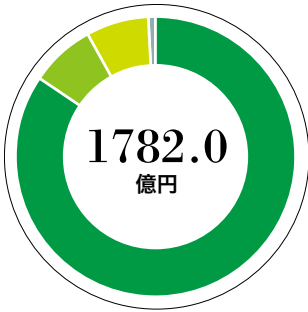
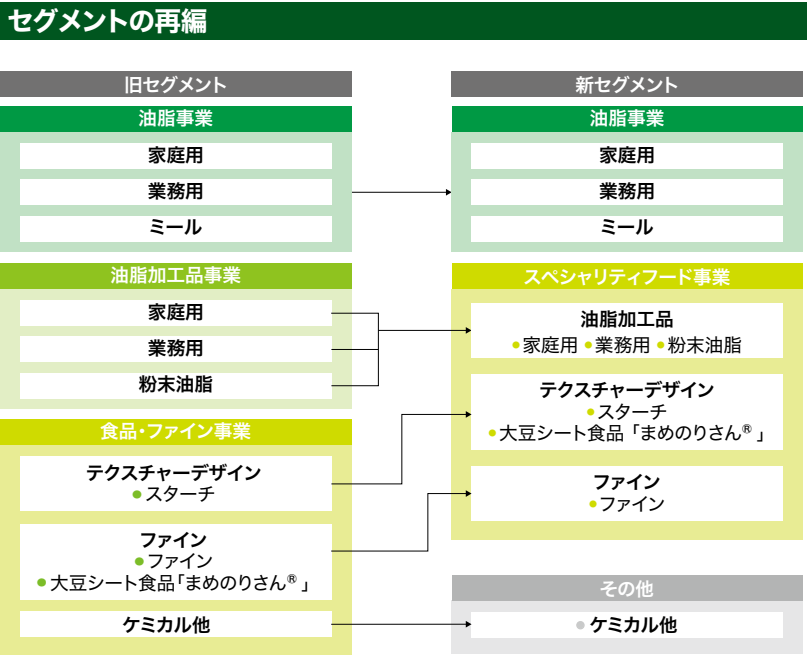


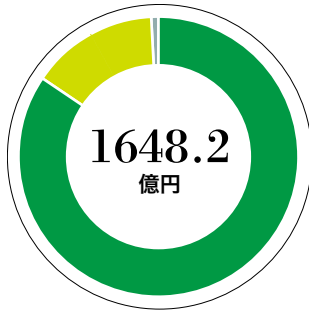
J-オイルミルズの事業概要

第六期中計において掲げる成長の加速並びに競争力強化に向けた事業構造の構築を目的として、2021年4月1日付で組織変更を実施しました。これにともない、「油脂事業」、「油脂加工品事業」、「食品・ファイン事業」の3事業としていた従来の報告セグメントを「油脂事業」および「スペシャルティフード事業」の2事業に変更しています。また、「食品・ファイン事業」の区分に含まれていた「ケミカル事業」については、2021年5月末に「ケミカル事業」を構成していた株式会社J-ケミカルの株式を譲渡し連結の範囲から除外したことにともない、報告セグメントから除外し、「その他」に含めています。



セグメント売上高構成比(2019年度)

	割合(%)	売上高(億円)	営業利益(億円)
● 油脂事業	84.5	1504.9	60.6
● 油脂加工品事業	7.2	127.6	△4.0
● 食品・ファイン事業	7.7	136.6	7.7
● その他	0.7	12.9	2.3



新セグメント売上高構成比(2020年度)

	割合(%)	売上高(億円)	営業利益(億円)
● 油脂事業	84.3	1389.0	62.2
● スペシャルティフード事業	11.9	196.1	△2.3
● その他	3.8	63.1	6.9

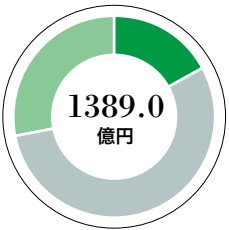
※：新セグメントによる2020年度実績数値は概算値であり、会計監査人による監査を受けたものではありません。

油脂事業

主に海外から穀物を輸入し、油脂と油糧(ミール)の2つに加工して販売する当社の主力事業です。私たちは「あぶら」のプロとして、「おいしさデザイン®」を実現するため、安心・安全を基本に、幅広い用途に使われる汎用品から、「あぶら」ならではの調理・調味・健康の各機能を有した高付加価値品までを幅広く展開し、おいしさだけでなくお客様や社会の課題解決に貢献することを目指しています。

