

Prinovaグループについて ～事業概要と成長戦略～

長瀬産業株式会社

2022年11月25日

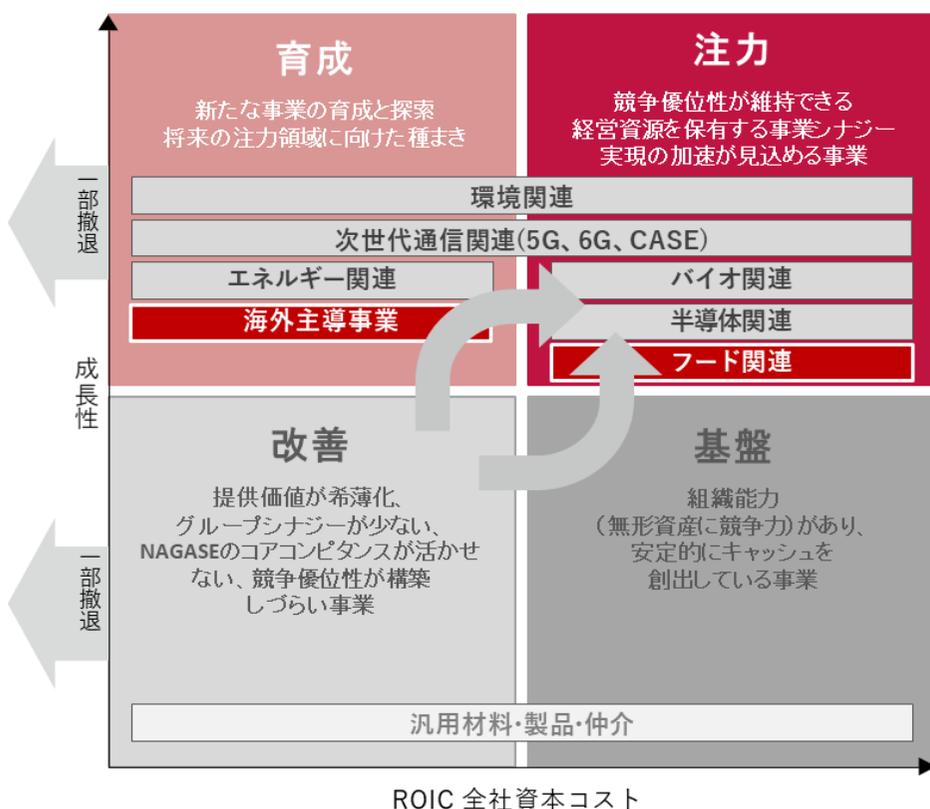
中期経営計画 ACE 2.0 Prinovaグループの位置付け	P3
フード関連ビジネスの意義	P4
Prinovaグループの会社概要	P5
Prinovaグループの強み	P6
Prinovaグループのビジネスモデル	P7
Prinovaグループの事業概要	P8
スポーツニュートリション市場とは	P9
スポーツニュートリションの市場規模	P10
製造加工 Armada事業	P11
成長戦略 製造加工事業の拡大 Armada事業	P12
製造加工 Solutions事業	P13
成長戦略 製造加工事業の拡大 Solutions事業	P14
成長戦略 グループシナジーの創出①	P15
成長戦略 グループシナジーの創出②	P16
ACE 2.0 Prinovaグループ実績及び計数計画	P17

