

2019年3月期 第2四半期 決算説明会

2018年11月12日

1. 2019年3月期 第2四半期業績 および通期修正業績予想

常務取締役 経営企画部長 佐藤 和弘

- ## 2. 過去の中期経営計画のレビューと現中計の骨子
- ## 3. 現中期経営計画における主要な戦略

代表取締役社長 山木 一彦

1. 2019年3月期 第2四半期業績 および通期修正業績予想

2. 過去の中期経営計画のレビューと現中計の骨子

3. 現中期経営計画における主要な戦略

連結損益計算書



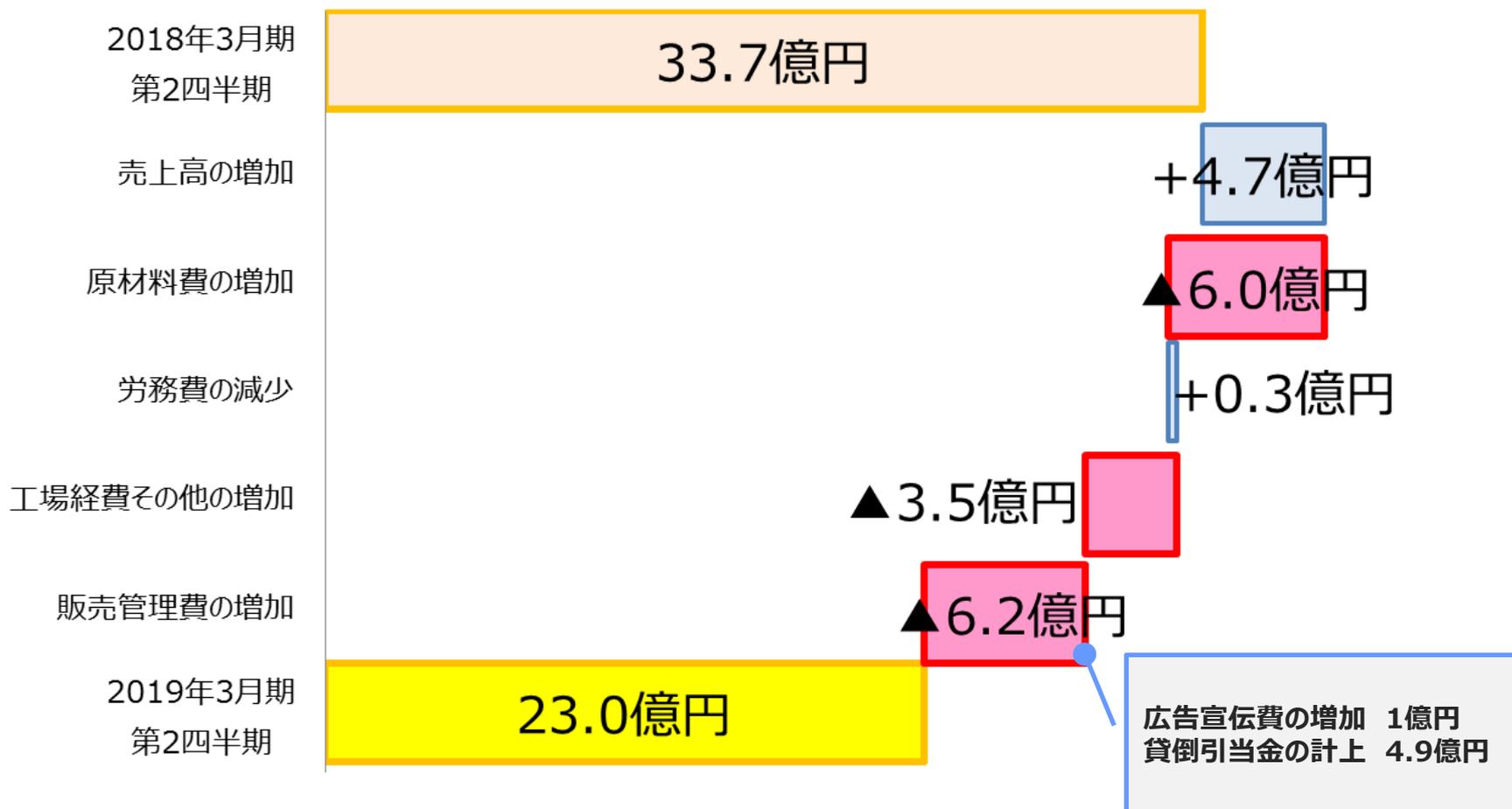
増収も、各段階利益で減益

(億円)	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	前期比		増減ポイント
			増減	増減率	
売上高	433	438	+ 4	+ 1.1%	国内食品事業 (+ 1) 国内化成品その他事業 (+ 1) 海外事業 (+ 1)
営業利益	33 7.8%	23 5.3%	▲ 10	▲ 31.7%	原材料費の増加 (▲ 6) 販管費の増加 (▲ 6)
経常利益	29 6.8%	21 4.9%	▲ 7	▲ 26.9%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	20 4.7%	15 3.6%	▲ 4	▲ 23.7%	固定資産売却益 (+ 4)

営業利益の増減要因



原材料費および工場経費・販売管理費が増加



セグメント別売上高と営業利益



各事業とも増収減益
国内食品事業はドレッシングが苦戦、海外事業は損失を計上

(億円)	売上高				営業利益			
	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	前期比		2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期	前期比	
			増減	増減率			増減	増減率
国内食品事業	293	294	+ 1	+ 0.5%	34 11.7%	28 9.8%	▲ 5	▲ 16.5%
家庭用食品	79	74	▲ 5	▲ 6.3%				
業務用食品	106	108	+ 2	+ 2.2%				
