理研ビタミン株式会社

証券コード：4526

2016年3月期
決算説明会

2016年5月12日

本日の内容

1. 2016/3月期 連結決算の概要

代表取締役専務取締役　伊東　信平

2. 2017/3月期 事業計画（戦略と施策）

代表取締役社長　堺　美保

2016/3月期　連結決算の概要

代表取締役専務取締役　　伊東　信平

2016/3月期　実績

増収増益。売上高、営業利益、経常利益、当期利益、全て業績予想をクリア。売上高と当期利益は過去最高。

	2015/3月期 実績		2016/3月期 業績予想		2016/3月期 実績		前年比		前年比 (為替影響除く)
	金額（億円）	売上比（%）	金額（億円）	売上比（%）	金額（億円）	売上比（%）	金額（億円）	（%）	金額（億円）
売上高	**856**		**875**		**880**		**24**	**102.9**	**9**
売上総利益	245	28.6			259	29.4	14	105.7	**13**
販売管理費	198	23.2			198	22.6	0	100.1	**△1**
営業利益	**46**	**5.4**	**55**	**6.3**	**60**	**6.8**	**13**	**129.6**	**14**
経常利益	**46**	**5.5**	**53**	**6.1**	**53**	**6.1**	**6**	**114.0**	**7**
特別損益	**5**	**0.7**			**7**	**0.9**	**1**		**1**
親会社株主に帰属する当期純利益	**37**	**4.4**	**39**	**4.5**	**41**	**4.7**	**3**	**108.8**	**4**
（ ROE	**5.3%**				**5.5%**		）		

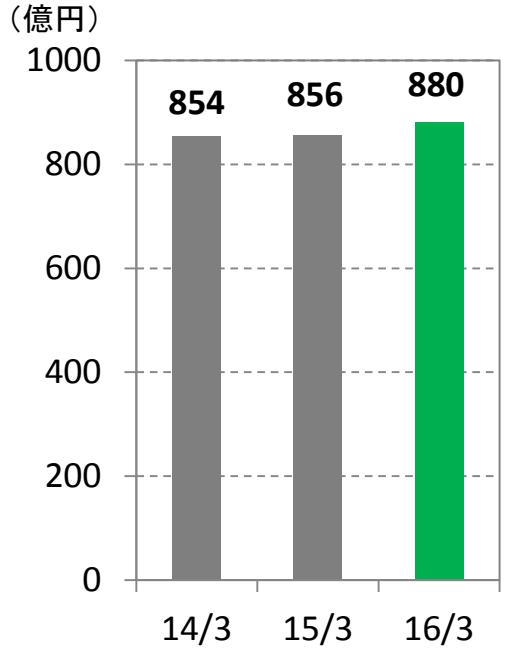
※減価償却方法の変更による営業利益影響額　＋7.4億円　※金額は切り捨て表示をしております。