	主要高付加価値品
家庭用油脂	オリーブオイルやオメガ3の栄養素を持つ、えごま油やアマニ油などといったおいしさと健康ニーズにお応えする製品などを取り揃えています。また業務用で培った技術を家庭用製品に転用し、家庭内での食事をよりおいしく楽しめるようなバラエティに富んだ製品も提供しています。
業務用油脂	美味しく長期間ご使用頂ける「すこい長徳」や「長徳®」シリーズに加え、プロのための調味油シリーズ「JOYL PRO®」などの豊富なラインアップを取り揃えるなど、独自技術を活かしてお客様の課題解決に貢献していきます。
ミール	搾油処理後の搾り粕(ミール)は、貴重な原料素材として広く活用されています。大豆ミールは良質なたんぱく源として配合飼料や醤油の醸造用原料に使用され、菜種ミールは有機肥料や配合飼料の原料などに利用されています。

※1：えごま油やアマニ油、トクホの油脂製品などをラインアップしています



売上高構成比

● 家庭用油脂	19%
● 業務用油脂	54%
● ミール類	27%

※ 新セグメントによる2020年度実績数値は概算値であり、会計監査人による監査を受けたものではありません。

スペシャルティフード事業

「スペシャルティ」には「当社ならではの付加価値の高い製品を提供したい」という思いを込めています。あぶら、でんぷん、たんぱく等の植物性原料に独自の加工技術やアプリケーション技術を用いた製品によって、「おいしさ・健康・低負荷」をテーマとした価値提供を国内外で実現し、社会課題解決に貢献することを目指しています。



売上高構成比

● 油脂加工品	62%
● テクスチャーデザイン	36%
● ファイン	3%

※ 新セグメントによる2020年度実績数値は概算値であり、会計監査人による監査を受けたものではありません。

	主要高付加価値品
油脂加工品	グランマスター Violife(ビオライフ)
テクスチャーデザイン	ネオトラスト TXdeSIGNシリーズ 大豆シート食品「まめのりさん®」
ファイン	ビタミンK2「menatto™」

海外での取り組み

当社は2019年にマレーシアで事業を展開する油脂・油脂加工品メーカーPremium Nutrients Private Limited (以下、PNPL社)との業務・資本提携を行いました。2020年度はコロナ禍によりASEAN各国が人流を抑制していた影響で販売の取り組みは制限されましたが、少しずつ成果に結びついています。

マレーシアでは新たに日系企業向けのマーガリン・ショートニングの販売を開始しています。またタイでもJ-OIL MILLS (Thailand) Co., Ltd.経由で現地企業への販売が開始されます。他の地域でも様々な施策を展開しており、今後は現在の取り組みをさらに広げることで、技術・提案力を活かした高付加価値品・サービスを提供していきます。



アプリケーションを活用したデモンストレーションでの提案

油脂事業

私たちは「あぶら」のプロとして「あぶら」ならではの様々な機能を活かし、おいしさの実現だけでなく、お客様や社会課題の解決に貢献していきます。また当社独自の技術とテクノロジーを組み合わせることで経済的・社会的価値を創出していきます。中長期的な成長を目指し、今後も様々な取り組みを進めていきます。

油脂事業本部長
取締役専務執行役員 服部 広



2020年度 の実績

油脂部門においては、家庭用は新型コロナウイルス感染症拡大により家庭での調理機会が増加した影響で売上高は堅調に推移しました。その中でも使用頻度が高いキャノーラ油や、風味付け用途としてごま油が好調でした。オリーブオイルは円高ドル安傾向が継続したことで家庭用市場で輸入大容量品が拡大し、中容量品が苦戦したことで前年同期を下回りました。健康価値の高いJOYL「AJINOMOTO 健康サララ®」、こめ油などの高付加価値品は前年同期を大きく上回りました。業務用はコロナ禍で外食市場の減退が影響し、販売数量は前年同期を大きく下回りました。そのような環境下において、テイクアウト需要の拡大に対応し、経時劣化の抑制やお客様の作業改善に貢献する製品「麺のための油」、「JOYL PRO®」や、コストダウ