- ・ フード関連ビジネスは **ACE 2.0** における注力領域の一つである。
- ・ 海外主導事業への取り組みも将来の成長に向けた重要な施策である。

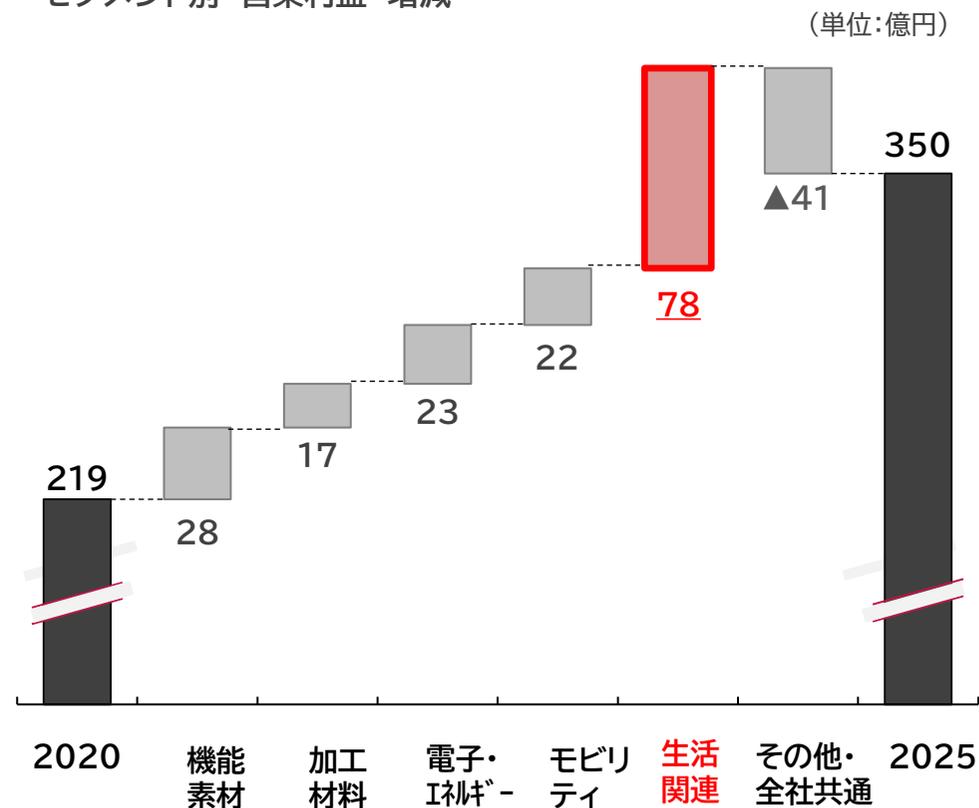
- ・ フード関連ビジネスが含まれる生活関連セグメントの成長においてその中核となる会社が

Prinovaグループ

事業ポートフォリオの考え方



セグメント別 営業利益 増減



フード関連ビジネスの意義

フード関連ビジネスは社会課題の解決に寄与

ナガセグループマテリアリティ | 社会・環境課題の解決とグローバル化

- ・気候変動、**食料**・水不足等、安心・安全を脅かす課題の解決
- ・**食の安全の確保**・向上に**バイオ**やAI等の先端技術を活用して貢献
- ・先進国を中心とした高齢化進行による**健康維持**に対する需要の充足
- ・**グローバル化**の加速、地域毎の社会課題解決への寄与



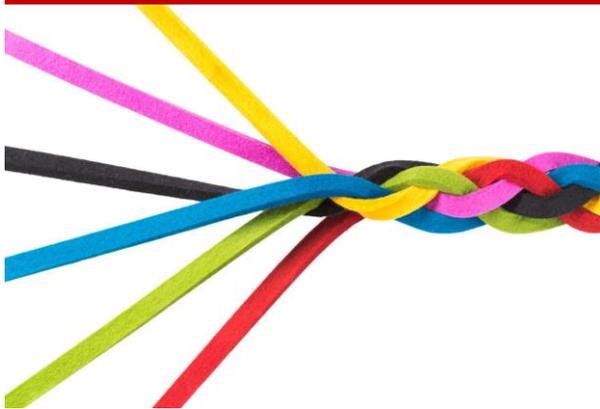
会社名	Prinova Group LLC
本社	米国イリノイ州(シカゴ近郊)
創業	1978年
事業規模	売上高：1,209億円 営業利益：69億円 2021年12月期 為替レート 1US\$=109.9
従業員	1,032名(2021年12月時点)
製造拠点	米国(6)、英国(1)、中国(1)
販売拠点	米国、英国等 11カ国
取扱品目	食品成分(ビタミン、アミノ酸等) フレーバー素材、プレミックス及び 受託製造(スポーツニュートリション)
事業内容	食品素材・フレーバーの販売、 プレミックス品の製造・加工、 受託製造