2016/3月期　業績の推移

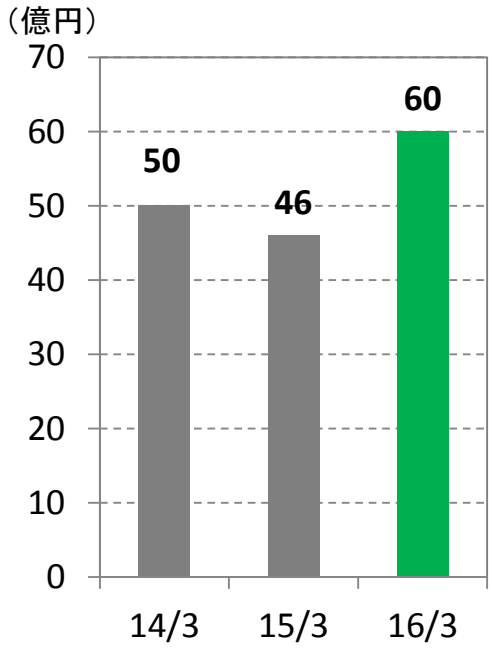
売上高、営業利益、経常利益、当期利益、
全て前年実績を上回る。

利益面では、償却方法変更による償却費の圧縮、販売促進費・ 広告宣伝費の効率的な運用、海外事業の改良剤の収益改善が奏功。

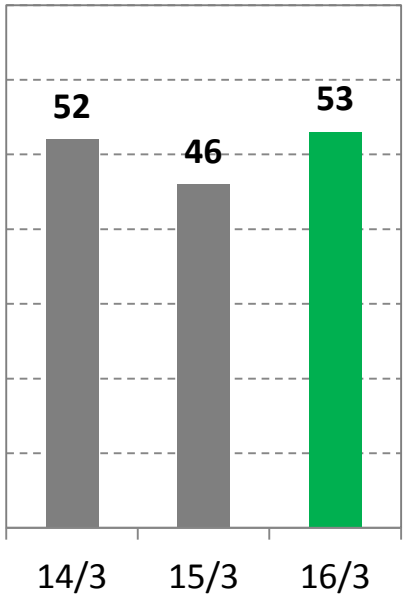
売上高　880億円
（＋24億円）



営業利益　60億円
（＋13億円）

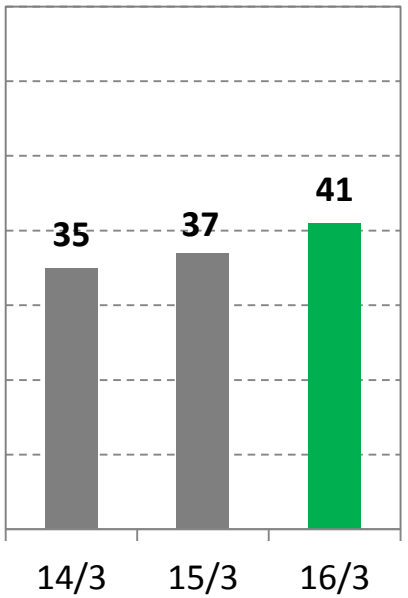


経常利益　53億円
（＋6億円）



親会社株主に帰属する当期純利益　41億円
（＋3億円）

※（）は前年差



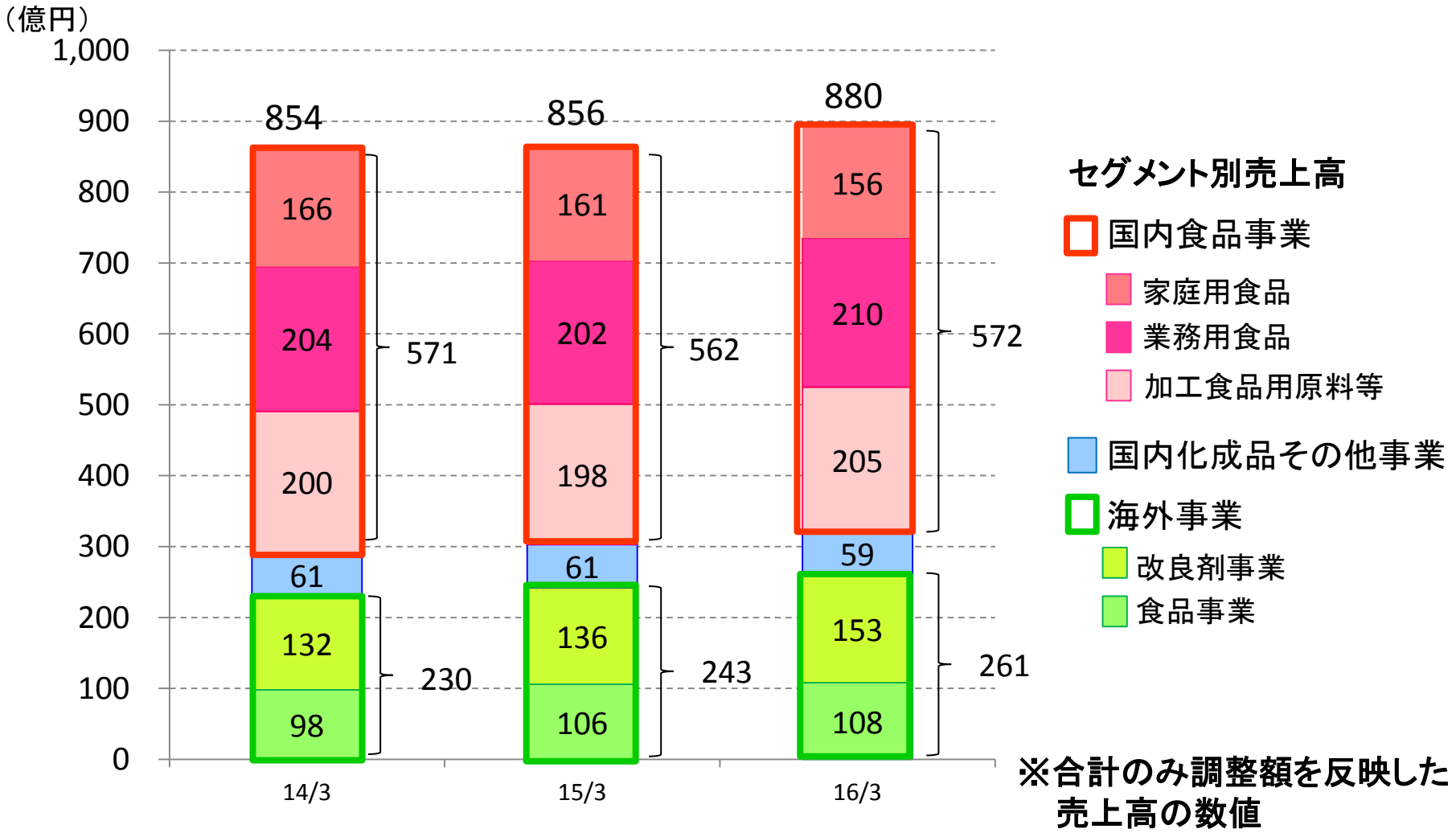
2016/3月期　セグメント別売上高/営業利益

国内食品事業と海外事業は売上高が伸長。
国内化成品その他事業は売上高が低調も、利益は増加。

		2015/3月期		2016/3月期		前年比	
		金額(億円)	売上比(%)	金額(億円)	売上比(%)	金額(億円)	(%)
国内食品事業	売上高	562		572		＋10	101.9
	営業利益	39	7.1	54	9.4	＋14	136.1
国内化成品その他事業	売上高	61		59		△2	95.7
	営業利益	3	5.9	4	7.1	＋0	115.7
海外事業	売上高	243		261		＋17	107.2
	営業利益	7	3.0	5	1.9	△2	69.0
セグメント計	売上高	**867**		**893**		**＋25**	**102.9**
	営業利益	**50**	**5.8**	**63**	**7.1**	**＋12**	**124.9**
調整額（セグメント間消去）	売上高	△11		△12		△0	―
	営業利益	△4		△2		＋1	―
合計	売上高	**856**		**880**		**＋24**	**102.9**
	営業利益	**46**	**5.4**	**60**	**6.8**	**＋13**	**129.6**

