

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4四半期 -

ページ	項目
1	表紙
2	0-1 : 注記 / 為替情報
3	1-1 : 2021年度 連結業績 4Q(3ヶ月)
4	1-2 : 2021年度 連結業績 4Q累計
5	2-1 : 主な指標
6	3-1 : 2022年度 連結業績予想
7	3-2 : 2022年度 連結業績予想（通期/事業別・所在地別マトリクス）

0-1 : 注記 / 為替情報

注記情報

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	2021年度	対前期比		2022年度
		期末	期末	差	増減率	計画前提
\$	P/L	106.06	112.38	+6.32	+6.0%	125.00
	B/S	110.71	122.39	+11.68	+10.6%	-
BRL	P/L	19.62	21.10	+1.48	+7.5%	19.52
	B/S	19.44	25.83	+6.39	+32.9%	-
€	P/L	123.70	130.56	+6.86	+5.5%	132.00
	B/S	129.80	136.70	+6.90	+5.3%	-
人民元	P/L	15.67	17.51	+1.84	+11.7%	17.17
	B/S	16.84	19.26	+2.42	+14.4%	-

・2021年度のブラマーに適用した為替レート(\$)は、P/L 110.73、B/S 113.84

1-1: 2021年度 連結業績4Q(3ヶ月)

(単位: 億円)

	FY2020 4Q実績	FY2021 4Q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	262	385	+123	米州・欧州での販売数量の増加、原材料価格上昇による販売価格改定により増収。
	業務用チョコレート	404	477	+74	ブラジル、欧州、東南アジアでの販売数量の増加、原材料価格上昇による販売価格改定により増収。
	乳化・発酵素材	170	197	+27	中国などでの販売数量の増加、原材料価格上昇による販売価格改定により増収。
	大豆加工素材	80	80	▲1	販売数量が増加も、中国大豆たん白食品事業の譲渡により減収。
	合計	916	1,139	+223	
営業利益	植物性油脂	23	17	▲6	【↑】欧州での土産市場回復による販売数量の増加。東南アジアでの販売が好調に推移。 【↓】米国新工場のコロナ影響による稼働遅れに伴う拡販の遅れ。原材料価格、人件費、物流費の上昇による採算性の低下。
	業務用チョコレート	22	23	+1	【↑】各エリアで需要の回復に対応した拡販により販売数量が増加。 【↓】米国の物流費等の上昇による採算性の低下。
	乳化・発酵素材	5	▲0	▲5	【↑】日本の洋菓子、中国のベーカリー市場での販売数量の増加。 【↓】原材料価格上昇による中国・東南アジアでの採算性の低下。
	大豆加工素材	5	0	▲5	【↑】新工場稼働による大豆たん白素材の販売数量の増加。 【↓】コモディティ品の競争に加え、原材料価格上昇による採算性の低下。
	グループ管理費用	▲11	▲10	+1	
合計	44	31	▲13		
営業利益率	4.8%	2.7%	▲2.1pt		
経常利益	47	26	▲21		
親会社株主に帰属する四半期純利益	24	21	▲3		

●業績概要

売上高：原材料価格の上昇に対応した販売価格改定及び販売数量の増加により223億円の増収になりました。
営業利益：コロナウイルスからの回復に伴う販売数量の増加及び原材料価格の上昇に応じた販売価格改定に注力しましたが、米国油脂事業の新工場稼働遅れによる拡販の遅れ、物流費やエネルギーコストの上昇に伴う採算性の低下を主要因に13億円の減益となりました。

●特記事項

・上記の連結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年度より、大豆加工素材事業の豆乳およびUSS豆乳製品を乳化・発酵素材事業に組み替えたため、2020年度の値を遡及修正して表示しております。

1-2: 2021年度 連結業績 4Q累計

(単位: 億円)

