



# 2021年3月期 第1四半期 決算概況

2020年8月6日

株式会社J-オイルミルズ

問い合わせ先：

コーポレートコミュニケーション部 Tel.03-5148-7101



## Agenda

- 1 2020年度1Q 決算概況
- 2 重点施策取り組み
- 3 2020年度通期 見通し
- 4 トピックス
- 5 参考資料

# 2020年度 1Q 連結業績概要

単位：億円

	2019年度 1Q	2020年度 1Q	対前年 増減率	2020年度 上期予想	進捗率	2020年度 通期予想	進捗率
売上高	459.0	390.1	▲15.0%	770.0	50.7%	1,600.0	24.4%
営業利益	19.0	11.0	▲42.4%	29.0	37.8%	70.0	15.7%
経常利益	20.8	12.4	▲40.3%	31.0	40.0%	74.0	16.8%
当期純利益(※)	18.1	8.1	▲55.4%	22.0	36.6%	54.0	14.9%

※親会社株主に帰属する当期純利益

## ● 決算のポイント

売上高	+	新型コロナウイルス感染症の影響により、家庭用製品の需要増加
	-	新型コロナウイルス感染症の影響により、主に外食向けを含む業務用製品の需要減退
	-	ミール価格の低下、搾油量減少によるミール販売数量減少
営業利益	+	原料相場下落を受けた原料調達コストの良化と、油脂価格是正への注力
	+	コスト改善を進めることで、収益の確保に努める
	-	新型コロナウイルスの影響による業務用製品を中心とした需要減退
当期純利益	+	特別利益:投資有価証券売却益 +0.8億円
	-	特別損失:東北物流拠点で発生した火災による災害損失計上 ▲1.3億円

# 2020年度 1Q セグメント業績概要

単位：億円

売上高	2019年度 1Q	2020年度 1Q	対前年 増減率	2020年度 通期予想	進捗率
油脂	388.3	328.2	▲15.5%	1,338.0	24.5%
油脂加工品	32.4	28.9	▲10.9%	121.0	23.9%
食品・ファイン	34.6	30.3	▲12.4%	131.0	23.1%
その他	3.7	2.7	▲28.6%	10.0	26.5%
連結	459.0	390.1	▲15.0%	1,600.0	24.4%

営業利益	2019年度 1Q	2020年度 1Q	対前年 増減率	2020年度 通期予想	進捗率
油脂	16.3	10.7	▲34.0%	60.0	17.9%
油脂加工品	▲0.4	▲1.8	-	1.0	-
食品・ファイン	2.5	1.4	▲41.3%	8.3	17.4%
その他	0.7	0.5	▲18.5%	0.7	78.2%
連結	19.0	11.0	▲42.4%	70.0	15.7%

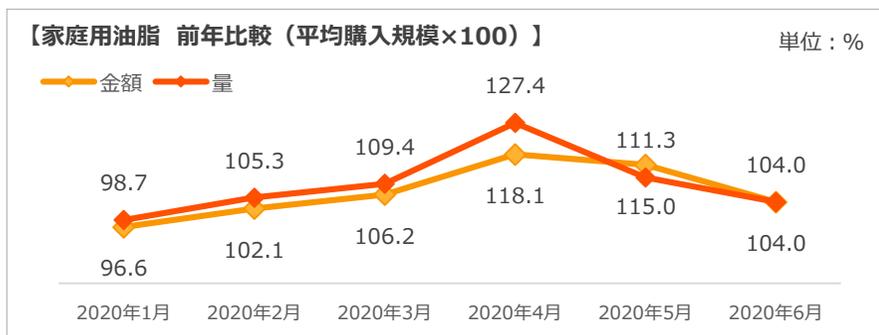
# 新型コロナウイルスの決算への影響

## <市場環境>

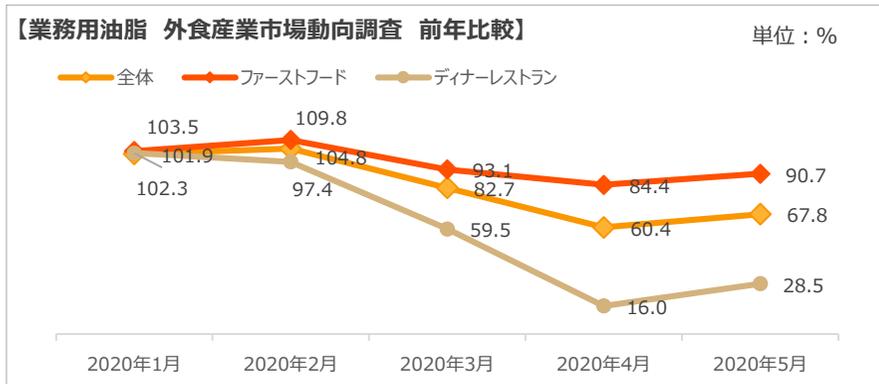
- 家庭用油脂:内食需要増加による伸長は4~5月をピークに落ち着く。
- 業務用油脂:外出自粛要請や外食店への休業要請等により  
外食市場は厳しい状況が続く。