加工食品用原料等	107	111	+ 4	+ 3.7%				
国内化成品その他事業	32	33	+ 1	+ 3.7%	3 11.5%	3 10.9%	▲ 0	▲ 1.9%
海外事業	115	116	+ 1	+ 1.3%	▲ 1 -	▲ 6 -	▲ 5	-
改良剤事業	71	73	+ 2	+ 2.9%				
食品事業	43	42	▲ 0	▲ 1.4%				
セグメント計	440	444	+ 4	+ 0.9%	36 8.2%	25 5.7%	▲ 10	▲ 29.8%
調整額 (セグメント間消去)	▲ 7	▲ 6	+ 0		▲ 2	▲ 2	+ 0	
合計	433	438	+ 4	+ 1.1%	33 7.8%	23 5.3%	▲ 10	▲ 31.7%

連結貸借対照表



(億円)	2018年3月期 期末	2019年3月期 第2四半期末	増減 (為替影響)
流動資産	596	596	▲0 (▲4)
現金及び預金	159	159	+0 (▲0)
受取手形及び売掛金 (電子記録債権含む)	264	253	▲11 (▲1)
たな卸資産	161	173	+11 (▲2)
その他	10	9	▲1 (+0)
固定資産	518	549	+30 (▲1)
有形固定資産	287	280	▲7 (▲1)
無形固定資産	7	6	▲0 (▲0)
投資その他の資産	224	261	+37 0
資産 合計	1,115	1,145	+29 (▲5)

(億円)	2018年3月期 期末	2019年3月期 第2四半期末	増減 (為替影響)
負債	514	514	+0 (▲2)
流動負債	286	284	▲2 (▲2)
固定負債	227	229	+2 0
うち、自己株取得による 長期借入金	(170)	(160)	(▲10) -
純資産	601	631	+29 (▲3)
株主資本	501	510	+9 (▲0)
その他の包括利益 累計額	95	115	+20 (▲3)
非支配株主持分	4	4	▲0 (▲0)
負債純資産 合計	1,115	1,145	+29 (▲5)

自己資本比率	53.5%	54.7%
--------	-------	--------------

国内食品事業

売上面では家庭用食品の苦戦があったものの、業務用食品及び加工食品用原料等で補う営業利益については当初の見込み通り、原料費の高騰や広告宣伝費、人件費の増加等により減益