		FY2020 実績	FY2021 実績	前期比 増減額	増減要因(対前期比較)
売上高	植物性油脂	984	1,350	+366	欧州での販売数量の増加、原材料価格上昇による販売価格改定により増収。
	業務用チョコレート	1,624	1,855	+231	ブラジルを主とした各エリアでの販売数量の増加により増収。
	乳化・発酵素材	706	791	+85	日本におけるトーラクの譲渡による減収要因はあったが、中国を主とした各エリアでの販売数量の増加、原材料価格上昇による販売価格改定により増収。
	大豆加工素材	333	342	+8	大豆たん白素材の販売数量の増加、原材料価格上昇による販売価格改定により増収。
	合計	3,648	4,338	+691	
営業利益	植物性油脂	79	74	▲5	【△】欧州での土産市場回復による販売数量の増加。東南アジアでの販売が好調に推移。 【▽】米国新工場のコロナ影響による稼働遅れに伴う拡販の遅れ。原材料価格、人件費、物流費の上昇による採算性の低下。
	業務用チョコレート	76	75	▲1	【△】コロナ禍からの需要回復を確実にとらえた積極的な拡販活動により、日本、ブラジル、オーストラリアでの販売数量が増加。 【▽】前期のプラマーでのカカオ先物評価益の剥落、及び米国の物流費等の上昇による採算性の低下。
	乳化・発酵素材	27	16	▲11	【△】顧客需要をとらえた積極的な拡販による販売数量の増加に加え、日本の洋菓子向けの販売数量の増加。 【▽】原材料価格上昇により、中国・東南アジアを中心に採算性が低下。
	大豆加工素材	35	21	▲13	【△】日本でのプロテイン飲料や健康食品向けの大豆たん白素材の堅調な需要により販売数量が増加。 【▽】コモディティ品の競争に加え、原材料価格上昇による採算性の低下。前期比では欧州の新工場の費用も負担。
	グループ管理費用	▲38	▲37	+0	
	合計	179	150	▲29	
営業利益率		4.9%	3.5%	▲1.5pt	
経常利益		176	144	▲32	
親会社株主に帰属する当期純利益		110	115	+5	固定資産売却益の計上等により増益。

●業績概要

売上高：原材料価格上昇による販売価格改定及び販売数量の増加により691億円の増収になりました。
営業利益：コロナウイルスからの回復に伴う販売数量の増加及び原材料価格の上昇に応じた販売価格改定に注力しましたが、前期のプラマーでのカカオ先物評価益の剥落、米国油脂事業の新工場稼働遅れによる拡販の遅れ、物流費やエネルギーコストの上昇に伴う採算性の低下を主要因に29億円の減益となりました。

●特記事項

・上記の連結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年度より、大豆加工素材事業の豆乳およびUSS豆乳製品を乳化・発酵素材事業に組み替えたため、2020年度の値を遡及修正して表示しております。

2-1:主な指標

大項目	項目	単位	備考	2019 15ヶ月決算	2020	2021(累計実績)				2022 予想
						1Q	2Q	3Q	4Q	
PL項目	営業利益	億円		236	179	41	79	119	150	165
	営業利益成長率	%		*2	*2	▲3.4%	+7.8%	▲11.8%	▲16.2%	+9.9%
	EBITDA	億円		415	343	83	163	248	324	349
	設備投資	億円	有形固定資産の設備投資	180	208	39	84	138	173	200
	減価償却	億円	有形固定資産の減価償却費	130	118	30	61	93	127	138
	ROA	%	経常利益÷総資産	5.9%	4.8%	4.1%	4.2%	4.1%	3.7%	3.7%
	ROE	%	売上高純利益率×総資産回転率 ×財務レバレッジ	10.5%	7.0%	8.7%	7.3%	7.5%	6.6%	5.5%
	売上高純利益率	%	当期純利益÷売上高	3.9%	3.0%	3.6%	2.9%	2.9%	2.7%	2.2%
	総資産回転率	回	売上高÷総資産	1.13	1.01	1.09	1.12	1.12	1.12	1.19
	財務レバレッジ	倍	総資産÷自己資本	2.4	2.2	2.2	2.2	2.3	2.2	2.2
ROIC	%	営業利益×(1-法人税率)÷(有利子負債+自己資本)	5.4%	4.3%	3.9%	3.7%	3.5%	3.1%	3.3%	
BS項目	総資産	億円		3,674	3,585	3,640	3,736	4,025	4,166	4,319
	有利子負債	億円		1,462	1,313	1,335	1,350	1,483	1,488	1,455
	NET有利子負債	億円		1,276	1,108	1,149	1,191	1,281	1,328	1,305
	NET運転資本	億円		632	697	716	719	706	805	882
	自己資本比率	%		42.3%	44.6%	45.8%	45.3%	43.4%	44.7%	45.6%
	負債比率	%		134.7%	122.2%	116.8%	119.0%	128.5%	121.9%	115.6%
	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	527	466	487	479	484	499	541
	のれん償却額	億円		24	21	5	11	16	22	21
	のれん(広義)純資産比率	%		33%	29%	29%	28%	27%	26%	26%
	D/Eレシオ	倍	有利子負債÷自己資本	0.94	0.82	0.80	0.80	0.85	0.80	0.74
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	0.75	0.63	0.65	0.66	0.71	0.73	0.69	
CF項目	営業キャッシュフロー	億円		371	382	32	31	17	35	257
	投資キャッシュフロー	億円		▲183	▲174	▲45	▲82	▲129	▲188	▲186
	フリーキャッシュフロー	億円		188	208	▲14	▲51	▲112	▲153	71
	財務キャッシュフロー	億円		▲207	▲199	▲9	3	104	94	▲80
	CCC	日	2019年度は15ヶ月決算を12ヶ月に換算し算出	113	107	103	105	110	115	108

