

不二製油グループ本社（株） IR参考資料

2020年度（2021年3月期）

- 第1四半期 -

| <u>ページ</u> | <u>項目</u> |
|------------|---|
| 1 | 表紙 |
| 2 | FY2020 1Q Pickup：新型コロナウイルスを主とした計画との乖離について |
| 3 | IR補足①：主 連結決算実績 FY2020 1Q |
| 4 | IR補足②：主要原料チャート（2020年6月末まで） |
| 5 | IR補足③：中期経営計画 / 主なトピックス |

FY2020 1Q Pickup : 新型コロナウイルスを主とした計画との乖離について

- 計画前提

1Qはロックダウン・外出規制等の影響が発現、2Qは徐々に回復。
日本は外食・土産市場の縮小、オリンピック延期による特需が消失。
- 第1四半期の状況と第2四半期の見通し

1Qは健康志向の加速や、巣籠り需要により一部製品は想定を上回ったが、外食やコンビニ、観光業の低迷による需要減退は想定より悪化。
2Qは、コロナウイルスの感染拡大の影響は1Qで底を打ったものの、回復ペースは計画前提よりも緩やかになっている。

| | 第1四半期実績 | | 第2四半期見通し | |
|--------------|---------|---|----------|---|
| 期初想定 より好転 | 日本 | 大豆加工素材 健康栄養志向の高まりで、大豆たん白素材が堅調 | 日本 | 大豆加工素材 引き続き好調を見込む |
| | 米国 | 植物性油脂 小売商品向け需要が安定 | | |
| | 米国 | 業務用チョコレート カカオ先物評価益の計画比増加 | | |
| 期初想定 より悪化 | 日本 | 乳化発酵素材 外食・コンビニ・インバウンド向けの需要減 | 日本 | 乳化発酵素材 外食・コンビニ・インバウンド向けの需要回復の遅れ |
| | 欧州 | 植物性油脂 観光需要の減少 | 米国 | 業務用チョコレート 2Q(5-7月)は経済活動制限の影響 カカオ先物相場変動によるインパクト |
| | 中国 | 乳化発酵素材 パン市場の回復の遅れ | 中国 | 乳化発酵素材 パン市場の回復の遅れ |

