



食卓の未来を描く： 製油業界の構造転換と成長戦略

機能性・サステナビリティ・AIが再定義する競争優位

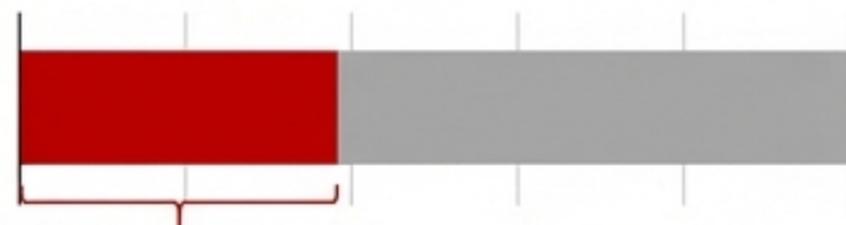
エグゼクティブサマリー：コモディティビジネスの終焉と新たな価値創造モデルへの移行

製油業界は歴史的な転換点にある。「規模の経済」から「付加価値とソリューション」へのパラダイムシフトが不可避である。



危機 (The Crisis)

- 原料価格の乱高下と低い利益率（営業利益率1-4%）
- コモディティの罨と地政学リスクの常態化
- 構造的な低収益からの脱却が必要

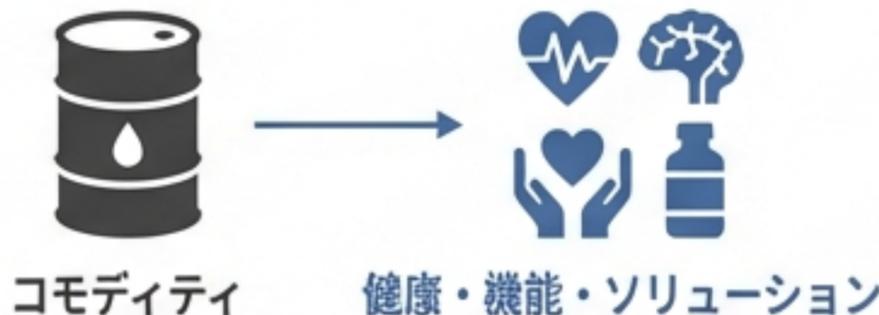


低利益率 1-4%



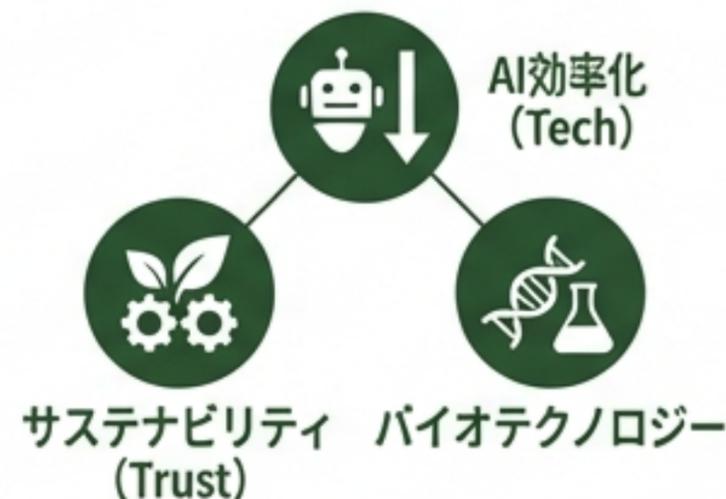
変革 (The Shift)

- 「油を売る」から「健康と機能を提供する」へ
- BtoBにおけるソリューション・パートナーへの進化
- BtoCにおけるパーソナライズド・ウェルネス



武器 (The Enablers)