2016/3月期　セグメント別業績推移

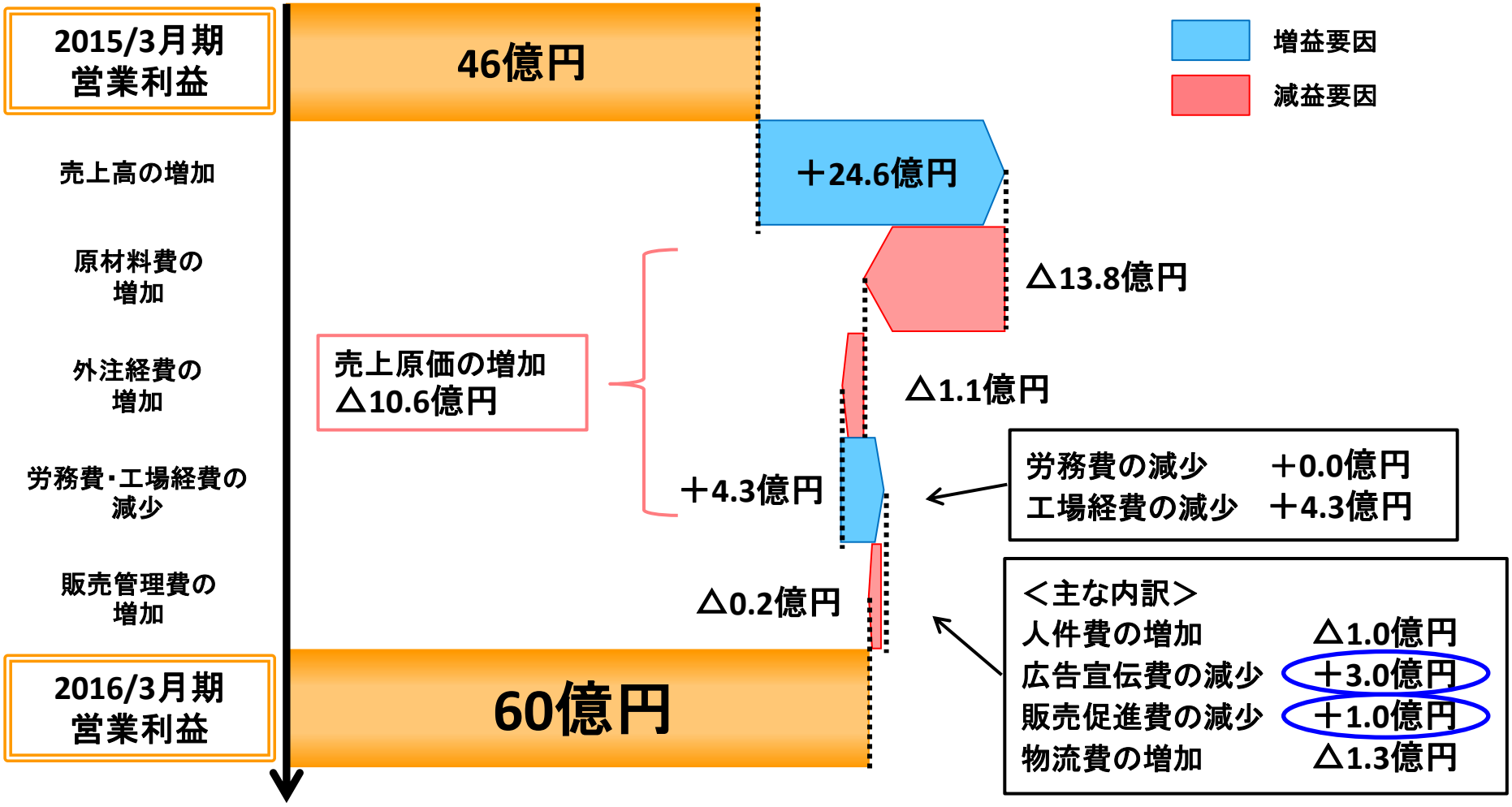
売上高は業務用食品、加工食品用原料等、海外が大きく増加。
家庭用食品、国内化成品その他事業が減少。



※合計のみ調整額を反映した売上高の数値

2016/3月期　営業利益の増減要因

売上高の増加や売上原価率の低下により、売上総利益が伸長。
販売管理費の効率的な運用も貢献し、営業利益が増加。



2016/3月期　連結貸借対照表

総資産は1,090億円で、前期末から50億円減少。

単位：億円

	2015/3月期 期末	2016/3月期 期末	増減額		2015/3月期 期末	2016/3月期 期末	増減額
流動資産	**585**	**574**	**△10**	**負債**	**380**	**346**	**△33**
現金及び預金	146	142	△3	流動負債	304	285	△19
受取手形及び売掛金（電子記録債権含む）	222	223	＋1	固定負債	75	61	△13
たな卸資産	188	173	△14	**純資産**	**760**	**744**	**△16**
その他	27	35	＋7	株主資本	606	629	＋22
固定資産	**555**	**516**	**△39**	その他の包括利益累計額	147	108	△39
有形固定資産	317	308	△8				
無形固定資産	11	9	△2	非支配株主持分	6	5	△0
投資その他の資産	226	198	△28				
資産合計	**1,140**	**1,090**	**△50**	**負債純資産合計**	**1,140**	**1,090**	**△50**

2016/3月期　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131億円で、
期首から14億円減少。

単位：億円

	2015/3月期	2016/3月期
現金及び現金同等物の期首残高	151	145
営業活動によるキャッシュ・フロー	59	83
投資活動によるキャッシュ・フロー	△56	△63
財務活動によるキャッシュ・フロー	△12	△31
現金及び現金同等物に係る換算差額	4	△2
現金及び現金同等物の期末残高	145	131

