

2015年3月期 第2四半期決算説明会

2014年11月5日

本日の内容



1. 2015/3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. 2015/3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

2015/3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

連結決算ハイライト

	2014/3月期 第2四半期		2015/3月期 第2四半期		前年差	前年比
	金額(億円)	売上比(%)	金額(億円)	売上比(%)	金額(億円)	(%)
売上高	410		411		+0	100.1
粗利益	121	29.6	119	29.1	△2	98.3
販管費	97	23.8	99	24.2	+1	101.7
営業利益	23	5.8	20	4.9	△3	84.5
経常利益	25	6.2	20	5.0	△4	81.9
純利益	16	4.0	15	3.8	△0	96.0

前年同期と同水準の売上高を確保するも、減価償却費の増加もあり減益

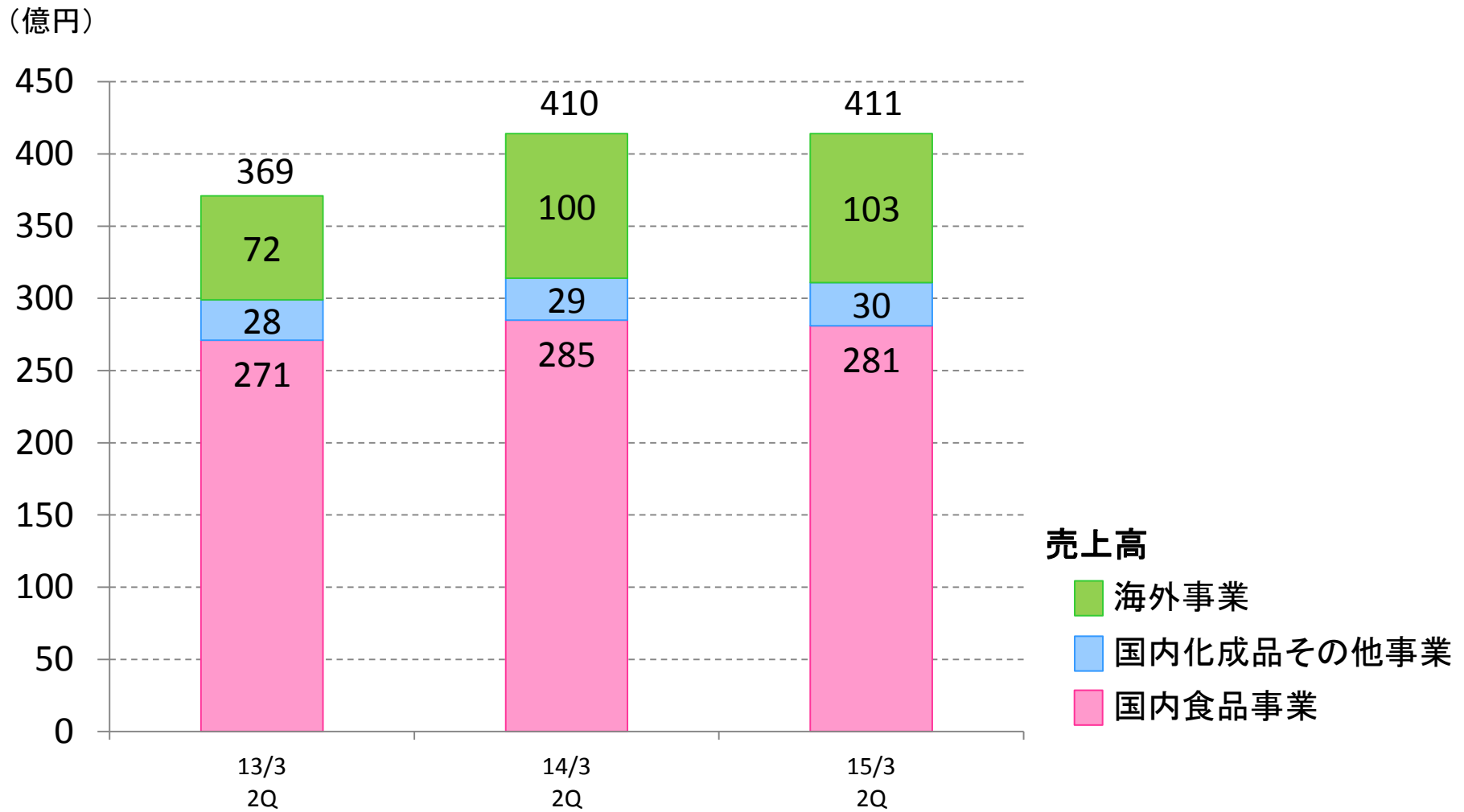
※金額は切り捨て表示をしております。

セグメント別売上高/営業利益



		2014/3月期 第2四半期		2015/3月期 第2四半期		前年差	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	285		281		△3	98.7
	営業利益	19	6.7	19	6.9	+0	100.7
国内化成品 その他事業	売上高	29		30		+1	103.5
	営業利益	2	8.7	1	6.5	△0	77.6
海外事業	売上高	100		103		+3	103.3
	営業利益	3	3.5	0	0.8	△2	24.5
