

2016年3月期 第2四半期決算説明会

2015年11月12日

1. 2016/3月期 第2四半期連結決算の概要

代表取締役専務取締役 伊東 信平

2. 2016/3月期 通期業績予想 および 今後の見通し

代表取締役社長 堺 美保

2016/3月期 第2四半期 連結決算の概要

代表取締役専務取締役 伊東 信平

新中期経営計画の確認「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

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

	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%)

2016/3月期 第2四半期 実績



増収増益。特に利益面が大きく伸長。

	2015/3月期 第2四半期		2016/3月期 第2四半期		前年同期比	
	金額(億円)	売上比(%)	金額(億円)	売上比(%)	金額(億円)	(%)
売上高	411		430		+19	104.8
売上総利益	119	29.1	128	29.8	+8	107.5
販売管理費	99	24.2	99	23.0	△0	99.8
営業利益	20	4.9	29	6.8	+9	145.6
経常利益	20	5.0	29	6.9	+9	144.5
親会社株主に帰属する 四半期純利益	15	3.8	18	4.4	+3	120.7

※減価償却方法の変更による営業利益影響額 +2.9

※金額は切り捨て表示をしております。

2016/3月期 第2四半期 セグメント別売上高/営業利益



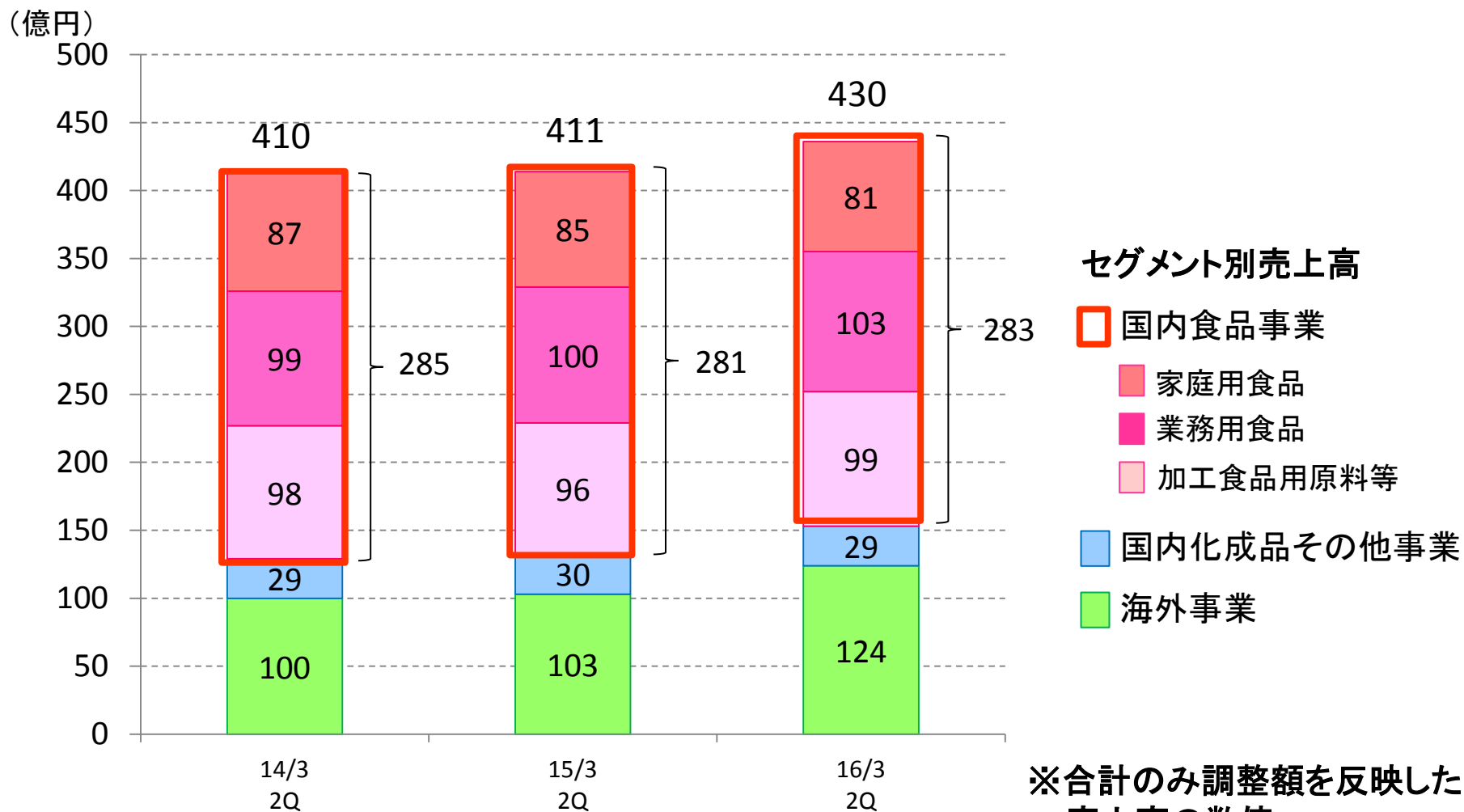
国内化成品その他事業が低調も、
国内食品事業と海外事業は売上高・営業利益ともに伸長。

