

証券コード4526

 **理研ビタミン株式会社**

2009年3月期 決算説明会

2009年5月22日



[www.rikenvitamin.jp](http://www.rikenvitamin.jp)

# 本日の内容

## 1. 開会

## 2. 2009/3月期(第73期)決算概要

専務取締役 経営企画部長 山下 隆

## 3. 新中期経営計画の概要～方針・戦略・施策について～

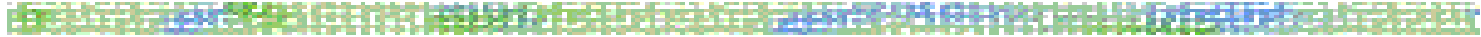
代表取締役社長 塚 美保

## 4. 新中期経営計画の概要～数値目標について～

専務取締役 経営企画部長 山下 隆

## 5. 質疑応答

## 6. 閉会



# 2009/3月期(第73期)決算概要



# セグメント、部門別売上高(連結)



売上高		08/3月期	構成比	09/3月期	構成比	前期比
セグメント	部 門	(億円)	(%)	(億円)	(%)	(%)
食品事業		682	84.4	662	84.0	97.2
	家庭用	177	22.0	172	21.9	97.2
	業務用	115	14.3	113	14.3	97.7
	加工食品用原料	189	23.5	168	21.4	89.0
	食品用改良剤	198	24.6	207	26.4	104.7
化成品事業		66	8.2	64	8.2	97.4
ビタミン・その他事業		59	7.4	61	7.8	102.9
合 計		808	100.0	789	100.0	97.6

# セグメント別増減 「食品事業」



## 家庭用食品

前年同期比  $\Delta$  4.8 億円

- わかめ .....  $\Delta$  6.0 億円 (うち生食めかぶ  $\Delta$  3.4 億円  
／「中国産 乾燥わかめ」のダウン)
- 素材力 .....  $\Delta$  0.3 億円 (消費者の低価格志向の強まり)
- ドレッシング ..... + 1.2 億円 (新商品「青じそハーブ&レモン」の高評価)

## 業務用食品

前年同期比  $\Delta$  2.7 億円

- わかめ .....  $\Delta$  3.5 億円 (「中国産 乾燥わかめ」のダウン)
- ドレッシング ..... + 0.7 億円 (PB品やオイル入りドレッシングが好調に推移)

## 加工食品用原料

前年同期比  $\Delta$  20.8 億円

- 青島福生品(水産加工事業) .....  $\Delta$  16.7 億円 (販売形態の変更を実施)
- 餡製品 .....  $\Delta$  5.4 億円 (取扱い品目の大幅な絞込みを実施)

## 食品用改良剤

前年同期比 + 9.2 億円

- 国内 ..... + 6.8 億円 (油脂業界・豆腐業界などへの実績好調)
- 海外 ..... + 2.4 億円 (上半期は好調に推移したものの、  
下半期に、欧州・アジア諸国を中心とした各国の急激な景気後退の影響を受ける)

# セグメント別増減 「化成品事業」、「ビタミン・その他事業」



## 化成品事業

前年同期比  $\Delta$  1.7 億円

- 国内 ……  $\Delta$  0.3 億円 (取引先企業の在庫調整などによる大幅な受注減)
- 海外 ……  $\Delta$  1.4 億円 (下半期に、欧州・アジア諸国を中心とした各国の急激な景気後退の影響を受ける)

## ビタミン・その他事業

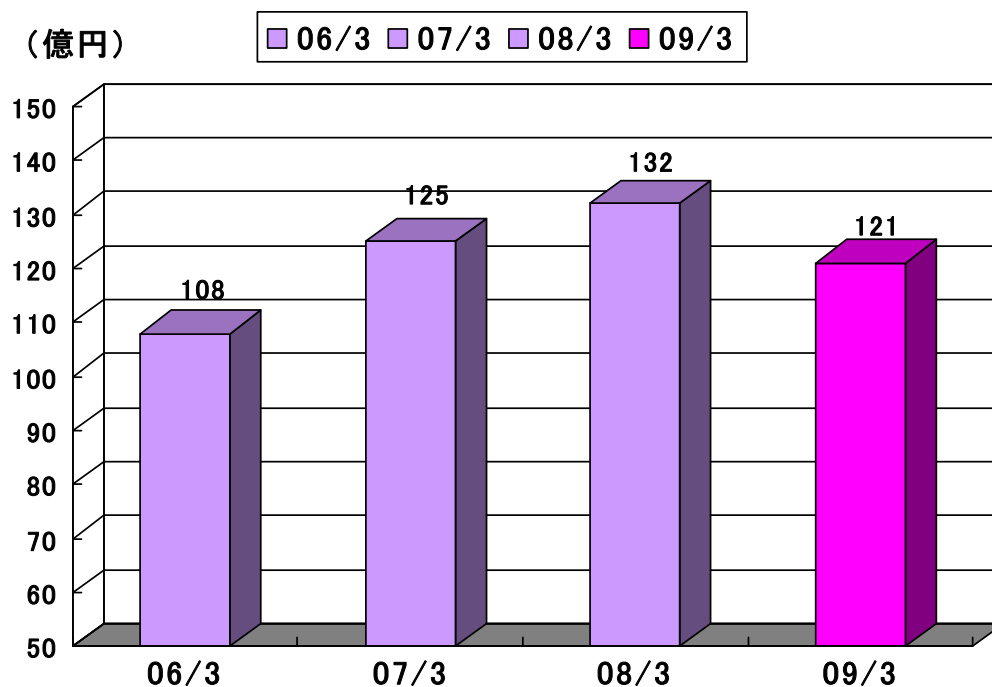
前年同期比 + 1.7 億円

- ビタミンE
  - ☆ 医薬用の堅調な推移と、食品用サプリメント用途の好調を受け伸長。
- 電子精密部品関連
  - ☆ 景気後退による取引先企業の在庫調整を受けダウン。