調整額 (セグメント間消去)	売上高	△4		△4		△0	—
	営業利益	△1		△2		△0	—
合計	売上高	410		411		+0	100.1
	営業利益	23	5.8	20	4.9	△3	84.5

セグメント別業績推移

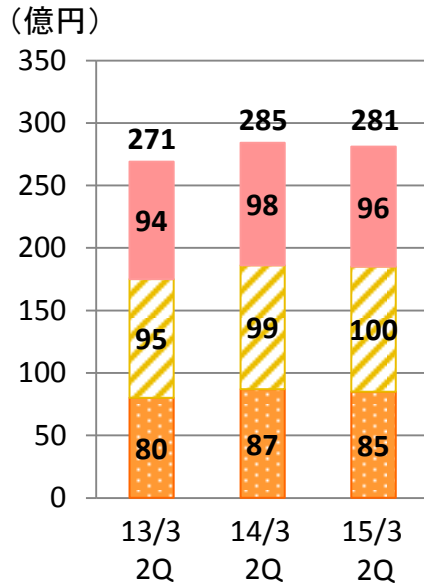


※合計のみ調整額を反映した数値

セグメント別売上高 主な増減要因①

国内食品事業 281【前年差 $\Delta 3$ / 前年比 98.7%】

単位: 億円



■ 家庭用食品 85【前年差 $\Delta 2$ / 前年比 97.5%】

◆ 海藻 ... $+0.8$ — 主に国内産の「ふえるわかめちゃん®」や、「わかめスープ」シリーズ大容量品が伸長

◆ ドレッシング ... $\Delta 1.9$ — 夏場の天候不順に伴う野菜価格高騰の影響を受け、低調

海藻が伸長も、ドレッシングの低調もあり前年同期を下回る

■ 業務用食品 100【前年差 $+0$ / 前年比 100.1%】

◆ 海藻 ... $+0.5$ — 「冷凍海藻」の市場への浸透と着実な実績化により、伸長

海藻が伸長するも、全体では前年同期並みで着地

セグメント別売上高 主な増減要因②

単位: 億円

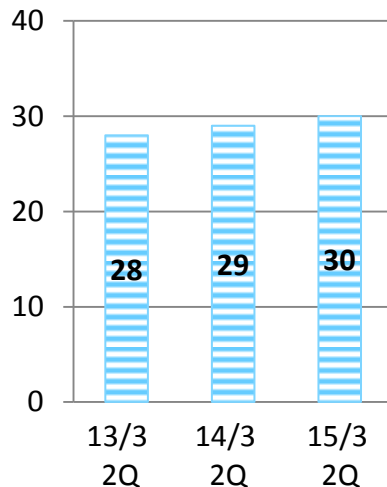
■ 加工食品用原料等 96【前年差 $\Delta 1$ / 前年比 98.4%】

- ◆ 食品改良剤 ... $+0.7$ - パン用の乳化剤をはじめとする各種製剤等が伸長
- ◆ ビタミン ... $\Delta 0.8$ - 健康食品メーカー等向けのビタミンEの低調
- ◆ 健康食品 ... $\Delta 0.7$ - 機能性食品素材の実績が伸び悩み

改良剤が伸長するも、全体では前年同期を下回る結果に

国内化成品その他事業 30【前年差 $+1$ / 前年比 103.5%】

(億円)



