



Joy for Life

2020年度決算概況および 第六期中期経営計画説明会

2021年5月20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年度決算概況

2

2021年度業績予想

3

第六期中期経営計画

2020年度 連結業績概要

2020年度業績

(億円)	2019年度	2020年度	前年比	修正予想比
売上高	1,782.0	1,648.2	▲7.5%	+3.0%
営業利益	66.6	66.9	+0.4%	+11.5%
経常利益	73.0	73.7	+1.0%	+15.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	52.0	52.5	+1.0%	+9.4%
営業利益率	3.7%	4.1%		
ROE	5.9%	5.7%		

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を受け、大幅減収
 - ・業務用(主に外食向け)の販売数量減少
 - ・搾油量減少によるミール販売量減少

■ 営業利益

- ▶ コスト改善や経費削減を進めることで収益確保

■ 当期純利益

- ▶ 投資有価証券売却益 +10.0億円
- ▶ 東北物流拠点で発生した火災に関する計上
 - ・特別損失:災害損失▲1.3億円
 - ・特別利益:受取賠償金+2.2億円
- ▶ ケミカル事業譲渡契約に伴う
留保利益にかかる税効果▲5.2億円

新型コロナウイルスの2020年度決算への影響

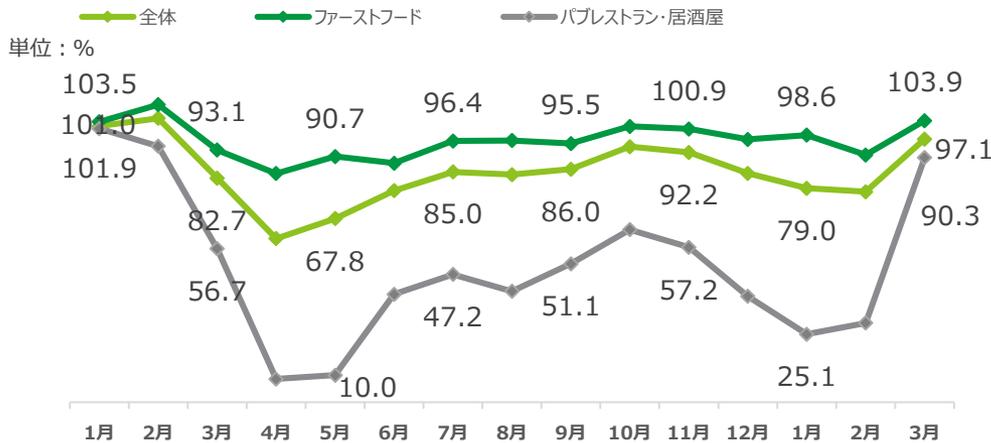
市場環境

【家庭用油脂 前年比較 金額ベース（平均購入規模×100）】



※インテージ社 SCIデータを基にした当社推定

【業務用油脂 外食産業市場動向調査 売上高 前年比較】



※出典:日本フードサービス協会 外食産業市場動向調査

当社の状況

- 家庭用油脂は内食需要の高まりにより、市場は増加したものの、微増に留まった
- 業務用油脂は外食産業の市場減退に伴い、販売数量が大幅に減少（想定線で推移）
- インバウンド需要減少、外出自粛の影響により、土産用菓子に使用される業務用マーガリンの販売数量が大幅に減少
- 中食・テイクアウト需要の高まりにより、経時劣化抑制、食感改善機能のある高付加価値スターチが伸長
- シート状大豆食品「まめのりさん[®]」は、北米の外食自粛により販売数量減少。下期はデリバリー用途などの新たな需要を創出し、回復傾向

2020年度 セグメント別業績

- 前年比では売上高は大きく減収したものの、営業利益では増益で着地
- 修正予想比では油脂の需要増加とコスト削減効果により売上、利益ともに予想を上回り着地

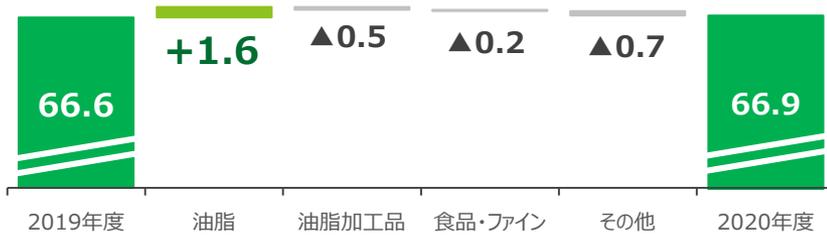
2020年度業績

(億円)	2019年度	2020年度	前年比	修正予想	修正予想比
売上高					
油脂事業	1,504.9	1,389.0	▲7.7%	1,340.0	+3.7%
油脂加工品事業	127.6	121.3	▲4.9%	120.0	+1.1%
食品・ファイン事業	136.6	127.9	▲6.4%	130.0	▲1.6%
その他事業	12.9	10.0	▲22.5%	10.0	+0.1%
連結合計	1,782.0	1,648.2	▲7.5%	1,600.0	+3.0%
営業利益					
油脂事業	60.6	62.2	+2.7%	55.0	+13.2%
油脂加工品事業	▲4.0	▲4.4	-	▲3.7	-
食品・ファイン事業	7.7	7.5	▲2.2%	7.5	+0.5%
その他事業	2.3	1.5	▲32.0%	1.2	+27.6%
連結合計	66.6	66.9	+0.4%	60.0	+11.5%

2020年度 営業利益増減分析

【セグメント別営業利益 増減】

単位：億円



一般経費他内訳	
人件費	▲4.1
広告費	+9.2
販売促進費	+5.5
その他	+11.0

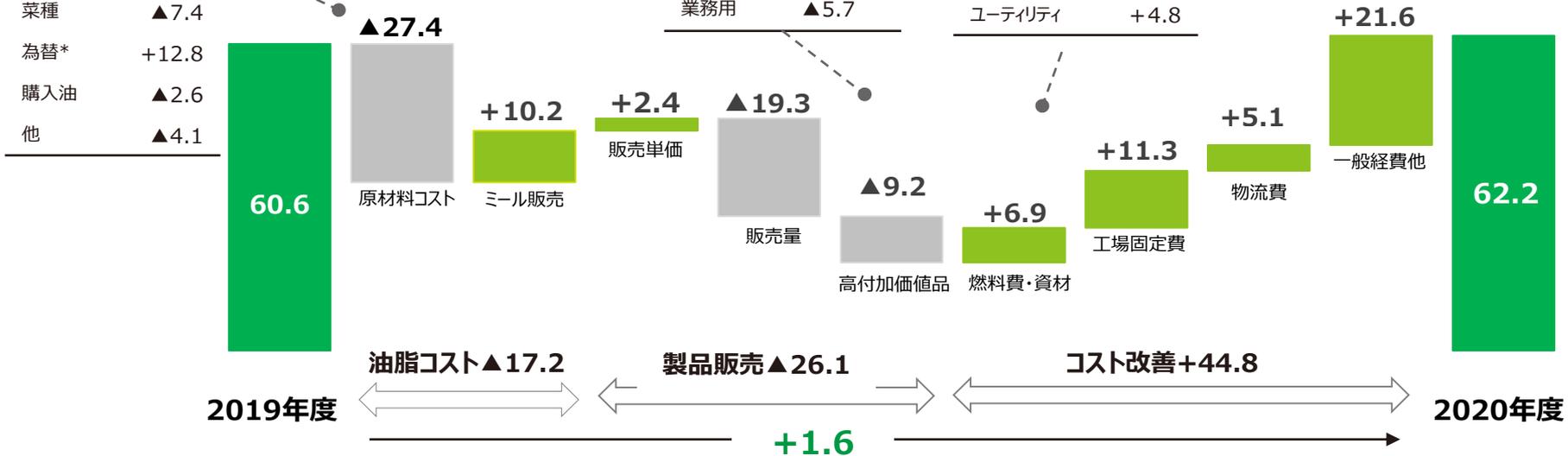
【油脂事業 営業利益増減分析】

原材料コスト内訳	
大豆	▲26.1
菜種	▲7.4
為替*	+12.8
購入油	▲2.6
他	▲4.1

高付加価値品	
家庭用	▲3.5
業務用	▲5.7

燃料費・資材内訳	
資材	▲0.3
燃料	+2.3
ユーティリティ	+4.8

単位：億円



*為替・・・19年度:109円/1ドル、20年度・・・107円/1ドル

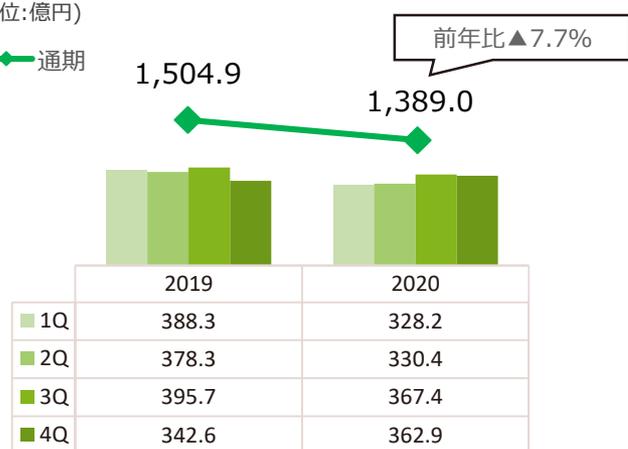
セグメント別業績：油脂事業

- 家庭用油脂の販売量は微増で推移
- 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
- 製造費用と一般管理費のコストダウン推進

