

FY2022

2022年度 決算説明資料

2023年5月11日

- 1. 2022年度 実績**
- 2. 2023年度 業績予想**
- 3. 中期経営計画達成に向けて**
- 4. 参考資料**

1

2022年度 実績

2022年度 実績

(単位：億円)

	FY2021 実績	FY2022 実績	前期比	FY2022 業績予想 (23年2月)	FY2022 業績予想比
売上高	4,338	5,574	+1,236	5,500	+74
植物性油脂事業	1,350	2,034	+685	2,005	+29
業務用チョコレート事業	1,855	2,285	+430	2,255	+30
乳化・発酵素材事業	791	912	+120	908	+4
大豆加工素材事業	342	343	+1	332	+11
営業利益	150	109	▲41	135	▲26
植物性油脂事業	74	70	▲4	75	▲5
業務用チョコレート事業	75	50	▲26	67	▲17
乳化・発酵素材事業	16	15	▲1	16	▲1
大豆加工素材事業	21	13	▲9	16	▲3
グループ管理費用等	▲37	▲38	▲1	▲38	+0
営業利益率	3.5%	2.0%	▲1.5pt	2.5%	▲0.5pt
経常利益	144	97	▲47	125	▲28
親会社株主に帰属する当期純利益	115	61	▲54	80	▲19

売上高 **5,574億円** 前期比+1,236億円

パーム油などの原料価格の上昇による販売価格の上昇、
為替円安の影響、米州油脂の新工場の稼働による販売数量増加により大幅増収。

営業利益 **109億円** 前期比▲41億円

景況悪化によるブラマーの販売数量の減少、米州油脂の新工場稼働に伴う経費増加や採算性の低下、中国での販売数量の減少等により減益。



植物性油脂

上期における東南アジアでの堅調な販売の一方、
米州での新工場稼働に伴う経費の増加と採算性の
低下により減益。

業務用
チョコレート

ブラジルや欧州での販売数量増加の一方、
ブラマーのカカオ設備不良や販売数量の減少、
日本での販売数量の減少により減益。

乳化・発酵
素材

日本でのクリーム等の販売数量が増加する一方、
中国での販売数量の減少により減益。

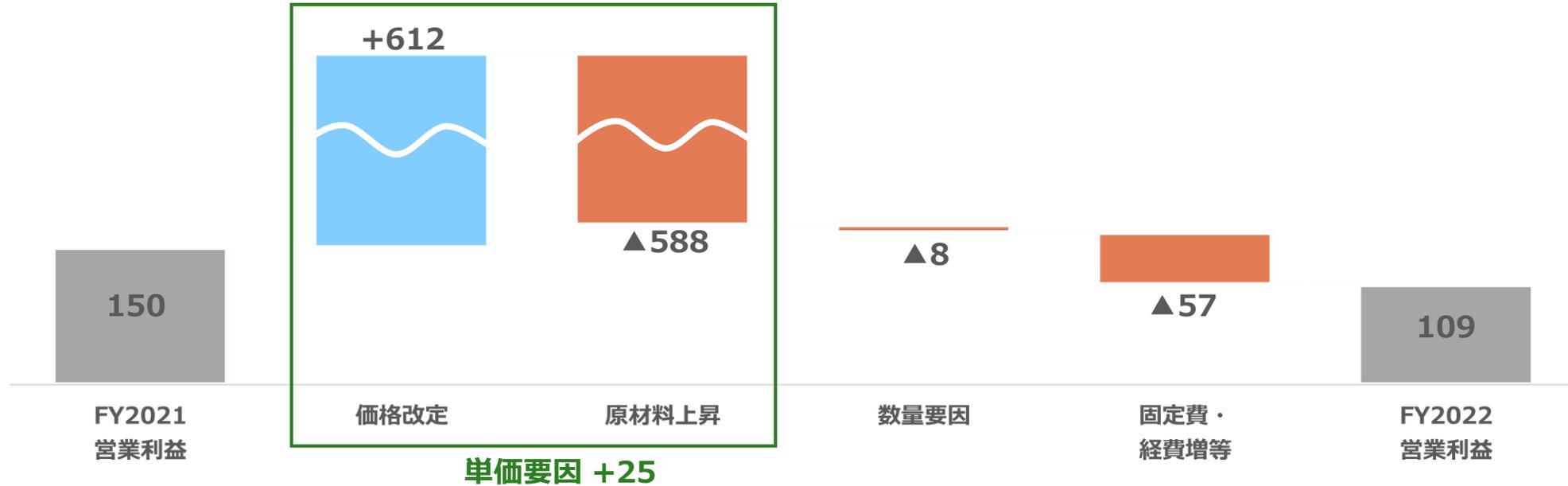
大豆加工
素材

機能剤の販売が伸長したものの、大豆たん白素材、
大豆たん白食品の販売数量減少により減益。

2022年度 営業利益増減分析

前期比 営業利益増減分析

(単位：億円)



単価要因	植物性油脂	東南アジアでの堅調な販売	業務用チョコレート	ブラマー、ハラルドの価格改定
	乳化・発酵素材	中国での価格対応の遅れ		
数量要因	業務用チョコレート	日本やブラマーでの販売数量の減少		
	大豆加工素材	日本での大豆たん白素材、大豆たん白食品の販売数量の減少、中国の大豆たん白食品事業の事業譲渡		
固定費・経費	植物性油脂	フジオイルニューオリンズの新工場の稼働による固定費の増加		
	業務用チョコレート	ブラマーの人件費や修繕費の増加及び、カカオ加工設備不良の対応にかかる一時コスト		

* ブラマー：業務用チョコレート事業・米州(北米)、ハラルド：業務用チョコレート事業・米州(ブラジル)

2022年度 実績分析

(単位：億円)

営業利益	FY2022 期初予想	FY2022 実績
植物性油脂	68	70
日本	34	40
米州	15	▲9
東南アジア	10	30
中国	▲2	▲2
欧州	10	14
業務用チョコレート事業	88	50
日本	60	56
米州	19	▲20
東南アジア	10	9
中国	▲3	0
欧州	1	4
乳化・発酵素材事業	28	15
日本	15	22
東南アジア	0	▲4
中国	12	▲2
大豆加工素材事業	25	13
日本	26	13
中国	5	3
欧州	▲6	▲4
グループ管理費用等	▲43	▲38
連結営業利益	165	109