		2015/3月期 第2四半期		2016/3月期 第2四半期		前年同期比	
		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	281		283		+1	100.6
	営業利益	19	6.9	24	8.6	+5	126.5
国内化成品 その他事業	売上高	30		29		△1	95.4
	営業利益	1	6.5	1	5.8	△0	84.0
海外事業	売上高	103		124		+20	120.2
	営業利益	0	0.8	5	4.3	+4	624.6
セグメント計	売上高	415		437		+21	105.1
	営業利益	22	5.3	31	7.2	+9	142.0
調整額 (セグメント間消去)	売上高	△4		△6		△1	—
	営業利益	△2		△2		△0	—
合計	売上高	411		430		+19	104.8
	営業利益	20	4.9	29	6.8	+9	145.6

2016/3月期 第2四半期 セグメント別業績推移



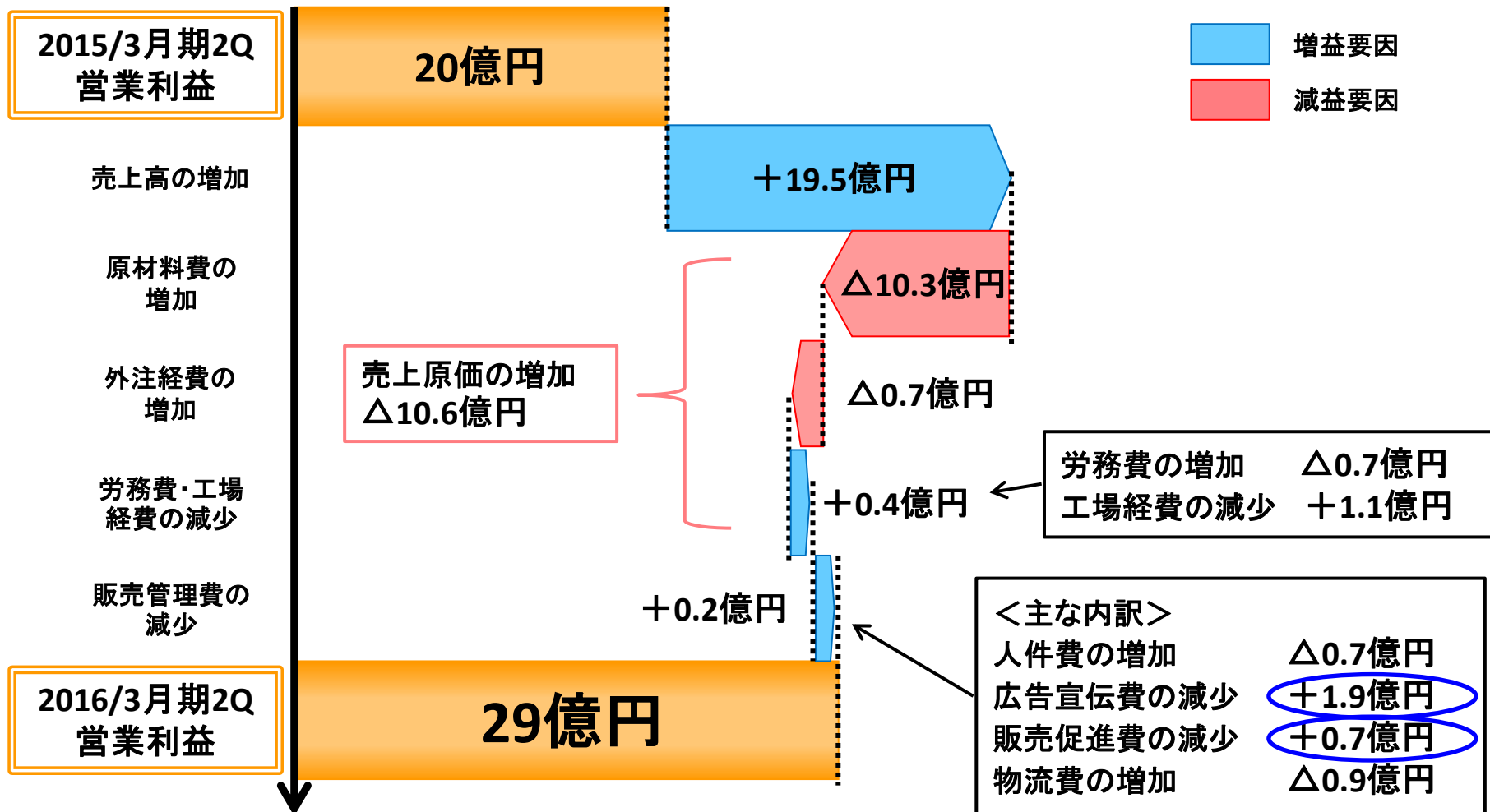
売上高は全体では順調に推移。
内訳では家庭用食品が苦戦も、海外事業が大きく貢献。