# 海外売上高



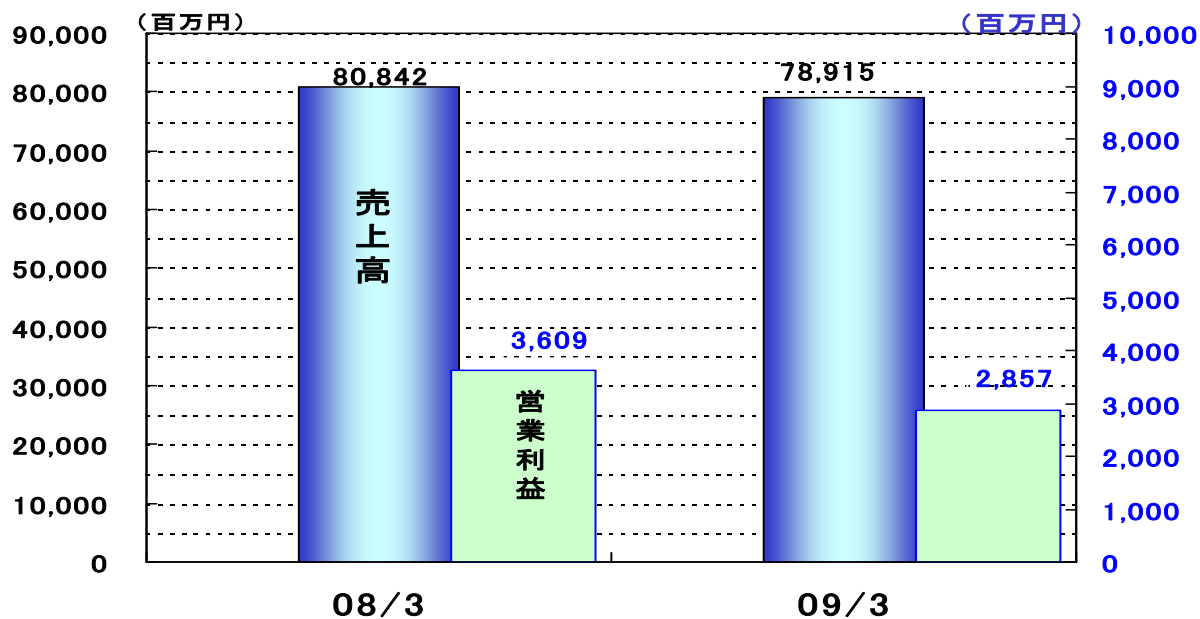
	08/3			09/3		
	欧米	アジア他	計	欧米	アジア他	計
売上高 (億円)	77	55	132.8	66	54	121.6
連結売上高に 占める割合 (%)	9.6	6.8	16.4	8.4	7.0	15.4



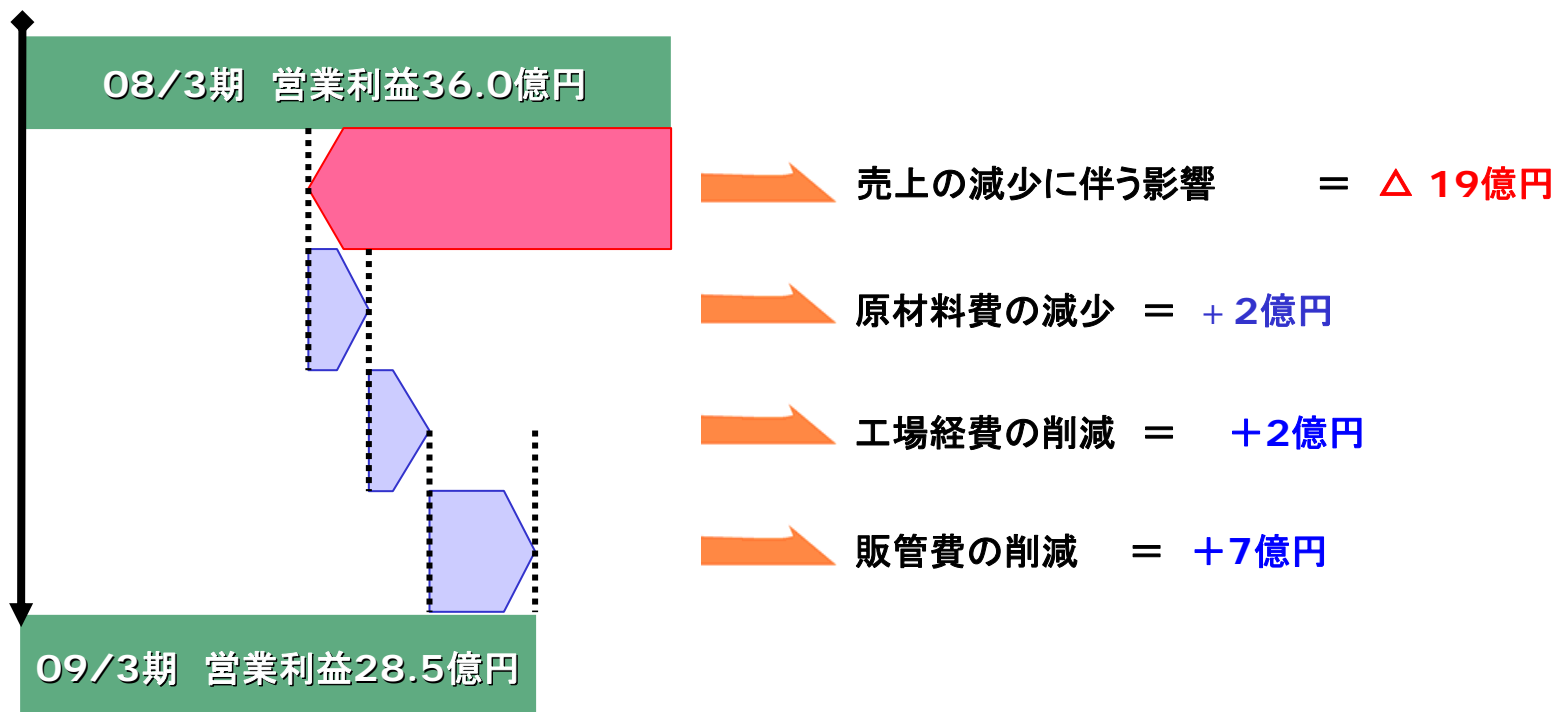
# 09/3月期 決算ハイライト (連結)