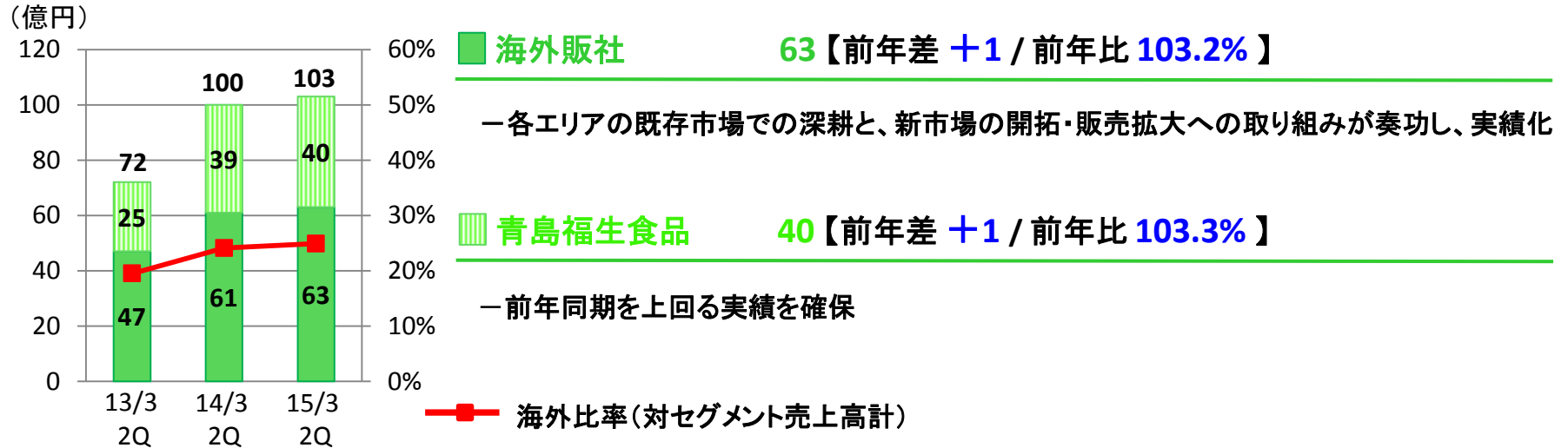
- ◆ 化成品 ... $+0.0$ - 主に建築資材や自動車部品等向けの改良剤
- ◆ 飼料 ... $+0.9$ - 飼料用油脂が伸長