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 | 2017 | 2018年度 実績 | | | | | | | 2019年度 実績 | | | | | | | 2020年度 実績 | | | | | | | 2020年度 1Q ポイント | | | |
|---------------|---------------------|---------------------|------|-----------|------|------|------|------|------|-------|-----------|------|------|------|------|--------------|------------|------------|------------------------------|------------|----|----|----|----|----------------|----|---|---|
| | | | | 1Q | 2Q | 上期 | 3Q | 4Q | 下期 | Total | 1Q | 2Q | 上期 | 3Q | 4Q | 海外 10-12月 | 海外 1-3月 | 下期 (*3) | Total (*4) 15ヶ月 同月比 | 1Q (*5) | 2Q | 上期 | 3Q | 4Q | | 下期 | Total | |
| 植物性 油脂 | 日本 | チョコレート用油脂 | 99% | 96% | 98% | 97% | 96% | 96% | 96% | 97% | 97% | 107% | 102% | 108% | 108% | - | 108% | 105% | 111% | | | | | | | | | 菓糖り消費によるチョコレートの需要増に加え、拡販により伸長 |
| | 米州 | | 85% | 104% | 103% | 104% | 109% | 93% | 101% | 102% | 98% | 103% | 100% | 107% | 107% | 110% | 108% | 105% | 99% | | | | | | | | | 菓糖り消費による一時的な需要の増加はあったもののその後の反動もあり微減 |
| | 東南アジア | | 108% | 112% | 102% | 107% | 80% | 98% | 88% | 97% | 98% | 95% | 97% | 95% | 74% | 87% | 85% | 90% | 80% | | | | | | | | | CBEは伸長するもCBSやCBRが減少 |
| | 中国 | | 114% | 83% | 103% | 90% | 96% | 87% | 91% | 91% | 73% | 97% | 83% | 65% | 83% | 52% | 68% | 74% | 98% | | | | | | | | | CBEは堅調に推移するもCBSやCBRが減少 |
| | 欧州 | | 102% | 92% | 105% | 98% | 90% | 90% | 90% | 93% | 84% | 83% | 84% | 78% | 103% | 93% | 91% | 88% | 69% | | | | | | | | | 土産需要の減少により減少 |
| | 合計 | | 99% | 103% | 102% | 103% | 91% | 95% | 93% | 97% | 94% | 97% | 96% | 98% | 92% | 94% | 94% | 94% | 88% | | | | | | | | | |
| 業務用 チョコレート | 日本 | チョコレート (カカオ製品含む) | 102% | 102% | 91% | 96% | 99% | 90% | 95% | 96% | 93% | 103% | 98% | 100% | 102% | - | 101% | 100% | 94% | | | | | | | | | アイス向けは増加も、土産市場向けが減少 |
| | 米州(ブラジル) | | 89% | 93% | 92% | 92% | 102% | 117% | 110% | 101% | 82% | 131% | 96% | 105% | 128% | 105% | 113% | 106% | 47% | | | | | | | | | 主要顧客であるのフードサービスや業務用スーパー向けが減少 |
| | 東南アジア | | 124% | 104% | 98% | 101% | 101% | 107% | 104% | 103% | 119% | 127% | 123% | 106% | 101% | 98% | 102% | 110% | 82% | | | | | | | | | 外出規制の影響を受け、パンやアイス向けのチョコレートが減少 |
| | 中国 | | 92% | 141% | 114% | 127% | 114% | 121% | 118% | 122% | 99% | 104% | 101% | 106% | 121% | 82% | 105% | 103% | 146% | | | | | | | | | 一般菓子向けに堅調に推移したことに加え、Blommer中国事業が加わったことによる増加 |
| | 欧州 | | 105% | 122% | 131% | 127% | 120% | 119% | 120% | 123% | 123% | 106% | 114% | 114% | 95% | 97% | 102% | 106% | 77% | | | | | | | | | 外出規制により外食、土産市場を中心に減少 |
| | 合計(*1) | | 101% | 100% | 96% | 98% | 105% | 110% | 107% | 103% | 95% | 115% | 104% | 104% | 111% | 101% | 106% | 105% | 79% | | | | | | | | | |
| ブラマー(*2) | チョコレート (カカオ製品含む) | - | - | - | - | - | - | - | - | 107% | 98% | 102% | 93% | 91% | - | 92% | 97% | 100% | | | | | | | | | (2-4月) 堅調な販売に加え、菓糖り需要があったものの、新型コロナウイルスの影響により横ばい | |
| 乳化・発酵 素材 | 日本 | クリーム | 104% | 104% | 101% | 102% | 94% | 99% | 96% | 99% | 107% | 104% | 105% | 97% | 96% | - | 97% | 101% | 87% | | | | | | | | | カフェチェーン向けを中心に減少 |
| | | マーガリン ショートニング | 98% | 96% | 98% | 97% | 96% | 92% | 94% | 96% | 84% | 85% | 85% | 82% | 86% | - | 84% | 84% | 82% | | | | | | | | | コンビニ向けパン、菓子パン需要の減少 |
| | 東南アジア | クリーム | 120% | 125% | 100% | 111% | 103% | 114% | 109% | 110% | 116% | 116% | 116% | 130% | 105% | 85% | 104% | 110% | 61% | | | | | | | | | 外出規制等の影響による洋菓子需要の減少 |
| | 中国 | マーガリン ショートニング | 110% | 95% | 99% | 97% | 92% | 122% | 106% | 103% | 94% | 88% | 91% | 83% | 86% | 77% | 82% | 86% | 93% | | | | | | | | | パン需要一時回復も、コロナ後の需要回復の遅れ |
| | | フィリング | 160% | 161% | 132% | 145% | 139% | 141% | 140% | 142% | 115% | 114% | 114% | 98% | 98% | 72% | 90% | 99% | 94% | | | | | | | | | パン需要一時回復も、コロナ後の需要回復の遅れ |
| 大豆加工 素材 | 日本 | 大豆たん白素材 | 103% | 104% | 104% | 104% | 105% | 102% | 104% | 104% | 101% | 104% | 103% | 102% | 109% | - | 106% | 104% | 108% | | | | | | | | | 健康栄養市場やシリアル向けが堅調に推移 |
| | | 大豆たん白食品 | 89% | 83% | 84% | 83% | 103% | 105% | 104% | 93% | 108% | 102% | 105% | 98% | 98% | - | 98% | 101% | 93% | | | | | | | | | 休校の影響で給食向けの数量が減少 |
| | | 機能剤 | 103% | 96% | 107% | 102% | 91% | 107% | 99% | 101% | 96% | 90% | 93% | 110% | 83% | - | 95% | 94% | 103% | | | | | | | | | 販売伸長、販売期ずれなどにより増加 |