	08/3月期		09/3月期		伸長率(%)
	(億円)	対売上比(%)	(億円)	対売上比(%)	
売上高	808	—	789	—	97.6
粗利益	234	29.0	219	27.8	93.5
販管費	198	24.5	190	24.2	96.1
営業利益	36	4.5	28	3.6	79.2
経常利益	38	4.7	26	3.4	70.0
純利益	22	2.8	15	1.9	66.8



# 営業利益増減要因分析



原材料価格高騰への対策として、

- ①販売価格値上げ
  - ②ローコストプロダクション(製造固定費の圧縮)
  - ③販売管理費(販促費)の削減
- で吸収努力したものの

⇒営業利益は、前年を下回る

# 貸借対照表の主な増減科目(連結)



## 〔資産の部〕

(億円)

科 目	08/3月期 期末	09/3月期 期末	増 減 前期末差
<b>流動資産</b>	444	<b>449</b>	4
受取手形及び売掛金	189	176	△13
<b>固定資産</b>	420	<b>352</b>	△68
有形固定資産	275	240	△35
無形固定資産	10	8	△1
投資その他	134	102	△31
<b>■合 計</b>	<b>865</b>	<b>801</b>	<b>△63</b>

減価償却の  
進行により減少

投資有価証券の  
減少 △30

# 貸借対照表の主な増減科目(連結)



## 〔負債・純資産の部〕

(億円)

科 目	08/3月期 期末	09/3月期 期末	増 減 前期末差
<b>流動負債</b>	217	201	△15
支払手形及び買掛金	87	79	△7
短期借入金	67	64	△2
<b>固定負債</b>	62	41	△20
長期借入金	18	11	△7
繰延税金負債	24	11	△13
<b>負債合計</b>	279	243	△35
<b>純資産合計</b>	585	557	△27
<b>合計</b>	865	801	△63

保有株式の時価  
評価に伴い減少

利益剰余金の増  
加 +9

評価・換算差額等  
の減少 △35

# キャッシュフローの状況(連結)



(億円)

	08/3月期 －前期－	09/3月期 －当期－	対 前年比
営業活動による キャッシュ・フロー	48	47	0
投資活動による キャッシュ・フロー	△47	△24	22
財務活動による キャッシュ・フロー	△9	△5	3
現金及び現金同等 物の期末残高	100	114	14

