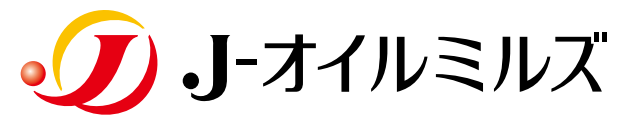




J-オイルミルズレポート 2019

～油を究めて幸せを創る～



お問い合わせ先:

株式会社 J-オイルミルズ

CSR・IR部

〒104-0044 東京都中央区明石町8番1号 聖路加タワー

TEL: 03-5148-7101

FAX: 03-5148-7107

<http://www.j-oil.com/>



この印刷物は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。

2019.10



目次

02 企業理念

03 トップメッセージ

価値創造ストーリー

11 J-オイルミルズの歩みとこれから

13 J-オイルミルズの価値創造モデル

15 J-オイルミルズのマテリアリティ

19 特集①

J-オイルミルズの強みを活かした成長戦略

21 特集②

J-オイルミルズの価値創造事例

事業概況

23 油脂事業

25 油脂加工品事業

27 食品・ファイン事業

29 パフォーマンスハイライト

30 新商品情報

編集方針

本報告書はJ-オイルミルズの中期的な企業価値向上に向けた取り組みを紹介することを目的に発行しています。

2019年度版は、2017年度から始まった第五期中期経営計画の進捗状況を、トップメッセージにて説明するとともに、事業戦略と経営基盤強化(ESG経営の推進)の結合性を意識して構成しています。また、さらなる活動推進や情報開示の高度化に向けて、今回も特定非営利法人循環型社会研究会の山口氏より貴重なご意見をいただき、巻末に掲載しています。

今後も当社グループの取り組みを報告し、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションをさらに促進することを目指します。

報告対象期間

本レポートでは、当社グループの2018年度(2018年4月1日～2019年3月31日)の活動を主に報告しています。当該年度以外の取り組みも一部掲載しています。

報告対象範囲

財務データは連結決算、環境データの範囲は、千葉工場、横浜工場、静岡事業所、浅羽工場、神戸工場、倉敷工場、若松工場です。

将来に関する予測・予想・計画について

本レポートに記載している将来予測は、記述した時点での入手できた情報に基づいて作成したものであり、事業環境の変化などにより結果が異なる可能性があります。

マテリアリティ報告

31 J-オイルミルズの事業とESG経営

33 コーポレート・ガバナンスの強化

41 あぶらと食の多様な価値を創造

44 社会と地球への貢献
～環境～

47 社会と地球への貢献
～サプライチェーンマネジメント～

49 社会と地球への貢献
～地域社会への貢献と協働、
ステークホルダーとのコミュニケーション強化～

51 個性を高め合い成長し合う組織づくり

55 データ編(非財務データ)

57 2018年度の経営成績及び財務分析

65 会社情報

66 第三者意見

発行年月日

2019年10月

参考としたガイドライン

- ・ 環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」
- ・ Global Reporting Initiative「GRIサステナビリティ・レポートング・スタンダード」
- ・ 一般財団法人日本規格協会「ISO26000:2010社会的責任に関する手引」
- ・ 国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」
- ・ 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

WEBサイトのご案内

本レポートは、従来投資家向けに発行してきた『ビジネスレポート』と、あらゆるステークホルダー向けに発行してきた『CSR報告書』を一冊に統合し、当社の企業価値をトータルに報告するものです。本レポートに掲載できない詳細データについては、当社のWEBサイトに公開しています。本レポートの報告内容は、当社のあらゆる活動の中でも、多くのステークホルダーにとって重要な情報を優先しています。

IR情報 <https://www.j-oil.com/ir/>

環境・社会活動 <http://ir.j-oil.com/csr>

企業理念

J-オイルミルズグループは2017年10月に、新たに企業理念を制定しました。

「私たちの価値」(Value)を根底に、

「私たちの使命」(Mission)である、『あぶらを究め、心を動かす おいしさデザイン』を実現し、

『Joy for Life 生きるをおいしく、うれしくしたい。』を「目指すべき未来」(Vision)として定め、それを油滴で表現しています。

制定にあたっては、当社の「あるべき姿」について、

当社で働く皆が、それぞれの想いを込めて語り合い、策定したものです。

Vision

目指すべき未来

J-オイルミルズが目指すべき理想の未来を表した言葉。この未来に向かって努力し進化し続ける意志となります。

Mission

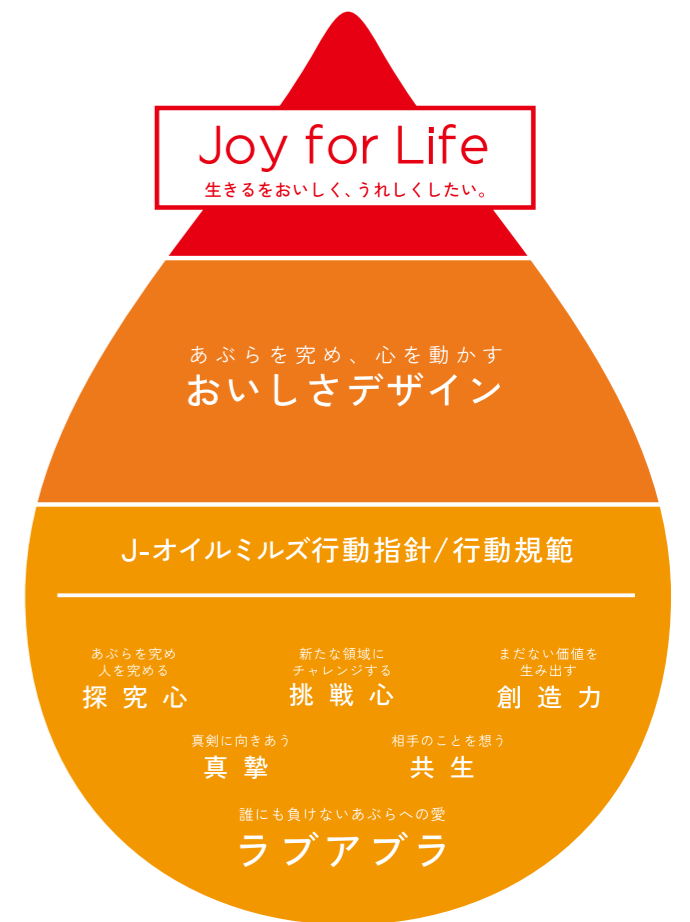
私たちの使命

今までも、そしてこれからも私たちが果たすべき社会的使命を表した言葉。他にない強みを活かし、新たな価値を創造していく原動力となります。

Value

私たちの価値

私たちの先達が培った資産を受け継ぎ、誰にも負けないあぶらへの愛を重ね合わせて、日々の行動へと、つなげていくこと。そのすべてを私たち独自の価値として磨いていきます。



あぶらは、人が生きるために欠かせない栄養素です。食材を揚げたり、焼いたり、炒めたり、そのまま料理にかけたり。ご家庭でも、レストランでも、お弁当やお惣菜でも、日々ご利用いただいています。あぶらのおいしさは、特別なおいしさ。甘味、酸味、塩味、苦味、うま味、辛味 どの味もあぶらと一緒にいると、より深い味わいに変わる。味覚だけでなく、見た目や音、香りや食感など五感でも楽しめる。それこそが、あぶらの魅力です。あぶらは、果てしない可能性を秘めています。食材でありながら、葉や、燃料や、化粧品にも使われるあぶらは、これからも、たくさんのうれしさを、生み出すことができると、私たちは信じています。「Joy for Life」これは私たち自身が目指すべき未来を想い描いて、たどりついた言葉。あぶらを誰よりも愛し、あぶらをどこまでも究め、心を動かすおいしさをデザインしながら、たくさんの人々の人生に、おいしさやうれしさを増やしたい。その未来を実現することこそが、私たちJ-オイルミルズの「Joy for Life」なのです。



「あぶら」の専門家集団として、
「あぶら」が持つ様々な価値を徹底的に追求し、
「あぶら」の可能性を拡げていくことで、
お客様や社会課題の解決に資する、価値創造企業を目指します。

2019年7月、
当社は設立15周年を
迎えることができました。

代表取締役社長 執行役員
八馬 史尚

当社は、2004年7月、長年にわたり日本の製油業界をリードしてきたホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が経営統合し、世界に通用する製油企業を目指し、誕生しました。

経営統合以降、資源価格の高騰や2008年に発生したリーマン・ショック、多くの自然災害、幾多の困難に直面しながらも、こうして15周年を迎えることができましたのは、株主の皆様をはじめ、お客様やお取引先様など、全てのステークホルダーの皆様の変わらぬご支援、そしてこれまでの成長を支えてきた社員の努力や創意工夫の賜物であると、改めて感謝申し上げます。

現在、第五期中期経営計画の遂行途上ではありますが、本中計においては意識改革を基盤として、独自の技術を中心とした強みを起点にした成長を目指します。またその成長の実現に不可欠な経営資源を創出するための構造改革、さらには経営の仕組み全体のバージョンアップを図るべく取り組んでおります。

今後、世界的な人口増加、また日本国内での少子高齢化が進行する中で、環境問題、食資源問題、健康課題等、想定される様々な環境変化、社会課題、お客様の課題に真摯に向き合い、ステークホルダーの皆様のご期待に添うことで企業価値の向上を実現し、企業の社会的使命を果たすべく取り組んでまいります。

J-オイルミルズ設立から15年間を振り返って

経営統合した価値の最大化に向けて、真の融合を図るための歴史でした。

国内を中心に主に油脂・油糧製品を製造・販売する当社の事業は、原料を輸入に依存しているため、海外の大豆・菜種の原料相場や為替環境の変化など外部環境の影響を受けやすく、ボラティリティの高い事業構造と言えます。それゆえ統合前の各社の業績は、原料高騰時には営業赤字に陥ることもありました。こうした背景から、ボラティリティの幅を着実に縮小し、外部環境に左右されない事業構造へと変革することが設立当初の最重要の経営課題でした。

経営統合後は、規模の拡大と効率性の追求によりボラティリティの幅を着実に縮小することができ、一定の成果を得ることができました。しかし業績面では、業績目標と実績の乖離が生じるなど、十分な成長を実現できていないことが課題であると社長就任時に考えました。経営統合から10年余を経過しながら、なぜ十分な成長を実現できていないのか。私は、J-オイルミルズの成長の可能性はこの程度のはずではないと考えました。

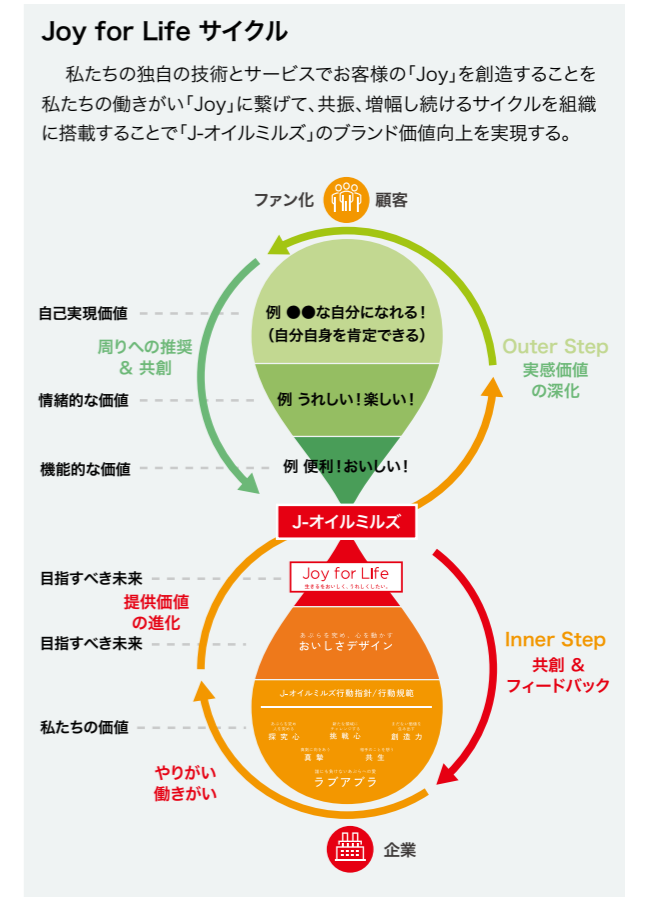
3社が統合して誕生した当社の強みは、規模の拡大や効率化だけではなく、それぞれの会社が長い歴史の中で培ってきた技術力や提案力、幅広い顧客基盤に加え、多様な人財です。しかし、これらの強みを十分に発揮できていないこと、つまり、経営統合した価値を最大化できていないことが十分な成長を実現できていない最も大きな要因であると考えました。

そこで、各社がこれまでに培ってきた有形・無形の資産・強みを真に融合させることが、当社の持続的な成長を確実なものとするための重要なポイントと考え、進むべき指針として、2020年度までの第五期中期経営計画と、さらにその先を見据えて私たちの目指すべき未来(Vision)、使命(Mission)、価値(Value)を明文化した企業理念を2017年に策定しました。特に企業理念の策定プロセスでは、10年、20年後に当社を担う中堅・若手従業員を中心に、社会課題やステークホルダーの視点を取り入れながら、会社が抱える課題、将来のありたい姿などを真剣に議論しました。こうしたプロセスを経たことで、それまでの相場や数量を起点とした装置産業から、お客様や社会課題

を起点とした価値創造企業へと重心を移していくことが重要であり(重量相場が重要でなくなると言うことではありません)、当社の使命、目指す姿であると認識しました。つまり、「あぶら」の専門家集団として、「あぶら」が持つ様々な価値(調理価値、健康価値、調味価値等)を徹底的に追求し、「あぶら」の可能性を拡げていくことで、お客様や社会課題の解決に資する事業を拡大させて、皆様に喜んでいただける仕事をしていくということです。このことは、当社が目指す方向性であり実現したいことであると、全従業員へ浸透を図り、取り組みを進めています。

企業文化・風土が異なる会社が真に融合することは容易ではなく、時間を要する部分もありましたが、我々の目指す方向性が定まった今、なすべきことは明確です。

これからも当社の強みに一層磨きをかけることで、「あぶら」を究め、心動かすおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」となることを目指します。



トップメッセージ

**第五期中期経営計画の進捗
～2018年度の決算概況と2019年度の計画・見通し～**
2018年度は、売上高は計画に対して未達も、
利益は目標を達成。純利益は過去最高益となりました。

先に述べた通り、当社は現在外部環境に左右されにくい事業基盤を構築し、将来の成長基盤を確立するために、2017年度を初年度とする4カ年の第五期中期経営計画『油を究めて幸せを創る2020』（以下、第五期中計）を推進しております。

第五期中計では、当社がこれまでに培ってきた液体・固体・粉体の3つの形態の油脂や食感改良機能（スターチ）等の基盤技術と、おいしさを解析・再現する技術を組み合わせ、おいしさをデザインし、お客様に提供することで、新たな市場を創造し、少子高齢化の進行により縮小する国内市場においても持続的・安定的な成長の実現を目指しております。また、国内で磨いた「あぶら」の価値をもとに、アジア市場を中心にお客様への「お役立ち」を実現し、海外の事業展開加速を目指しております。

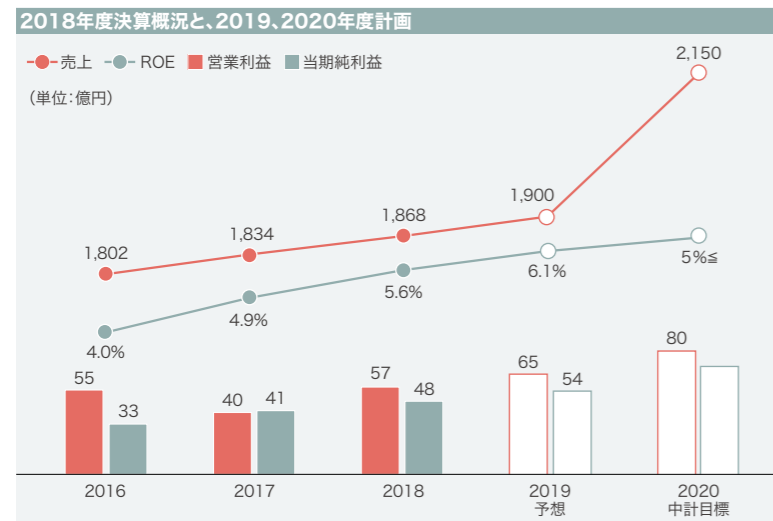
第五期中計の2年目にあたる2018年度の業績は、良好なミール相場環境のもと油脂事業が好調に推移し、高付加価値品の拡売、2017年度から取り組んできた油脂製品販売価格の改定効果もあり、増収増益となりました。計画との対比においては、売上が若干下回ったものの、利益はそれぞれ目標を達成しました。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は、会社設立以来、過去最高益となりました。

2019年度は、増収増益を計画しています。物流等の事業インフラコストが上昇しているため、油脂価格の適正化に意思を持って取り組みます。加えて高付加価値品の拡売、2018年度に減益となった油脂加工品、食品・ファイン事業の収益力の回復に取り組めます。また、2019年度は、次期中期経営計画に向けた投資も積極的に進めるとともに、全体では総コスト及び資産収益コントロールをより精緻に行い、採算性向上を実現してまいります。



関連ページ

- 2018年度の決算概況と2019年度の計画・見通し
⇒パフォーマンスハイライト (P29)
⇒2018年度の経営成績及び財務分析 (P57～64)
- 2018年度のセグメント概況及び2019年度のセグメント重点施策
⇒セグメント概況 (P23-28) 参照



2018年度決算のポイント

- 良好なミール相場環境を受けた油脂事業の好調
- 2017年度より取り組んできた油脂事業の価格改定効果の維持
- 高付加価値品の拡売
- 油脂加工品事業、食品・ファイン事業の採算の悪化
- マーケティング投資を含む販売管理費の増加
- 当期純利益47.5億円、設立以来過去最高益達成

第五期中計折り返し後の戦略 ～2019年度の戦略～

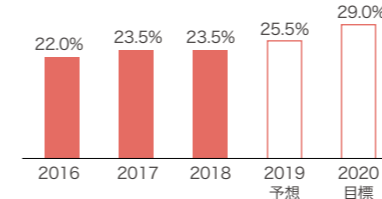
第五期中計の後半2年も計画のフレームワークのもと取り組みを加速していきます。そして、今後さらに進む少子高齢化や、グローバル競争の激化などの外部環境の変化を踏まえ、2030年に向けた成長の仮説検証を迅速に行います。



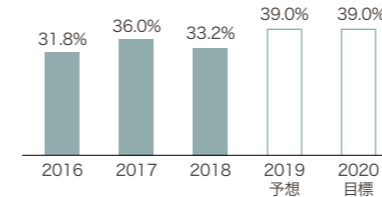
■成長戦略：高付加価値品拡大

第五期中計の成長戦略の重要な柱であり、成長を支えるのが高付加価値品群です。この2年間の取り組みにより、2019年度の売上高は全体構成比の4分の1、粗利益についても全体の4割弱を計画しております。2020年度の目標に対して、売上高は若干ストレッチが必要ですが、粗利益については2019年度に達成を見込んでおります。

売上高(全体構成比)



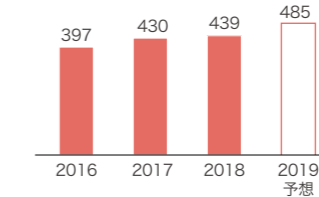
売上総利益(全体構成比)



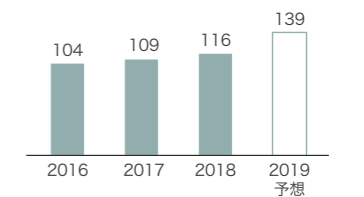
高付加価値品の状況(実績と予想)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度(予想)
売上高	397.2	430.3	439.0	485.0
売上総利益	104.4	109.0	115.5	139.1
売上総利益率	(26.3%)	(25.3%)	(26.3%)	(28.7%)

売上高



粗利益



トップメッセージ

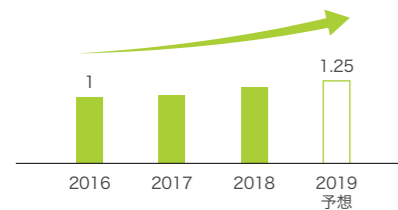


成長戦略：高付加価値品の拡大

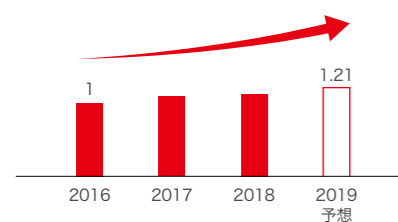
オリーブオイル、
「長調得徳®」の伸長による売上高の拡大、
原料価格低下の寄与

※2016年を1とした成長率

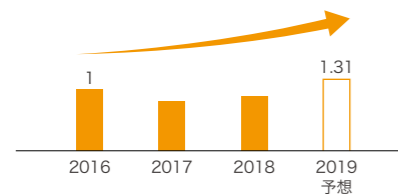
家庭用オリーブオイル 売上高



業務用「長調得徳®」売上高



業務用「J-OILPRO®」売上高



油脂事業では、家庭用市場へオリーブオイルの用途拡大提案ならびに新商品の浸透と拡売を進めます。

業務用市場では、長持ち油「長調得徳®」、様々な調味・調理機能を有する「J-OILPRO®-プロのための調味油-」の提案を強化していきます。

油脂の高付加価値品の状況については、オリーブオイルと「長調得徳®」、「J-OILPRO®」の3つが全体構成の半分強を占めます。「J-OILPRO®」は規模としてはまだ小さい状況ですが、採算性は他の2つよりもさらに高いのが特徴です。また、オリーブオイルが相場の影響を受けることを考えれば、「J-OILPRO®」はそうした原料相場の影響から遠いため、これからも期待できると考えております。なお、それぞれこの4年間の売上の成長率は、2016年と比較してオリーブオイルが25%増、「長調得徳®」で20%増、そして「J-OILPRO®」は30%増となっています。

これまでもオリーブオイルを日本の食卓に定着させるための取り組みを推進してきましたが、洋風の調味料と考えた場合に、購入世帯率が全体でも年間3割程度ということで、まだまだ浸透しているとはいえない状態です。それを日常使いしていただくために、これまでパンやサラダなどの、食卓において出現頻度の高いメニューに使えることを訴求してきました。今後もオリーブオイルの良さを知っていただくための取り組みを継続していきます。

そして、「長調得徳®」や「J-OILPRO®」についても、お取り扱い店舗が着実に増えています。大手のお客様は、ソリューション事業部が直接ご案内していますが、全てのお客様までは直接カバーできていない状況です。しかし、これらの商品の良さや他の商品よりも利益を得ることができる商材であるということを卸店の皆様徐徐に認識されていることから、これからさらに拡販が期待できると考えています。

また、ユーザーのお客様をはじめ、外食や中食の現場では、人手不足や生産性の問題など、多くの課題を抱えています。そうしたケースでは、長持ち油の「長調得徳®」は、従来4日に1回換えていた油を、5日に1回の切り換えで済むことから、年間の人件費の削減に大きく寄与できます。価格が若干高くてもそういった点をご評価いただいていることからわかるように、人手不足や生産性の向上が求められる環境下においては、この商品がますますお役立ちできる場面が増えるものと考えています。「J-OILPRO®」シリーズについても、一味違うメニューを簡単につくることができるという特長を持つため、プロの調理人が確保できなくなっているという外食店のお客様からの声にお応えできる商品だと考えています。このような厳しい環境だからこそ、我々が手助けできる場面をしっかりと増やしていきたいと考えております。

成長戦略：ソリューション事業の事例創出・展開加速

ソリューション事業は着実に成長、提案力強化により採用数も向上しています。

ソリューション事業は、大手の外食や中食、加工食品会社様に対して提案している部門です。2016年度にソリューション事業部を立ち上げてから着実に成長し、提案力強化によって採用件数も増えています。

現在、中食市場は10兆円市場と言われています。外食市場の23~24兆円に対して規模は違いますが、2019年10月からの軽減税率の適用や、働く女性の増加をはじめとした社会構造の変化等も含めて考えると、中食市場はこれから伸びていく市場だと考えております。しかし、中食の課題は、作り立てが提供できないところ。加えて、廃棄ロスやフードロスの削減、さらには欠品リスクの削減等を考えますと、より賞味期限を長くしていくというニーズが非常に強くなってきています。こうした中、これらを阻害する食品中の水の移動に伴う離水・保水に対して当社のスターチが貢献できることがお客様から評価いただいています。これからの中食市場の成長とシンクロしながら、油のみならずスターチ、あるいはマーガリンも併せて総合的な提案を強化していきたいと考えております。

今後の主な取り組み施策

ソリューション事業の提案力強化

- フライヤー周りのトータルソリューションの実現化
- クラウドを活用した新たな営業活動

顧客課題に対する解決策提案

- 高付加価値スターチ拡販
- BtoBtoCへの営業・開発活動継続拡大

成長戦略：高付加価値品拡大

日本で培った油脂・スターチを中心としたソリューションを、タイをはじめとしたアセアン域内で積極展開し、顧客の「おいしさ創造」の実現を目指します。

アセアン事業の展開についても、スターチ事業は畜肉製品加工のお客様を中心に着実に成長しています。現在、タイを中心に事業を展開していますが、これから2030年を視野に入れた中では、タイを拠点にしながらその次の成長ドライバーとして拡大していきたいと考えています。その最初のステップが、マレーシアで事業を展開する油脂加工品製造会社のPremium Nutrients Pte. Ltd.(以下、PNPL社)との業務・資本提携です(2019年10月発表)。アジアの中でもアセアンの製菓・製パン市場は、年平均成長率5%強で拡大するなど伸長が見込まれています。特にマレーシアは、製菓・製パンの素材であるマーガリン・ショートニングの原料であるパーム油の世界有数の生産国であり、その持続可能性への取り組みは高い評価を得ています。そうした中、PNPL社は、国際水準に合致した付加価値の高い製品の供給体制を構築し、アセアンをはじめとした各国で油脂加工品の営業基盤を有しています。当社は、PNPL社との協業を通じて、アセアンにおける事業の経験やノウハウを蓄積し、段階的に業容を拡大してまいります。

ビッグメニューへの貢献

ソリューション提案力強化

スターチ高付加価値品提案数

※2016年を1とした成長



ハンバーグ弁当

ハンバーグに当社商品採用
ネオトラスト®(スターチ)
水も油も吸い、やわらかさ、
ジューシーさを実現

からあげ弁当

からあげに当社商品採用
「ハイトラスト®」×「美味得徳®」
保水効果の高いスターチと
コク味向上の油でおいしさ長持ち

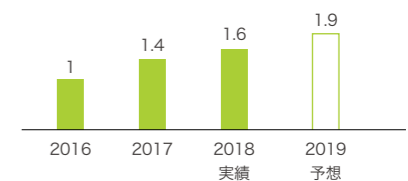


関連ページ

●ソリューション事業の強化⇒特集1(P19-20)参照

JOT※(連結子会社)現地通貨ベースでの売上成長

※2016年を1とした成長率



※JOT: J-OILMILLS (THAILAND) Co., Ltd.