グローバルで素材調達から製造加工を手掛けることで顧客の信頼を獲得

ビジネスモデル

商社・製造加工を垂直統合



素材調達から加工、最終製品の
企画・製造まで幅広い機能を保持
一気通貫での顧客課題解決が可能

グローバルネットワーク

欧米・アジアでの拠点



米国・英国・中国で製造・加工拠点を有しグローバルで調達から製造まで一貫してサポート可能な体制

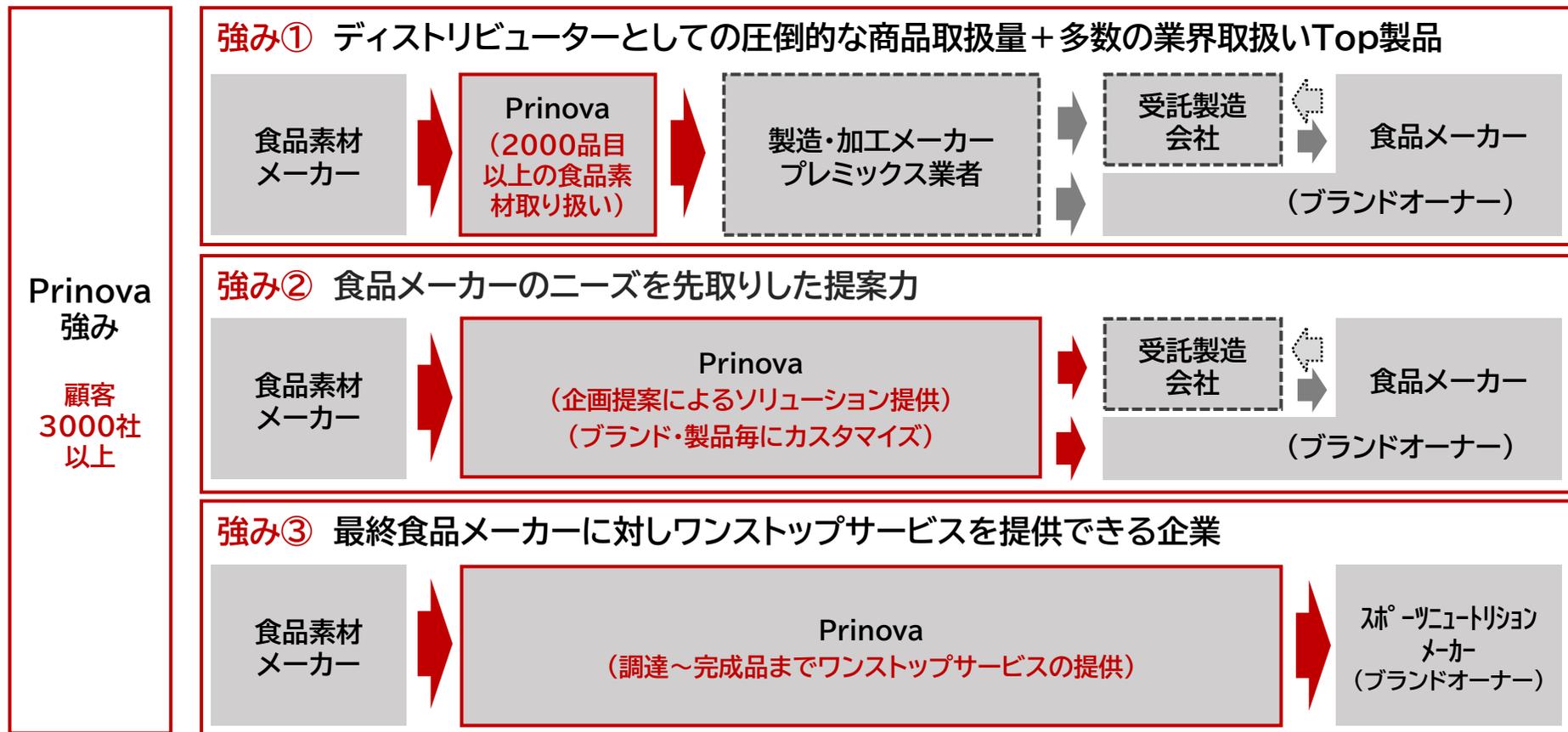
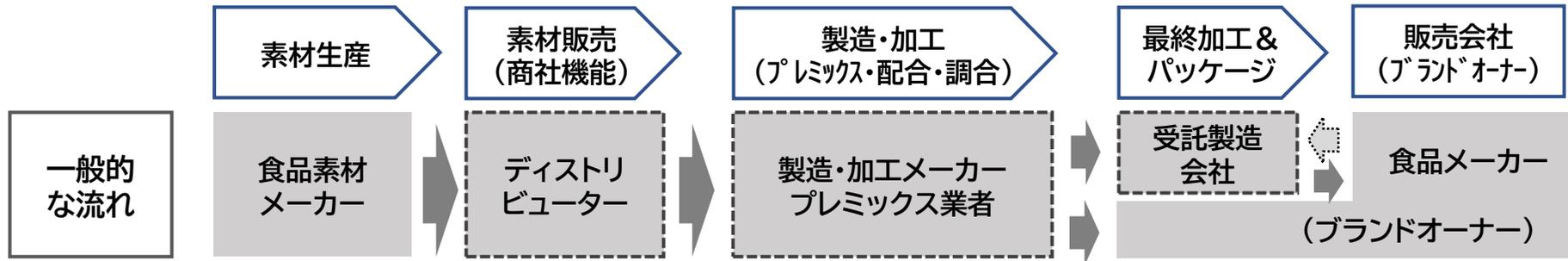
顧客基盤