## <当社の状況>

- 家庭用製品は油脂、油脂加工品ともに好調に推移、一部製品で供給が追い付かず休売も発生
- 業務用製品は油脂の外食向け、油脂加工品のインバウンド向けを含む土産菓子向け減少
- 食品・ファインは主な販売先が北米であるSOYシートが大幅に売上減少



※参照データ: 株式会社インテージ「SCI」



※参照データ: 一般社団法人 日本フードサービス協会

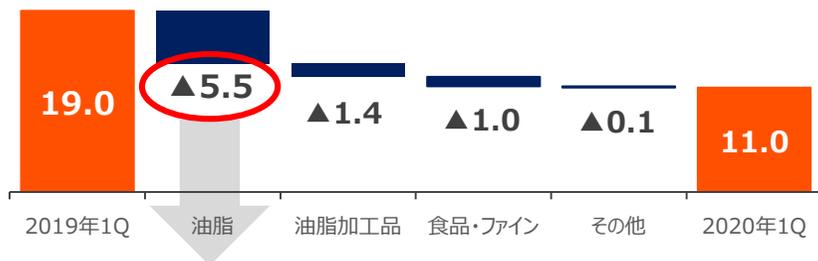
## 2020年1Q市場環境 (前年比)

油脂事業	家庭用	+10%強
	業務用	外食向け: ▲30%~40% 加工用: ▲10%前後
油脂加工品事業	家庭用	+5~10%
	業務用	▲10~20%
食品・ファイン事業	スターチ	▲2~5%
	SOYシート	米国等での外出禁止
原料為替相場	原料	菜種相場の良化
	為替	円高ドル安