2022年度の達成点

- ・原料高に対応した価格改定
- ・原料ポジション管理によるリスクマネジメント体制

	植物性油脂	東南アジア	供給体制の強化によるサステナブル認証油の拡販達成。
	業務用チョコレート	ハラルド (米州)	生産性改善による能力増強を背景に新市場対応により、新規需要を獲得。
	業務用チョコレート	欧州	新規設備投資による生産能力増を背景に堅調な需要を確保し過去最高の販売数量を達成。
	大豆加工素材	日本	機能剤の堅調な販売。

2022年度の課題

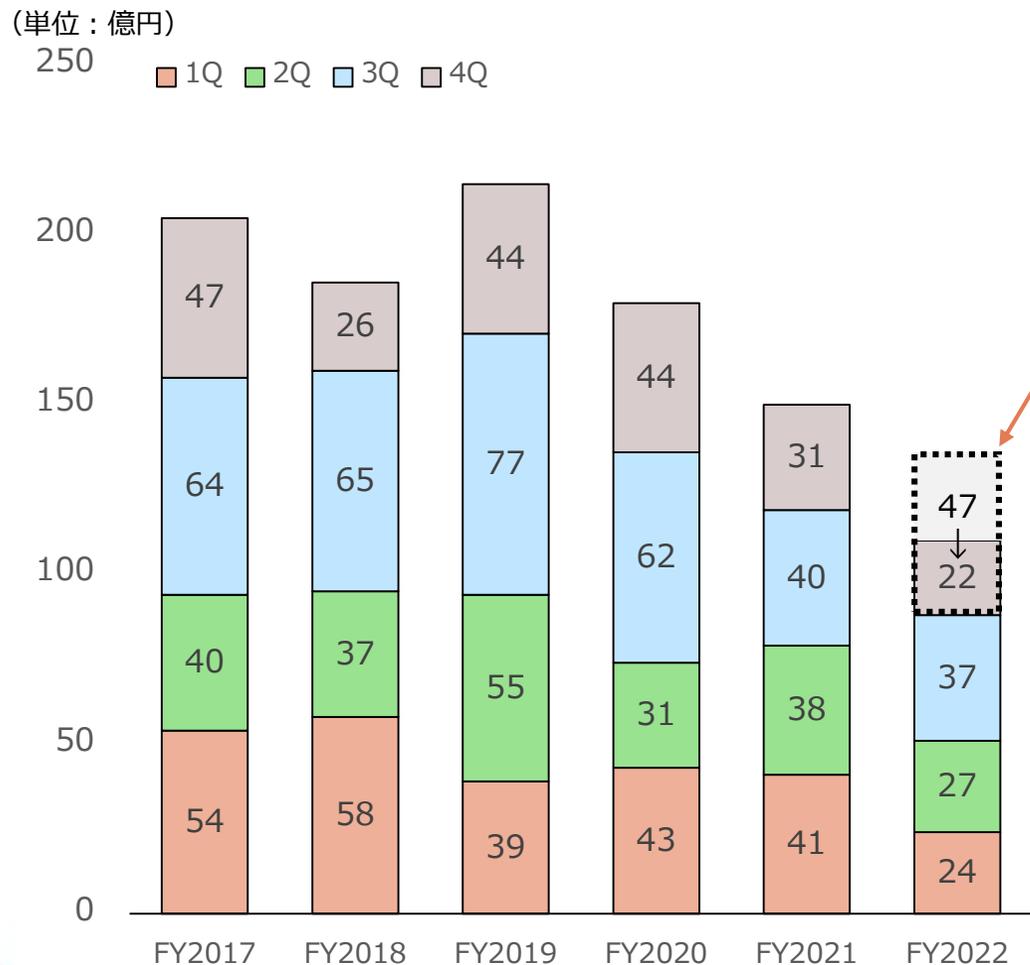
- ・インフレなどの外部環境変化への対応
- ・一部工場での生産の安定性

	植物性油脂	米州	労働環境・物流環境の悪化による新工場建設遅延、インフレ、金利上昇による顧客の在庫調整。
	業務用チョコレート	ブラマー (米州)	カカオ加工設備の不具合によるココア製品の販売減並びにカカオ原料の代替購入による収益性の低下、インフレ・金利上昇による顧客の在庫調整。
	乳化・発酵素材	中国	上期のコロナロックダウン、下期のコロナ政策変更による急速な感染拡大。経済活動低迷による販売数量の大幅減少。原料価格急騰に対する価格対応の遅れ。
	大豆加工素材	日本	需要軟化による大豆たん白素材、大豆たん白食品の販売数量の減少。

2022年度 第4四半期分析

ブラマー、米州油脂を主因に、2023年2月業績予想より業績が乖離

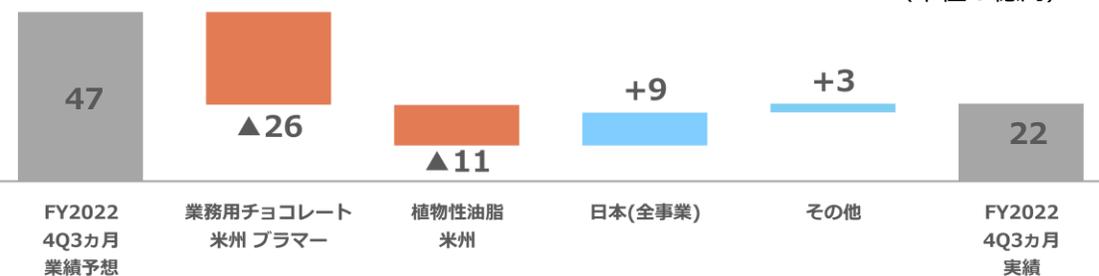
2022年度第4四半期(3ヵ月) 営業利益
2023年2月業績予想 **47**億円 → **22**億円での着地



*FY2019は子会社の決算期変更を遡及修正した参考値

営業利益増減分析 2022年度 第4四半期3ヵ月実績 vs 2023年2月業績予想比

(単位：億円)



ブラマー 米州

北米の景況悪化、顧客の在庫調整等の影響により、第4四半期の販売が低迷、及び工場のメンテナンス等の間接コストが増加し、第4四半期は大幅な赤字を計上。

植物油 米州

北米での消費の冷え込みにより、販売数量が低迷。また、フジオイルニューオリンズの固定資産譲渡の影響により、第4四半期の拡販を抑制したため、販売数量が未達。

日本

第4四半期以降、人流の回復・インバウンド需要の高まりにより植物油、業務用チョコレートを中心に販売数量が増加。原料在庫の回転が進み、採算性が改善。

2

2023年度 通期業績予想

2023年度 通期業績予想

(単位：億円)