前年同期並みの実績を確保

セグメント別売上高 主な増減要因③

海外事業 103【前年差 +3 / 前年比 103.3%】

単位: 億円

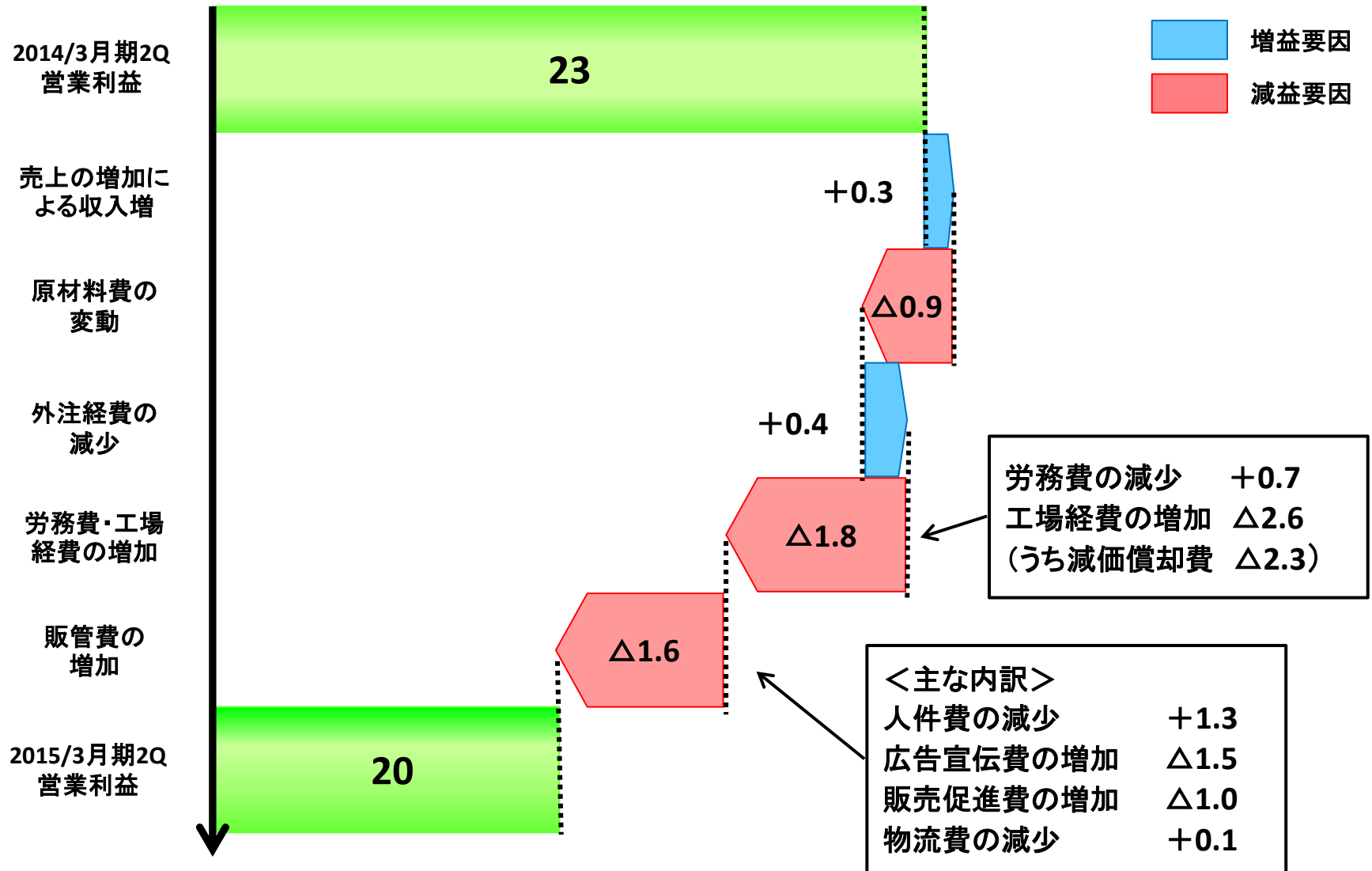


	2013/3月期 第2四半期	2014/3月期 第2四半期	2015/3月期 第2四半期
海外事業売上高	72	100	103
海外販社	47	61	63
青島福生食品	25	39	40

各市場に対する積極的な取り組みもあり、前年同期を上回る

営業利益の増減要因

単位: 億円



連結貸借対照表

単位: 億円

	2014/3月期 期末	2015/3月期 第2四半期末	増減額		2014/3月期 期末	2015/3月期 第2四半期末	増減額
流動資産	578	576	△2	負債	350	356	+5
現金及び預金	152	143	△8	流動負債	287	293	+5
受取手形及び売掛金 (電子記録債権含む)	215	203	△12	固定負債	62	63	+0
たな卸資産	179	194	+14	純資産	672	693	+20
その他	31	35	+3	株主資本	579	590	+11
固定資産	445	474	+28	その他の包括 利益累計額	87	96	+9
有形固定資産	285	289	+4	少数株主持分	5	5	+0
無形固定資産	10	10	+0				
投資その他の資産	149	173	+24				
資産合計	1,023	1,050	+26	負債純資産合計	1,023	1,050	+26

連結キャッシュ・フロー計算書



単位: 億円

	2014/3月期 第2四半期	2015/3月期 第2四半期
現金及び現金同等物の期首残高	121	151
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1	11
投資活動によるキャッシュ・フロー	△23	△29
財務活動によるキャッシュ・フロー	23	9
現金及び現金同等物に係る換算差額	2	△0
現金及び現金同等物の期末残高	123	142

税金等調整前純利益	23.1
減価償却費	18.1
売上債権の減少	10.5
たな卸資産の増加	△19.0
仕入債務の減少	△8.1
法人税等の支払	△9.3

有形固定資産の取得	△24.9
投資有価証券の取得	△6.0

短期借入金の増加	18.5
長期借入金の返済	△1.7
配当金の支払	△6.6

2015/3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

中期経営計画 経営基本方針／経営基本戦略



(2012年4月～2015年3月)

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

基本戦略

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

2015/3月期 通期業績予想(連結)



(単位: 億円)