*1 一部数値の見直しにより、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。

*2 FY2019、2020の営業利益成長率：FY2019が15ヶ月決算のため非表示。

*3 FY2021.1Q～3Q累計のROA、ROE、ROIC：年間換算した参考値を記載。

*4 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。

※補足：主な設備投資

年度	主な投資項目	億円
2021	米州 油脂 新拠点設立	10
4Q累計	米州 プラマ-設備投資	29
	米州 ハラルド新工場・設備投資など	13
	欧州 水溶性えんどう糖類の新工場設立	23
	計	173

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
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	26	26	52	38.9%
2022 予想	26	26	52	42.6%

3-1： 2022年度 連結業績予想

(単位：億円)

		通期			
		FY2021 実績	FY2022 予想	増減額	備考
売上高	植物性油脂	1,350	1,685	+335	米国の新工場の通年稼働による販売数量の増加と、原材料価格上昇に応じた適正価格への改定により増収。
	業務用チョコレート	1,855	1,900	+45	米国、ブラジル等での販売数量の増加により増収。
	乳化・発酵素材	791	806	+15	中国での販売数量の増加により増収。
	大豆加工素材	342	409	+67	原材料価格上昇に応じた適正価格への改定により増収。
	合計	4,338	4,800	+462	
営業利益	植物性油脂	74	68	▲6	米国新工場の通年稼働による販売数量の増加を見込むものの、前期好調に推移した東南アジアでの反動減、原材料価格上昇による採算性の低下等により減益。
	業務用チョコレート	75	88	+12	米国での生産性の改善やブラジルでの高付加価値品の拡販等により増益。
	乳化・発酵素材	16	28	+12	中国での販売数量の増加に加え、東南アジア、中国での適切な価格改定により増益。
	大豆加工素材	21	25	+3	原材料価格上昇に応じた適正価格への改定に加え、健康分野などの拡販により増益。
	グループ管理費用	▲37	▲43	▲6	
合計	150	165	+15		
営業利益率		3.5%	3.4%	▲0.0pt	
経常利益		144	158	+14	
親会社株主に帰属する当期純利益		115	105	▲10	前期の特別利益の剥落により減益。

●業績概要

売上高：米国油脂事業の新工場の通年稼働や拡販等による販売数量の増加、原材料価格上昇に応じた適正価格への改定により462億円の増収を計画。
 営業利益：原材料価格の上昇や東南アジア油脂事業での前期からの反動減があるものの、米国油脂事業の新工場の通年稼働、米国業務用チョコレート事業の生産性の改善、高付加価値品の拡販、原材料価格上昇に応じた適正価格への改定等により15億円の増益を計画。

