百万人)



GT(例：個人商店)



MT(例：スーパーマーケット)

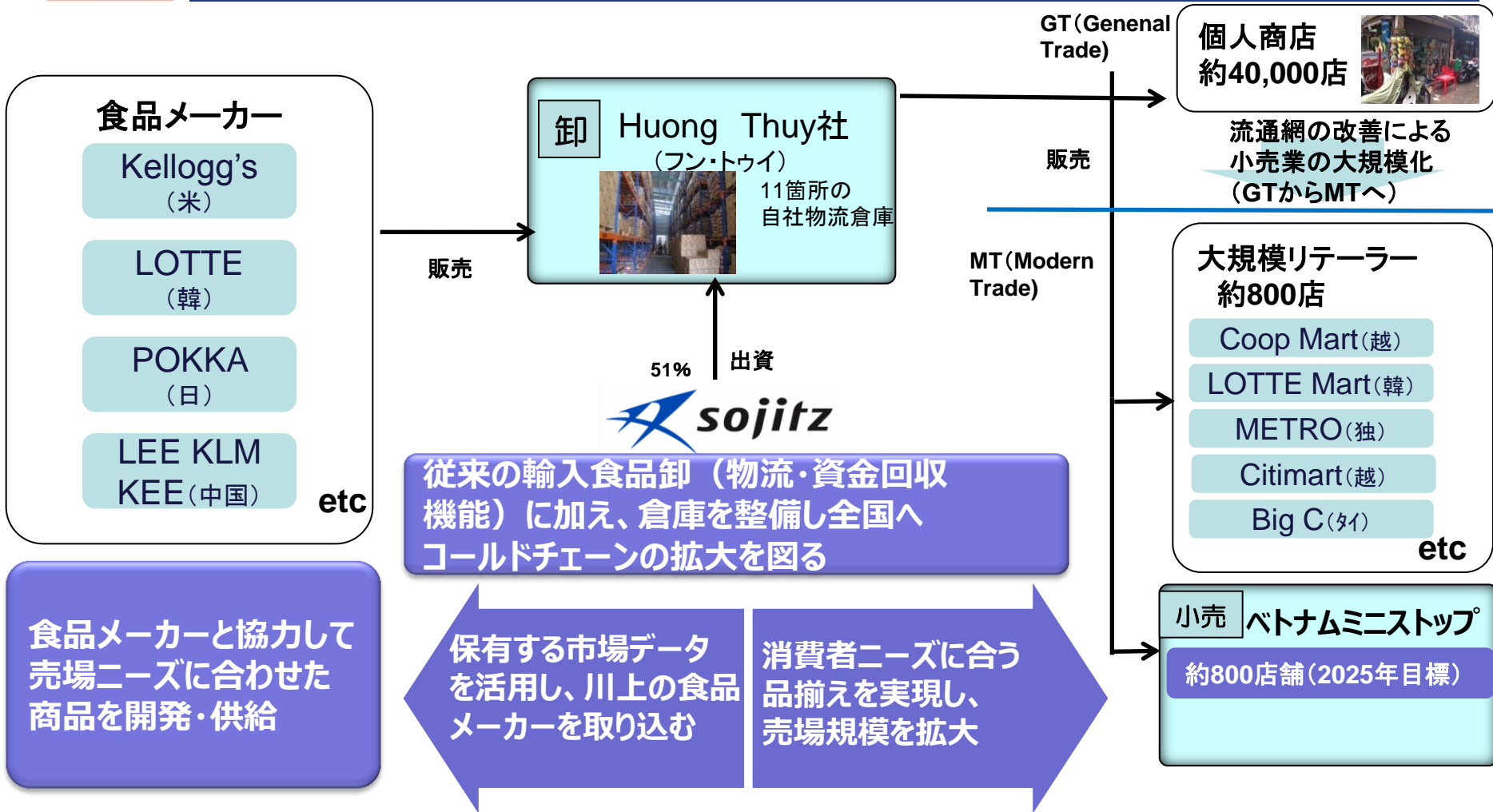




アジアでの食品流通・小売事業【ベトナム】



長年積み上げてきた事業経験により、市場を熟知している強みを活かして川上の食品メーカーを押さえ、卸事業の機能と取扱量の拡大を図る

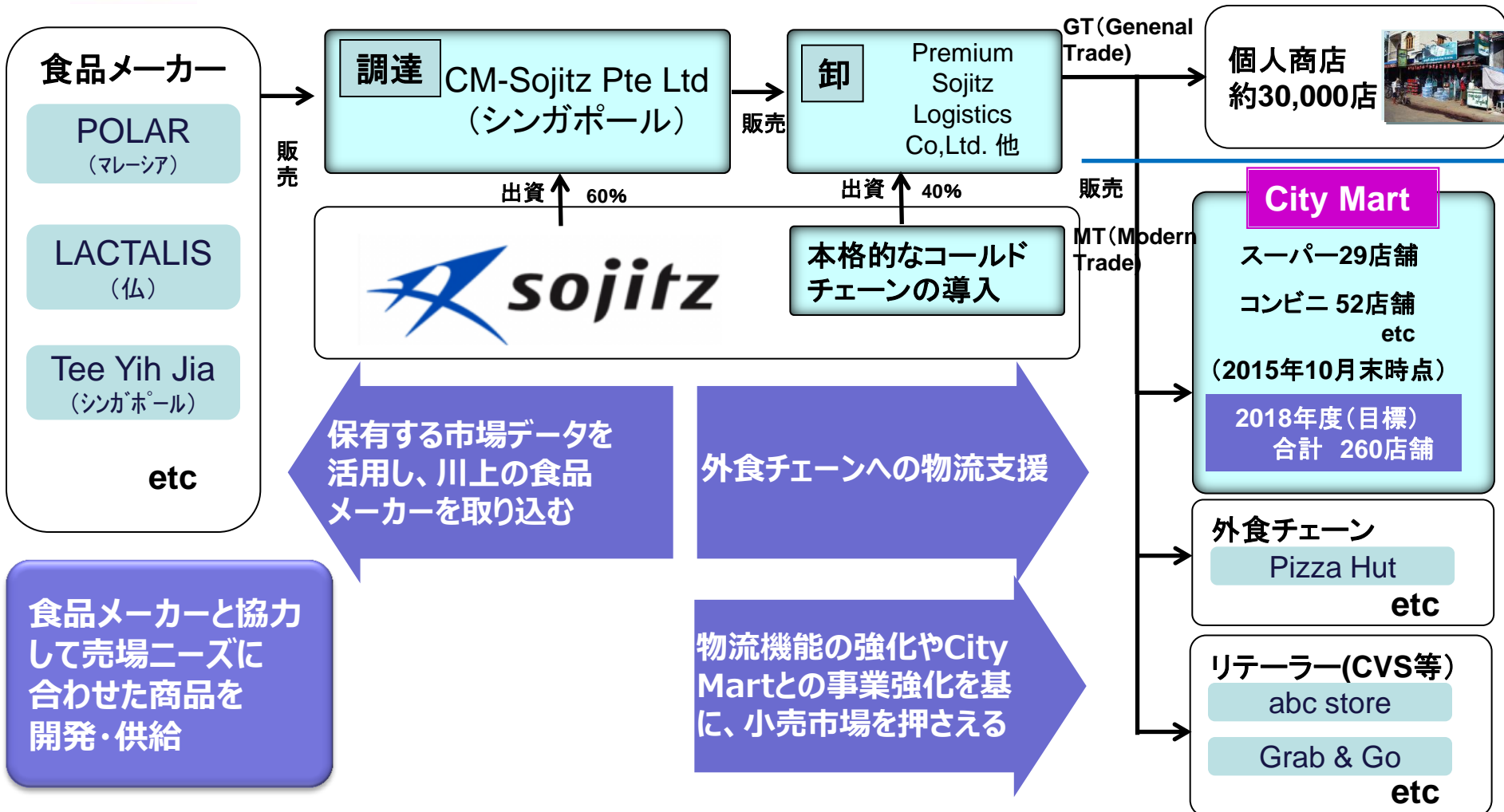




アジアでの食品流通・小売事業【ミャンマー】



City Martとの事業強化を中心としてミャンマーの成長市場を取り込んでいく





補足資料





リテール事業本部 事業例

食品・リテール分野

- ◆ 双日食料（1983～）日本で食品事業を展開、特に食肉関連に強み
- ◆ フンツイ(2008～) ベトナム最大規模の食品卸を展開
- ◆ ベトナムミニストップ（2015～）ベトナムでのCVS事業参入
- ◆ ミャンマーでシティマートと物流近代化への取り組み開始（2014～）
- ◆ ミャンマーで3温度帯物流事業開始（2015～）

海外工業団地分野

- ◆ ベトナム工業団地（ロテコ（1996～）、ロンドウック(2011～)）
- ◆ インドネシア工業団地（デルタマス（1996～））
アジア新興国での産業・都市基盤整備。開発のみならずインフラ・サービス（水・電気・食堂・人材派遣等）を提供

不動産関連分野

- ◆ 双日新都市開発（1995～）国内不動産開発・仲介
- ◆ 双日リートアドバイザーズ（2013～）国内リート法人の資産運用・管理
- ◆ 日本での商業施設運営事業とその機能を活かした海外展開
現在、日本国内で13カ所の商業施設を運営受託（1997～）
海外への外食進出を支援：ジャパンフードタウン事業(2015～)

ブランド分野

- ◆ 日本 + アジアでの衣料品ブランドの展開
(ブランド名) McGREGOR (アパレル) : 日本で展開
ADMIRAL (シューズ) : 日本、中国、香港、マカオ、台湾、韓国で展開



sojitz

New way, New value