

2012年3月期 決算説明会

平成24年5月16日

本日の内容

1. 2012/3月期 決算の概要

代表取締役専務取締役 山下 隆

2. 新中期経営計画の概要

①持続的成長のための方針・戦略・施策について

②新中期計画における数値目標

代表取締役社長 堺 美保

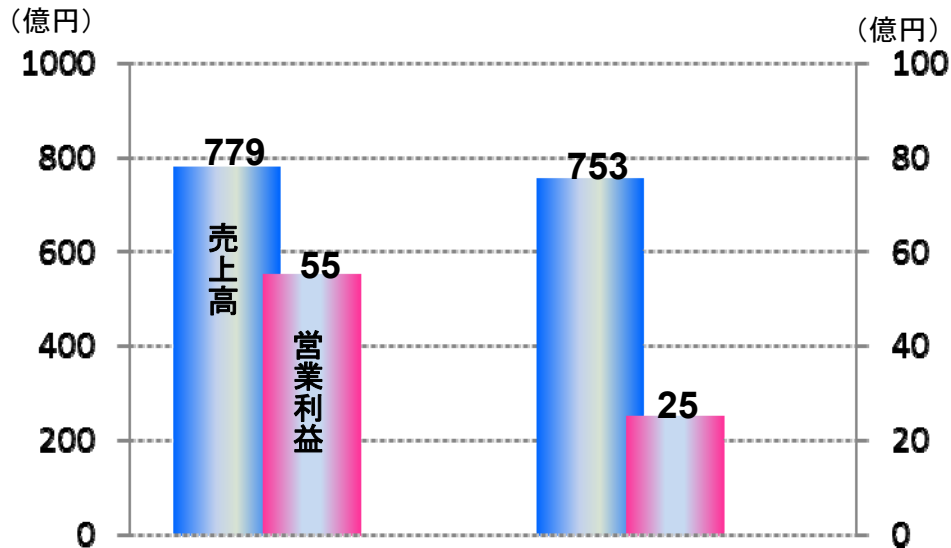
1. 2012/3月期 決算の概要

代表取締役専務取締役 山下 隆

2012/3月期 決算ハイライト(連結)

単位: 億円

	2011/3月期		2012/3月期		前年同期比較	
	実績	対売上比	実績	対売上比	増減額	前年比
売上高	779	—	753	—	△25	96.8%
粗利益	238	30.6%	203	27.0%	△34	85.5%
販管費	182	23.4%	178	23.6%	△4	97.6%
営業利益	55	7.2%	25	3.4%	△30	45.9%
経常利益	57	7.3%	28	3.8%	△28	49.7%
純利益	11	1.4%	14	1.9%	+2	126.0%



＜売上高の増減明細(上下期)＞

上期(4～9月)	下期(10～3月)
△26	+1

東日本大震災の業績に対する影響および復興投資額

特別損失額

単位：億円

	2011/3月期	2012/3月期
固定資産被害	9.9	4.5
たな卸資産に対する被害	7.3	1.8
操業休止期間中の固定費	—	2.9
その他	0.2	1.0
合計	17.5	10.1
受取保険金	—	△5.6
保険金控除後損失額	17.5	4.7

設備投資額

単位：億円

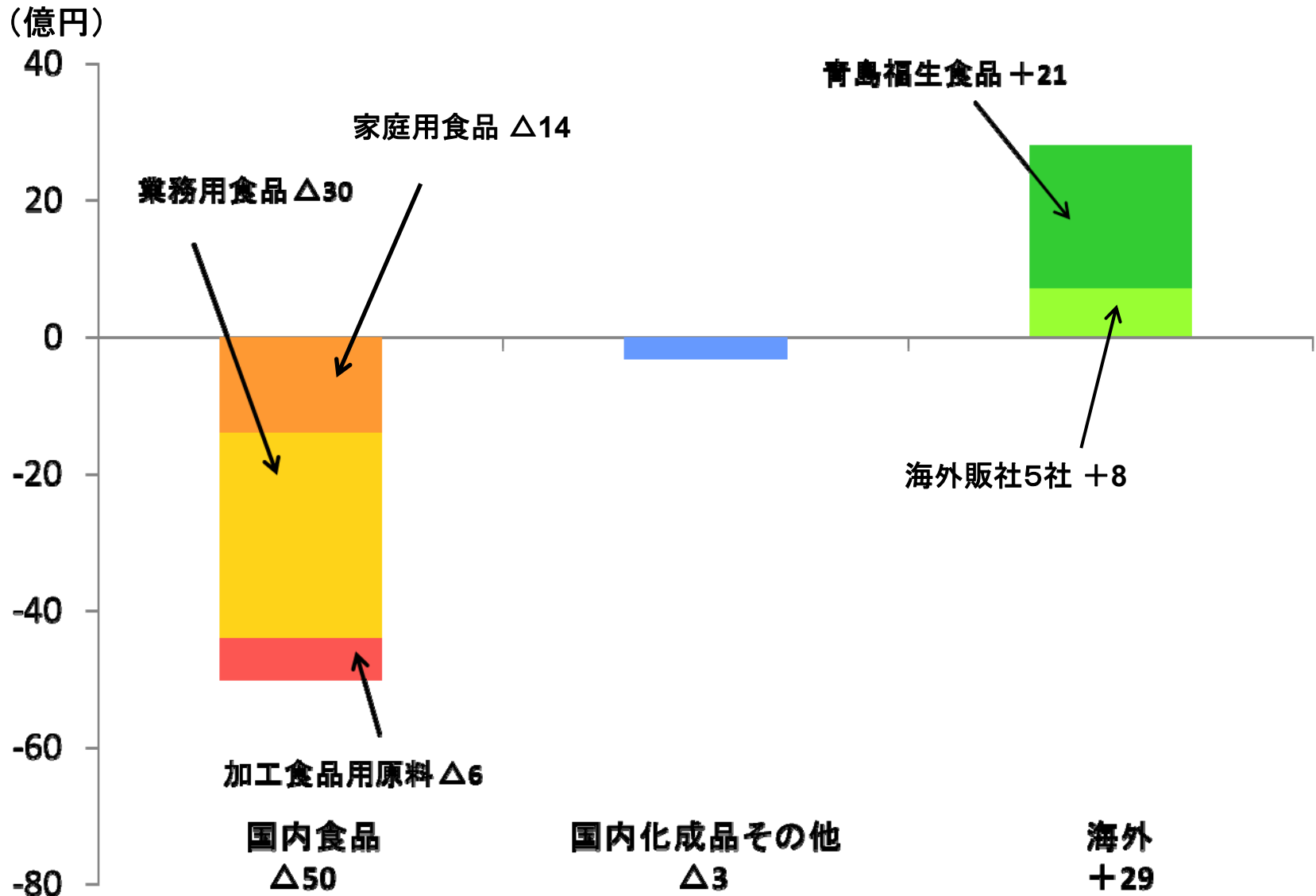
	2012/3月期	2012/3月期以降
理研食品	18.5	11.2
理研ビタミン	4.4	—
合計	23.0	11.2

