



Joy for Life

2022年3月期 第3四半期 決算概況

2022年2月7日

株式会社 J-オイルミルズ

問い合わせ先：

コーポレートコミュニケーション部 Tel.03-5148-7101

Agenda

- 1 2021年度3Q 決算概況
- 2 2021年度 業績予想および重点取組み
- 3 参考資料

2021年度3Q 連結業績概要

2021年度3Q業績

(億円)	前期	当期	前年比	11/4 通期予想	進捗率
売上高	1,220.0	1,485.7	+21.8%	2,050.0	+72.5%
営業利益	51.4	1.9	▲96.3%	26.0	+7.4%
経常利益	54.8	5.6	▲89.8%	33.0	+16.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	39.1	15.5	▲60.4%	33.0	+46.9%

■ 決算のポイント

対 前 年	売上高	+	油脂製品の価格改定とミール価格の上昇により売上高増加
		+	新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け市場が大きく減退した翌年にあたるため
		-	業務用の販売数量増加
		-	競争環境の激化により家庭用の販売数量減少
	営業利益	-	「収益認識に関する会計基準」の適用による影響
		-	原料相場の急激な上昇を受けた原材料調達コストの悪化と価格改定の遅れ 物流費・工場固定費および燃料価格高騰にともなうユーティリティコストの悪化
当期 純利益	+	ケミカル事業譲渡益+6.0億円、投資有価証券売却益+9.6億円(特別利益)	
	-	油脂加工品事業資産の減損損失▲4.0億円 若松工場精製工程の減損損失▲2.7億円(特別損失)	

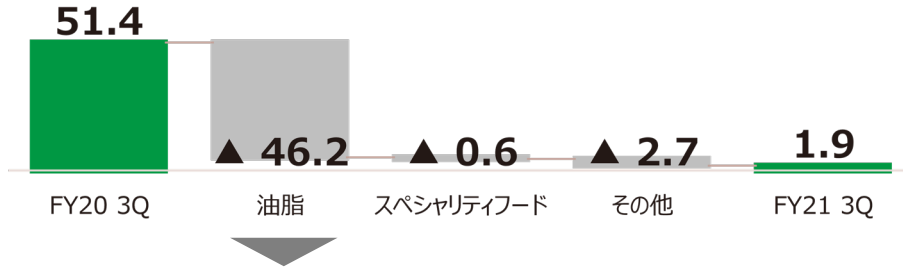
2021年度3Q セグメント別業績

2021年度3Q業績

(億円)	前期	当期	前年比	11/4 通期予想	進捗率
売上高					
油脂事業	1,026.1	1,307.2	+27.4%	1,815.0	+72.0%
スペシャルティフード事業	147.4	160.7	+9.0%	216.0	+74.4%
（内 油脂加工品事業）	91.6	97.2	+6.1%	128.6	+75.6%
（内 テクスチャーデザイン・ファイン）	55.8	63.5	+13.8%	87.4	+72.7%
その他事業	46.6	17.9	▲61.6%	19.0	+94.0%
連結合計	1,220.0	1,485.7	+21.8%	2,050.0	+72.5%
営業利益					
油脂事業	48.0	1.8	▲96.3%	26.5	+6.8%
スペシャルティフード事業	▲ 1.7	▲ 2.3	-	▲ 3.5	-
（内 油脂加工品事業）	▲3.2	▲4.5	-	▲7.4	-
（内 テクスチャーデザイン・ファイン）	1.5	2.2	+43.8%	3.9	+55.3%
その他事業	5.1	2.4	▲52.4%	3.0	+81.0%
連結合計	51.4	1.9	▲96.3%	26.0	+7.4%

2021年度3Q 営業利益増減分析

【セグメント別営業利益 増減】 単位：億円



対前年同期実績

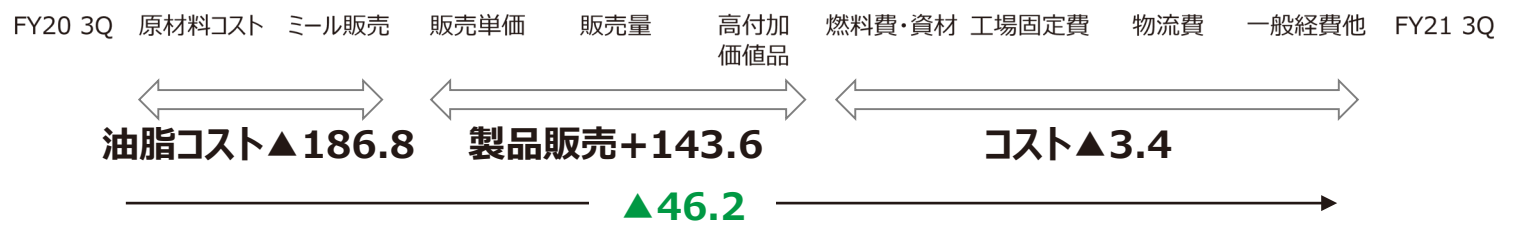
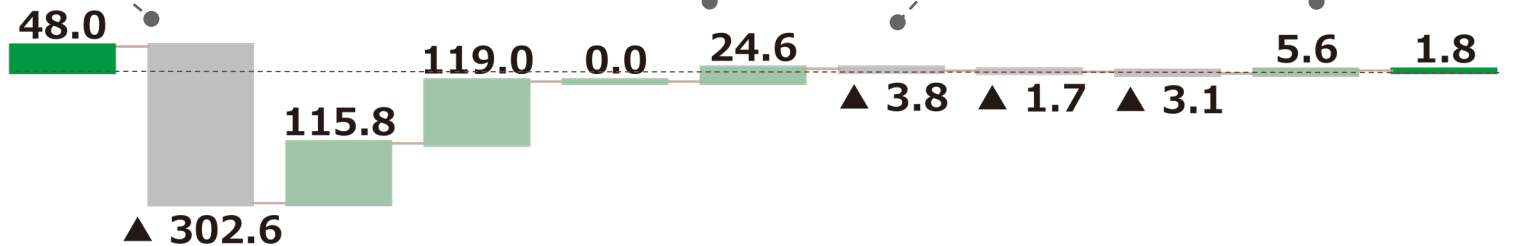
【油脂事業 営業利益増減分析】 単位：億円

原材料コスト内訳	
大豆	▲115.5
菜種	▲152.5
為替*	▲6.9
購入油	▲26.3
他	▲1.5

高付加価値品の販売	
家庭用	▲6.8
業務用	+31.5

燃料費・資材内訳	
資材	▲0.7
燃料	▲1.0
ユーティリティ	▲2.1

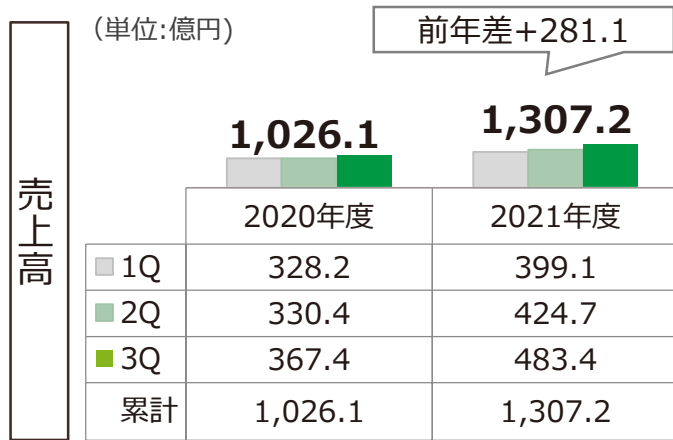
一般経費他内訳	
人件費	+0.1
広告費	▲2.4
販売促進費	+8.9
その他	▲1.0