税金等調整前	
当期純利益	61.0
減価償却費	33.8
たな卸資産の減少	9.3
利息の支払	△5.5
法人税等の支払	△9.2

有形固定資産の取得	△59.7

短期借入金の減少	△7.7
配当金の支払	△13.9

2017/3月期 事業計画（戦略と施策）

代表取締役社長　堺　美保

中期経営計画　目標値

	2018/3月期　目標	（2015/3月期実績）
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％）

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

成熟市場

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

成長市場

食のソフト提案

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

アプリケーションセンター

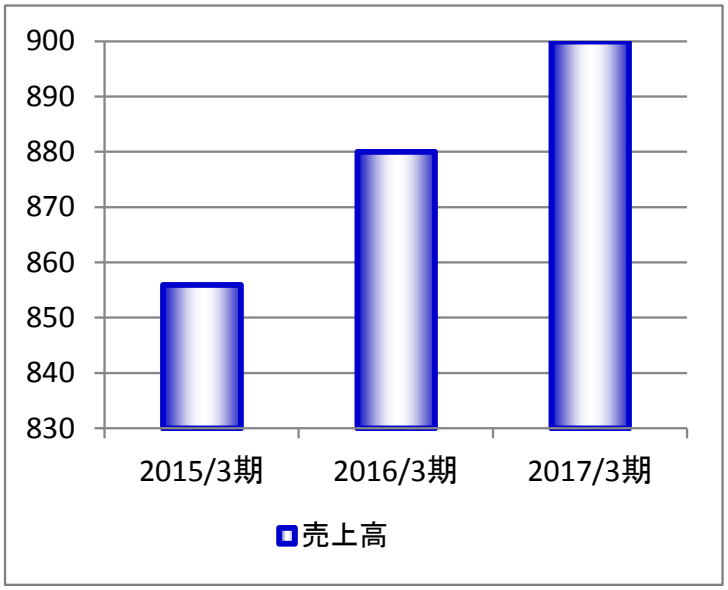
○エリア特性に合せた
アプリケーションの提案

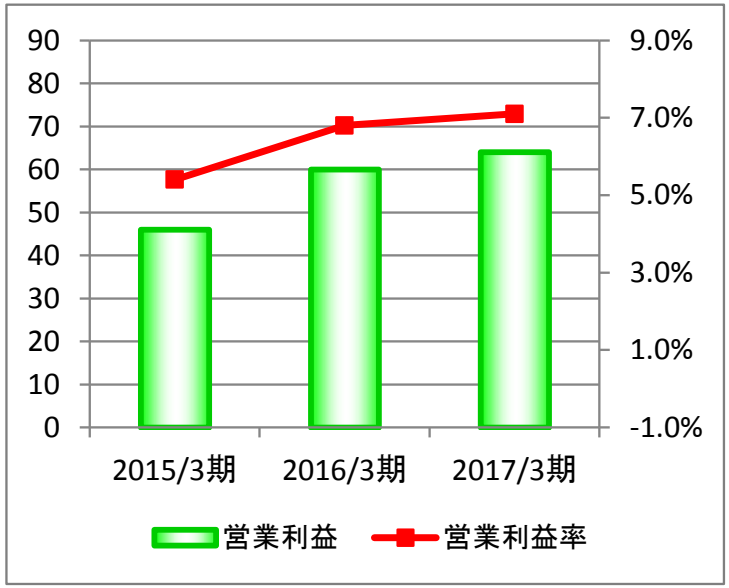
天然素材の有効活用＋抽出・精製・濃縮技術

2017/3月期　通期業績目標(連結)

(単位:億円)

	2015/3月期		2016/3月期		2017/3月期			
	実績	売上比	実績	売上比	目標	売上比	16/3差	16/3比
売上高	856		880		900		+ 19	102.2%
営業利益	46	5.4	60	6.8	64	7.1	+ 3	106.1%
経常利益	46	5.5	53	6.1	61	6.8	+ 7	114.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	37	4.4	41	4.7	42	4.7	+ 0	101.7%