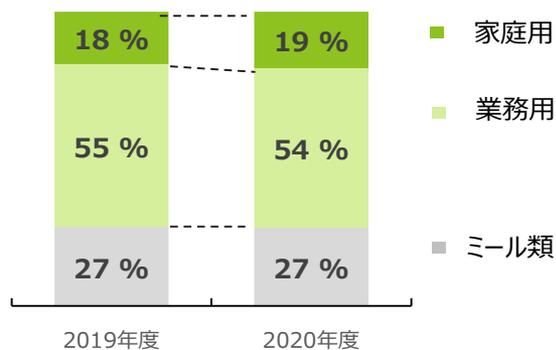
売上高

(単位:億円)

◆ 通期



【売上高構成比】



営業利益

(単位:億円)

◆ 通期



【営業利益増減分析】

(単位:億円)

	営業利益	前年差		
		価格	物量	原材料他
家庭用油脂		▲ 4.2	+ 1.3	
業務用油脂		+ 2.4	▲ 25.6	
ミール類		+ 17.5	▲ 7.3	
合計	+ 1.6	+ 15.7	▲ 31.6	+ 17.5

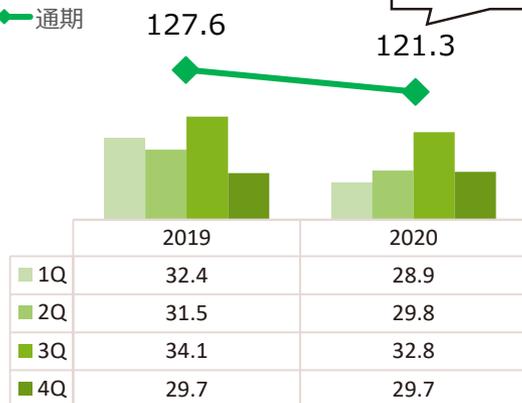
セグメント別業績：油脂加工品事業

- 内食需要の高まりを受けて家庭用マーガリンの販売量は3Qまでは、前年を超える水準で推移したが4Qに一巡し微減
- 業務用マーガリンはインバウンド、土産菓子向け需要減少
原料であるパーム油の価格上昇、その他の原料調達コスト改善の遅れにより採算悪化
- 粉末油脂は前年並みで着地

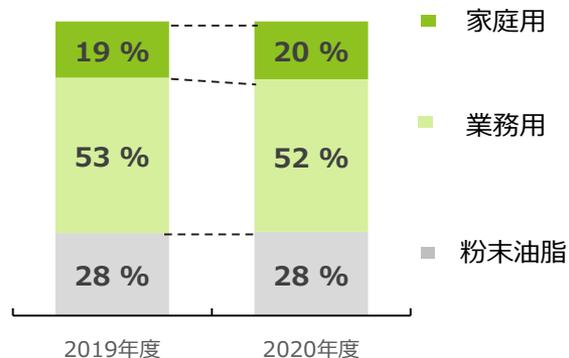
売上高

(単位:億円)

◆ 通期



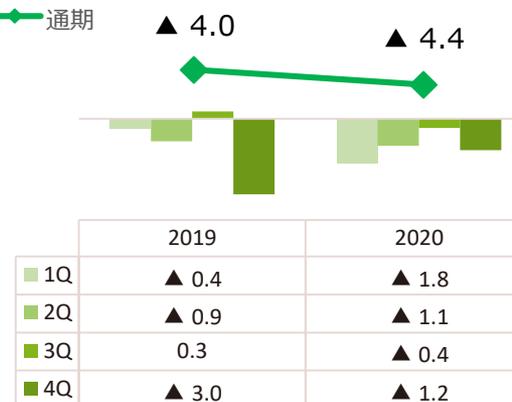
【売上高構成比】



営業利益

(単位:億円)

◆ 通期



【営業利益増減分析】

(単位:億円)

	営業利益	前年差		
		価格	物量	原材料他
家庭用マーガリン		▲ 0.4	▲ 0.1	
業務用マーガリン		▲ 0.1	▲ 2.4	
粉末油脂		▲ 0.1	▲ 0.1	
合計	▲ 0.5	▲ 0.6	▲ 2.6	+ 2.7

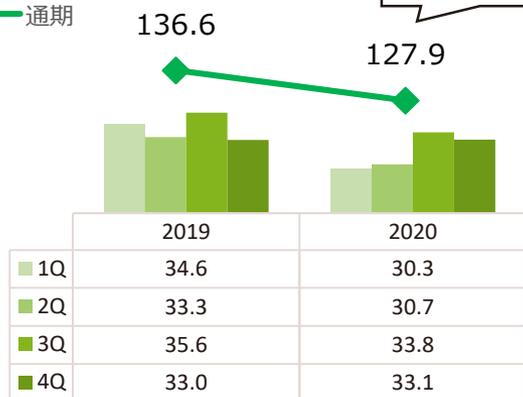
セグメント別業績：食品・ファイン事業

- 高付加価値スターチは品質・食感改良材として中食・外食への採用増加
- ファイン事業はビタミンK₂の販売好調、
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シートは販売減少
- ケミカル事業は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り、売上高及び数量が減少

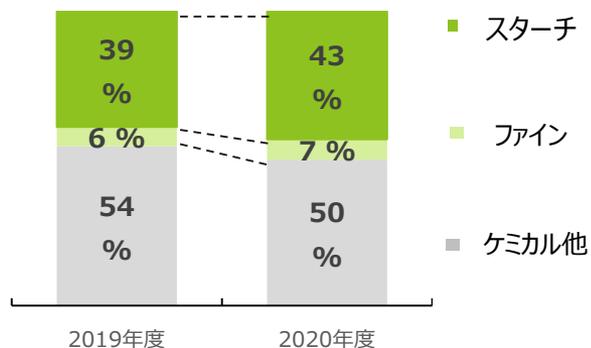
売上高

(単位:億円)

◆ 通期



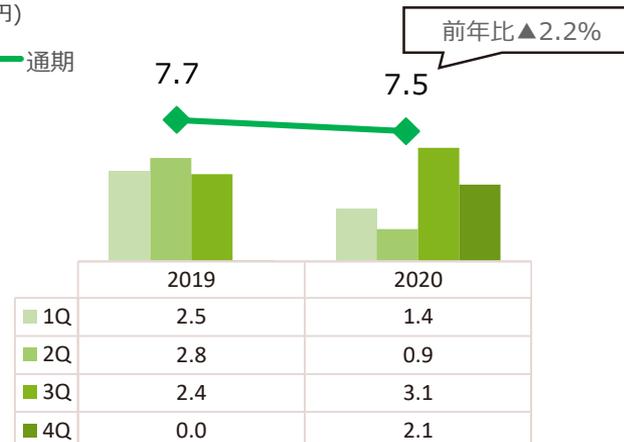
【売上高構成比】



営業利益

(単位:億円)

◆ 通期



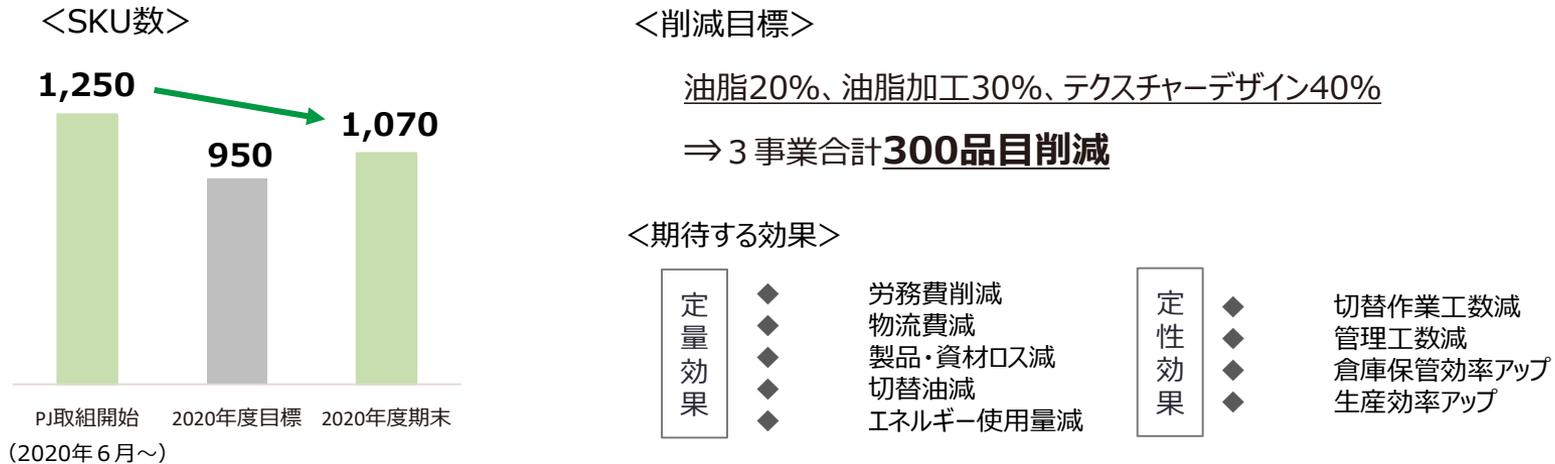
【営業利益増減分析】

(単位:億円)

	営業利益	前年差		
		価格	物量	原材料他
スターチ		+ 0.9	+ 0.6	
ファイン		▲ 0.4	▲ 0.4	
ケミカル他		▲ 5.1	▲ 0.9	
合計	▲ 0.2	▲ 4.6	▲ 0.7	+ 5.1