●特記事項

・上記の業績予想は億円未満を四捨五入した数値を記載しております。

3-2 : 2022年度 連結業績予想 (通期/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	
		前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	
植物性油脂	2022 予想	43,700	+313	75,500	+31,661	23,000	+2,018	1,800	▲1,194	24,500	+728	168,500	+33,524
	2021 実績	43,387	+8,166	43,839	+13,506	20,982	+5,995	2,994	+280	23,772	+8,616	134,976	+36,563
	2020 実績	35,221		30,333		14,987		2,714		15,156		98,413	
業務用チョコレート	2022 予想	41,800	+2,263	124,900	+2,667	13,400	+860	5,000	▲1,392	4,900	+66	190,000	+4,460
	2021 実績	39,537	+3,266	122,233	+14,495	12,540	+2,811	6,392	+764	4,834	+1,758	185,540	+23,094
	2020 実績	36,271		107,738		9,729		5,628		3,076		162,445	
乳化・発酵素材	2022 予想	51,400	+108	-	-	11,700	▲281	17,500	+1,628	-	-	80,600	+1,454
	2021 実績	51,292	+1,567	-	-	11,981	+2,773	15,872	+4,208	-	-	79,146	+8,547
	2020 実績	49,725		-	-	9,208		11,664		-	-	70,599	
大豆加工素材	2022 予想	39,600	+7,285	-	-	-	-	1,100	▲752	200	+200	40,900	+6,733
	2021 実績	32,315	+671	-	-	-	-	1,852	+175	-	-	34,167	+845
	2020 実績	31,644		-	-	-	-	1,677		-	-	33,321	
売上高計	2022 予想	176,500	+9,967	200,400	+34,327	48,100	+2,596	25,400	▲1,711	29,600	+993	480,000	+46,169
	2021 実績	166,533	+13,670	166,073	+28,002	45,504	+11,579	27,111	+5,426	28,607	+10,375	433,831	+69,051
	2020 実績	152,863		138,071		33,925		21,685		18,232		364,779	

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	
		前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比		
植物性油脂	2022 予想	3,448	▲358	1,457	+1,124	1,017	▲1,103	▲150	▲161	957	▲279	28	+135	-	-	6,758	▲643
	2021 実績	3,806	▲644	333	▲1,594	2,120	+1,029	11	▲156	1,236	+1,161	▲107	▲267	-	-	7,401	▲470
	2020 実績	4,450		1,927		1,091		167		75		160		-	-	7,872	
業務用チョコレート	2022 予想	6,024	▲301	1,864	+1,620	1,009	+358	▲273	▲408	120	▲54	29	+12	-	-	8,772	+1,224
	2021 実績	6,325	+451	244	▲1,024	651	+302	135	+301	174	▲59	17	▲31	-	-	7,548	▲59
	2020 実績	5,874		1,268		349		▲166		233		48		-	-	7,608	
乳化・発酵素材	2022 予想	1,502	▲292	-	-	12	+876	1,219	+689	-	-	34	▲123	-	-	2,767	+1,150
	2021 実績	1,794	+332	-	-	▲864	▲712	530	▲788	-	-	157	+82	-	-	1,617	▲1,085
	2020 実績	1,462		-	-	▲152		1,318		-	-	75		-	-	2,703	
大豆加工素材	2022 予想	2,584	+535	-	-	-	-	474	+157	▲600	▲304	39	▲39	-	-	2,496	+347
	2021 実績	2,049	▲1,254	-	-	-	-	317	▲14	▲296	▲170	78	+102	-	-	2,149	▲1,334
	2020 実績	3,303		-	-	-	-	331		▲126		▲24		-	-	3,484	
連結調整	2022 予想	-	▲150	-	▲7	-	+5	-	▲3	-	+13	-	+163	-	-	-	+20
	2021 実績	150	+100	7	+3	▲5	▲10	3	▲16	▲13	▲133	▲163	+37	-	-	▲20	▲20
	2020 実績	50		4		5		19		120		▲200		-	-	-	
グループ管理費用	2022 予想	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲4,293	▲605	▲4,293	▲605
	2021 実績	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲3,688	+68	▲3,688	+68
	2020 実績	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲3,756		▲3,756	
営業利益計	2022 予想	13,557	▲570	3,321	+2,737	2,038	+136	1,270	+271	476	▲625	130	+148	▲4,293	▲605	16,500	+1,492
	2021 実績	14,127	▲1,013	584	▲2,616	1,902	+608	999	▲671	1,101	+798	▲18	▲76	▲3,688	+68	15,008	▲2,903
	2020 実績	15,140		3,200		1,294		1,670		303		58		▲3,756		17,911	