優良顧客との信頼関係



幅広い分野でトップクラスの
シェアを持つ顧客と取引

調達から企画・提案・製造までの機能を垂直統合し競争力を発揮



Prinovaグループの事業概要

商社業

Aromas



価値

香料などを食品・ニュートリション市場へ安定供給

アプリケーション・主な事業・主要取扱品

【主要取扱品】
香料、エッセンシャルオイル、アロマ素材

Ingredients



2000品目以上の食品素材を食品・ニュートリション市場へ安心の品質・価格にて安定供給

【主要取扱品】
ビタミン類、アミノ酸、有機酸、食物抽出物、甘味料、うま味調味料、増粘多糖類、栄養強化剤、リン酸塩類

Solutions



プレミックスや微細加工を担い、豊富な素材を組み合わせ、顧客ニーズに合わせたソリューションを提供

【主な事業】
液状のカスタマイズプレミックス、アミノ酸プレミックス、ビタミン・ミネラルプレミックス

Armada



企画提案から完成品製造までワンストップでソリューションを提供

【主な事業】
スポーツニュートリションの企画・処方/フレーバー設計・品質保証・レギュレーション対応から最終製品製造まで担う

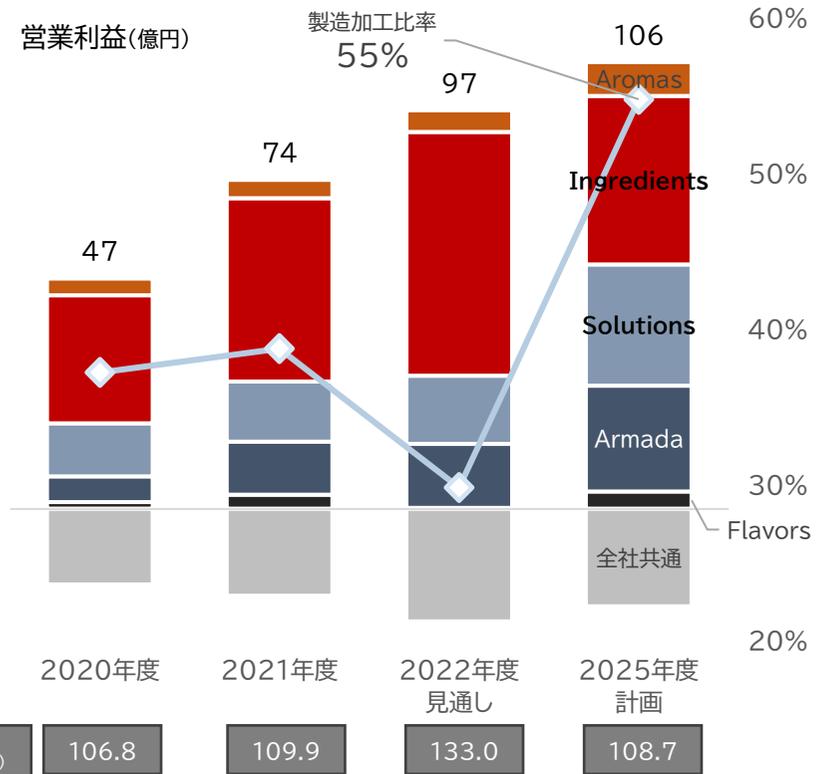
Flavors



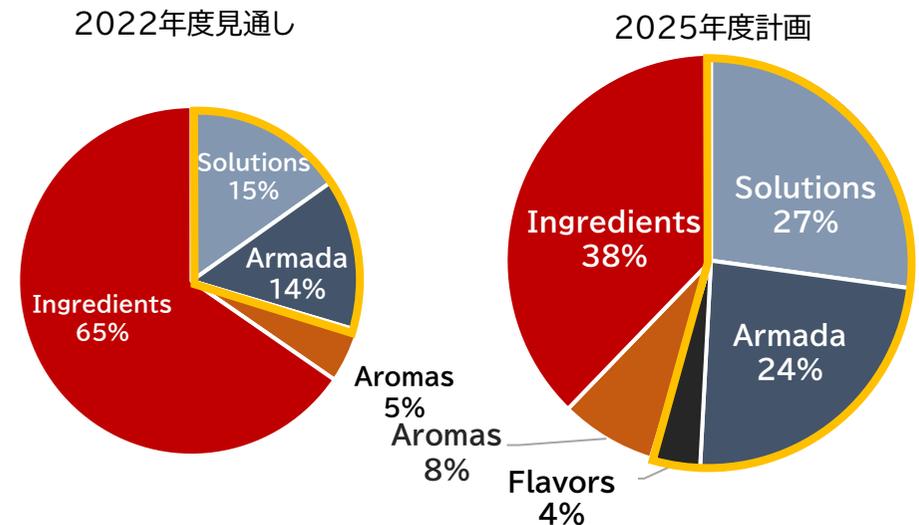
専門の調香師が開発する確かなフレーバーを提供（グループ内製造の付加価値）

【アプリケーション例】
製菓（グミ、チョコ、キャンディ等）、飲料（清涼飲料等）、乳製品（アイスクリーム、ヨーグルト）、製パン（ミックス粉）

製造・加工業



※上記数値はPrinovaグループの業績となり、連結時に発生するのれん等の償却費は含みません。



スポーツニュートリション市場とは

米国ではマーケットが細分化され、利用ユーザー層も幅広い

製品イメージ



商品形態による分類

- ・パウダー
- ・カプセル、タブレット
- ・ドリンク

含有成分による分類

- ・タンパク質
- ・Non-タンパク質 等

使用シーン

プレ・ワークアウト

・トレーニング前に身体を運動に適した状態にするために摂取
(一般的な成分: アミノ酸等)