	FY2022実績	FY2023予想	前期比
売上高	5,574	5,500	▲74
植物性油脂事業	2,034	1,835	▲199
業務用チョコレート事業	2,285	2,352	+67
乳化・発酵素材事業	912	953	+41
大豆加工素材事業	343	360	+17
営業利益	109	165	+56
植物性油脂事業	70	85	+15
業務用チョコレート事業	50	82	+33
乳化・発酵素材事業	15	31	+16
大豆加工素材事業	13	10	▲3
グループ管理費用等	▲38	▲44	▲5
営業利益率	2.0%	3.0%	+1.0pt
経常利益	97	150	+53
親会社株主に帰属する当期純利益	61	160	+99

環境
認識

- ・ポストコロナにおける経済の段階的回復
- ・人件費や運送費などのコストは高止まり
- ・インフレ抑制を目的に欧米の高金利政策が継続

重点
施策

- ・ポストコロナの景況回復による需要の取込
- ・価格改定の継続
- ・原料ポジション管理の徹底
- ・高付加価値製品群の展開強化
- ・生産性改善、管理強化による収益性の改善

事業別

営業利益 **165億円** 前期比+56億円

-  植物性油脂 東南アジアの一過性収益の剥落はあるも、米州油脂の資産入替と採算性改善により増益を計画。
-  業務用チョコレート ブラマーの一過性損失の回復、収益性の改善により増益を計画。
-  乳化・発酵素材 中国での販売数量の回復、東南アジアでの採算性の改善を計画。
-  大豆加工素材 欧州新工場の費用先行により減益計画。

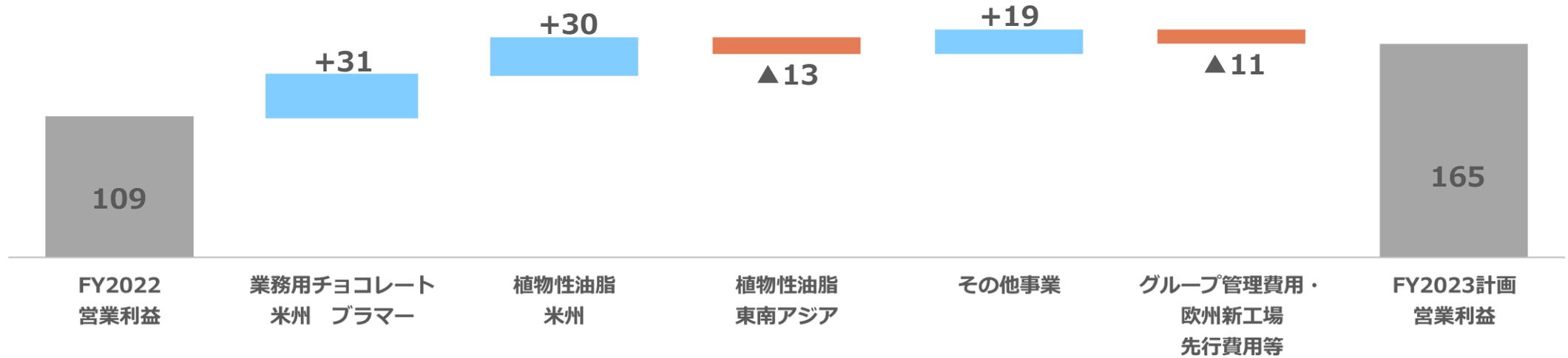
当期
純利益当期純利益 **160億円** 前期比+99億円

営業利益の増益に加え、フジオイルニューオリンズの設備譲渡による特別利益計上により当期純利益の大幅な増加を計画。

2023年度営業利益増減分析（主要会社別）

前期比 営業利益増減分析（主要会社別）

（単位：億円）



業務用チョコレート／米州 ブラマー	北米での景況悪化は上期まで継続すると想定。 下期にかけて販売数量の伸長、及び前期カカオ加工設備不良による一過性の収益悪化からの反動を見込む。
植物性油脂／米州	フジオイルニューオリンズの固定資産譲渡による影響に加え、 フジベジタブルオイルの収益の改善を計画。
植物性油脂／ 東南アジア	サステナブル認証油などの堅調な販売を見込むものの、 前年度の一過性収益の反動による減益を計画。
その他事業	ハラルドの販売数量の増加、東南アジアでの乳化・発酵素材事業や業務用チョコレート事業の収益性の 改善、及び中国での乳化・発酵素材事業の販売数量増加を見込み増益を計画。

事業別戦略



植物性油脂事業

主な
施策

- ✓ サステナブル認証油のサプライチェーン強化による高付加価値化の推進（日本・米州・東南アジア・欧州）
- ✓ 原料の多様化を進め、チョコレート用油脂生産体制を拡充（米州・東南アジア・欧州）

グループ
本社

- CSO 原料ポジション管理等リスクマネジメント強化
- CSO サステナブル認証油のサプライチェーン強化



乳化・発酵素材事業

主な
施策

- ✓ 中国での販売数量の回復、新クリーム工場稼働による拡販強化
- ✓ 高付加価値化の推進

グループ
本社

- CSO 原料ポジション管理や販売戦略支援
- CTO フードロス削減対応素材の開発



業務用チョコレート事業

主な
施策

- ✓ ブラマーの生産安定化と販売価格の適正化
- ✓ 新設備稼働による拡販、高付加価値化の推進（米州・東南アジア・欧州）

グループ
本社

- CSO ブラマーへの経営人材の追加投入・管理強化
- CSO サステナブル調達の推進
- CTO ブラマーシカゴ工場生産性改善への支援
- CTO 油脂技術を活用した新製品開発支援