2017/3月期　通期セグメント別売上目標

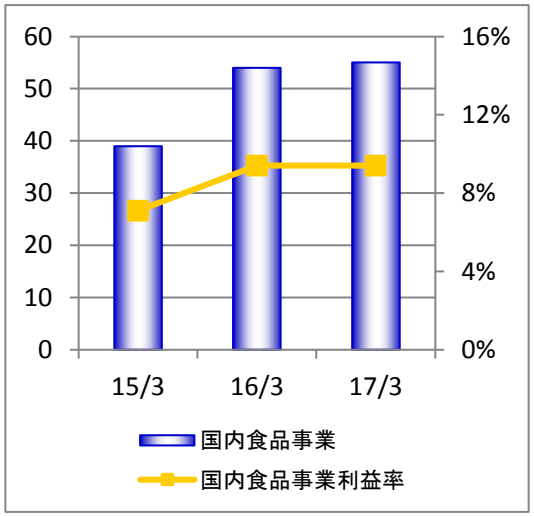
単位：億円

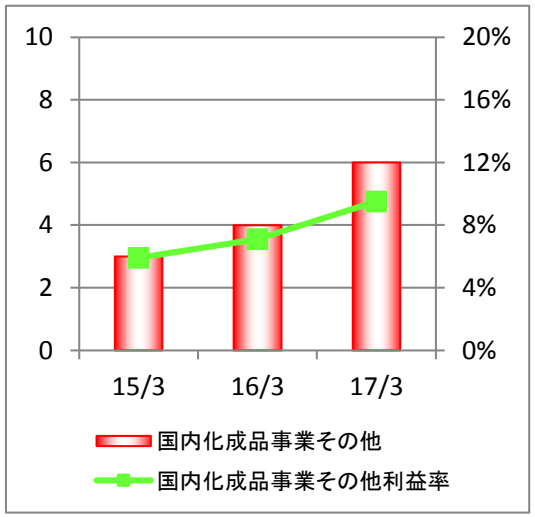
	2015/3月期		2016/3月期		2017/3月期			
	実績	構成比	実績	構成比	目標	構成比	16/3差	16/3比
国内食品事業	562	64.8	572	64.1	583	63.8	+ 10	101.9%
家庭用食品	161		156		162		+ 5	103.5%
業務用食品	202		210		214		+ 3	101.9%
加工食品用原料他	198		205		207		+ 1	100.7%
国内化成品その他事業	61	7.1	59	6.6	64	7.0	+ 4	108.4%
海外事業	243	28.1	261	29.3	266	29.2	+ 5	102.0%
調整額（セグメント間消去）	▲ 11		▲ 12		▲ 14		▲ 1	
合　計	856		880		900		+ 19	102.2%

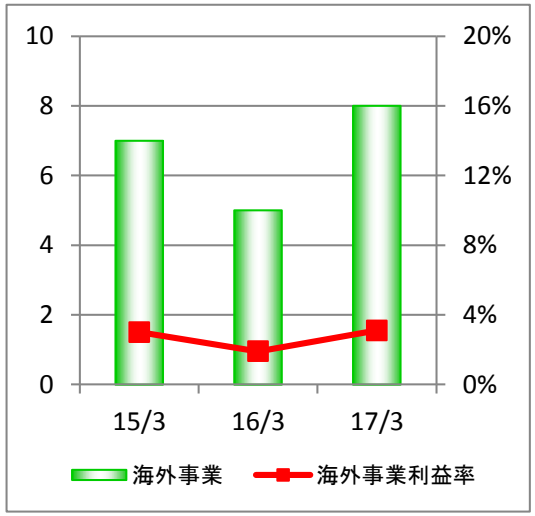
2017/3月期　通期セグメント別営業利益目標

単位：億円

	2015/3月期		2016/3期		2017/3期			
	実績	利益率	実績	利益率	目標	利益率	16/3差	16/3比
国内食品事業	39	7.1%	54	9.4%	55	9.4%	+ 1	101.9%
国内化成品事業その他	3	5.9%	4	7.1%	6	9.5%	+ 1	143.7%
海外事業	7	3.0%	5	1.9%	8	3.1%	+ 3	163.0%
調整額（セグメント消去）	▲ 4		▲ 2		▲ 5		▲ 2	
合　計	46	5.4%	60	6.8%	64	7.1%	+ 3	106.1%







中期経営計画　２年目の施策

グローバルカンパニーへの成長戦略

成熟市場

国内マーケット

収益基盤

収益性重視の質の強化

国内食品事業

- ■差別化されたドレッシング・調味料商品でシェア拡大
- ■海藻商品ブランド力強化と付加価値戦略
  （・調味　・加工　・メニュー提案）
- ■「BtoC」「BtoB」を両輪とした販売チャネル別マーケティング強化
  （・CVS向け　・健康市場　・e－ビジネス等）
- ■大手得意先とタッグを組んだ提案型営業
- ■海外向け食品改良剤製品の国内での拡売
- ■ヘルスケア強化

化成品その他事業

- ■既存製品の販売再強化
- ■新市場への新規用途提案

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

改良剤

- ■マレーシア工場・天津工場を拠点とした改良剤の全世界への拡売
- ■アプリケーションセンターを核とした提案型ビジネスモデルの拡大
  （国内⇔海外　各エリアの技術交流
  ⇒改良剤機能の提案力強化）

青島福生食品

- ■収益改善のためのビジネスモデル構築

成長市場

国内食品事業［家庭用食品］

～付加価値商品の育成による
収益体質への転換～

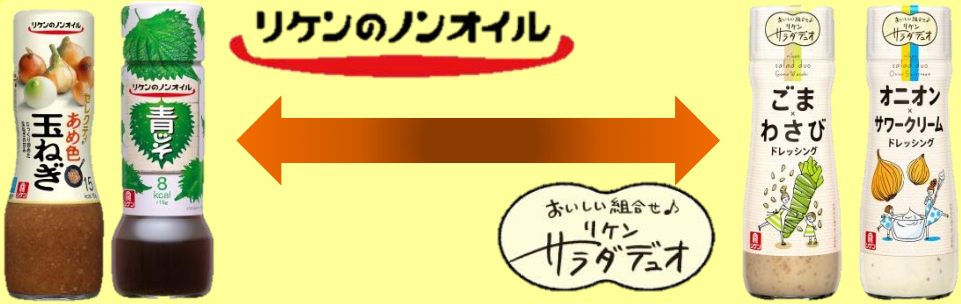
«16/3月期»　売上高　156億円　(前年差▲5億円/前年比96.8%)

・主力ドレッシングや「わかめスープ」シリーズの苦戦で、通期で前年売上を下回る
・価値訴求商品「素材力だし」、国内産「ふえるわかめちゃん」等の拡販や
　広告宣伝費、販売促進費の精査で収益改善を行った

«17年/3月期»　売上高目標　162億円　(前年差＋5億円/前年比103.5%)

■ドレッシング
・ノンオイルのシェア維持拡大
・オイル入りドレッシング新商品
　「サラダデュオ®」シリーズ全国展開

▶ 両輪でのドレッシングのブランド拡張



■海藻商品
・「わかめスープ」シリーズ
　商品ラインアップの充実化
・「ふえるわかめちゃん®」シリーズ
　国内産産地別商品強化

▶ わかめナショナルブランドとしての品質・価値訴求

■調味料
・「素材力だし®」シリーズ
　「食塩無添加」「だし素材へのこだわり」を訴求

▶ おいしさと健康の両立
　⇒ターゲット層への的確なマーケティング

国内食品事業 [業務用食品]

