



理研ビタミン株式会社



会社説明会

2006年6月7日

目次



< 当社の概要 >		< 中期経営計画 >	
創業にいたる歴史.....	2	経営の3つの基本方針.....	25
創業時の事業「天然ビタミンA」.....	3	経営の基本戦略.....	26
特長を活かして多角化を推進.....	4	キーコンセプト.....	27
水産資源と技術の展開図.....	5	海藻事業の強みと事業展開.....	28
4つのコア事業.....	6	海藻事業の生・販・開の展開.....	29
事業別売上構成.....	7	ドレッシング事業の強みと事業展開.....	30
コア事業1 海藻関連事業の主な製品.....	8	ドレッシング事業の生・販・開の展開.....	31
コア事業2 ドレッシング事業の主な製品.....	9	調味料・エキス事業の強みと事業展開.....	32
コア事業3 調味料・エキス事業の主な製品.....	10	調味料・エキス事業の生・販・開の展開.....	33
コア事業4 改良剤.....	11	改良剤事業の強みと事業展開.....	34
コア事業に準ずる事業 ビタミンE.....	14	国内改良剤事業の展開.....	35
コア事業を支える強み.....	15	海外改良剤事業の展開.....	36
天然物の有効利用と原材料調達力.....	16	中期経営計画の数値目標.....	37
キーテクノロジー.....	17	セグメント別売上・利益目標.....	38
研究開発力.....	18	セグメント別売上計画.....	39
顧客と一体となった提案型商品開発.....	19	セグメントと事業の関係.....	40
川上から川下まで幅広い顧客層.....	20	新製品開発計画.....	41
高い市場占有率.....	21	設備投資計画.....	42
グローバル経営体制.....	22	CSR経営の推進.....	43
高い利益率・安定成長.....	23	株主還元の方針.....	44

創業にいたる歴史



◆ 財団法人理化学研究所 鈴木梅太郎研究室

- 日本人の栄養、特にビタミンについての研究
- 研究の成果から数多くの商品化
- ビタミンA、ビタミンD・・・その他多数



旧理化学研究所

◆ 理研栄養薬品株式会社

- 理化学研究所の医薬品製造部門を引き継ぎ設立(1938年)
- 好調な業績で理化学研究所に貢献
- 財閥解体、ペニシリン製造の過当競争、経済不況などにより倒産

◆ 理研ビタミン油株式会社(1980年、理研ビタミンへ社名変更)

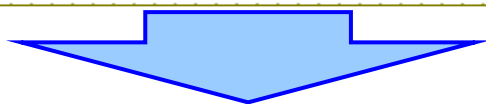
- 1949年8月設立
- 理研栄養薬品の事業から「ビタミンA」を選択、設備等を引き継ぎ創業

(ご参考) 創業時の事業「天然ビタミンA」



◆天然ビタミンAの製造を選択

- 国内需要は激減したが、米国の需要が膨大
- 肝油の原料の魚の内臓はただに近い安価
- 肝油製造の技術・ノウハウを多く保有
- 肝油販売の知識, 判断力に自信



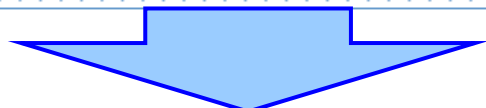
◆全国の漁港で魚の内臓を買い付け(自社搾油)