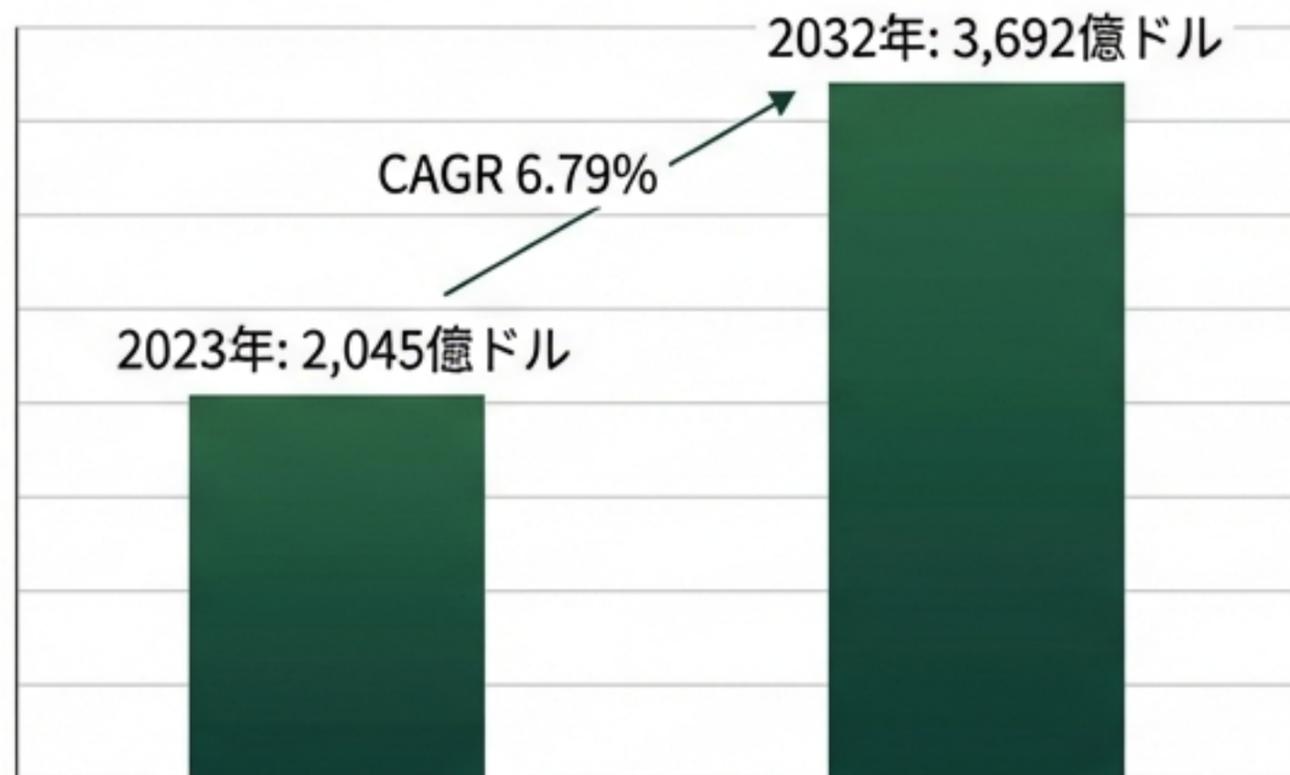
- サステナビリティ (Trust) による差別化
- AIによる超効率経営 (Tech) と原価低減
- バイオテクノロジー (代替脂質) への投資