## 【投資活動の増減要因】

投資有価証券の取得による支出額は増加したものの、設備投資の実施額が減少したことなどが要因

証券コード4526

 **理研ビタミン株式会社**

# 新中期経営計画の概要

2009年4月～2012年3月

持続的成長のための  
方針・戦略・施策について

## 先行き不透明な経済情勢

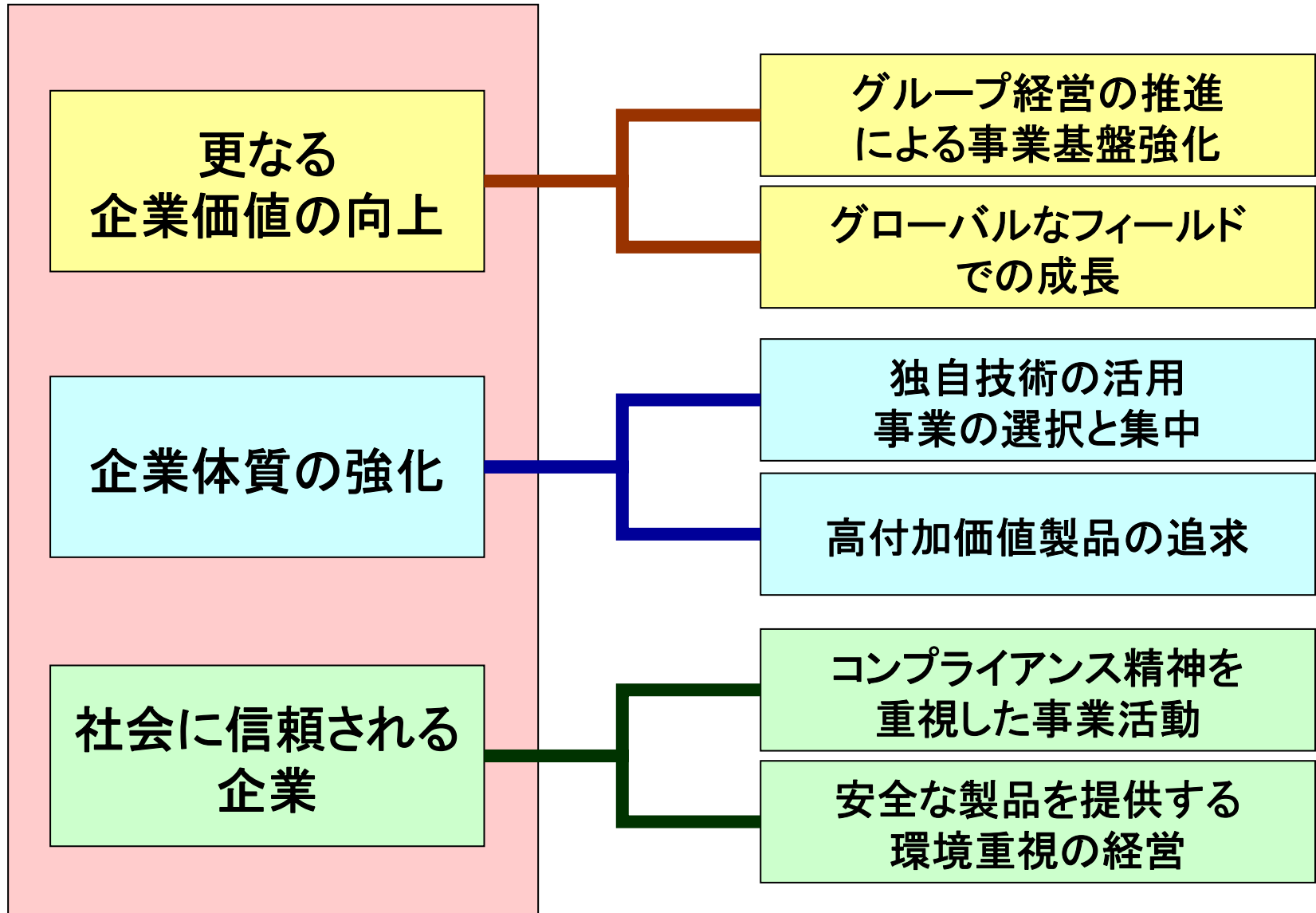
- 1) **原油及び原料価格**  
(予断を許さぬ価格動向)
- 2) **国内景気の停滞と需要減退**  
(生活防衛型消費行動)
- 3) **低価格志向** (量販店/コンシューマ商品 ⇒ PB化・加速)
- 4) **海外市場の需要減退** (世界同時不況)

## 社会の一員としての〔社会的責任〕

- 5) **食品の安全・安心** (品質マネジメントの徹底)
- 6) **環境問題**  
(地球温暖化 ⇒ CO2削減)
- 7) **CSR経営の推進**  
(良き企業市民として)

少子化社会

# 経営基本方針1



## 事業の 選択と集中

グローバル市場における

競争力の向上

持続的成長

企業価値  
向上

+

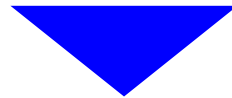
強い  
企業体質

- ◇ 成長分野での事業拡大
- ◇ 低収益事業の改善と整理
- ◇ 既存主力事業のコストリダクションの推進

# 経営基本戦略 一部門戦略・開発一



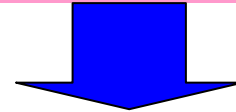
- ◇成長カテゴリーを見極める力
- ◇情報収集力・解析力
- ◇さらなるコスト意識の強化



情報発信基地としての活用

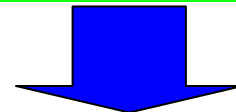
プレゼンテーション  
センター

アプリケーション  
センター



新市場創出

新規需要創造



収益構造の  
改善・向上

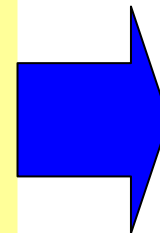
開発基本戦略

顧客のニーズに即した

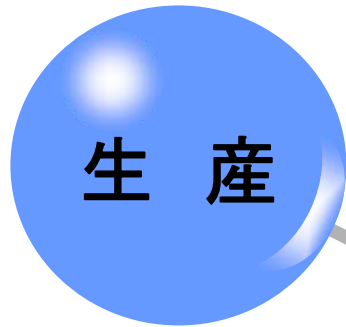
◆ **健康志向型**  
(健康機能強化/  
低カロリー等)  
**商品開発**