- 原料は天然資源
- 内臓を集め、搾油、精製・調整・製品化



◆搾油から買油へ

- 全国の「ハマ」に搾油方法を教える
- 搾油された粗肝油を買い付け、精製・調整・製品化
- ビタミンAの生産量の増大
- 得た資金で「技術開発」「設備投資」



◆天然ビタミン油一貫生産体制の完成

天然ビタミンAの製造を
行う中で培われた
当社の特長

天然物の有効利用

水産資源の調達ルート

研究開発に力点

抽出・精製・濃縮技術
分子蒸留技術

特長を活かして多角化を推進

合成ビタミンAの出現(1953年:ホフマン・ラ・ロシュ株式会社)
 → 天然ビタミンAの寿命は5年~10年と考えた
 → 転業のための多角化の検討

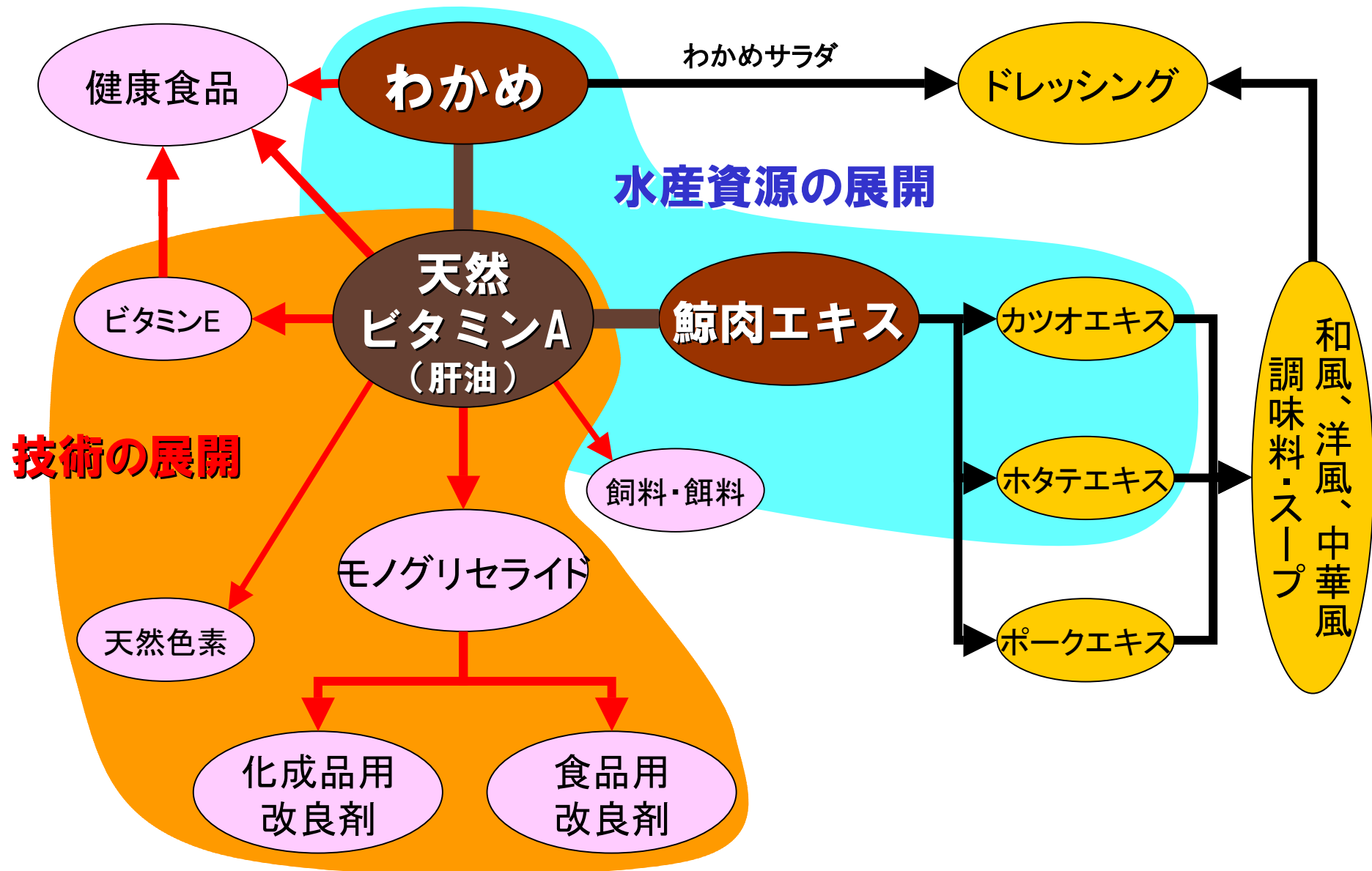
多角化に活かされた 当社の特長

- 抽出・精製・濃縮技術
分子蒸留技術
- 天然物の有効利用
- 水産資源の調達ルート
- 研究開発力
- 処方技術

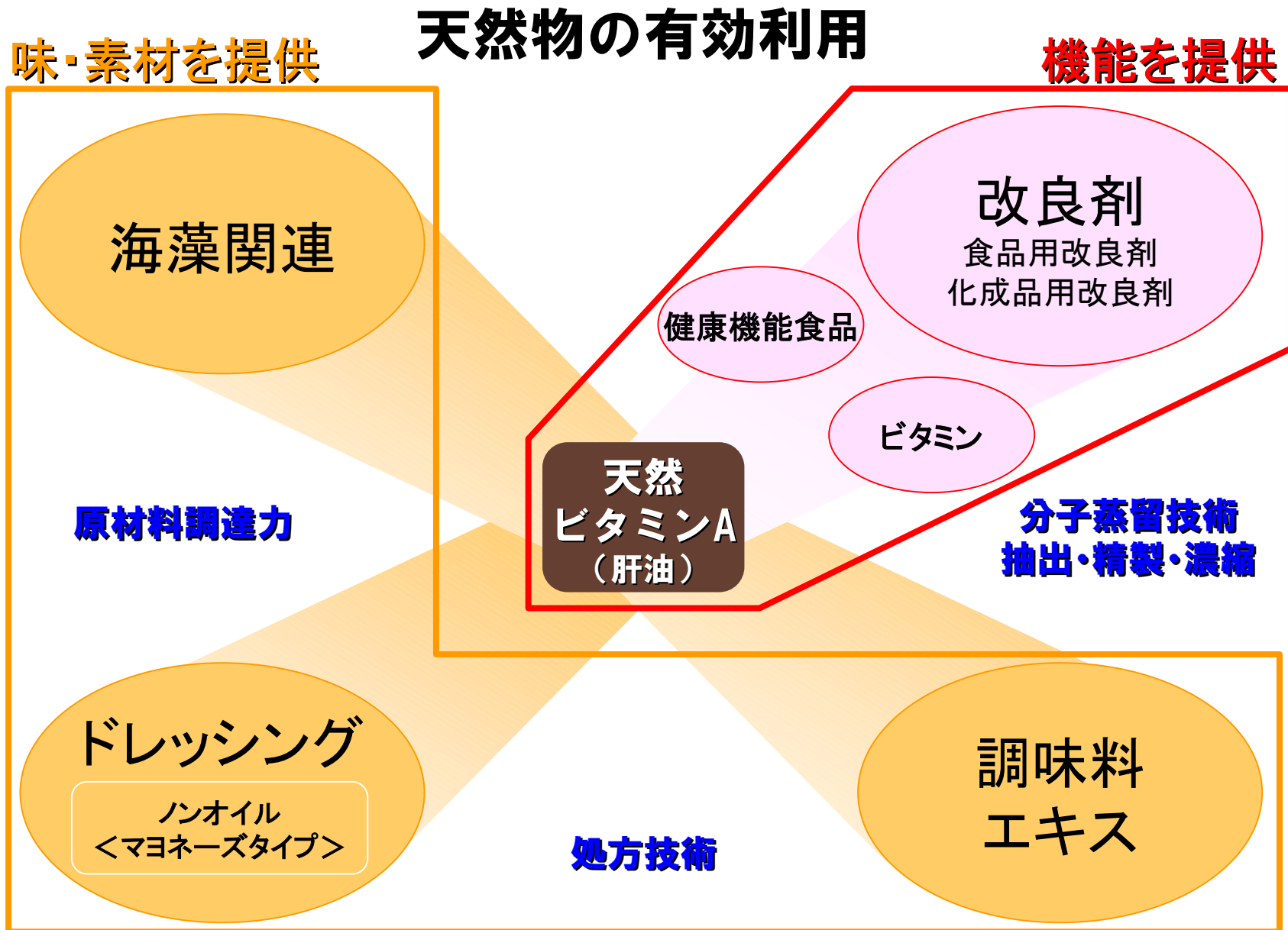
多角化事業の始まりと内容

- 改良剤**
 - ◆ 蒸留モノグリセライドの製造
 - 食品用及び化成品用改良剤の製造・販売
- 調味料エキス**
 - ◆ 鯨肉エキスの研究、用途開発
 - インスタントラーメン用スープの製造・販売
 - 和風だしの素の製造・販売
- 海藻関連**
 - ◆ わかめのナショナルブランド化
 - わかめスープ、海草サラダのラインアップ
- ドレッシング**
 - ◆ ドレッシング市場への参入
 - ドレッシング付海草サラダの発売
→ ドレッシング単体での商品化へ
 - 特徴:ノンオイル

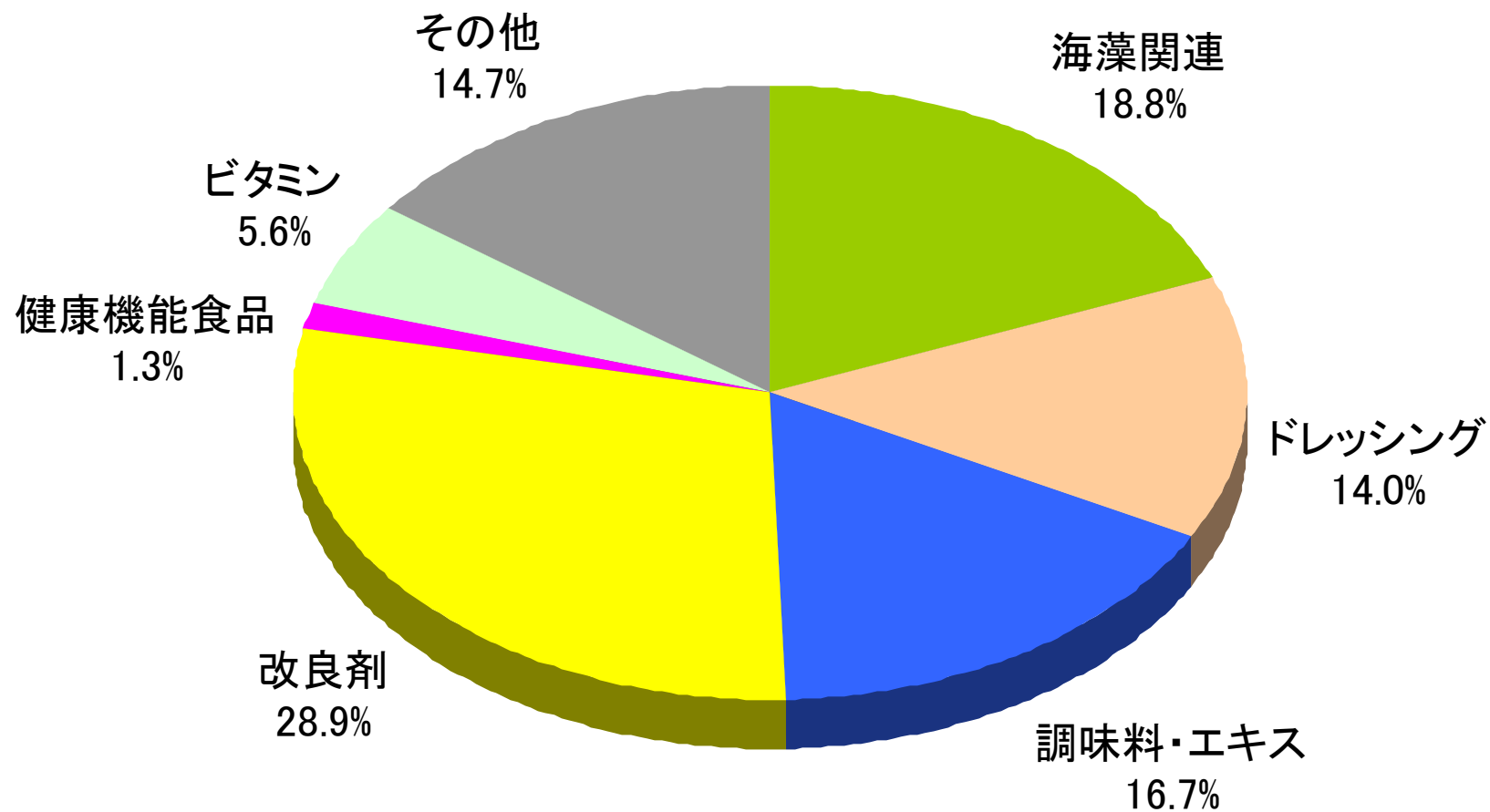
(ご参考) 水産資源と技術の展開図



4つのコア事業



事業別売上構成



2006年3月期
売上高構成(連結)

コア事業【1】 海藻関連事業の主な製品



● 家庭用食品



わかめスープ店頭陳列例



● 業務用食品



わかめサラダ

● 加工用食品

- インスタントわかめラーメンの「わかめ」
- わかめご飯のものの「わかめ」
- CVSの海藻サラダの「海藻」
- わかめスナックの「茎わかめ」 等々

● 特定保健用食品

「わかめペプチドゼリー(りんご風味)」
 — 血圧が高めの方に「わかめペプチド」の働き —



コア事業【2】 ドレッシング事業の主な製品

● 家庭用食品



「マヨネーズタイプ」

ドレッシング店頭陳列例



● 業務用食品



● 加工用食品



野菜サラダ



小袋ドレッシング

コア事業【3】 調味料・エキス事業の主な製品



● 家庭用食品



和風だしの素店頭陳列例

● 業務用食品



● 加工用食品

- だし入り味噌の「かつおだし」
- インスタントラーメンの「別添スープ」
- スナック菓子の「味付け調味料」
- 弁当・惣菜の「別添スープやたれ」
- 冷凍調理済み食品の「味付け調味料」
- その他多くの加工用食品

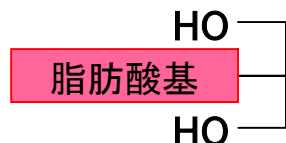
コア事業【4】 改良剤－① 改良剤とは



- ◆ 分かりやすく言えば「乳化剤」だが、改良剤は乳化機能の他に多様な機能を持つ
 - 乳化剤とは油と水を乳化する性質を持つ物質で、界面活性剤と同義語にも使われる
- ◆ 脂肪酸基の分子数により、モノグリセライド、ジグリセライド、トリグリセライドに分けられる
- ◆ 主な原料は「パーム油」と「グリセリン」
グリセリンはヤシの実等から搾油した油脂を加水分解して製造する
- ◆ それぞれの分子式は以下のとおり

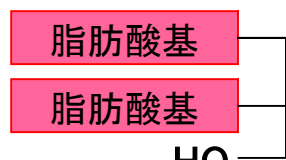
- モノグリセライド

➢ 「脂肪酸1分子」と「グリセリン1分子」からなる



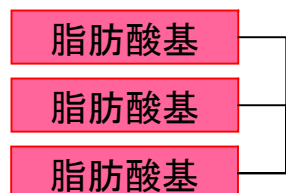
- ジグリセライド

➢ 「脂肪酸2分子」と「グリセリン1分子」からなる



- トリグリセライド

➢ 「脂肪酸3分子」と「グリセリン1分子」からなる



➢ 「油脂」はこの構造

- ◆ 各機能を「HLB値で」表す

- 親水基と親油基のバランスにより、用途、機能が異なる

比率		HLB値	改良剤 3タイプ
親水基	親油基		
0	100	0	モノグリセライドのHLB値は3～4 それより小さい値がジグリセライド さらに小さい数値がトリグリセライド
10	90	2	
...	...		
90	10	18	
100	0	20	