*為替・・・20年度3Q:107円/1ドル、21年度3Q:109円/1ドル

セグメント別業績：油脂事業

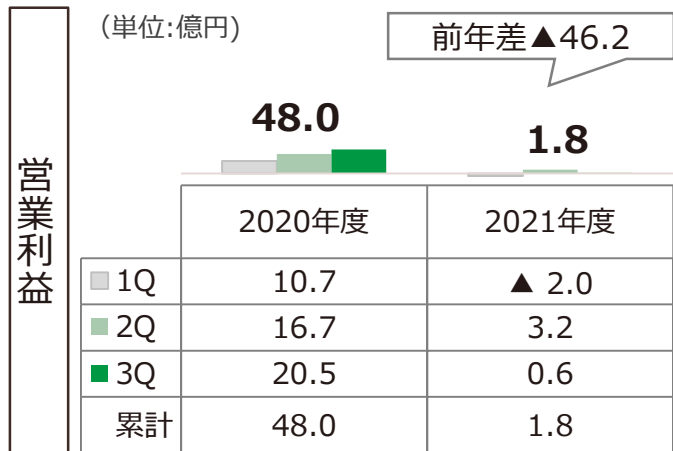
- 売上高は、業務用油脂およびミール類の販売量・販売価格の増加に伴い、前年を上回った
- 営業利益は、油脂コスト悪化を受け価格改定を実施したが進捗の遅れにより利益率が低下



【売上高構成比】

(単位:億円)

	売上高					
	2020 3Q		2021 3Q		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額(率)	構成比(差)
家庭用油脂	205.8	20%	202.3	15%	▲1.7%	▲5%
業務用油脂	563.4	55%	676.5	52%	20.1%	▲3%
ミール類	256.9	25%	428.4	33%	66.8%	8%
合計	1,026.1	100%	1,307.2	100%	27.4%	-



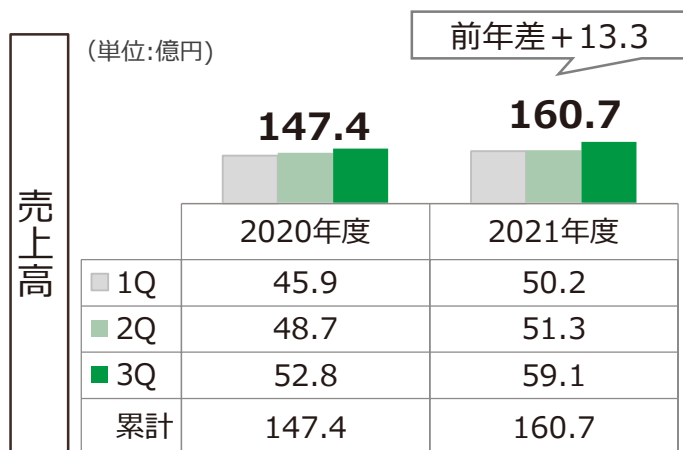
【営業利益増減分析】

(単位:億円)

	営業利益	前年差		
		価格	物量	原材料他
家庭用油脂		+ 8.8	▲ 3.1	
業務用油脂		+ 128.2	+ 9.7	
ミール類		+ 110.8	+ 5.1	
合計	▲ 46.2	+ 247.7	+ 11.7	▲ 305.6

セグメント別業績：スペシャルティフード事業

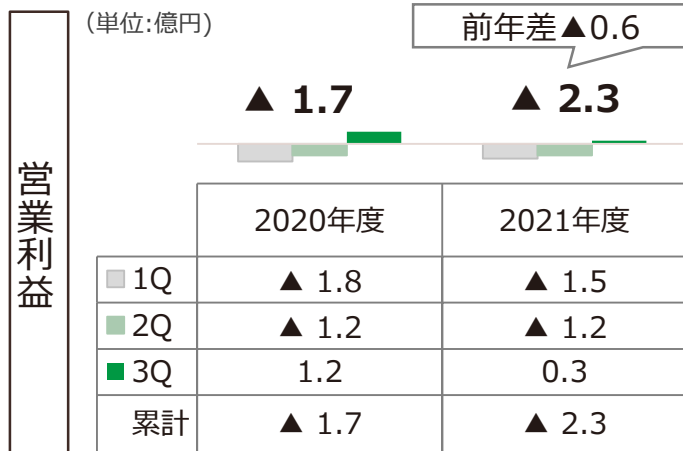
- 売上高は、油脂加工品の価格改定とスターチやファインの高付加価値品拡販により前年を上回った
- 営業利益は、油脂加工品においてパーム油等の原料コスト上昇を受け価格改定を実施したが進捗の遅れにより利益率が低下



【売上高構成比】

(単位:億円)

	売上高					
	2020 3Q		2021 3Q		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額(率)	構成比(差)
油脂加工品	91.6	62%	97.2	60%	6.1%	▲2%
テクスチャーデザイン	52.1	35%	58.1	36%	11.5%	1%
ファイン	3.7	3%	5.4	3%	46.5%	1%
合計	147.4	100%	160.7	100%	9.0%	-



【営業利益増減分析】

(単位:億円)

	営業利益	前年差		
		価格	物量	原材料他
油脂加工品		+ 4.3	▲ 0.2	
テクスチャーデザイン		+ 4.1	+ 0.4	
ファイン		+ 0.6	+ 0.2	
合計	▲ 0.6	+ 9.0	+ 0.4	▲ 10.0

B/Sの状況

- 資産は、売上債権の増加と原材料価格上昇の影響を受け棚卸資産が増加
- 負債は、仕入債務は減少したが、運転資金調達のため有利子負債が増加

連結貸借対照表

(億円)

	20年期末	21年3Q	増減
流動資産	827	894	67
現預金	78	32	▲ 47
売上債権	360	400	40
棚卸資産	359	428	69
その他	29	34	5
固定資産/繰延資産	738	691	▲ 48
有形・無形資産	569	540	▲ 29
投資その他	169	151	▲ 18
資産計	1,565	1,585	20

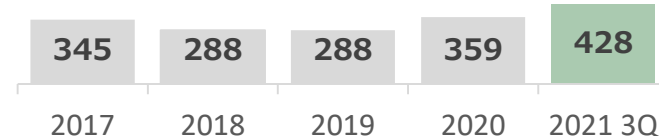
	20年期末	21年3Q	増減
負債	620	647	26
仕入債務	186	131	▲ 56
有利子負債	183	327	144
引当金	51	40	▲ 11
その他	199	149	▲ 51
純資産	945	938	▲ 7
株主資本	895	894	▲ 0
包括利益他	46	40	▲ 6
非支配株主持分	4	4	▲ 0
負債・純資産計	1,565	1,585	20

・営業CF▲176、投資CF+2.0、財務CF+127

・原材料価格上昇による棚卸資産の増加

棚卸資産の推移

(億円)



・設備投資（維持更新、システム投資など）+32

・減価償却 ▲36

・減損損失 ▲7

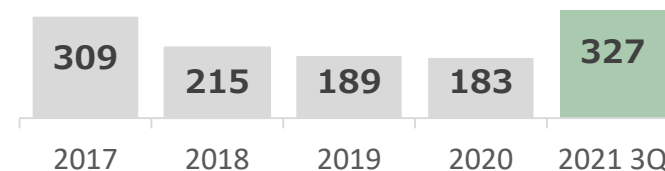
・ケミカル事業譲渡による連結除外▲13 他

・投資有価証券売却▲18

ケミカル事業譲渡に伴う売却 他

・有利子負債の推移

(億円)