2016/3月期 第2四半期 営業利益の増減要因



売上高の増加と売上原価比率の減少により、売上総利益が伸長。
販売管理費比率の減少も貢献し、営業利益が増加。



2016/3月期 第2四半期 連結貸借対照表



総資産は1,108億円で、前期末から32億円減少。

単位: 億円

	2015/3月期 期末	2016/3月期 第2四半期末	増減額		2015/3月期 期末	2016/3月期 第2四半期末	増減額
流動資産	585	572	△12	負債	380	369	△10
現金及び預金	146	133	△13	流動負債	304	303	△1
受取手形及び売掛金 (電子記録債権含む)	222	214	△7	固定負債	75	65	△9
たな卸資産	188	192	+3	純資産	760	739	△21
その他	27	31	+3	株主資本	606	614	+7
固定資産	555	536	△19	その他の包括 利益累計額	147	119	△28
有形固定資産	317	316	△1	非支配株主 持分	6	5	△0
無形固定資産	11	11	△0				
投資その他の資産	226	208	△18				
資産合計	1,140	1,108	△32	負債純資産合計	1,140	1,108	△32

2016/3月期 第2四半期 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129億円で、
期首から16億円減少。

単位:億円

	2015/3月期 第2四半期	2016/3月期 第2四半期	
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	11	21	税金等調整前純利益 28.8 減価償却費 16.8 売上債権の減少 6.0 たな卸資産の増加 $\Delta 3.7$ 仕入債務の減少 $\Delta 9.9$ 法人税等の支払 $\Delta 3.3$
投資活動によるキャッシュ・フロー	$\Delta 29$	$\Delta 40$	有形固定資産の取得 $\Delta 34.5$
財務活動によるキャッシュ・フロー	9	2	短期借入金の増加 16.0 配当金の支払 $\Delta 7.1$ 自己株式の取得 $\Delta 4.7$
現金及び現金同等物に係る換算差額	$\Delta 0$	0	
現金及び現金同等物の期末残高	142	129	

2016/3月期 通期業績予想 および 今後の見通し

代表取締役社長 堺 美保

■ 上期ポイント

増収増益

国内

- 「国内食品事業」…「業務用食品」「加工食品用原料等」において既存市場を固めつつ、付加価値型商品提案や重点得意先との取り組み等により、前年売上を上回った
一方「家庭用食品」については天候不順によりドレッシングの不調があったものの、「国内食品事業」全体ではカバーすることができた
- 「国内化成品その他事業」…既存市場の落ち込みの影響を受けマイナス成長

海外

- 「海外事業」…「改良剤」～生産拠点リケビタ・マレーシアでの生産力拡大を図るべく投資した設備の稼働アップを背景に、新興国、中国等への機能を付与した改良剤および、その製剤の提案の結果、トータルでは前年同期比で二桁伸長となった
「青島福生食品」～(欧州向け水産加工品を主に扱う)も前年売上を上回った