用語説明

- HLB値

- Hydrophile - Lipophile Balance の頭文字
- 界面活性剤の、水と油への親和性を表す値

コア事業【4】 改良剤② 食品用改良剤



● 食品用改良剤の機能と使用製品例

老化防止

グルテンの改質



乳化

水と油を混ぜる



分散

粉末を液体中に分散させる



起泡

空気や水を油の中に取り込む



消泡

消えにくい泡を消す



可溶

溶けないはずのものを溶かす



湿潤

表面をぬれやすくする



粘着防止

ほぐす



離型

油質を改質して離れやすくする



コア事業【4】 改良剤－③ 化成品用改良剤



● 添加「機能効果」と「対象原料」

プラスチック		ポリ塩化ビニール (PVC)		ポリオレフィン (PE PP)	その他樹脂 (PS エンプラ)
		軟質	硬質		
機能効果					
可塑剤		○			○
滑剤		○	○	○	
防曇剤	食品ラップ	○	○	○	
	農業ビニル	○		○	
帯電防止剤		○	○	○	○
離型剤				○	○

● 機能と使用製品例

可塑剤

柔軟性を増加

滑剤

摩擦を減少させる

雨樋、下水管など



食品ラップフィルム

防曇剤又は流滴剤

水蒸気等で曇ることや水滴がつくのを防ぐ



農業用ラップフィルム

帯電防止剤

樹脂の静電気発生防止

電器関係

コア事業【4】 改良剤－④ 天然色素



- 色素の機能が活かされている製品

黄色

中華麺、漬物、菓子、
栗きんとんなど



中華麺

赤色

冷菓、菓子、ねり餡、
漬物など



餡

青色

菓子、飲料、ゼリーなど



コア事業に準ずる事業 - ビタミンE

- ビタミンEの機能が活かされている製品

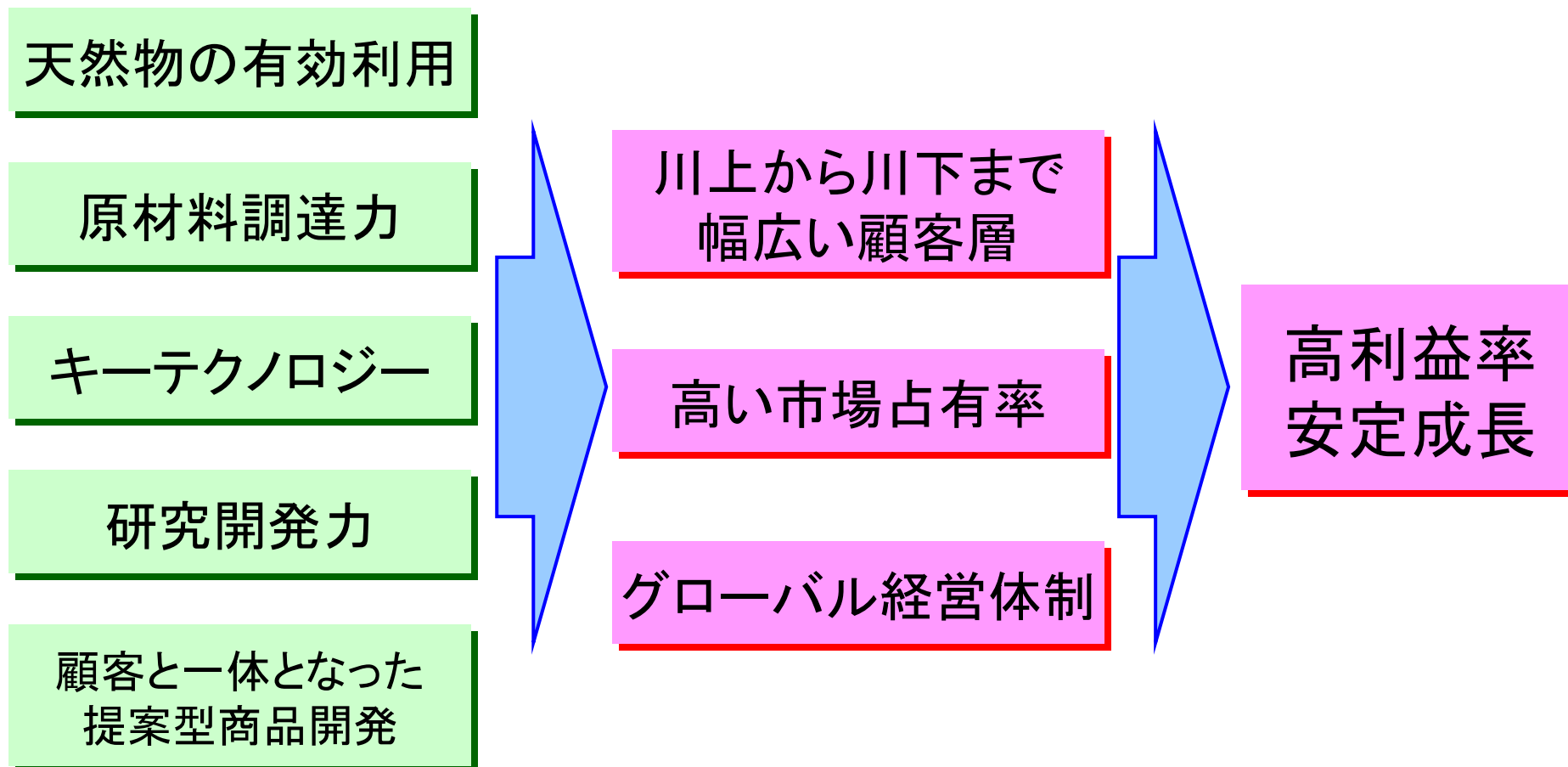
医薬品用

末梢血行障害や更年期障害に伴う
諸症状の改善

食品用

健康機能食品と酸化防止剤として
広く使用

コア事業を支える強み



(ご参考) 天然物の有効利用と原材料調達力



(西暦)

'49年

'59年

'64年 '65年

'76年

水産物の内臓→ビタミンA

エキス(鯨、カツオ、ホタテ、他)→ラーメンスープ、...

●理研スープストック(63年)

●ノンオイルドレッシング(89年)

●無添加だし<素材力>(00年)

ポークエキス(アメリカ)

●ポークエキス(04年)

わかめ(国内、中国、韓国)

●わかめちゃん(65年)

●ふえるわかめちゃん(76年)

●わかめ

●花ざいく(75年)

●わかめスープ(81年)

ペプシセラー(05年)

パーム油(マレーシア) → 改良剤

●高純度モノグリセライド

●静菌剤(92年)

●ジグリセリンエステル(97年)

●生分解性プラスチック添加剤(04年)

大豆スカム(台湾・インド・北米・南米) → ビタミンE

くちなしの実(台湾・中国)

パプリカ・赤キャベツ(中国)

モナスカス(ベニコウジ)

} 天然色素

(ご参考) キーテクノロジー



◆ 抽出・精製・濃縮

◆ 分子蒸留

◆ 製剤化技術

◆ 包装(製品化)技術

◆ 処方技術



ビタミンE製造設備



大阪工場蒸留設備



ビーズ



ドレッシング充填ライン



ふえるわかめ製造ライン

(ご参考) 研究開発力

- ◆ 幅広い領域で独創的な研究開発
 - 食材や加工食品用素材の研究開発
 - 調味料・エキスなど中間製品の研究開発
 - ドレッシングなど家庭用製品の研究開発
- ◆ 高い研究開発費比率
 - 前期: 3.94% (食料品業界第3位)
 - 食料品業界平均=0.95%を大きく上回る
(食料品業界156社: 会社四季報春号ベース)
- ◆ 研究開発体制



部署	研究開発テーマ
食品開発部	家庭用、外食産業用などの海藻、調味料商品の開発
食品素材開発部	農・水・畜産物原料のエキス類、及びその配合調味料を開発
食品改良剤開発部	各種乳化剤、改良剤製剤、天然ビタミンEや天然色素の高付加価値製剤の開発
化成品改良剤開発部	プラスチック用、ゴム、化粧品、繊維、潤滑油、塗料などの添加剤の開発
ヘルスケア部 企画開発グループ	特保食品を初め、健康で豊かな食生活に貢献できる商品の開発

(ご参考) 顧客と一体となった提案型商品開発



◆アプリケーションセンター

- 主要な加工食品分野の最新設備を完備
- 専門知識、幅広い応用技術を持つスタッフ
- 実際の製造ラインに近い環境で食品の試作



顧客と一体となったソリューション活動



◆所在地 ●草加 ●マレーシア ●天津

◆プレゼンテーションセンター

- 家庭用・業務用商品関連の情報受発信基地
- 幅広く商品のプレゼンテーションの実施
- 試食会などを通じ、顧客とのコミュニケーション



顧客に食の新しいスタイルを提案



◆所在地 ●四ツ谷

(ご参考) 川上から川下まで幅広い顧客層



食品事業(加工食品用原料)

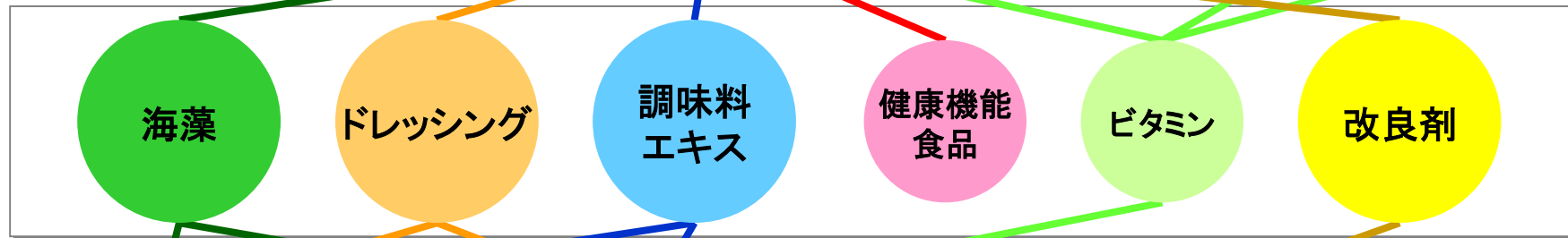
食品事業(食品用改良剤)