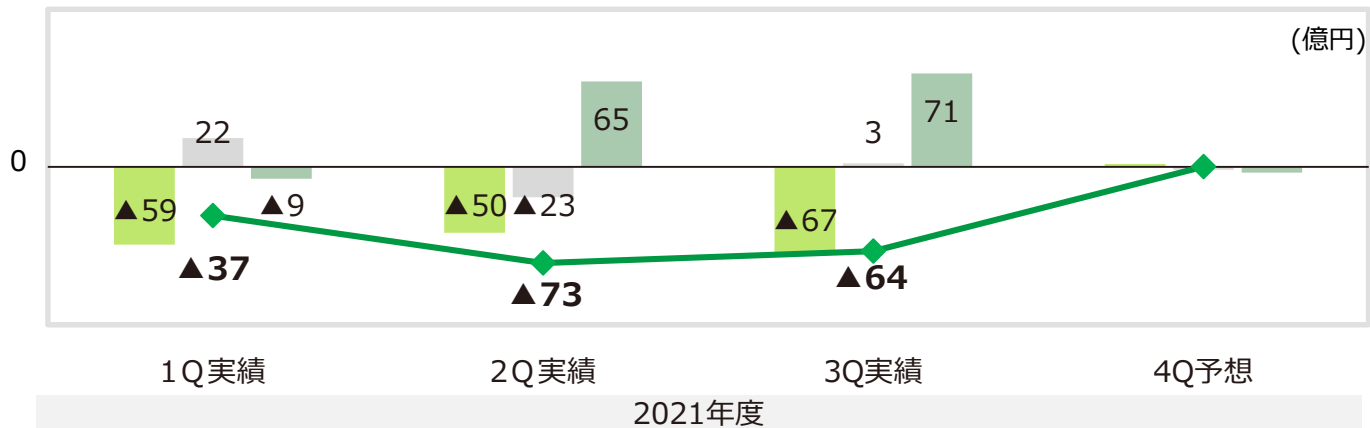


※有利子負債・・・社債と借入金の合計値を使用

C/Fの状況

- 原料相場高騰と為替影響(円安)により調達費用が増加
価格改定の進捗の遅れと原料調達が3月に集中する予定から今期は悪化の着地を見込む

【キャッシュフロー推移】 営業C/F 投資C/F 財務C/F ◆フリーC/F

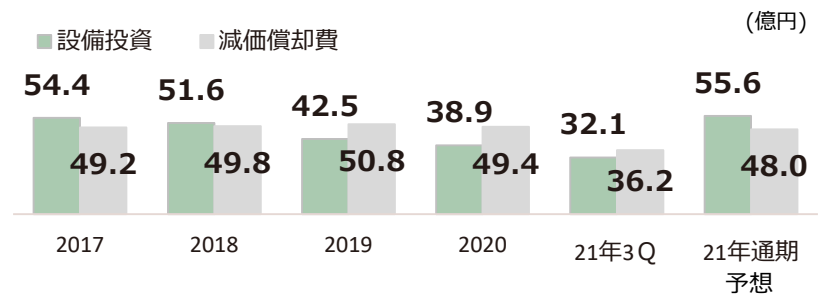


【資産効率の改善】

上期実績	<ul style="list-style-type: none"> ・コア事業への集中（ケミカル事業） +22億円 ・投資有価証券の売却 +10億円
3Q実績	<ul style="list-style-type: none"> ・遊休資産の売却（寮や倉庫など） +10億円 ・投資有価証券の売却 +3億円
4Q予定	<ul style="list-style-type: none"> ・遊休資産の売却（土地など） ・投資有価証券の売却

【設備投資の状況】

- ・21年度4Q設備投資：
業務効率改善を目的としたシステム投資、設備更新投資など



Agenda

1

2021年度3Q 決算概況

2

2021年度 業績予想および重点取組み

3

参考資料

2021年度 業績予想

- 原料コスト上昇に対する価格改定の進捗の遅れにより、11月4日に公表した通期予想を下方修正

2021年度予想

〈連結業績:通期〉 (億円)	2020年度	11/4 通期予想	1/26 修正予想	前年比	11/4 通期予想比
売上高	1,648.2	2,050.0	2,015.0	+22.3%	▲1.7%
営業利益	66.9	26.0	0.5	▲99.3%	▲98.1%
経常利益	73.7	33.0	7.5	▲89.8%	▲77.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	52.5	33.0	19.0	▲63.8%	▲42.4%
営業利益率	4.1%	1.3%	0.02%	▲4.1ppt	▲1.3ppt
ROE	5.7%	3.5%	2.1%	▲3.6ppt	▲1.4ppt

2021年度 セグメント別業績

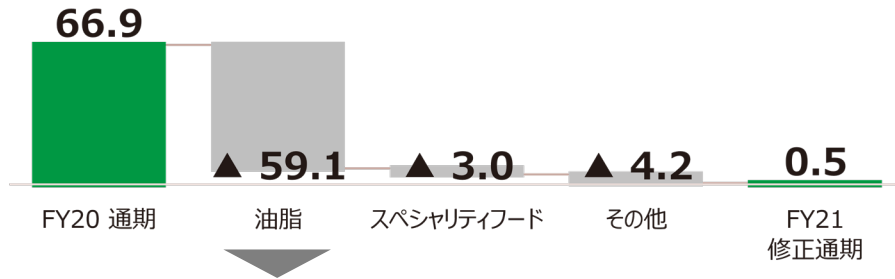
2021年度予想

(億円)	前期	11/4 通期予想	1/26 修正予想	前年比	11/4 通期予想比
売上高					
油脂事業	1,389.0	1,815.0	1,783.0	+28.4%	▲1.8%
スペシャルティフード事業	196.1	216.0	213.0	+8.6%	▲1.4%
（内 油脂加工品事業）	121.3	128.6	127.7	+5.3%	▲0.7%
（内 テクスチャーデザイン・ファイン）	74.8	87.4	85.3	+14.0%	▲2.4%
その他事業	63.1	19.0	19.0	▲69.9%	-
連結合計	1,648.2	2,050.0	2,015.0	+22.3%	▲1.7%
営業利益					
油脂事業	62.2	26.5	3.1	▲95.0%	▲88.3%
スペシャルティフード事業	▲2.3	▲3.5	▲5.7	-	-
（内 油脂加工品事業）	▲4.4	▲7.4	▲8.4	-	-
（内 テクスチャーデザイン・ファイン）	2.2	3.9	2.7	+24.5%	▲31.2%
その他事業	6.9	3.0	3.1	▲55.1%	+3.3%
連結合計	66.9	26.0	0.5	▲99.3%	▲98.1%

2021年度通期業績予想 営業利益増減分析

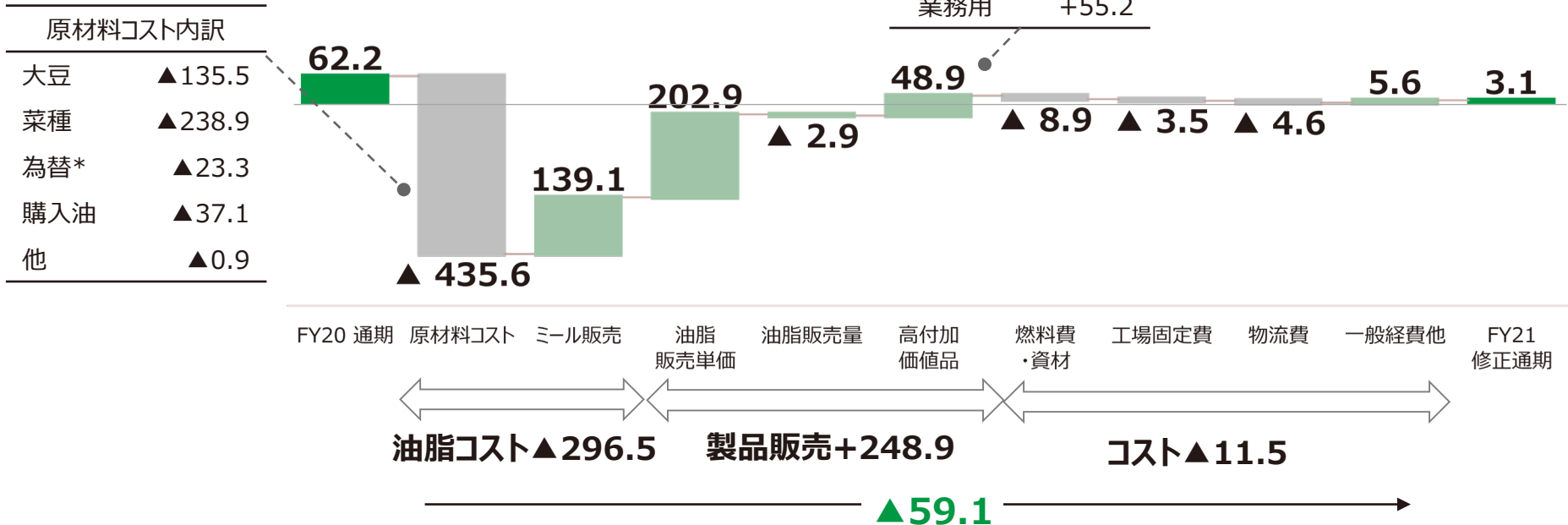
(対前年通期実績)