*2021年度から、大豆加工素材事業に含まれていた豆乳及びUSS豆乳製品を乳化・発酵素材事業に変更したため、2020年度実績を遡及修正して表示しています。

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4四半期 -

<u>ページ</u>	<u>項目</u>
1	表紙
2	FY2021 4Q 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（2022年4月末まで）
5	IR補足③：主なトピックス、ピックアップ

FY2021 4Q Pickup : 各エリアのマーケットの状況と販売動向

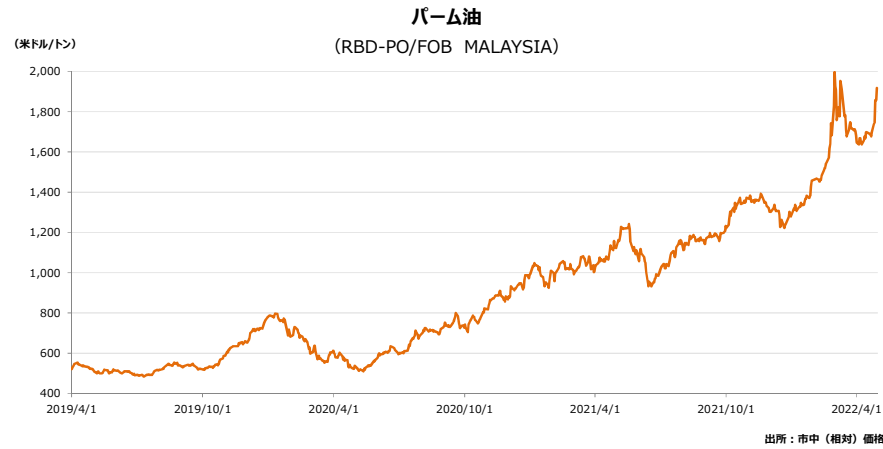
エリア	4Q（2022年1-3月）マーケット状況と販売動向
日本	<p>業務用チョコレート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土産向け販売数量は新型コロナウイルスから回復基調であった2021年1-3月期比で増加するも、2020年1-3月期比では約87%で推移。 ・アイス向けの減少、巣ごもり需要の剥落はあったが、チョコレート全体では外食、コンビニ向け企画などの採用が寄与し、2021年1-3月期比で増加。 <p>乳化・発酵素材</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プチ贅沢需要が継続し、洋菓子向け販売数量は堅調に推移。 <p>大豆加工素材</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2022年1-3月期は、粒状大豆たん白は家庭用冷凍食品や健康食品、シリアル向けの堅調な販売により、2021年1-3月期比で増加。 ・機能剤は、2021年1-3月期並みで推移。
米国	<p>植物性油脂</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大手菓子市場向けのチョコレート用油脂の販売数量が2021年1-3月比で増加。 ・物流混乱、労働者不足の影響が継続。 <p>業務用チョコレート(4Q: 11-1月)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2021年の米国のチョコレート市場の売上金額は前年比で伸長しており、安定した需要が継続。 ・需要は堅調な一方、物流混乱、労働者不足の影響も継続。
ブラジル	<p>業務用チョコレート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各種キャンペーンによる拡販により、好調に推移した2021年1-3月期より増加。
東南アジア	<p>業務用チョコレート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・（インドネシア）2021年10-12月の需要の反動で2022年1月は販売が伸び悩むも、4月からの消費税増税に備え、3月小売市場向けに数量が増加。 ・新型コロナウイルスの新規感染者数は減少傾向で、外食市場の需要は堅調。
中国	<p>乳化・発酵素材</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客開拓などにより数量伸長。
欧州	<p>植物性油脂/業務用チョコレート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土産市場は新型コロナウイルスの影響を受けた2021年1-3月期から回復。