イントラ・ワークアウト

・トレーニング中にエネルギー不足にならないように摂取
(一般的な成分: 糖質、水分等)

ポスト・ワークアウト

・トレーニング後にトレーニング効果、回復効果を高めるために摂取
(一般的な成分: タンパク質、アミノ酸、糖質等)

ユーザー層



一般生活者/スポーツ愛好家・ウィークエンドアスリート
(競技人口: 中~大 × 摂取頻度・量: 中~大)

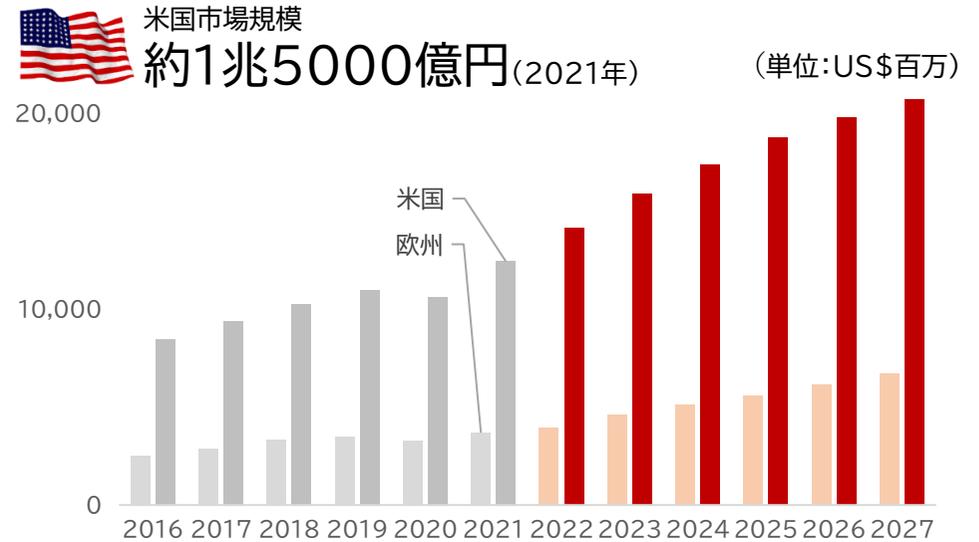
プロフェッショナル/ボディビルダー・スポーツ選手等
(競技人口: 少 × 摂取頻度・量: 大)

スポーツニュートリション市場はグローバルで伸長していく見通し

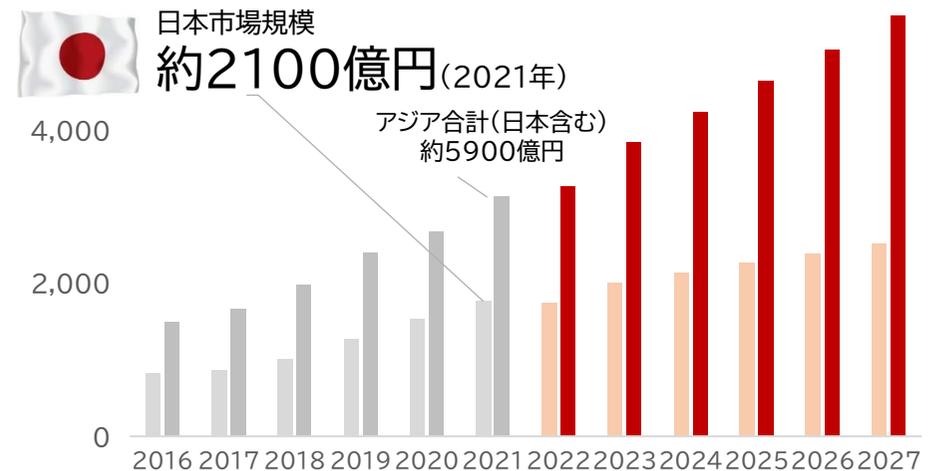
グローバル 市場規模



米国・欧州 市場規模



アジア・日本 市場規模 (単位:US\$百万)



※出展:Euromonitor
 ※グローバル、欧州およびアジア市場規模については、一部地域を除く
 ※1US\$=120円で換算

スポーツニュートリション製品の製造受託事業

スポーツニュートリション製品の受託ビジネス市場の特徴

米国: ブランドオーナーは製造機能を持たずOEMに委託するケースが大半
日本・欧州: ブランドオーナーで自社完結するケースが多い

提供機能

商品企画

配合作成

素材調達

製造

生産管理

品質保証

(受託製品例)



