

2015年3月期 決算説明会

2015年5月15日

1. 新中期経営計画(2015/4月～2018/3月)の概要

代表取締役社長 堺 美保

2. 2015/3月期 連結決算の概要と 2016/3月期 業績見通し

代表取締役専務取締役 伊東 信平

新中期経営計画の概要

2015年4月～2018年3月

代表取締役社長 堺 美保

前中期経営計画の振り返り

	2012/3月期		2015/3月期 中期計画	2015/3月期 計画	2015/3月期 実績	修正との 比較
売上高	753		900	880	856	↓
営業利益	25		57	52	46	↓
営業利益率	3.4%		6.3%	6.0%	5.4%	↓
当期純利益	14		35	38	37	↓
当期純利益率	1.9%		3.9%	4.3%	4.4%	↑

*2012.5.12発表時

*2014.10.17修正発表

未達成要因

外部要因

- ・消費増税
- ・夏場の天候不良

内部要因

- ・大型設備投資による償却負担増
- ・新商品市場導入費用 等

新中期経営計画での経営基本方針



食を通じて、健康と豊かな食生活を提供する事で
社会の信頼に応える企業

グローバルフィールドでの
成長と企業価値向上

○独自の技術活用 ○事業の選択と集中

○健全な コンプライアンス体制
ガバナンス体制 による運営

グループ経営による
事業基盤の強化

新中計の推進

新中期経営計画の目指すべき姿



グローバルカンパニーへの成長戦略

国内マーケット

収益基盤

収益性重視の質の強化

- 差別化された
高付加価値商品の提案

冷凍海藻