家庭用食品

リニューアルおよび実質値上げを行なった「リケンのノンオイル セレクティ®」の大幅な不調

業務用食品

ドレッシング、乾燥わかめが苦戦する一方、大手メーカー向け調味料等が伸長、売上は前年同期を上回る

加工食品用原料等

医薬用ビーズが伸びを欠くが、食品用改良剤(製パン、豆腐等)や食品用ビタミンは堅調な伸び

国内化成品 その他事業

売上高はマスターバッチ(MB※)を中心に、既存市場に加えて新規市場への提案が奏功し前年を大きく上回ったものの販売管理費の増加により営業利益は前期を下回る

※MB：各種樹脂に、当社の化成品製剤を効率的に配合するため、米粒大のペレット状に加工したもの

海外事業

売上高は伸長したものの、営業利益段階では損失を計上
海外改良剤の営業利益は足元、改善基調だが
青島福生の損失をカバーできず

海外改良剤

売上高は前年同期を上回る一方で、販売競争激化となった乳化剤原体の
価格改定のずれこみに加え販管費の増加もあり、営業利益が前年より減少

青島福生食品

欧州輸出から中国国内への販売ルート開拓を進めるも、
人件費の高騰と低粗利品の販売構成比増加により利益率が低下、
加えて売掛金の回収状況を踏まえ、貸倒引当金を計上し、営業赤字

2019年3月期 通期修正業績予想



第2四半期実績と直近の状況を考慮し、増収減益を予想

(億円)	2019年3月期 修正予想	前期比	
		増減	増減率
売上高	920	+ 24	+ 2.8%
国内食品事業	597	+ 6	+ 1.1%
国内化成品その他事業	66	+ 0	+ 0.3%
海外事業	270	+ 17	+ 6.9%
調整額 (セグメント間消去)	▲ 13	+ 0	-
営業利益	52 5.7%	▲ 10	▲ 17.0%
国内食品事業	57	▲ 9	▲ 13.7%
国内化成品その他事業	5	▲ 2	▲ 28.1%
海外事業	▲ 5	+ 1	-
調整額 (セグメント間消去)	▲ 5	▲ 1	-
経常利益	49 5.3%	▲ 5	▲ 9.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	34 3.7%	▲ 22	▲ 39.7%