セグメント売上高(連結)

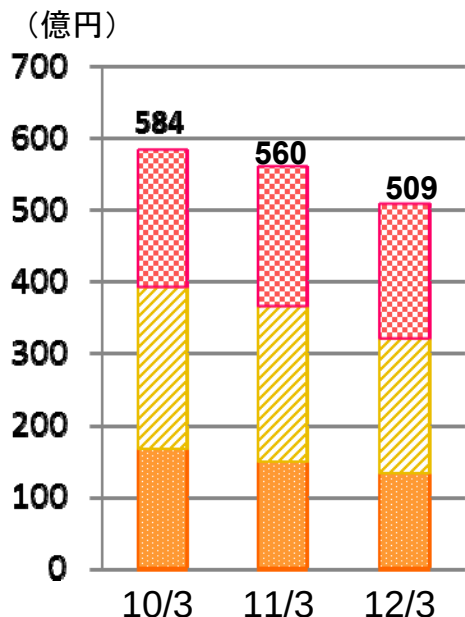
単位: 億円

セグメント	部門	2011/3月期	構成比	2012/3月期	構成比	増減額	前年比
国内食品事業		560	71.3%	509	66.9%	△50	90.9%
	家庭用食品	148		133		△14	90.1%
	業務用食品	217		187		△30	86.2%
	加工食品用原料	194		188		△6	96.9%
国内化成品その他事業		61	7.8%	58	7.7%	△3	94.8%
海外事業		164	20.9%	193	25.4%	+29	118.0%
合計		785	100.0%	761	100.0%	△24	96.9%
調整額(消去)		△6		△7			
連結		779		753		△25	96.8%

セグメント別売上高(連結)増減



セグメント別売上高 主な増減要因 「国内食品事業」



■ 家庭用食品

【前期差 $\Delta 14.6$ 億円 / 前期比 **90.1%**】

- ◆ 海藻 …… $\Delta 20.4$ 億円 ◇ 震災による休売や生産再開の遅れによる影響
- ◆ ドレッシング …… $+3.3$ 億円 ◇ 「くせになるうま塩」、「セレクトィあめ色玉ねぎ」の好評価
- ◇ 期終盤の主力レギュラー品の伸長

■ 業務用食品

【前期差 $\Delta 30.0$ 億円 / 前期比 **86.2%**】

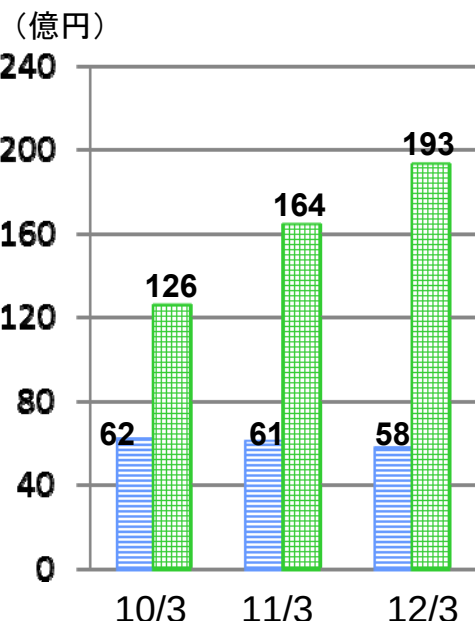
- ◆ 海藻 …… $\Delta 24.9$ 億円 ◇ 回復しつつあるものの、震災による休売や生産再開の遅れによる影響
- ◆ エキス・調味料 …… $\Delta 2.0$ 億円 ◇ 外食産業向け調味料等の減少 ($\Delta 3.9$ 億円)
- ◇ スナック用シーズニング ($+1.1$ 億円)

■ 加工食品用原料他

【前期差 $\Delta 6.0$ 億円 / 前期比 **96.9%**】

- ◆ 改良剤 …… $\Delta 0.5$ 億円 ◇ 震災特需の反動で、第2Q以降の荷動きが鈍化した事により、ほぼ前年並み
- ◆ エキス・調味料 …… $\Delta 1.5$ 億円 ◇ エキス類の減少 ($\Delta 0.4$ 億円)
- ◇ その他調味料の落ち込み ($\Delta 1.1$ 億円)
- ◆ 餡 …… $\Delta 1.5$ 億円 ◇ 天津の製造子会社の事業再編による減少 (餡から改良剤へ)

セグメント別売上高 主な増減要因 「国内化成品事業」、「海外事業」



国内化成品 その他事業

【前期差 $\Delta 3.1$ 億円 / 前期比 **94.8%**】

- ◆ 化成品 $\Delta 1.8$ 億円 被災等による取引先の生産調整の影響で減少
- ◆ その他 $\Delta 1.3$ 億円 震災の影響による、飼料用油脂の減少