拡売

食塩無添加
素材力だし® 強化

機能性表示
食品の検討

- 生産効率化・営業力の一層の
向上による利益確保

海外マーケット

成長エンジン

グローバル化を図りシェア拡大

- アジア/新興国を中心
とした販売強化

中国

東南アジア

西アジア

- 生産拠点の強化

成熟市場

成長市場

プレゼンテーションセンター

- ライフスタイルの多様化に
対応したメニュー提案

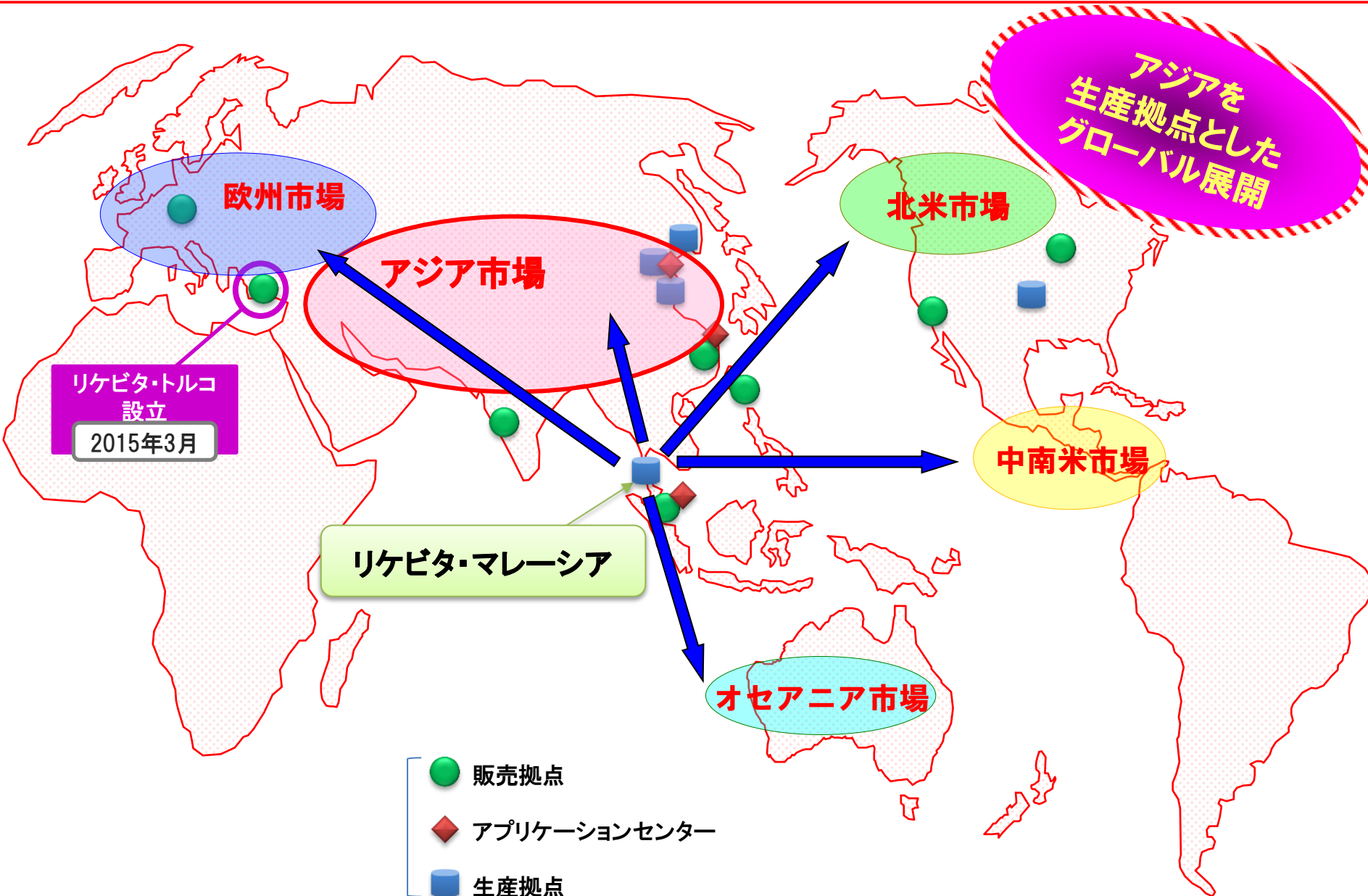
食のソフト提案

アプリケーションセンター

- エリア特性に合わせた
アプリケーションの提案

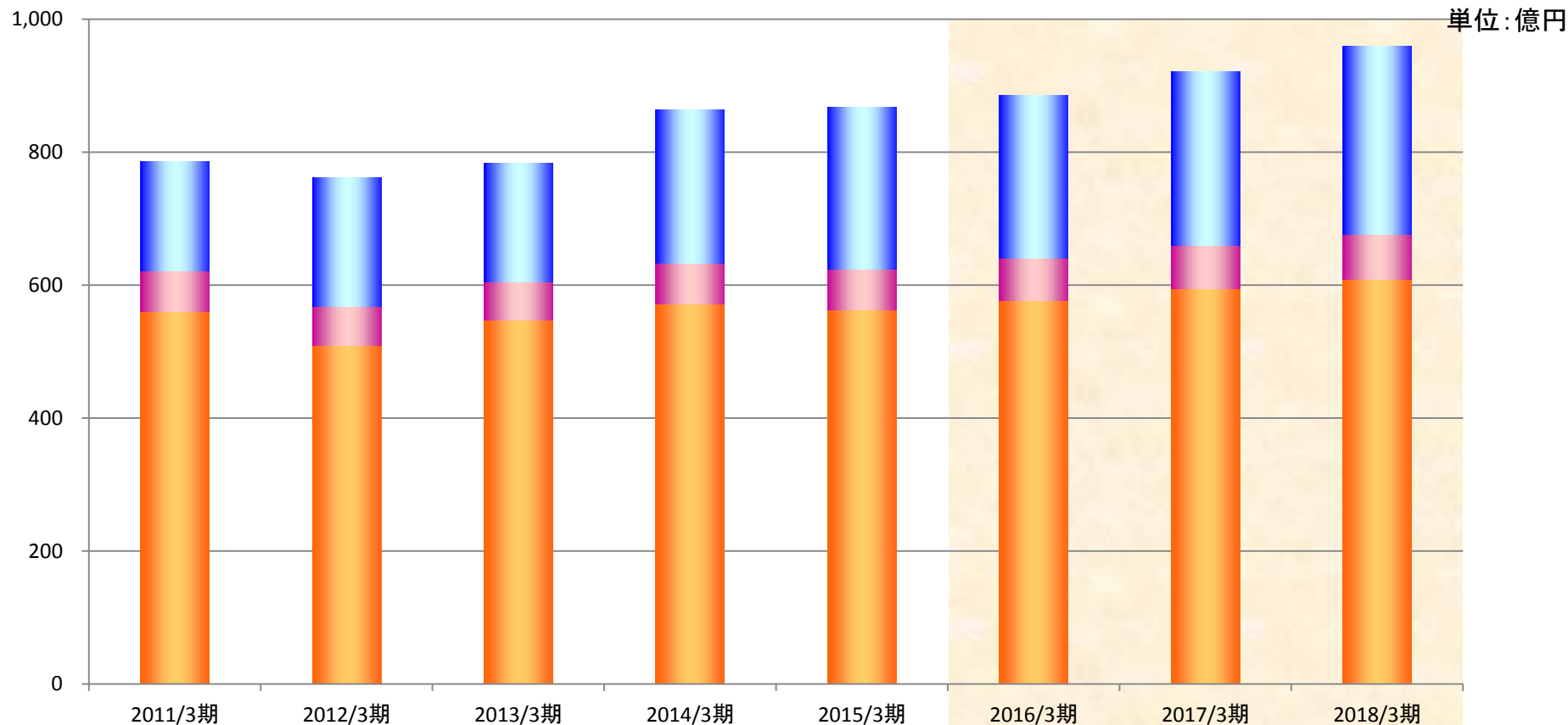
天然素材の有効活用+抽出・精製・濃縮技術

海外展開の状況



	2018/3期 目標	(2015/3期実績)
①売上高	945億円以上	(856億円)
②営業利益	75億円以上	(46億円)
③営業利益率	7.9%以上	(5.4%)
④当期純利益	51億円以上	(37億円)
⑤ROE	6.0%以上	(5.3%)

セグメント別売上高目標



新中期経営計画

2012/3期

2015/3期

2018/3期

国内食品

509

562

608億円

国内化成品他

58

61

68億円

海外

193

243

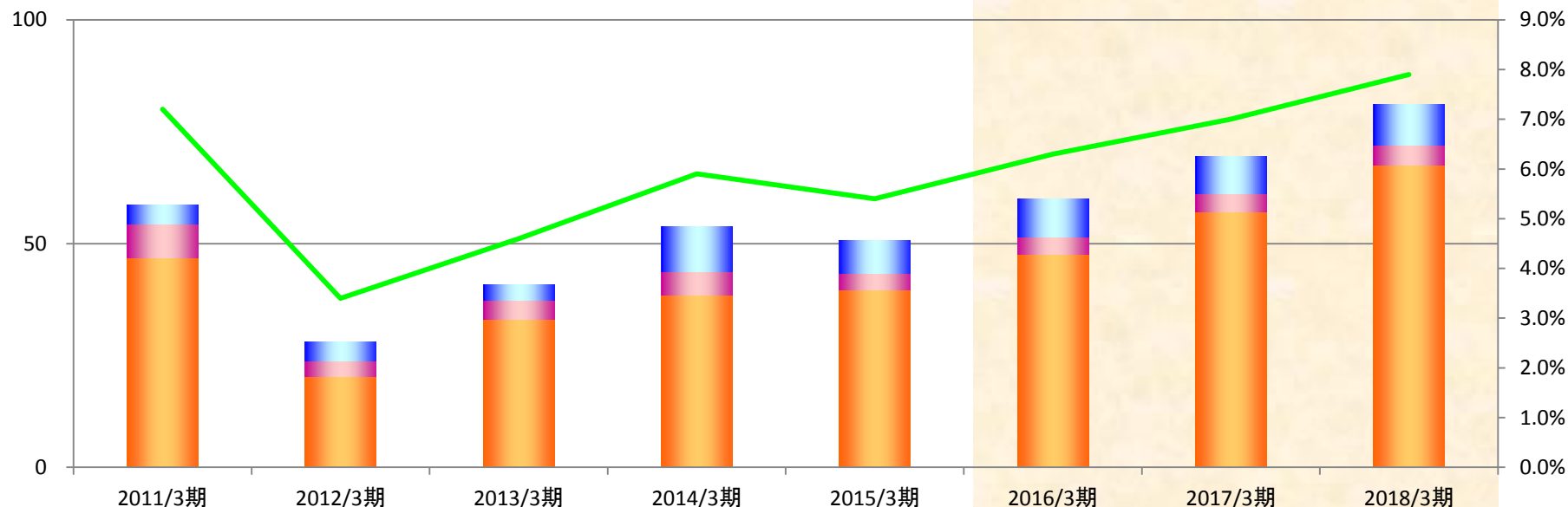
283億円

※各事業の数値には、セグメント間の内部売上高を含めています。

セグメント別利益目標



単位: 億円



2012/3期

20

(4.0%)

