



理研ビタミン株式会社



『中期経営計画』の修正 と 事業戦略

2007年5月31日

www.rikenvitamin.jp

『中期経営計画』の修正

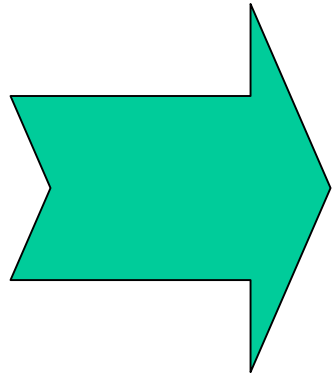
当社グループは、
『中期経営計画』の **数値目標**
を見直しました。

《2009年3月期》

[当初・数値目標]

【修正後・数値目標】

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



売上高	850億円
営業利益	45億円
営業利益率	5.3%
経常利益	45億円
当期純利益	27億円

計画・策定時の事業環境

- (1) 人口減(出生率低下)・ 少子高齢化
- (2) 国内総需要は伸びない ⇒ グローバル化
- (3) 川下デフレ ⇒ 市場競争激化
- (4) 安全志向の高まり
⇒品質保証・安全への投資 ⇒安全コストの増加
- (5) ライフスタイルの変化
⇒成長カテゴリーを見極めた高付加価値製品の開発

『計画』修正の背景(2)

＜事業環境＞の大きな変化

◇コスト面 - 川上インフレの進行 -

(A) 原油価格の高騰

⇒ 原材料価格 および エネルギーコスト の上昇

(B) 鋼材価格の上昇による設備投資への影響

(C) 為替の変化

⇒ 当初計画時 US\$ = ¥110

→ 現状 US\$ = ¥120

『計画』修正の背景(3)

◇市場面

(D) <国内マーケット>

☆激化する市場競争

「ポイント」

- 容易でない、『**既存商品**』の実績拡大
⇒「**新規需要創造**」のための施策実行！
- 『**新商品**』の市場への浸透と定着！

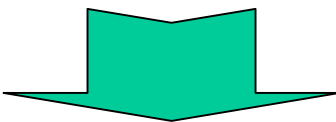
(E) <海外マーケット>

- 各エリア(市場)のニーズにマッチした
「**営業展開**」と「**技術サービス**」で、**基盤を強化**！

『計画・修正案』策定の骨子

『事業環境』の変化に対応した施策の徹底推進！

【基軸となる重点テーマ】



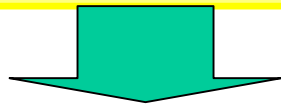
<1> 国内マーケットの拡大

- ◇ [既存商品] 用途開発・メニュー提案 ⇒ 「新規需要の創造」
- ◇ 差別化された [新商品] 開発 ⇒ 「新市場の創出」

<2> 海外戦略の積極展開

- ◇ 生産拠点の拡充(能力拡大)
 - ◇ グローバルワイドでの開発力強化
 - ◇ 販売強化を目指す重点エリア(市場)の選択
- } 将来への
基盤強化

将来の
[収益基盤強化]のために
[事業単位]の中での
[選択と集中]を
更に推し進める。



これに則り、「売上高・収益計画」を修正対応した。

修正項目

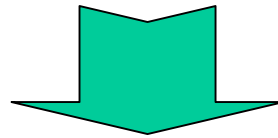
◇ 事業環境の変化に対応して、

[1-1] 上乘せ 売上高・目標の修正

〔当初目標〕

◇ 3年間で、+140億円 を目標

新商品110億円 + 既存商品30億円 = 140億円



〔修正目標〕

+60億円 へ修正

新商品65億円 + 既存商品△5億円 = 60億円

[1-2] 新商品開発計画・上市計画の見直し

単位:億円

セグメント	当初計画	修正計画
家庭用食品	53.0	23.0
業務用食品	16.0	15.0
加工食品用原料	23.0	11.0
食品用改良剤	15.0	15.0
化粧品	3.0	1.0
計	110.0	65.0

(初年度の計画達成率は、47.5%)

[2] 国内外ともに上昇する原材料価格への対応

◇『**パーム油**』の**高騰**

2007年5月現在 2,400RM/t

⇒ 前年比50%UP ・ 当初計画時比 **60%UP!**

◇その他の**キー原料**も軒並み**UP**

●植物油、乳糖、グルテン 等

●原材料費・対売上高比率 **当初見込みより2.5ポイントUP!**

●『**コストリダクション**』 ・ 『**製品値上げ**』

での対応をすべく、鋭意取組中!