# 2020年度 1 Q 営業利益増減分析

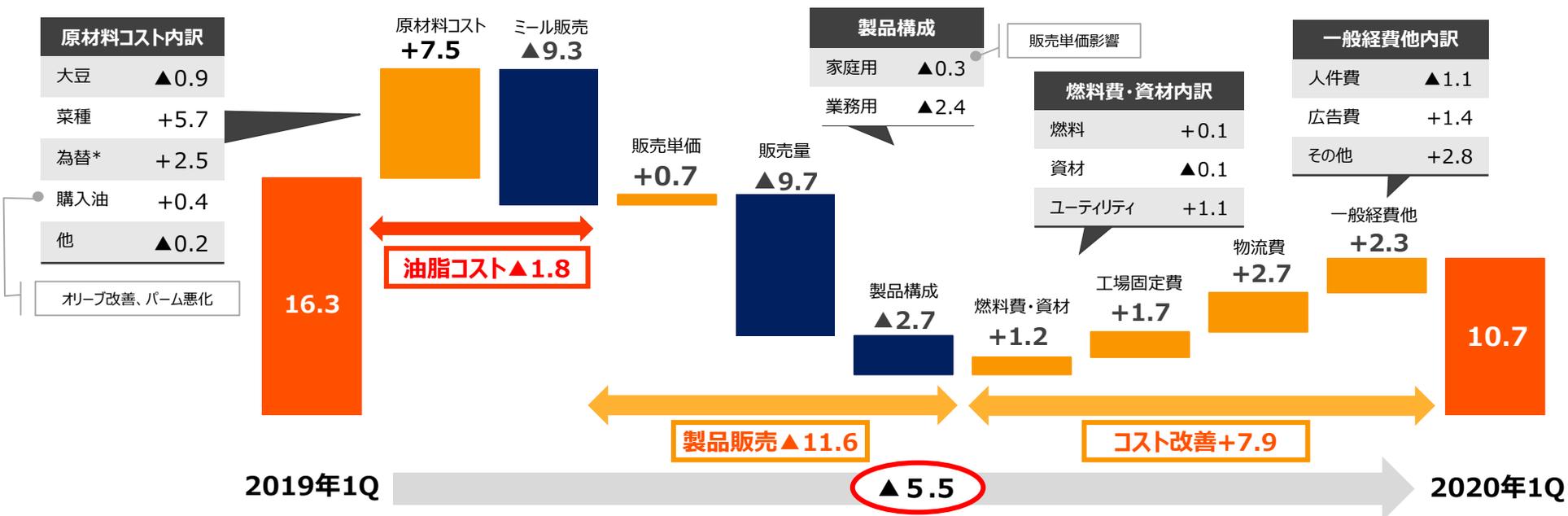
## 【セグメント別営業利益 増減】

単位：億円



## 【油脂事業 営業利益増減分析】

単位：億円



\*為替・・・19年1Q:110.1円/1ドル、20年1Q・・・108.5円/1ドル

# セグメント別業績：油脂事業



## 主要な事業内容

- 家庭用油脂・業務用油脂・ミール

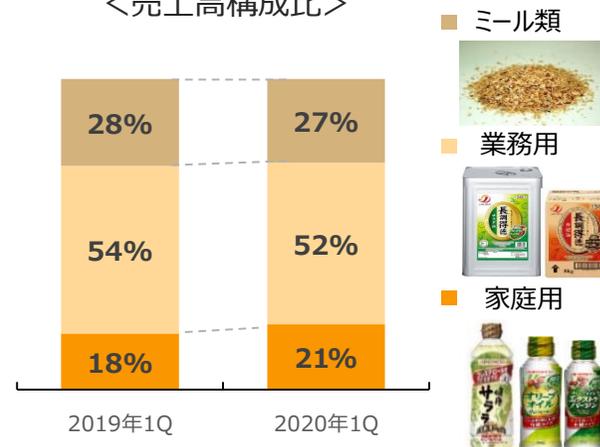
## <四半期営業利益 (億円)>



## <四半期売上高 (億円)>



## <売上高構成比>



- 新型コロナウイルス感染症の影響により、内食需要の増加で家庭用油脂の販売量増加、外食企業を中心とした油脂需要の減少により業務用油脂の販売量減少
- 原料相場の下落を受けた原料調達コストの良化と油脂価格是正への注力
- ミール価格の低下と搾油量減少による販売量減少
- 製造コストと一般管理費減少によるコスト負担減少

		営業利益	前年比		
			価格	物量	原材料他
営業利益 増減分析	家庭用油脂	▲ 5.5	▲ 0.6	+ 0.2	+ 15.4
	業務用油脂		+ 0.9	▲ 12.1	
	ミール類		▲ 6.8	▲ 2.5	
(単位:億円)	合計		▲ 6.5	▲ 14.4	

# セグメント別業績：油脂加工品事業



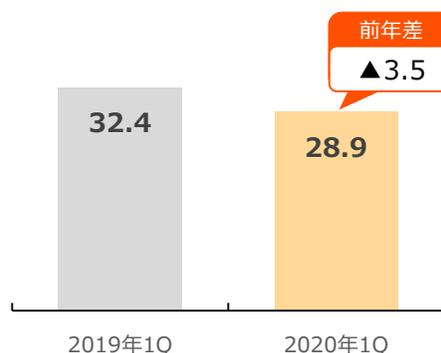
## 主要な事業内容

- マーガリン・粉末油脂

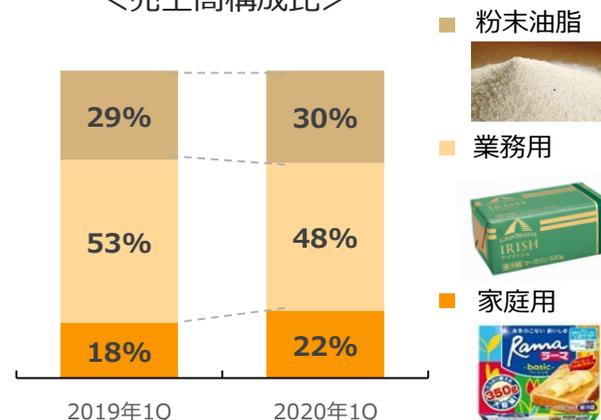
## <四半期営業利益 (億円)>



## <四半期売上高 (億円)>



## <売上高構成比>



- マーガリン:新型コロナウイルス感染症の影響により、内食需要の増加で家庭用の販売量増加、インバウンド、土産菓子向け需要減少により業務用の販売減少
- 粉末油脂:前年並みの水準を確保

	営業利益	前年比		
		価格	物量	原材料他
営業利益 増減分析	家庭用マーガリン	▲ 0.1	+ 0.3	
	業務用マーガリン	▲ 0.1	▲ 1.1	
	粉末油脂	▲ 0.1	▲ 0.1	
(単位:億円)	合計	▲ 1.4	▲ 0.9	▲ 0.1

