

# 不二製油グループ本社（株） 決算補足資料

2021年度（2022年3月期）

- 第1四半期 -

ページ	項目
1	表紙
2	0-1 : 注記 / 為替情報
3	1-1 : 2021年度 連結決算実績 1Q
4	1-2 : 2021年度 連結業績 (1Q/事業別・所在地別マトリクス)
5	2-1 : 主な指標
6	3-1 : 2021年度 連結業績予想

## 0-1 : 注記 / 為替情報

### 注記情報

#### ・2019年度 決算期変更の実施

2019年度は、海外グループ会社（ブラマー、豪州IFSを除く）の決算期変更の為、15ヶ月の変則決算となっております。  
そのため、一部資料では調整した数値を記載しております。

#### ・一部製品のセグメントの変更による遡及修正

2021年度より、一部製品を大豆加工素材セグメントから乳化・発酵素材セグメントへ組み替えています。  
その為、2020年度及び2019年度の数値を参考値として遡及修正して表示しています。

### 主な為替レート

・P/L：期中平均レート、B/S：期末レート

		2020年度	2020年度	2021年度	対前年同期		2021年度 計画前提
		1Q	期末	1Q	差	増減率	
\$	P/L	107.62	106.06	109.49	+1.87	+1.7%	106.50
	B/S	107.74	110.71	110.58	▲ 0.13	▲ 0.1%	-
BRL	P/L	20.00	19.62	20.72	+0.72	+3.6%	19.70
	B/S	19.68	19.44	22.11	+2.67	+13.7%	-
€	P/L	118.48	123.70	131.96	+13.48	+11.4%	126.00
	B/S	121.08	129.80	131.58	+1.78	+1.4%	-
人民元	P/L	15.17	15.67	16.96	+1.79	+11.8%	16.67
	B/S	15.23	16.84	17.11	+0.27	+1.6%	-

・P/Lは前年同期を、B/Sは前年度期末（2020年度末）を比較

・2021年度 1Qのブラマーに適用した為替レート(\$ )は、P/L 107.71、B/S 107.94

1-1 : 2021年度 連結決算実績 1Q(3ヶ月)

(単位：億円)

	FY2020 1Q実績	FY2021 1Q実績	前年同期比 増減額	増減要因(対前年同期比較)
売上高				
植物性油脂	223	290	+67	原料価格上昇を受けた販売価格の上昇、販売数量の増加により増収。
業務用チョコレート	353	417	+63	全エリアで販売数量の増加により増収。
乳化・発酵素材	166	190	+23	日本のトーラクの譲渡による減収要因はあったが、全エリアでの販売数量の増加により増収。
大豆加工素材	84	90	+6	大豆たん白素材を中心とした販売数量の増加により増収。
合計	827	987	+160	
営業利益				
植物性油脂	18	21	+2	原料価格上昇や米州新工場の費用増の影響（▲1億円）はあるものの、欧州の販売数量の増加を主因に増益。
業務用チョコレート	20	11	▲9	販売数量増加による増益要因はあったが、前年度のブラマーのカカオ先物益（+13億円）の剥落により減益。
乳化・発酵素材	1	7	+6	東南アジアは固定費の上昇により減益となったが、日本の増収を主因に増益。
大豆加工素材	13	11	▲1	中国の機能剤の販売数量の減少、日本・欧州の新工場等の経費の増加等により減益。
グループ管理費用	▲9	▲9	+0	
合計	43	41	▲1	
営業利益率	5.2%	4.2%	▲1.0pt	
経常利益	38	37	▲1	
四半期純利益	28	35	+7	固定資産売却益の計上等により増加。

● 決算概要

売上高は、油脂セグメントでは販売価格の上昇により、その他のセグメントでは主に販売数量の増加により増収になりました。  
営業利益は、販売数量の増加を中心とした増益要因はあったものの、前期のカカオ先物益（+13億円）の剥落により減益になりました。

● 特記事項

・上記業績は億円未満を四捨五入した数値を記載しております。  
・2021年度から大豆加工素材事業の豆乳およびUSS豆乳製品は、乳化・発酵素材事業に振り替えたことから、2020年度を遡り修正して表示しております。