◆ **天然素材を活用した  
調味料開発**

◆ **改良剤における  
機能性向上と用途開発**



# 経営基本戦略 一部門戦略・生産一



生活防衛／低価格化を志向する  
顧客ニーズに対応する生産体制の構築

- ◇原料－生産－物流 / 既存主力製品の**コストダウン**追求
- ◇技術革新 ⇒ 生産性向上

安全／**適正コスト**の製品  
安定供給

**事業の成長戦略**に対応  
生産体制構築

生産体制  
高度化

生産拠点  
強化・再編

営業

- ◇ライフスタイルの変化への対応（成長市場の見極め）
- ◇顧客(市場)ニーズの的確な把握
- ◇カテゴリ別の最適商品政策／流通政策／販売促進策

顧客満足度・向上  
(生産・開発部門  
との連携)

市場リーダーとして、  
NO. 1ブランドの  
維持・拡大

オリジナリティのある新商品の継続的市場導入

市場  
創出

需要  
創造

科学的・戦略的  
営業行動の一層の実践

## 国際

- ◇「世界的景気後退」への対応
- ◇高付加価値品の拡大に向けたエリア戦略
- ◇新市場・成長市場に対応した生産・販売ネットワーク構築
- ◇アライアンス・パートナーとの取組み

### 【生産】

- ◇設備増強
- ◇新拠点／調査・検討

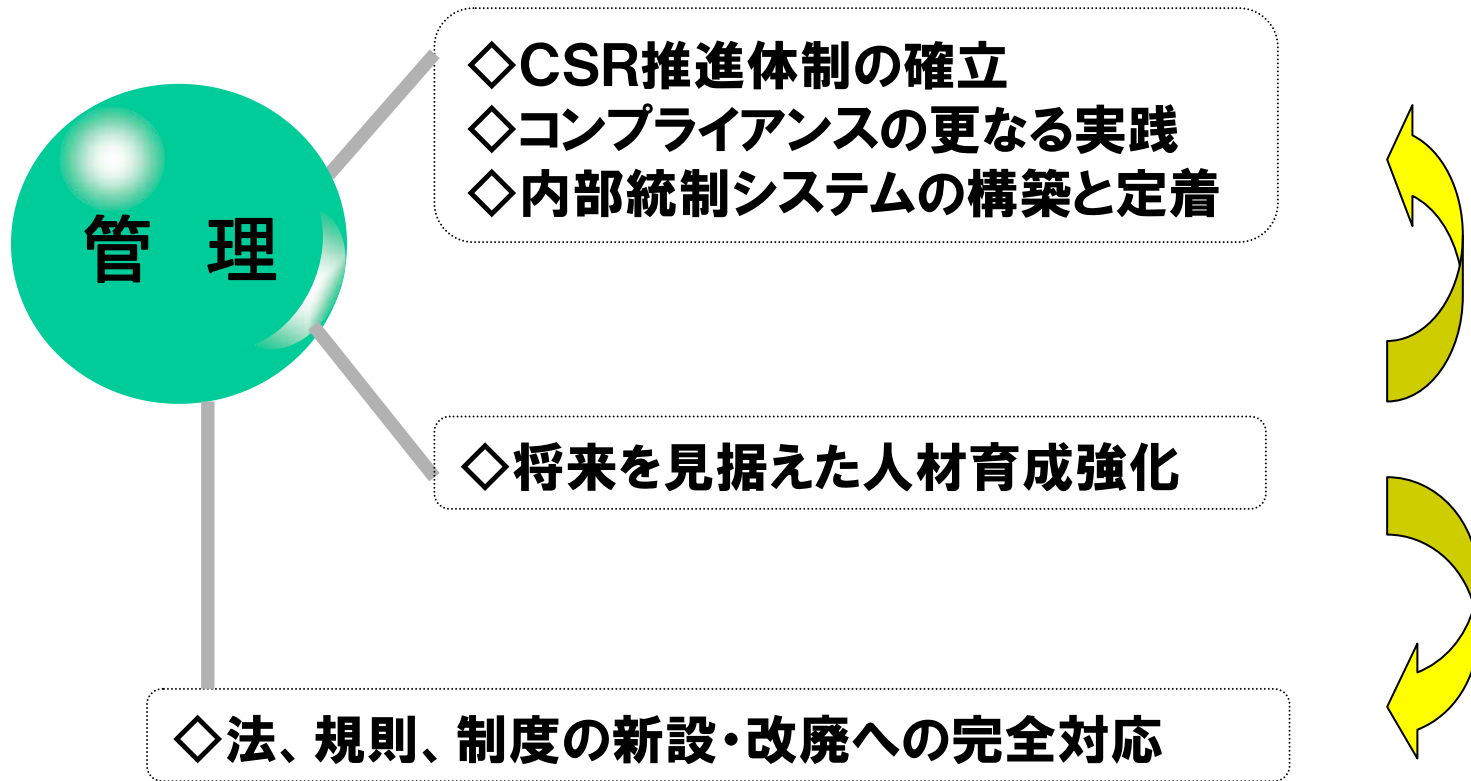
### 【販売】

- ◇既存市場フォロー
- ◇新拠点設計／調査・検討

### 【開発】

- ◇アプリケーションセンター /  
開発力強化  
～人と設備～  
(シンガポール・天津)

グローバルワイドでの  
事業展開の一層の推進



時代の要請に応える  
ガバナンス体制の一層の充実

## <1> コア事業の強化 と 確実な成長の実現

(詳細は、後記)