大豆加工素材事業

主な
施策

- ✓ 日本市場において消費者ニーズを捉えた差別化製品投入、大豆たん白素材の国内外への拡販
- ✓ 欧州新工場の立ち上げと販売強化

グループ
本社

- CSO CTO プラントベース共創の強化
- CSO サステナブル調達の推進
- CTO 植物性による調味素材の開発

フジオイルニューオリンズの固定資産譲渡を決断

フジオイルニューオリンズ

南方系油脂の消費増加が見込まれる米国において、生産設備の拡張を狙い2017年に着手、2021年後半稼働開始。フジベジタブルオイルの第二工場の位置づけ。

当初計画

- ・トランス脂肪酸規制による南方系油脂の消費拡大
- ・低トランス製法油脂の技術的優位性による市場確保

その後の市場変化

- ・コロナ影響による市場成長の鈍化
- ・米国資本コストの上昇
- ・労働市場変化による建設遅延、資材の高騰
- ・米国内物流事情の変化

固定資産譲渡の背景

- ✓ 中期経営計画「Reborn 2024」の「高付加価値製品へのポートフォリオの入れ替え、成長・戦略分野への経営資源の集中」の実行
- ✓ 外部環境の変化を踏まえた投資戦略の再設計

フジベジタブルオイルの戦略

戦略の再構築

- 1 サステナブル認証油、チョコレート用油脂の拡充による製品ポートフォリオの見直し
- 2 グループ全体のサプライチェーン強化による認証南方系油脂の取引の強化
- 3 ブラマー、他グループ会社との連携等によるグループシナジーの創出

(参考) 植物性油脂事業の米国拠点の所在地



2022年度 施策の進捗

設備投資	過去遅延していた更新・安全投資を計画通りに実行
工場別管理体制	工場別管理体制をスタート シカゴ工場以外の3工場は改善効果現出
グループ内対応強化	グループ内北米油脂会社からエンジニア・専門職を派遣
原料調達	サステナブル調達の計画達成
価格改定	販売価格改定を計画通りに実行

2022年度 環境の変化

■ 内部

業績への影響

シカゴ工場での
カカオ加工設備不良

- ・ カカオ製品、チョコレートの販売数量の減少
- ・ 代替購買により、カカオ原料コストの大幅上昇

■ 外部

インフレ進行
金利上昇
米国経済の急減速
(2022年11月～)

- ・ 人件費、インフレによる製造経費の大幅増加
- ・ 景況悪化により、高付加価値品の販売数量の減少
- ・ 金利上昇による原料、製品在庫保管費用の大幅増

2023年度の施策

✓ シカゴ工場対応

- ・ 2022年度故障発生箇所は、修繕完了(2023年2月)
- ・ グループ本社主導によるシカゴ工場生産改善プロジェクトを発足、対応開始

✓ 経営体制強化

- ・ グループ内北米油脂会社、グループ本社からの上級経営人材の追加派遣による経営体制の強化
- ・ 工場別管理体制のさらなる強化
原価管理強化、価格政策の推進

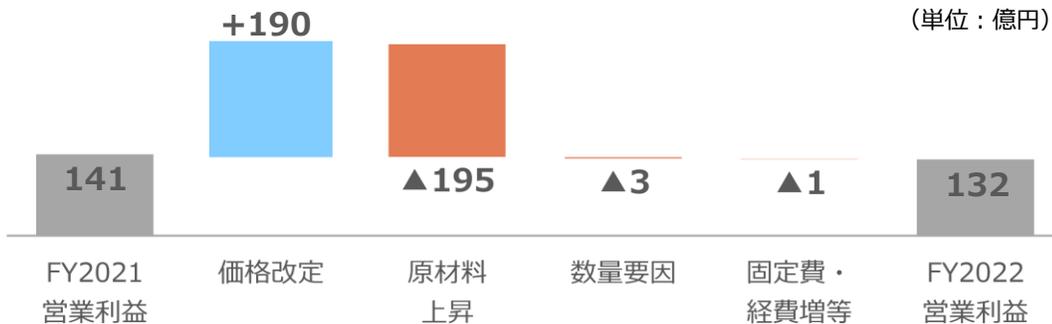
日本事業について

2022年度の振り返り

売上高 **1,896億円** (前期比 +231億円)
 営業利益 **132億円** (前期比 ▲9億円)

価格改定は下期にかけて追いつくも、その他コストアップや販売数量の減少により減益。

営業利益増減分析 (日本全事業 前期比)



単価要因	原材料上昇に対応した販売価格改定は下期にかけて追いついたものの、円安の進行や運送費などコストアップへの対応は課題。
数量要因	量目減の影響等により、業務用チョコレートや大豆たん白素材の販売数量が減少。
固定費・経費	阪南コミュニケーションセンターを建設するも、固定費削減効果により横ばいを維持。

2023年度について

売上高 **1,948億円** (前期比 +52億円)
 営業利益 **125億円** (前期比 ▲8億円)

2023年度の重点施策

- ✓ 販売価格の適正化を推進
- ✓ インバウンドなどの需要獲得により販売数量伸長
- ✓ プラントベースや健康を追求した製品の市場創出・拡販

単価要因	原料相場は横ばいと想定。円安影響や運送費などのコストアップのため販売価格の適正化を継続。
数量要因	インバウンドの回復などによる販売伸長を見込む。
固定費・経費	販促費や設備更新への対応により、固定費の大幅な増加を見込む。

B/S・C/F・配当方針

B/S

・FY2022期末

原料価格上昇による運転資金の増加や円安により
資産及び有利子負債が増加。

・FY2023予想

収益性の改善及び運転資金の減少により、有利子負債の
減少、株主資本の積み上げを計画、ネットD/Eレシオの
改善を図る。

単位：億円

項目	FY2021 期末	FY2022 期末	FY2023 予想
現預金等	159	190	150
のれん(広義)	499	552	529
資産合計	4,166	4,688	4,400
有利子負債	1,488	1,684	1,270
負債合計	2,271	2,578	2,089
純資産合計	1,895	2,110	2,311

項目	FY2021 期末	FY2022 期末	FY2023 予想
ネットD/Eレシオ*	0.73倍	0.80倍	0.56倍
株主資本	1,829	1,873	1,988
自己資本比率	44.7%	43.3%	50.1%

* Net有利子負債÷株主資本

C/F

・FY2022実績

第4四半期以降の運転資本の改善を主因に2021年度比で
営業CFが増加。

・FY2023予想

営業CFの改善によるFCFの改善を計画。

単位：億円

項目	FY2021 実績	FY2022 実績	FY2023 予想
営業CF	35	76	400
設備投資額	173	215	-
FCF	▲153	▲89	420
CCC(日)	115	104	98