構造改革:SKU削減

- 構造改革の基盤固めとして、事業の筋肉質化を推進
プロセスを通じて一つ一つの製品の存在意義を改めて見直し、今後の成長に繋げていく



<削減実績> ⇒ 3事業合計 **180品目削減、一部進捗が遅れたが2021年度に70品目削減見込み**
収益改善により17品目存続

<2020年度 営業利益におけるインパクト>

⇒ SKU削減効果 NET利益 **1億円改善**

2021年度にかけても削減効果を見込む

- 終売、利益率改善を主目的としたアイテム統合を推進、目標未達となったが一定の成果が得られた
- 2021年度からは新製品導入基準・終売基準の運用を開始し、今後も引き続きSKU管理を実施していく

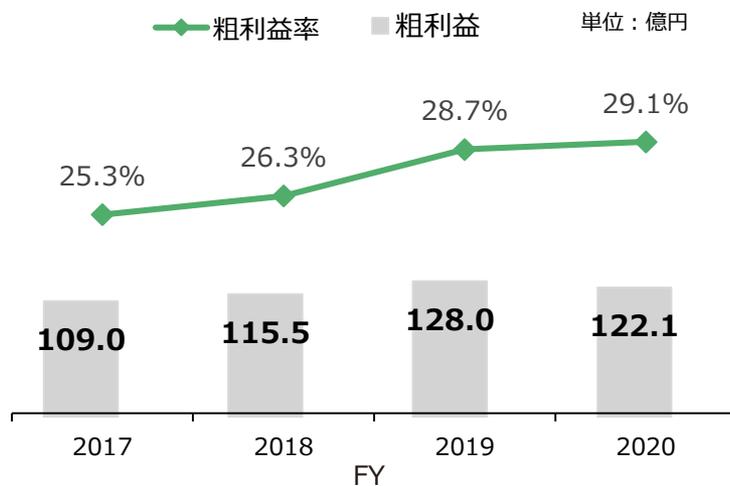
成長戦略:高付加価値品の状況

- 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、高付加価値品の粗利益率、連結構成比は微増で推移

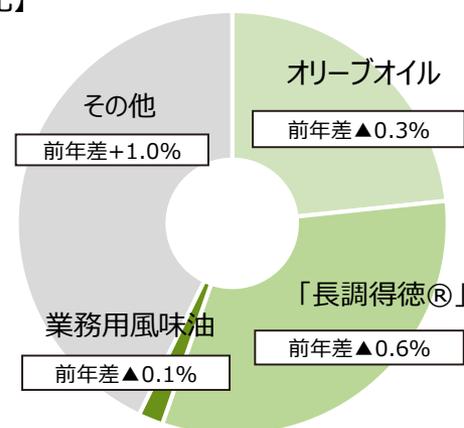
【高付加価値品推移】

単位：億円

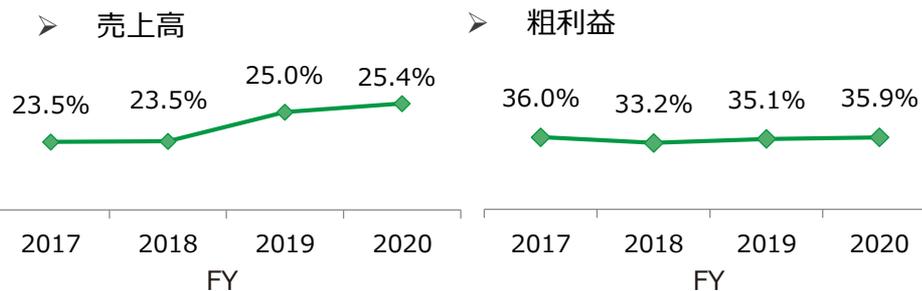
		2019年度	2020年度	対前年 増減率
高付加 価値品	売上高	445.4	419.2	▲5.9%
	粗利益	128.0	122.1	▲4.6%
	粗利益率	28.7%	29.1%	-



【売上高構成比】



【連結全体構成比】



B/S・C/F・配当

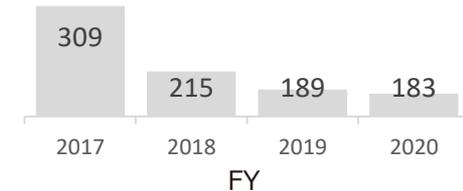
■ B/S : 原材料価格上昇により、棚卸資産の増加

連結貸借対照表

(億円)

	19年期末	20年期末	増減		19年期末	20年期末	増減
流動資産	739	827	88	負債	579	620	42
現預金	84	78	▲ 6	仕入債務	124	186	62
売上債権	340	360	20	有利子負債	189	183	▲ 6
棚卸資産	288	359	72	引当金	52	46	▲ 6
その他	28	29	2	その他	213	205	▲ 8
固定資産/繰延資産	736	738	2	純資産	897	945	48
有形・無形資産	582	569	▲ 12	株主資本	859	895	36
投資その他	155	169	14	包括利益他	35	46	12
資産計	1,475	1,565	90	非支配株主持分	3	3	0
				負債・純資産計	1,475	1,565	90

有利子負債の推移
(億円)



■ ROE分解



収益性

<売上高純利益率>



- 売上高は減少したが、製品構成改善とコスト改善により利益の確保
- 資源の選択と集中により効率的な経営を推進

効率性

<総資産回転率>



- 投資有価証券等を含む資産売却、適切な在庫水準の維持に努めたが、2020年度は原料高と株価上昇により資産が増大

安全性

<財務レバレッジ>

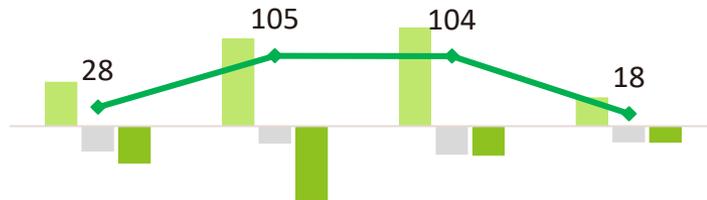


- 財務の健全性を確保しつつ、財務レバレッジを活用するとしていた
- 将来を見据えた成長投資に備えたが、マレーシアのM&Aに留まった

B/S・C/F・配当

【キャッシュフロー推移】

単位：億円



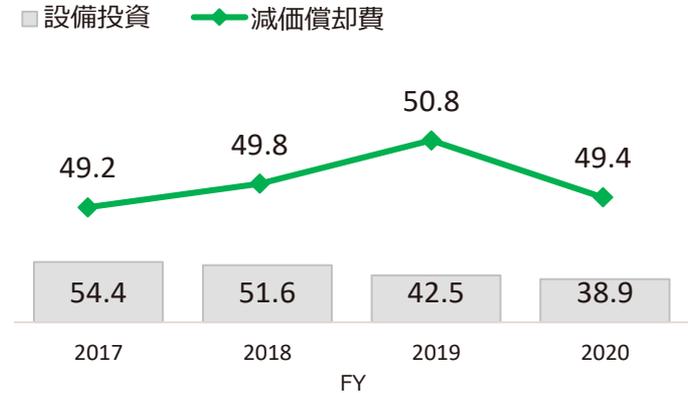
	2017	2018	2019	2020
営業C/F	66	131	146	43
投資C/F	▲ 38	▲ 26	▲ 42	▲ 24
財務C/F	▲ 56	▲ 111	▲ 44	▲ 25
フリーC/F	28	105	104	18

【資本の財源及び資金の流動性についての分析】

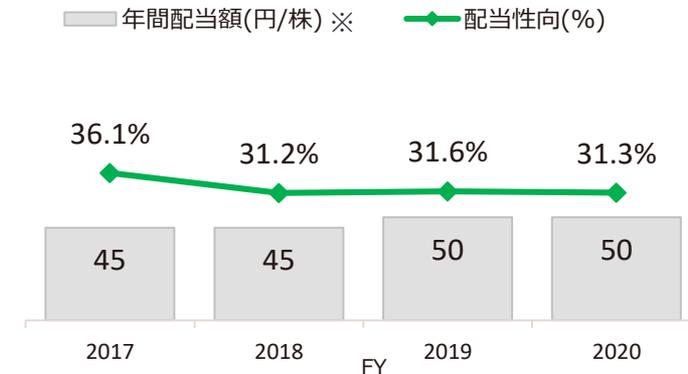
	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
自己資本比率(%)	54.7	58.8	60.6	60.1
キャッシュ・フロー対有利子負債比率(年)	5.4	2.0	1.6	5.2
インデレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	50.4	127.5	172.7	36.3

【設備投資の状況】

単位：億円



【株主還元】



※2021年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割したため、当該株式分割が行われたと仮定し算定しております

Agenda

1

2020年度決算概況

2

2021年度業績予想

3

第六期中期経営計画

2021年度 業績予想

2021年度予想

(億円)	2020年度	2021年度	前年比
売上高	1,648.2	2,050.0	+24.4%
営業利益	66.9	50.0	▲25.2%
経常利益	73.7	54.0	▲26.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	52.5	50.0	▲4.8%
営業利益率	4.1%	2.4%	
ROE	5.7%	5.2%	

※2021年度ケミカル事業譲渡による影響

売上高 … ▲52.0億円

営業利益 … ▲5.3億円

ポイント

■ 売上高

- 業務用油脂の販売量増加 (+)
- 高付加価値品の売上拡大 (+)
- 油脂製品の価格改定 (+)
- ミール販売価格の上昇 (+)
- スペシャルティフード事業の拡大 (+)
- ケミカル事業譲渡による減収 (-)

