

2019年3月期 決算説明会

2019年5月15日

1. 2019年3月期 連結決算の概要 2020年3月期 業績見通し

常務取締役 佐藤 和弘

2. 中期経営計画の進捗と見通し

代表取締役社長 山木 一彦

1. 2019年3月期 連結決算の概要 2020年3月期 業績見通し

2. 中期経営計画の進捗と見通し

連結損益計算書



売上高は過去最高も計画には届かず
営業利益・経常利益も未達、純利益は達成

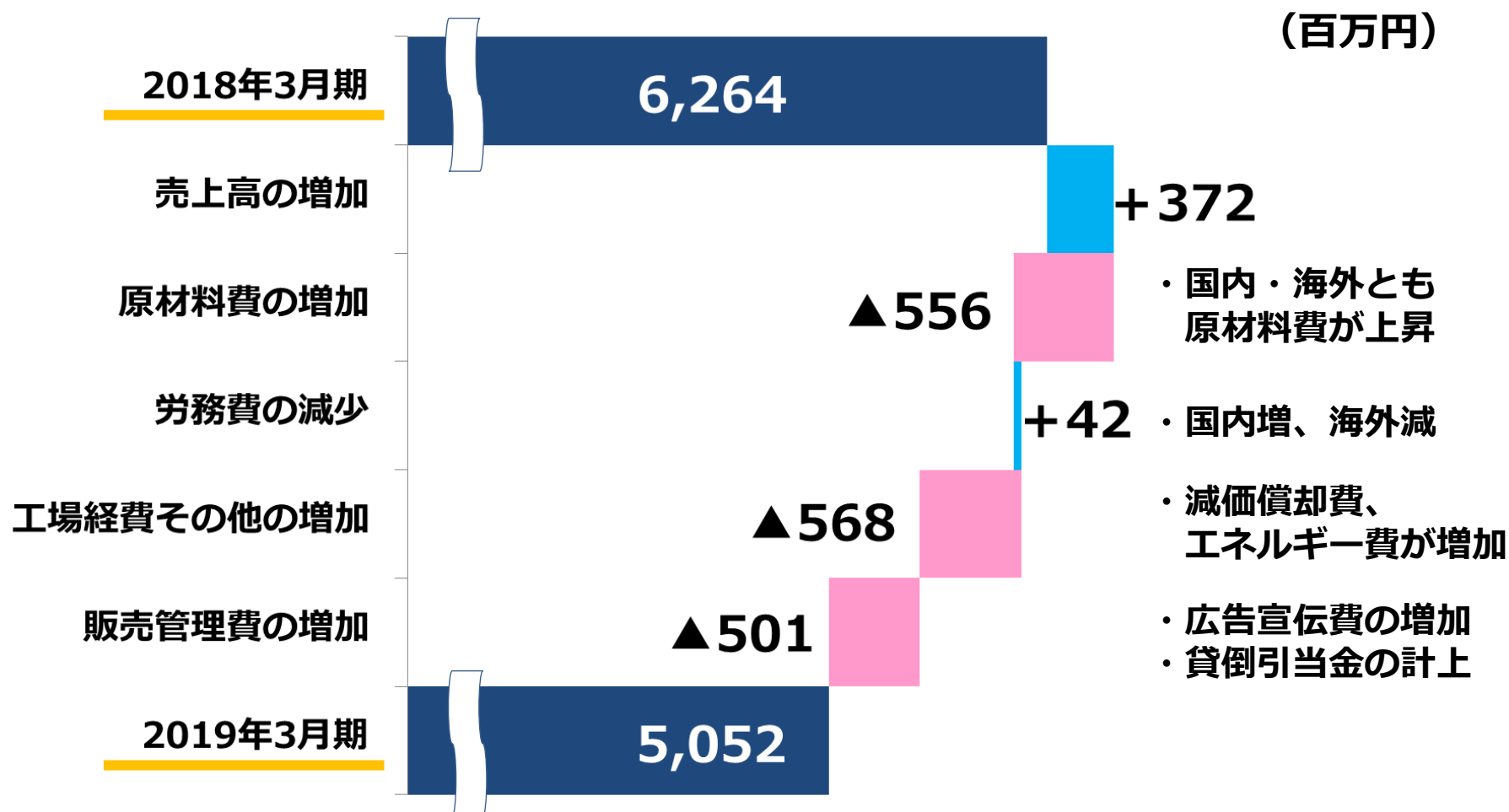
(百万円)	2018年3月期	2019年3月期	前期比		2019年3月期業績予想 (2018年10月修正)	
	通期	通期	増減	増減率	通期	達成率
売上高	89,515	89,888	+ 372	+ 0.4%	92,000	97.7%
営業利益	6,264 7.0%	5,052 5.6%	▲ 1,212	▲ 19.3%	5,200	97.2%
経常利益	5,427 6.1%	4,860 5.4%	▲ 566	▲ 10.4%	4,900	99.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,640 6.3%	3,949 4.4%	▲ 1,690	▲ 30.0%	3,400	116.2%

ROE	10.0%	6.5%	▲3.5pt	
-----	-------	------	--------	--

営業利益の増減要因



原材料費および工場経費・販売管理費が増加



セグメント別売上高と営業利益



全てのセグメントで減益
国内食品事業はドレッシングが苦戦、海外事業は損失を計上

(百万円)		売上高				営業利益			
		2018年 3月期	2019年 3月期	前期比		2018年 3月期	2019年 3月期	前期比	
				増減	増減率			増減	増減率
国内食品事業		59,059	58,597	▲ 462	▲ 0.8%	6,607 11.2%	5,768 9.8%	▲ 839	▲ 12.7%
	家庭用食品	15,324	13,938	▲ 1,386	▲ 9.0%				
	業務用食品	21,592	21,733	+ 140	+ 0.7%				
	加工食品用原料等	22,142	22,925	+ 782	+ 3.5%				
国内化成品その他事業		6,577	6,686	+ 109	+ 1.7%	765 11.6%	732 11.0%	▲ 32	▲ 4.3%
海外事業		25,258	26,113	+ 854	+ 3.4%	▲ 711 -	▲ 1,061 -	▲ 349	-
	改良剤事業	15,121	15,541	+ 419	+ 2.8%				
	食品事業	10,136	10,571	+ 434	+ 4.3%				
調整額（セグメント間消去）		▲ 1,379	▲ 1,508	▲ 129	+ 9.4%	▲ 396	▲ 386	+ 10	
合計		89,515	89,888	+ 372	+ 0.4%	6,264 7.0%	5,052 5.6%	▲ 1,212	▲ 19.3%