配当方針

・FY2022

期初計画から変更なし

・FY2023予想

52円/年間を予定

FY2022

・52円/年間

(中間26円、期末26円(予定))

FY2023 予想

・52円/年間を予定

(中間26円、期末26円)

3

中期経営計画達成に向けて

事業軸によるマネジメント強化

エリア・事業会社の経営推進に加え、グループ本社の各機能が事業軸での事業戦略、生産性改善、リスクマネジメント強化を実行する。

事業別戦略の強化

CSO

- ・ 事業別に戦略分野を設定し、経営資源の集中・最適配分を行う
(ブラマー、中国乳化・発酵素材事業、米州植物性油脂事業)
- ・ 原料ポジション管理等によるリスクマネジメント強化
- ・ 原価管理強化、価格政策の推進を事業軸からモニタリング

生産性改善や研究開発におけるグローバル管理

CTO

- ・ 共通の生産性指標の活用を開始。設備改善や保全実務支援による生産性向上
- ・ 監査などを通じた安全・品質・環境に関する支援
- ・ 事業戦略と連動した新製品・技術開発や
グローバルでの市場情報、技術情報共有によるスピードアップ

財務体質の改善と資本効率向上による企業価値向上

収益性の向上と財務体質の改善を進め、企業価値の向上を図る

ROIC等による効率性管理

- ・事業別ROIC管理によるポートフォリオの見直し
- ・グループ各社のROIC目標を設定
- ・KPIの設定とモニタリングによる改善の取り組み

	FY2022	FY2023 計画
全社ROIC	2.0%	3.2%
植物性油脂事業	4.4%	6.5%
業務用チョコレート事業	4.8%	6.5%
乳化・発酵素材事業	2.0%	4.2%
大豆加工素材事業	1.6%	1.2%
ROE	3.1%	7.6%

*全社ROIC及び事業別ROICはFUJI ROICを用いて算出。
FUJI ROIC = 税引後営業利益 ÷ (運転資本 + 固定資産)

収益性の向上

連結営業利益率 FY2022 2.0% → FY2023計画 3.0%

- ・原料市況の落ち着きと原料ポジション管理による採算性の向上
- ・景況回復や成長投資による販売数量の増加
- ・不採算案件、事業見直しによる収益性の改善
- ・新規投資案件の早期収益化

財務体質の改善

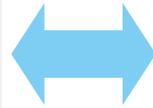
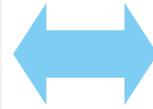
ネットD/Eレシオ FY2022 0.80倍 → FY2023計画 0.56倍

- ・事業ポートフォリオの見直しによるバランスシートの適正化
- ・原材料高騰により増加した運転資本の削減
- ・劣後債償還に向けた取り組み

キャッシュフローの管理

CCC FY2022 104日 → FY2023計画 98日

- ・運転資本の管理強化、及びCCC改善
- ・設備投資の厳選
- ・安定的な配当の実施



中期経営計画達成に向けて

- **基本の再徹底**
 - 安全安心
 - 基本動作
 - コミュニケーション
- **事業軸マネジメント**
- **本社機能の強化**
- **ブラマーへの対応**

4

参考資料

2022年度 第4四半期 3ヵ月実績

(単位：億円)

	FY2021Q4 3ヵ月実績	FY2022Q4 3ヵ月実績	前年同期比
売上高	1,139	1,407	+268
植物性油脂事業	385	498	+112
業務用チョコレート事業	477	611	+134
乳化・発酵素材事業	197	214	+17
大豆加工素材事業	80	85	+5
営業利益	31	22	▲9
植物性油脂事業	17	18	+0
業務用チョコレート事業	23	9	▲14
乳化・発酵素材事業	▲0	6	+6
大豆加工素材事業	0	▲1	▲1
グループ管理費用等	▲10	▲10	▲0
営業利益率	2.7%	1.5%	▲1.2pt
経常利益	26	13	▲13
親会社株主に帰属する 四半期純利益	21	11	▲11

売上高 1,407億円 前期比+268億円

原材料価格の上昇に伴う販売価格の上昇及び為替円安の影響により増収

営業利益 22億円 前期比▲9億円

日本やブラジル、東南アジアの乳化・発酵素材事業での採算性の改善が見られたものの、ブラマーの販売数量の減少、米州油脂の採算性低下と新工場稼働に伴う経費増加、中国での販売数量の減少等により減益



植物性油脂

東南アジアでの好調だった前期からの反動減や米州での採算低下はあったものの、原料価格の下落による日本での採算の改善により増益

業務用
チョコレート

ブラジルやインドネシアでの販売数量増加の一方、ブラマーでの販売不振により減益

乳化・発酵
素材

中国での販売数量の減少、採算性の低下はあったものの、東南アジアの採算性の改善により増益

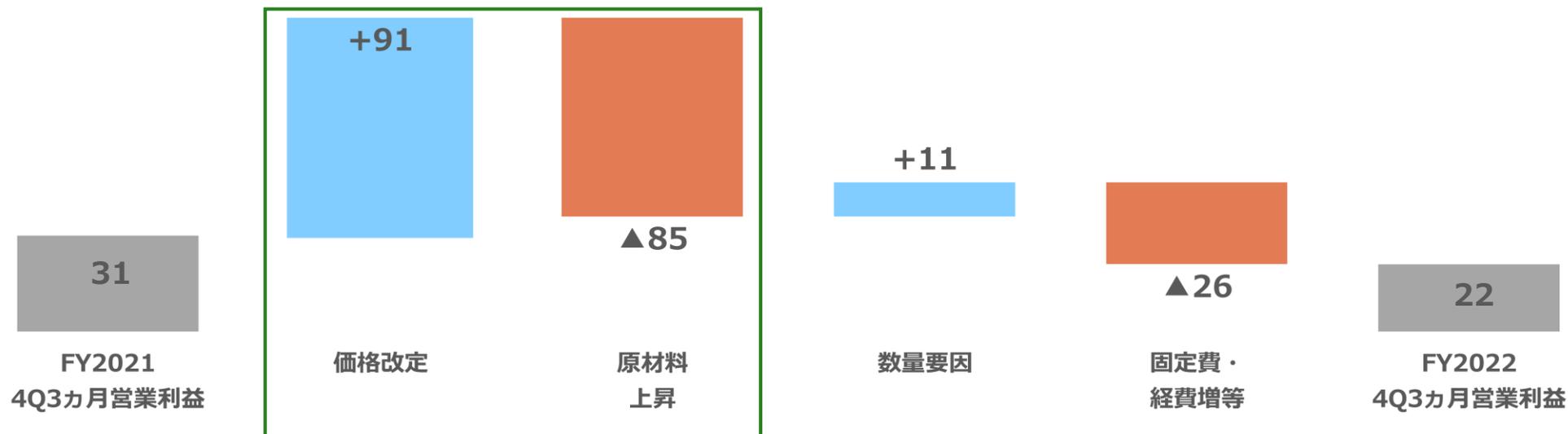
大豆加工
素材

機能剤の販売が伸長したものの、大豆たん白素材、大豆たん白食品の販売数量減少、欧州新工場の先行費用により減益

2022年度 第4四半期 営業利益増減分析

第4四半期(3カ月) 前年同期比

(単位：億円)