## <2> グループ内の事業再編

- 
- (1) 成長分野での事業拡大
  - (2) 収益改善を要する分野への適切な対応

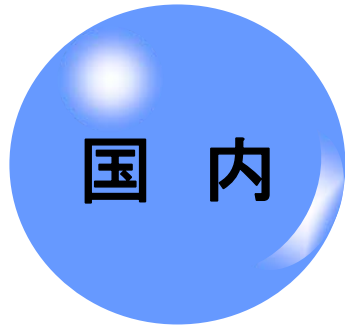
- 
- ◇ 家庭用／生わかめを2009/3終売
  - ◇ 館事業も収斂の方向へ

成長カテゴリーを見極めたパワーの投入

## <3> アライアンス・パートナーとの事業推進

Win-Winを志向したシナジー追求

## (1) 改良剤事業の成長の加速化



- ◇ 顧客ニーズに適應した新商品
- ◇ 成長市場でのシェア拡大



(草加)



(シンガポール  
・天津)

アプリケーションセンターの機動的活用

売上高

09/3期 272億円

⇒ 12/3期 295億円へ

☆食品

207億円 → 219億円へ

☆化粧品

64億円 → 75億円へ

アジア  
市場  
への深耕

## (2) 天然エキス調味料事業の一段の強化

◇差別化 ◇顧客対応 ◇品揃え  
新市場創出／新規需要創造型新商品開発

### ◇ポークエキス事業の確立

(外食・加工食品分野への販売強化)

### ◇水産エキス事業のさらなる発展

(ほたて・鰹・魚醤・昆布)

### ◇複合天然エキス調味料事業の拡大

(素材力等)

売上高

09/3期 133億円

⇒ 12/3期 **150億円**へ

## (3) **ドレッシング事業の一層の基盤強化**

### ◎ 強いカテゴリーをより強く!

◇ ノンオイル分野でのブランドの維持・拡大

### ◎ ドレッシングの生産技術を活用した

健康志向型の製品の上市

◇ 特長を活かした商品開発

**売上高**

09/3期 **110億円**

⇒ 12/3期 **125億円**へ



## (4) 海藻事業のブランド強化と再成長へのシナリオ

◇ **わかめNO. 1** 企業として、更なる充実と拡大へ！

### 【開発】

- ◇わかめ活用商品
- ◇新規原料活用商品

### 【ブランド】

- ◎**強いカテゴリーをより強く！**
- ◇**ふえるわかめちゃん** ◇**花ざいく**  
⇒ 品質・価格のフルライン化
- ◇**わかめスープ・海藻カススープ** ⇒ 拡大

### 【原料】

- ◇調達地域の拡大
- ◇調達方法見直し

### 【生産】

- ◇生産設備・再編

中国産カットわかめ  
消費回復

【事業見直し】  
家庭用・生わかめ終売

### 売上高

09/3期 **130億円**

⇒ 12/3期 **145億円**へ

## (5) 健康食品事業の拡大成長と収益向上

◎「健康食品事業」… コア事業に準ずる位置付け

- ◇ ビーズ製品の拡大
- ◇ クロセチン、めかぶフコイダン、海藻ポリフェノールの拡販
- ◇ 新機能素材 & 新商品への取組み
- ◇ 通販事業の軌道化（サポートプラスシリーズ）



