



平成 22 年 4 月 23 日

各 位

会 社 名 焼津水産化学工業株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 坂井 和男
コ ー ド 番 号 2812 (東証 1 部)
問 合 せ 先 経営企画部長 内山 毅彦
T E L 054-202-6030

「中期経営計画」の策定について

当社は、このほど 2010 年度（当社第 52 期）から 2012 年度（同第 54 期）（平成 22 年 4 月 1 日から平成 25 年 3 月 31 日）までの 3 ヶ年「グループ中期経営計画」を策定しましたので、下記のとおり、その概要をお知らせいたします。

記

1. 背景と目的

日本経済は、環境配慮が推進される一方、内需の落ち込み、雇用不安による個人消費の低迷、少子高齢化の進展など、先行き不透明な状況で推移するものと想定されます。

当社の事業環境の内、調味料事業は、消費動向を反映して外食産業が低迷、流通構造においても各種 P B 品の充実など低価格戦略が浸透している中、中食業界は堅調に推移しています。

他方、サプリメントに代表される健康食品市場の拡大は鈍化し、新規機能食品素材の開発も停滞しているものの、既存機能性素材を用いた健康志向食品が充実するなど、応用範囲は拡大してきています。

水産物事業は、漁獲制限による締め付けの一方、末端価格は上がらず、大手物流網の確立で、厳しい局面を脱する気配がありません。

このような環境下、当社は、本年 3 月末日をもって中期経営計画『Harvest Plan』を終え、新たな中期経営計画『Challenge & Growth』を策定致しました。「天然素材の持つ無限の可能性を追求し、“おいさと健康”を通して、豊かな生活に貢献します」のグループ企業理念の下、研究開発型・環境配慮型である事業の強みをより鮮明に打ち出し、成長路線を築くとともに、昨年 3 月に迎えた創立 50 周年以降、最初の中期経営計画であり、過去にとらわれず、積極果敢に挑戦を繰り返し、更なる成長を目指す大きな計画と致しました。

2. 2010 年以降の当社グループビジョン

当社は、創立 50 周年の節目を迎え、新たな第 2 ステージに向けて出発します。

- ① 少子高齢化が進む環境下、機能食品事業を強化します。
- ② 独自の技術・製品開発により、国内市場の安定確保と海外事業の積極展開を図ります。

3. 新中期経営計画『Challenge & Growth』の基本方針

『Challenge & Growth』では、前中期経営計画『Harvest Plan』で掲げた重点課題を継承し、以下の5項目を推進致します。

①社会・顧客対応の充実

企業コンプライアンスと全社的顧客志向の徹底により、企業の社会的責任を果たし、顧客満足度の充実に努めます。

②優位性の創造と育成

当社の強みを活かして、海外市場に積極果敢に挑戦し、新たなモノ作りによって市場を創造・拡大して業界をリードする。

③組織力の強化と連携

P D C Aの徹底と組織間の連携によってスピード経営を実践し、グループ全体の成長を推進する。

④人材育成の強化

体系的、実践的な人材教育の実施による個々人のスキルアップと従業員満足度の向上により、意欲的な組織風土を醸成する。

⑤増益体質の強化

事業の選択と集中を進め、経営指標に寄与する目標設定と達成により、収益構造を改善・強化する。

4. 重点施策

上記基本方針に沿って、以下のような重点施策を実施致します。

①N-アセチルグルコサミン（NAG）の拡販

当社の機能食品事業を牽引する機能性素材NAGは、本格販売以来 10 年間、国内トップシェアを維持する注力製品です。原料および中間製品の供給体制が確立したことで、国内外への更なる拡販を実施します。また、子会社のUMI ウェルネス(株)の主力製品としても、広告宣伝を強化して市場の拡大を図ります。

②海外市場への積極展開

機能食品素材の中国における美容関連への展開に実績が出始め、また、アメリカ、メキシコでの展開が伸展したことから、これを確実に推進するほか、調味料を含め、中国子会社である大連Y S K製品の中国内販路拡大と、東南アジア市場では、タイ、ベトナムへの販路拡大にも新たな道筋が見えてきています。これらを具体化し市場を確保するべく、海外営業部を増員して積極的・行動的な推進を図ります。

③CVD 2号機の安定稼働と販売強化

当社の優位性の一つでもあるCVD（連続真空乾燥装置）製品は、その品質特性に対する幅広いニーズにより需要が拡大しており、平成 22 年3月に2号機を導入致しました。これによって生産能力は倍増されますが、早期の投資回収を目指して販売強化を図ります。

④Y S Kブランドの育成

主力事業である調味料事業において、単なる調味素材ではなく、調理機能を有する新製品の開発に成果が出てきました。また、機能性素材の新たな分野として、医療、化粧品、環境ビジネスへの展開の模索・実績化にも注力します。こうした技術・製品の情報発信と売上拡大によって、Y S Kブランドの強化・育成を図ります。

5. 連結中期経営計画の数値目標（3年後）

本計画の業績目標を、次のとおり設定いたしました。参考までに2009年度（平成22年3月期）の業績予想（平成22年2月5日に開示した業績予想値）も記載しております。

	2008 年度 （実績）	2009 年度 （予想）	2012 年度 （計画）	2009 年度 （予想）との差
売上高（百万円）	20,084	22,300	30,000	7,700
営業利益（百万円）	1,021	1,650	2,450	800
営業利益率	5.0%	7.4%	8.1%	0.7 ポイント

※本計画・目標は、発表日現在において当社が入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の事業環境、経済状況の変化等、さまざまな要因により目標と異なる可能性があります。

以上