



## 新春トップインタビュー

日清オイリオグループ  
久野貴久社長

中期経営計画「Value UPX」2年目の年を迎える日清オイリオグループ。製油業界を取り巻くコスト環境が厳しさを増すなか、お客さまのニーズを的確にとらえ、「生きるエネルギー」をすべての人に届ける「グローバルトップレベルの油脂ソリューション企業へ」飛躍を遂げることを目指すと語る久野貴久社長に日清オイリオグループのこれまでとこれからを聞いた。

（聞き手 川田岳郎）

## ——2025 年を振り返って

2025 年は長期ビジョン「日清オイリオグループビジョン 2030」の戦略に沿った2期目の中期経営計画「Value UPX」の初年度としてスタートした。CSV経営をさらに深化させて事業戦略と一体化させること

によって、多様な価値創造ストーリーを構築し、最終年度である28年度に営業利益280億円（営業利益率5%以上）、ROE8%以上、ROIC6%以上となることを目指している。製油業界を取り巻くコスト環境は、主要原料の大豆、菜種の原料相場が総じて堅調である一方、25

年6月に米国

## 「生きるエネルギー」をすべての人に届ける

構造となっている。

## ——事業環境は

大豆、菜種を原料とした食用油について、ユーティリティコストや物流費の上昇、人手不足の影響などがコスト上昇の要因となり、24年10月、そして、25年4月からの価格改定のお問い合わせが多かった。さらに、オイルバリュー高騰の影響が強まり、事業運営におけるコスト圧迫は一層深刻化し、25年9月からの価格改定を表明した。価格改定のスピードは思い描いた通りとはなっていないが、実勢

環境保護庁（EPA）が発表したバイオ燃料混合比率の義務量増加を発端に、大豆相場が上昇し、オイルバリューは一時50%超まで高騰した。今後も堅調なオイル需要によりオイルバリューは高止まりしやすい

## ——油脂事業の状況は

ホームユースでは、価格改定への注力に加え、「日清こめ油」や「日清ヘルシークリア」の販売強化を通じて「クッキングオイルの構

回復に向けた当社の取り組みとして、BOSCOをトップブランドとしつつ、風味や価格、調理方法など異なる特徴を生かした提案を強化し、幅広いニーズに応えていく。

業務用では、適正価格の販売に注力している。汎用油の缶詰製品では計画通りの物量確保が叶わなかったが、機能による差別化を訴求したフライ油は順調に伸びた。業務用・加工用でも引き続き厳しいコスト環境が想定されるなか、適正

価格での販売の実現が最優先課題。今後、さらにニーズが高高度化、専門化するこ

アでのプレゼンスの拡大に向けて、タイで現地合弁会社を設立した。

## ——2026 年の抱負を

2026 年は「Value UPX」2年目の年として、2025 年で新たに

た、事業戦略に整合した生産・出荷体制の再構築と生産の瞬発力アップによる在庫の縮減・欠品率の低減、ホワイト物流を前提とした物流ネットワークにおけるコスト構造の明確化など、営業・生産・物流で連携して資本収益性を高めていく。グローバル油脂・加工油脂事業については、チョコレート用油脂の拡販による利益成長に向けて、「Value UPX」期間中における成長ドライバーとしての事業成長を加速させていく。