ビタミン・その他事業

CVS 弁当・惣菜 スーパー 惣菜	製パン	和・洋菓子	乳業	即席麺	惣菜
	生麺	飲料	漬物	味噌	蓄肉
	豆腐	製粉	冷食	原料	水産練製品
	製菓	油脂	水産	スナック菓子	その他

健康食品

医薬品



スーパー
CVS
一般消費者

ファミリー
レストラン
ファースト
フード
飲食店
集団給食
居酒屋・喫茶店

プラスチック
化粧品
機械(潤滑油)
洗剤
インキ・塗料
ゴム
繊維
その他

食品事業(家庭用食品)

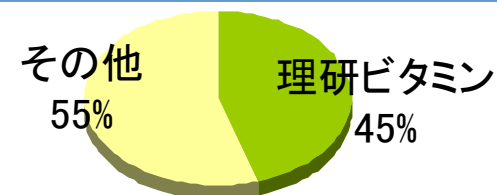
食品事業(業務用食品)

化成品事業(工業用改良剤)

(ご参考) 高い市場占有率



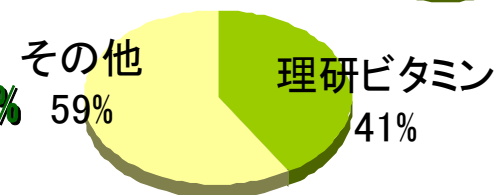
◆ カットわかめシェア(家庭用):45%



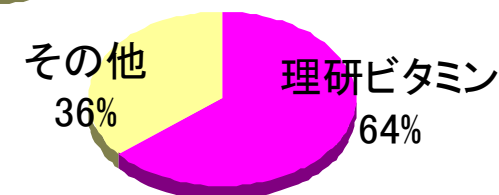
◆ わかめスープシェア(家庭用):76%



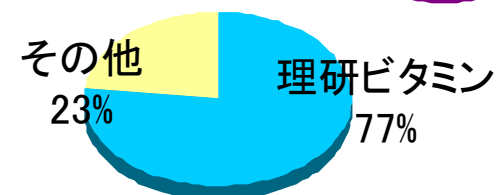
◆ カットわかめ(花ざいく等)シェア(業務用):41%



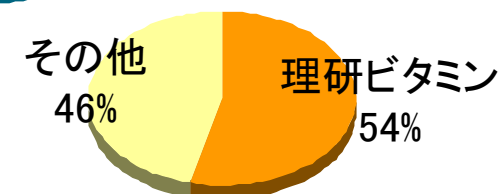
◆ ノンオイルドレッシングシェア(家庭用):64%



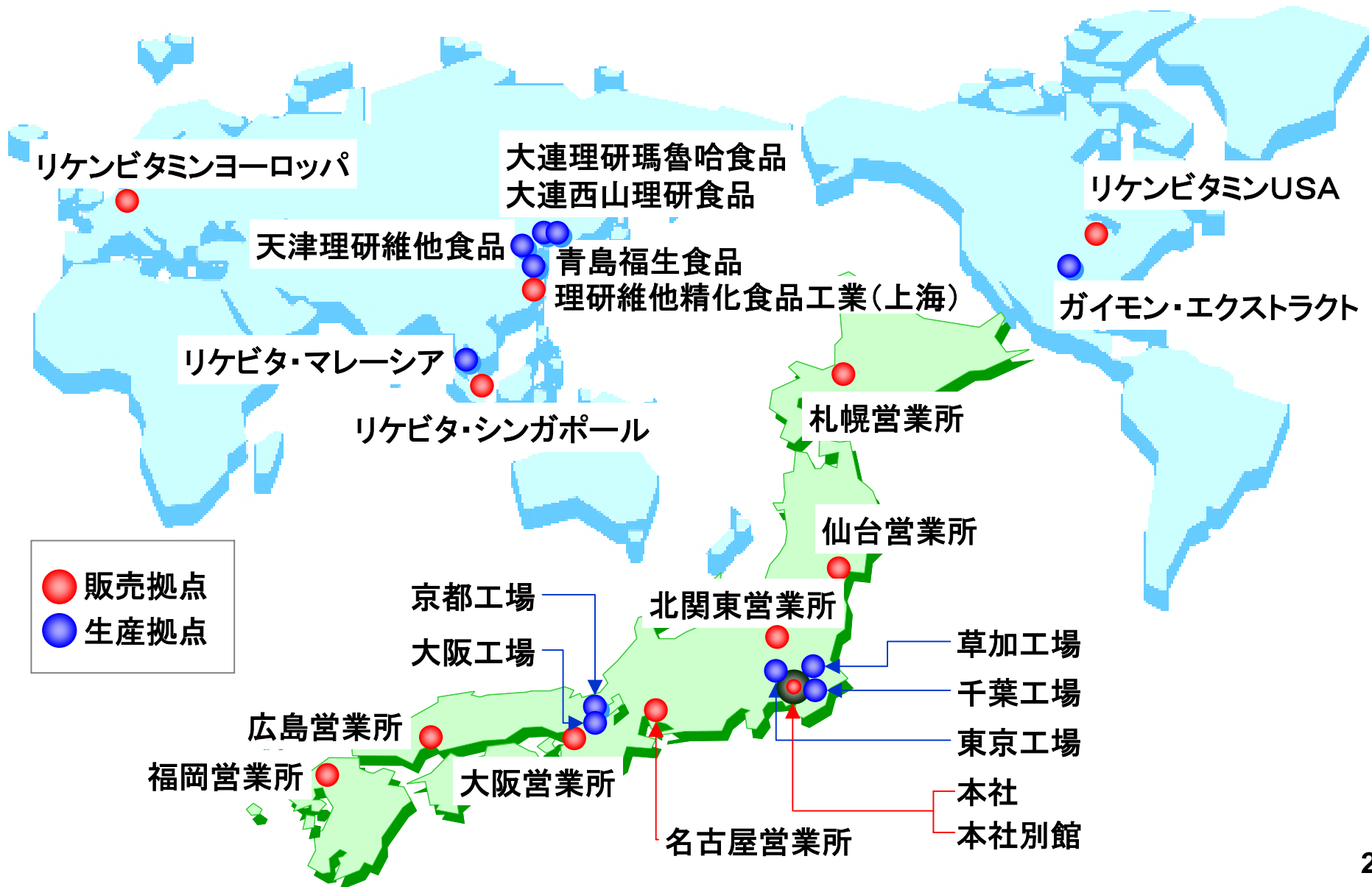
◆ 乳化剤(蒸留モノグリセライド)シェア:77%



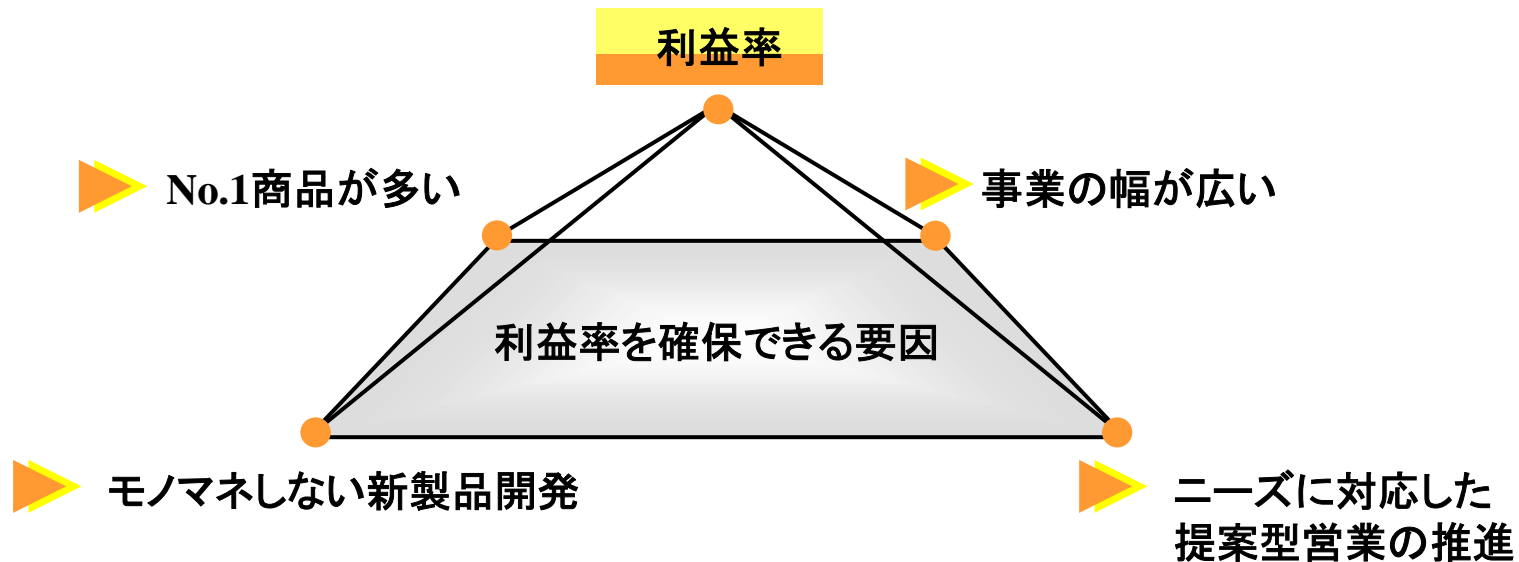
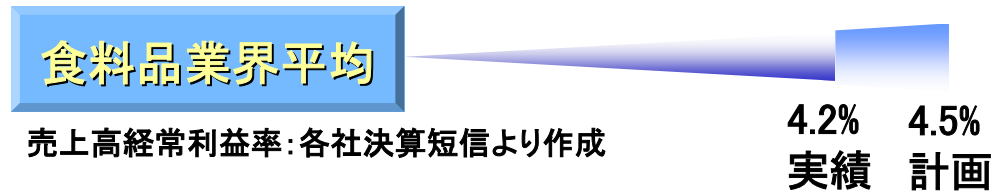
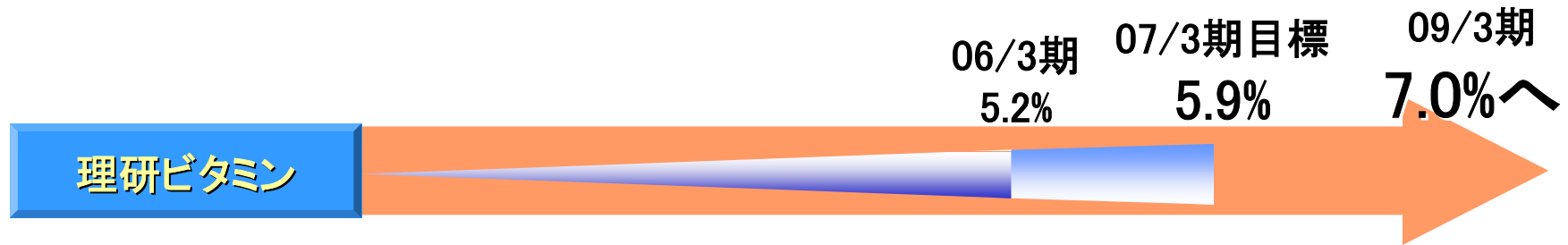
◆ ビタミンEシェア:54%