# セグメント別業績：食品・ファイン事業



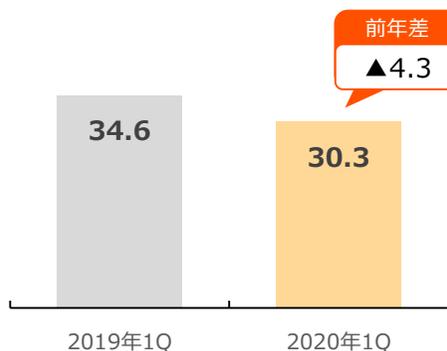
## 主要な事業内容

- スターチ・ファイン・ケミカル

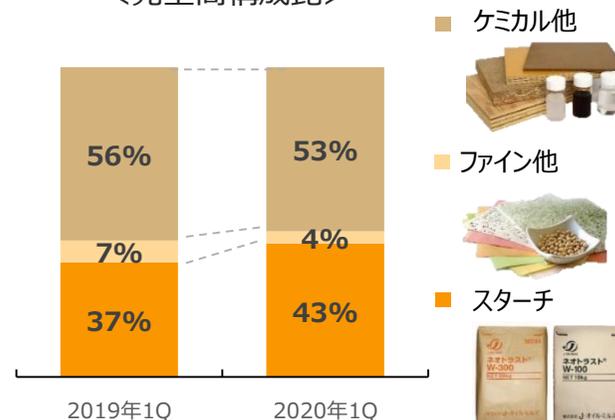
## <四半期営業利益（億円）>



## <四半期売上高（億円）>



## <売上高構成比>



- スターチ: 価格是正による販売価格の上昇、品質・食感改良材として中食・外食への採用増加
- ファイン : ビタミンK2の販売好調、過年度の評価減実施により、当期コスト負担減少  
新型コロナウイルス感染症の影響により、主要販売先が北米であるSOYシートの売上高減少
- ケミカル: 一部コストが良化したが、消費税増税駆け込み需要反動と、  
コロナ禍の影響による住宅需要急減、需要家の値下げ圧力の増加による数量及び売上の減少

営業利益 増減分析	営業利益	前年比		
		価格	物量	原材料他
スターチ	▲1.0	+ 0.0	+ 0.2	+ 1.1
ファイン		▲ 0.3	▲ 0.7	
ケミカル他		▲ 1.0	▲ 0.3	
合計	▲ 1.0	▲ 1.3	▲ 0.8	+ 1.1

(単位: 億円)



## Agenda

- 1 2020年度1Q 決算概況
- 2 2020年度 重点施策
- 3 2020年度通期 見通し
- 4 トピックス
- 5 参考資料

# 2020年度重点施策

- 家庭用商品の収益力拡大
- コスト競争力の強化と筋肉質化
  - ・S K Uの削減・・・油脂20%、油脂加工30%、スターチ40%
  - ・物流コスト改善、一般経費の圧縮
- アフター・コロナ&ウィズ・コロナを見据えた働き方改革と意識改革

成長戦略	油脂・育成領域での高付加価値品拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 「家庭用オーリーブオイル」・「から揚げの日の油」</li> <li>「長調得徳」・「J-OILPRO」・粉末油脂のさらなる拡販に努める</li> </ul>
	B to B市場でのソリューション事業強化～強みの掛け算～	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 重点製品「スターチ(ネオトラスト等)」に注力し、ソリューションテーマ拡大にて成長を実現する</li> <li>➢ 中食・テイクアウト・デリバリー市場の拡大に伴い、経時劣化を抑制するソリューション提案の強化</li> </ul>
	アジアでの海外展開加速～国内で磨いた価値を基に～	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ PF社・PVO社との連携強化により、油脂加工品事業のシナジー効果の創出</li> </ul>
	汎用油脂製品の収益力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 価格重視の販売戦略</li> </ul>
構造改革	バリューチェーンの効率化・高度化	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ バリューチェーンにおける川上（生産・物流）～川下（製品在庫削減・SKU削減）において効率化を実現</li> </ul>
	中長期視点での生産拠点最適化	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 生産拠点について、中長期視点での最適化の検討</li> <li>➢ 日清オイリオグループ社との提携</li> </ul>
	選択と集中、および効率化	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 政策保有株式および資産売却等による選択と集中</li> </ul>