■ 営業利益

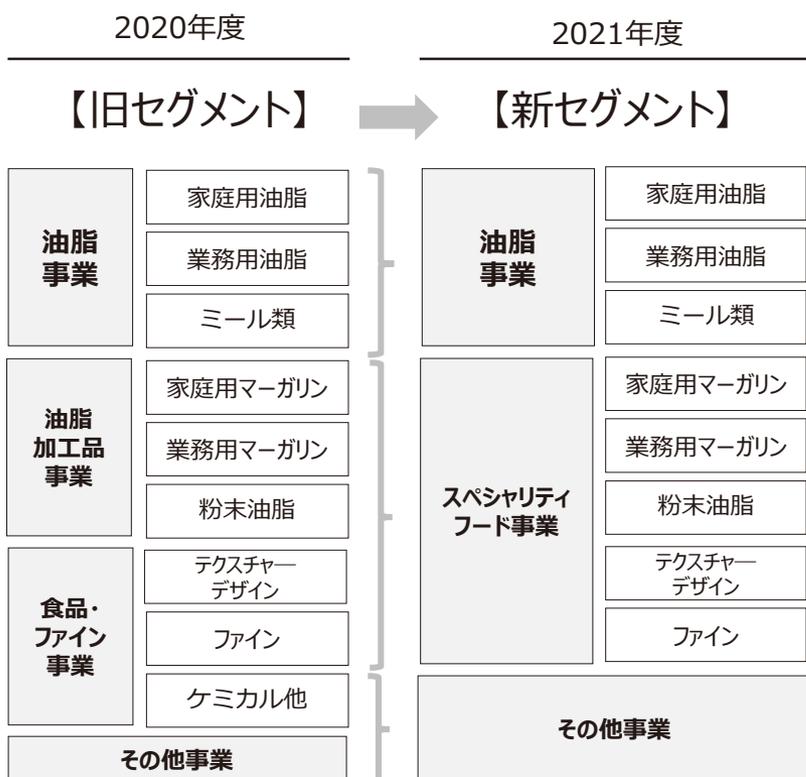
- 油脂製品の価格改定 (+)
- スペシャルティフード事業の拡大 (+)
- 原料コストの大幅な上昇 (-)
- 販売量増加による物流費増加 (-)
- 工場固定費の増加 (-)
- 広告費、人件費の増加 (-)
- ケミカル事業譲渡による減益 (-)

■ 当期純利益

- ケミカル事業関連益 +13億円

2020年度 セグメント別業績

- 油脂事業・スペシャリティフード事業・その他事業の3事業へセグメントを変更
- ケミカル事業譲渡により、その他事業は減収・減益



2021年度予想			
(億円)	2020年度	2021年度 予想	前年比
売上高			
油脂事業	1,389.0	1,806.0	+30.0%
スペシャリティフード事業	197.1	226.0	+14.6%
(内 油脂加工品事業)	121.3	132.0	+8.8%
その他事業	62.0	18.0	▲71.0%
連結合計	1,648.2	2,050.0	+24.4%
営業利益			
油脂事業	62.2	43.0	▲30.9%
スペシャリティフード事業	▲2.2	5.3	-
(内 油脂加工品事業)	▲4.4	▲1.8	-
その他事業	6.8	1.7	▲75.2%
連結合計	66.9	50.0	▲25.2%

2021年度 計画前提

■ 連結業績

(億円)	2020年度		2021年度		前年比	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期
売上高	783.2	865.0	940.0	1,110.0	+20.0%	+28.3%
営業利益	27.9	38.9	0.0	50.0	▲100.0%	+28.4%

■ 原料・為替状況

		20'1Q		20'2Q		20'3Q		20'4Q		21'1Q		21'2Q		21'3Q		21'4Q	
		実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差	前提 (前年)	対前年差	前提 (前年)	対前年差	前提 (前年)	対前年差
仕入	大豆 ¢/Bu ^{※2}	891.2 (905.0)	▲13.8	851.2 (866.2)	▲15.0	931.7 (873.0)	+58.7	1,137.2 (914.3)	+222.9	1391.6 (891.2)	+500.4	1,540.0 (851.2)	+688.8	→	→	→	→
	菜種C\$/MT ^{※3}	463.3 (472.2)	▲8.9	465.1 (448.1)	+17.0	494.1 (447.9)	+46.2	568.3 (458.8)	+109.5	737.7 (463.3)	+274.4	925.0 (465.1)	+459.9	→	→	→	→
	ミール1-%	66.6 (67.7)	▲1.1	68.2 (68.8)	▲0.6	65.6 (67.6)	▲2.0	67.8 (65.8)	+2.0	63.8 (66.6)	▲2.8	57.0 (68.2)	▲11.2	→	→	→	→
	為替レート	109.0 (110.2)	▲1.2	107.6 (110.0)	▲2.4	106.2 (107.3)	▲1.1	104.4 (108.7)	▲4.3	105.9 (109.0)	▲3.1	108.0 (107.6)	+0.4	→	→	→	→

※1:搾油原料の買付けは基本的に約3カ月前の時点にて行っており、
本図では各期の業績に影響のある期間相場の平均値を示しています ※2:シカゴ相場 ※3:ウィニペグ相場

■ 為替感度・・・1円変動 ±3億円～4億円 / 年 USDル

Agenda

1

2020年度決算概況

2

2021年度業績予想

3

第六期中期経営計画



Joy for Life

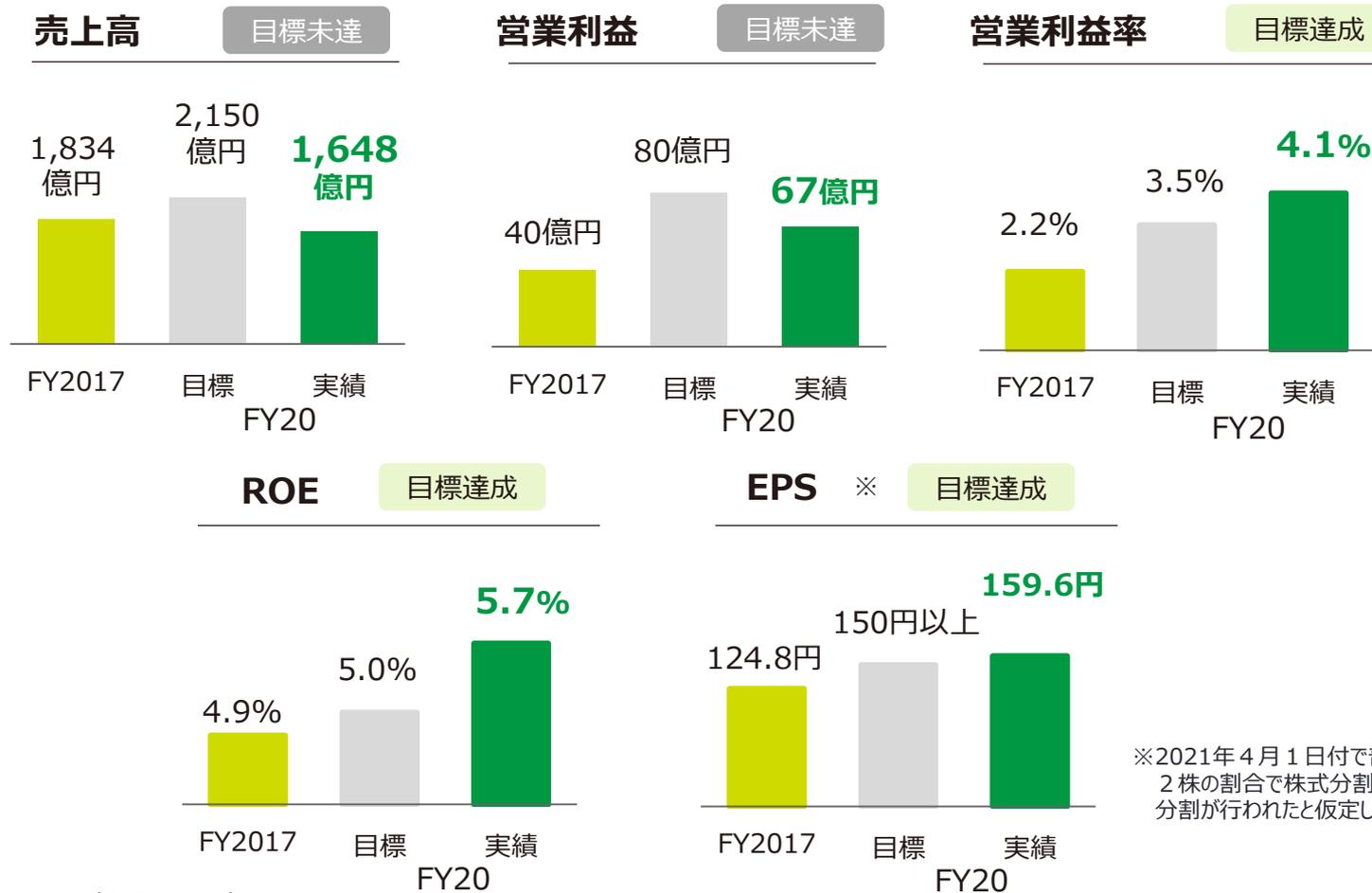
J-オイルミルズ 第六期中期経営計画

Transforming for Growth

前中期経営計画の振り返り

営業利益率、資産効率は改善、トップライン成長に課題

財務目標の達成状況



※2021年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割したため、当該株式分割が行われたと仮定し算定しております