連結貸借対照表



(百万円)	2018年 3月期 期末	2019年 3月期 期末	増減 (為替影響)	(百万円)	2018年 3月期 期末	2019年 3月期 期末	増減 (為替影響)
流動資産	59,666	59,018	▲647 (▲956)	負債	51,436	49,767	▲1,668 (▲559)
現金及び預金	15,915	16,587	+672 (▲233)	流動負債	28,664	28,827	+163 (▲559)
受取手形及び売掛金 (電子記録債権含む)	26,493	24,029	▲2,475 (▲357)	固定負債	22,772	20,940	▲1,832 0
たな卸資産	16,195	18,330	+2,135 (▲462)	うち、自己株取得に よる長期借入金	(17,000)	(15,000)	(▲2,000) (+0)
その他	1,061	71	▲179 (▲6)	純資産	60,109	61,624	+1,514 (▲692)
固定資産	51,880	52,373	+493 (▲295)	株主資本	50,130	52,826	+2,695 (+15)
有形固定資産	28,764	27,867	▲896 (▲280)	その他の包括利益 累計額	9,514	8,315	▲1,199 (▲692)
無形固定資産	701	656	▲44 (▲11)	非支配株主持分	463	482	+18 (▲16)
投資その他の資産	22,414	23,849	+1,434 (▲3)	負債純資産 合計	111,546	111,392	▲154 (▲1,252)
資産 合計	111,546	111,392	▲154 (▲1,252)				

自己資本比率	53.5%	54.9%
--------	-------	--------------

2020年3月期 通期業績予想

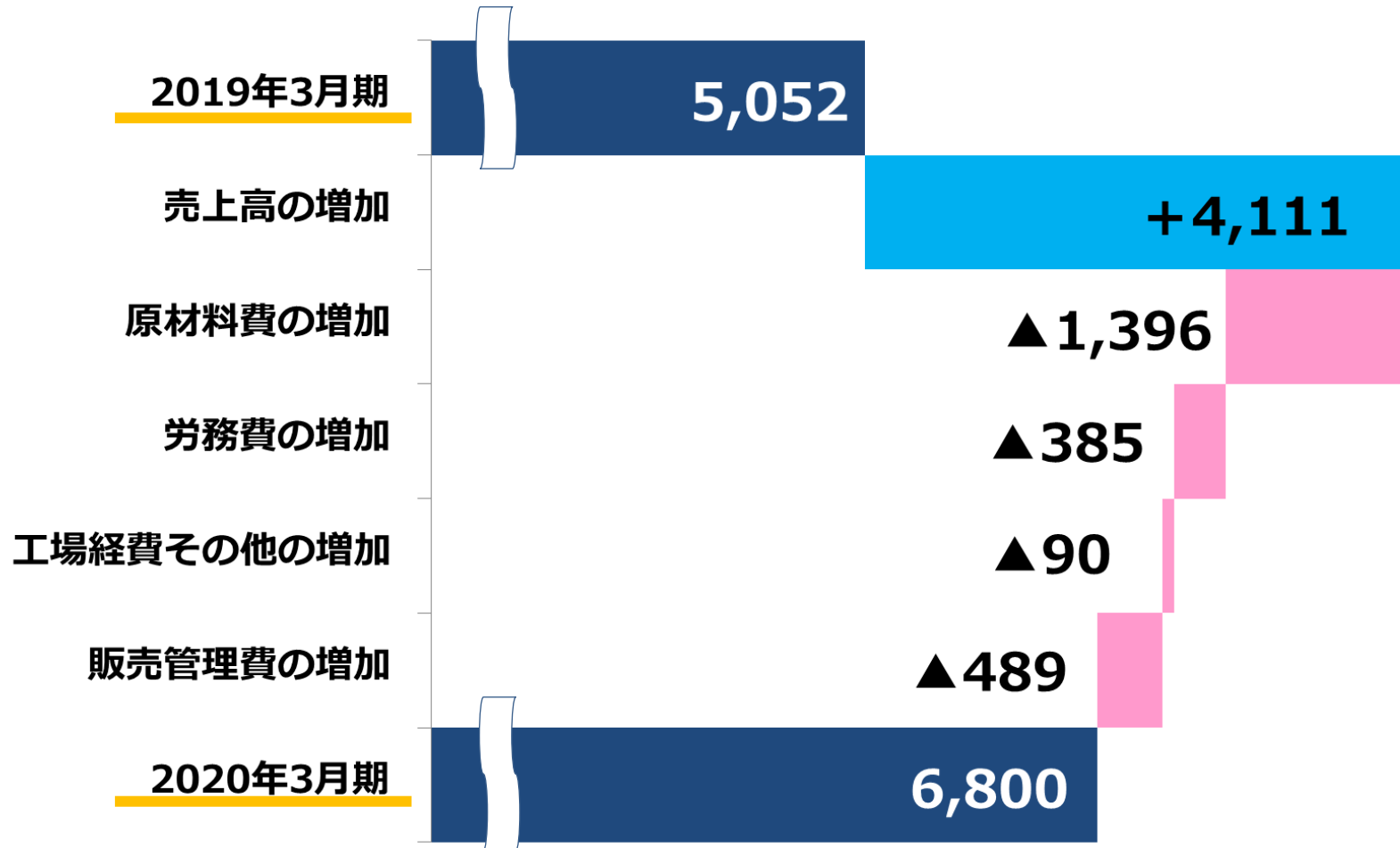


(百万円)	2019年3月期	2020年3月期	前期比	
	通期	通期	増減	増減率
売上高	89,888	94,000	+ 4,111	+ 4.6%
営業利益	5,052 5.6%	6,800 7.2%	+ 1,747	+ 34.6%
経常利益	4,860 5.4%	6,400 6.8%	+ 1,539	+ 31.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,949 4.4%	4,600 4.9%	+ 650	+ 16.5%

2020年3月期 営業利益の増減要因予想



(百万円)



2020年3月期 セグメント別売上高・営業利益予想



		売上高				営業利益			
(百万円)		2019年 3月期	2020年 3月期	前期比		2019年 3月期	2020年 3月期	前期比	
				増減	増減率			増減	増減率
国内食品事業		58,597	60,000	+ 1,402	+ 2.4%	5,768 9.8%	5,500 9.2%	▲ 268	▲ 4.6%
	家庭用食品	13,938	14,500	+ 561	+ 4.0%				
	業務用食品	21,733	22,500	+ 766	+ 3.5%				
	加工食品用原料等	22,925	23,000	+ 74	+ 0.3%				
国内化成品その他事業		6,686	6,800	+ 113	+ 1.7%	732 11.0%	700 10.3%	▲ 32	▲ 4.5%
海外事業		26,113	28,500	+ 2,386	+ 9.1%	▲ 1,061 -	1,100 -	+ 2,161	-
	改良剤事業	15,541	16,200	+ 658	+ 4.2%				
	食品事業	10,571	12,300	+ 1,728	+ 16.4%				
調整額 (セグメント間消去)		▲ 1,508	▲ 1,300	+ 208	▲ 13.8%	▲ 386	▲ 500	▲ 113	
合計		89,888	94,000	+ 4,111	+ 4.6%	5,052 5.6%	6,800 7.2%	+ 1,747	+ 34.6%