3

(5.9%)

4

(2.2%)

3.4%

2015/3期

39

(7.1%)

3

(5.9%)

7

(3.0%)

5.4%

2018/3期

67億円

(11.1%)

4億円

(6.6%)

9億円

(3.2%)

7.9%

()は営業利益率
新中期経営計画

定額法影響額(最終年度) 4億

※セグメント利益は、連結財務諸表の営業利益と調整を行っています。

収益基盤の確立

: 安定的な収益の確保

家庭用食品

18/3期 173億(15/3期比 +11億円)

- ドレッシング
 - ・ノンオイルシリーズ商品強化によるシェア拡大
 - ・オイル入りドレッシングの継続育成
- 調味料
 - 食塩無添加「素材力だし®」ブランドのシリーズ展開
- 海藻
 - 『わかめのリケンから海藻のリケンへ』の展開

業務用食品

18/3期 225億(15/3期比 +22億円)

- 海藻
 - 冷凍海藻を中心に、わかめシェア拡大
- CVS等の中食市場や外食産業への積極提案
- いわゆる老健市場等、社会的ニーズに応える市場への本格参入

加工食品用原料等

18/3期 210億(15/3期比 +11億円)

- 新市場・新事業展開によるシェア拡大の推進
- (製パン・製菓・豆腐・麺・飲料等)各業界No.1メーカーへの戦略推進
- 健康機能食品～独自性のある素材、当社周辺の素材を活かす

国内化成品その他

18/3期 68億(15/3期比 +6億円)

- ライフスタイルや顧客ニーズの変化に応じた新機能製品の開発や新規需要の創出
- スペシャリティ分野強化による収益基盤の確立
- 当社が強い分野での新規用途開発
- 新事業、新市場への参入(グリーン&エコ製品の展開等)

構造基盤の強化

改良剤（食品用／化成品用）

18/3期 191億（15/3期比 +54億円）

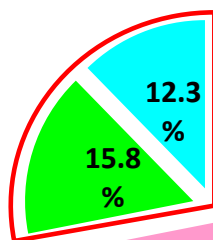
- これまでの設備拡充を基盤とし、高付加価値製剤の強化
- 新組織グローバルマーケティング部による新市場、新業界への参入
- 海外生産会社のローコストプロダクションによる収益体質強化

青島福生食品

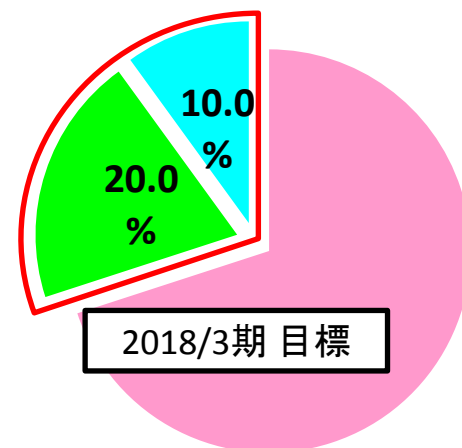
18/3期 92億（15/3期比 △14億円）

- 収益改善に向けたビジネスモデルへの転換
 - ・機械化によるローコストプロダクション推進
 - ・新事業分野へのチャレンジ
 - ・内需の高まる中国国内市場の開拓