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 ポイント				
			1Q	2Q	上期	3Q	4Q	4Q	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 1-6月	海外 7-9月	海外 10-12月	海外 20年 1-3月	海外 19年1- 20年3月								19年度 比(+%)	20年度 比(+%)	19年度 比(+%)	20年度 比(+%)	19年度 比(+%)	20年度 比(+%)	19年度 比(+%)	20年度 比(+%)	19年度 比(+%)	20年度 比(+%)	19年度 比(+%)		20年度 比(+%)	19年度 比(+%)	20年度 比(+%)	19年度 比(+%)
植物性 油脂	日本	チョコレート用油脂	97%	107%	102%	108%	108%	-	108%	105%	111%	98%	104%	98%	101%	99%	101%	106%	96%	99%	102%	103%	99%	100%	102%	99%	98%	100%	100%	101%	100%	チョコレート菓子の堅調な需要が継続。
	米州		98%	103%	100%	107%	107%	110%	108%	105%	99%	84%	91%	86%	93%	90%	91%	88%	89%	94%	112%	91%	99%	85%	100%	95%	102%	91%	101%	91%	100%	物流の混乱等の要因はあったが前年並みで着地。
	東南アジア		103%	96%	100%	96%	80%	95%	90%	94%	80%	78%	79%	96%	86%	91%	85%	74%	93%	76%	98%	75%	95%	92%	96%	88%	103%	90%	99%	82%	97%	高付加価値品であるCBEは堅調に推移も、チョコレート用油脂全体では前年を下回る。
	中国		73%	97%	83%	65%	83%	52%	68%	74%	98%	81%	89%	93%	112%	98%	93%	71%	72%	62%	77%	66%	75%	50%	54%	71%	63%	56%	57%	62%	66%	採算性重視の施策により、低収益の製品群の数量が減少。 *数量が少なく顧客の引き取りタイミングによって数量大きく増減。
	欧州		84%	83%	84%	78%	103%	93%	91%	88%	69%	86%	78%	80%	136%	103%	91%	124%	180%	133%	153%	129%	164%	107%	135%	141%	104%	122%	118%	125%	137%	土産市場の回復に加え、自社サプライチェーンの有効活用による積極拡販により増加。
	合計		96%	97%	97%	96%	94%	97%	96%	96%	88%	84%	87%	91%	98%	94%	90%	89%	101%	93%	110%	92%	106%	93%	102%	99%	101%	96%	102%	93%	103%	
業務用 チョコレート	日本	チョコレート (カカオ製品含む)	93%	103%	98%	100%	102%	-	101%	100%	94%	94%	94%	95%	105%	100%	97%	107%	114%	100%	106%	104%	110%	100%	104%	102%	97%	101%	101%	102%	105%	土産市場の回復に加え、パン、ドーナツ向けの販売数量が増加。
	米州(ブラジル)		82%	131%	96%	105%	128%	105%	113%	106%	47%	114%	84%	100%	114%	106%	98%	101%	218%	141%	123%	123%	147%	102%	102%	137%	121%	118%	111%	120%	123%	生産効率向上により需要に対応でき、販売数量が伸長。
	東南アジア		119%	127%	123%	106%	101%	98%	102%	110%	82%	92%	87%	95%	105%	100%	94%	96%	117%	99%	110%	99%	113%	101%	106%	112%	106%	106%	106%	102%	109%	インドネシアではリテール、パン向けの販売数量が回復。 豪州は堅調に推移。
	中国		99%	104%	101%	106%	121%	82%	105%	103%	143%	194%	172%	156%	255%	190%	182%	165%	115%	161%	83%	163%	95%	166%	106%	196%	77%	176%	93%	170%	94%	前年度比で減少も販売は底堅く推移。
	欧州		123%	106%	114%	114%	95%	97%	102%	106%	77%	81%	79%	89%	110%	99%	88%	117%	152%	114%	125%	109%	137%	135%	152%	142%	129%	138%	139%	122%	138%	前年度の新型コロナウイルス影響からの反動増に加え、 スポット需要獲得により増加。
	合計(プラマーを除く)		95%	115%	104%	104%	111%	101%	106%	105%	79%	103%	92%	100%	113%	106%	99%	105%	133%	115%	112%	110%	120%	106%	106%	122%	108%	113%	107%	112%	113%	
	プラマー(*1)		107%	98%	102%	93%	91%	-	92%	97%	100%	82%	90%	102%	94%	98%	94%	105%	106%	88%	108%	96%	107%	98%	96%	92%	98%	95%	96%	95%	101%	(11-1月)チョコレート市場の需要は堅調であるが、3Q以降、ドライバー不足や米国労働市場の混乱の影響により減少。
合計(プラマー含む)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	105%	116%	101%	110%	102%	113%	102%	100%	105%	103%	103%	102%	103%	107%			
乳化・発酵 素材	日本	クリーム	107%	104%	105%	97%	96%	-	97%	101%	87%	97%	92%	102%	101%	101%	97%	104%	119%	105%	108%	104%	113%	108%	106%	99%	99%	104%	103%	104%	108%	コンビニ菓子、パン向けの販売が好調。
		マーガリン ショートニング	84%	85%	85%	82%	86%	-	84%	84%	82%	88%	85%	96%	97%	96%	90%	83%	102%	86%	98%	84%	100%	93%	98%	88%	91%	91%	94%	88%	97%	パン、洋菓子向けは増加も、マーガリンの受託製造が減少。
	東南アジア	クリーム	116%	116%	116%	130%	105%	85%	104%	110%	69%	109%	89%	99%	90%	96%	92%	108%	157%	78%	72%	93%	105%	79%	79%	112%	124%	93%	97%	93%	101%	前年度の外出規制解除後のスポット需要の剥落。 19年度比では、子会社の連結除外の影響により減少。
	中国	マーガリン ショートニング	94%	88%	91%	83%	86%	77%	82%	86%	93%	107%	100%	105%	132%	115%	107%	109%	118%	101%	94%	105%	105%	127%	121%	155%	117%	138%	119%	120%	112%	ベーカリー向けの堅調な需要が継続。
		フィリング	115%	114%	114%	98%	98%	72%	90%	99%	94%	112%	103%	104%	155%	124%	113%	135%	144%	125%	111%	130%	126%	128%	123%	177%	115%	148%	119%	138%	122%	堅調な需要が継続。
大豆加工 素材	日本	大豆たん白素材	101%	104%	103%	102%	109%	-	106%	104%	108%	108%	106%	106%	106%	107%	113%	106%	111%	103%	112%	104%	108%	102%	108%	102%	108%	102%	110%	103%	家庭用冷凍食品や、健康食品・シリアル向けに堅調に推移。	
		大豆たん白食品	108%	102%	105%	98%	98%	-	98%	101%	93%	104%	99%	96%	101%	98%	99%	100%	107%	100%	96%	100%	102%	96%	100%	100%	99%	98%	99%	99%	100%	宅配需要は剥落も、外食市場への販売数量が増加。
		機能剤	96%	90%	93%	110%	83%	-	95%	94%	103%	88%	95%	89%	106%	97%	96%	107%	103%	87%	99%	97%	101%	87%	99%	105%	99%	96%	99%	97%	100%	飲料向けは新型コロナウイルスの影響を受けた前年度並みで推移。