■ 下期ポイント

増収増益予想

国内

- 「国内食品事業」…
 - 「家庭用食品」～主力ドレッシングシェア拡大を中心に、販促費の精査を行いつつ、積極的にプロモーションを投下していく
 - 「業務用食品」～引き続き、海藻商品の拡売と共に新規市場の開拓を継続
 - 「加工食品用原料等」～より高付加価値型の改良剤提案により、収益を重視したビジネスを構築併せてヘルスケア事業では健康ニーズに合った製品の拡売を図る
- 「国内化成品その他事業」…新規用途提案により、既存市場を守りつつ新市場の開拓を推進

海外

- 「海外事業」…「改良剤」～引き続き海外アプリケーションセンターを核とした、差別化された機能提案により、シェアの拡大を図っていく
「青島福生食品」～ビジネスモデルの転換を図るため、減収見込み

2016/3月期 通期損益計算書



単位：億円

	2016/3月期 予想			
	予想	%	前期差	前期比
売 上 高	875		+ 18	102.2%
国内食品事業	572		+ 9	101.7%
国内化成品その他事業	60		▲ 1	98.1%
海外事業	255		+ 11	104.7%
調整額(セグメント間消去)	▲ 12		▲ 0	
営 業 利 益	55	6.3	+ 8	118.3%
国内食品事業	47		+ 7	118.4%
国内化成品その他事業	3		▲ 0	96.2%
海外事業	9		+ 2	129.6%
調整額(セグメント間消去)	▲ 5		▲ 0	
経 常 利 益	53	6.1	+ 6	113.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	39	4.5	+ 1	102.8%

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 160億円 (前期▲1億円)

〔上期実績：81億円、下期予想：79億円〕

上期：前年同期比 95.2%

■ ドレッシング

- ・「リケンのノンオイル」のリニューアル効果はあったものの、オイル入りドレッシングの前年販売分をカバーできず
- ・需要期の夏場野菜高騰の影響もあり、減収

■ 調味料

- ・化学調味料・食塩を無添加「素材力だし®」高付加価値訴求で好調

■ 海藻商品

- ・国内産「ふえるわかめちゃん®」の伸長
- ・「わかめスープ」の伸び悩み

下期取組み

■ ドレッシング

- ・ノンオイルドレッシングシェア拡大に向け、プロモーション投下
- ・オイル入りドレッシングの新シリーズ上市(エリア限定)



ノンオイル
新商品



オイル入り
新商品

■ 調味料

- ・好調「素材力だし®」シリーズに、更なるこだわりの本格「だしパック」を上市 (エリア限定)



素材力だし®
新商品

■ 海藻商品

- ・「わかめスープ」シリーズに新商品と高価格帯商品を投入
- ・キャラクターデザイン商品による露出、新規顧客獲得



わかめスープ 新商品



わかめスープ
キャンペーン商品

～社会的ニーズに応える付加価値商品の展開（アレルギーや老健市場）～

「16/3月期」

売上高 212億円（前期+9億円）

〔上期実績：103億円、下期予想：108億円〕

上期：前年同期比 103.1%

■ 外食・給食向け等

- ・ドレッシング・その他調味料は横這い
- ・冷凍海藻等が高付加価値商品として大幅伸長

■ メーカー向け・コンビニ商品等

- ・伸長するコンビニ商品向け、調味料・改良剤好調

下期取組み

■ 外食・給食向け等

- ・時代のニーズに応えたヘルシー商品の拡充
⇒老健施設向け商品、アレルギー対応商品強化



給食向け
笑顔でランチ®商品



老健施設向け
ヘルシーバランス商品

・好調な冷凍海藻のますますのアイテム拡大

- ⇒健康感と高品質ニーズ
：学校給食・和食業態へ



冷凍海藻商品

- ・キャッシュ&キャリー業態、
Eビジネス等の新チャネルにチャレンジ

■ 加工食品メーカー向け・コンビニ向け等

- ・海藻や調味料類、食品用改良剤による複合提案
- ・コンビニとのパートナーシップの強化

～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 200億円 (前期+1億円)