海外事業

【前期差 $+29.5$ 億円 / 前期比 **118.0%**】

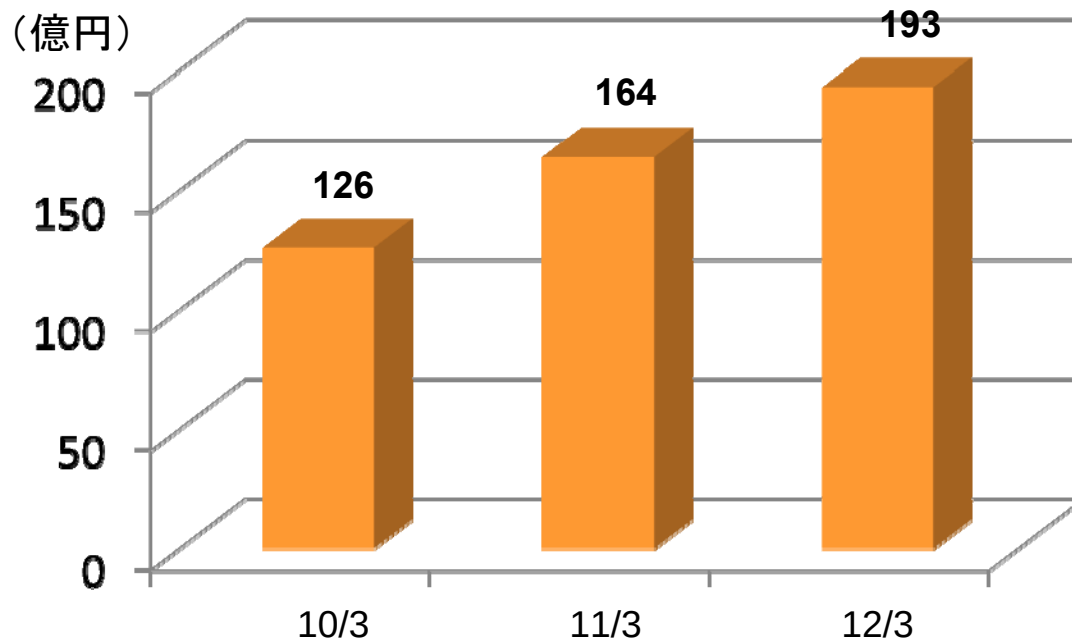
- ◆ 海外販社5社 $+8.0$ 億円 シンガポール・上海の販売会社による牽引
($\Delta 3.2$ 億円)
- ◆ 青島福生食品 $+21.5$ 億円 欧州向けの販売の大幅な伸長による増加
($\Delta 4.2$ 億円)

()内は為替影響額

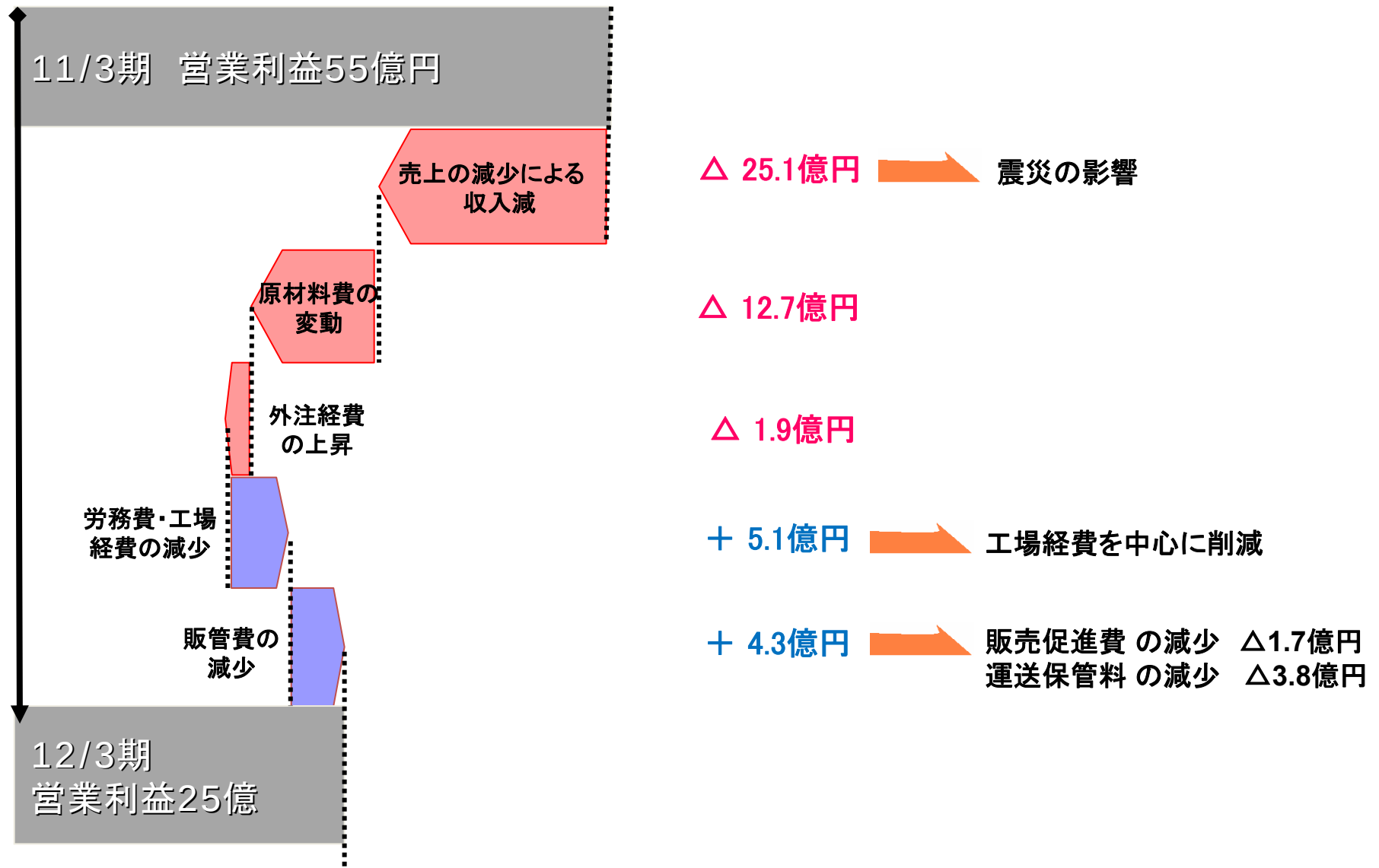
海外事業売上高の状況

単位：億円

	2010/3月期	2011/3月期	2012/3月期
海外事業売上高	126	164	193
販社(改良剤)	80	90	98
青島福生	46	74	95
連結売上高に占める割合	16.3%	20.9%	25.4%