【セグメント別営業利益 増減】 単位：億円



単位：億円

【油脂事業 営業利益増減分析】



*為替・・・20年度通期実績:107円/1ドル、21年度修正通期予想:110円/1ドル

2021年度 原材料動向

■ 外部環境：原料・為替状況

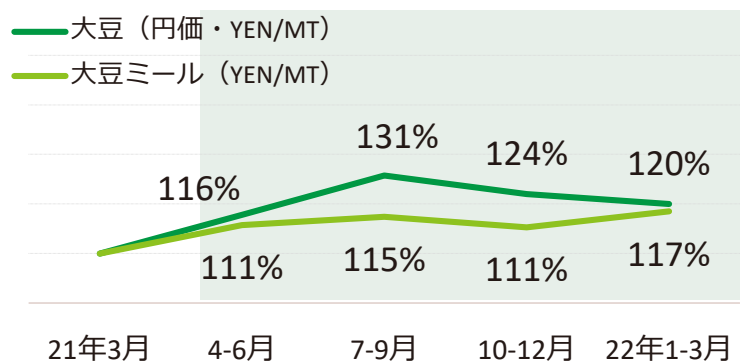
- 大豆、菜種の原料相場やミールバリュー、為替の悪化に加えて、フレートの上昇により原料調達価格は高止まり、加えてカナダの干ばつによる菜種の品質悪化の影響で総じて原料調達価格は大幅な悪化

	21'1Q		21'2Q		21'3Q		21'4Q	
	実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差	実績 (前年)	対前年差
大豆 ¢/Bu ^{※2}	1,391.6 (891.2)	+500.4	1,497.3 (851.2)	+646.1	1,358.6 (931.7)	+426.9	1,254.3 (1,137.2)	+117.1
菜種C\$/MT ^{※3}	737.7 (463.3)	+274.4	864.7 (465.1)	+399.6	885.4 (494.1)	+391.3	993.7 (568.3)	+425.4
ミールバリュー-%	63.8 (66.6)	▲2.8	55.9 (68.2)	▲12.3	53.2 (65.6)	▲12.4	54.8 (67.8)	▲13.0
海上運賃us\$/t ^{※4}	58.2 (48.5)	+9.7	68.4 (48.4)	+20.0	89.6 (50.0)	+39.6	82.4 (48.4)	+34.0
為替レート ^{※5}	107.0 (110.0)	▲3.0	110.5 (108.6)	+1.9	111.1 (107.2)	+3.9	114.7 (105.5)	+9.2

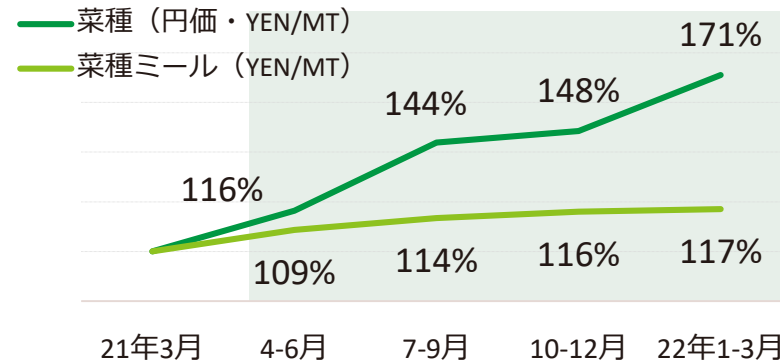
※1: 搾油原料の買付けは基本的に約3カ月前の時点にて行っており、本図では各期の業績に影響のある期間相場の平均値を示しています
 ※2: シカゴ相場 ※3: ウィネベグ相場 4Qは10/1以降の平均値 ※4: US Gulf-Japan PANAMAX ※5: 為替TTSレート

■ 当社実績：原料価格推移

【原料価格推移：大豆・大豆ミール】



【原料価格推移：菜種・菜種ミール】



※2021年3月を1として算出 (当社実績)

2021年度 価格改定状況

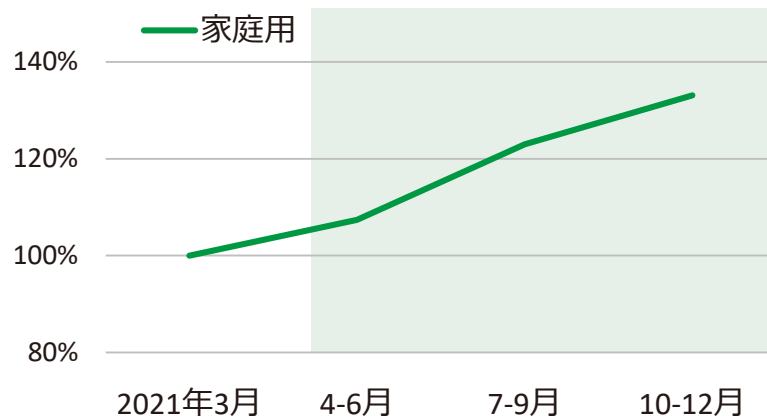
■ 価格改定

- 油脂で5回（うち1回は菜種油脂のみ）、油脂加工品で3回の価格改定を実施
- 油脂事業の価格改定の進捗は、業態によってばらつきはあるが、当初想定よりも遅れている
- 今後、進捗の遅れを5回目の価格改定とあわせ加速して進めていく

油脂		油脂加工品	
改訂日	対象/額	改訂日	対象/額
2021/4/1	家庭用/業務用/加工用油脂 30円/kg 以上	2021/4/1	業務用マーガリン25円/kg/業務用ショートニング30円/kg以上
2021/6/1	家庭用/業務用/加工用油脂 30円/kg 以上	2022/10/1	業務用マーガリン25円/kg/業務用ショートニング30円/kg以上
2021/8/2	家庭用/業務用/加工用油脂 50円/kg 以上	2022/2/1	業務用マーガリン40円/kg/業務用ショートニング50円/kg以上
2021/11/1	家庭用/業務用/加工用油脂 30円/kg 以上		
2022/2/1	家庭用/業務用/加工用の菜種油脂 40円/kg以上		