〔上期実績：99億円、下期予想：100億円〕

上期：前年同期比 102.7%

■ 重点品目の新規獲得により好調

- ・豆腐用凝固剤伸長
- ・ビタミンE、製菓・製パン用加工油脂好調
- ・麺用ほぐれ剤が新規採用等により好調
- ・色素は菓子、アイスクリーム向けが堅調

■ ヘルスケア

- ・クロセチン(*)、健康食品向け新規採用
(*…クナシやサフランの実を由来とする天然成分)
- ・医薬用マイクロカプセル好調

■ 原料高騰による価格改定への取り組み

下期取組み

- 重点品目の主要顧客への販売取り組み継続強化
- 新規分野への提案×アプリケーションセンターの活用
- 新液体工場の稼働により最大で生産能力6割増
(10,000トン/年)となる千葉工場と連携した
拡売政策



新液体工場
2015年7月竣工

■ ヘルスケア

- ・機能性表示食品への取り組み
- ・医薬用マイクロカプセルの提案

～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 60億円 (前年▲1億円)

〔上期実績：29億円、下期予想：31億円〕

上期：前年同期比 95.4%

- 既存ユーザー自体の低迷
 - ・農業用フィルム、プラスチック建築資材、食品用ラップ類等の業界不振
- 化粧品、雑貨用原料等はインバウンド消費の影響により好調

下期取組み

- 営業と開発の連携によるダイナミックな新規開拓等、成長への種まき
- 競争力のある海外工場製品の国内導入および、グリーン・ケミカルの展開
- ローコストプロダクションおよび、物流見直し、製品リニューアル、納入形態変更等による利益確保

～成長エンジン事業として、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 255億円 (前期+11億円)

〔上期実績：124億円、下期予想：130億円〕

上期：前年同期比 120.2%



■ 改良剤

・リケビタ・マレーシア、天津(生産)が、
近年の設備増強を背景に稼動が上がったことで
順調に推移した

・販売は、アジア、米国エリアで新規獲得により
好調。

・欧州、インドエリアは、外的要因もあり
やや苦戦した

■ 青島福生食品

・タラ等水産加工品の売上順調

下期取組み

■ 改良剤

・リケビタ・マレーシアの設備増強による生産量拡大
(2016年春予定)に対応した
販売戦略の強化



・海外アプリケーションセンターを活用、機能提案による
更なる付加価値製品の拡販および上市

・アジア市場は付加価値型製品の拡販、
欧米市場は量の確保を推進していく

■ 青島福生食品

・中期経営計画にて、従来の欧州輸出に加え、
中国国内に向けたビジネスモデルの転換を図る
戦略の実践(減収見込み)

	2016/3月期 予想			前期比	
	売上高	営業利益		売上高	営業利益
全体 計	875	55 6.3%		+ 18	+ 8

国内：収益基盤の確立

	2016/3月期 予想			前期比	
	売上高	営業利益		売上高	営業利益
国内食品事業 計	572	47 8.2%		+ 9	+ 7
家庭用食品	160			▲ 1	
業務用食品	212			+ 9	
加工食品用原料等	200			+ 1	
国内化成品その他事業 計	60	3 5.8%		▲ 1	▲ 0

海外：構造基盤の強化

	2016/3月期 予想			前期比	
	売上高	営業利益		売上高	営業利益
海外事業 計	255	9 3.7%		+ 11	+ 2
改良剤事業	158			+ 21	
食品事業	97			▲ 9	

通期ポイント

- 「国内事業」のうち、「家庭用食品」「国内化成品その他事業」の苦戦が見込まれるものの、「加工食品用原料等」「海外事業(改良剤)」等により、全体で増収増益の見込み
- 中期経営計画の方針に基づき、「国内事業」については「収益基盤の確立」を目指し、マーケティングコストの効果的な活用を行い、“用途提案等含めた高付加価値型商品”に注力する
- 「海外事業(改良剤)」については、“成長エンジン”の位置付けで、【海外生産拠点×販売会社×アプリケーションセンター(機能開発)】を三位一体とした、高機能改良剤提案のビジネスモデルを推進

■ 以上を踏まえ、2016年3月期は通期予想の達成を見込む また今中期経営計画の目標の一つである、「2018年3月期のROE 6%以上」について、初年度の同年3月期は昨年度並みの5%台を見込んでいる