海外売上高比率と内訳の推移



2015/3期 実績

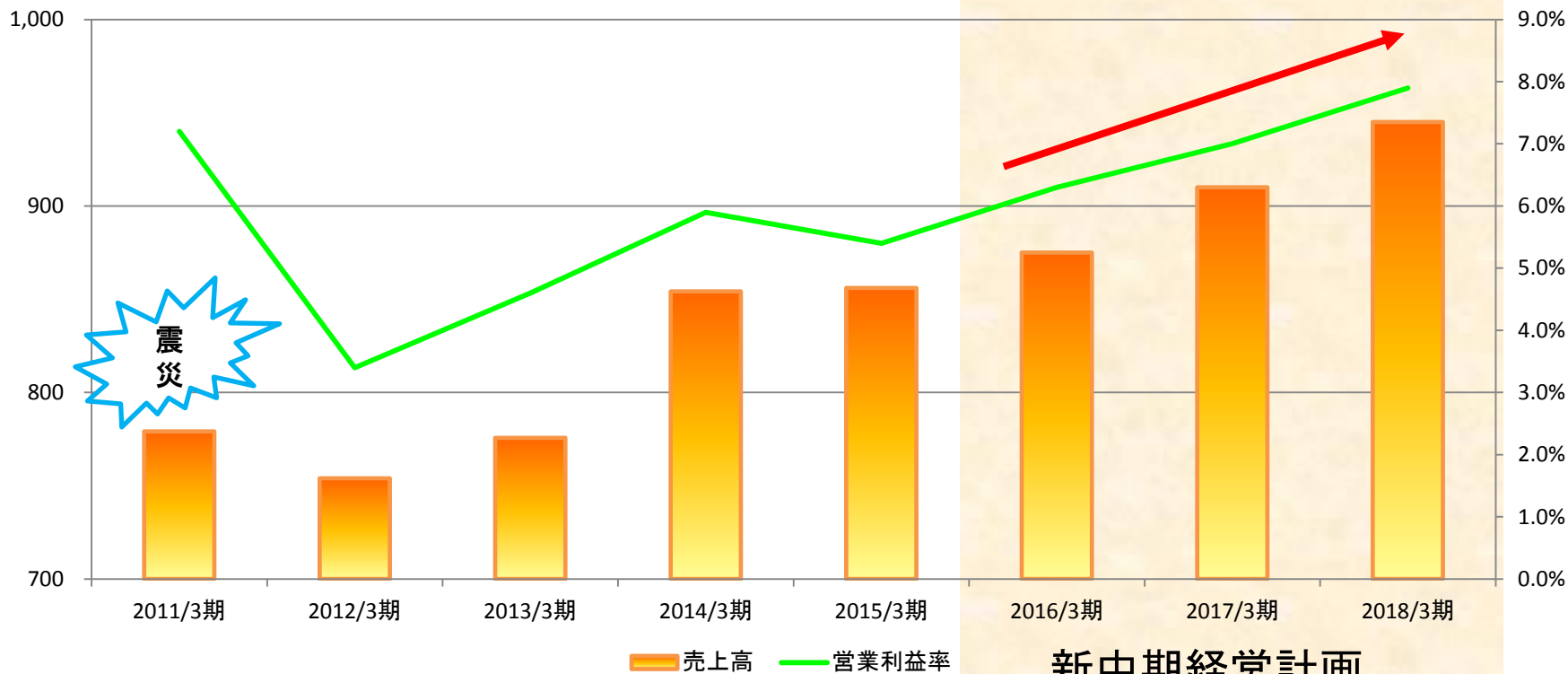


2018/3期 目標

■ 国内事業 ■ 改良剤 ■ 青島

リケビタ・トルコ設立

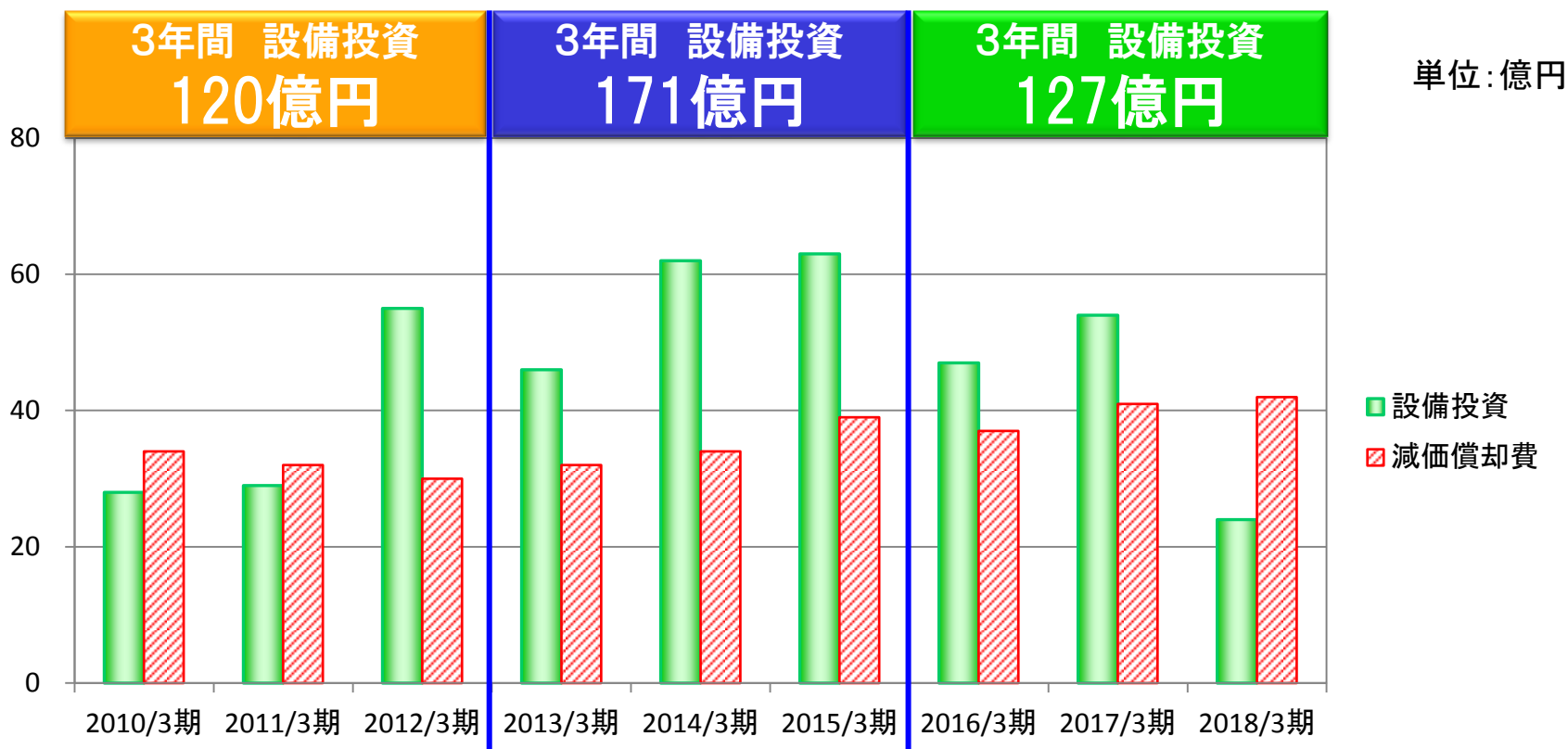
単位: 億円



新中期経営計画

	2012/3期	2015/3期	2018/3期
売上高	753	856	945億円
営業利益	25	46	75億円
営業利益率	3.4%	5.4%	7.9%
当期純利益	14	37	51億円
ROE	2.5%	5.3%	6.0%