単価要因 +6

単価要因	植物性油脂	+ 日本の価格改定	- 米州での採算性の低下
	乳化・発酵素材	+ 東南アジアの価格改定	
数量要因	植物性油脂	+ 米州新工場稼働	
	業務用チョコレート	- ブラマーでの販売数量の減少	
固定費・経費	業務用チョコレート	- ブラマーの人件費や物流費、工場のメンテナンス等のコストが増加	

セグメント別概況 植物性油脂事業



植物性油脂事業

(単位：億円)

	FY2021 実績	FY2022 実績	FY2023 予想	FY22 vs FY23
売上高	1,350	2,034	1,835	▲199
日本	434	564	567	+3
米州	438	792	644	▲148
東南アジア	210	309	297	▲12
中国	30	34	31	▲3
欧州	238	336	296	▲40
営業利益	74	70	85	+15
日本	38	40	38	▲1
米州	3	▲9	20	+30
東南アジア	21	30	16	▲13
中国	0	▲2	▲2	▲0
欧州	12	14	12	▲2
連結調整等	▲1	▲1	0	+2

主要エリア別業績分析

2022年度実績

2023年度計画

日本

- ・価格改定の推進で4Qにかけて採算が改善
- ・フライ用油脂などの販売堅調

- ・物流費高騰に伴い、適正価格への改定継続
- ・品質で差別化された高付加価値品の拡販

米州

- ・景況悪化の影響に伴う、顧客在庫調整により引取り遅延が発生
- ・コロナ影響による新工場インフラ整備遅延
- ・国内運賃の上昇、及び高値原料の使用先行により採算性が低下

- ・高付加価値化へ製品ポートフォリオの入れ替えを推進
- ・前年の顧客引き取り遅延の解決による販売数量の回復
- ・高値原料の消化による採算改善

東南
アジア

- ・インドネシアの禁輸の影響でマレーシア産パーム油の一過性の需要が発生
- ・パーム相場変動の中、適切な調達により採算を確保
- ・欧米向けサステナブル認証油販売が好調

- ・グループへのサステナブル認証油供給拡大に向けた基盤整備
- ・高付加価値品の拡販継続

欧州

- ・市場回復し、堅調な需要にフル生産で対応

- ・チョコレート用油脂の原料コストの競争力の強化と拡販
- ・販売拡大に向けた製造能力増強の実施

セグメント別概況 業務用チョコレート事業



業務用チョコレート事業

(単位：億円)

	FY2021 実績	FY2022 実績	FY2023 予想	FY22 vs FY23
売上高	1,855	2,285	2,352	+67
日本	395	422	446	+24
米州	1,222	1,533	1,558	+25
東南アジア	125	182	198	+16
中国	64	75	71	▲4
欧州	48	73	79	+6
営業利益	75	50	82	+33
日本	63	56	53	▲3
米州	2	▲20	13	+33
東南アジア	7	9	14	+5
中国	1	0	▲1	▲1
欧州	2	4	3	▲1
連結調整等	0	1	0	▲0

主要エリア別業績分析

2022年度実績

日本

- ・価格改定は計画通り実行も、顧客での量目減や最終製品値上げにより販売数量が減少
- ・土産菓子市場は下期より段階的に回復傾向

米州

- ・ブラマーは、価格改定は計画通り実行も、カカオ加工設備不良による一過性の収益悪化、及び下期以降の景況悪化に伴う顧客の在庫調整により、販売数量が急速に減少
- ・ハラルドは、生産能力の拡充及び積極的なマーケティングにより、需要閑散期の販売拡大に成功

東南アジア

- ・インドネシア市場は、下期以降コロナ禍からの回復が顕著となった

欧州

- ・コロナ禍からの回復による土産市場の需要拡大、及び生産能力の増強により販売数量が伸長

2023年度計画

- ・コストダウンの推進に加え、インバウンド需要等の回復による需要の取り込みの実施

- ・ブラマーは前年のカカオ加工設備による一過性の収益悪化からの回復、及び下期以降の販売回復を見込む

- ・ハラルドは、新工場稼働による販売数量の増加を見込む

- ・前年下期以降のポストコロナの需要回復・拡大の継続を見込み、需要取り込みによる販売増を計画

- ・新設備稼働による生産能力の増強、差別化製品での拡販を計画

セグメント別概況 乳化・発酵素材事業



乳化・発酵素材事業

(単位：億円)

	FY2021 実績	FY2022 実績	FY2023 予想	FY22 vs FY23
売上高	791	912	953	+41
日本	513	577	587	+10
東南アジア	120	161	176	+15
中国	159	174	190	+16
営業利益	16	15	31	+16
日本	18	22	20	▲1
東南アジア	▲9	▲4	2	+6
中国	5	▲2	8	+10
連結調整等	2	▲1	0	+1

主要エリア別業績分析

2022年度実績

日本

- ・コンビニエンスストアや外食向けに新製法のクリームやフィリングの拡販を実施。新規採用により販売数量が伸長
- ・下期にかけて価格改定が追いつき採算性が改善

東南
アジア

- ・上期ではユーティリティ等のコストアップ分の価格転嫁が追いつかず、採算性が悪化。下期には価格改定が追いつき、かつ生産体制も整ったことで収益が回復
- ・日本向け調製品は、円安や日本国内の乳製品余剰にて低迷