拠点



(ユタ州)



(テネシー州)

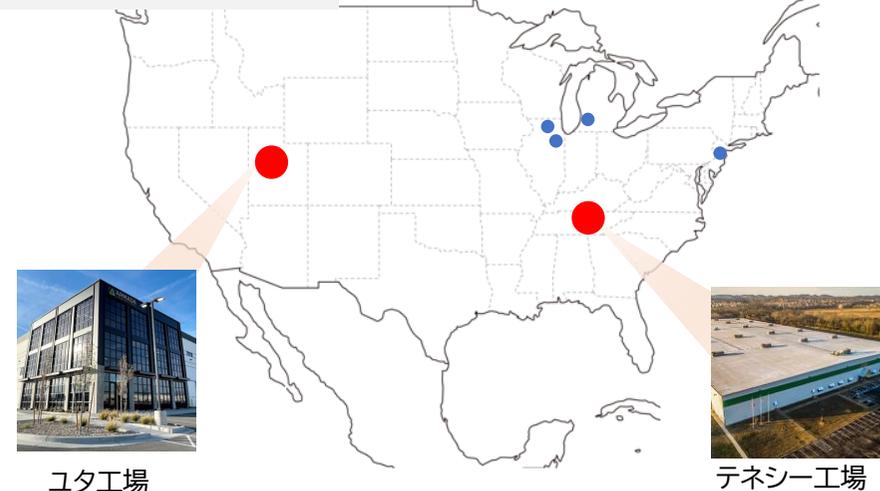
製造だけでなく、製品企画、原材料の調達含めてスピーディにワンストップソリューションを提供

ユタ州の工場稼働により北米においては**最大規模のキャパシティ**

1 米国ユタ州の工場稼働開始 | 受託製造ビジネスの体制強化

- ・スポーツニュートリション分野のOEM需要は高く、引合いを多数受けていたがテネシー工場のキャパシティが不足
- ・ユタ工場を稼働させ、キャパシティの倍増完了(フェーズ1)
- ・顧客のBCP要請も満たす2拠点体制の確立完了
- ・将来の拡張余地を残したレイアウト設計

米国における製造加工拠点



ユタ工場

テネシー工場

2 工場の生産性向上

- ・テネシー、ユタの両工場においてDXを活用したファクトリーマネジメントの高度化を推進
- ・稼働、品質状況に関するKPIのタイムリーな確認を通じた安全の確保、教育の推進が為される工場へと進化
- ・既存のテネシー工場の機械の設置状況、動線の見直しや生産プロセスの改良を通じたキャパシティ増強を推進

現状のキャパシティ

	ユタ(フェーズ1)	テネシー
生産規模	約8,400MT/年	約13,000MT/年
売上換算	約US\$190百万	約US\$220百万
面積	約40千㎡	約31千㎡

顧客のニーズに基づき幅広い加工ソリューションを提供する事業

多様な顧客ニーズをグローバルで解決できる機能を保持

提供機能		加工拠点		
Premix	複数原料の配合技術	米国	中国	英国
Particle Enhancement	粉体の粒径を調整 (食感改善、溶解度アップ、分散性向上等)			
Repacking	大から小(小分け) 小から大(統合)			
顧客のニーズに応じた機能を発揮		欧・米・アジアの3拠点を保持		

多様なニーズを解決する高付加価値な機能を欧州・米州・アジアの3拠点で提供
グローバル展開する顧客をワールドワイドでサポート可能

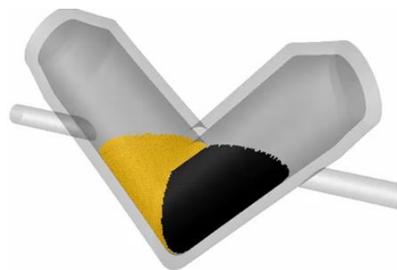
Solutions | 加工機能の拡大と収益性の向上

更なる加工機能の獲得(粒径コントロール)

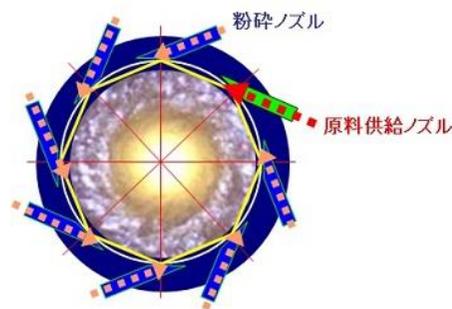
- ・Lakeshore Technologiesの買収によりキャパシティ増加、米国におけるエリア拡大を実現
- ・より幅広い顧客課題に対応するために新たな加工機能獲得に向けた追加投資を検討中
(約US\$5百万規模を想定)