設備投資計画 および 減価償却費



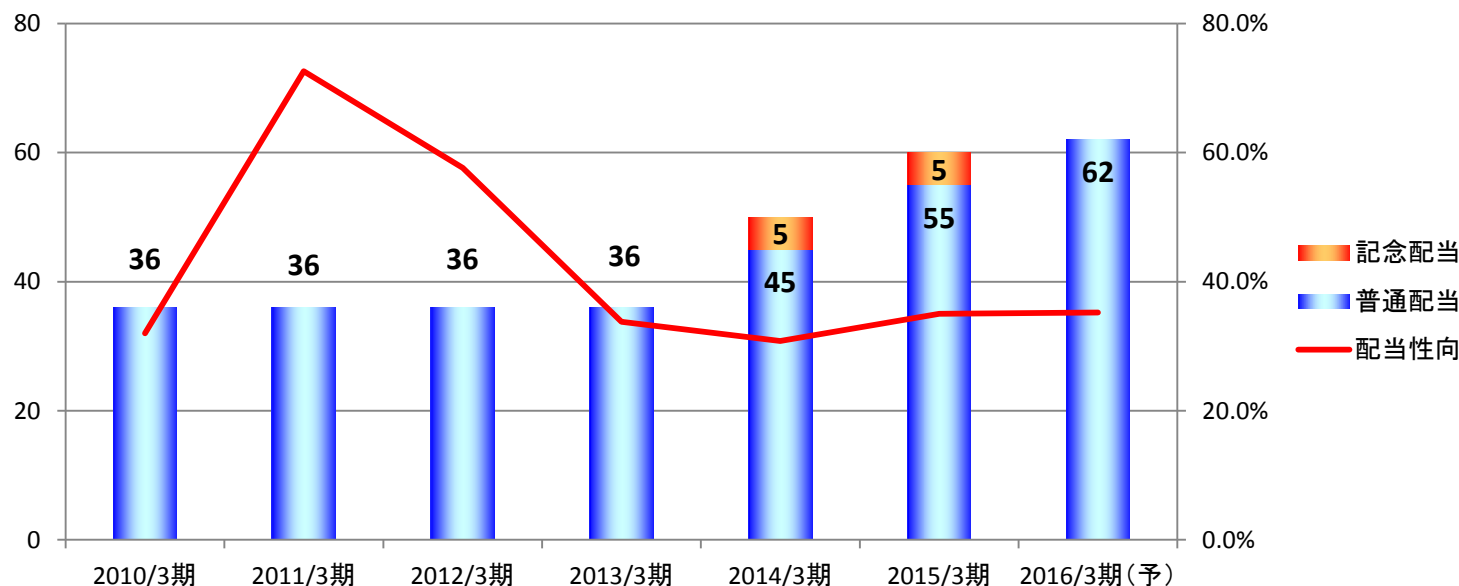
主な会社別設備投資額

	2016/3期	2017/3期	2018/3期	3年間投資額
理研ビタミン	24	24	18	68
リケビタ・マレーシア	10	11	1	23
青島福生食品	6	8	1	16
理研食品	2	7	1	11

当社の利益還元に関する基本方針

従来：連結配当性向 30%以上を目標

連結配当性向 35% への引き上げ



株主の皆様への利益還元の更なる充実を図るため、
より積極的な還元策として配当性向の目標を引き上げる

2015/3月期 連結決算の概要と 2016/3月期 業績見通し

代表取締役専務取締役 伊東 信平

2015/3月期 通期実績



(単位:億円)

	2013/3月期	2014/3月期	2015/3月期	前年差 (金額)	前年比 (金額)
売上高	775	854	856	+1	100.2%
売上総利益	226	249	245	△4	98.4%
売上比	29.2%	29.2%	28.6%		
販売管理費	190	198	198	△0	99.9%
売上比	24.6%	23.3%	23.2%		
営業利益	36	50	46	△3	92.5%
売上比	4.6%	5.9%	5.4%		
経常利益	37	52	46	△6	88.5%
売上比	4.8%	6.2%	5.5%		
当期純利益	24	35	37	+2	105.7%
売上比	3.1%	4.2%	4.4%		

※金額は切り捨て表示をしております。

2015/3月期 決算のポイント



- ・国内食品事業が前年を下回る実績となったものの、国内化成品その他事業と海外事業がそれぞれ前年を上回り、増収。
- ・利益面では大型設備投資を行った子会社での減価償却費の増加に加え、新商品の市場導入に伴い販売管理費が増加したこともあり、営業利益、経常利益共に減益。ただし、前年より特別損失が減少すると共に特別利益があり、当期純利益は増益。

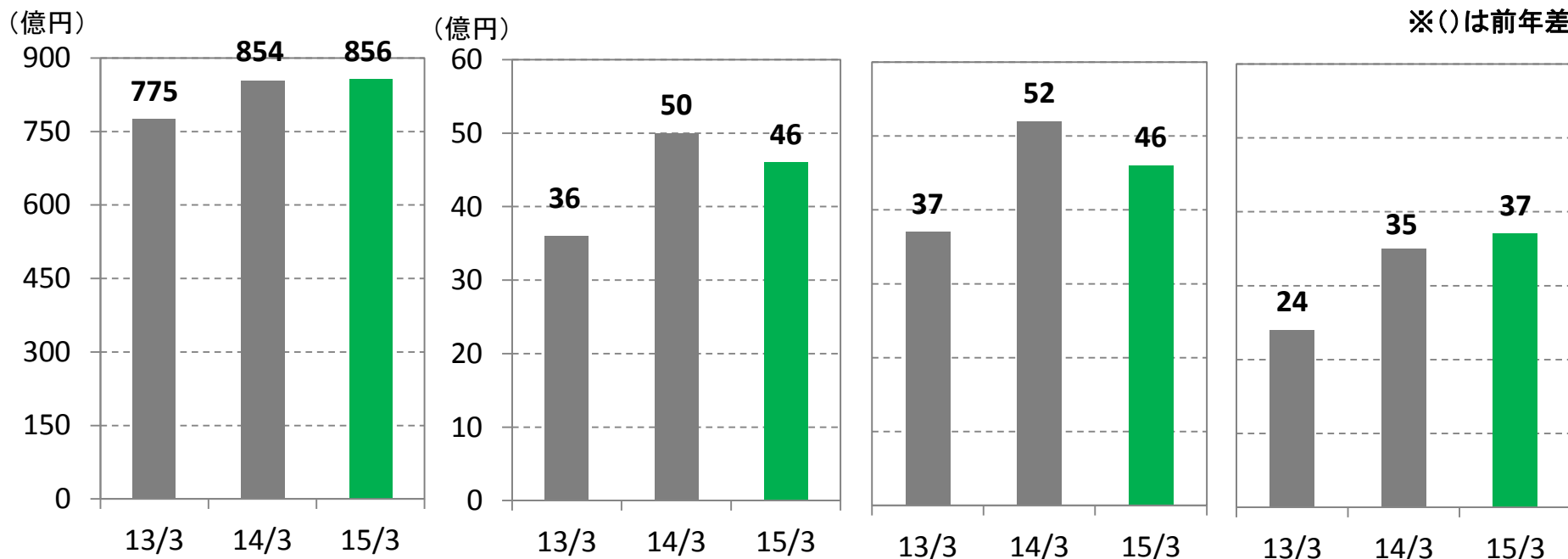
売上高 856億円
(+1億円)