各中期経営計画ごとの通期業績の推移



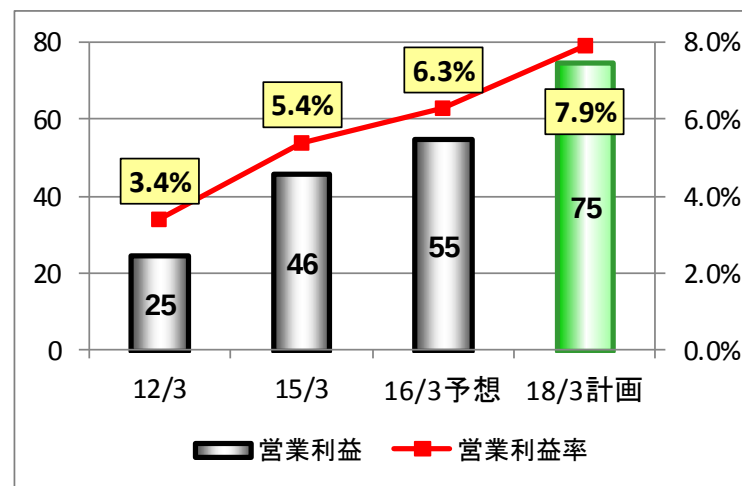
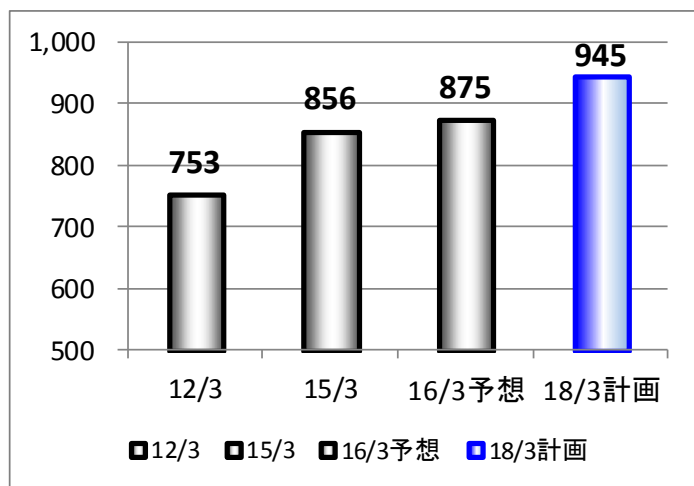
単位：億円

前々 中期計画

前 中期計画

今 中期経営計画

	2012/3月期		2015/3月期		2016/3月期		2018/3月期			
	実績	%	実績	%	予想	%	計画	%	15/3期差	15/3期比
売上高	753		856		875		945		+ 88	110.4%
営業利益	25	3.4	46	5.4	55	6.3	75	7.9	+ 28	161.3%
経常利益	28	3.8	46	5.5	53	6.1	75	7.9	+ 28	160.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	14	1.9	37	4.4	39	4.5	51	5.4	+ 13	134.4%



各中期経営計画ごとのセグメント別売上高・営業利益の推移



単位：億円

		前々 中期計画		前 中期計画		今 中期経営計画			
		2012/3月期		2015/3月期		2016/3月期		2018/3月期	
		実績	%	実績	%	予想	%	計画	%
国内食品事業	売上高	509		562		572		608	
	営業利益	20	4.0	39	7.1	47	8.2	67	11.1
	家庭用食品	売上高	133	161		160		173	
	業務用食品	売上高	187	202		212		225	
	加工食品用原料他	売上高	188	198		200		210	
国内化成品その他事業	売上高	58		61		60		68	
	営業利益	3	5.9	3	5.9	3	5.8	4	6.6
海外事業	売上高	193		243		255		283	
	営業利益	4	2.2	7	3.0	9	3.7	9	3.2
調整額 (セグメント間消去)	売上高	▲ 7		▲ 11		▲ 12		▲ 14	
	営業利益	▲ 2		▲ 4		▲ 5		▲ 6	
合 計	売上高	753		856		875		945	
	営業利益	25	3.4	46	5.4	55	6.3	75	7.9
								15/3期差	15/3期比
								+ 45	105.4%
								+ 27	170.1%
								+ 11	107.0%
								+ 22	111.1%
								+ 11	106.0%
								+ 6	110.2%
								+ 0	123.6%
								+ 39	116.2%
								+ 1	122.8%
								▲ 2	
								▲ 1	
								+ 88	110.4%
								+ 28	161.3%

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
池田・相原
TEL : 03-5275-5835