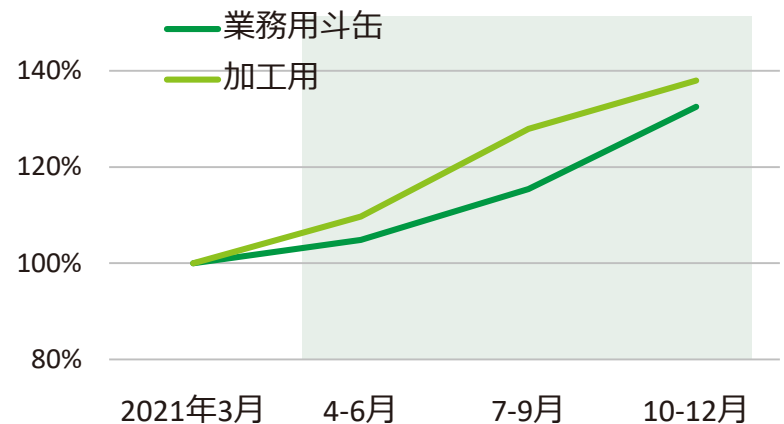
■ 価格改定推移（外部データ）

【家庭用油脂製品】



※2021年3月を1として算出
 出典：INTAGE SCIデータ (油脂市場:2021年3月～2021年12月)
 当社ベーシックオイル平均単価トレンド

【業務用油脂製品】



※2021年3月を1として算出
 出典：日経相場情報より

成長戦略:高付加価値品の拡大

- 油脂事業においては、家庭用のオリーブオイルは、競争環境の激化に伴い、前年を下回った一方で業務用の長徳®シリーズは、長持ち油としてコストメリットを訴求し売上は好調に推移
- スペシャルティフード事業においては、経時劣化抑制、食感改善機能のあるスターチのネオトラスト®やKT-10、ファインのビタミンK2が前年に引き続き伸長
- 大豆・菜種およびパーム油、オリーブ油などの購入油の原料価格上昇の影響を受け、粗利益率は悪化

【高付加価値品推移】

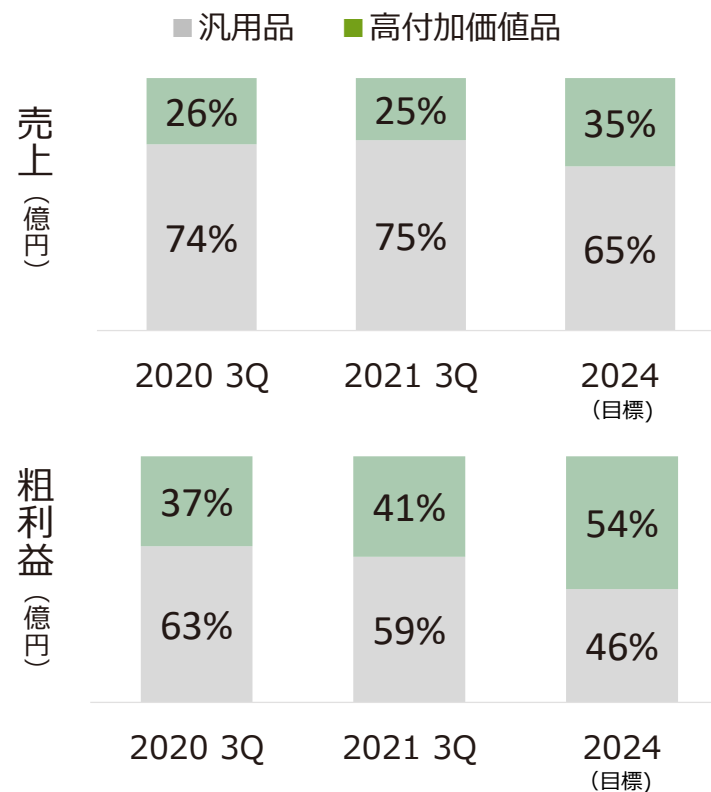
単位：億円

		2020年度 3Q	2021年度 3Q	対前年 増減率
高付加 価値品	売上高	323.1	368.5	+14.1%
	粗利益	94.9	82.9	▲12.6%
	粗利益率	29.4%	22.5%	▲6.9ppt

【セグメント別売上高】

		2020年度 3Q	2021年度 3Q	対前年 増減率
油脂事業	家庭用	105.2	95.5	▲9.1%
	業務用	151.3	195.2	+29.0%
	合計	256.5	290.7	+13.3%
スペシャルティフード事業		66.6	77.8	+16.8%
高付加価値品合計		323.1	368.5	+14.1%

【高付加価値品 構成比】



成長戦略：高付加価値品拡売に向けた取り組み

■ 製品力強化とコミュニケーション強化の施策を通じ、高付加価値品の拡売を目指す

製品力強化	家庭用油脂	<ul style="list-style-type: none"> スマートグリーンパック（紙パック）製品：「エクストラバージンオリーブオイル」「こめ油」「大豆の油」のラインアップを追加し、2022年3月より全国発売予定
	業務用油脂	<ul style="list-style-type: none"> 長持ち油「SUSTEC」：価格改定の際に長持ちする油のコストメリットを訴求し、汎用油からの切り替えを推進
	テクスチャーデザイン	<ul style="list-style-type: none"> PBミート：大豆たんぱく「プランテクト」発売、当社の「あぶら・でんぷん・たんぱく」を組み合わせた提案強化
コミュニケーション強化	家庭用油脂	<ul style="list-style-type: none"> オリーブオイル：「Let's OLIVE！」シリーズのTVCMによる販売拡大
	PBF (Violife)	<ul style="list-style-type: none"> DX推進：SNSを通じた情報発信とお客様との相互コミュニケーションの実現
	テクスチャーデザイン	<ul style="list-style-type: none"> DX推進：WEBサイト TXdeSIGN.Lab開設による採用拡大強化
	ファイン	<ul style="list-style-type: none"> DX推進：ビタミンK2「menatto™」ブランディング戦略による付加価値化、海外向けのWEBサイト開設による顧客接点の強化

成長戦略：スマートグリーンパック（紙パック）製品

- 既存の紙パック製品に加え、新たに3種の油種をラインアップを追加
- 新たな価値を提供する環境配慮型の紙パック製品「スマートグリーンパック」により、新しいニーズを取り込み売上を拡大を目指す

新たな
提供価値

環境配慮

- プラスチック量を約60%削減
- CO2排出量を約26%削減
- 賞味期限延長によるフードロス削減
- ゴミ容積の削減

※ 従来の同容量帯容器との比較（当社計算）

使用性向上

- 注ぐ量を選べるWキャップ
- 持ちやすくてたみやすい容器
- コンパクトな容器で省スペース化



紙パックを採用した環境配慮商品「スマートグリーンパック」に「エクストラバージンオリーブオイル」「こめ油」「大豆の油」のラインアップを追加し、2022年3月より全国発売予定

成長戦略 : Violife

- Violife発売以降、お客様からは高い評価を頂き、着実に販売店舗数、売上を伸ばし、プラントベースチーズ（植物性チーズ代替品）の既発売エリアではカテゴリー伸長を牽引（+50%）
- 2022年3月1日より、家庭用商品の全国販売開始、業務用の拡販、同年2月より大手ECサイトでの販売を開始するなど成長に向け着実に取り組みを進めていく

市場動向

- ヴィーガンやベジタリアン、フレキシタリアンなど新しい食様式が浸透
- 健康意識、環境意識、SDGs意識の高まり
- 食物アレルギー保有者の増加 など

Violife
100% Vegan



お客様の声

- コアユーザーである乳アレルギーをお持ちのお子さんの保護者の方やヴィーガンやベジタリアン、フレキシタリアンの方を中心に美味しい新しい価値を持った商品として反響が大きい