営業利益 46億円
(△3億円)

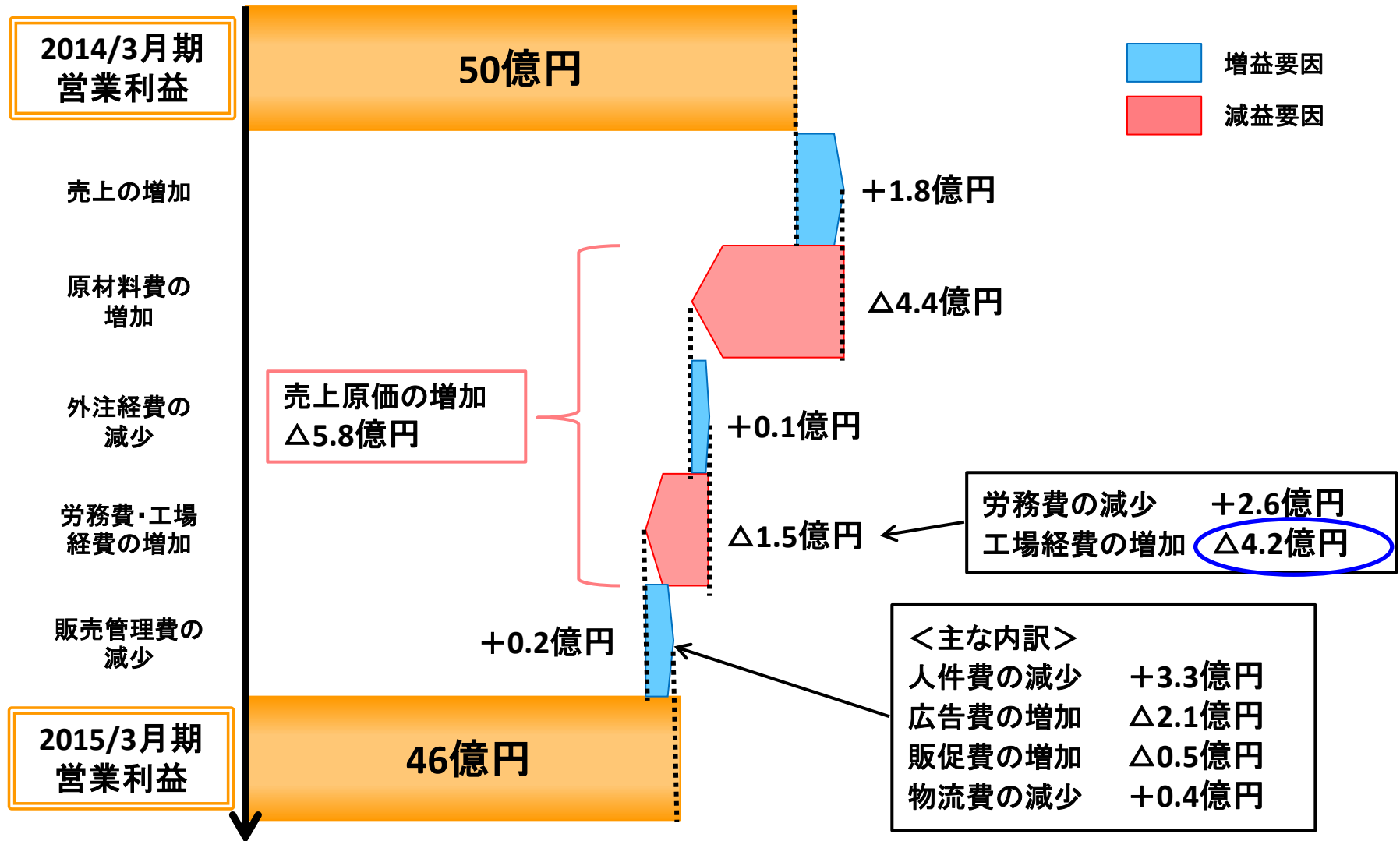
経常利益 46億円
(△6億円)

当期純利益 37億円
(+2億円)

※()は前年差



2015/3月期 営業利益の増減要因



2015/3月期 セグメント別売上高



(単位: 億円)

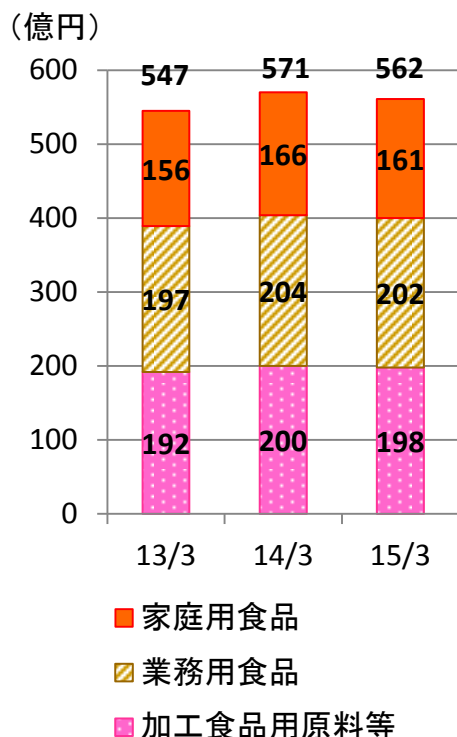
	2013/3月期	2014/3月期	2015/3月期	前年差	前年比
国内食品事業 ①	547	571	562	△8	98.4%
家庭用食品	156	166	161	△4	97.4%
業務用食品	197	204	202	△2	99.0%
加工食品用原料等	192	200	198	△2	98.8%
国内化成品その他事業 ②	57	61	61	＋0	100.5%
海外事業 ③	178	230	243	＋12	105.5%
セグメント計 ④	782	863	867	＋4	100.5%
調整額(セグメント間消去)	△6	△9	△11	△2	—
合計 ⑤	775	854	856	＋1	100.2%