1. 2019年3月期 連結決算の概要
2020年3月期 業績見通し

2. 中期経営計画の進捗と見通し

持続的成長と競争力のある企業を目指す

新領域への挑戦

独自の技術力 ・ 開発力の強化

● 国内事業

成熟市場

～さらなる収益基盤の強化～

● 海外事業

拡大市場

～構造基盤の強化による
成長エンジンの加速化～

天然原料の有効活用

技術・製品をベースにした
アプリケーション提案

抽出・精製・濃縮技術

CSR 経営の推進

2019年3月期の課題・施策と成果等



国内事業

【課題】家庭用ノンオイルドレッシングの低迷

●家庭用
ドレッシング「リケンのノンオイル」の
価値再認知と売上回復

リニューアルした「リケンのノンオイル セレクティ」の
低迷により、苦戦が続く

●家庭用 ●業務用
海藻トータルでの提案によるブランド価値向上

家庭用「ふえるわかめちゃん®」/
業務用「冷凍海藻」が好調

●加工食品用原料等
重点業界への取り組み強化

製パン業界、製菓業界、豆腐業界向け商材などが好調

●国内化成品その他
独自技術を活かした新規用途提案

洗顔料向けの新規用途提案が実績化

海外事業

【課題】改良剤の原体の価格競争による利益低下

●海外改良剤
高付加価値製剤の拡売
低粗利品の価格改定

下期から収益が回復基調へ

【課題】青島福生食品の事業構造改革の遅れ

●青島福生食品
・財務改善
・収益改善
 ・機械化（省力化）
 ・中国国内販売チャネルの強化
 ・製品の付加価値化

・売掛金回収の遅れ → 貸倒引当金の計上
・事業構造改革の遅れによる収益の悪化

営業損失を計上

国内食品事業 売上高 600億円

前期比 102.4%

家庭用食品 売上高 145億円

前期比 104.0%

■ ドレッシング

・「リケンのノンオイル」リニューアル

積極的なプロモーションにより、おいしさと汎用性を
最大限に訴求

※詳細は16ページ

■ 海藻商品

・好調国内産「ふえるわかめちゃん®」

需要の高まりと原料高に対応した施策・取り組み

※詳細は18ページ

・「わかめスープ」の新規顧客（若年層）獲得

人気声優によるメニュー紹介のWeb動画展開



わかめスープ WEBキャンペーン

■ 調味料

・「化学調味料・食塩を無添加 素材力だし®」

医療機関へのサンプリング・和食提案



業務用食品 売上高 225億円

前期比 103.5%

■ 外食・給食向け等

- ・学校給食用「笑顔でランチ®」の成長促進
- ・「冷凍海藻」の成長促進(新商品投入)

※詳細は22ページ

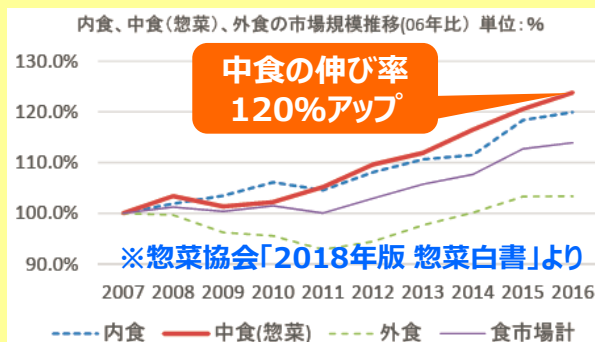
- ・だしパックの拡売

付加価値品の
さらなる
強化



■ 加工食品メーカー向け・コンビニ向け等

- ・大手取引先へ調味料の拡販
- ・成長著しい中食分野の拡大（機能性調味料※ 等）



※おいしさと機能を
併せ持つ調味料



ドレッシング市場と当社の取り組み①

市場の状況

●お客様の油に対するイメージのシフト

オリーブオイル・ごま油・
アマニ油などのイメージアップ



●ドレッシング以外の「野菜を食べる」 ための商品市場が拡大

ぽん酢、鍋つゆ、スパイスミックスなど



●野菜価格の高騰

天候不順、災害など



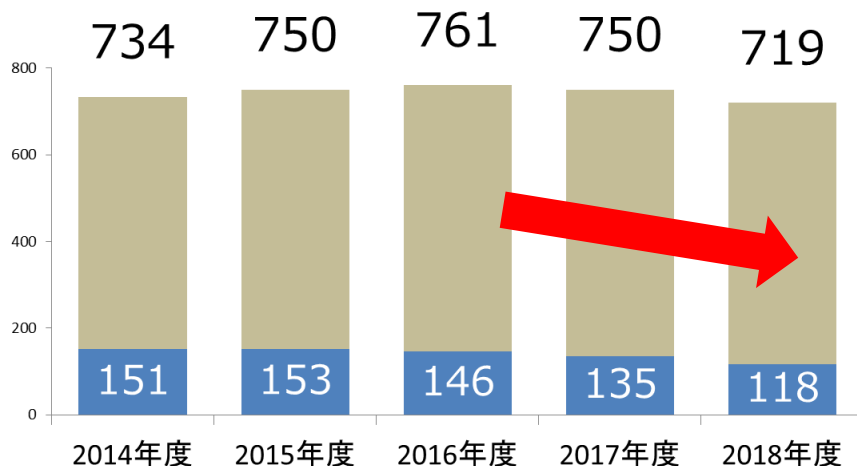
●「セレクトィ」の苦戦

リニューアル後の
市場定着に遅れ

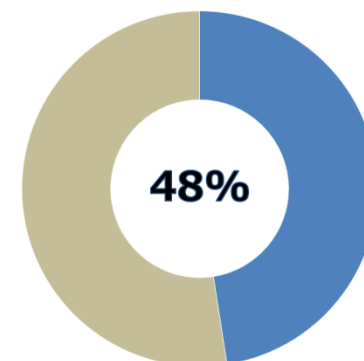


**当社が約5割のシェアを持つノンオイルドレッシング市場の環境変化
新たな価値を訴求し、新たなステップへ**

●ドレッシング市場の推移（家庭用・億円）



●ノンオイルドレッシング 当社シェア（家庭用）



出典：インテージSCIデータから当社作成

ドレッシング市場と当社の取り組み②

リケンのノンオイル リニューアル

ノンオイルの価値を再構築し、市場の活性化を目指す

●商品的大幅刷新

- ・ガラス瓶からペットボトルに変更
軽量化とともに、開けやすく、
使いやすい容器へ
- ・主要原材料にこだわり、風味を向上
- ・原料・副資材高に対応し、価格改定