注) 製品区分定義の見直し等により、過年度の実数に変更がある場合は遡及修正後数値を表示

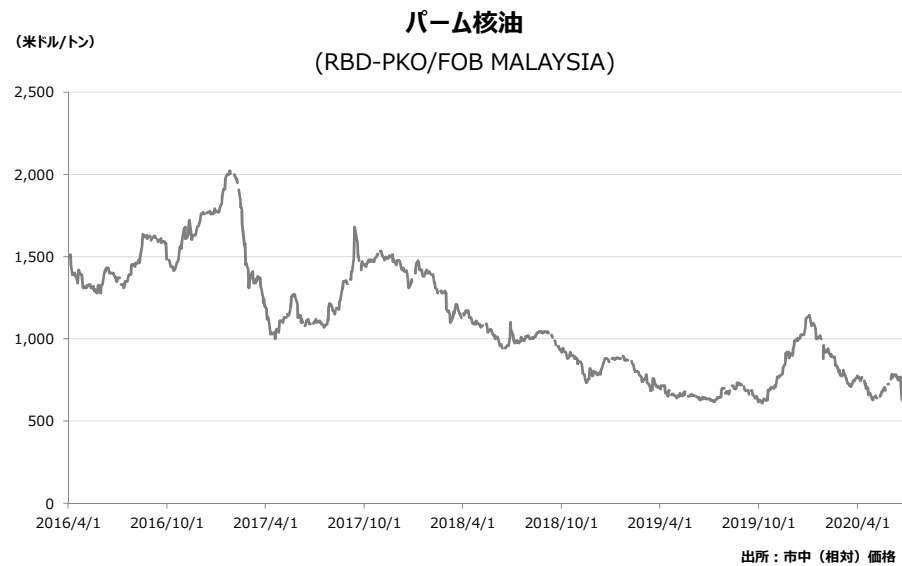
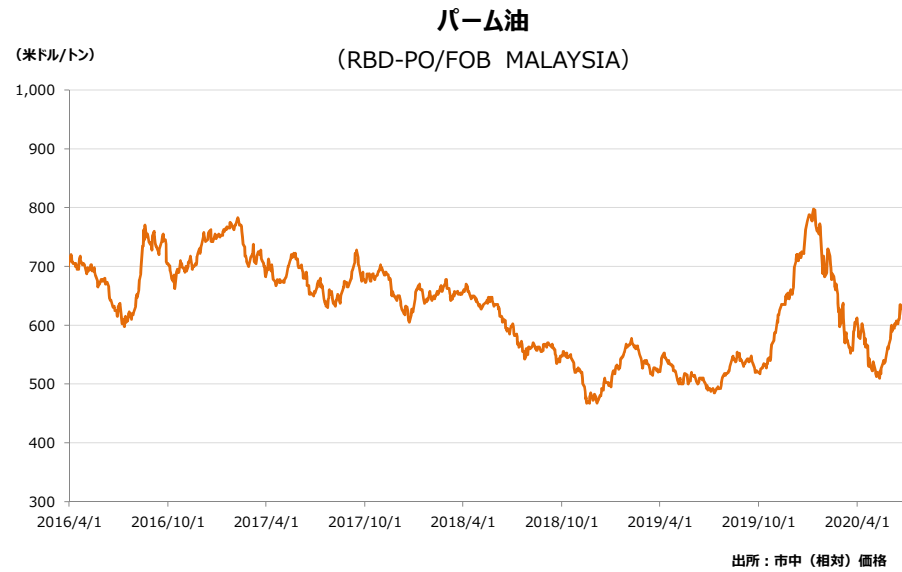
*1:Blommerの数量は除いて算出 *2: BlommerのP/L連結は2019年1Qから開始、参考値として連結前の同月期の販売数量実績対比の指数を掲載

*3:19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。

*4:2019年については、従来より3月決算の会社の12ヶ月間の数量と、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ヶ月間の数量の合計を、前年同月比で比較。