営業利益の増減要因分析



貸借対照表の主な増減科目(連結)①

単位: 億円

資産の部			
科目	2011/3月期	2012/3月期	増減額
流動資産	500	511	+10
現金及び預金	173	157	△16
受取手形及び売掛金	175	198	+23
たな卸資産	125	127	+2
固定資産	323	354	+30
有形固定資産	210	230	+19
無形固定資産	7	7	△0
投資その他の資産	105	116	+10
合計	824	865	+40

設備投資 +55
減価償却費 △31

投資有価証券 +9.5

貸借対照表の主な増減科目(連結)②

単位: 億円

負債・純資産の部			
科目	2011/3月期	2012/3月期	増減額
流動負債	229	259	+29
支払手形及び買掛金	81	99	+17
短期借入金	78	87	+8
固定負債	43	42	△1
負債合計	273	301	+28
株主資本	541	547	+5
その他包括利益	6	12	+6
少数株主持分	3	3	+0
純資産合計	551	563	+12
合計	824	865	+40

未払金 +6.5

利益剰余金 +5.9

その他有価証券評価差額金 +5.7
 繰延ヘッジ損益 +0.4

キャッシュフローの状況(連結)

単位:億円

	2011/3月期	2012/3月期
現金及び現金同等物の期首残高	133	168
営業活動によるキャッシュ・フロー	68	35
投資活動によるキャッシュ・フロー	△28	△43
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2	△1
現金及び現金同等物に係る換算差額	△1	△0
現金及び現金同等物の期末残高	168	158