～社会ニーズに応える
付加価値商品の展開～

«16/3月期» 売上高 210億円 (前年差＋8億円/前年比104.0%)

・外食・給食向けは、流通毎の付加価値提案商品の投入や新チャネルへのチャレンジを継続し堅調に推移
・加工食品メーカー・コンビニ向けは大手顧客をターゲットとした"ソリューションビジネス"で売上拡大
・上期から原料価格の高騰を意識した価格政策を行った結果、営業利益面では改善が見られた

«17年/3月期» 売上高目標 214億円 (前年差＋3億円/前年比101.9%)

■商品政策

・ドレッシング・調味料
差別化された付加価値商品⇔コモディティ商品

・冷凍海藻（わかめ・もずくなど）学校給食・和食業態へ

・PB商品への取組み強化

▶ 高級志向⇔節約志向
それぞれ両極をカバーする商品展開

▶ 効率的なシェア拡大

■チャネル政策

・ＣＶＳ市場　：調味料・海藻＋食品改良剤などの複合提案
・大手加工食品メーカー：主力商品、新規商品への提案型営業

▶ 成長市場でのパートナーシップ強化

・キャッシュ&キャリー、ｅービジネスへの対応：チャネルに合った商品の展開
・老健市場向け・アレルゲン対応商品への取組み

▶ 社会ニーズへの対応

国内食品事業[加工食品用原料等]

～重点品目拡売と
新規提案営業による収益強化～

«16/3月期»　売上高　205億円（前年差＋7億円/前年比103.8%）

・改良剤はパン・和洋菓子・豆腐業界へ提案を行い、営業と技術が一体となった技術ソリューションで、販売伸長
・適正価格政策や品目整理等のワークにより、営業利益面の改善も行った
・ヘルスケア部門は前年度の「消費増税の影響による市場自体の落ち込み」から回復。
ビタミンE、クロセチン、医薬用マイクロカプセルなどが伸長した。また、わかめペプチドなど機能性表示食品用の登録をおこない、次年度以降の拡売政策を推進

«17年/3月期»　売上高目標　207億円（前年差＋1億円/前年比100.7%）

■改良剤

・重点品目×主要顧客への販売取組み継続強化
・生産能力増強※した千葉工場と連携した拡売政策

※最大で生産能力6割増(1万ﾄﾝ/年)～新液体工場

▶ 生産と連動した効率的販売展開

・新規市場への改良剤機能提案
：アプリケーションセンターの活用

▶ 新規市場獲得・新需要創出へ

千葉　新液体工場
2015年7月竣工

■ヘルスケア

・医薬用マイクロカプセルの販売強化

▶ 自社技術の積極展開

・「わかめペプチド」機能性表示食品としてリニューアル
・成長製品「クロセチン」の拡販

▶ 成長カテゴリーの強化

「血圧が高めの方に」
わかめペプチド粒タイプ

国内化成品その他事業　～市場環境の変化をビジネスチャネルに転換～

«16/3月期»　売上高　59億円 (前年差▲2億円/前年比95.7%)

・売上高は農業用フィルム、食品用ラップ、建築資材など関連業界の業状が影響し、減収
・一方でローコストプロダクションや製品リニューアルなどの政策により、営業利益については改善
・その他飼料用油脂の売上は前年を下回る

«17年/3月期»　売上高目標　64億円（前年差＋4億円/前年比108.4%）

■化成品
・既存市場への新規製品提案
・新規機能提案による新規市場への参入
・植物由来の強みを活かしたグリーン・エコ製品の展開

▶ 営業・開発が一体となった市場の変化に対応

・製品リニューアル等による利益確保
・競争力のある海外工場製品の国内導入

▶ ローコストプロダクションによる市場競争力強化

海外事業 [改良剤事業／食品事業]

～成長エンジン事業、アプリケーションセンターを核とした改良剤提案型ビジネスの拡大～

«16/3月期» 売上高 261億円 (前年差＋17億円/前年比107.2%)

・改良剤の二桁売上げ伸長により増収
・営業利益面では、改良剤で着実な実績の確保があったものの、青島福生食品を含めた事業トータルではマイナスとなる

改良剤 153億円
青島福生食品 108億円

«17年/3月期» 売上高目標 266億円（前年差＋5億円/前年比102.0%）

■改良剤【売上高目標 166億円（前年差＋13億円）】
・リケビタ・マレーシアの設備増強による生産量拡大(2016年春)に伴い更なる販売を強化
・生産稼働の順調な天津理研の化成品改良剤拡売