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:プラマーのPL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、日本などの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月の前年同期期と比較しております。
*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、前年同期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、前年同期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、2019年度に決算期変更を行った海外グループ会社は同期間と比較しております。

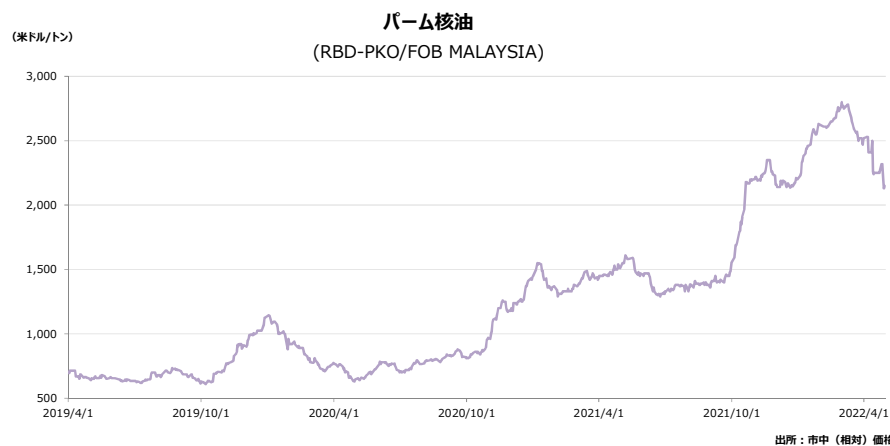
IR補足②：主要原料チャート（2022年4月末まで）



【市況】
ロシア・ウクライナ情勢の長期化、パーム油在庫低水準を受け、過去最高値を更新。各国の施策も影響。植物油市況全般高の状況が続く。
強材料：ウクライナのひまわり油輸出減により、パーム油の需要増加。
弱材料：相場高騰による需要縮小懸念、大豆油や菜種油との値差縮小。マレーシアの生産回復期待。（外国人労働者の入国再開）