前中期経営計画の振り返り（定性面）

コスト構造の強化と新商品・新規事業の基盤づくりに一定の成果

	成果	課題
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値品の粗利構成比増加 油脂製品の粗利益率改善 マレーシアでのM&Aによる事業展開 	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値品の拡大 新規事業の創出 油脂製品の収益性改善 海外展開の加速
構造改革	<ul style="list-style-type: none"> SKU削減 グループ会社の統合 インド、健食事業撤退、ケミカル、坂出事業譲渡 	<ul style="list-style-type: none"> DX推進 バリューチェーン&業務プロセス改革 資産効率の改善
経営基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> 社外取締役体制拡充、CGコード活用によるガバナンス強化 コーポレート機能の強化 人事制度の改定 	<ul style="list-style-type: none"> リスク対応力・グループガバナンス強化 ダイバーシティ・インクルージョン

第六期中計へ

第六期中期経営計画

急激に変化する外部環境を適切に捉え
次の時代を見据えた抜本的な変革を実現し、
持続的成長を図る



第六期中期経営計画



第五期中計
2017～2020

第六期中計
2021～2024

目指すべき姿
2030

成長戦略

- 高付加価値品の粗利益構成比増加
- 油脂製品の粗利益率改善
- マレーシアでのM&Aによる事業展開

- JOYL ブランド価値向上
- 高付加価値品の拡大
- 油脂汎用品の収益力改善
- 海外・スペシャリティフード事業強化

- JOYL ブランド確立
- 高付加価値品の拡大加速
- 油脂汎用品の安定的収益創出
- 海外・スペシャリティフード事業拡充

構造改革

- SKU削減
- グループ会社統合
- 事業撤退/譲渡

- バリューチェーン&業務プロセス改革
- 資産効率改善

- 生産体制の最適化完了
- 資産効率の一層の改善

経営基盤強化

- ガバナンス強化
- コーポレート機能の強化
- 人事制度の改定

- ダイバーシティ・インクルージョン
- リスク対応力・グループガバナンス強化

- 選ばれる会社へ
- グループ会社ガバナンス強化(海外含む)

第六期中期経営計画



第五期中計
2017~2020

第六期中計
2021~2024

目指すべき姿
2030

FY20

FY24

FY30

売上高

1,648億円

2,200億円

2,500億円

営業利益

67億円

110億円

240億円

営業利益率

4.1%

5.0%

9.0%

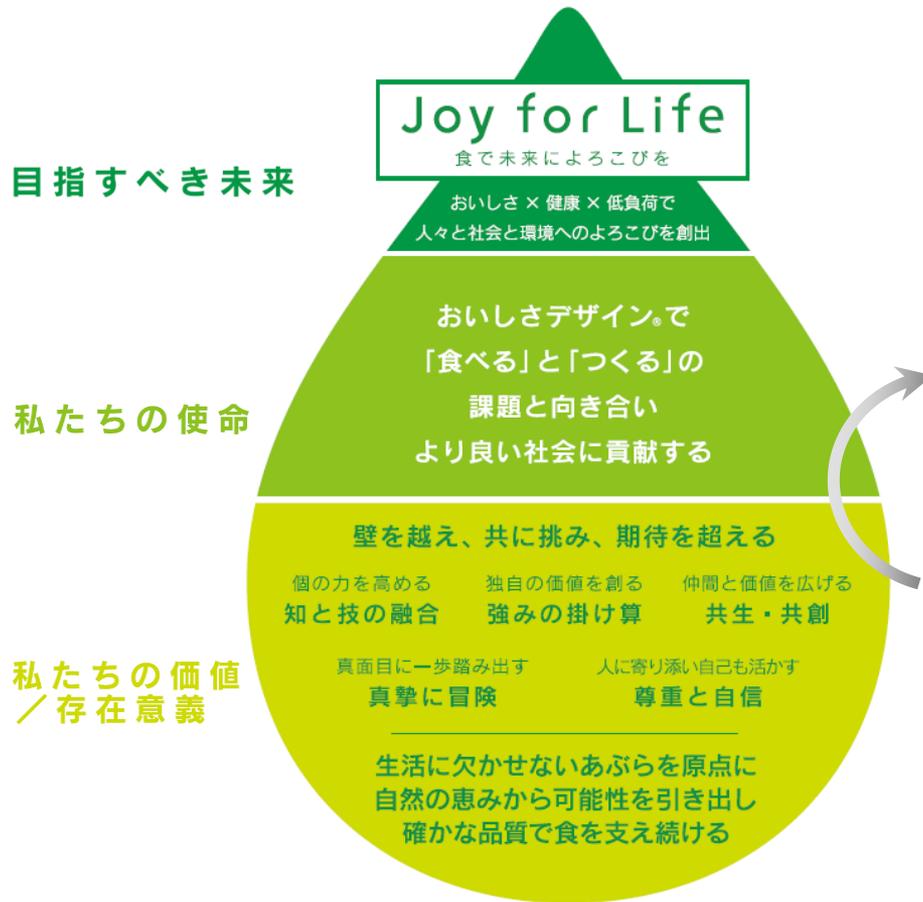
ROE

5.7%

8.0%

12.0%

新理念体系



浸透活動の推進

理解

全社キャラバン実施

全社員に向けて
直接対話

実践

アンバサダー制度

計131名を認定し
各部署で自分事化

確認

パルスサーベイ実施

浸透状況を隔月で
定点観測

コミュニケーションブランドに込めた思い



私たちは、ジェイオイル。
あぶらを原点に、自然の可能性を引き出し、
今日を生きる一人ひとりのJoyと、地球環境のJoyをどちらもかなえてゆく。
そんな想いを、“JOYL”という表記に込めました。

テーマカラーはグリーン。
あぶら・でんぷん・たんぱくを生み出す植物を信じて
サステナブルな未来に貢献するという意志をあらわしています。

「グリーンのお油」の3つの色には、
自然の恵みの可能性を引き出すための知識や技術を「究め」、
仕事の先にいる人々を想い、その期待を超えるJoyを「創り」、
仲間や世の中と「つながって」生み出すJoyを大きく育てたいという、
私たちの決意が込められています。

J-オイルミルズの基本戦略

外部環境変化

内食需要の高まり 外食産業のコストダウンニーズ 消費者健康意識の高まり 社会課題への対応・要請



Joy for Life

食で未来によるこびを
Vision Mission Value

ステークホルダーの期待に応える

マーケティング・
ブランド戦略

高付加価値化
推進

海外展開の
加速

汎用油の
収益性改善

バリューチェーン
&業務
プロセス改革

戦略目標

顧客接点・
リーチ力

素材

技術力

+

マーケ
ティング

R&D

J-オイルミルズ
の強み

おいしさデザイン®

サステナビリティ

リスク対応力・
グループガバナンス強化

ダイバーシティ・
インクルージョン

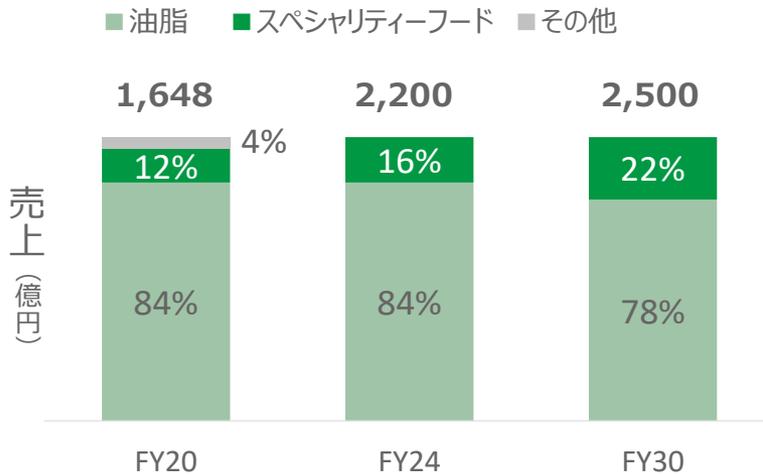
資産効率改善

経営基盤

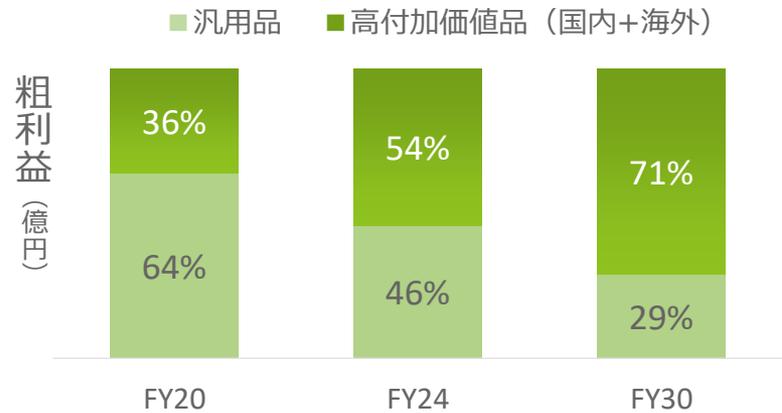
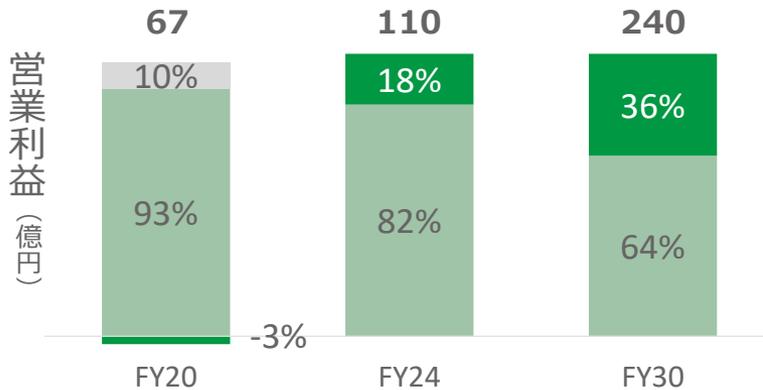
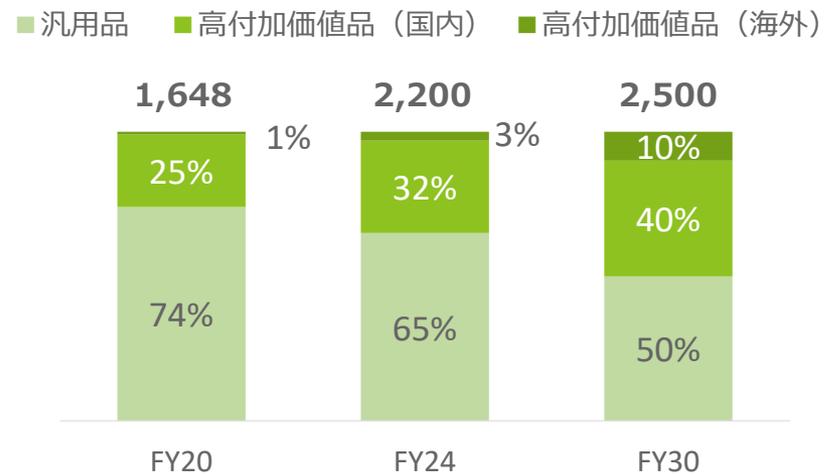
事業ポートフォリオの変革