■構造改革

確固たる経営基盤を構築するために、外部環境の変動に左右されにくい事業構造の確立を目指します。

構造改革では、この2年間でバリューチェーンの効率化・高度化をはじめ、生産性向上や選択と集中に向けた取り組みを推し進め、一定の成果をあげてきました。2019年度は、長年サイロ事業を行ってきた坂出事業所の譲渡を決定したほか、配合飼料事業についても再構築することにしました。一部営業拠点についても再編を行います。また、SKU(品種数)についても昨年度は6%の削減を行いました。今後さらに効率化を進める必要があると考えています。品種を切り替える際は、ラインの洗浄等、切り替えに伴うロスが発生するため単純にSKUを減らすだけではなく、全体の生産性を考慮した最適ラインナップを追求し、一層の生産性向上を目指します。今後も選択と集中を含めた構造改革を一層推進し、成長領域への投資に経営資源を集中させていきたいと考えています。

構造改革の取り組み

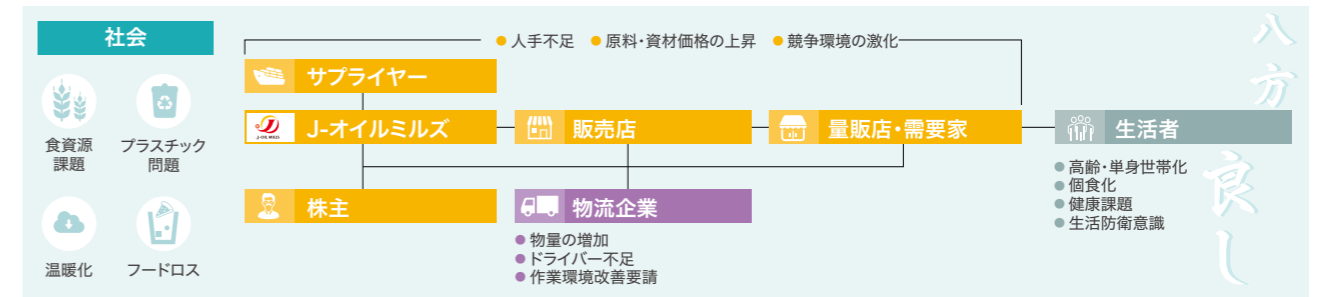
構造改革	これまでの取り組み	今後の取り組み
バリューチェーン効率化・高度化	<ul style="list-style-type: none"> 味の素株式会社との包材の共同購買開始 生産子会社の横浜パック、J-サービス、ゴールデンサービスの3社を統合し、新たにJ-パックを設立 	SC全体視点での業務の最適化
生産性アップ・設備の老朽化対応	<ul style="list-style-type: none"> 住吉工場遊休資産の譲渡、倉敷工場への移転に伴う稼働率向上、要員減 ケミカル新工場竣工 	資産の効率化、生産性アップ
選択と集中 および効率化	<ul style="list-style-type: none"> 坂出事業所の事業譲渡 配合飼料事業の再構築 インド事業撤退 健康食品事業撤退 名古屋支店を名古屋支社に、中国支店と四国支店を統合し中四国支店に SKUの削減(2018年度6%減) 	<ul style="list-style-type: none"> SKUの更なる削減 RPA、IoT等を活用した業務の効率化、構造改革 低採算事業の根本的見直し

J-オイルミルズのこれから:2030年の成長戦略

『八方良し』の考えで、お客様や社会課題を起点とした価値創造企業、そして社会から真に必要とされる企業を目指します。

気候変動や資源の枯渇、格差・貧困、政情不安など、複雑にからみ合うグローバルリスクや社会課題が顕在化する中、売り手と買い手がともに満足し、加えて社会貢献もできるのがよい商売であるという、かつての近江商人の教えと言われる『三方良し』は、現代においても非常に大切であると考えています。現在は、CSR、CSV、ESG、SDGsというように異なる名称で様々な取り組みが要求されていますが、つまるところは持続的に企業、従業員がお客様、社会とともに成長していくことが改めて求められている、つまり企業の社会における役割も変化しているということだと理解しています。そこで、2019年度に今一度お客様や社会が求めていることをしっかりと把握した上で事業を展開するために、当社が優先的に取り組むマテリアリティ(重要課題)を

J-オイルミルズが追求する「八方良し」



特定しました。今後は、この特定したマテリアリティに基づき、まずは2020年の目指す姿である「油を究めて幸せを創る2020」を実現するために、油事業の専門家集団として、私たちにしかできない独自の価値を創造し、提供してまいります。

具体的には、SDGsには17の目標が掲げられていますが、当社はそれらに個別に対応するのではなく、『三方良し』をもう少し細分化した『八方良し』の考えで、社会の様々な課題に向き合い、解決のためにお役立ちしていきたいと考えています。その八方とは、生活者様、量販店・需要家様、販売店様、サプライヤー様、株主様、物流業者様、そして環境含む社会に当社を加えた8つのステークホルダーです。それぞれのステークホルダーの皆様とどのように貢献していくのかについては、大きく2つの観点で具体的に商品によるお役立ちと、外部の様々なステークホルダーの皆様との連携やつながりによって価値創出、お役立ちづくりを進めていきます。つまり、商品としての“モノ”と、情報発信等を含めた“コト”を掛け合わせて『八方良し』の状態を作りたいということです。私は、この『八方良し』の状態を数多く形成することこそが、今の時代、これからの時代に真に必要とされる企業の形であると考えています。

当社が得意とする「あぶら」は、人々の生活はもとより、様々な分野に欠かせない素材です。私たちがこの得意分野をさらに究めることは、お客様や社会への貢献はもとより、当社の大きな成長にもつながります。2030年、2050年の持続的な成長に向けて、社会の構造変化に伴って生じる事象を事業機会と捉え、当社の強みを活かした成長を加速してまいります。そして、社会から真に必要とされる企業を目指してまいります。



関連ページ
 ●特定したマテリアリティ
 ⇒J-オイルミルズのマテリアリティ(P15~18)

J-オイルミルズの歩みとこれから

2019年、J-オイルミルズはおかげさまで設立15周年を迎えました。

当社は、2004年にホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が統合して設立された会社です。

統合以来、各社が培った有形・無形の資産や強みを一つに融合させ、相乗効果を発揮することで、

社会に商品等を通じた様々な価値を提供してきました。

当社はこれからもその強みに一層磨きをかけることで、「あぶら」を究め、

心動かすおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」となることを目指します。

J-オイルミルズは、2004年に3社ともに100年以上の歴史を有するホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が合併して誕生

味の素製油



- 油脂のおいしさの研究
- 家庭用市場での高い認知度

ホーネンコーポレーション



- 原料を使い切る取り組み
スターチ、ケミカル、微量成分、大豆粉事業
- 業務用市場での強固な営業基盤

吉原製油



- 様々な油種の取り扱い
- 油酸化測定を通じた顧客の課題解決

統合



J-OIL MILLS

経営統合により、3社がそれぞれの歴史の中で培ったノウハウが融合し、新たな「技術力・提案力・現場力」といった強みとして形成されました。それが今日の高機能商品やコンサルティング型営業、技術サポートなどの独自の価値を創出する源泉となっています。

J-オイルミルズの3つの強み

技術力 × 提案力 × 現場力

3社それぞれのノウハウを融合させ、独自の価値創造力の源泉に

融合

高機能商品の創出

コンサルティング型営業

技術サポート力

J-オイルミルズの歩み

日本の製油業界の礎を築いた3社

統合前の3社の源流をたどると、味の素製油の前身のひとつである熊沢家、吉原製油の前身である吉原家はそれぞれ江戸時代から食用油の製造、販売に携わっていました。ホーネンコーポレーションの創業は、明治時代の南満州鉄道に遡り、その後南満州鉄道から神戸の財閥であった鈴木商店に引き継がれます。3社は当時貴重な栄養素であった油脂や、また蛋白源として、あるいは畜産業や農業の肥料の重要な資材でもあった油粕(ミール)事業を発展させ、研究開発を通じて様々な商品や技術を世に送り出し、それぞれが日本の製油業界をリードするとともに、日本の食生活の発展に貢献してきました。

多様な企業文化と資産の融合

2004年7月、J-オイルミルズが誕生しました。合併した3つの会社は、それ以前にも統合を経験し、また企業グループを有していた歴史があります。現在でも当社グループである日華油脂をはじめ、熊澤製油産業、東洋製油、日本大豆製油、旭油脂、豊年リーバ等は、それぞれ独自の技術や商品、市場、文化を有し、現在の当社に受け継がれています。合併以降当社はこれらの培われてきた貴重な資産を融合し、強みの掛け算で様々な独自の価値を新たに生み出し続けています。



J-オイルミルズのこれから

「あぶら」を基盤として、顧客・社会課題の解決に貢献するCSV経営を推進し、SDGs達成にも貢献する

多様な価値を融合し、あらたな発展のステージへ

これまで培ってきた多様な文化や財産、知見やノウハウ、各分野におけるお客様とのつながりを融合させ、強みの掛け算で新たな価値を創造しています。



業務用油脂

国内シェア約40%

レストランなどの飲食店、お弁当やお惣菜などの中食、豆腐製造など加工食品にご利用いただく業務用油脂の分野で約40%と高いシェアを獲得。プロの厳しい目に鍛えられた品質とおいしさで食生活の基盤を支えています。



幅広い顧客ネットワーク

広域な食領域をカバー

当社は歴史ある企業が統合してきたため、幅広い地域や分野のお客様とネットワークを有しています。食に関わる多くのお客様との繋がりを通じて食品業界に貢献しています。



味の素グループとのシナジー

グループの商品力を活かした営業活動

味の素グループの一員として、家庭用油脂商品の多くはAJINOMOTOブランドで展開しています。グループ企業との連携で全国の販売店様に様々な販促活動を展開しています。

3つの強みをベースに培ったJ-オイルミルズ独自の価値創造の源泉



J-OIL MILLS



強みの掛け算

様々な食のシーンで当社商品が採用

油と加工油脂やスターチなどの当社が持つ素材を掛け合わせ、これまで培った知見やアイデアを磨くことで、様々な商品カテゴリーに採用され高い評価を受けています。



出口戦略

業務用⇒家庭用商品への展開

高いシェアを誇る業務用の分野で、お客様から頂いた貴重なご意見を活かし、家庭用の商品やお客様のプライベートブランド(PB)として商品開発し好評をいただいています。

J-オイルミルズの価値創造モデル

当社は、食を取り巻く社会課題の解決に、これまでも様々な商品・サービスで貢献してきました。あらたに当社が重視すべき課題をマテリアリティとして特定し、これからも技術力、提案力、現場力で解決にあたります。

企業理念「Joy for Life」の実現に向けて、第五期中期経営計画のもと、これまで培った強みを最大限に活かし、人々の心を動かしおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」を目指します。



外部環境

J-オイルミルズを取り巻く環境

社会課題

SDGsで示された地球課題の解決は企業にとっての喫緊のテーマです。特に自然資源に依存する当社は温暖化等の気候変動や水資源のリスクを最大限に重視する必要があります。また人口減少による市場の縮小、働き手の減少、あるいはプラスチック問題や人権など様々な課題に対する取り組みが必要です。

顧客要請

顧客の皆様には、これまでも様々な商品、技術、サービスでお役立ちしてきました。昨今は特に人手不足が顕在化し、深刻な課題となっています。この解決には当社の培った有形無形の資産を活用し、多方面からのアプローチが可能です。さらには顧客の顧客である消費者・生活者の皆様のご要望を汲み取り、顧客の皆様とともにお答えしていく必要があります。

事業環境

当社を取り巻く事業環境は、脂質の価値向上による付加価値油の市場拡大と、社会課題を背景とした新たな事業拡大が見込まれる一方、人口減少による国内市場の縮小が懸念されています。これらの環境変化に対し、中長期の視点で経営基盤の強化を一層すすめる、企業体質を向上させる取り組みが求められています。

マテリアリティの特定

企業活動が社会に及ぼす影響が大きくなる中、企業の社会的責任（CSR）、いわゆるESGに配慮した事業運営が求められ、いまやESGは企業価値の評価指標の一つとして重視されています。当社は、ESGへの取り組みは事業活動の基盤であり、競争力を左右する重要な要素と捉え、事業と一体となったESG経営を推進しています。社会の課題が複雑化する中、より一層ESG経営の高度化を図るべく、マテリアリティを特定しました。

P15: J-オイルミルズのマテリアリティ

企業理念

事業戦略

成長戦略 強みを活かした成長戦略

アジアへの海外展開加速
～国内で磨いた価値を基に～

汎用油脂商品の収益力強化

B to B市場でのソリューション事業強化
～強みの掛け算～

油脂・育成領域での高付加価値品拡大

ビジネスモデル J-オイルミルズの強み

技術力

提案力

現場力

バリューチェーンの効率化・高度化の取り組み推進

中長期視点での生産拠点最適化

選択と集中、および効率化

経営基盤強化～ESG経営の推進～

企業ビジョン体系策定・浸透、組織風土改革

提供価値

高度なサービス

強い商品開発力

「あぶら」の付加価値化によるおいしさの実現
「あぶら」の価値の拡張

企業価値の向上

成果
お客様の課題解決
社会課題の解決
(SDGs達成への貢献)

構造改革

J-オイルミルズのCSVの取り組み ～SDGs達成への貢献～

社会課題／顧客・消費者課題	当社のCSVの取り組み／提供価値	SDGsとの関連性
国内の人口動態の変化、核家族化の進行 ⇒女性の社会進出拡大や高齢者の増加等、ライフスタイルや食文化を取り巻く環境変化に伴い、食事の外部化が進展	揚げ物料理の価値：食感、味覚、香味などの向上、さらに揚げ物が長持ちする油の開発・提供により、揚げ物料理の価値向上に貢献	8 持続可能な消費
労働人口減少や少子高齢化の進行 ⇒調理の現場では、プロシエフの不足や労働生産性の向上等が業界全体の課題	調理価値：調理の簡便化・効率化が図れる油の開発・提供により、生産性の向上に貢献 調味価値：誰でもプロの味が表現できる油の開発・提供により、おいしさ向上に貢献	8 持続可能な消費
健康維持・増進への貢献 ⇒健康志向の高まりや、社会保障の在り方に関する議論の本格化	健康価値： ・オリーブオイルやアマニ油の商品ラインナップ強化 ・特定保健用食品、抗菌・抗ウイルス剤、医療研究用レクチンの開発・提供による人々の健康維持・増進への貢献	3 健全な働き方
世界人口の増加 ⇒食料需要の拡大、フードロスの増加が課題	社会価値（持続可能な調達）： ・原料生産地との持続的な調達に向けた対話の推進、RSPOへの加盟 ・原材料の使い切りの推進によるフードロス削減に貢献	2 公正な働き方、15 持続可能な消費、17 持続可能な消費
気候変動や環境問題への対応 ⇒地球環境に与える負荷の低減が課題	環境価値：長く調理に使える油の開発・提供により、使用量やコストの削減、食資源（原料）の使用抑制、廃棄物の発生抑制、さらに物流量の抑制に伴う燃料やCO ₂ 排出の削減に貢献 ・シックハウス防止に適した接着剤の開発による国産木材の利用促進	12 持続可能な消費、15 持続可能な消費



J-オイルミルズのマテリアリティ

マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス

企業活動が社会に及ぼす影響が大きくなる中、企業の社会的責任(CSR)、いわゆるESGに配慮した事業運営が求められ、いまやESGは企業価値の評価指標の一つとして重視されています。当社は、ESGの取り組みは事業活動の基盤であり、競争力を左右する重要な要素と捉え、事業と一体となったESG経営を推進しています。社会の課題が複雑化する中、より一層ESG経営の高度化を図るべく国際社会の動向を踏まえ、企業理念「Joy for Life」の実現、さらにはSDGsの課題の解決に向け、当社が優先的に取り組むマテリアリティ(重要課題)を特定しました。



ISO26000やGRIガイドライン、SDGsなどの世界的な枠組みを用いて抽出した社会課題と、当社の企業理念、各種規範、経営計画等、事業との関連性を照らし合わせて評価を行い、検討すべき60項目の課題を抽出しました。

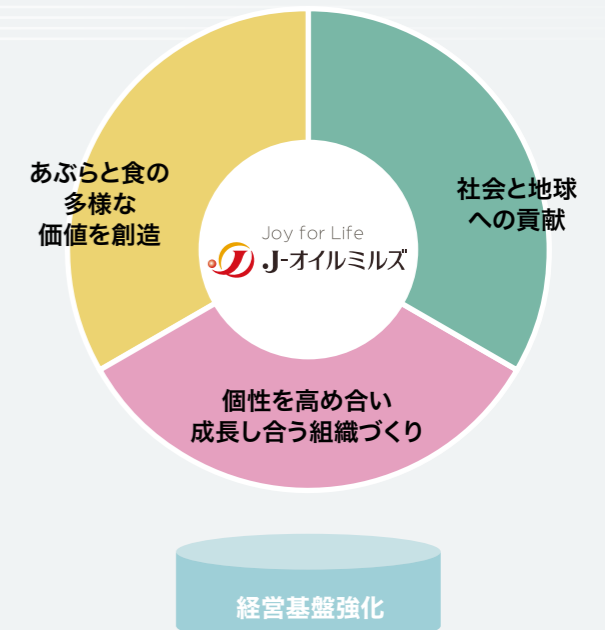
60項目の課題を「ステークホルダー(社会)にとっての重要度」と「自社にとっての重要度」の2軸で関連部門が検討し、当初19項目の重要課題に絞り込み、各部門の事業計画とも整合しながら、一部を集約、見直しして16項目の課題案を特定しました。

外部有識者との「対話」での主な意見

- 統合型の報告が進む中、マテリアリティがCSR課題か経営課題か議論を深める必要がある
- 社会から期待される重要度は自社が社会に与える影響度でもある。マトリクス化は時間をかけてでも社内集約したほうが良い
- 原料依存が大きいということは自然資本に依存しており、生態系依存があるということ。
- 外部からのバリューチェーンを通じた注目度は高く、取り組みが重要視される
- 人権に対する具体的なアプローチを立てていく必要がある。
- 消費者コミュニケーションをより重視してほしい
- 特定したマテリアリティには今後KPIを可能な限り定量的に示すことが重要



外部有識者との対話



外部環境/社会課題	事業との関連性
<ul style="list-style-type: none"> ● ISO26000 ● GRI ● SDGs ● 東京五輪調達コード ● SASB ● SRI (FTSE) ● ベンチマーク調査 (味の素株式会社、同業他社) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業理念 ● 各種規範 ● 第五期中期経営計画等

特定した16項目の課題案	
<ul style="list-style-type: none"> ● 食の安心・安全 ● 顧客満足の追求 ● おいさと健康の創造 ● 社会課題の解決に貢献する製品の提供・開発 ● 持続可能な資源利用 ● 気候変動の緩和と適応 ● サプライチェーンマネジメントの強化 ● ステークホルダーとのコミュニケーション強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域社会への貢献と協働 ● 企業風土の改革 ● 働き方改革の推進 ● ダイバーシティー&インクルージョン ● 人財育成 ● 健康経営の推進 ● コーポレート・ガバナンスの強化 ● リスクマネジメント強化とコンプライアンスの推進

J-オイルミルズのマテリアリティ



特定したマテリアリティと今後の展開

マテリアリティの社内浸透を図るとともに、事業計画と統合し、活動を推進するため、今後「目標」「行動計画」を策定し、「責任者」を決定します。

マテリアリティに沿った部門ごとの行動計画を議論し、PDCAをまわしていきます。

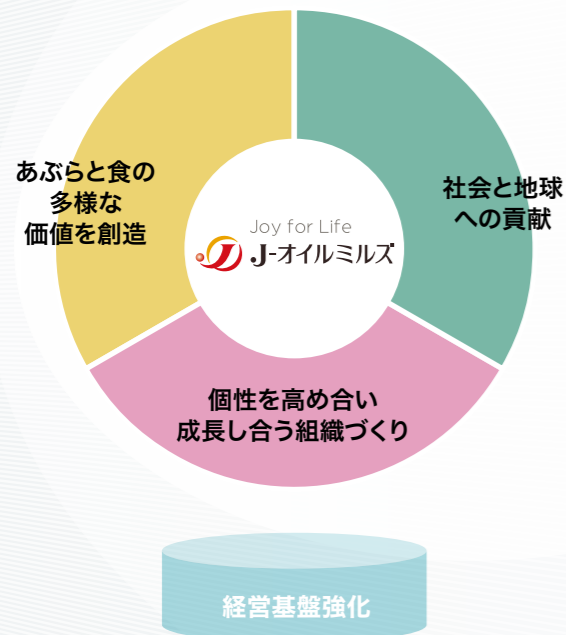
また、事業環境の変化や、社会の変化に応じたステークホルダーからの期待に応えるため、特定したマテリアリティは今後も定期的に見直しを実施していきます。

マテリアリティの4領域

特定した4領域の重要課題とSDGsとの関連性

今後の展開 ~活動テーマ~

2018年度までの主な成果(取り組み例)



社会と地球への貢献

- 持続可能な資源利用
- 気候変動の緩和と適応
- サプライチェーンマネジメントの強化
- ステークホルダーとのコミュニケーション強化
- 地域社会への貢献と協働