ン、省資源化にも寄与する長持ち油「長徳®」の提案を強化しました。
油糧（ミール）においては、主たる需要先である配混合飼料の国内生産量は前年同期と同程度で推移しました。大豆ミールの販売数量はコロナ禍での搾油量の減少により前年同期を大きく下回り、販売価格はシカゴ相場の上昇により前年同期をやや上回りました。菜種ミールの販売数量は前年同期をやや下回り、販売価格は大豆ミールに連動して前年同期を上回りました。この結果、油糧（ミール）部門の売上高は前年同期を下回りました。

売上高(億円) 1389.0
営業利益(億円) 62.2



2021年度の施策と見通し

2020年度から2021年度にかけて新型コロナウイルス感染症が猛威を振っています。当社は生活に欠かすことのできない食品メーカーとしての責務を果たすべく、製品の安定供給に引き続き努めています。
第六期中計の初年度である2021年度は、汎用油の収益性改善についてこれまで以上に注力して取り組みます。量と価格だけでなくコストや取引条件等を含めたトータルでの収益力を強化していき、得ら

れたキャッシュは開発に投資するなど、お客様のお役に立てる製品の開発にあてていきたいと考えています。
またオリーブオイル、「長徳®」などの高付加価値品についても引き続き強化していきます。今後は「フライエコシステム」のように先端技術を利用した新たな価値をお客様に提供し、同時にSDGsの達成にも寄与するような、中長期視点での収益力強化と企業価値向上に取り組んでいきます。

スペシャリティフード事業

2021年度より油脂加工品事業と食品・ファイン事業を統合し、新しく「スペシャリティフード事業」を立ち上げました。マーガリン・ショートニング、粉末油脂、スターチ、ビタミンK2「menatto™」、大豆シート食品「まめのりさん®」など多様な素材と独自の技術・機能を活かした提案で、お客様のご要望にお応えし、また新たな価値の創造に挑戦していきます。

専務執行役員
スペシャリティフード事業本部長 大高 寛



2020年度 の実績

油脂加工品部門においては、マーガリンは、家庭用の売上高は前年同期と同程度で着地しました。業務用はコロナ禍によるインバウンド需要低下の影響を受け、販売数量、売上高ともに前年同期を下回りました。粉末油脂においては、需要は堅調に推移しましたが、工場稼働日数の減少を補えず、販売数量、売上高ともに前年同期を下回りました。
テクスチャーデザイン部門（旧スターチ部門）においては、コーンスターチは食品・工業用途ともに収益改善と拡販の取り組みを行い、売上高は堅調に推移しました。食品用加工でんぷんの売上高は前年同期をやや下回りましたが、「ネオトラスト®」は品質・食感改良材として新規採用が継続したことから前年同期を大きく上回りました。

ファイン部門においては、機能性素材の売上高は順調に推移しました。ビタミンK2「menatto™」の売上高は新規採用の増加により前年同期を大きく上回りました。大豆シート食品「まめのりさん®」の販売は、コロナ禍においても北米においてデリバリー用途など新たな需要が創出されたことにより、下期は前年同期を大きく上回りました。
ケミカル部門においては、消費税増税前の駆け込み需要の反動とコロナ禍の影響により需要が低下しました。また原材料価格が低位で推移したことで値下げ要求が強まった中で木質建材用接着剤の販売数量と価格の維持に努めましたが、販売数量・売上高ともに前年同期を大きく下回りました。

売上高(億円) 196.1
営業利益(億円) -2.3



2021年度の施策と見通し

2021年度より油脂加工品事業と食品・ファイン事業が統合された「スペシャリティフード事業」は、2030年度の目指すべき姿に向け本事業をこれまで以上に強化していきます。
2021年4月に植物由来の原材料と当社独自の技術を組み合わせ、お客様の課題解決の取り組みをさらに進めるべく、業務用スターチ製品の新ブランド「TXdeSIGN（テクステザイン）」を立ち上げました。ラインナップを一層強化し、当社ならではの提案でお客様の課題解決に貢献していきます。また2021年5月にプラントベースフード（PBF）の一般消費者向け製品を展開する世界有数の企業Upfield

GEC Limited社との間でViolife（ビオライフ）の日本国内における独占輸入・販売に関する契約を締結しました。家庭用製品は2021年9月、業務用製品は10月から順次発売いたします。今後は素材の組み合わせによる新しいタイプのPBF製品開発も視野に入れて取り組みを進めます。海外においても素材の可能性を広げ、成長投資・アライアンスも併せて推進することで収益に貢献していきます。
今後も多様な食の課題を解決するとともに、既存事業と新規事業のシナジー効果を生み出すことで新たな価値を創造していきます。