ずっと探してた
ヴィーガン向けチーズ

アレルギーの息子
も美味しそうに
食べてくれた！

まあ食べれるかな
というレベルじゃなく
美味しい！



成長戦略:DX推進によるコミュニケーションの強化

- それぞれのビジネスに合ったDX化推進により新規お客様の開拓、ブランド力強化により成長を加速

テクスチャー素材

- 新規お客様開拓の営業支援デジタルプラットフォーム TXdeSIGN.Labを開設



<https://txdesign-lab.com/>

家庭用油脂

- 自社ECサイトの充実



Violife

- Instagram公式アカウント開設
SNSを通じた情報提供とお客様との相互コミュニケーションの実現



ビタミンK2

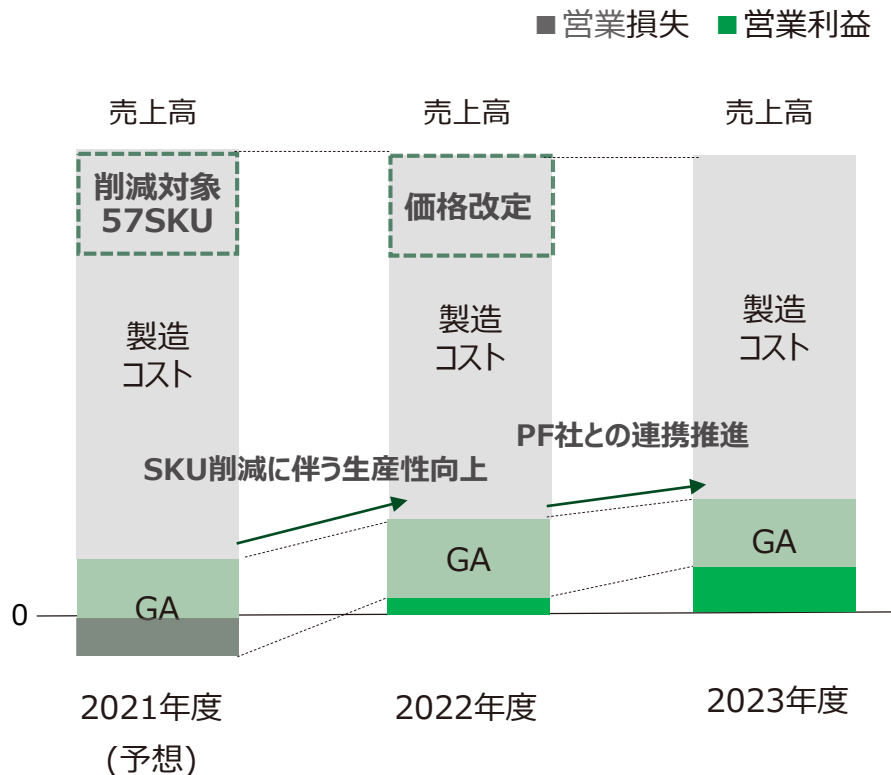
- 2021年11月にビタミンK2“menattoTM”も海外向けのWEBサイトを開設し本格的にブランディングを開始しブランド力強化と新規開拓に貢献



構造改革：油脂加工品事業黒字化に向けた改革

- 川上工程を含めた大幅なSKU削減、工場オペレーションの改善を実行し、収益性と成長性を考慮した新しい営業戦略の実践により、2022年度黒字化、2023年度利益貢献にむけ構造改革を着実に進める

構造改革ロードマップ



油脂加工品事業黒字化への取り組み状況

- 売上高
 - 価格：価格改定による収益増加
 - 数量：57SKU削減(約3割)にともなう販売数量減
- コスト削減
 - 不採算SKU削減にともなう生産性向上による固定費削減
- グループ会社との取り組み
 - ASEAN生産拠点PF社※1とのシナジーの創出と海外ビジネスの拡大
 - 日本向け製品の製造・輸出によるコスト競争力強化とASEAN拡販による収益向上

※1 Premium Fats Sdn :マーガリンやショートニング製品（製菓・製パン用途）の製造販売

経営基盤強化:サステナビリティ

気候変動への取り組み



- 2020年11月 TCFDによる提言に賛同し、リスクと機会のシナリオ選択と分析を実施
- 財務インパクトについては現在検討を進めている

CO2排出量削減目標と具体的な取り組み

- CO2排出量削減目標 **50%**削減 Scope1,2

取り組み事例

- 千葉工場：
蒸気エネルギーの有効活用による省電力CO2削減
- 倉敷工場：
PPA※による太陽光発電設備の導入を検討
- 神戸工場：
バイオマス燃料（木質チップ）由来の蒸気購入によるCO2の削減

※PPA (Power Purchase Agreement):電力販売契約

ダイバーシティ&インクルージョン

- ダイバーシティ&インクルージョンの推進を目指し『カシオペアWプロジェクト』を継続して活動
- 女性活躍推進のみに留まらず様々な対象者に向けて各種研修や施策等を実施



社内SNSによる情報発信

ESG外部評価

- 日経SDGs経営調査2021 4星認定



- 日経「スマートワーク経営」調査2021 3星認定



今後の取り組み

- 急激な外部環境の変化に対応すべく、汎用油の収益性改善を含む構造改革および高付加価値品拡大など第六期中計の戦略目標達成に向けスピード感をもって進めていく

第六期中期経営計画

	第五期中計 2017~2020	第六期中計 2021~2024	目指すべき姿 2030
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 高付加価値品の粗利益構成比増加 ● 油脂製品の粗利益率改善 ● マレーシアでのM&Aによる事業展開 	<ul style="list-style-type: none"> ● JOYL ブランド価値向上 ● 高付加価値品の拡大 ● 油脂汎用品の収益力改善 ● 海外・スペシャリティフード事業強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● JOYL ブランド確立 ● 高付加価値品の拡大加速 ● 油脂汎用品の安定的収益創出 ● 海外・スペシャリティフード事業拡充
構造改革	<ul style="list-style-type: none"> ● SKU削減 ● グループ会社統合 ● 事業撤退/譲渡 	<ul style="list-style-type: none"> ● バリューチェーン&業務プロセス改革 ● 資産効率改善 	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産体制の最適化完了 ● 資産効率の一層の改善
経営基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> ● ガバナンス強化 ● コーポレート機能の強化 ● 人事制度の改定 	<ul style="list-style-type: none"> ● ダイバーシティ・インクルージョン ● リスク対応力・グループガバナンス強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 選ばれる会社へ ● グループ会社ガバナンス強化(海外含む)

主な経営指標

- 2021年度の配当金は、期初予想を維持

	2017年度 実績	2018年度 実績	2019年度 実績	2020年度 実績	2021年度 予想	2024年度 目標	2030年度 目標
売上高	1,834	1,868	1,782	1,648	2,015	2,200	2,500
営業利益	40	57	67	67	0.5	110	240
営業利益率 (%)	2.2%	3.0%	3.7%	4.1%	0.02%	5.0%	9.0% 以上
ROE (%)	4.9%	5.6%	5.9%	5.7%	2.1%	8.0%	12.0% 以上
ROIC (%)	2.4%	3.6%	4.3%	4.1%	0.03%	5.5%	8.0%
EPS (円) ※	124.75	144.20	158.10	159.62	57.63	260	500以上
D/Eレシオ	0.42	0.30	0.26	0.24	0.38	—	0.50 以下
CCC (日)	117日	112日	114日	124日	126日	—	—
一株当り配当額(円)※	45	45	50	50	50	—	—
配当性向	36.1%	31.2%	31.6%	31.3%	86.8%	—	40%