1-2 : 2021年度 連結業績 (1Q/事業別・所在地別マトリクス)

(単位:百万円)

売上高	年度※	日本		米州		東南アジア		中国		欧州		連結計	
		実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
植物性油脂	FY2021 1Q	9,569	+1,236	9,053	+2,055	4,711	+1,139	743	+153	4,959	+2,139	29,037	+6,722
	FY2020 1Q	8,333	-	6,998	-	3,572	-	590	-	2,820	-	22,315	-
	FY2019 (4-6月)	8,387	-	6,857	-	4,086	-	841	-	3,561	-	23,734	-
業務用チョコレート	FY2021 1Q	8,907	+1,414	27,819	+3,412	2,673	+689	1,156	+350	1,111	+463	41,668	+6,328
	FY2020 1Q	7,493	-	24,407	-	1,984	-	806	-	648	-	35,340	-
	FY2019 (4-6月)	8,495	-	26,071	-	2,845	-	573	-	888	-	38,874	-
乳化・発酵素材	FY2021 1Q	12,411	+433	-	-	2,751	+707	3,789	+1,181	-	-	18,953	+2,322
	FY2020 1Q	11,978	-	-	-	2,044	-	2,608	-	-	-	16,631	-
	FY2019 (4-6月)	15,315	-	-	-	2,509	-	2,821	-	-	-	20,646	-
大豆加工素材	FY2021 1Q	8,502	+593	-	-	-	-	516	+47	-	-	9,019	+640
	FY2020 1Q	7,909	-	-	-	-	-	469	-	-	-	8,379	-
	FY2019 (4-6月)	7,748	-	-	-	-	-	576	-	-	-	8,324	-
売上高計	FY2021 1Q	39,391	+3,676	36,873	+5,468	10,136	+2,534	6,207	+1,732	6,071	+2,603	98,679	+16,012
	FY2020 1Q	35,715	-	31,405	-	7,602	-	4,475	-	3,468	-	82,667	-
	FY2019 (4-6月)	39,947	-	32,929	-	9,441	-	4,811	-	4,449	-	91,579	-

上記売上高は外部顧客への売上高を記載しています。

営業利益	年度※	日本		米州		東南アジア		中国		欧州		連結調整		グループ管理費用		連結計	
		実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
植物性油脂	FY2021 1Q	848	+0	560	+50	299	▲247	▲17	▲41	149	+246	227	+227	-	-	2,069	+237
	FY2020 1Q	848	-	510	-	546	-	24	-	▲97	-	-	-	-	-	1,832	-
	FY2019 (4-6月)	812	-	673	-	231	-	18	-	179	-	186	-	-	-	2,102	-
業務用チョコレート	FY2021 1Q	1,397	+414	▲292	▲1,351	15	+50	▲20	+88	22	▲51	12	▲5	-	-	1,134	▲855
	FY2020 1Q	983	-	1,059	-	▲35	-	▲108	-	73	-	17	-	-	-	1,989	-
	FY2019 (4-6月)	1,356	-	▲1,434	-	284	-	37	-	93	-	2	-	-	-	340	-
乳化・発酵素材	FY2021 1Q	432	+559	-	-	▲211	▲123	252	+91	-	-	191	+50	-	-	664	+577
	FY2020 1Q	▲127	-	-	-	▲88	-	161	-	-	-	141	-	-	-	87	-
	FY2019 (4-6月)	613	-	-	-	164	-	339	-	-	-	135	-	-	-	1,253	-
大豆加工素材	FY2021 1Q	1,064	▲63	-	-	-	-	98	▲115	▲60	▲35	17	+82	-	-	1,120	▲130
	FY2020 1Q	1,127	-	-	-	-	-	213	-	▲25	-	▲65	-	-	-	1,250	-
	FY2019 (4-6月)	932	-	-	-	-	-	139	-	-	-	▲1	-	-	-	1,071	-
連結調整	FY2021 1Q	39	+16	▲7	▲4	▲1	+13	18	+21	32	▲19	▲82	▲29	-	-	-	-
	FY2020 1Q	23	-	▲3	-	▲14	-	▲3	-	51	-	▲53	-	-	-	-	-
	FY2019 (4-6月)	28	-	6	-	2	-	37	-	-	-	▲74	-	-	-	-	-
グループ管理費用	FY2021 1Q	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲870	+24	▲870	+24
	FY2020 1Q	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲894	-	▲894	-
	FY2019 (4-6月)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲851	-	▲851	-
営業利益計	FY2021 1Q	3,782	+927	263	▲1,303	102	▲305	331	+43	143	+142	366	+326	▲870	+24	4,118	▲147
	FY2020 1Q	2,855	-	1,566	-	407	-	288	-	1	-	40	-	▲894	-	4,265	-
	FY2019 (4-6月)	3,743	-	▲753	-	682	-	572	-	273	-	249	-	▲851	-	3,914	-