減価償却費 +31.1

有形固定資産の取得 △44.6

短期借入の増減 +11.8
長期借入金の返済 △4.8
配当金の支払い △8.1

新中期経営計画の概要

2012年4月～2015年3月

代表取締役社長 堺 美保

平成24年5月16日

目次

①持続的成長のための方針・戦略・施策について

当社グループを取り巻く経営環境	18
経営基本方針	19
経営基本戦略	20

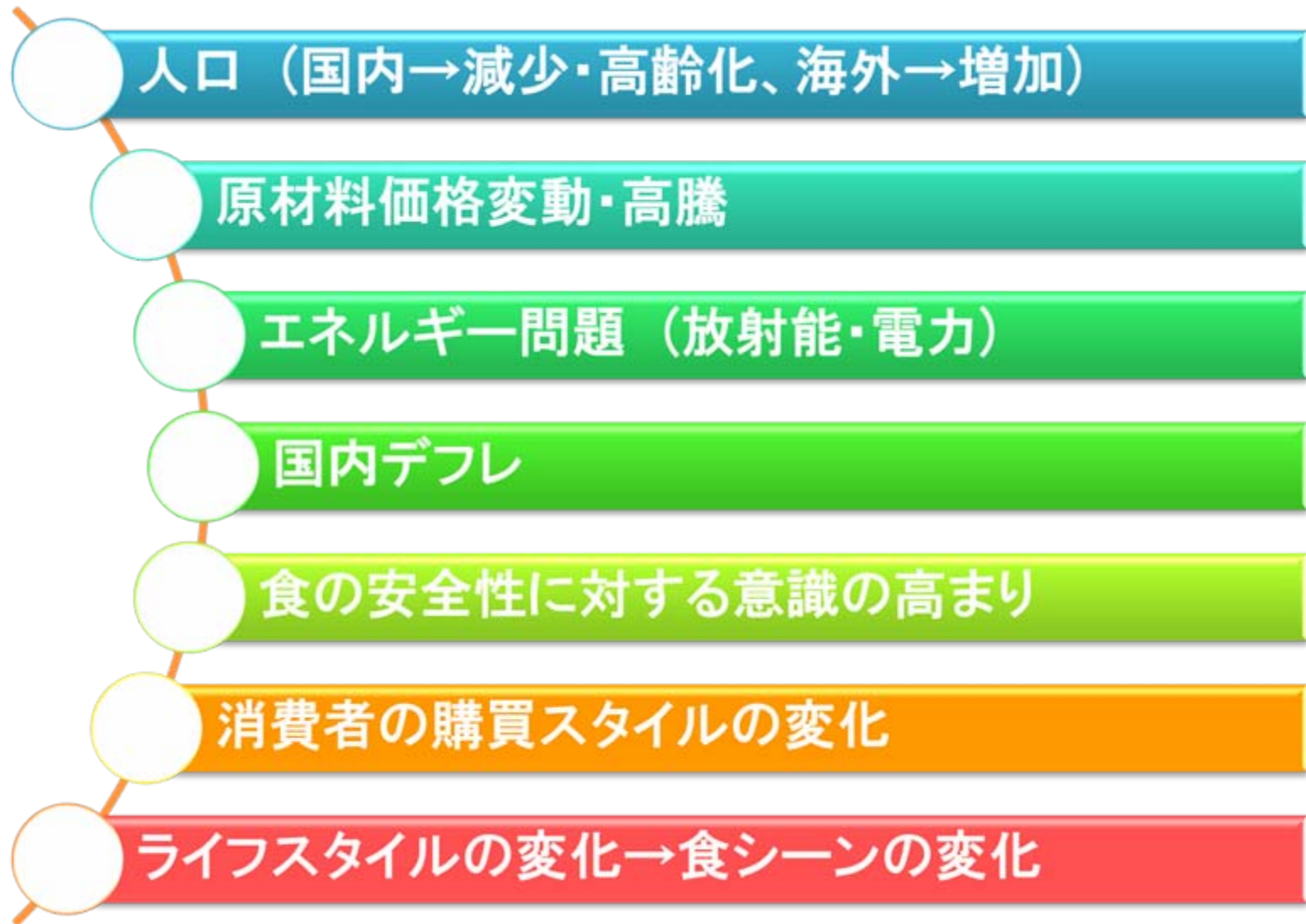
②新中期経営計画における数値目標

年度別目標	30
セグメント別 売上目標	31
セグメント別 営業利益目標	32
設備投資計画および減価償却費	33

持続的成長のための 方針・戦略・施策について



当社グループを取り巻く経営環境



経営基本方針



更なる
企業価値の向上



グループ経営の推進→事業基盤強化



グローバルなフィールドでの成長

企業体質の強化



独自技術の活用 と 事業の選択と集中



高付加価値製品の追求

社会の信頼に
応える企業



健全な事業運営を推進する
コンプライアンス体制・ガバナンス体制



安全な製品の提供

- 1 中核事業での国内外マーケットシェア拡大と収益力の向上を目指す
- 2 海外事業を当社グループの成長エンジンと見据え、運営(開発・生産・販売)体制の強化を図る
- 3 品質保証体制の更なる強化を図り、顧客・消費者の信頼を高める
- 4 アライアンス・パートナーとの更なる事業推進を図る
- 5 CSR経営の一層の推進を図る

セグメント事業戦略① ー 共通 ー



共通戦略

(単位:億円)

① 品質マインドを醸成する環境整備

② 中核事業でのローコストプロダクションの
確実な実行



粗利益率、
セグメント営業利益率の向上

③ グループ内のグローバルネットシステムの
強化

セグメント事業戦略② ―国内食品事業―



家庭用食品

79期(2015/3期)

165億

対76期比

+31億

(単位:億円)

① 主力商品群のシェア拡大と収益力向上

② 新製品上市による新市場創出の推進、
新用途開発による新規需要の掘り起こし

③ 海藻商品のブランド再興

④ 中核事業の周辺カテゴリー開拓

	79期 計画	76期差
ドレッシング	84	+7
ふえるわかめ	30	+14
わかめスープ	36	+6
素材力だし	16	+1

海藻商品

75

+26



セグメント事業戦略③ ー国内食品事業ー



業務用食品

79期(2015/3期)

225億

対76期比

+37億

(単位:億円)

① 主力商品群のシェア拡大と収益力向上

② 新製品上市による新市場創出の推進、
新用途開発による新規需要の掘り起こし

③ 海藻商品のブランド再興

④ 学校給食市場・CVS市場への
取組み再構築

	79期 計画	76期差
ドレッシング	27	+2
海藻類	40	+18
エキス・調味料	120	+16



セグメント事業戦略④ —国内食品事業—



加工食品用原料等

79期(2015/3期)
200億

対76期比
+11億

① 重点業界、顧客への販売取組み強化と
新規顧客の獲得推進

② 新用途、新機能製品の提案営業の
推進による新規需要の創出

③ 健康機能食品市場の継続拡大

(単位:億円)

	79期 計画	76期差
加工食品用 原料等 合計	200	+11

クロセチン

改良剤の用途

乳化



老化防止



起泡



国内化成品その他事業

79期(2015/3期)
65億

対76期比
+6億

① 既存系製品の水平展開と、
新規用途開発による新規顧客開拓



撥水、耐傷、
離型、帯電防止

② 顧客ニーズを見据えた新機能性製品の開発と、
提案営業推進による新規需要の創出



機能性MB、
新機能性界面活性剤

化成品の用途

防曇剤



食品ラップフィルム



農業用フィルム

滑剤



水道管

セグメント事業戦略⑥ — 海外事業 —



海外事業

食品用改良剤
／化成品用改良剤事業

79期(2015/3期)
135億

対76期比
+36億

① 新興国市場の更なる開拓

インド・東アジア・中東

② 生産能力の拡大

マレーシア工場の能力増強
中国天津工場の化成品事業の強化・拡大

③ 付加価値製品の売上拡大

生産品目の構造改革推進

④ 顧客ニーズへの対応力強化

アプリケーションセンターの新規開設 ★

⑤ 世界競争市場での
コストリダクション推進

★ 上海アプリケーションセンターの開設



開業式典、AP内の様子

セグメント事業戦略⑦ — 海外事業 —



海外事業

食品事業
(青島福生食品)