前 中期計画

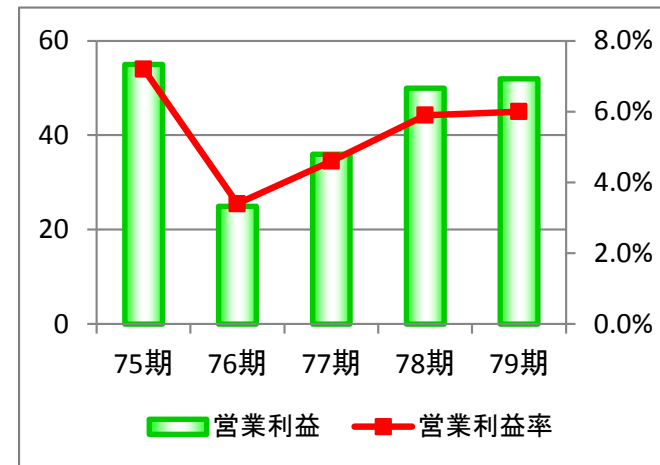
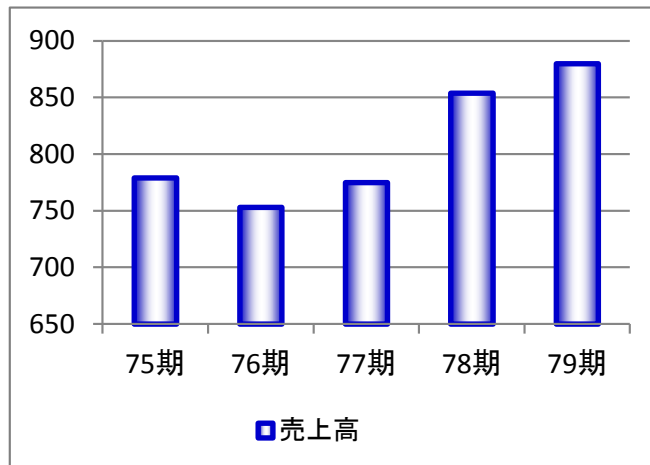
	75期(2011/3)	
	実績	%
売上高	779	
営業利益	55	7.2
経常利益	57	7.3
当期純利益	11	1.4

今 中期経営計画

77期(2013/3)	
実績	%
775	
36	4.6
37	4.8
24	3.1

78期(2014/3)	
実績	%
854	
50	5.9
52	6.2
35	4.2

79期(2015/3)			
予想	%	78期差	78期比
880		+ 25	103.0%
52	6.0	+ 2	104.4%
53	6.0	+ 0	100.1%
38	4.3	+ 2	105.8%



2015/3月期 通期セグメント別売上高/営業利益予想



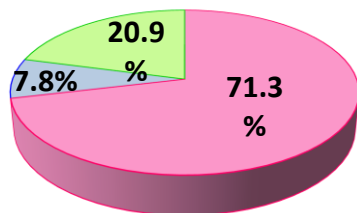
(単位:億円)

前 中期計画

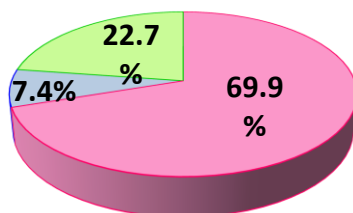
今 中期経営計画

		75期(2011/3)		77期(2013/3)		78期(2014/3)		79期(2015/3)			
		実績	%	実績	%	実績	%	予想	%	78期差	78期比
国内食品事業	売上高	560		547		571		577		+ 6	101.1%
	営業利益	46	8.4	33	6.1	38	6.7	46	8.1	+ 8	121.0%
	家庭用食品	売上高	148		156		166		167	+ 0	100.5%
	業務用食品	売上高	217		197		204		209	+ 4	102.1%
	加工食品用原料他	売上高	194		192		200		201	+ 1	100.5%
国内化成品その他事業	売上高	61		57		61		61		+ 0	100.2%
	営業利益	7	12.0	4	7.2	5	8.6	4	6.5	▲ 1	75.9%
海外事業	売上高	164		178		230		250		+ 19	108.2%
	営業利益	4	2.6	3	2.0	10	4.4	6	2.7	▲ 3	66.3%
調整額 (セグメント間消去)	売上高	▲ 6		▲ 6		▲ 9		▲ 9		+ 0	
	営業利益	▲ 2		▲ 4		▲ 3		▲ 4			
合 計	売上高	779		775		854		880		+ 25	103.0%
	営業利益	55	7.2	36	4.6	50	5.9	52	6.0	+ 2	104.4%