※「FY2019 (4-6月)」は、2019年4-6月の各社決算数値を参考値として記載しています。(ブラマー、豪州IFSを除く)

※2021年度より、大豆加工素材事業の豆乳およびUSS豆乳製品は、乳化・発酵素材事業に振り替えて表示しています。その為、2020年度及び2019年度の数値を参考値として遡及修正して表示しています。

## 2-1:主な指標

大項目	項目	単位	備考	2018	2019 15ヶ月決算	2020	2020	2021(累計実績)				2021 予想
							1Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
PL項目	営業利益	億円		185	236	179	43	41				180
	営業利益成長率	%		▲9.5%	* <sup>1</sup>	* <sup>1</sup>	+6.1%	▲3.4%				0.5%
	EBITDA	* <sup>2</sup> 億円		312	415	343	83	83				359
	設備投資	億円	有形固定資産の設備投資	159	180	208	45	39				220
	減価償却	億円	有形固定資産の減価償却費	110	130	118	29	30				130
	ROA	%	経常利益÷総資産 (期首と期末の平均値)	5.5%	5.9%	4.8%	4.2%	4.1%				4.7%
	ROE	%	売上高純利益率×総資産回転率 ×財務レバレッジ	7.3%	10.5%	7.0%	7.3%	8.7%				7.0%
	売上高純利益率	%	当期純利益÷売上高	3.8%	3.9%	3.0%	3.4%	3.6%				-
	総資産回転率* <sup>4</sup>	回	売上高÷総資産	0.77	1.13	1.02	0.91	1.09				-
	財務レバレッジ	倍	総資産÷自己資本	2.5	2.4	2.2	2.4	2.2				-
	ROIC	%	営業利益×(1-法人税率) ÷(期末株主資本+有利子負債)	4.0%	5.1%	4.0%	3.7%	3.7%				-
	BS項目	総資産	億円		3,905	3,674	3,585	3,615	3,640			
有利子負債		億円		1,605	1,462	1,313	1,502	1,335				1,263
NET有利子負債		億円		1,392	1,276	1,108	1,277	1,149				1,050
NET運転資本		億円		171	632	697	661	716				700
自己資本比率		%		40.1%	42.3%	44.6%	42.5%	45.8%				46.2%
負債比率		%		147.9%	134.7%	122.2%	133.8%	116.8%				114.3%
のれん(広義)		億円	のれん(広義)とは、のれんに加え、商標権、 その他無形固定資産等を含んだもの	605	527	466	504	487				435
のれん償却額		億円		7	24	21	5	5				21
のれん(広義)純資産比率		%		38%	33%	29%	32%	29%				26%
D/Eレシオ		倍	有利子負債÷自己資本	1.0	0.9	0.8	1.0	0.8				0.7
Net D/Eレシオ		倍	Net有利子負債(有利子負債-現預金) ÷株主資本	0.9	0.7	0.6	0.7	0.6				0.6
CF項目		営業キャッシュフロー	億円		226	371	382	70	32			
	投資キャッシュフロー	億円		▲791	▲183	▲174	▲48	▲45				▲220
	フリーキャッシュフロー	億円		▲565	188	208	22	▲14				100
	財務キャッシュフロー	億円		655	▲207	▲199	14	▲9				▲95
	CCC	日	2018年度のCCCはプラマ-を除く。 2019年度は15ヶ月決算を12ヶ月に換算し算出	105	113	107	128	103				103