2030年に向けて、国内外で安定的に成長するための基盤を創出

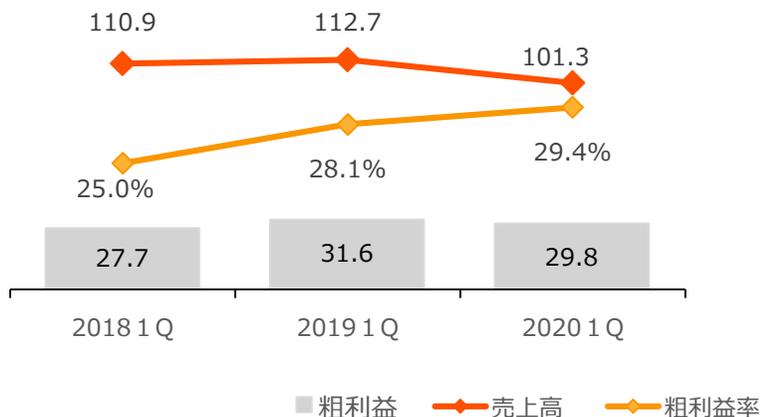
# 成長戦略①：高付加価値品拡大

- 新型コロナウイルス感染症の影響により売上高、粗利益共に前年を下回るが、粗利益率、連結構成比は増加
- オリーブオイルの売上高は3月に実施したTVCMの反響、新型コロナウイルスによる需要拡大等により、一部製品において在庫が逼迫し、5～6月に販促自粛した影響で前年比でわずかに減少した。7月から回復している。
- 業務用は、新型コロナウイルス感染症の影響により、販売数量減少

【高付加価値品推移】

単位：億円

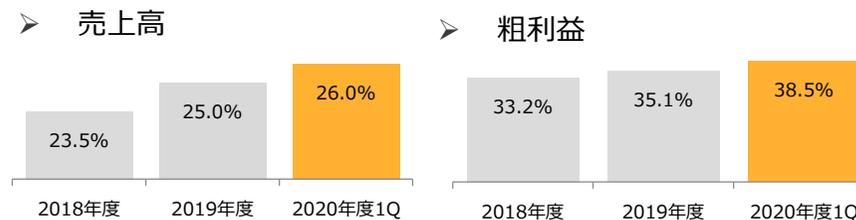
		2019年度 1Q	2020年度 1Q	対前年 増減率
高付加 価値品	売上高	112.7	101.3	▲10.1%
	粗利益	31.6	29.8	▲5.9%
	粗利益率	28.1%	29.4%	-



【売上高構成比】



【連結全体構成比】



# 成長戦略②：アジアでの海外展開加速

## 【タイ】 テクスチャーソリューション事業



- J-Oil Mills (Thailand) Co., Ltd.
- Siam Starch (1966) Co., Ltd.

形態	ソリューション	エリア	活動内容
JV	食品用加工澱粉(スターチ)	タイ	JOTによる食品加工用澱粉の販売事業

### 【成長機会】

- スターチを原料とするテクスチャーソリューション需要の増加
- 畜肉加工製品の一大供給であるタイへのスターチ系機能素材提供
- 日式パンの流行に伴う、スターチ系機能素材提供

### 【トピックス】

日系企業によるネオトラストの採用

## 【マレーシア】 製菓製パン素材事業海外展開開始



- Premium Fats Sdn Bhd社 (PF社)
- Premium Vegetable Oils Sdn Bhd (PVO社)

形態	ソリューション	エリア	活動内容
M&A	製菓・製パン素材(マーガリン・ショートニング等)	マレーシア(ASEAN)	PF社・PVO社との業務提携 ASEANの製菓・製パン素材市場へ参入

### 【成長機会】

- アジア太平洋州の製菓・製パン素材市場は食の西欧化の進展と共に2019年9,000億円から2024年まで毎年6.4%の年率成長が見込まれる。

### 【トピックス】

共同開発品 近夏発売予定

## 成長モデル



# 構造改革:SKU削減の取り組み

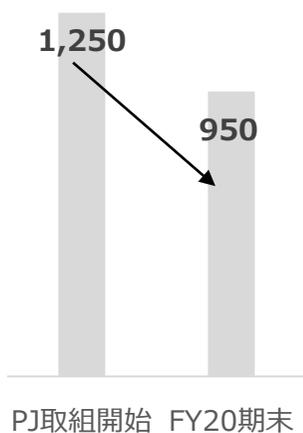
- 構造改革の基盤固めに貢献し、次期中計に向けた筋肉質化を徹底的に進める。
- アイテム統合と終売に分けてSKU数の削減に取り組む。