▶ 各エリアでのシェア拡大

・各国販売拠点へアプリケーションセンター機能をリンクさせた営業力強化

▶ 付加価値で競争力のある改良剤の拡販

■青島福生食品【売上高目標 100億円（前年差△8億円）】
・欧米輸出に加え、中国国内への販売展開
・扱い商品の転換による高付加価値化や在庫の削減

▶ 中期計画に基づいた事業モデルの転換

改良剤事業について（1）「使用製品例①」

◆あらゆるジャンルでおいしさをささえている改良剤

◆当社の改良剤事業は、●改良剤　●ビタミン　●天然色素　で構成

●他に工業用製品向け、化成品用改良剤もあります

● 食品用改良剤の機能と使用製品例 ※画像はイメージです

食感改良・老化防止

水と油を混ぜる（乳化）

固くなるのを防止

ふんわりした食感

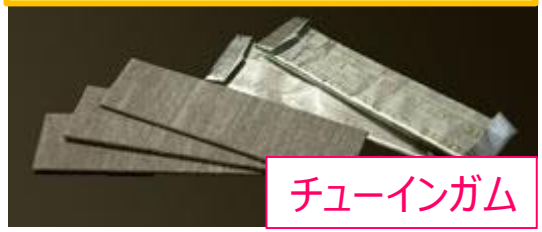
消泡剤　・歩留り改善

溶けにくいものを溶かす

しっとりした食感

ほぐれやすく

歯につきにくく



改良剤事業について（1）「使用製品例②」

●ビタミンＥ・ビタミンミックスの機能が活かされている製品例

※画像はイメージです

栄養強化　◆ビタミンＥ・ビタミンミックス

カプセル

シリアル食品

酸化防止　◆ビタミンＥ

即席麺

●天然色素の機能が活かされている製品例

◆クチナシ色素

黄色　中華麺、漬物、栗きんとんなど

赤色　冷菓、菓子、ねり餡、漬物、魚肉ソーセージなど

◆モナスカス色素

赤色　冷菓、めんつゆ、たれなど

改良剤事業について（2）「ソリューションビジネス」

アプリケーションセンター（APC）の役割

・加工食品分野の最新設備を設置
・製造ラインに近い環境での 製造テストを実施
・ユーザーに（加工食品メーカー） ソリューション課題を聞き取り

ユーザーとタッグを組んだソフト提案

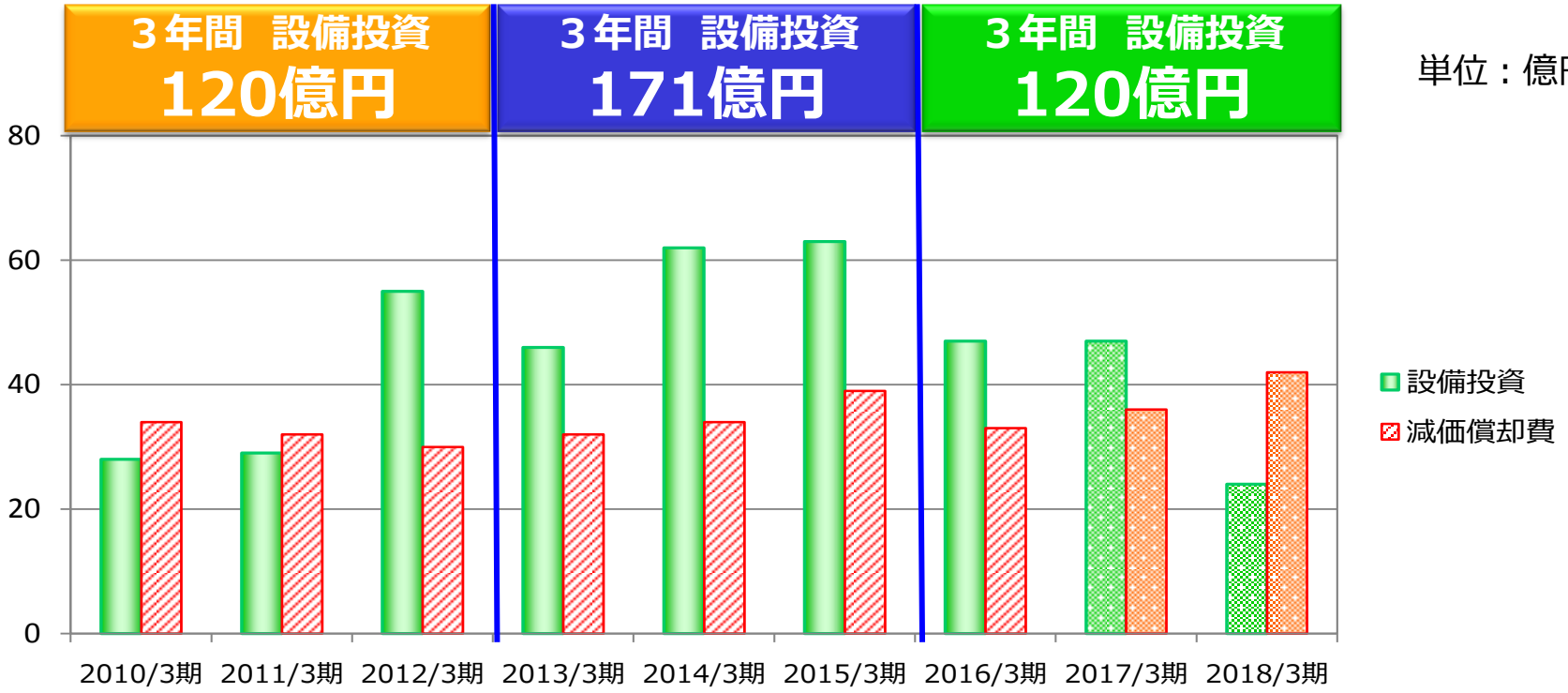
・パン　・和洋菓子　・飲料　・冷食　・惣菜
・畜肉加工品　・水産加工品　メーカー等へ向けて