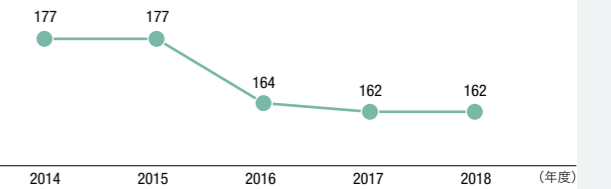


- 人権、環境負荷などに配慮し、責任ある調達を実現するためにステークホルダーと協力しサステナブルな調達スキームを構築し実行する
- 持続可能性ある循環型社会を目指し、原料選択・仕組みに参画する
- バリューチェーンにおいて地球環境への負荷を減らし、持続可能なビジネスモデルを追求する
- ステークホルダーとの連携を強化して効率的で強靱なサプライチェーンを構築する
- お客様、お取引先様、従業員、株主・投資家、地域社会・NPOとのパートナーシップを推進・強化し様々な課題解決に協働して取り組む
- 環境保全、災害対応、地域振興、文化支援、食生活・健康増進など様々な分野で事業所の立地する地域とのコミュニケーションを深めた活動を行う

CO₂ 排出量

(千t-CO₂)

環境負荷の継続的な低減



個性を高め合い成長し合う組織づくり

- 企業風土の改革
- 働き方改革の推進
- ダイバーシティ&インクルージョン
- 人財育成
- 健康経営の推進

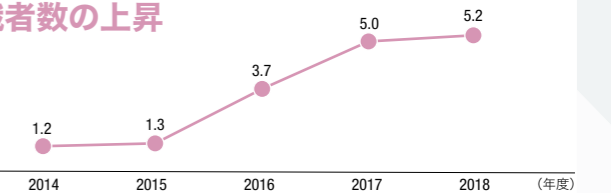


- トライ&エラー&トライの風土を醸成する(価値創造型への挑戦)
- 多様な働き方の推進、業務効率化と働きがいを両立させ、価値創出をおこなう
- 労働生産性の向上とワーク・ライフ・バランスを向上させる
- 多様化する食習慣、グローバル化・インバウンド需要へのおいしさ・習慣に対応する
- 多様な価値観や考え方をを持った人材が能力を最大限に発揮し、それぞれの強みを掛け合わせて活躍できる組織づくりとイノベーションを創出する
- 人財育成のための各種制度を確立し、各階層への教育基盤を整備する
- 従業員のやりがいや成長の実感、働き方改革の変革、生活満足度や健康項目の改善を進める

女性管理職比率

(%)

女性管理職者数の上昇



あぶらと食の多様な価値を創造

- 食の安心・安全
- 顧客満足の追求
- おいしさと健康の創造
- 社会課題の解決に貢献する製品の提供・開発



- 顧客ニーズに対応した商品開発と、信頼を高める情報開示を行う
- 素材、食材、厨房機器など様々なアプリケーションを掛け合わせたトータルソリューションで価値を創造する
- 調理作業、人手不足・省力化、フードロス削減などの課題に即した提案活動を行う
- 「あぶら」を究めて、他の素材との掛け合わせで「おいしさ」「楽しさ」「健康」を創造する
- 「あぶら」の可能性を引き出し、新たな用途を開拓して様々な社会課題の解決に挑戦する

農地削減効果 (*当社販売量から当社推計)

「長調得徳[®]」拡売による農地削減効果



経営基盤強化

- コーポレート・ガバナンスの強化
- リスクマネジメント強化とコンプライアンスの推進



- 当社のありたい姿を実現するための取締役会及び執行体制を整備し実効をはかる
- 有効な内部統制システムを継続し、さらなる向上をめざす

社外取締役増員・業績連動型報酬制度導入 指名諮問委員会、報酬諮問委員会設置

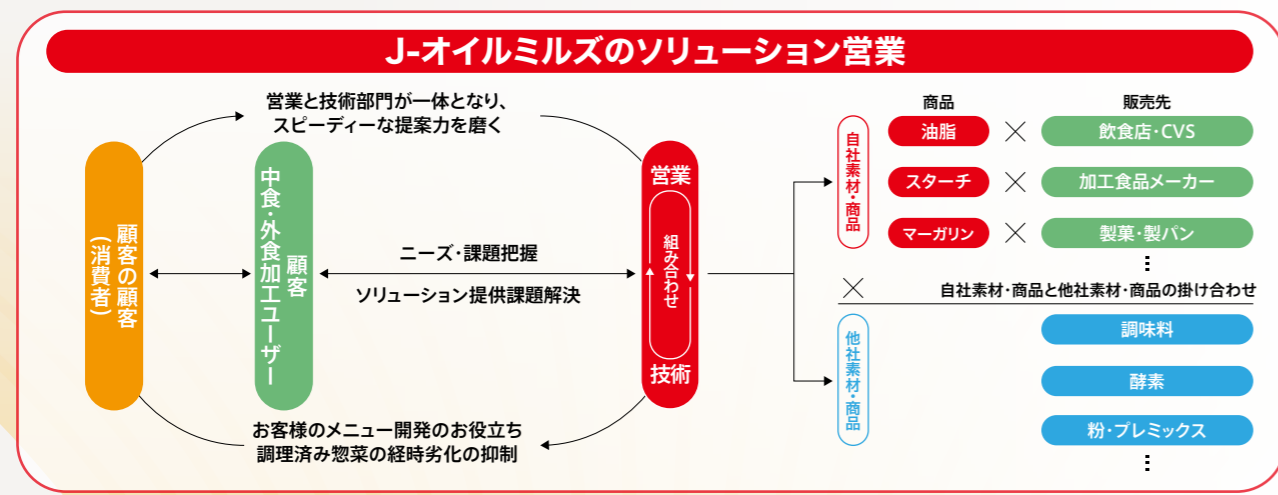


特集① J-オイルミルズの強みを活かした成長戦略

「強みの掛け算と積み上げ」により 新たな価値の創造を目指す

「あぶら」には、単なる熱媒体としての用途を越えた様々な価値があり、生活を取り巻くあらゆる食の創造に役立っています。

「あぶら」が持つ付加価値機能の徹底した追求と強みの掛け算により、原料サプライヤーから価値創造パートナーとして、お客様の課題解決に貢献し、社会課題の解決に事業を通じて貢献していきます。
また日本で培った技術・ソリューションを活かし、タイをはじめとしたアセアン域内での展開を加速し、持続的な成長を目指します。



顧客起点や社会課題起点で発想

中食・外食・加工市場におけるお客様価値「おいしさ」「健康」「機能」創造を推進

顧客の課題解決に貢献

外食
人手不足に対応しながら、より本格的な「おいしさ」実現に貢献する商品の開発

中食
風味・食感における経時変化を抑えシズル感をUPさせるなど、出来立ての「おいしさ」をお届けするためのお役立ち

加工食品
それぞれの加工プロセスや、求められる「おいしさ」に合った独自素材の提供

ソリューション事業による提案・採用例

経時劣化の抑制に貢献
液体油脂とスターチを独自配合
＝油脂加工でん粉

使用前 → 使用後

食感向上・経時耐久性向上
誰が作っても同じ品質・見栄えの商品提供の実現

外食・中食・加工市場にて採用

健康志向の高まりに貢献
当社素材大豆粉とスターチ商品
「アミロファイバー®」を独自配合

大豆粉 × レジスタントスターチ

低糖質・食感改良
おいしさを損なわず健康効果をプラス

糖質に配慮したパンに採用

荷姿のパリエーション
軽量化により、女性や高齢の方でも簡単に油を交換することが可能に

パックインボックス × ピロー

職場環境改善、働く人に優しい荷姿
軽くて便利、作業が安全、ゴミの処理が簡単

お客様のニーズに合わせてご提案

私たちの身近な場所で使われているJ-オイルミルズ製品

～たとえば、コンビニエンスストアの商品カテゴリーの多くにJ-オイルミルズの製品・技術がお役立ちしています～

当社の商品は広範な食領域をカバーしています。素材を掛け合わせた独自の提案で様々な商品カテゴリーに採用され、私たちの身の回りにおける数多くの食品や新規メニューの実現にも寄与しています。例えば当社の水も油も吸収するスターチは、お弁当のおかずができたてのおいしさを保つことに貢献しています。また当社の様々な風味と形状のマーガリンは、パンがよりジューシーなおいしさを実現することに貢献しています。今後も様々な食シーンにおいておいしさをデザインし、顧客の課題解決にも貢献していきます。

ASIA

国内で培った価値を海外へ展開
持続的な成長に向けたアジアへの展開

日本国内で磨いた技術や提案力をもとに、スターチと高付加価値品を中心に、おいさと機能の独自価値を創造していきます。これらのトータルソリューションにより、タイ(JOT・SSC[®])をはじめとしたアセアン域内で顧客の皆様とともに「おいしさ創造」を実現していきます。

※JOT: J-OILMILLS (THAILAND) Co., Ltd., SSC:SIAM STARCH (1966) Co.,LTD

特集② J-オイルミルズの価値創造事例

「あぶら」の価値を追求し、 社会課題視点のビジネスへ。

「長調得徳®」の環境価値・社会価値

当社の業務用製品「長調得徳®」は、
独自の技術で加熱による劣化を抑制し、通常のフライ油より3割長持ちする油です。
当社は「長調得徳®」の提供価値をさらに深掘りし、
様々な社会課題やお客様の抱える課題の解決を目指しています。

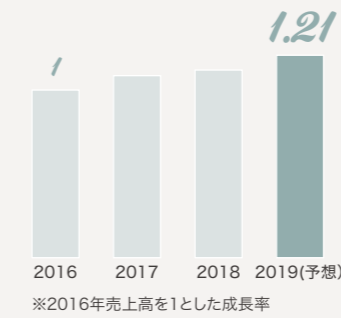
Case
1
環境価値

油が長持ちすることは、原料(穀物)の使用量を減らすだけでなく、原料の集荷から輸送、保管、生産工程、包装資材、商品の出荷まであらゆるサプライチェーンにおける活動の抑制につながり、そこから排出されるCO₂を削減します。また、お客様が使用した後に発生する油の廃棄量も同様に抑えることが可能になります。

※2017年度の当社販売量から試算。また、各試算は原料を菜種にしています。
※廃油量は使用される油のうち20%で試算しています。

Focus

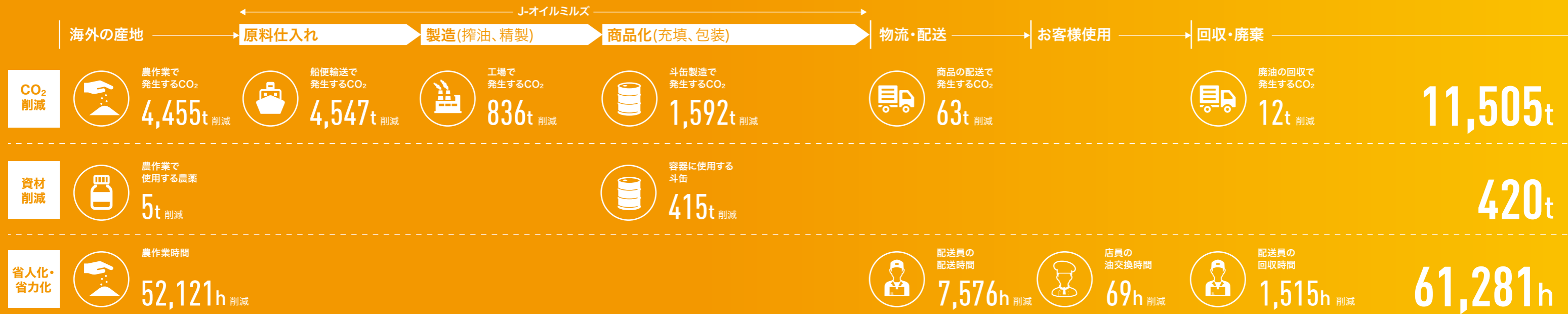
「長調得徳®」販売推移
外食・中食・加工食品メーカーなど、様々なお客様から評価いただき、安定した成長を遂げています。



サプライチェーン全体で
CO₂発生量
資材使用料
勤務時間

約 **30%** 削減

「長調得徳®」への切り替えによる価値提供



Topics



新商品「長調得徳®」ヘルシータイプ

従来の機能に加え、独自の新製法「ヘルシー&ライトテイスト製法(特許出願中)」により、揚げ物の衣の吸油率を下げカロリーカットと同時に油っぽさを抑えます。女性や高齢の方でも簡単に油を交換することができるバッグインボックス型とピロー型を採用しています。

Case
2
社会価値

現在、日本国内の人手不足問題は深刻化しています。「長調得徳®」により外食の店内や調理場における働きやすい職場環境づくりと働く人の生産性向上に貢献します。

これまでも当社は、環境や社会に配慮した様々な商品を開発・販売してきました。今後も「あぶら」の持つ価値を徹底的に追求することにより、お客様の課題解決はもちろん、高齢化社会における最適な栄養補給や労働人口の減少による人手不足、女性の社会進出拡大に向けた調理時間短縮、不足する食資源といった拡大が想定される社会課題の解決に貢献できる商品・サービスの開発に取り組んでいきます。

油脂事業

油脂事業は主に海外から穀物を輸入し、油脂と油糧(ミール)の2つに加工して販売する当社の主力事業です。

私達は「あぶら」のプロとして、「おいしさデザイン」を実現するため、安心・安全を基本に、幅広い用途に使われる汎用品から、「あぶら」ならではの調理・調味・健康の各機能を有した高付加価値品までを幅広く展開し、おいしさだけでなくお客様や社会の課題解決に貢献することを目指しています。



2018 年度の振り返り、実績

油脂事業の原料はほとんどが輸入のため、原料相場や為替相場の影響を受けます。主原料である大豆、菜種の価格はそれぞれの産地で豊作であったこと、米中貿易摩擦などの要因で軟調に推移しました。為替相場は通期では前年と比較して円高ドル安となりました。

家庭用油脂は、キャノーラ油等の販売価格の維持に努めると共に、オリーブオイルの販促強化や新商品の拡販に努め、売上高は前年を上回りました。業務用油脂は「長調得徳®」や「J-OILPRO®」等の調理オペレーションや労働環境の改善、配送コストの削減といった社会課題を解決する高付加価値品の提案に注力したほか、販売価格の維持にも継続的に取り組んだ結果、売上高はわずかに前年を上回りました。

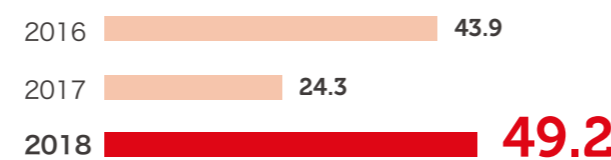
油糧(ミール)部門においては、大豆ミール、菜種ミールとも販売数量は前年を下回りましたが、シカゴ大豆ミール相場がアルゼンチンでの大幅な減産の影響を受けて高値で推移したことから、販売価格は前年を上回り、売上高は前年を上回りました。

以上の結果、油脂事業は売上高1,584億56百万円(前年比2.3%増)、セグメント利益49億19百万円(前年比102.3%増)となりました。

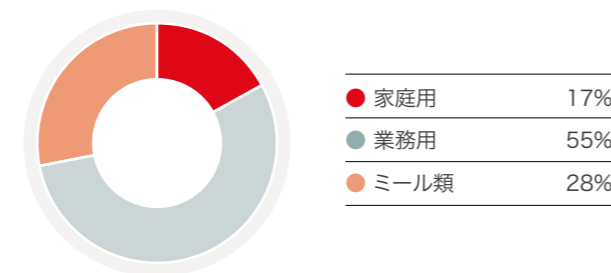
売上高(億円)



営業利益(億円)



売上高構成比



2018年度実績

- 価格重視の販売戦略
- オリーブオイル市場拡大、売上成長加速
- 「長調得徳®」「J-OILPRO®」の販売拡大
- シカゴ相場の高値推移によるミール価格上昇

2019 年度の施策と見通し ~第五期中計達成に向けて~

油脂事業は、「あぶら」の持つ基本的な機能に加え、様々なおいしさを感じていただける商品や、社会課題の解決につながる商品など、高付加価値品の開発と育成に引き続き取り組みます。

家庭用油脂は引き続き市場が拡大しているオリーブオイルについて、お客様の様々な食シーンで活用して頂けるような商品開発と、「ひとかけ」利用の拡大などの販売提案を進めます。また、から揚げがおいしく仕上がる「AJINOMOTO から揚げの日の油」や、健康価値の高い「AJINOMOTO えごま油」「AJINOMOTO アマニ油」など、独自の機能を持つ商品の拡大を目指します。

業務用油脂は、通常の揚げ油と比較して3割長持ちする油「長調得徳®」の拡売により、様々な社会課題の解決と利益の拡大の両立を図ります。また日々顕在化している人手不足などの顧客の課題にも対応できる、「J-OILPRO®」の



常務執行役員 油脂事業本部長
服部 広

拡売に引き続き注力し、油の価値をさらに拡大させていきます。

また、物流費をはじめとする様々な社会インフラコストへの対応や、フードロス削減等の課題の解決は食品メーカーとして喫緊の課題です。これらの課題の解決に努めるとともに、お客様のご理解を得ながら商品価格の見直しを進めていきます。

Topics

「あぶら」の価値発信拠点として株式会社ミールワークスに出資

株式会社ミールワークスはタイ料理の「マンゴツリー」をはじめ、「ココレストラン」、や「ダンシングクラブ」「トロ」など、本物のおいしさを提供するレストランをプロデュース、展開しており、「笑顔になれる食事」「手づくりの可能性」「本物であることの価値」を追求している外食企業です。

当社は2019年3月に株式会社ミールワークスに出資し、「あぶら」の価値創出に向けて共同で取り組んでいきます。



Voice : お客様の声

「J-OILPRO® プレミアバターフレーバーオイル」

「J-OILPRO® プレミアバターフレーバーオイル」は、2019年1月に発売したバターフレーバーオイルシリーズの新商品です。バターと同等の香りとまろやかなコクを持ち、バター同様に使用できます。手軽にバターの風味を再現できる点や液体で混ぜやすい・固まらないといった特長を評価いただき、様々なお客様にご愛用いただいています。



Comment : 使用シェフのコメント

プレミアムバターフレーバーオイルは、風味がバターと変わらないため、バター代わりにも使えます。基本的にいろいろな活用がある普通のバターと一緒に。さらに、こげないので使い勝手はバター以上です。肉や魚との相性が良いのでバターの風味を効かせた調理はもちろん、液体のオイルだからこそ、冷製料理やソース系にも向いています。実に創作意欲を刺激してくれるオイルです。

THE LUXE GINZA レストラン アノレーブ
ディレクター エグゼクティブシェフ

山岸 一茂 様



油脂加工品事業

油脂加工品事業は、マーガリン・ショートニングや粉末の油脂を取り扱っています。固体・粉体の油脂には液体の油脂にはない様々な機能と可能性があります。当社が長年にわたり培ってきた独自の技術・機能を活かした提案で、お客様のご要望にお応えし、また新たな価値の創造に挑戦しています。



2018年度の振り返り、実績

家庭用マーガリンは、「ラーマ®」製品の販促を強化し、販売量を伸長させると共に、工場での生産性向上の取り組みを推し進めた結果、増収増益となりました。

業務用マーガリンについては、従来より取り組んでいる高付加価値品群の販売は着実に伸長しました。一方、地震や台風などの自然災害に加え、猛暑による菓子パン市場の落ち込み等により、市場全体として前年を割り込む状況となりました。さらに、基幹ブランドの「グランマスター®シリーズ」で使用している原料バター価格が高騰したことなどが重なった結果、減収減益となりました。

粉末油脂は、生産性は着実に向上したものの、販売面の低迷から前年を下回りました。

以上の結果、売上高127億81百万円(前年比5.1%減)となりました。原材料価格の上昇もあり、セグメント利益1億48百万円(前年比68.8%減)となりました。

2018年度実績

- 家庭用「ラーマ®」ブランドの販促強化
- 業務用マーガリン高付加価値品の拡大
- 業務用マーガリン汎用品の売上減少
- 粉末油脂売上減少

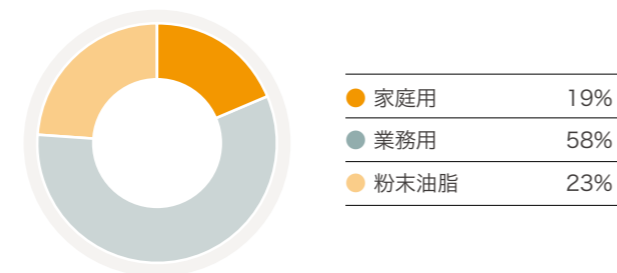
売上高(億円)



営業利益(億円)



売上高構成比



2019年度の施策と見通し ~第五期中計達成に向けて~

家庭用マーガリンにおいては、「ラーマ®」の拡売により地盤を固めながら、新規製品の開発を進めていきます。業務用マーガリンは、高付加価値品群のさらなる拡販と、今春発売したバッカルドリン社のミックス粉を軸に、製菓・製パンのお客様への販売強化を進めていきます。粉末油脂においてもさらなる付加価値化を目指した商品開発、新領域展開を進めていきます。

自社製品及びグループ企業の素材を活用した新商品開発、アプリケーション強化によるお客様へのご提案等の取り組みを通じ、新たな価値の創造とフードロスや作業性改善といった社会課題の解決にもつなげていきたいと考えています。



執行役員 油脂加工品事業本部長
内藤 彰

Topics

バッカルドリン社の製菓・製パン素材の輸入販売を開始

当社はバッカルドリン社製品の高い栄養価や自然素材に注目し、2019年2月より5種類のミックス粉の輸入販売を開始しました。バッカルドリン社は1964年にオーストリアのリンツにて創業した製菓・製パン素材メーカーで、ミックス粉や改良剤など幅広い製品販売を行っており、欧州5大総合製菓・製パン素材メーカーの一つに数えられています。油脂加工品事業では、これまで製菓・製パンメーカーやベーカリーショップなど、様々なお客様へソリューション提案を行ってきました。バッカルドリン社製品をラインナップに加えることでお客様への提案の幅をさらに広げ、より多様な価値を提供していきます。



Case Study | 価値創造事例

老化^{*}抑制効果の高いショートニング「マイプロート」

製菓・製パン業界においても人手不足は深刻であり、生産工程の省力化等につながる商品のニーズは高まりつつあります。熟練の技術者不足も大きな課題であり、安定した品質の商品をお客様にお届けするための油脂加工品のニーズも高まっています。このような環境の中、当社は老化抑制効果の高い業務用ショートニング「マイプロート」シリーズを開発しました。この商品は当社独自技術の効果で、食パンや惣菜パンなどのソフトさを維持し、日持ちを良くすることが可能となる特長を持ちます。さらにはフードロス削減等の課題にも貢献しています。



※老化: パンなどが時間の経過とともに固くなること

食品・ファイン事業

食品・ファイン事業本部では、穀物やその中の希少な微量成分の持つ効果に着目して様々な商品や素材を開発してきました。現在はさらに研究を進め、生活全般に役立つ多様な商品を展開しています。

スターチ事業では、コーンスターチやタピオカでんぷん等をベースに通常のでんぷんとしての用途に加え、食感改良材などあらたな可能性を提案し、多くの加工食品にご使用いただいています。ファイン事業は、ビタミンE、ビタミンK2、および、イソフラボン等の素材を提供するとともに、大豆シート食品「まめのりさん[®]」のような独自の製品も販売しています。ケミカル事業では、住宅建材向けの合成樹脂接着剤を生活の身近な場面で広くお使いいただいています。医療研究用試薬や診断薬原料向けに注目されているレクチンなどの開発を行っています。



2018年度の振り返り、実績

スターチ事業では、食品用、工業用ともにコーンスターチは順調に推移しました。加工でんぷんも外食・中食向けにソリューション提案が功を奏し、高付加価値品の採用が拡大し、スターチ事業の売上高は前年をやや上回りました。

ファイン事業は、ビタミンE、ビタミンK2などファイン製品の販売が好調で、売上高は順調に推移しました。大豆シートにおいては米国での販売代理店との連携強化による販売強化やビーガン対応、グルテンフリー訴求による商品力強化によって需要が増加したことで、売上高は前年を大きく上回りました。