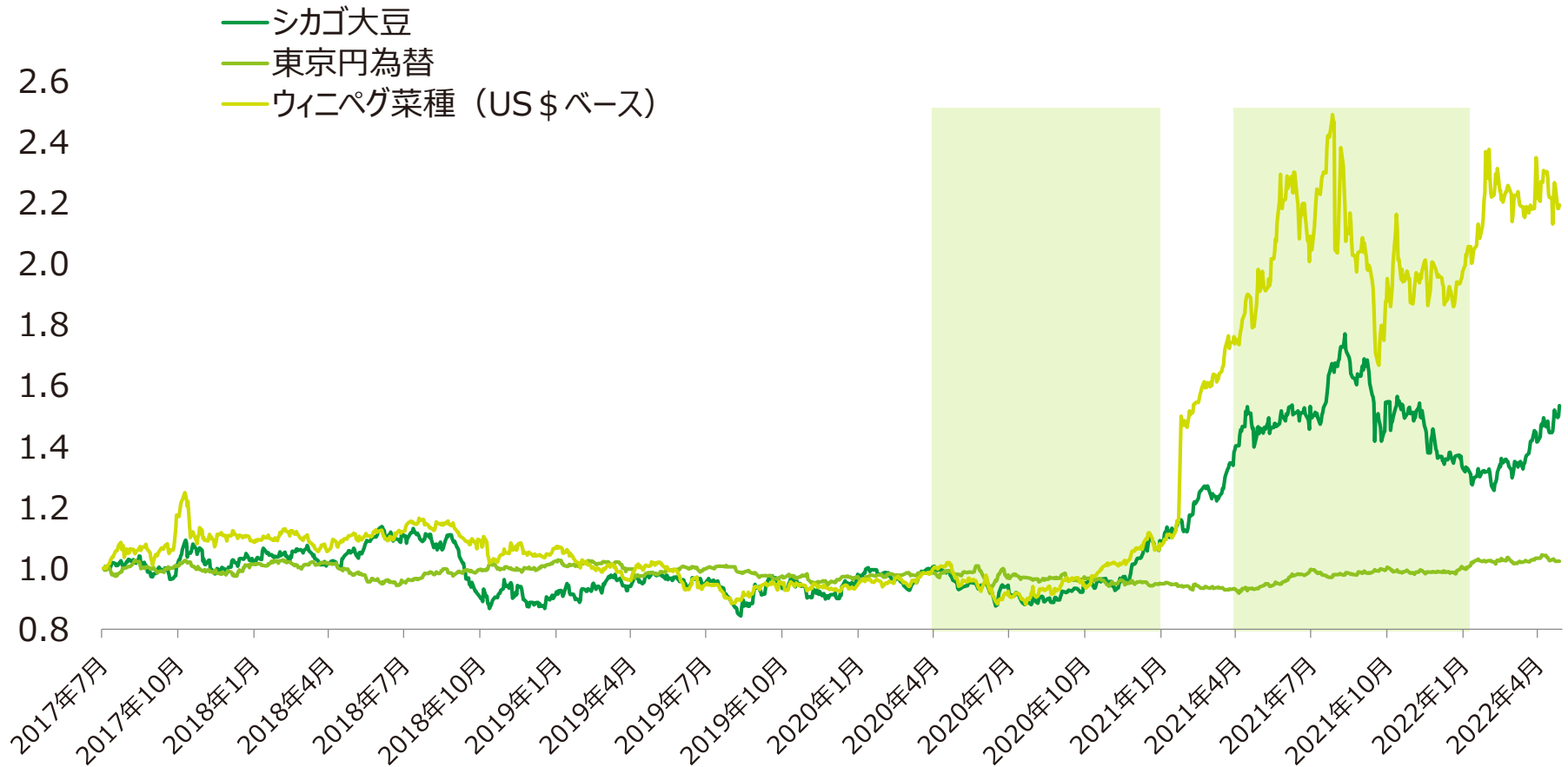
※株式併合・分割換算後

Agenda

- 1 2021年度3Q 決算概況
- 2 2021年度 業績予想および重点取組み
- 3 参考資料

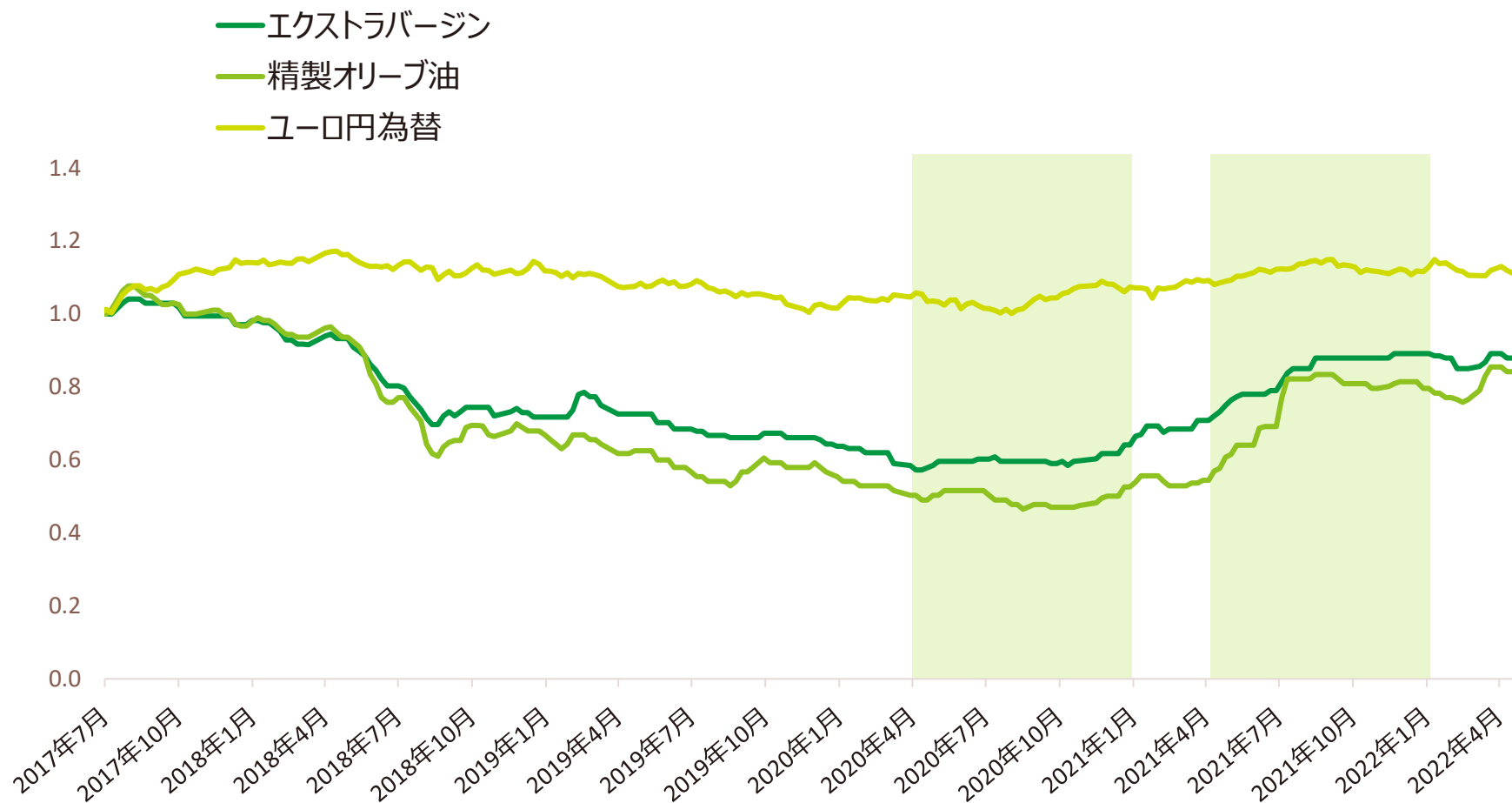
大豆、菜種、為替(米ドル)の相場動向

* 原料調達状況に近づけるため、相場データを3ヶ月ずらして表示(2017年4月を1とする (図中では2017年7月を1となる))