	予想
ROE	5.5%

	予想
1株当たり 配当金	76円
配当性向	36.6%

1株当たり配当金推移

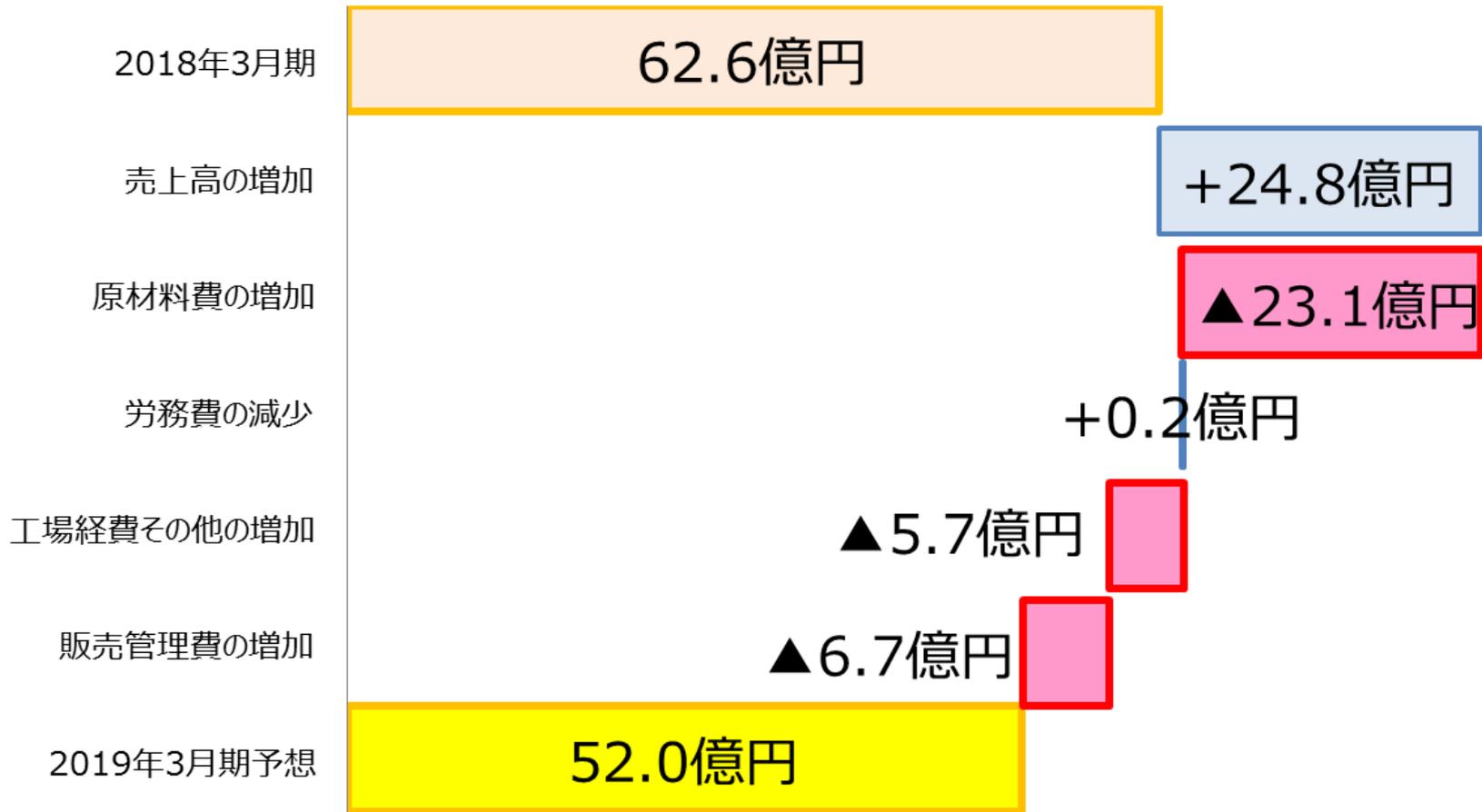
2017年3月期 66円

2018年3月期 71円

2019年3月期 営業利益の増減要因予想



原材料費および工場経費・販売管理費が増加



1. 2019年3月期 第2四半期業績
および通期修正業績予想

2. 過去の中期経営計画のレビューと現中計の骨子

3. 現中期経営計画における主要な戦略

各中期経営計画ごとの通期業績の推移



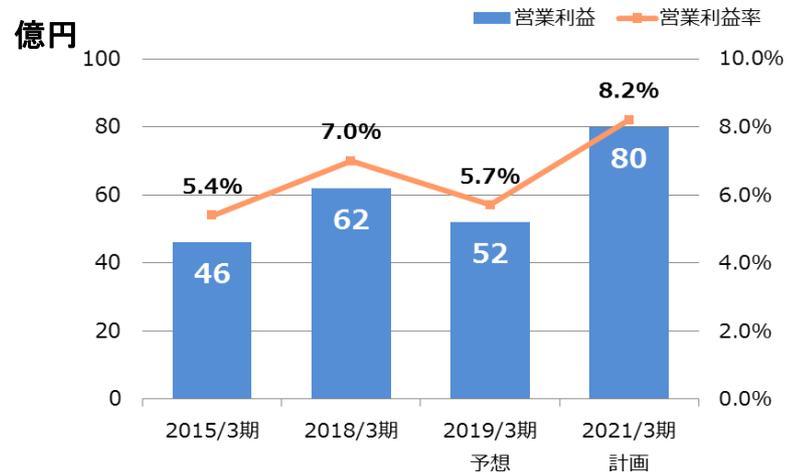
利益重視策を継続しつつ、次のステップに向けた“挑戦”を行なう

(億円)	前々 中期計画	前 中期計画	現 中期経営計画			
	2015年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2021年3月期		
	実績	実績	修正後予想	計画	2018年3月期比	
					増減	増減率
売上高	856	895	920	970	+ 74	+8.4%
営業利益	46 5.4%	62 7.0%	52 5.7%	80 8.2%	+ 17	+27.7%
経常利益	46 5.5%	54 6.1%	49 5.3%	77 7.9%	+ 22	+41.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	37 4.4%	56 6.3%	34 3.7%	54 5.6%	▲ 2	▲4.3%