(ご参考) グローバル経営体制

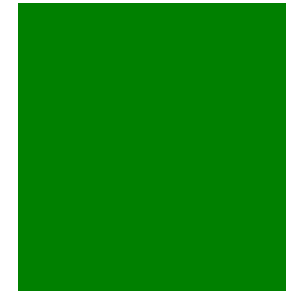


(ご参考) 高い利益率・安定成長





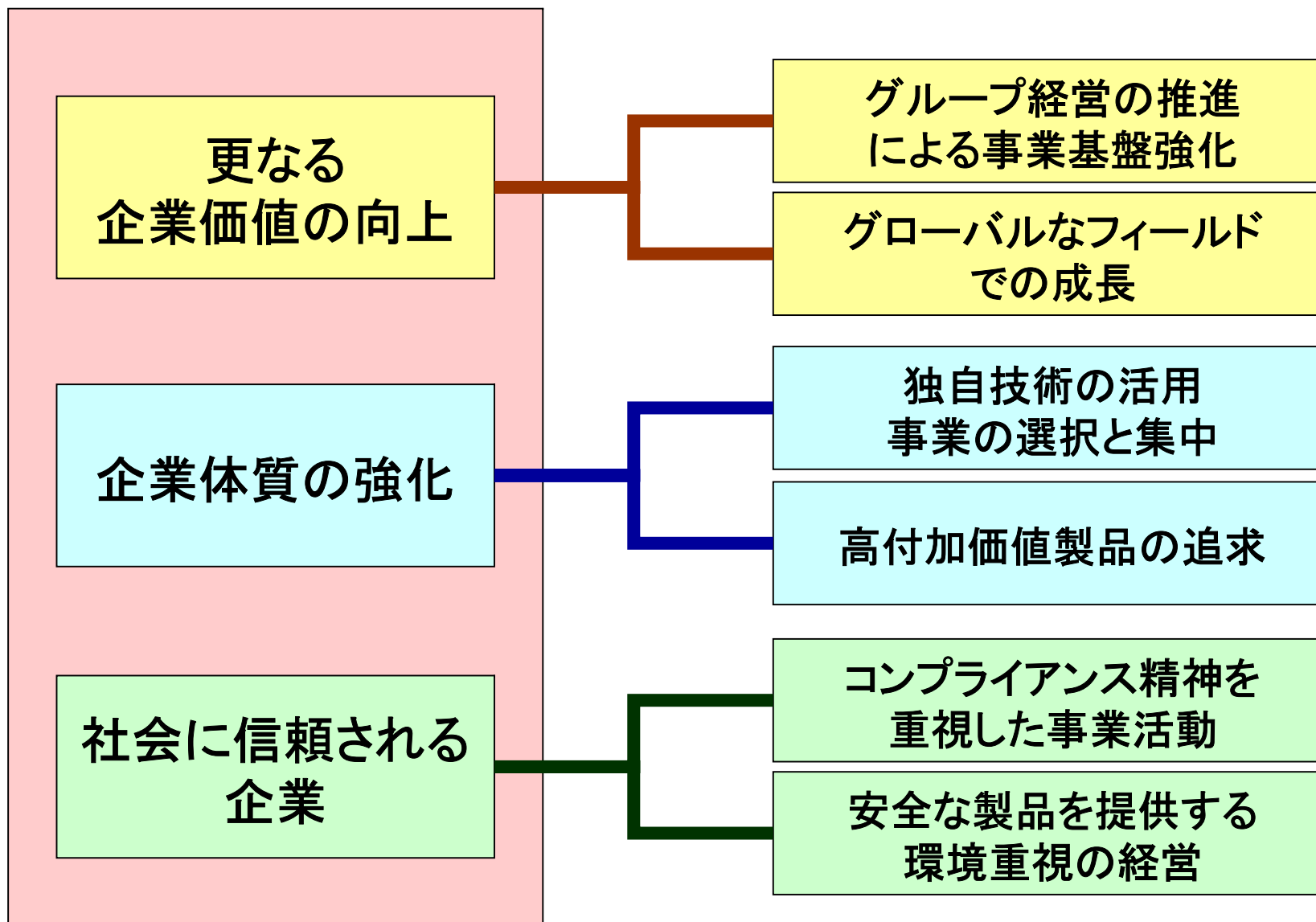
理研ビタミン株式会社



中期経営計画

2006年4月 から 2009年3月

経営の3つの基本方針



- ◆ 事業基盤の更なる強化
 - コア事業の強化と市場リーダーの地位確保
 - コア事業における連結グループ戦略の構築
 - 成長分野での事業拡大
 - 得意技術を活かした将来性のある素材開発、新事業開発の推進
 - 効率的経営の推進により、収益性の向上を目指す
 - 事業の選択と集中の推進を図る
- ◆ 新生産技術・新市場・新製品開発力の強化
 - 成長カテゴリーを見極め、新価値創造に繋がる高付加価値製品の開発を目指した経営資源の集中投入
- ◆ 品質と環境重視の経営
 - 品質第一主義の思想に基づく、安全の確保に向けた体制整備と、環境志向の事業運営の着実な推進
- ◆ 海外事業の強化・推進
 - 連結業績に貢献するグループシナジーの追求による事業基盤の強化
- ◆ 経営管理体制の強化
 - 良き企業市民としてCSR経営の一層の推進

キーコンセプト

事業環境認識

競争激化、低価格化

ライフスタイルの変化

グローバル化

健康志向

人口減、少子高齢化

困難な「量」の拡大
(国内市場、外食・内食とも)

CSR

安全・安心志向

重点施策

トレーサビリティの徹底

コストダウンの徹底

健康志向の商品開発

天然物の有効利用へのこだわり

海外企業との提携

海外原料の開拓

生産性の向上

SRI

国内マーケットの拡大
(差別化された新製品開発)