油脂事業の安定した収益基盤、スペシャリティーフードおよび海外での成長を目指し
高付加価値化やさらなるコスト削減に取り組む

事業セグメント別



高付加価値品比率



マーケティングと企業ブランドの強化

お客様目線のマーケティング強化と新企業ブランドの強化浸透を通じ
企業価値向上とお客様に長く愛される企業を目指す

提供価値最大化：企業ブランド×お客様目線のマーケティングと製品開発

- コンシューマー・マーケティング強化によりお客様のニーズを捉えたイノベーション強化
- 新しい企業ブランドの浸透を図り企業価値向上



マーケティング強化

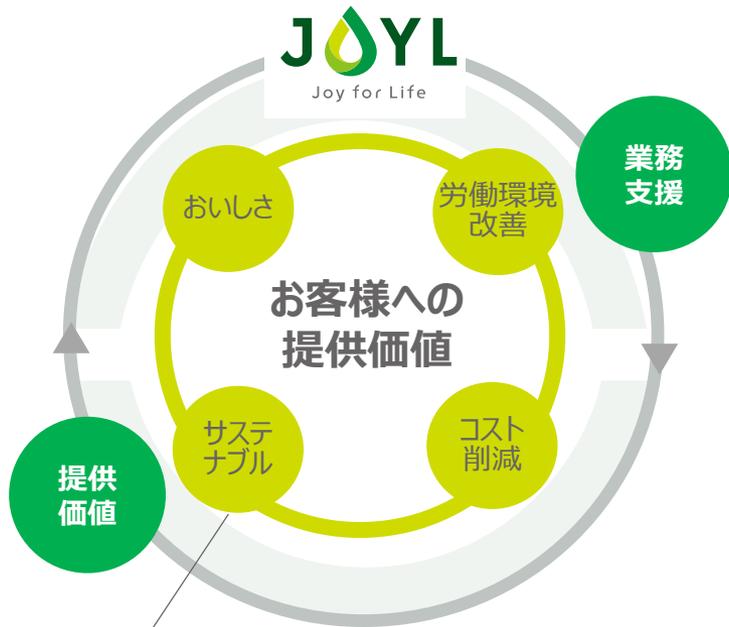
- プロフェッショナル人財活用による消費者マーケティングの強化
- マーケティング委員会の設置により全社的マーケティング底上げ
- 業務用におけるブランディングとマーケティングDX化
- DX活用、PDCA強化によりマーケティング投資効率改善

企業ブランド構築

- 高付加価値商品・サービスを通じ企業ブランドの浸透を図り「美味しい・健康・低負荷」の企業価値を向上
- 企業イメージアップによりお客様ブランド選好度向上

業務用油脂：SUSTEC® & フライエコ

長持ち技術を活用した商品とITを活用したオペレーション支援により
コスト削減・環境負荷低減を実現し、販路を拡大する事で中長期の収益基盤を固める



カーボンフットプリント



「長徳®」キャノーラ油 取得



CO₂の「見える化」
カーボンフットプリント
<https://ecoleaf-label.jp>
JR-BE-20002C

「すごい長徳」を発売

← 長持ち能力 →

1 倍



汎用油

3 倍



長徳®

4 倍



すごい長徳

「SUSTEC4」



- 酸化上昇 4 割抑制
- 着色 4 割抑制
- ニオイ 2 割抑制

- 油を交換する調理現場の手間を削減
- 油の生産や輸送時に発生するCO₂を削減
- 農地確保のための森林伐採の抑制

業務支援の充実



「フライエコシステム (仮)」

- 油脂劣化判断
- 使用延長のオペレーション支援
- 業務の自動化

- 一層のおいしさの追求と環境への配慮
- 独自技術を生かした次世代商品の開発・提供
- ITを活用した新しいサービスの提供

テクスチャー素材

ワンストップ・ソリューション・プロバイダーとして、
お客様の課題に食感改善で貢献、新たな価値を創造し継続的な発展を図る

- 付加価値の高い食感改良素材で、外食、中食、加工食品、テイクアウトシーン等でのおいしさの実現
- 成功モデルを事業基盤のあるASEANへ展開



新シリーズ「TXdeSIGN」を展開しラインナップ強化

TXdeSIGN

テクスデザイン

TXdeSIGN
FIBRE

テクスデザイン ファイブレ

TXdeSIGN
EXTEN

テクスデザイン エクステン

- 厳選した素材・技術でこれまでにない食感を創出
- 各種食品におけるテクスチャーのデザインの高度化

プラントベースドフード（PBF）

植物性の原材料を使用したPBF市場へ参入、
既存事業とのシナジー効果を創出し、将来に向けた新たな収益の柱をつくる

アップフィールド社とのパートナーシップ



- 世界有数のPBF企業
- マーガリンのブランドであるRama、Floraなどを展開

Violife ブランド
100% Vegan

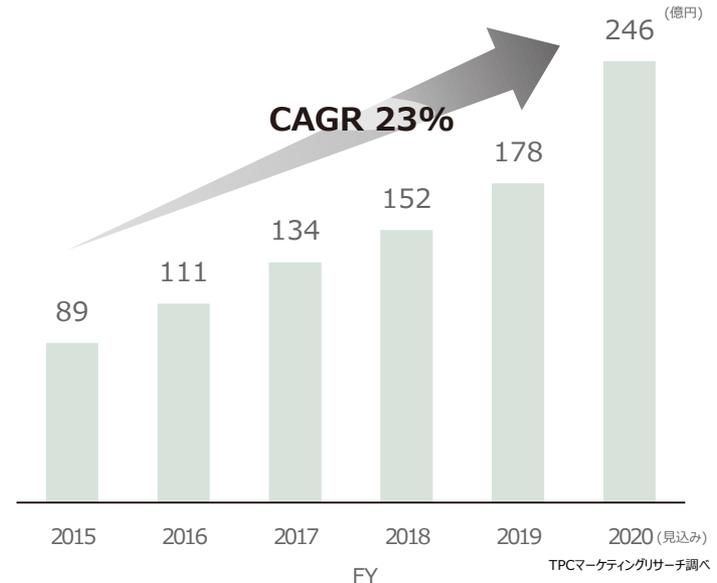
- PBFチーズの世界的なリーディングブランド
- 世界50ヶ国以上で販売し、植物性スライス、シュレッドなど40種類以上の豊富な製品ラインナップ
- 主にココナッツオイルをベースに乳やナッツを使用していないことが特徴