結論：生き残りの条件は、汎用品でのコスト極小化と、高付加価値領域（MCT、PBF、精密発酵）への大胆な資源再配分である。

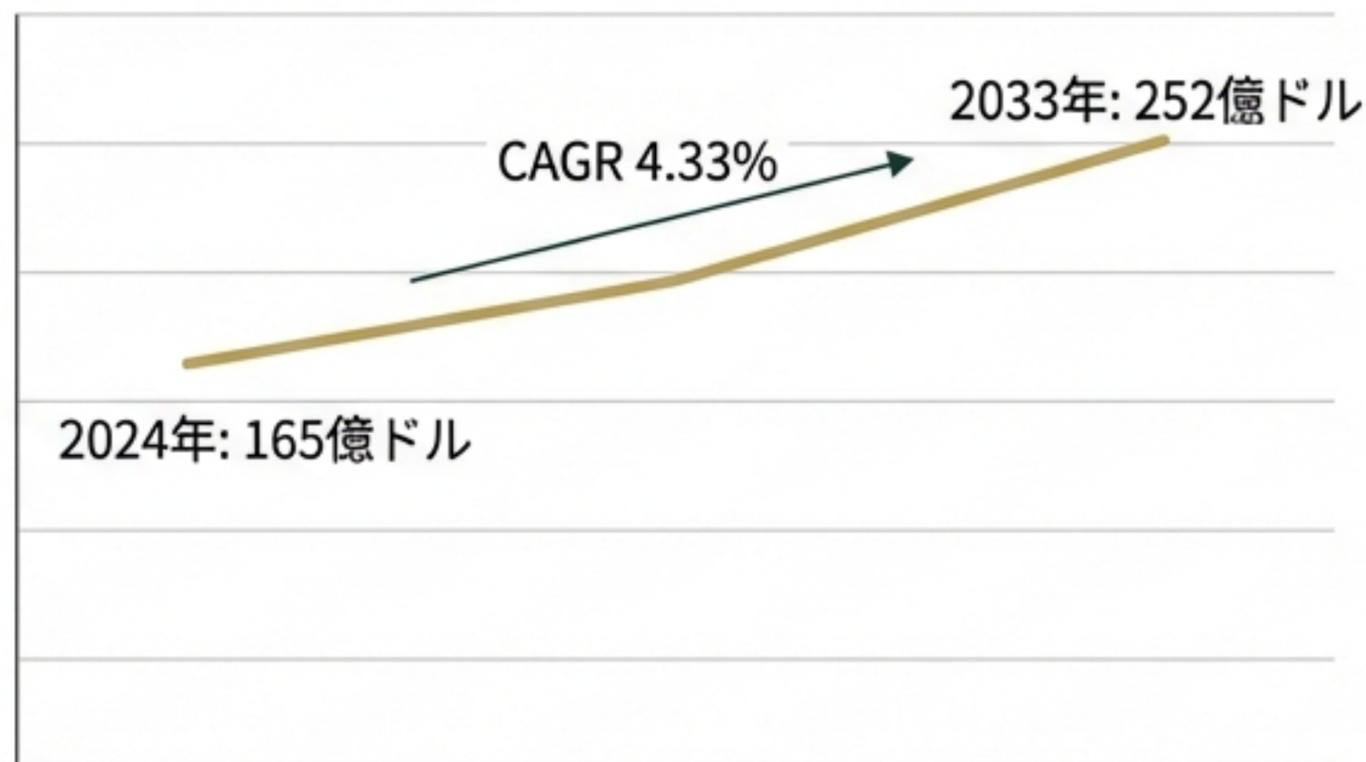
市場概観：世界は「量」の拡大、日本は「質」の深化へ

世界市場：人口増と所得向上が牽引
(CAGR 6.79%)



アジア・太平洋地域がシェア57%を占める

日本市場：健康志向による単価上昇
(CAGR 4.33%)



消費量は横ばいだが、プレミアム化が進む

Key Insight: グローバル戦略には「規模」が、国内戦略には「単価（付加価値）」が求められる二極化構造。

構造的課題：巨大な力に挟撃される製油業界（5 Forces Analysis）

供給者（Suppliers） - 交渉力：極大

穀物メジャー「ABCD」（ADM, Bunge, Cargill, LDC）
による原料支配。価格決定権は供給側。



製油業界（Rivalry） - 競争：激化

日清オイリオ、J-オイルミルズ等のシェア争い。
営業利益率 1-4% の低収益構造。

← 構造的な板挟み状態



買い手（Buyers） - 交渉力：強

小売・食品大手による価格圧力。
要求水準の高度化（低価格＋サステナビリティ）。

新規参入の脅威：低
(ただしバイオテックが胎動)

外部環境分析：常態化する「不確実性」と「コスト圧力」



結論：「安定」はもはや存在しない。テックによる「強靭性」の構築が急務。

パラダイムシフト：機能とソリューションへの価値転換

旧モデル (Old Model)

- 価値: カロリー、調理媒体
- 競争軸: 価格、規模 (Scale)
- 役割: 原料サプライヤー

新モデル (New Model)

- 価値: 健康機能 (Health)、食感制御
- 競争軸: 技術、信頼 (Trust & Tech)
- 役割: 共創パートナー



成長エンジン①：BtoC - 「健康」を食べる時代へ

治療から予防へ。パーソナライズド・ニュートリションの到来。



MCTオイル

エネルギー代謝、認知機能サポート



オメガ3 (アマニ・エゴマ)

心血管疾患リスク低減



パーソナライズ

睡眠・ストレス・免疫への個別提案

- **市場トレンド:** 特定保健用食品（トクホ）・機能性表示食品市場の拡大。
- **戦略:** 単なる油ではなく、サプリメントとしての高付加価値化。

成長エンジン②：BtoB – PBF市場における「食感」のイノベーション

- **市場機会:** 日本の植物性プロテイン市場 CAGR 7.2% (2033年に13.4億ドル予測)
- **顧客の課題:** 「パサつき」と「風味不足」。動物性脂肪の模倣が最大のハードル。
- **ソリューション:** 原料納入から、最終製品の完成度を高める「技術パートナー」への脱皮。



成長エンジン③：サステナビリティ - 「信頼」を競争力に変える



認証
(RSPO/ISCC)