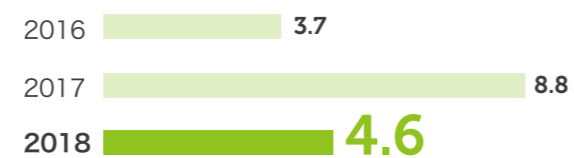
ケミカル事業は、主たる販売先である木質建材市場が堅調に推移し、石油価格の上昇を受けた原料価格の上昇に対応するため木質建材用接着剤の価格改定を実施するとともに販売数量の維持に努めた結果、売上高は前年を上回りました。

以上の結果、当事業は売上高140億95百万円(前年比5.5%増)となりましたが、スターチ原材料費・ケミカル原材料費一部製品の価格改定の遅れから、セグメント利益4億58百万円(前年比47.7%減)となりました。

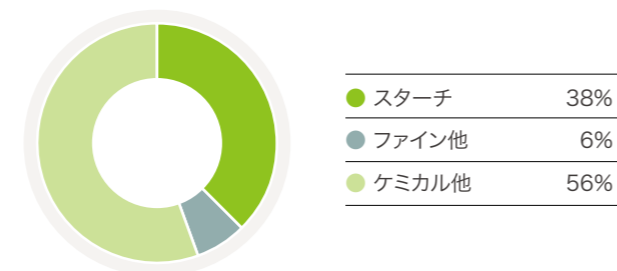
売上高(億円)



営業利益(億円)



売上高構成比



2018年度実績

- **スターチ** 食品用途・工業用途スターチの好調
- **ファイン** 米国での大豆シート食品「まめのりさん[®]」の好調(製品力の訴求、販売エリア拡大)
- **ケミカル** 接着剤の価格改定、販売数量増による売上増加

2019年度の施策と見通し～第五期中計達成に向けて～

スターチ事業は、ジューシーさの実現、コク味の向上、食感の改良など食品の機能性をさらに向上させる特長を活かし、幅広い提案活動を行っています。吸水性に優れ食感を改良する「ネオトラスト[®]」をベーカリーや冷凍食品メーカー向けに提案し、さらなる用途の拡大を目指します。また経時劣化の抑制効果により、フードロスなどの社会課題の解決にもアプローチしていきます。

ファイン事業では、米国での販売が好調な大豆シート食品のさらなる販路拡大を模索し、生産の効率化による増産を目指していきます。今後もナチュラルでサステナブルな商品を中心に、世界中の皆様の幸せに貢献していきます。

ケミカル事業では、今後国策として森林・林業基本計画やバイオ戦略2019が推進され、合板等の木質パネルの果たす役割がますます重要になっています。安心・安全な木材関連



取締役兼専務執行役員 食品・ファイン事業本部長
近藤 邦彦

接着剤の需要に対応し、木質材料用接着剤や塗料の拡販に努めるとともに、技術開発を進めていきます。新工場の竣工で今後の需要増を見据えた安定供給体制の確立にも注力していきます。また非木質材料用接着剤、抗菌剤、研究用試薬の拡販、診断薬原料の開発等に取り組み、ケミカル事業のさらなる躍進を目指します。

Topics

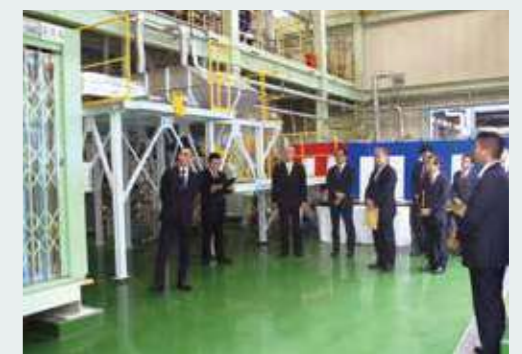
「まめのりさん[®]」が米国で販売好調

「まめのりさん[®]」は、大豆たんぱくをベースにしたシート状の調理素材です。売上の約90%以上は海外で、うち50%はアメリカでの販売です。カナダや、最近では中東やEUにも出荷しています。1980年代の発売以来、海外の寿司店をはじめとした日本食レストランのブームに乗って好評を得て来ました。特に北米では登録商標である「MAMENORISAN」が浸透し、ブランドとして確立しています。最近ではベジタリアンやビーガン、健康志向などの思想を持つ方や、ミレニアル世代の方々からの支持を受け、販売を順調に拡大させています。



ケミカル新工場竣工

当社グループのJ-ケミカルは2019年5月、静岡市に接着剤製造工場を竣工しました。この工場は1959年にホーネンコーポレーション(当時)が建設し、以来国内を中心に合板メーカーやボードメーカーなどのお客向けに接着剤を生産し供給してきました。今回の建て替えて拡大している接着剤の需要にフレキシブルに対応することが可能になりました。人手不足を背景に製造ラインの自動制御を進めるなど、接着剤製造拠点として製造効率を大きく向上させ、J-オイルミルズが目指す「Joy for Life」の実現に向け住環境分野で貢献していきます。



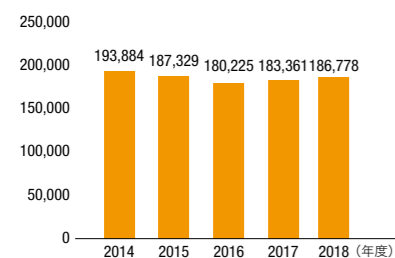
パフォーマンスハイライト

財務指標(連結ベース)

	単位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
会計年度						
売上高	百万円	193,884	187,329	180,225	183,361	186,778
営業利益	百万円	4,193	4,634	5,468	4,005	5,663
経常利益	百万円	4,796	5,357	5,832	5,137	6,326
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	3,105	2,973	3,258	4,127	4,749
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	6,937	9,798	6,066	6,572	13,075
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 3,016	△ 5,320	△ 10,294	△ 3,766	△ 2,623
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 4,434	△ 4,249	3,830	△ 5,600	△ 11,066
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	5,806	6,027	5,631	2,839	2,407
会計年度末						
総資産額	百万円	157,082	153,643	164,925	153,642	147,688
純資産額	百万円	79,639	79,811	83,531	84,115	86,908
1株当たり情報						
1株当たり純資産額	円	4,784.33	4,795.83	5,019.67	5,107.63	5,276.75
1株当たり当期純利益	円	186.65	178.74	195.91	249.52	288.57
1株当たり年間配当金	円	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
経営指標						
配当性向	%	48.2	50.4	45.9	36.1	31.2
自己資本比率	%	50.7	51.9	50.6	54.7	58.8
ROE	%	4.0	3.7	4.0	4.9	5.6
ROA	%	2.0	1.9	2.0	2.6	3.2
株価収益率	倍	22.4	19.3	21.4	14.5	14.3

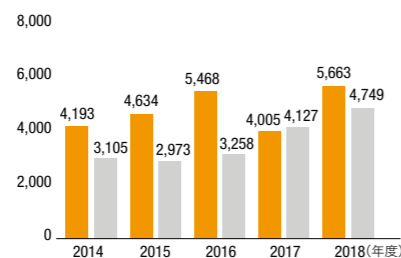
■売上高

(単位:百万円)



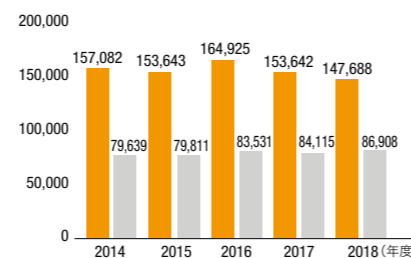
■営業利益

■親会社株主に帰属する当期純利益
(単位:百万円)



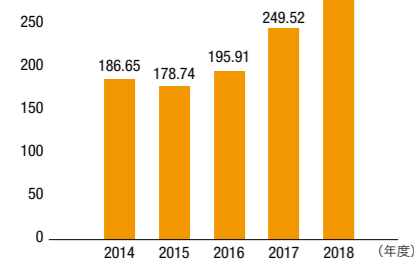
■総資産額

■純資産額
(単位:百万円)



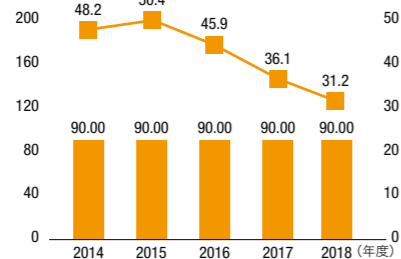
■1株当たり当期純利益

(単位:円)



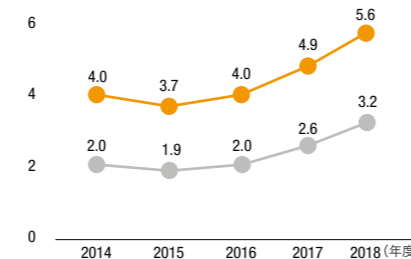
■1株当たり年間配当金/配当性向

(単位:円) (単位:%)



■ROE

■ROA
(単位:%)



(注) 1.売上高には、消費税等は含まれていません。
2.当社は2016年10月1日に普通株式10株を1株に併合しています。1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益、1株当たり年間配当金は株式併合後の基準で換算しています。

新商品情報

New products information

家庭用油脂

「AJINOMOTO.えごま油」「AJINOMOTO.アマニ油」

えごま油、アマニ油などのプレミアムオイル市場は大幅な伸長傾向が続き、2018年度では合計170億円まで成長しました。えごま油、アマニ油は認知率が高いものの、まだ購入率は低い水準にとどまっています。えごま、アマニの種子を搾ったn-3系(オメガ3脂肪酸)たっぷりの油を手に取りやすく、3-4週間で使い切れる小容量タイプの瓶に詰めました。本商品は太田油脂(株)との共同開発商品です。



「ラーマ®ソフトこめ油入り」

こめ油を原料油脂中30%使用したマーガリンです。独自のフレーバー技術を活用し、あっさりとしたバター風味に仕上げました。クセのない風味でパンのおいしさを引き立て、どんな料理にも幅広くお使いいただける商品です。



「AJINOMOTO.から揚げの日の油」

ご家庭での「揚げもの」の食卓出現頻度は減少していますが、鶏肉のから揚げは食卓出現頻度が多く、伸長している人気メニューです。「AJINOMOTO.から揚げの日の油」は、ご家庭の味付けはそのまま、油を変えるだけで、専門店のようなおいしいから揚げを作ることができるメニュー専用油です。



業務用

「ごはんのためのこめ油(炊飯用)」

外食・中食店、産業給食などでは近年の人手不足や食材の高騰など、様々な課題を抱えています。「ごはんのための米油(炊飯用)」は米の一粒一粒を油でコーティングすることで釜へのこびりつきを抑え、食品ロス低減と作業効率向上に寄与します。「こめ油」を使用しているため米との相性が良く、米本来の甘みや旨みを引き出せます。



バックカドリン社製品

バックカドリン社はヨーロッパで広く支持されている製菓・製パン素材メーカーです。

- コーンミックス: 栄養バランスが良く食物繊維を豊富に含む汎用性の高いミックス
- ベジパン: 穀物が丸ごと配合され、イースト・ラクトース不使用の栄養バランスに優れたミックス
- アロニアミックス: ビタミンとミネラル価が高いチョコレート配合で紫色が鮮やかな製パンミックス
- クルクマミックス: ターメリック配合で黄色が鮮やかな製パンミックス
- ヴィエネーゼ ケーキミックス: 自然なおいしさが特徴のケーキミックス



J-オイルミルズの事業とESG経営

当社は、これまで培った有形・無形の資産や当社独自の強みを活かし、SDGsで挙げられている様々な社会課題に対して、事業を通じて課題解決に貢献し、さらには新たな価値を提供することで当社も成長を目指すCSV経営を推進し、SDGs達成に積極的に貢献していく考えです。国際社会の成長とともに増大するリスクへの対応・適応力を強化するため、バリューチェーン全体でマテリアリティ(重要課題)に取り組み、事業活動による負の影響を最小化するESGに配慮した経営を推し進めていきます。



コーポレート・ガバナンスの強化

J-オイルミルズは、ステークホルダーから信頼を得られる誠実で透明性の高い経営の実現のために、コーポレート・ガバナンスの強化を進め、その実行性の向上をめざして内部統制を充実させていきます。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

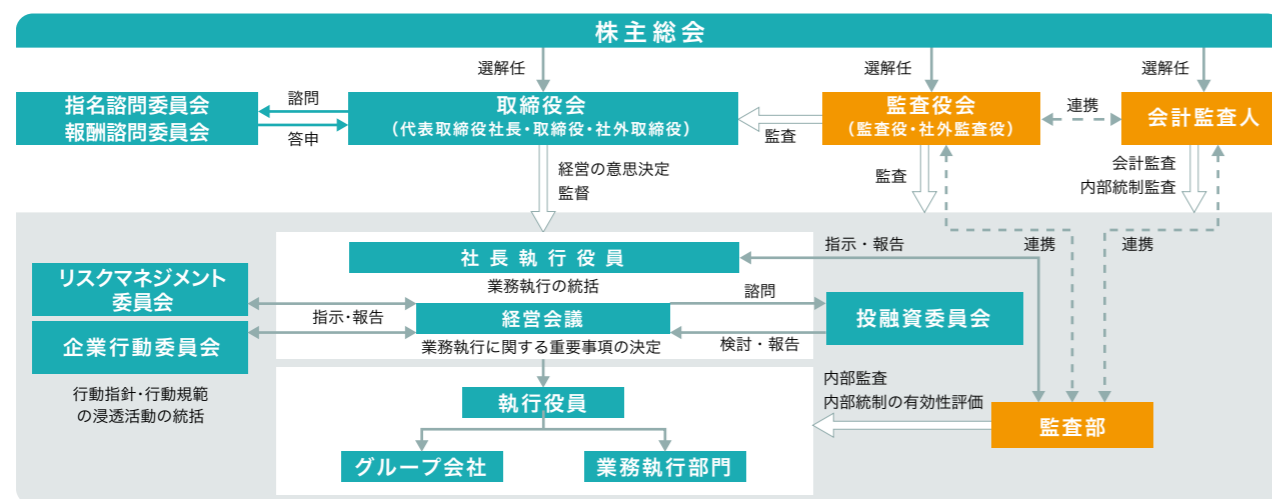
現代は企業の社会的責任が問われる時代であり、成熟化した21世紀型の社会の企業に対する期待は、経済的価値の提供のみならず、社会的価値や環境的価値の提供まで広がってきています。当社は、経済、環境、社会等の幅広い分野においてその責任を果たし、当社自身の持続的な発展を実現していくことを、業務運営の基本としています。この方針のもと、当

社は、株主をはじめとするステークホルダーの負託に応えるため、経営の監視・監督体制および内部統制システムの整備により、経営の適法性・効率性の強化を図ることを重要な課題と捉えています。さらに、社会からの信頼をより高めるべくCSR経営の推進に努め、コンプライアンス体制の整備、リスク管理体制の強化等を図っていきます。

● コーポレート・ガバナンスの概要

組織形態	監査役会設置会社
取締役会議長	八馬史尚(代表取締役社長執行役員)
取締役人数	9名(社外取締役5名、うち独立役員3名)
監査役人数	4名(社外監査役2名、うち独立役員1名)
取締役会開催状況(2018年度実績)	開催回数⇒18回 出席率⇒取締役98.1% 監査役97.2%
監査役会開催状況(2018年度実績)	開催回数⇒24回 出席率⇒97.9%
指名委員会・報酬委員会に相当する任意の委員会	当社は取締役会の機能の独立性・客観性を高め、説明責任をより強化することを目的として、社外取締役を委員長とする「報酬諮問委員会」(取締役・執行役員の報酬等を審議し取締役会に助言・提言を行う)と「指名諮問委員会」(取締役・執行役員の選任や解任案等を審議し、取締役会に助言・提言を行う)を設置しています。 ●指名諮問委員会:独立社外取締役3名および社内取締役1名の計4名で運営 ●報酬諮問委員会:独立社外取締役3名、社内取締役1名および社外監査役1名の計5名で運営
取締役の選任	指名諮問委員会、取締役会を経て候補者を決定、株主総会で選任
監査役を選任	監査役会、取締役会を経て候補者を決定、株主総会で選任
独立役員の数	社外取締役3名、社外監査役1名(※東京証券取引所の定めに基づく独立役員)
報酬等の決定	取締役会の諮問機関である報酬諮問委員会の諮問結果をふまえ、取締役会で決定

● コーポレート・ガバナンス体制図(2019年7月時点)



コーポレート・ガバナンス強化への取り組み

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会の実効性をより一層高めるため、毎年取締役の実効性に関する評価を行っています。2018年度は、これまでの評価方法を踏襲し、取締役および監査役全員を対象にした記名式アンケート、社外取締役と監査役によるディスカッション、社内取締役へのヒアリングを実施するとともに、これらの結果について取締役会での議論を行いました。

評価の結果、当社の取締役会の実効性については、概ね一定の水準ではありましたが、前回と比較して「全体最適」や「取締役会の運営」などで改善が認められました。一方で、「取締役会の機能と役割」において新たな課題も認識され、今後さらなる実効性向上に向けた対応については、PDCAを回しながら行っていくことを確認しました。

役員研修の実施

当社では、取締役等の役員を対象に、その年の重要テーマや内部統制に関する研修会を実施しています。また、さらなる充実を図るため、役員および経営幹部候補者を対象にした研修(トップマネジメント研修、新任取締役研修、経営幹部候補者研修)を2016年度から実施しています。

社外取締役および社外監査役には、就任時に必要に応じて各部門から事業・業務内容を説明する研修会を実施し、事業所等の視察も行っています。

役員報酬の考え方

当社の役員報酬制度は、固定報酬と業績連動報酬により構成されており、役位に応じて基準及び算定方式を「役員報酬規程」に定めています。業績連動報酬は賞与と株式報酬により構成しています。固定報酬と業績連動報酬の構成比は、役位が高くなるほど業績連動報酬の配分を大きく設定し、高い役位に対してより高い成果・業績責任を求めるとしています。業績連動報酬の配分比率は3~4割です。業績連動報酬の算定は、全社業績評価及び個人業績評価で

構成され、役位や役割に応じた業績評価構成比率をもって支給額算定を行っています。なお、監査役及び社外取締役は固定報酬のみの支給です。

株主・投資家の皆様との対話促進

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、「株主と建設的な対話」を合理的な範囲で前向きに対応するために、以下の体制の整備および取り組みを実施しています。

- (i) 株主との建設的な対話の促進は、CSR・IR部担当役員を中心に、取締役社長および財務部担当役員と連携して進めています。
- (ii) 対話にあたっては、財務部、経営企画部、CSR・IR部、総務・ガバナンス推進部が日常的に連携し、事業部門も含め関係部署からの情報収集と経営陣への共有を図っています。
- (iii) 証券アナリストや機関投資家の皆様に対しては、5月と11月に決算説明会を実施し、決算内容、業績予測、中期経営計画の進捗状況について説明しています。加えて、施設見学会やスモールミーティングを開催し、株式市場からの当社に対する理解促進を図っています。説明会の資料や質疑応答はホームページ上で適宜開示しています。
- (iv) 対話を通して把握した株主や投資家の皆様からの意見などは、取締役社長、担当取締役、担当執行役員で共有し、必要に応じて取締役会で報告を行うなど、今後の経営に活かすように努めています。
- (v) 株主、資本市場との対話に際してのインサイダー情報の管理については、「インサイダー取引防止規程」を定めて周知を図るとともに、非公開情報の取り扱いについては「ディスクロージャーポリシー」を定めて、フェア・ディスクロージャー・ルール等に則った運用に努めています。

マテリアリティ報告

役員体制(2019年7月1日現在)



(左から)石田友豪、栃尾雅也、松本英三、小出寛子、八馬史尚、善当勝夫、新宅祐太郎、近藤邦彦、遠藤陽一郎

監査役

塩田 良晴
社外監査役(常勤)

吉田 哲
監査役(常勤)

野崎 晃
監査役

池谷 修一
社外監査役(独立役員)

執行役員

服部 広
常務執行役員 油脂事業本部長

内山 明浩
常務執行役員 原料部 油糧事業部担当

富澤 亮
常務執行役員 ソリューション事業部長

長坂 篤
常務執行役員 日華油脂株代表取締役社長

立見 健一
執行役員 特命事項担当

小玉 祐司
執行役員 静岡事業所長 兼 生産戦略部担当

内藤 彰
執行役員 油脂加工品事業本部長
兼 粉末油脂事業部長

石橋 朋純
執行役員
サプライチェーンコントロールセンター長

天野 裕
執行役員 海外事業部長

内海 淳
執行役員 大阪支社長 兼 西日本営業担当

遠藤 正史
執行役員 ㈱J-バック代表取締役社長

宮川 愛浩
執行役員 経営企画部 CSR・IR部 総務・ガバナンス推進部担当

渡辺 健市
執行役員 フードデザインセンター長

大石 章夫
執行役員 人材開発部長

小野 繁
執行役員 東京支社長 兼 東日本営業担当

古川 光有
執行役員 油脂事業部長

堀内 亨
執行役員 財務部 情報システム部担当

仙田 拓司
執行役員 事業開発部長

芦田 健
執行役員 名古屋支社長

杉澤 延幸
執行役員 事業企画部長

満生 昌太
執行役員 技術戦略センター長
兼 研究企画戦略部長 兼 知財戦略部担当

取締役 略歴、地位、担当および重要な兼職の状況

代表取締役社長執行役員

八馬 史尚

1983年4月 味の素株式会社入社
1998年7月 インドネシア味の素販売株式会社
代表取締役社長
2008年7月 アメリカ味の素株式会社取締役副社長
2009年7月 味の素株式会社
食品カンパニー加工食品部長
2011年7月 同社食品事業本部外食アリア事業部長
2013年6月 同社執行役員
2015年6月 同社常務執行役員
2015年6月 当社代表取締役社長
2016年6月 当社代表取締役社長執行役員(現任)

取締役兼常務執行役員

松本 英三

1986年4月 味の素株式会社入社
2011年7月 同社バイオファイン研究所
プロセス工業化研究室長
2015年4月 内閣府大臣官房審議官
(科学技術・イノベーション担当)
2017年6月 当社顧問
2017年6月 当社取締役(現任)
2017年6月 当社常務執行役員(現任)
2018年7月 当社生産・技術開発管掌(現任)

取締役兼専務執行役員

善当 勝夫

1981年4月 味の素株式会社入社
2000年7月 同社油脂部部長
2003年6月 味の素製油株式会社取締役
2005年6月 当社執行役員
2007年6月 当社常務執行役員
2011年6月 当社取締役(現任)
2015年6月 当社専務執行役員(現任)
2018年7月 当社営業管掌(現任)

社外取締役

栃尾 雅也

1983年4月 味の素株式会社入社
2007年7月 同社食品カンパニー海外食品部長
2011年6月 同社執行役員経営企画部長
2013年6月 同社取締役常務執行役員
2016年6月 当社社外取締役(現任)
2017年6月 味の素株式会社取締役専務執行役員
2019年6月 当社代表取締役専務執行役員(現任)

取締役兼専務執行役員

近藤 邦彦

1981年4月 豊年製油株式会社入社
2003年1月 同社化工品本部化成品営業部長
2004年7月 株式会社J-ケミカル取締役
2006年6月 株式会社ユタカケミカル取締役(現任)
2007年6月 株式会社J-ケミカル代表取締役社長
2016年6月 当社取締役(現任)
2016年6月 当社常務執行役員
2018年6月 株式会社J-ケミカル取締役会長(現任)
2018年6月 当社専務執行役員(現任)
2018年7月 当社食品・ファイン事業本部長 兼 油脂加工品事業本部管掌(現任)

社外取締役

遠藤 陽一郎

1988年4月 三井物産株式会社入社
1996年7月 米国三井物産株式会社ニューヨーク本店
Corporate Development Dept.
ゼネラル・マネジャー
2001年4月 Mitsui & Co. Venture Partners CEO&
マネージング・パートナー
2004年7月 三井物産株式会社
企業投資開発部投資事業室長
2007年9月 三井物産企業投資株式会社
代表取締役社長
2017年4月 三井物産株式会社
食料本部油脂・主食事業部長
2018年6月 当社社外取締役(現任)
2019年4月 三井物産株式会社食料本部長補佐(現任)