●積極的なプロモーション

- ・CMキャラクターに村上信五さんを起用
- ・発売30周年を記念した各種キャンペーン

●用途拡大

- ・“天才調味料！”訴求を継続
「サラダも料理もコレ1本」

●商品ラインナップの充実

- ・季節限定商品・大容量品で活性化



「青じそ」 「くせになるうま塩」
500ml

5/30発売
「青じそ 夏の味」 190ml

わかめ市場と当社の取り組み①



市場の状況

健康食材・手軽さから需要増

当社家庭用、国内産わかめの実績は
2013年以降、6年連続で伸長

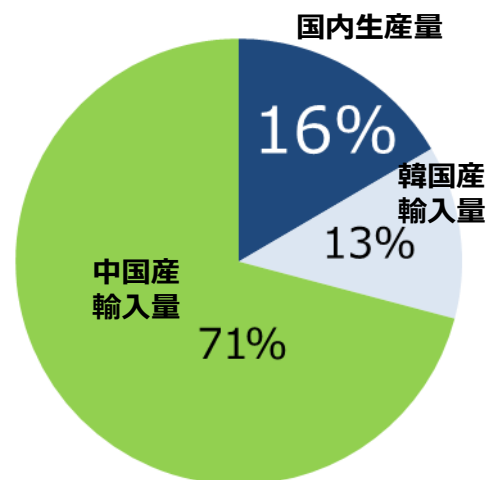
国内生産量は需要の増加に追いつかず

海の環境変化
漁業関係者の高齢化・後継者不足

**震災以降、原料価格の高止まり→2019年はさらに高騰
この傾向は続く予想**

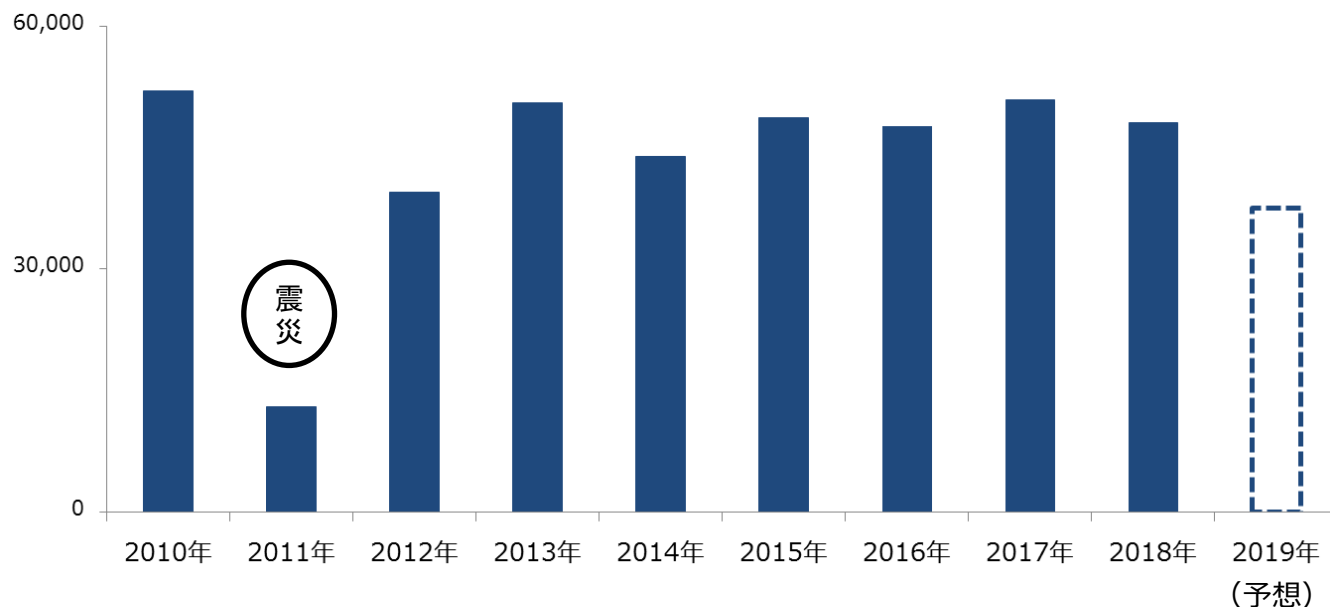
●わかめの産地別構成

2018年数量ベース 当社調べ



●わかめの国内生産量

単位：トン 当社調べ



わかめ市場と当社の取り組み②



わかめのリーディングカンパニーとして、環境変化に対応し
業界の活性化とわかめ事業の収益拡大を実現する

供給の安定に対する取り組み

●ゆりあげファクトリー



わかめ養殖の生産性向上

- ・収穫量アップのための優良種苗の開発
原藻としての収穫量は着実に増加
- ・早生、晩生への挑戦
- ・新たな地域での試験栽培

●国内各産地ブランドの育成

生産地との関係強化

三陸・鳴門・瀬戸内・北海道

●韓国産の拡大

品質・数量・価格が安定した産地を強化

需要の拡大に向けての取り組み

●品質保証体制の強化

産地判別検査合格マークの使用開始



理研ビタミン(株)は科学的な判別技術により
わかめの産地判別検査を行っています。

詳しくはこちらをご覧ください。

特許技術を応用し、
お客様により確かな品質
をお届けする

●わかめの健康機能の情報発信

わかめの摂取が食後血糖値・インスリンの
上昇を抑える

加工食品用原料等 売上高 230億円

前期比 100.3%

■加工食品用原料

・新研究・開発センター（今秋稼働予定）による開発力強化

食品用改良剤の国内研究部門

基礎研究

応用研究

アプリケーション

集約化

価値創造型開発を強化
新しい分野への応用

情報・技術の交流拠点
オープンイノベーション

国内市場の
ネットワーク



シンガポール



海外アプリケーションセンター
との連携



上海

・重点業界の主要顧客への取り組み強化と、
ベストソリューションパートナーとしての地位確立

乳化剤を含めた様々な改良剤ニーズに対応



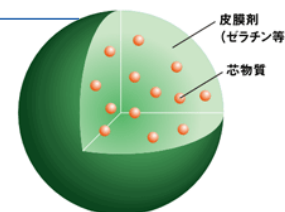
■ヘルスケア

・機能性表示食品の強化:天然色素由来クロセチン
(強み→**2つの機能性**: 眼精疲労緩和&良質な睡眠に有効)

・医薬用マイクロカプセルの販路拡大
→ **高い安定性、優れた溶出性※** をアピール
(※成分が溶け出すスピードのコントロール)

0.2~1mm

マイクロカプセルの
イメージ図



国内化成品その他事業

国内化成品その他事業 売上高68億円

前期比 101.7%

・マスターバッチ※1製品の拡売

農業用ハウスフィルム、食品用ラップ、食品容器 など

※1 マスターバッチ

各種樹脂に化成品製剤
(防曇剤、帯電防止剤等)を
効率的に配合するために
ペレット状に加工したもの



マスターバッチ

・環境に配慮した原料スクラブ剤※2の水平展開

洗顔料、ハンドソープ など

※2 植物原料スクラブ剤

マイクロプラスチックによる
海洋汚染問題にも対応



スクラブ剤の
洗顔料への展開

・新規用途提案による市場拡大

化粧品、トイレタリー、壁紙床材 など

化成品用改良剤の機能の一例

身近な「便利！」を支えています

<p>農業用ハウスフィルム</p> 	<p>防曇剤</p>	<p>農業用ハウスの曇りを防ぐ 日当たりが向上して 作物の質と量がアップします</p>
<p>食品容器</p> 	<p>可塑性</p>	<p>プラスチックをやわらかく 農業用フィルムや食品容器、 ラップなどに加工されます</p>
<p>ハンドソープ</p> 	<p>帯電防止剤</p>	<p>静電気を防ぐ ほこりを付きにくくします</p>
	<p>洗浄剤</p>	<p>汚れを落とす 効率よく手をきれいにできます</p>
	<p>増粘剤</p>	<p>粘度を与える 手からこぼれにくくします</p>