<削減目標>

**油脂20%、油脂加工30%、スターチ40%**

3事業合計

**300** 品目削減



<期待する効果>

定量効果

- ◆ 労務費削減
- ◆ 物流費減
- ◆ 製品・資材ロス減
- ◆ 切替油減
- ◆ エネルギー使用量減

定性効果

- ◆ 切替作業工数減
- ◆ 管理工数減
- ◆ 倉庫保管効率アップ
- ◆ 生産効率アップ

<売上高・営業利益におけるインパクト>

売上高

売上減少として

**10億円強、終売によるもの**

営業利益

NET利益

**3～5億円改善**

今期末～来期にかけて利益改善

# 財務戦略:BSの状況

連結貸借対照表

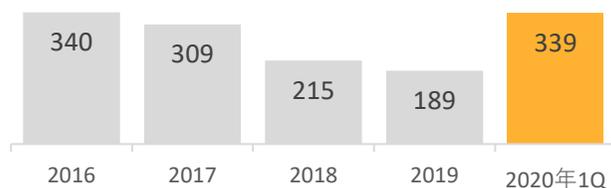
(億円)

	19年期末	20年6末	増減		19年期末	20年6末	増減
流動資産	739	843	104	負債	579	676	97
現預金	84	224	140	仕入債務	124	114	-11
売上債権	340	284	-56	有利子負債	189	339	150
棚卸資産	288	311	23	引当金	52	44	-8
その他	28	24	-3	その他	213	179	-34
固定資産/繰延資産	736	733	-4	純資産	897	900	3
有形・無形資産	582	572	-9	株主資本	859	859	-0
投資その他	155	160	5	包括利益他	35	38	3
資産計	1,475	1,576	100	非支配株主持分	3	3	0
				負債・純資産計	1,475	1,576	100

- 短期借入金150億円調達、現預金増加
- 売上高減少による売上債権の減少

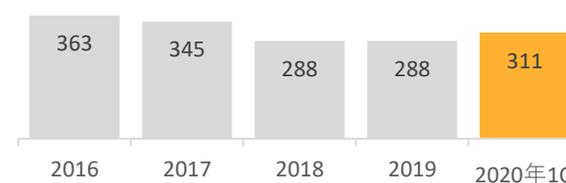
有利子負債の推移

(億円)



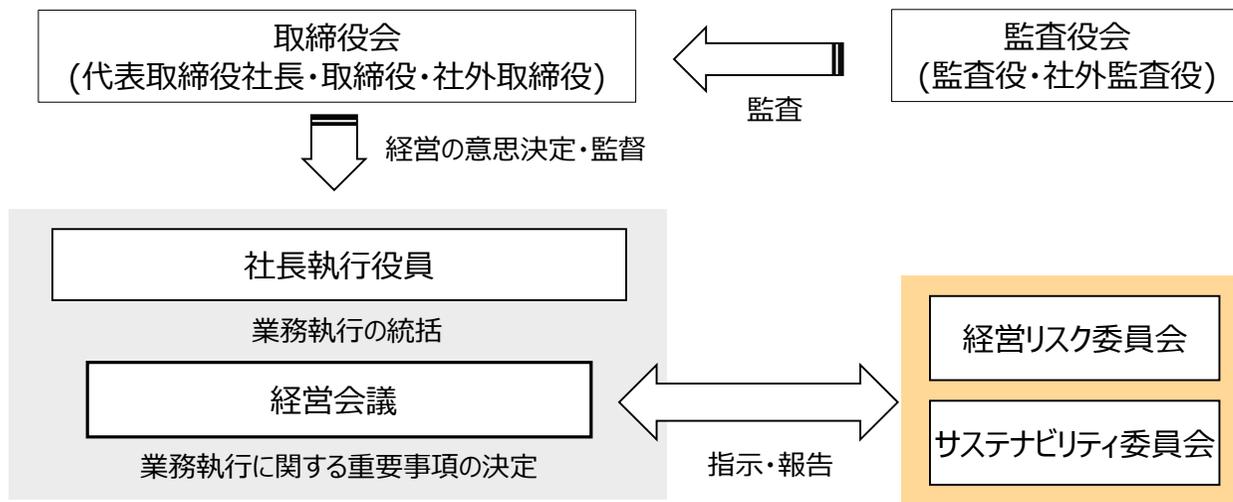
棚卸資産の推移

(億円)



# 経営基盤強化:委員会体制の見直し

- 企業行動委員会とリスクマネジメント委員会の機能を整理統合し、経営リスク委員会を設置
- 新たにサステナビリティ委員会を設置



経営リスク委員会

- 企業行動委員会とリスクマネジメント委員会の機能を整理統合するとともに、企業行動委員会の一部の機能をサステナビリティ委員会に移管し、機能性および活動を強化する
- 傘下に、「コンプライアンス部会」と「リスクマネジメント部会」を設ける