社外取締役(独立役員)

新宅 祐太郎

1979年4月 東亜燃料工業株式会社
(現JXTGエネルギー株式会社)入社
1999年1月 テルモ株式会社入社
2010年6月 同社代表取締役社長
2017年6月 同社顧問(現任)
2017年6月 参天製薬株式会社社外取締役(現任)
2017年6月 当社社外取締役(現任)
2018年3月 株式会社クボタ社外取締役(現任)
2018年4月 一橋大学大学院経営管理研究科客員教授
2019年4月 同大学院経営管理研究科特任教授(現任)

社外取締役(独立役員)

小出 寛子

1986年9月 J.ウォルター・トンブソン・ジャパン株式会社(現ジェイ・ウォルター・トンブソン・ジャパン合同会社)入社
1993年5月 日本リーバ株式会社(現ユニリーバ・ジャパン株式会社)入社
2001年4月 同社取締役
2006年4月 マスターフーズリミテッド(現マースジャパンリミテッド)マーケティング統括本部長
2008年4月 同社チーフ・オペレーティング・オフィサー
2010年11月 パルファン・クリスチャン・ティオール・ジャパン株式会社代表取締役社長
2013年4月 ニューウェル・ラバーメイド・インコーポレーテッド(米国)(現ニューウェル・ブランズ・インコーポレーテッド(米国))グローバル・マーケティングシニア・ヴァイス・プレジデント
2016年6月 三菱電機株式会社社外取締役(現任)
2018年4月 ヴィセラ・ジャパン株式会社取締役
2019年6月 本田技研工業株式会社社外取締役(現任)
2019年6月 当社社外取締役(現任)

社外取締役(独立役員)

石田 友豪

1979年4月 野村證券株式会社入社
1997年11月 ノムラ・イタリア・S.I.M.p.A 代表取締役社長
2004年4月 野村ホールディングス株式会社執行役員
2005年4月 ノムラ・ヨーロッパホールディングスplc 取締役
社長・CEO
2008年4月 野村ホールディングス株式会社常務執行役員
2009年4月 野村アセットマネジメント株式会社執行役員専務
2011年6月 同社取締役・COO兼執行役員社長
2014年1月 ラザード・ジャパン・アセット・マネジメント株式
会社代表取締役社長(現任)
2019年6月 当社社外取締役(現任)



ESGへの取り組み強化、ROEの改善が株主価値の向上に必要であると考えています。

社外取締役(独立役員)
新宅 祐太郎

出削減、廃棄物削減等の取り組みを続けてきました。そういった工場単位での取り組みを本社、研究・営業拠点でも再認識し、全社の環境対策活動に広げていく必要があります。

また環境に対する取り組みと同様に、人権への取り組みも重要です。人権は事業活動のあらゆる段階において尊重されなければなりません。当社はRSPOに加盟し、認証油も取り扱っています。今後は確固たるトレーサビリティを築くため、原料調達における現地視察、サプライヤー監査などトータルでの取り組みが必要です。

国内市場は縮小傾向にあり、より一層付加価値という観点で重視する必要があります。社会からの要請に添えていく過程において、新たな価値が創出されます。そのようにして付加価値を追求していくことが、結果的に社会と当社双方に利益をもたらすのではないのでしょうか。また海外展開もより積極的に進めていく必要があります。ただ海外人財の育成という意味で、当社には課題が多いと考えています。今後は、中堅層だけでなく若手をもっと積極的に関わっていけるような環境作りが必要であると思います。

最後に業績面について、当社は良好な相場環境や高付加価値品の拡大により、増収、大幅な増益となりROEも大きく改善しましたが、いまだ株式市場の期待する水準には達していません。製油会社の事業特性から、原料価格のボラティリティの影響を受け、不確定要素が存在することも事実です。今後、ボラティリティマネジメントを強化するとともに、コストコントロール力を高め、経営資源を高付加価値品や海外事業などの成長が期待される分野に振り向けていくことが求められます。業績の拡大がROEの改善につながり、ひいては株主価値の向上に結びつくものと考えています。

J-オイルミルズの社外取締役に就任して3年目を迎えます。経営を監督する立場として、企業価値の最大化に向け取り組みを進めてきました。企業に対する社会からの要請がますます高まる現在、当社の事業活動も変革を進めていく必要があります。今年度からは、独立の社外取締役が1人増えて3人となったことで、全体の取締役数の3分の1になりました。全体の取締役9名のうち、社外取締役数も5名と過半を占めることとなります。企業のガバナンスを考えていくうえで非常に重要な改定であり、私自身もこれまで以上に大きな責任を担って職責を果たしていきたいと考えています。

現在、世界は様々な課題に直面しています。そのような中、SDGsの達成に向け、企業の果たすべき役割は非常に重要なものになっています。当社は事業そのものがSDGsの達成や社会課題の解決に貢献できると考えていますが、今後はより社会課題視点でビジネスを捉えなおす必要があります。例えば当社の長持ち効果のある商品は、通常のフライ油と比較し、バリューチェーン全体で見ても環境面での貢献は大きいと思います。また国内で深刻化する人手不足という課題に対して、油の交換という手間を抑制し、調理担当者の手間を削減しています。このような課題解決型のビジネスを今後推し進めていくことが重要です。

人財育成という観点では、女性活躍を昨年に引き続き推進していく必要があります。今年度、当社では初の女性取締役として小出さんが就任されました。また「カシオペアWプロジェクト」など女性活躍の取り組みが推進され、女性管理職比率も上昇してきています。今後ますます女性の活躍が求められる中で、小出さんの取締役就任も含め、広くステークホルダーへの重要なメッセージにもなると考えています。

食品を扱う過程では、各サプライチェーンで責任ある行動が求められます。当社は以前から各工場です省エネルギー、CO₂排



社外取締役
(独立役員)
石田 友豪

現在、私は米系の投資顧問会社に勤めておりますが、以前は日本の証券会社、資産運用会社に勤務をしており、その間24年パーレーン、香港、ミラノ及びロンドン等に駐在し、投資を通じてビジネスを行ってまいりました。その中で投資家が、どこに着目して投資するののかの知見を高めてきました。また、事業会社ともビジネスを行ってまいりましたが、経営において大切なのは情報に支えられたグローバルな戦略策定、その遂行を支える人財、ガバナンスやダイバーシティであることを学びました。海外駐在の間には日本のバブル崩壊による株価の停滞、ブラックマンデー、アジア通貨危機、そしてリーマンショックと言われるグローバル・ファイナンシャル・クライシスといった激変を経験し、経営上リスクマネジメントが非常に大切であるといった事も身を持って体験しました。

現在、グローバルな低金利から株式投資への期待が高まっています。当社は「Joy for Life」を企業理念に油脂を生産・販売して人々においしさを届ける事で社会に貢献しています。一方、上場会社として環境・社会の課題にも対応し持続的な業績の向上を図る事で、株価の上昇や配当を通じた投資家の資産運用に対する貢献も期待されています。いわゆる機関投資家は、世界各国で働く人の退職後の生活を支える年金や、事故や病気の際の保険、および個人資金が投じられた投資信託等を長期で運用しています。当社も投資対象に選ばれる会社になる事で、各国の年金運用成績の一層の向上、確実な保険金の支払いの為に運用、および個人の投資家の方々の資産形成等に貢献する事ができます。

社外取締役として、今まで以上に長期投資に資する会社になるよう、自身の経験・知見を活かし、その責務を果たし株主および全てのステークホルダーの方々からの期待に応えていきたいと思ひます。

選任理由

証券会社・資産運用会社において国内外の金融に携わると共に会社経営を担い、資本市場および会社経営に関わる豊富な経験と見識を有しています。以上により、取締役として重要な意思決定および業務執行の監督を担うことができると判断されるため、社外取締役として選任しました。



社外取締役
(独立役員)
小出 寛子

私は30年以上にわたり、消費財グローバル企業において、日本、アジア、アメリカを拠点に、マーケティング、イノベーション開発、ジェネラル・マネジメントに携わってきました。仕事としての食品はチョコレートの経験しかありませんが、オイルやスターチという生活に無くてはならないカテゴリーに関わることができる機会をいただき、元来料理をするのも食べるのも大好きな私にとっては、この上ない喜びです。当社の企業価値の最大化に向けて、社外取締役としての責務をきっちり果たし、持続的な成長への貢献をしていきたいと思ひます。

食の世界は今、大きな変化のうねりの中にいます。単に必要な栄養を摂る、おいしさを楽しむ、という時代から、安全性、トレーサビリティ、サステナビリティ、環境への影響、さらには健康を増進させる機能性までもが求められるようになってきました。また消費者の生活スタイルの変化や嗜好の多様化から、少量多品種高付加価値へのニーズがますます高まっています。その中で、いかに当社が「油脂メーカー」から脱皮して、会社の存在意義を再定義できるか、視点を大きく変えることで製品のみならず製造、サプライチェーン、環境などを含む広義でのイノベーションを起こせるか、そして、より豊かで健康的な食生活を通して社会に、世界に貢献できるかが、今後企業価値を最大化させていくために非常にクリティカルになっています。まさに当社転換のこの時に、私の今までの経験や外からの視点を皆さんとの議論の場に持ち込んで、議論を活性化していければと考えています。

さらに、初の女性取締役として、社員の年齢、性別、経験などのダイバーシティを推進していく当社のイニシアティブに、私も積極的に参画・サポートをさせていただき、人財の活性化・育成にも貢献していきたいと思ひます。

選任理由

多様なグローバル企業においてマーケティングに携わると共に会社経営を担い、グローバル事業、マーケティングおよび会社経営に関わる豊富な経験と見識を有しています。以上により、取締役として重要な意思決定および業務執行の監督を担うことができると判断されるため、社外取締役として選任しました。

リスクマネジメントの強化

リスクマネジメントの取り組み

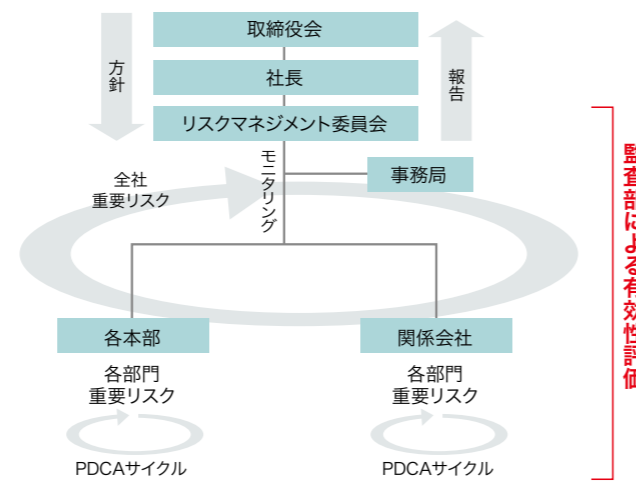
企業が持続的に発展していくためには、リスクの識別・評価・管理を正しく行うことが重要であると認識しています。当社では、年3回開催される社長を委員長とした「リスクマネジメント委員会」を中心にリスクマネジメント体制を構築しており、全社リスクや各本部の重点対応リスク等に関する中間報告や年度末評価を実施するなど、PDCAサイクルを回すことで適切なリスク管理を実施しています。

リスクの把握

当社では、事業を行っていく上で以下の12項目のリスクを中心に対応しています。

経営環境に関するリスク	① 榨油原料の調達リスク
	② 原材料・為替相場等の影響
	③ 輸入関税
	④ 油脂・ミール製品の需要低下を及ぼす要因
	⑤ 国内人口の少子高齢化
	⑥ 海外進出に潜在するリスク
	⑦ 自然災害
	⑧ 感染症の蔓延

● リスクマネジメント体制



事業活動に関するリスク	① 食品安全
	② 情報の漏洩や不正アクセス等の影響
法的規制その他のリスク	① 法的規制
	② 環境規制

● 主な事業等のリスクとその対応

	想定されるリスク	対応
原材料・為替相場等の影響	当社グループは主要原料の大豆・菜種等を海外から調達するため、原料コストは海外の穀物相場の影響を受けます。穀物の相場は天候・需給バランス等の要因により大きく変動する事があります。海外からの調達である為、原料代決済において為替相場の影響を受けます。また、海上運賃(フレート)は世界経済や石油価格の影響を受けて変動します。さらに、ミール相場が低下すると、オイルコストの上昇につながります。以上の穀物・為替・海上運賃・ミールなどの相場変動に伴うコストアップ分を価格に転嫁できない場合、収益を圧迫する可能性があります。	原料(穀物)や海外からの購入油の調達にあたっては、原料購買規定、為替予約規定の範囲内で、製品の販売価格の確度を見ながら、競争優位と思われるポジションを取っていくと同時に、先物相場のプライシングと為替予約等により、一定のヘッジを行います。また営業活動において各種相場の状況をお伝えし、適切な価格交渉を行います。
自然災害	大規模な地震等の災害が発生した場合、生産設備の毀損あるいは事業活動の中断等により、当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	これまで大規模地震の被害想定を中心に策定していた事業継続計画(BCP)について、昨今の台風や豪雨に伴う水害等の発生頻度の高まりを受けて、BCPの見直しを行うことにより大地震以外の災害に対する対応力のさらなる向上を図っています。
情報の漏洩や不正アクセス等の影響	当社グループはコンピュータシステムの安定的な運用体制の整備や情報管理の徹底など、適切なセキュリティ対策を実施しています。しかしながら、当社の想定を超えた不正アクセスやコンピュータウィルスの感染等による情報漏洩やデータ改ざんが発生し、当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	年に一回、社内の機密文書の管理状況についてモニタリングを行うとともに、e-ラーニングを通じた従業員向けの情報管理教育を定期的に行っています。また、外部からのサイバー攻撃に対するモニタリングの強化を進めるなど、リスクの低減を図っています。

コンプライアンスの推進

コンプライアンスの徹底

当社グループにとってコンプライアンスとは、法令順守だけでなく、社会の一員として当然の企業倫理や社会的規範の順守までを含んだ行動を指します。当社グループは常に社会から信頼される企業であるために、すべての従業員に対してコンプライアンスの徹底に努めています。

また、当該規範に定められた「児童労働の禁止」や「反社会勢力との取引の禁止」、「政治、行政との健全な取引による腐敗防止」等について各種研修などにより啓発し、すべての従業員がコンプライアンスを順守した行動をするよう徹底しています。

特に、昨今社会問題化している職場のパワーハラスメントについては、2018年度に全従業員を対象としたCSR研修を開催し啓発するとともに、2019年度においては企業行動委員会の最重要テーマと位置づけ、「職場のパワーハラスメント防止」に関するトップメッセージを発信し、継続的に社内研修を行うなど、働きやすい職場環境の構築を推進しています。

コンプライアンス推進体制

当社は、社長が指名する取締役を委員長とする「企業行動委員会」を設置し、「J-オイルミルズ行動規範」「J-オイルミルズ行動指針」に沿った企業行動がなされているか確認を行っています。「企業行動委員会」には各部門の責任者と労働組合の代表者が参加しています。当社グループが抱える部門ごとの課題を共有し、改善とレビューを行うことで、コンプライアンスの強化を推し進めています。

J-オイルミルズ

行動指針

- おいしさとうれしさを創造するために、
- 世の中に興味を持ち、自ら考え、動き出そう。
 - あらゆる壁を越えて、互いの強みを掛け合わせよう。
 - 常に挑戦し、失敗から学び、また挑戦しよう。

J-オイルミルズ

行動規範

1. 安全で高品質な商品・サービスの提供
2. 公正・自由な取引
3. 社会とのコミュニケーション
4. 情報管理
5. 環境保全・省資源・省エネルギーへの取り組み
6. 社会貢献
7. 働きやすい職場環境
8. 株主・投資家への責任
9. 社員個人と会社との関係
10. 知的財産権の取扱い
11. 国際通商

内部通報制度(ヘルプライン)の拡充

当社では、社会規範や企業倫理に反した行為を未然に防止し、是正していくため報告通報窓口を設置しています。窓口は社内外に設け、通報の際は匿名での受付も可能にし、通報者の保護に関しても万全の体制をとっています。また、2018年度のCSR研修では、改めて内部通報制度を周知徹底し、「J-オイルミルズ行動規範」に違反する、または違反する恐れのある行為を知ったときの通報義務を再認識しました。なお、2018年度における社内外の窓口に対する通報件数は8件で、その内訳はハラスメントに関わるものが5件、その他が3件でした。

あぶらと食の多様な価値を創造

マネジメントアプローチ

安心・安全で高品質な商品・サービスをお客様へ安定的にお届けすることは、食品メーカーの最大の使命です。
 当社の企業価値の源泉は、長年にわたって安心・安全で高品質な商品を安定的に供給してきた実績から得られたお客様の信頼と、それを裏付ける技術力にあると考えています。当社は、食品安全を確実に確保するため、社員一人ひとりがお客様視点に立ち、お客様の満足を見据えた取り組みを実践することで品質保証体制を継続的に強化していきます。また、お客様の声を品質や安全性の向上だけでなく、高付加価値な新商品の開発にも活かすことで、さらなるお客様からの信頼獲得、ブランド力の向上にもつなげていきます。

マテリアリティと主要な取り組み・目標 ～リスクと機会を踏まえた取り組み～

マテリアリティ	主要な取り組みと目標	SDGs
食の安心・安全	●顧客ニーズに対応した商品開発と、信頼を高める情報開示をする	1 貧困の解消、2 健康と福祉
顧客満足の追求	●素材、食材、厨房機器など様々なアプリケーションを掛け合わせたトータルソリューションで価値を創造する ●調理作業、人手不足・省力化、フードロス削減などの課題に即した提案活動を行う	5 性別平等、12 持続可能な消費と生産、17 パートナーシップ
社会課題の解決に貢献する商品の提供・開発	●「あぶら」の可能性を引き出し、新たな用途を開拓して様々な社会課題の解決に挑戦する	2 健康と福祉、3 持続可能なエネルギー、17 パートナーシップ
おいしさと健康の創造	●「あぶら」を究めて、他の素材との掛け合わせで「おいしさ」「楽しさ」「健康」を創造する	3 持続可能なエネルギー、12 持続可能な消費と生産

食の安心・安全

品質マネジメントの強化

安心・安全で高品質な商品・サービスをお客様に安定的にお届けするために、当社では、原料の輸入から製造・包装・出荷のすべてのプロセスで管理体制を構築し、品質向上に努めています。すべての生産拠点において、国際規格ISO9001認証(品質マネジメント)、ISO22000認証(食品安全マネジメント)を取得しており、2018年度は新たに、事業運営と商品開発部門でISO9001認証を取得しました。

2018年度の外部審査機関から指摘された不適合件数は、品質マネジメントに関して生産拠点で2件、事業運営と

商品開発部門で4件、また食品安全マネジメントに関しては2件ありました。なお、すべての不適合に対して是正措置が完了し、認証を維持・取得しました。2019年度は、他の部門へのISO9001認証の拡大に取り組んでいきます。

また、品質保証に関連するインフラをさらに強化するための整備を進めており、2019年度からは最新情報をスピーディーに管理するための品質情報一元化システムの稼働にむけて、システムの構築を推進していきます。

商品の表示に関する取り組み

食品表示法の施行によって、加工食品(家庭用商品)の栄養表示が義務化され、一部ルール変更もあって食品表示は消費者により分かりやすいものになりました。商品の表示内容については、2015年4月に施行された食品表示法の食品表示基準に基づいて、表示の改訂を随時行っています。

また、遺伝子組換え表示や添加物表示に関する行政からの情報に注視し、業界団体やグループ企業と連携をはかり、より分かりやすく安心できる食品表示を目指していきます。

なお、当社WEBサイト上でも、家庭用商品については原材料の原産地、製造所固有記号に示された製造工場情報、遺伝子組換え作物などの情報を開示しています。

顧客満足の追求

お客様とのコミュニケーション

当社のお客様相談室では、お客様とのコミュニケーションをより一層強化するために、「お客様の声システム」を導入します。この「お客様の声システム」では、例えば販売店検索機能が強化され、当社商品をお探しのお客様にスピーディーに販売店情報をお伝えすることができます。また、生産部門との共有化が迅速に行えるようになり、いただいたお問い合わせやご提起について、回答までの時間を短縮することが可能になります。2018年度にシステムの準備が完了し、2019年度は本格稼働に向けた最終調整を行います。

またリニューアルしたWEBサイト上の「お客様相談室お

問い合わせフォーム」とあわせて、今後もお客様の声が届きやすく、またお客様にもより多くの情報を迅速に提供し、一層使いやすく、価値のある商品開発、サービスが提供できる仕組みを構築していきます。



当社WEBサイトのトップページにお客様相談室の窓口を設置して、お客様の声が届きやすくなりました。

Topics

アメリカ油化学会(AOCS)のオリーブオイルパネル認定にて第1位で認定取得

当社は、アメリカ油化学会(American Oil Chemists' Society 以下AOCS^{※1})の「オリーブオイルパネル認定」にて、工場の品質管理室から選抜されたチームと、研究開発・アプリケーション組織から選抜されたチームの両チーム共に1位の成績で認定されました。

オリーブオイルは、産地や収穫年度、天候によってその品質が大きく異なります。当社は、日本国内のJAS規格に加えて、独自の社内基準を設け、専門のパネル^{※2}による官能評価や機器分析を通じて、オリーブオイルの品質確保に努めてきました。今後も品質の信頼性向上に努め、国内オリーブオイル市場をけん引する企業としての責任を果たしていきます。



認定証を持つ当社社員

※1:アメリカ油化学会(American Oil Chemists' Society):1909年に設立されたイリノイ州アーバナに本拠を置く国際的な専門団体で、脂肪、油、界面活性剤、その他の関連物質に関する科学技術に関わる人々のための支援ネットワークを提供しています。

※2:パネル:特別に選抜・訓練され、管理された条件下で製品の官能分析を行うための評価者グループ。

Topics

お客様の声を反映した改善事例

マーガリン商品「ラーマ®」シリーズをお使いになったお客様から、「蓋が開けにくい」「開け方が分からない」というご意見をいただきました。そのようなお客様の声を反映し、2017年度に紙箱だけでなく商品の蓋にも開け方のイラスト「開け方マーク」を表示するという改善を行いました。その後はいただいたご意見を元に改善を横展開し、「開け方マーク」の表示を3品まで拡張しました。今後もお客様からの声にお応えし、継続的な改善活動を実施していきます。



Topics

東北大学大学院農学研究所との共同研究講座を開講

当社は東北大学大学院農学研究所と食用油の酸化に関する共同研究講座(J-オイルミルズ 油脂イノベーション共同研究講座)を2019年4月から2022年3月31日の期間で開講しています。

食用油は複雑な酸化反応が起こることが知られていますが、その反応を把握することは難しく、現状十分な理解が得られていません。酸化の制御法が理解されていないことにより、油脂の持っている機能を活かすきれいなまま廃棄するに至ったり、油脂を利用した食品の品質低下が生じたりしています。世界人口の増加により食資源の枯渇が心配される昨今、貴重な油脂をより有益に利用できる方法を開発することは、今後ますます重要になってきます。

この共同講座では、油脂の酸化によって生成する過酸化脂質や、それから生じる二次酸化生成物を対象としてあらたな分析技術を確立することで、油脂の様々な酸化反応で生成される成分を把握することを第一目的としています。さらに、酸化によって発生する事象のキーポイントを理解して制御すべきポイントを明らかにし、油脂のあらたな応用可能性を探索することを第二の目的としています。

これらの取り組みにより、これまで見出されていなかった油脂の活用手法および新技術開発を提供することが可能となり、課題の解決に貢献していきます。研究成果については基幹講座所属の学生の皆様への指導やセミナー等を通じ、発信していきます。

Voice

講座の客員教授を務める今義フードデザインセンター長

この講座は研究のみをおこなう通常の共同研究とは異なり、研究と教育の両方の役割を担っています。私の担当する調理中の酸化は古くからのテーマですが、未解明の部分が未だたくさんあり、特に過酸化脂質から生じる二次酸化生成物については不明な点が多く残されています。共同研究でこれらの解明を進め、さらには調理中の酸化反応をコントロールするための技術研究を行っていきたく考えています。