海外事業 売上高 285億円 前期比 109.1%

改良剤 売上高 162億円

前期比 104.2%

■ 東南アジア・中国エリア(成長市場)への集中

- ・顧客ニーズ適応 → 製剤品のテーマ掘り起しと強化
 - 新商品・新規機能性製剤の導入および新市場参入
 - 新研究・開発センター（千葉）、海外ア ppliケーションセンターとの連携による開発力の強化
- ・生産技術向上によるさらなる効率化と品質力強化（生産拠点リケビタ・マレーシア、天津理研）
- ・今夏、化成品ア ppliケーションセンターを上海に移転開設予定

上海 化成品
ア ppliケーションセンター



青島福生食品 売上高 123億円

前期比 116.4%

■ 財務改善と事業構造改革の加速による収益力向上

- ・財務改善 → 売掛金早期回収、在庫削減
- ・収益力向上 → 水産品加工の機械化（省力化）による生産コストの圧縮
- ・製品の付加価値化 → より加工度の高い製品への転換のスピードアップ
- ・野菜事業の拡大 → 中長期的に野菜事業を強化しバランスのとれた事業構造へ農地に隣接した土地への工場移転を検討



● 海藻の食シーン拡大による新規需要創出

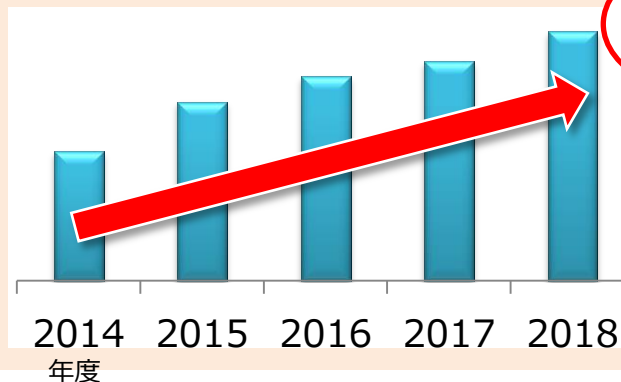
業務用食品

冷凍海藻シリーズの拡大

“まるで採れたて”のおいしさなどが高評価



冷凍海藻は売上伸長が続く



2014年度比
約190%

当社出荷
ベース

新定番メニューの開発

中食・外食への提案強化

・わかめ唐揚げ
(6月発売)



・とろとろ艶わかめ
(4月発売)

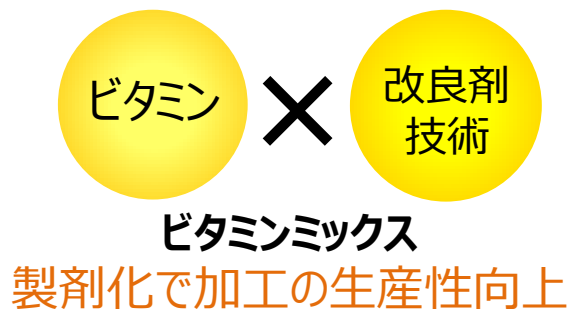


● 活性化する栄養強化市場へのビタミン拡大

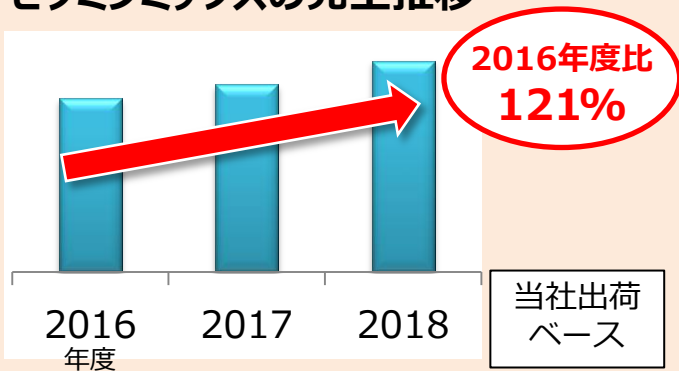
食品用改良剤

ビタミンミックス

高付加価値製剤が売上を牽引

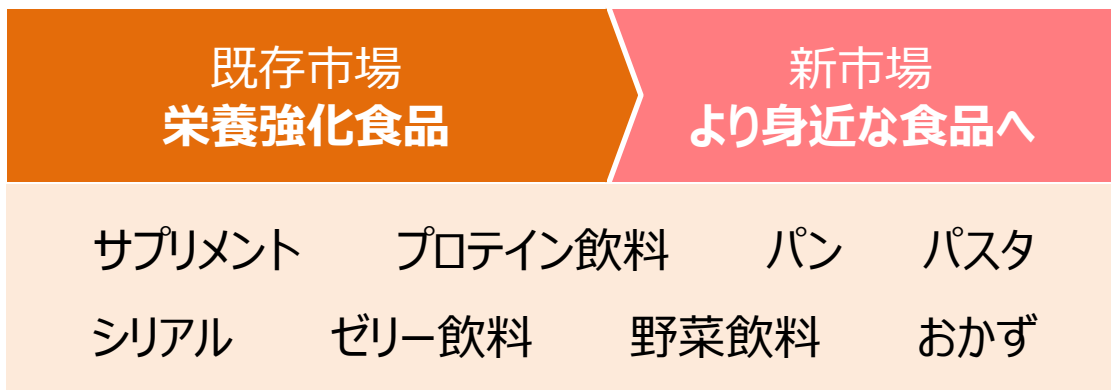


ビタミンミックスの売上推移



健康ニーズを捉えた提案

既存市場の強化と新市場への拡大



採用品群への
水平展開

各食品に適した
製剤開発

● 国際社会の関心・需要の高まりに応える グリーン・ケミカル

化成品用改良剤

植物由来の化成品用改良剤を提案

石油由来の原料を植物由来へ
生分解性プラスチック

「バイオスマーク」認証の^{かそ}可塑剤(P.20参照)