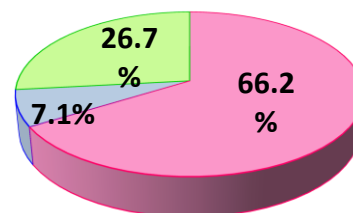
75期



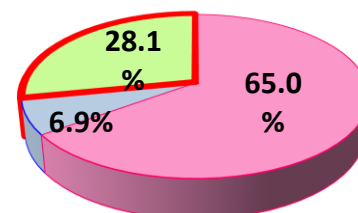
77期



78期



79期



海外は順調に伸長

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 97億

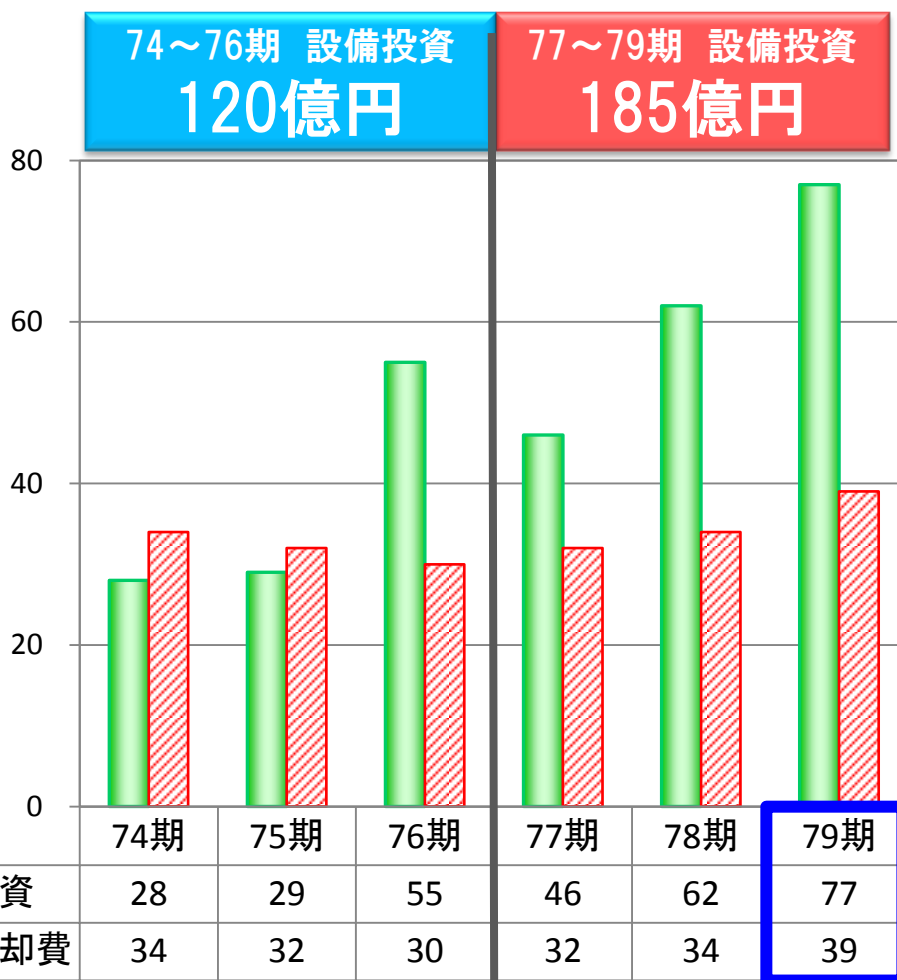
リケビタ・マレーシア 51億

青島福生食品 15億

理研食品 12億

マレーシア工場について

2014/1～本格稼働開始
54,000トンの生産能力へ



中期経営計画 事業戦略

共通

- 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
- ③ グループ内のグローバルネットシステムの
強化

●「包装資材管理・技術センター」の設立



【79期通期】セグメント事業戦略① ー国内食品事業ー



〔 中期経営計画 事業戦略 〕

家庭用食品

- 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 海藻商品ブランド再興
- ④ 中核事業の周辺カテゴリー開拓

オイル入りドレッシング『ごちそうマジック®』

自社開発オイル『極旨オイル』を使用し、少量でもカロリーハーフなドレッシング。

★シリーズ

NEW!!