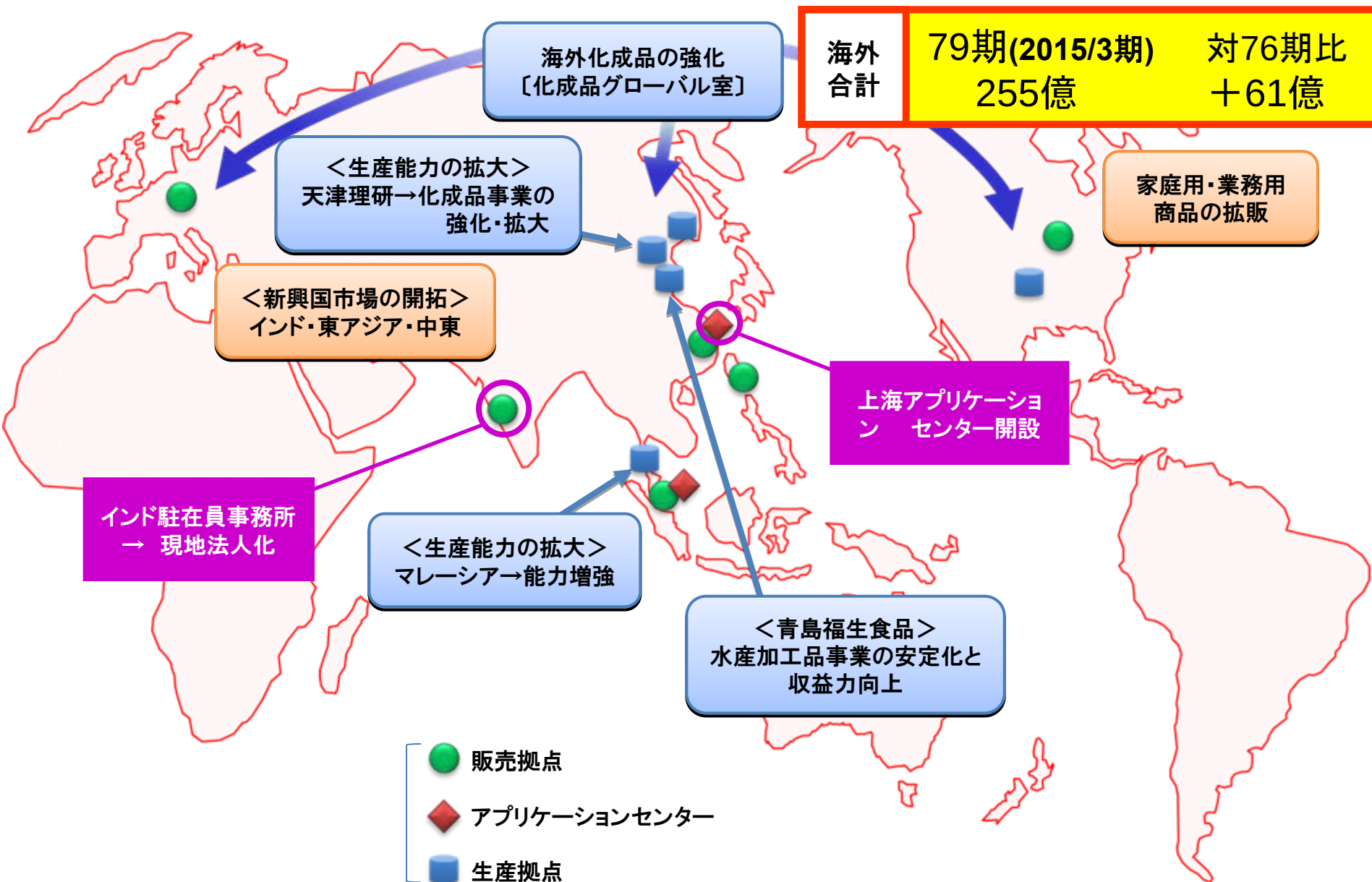
79期(2015/3期)
120億

対76期比
+24億

- ① 水産加工品事業の安定化と
周辺分野への取組みによる収益力向上
- ② 事業構造の改革推進、
新規事業開拓の推進



セグメント事業戦略⑧ — 海外事業 —



新中期経営計画における 数値目標



年度別目標



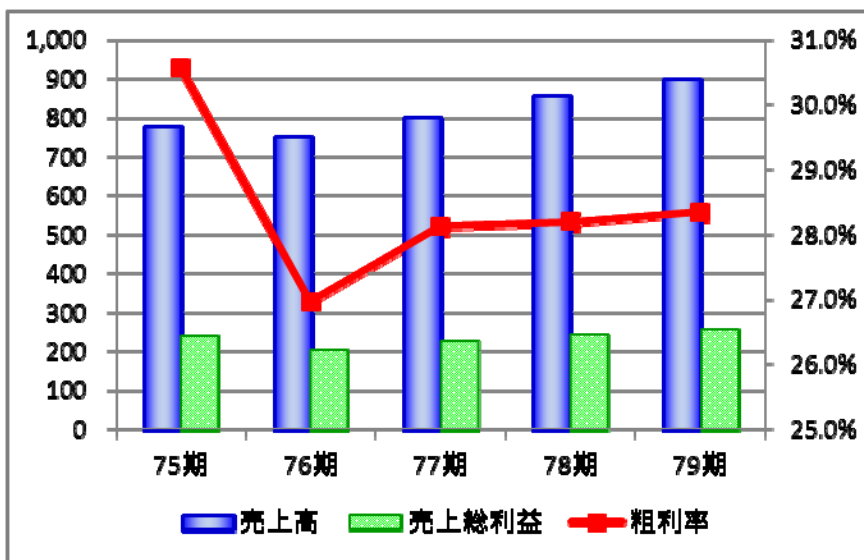
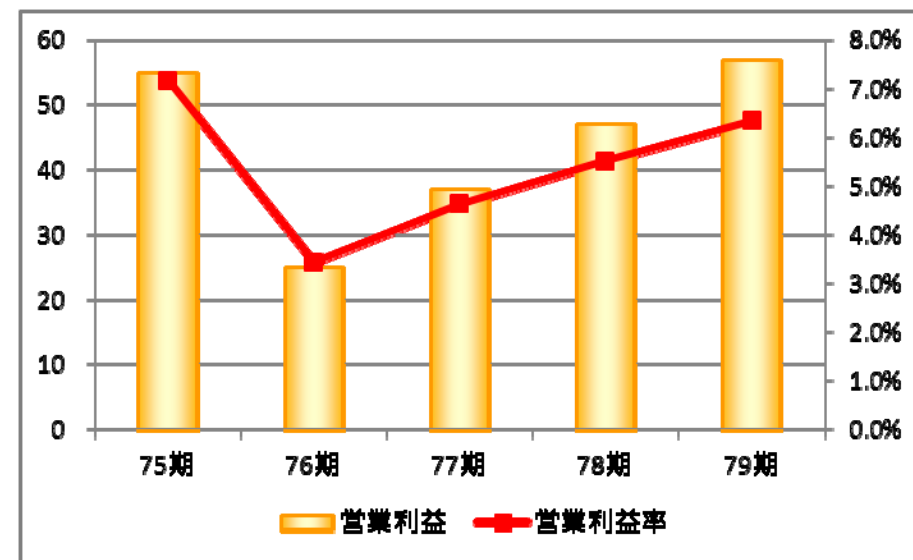
(単位: 億円)

	75期 (2011/3)		76期 (2012/3)	
	実績	売上比	実績	売上比
売上高	779		753	
売上総利益	238	30.6%	203	27.0%
営業利益	55	7.2%	25	3.4%
経常利益	57	7.3%	28	3.8%
当期純利益	11	1.4%	14	1.9%