海外戦略の展開

- ・マレーシア、天津 改良剤
- ・ガイモン ポークエキス
- ・大連 わかめ
- ・青島福生の活用

企業価値の向上

海藻事業の強みと事業展開



生食回帰への対応
商品ラインナップの拡充

生食わかめ、めかぶの販売拡大

わかめスープ

ふえるわかめちゃん

} シェアアップ

海藻関連
商材の開発

ブランド力の
更なる向上

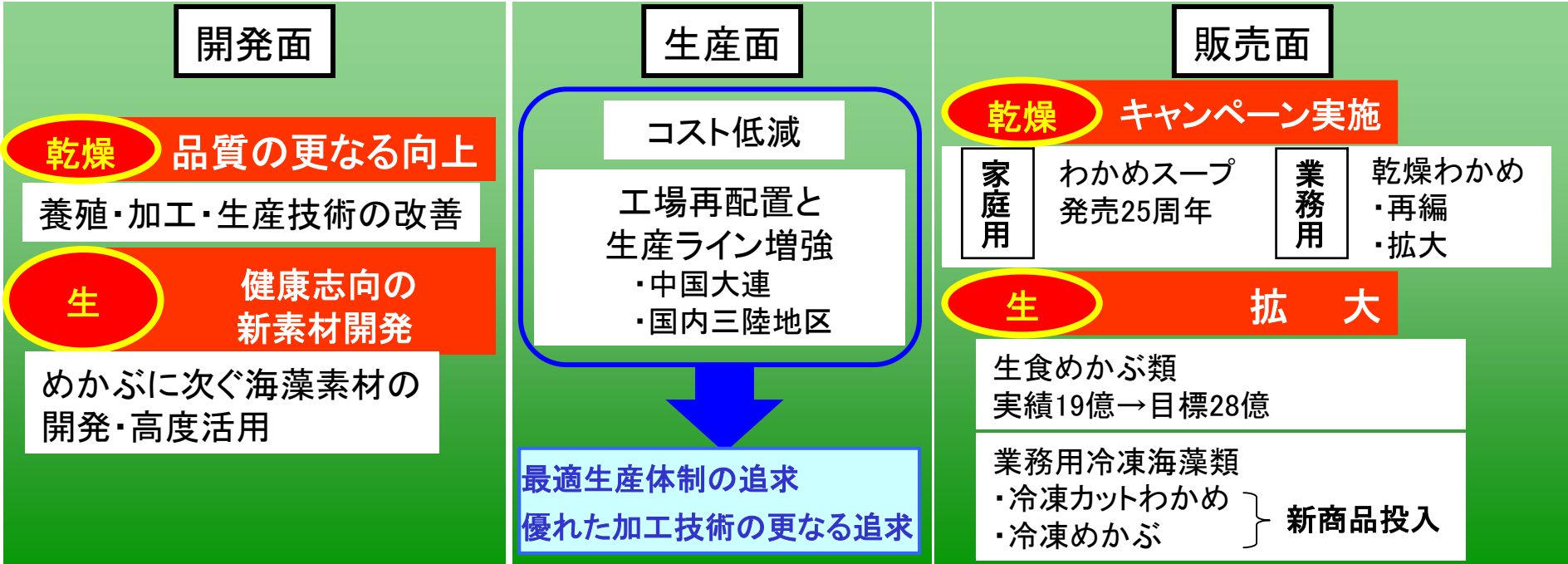
海藻事業の強み

- ◆ No.1ブランド
- ◆ 原材料調達力
- ◆ 産地に近い生産拠点
(中国大連、三陸)
- ◆ 優れた加工技術

生産体制
強化

- 大連工場にカットわかめ精選・小分け一貫ラインの増強
- 生食用海藻工場の計画
- 高度な異物除去・殺菌の生産技術

(ご参考) 海藻事業の生・販・開の展開



海藻事業の売上目標

06/3期 147億円 → 09/3期160億円

ドレッシング事業の強みと事業展開



ノンオイル「マヨネーズタイプ」の拡販
セレクトティブブランドの品揃え

ノンオイルブランドの構築・強化
⇒ ドレッシング市場シェア15%を目指す
セレクトティブブランドの強化

新製品・
新規事業開発

ブランド力の
更なる向上

ドレッシング事業の強み

- ◆ No.1ブランド:
ノンオイルドレッシング
トップシェア
- ◆ 新製品開発力
- ◆ 処方技術



生産体制
強化

コストダウンによる価格対応力強化

(ご参考) ドレッシング事業の生・販・開の展開



	家庭用			業務用
課題	スーパードレッシング・レギュラー品「青じそ」 ・成熟期経過(他社からの攻勢⇒価格競争激化)			新規商品カテゴリ確立
戦略	レギュラー品 ・再活性化	セレクトシリーズ ・強力アイテム投入	「ノンオイル」(マヨネーズタイプ)投入⇒新市場創設	アイテムのフルライン化 ・トータルサラダ提案、推進



開発面	生産面	販売面	
		家庭用	業務用
<ul style="list-style-type: none"> ・確実な市場導入 ⇒ノンオイルブランド構築強化 ・「ノンオイル」(マヨネーズタイプ) ⇒業務用・加工用食品原料としての商品化推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・原材料、副資材、生産ライン見直し(設備投資は完了) <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">コスト低減 ボトル軽量化など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・レギュラーシリーズ磐石化 ・セレクトシリーズ確立 ・こく仕立てシリーズ底上げ ・「発売20周年企画」実施 ・「ノンオイル」(マヨネーズタイプ)導入 ⇒ブランド戦略・TVCM主要都市展開 ・家庭用ドレッシング ⇒09/3期市場シェア15%を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ・ノンオイルドレッシング新商品投入 ・マヨネーズタイプを含むトータルでの事業拡大



ドレッシング事業売上目標
06/3期111億円 → 09/3期160億円

調味料・エキス事業の強みと事業展開

ポークエキス活用
→ CVS、外食分野へ
ユーザー別用途別商品開発

「素材力」ブランド確立
「だしの素」の再構築
PB政策の推進

新製品開発
新分野開発

調味料・エキス
事業の強み

- ◆ 原材料調達力
- ◆ 新製品開発力
- ◆ 「無添加」シリーズ

販売力の
更なる向上

生産体制
強化

米国ガイモン・エクストラクト社
→ ポークエキス生産開始

・中間加工品の
外販強化

- 多頻度少量生産への対応
- 非効率品の整理
- 品質保証体制の充実

(ご参考) 調味料・エキス事業の生・販・開の展開



	素材力(無添加だし)の伸長とブランド確立	調味料類のフルライン化の実現	ポークエキス事業の構築	水産エキス類の加工食品分野での拡大
開発面	<p>家庭用「素材力」ブランドの育成・拡大・競争力強化 ⇒既存商品のリニューアル ⇒「かつお・昆布」高級タイプの開発</p>	<p>業務用調味料の底上げと活性化 ⇒「液体だし」「だしパック」等の新商品投入</p>	<p>ガイモン・エクストラクト社のエキス・オイルを活用した商品開発 ・ナショナルブランド ・CVS、外食分野 ・加工用食品分野 生産能力 ・エキス 1,500t ・オイル 600t ・更なる投資も検討</p>	<p>加工食品分野での拡大に対応した商品開発 ・昆布エキス ・かつお香味エキス ・かにエキス</p>
生産面	<p>包装を含む各製造工程での改良・改善の継続によるコストダウンの追求</p>			
	<p>ガイモン・エクストラクト社でのポークエキス、ポークオイル本格生産の早期実現</p>			
販売面	<p>家庭用「素材力」(無添加だし)拡販への取組み ・食育キャンペーンの展開 ・「母子研究会」とのタイアップ継続 ・06/3期12億円 ⇒09/3期21億円 ⇒30億円を目指す</p>	<p>業務用だしの素事業の再構築 ・素材カシリーズの売上拡大キャンペーン実施 ・液体だしシリーズ新商品投入 ・だしパック新商品投入 ・プライベートブランドだしの拡販</p>	<p>業務用調味料新カテゴリーの育成 ⇒中華風スープ・調味料 加工用食品 エキス調味料メーカーとしての地位確立 ⇒即席麺業界、たれつゆ業界への拡販 中間加工品の外販強化</p>	<p>加工用食品 新かつお香味、昆布エキスの拡販</p>

調味料・エキス事業の売上目標

06/3期132億円 → 09/3期160億円

改良剤事業の強みと事業展開



ユーザーニーズに対応した新製品開発
新用途開発(業界別戦略)
新素材開発

海外での拡大戦略の推進

新商材の開発

アプリケーションセンターと開発との
連携で、提案営業の徹底

グローバル
展開

改良剤事業の強み

- ◆ 顧客ニーズに対応したニッチ・トップ製品群
- ◆ 新製品開発力
- ◆ きめ細かな提案力
- ◆ アプリケーションセンターのグローバル展開

09/3期目標
265億円

売上高

生産体制
強化

06/3期225億円

高付加価値乳化剤の生産能力拡大
マレーシア工場の第3期設備投資
天津工場の改良剤設備の増強

(ご参考) 国内改良剤事業の展開



食品改良剤					化粧品
乳化剤事業の拡大					キーマテリアルの展開 ⇒トリグリセリンエステル用途展開 ⇒マスターバッチ事業拡大 ⇒植物(生分解)樹脂開発製品拡売
キーマテリアル :トリグリセリンエステル・ジグリセリンエステル ⇒ターゲットは飲料業界 ⇒「トリグリ」+「トリグリ製剤併用乳化剤」=合計09/3期4億円目標 ⇒他分野への拡大展開					
ユーザーニーズに対応した新製品開発と新用途開発					
製菓製パン	豆腐	畜肉	麺	色素	
・パン用加工油脂、ケーキ用起泡剤の拡販 ・ガム業界へコーティング品市場導入	・新規消泡剤・凝固剤の開発と市場導入	・新規肉質改良剤の開発と市場導入	・新規麺用改良剤の開発と市場導入	・Chr.Hansen社との取り組みによる新素材、新技術の導入と拡販	



国内改良剤事業の売上目標
 06/3期180億円 → 09/3期195億円

(ご参考) 海外改良剤事業の展開



◆ 改良剤事業の世界市場での拡大・定着

【欧州市場】

乳化剤、化成品市場での拡販
東欧、ロシア地区での
➢ 販売先の深掘り

【アメリカ市場】

乳化剤、化成品分野の拡販
新規市場(メキシコ、カナダ)の底上げ

【中国】

改良剤製剤工場建設(天津)
➢ シェア拡大のため積極的な設備投資
改良剤の販売拡大(上海)

【台湾】

台湾現地法人の立上げ
(台湾、韓国市場対応)

【マレーシア】

ハラル、コーシャーの認定工場
生産能力の増強
➢ 製剤品生産設備強化
➢ 高機能蒸留品ライン新設

シンガポール新アプリケーションセンターと
天津アプリケーションセンターの協働による
グローバルでの開発力強化

【シンガポール】

販売力の強化
➢ 製剤品、付加価値乳化剤の拡売
➢ 新興国、未開拓国への拡売
➢ アプリケーションセンターの設置
(マレーシアからの移転)

30,000t ⇒ 41,000t
設備投資22億円

海外改良剤事業
06/3期比155%
09/3期売上目標70億円

中期経営計画の数値目標



◆ 2006年3月期実績

売上高	790億円
営業利益	41億円
営業利益率	5.2%
経常利益	41億円
当期純利益	28億円
ROE	5.2%



◆ 2009年3月期目標

売上高	930億円
営業利益	70億円
営業利益率	7.5%
経常利益	65億円
当期純利益	40億円
ROE	6.0%

セグメント別売上・利益目標



単位: 百万円

	2006/3期実績	
	売上高	営業利益
食品事業	67,139	2,994
家庭用	19,324	/
業務用	11,458	
加工食品用原料	19,452	
食品用改良剤	16,904	
化成品事業	5,908	377
ビタミン・その他事業	5,963	763
ビタミン	4,447	/
電子精密部品他	1,516	
合計	79,011	4,135