●バター醤油



●焼きチーズ



●ゴマねぎ塩



●ピザ味

79期
通期

167億円（前期比 +0億円）

●ドレッシング

- ・『セレクトィ® ハーブ&ソルト』
主婦に人気のハーブ塩の味わいをイメージ。
- ・『セレクトィ® 胡麻』のリニューアル。



●『わかめスープ 海老しおスープ』

- 海老の美味しさが
まるごと溶け込んだスープ



●『素材力だし® 鶏がらスープ』

- 「化学調味料 食塩を無添加」の
中華だしの素。
商品認知率向上。減塩訴求。



●『コリコリ茎わかめ』シリーズ

- ソフトタイプならではの
「食感」+「具材感・彩り」



三陸・国内産わかめの強化

- 『ふえるわかめちゃん®北海道』
「地域ブランド(地産地消)」の発売



【79期通期】セグメント事業戦略① ー国内食品事業ー



〔 中期経営計画 事業戦略 〕

業務用食品

- 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
通期

209億円（前期比 +4億円）

- ドレッシング・・・オリジナリティのある商品の育成
- エキス・・・付加価値品の拡販



- 学校給食市場・・・【海藻】安全面・品質面での優位性の訴求。
【その他】ヘルシーファームシリーズや
笑顔でランチ等商品の拡大
- CVS市場・・・新素材・調味料等も活用した商品提案。
定期的なメニュー提案。海藻類・冷凍
海藻類の導入。

★冷凍海藻

収穫した「わかめ」をボイル後、急速冷凍。

* 特長

- ・ハリのある色と味
- ・シャキシャキした食感 等



★学校給食

- 『笑顔でランチ』
栄養士の意見を取り入れた
学校給食用ドレッシング

- ・調味料不使用
- ・豊富な品ぞろえ(7種)
- ・豊富な容量バリエーション
- ・甘味料不使用



【 中期経営計画 事業戦略 】

加工用食品用原料他

- ① 重点業界、顧客への販売取り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

★加工用食品

- ・既存分野の保守・強化
- ・手薄の分野への取り組み強化



79期
通期

201億円（前期比 +1億円）

★ヘルスケア

●『ウマイ青汁』発売

乳酸菌発酵トマトエキスを配合した“青汁”。

※乳酸菌発酵トマトエキスとは
トマトのエキス中で乳酸菌を発酵させたもの。
キッコーマン社との共同開発。



●WEBサイト「健康成分ラボ」

当社が以前から続けている食品成分の機能性に関する研究成果を分かりやすく紹介するサイト

◎ β-クリプトキサンチンを新たに紹介

【79期通期】セグメント事業戦略② ―国内化成品その他事業―

〔 中期経営計画 事業戦略 〕

国内化成品その他事業

- 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
- 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

79期
通期

61億円（前期比 +0億円）

業界別

食品包装

◇表面が水滴で
曇るのを防ぐ



◆食品用ラップ

農業

◇水蒸気で曇ることを防ぐ



◆ビニールハウス

家電

◇金型からの離れを良くする



◆CD・DVDなど

【79期通期】セグメント事業戦略③ ー海外事業ー



〔 中期経営計画 事業戦略 〕

食品用改良剤/化成品用改良剤事業

- ① 新興国市場の更なる開拓
- ② 生産能力の拡大
- ③ 付加価値製品の売上拡大
- ④ 顧客ニーズへの対応力強化
- ⑤ 世界競争市場でのコストリダクション推進