乳系PBF※戦略/植物性代替食品国内市場

- パートナーとの協業により、成長市場であるPBF市場参入
- 油脂、テクスチャーデザインなど素材の組み合わせによる新しいタイプの製品の開発

植物性代替食品の市場規模推移

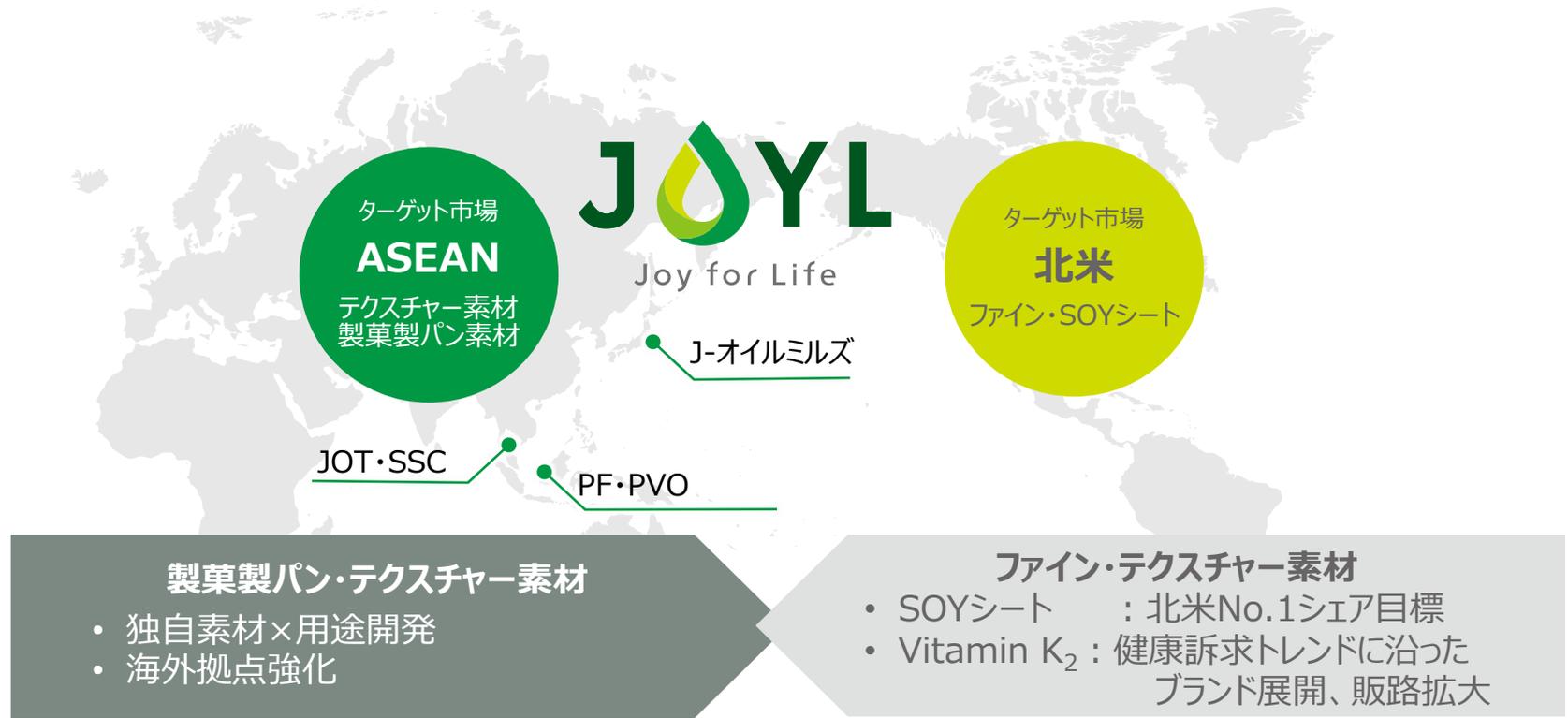


※バターやチーズなどの乳製品を植物性の原材料で代替した製品をあらわします。

海外

独自の技術・強味を生かした海外での成長 成長投資・アライアンス推進で収益貢献する事業を構築する

- 伸長市場における積極的な投資を推進し、成長に向けた土台を作る



アプリケーションを深めて面を広げ成長させる

汎用油の収益性改善

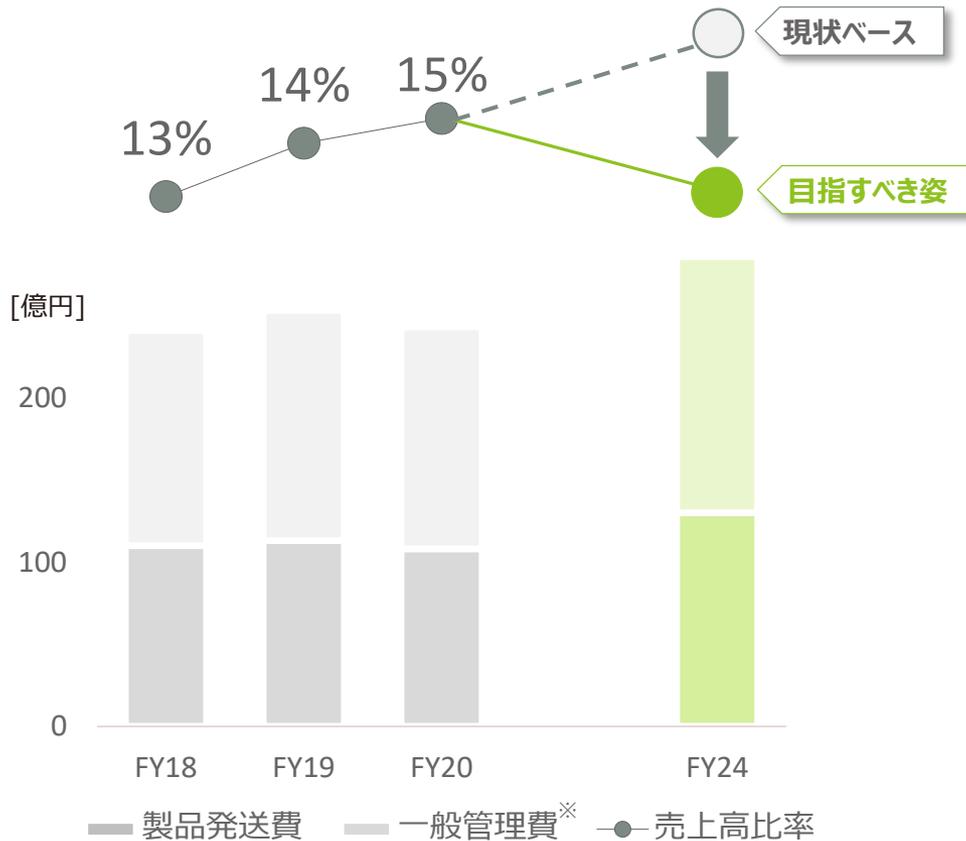
バリューチェーン全体の改革を行い、より収益力の高い事業構造に変革する

- 高騰する油糧種子の安定確保⇒品質の高い製品を安定的に供給
- 調達から生産・物流・販売に亘るバリューチェーン全体の構造改革
- 経費圧縮も合わせ安定的かつ一層の収益力向上を実現し、それを持続的成長のための原資とする
- 創出された原資を基に、還元(Value Creation Cycle)型のビジネスモデルを追求



バリューチェーン&業務プロセス改革

製品発送費および一般管理費の増加を抑制し、売上高比率をコントロール



SCM

- 在庫圧縮・削減
- SKU削減
- 管理業務省人化 (IT活用)
- アライアンス/ パートナーシップ

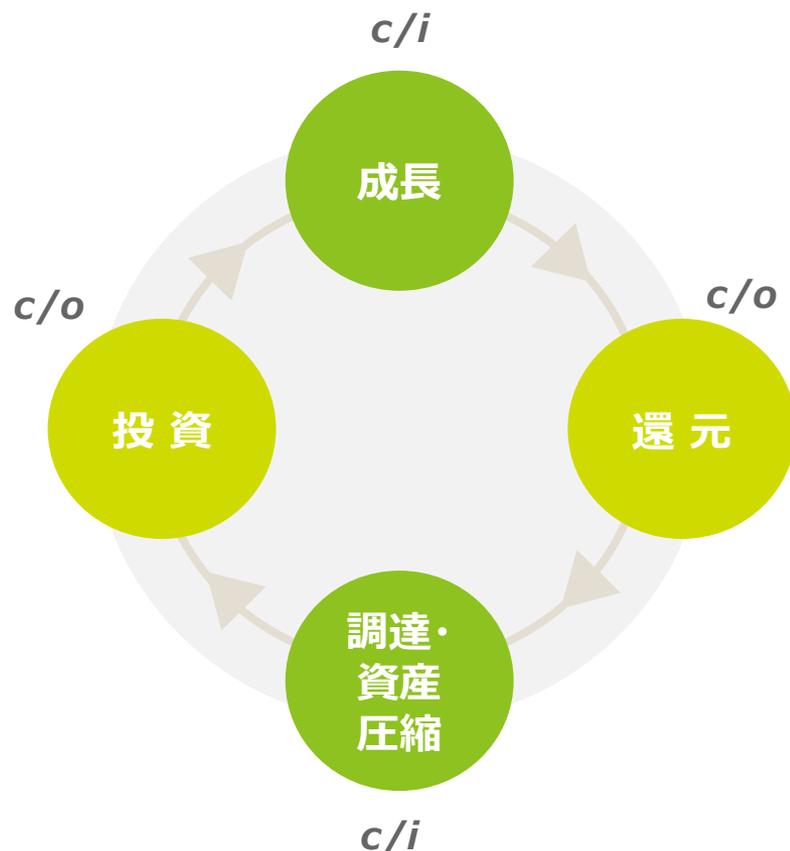
SG & A

- 間接部門最適化
- DXを活用したマーケティング改革
- 業務プロセス改革 (基幹システム再構築・AI導入)