2015/3月期 セグメント別売上高 主な増減要因



①国内食品事業 562億円

前年差	前年比
△8億円	98.4%



家庭用食品、業務用食品、加工食品用原料等がいずれも前年を下回る

家庭用食品 161億円【前年差 △4億円／前年比 97.4%】

＜主力のドレッシングの低調が売上全体に響く結果に＞

分類	前年比	備考
ドレッシング	98.4%	消費増税による駆け込み需要の反動減や夏場の天候不順による野菜価格高騰の影響を受け、低調

業務用食品 202億円【前年差 △2億円／前年比 99.0%】

＜海藻が伸長するも他の商品群で伸びを欠き、前年を下回る＞

分類	前年比	備考
海藻	105.5%	「冷凍海藻」の市場への着実な浸透・定着により、伸長
エキス・調味料	96.4%	食品メーカーや外食産業向け等の実績が低調

加工食品用原料等 198億円【前年差 △2億円／前年比 98.8%】

＜改良剤は堅調もビタミン・健康食品等が伸びを欠き、前年を下回る＞

分類	前年比	備考
食品用改良剤	101.2%	製菓・製パンメーカー等への販売が伸長
ビタミン	96.6%	健康食品メーカー等向けのビタミンEが伸び悩み
健康食品	88.7%	消費増税の影響を大きく受け、機能性食品素材が前年を下回る

2015/3月期 セグメント別売上高 主な増減要因

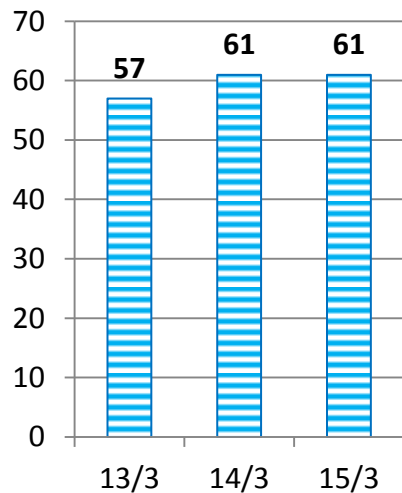


②国内化成品その他事業 61億円

化成品(改良剤)が前年を下回るも飼料が伸長し、
全体では前年と同水準の実績を確保

前年差	前年比
+0億円	100.5%

(億円)



分類	前年比	備考
化成品(改良剤)	98.4%	農業用フィルム向け等、一部分野の低調もあり、前年を下回る
その他	122.6%	飼料用油脂が伸長

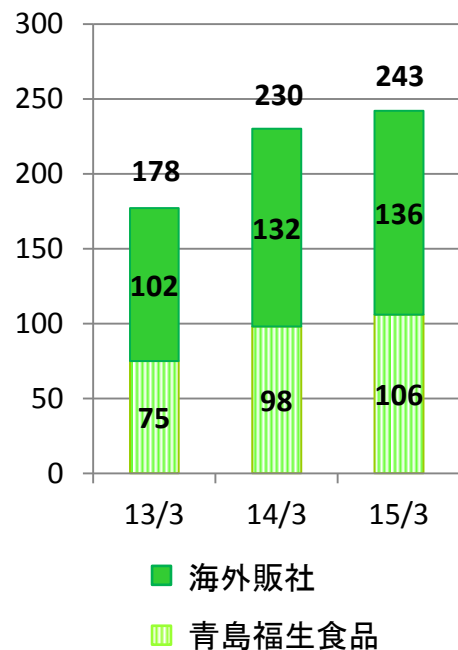
2015/3月期 セグメント別売上高 主な増減要因



③海外事業 243億円

前年差	前年比
+12億円	105.5%

(億円)



主に改良剤を扱う海外販社と、食品を扱う青島福生食品が共に伸長

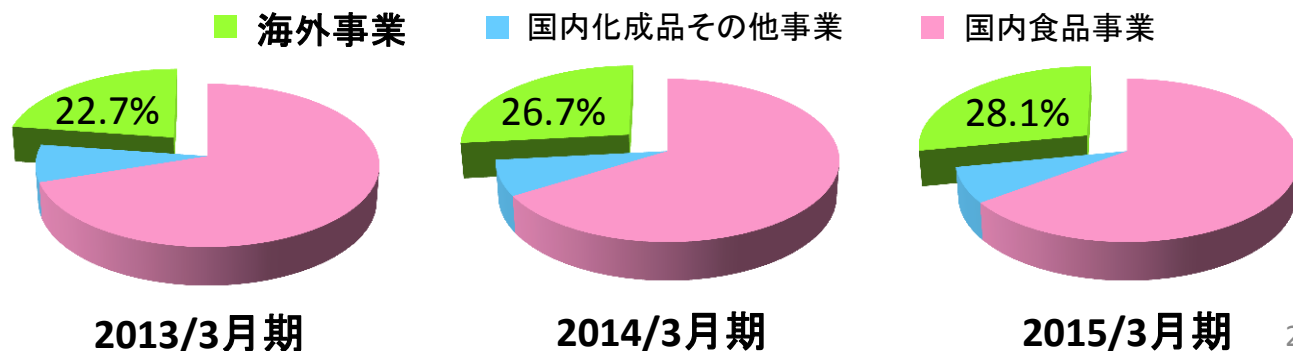
海外販社 136億円【前年差 +3億円／前年比 102.8%】

<既存市場での深耕と、新市場の開拓・販売拡大に取り組み、着実な実績化>

青島福生食品 106億円【前年差 +8億円／前年比 109.0%】

<前年を上回る実績を確保>

	2013/3月期	2014/3月期	2015/3月期
海外事業売上高	178	230	243
海外販社(改良剤)	102	132	136
青島福生食品	75	98	106
海外比率 (対セグメント売上高計)	22.7%	26.7%	28.1%



2015/3月期 セグメント別営業利益



(単位: 億円)

	2013/3月期	2014/3月期	2015/3月期	前年差 (金額)	前年比 (金額)
国内食品事業 ①	33	38	39	+1	103.2%
売上比	6.1%	6.7%	7.1%		
国内化成品その他事業 ②	4	5	3	△1	69.0%
売上比	7.2%	8.6%	5.9%		
海外事業 ③	3	10	7	△2	72.6%
売上比	2.0%	4.4%	3.0%		
セグメント計 ④	40	53	50	△3	94.1%
売上比	5.2%	6.2%	5.8%		
調整額(セグメント間消去)	△4	△3	△4	△0	—
合計 ⑤	36	50	46	△3	92.5%
売上比	4.6%	5.9%	5.4%		