サステナビリティ委員会

- 企業行動委員会の一部機能を移管し、新たにサステナビリティ委員会を設置し、機能性および活動を強化する。
- 傘下に、「環境部会」「サステナブル調達部会」「人権部会」「サステナブル商品開発部会」を設ける

# 新型コロナウイルス感染症への対応

## ▶ お客様のフィールド

- 食を支える企業として、エッセンシャルワークの推進
- 安定供給(生産、物流、営業、顧客・消費者対応)

### ▶ リモートによる商談



### ▶ オンラインショップ開設



- バリューチェーンにおけるDXの活用

### ▶ 「おいしさデザイン工房」での取り組み ZOOMと動画配信での提案活動

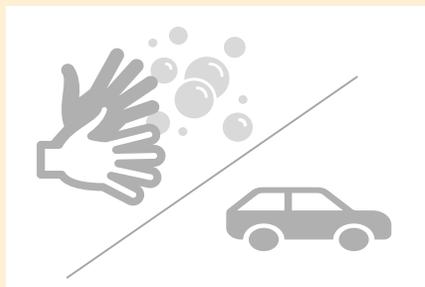


### ▶ AI-OCR活用の検討



## ▶ 従業員のフィールド

- 生産拠点における安心・安全の確保
- 通勤時の安全性の確保



- リモートワークの推進(在宅比率80%へ)
- IT環境・設備の充実、サポート環境の整備
- デスク間の仕切り設置



### ▶ 当社オフィス記事掲載



「日経アーキテクチュア」2020年7月23日号

※日経BPに許諾をいただいた上で掲載しております



## Agenda

- 1 2020年度1Q 決算概況
- 2 重点施策取り組み
- 3 2020年度通期 見通し
- 4 トピックス
- 5 参考資料

# 2020年度損益予想（期初予想を据え置き）

- 新型コロナウイルスの影響の前提を定め、2020年度は減収・増益を見込む
- 1Qは、売上・営業利益共に、計画線で推移しているが、今後の感染拡大の状況を注視していく
- 油脂事業と食品・ファイン事業は想定通り推移したが、油脂加工品事業は市場は好転するも進捗が遅れる。

	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度 通期予想	対前年 増減率
売上高	1,833.6	1,867.8	1,782.0	1,600.0	▲10.2%
営業利益	40.1	56.6	66.6	70.0	+5.1%
経常利益	51.4	63.3	73.0	74.0	+1.3%
当期純利益(※)	41.3	47.5	52.0	54.0	+3.8%

## 【業績予想前提（市場環境前年比）】

		2020年1Q 期初予想	2020年1Q 実績	2020年2Q 期首予想	2020年下期 期首予想	
油脂事業	家庭用	+10%強	+10%強	+5~10%	+0~5%	
	業務用	外食向け	▲40%~50%	▲30%~40%	▲25%~35%	▲20%~30%
		加工用	横ばい~微減	▲10%前後	横ばい~微減	横ばい~微減
油脂加工品 事業	家庭用	+5%程度	+5~10%	+0~5%	+0~5%	
	業務用	▲20%~30%	▲10~20%	▲20%	▲10%~20%	
食品・ファイン 事業	スターチ	▲0%~5%	▲2%~5%	緩やかに回復	緩やかに回復	
	ケミカル	住宅着工件数の減少	住宅着工件数の減少	住宅着工戸数の底入れ	緩やかに回復	
	SOYシート	一部地域から緩やかに回復	米国等での外出禁止	緩やかに回復	緩やかに回復	
原料 為替相場	原料	大豆・菜種相場の良化	菜種相場の良化	大豆・菜種相場の良化	大豆・菜種相場の良化	
	為替	円高ドル安	円高ドル安	通期で円高ドル安で固定	通期で円高ドル安で固定	



## Agenda

- 1 2020年度1Q 決算概況
- 2 重点施策取り組み
- 3 2020年度通期 見通し
- 4 トピックス
- 5 参考資料

# トピックス：新商品①

## ● えごま油、アマニ油の「オメガ3」シリーズをリニューアル



- シリーズ全商品に「オメガ3」マークを表示  
(見つけやすさ、分かりやすさ向上)
- シリーズ全商品に「鮮度キープボトル」を採用  
(量の調整がしやすい、油だれしにくい、開封後酸化しにくい)
- 新たにヘビーユーザー向けの容量帯をラインアップ (200g 追加)
- 新鮮なうちに使い切れる内容量に変更 (600g ⇒ 410g)