79期
通期

250億円（前期比 +19億円）

- インド駐在員事務所 → 販売子会社設立
- トルコ駐在員事務所 開設

- 天津理研維他食品有限公司
・・・化成品事業の強化・拡大
- RIKEVITA(MALAYSIA)SDN.BHD.・・・能力増強

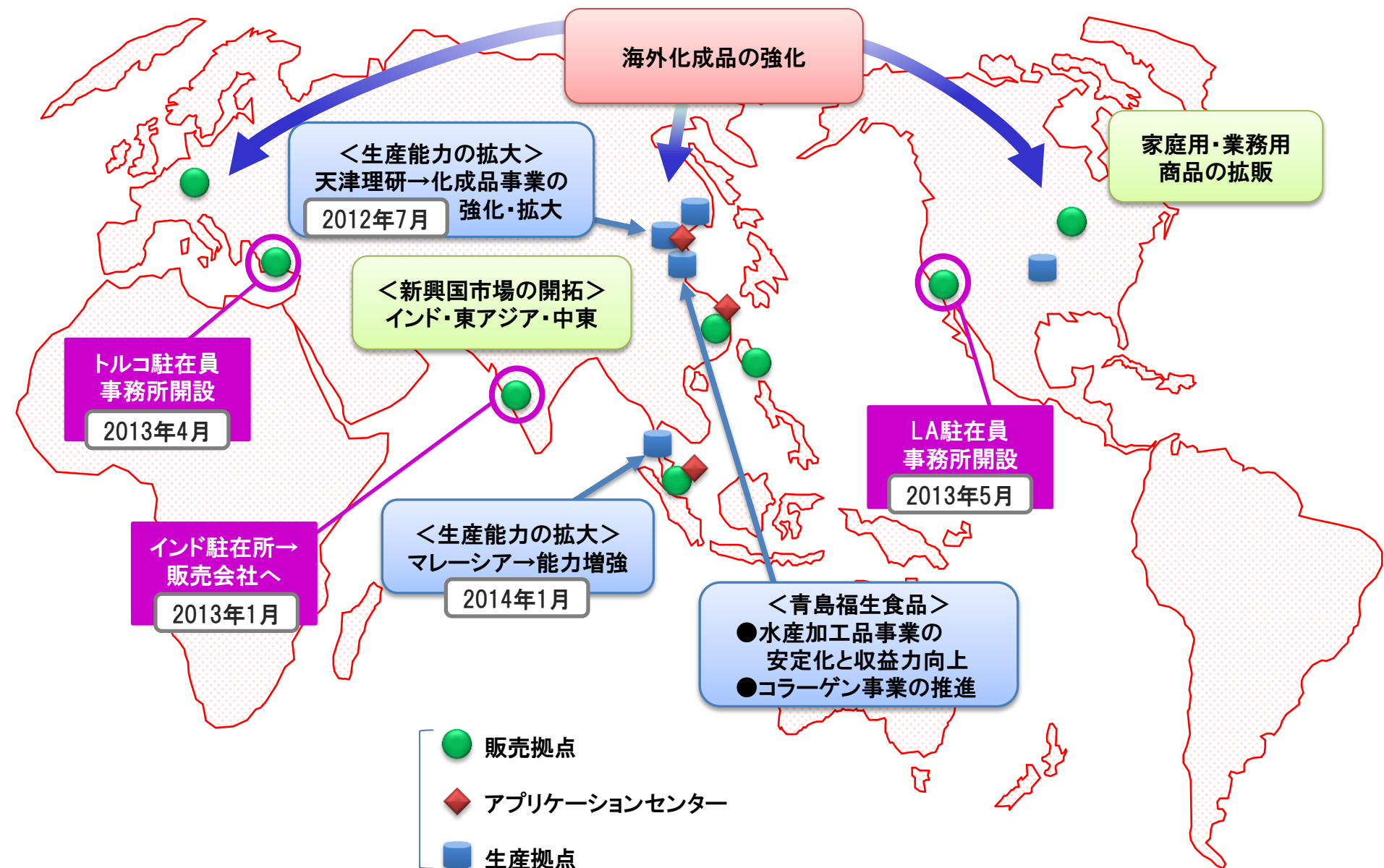
- 各地域でのアプリケーションセンターの活用

食品事業（青島福生食品）

- ① 水産加工品事業の安定化と
周辺分野への取り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

- 「マリン・コラーゲン ペプチド」事業の推進
・水産加工品事業の副産物を利用。

中期経営計画 ／ 事業戦略 —海外事業—



まとめ



(単位: 億円)

中期計画
最終年度予想

	2010/3	2011/3	2012/3	2015/3
売上高	765	779	753	880
営業利益	48	55	25	52
経常利益	49	57	28	53
当期純利益	25	11	14	38

震災発生

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

TEL: 03-5275-5835