【市況】
それぞれの強弱の状況によりレンジ相場が続く。トレンドを変える大きな材料はない状況。
強材料：低調なガーナの生産量、西アフリカの降雨不足。
弱材料：低調な北米での磨砕量、マクロ経済のリスクオフの流れ。（各国中銀緩和政策終結・利上げ観測、ウクライナ情勢）



【市況】
3月度の需要統計でパーム核油の生産量が前月を上回ったこと、外国人労働者の入国再開による生産量の回復期待により、ピーク時よりは下落も依然高水準。
強材料：パーム油をはじめとする植物油全般の強地合、ロシア・ウクライナ情勢。
弱材料：マレーシアの生産回復期待。（外国人労働者の入国再開）



【市況】
ウクライナ侵攻の長期化予測、米国での好調な大豆の搾油などから、大豆も上昇基調。
強材料：ロシアのウクライナへの軍事侵攻による、原油高、飼料穀物高。南米産大豆の更なる生産高引き下げの懸念。
弱材料：米国産大豆、22/23年度作付け面積増加の可能性。中国産大豆の作付け面積増加による生産高増加。

IR補足③：主なトピックス、ピックアップ

●2021年度 主なトピックス（日付は当社WEBサイトでの公開日）

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）
2021.8.3	オランダのFoodvalleyにグローバルイノベーションセンターヨーロッパ設立
2021.8.20	「サステナビリティレポート2021」を公開
2021.9.10	「統合報告書2021」発行
2021.9.16	10月に有楽町でプラントベース食のUPGRADE ポップアップ開催
2021.10.12	土壌浄化に大豆ホエイをアップサイクル『ソイビオMA』を発売

日付	Topics
2021.12.7	CDPより気候変動、水セキュリティ、森林について2年連続で「トリプルA」評価を受賞
2021.12.9	北米植物油脂事業拡大に向けた新会社設立
2021.12.15	第22回グリーン購入大賞「大賞・農林水産大臣賞」受賞-パーム油のサステナブル調達-
2021.12.16	新市場区分における「プライム市場」選択申請に関するお知らせ
2022.1.20	監査等委員会設置会社への移行および役員人事に関するお知らせ
2022.1.27	ブラザー、シカゴのアプリケーションラボを開設
2022.1.31	責任あるパーム油調達方針 進捗レポート（2021年1月～6月）
2022.2.25	「統合報告書 2021」について、評価・表彰いただきました
2022.3.7	ウクライナをめぐる情勢について
2022.3.16	「健康経営優良法人2022 大規模法人部門（ホワイト500）」に認定されました
2022.3.18	完全子会社との会社分割（簡易吸収分割・略式吸収分割）に関するお知らせ
2022.3.31	ウクライナ及び近隣諸国への緊急人道支援について
2022.4.4	『高度な酸化安定性を付与しDHA・EPA油“プロレア®”の開発と応用展開』が日本農芸化学会の2022年度農芸化学技術賞を受賞
2022.4.5	ESG 指数「FTSE Blossom Japan Sector Relative Index」の構成銘柄に選定

●ピックアップ

「統合報告書 2021」での評価・表彰

日経統合報告書アワードにおいて、優秀賞(4年連続)を受賞しました。

年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)の国内株式運用機関による

「優れた統合報告書」と「改善度の高い統合報告書」の選定において、それぞれ選定されました。



「健康経営優良法人2022 ホワイト500」に認定

健康経営優良法人2022大規模法人部門（ホワイト500）に不二製油グループ本社、

不二製油、国内グループ会社のフジシーフーズの3社が認定されました。

国内グループ会社の不二つばフーズ、オーム乳業は「中小規模法人部門」にて

認定されました。



“プロレア®”農芸化学技術賞を受賞

『高度な酸化安定性を付与しDHA・EPA油“プロレア®”の開発と応用展開』が

日本農芸化学会の2022年度農芸化学技術賞を受賞しました。