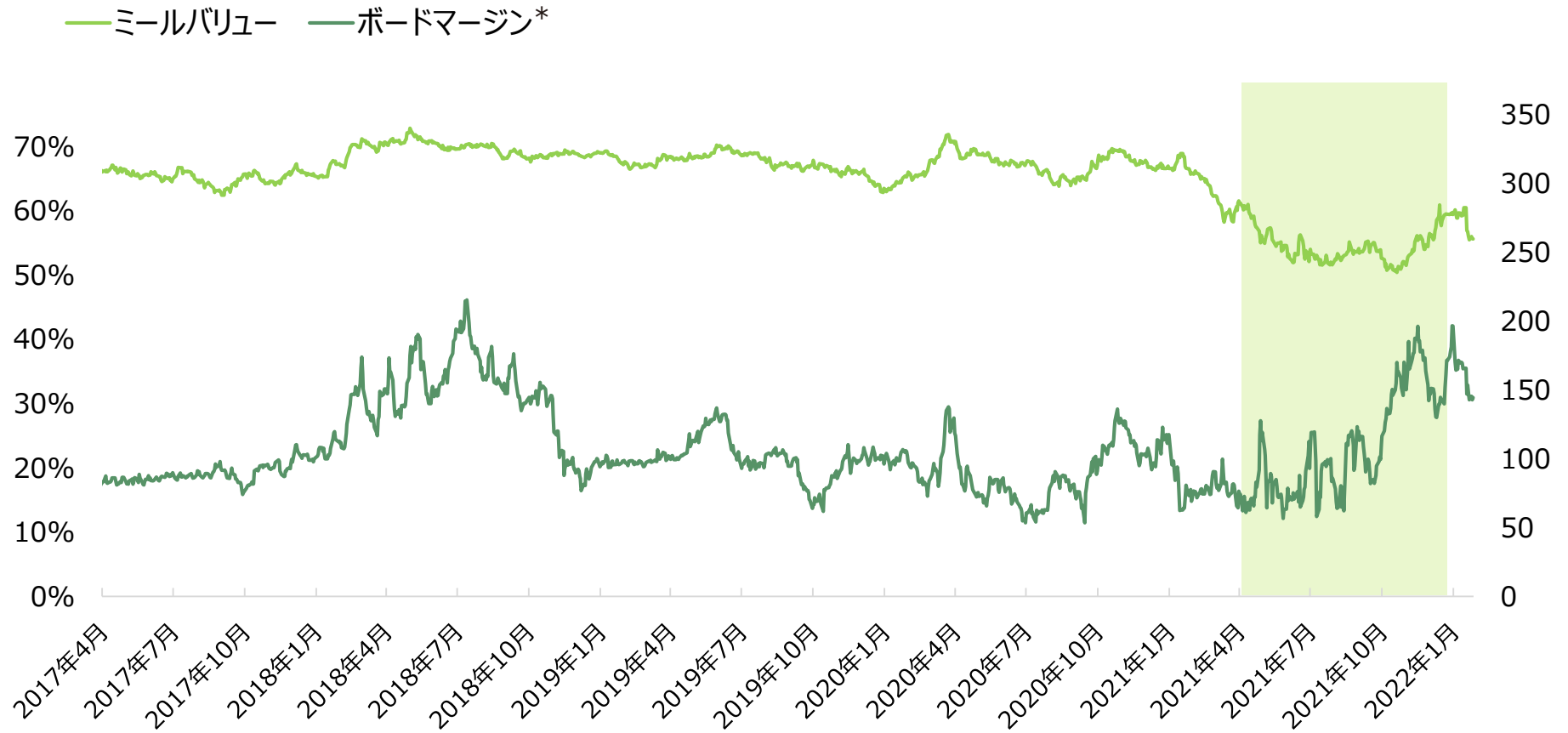


オリーブ、為替(ユーロ)の相場動向

* 原料調達状況に近づけるため、相場データを3ヶ月ずらして表示(2017年4月を1とする (図中では2017年7月を1となる))



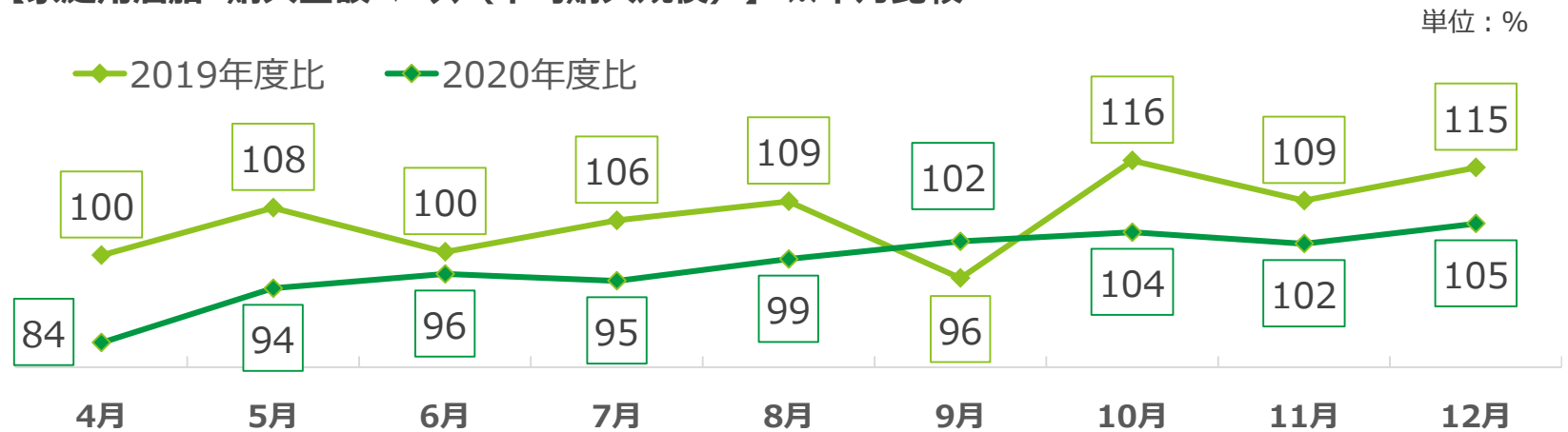
ミールバリューの動向



*シカゴ大豆定期1ブッシェルから産出する大豆油と大豆ミールの価値の合計と大豆1ブッシェルの価格の差

2021年度 市場環境

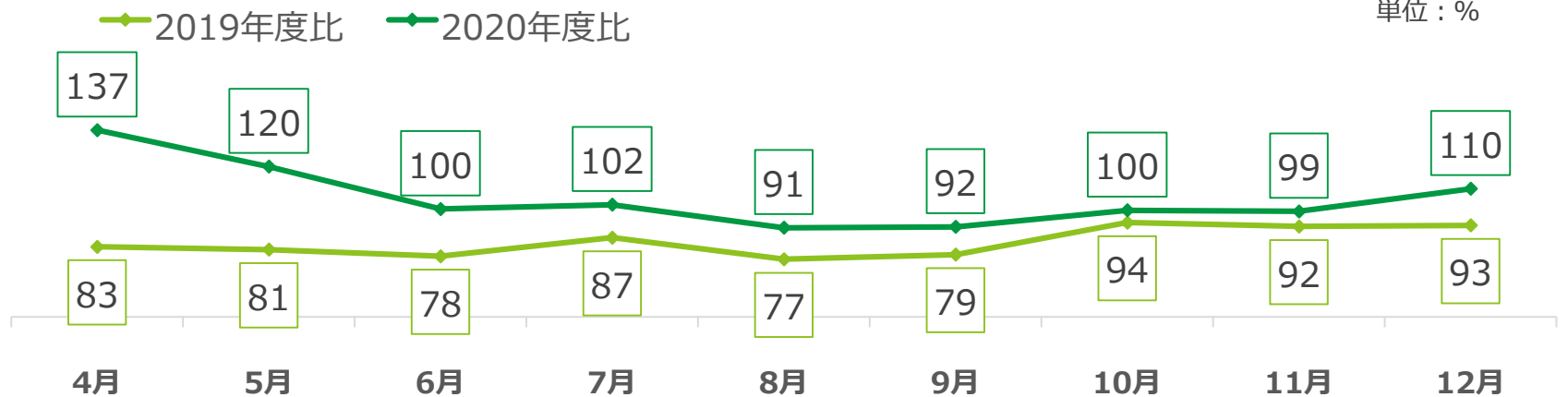
【家庭用油脂 購入金額ベース（平均購入規模）】 ※単月比較



※ INTAGE SCIデータデータ (油脂市場:2019年4月~2021年12月)を基に当社推定

【業務用油脂 外食産業市場動向調査 売上高】 ※単月比較

【全体】



※出典:日本フードサービス協会 外食産業市場動向調査

The logo features the word "JOYL" in a bold, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a stylized drop shape with a green-to-yellow gradient. The background consists of a large white circle on a green background with curved borders.

JOYL

Joy for Life