トレーサビリティ
(Farm to Fork)



ブランド価値
(Trust)

- **核心:** 環境・人権への配慮はコストではなく「参加資格 (Ticket to Play)」。
- **ビジネスインパクト:** 欧州市場やグローバル企業との取引維持に必須。
- **課題:** 認証プレミアム (トン当たり6,000-10,000円) を吸収するブランド構築。

テクノロジー：AIによるバリューチェーンの最適化



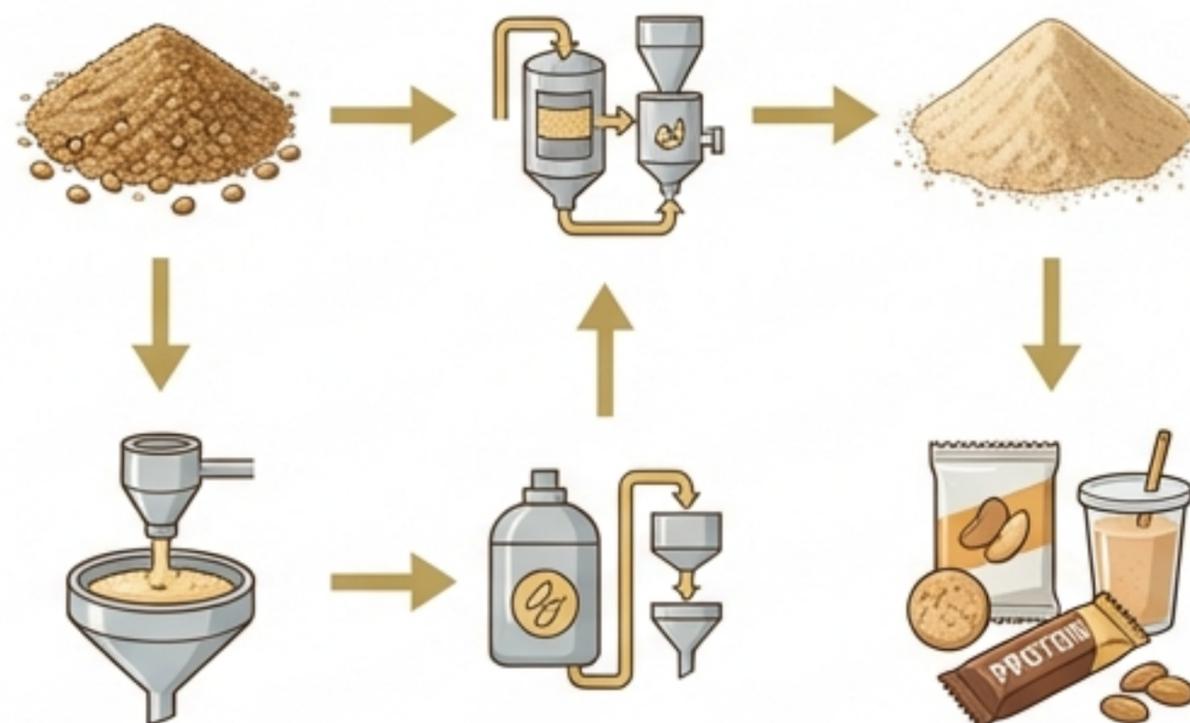
未来への布石：代替脂質と「バイオマス・リファイナー」

精密発酵 (Precision Fermentation)



- 👤 微生物が油を作る。パーム油の環境問題を解決。
- 💰 Startups: C16 Biosciences, Melt&Marble.