植物由来を表す
バイオスマーク

CO₂削減により地球温暖化防止へ寄与

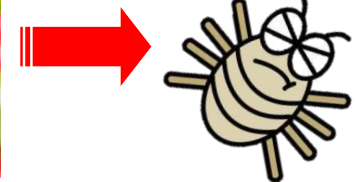
農業分野への展開

植物由来の食品用改良剤を応用した
防虫提案

安心・安全な忌避剤^{きひ}



農薬が効きにくい
害虫



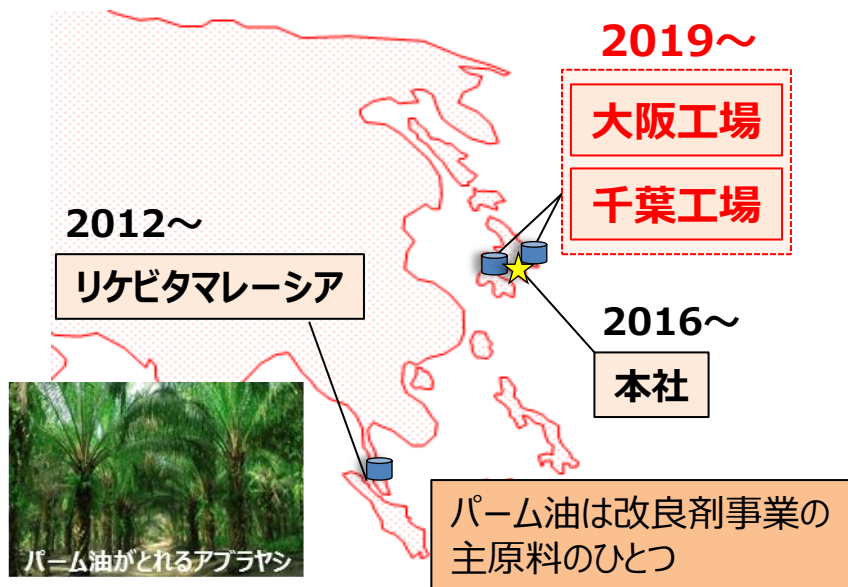
虫が寄って来ないため植物の病気予防に貢献

● 持続可能な社会への配慮

パーム油に関するRSPO※1サプライチェーン認証 ～ 国内2工場にも拡大

海外主力工場では2012年に取得済

東京2020に向け国内の生産・供給体制も整備



環境に配慮して生産されたパーム油を使用

地球環境を大切にし、
社会や自然との調和をはかる

※1 RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）

持続可能なパーム油が標準となるよう市場を変革するというビジョンのもと、持続可能なパーム油の生産と利用を促進する非営利組織

FSC®認証※2ダンボールを家庭用ドレッシングで採用拡大

環境負荷低減へ取り組む



※2 FSC®認証（森林認証）

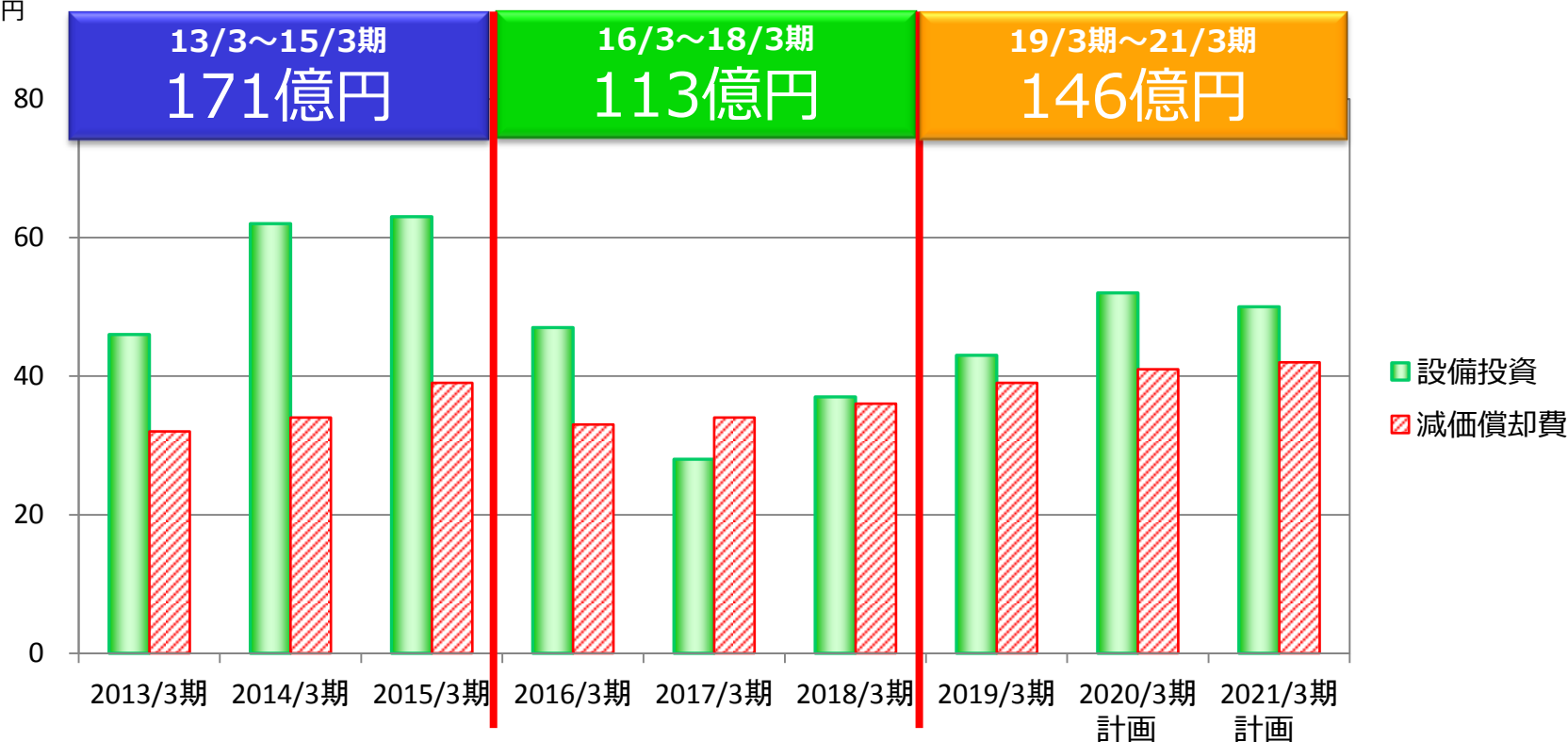
適切な管理が行われている森林からの木材製品であることを示す国際的な認証制度

設備投資 および 減価償却費



設備投資額の推移

単位：億円



主な会社別設備投資額

	2019/3期	2020/3期	2021/3期	3年間 投資額
理研ビタミン	30	32	38	100
理研食品	4	7	3	14
リケビタ・マレーシア	2	5	2	9

国内事業

- **家庭用・業務用: ドレッシングのブランド価値再構築**
 - ⇒コア事業のマーケットシェア拡大と収益力アップ
 - ⇒健康など社会環境に適応した新製品、新カテゴリー製品の開発
- **加工食品用原料等: ベストソリューションパートナーとしての地位確立**
 - ⇒新研究・開発センターによる開発力強化

海外事業

- **改良剤: 東南アジア・中国エリアへの“選択と集中”を継続**
 - ⇒高付加価値製剤への注力
 - ⇒生産拠点のさらなる生産性向上と品質力強化
- **青島福生食品: 事業構造改革の加速による収益力の向上**
 - ⇒生産効率化と付加価値品転換のスピードアップ
 - ⇒野菜事業の展開