2015/3月期 連結貸借対照表



(単位:億円)

	2014/3月期 期末	2015/3月期 期末	増減額		2014/3月期 期末	2015/3月期 期末	増減額
流動資産	578	585	+6	負債	350	380	+29
現金及び預金	152	146	△5	流動負債	287	304	+16
受取手形及び売掛金 (電子記録債権含む)	215	222	+6	固定負債	62	75	+12
たな卸資産	179	188	+9	純資産	672	760	+88
その他	31	27	△3	株主資本	579	606	+27
固定資産	445	555	+110	その他の包括 利益累計額	87	147	+60
有形固定資産	285	317	+32	少数株主持分	5	6	+0
無形固定資産	10	11	+1				
投資その他の資産	149	226	+77				
資産合計	1,023	1,140	+117	負債純資産合計	1,023	1,140	+117

2015/3月期 連結キャッシュフロー計算書



(単位: 億円)

	2014/3月期	2015/3月期
現金及び現金同等物の期首残高	121	151
営業活動によるキャッシュ・フロー	69	59
投資活動によるキャッシュ・フロー	△35	△56
財務活動によるキャッシュ・フロー	△8	△12
現金及び現金同等物に係る換算差額	4	4
現金及び現金同等物の期末残高	151	145

税金等調整前純利益	52.5
減価償却費	39.0
法人税等の支払	△17.0

有形固定資産の取得	△54.8
-----------	-------

短期借入金の増加	4.3
長期借入金の返済	△3.5
配当金の支払	△12.7

2016/3月期 通期業績予想



(単位:億円)

	2015/3月期	2016/3月期	前年差 (金額)	前年比 (金額)
売上高	856	875	+18	102.2%
営業利益	46	55	+8	118.2%
売上比	5.4%	6.3%		
経常利益	46	53	+6	113.1%
売上比	5.5%	6.1%		
親会社株主に帰属する 当期純利益	37	39	+1	102.7%
売上比	4.4%	4.5%		

※減価償却方法の変更による営業利益影響額 +8

2016/3月期 セグメント別売上高予想



(単位:億円)

	2015/3月期	2016/3月期	前年差	前年比
国内食品事業 ①	562	577	+14	102.6%
家庭用食品	161	165	+3	102.0%
業務用食品	202	212	+9	104.7%
加工食品用原料等	198	200	+1	101.0%
国内化成品その他事業 ②	61	63	+1	102.1%
海外事業 ③	243	245	+1	100.6%
セグメント計 ④	867	885	+17	102.0%
調整額(セグメント間消去)	△11	△10	+1	—
合計 ⑤	856	875	+18	102.2%

2016/3月期 セグメント別営業利益予想



(単位: 億円)

	2015/3月期	2016/3月期	前年差 (金額)	前年比 (金額)
国内食品事業 ①	39	47	+7	119.7%
売上比	7.1%	8.2%		
国内化成品その他事業 ②	3	3	+0	107.1%
売上比	5.9%	6.2%		
海外事業 ③	7	8	+1	117.2%
売上比	3.0%	3.5%		
セグメント計 ④	50	60	+9	118.4%
売上比	5.8%	6.8%		
調整額(セグメント間消去)	△4	△5	△0	—
合計 ⑤	46	55	+8	118.2%
売上比	5.4%	6.3%		

2016/3月期 セグメント別施策例



①国内食品事業

家庭用食品 売上高165億円【前年差 +3億円／前年比 102.0%】

<ノンオイルドレッシングのシェア拡大>

「リケンのノンオイル」リニューアル

◇豊かな香りと味わう美味しさで
既存ユーザーへ訴求

◇酸味を抑えたマイルドな美味しさで、
若年層の流入を図る

2015年春 リケンのノンオイル 一新

4つのコンセプト

選べる味種

豊かな香り

プラスヘルシー

レシピ広がる



<「素材力だし®」のブランド強化と拡販>

◇化学調味料・食塩を無添加

◇だし本来の美味しさを活かし、
健康ニーズに応えた
高付加価値ブランド



2016/3月期 セグメント別施策例



①国内食品事業

業務用食品 売上高212億円【前年差 +9億円／前年比 104.7%】

<わかめ製品のシェア拡大>

冷凍海藻の拡販

なめらかで食感の良い
付加価値のある海藻による

◇品揃えやメニュー提案の強化

◇販路の拡大



「冷凍海藻」一例

<CVS惣菜・中食等の成長市場へのアプローチ>

◇メニューと商品をセットにした提案



CVSへのサラダ・惣菜
提案イメージ

<老健市場への「ヘルシーバランス」の拡販>

◇高齢者ニーズに合わせた設計
(減塩・食べやすい小さな具材等)



「ヘルシーバランス」一例

2016/3月期 セグメント別施策例



①国内食品事業

加工食品用原料等 売上高200億円【前年差 +1億円／前年比 101.0%】

<改良剤のシェア拡大の推進>

- ◇新製品開発
- ◇ソリューションビジネスの深掘り
- ◇健康機能食品素材で「機能性表示食品」へ対応

パン用改良剤



豆腐用改良剤



サプリメント



②国内化成品その他事業

売上高63億円【前年差 +1億円／前年比 102.1%】

既存分野の一例(防曇機能)

農業用フィルム



食品用ラップ



③海外事業

売上高245億円【前年差 +1億円／前年比 100.6%】

< 拡販体制の強化 >

生産能力の拡大

◇リケビタ・マレーシアの
生産設備増強
(2016年1月稼働予定)

生産能力は
年間54,000t→68,000tへ



リケビタ・マレーシア外観



増強予定の施設

販売拠点の拡充

◇2015年3月、
トルコのイスタンブールに
「リケビタ・トルコ」を設立

トルコ、中近東、
アフリカ(除・南アフリカ共和国)に
販売活動を実施



リケビタ・トルコ外観

この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれております。

それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものであります。

実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。



お問い合わせ先
経営企画部
毛塚・池田

TEL: 03-5275-5835