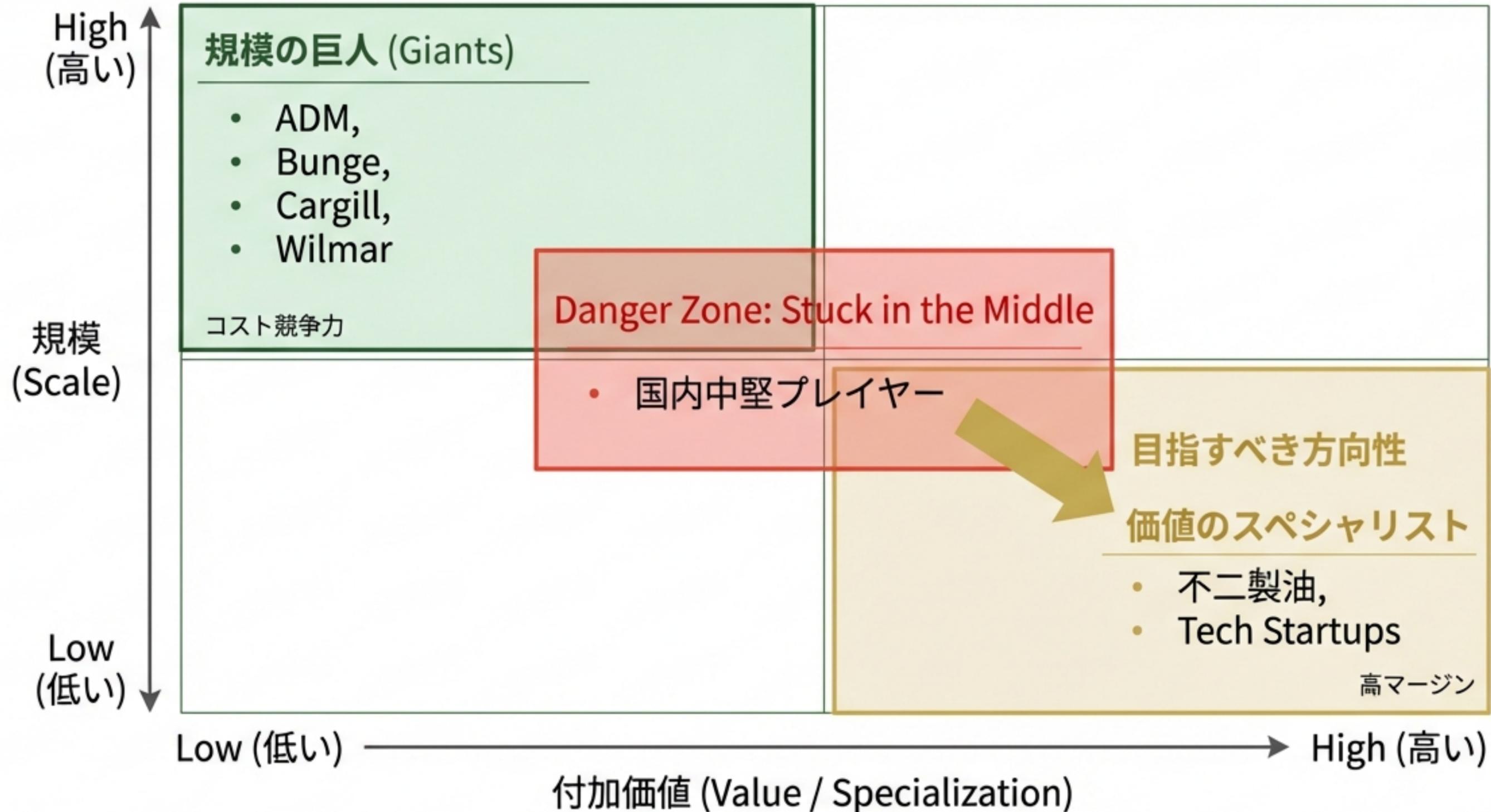
アップサイクル (Upcycling)



- 👤 搾油粕（ミール）の高付加価値化。
- 💰 飼料から食品（プロテイン）へ。

戦略: 自前主義を捨て、CVC投資やオープンイノベーションで技術を取り込む。

競争環境：二極化するプレイヤーと立ち位置の選択



推奨戦略：「BtoBソリューション・プラットフォーマー」への進化



- 👉 • Input: 顧客の課題 (例: 代替肉を美味しくしたい)
- 🤝 • Output: 最適な配合・加工技術の提供
- 🎯 • Goal: サプライヤーから不可欠なパートナーへ。

戦略ロードマップ：実行への道筋

Phase 1: 基盤構築 (1-2 Years)

- AI導入: 調達・SCMのデータ駆動化
- 組織: ソリューション事業本部設立
- 提携: PBF大手とのアライアンス

Phase 2: 事業拡大と変革 (3-5 Years)

- バイオマス・リファイナリー化: 搾油粕の食品原料化
- ニューフロンティア: 代替脂質の商業化
- グローバル展開: ソリューションモデルの輸出

結論：「製油会社」から「食と健康のサイエンスカンパニー」へ



コモディティの海から脱出し、機能性と技術の山を登れ。
有形資産（工場・サイロ）だけでなく、無形資産（データ・ブランド・IP）に投資せよ。

今こそ、自己定義（Identity）を再定義する時である。食卓の未来は、技術と信頼によって描かれる。