現状の課題認識と今後の対応

課題	今後の対応
食の安心・安全	<ul style="list-style-type: none"> ●国内外のサプライチェーンとのパートナーシップ強化 ●定期的なサプライチェーン監査の実施 ●食品関連法令の順守 ●業界やグループ企業との連携 ●第三者認証の維持・取得 ●品質保証に関連するインフラの強化・整備
顧客満足度の追求	<ul style="list-style-type: none"> ●お客様の声を伝える社内コミュニケーション強化 ●お客様の声を反映した商品改善への取り組み ●分かりやすい情報開示(原料原産地、遺伝子組換え情報など)
社会課題の解決に貢献する商品の提供・開発	<ul style="list-style-type: none"> ●高齢者の栄養補給に資する商品の提供・開発 ●労働者不足による調理現場の省力化や時間短縮に寄与する商品の提供・開発 ●フードロスの削減に向けた取り組み
おいしさや健康の創造	<ul style="list-style-type: none"> ●ソリューション事業の提案力を強化し、中食・加工食品向けのおいしさ・風味向上、食感改良を実現 ●油脂・スターチによるトータルソリューションにより、タイを中心としたアセアン域内で顧客の「おいしさ創造」の実現

社会と地球への貢献

～環境～

マネジメントアプローチ

SDGs、パリ協定等において解決すべき多くの課題があげられているように、環境の深刻な危機に直面した私たちは、気候変動への具体的な対策が求められています。特にCO₂の排出増に伴う地球温暖化は深刻さを増し、世界各地で起こる異常気象は企業活動への大きなリスクと捉えねばなりません。

原料の多くを天然資源に依存する当社にとって、こうした環境問題は事業に大きな影響を及ぼす重要な課題です。オンサイト発電やバイオマスを積極的に活用し、CO₂の一層の削減に努めます。「環境負荷の極小化」、「資源利用効率の最大化」、「生物多様性の保全」等に重点的に取り組み、環境経営を推進します。また環境問題は当社のみで解決できないテーマであることから、ステークホルダーとも協働して取り組みます。



取締役兼常務執行役員
生産・技術開発管掌
松本 英三

マテリアリティと主要な取り組み・目標 ～リスクと機会を踏まえた取り組み～

マテリアリティ	主要な取り組みと目標	SDGs
気候変動の緩和と適応	<ul style="list-style-type: none"> ●バリューチェーンにおいて地球環境への負荷を減らし、持続可能なビジネスモデルを追求する 	
持続可能な資源利用	<ul style="list-style-type: none"> ●人権、環境負荷などに配慮し、責任ある調達を実現するためにステークホルダーと協力しサステナブルな調達スキームを構築し実行する ●持続可能性ある循環型社会を目指し、原料選択・仕組みに参画する 	

J-オイルミルズグループ 環境方針

私たちJ-オイルミルズグループは、目指すべき未来「Joy for Life 生きるをおいしく、うれしくしたい。」を実現するため、人間尊重を基本として多様なステークホルダーと適切に協働しながら、地球環境への負荷軽減と持続可能な循環型社会に貢献していきます。

【基本方針】

1. 地球環境・社会の状況と事業活動との関係性を把握・評価し、課題解決に取り組みます。
2. 環境負荷の極小化を追求します。地域資源を大切に、省資源・省エネルギー、CO₂排出量の低減に努め、計画・実績を定期的に報告します。
3. 資源の利用効率の最大化、生態系が保全される調達に努め、生物多様性を含む自然環境の保全に貢献します。
4. 関係法令等を遵守し、国際的な基準・規格等に的確に対応します。
5. 地域住民の視点に立った事業所を目指し、顧客、生活者や地域とのつながりとともに発展します。
6. 具体的な行動に結び付けられるよう、体系的な教育や啓発を行います。

環境マネジメントシステムの継続的強化

環境マネジメントの強化

当社では、すべての生産拠点において、ISO14001の認証を取得し、社内の内部監査のほか、外部審査機関による審査も毎年受審することで、継続的改善を行っています。

年2回開催の環境会議では、活動状況を経営トップに報

告し、活動や目標を適宜見直しています。なお、全社的な環境取り組みを強化すべく、2018年度は、非生産部門の環境目標の作成に着手しました。

体系的な環境教育・啓発活動の拡大

当社では持続可能な地球環境の実現に向け、従業員一人ひとりが意識を高め、環境方針、目的・目標の重要性を理解・確認し、日々の業務の中で主体性をもって取り組むことを目的に様々な環境教育を行っています。2018年度からは、これまで生産部門と研究開発部門で行っていた「環境セミナー」の対象を本社にも拡大しました。各工場の担当者には、それぞれの事業所における現場改善活動の推進役を対象としたフォローアップを行い、さらなる活動の向上を目指しています。



環境セミナーの様子

気候変動の緩和と適応

環境負荷の最小化

当社の生産拠点では、省エネルギー活動、コジェネレーション発電設備の設置や他社からのエネルギー供給など、多角的な省エネルギー活動の取り組みにより、CO₂の排出量を着実に削減してきました。2018年度は、猛暑による冷却・冷房負荷増の影響等により削減量は鈍りましたが、当社が掲げた2020年に1990年比で45%のCO₂削減の目標に向け、引き続き、工程条件の見直し等による電力や蒸気削減、放熱ロス削減、高効率機器への更新などを着々と進めていきます。

当社ではこれまで生産拠点のCO₂排出量を削減する目標を策定していましたが、今後は、生産部門以外の本社、営業部門、研究開発部門も含めた全社的な目標を策定中です。現在は本社等のオフィスにおいても、働き方改革ともあわせて、会議の削減、時間外労働の削減、サテライトオフィスの

活用や在宅勤務の推進、TV会議システムの運用、ペーパーレス化等の施策を積極的に推し進め、社員一人ひとりの意識の向上も図っています。また、当社だけでなく、事業活動に関係するあらゆる排出量をターゲットとしたサプライチェーンCO₂排出量を把握するべく、スコープ3算出について取り組みを開始しました。



TV会議の様子

2019年度からは次期中計策定に向け新たな中長期の目標設定の準備を進めます。さらに情報入手範囲の拡大や算出方法の見直し、精度を向上させることで、お取引先様やお客様に対して、より具体的に環境配慮を働きかけていきます。

持続可能な資源利用

資源利用効率の最大化(ゼロエミッション)

当社の生産拠点では、特に廃棄物の削減や再資源化で顕著な成果をあげており、ゼロエミッションを実現しています。2018年度も横浜工場をはじめ廃棄物の有価物化への取り組みを進め再資源化率は99.98%となり、目標を達成しました。

今後も生産部門を中心に引き続きエネルギーや原料、用水、資材の投入量を削減し、排出される廃棄物等を減らす取り組み、及び再資源化を進めます。またCO₂排出削減と同様に、生産部門以外においても廃棄物の削減を意識した行動の推進を図ります。再生エネルギーの積極的な取り入れなども行いながら、全社を挙げて地球環境の維持向上に努めていきます。

プラスチックの軽量化

世界中の海洋に浮遊する「廃プラスチック」が海洋生物に与える深刻な影響は世界に衝撃を与えました。当社では以前から包装・容器に使用するプラスチック等の削減や軽量化に積極的に取り組んできました。家庭用油脂の主力商品ポリボトルやペットボトルは、容器メーカー様との協働で軽量化の取り組みを進めています。また、一部商品のキャップシールには生分解性プラスチックを採用しています。2018年度に発売した「AJINOMOTO から揚げの日の油」は



減容化及び
バイオマス仕様のパウチ
フレッシュキープパウチ



廃材(さとうきび由来)原料PETに
蒸着バリアを施しパウチに使用



生分解性プラスチックを使った
シュリンクフィルム
キャップシール

とうもろこしでんぷん由来のPLA(ポリ乳酸)を使用
自然界の微生物により最終的には水や二酸化炭素に分解
燃焼熱量が紙と同程度に低い(焼却炉等を傷めにくい)

容器包装に関する指針

私たちは、コーポレートビジョンである「Joy for Life」の実現に向けて、「環境」、「ユーザビリティ」、「CSR」をキーワードに、以下指針に沿ったパッケージ開発を行っています。

容器包装に関する指針	ビジョンとの関係性
びん、缶、紙などのマテリアルリサイクル容器包装の新しい技術を模索し、採用に努めます。	環境 Recycle
プラスチック製容器包装の使用量削減を図れる商品設計や素材として植物由来原料、リサイクルしやすい素材など、環境配慮型の製品開発に努めます。	環境 Reduce Renewable
FSC認証紙の採用を推進します。	CSR 環境 Renewable
ESGに配慮した企業からの資材調達を推進します。	CSR
多様なユーザーに対応できる、容器包装の開発に努めます。	ユーザビリティ
サプライチェーン全体を考え、輸送効率や人手不足に対応します。	CSR

現状の課題認識と今後の対応

課題	今後の対応
気候変動の緩和と適応	<ul style="list-style-type: none"> 2019年度は将来に向けての新たな中長期のCO₂排出量削減目標を設定します。さらに情報入手範囲の拡大や算出方法の見直しによる情報制度の向上に取り組むとともに、お客様やお取引先様に対しての環境配慮の働きかけを行います。
持続可能な資源利用	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き再資源化の維持・促進に努めます。生産部門の目標：再資源化率99.99% 容器・包材のプラスチックについて軽量化及び環境配慮型素材の活用に取り組めます。

社会と地球への貢献

～サプライチェーンマネジメント～

マネジメントアプローチ

サプライチェーン上での環境や品質、人権等の問題が生じた際、その発注元企業の管理・責任が問われる時代となり、サプライチェーンを包含したCSR活動の要請、さらにはESGリスクを評価するための情報開示の要請が高まっています。当社は、「CSR調達ガイドライン」に定める方針をお取引先様と共有し、サプライチェーン全体でCSRを協働で履行するとともに、情報開示も積極的に行っていきます。

マテリアリティと主要な取り組み・目標 ～リスクと機会を踏まえた取り組み～

マテリアリティ	主要な取り組みと目標	SDGs
サプライチェーンマネジメントの強化	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーとの連携を強化して効率的で強靱なサプライチェーンを構築する 	

サプライチェーンマネジメントの強化

CSR調達の推進

当社は2017年度に「お取引先様 CSR調達ガイドライン」を改訂しました。改訂に際しては、東京五輪の調達コードや、ISO20400(持続可能な調達ガイドライン)に準じて内容を直し、昨今重視される人権や環境などの観点を明確化し、持続可能な原材料の調達に関しては項目を独立させました。また、資材のお取引先様を中心とした従来の運用から、原料や物流等の購買にも範囲を拡大しました。

2018年度は、CSR調達ガイドラインをベースに、当社のCSRの考え方をお取引先様と改めて共有するとともに、双方の企業価値向上の実現に向けた意見交換も実施しました。また、年1回開催の「CSR調達部門会議」では、お取引先様からの要望や当社の持続可能な調達における課題についての協議を行いました。

品質向上に向けたお取引先様との取り組み

当社は、お取引先様とよりよい品質の製品を作り上げることを目的に、品質監査を実施しており、品質保証部では、国外を含む製造委託先様の工場を19件訪問しました。監査では、品質保証体制、製造工程を理解した上で、品質保証システム、品質管理の状況、過去発生した品質トラブルへの対応状況を確認します。書類確認だけでなく、直接製造現場に足を運び、製造委託先様と一緒に議論を行うことで、お互いの品質向上策につなげています。このほか、原料、包材等を扱うお取引様についても40件の監査を実施しました。

品質監査以外でも、昨今問題となっているプラスチック等の課題に関して、容器の資材メーカー様と共同で新素材の検討なども進めています。

Topics

Sedex[®]への加盟

当社は、持続可能な責任ある調達を実行し、サプライヤーとしても同様に責任を果たしていくため、2019年3月に「Sedex」にA/B会員として加盟しました。今後はこれまでの取り組みに加え、「Sedex」の適切な運用を通じ、より持続可能で強固なサプライチェーン体制を築いていきます。

※Sedex: グローバルサプライチェーンにおけるエシカルで責任あるビジネス慣行の実現を目指し、エシカルなサプライチェーンデータを管理・共有する世界最大のプラットフォーム。A/B会員とは、バイヤー機能を持つA会員と、サプライヤーとしてのSAQに回答するB会員の両方の資格を持つ。

パーム油の持続可能な調達に向けて

アブラヤシの果実から搾油されるパーム油は、我々の生活に欠かせない油脂です。しかしその生産過程では、森林減少やそれに伴う生物多様性の喪失、さらには労働者の人権問題や地域住民の紛争や汚職など、様々な課題を抱えています。

当社はパーム油の責任ある調達を実行するため、2011年に「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟しています。なお、横浜工場は認証パーム油を扱うことができるSCCS認証を2015年1月に取得しています。2018年度の認証パーム油出荷量は1,267tでした(取扱量合計約69,000t)。また、2018年度は当社主要調達先のパーム油精製会社までのトレーサビリティを確認しました。今後も認証パーム油の普及に積極的に取り組み、2025年に認証パーム油100%の達成を目指します。

海外原産地の視察強化

当社の原料は、多くが海外で栽培された穀物、または現地商品化された商品です。そのため、当社は原産地における視察を強化しています。現地では、生育状況の確認のほか、原料部のメンバーが生産者や取り扱いを行うパートナー様とそれぞれの原産地国の社会・環境に関する課題やリスクについて意見交換を行っています。

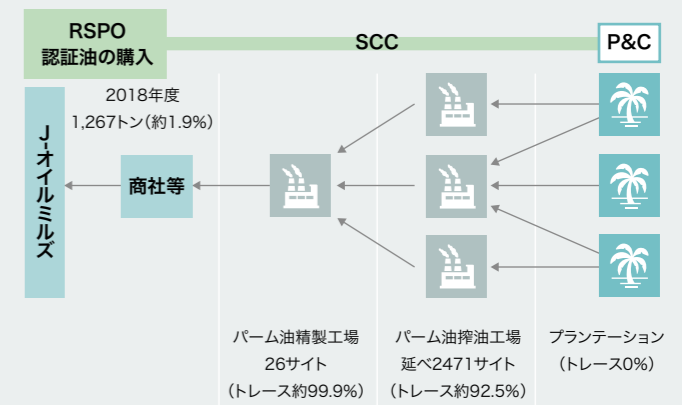


● パームサプライヤートレーサビリティ調査

2018年度目標 トレーサビリティの構築
当社主要調達先3社のパーム油精製会社までのトレーサビリティを確認。

2019年度目標 トレーサビリティ構築継続、サステナビリティ確認と担保検討
・パーム油搾油会社までのトレーサビリティ構築継続。
・パーム油搾油、精製会社のRSPO認証取得有無の確認。

※ 調達先Aは2018年1～6月、調達先Bは2018年12月18日、調達先Cは2019年1月21日
その他は2019年6月30日時点の情報。



現状の課題認識と今後の対応

課題	今後の対応
サプライチェーンマネジメントの強化	サプライチェーンにおける環境や人権への配慮はすでに企業としての当然の責任となりつつあり、今後はさらにトレーサビリティの確立に向けた取り組みが重要となっています。またプラスチックの課題や、ロジスティクスにおける人手不足、労働環境の改善など広範囲で多岐にわたる取り組みが必要です。これらに関する企業としての姿勢に対する視線も厳しいものがあります。これらの課題に確実に取り組み、またさらに情報を開示して皆様の期待に応えていきます。

海外原産地の視察実績

2018年4月	オリーブ産地視察、サプライヤー様との意見交換 (オーストラリア)
2018年5月	菜種産地視察、サプライヤー様との意見交換 (カナダ)
2018年8月	トウモロコシ(スターチ用)産地視察、サプライヤー様との意見交換 (米国)
2018年8月	大豆ミッション (米国)
2018年10月	オリーブ産地視察、サプライヤー様との意見交換 (オーストラリア)
2018年11月	オリーブ産地視察、サプライヤー様との意見交換 (スペイン)
2019年3月	大豆産地視察、サプライヤー様との意見交換 (米国)
2019年3月	パーム油産地視察、サプライヤー様との意見交換 (マレーシア)

Topics

「ホワイト物流」推進運動の自主行動宣言を提出

当社は国土交通省が提唱する「ホワイト物流」推進運動に賛同し、国民生活や産業活動に必要な物流の持続確保を目指して2019年6月に「自主行動宣言」を提出しました。

J-オイルミルズの自主行動宣言取り組み項目

- 1 物流の改善提案と協力
- 2 リードタイムの延長
- 3 運転以外の作業部分の分離
- 4 幹線輸送部分と集荷配送部分の分離
- 5 船舶や鉄道へのモーダルシフト
- 6 パレットの活用

社会と地球への貢献

～地域社会への貢献と協働、ステークホルダーとのコミュニケーション強化～

マネジメントアプローチ

創業から1世紀を超える歴史を有する企業が統合して誕生した当社は、工場が立地する地域はもとより、全国に商品やサービスをお届けすることで各地のステークホルダーの皆様と深いつながりを築いてきました。今後も当社が地域の皆様に愛され、共に発展できるよう様々な形で協働していきます。また地域社会だけでなくすべてのステークホルダーの皆様との対話を重視し、社会課題の解決に貢献していきます。



執行役員
経営企画部 CSR・IR部
総務・ガバナンス推進部担当
宮川 愛浩

マテリアリティと主要な取り組み・目標 ～リスクと機会を踏まえた取り組み～

マテリアリティ	主要な取り組みと目標	SDGs
地域社会への貢献と協働	●環境保全、災害対応、地域振興、文化支援、食生活・健康増進など様々な分野で事業所の立地する地域とのコミュニケーションを深めた活動を行う	15 陸域生態系保護 17 パートナーシップの強化
ステークホルダーとのコミュニケーション強化	●お客様、お取引先様、従業員、株主・投資家、地域社会、NPOとのパートナーシップを推進強化し、様々な課題解決に協働して取り組む	16 公平な裁判と法的手続の確保 17 パートナーシップの強化

地域社会への貢献と協働

地域社会貢献

全国各地に生産拠点を持つ企業として、当社では各地域との関わりを大切にしています。

福岡県北九州市に位置する若松工場では、毎年夏休みに同市保健所が主催する「食の安全たんけん隊」という食品安全を学ぶイベントの一環として小学生とその保護者の工場見学を受け入れています。食の安全がどのように守られているのかについて当社商品の大豆シート食品「まめのりさん®」や油脂の製造工程を通して説明し、実際に商品を食べる機会を通じて食の大切さを伝えています。



工場見学の様子

また全国の生産工場では定期的に地域清掃活動を実施しています。

食育活動

当社は、油に関する豊富な知識と経験を活かし、食育活動を行っています。2016年度より継続して参加している「夏休み宿題・自由研究大作戦」では、当社のオリーブオイルマスターソムリエが、小学生とその保護者を対象にオリーブオイルの歴史と味の違いについてオリーブオイルのテイasting講義を行い、多様な食への興味・関心を育てています。



テイasting講義の様子

災害支援活動

2018年度は、日本各地が多くの災害に見舞われました。当社では平成30年7月豪雨(西日本豪雨)・北海道胆振東部地震被災地域に対して、味の素グループで共同し、義援金寄付を行いました。またこれとは別に倉敷工場の立地する倉敷市に労働組合を含む当社グループで義援金を寄付しました。

地域オリーブ育成活動

当社は国内でのオリーブオイル産業の在り方を模索し、地域の食と農に貢献する支援活動を行っています。2018年度より開始した神戸オリーブ園の復活プロジェクトでは、植樹したオリーブ苗の生育に携わるほか、苗の植樹に携わった地域住民を対象とした神戸市やNPO法人主催のオリーブイベントで、オリーブオイルセミナーを3回実施しました。今

ステークホルダーとのコミュニケーション強化

市場との双方向コミュニケーション、情報開示の質・頻度向上

当社は、経営の信頼性を高め、企業価値を中長期的に向上させるため、IR・SR活動の強化に取り組んでいます。強化策の一環として2019年7月にCSR・IR部を新たに設立し、IR・広報・CSRが一体となったより強固な情報開示体制を構築しました。2018年度から2019年度にかけて、ステークホルダーとの対話を積極的に実施し、信頼をより高めていきます。

また同様に、PR活動も積極的に実施しています。2018年度よりリリースの頻度を向上させ、新たにニュースレターの発信を始めました。今後も積極的な情報発信を通じ、企業価値向上を目指します。

(当社では新規情報をニュースリリースとして、それ以外にお伝えしたい情報をニュースレターとして発信しています。)

現状の課題認識と今後の対応

課題	今後の対応
地域社会への貢献と協働	工場が立地する地域においては、食品メーカーとして食育や地域産業への支援・育成にさらに目を向け、お取引先様や当社OB・OGの協力も得ながら、CSVへとつながる新たな事業の創造も検討していく必要があります。また、当社の理解を深めていただくために工場見学の充実を検討していきます。
ステークホルダーとのコミュニケーション強化	SDGsなど社会課題の解決に向けた関心が高まる中、できるだけ多くの皆様との対話を重視し、ご要望やご意見を拝聴するとともに、当社の事業や目指す企業理念等のご理解に努めます。

後も継続的な協働を実施していきます。

また当社は東急株式会社(以下東急)、伊豆急ホールディングス株式会社(以下伊豆急HD)と業務提携し、伊豆半島において東急・伊豆急HDによって行われてきた「伊豆オリーブみらいプロジェクト」に2019年10月に参画しました。

当社はオリーブオイル市場をけん引する企業として、オリーブオイルの評価(官能評価・理化学分析)、保管・充填に関する高い技術や製造過程で発生するミール(搾りかす)の有効活用の知識、幅広い販売網などを活かし、伊豆でのオリーブ栽培及び伊豆産オリーブのブランド化のさらなる推進を目指します。今後も地域と共に発展する企業として取り組みを進めていきます。



「伊豆オリーブみらいプロジェクト」収穫イベントの様子

NPOとの対話

当社は様々なステークホルダーの皆様と、対話を通じたエンゲージメントを実施しています。2018年8月にパーム油のサステナブルな調達推進を目指す団体との対話を実施し、パーム油調達のあるべき姿について意見交換を行いました。またNPO法人と定期的に意見交換を実施しています。今後も様々なステークホルダーの皆様の声を真摯に受け止め、社会の一員として責任を果たしていきます。

主な情報開示の回数

	2017年度	2018年度	2019年度 (9月まで)
スモールミーティング	0	1	2
決算説明会	2	2	1
個別事業説明会	0	1	0
リリース数	25	27	27

個性を高め合い成長し合う組織づくり

マネジメントアプローチ

安定的な事業運営と成長の原動力は従業員です。第五期中経においても、事業基盤強化の柱として「人材の育成」と働きがいの向上に資する「働き方改革」を位置づけています。従業員が明るく誇りを持って働ける職場づくりを目指し、またそれぞれの取り組みが企業理念「Joy for Life」の実現につながるよう、プロジェクトチームを中心に企画や施策を展開し、改革を進めています。

社員意識調査やストレスチェックからは、まだ風通しの悪さやコミュニケーション不足といった課題が上がっています。離職や休職につながる問題でもあり、基盤となる意識・風土の改革に向け、具体的な計画・活動を今期展開させ改善を図ります。また、多様性についても一層の促進が必要であり、女性活躍の推進(カシオペアWプロジェクト)、障がい者の雇用拡大(法定雇用率の改定まで見据えて)等に積極的に取り組み、併せて制度や仕組みで展開、浸透をサポートしていきます。