キャピタルアロケーション

FY2021~FY2024

900億円のキャッシュ創出し、成長投資、設備投資、配当に充当



Cash in

- 資産圧縮：100億円
政策保有株式削減、棚卸資産圧縮
- 調達：400億円
D/Eレシオ0.5以下
- 営業C/F：400億円
利益増に伴う増加

Cash out

- 成長投資：350億円
- 設備投資：260億円
- 株主還元/配当：90億円
配当性向40%へ
- 待機資金、再投資等：200億円

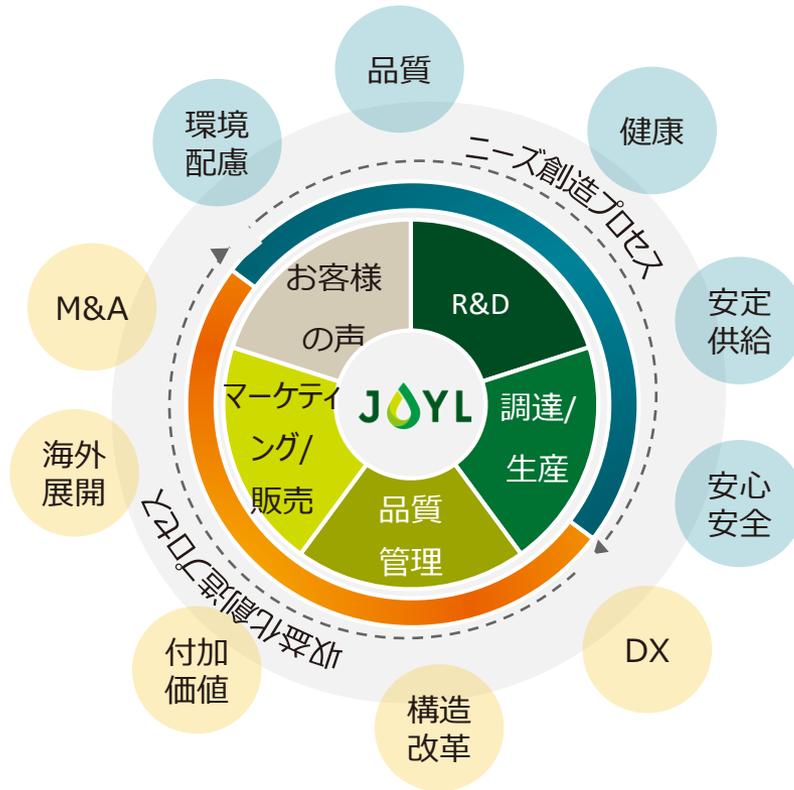
J-オイルミルズの価値創造モデル

Input

- **財務資本**
健全な財務基盤
- **製造資本**
製造拠点・設備/原材料
- **知的資本**
研究開発/生産技術
アプリケーション開発
- **人的資本**
人財の多様性
- **社会関係資本**
安定供給/確かな品質
- **自然資本**
大豆、菜種の有効活用

Business

Vision Mission Value



Output

油脂事業

家庭用油脂
業務用油脂
ミール



スペシャルティフード事業

テクスチャー素材
マーガリン、ファイン、
PBF



Outcome

人々・社会・環境Joy
~おいしさ×健康×低負荷~

おいしさデザイン®
を強みに
人や社会、環境のJoyを
事業を通じ創出し、
社会課題に貢献します

財務KPI FY30

- 売上高 2,500億円
- 営業利益 240億円
- 営業利益率 9%
- ROE 12%

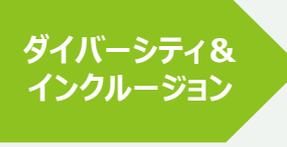
社会課題

- 人口動態
- 原材料相場
- 気候変動
- 人権尊重

コーポレート
ガバナンス

コンプライアンス
リスクマネジメント

サステナビリティ

社会課題	取り組み	FY30 目標	SDGsへの貢献
 <p>気候変動</p>	<ul style="list-style-type: none"> GHG(CO₂排出)削減 カーボンニュートラルに向けた検討開始 TCFDに関するリスクと機会、シナリオ分析の実施と開示 	<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量50%削減 (FY2013対比) ノンフロン化(低GWP含) <p>FY50まで ● CO₂排出実質ゼロ達成</p>	  
 <p>サステナブル調達</p>	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンのESGマネジメント体制構築 人権への配慮 パーム油トレーサビリティ向上、認証油供給体制強化 	<ul style="list-style-type: none"> サステナブル調達の進化 農園までのトレーサビリティ100% 	  
 <p>ダイバーシティ&インクルージョン</p>	<ul style="list-style-type: none"> 組織風土改革 人財育成・マネジメント改革 ダイバーシティ推進 外部プロフェッショナル人財 	<ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率30% 外国人の登用 	   
 <p>サステナブル商品開発</p>	<ul style="list-style-type: none"> 環境アセスメント運用開始 環境配慮型容器開発 カーボンフットプリント認証取得 トランス脂肪酸低減 	<ul style="list-style-type: none"> 自社包材への循環採用開始 廃棄物ゼロエミッション 	 

将来を見据えた日清オイリオグループとのアライアンス



取り組みの意義・目的

- 国内での油脂と油粕の安定的な供給
- 持続可能な国際競争力の強化
- 環境・社会課題解決

搾油機能の全国統合を見据えた 西日本エリアにおける搾油合併会社設立の 検討開始



J-オイルミルズ倉敷工場

日清オイリオグループ水島工場
(搾油行程のみ)

西日本での搾油合併会社設立へ向けた検討開始

将来を見据えた
取り組み

日清オイリオグループと業務提携

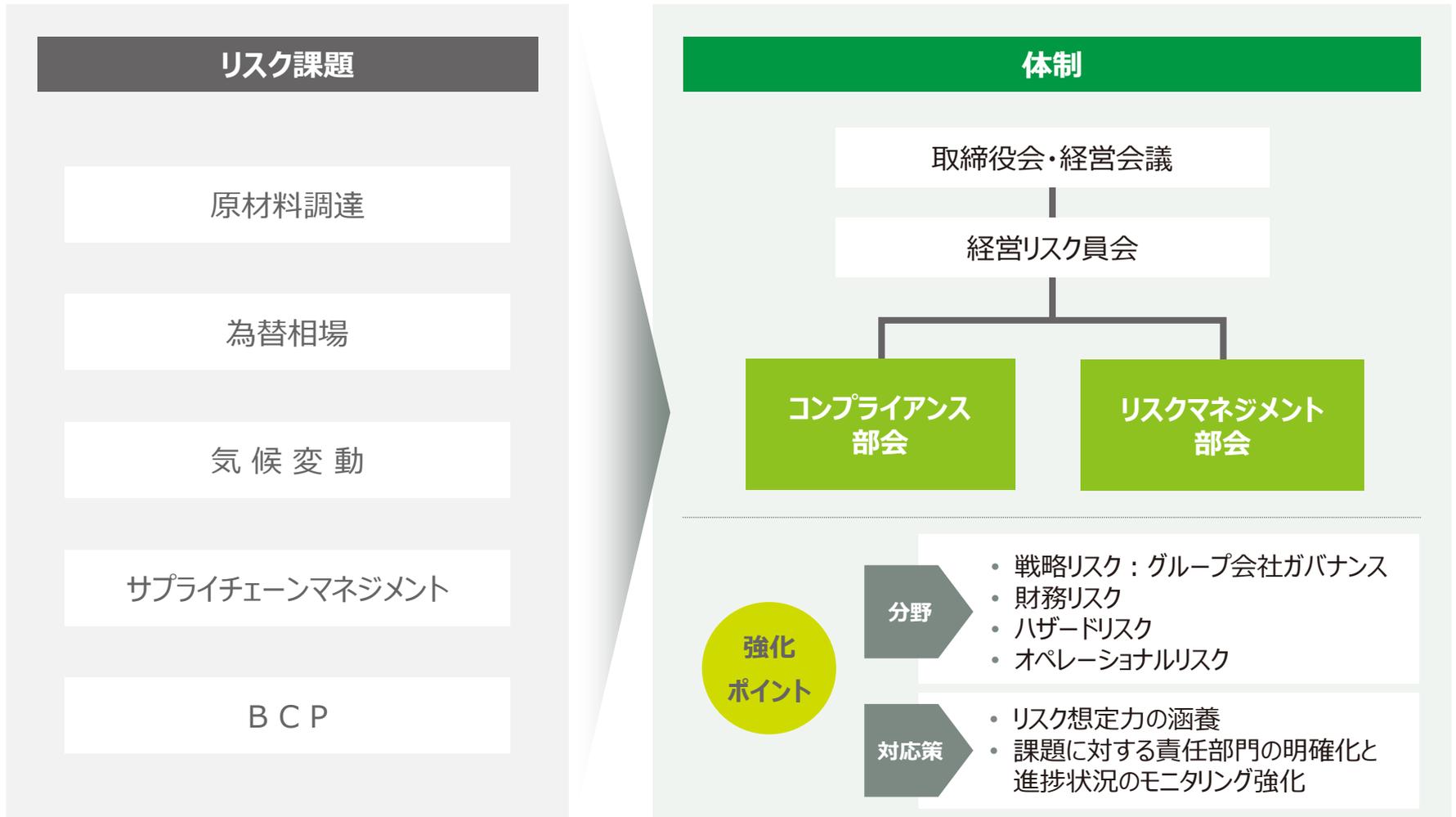
- 搾油行程の受委託
- 油糧種子や原料油脂の共同配船
- 原油と油粕の工場間での等価交換
- BCP体制の構築

2021年5月

2020年3月

リスク対応力の強化・気候変動に対する取り組み

持続的成長を支える仕組みの強化と社会的価値の創出



人事戦略

「壁を越え、共に挑み、期待を超える」
人財、組織、風土を構築



		FY20	FY24	FY30
		Foundation	Transformation	Evolvement
働きがい	働きがい満足度スコア※	3.5	3.8	4.0以上
ダイバーシティ	女性管理職比率	6.0%	12%	30%
	キャリア人財および外国人の活躍	コーポレート	事業	外国人

※社員意識調査総合評価項目：5点満点

ROE・ROIC・EPS

マージンの改善、資産効率の改善、安定した株主還元策により、
高いROE・ROIC・EPS目標を達成

	FY20	FY24	FY30
ROE (%)	5.7	8.0	12.0
売上高純利益率 (%)	3.2	4.0	6.5
総資産回転率 (回)	1.1	1.2	1.1
財務レバレッジ (倍)	1.7	1.7	1.8
ROIC (%)	4.1	5.5	8.0
EPS (円)	159.62	260	500



JOYL

Joy for Life

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(2017年4月を1とする (図中では2017年7月を1となる))

- シカゴ大豆
- 東京円為替
- ウィネベグ菜種 (US\$ベース)



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(2017年4月を1とする (図中では2017年7月を1となる))



ミールバリューの動向



* シカゴ大豆定期1ブッシェルから産出する大豆油と大豆ミールの価値の合計と大豆1ブッシェルの価格の差