中国

- ・上期のロックダウン、下期以降のコロナ規制強化による経済活動の落ち込みにより、販売数量が減少
- ・価格改定の遅れにより採算性が低下

2023年度計画

- ・消費者ニーズを捉えた差別化製品や高付加価値品の提案活動を継続
- ・品種統廃合や廃棄ロス削減などによりコストダウンを推進
- ・労働力不足に対する設備改善、省人化の対応強化し、生産性の向上を図る
- ・東南アジア向けの新規市場開拓・拡販
- ・前年第4四半期以降の経済活動の再開による販売機会を捉え、新製品の展開及び新規顧客獲得による販売増を計画
- ・クリーム新工場の稼働による製菓製パン原料のラインナップ充実にて、市場拡大を図る
- ・原料ポジション管理と適切な価格政策の実行

セグメント別概況 大豆加工素材事業



大豆加工素材事業

(単位：億円)

	FY2021 実績	FY2022 実績	FY2023 予想	FY22 vs FY23
売上高	342	343	360	+17
日本	323	332	348	+16
中国	19	10	11	+1
欧州	-	-	1	+1
営業利益	21	13	10	▲3
日本	20	13	13	▲0
中国	3	3	4	+1
欧州	▲3	▲4	▲7	▲3
連結調整等	1	0	0	+0

主要エリア別業績分析

2022年度実績

日本

- ・価格改定は年度末にかけて追いつくも、栄養健康市場を中心に大豆たん白素材の販売数量が減少
- ・飲料市場向けの機能剤の販売は堅調

中国

- ・生産効率の改善によるコストダウンを実施
- ・中国国内向け新製品を販売開始

欧州

- ・水溶性えんどう多糖類の新工場の稼働開始

2023年度計画

- ・消費者ニーズを捉えた差別化製品投入、大豆たん白素材の国内外への拡販
- ・前年好調に推移した機能剤の販売を強化
- ・プライムソイミート等プラントベース製品を推進

- ・中国国内向けの販売を強化

- ・減価償却費等の先行経費により営業赤字が継続
- ・新規顧客の獲得を進め、収益化を図る

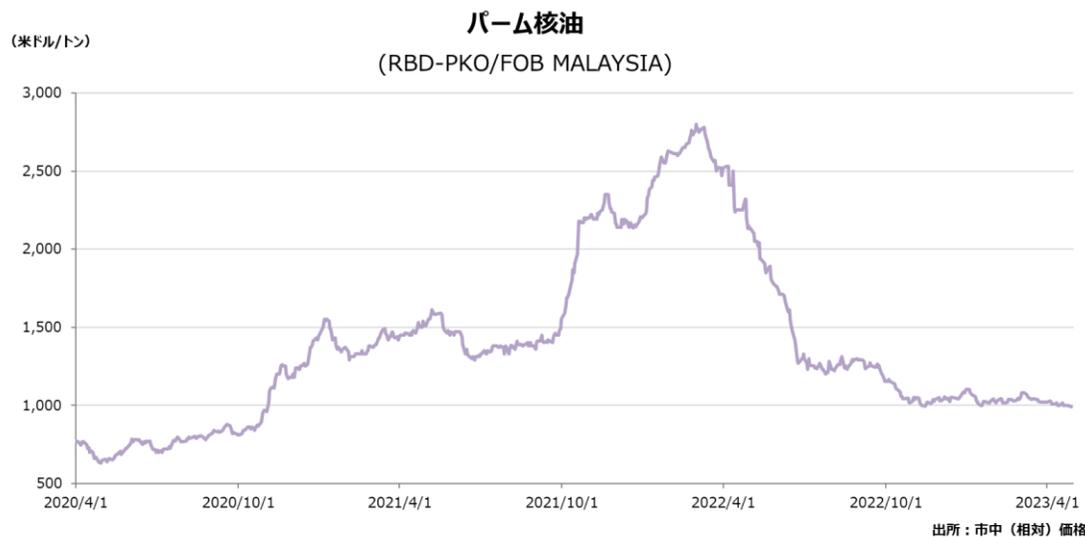
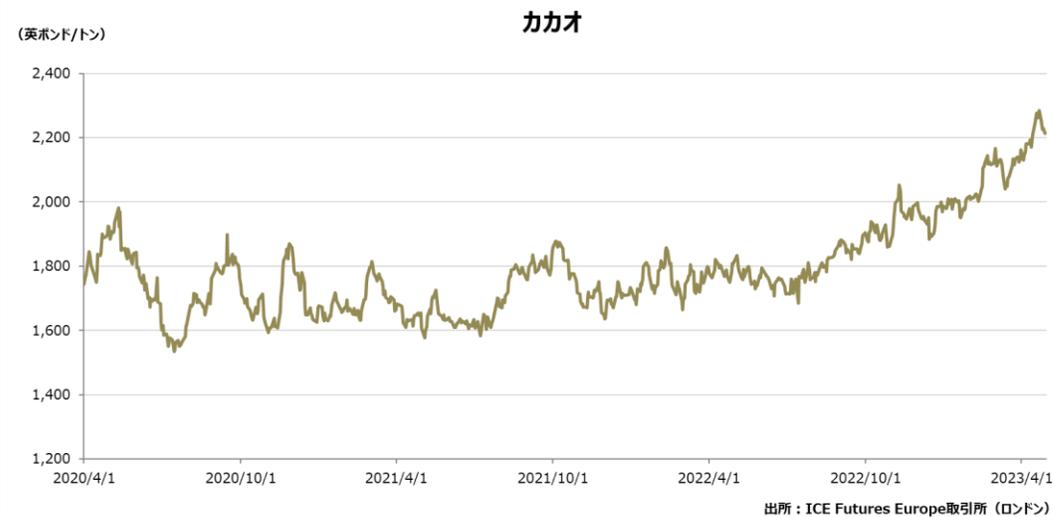
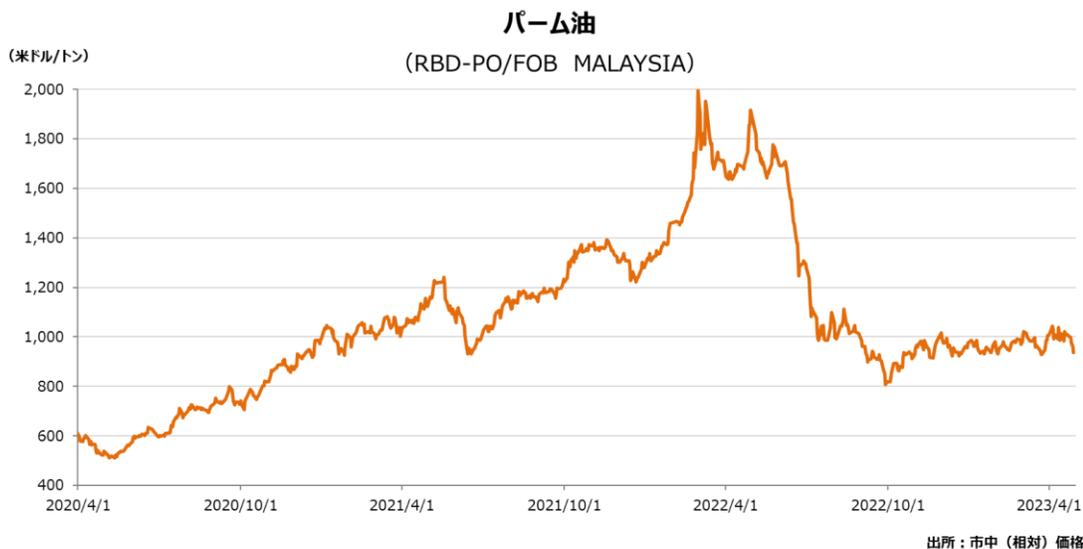
通期：売上高・営業利益（事業別・所在地別マトリクス）