\*<sup>1</sup> FY2019、2020の営業利益成長率は、FY2019が15ヶ月決算の為、表示していません。

\*<sup>2</sup> 過年度のEBITDAは遡及修正した値を記載しています。

\*<sup>3</sup> FY2020.1QとFY2021.1QのROA、ROE、ROICについては、年間換算した参考値を記載しています。

\*<sup>4</sup> 年度は期末総資産、四半期は期首と期末の平均値の総資産を用いて算出しています。

### ※補足：主な設備投資

年度	主な投資項目	億円
2021 1Q	米州 油脂 新拠点設立	2
	米州 プラマ-設備投資	4
	米州 ハラルド新工場・設備投資など	2
	欧州 水溶性えんどう糖類の新工場設立	8
	計	39
2021 計画	米州 油脂 新拠点設立	11
	米州 プラマ-設備投資	42
	米州 ハラルド新工場・設備投資など	25
	中国 生産ライン拡張	23
	計	220

### 株主還元

#### 株主還元方針

- ・配当性向30-40%
- ・安定かつ継続的な配当の実施

#### 1株当たりの配当金の推移 (単位：円)

年度	中間配当	期末配当	合計	配当性向
2013	13	13	26	27.4%
2014	13	17	30	27.6%
2015	17	18	35	32.6%
2016	22	22	44	31.2%
2017	23	25	48	30.0%
2018	25	25	50	37.1%
2019	27	29	56	29.4%
2020	26	26	52	40.6%
2021 予想	26	26	52	38.9%

### 3-1 : 2021年度 連結業績予想

- ・2021年上期業績予想に対する進捗率は営業利益で59%、当期純利益で79%となっておりますが、原料相場の動向、新型コロナウイルスの今後の影響を考慮し、2021年5月11日発表の業績予想を据え置いております。

(単位：億円)

	FY2021 Q1 実績	FY2021 上期 業績予想	FY2021上期 進捗率
売上高	987	1,900	52%
営業利益	41	70	59%
経常利益	37	63	59%
親会社株主に帰属する 当期純利益	35	45	79%

FY2021通期 業績予想	FY2021通期 進捗率
4,000	25%
180	23%
168	22%
115	31%

# 不二製油グループ本社（株） IR参考資料

2021年度（2022年3月期）

- 第1四半期 -

<u>ページ</u>	<u>項目</u>
1	表紙
2	FY2021 1Q Pickup：各エリアのマーケットの状況と販売動向
3	IR補足①：主要製品群の販売数量推移（前年同期比）
4	IR補足②：主要原料チャート（2021年7月末まで）
5	IR補足③：主なトピックス、ピックアップ