*5:2020年については、2019年度に決算期変更を12月から3月に変更した海外グループ会社の19年4-6月の数量と、20年4-6月の数量を前年同月比として比較。

IR補足②：主要原料チャート（2020年6月末まで）



IR補足③：中期経営計画 / 主なトピックス

●中期経営計画

| 基本戦略 | 基本方針 | ※基準年 | | | | | 中計策定時 20年度目標 | |
|--|---|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------------------|-----------------|-----------------|
| | | 16年度 実績 | 17年度 実績 | 18年度 実績 | 19年度 実績*1 | 20年度 予想 (4か年の累計予想) | | |
| <p>ポートフォリオシフト</p> <p>成長戦略 エリア戦略</p> <p>経営基盤 強化</p> <p>財務戦略</p> <p>収益構造 改革</p> <p>グローバル 経営体制の整備</p> <p>強固な 財務体質</p> <p>コストダウン</p> | <p>①コアコンピタンスの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 強みを発揮できる市場・製品群を確実に伸ばす <p>②大豆事業の成長</p> <ul style="list-style-type: none"> 地球と人の健康を追求 時代に合った製品の提供の対応 <p>③機能性高付加価値事業の成長</p> <ul style="list-style-type: none"> 多糖類事業、安定化DHA・EPAの事業展開 栄養・健康分野への進出 グループ収益の安定化を図る <p>④コストダウンとグローバルスタンダードへの統一</p> | ROE | 8.3% | 8.8% | 7.3% | 10.5% | 7.2% | 10.0% |
| | | 売上高純利益率 | 4.1% | 4.5% | 3.8% | 3.9% | 3.1% | 約5% |
| | | 総資産回転率 | 107.5% | 113.6% | 77.0% | 112.9% | 100.9% | 約115% |
| | | 財務レバレッジ(倍) | 1.8 | 1.7 | 2.5 | 2.4 | 2.3 | 約1.8倍 |
| | | EPS(円) | 140.8 | 159.9 | 134.7 | 190.5 | 133.8 | EPS CAGR 8%以上 |
| | | EPS成長率 | 31.2% | 13.5% | ▲15.7% | - | - | |
| | | 営業利益(億円) | 197 | 205 | 185 | 236 | 193 | 営業利益 CAGR 6%以上 |
| | | 営業利益成長率 | 16.9% | 4.0% | ▲9.5% | - | - | |
| | | 株主還元(配当性向) | 31.2% | 30.0% | 37.1% | 29.4% | 43.4% | 配当性向 30-40% |
| | | 営業キャッシュフロー(億円) | 165 | 282 | 226 | 371 | 337 | 4か年累計 1,000億円 |
| | | CCC(日) | 110 | 103 | 105*2 | 113*3 | 104 | CCC 10日間の短縮 |
| | | 売上債権(日) | 74 | 76 | - | 62 | 62 | |
| | | 棚卸資産(日) | 65 | 57 | - | 75 | 68 | |
| | | 仕入債務(日) | 29 | 30 | - | 25 | 26 | |
| | | 設備投資(億円) | 136 | 147 | 159 | 180 | 230 | 4か年累計 600-700億円 |
| | | M&A | - | - | Blommer・IFS | - | - | 500億円の資金確保 |

*1：19年度実績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（12月→3月）に伴う15ヶ月決算数値を反映。

*2：18年度のCCCはブラマーを除く

*3：19年度のCCCは、15ヶ月決算適用海外グループ会社について12ヶ月換算し算出

●2020年度 主なトピックス

| 日付 | Topics |
|-----------|-------------------------------------|
| 2020.5.7 | 温室効果ガス削減目標に関して「SBT イニシアチブ」の認証を取得 |
| 2020.5.19 | 役員に対する業績連動型株式報酬制度を導入 |
| 2020.6.4 | 児童労働撲滅、森林破壊防止に向け、サステナブル調達コミットメントを策定 |
| 2020.6.18 | 第92回定時株主総会 |
| 2020.6.23 | 「第5回 日本ベジタリアンアワード」で大賞を受賞 |
| 2020.6.30 | 責任あるパーム油調達に関する取組み状況を公表 |
| 2020.7.3 | 「サステナビリティレポート2020」を公開 |