売上高

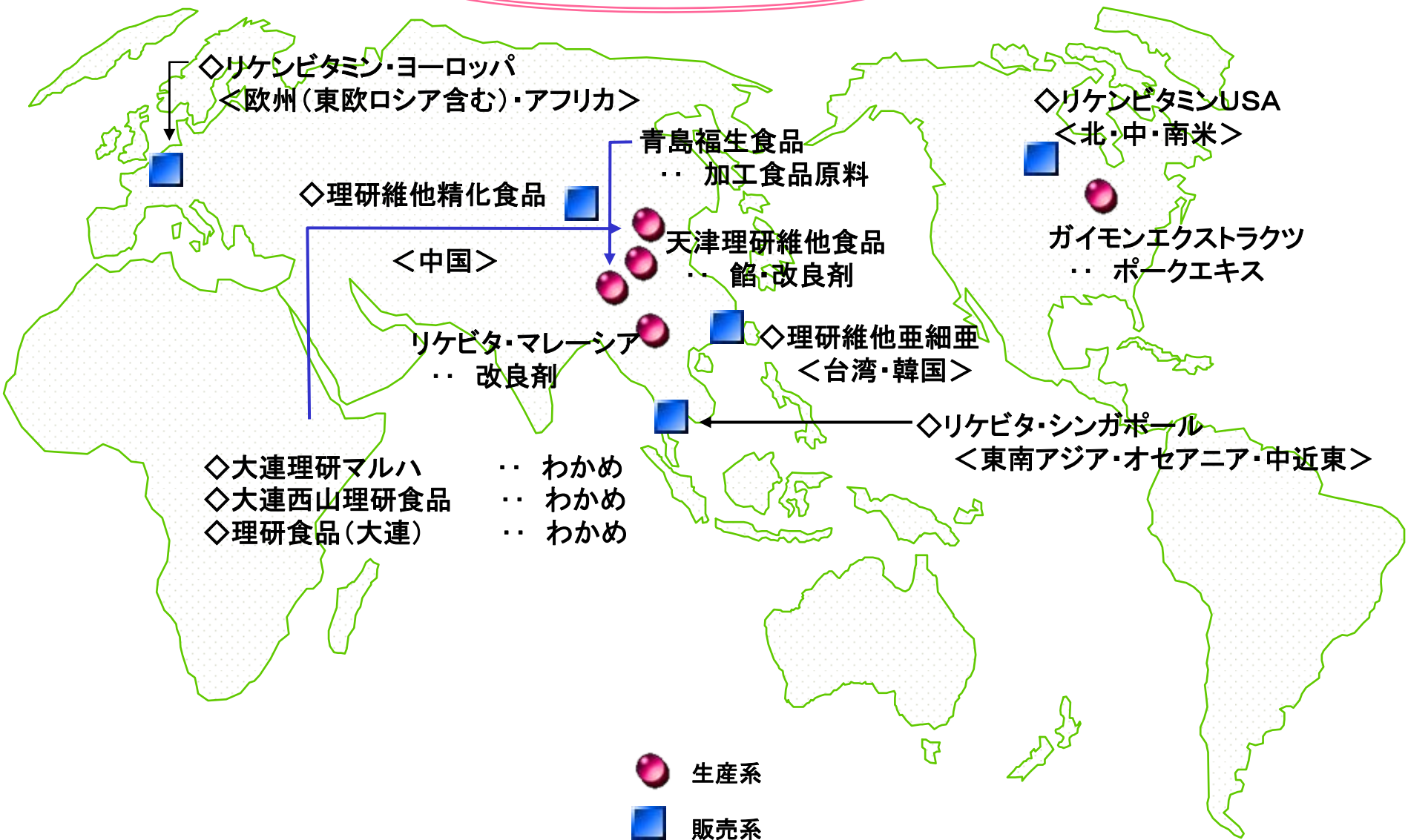
09/3期 **7億円**

⇒ 12/3期 **15億円**へ

# 新中期経営計画推進のための海外基本方針1



## 海外グループ会社



# 新中期経営計画推進のための海外基本方針2



海外エリア戦略 ～海外売上高**145億円**へ～



## 新中期経営計画

	73期 (2009/3)		74期 (2010/3)		75期 (2011/3)		76期 (2012/3)			
	実績	構成比	目標	構成比	目標	構成比	目標	構成比	73期比	73期差
国内	667	84.6%	680	84.5%	690	83.6%	705	82.9%	105.6%	37
<b>海外</b>	<b>121</b>	<b>15.4%</b>	<b>125</b>	<b>15.5%</b>	<b>135</b>	<b>16.4%</b>	<b>145</b>	<b>17.1%</b>	<b>119.2%</b>	<b>23</b>
合計	789		805		825		850		107.7%	60

# 新中期経営計画における数値目標

# 期別(年度別)目標



(単位:億円)

## 新中期経営計画

	73期(2009/3)		74期(2010/3)		75期(2011/3)		76期(2012/3)			
	実績	売上比	目標	売上比	目標	売上比	目標	売上比	73期比	73期差
売上高	789		805		825		850		107.7%	60
売上総利益	219	27.8%	232	28.8%	243	29.5%	255	30.0%	116.3%	35
営業利益	28	3.6%	38	4.7%	43	5.2%	51	6.0%	178.5%	22
経常利益	26	3.4%	37	4.6%	43	5.2%	51	6.0%	191.4%	24
当期純利益	15	1.9%	22	2.7%	27	3.3%	34	4.0%	225.3%	18

# セグメント別売上・目標



(単位:億円)

	09/3実績	10/3目標	11/3目標	12/3目標	09/3期比較
食品事業	662	677	692	711	107.3%
家庭用食品	172	175	179	183	105.9%
業務用食品	113	115	117	118	104.3%
加工食品用原料	168	184	187	191	113.0%
食品用改良剤	207	202	209	219	105.3%
化粧品事業	64	66	70	75	115.8%
ビタミン・その他事業	61	61	61	64	104.0%
ビタミン	48	51	52	54	111.2%
その他	12	9	9	9	76.0%
合計	789	805	825	850	107.7%

# セグメント別売上・利益目標



(単位:億円)

	2009/3期実績	
	売上高	営業利益
食品事業	662	22.5
家庭用	172	/
業務用	113	
加工食品用原料	168	
食品用改良剤	207	
化粧品事業	64	
ビタミン・その他事業	61	2.7
ビタミン	48	/
その他	12	
合計	789	28.5



2012/3期 目標		
売上高	(増収率)	営業利益
711	7.3%	43.5
183	5.9%	/
118	4.3%	
191	13.0%	
219	5.3%	
75	15.8%	
64	4.0%	2.8
54	11.2%	/
9	△24.0%	
850	7.7%	51.0

# コア事業別売上・利益目標



## 《コア事業別 売上高》

(単位:億円)