FY2021 1Q Pickup : 各エリアのマーケットの状況と販売動向

エリア	1Q（2021年4-6月）マーケット状況と販売動向
日本	<p><b>業務用チョコレート</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土産向け販売数量はコロナの影響を大きく受けた2020年4-6月期より大幅に回復も、2019年4-6月期比では約60%で推移。</li> <li>・2021年4-6月期のアイス業界売上高は、巣ごもり需要の剥落により前年同期比で減少も（当社調べ）、不二製油のアイス用チョコレートの販売数量は前年同期を上回る。</li> </ul> <p><b>乳化・発酵素材</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年のチルドデザート市場規模は2019年比104.0%、また2021年予測は102.4%（*1）とプチ贅沢需要が継続し、デザート向け販売数量は堅調に推移。</li> <li>・2020年4-6月期に減少したカフェ、外食向け販売数量は大幅に回復も、2019年4-6月期比では70%程度で推移。</li> </ul> <p><b>大豆加工素材</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年のプロテイン製品の市場規模は、2019年比115%の見込み。（当社調べ）。</li> <li>・2021年4-6月期もたん白質の需要の高まりは継続しており、大豆たん白素材（粉末状・粒状）の販売は堅調に推移。</li> </ul>
米国	<p><b>植物性油脂</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年4-6月期にコロナ影響で減少した外食向けの販売数量が増加し、油脂全体の販売数量は2019年4-6月期並みの水準に回復。</li> </ul> <p><b>業務用チョコレート(1Q: 2-4月)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2021年2-4月の米国のチョコレート（最終商品）の売上金額は、2020年4-6月のコロナ影響による落込みからの反動により増加。（当社調べ）</li> <li>・健康志向の高まりは継続。シュガーフリー等の健康志向への傾注は、想定通り堅調に推移。</li> </ul>
ブラジル	<p><b>業務用チョコレート</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年4-6月期にコロナ影響で大きく減少した外食や製菓店向けの販売数量が増加し、2019年4-6月期比90%程度まで回復。</li> <li>・コロナを契機に高まるホームユース需要に対応した少量包装品、またチョコレートフィリング等の差別化商品の販売が堅調。</li> </ul>
東南アジア	<p><b>業務用チョコレート</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・（インドネシア）リテール市場、パン市場向けは2020年4-6月期からは回復基調であるものの、コロナの感染拡大により、2019年4-6月期比約60%の推移と回復が遅い。</li> <li>・（豪州）スーパーマーケットで展開しているベーカリー向け製品は堅調な販売推移。</li> </ul>
中国	<p><b>乳化・発酵素材</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国のベーカリー市場規模（成長率）は、2020年は103.0%、2021年（予測）は112.7%（*2）と拡大が継続する見込み。</li> <li>・2020年4-6月期にコロナの影響で低迷していたベーカリー市場の回復に加え、ヒット商品への採用によりフィリングが大幅に増加。</li> </ul>
欧州	<p><b>植物性油脂/業務用チョコレート</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・土産市場はコロナの影響を大きく受けた2020年4-6月期から回復。</li> <li>・欧州の急激な経済回復により、各顧客で在庫積み上げの動きあり。</li> </ul>