新中期経営計画

77期 (2013/3)		79期 (2015/3)			
計画	売上比	計画	売上比	76期差	76期比
800		900		+ 146	119.4%
225	28.1%	255	28.3%	+ 51	125.0%
37	4.6%	57	6.3%	+ 31	222.0%
38	4.8%	58	6.4%	+ 29	204.5%
22	2.8%	35	3.9%	+ 20	247.3%



セグメント別 売上目標

(単位:億円)

新中期経営計画

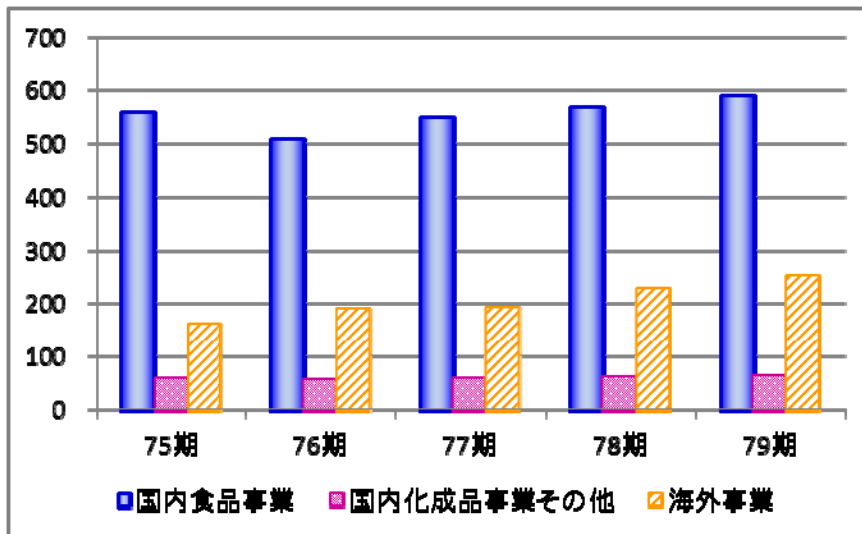
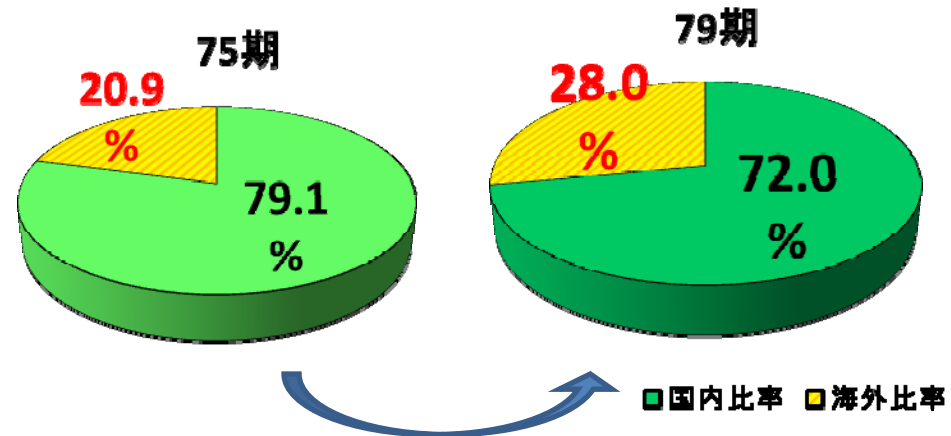
	75期 (2011/3)		76期 (2012/3)	
	実績	構成比	実績	構成比
国内食品事業	560	71.3%	509	66.9%
家庭用食品	148		133	
業務用食品	217		187	
加工食品用原料他	194		188	
国内化成品事業その他	61	7.8%	58	7.7%
海外事業	164	20.9%	193	25.4%
調整額 (セグメント消去)	▲ 6		▲ 7	
合 計	779		753	



77期 (2013/3)	
計画	構成比
551	68.4%
152	
205	
193	
61	7.5%
194	24.1%
▲ 6	
800	



79期 (2015/3)			
計画	構成比	76期差	76期比
590	64.8%	+ 80	115.8%
165		+ 31	123.2%
225		+ 37	120.2%
200		+ 11	106.2%
65	7.2%	+ 6	111.6%
255	28.0%	+ 61	131.7%
▲ 10		▲ 2	
900		+ 146	119.4%