Lakeshore Technologiesの技術・強みについて

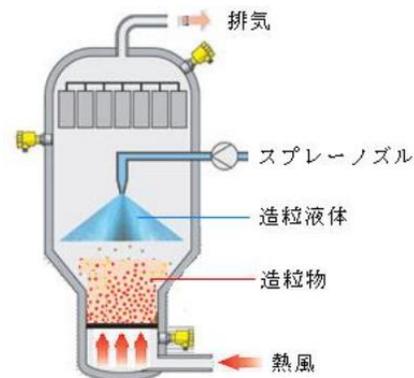
多様な粉体加工(混合・分散、微細化、造粒)を高品質かつ競争力のあるコストで実現



混合・分散
(V型ブレンダー)



微細化
(ジェットミル)



造粒
(投資予定)



Lakeshore Technologies

所在地: ミシガン州

顧客提案力を強化するためにアプリケーションラボを拡充

背景・課題

- ・Prinovaグループの販売網を活用したトレハ[®]等の拡販は買収時に期待していたシナジーの1つ
- ・機能性素材の販売には顧客課題を理解した提案を行い、実際に価値を体験してもらうプロセスが重要

中国、シンガポールに続き海外3カ所目となるラボの設立を準備中



日本



シンガポール



中国

- ・北米市場の食文化、顧客ニーズに即した提案、アプリケーション開発を促進
- ・林原が培った提案力を北米でも活用できる体制構築

スポーツニュートリションとしての林原の機能性素材

プレ・ワークアウト

林原ヘスペリジン®S

- ・みかん等の柑橘類に多く含まれるポリフェノール
- ・血流が促進されることでスポーツ前のコンディションが整えられ
トレーニング効率アップ

イントラ・ワークアウト

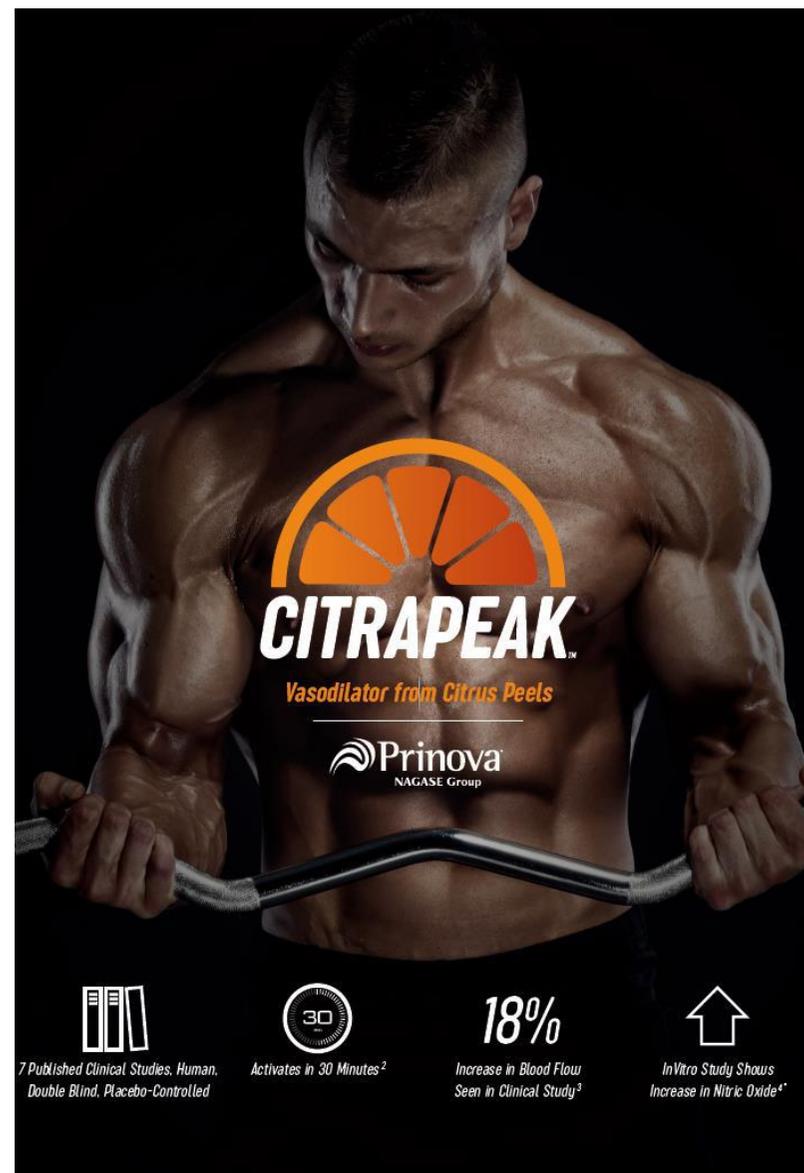
トレハ®

- ・トレハロースはキノコ類等に多く含まれる機能性糖質