出典:\*1:富士経済（2021年 食品マーケティング便覧 総市場分析編 データ） \*2: Euromonitor



IR補足①：主要製品群の販売数量推移（前年同期比）

セグメント	エリア	製品群	2019年度 実績													2020年度 実績(*4)							2021年度 実績							2021年度 1Qポイント		
			2018	1Q		上期	3Q		4Q		下期	Total	1Q	2Q	上期	3Q	4Q	下期	Total	1Q		2Q	上期	3Q	4Q	下期	Total					
				海外 1-3月	海外 4-6月		海外 7-9月	海外 10-12月	海外 20年 1-3月	(*) 海外 19年3- 20年3月										19年度 比(%)	20年度 比											
植物油 油脂	日本	チョコレート用油脂	97%	97%	107%	102%	108%	108%	-	108%	105%	111%	98%	104%	98%	101%	99%	101%	106%	96%											前年度の巣ごもり需要の反動減も、需要は堅調に推移。	
	米州		102%	98%	103%	100%	107%	107%	110%	108%	105%	99%	84%	91%	86%	93%	90%	91%	88%	89%											前年度の巣ごもり需要の反動減も、需要は堅調に推移。	
	東南アジア		98%	103%	96%	100%	96%	80%	95%	90%	94%	80%	78%	79%	96%	86%	91%	85%	74%	93%											需要回復の遅れが継続。	
	中国		91%	73%	97%	83%	65%	83%	52%	68%	74%	98%	81%	89%	93%	112%	98%	93%	71%	72%											前年度の巣ごもり需要の反動により減少。	
	欧州		93%	84%	83%	84%	78%	103%	93%	91%	88%	69%	86%	78%	80%	136%	103%	91%	124%	180%											前年度のコロナ影響からの反動増に加え、急速な経済活動再開を受けた顧客での在庫積み増しの動きにより増加。	
	合計		100%	96%	97%	97%	96%	94%	97%	96%	96%	88%	84%	87%	91%	98%	94%	90%	89%	101%												
業務用 チョコレート	日本	チョコレート (カカオ製品含む)	96%	93%	103%	98%	100%	102%	-	101%	100%	94%	94%	94%	95%	105%	100%	97%	107%	114%											前年度から土産向けが回復、またアイス向けも堅調に推移し、19年度を上回る推移。	
	米州(ブラジル)		101%	82%	131%	96%	105%	128%	105%	113%	106%	47%	114%	84%	100%	114%	106%	98%	101%	218%											コロナ影響を大きく受けた前年度からの回復。19年度並みの水準で推移。	
	東南アジア		103%	119%	127%	123%	106%	101%	98%	102%	110%	82%	92%	87%	95%	105%	100%	94%	96%	117%											前年度のコロナ影響からは回復も、19年度は下回って推移。	
	中国		122%	99%	104%	101%	106%	121%	82%	105%	103%	143%	194%	172%	156%	255%	190%	182%	165%	115%											巣ごもり需要の剥落はあったが、ブラマー上海の数量増加が寄与。	
	欧州		123%	123%	106%	114%	114%	95%	97%	102%	106%	77%	81%	79%	89%	110%	99%	88%	117%	152%											前年度のコロナ影響からの反動増に加え、急速な経済活動再開を受けた顧客での在庫積み増しの動きにより増加。	
	合計(ブラマー除く)		103%	95%	115%	104%	104%	111%	101%	106%	105%	79%	103%	92%	100%	113%	106%	99%	105%	133%												
	ブラマー(*1)		-	107%	98%	102%	93%	91%	-	92%	97%	100%	82%	90%	102%	94%	98%	94%	105%	106%											(2-4月) チョコレートの堅調な需要に加え、4月は前年度のコロナ影響からの反動により増加。	
合計(ブラマー含む)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105%	116%													
乳化・発酵 素材	日本	クリーム	99%	107%	104%	105%	97%	96%	-	97%	101%	87%	97%	92%	102%	101%	101%	97%	104%	119%										前年度大きく減少したカフェや外食向けの数量の回復、デザート向けの堅調な販売により、19年度を上回る推移。		
		マーガリン ショートニング	96%	84%	85%	85%	82%	86%	-	84%	84%	82%	88%	85%	96%	97%	96%	90%	83%	102%										前年度から土産向けは回復も、コンビニ向けの回復が遅く、19年度は下回る推移。		
	東南アジア	クリーム	110%	116%	116%	116%	130%	105%	85%	104%	110%	69%	109%	89%	99%	90%	96%	92%	108%	157%									前年度のコロナ影響の反動増に加え、製菓原料販売店向けの堅調な販売により増加。			
	中国	マーガリン ショートニング	103%	94%	88%	91%	83%	86%	77%	82%	86%	93%	107%	100%	105%	132%	115%	107%	109%	118%										前年度のコロナ影響の反動増に加え、積極的な拡販により増加。		
		フィリング	142%	115%	114%	114%	98%	98%	72%	90%	99%	94%	112%	103%	104%	155%	124%	113%	135%	144%										前年度のコロナ影響の反動増に加え、ヒット商品の貢献により大幅に増加。		
大豆加工 素材	日本	大豆たん白素材	104%	101%	104%	103%	102%	109%	-	106%	104%	108%	108%	108%	106%	106%	106%	107%	113%	106%										プロテイン商品、健康菓子向けが堅調に推移。		
		大豆たん白食品	93%	108%	102%	105%	98%	98%	-	98%	101%	93%	104%	99%	96%	101%	98%	99%	100%	107%										前年度コロナ影響で減少した給食向けの反動増により増加。		
		機能剤	101%	96%	90%	93%	110%	83%	-	95%	94%	103%	88%	95%	89%	106%	97%	96%	107%	103%										飲料向けの販売数量が増加。		