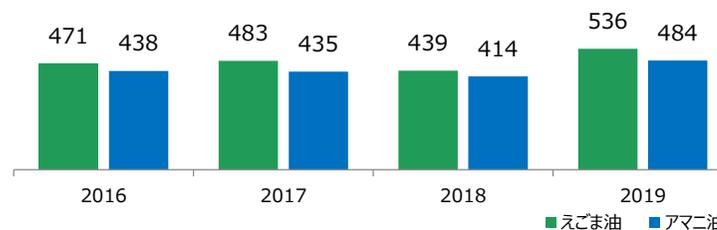
お客様の実態と嗜好性にあった新たな価値を提供する商品提案を通じて、豊かな食卓づくりと、食用油脂の市場活性化に取り組んでまいります。

## 伸長傾向が続く えごま油・アマニ油市場

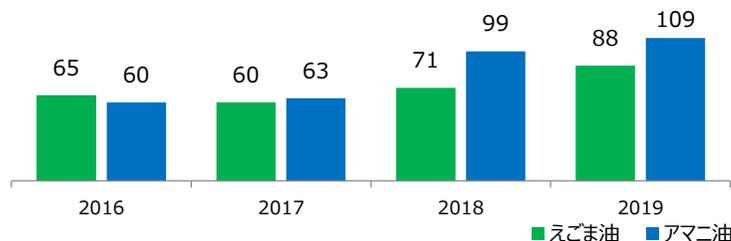
【購入率(%)】



【購入者あたり購入量(g)】



【金額市場規模推移(億円)】



※参照データ：株式会社インテージ「SCI」

## トピックス：新商品②

### ● アイルランド産発酵バターを20%配合した「グランマスター®アイリッシュ」販売開始

- 産地・原料・品質にこだわり、厳選したバターを配合したバターコンパウンド商品のブランド、グランマスター®より、生乳感のあるフレッシュな風味と芳醇なコクが特徴のアイランド産発酵バターを20%配合したバターコンパウンドマーガリン「グランマスター®アイリッシュ」を、2020年8月1日より発売開始



グランマスター®アイランドシリーズ全6種類



- アイランド産発酵バターの特徴
- ① 生乳感のあるフレッシュな風味
  - ② 芳醇なコクとうまみ
  - ③ 品質と環境への配慮

### ● 業務用PB(プライベートブランド)新商品 「晴れの国大豆白絞油」発売開始

- 株式会社アイスライン様向け業務用油脂のPB新商品「晴れの国大豆白絞油」を、2020年8月8日より、主に岡山県内の飲食店様向けに発売開始

当社倉敷工場で搾油した大豆油を使用しており、  
売上金の一部を岡山市および岡山市社会福祉協議会が推進する  
「子どもの居場所づくり」活動に寄付、  
おかやまの子どもたちの未来を支える活動に役立てられます。

当店は「子どもの居場所づくり」活動を  
支援するため、  
食用油の仕入れ金額の一部を寄付しています。  
\*岡山市社会福祉協議会「子ども食堂」活動に寄付。





## Agenda

- 1 2020年度1Q 決算概況
- 2 重点施策取り組み
- 3 2020年度通期 見通し
- 4 トピックス
- 5 参考資料

# 家庭用商品の市場動向

## 家庭用油脂

- 健康志向の高まりを受けて、オリーブオイル、えごま油、アマニ油の購入率は近年増加傾向にある中、新型コロナウイルス感染症の影響により、3月以降さらに拡大。

【平均購入量前年比(%)】



【平均購入量前年比(%)】



※ハイプレミアム…えごま油・アマニ油・ごま油等

参照データ：株式会社インテージ「SCI」

参照データ：株式会社インテージ「SCI」

- 使用用途の提案やレシピ公開を積極的に行うことで、使用頻度の上昇を目指す。
- TV-CMに加え、PR・デジタルの活用により効率的な消費者リーチを行う。

## 家庭用マーガリン

- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、内食需要が高まり、家庭用マーガリンは好調に推移

【生産量前年比(%)】



参照データ：日刊油脂特報・食用加工油脂生産量

- ラーブランド全品を対象とした消費者キャンペーンや主力商品の増量キャンペーンなどを実施。

# 大豆、菜種、為替(米ドル)の相場動向

\* 原料調達状況に近づけるため、相場データを3ヶ月ずらして表示(2015年4月を1とする)

…前年同期    …当期



# オリーブ、為替(ユーロ)の相場動向

\* 原料調達状況に近づけるため、相場データを3ヶ月ずらして表示(2015年4月を1とする)

…前年同期    …当期





本資料取扱上の注意

- 本資料の金額は、四捨五入で表示しています。
- 本資料記載の内容は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものです。実際の業績は、さまざまな要因により本資料の予想とは異なる結果となる可能性がありますことをご承知おきください。