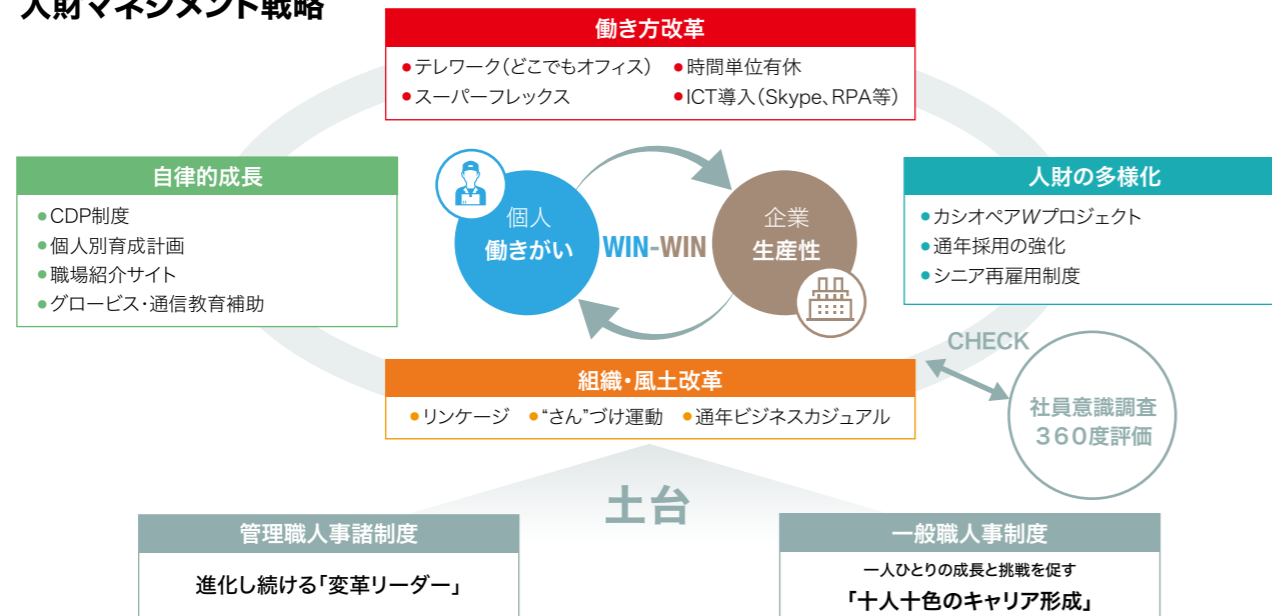


執行役員 人財開発部長
大石 章夫

マテリアリティと主要な取り組み・目標 ～リスクと機会を踏まえた取り組み～

マテリアリティ	主要な取り組みと目標	SDGs
企業風土の改革	<ul style="list-style-type: none"> 「Joy for Life」の実現に向け、自らが体現する行動の個人目標への落とし込みと意識浸透を目指す 風通しの良い組織を目指し、コミュニケーション強化に向けたツールの活用や、社員同士、経営陣との距離感を意識させない風土醸成のための施策を実施する 	8, 10, 17
健康経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> 従業員のやりがいや成長の実感、働き方改革、生活満足度や健康項目の改善を進める 	3
働き方改革の推進	<ul style="list-style-type: none"> 多様な働き方の推進、業務効率化と働きがいを両立させ価値創出を行う 労働生産性の向上と、ワークライフバランスを向上させる 	4, 5, 8, 10
ダイバーシティ&インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> 多様な価値観や考え方をを持った人材が能力を最大限に発揮し、それぞれの強みを掛け合わせて活躍できる組織づくりとイノベーションを創出する 	4, 5, 10, 17
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> 人材育成のための各種制度を確立し、各階層への教育基盤を整備する 	4, 8, 10

人財マネジメント戦略



企業風土の改革

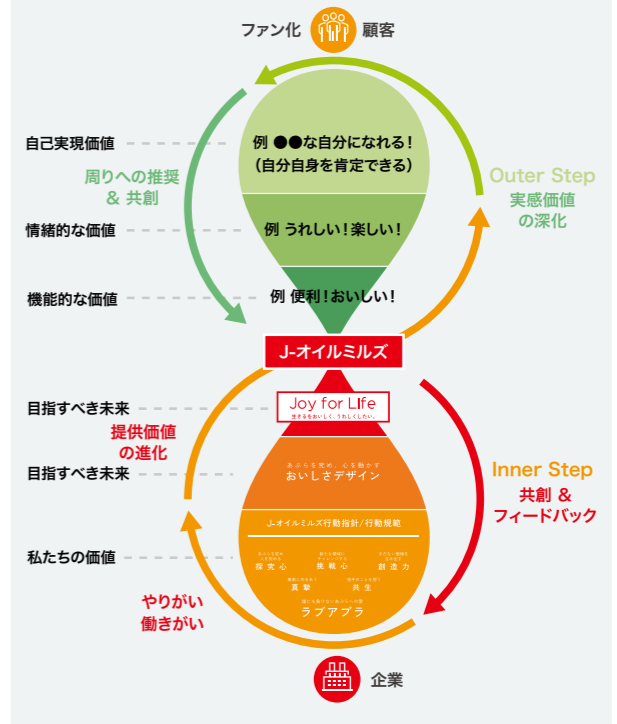
企業が変化の激しい外部環境に適合し、常に進化を続けていくためには、風通しが良く、従業員一人ひとりが自由に意見を言い合うことができる環境が必要です。J-オイルミルズの目指すべき未来「Joy for Life」の実現に向け、行動指針である「探求心」「挑戦心」「創造力」「真摯」「共生」「ラブアブラ」を各々が実現するために個人目標への落とし込みや、語り合う環境作り、働き方改革の一環としてフリーアドレスへの取り組みもスタートしています。

また、「風通しの良い組織」を目指し、従業員のコミュニケーションの場としてリンケージボード(社内掲示板)の活用や社内情報の共有の場としてYammer(社内SNS)の取り組みも実施しています。

さらに、通年ビジネスカジュアル導入や役職名を外した「さん」付け運動により、社員同士や経営陣との距離感を意識させない風土も定着しつつあります。

Joy for Life サイクル

私たちの独自の技術とサービスでお客様の「Joy」を創造することを私たちの働きがい「Joy」に繋げて、共振、増幅し続けるサイクルを組織に搭載することで「J-オイルミルズ」のブランド価値向上を実現する。



働き方改革の推進

多様な働き方の推進(ワークライフバランス)

当社では人材育成に力を入れるほか、従業員の多様な働き方を推進し、働きがい向上のための新たな取り組みを加え「働き方改革」を推進しています。

当社では、これまでも働き方改革の一環として多様な働き方ができるように、様々な制度を導入してきました。

2018年度は、長時間労働に対して有給休暇の取得促進やノー残業デーの設定、フレックスタイム対象職場の拡充やスーパーフレックスタイム制度の導入、そして、サテライトオフィス勤務や在宅勤務などの「どこでもオフィス」制度を導入しました。各種制度の利用者は増加傾向にあります。今後は、フレックスや「どこでもオフィス」のさらなる啓発活動を行い、様々な事情がある方でも柔軟に働き続けることができるよう制度運用を推進していきます。

労働時間を適正に管理する取り組みとして、2018年4月よりPCのログイン・ログアウト時間を就労システムと連動させ適切な総労働時間管理を行っています。2018年度の年間総労働時間(平均)は1,961.0時間、時間外労働時間(1人当たり)は17.5時間/月と推移していますが、有給休暇取得率は69.7%と上がっています。2019年度は、柔軟な働き方改革を進めながら、労働時間に関しては事業部毎での分析を実施し対策を進めていきます。

一方、障がい者雇用率は2018年度は法定雇用率を下回りました。法定雇用率以上を目指し、求人における障がい範囲の見直し等積極的なアプローチを進めていきます。

- 働き方改革の主な取り組み
- ・スーパーフレックス制度の導入(コアタイムなし)
 - ・どこでもオフィス制度の導入(サテライトオフィス、在宅勤務)
 - ・時間単位有給休暇制度の導入
 - ・カムバック制度の導入

ダイバーシティ&インクルージョン

女性活躍の推進

2018年に発足した女性活躍推進「カシオペアWプロジェクト」は2019年度で二期目を迎えました。推進メンバーは公募で募り、年代、職種、キャリア志向等様々な女性達が集まって活躍しています。今期のテーマは、人生、仕事をもっと楽しくするために、「自分の可能性を信じて、一歩踏み出そう」というものです。そのためにキャリアオーナーシップ(キャリアサポート制度、女性プレ管理職研修など)を磨き、社内外ネットワーク(Woman'sワーク



カシオペアWプロジェクト
カシオペアという名前の由来には、
・カシオペアの形「W」:Woman
・女性が一人ひとり個性を活かして輝きたい
・「北極星」を探すための星
・企業理念の実現へ向け組織として貢献したいという思いを込めています。

ショップなど)を築く仕組みや教育制度を整えたいと考えています。また、上司向けアンコンシャスバイアス研修、男性社員の育児サポートなども積極的に取り組むことで、女性活躍に留まらない

多様な働き方の推進と周囲の理解を実現していきたいと考えています。

育児・介護サポート制度の充実

当社では各種制度を充実させて、仕事と育児や介護の両立が計画的に行えることを目指してきました。育児休業制度は子供が満1歳以降に達した4月末まで取得することが可能で、育児短時間勤務制度は、小学校3年生の年度末まで使用可能です。介護休職は対象家族一人につき最大14ヶ月取得可能で、介護短時間勤務も使用可能です。また、新たに有給休暇の時間単位取得や在宅勤務制度を取り入れるなど、個々の状況に応じた柔軟な働き方をサポートできるよう各種制度・仕組みの充実化を図っています。

2018年度の育児休業復職率は80%となりました。結婚や配偶者の転勤、介護などでやむを得ず退職を選択せざるを得ない人に対して新たに在宅勤務制度を導入し、さらに柔軟な働き方ができる環境整備を作り上げていきます。

Topics

女性活躍推進の認定マーク「えるぼし」を取得

当社は2019年9月、女性活躍推進の認定マーク「えるぼし」(2段階目)を取得しました。女性の働き方に関する5つの基準のうち、労働時間等の働き方・管理職比率(課長級に昇進した労働者の割合)・多様なキャリアコース(女性の非正社員から正社員への転換、女性の正社員としての中途採用)の3つの基準を満たしたことが評価されました。今後さらなるダイバーシティの実現へ向け活動を続けていきます。



人財育成

当社では、コーポレートビジョン「Joy for Life」の実現に向け、一般職・管理職人事制度を改訂しました。

一般職人事制度では、制度理念を「十人十色のキャリア形成」とし、一人ひとりを尊重し自らキャリアを描き実現することを目指し、それをサポートする教育制度も充実させました。

管理職人事制度では、「進化し続ける『変革リーダー』」という理念を掲げ、これまでの延長線上での成長ではなく環

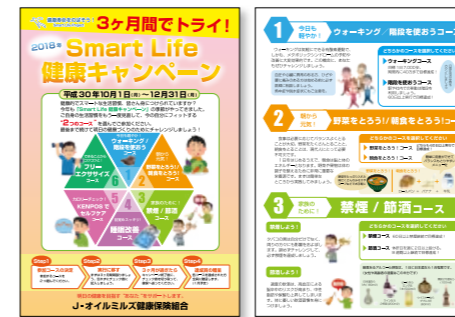
境の変化や技術の進歩にあわせて柔軟に自身の強みを進化させ続けることを狙いとしています。

また、一般職・管理職共にキャリアデベロップメントプログラム(CDP)制度を導入しました。2018年8月よりキャリアデザインシートの記入を行い、上長面談を経てなりたい自分を明確にしていくことで、自律的なキャリアを形成していきます。

健康経営の推進

健康経営の推進

当社が中長期的に安定した成長を遂げるための原動力は従業員です。従業員が心身ともに健康な状態で働き続けることを重要視し、「健康経営の推進」を掲げています。これまで当社では、従業員の健康診断、ストレスチェックと結果の継続的なモニタリング、健康保険組合と連携した健康キャンペーンなど様々な取り組みを進めてきました。さらに、社員意識調査を実施し、その結果をもとに役員研修を実施しました。部署別スコアを共有し組織における課題解決に向けた活動を行っています。



健康キャンペーン

安全衛生

当社では、「品質・環境安全会議」「安全衛生委員会」などの様々な会議体や活動を通じて事業所単位やグループ、工場で業務をされる関連会社様を含めた全体で労働安全衛生の向上に取り組んできました。座学による安全教育のほか、工場の現場で作業する従業員には、巻き込まれや落下など怪我につながる事故の模擬体験研修も実施しています。2018年度は、4日以上休業を伴う災害は3件となりました。さらなる危険への感度アップや基本動作の徹底により、労働災害ゼロを目指す取り組みを推進していきます。



労働安全衛生の主な取り組み

- ・安全教育研修の実施
- ・事故の模擬体験研修(工場)
- ・関連会社、請負会社様と共同で工場内巡視による危険箇所の撲滅
- ・通勤災害撲滅に対して、自転車通勤者に対しての外部講師による研修

現状の課題認識と今後の対応

課題	今後の対応
企業風土の改革	<ul style="list-style-type: none"> ●企業理念のさらなる浸透と一人ひとりの自分事化に向け、個人目標への落とし込み継続と管理職・一般職新人事制度の安定的な運用のサポート ●風通しの良い組織を目指し、リンケージボード、Yammerの継続のほか、社内交流の拡大に向けた企画を実施
健康経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●ストレスチェックや意識調査の結果から課題を認識し、組織活性化に向けた対策の企画および展開 ●安全衛生に対して、事業所単位・グループを含めた安全衛生活動の継続。健康保険組合や労働組合との連携
働き方改革の推進	<ul style="list-style-type: none"> ●働き方改革の意義をより全社へ浸透させていくため、労使一体で「働きがい」「働きやすさ」「生産性向上」をともに向上していくための仕組みづくりを推進
ダイバーシティ&インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> ●「カシオペアWプロジェクト」第二期メンバーによる新たな取り組みテーマ、施策の具体化 ●育児や介護など、個々の状況に応じた柔軟な働き方をサポートできる各種制度・仕組みのさらなる充実 ●障がい者の雇用促進に向けた活動、社内環境などの整備
人財育成	<ul style="list-style-type: none"> ●一般職新人事制度のモニタリングおよび課題抽出と対応、安定的な運用および教育体系の再整備 ●2019年度のキャリアデザインシートの作成とキャリア面談、部門の育成計画を踏まえたローテーションの活性化

データ編 (非財務データ)

非財務指標

	単位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
従業員						
従業員数(単体)	名	951	948	953	985	1,012
男性	名	797	790	796	815	829
女性	名	154	158	157	170	183
外国人	名	0	0	0	0	0
平均年齢	歳	42.6	43.0	43.0	43.1	43.5
男性	歳	42.7	43.2	43.4	43.4	43.9
女性	歳	41.6	41.8	42.1	41.4	41.4
勤続年数	年	16.6	17.2	17.4	17.0	16.9
男性	年	16.9	17.5	17.8	17.5	17.8
女性	年	15.1	15.6	15.6	14.5	13.9
管理職数	名	258	235	259	298	284
男性	名	255	232	249	283	269
女性	名	3	3	10	15	15
うち部長職以上	名	62	60	71	71	78
男性	名	62	60	70	70	77
女性	名	0	0	1	1	1
女性管理職比率	%	1.2	1.3	3.7	5.0	5.2
新卒採用者数	名	15	21	13	35	19
男性	名	12	15	11	26	12
女性	名	3	6	2	9	7
離職者数 ^{※1}	名	15	12	10	16	18
新卒3年内離職率		0	4.8	0	-	-
障がい者雇用率 ^{※2}	%	1.99	2.37	2.38	2.06	2.01
育児短時間勤務制度利用者数	名	22	24	21	23	20
育児休業制度利用者数	名	11	10	8	7	5
育児休業復職率	%	100	100	100	100	80
看護休暇取得者数 ^{※3}	名	1	1	2	4	6
介護休業取得者数	名	0	0	1	1	1
有給休暇取得率	%	71.5	68.6	64.9	63.0	69.7
時間外労働時間(1人当たり)	時間/月	16.1	16.1	16.3	16.8	17.5
年間総労働時間	時間	1,960.8	1,965.1	1,955.5	1,969.2	1,961.0
労働災害件数(休業4日以上)	件	1	0	2	1	2
休業災害度数率 ^{※4}	度数率	0.395	0.395	0.790	0.790	1.185
休業災害強度率 ^{※5}	強度率	0.011	0.000	0.007	0.107	0.087

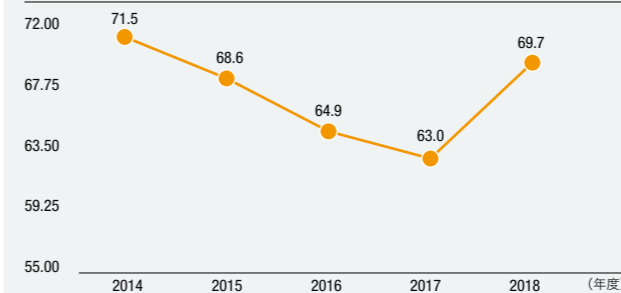
※1: 定年退職者を除く。 ※2: 各年3月末時点。 ※3: 子の看護休暇取得者数。
 ※4: 1日以上の休業。通勤災害を除く。100万延労働時間当たりの休業労働災害による死傷者数で、災害の発生頻度を示します。
 ※5: 1,000延労働時間当たりの休業労働損失日数で、災害の重さの程度を示します。

	単位	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度
環境						
原料使用量	千t	1,683	1,673	1,678	1,739	1,680
購入電力	万kWh	10,438	9,937	8,543	6,521	6,406
CO ₂ 排出量 ^{※6}	千t-CO ₂	177	177	164	162	162
CO ₂ 排出原単位 ^{※6}	t-CO ₂ /精製油t	0.28	0.29	0.26	0.24	0.25
水資源投入量 ^{※7}	百万m ³	14.3	13.1	12.6	12.8	13.0
排水量	百万m ³	11.6	10.6	11.1	11.3	11.6
廃棄物発生量(生産拠点)	千t	39	37	39	43	39
再資源化率(生産拠点)	%	99.99	99.98	99.99	99.99	99.98
特定化学物質排出量・移動量	t	12	7	11	8	7
社会貢献						
社会貢献活動支出額	百万円	6	8	25	27	27

※6: 電力会社のCO₂排出係数は前年度の係数(クレジット調整後の係数)を用いています。
 ※7: 2018年度より、海水投入量を一部理論値を算出して加算しています。

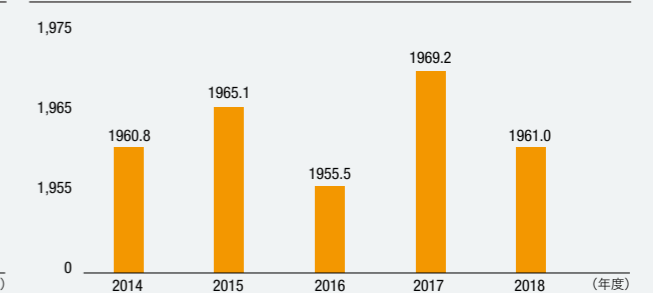
主な非財務指標

有給休暇取得率



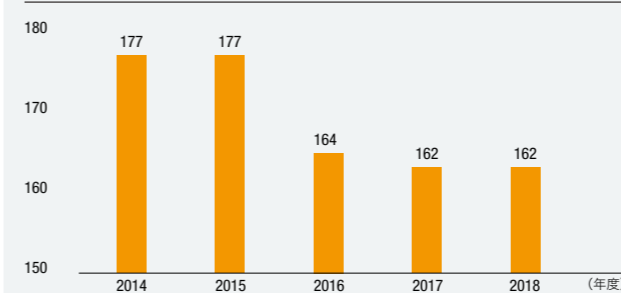
当社は引き続き働き方改革を推進することでワークライフバランスのさらなる向上を目指し、有給休暇取得率の向上にもつなげていきます。

年間総労働時間



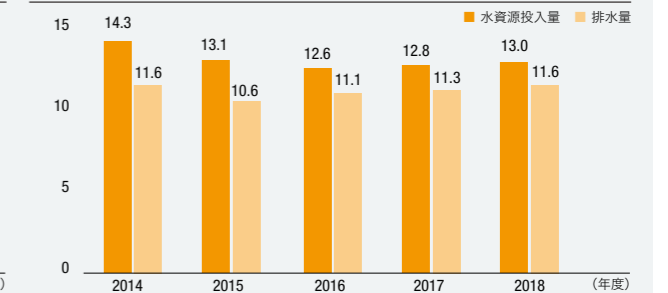
年間総労働時間を削減し、生産性を向上させることは当社にとって重要な課題です。今後も継続的な取り組みを進めていきます。

CO₂ 排出量



当社の生産部門では、かねてより全体のエネルギー効率を見直し、CO₂排出量を削減してきました。今後も継続的な取り組みを進めていきます。

水資源投入量/排水量



水資源の持続的な利用に向け、今後も継続的な取り組みを進めていきます。

2018年度の経営成績及び財務分析

経営方針・課題

(1) 経営の基本方針

当社グループは、2017年10月に企業理念「Joy for Life ～生きるをおいしく、うれしくしたい。～」を策定し、2019年2月には「Joy for Life」をコーポレートビジョンといたしました。

(2) 会社の経営戦略

この企業理念のもと、当社は、2017年度を初年度とする4カ年の第五期中計を策定しています。

第五期中計の前半2年間は、企業理念の策定・浸透を核とした風土改革を土台として、人事制度、ガバナンス、内部統制、情報システム、品質保証等を含む経営基盤強化を進めてきました。また、事業の選択と集中、あるいはサプライチェーンの効率化・高度化といった構造改革による経営資源の創出と、その資源を活用した高付加価値化を中心とした成長戦略を進めてきました。

それを受け、後半2年間では、これまで推進してきた成長戦略と構造改革に加え、それらを支える経営基盤強化ならびに企業理念浸透を核とした組織風土改革を引き続き推進し、持続的な成長基盤を確立していきます。さらに2030年に向けた成長の仮説検証を迅速に行うとともに、経営基盤強化に重点的に取り組んでいきます。

I 成長戦略

- ① 各事業分野での高付加価値品拡大
- ② BtoB市場でのソリューション事業強化
- ③ アジアでの海外展開加速
- ④ 汎用油脂製品の収益力強化

II 構造改革

- ① バリューチェーンの効率化・高度化の取り組み推進
- ② 中長期視点での生産拠点最適化
- ③ 選択と集中、および効率化

III 経営基盤強化

- ① コーポレートガバナンス強化
- ② 事業計画の推進に連動したESG経営の推進

IV 企業ビジョン浸透・組織風土改革

V 財務戦略

- ① ROEならびにROAを重視、資本効率性と格付を考慮した財務健全性の最適バランスを取りながら、企業価値向上を追求する
- ② キャッシュフロー創出力の強化
- ③ 継続的な資本コスト経営の推進
- ④ 株主還元は配当性向30%以上を維持

(3) 目標とする経営指標

ROEについては、2018年度実績5.6%で当初目標の5.0%を既に達成しています。今後も、さらなる資本効率の向上を目指します。

2020年度目標

連結売上高	2,150億円以上
連結営業利益	80億円以上
売上高営業利益率	3.5%以上
ROE(株主資本利益率)	5.0%以上

2018年度の概要

<経営成績の概況>

2018年度はアルゼンチンの干ばつに伴い良好なミール相場のもと、油脂事業が好調に推移し、高付加価値品の拡売や、2017年度から取り組んできた油脂製品販売価格の改定効果もあり、増収増益となりました。

また、特別損益では生産拠点再編により遊休となっていた土地の売却による固定資産売却益の計上や、神戸工場に

おいて台風被害による災害損失等を計上しました。

以上の結果、当期の業績は、売上高1,867億78百万円(前年同期比1.9%増)、営業利益56億63百万円(前年同期比41.4%増)、経常利益63億26百万円(前年同期比23.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益47億49百万円(前年同期比15.1%増)となりました。

当期末の総資産は1,476億88百万円(前期末比59億54百万円減)、負債は607億79百万円(前期末比87億47百万円減)、純資産は869億8百万円(前期末比27億93百万円増)となりました。

セグメント損益

(油脂事業)

油脂部門においては、高付加価値品のマーケティング強化と採算構造強化を進め、増収となりました。家庭用油脂は、キャノーラ油等の販売価格の維持に努めたことで販売数量は前年同期を下回りましたが、オリーブオイルや新商品による売上伸長が寄与し、売上高は前年同期を上回りました。業務用油脂は、「長調得徳®」や「J-OILPRO®」等を中心に、顧客に対して、当社製品を使用することによるオペレーション改善、労働環境改善や配送コスト改善といった社会課題の解決への提案に注力した結果、汎用品からの需要シフトと販売価格の維持ができたことにより、売上高は前年同期をわずかに上回りました。油糧部門においては、シカゴ大豆ミール相場がアルゼンチンの大幅減産の影響を受けて高値で推移したことから、大豆ミールの販売価格は前年同期に比較して上回りましたが、販売数量は前年同期を下回りました。菜種ミールの販売価格は、前年同期を上回りましたが、販売数量は前年同期を下回りました。この結果、油糧部門の売上高は前年同期を上回りました。