2009/3期計画		
売上高	(増収率)	営業利益
78,650	17.1%	5,510
24,500	26.8%	/
12,550	9.5%	
22,600	16.2%	
19,000	12.4%	
7,500	26.9%	600
6,850	14.9%	890
5,050	13.6%	/
1,800	18.7%	
93,000	17.7%	7,000

うち海外売上高

欧米	7,046
欧州	3,506
北米・南米	3,540
アジア・その他	3,787
東南アジア・オセアニア	1,681
中国	877
台湾・韓国	1,228
合計	10,834



9,000	27.7%
4,410	25.8%
4,590	29.7%
5,500	45.3%
2,270	35.0%
1,550	76.7%
1,680	36.8%
14,500	33.8%

セグメント別売上計画



単位：百万円

	06/3実績	07/3予	08/3予	09/3予	06/3期比較
食品事業	67,139	69,350	73,650	78,650	117.1%
家庭用	19,324	20,500	22,000	24,500	126.8%
業務用	11,458	11,650	11,950	12,550	109.5%
加工食品用原料	19,452	19,800	21,500	22,600	116.2%
食品用改良剤	16,904	17,400	18,200	19,000	112.4%
化成品事業	5,908	6,400	6,900	7,500	126.9%
ビタミン・その他事業	5,963	6,250	6,450	6,850	114.9%
ビタミン	4,447	4,700	4,800	5,050	113.6%
電機精密部品他	1,516	1,550	1,650	1,800	118.7%
合計	79,011	82,000	87,000	93,000	117.7%

セグメントと事業の関係



セグメント \ 事業		海藻	ドレッシング	調味料・エキス	食品用改良剤	化成品	健康食品	ビタミン	その他
		食品事業	家庭用	○	○	○			
業務用	○		○	○					
加工食品原料	○		○	○			○	○	
食品用改良剤					○				
化成品事業						○			
その他事業 ・ビタミン	ビタミン							○	
	その他								○

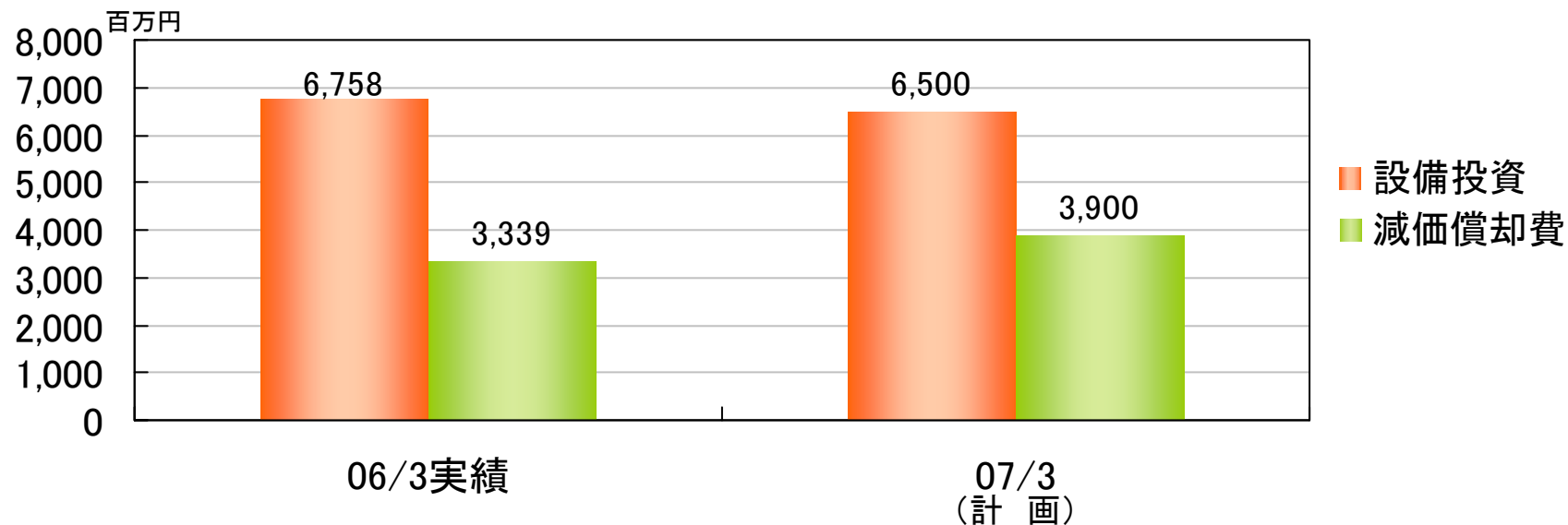
新製品開発計画



- ◆ 今中期計画の3年間に発売する新製品の
2009年3月期売上目標 110億円

セグメント		主な開発製品	目標金額
食品事業	家庭用食品	ドレッシング(含マヨネーズタイプ) 海藻スープ・生食用海藻類 など	53億円
	業務用食品	冷凍海藻類 ドレッシング、和風調味料 など	16億円
	加工食品原料	特定保健用食品・健康機能食品 ポークエキス	23億円
	食品用改良剤	豆腐用、麺用、製菓用改良剤 天然色素、トリグリセリンエステル関連 など	15億円
化成品事業		生分解樹脂用 トリグリセリンエステル関連 など	3億円

設備投資計画



◆ 主な設備投資の内容

	07/3期	
草加工場	更新投資	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2009年3月期までの3年間で150～175億円の設備投資を予定 ・ 減価償却費は漸増傾向にある
千葉工場		
理研食品	更新投資	
リケビタ・マレーシア	製剤品生産設備	
	高機能蒸留品ライン新設	
リケビタ・シンガポール	アプリケーションセンター	

◆ 安全(品質)の重視

- ISO9001
- クレーム削減(撲滅)
⇒ 品質保証・品質管理部門の再構築
- ISO22000取得を目指す
⇒ HACCPに則った現行システムの充実、改善
- トレーサビリティシステムの確立

◆ 環境重視

- ISO14001
- 環境報告書の作成

◆ コンプライアンス体制の確立

- 法務体制の強化
- 情報インフラの更なる整備
- コンプライアンス・リスクマネジメント監査の強化

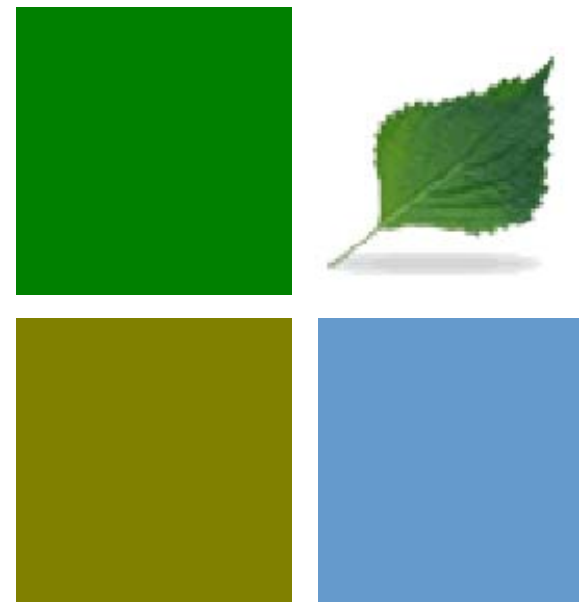
株主還元の方針



- ◆ 当社は、株主の皆様への利益還元を経営上の重要課題の一つと考えており、業績の伸長や、経営基盤強化のための内部留保等を総合的に勘案しながら、長期的な視野に立ち、