注）製品区分の見直し等により、過年度の実績値を遡及修正した場合は、当資料も遡及修正後の数値に基づき再表示しております。

\*1:ブラマーのP/L連結は2019年1Qから開始、参考値として連結前の同月期の販売数量実績対比の指数を記載しております。

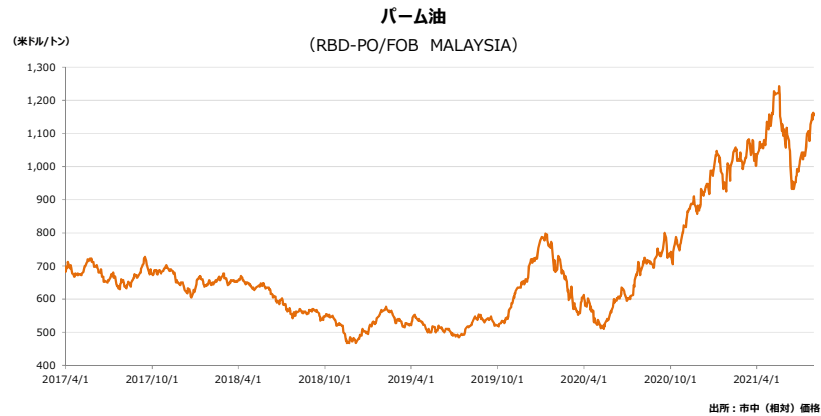
\*2:2019年度下期（海外7-3月）については、日本等の3月決算の会社は10-3月を、12月から3月に決算期を変更した海外グループ会社は7-3月の前年同期間を比較しております。

\*3:2019年度Totalについては、従来より3月決算の会社の12ヶ月間の販売数量と、決算期を12月から3月に変更した海外グループ会社の15ヶ月間の販売数量の合計を、前年同月比で比較しております。

\*4:2020年度については、2019年度に決算期を12月から3月に変更した海外グループ会社については、前年同月比で比較しております。

\*5:2021年度実績の2019年度比については、2019年度に決算期変更を行った海外グループ会社は、2019年4-6月の販売数量と比較しております。

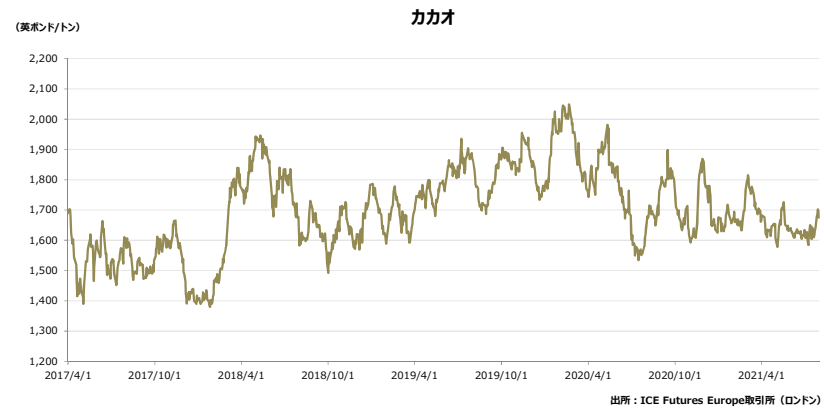
IR補足②：主要原料チャート（2021年7月末まで）



【市況】  
2021年6月半ばまでは他植物油の上昇に追随し高値圏で推移も、生産量増加、インドの新型コロナウイルスの感染拡大を主とするパーム油需要減退、シカゴ大豆油の急落などの弱材料が揃い下落。7月に入りマレーシアでの労働者不足問題による在庫減少の予測や、シカゴ大豆の上昇に連れ高騰。