セグメント別 営業利益目標

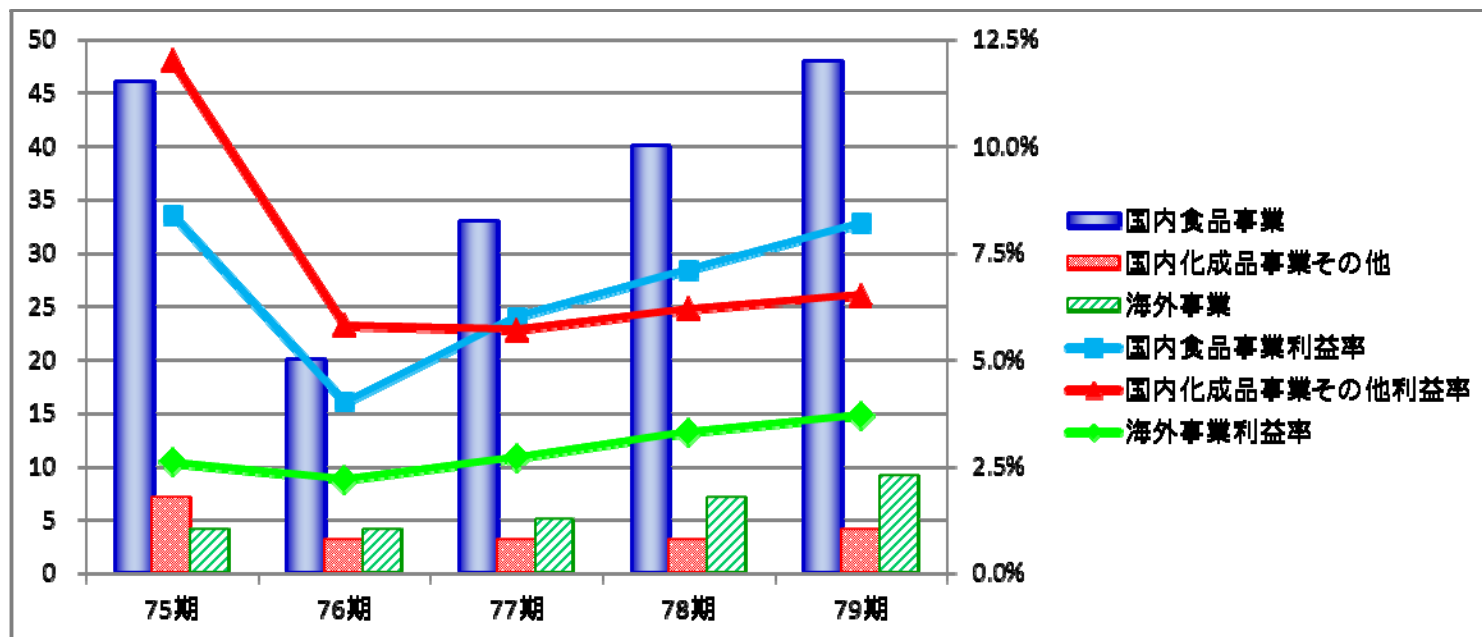


(単位:億円)

	75期 (2011/3)		76期 (2012/3)	
	実績	利益率	実績	利益率
国内食品事業	46	8.4%	20	4.0%
国内化成品事業その他	7	12.0%	3	5.8%
海外事業	4	2.6%	4	2.2%
調整額 (セグメント消去)	▲ 2		▲ 2	
合 計	55	7.2%	25	3.4%



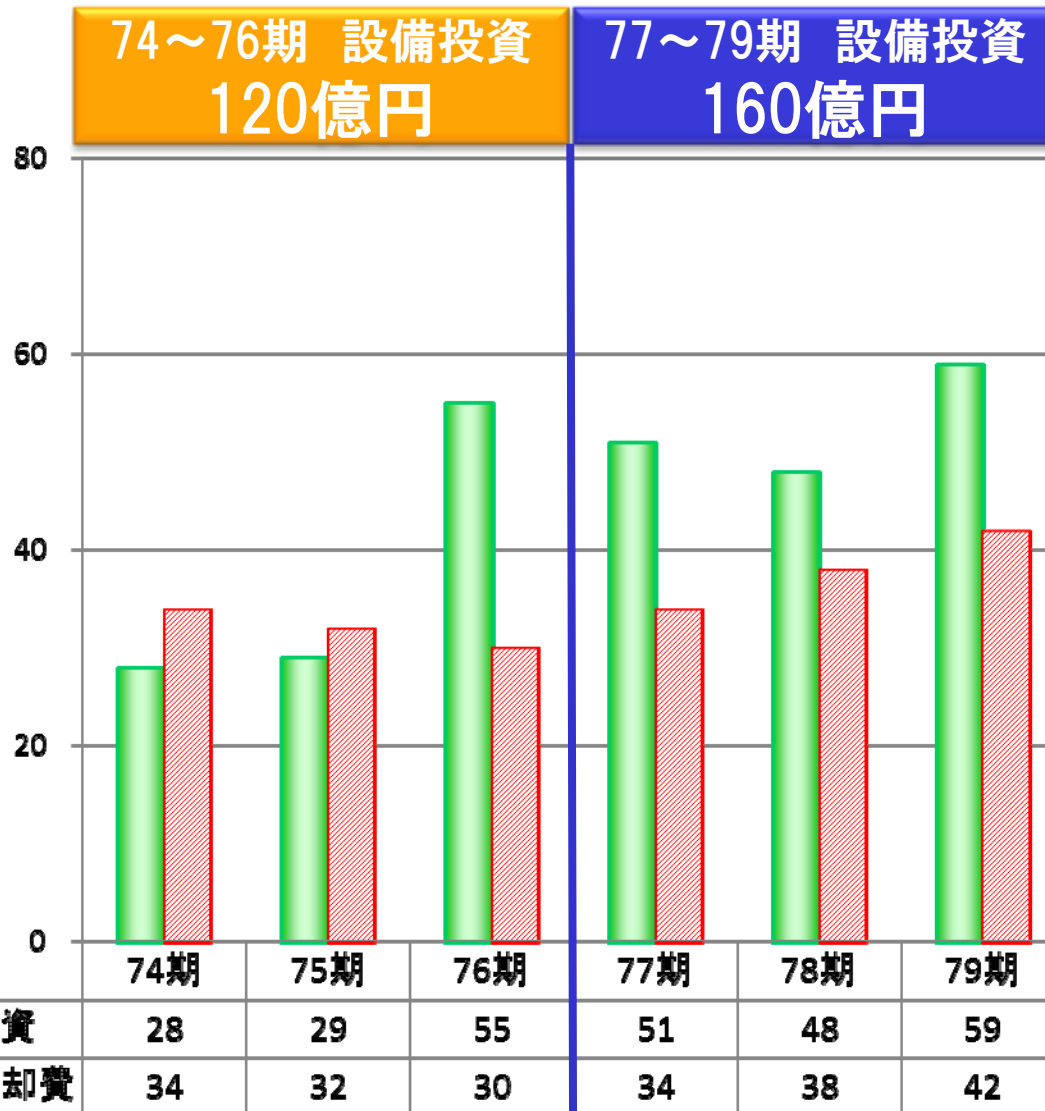
新中期経営計画							
77期 (2013/3)		79期 (2015/3)					
計画	利益率	計画	利益率	76期差	76期比		
33	6.0%	48	8.2%	+ 28	238.3%		
3	5.7%	4	6.5%	+ 0	123.5%		
5	2.7%	9	3.7%	+ 5	219.9%		
▲ 4		▲ 5		▲ 2			
37	4.6%	57	6.3%	+ 31	222.0%		



設備投資計画 および 減価償却費



(単位: 億円)



主な設備投資 (会社別)

理研ビタミン	100億
リケビタ・マレーシア	35億
理研食品	15億
青島福生食品	7億

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測数値などは、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
TEL:03-5275-5835