**中期経営計画の中間年度として
既存分野の強化と新領域への挑戦＝現中計施策 を着実に推進**

目標達成と持続的成長を目指す

中期経営計画の業績見通し

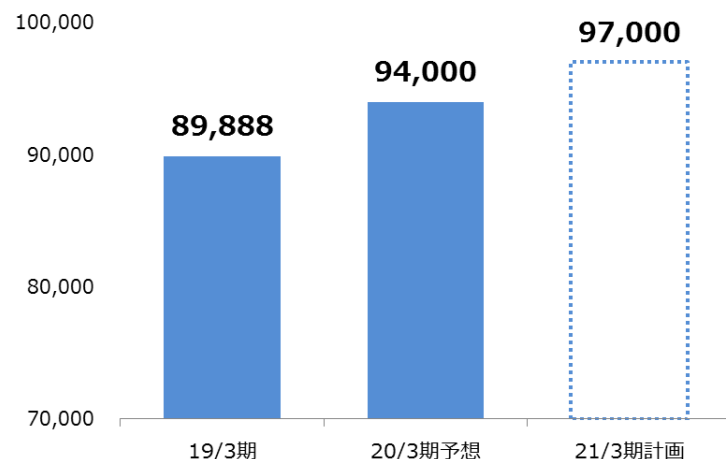


中計最終年度の達成を目指す

(百万円)	2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期	
	実績	%	予想	%	計画	%
売上高	89,888		94,000		97,000	
営業利益	5,052	5.6%	6,800	7.2%	8,000	8.2%
経常利益	4,860	5.4%	6,400	6.8%	7,700	7.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,949	4.4%	4,600	4.9%	5,400	5.7%

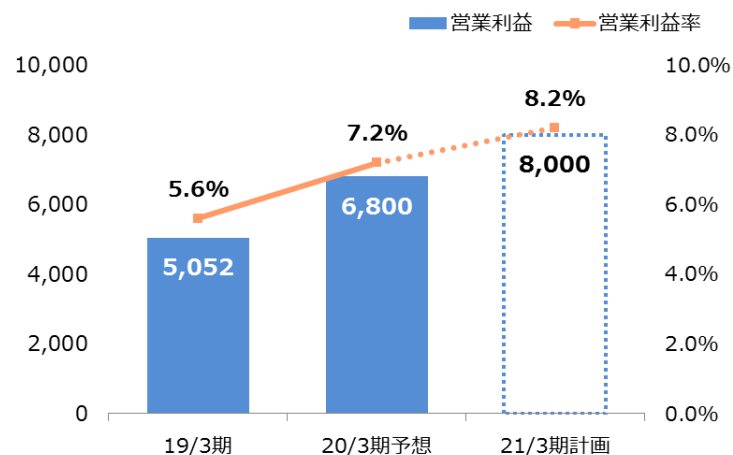
■ 売上高の推移

(百万円)



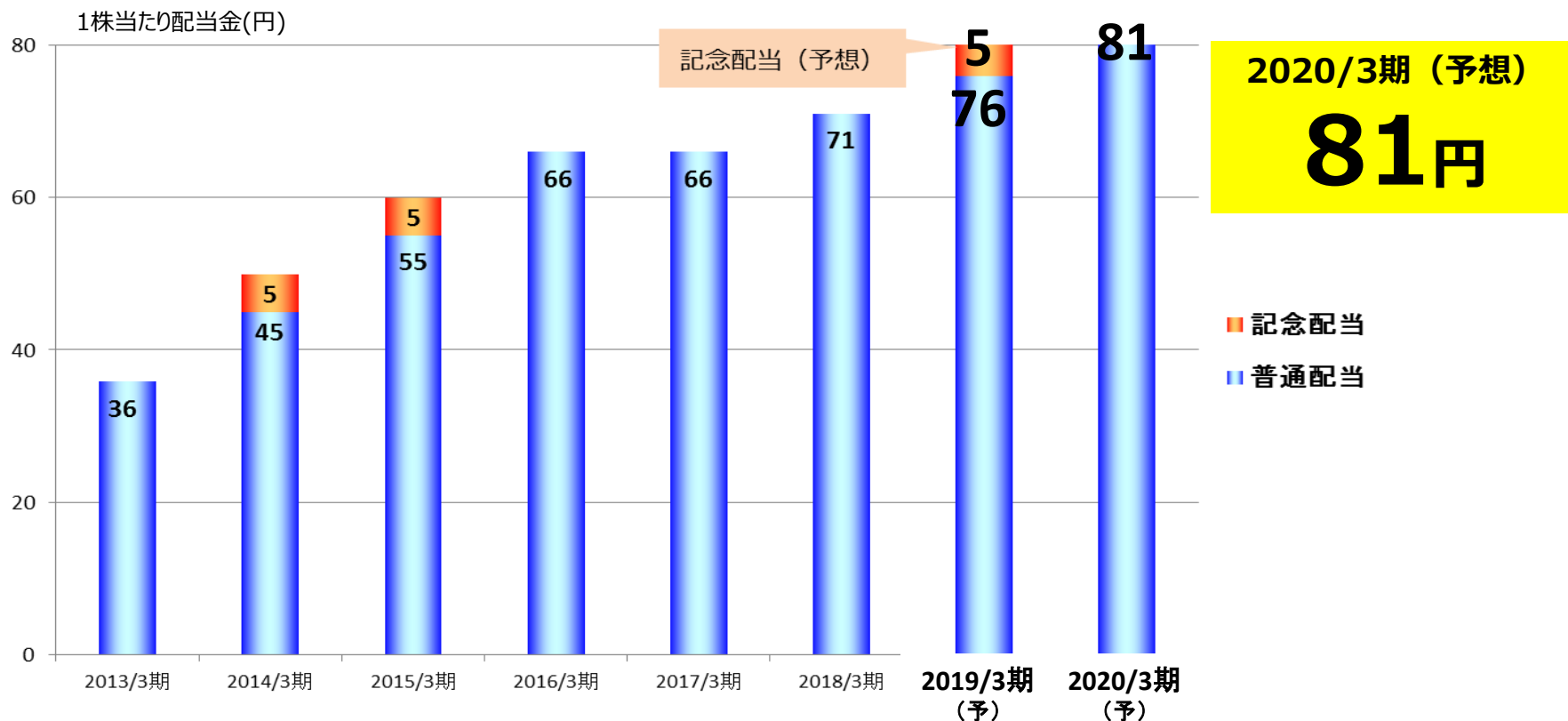
■ 営業利益の推移

(百万円)



当社の利益還元に関する基本方針

業績に大きな変動がない限り、
原則として、前期の一株あたりの配当金額と同水準の
安定的な配当を実施



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 広報・IR室
相原・大熊

TEL : 03-5275-5835

2019年3月期 決算説明会 資料

連結キャッシュ・フロー計算書



現金及び現金同等物の期末残高は151億円
期首残高から6億円増加

(百万円)	2018年3月期 通期	2019年3月期 通期
現金及び現金同等物の 期首残高	16,207	14,488
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,753	6,689
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 1,617	▲ 3,388
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 5,869	▲ 2,490
現金及び現金同等物に係る 換算差額	14	▲ 140
現金及び現金同等物の 期末残高	14,488	15,157