【強材料】  
マレーシアでの新型コロナウイルスの感染再拡大による労働者不足。増産の抑制懸念。米国天候懸念等による大豆油の動向。

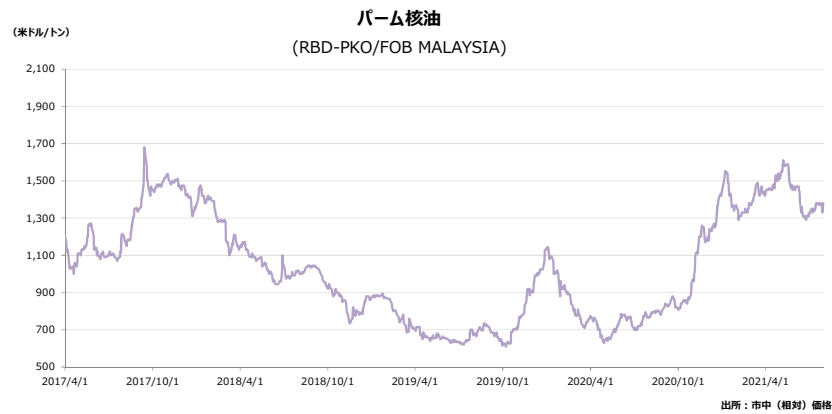
【弱材料】  
2021年後半～2022年の生産量増加の期待。金融緩和施策の引き締めによる資金流出。



【市況】  
コロナ禍で他商品同様に投機資金の流入はあったが、需要が回復せず。2021年6月までは産地国での豆の販売が例年より遅れており、相場に一定の下げ圧力がかかっている状態であったが、結果としては例年並みの成約量まで回復。一方、西アフリカ産カカオ豆の豊作によりもみ合いが続く展開となっている。

【強材料】  
経済活動再開に伴う需要の回復。

【弱材料】  
需要を上回る生産量の増加の見込み。消費動向は回復傾向も、新型コロナウイルスの感染再拡大による需要の不透明感。



【市況】  
2021年6月半ばまでは他植物油の上昇に追随し高値圏で推移も、シカゴ大豆油の急落の流れを受け下落。7月に入りパーム油の上昇に連動し、再度上昇に転じる。

【強材料】  
マレーシアでの新型コロナウイルスの感染再拡大による労働者不足。増産の抑制懸念。

【弱材料】  
類似物性をもつヤシ油の増産期待。



【市況】  
昨年より需給の逼迫を背景に上昇を続け、2021年4月以降は植物油脂、穀物全般にさらに拍車がかかり急騰。その後6月に入り米国での乾燥懸念の解消や、再生可能燃料基準の緩和の可能性を受け急落。しかし、7月に入り米国の天候懸念が再燃、低在庫率が続いており再度上昇に転じる。

【強材料・弱材料】  
米国の再生可能燃料基準の動向、また米国産大豆の収穫状況により、値動きの激しい状況が続くとみられる。

## IR補足③：主なトピックス、ピックアップ

### ●2021年度 1Q 主なトピックス（日付はHPリリース公開日）

日付	Topics
2021.4.2	サプライヤー行動規範の策定による持続可能な開発への取り組み強化
2021.4.7	オランダのフードテック特化型大手ファンドへの出資
2021.4.22	One Tree Plantedとの契約によるガーナ西部への10万本の植樹
2021.5.20	2021国連食料システムサミットにて、持続可能な原料調達および 地球環境負荷低減に関する2030年コミットメントを表明
2021.6.1	「責任ある大豆、大豆製品の調達方針」策定
2021.6.1	持続可能な開発を目指した「責任あるシアカーネルの調達方針」を策定
2021.6.21	「FTSE 4GOOD Index Series」「FTSE Blossom Japan Index」構成銘柄に初選定
2021.6.23	第93回定時株主総会
2021.6.25	責任あるパーム油調達方針 進捗レポート（2020年7月～12月）

### ●ピックアップ

#### コロナ禍における新たな提案方法

中国のベーカリー市場はブーム性が強く、ヒット商品が定期的に入れ替わるため、常に新しいアイデアを提案し続けていくことが求められます。当社では新型コロナウイルス感染拡大を契機に、WEBを活用した提案方法を積極化し、幅広い顧客へのアプローチを行うことで、さまざまな提案をタイムリーに行っています。



#### マリトッツォのブーム

現在、日本においてマリトッツォ（プリオッシュ生地に大量のクリームをはさんだスイーツ）がブームになっており、不二製油のクリーム製品の販売数量増加に繋がっています。