[3] 『設備投資計画』を見直し

◇ 建設資材(鋼材)価格の上昇

⇒ 『設備投資計画』に影響。

● リケビタ・マレーシアの『設備増強計画』

⇒ 当初予定額22億円

⇒ 修正予定額35億円へ

◇ 設備投資額

・ 2007年3月期実績 36億円

・ 2007年4月 ~ 2009年3月(2年間)で100億円程度を見込む。

修正後の『計画』の概要(1)

◇2009年3月期 <修正目標>

<セグメント別 売上高>

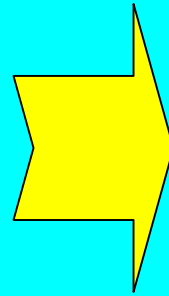
<修正前>

食品事業 787億円

化成品事業 75億円

ビタミン・その他事業 68億円

合計 930億円



<修正後>

719億円

68億円

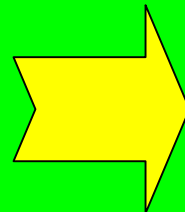
63億円

850億円

<国内外別 売上高>

国内 785億円

海外 145億円



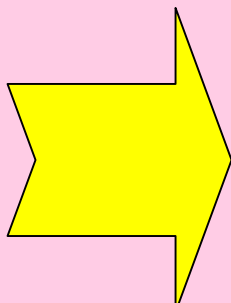
705億円

145億円


修正後の『計画』の概要(2)

◇ 2009年3月期 <修正目標> ◇

<<コア事業別 売上高>>

<修正前>			<修正後>	
海藻事業	160億円		155億円	
ドレッシング事業	160億円		130億円	
調味料・エキス事業	160億円		140億円	
改良剤事業	265億円		265億円	

<<コア以外の事業 売上高>>

その他事業	185億円		160億円
-------	-------	--	-------

国内マーケットの拡大

◇ **[既存商品]**

用途開発・メニュー提案



『新規需要の創造』

◇ 差別化された **[新商品]** 開発



『新市場の創出』

海藻関連商材

- 海藻トップメーカーとして、リーダーシップの発揮！
 - カットわかめ – 中国大連工場の稼働活用
 - 冷凍わかめのラインナップの充実
 - 海藻付加価値商品のラインナップ

ドレッシング関連製品

- 『ノンオイル』ブランドの更なる定着！
- 『メニューPR』を TVで強化（青じそ焼き）

調味料・エキス事業

● 『ガイモンポークエキス』の活用

- 新規市場への参入
- 顧客ニーズの掘起し

(外食チェーンへ 積極的なアプローチ)

改良剤事業

- ユーザーニーズに対応した

新製品開発・新用途開発

- 提案営業の強化推進 (アプリケーションセンター)

海外戦略

『川中・川下市場』への

本格展開！

< I > 生産拠点の拡充(能力拡大)

リケビタ・マレーシア

⇒ 高機能蒸留ラインの新設

- 総生産能力 3万t/年 → 4.1万t/年
- 完成 2008年 春

天津理研

⇒ 化成品製剤工場の新増設

大連理研

⇒ カットわかめ・一貫生産ライン

< II > 販売力の強化

欧州・米国市場

⇒ ◎ 米国における川下市場への拡大

◎ 新市場の開拓(拡販)

● 東欧・ロシア・ウクライナ市場

● カナダ・メキシコ市場

アジア・オセアニア市場

⇒ ◎ 中国国内 新製剤市場の開拓

◎ 冷食添加剤、麺用改良剤の市場拡大

◎ 新興国への拡販

● インド・パキスタン市場

● 中近東市場

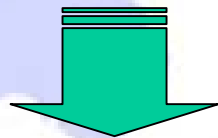
<Ⅲ> 開発力の強化

シンガポール・新アプリケーションセンター

⇒ 川中・川下市場に適した製品開発

天津・アプリケーションセンター

⇒ 化成品部門の新設と加工食品部門の強化



☆グローバルワイドでの開発力強化！



「事業戦略」の一つ一つを着実に実施することにより、『修正・中期経営計画』の目標達成を目指してまいります。

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、相原まで

TEL 5275-5835