営業CF

税金等調整前純利益	6,044
減価償却費	3,915
売上債権の減少	2,034
たな卸資産の増加	▲2,551
法人税等の支払	▲2,661

投資CF

有形固定資産の取得	▲3,917
有形固定資産の売却	1,805
投資有価証券の取得	▲1,835

財務CF

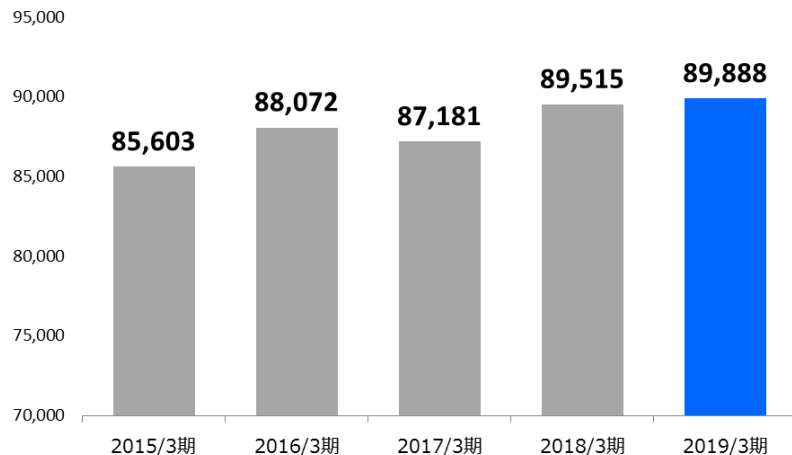
短期借入金の純増額	711
長期借入金の返済	▲2,206
配当金の支払	▲1,251

通期業績推移（2015年3月期～2019年3月期）



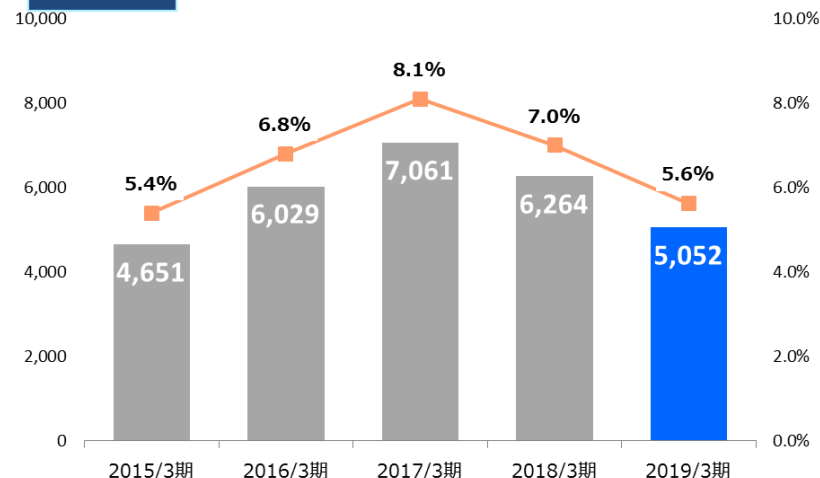
売上高

(百万円)



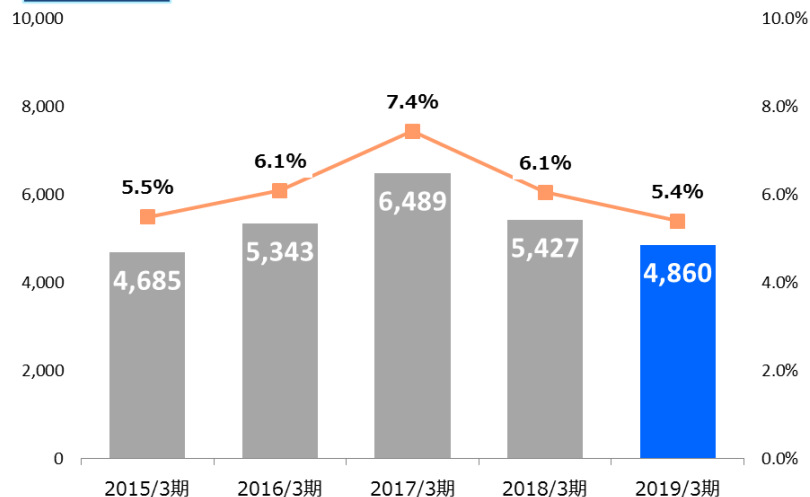
営業利益

(百万円)



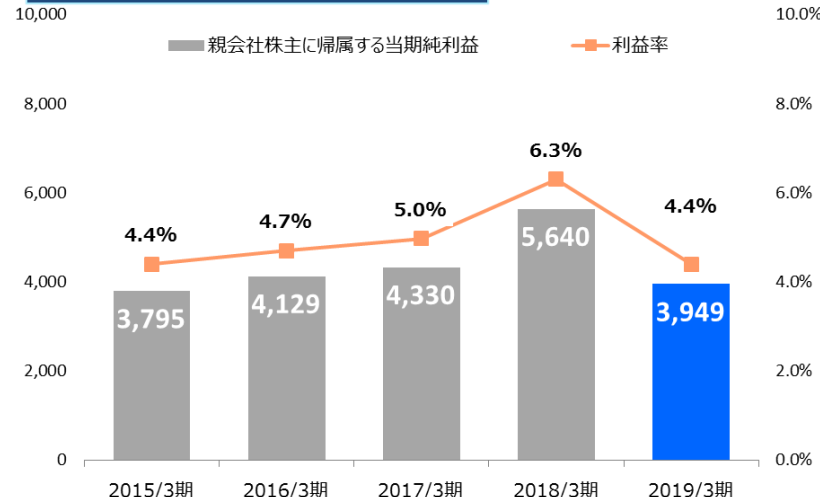
経常利益

(百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益

(百万円)



中期経営計画のセグメント別売上高・営業利益



(百万円)		2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期	
		実績	%	予想	%	計画	%
国内食品事業	売上高	58,597		60,000		63,000	
	営業利益	5,768	9.8%	5,500	9.2%	6,450	10.2%
	家庭用食品	売上高	13,938	14,500		16,500	
	業務用食品	売上高	21,733	22,500		23,000	
	加工食品用原料等	売上高	22,925	23,000		23,500	
国内化成品 その他事業	売上高	6,686		6,800		7,000	
	営業利益	732	11.0%	700	10.3%	600	8.6%
海外事業	売上高	26,113		28,500		28,500	
	営業利益	▲ 1,061	-	1,100	3.9%	1,500	5.3%
	改良剤事業	売上高	15,541	16,200		17,700	
	食品事業	売上高	10,571	12,300		10,800	
調整額 (セグメント間消去)	売上高	▲ 1,508		▲ 1,300		▲ 1,500	
	営業利益	▲ 386		▲ 500		▲ 550	
合計	売上高	89,888		94,000		97,000	
	営業利益	5,052	5.6%	6,800	7.2%	8,000	8.2%