- ・ラストスパートまでパフォーマンスを維持できるエネルギー源

ポスト・ワークアウト

ファイバリクサ®

- ・澱粉から酵素の力で作る水溶性食物繊維
- ・腸内環境を整えることでプロテイン等の摂取時に想定される
悪影響を緩和する



林原ヘスペリジン®Sの米国展開

成長市場であるスポーツニュートリション市場を超えるスピードで事業拡大

2022年度 第2四半期 業績概要

- ・素材販売: 販売数量及び単価上昇により収益性拡大
- ・製造加工: 原材料、労務費の高騰により収益性低下

素材販売の上期好調及び円安による影響等を踏まえ

2022年度通期業績予想を上方修正

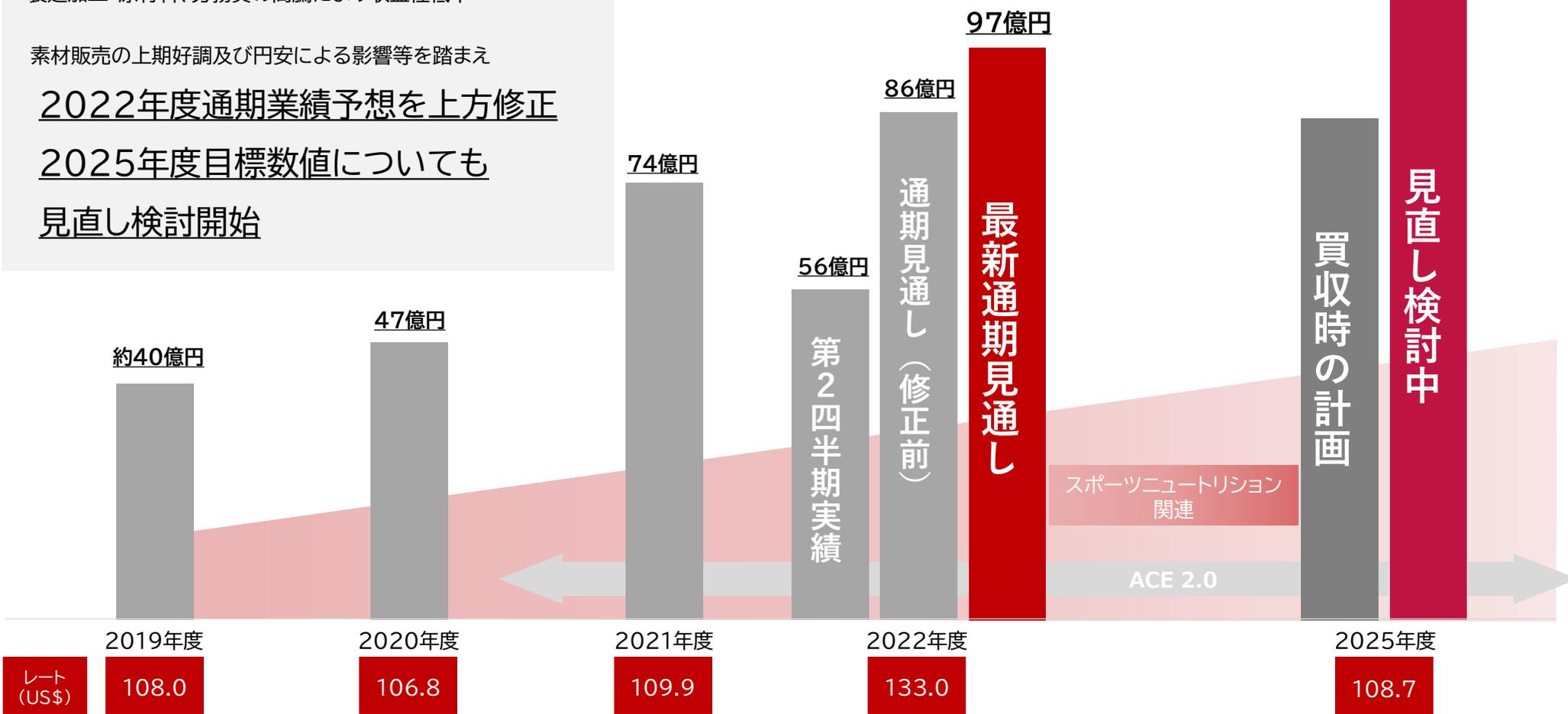
2025年度目標数値についても

見直し検討開始

CAGR18%
(2019年度～2025年度)

営業利益

106億円



※上記数値はPrinovaグループの業績となり、連結時に発生するのれん等の償却費は含みません
 ※2019年度営業利益:M&A関連の特殊経費除く



<https://www.nagase.co.jp/>

当プレゼンテーション資料には、2022年11月25日時点の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。世界経済・競合状況・為替変動等に関わるリスクや不確定要因により、実際の業績が記載の予測と異なる可能性があります。