配当性向30%を目安とした配分を行う

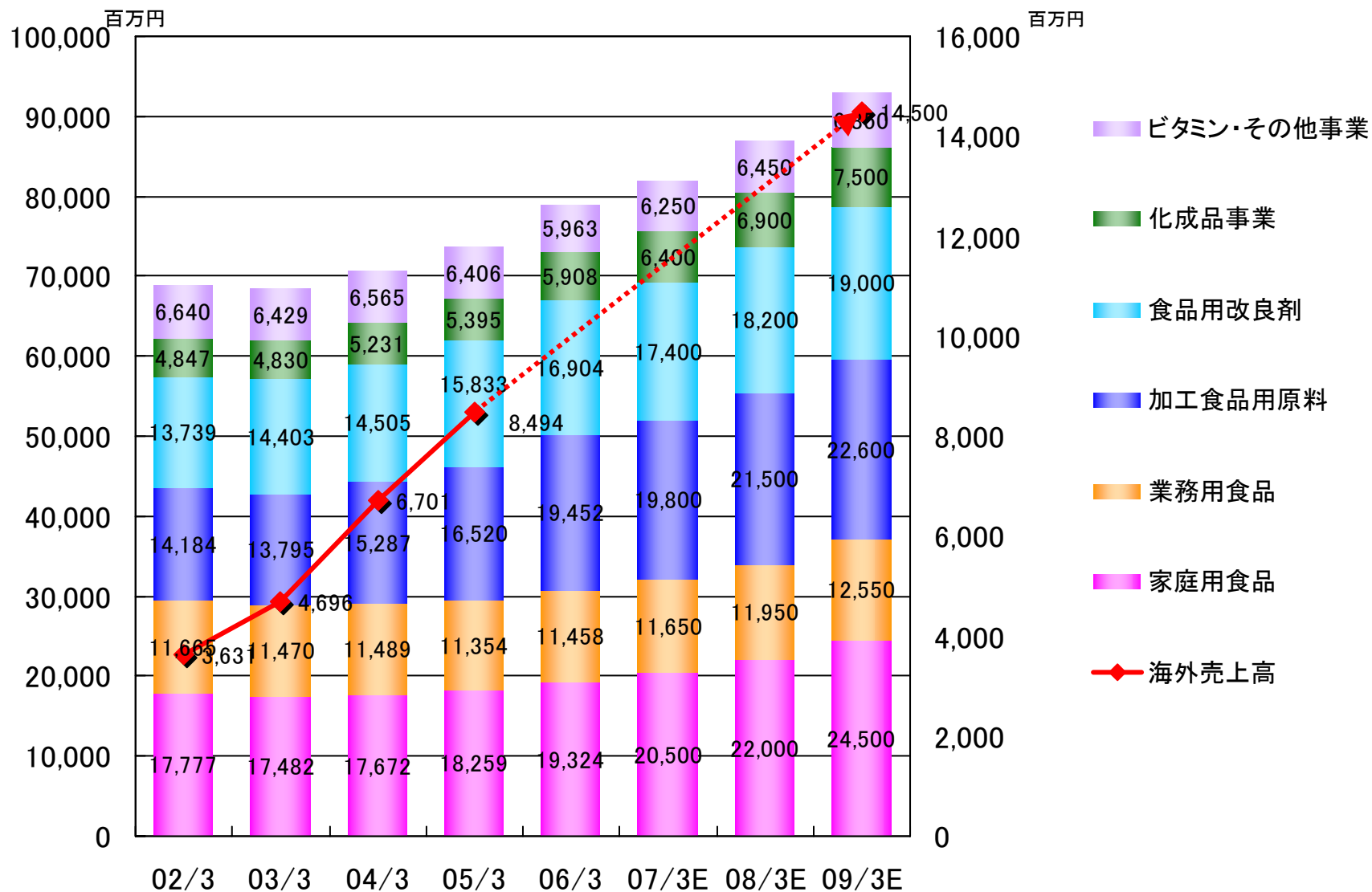
ことを基本方針としております。



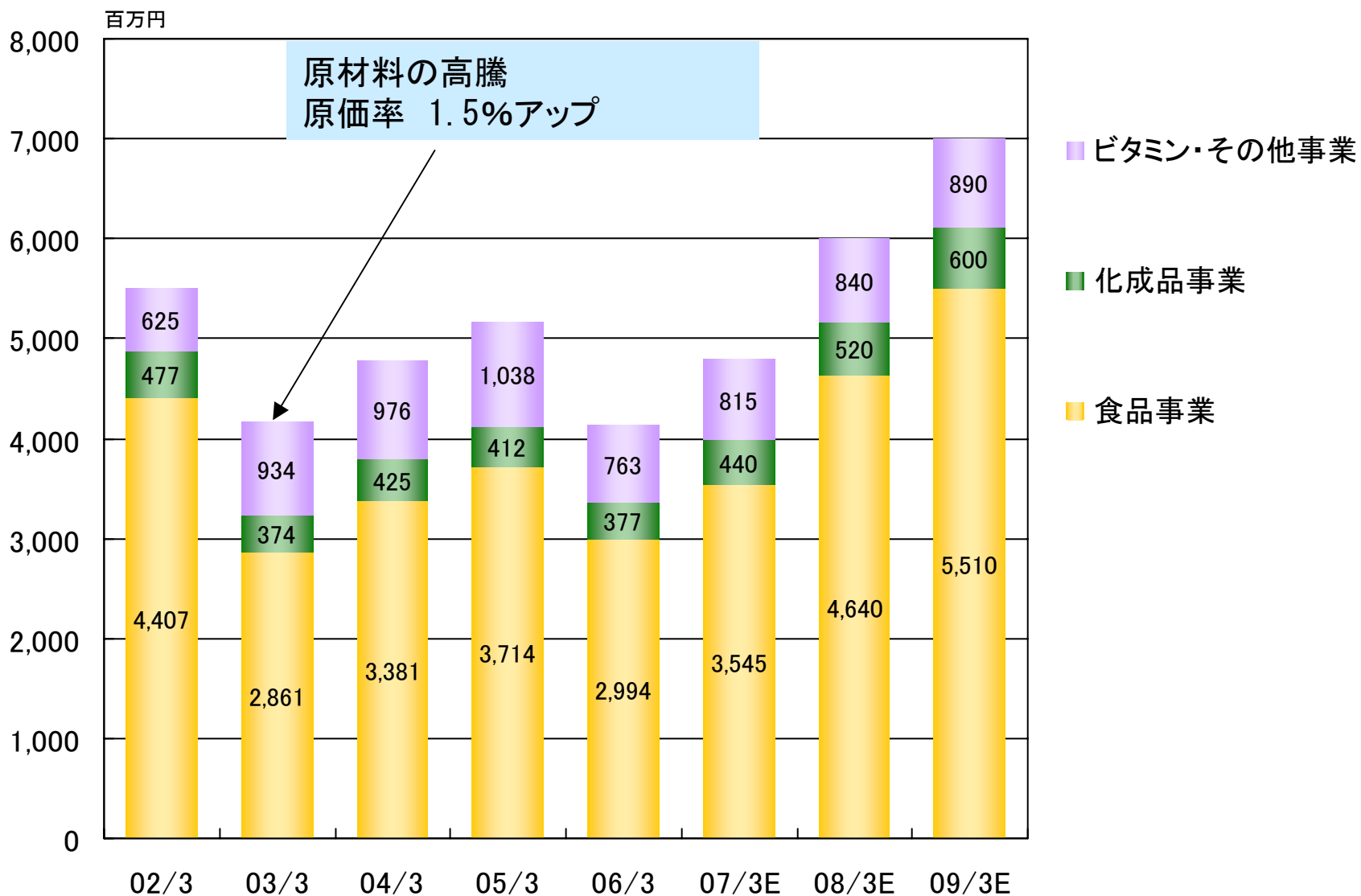
参 考



事業別売上高推移



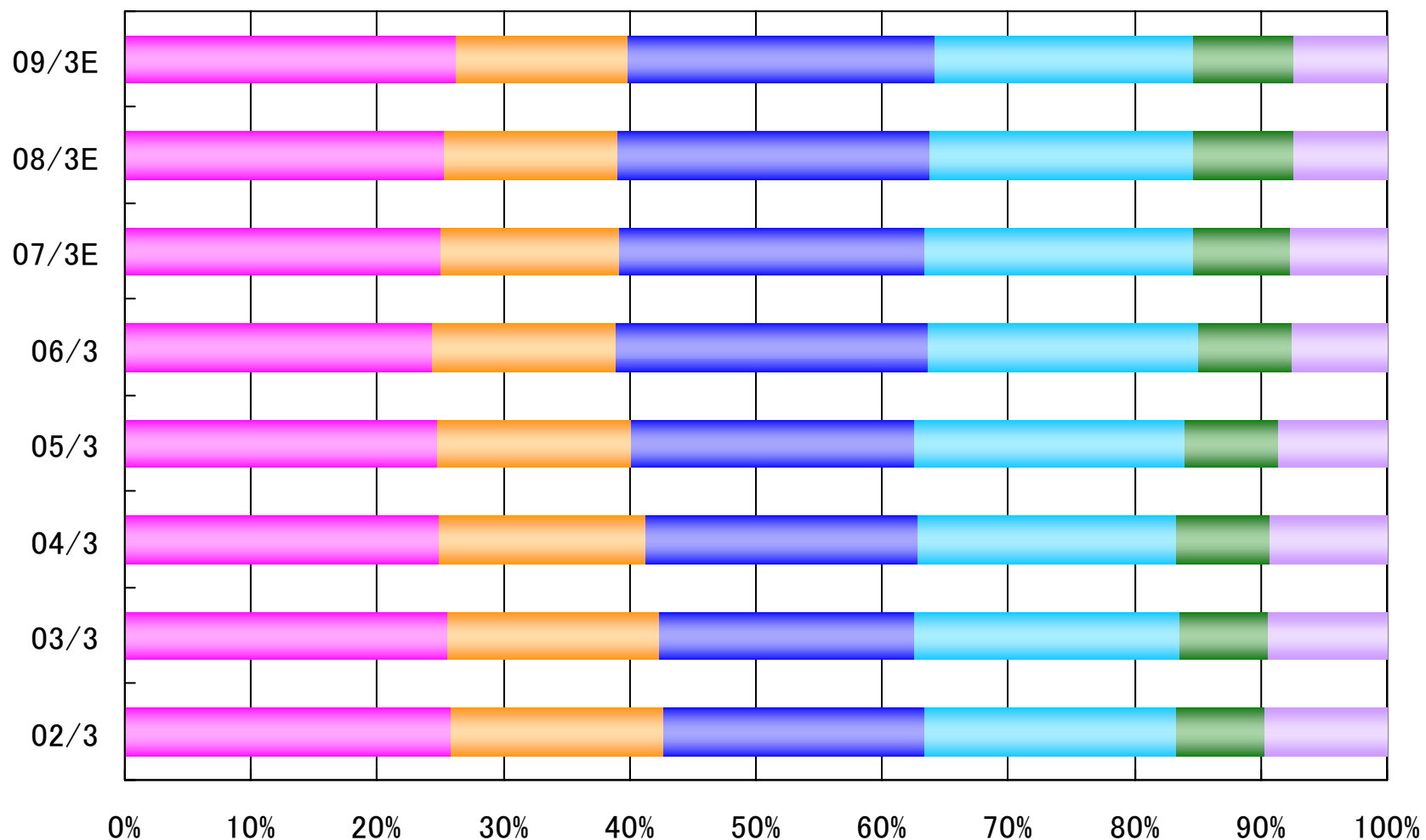
セグメント別営業利益推移



事業別売上比率推移



■ 家庭用食品
 ■ 業務用食品
 ■ 加工食品用原料
 ■ 食品用改良剤
 ■ 化成品事業
 ■ ビタミン・その他事業



売上総利益率・販管費率推移