質による差別化提案

日本で培った改良剤のソリューションノウハウを**海外へも展開**

各エリアのＡＰＣで
現地の嗜好・特性に対応したきめ細かな販売

設備投資計画　および　減価償却費



※2017/3期と2018/3期は計画です

主な会社別設備投資額

	2017/3月期
理研ビタミン	20
理研食品	8
青島福生食品	7
ﾘｹﾋﾞﾀ･ﾏﾚｰｼｱ	6

CSR経営の推進～取り組みの一例

私たちの考えるCSR

理研ビタミングループの経営理念のひとつ

「社会に対し、食を通じて健康と
豊かな食生活を提供する」

この理念をグローバルな視点をもって実践し、独自性のある技術と従業員一人ひとりの創意工夫により新たな価値を発信し続けることが、CSRの基本であると捉えています。

■食育活動

当社が持つわかめの知見を活かし、学校でわかめの生態や栄養などについての食育授業を実施しています。

■環境への取り組み

理研ビタミンのオフィス部門を含む国内全事業所でISO14001の認証を取得し、環境経営に取り組んでいます。

工場での環境教育の様子

■国際協力（国連WFP協会への協賛）

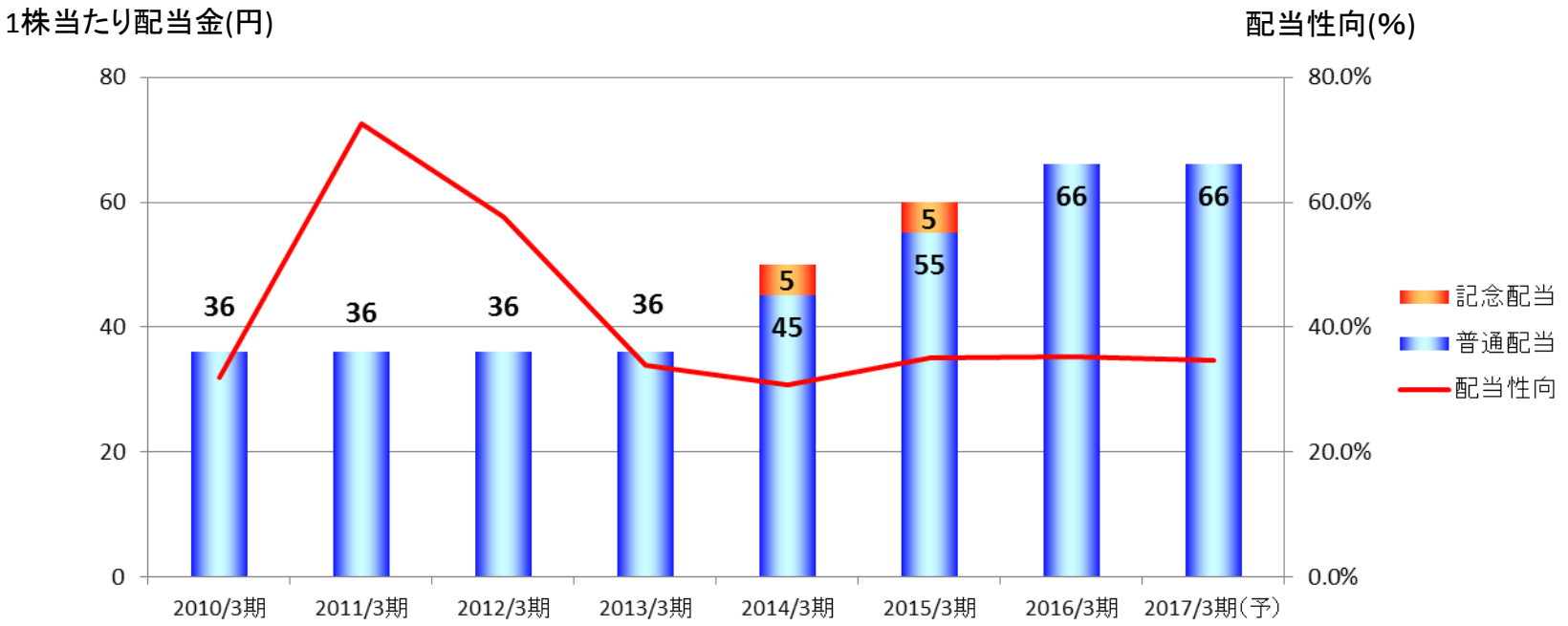
当社は国連WFP協会の評議会評議員として、飢餓撲滅の活動に取り組んでいます。

※2016年7月にＣＳＲレポート当社ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞに掲載予定です。

株主還元について

当社の配当に関する基本方針

**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**



自己株式の取得 等に関して①

「自己株式の取得及び自己株式の公開買付け並びに資金の借入れに関するお知らせ」
(2016年4月27日開示)

◇買付の概要◇

●買付期間・・・　4/28～5/31の20営業日、東京証券取引所にて実施
●買付予定数・・・　上限7,600千株
●買付募集価格・・・3,700円

●キッコーマン社が保有する理研ビタミン株式　7,593,400株のうち
6,600,000株（保有割合27.90%）が売却予定

●キッコーマン社は理研ビタミン株式の993,400株（保有割合 4.20%）を継続保有
⇒　資本・業務提携は維持

自己株式の取得 等に関して②

「自己株式の取得及び自己株式の公開買付け並びに資金の借入れに関するお知らせ」
(2016年4月27日開示)

◇本借入金が財務に与える影響について◇

本公開買付に要する資金として、最大で約 282 億円の借入金を調達した場合、
連結自己資本比率・・・ 67．7%（16年3月末） ⇒ 約40% 強に

中期経営計画を着実に遂行することで
事業から生み出される安定的なキャッシュフロー等から十分に返済可能

長期的には自己資本比率の値は回復へ

◇融資先の銀行について◇

みずほ銀行より 282 億円を融資 → 融資証明書にて確約済

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、この資料はその実現を確約したり、保証するものではございません。

お問い合わせ先
経営企画部　広報・IR室
池田・相原
TEL：03-5275-5835