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
植物性油脂	2023 予想	56,700	+268	64,400	▲14,817	29,700	▲1,158	3,100	▲274	29,600	▲3,964	183,500	▲19,948
	2022 実績	56,432	+13,045	79,217	+35,378	30,858	+9,876	3,374	+380	33,564	+9,792	203,448	+68,471
	2021 実績	43,387	-	43,839	-	20,982	-	2,994	-	23,772	-	134,976	-
業務用 チョコレート	2023 予想	44,600	+2,352	155,800	+2,476	19,800	+1,632	7,100	▲367	7,900	+596	235,200	+6,687
	2022 実績	42,248	+2,711	153,324	+31,091	18,168	+5,628	7,467	+1,075	7,304	+2,470	228,513	+42,973
	2021 実績	39,537	-	122,233	-	12,540	-	6,392	-	4,834	-	185,540	-
乳化・発酵素材	2023 予想	58,700	+1,003	-	-	17,600	+1,529	19,000	+1,605	-	-	95,300	+4,136
	2022 実績	57,697	+6,405	-	-	16,071	+4,090	17,395	+1,523	-	-	91,164	+12,017
	2021 実績	51,292	-	-	-	11,981	-	15,872	-	-	-	79,146	-
大豆加工素材	2023 予想	34,800	+1,552	-	-	-	-	1,100	+65	100	+100	36,000	+1,716
	2022 実績	33,248	+933	-	-	-	-	1,035	▲817	-	-	34,284	+116
	2021 実績	32,315	-	-	-	-	-	1,852	-	-	-	34,167	-
売上高計	2023 予想	194,800	+5,173	220,200	▲12,342	67,100	+2,003	30,300	+1,027	37,600	▲3,269	550,000	▲7,410
	2022 実績	189,627	+23,094	232,542	+66,469	65,097	+19,593	29,273	+2,162	40,869	+12,262	557,410	+123,579
	2021 実績	166,533	-	166,073	-	45,504	-	27,111	-	28,607	-	433,831	-

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
植物性油脂	2023 予想	3,829	▲121	2,048	+2,986	1,623	▲1,336	▲227	▲40	1,231	▲152	28	+173	-	-	8,532	+1,511
	2022 実績	3,950	+144	▲938	▲1,271	2,959	+839	▲187	▲198	1,383	+147	▲145	▲38	-	-	7,021	▲380
	2021 実績	3,806	-	333	-	2,120	-	11	-	1,236	-	▲107	-	-	-	7,401	-
業務用 チョコレート	2023 予想	5,312	▲317	1,292	+3,318	1,392	+510	▲96	▲134	309	▲66	29	▲44	-	-	8,238	+3,265
	2022 実績	5,629	▲696	▲2,026	▲2,270	882	+231	38	▲97	375	+201	73	+56	-	-	4,973	▲2,574
	2021 実績	6,325	-	244	-	651	-	135	-	174	-	17	-	-	-	7,548	-
乳化・発酵素材	2023 予想	2,023	▲140	-	-	215	+647	786	+971	-	-	33	+87	-	-	3,058	+1,568
	2022 実績	2,163	+369	-	-	▲432	+432	▲185	▲715	-	-	▲54	▲211	-	-	1,490	▲126
	2021 実績	1,794	-	-	-	▲864	-	530	-	-	-	157	-	-	-	1,617	-
大豆加工素材	2023 予想	1,330	▲16	-	-	-	-	380	+96	▲724	▲348	40	+18	-	-	1,026	▲251
	2022 実績	1,346	▲703	-	-	-	-	284	▲33	▲376	▲80	22	▲56	-	-	1,277	▲872
	2021 実績	2,049	-	-	-	-	-	317	-	▲296	-	78	-	-	-	2,149	-
連結調整	2023 予想	-	▲158	-	+8	-	+52	-	▲16	-	+133	-	+10	-	-	-	+30
	2022 実績	158	+8	▲8	▲15	▲52	▲47	16	+13	▲133	▲120	▲10	+153	-	-	▲30	▲10
	2021 実績	150	-	7	-	▲5	-	3	-	▲13	-	▲163	-	-	-	▲20	-
グループ 管理費用	2023 予想	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲4,355	▲563	▲4,355	▲563
	2022 実績	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲3,792	▲103	▲3,792	▲103
	2021 実績	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	▲3,688	-	▲3,688	-
営業利益計	2023 予想	12,494	▲753	3,341	+6,314	3,230	▲126	842	+875	817	▲431	130	+244	▲4,355	▲563	16,500	+5,560
	2022 実績	13,247	▲880	▲2,973	▲3,557	3,356	+1,454	▲33	▲1,032	1,248	+147	▲114	▲96	▲3,792	▲103	10,940	▲4,068
	2021 実績	14,127	-	584	-	1,902	-	999	-	1,101	-	▲18	-	▲3,688	-	15,008	-



主要原料推移 (～2023年4月末)



不二製油グループ本社株式会社

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、本資料の発表日現在における将来の見通し、予想の前提、予測を含んで記載しており、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なく変更されることがあります。また、実際の業績は、今後様々な要因によって、異なる結果となる可能性があります。