09/3期／実績

<12/3期・目標>

海藻事業 130億円

145億円

ドレッシング事業 110億円

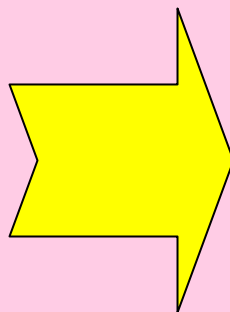
125億円

調味料・エキス事業 133億円

150億円

改良剤事業 272億円

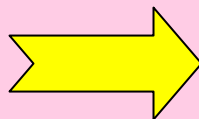
295億円



## 《コア以外の事業 売上高》

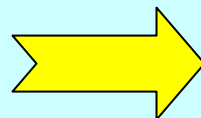
その他事業 144億円

135億円



合計 789億円

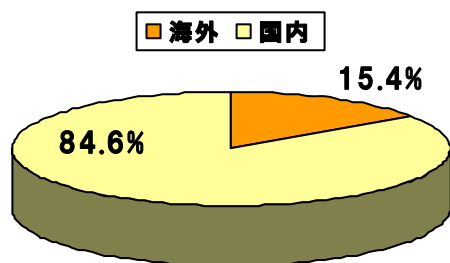
850億円



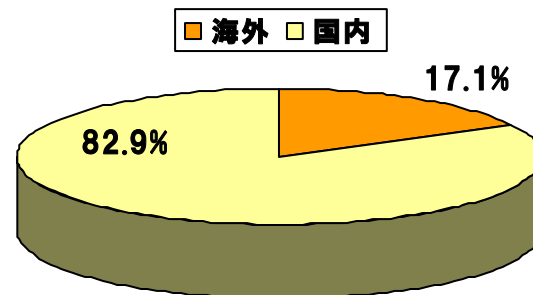
# 地域別売上高・目標



2009/3月期 海外売上高比率



2012/3月期 海外売上高比率(計画)



(億円)

地域別	09/3 実績	
	売上高	構成比
欧米	66	8.5%
アジア・その他	54	6.9%
海外・計	121	15.4%
国内	667	84.6%
連結・合計	789	100.0%

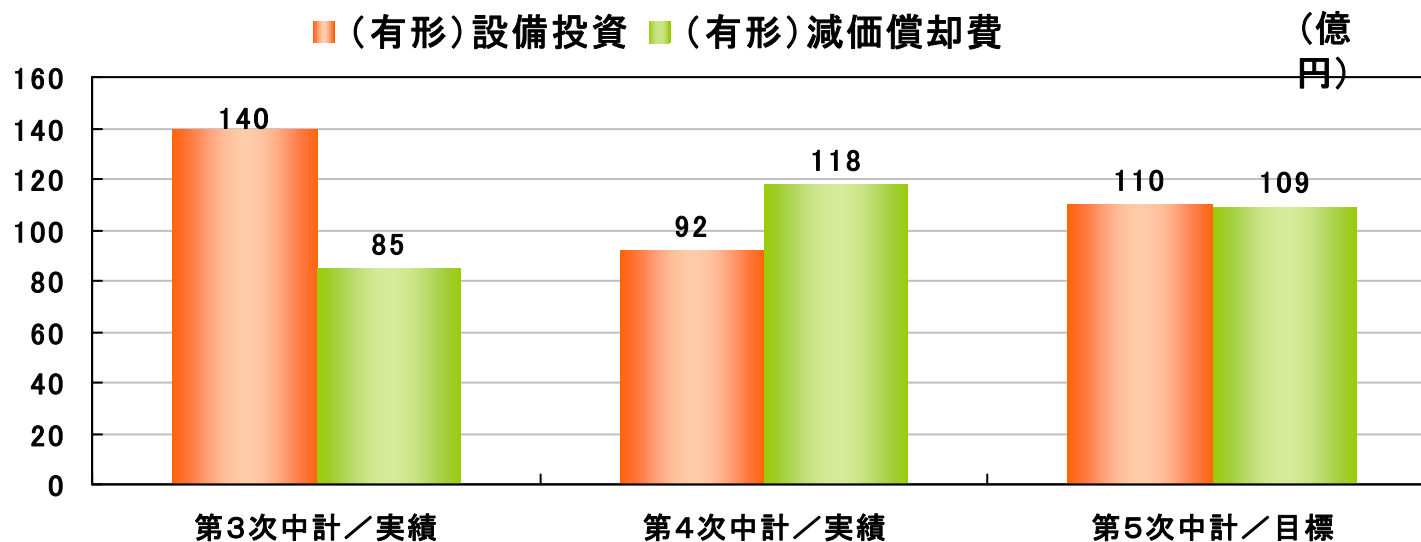


10/3 目標	
売上高	構成比
72	9.0%
52	6.5%
125	15.5%
680	84.5%
805	100.0%

11/3 目標	
売上高	構成比
75	9.2%
59	7.2%
135	16.4%
690	83.6%
825	100.0%

12/3 目標	
売上高	構成比
77	9.2%
67	7.9%
145	17.1%
705	82.9%
850	100.0%

# 設備投資計画 及び 減価償却



◇第3次中計 … 2003/4～2006/3

◇第4次中計 … 2006/4～2009/3

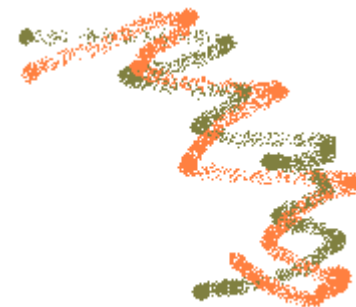
◇第5次中計 … 2009/4～2012/3 (新中期経営計画)

## ◇3カ年で合計110億円の設備投資計画

□事業の成長戦略に対応した生産体制の構築

□安全で適正コストの製品を安定して供給する生産体制の高度化

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 03-5275-5835