以上の結果、当事業は、売上高1,584億56百万円(前年

同期比2.3%増)、相場環境の良化に加え価格重視の販売戦略が奏功し、セグメント利益49億19百万円(前年同期比102.3%増)、セグメント資産1,135億26百万円(前期末比75億28百万円減)となりました。

(油脂加工品事業)

マーガリン部門においては、家庭用では、主力商品の「ラーマ®バターの風味」のパッケージ変更や販売促進活動に注力し、売上高は前年同期を上回りました。業務用では、「グランマスター®プリメランパレット」等の高付加価値品の拡販に努めましたが、売上高は前年同期をやや下回りました。粉末油脂部門においては、売上高は大幅に前年同期を下回りました。

以上の結果、当事業は、売上高127億81百万円(前年同期比5.1%減)となりましたが、原材料価格の上昇もあり、セグメント利益1億48百万円(前年同期比68.8%減)、セグメント資産107億66百万円(前期末比54百万円増)となりました。

(食品・ファイン事業)

スターチ部門においては、食品用および工業用のコーンスターチの拡販に取り組んだことにより、売上高は前年同期をやや上回りました。ファイン部門においては、ファインマテリアルは輸出が好調であったことにより売上高は順調に推移しました。SOYシートは米国での販売エリアが拡大した上、グルテンフリー訴求によって需要が増加したことにより、売上高は前年同期を大きく上回りました。ケミカル部門においては、木質建材用接着剤の価格改定を実施するとともに販売数量の維持に努めた結果、売上高は前年同期を上回りました。

以上の結果、当事業は、売上高140億95百万円(前年同期比5.5%増)となりましたが、一部製品の価格改定の遅

2018年度の経営成績及び財務分析

れから、セグメント利益4億58百万円(前年同期比47.7%減)、セグメント資産120億43百万円(前期末比5億32百万円減)となりました。

<財政状態の概況>

(流動資産)

当期末における流動資産の残高は708億83百万円で、前期末に比べ37億69百万円減少しました。主な増加は、受取手形及び売掛金29億71百万円となりました。主な減少は、現金及び預金が4億31百万円、たな卸資産が56億87百万円、その他流動資産が6億24百万円です。

(固定資産)

当期末における固定資産の残高は767億45百万円で、前期末に比べ21億77百万円減少しました。主な減少は、遊休となっていた土地の売却を含む有形固定資産20億53百万円となりました。

(繰延資産)

当期末における繰延資産の残高は59百万円です。社債発行費の償却により、前期末に比べ7百万円減少しています。

(流動負債)

当期末における流動負債の残高は318億54百万円で、前期末に比べ85億43百万円減少しました。主な増加は、未払金等を含むその他流動負債の22億24百万円です。主な減少は、支払手形及び買掛金が21億42百万円、借入金が91億50百万円です。

(固定負債)

当期末における固定負債の残高は289億24百万円で、前期末に比べ2億3百万円減少しました。長期借入金の2億円の減少が主たる要因です。

(純資産)

当期末における純資産の残高は869億8百万円で、前期

末に比べ27億93百万円増加しています。主な増加は、利益剰余金33億90百万円です。主な減少は、その他有価証券評価差額金の6億72百万円です。

<キャッシュフローの状況>

当期の現金及び現金同等物は、前年同期と比べ4億31百万円減少し、24億7百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローは、前年同期に比べ65億2百万円増加し、130億75百万円となりました。この主な要因は、たな卸資産の減少および未払消費税等が増加したことによります。

投資活動によるキャッシュ・フローは、前年同期に比べ11億43百万円増加し、△26億23百万円となりました。この主な要因は、有形固定資産の取得による支出が減少したことによります。

財務活動によるキャッシュ・フローは、前年同期に比べ54億65百万円減少し、△110億66百万円となりました。この主な要因は、短期借入金の返済が増加したことによります。

2019年度の見通し

2019年度は、引き続き第五期中計の基本方針における重点課題を中心に推進していきます。成長戦略の「高付加価値品の拡大とソリューション事業の展開加速」については、売上・利益とも順調に伸長しており、さらなる強化を図ります。また、「アジアでの海外展開加速」については、経営資源を集中させて強化を図ります。「汎用油脂製品の収益力強化」については、2019年6月以降、物流費、エネルギー費等の上昇を背景とした油脂価格改定の実施により、採算性向上を目指します。さらに、構造改革として、バリューチェーン全体の効率化・高度化、ならびに生産拠点最適化の推進によるコストダウン等を進めていきます。これらの取り組みを支える経営基盤の強化および人材育成

を進め、2020年度目標達成へ向けた取り組みを加速していきます。

以上により、連結業績見通しにつきましては、売上高1,900億円、営業利益65億円、経常利益69億円、親会社株主に帰属する当期純利益54億円を見込んでいます。

<利益配分に関する基本方針及び配当方針>

当社は、株主の皆様への安定した利益還元の維持に努めるとともに、企業体質の強化や積極的な事業展開に必要な内部留保の確保など、長期的視野に立った安定的かつ適正な利益配分を行うことを基本方針としています。2017年度より開始した第五期中計においては、連結配当性向30%以上の維持を目指します。2018年度の剰余金の配当は1株当たり年間90円を実施しています。また、2019年度の剰余金の配当は10円増配し、1株当たり年間100円を予定しています。

内部留保資金の使途につきましては、収益体質や経営基盤の強化を目指し、企業価値の向上に資する投資資金へと有効に活用していくこととしています。

<事業等のリスク>

当社の業績および財政状態に影響を及ぼす可能性のあるリスクには、主に次のようなものがあります。

(1) 経営環境に関するリスク

① 搾油原料の調達リスク

当社グループの中核事業である製油事業においては、大豆・菜種等の搾油原料をすべて海外から調達しています。中国、インドを始めとした新興国の経済発展や人口増加による植物油需要の増加に加え、バイオ燃料向けの植物油需要、世界的な低金利に伴う投機資金の流入等もあり、調達環境も厳しい状況が続いています。今後も原料穀物に対する需要が増加し続けると、製品の安定供給面でのリスクがさらに増大する可能性があります。

② 原材料・為替相場等の影響

当社グループは主要原料の大豆・菜種等を海外から調達するため、原料コストは海外の穀物相場の影響を受けています。穀物の相場は天候・需給バランス等の要因により大きく変動することがあります。海外からの調達であるため、原料代決済において為替相場の影響を受けます。また、海上運賃(フレート)は世界経済や石油価格の影響を受けて変動します。さらに、ミール相場が低下すると、オイルコストの上昇につながります。以上の穀物・為替・海上運賃・ミールなどの相場変動に伴うコストアップ分を価格に転嫁できない場合、収益を圧迫する可能性があります。

③ 輸入関税

当社グループが主力とする大豆油・菜種油は、輸入に対して関税が課されています。TPP(環太平洋戦略的経済連携協定)からの「永久離脱」をうたう米国との今後のEPA(経済連携協定)・FTA(自由貿易協定)やWTO(世界貿易機関)交渉については不透明な状況となっておりますが、カナダ・豪州産の大豆油・菜種油に対する関税は段階的に引き下げられることになっているため、海外からの安価な製品の流入により国内の販売価格が低下し、国内製造品の販売量が減少するリスクがあります。

④ 油脂・ミール製品の需要低下を及ぼす要因

今後何らかの事由により、畜産物や乳製品に対する関税が引き下げられた場合には、海外からの安価な製品の流入によって国内の畜産業・酪農業が大きな打撃を受ける可能性があります。また口蹄疫や鳥インフルエンザ等の家畜伝染病によって国内の畜産業・酪農業が大きな打撃を受ける可能性もあり、その場合には配合飼料に使われる大豆ミール、菜種ミールの販売量が減少するリスクがあります。また、家庭における油を使用した調理機会の減少、油脂の摂取量を抑えるダイエットや油を使用しない調理法の普及などに

2018年度の経営成績及び財務分析

より、油脂製品の消費量が減少する可能性があります。

⑤ 国内人口の少子高齢化

日本国内においては依然として少子高齢化が進んでいます。このまま少子高齢化が続くと、需要の減少により市場が縮小し製品販売量が減少するリスクがあります。この影響を最小限に抑えるべく、高齢者層の人口増加による健康志向の高まり等の需要の変化に対応して新商品開発などの対策を講じていきます。

⑥ 海外進出に潜在するリスク

当社グループは海外事業の拡大を重点課題として取り組んでいます。予期せぬ法律・規制・税制の改正、また、紛争・テロなどの政治的・社会的リスクや自然災害の発生により、当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

⑦ 自然災害

大規模な地震・台風等の災害が発生した場合、生産設備の毀損あるいは事業活動の中断等により、当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

⑧ 感染症の蔓延

新型インフルエンザのような感染症が発生し、世界的大流行(パンデミック)が起こった場合、当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

(2) 事業活動に関するリスク

① 食品安全

当社グループは食品安全を確実に確保するため、原材料調達先から、食品衛生法、食品表示法、JAS法、健康増進法など関連法規に違反しないことを証する書面による保証を入手するとともに自社でも確認しています。また、輸入原材料に対するトレーサビリティの確保など、万全の体制で臨んでいます。しかし、想定されていない社会全般にわたる安全性問題が発生した場合、当社グループの業績および財政

状態に影響を及ぼす可能性があります。

② 情報の漏洩や不正アクセス等の影響

当社グループは情報資産およびコンピュータシステムに関して、運用体制の整備や情報管理の徹底など、適切なセキュリティ対策を実施しています。しかしながら、当社の想定を超えた不正アクセスやコンピュータウィルスの感染等による情報漏洩やデータ改ざんが発生した場合、当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

(3) 法的規制その他のリスク

① 法的規制

当社グループは、食品衛生法、食品表示法、JAS法等以外に環境・リサイクル関連法規、独占禁止法等の様々な法的規制の下で事業展開しています。当社グループはESG経営の推進を経営方針とし、法規の順守に努めて事業運営していますが、予測し得ない法的規制の変更や追加により、事業上の制約などにつながることで当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

② 環境規制

当社グループは各工場でISO14001を取得し、また、国や自治体に応じた環境法令等への対応や、環境トラブル防止に配慮した事業運営に取り組んでいます。将来、環境法令や環境改善の取り組みの強化などにより、環境に関する費用負担が当社グループの業績および財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

連結財務諸表等

連結財務諸表

連結貸借対照表

	前連結会計年度 (2018年3月31日)	当連結会計年度 (2019年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	2,856	2,425
受取手形及び売掛金	33,981	36,953
商品及び製品	14,543	13,156
原材料及び貯蔵品	19,915	15,614
その他	3,361	2,737
貸倒引当金	△4	△3
流動資産合計	74,652	70,883
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物(純額)	14,529	14,237
機械装置及び運搬具(純額)	21,570	20,716
土地	21,173	19,599
リース資産(純額)	1,913	1,800
建設仮勘定	1,641	2,308
その他(純額)	443	556
有形固定資産合計	61,271	59,217
無形固定資産	976	1,529
投資その他の資産		
投資有価証券	15,435	14,544
長期貸付金	2	0
退職給付に係る資産	652	627
繰延税金資産	35	213
その他	683	736
貸倒引当金	△134	△125
投資その他の資産合計	16,674	15,998
固定資産合計	78,922	76,745
繰延資産		
社債発行費	67	59
繰延資産合計	67	59
資産合計	153,642	147,688

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (2018年3月31日)	当連結会計年度 (2019年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	14,796	12,654
短期借入金	10,950	2,600
1年内返済予定の長期借入金	1,000	200
未払法人税等	1,429	392
未払消費税等	34	1,436
賞与引当金	888	1,012
役員賞与引当金	-	34
その他	11,299	13,524
流動負債合計	40,398	31,854
固定負債		
社債	12,000	12,000
長期借入金	6,940	6,740
リース債務	1,706	1,597
繰延税金負債	2,034	1,968
役員退職慰労引当金	17	17
役員株式給付引当金	60	131
環境対策引当金	98	78
退職給付に係る負債	3,091	3,328
長期預り敷金保証金	2,319	2,344
その他	861	717
固定負債合計	29,128	28,924
負債合計	69,527	60,779
純資産の部		
株主資本		
資本金	10,000	10,000
資本剰余金	31,633	31,633
利益剰余金	38,324	41,714
自己株式	△1,079	△1,081
株主資本合計	78,878	82,266
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	5,456	4,784
繰延ヘッジ損益	△120	19
為替換算調整勘定	108	69
退職給付に係る調整累計額	△262	△299
その他の包括利益累計額合計	5,182	4,574
非支配株主持分	54	67
純資産合計	84,115	86,908
負債純資産合計	153,642	147,688

2018年度の経営成績及び財務分析

連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)
売上高	183,361	186,778
売上原価	153,098	151,959
売上総利益	30,262	34,819
販売費及び一般管理費	26,257	29,155
営業利益	4,005	5,663
営業外収益		
受取利息	0	0
受取配当金	974	441
持分法による投資利益	203	262
雑収入	138	123
営業外収益合計	1,317	829
営業外費用		
支払利息	123	102
支払手数料	24	23
雑支出	37	40
営業外費用合計	185	166
経常利益	5,137	6,326
特別利益		
固定資産売却益	6	477
投資有価証券売却益	3,251	91
関係会社株式売却益	16	-
会員権売却益	-	0
補助金収入	-	129
特別利益合計	3,274	698
特別損失		
固定資産売却損	3	-
固定資産除却損	288	458
減損損失	1,686	4
会員権評価損	5	0
工場再編費用	328	32
災害による損失	-	312
環境対策引当金繰入額	9	-
リース解約損	4	1
特別損失合計	2,325	808
税金等調整前当期純利益	6,086	6,215
法人税、住民税及び事業税	2,295	1,361
法人税等調整額	△353	93
法人税等合計	1,942	1,455
当期純利益	4,144	4,760
非支配株主に帰属する当期純利益	16	11
親会社株主に帰属する当期純利益	4,127	4,749

連結包括利益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)
当期純利益	4,144	4,760
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△1,382	△649
繰延ヘッジ損益	△157	140
為替換算調整勘定	3	3
退職給付に係る調整額	145	△36
持分法適用会社に対する持分相当額	33	△62
その他の包括利益合計	△1,357	△605
包括利益	2,786	4,154
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	2,768	4,141
非支配株主に係る包括利益	18	13

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 (自 2017年4月1日 至 2018年3月31日)	当連結会計年度 (自 2018年4月1日 至 2019年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	6,086	6,215
減価償却費	4,917	4,976
減損損失	1,686	4
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△2	△10
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	263	52
退職給付に係る資産の増減額(△は増加)	△71	24
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	△382	-
役員株式給付引当金の増減額(△は減少)	60	71
賞与引当金の増減額(△は減少)	93	55
役員賞与引当金の増減額(△は減少)	△32	34
環境対策引当金の増減額(△は減少)	8	△19
受取利息及び受取配当金	△974	△442
支払利息	123	102
持分法による投資損益(△は益)	△203	△262
固定資産売却損益(△は益)	△2	△477
投資有価証券売却損益(△は益)	△3,268	△91
補助金収入	-	△129
固定資産除却損	288	458
工場再編費用	328	32
社債発行費	8	7
災害損失	-	312
売上債権の増減額(△は増加)	1,559	△2,959
たな卸資産の増減額(△は増加)	1,792	5,696
破産更生債権等の増減額(△は増加)	△1	-
仕入債務の増減額(△は減少)	△1,343	△2,145
未払金及び未払費用の増減額(△は減少)	△2,050	1,784
未払消費税等の増減額(△は減少)	△1,074	2,072
その他	400	△395
小計	8,208	14,968
利息及び配当金の受取額	1,003	469
補助金の受取額	-	74
利息の支払額	△130	△102
工場再編に伴う支払額	△262	△29
災害損失の支払額	-	△123
法人税等の支払額又は還付額(△は支払)	△2,246	△2,181
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,572	13,075
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△6,980	△3,988
有形固定資産の売却による収入	91	2,027
有形固定資産の除却による支出	△452	△241
無形固定資産の取得による支出	△627	△598
投資有価証券の取得による支出	△20	△71
投資有価証券の売却による収入	4,240	115
関係会社の有償減資による収入	-	135
会員権の売却による収入	-	0
短期貸付金の増減額(△は増加)	△0	△4
長期貸付けによる支出	△3	△0
長期貸付金の回収による収入	3	3
定期預金の増減額(△は増加)	△16	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,766	△2,623
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△2,100	△8,350
長期借入金の返済による支出	△1,000	△1,000
社債の発行による収入	11,926	-
社債の償還による支出	△12,000	-
リース債務の返済による支出	△223	△213
自己株式の純増減額(△は増加)	△702	△2
配当金の支払額	△1,501	△1,500
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,600	△11,066
現金及び現金同等物に係る換算差額	2	2
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△2,791	△611
現金及び現金同等物の期首残高	5,631	2,839
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	179
現金及び現金同等物の期末残高	2,839	2,407

会社情報

会社概要 (2019年9月1日現在)

商号	株式会社J-オイルミルズ J-OIL MILLS, Inc.	事業内容	1. 油脂、油粕の製造、加工、販売 2. でん粉の製造、加工、販売 3. 各種食品の製造、加工、販売 4. 飼料および肥料の製造、加工、販売 5. 食品製造機器の販売 6. 倉庫業、港湾運送業、一般貨物自動車運送事業 および貨物自動車運送取扱事業 7. 不動産の賃貸
本社所在地	〒104-0044 東京都中央区明石町8番1号 聖路加タワー TEL: 03-5148-7100(代表)		
創立	2004年7月1日		
資本金	100億円		
証券コード	2613		

ネットワーク (2019年9月1日現在)

J-オイルミルズは、東京を本社とし、全国に13カ所の支社・支店・営業所と、8カ所の工場および事業所を有しています。2019年7月1日より、名古屋支店が名古屋支社になりました。また、8月20日から中四国支店が岡山市に移転しました。

- 本社・支社・支店・営業所
- 工場および事業所
- 研究所

本社・支社・支店・営業所

- ① 本社・東京支社
- ② 大阪支社
- ③ 名古屋支社
- ④ 北海道支店
- ⑤ 東北支店
- ⑥ 関東信越支店
- ⑦ 北陸支店
- ⑧ 中四国支店
- ⑨ 九州支店
- ⑩ 新潟営業所
- ⑪ 長野営業所
- ⑫ 静岡営業所
- ⑬ 四国営業所

工場および事業所

- ① 千葉工場
- ② 横浜工場
- ③ 静岡事業所
- ④ 浅羽工場
- ⑤ 神戸工場
- ⑥ 倉敷工場
- ⑦ 坂出事業所
- ⑧ 若松工場

研究開発・アプリケーション組織

- ① 技術戦略センター(横浜市、東京都中央区)
- ② フードデザインセンター(横浜市鶴見区、横浜市戸塚区、静岡市、東京都中央区、神戸市)
- 海外
J-OIL MILLS (THAILAND) Co., Ltd. (タイ)



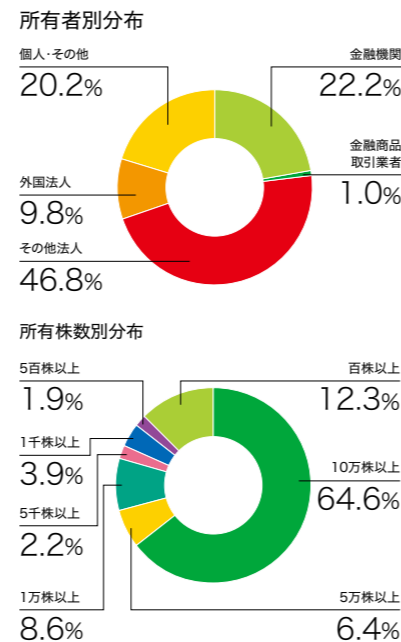
株式の状況 (2019年3月31日現在)

発行可能株式総数	54,000,000株
発行済株式総数	16,754,223株
株主数	20,669名

大株主 (2019年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)
味の素株式会社	4,526
三井物産株式会社	2,087
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	468
東京海上日動火災保険株式会社	414
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	374
J-オイルミルズ取引先持株会	355
株式会社みずほ銀行	271
農林中央金庫	270
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	256
三井住友海上火災保険株式会社	244

株式の分布状況 (2019年3月31日現在)



第三者意見

ここ数年、経営層のレポートに対する関与が非常に高まってきました。レポートの完成度がレピュテーションや資金調達等に深くかかわってきているためでしょう。特に貴社におかれては、私との意見交換などにも八馬社長をはじめ関係役員の方々が出席されており、関心、関与の度合いは群を抜いています。本レポートにもトップメッセージや各事業の担当役員のコミットメントにその熱意が表現されています。

統合レポートの大きな注目箇所の一つはトップメッセージです。そこでは、トップが自らの組織をこれまでの歴史、現状、将来のあるべき姿を俯瞰的に捉え、価値創造ストーリーが描かれていることが必要条件となります。昨年のトップメッセージの「価値創造ストーリー」は大きな成果を予見させるものでしたが、本年はより統合的に思慮されたメッセージで説得力に富んだものです。それは「装置産業から価値創造企業に重心を移す」ことや「Joy for Lifeサイクル」「八方よし」を明確に打ち出したことによります。こうした想いを全従業員が自分ごと化していくために「我々は今、どこにいるのか」「どこに行こうとしているのか」「どうやってたどりつくのか」といった対話の渦をつくり上げていくことを期待します。人間には社会のために役立ちたいという「向社会性」がありますので、対話は大きなトリガーになると考えます。

本レポートの核はマテリアリティを特定し、マテリアリティに沿って報告されていることです。マテリアリティ特定の目的を「お客様や社会が求めていることをしっかりと把握した上で事業を展開するため」としておりESG経営を実践する企業としての確かな視点と考えます。また、16のマテリアリティを4つの領域に整理し、「今後の展開～活動テーマ」「主要な取り組みと目標」「今後の対応」に整理されていることはマテリアリティ実践の強い意志の表れと理解しました。社会的目標は世界の潮流を受けて非連続になる可能性が多く、KPIそのものの変更や組織の構造転換を余儀なくされることが予想されますので、このことを前提に大胆に対応いただきたいと考えます。なお、価値創造企業の視点から経営全般の要素を対象にしたマテリアリティ特定も試行され、統合的マテリアリティが打ち出されることも期待します。



特定非営利活動法人
循環型社会研究会
理事
山口 民雄

2017年版以降、レポートを拝見させていただき、着実に継続的改善が図られていることを実感しますが、社会の要請の高まりを考えると一層の改善が必要です。統合レポートは、財務情報と非財務情報との関係性を明らかにしつつ、長期的な価値創造を伝えるもので、「何をやりました」「何をやります」だけでなく「何のために」「何を果たしたいか」を丁寧に伝えることです。そのためには、表現法には工夫が必要ですが、企業理念、ESG、マテリアリティ、中期経営計画そして羅針盤であるSDGsを関連づけた有機的報告をすることが求められています。

また、サステナブル投資の拡大によってESG情報をより積極的に開示する傾向にあります。本レポートにおいても新たに開示された項目が複数ありますが、ESG経営を標榜しているレポートとしては不十分であることは否めません。マテリアリティ特定プロセスでさまざまなガイドラインの参照やベンチマーク調査を行っていますので、再度、それらを参考に自社の開示状況を検証してください。開示については、Webの活用や利用者の便宜を考慮した方法も検討する必要があります。

循環型社会研究会:

次世代に継承すべき自然生態系と調和した社会の在り方を地球的視点から考察し、地域における市民、事業者、行政の循環型社会形成に向けた取り組みの研究、支援、実践を行うことを目的とする市民団体。研究会内のCSRワークショップで、報告書のあるべき姿を研究し、提言している。

ホームページ: <http://junkanken.com/>