■ 売上高の推移



■ 営業利益の推移



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



(億円)		前々 中期計画	前 中期計画	現 中期経営計画			
		2015年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2021年3月期		
		実績	実績	修正後予想	計画	2018年3月期比	
						増減	増減率
国内食品事業	売上高	562	590	597	630	+ 39	+ 6.7%
	営業利益	39 7.1%	66 11.2%	57 9.5%	64 10.2%	▲ 2	▲ 3.3%
家庭用食品	売上高	161	153	143	165	+ 11	+ 7.7%
業務用食品	売上高	202	215	222	230	+ 14	+ 6.5%
加工食品用原料等	売上高	198	221	232	235	+ 13	+ 6.1%
国内化成品その他事業	売上高	61	65	66	70	+ 4	+ 6.4%
	営業利益	3 5.9%	7 11.6%	5 8.3%	6 8.6%	▲ 1	▲ 21.6%
海外事業	売上高	243	252	270	285	+ 32	+ 12.8%
	営業利益	7 3.0%	▲ 7 -	▲ 5 -	15 5.3%	+ 22	-
調整額 (セグメント間消去)	売上高	▲ 11	▲ 13	▲ 13	▲ 15	▲ 1	
	営業利益	▲ 4	▲ 3	▲ 5	▲ 5	▲ 1	
合計	売上高	856	895	920	970	+ 74	+ 8.4%
	営業利益	46 5.4%	62 7.0%	52 5.7%	80 8.2%	+ 17	+ 27.7%

【取り組むべき方向性】

- 国内事業～収益体質を維持し、次の事業領域へとつなげる
- 海外事業～成長エンジンとしての基盤の強化と拡大
- 独自の技術力で新領域への挑戦

1. 2019年3月期 第2四半期業績
および通期修正業績予想
2. 過去の中期経営計画のレビューと現中計の骨子
3. 現中期経営計画における主要な戦略

持続的成長と競争力のある企業を目指す

新領域への挑戦

独自の技術力 ・ 開発力の強化

● 国内事業

成熟市場

～さらなる収益基盤の強化～

● 海外事業

拡大市場

～構造基盤の強化による
成長エンジンの加速化～

天然原料の有効活用

技術・製品をベースにした
アプリケーション提案

抽出・精製・濃縮技術

CSR 経営の推進

家庭用食品 売上高 143億円

上期実績	74億円	前年同期比	93.7%
下期予想	68億円	前年同期比	92.9%

■ ドレッシング

- ・「リケンノンオイル セレクティ[®]」新聞広告、店頭露出等によるリニューアル浸透の継続
- ・「リケンノンオイル レギュラー」汎用性訴求による拡売



■ 海藻商品

- ・好調国内産「ふえるわかめちゃん[®]」増量品による需要拡張⇒野菜高騰への訴求
- ・「わかめスープ」企画商品発売

必勝が君の
生姜わかめスープ



■ 調味料

- ・付加価値型商品「化学調味料・食塩を無添加 素材力だし[®]」の増量品企画で秋冬需要の拡張

業務用食品 売上高 222億円

上期実績	108億円	前年同期比	102.2%
下期予想	113億円	前年同期比	103.4%

■ 外食・給食向け等

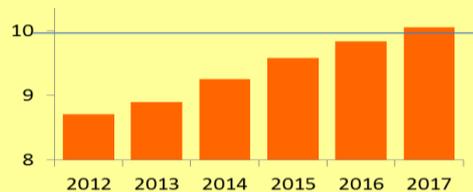
- ・主カドレッシングや学校給食用「笑顔でランチ[®]」の拡販
- ・乾燥わかめ国内産の強化と、付加価値品「冷凍海藻」の販路拡大(外食・学給)
- ・成長市場⇒キャッシュ&キャリアビジネス、老健施設に向けた商品提案



■ 加工食品メーカー向け・コンビニ向け等

- ・大手取引先へ“ソリューション型及び新規提案型営業”の強化
- ・成長市場惣菜向け「機能性調味料」の拡売

売上高(兆円) 伸長が続く惣菜市場



2012年→2017年
115%伸長

日本惣菜協会
惣菜白書2018年版より

国内食品事業

国内化成品その他事業

新領域への挑戦	
国内事業 収益基盤強化	海外事業 成長エンジン加速
CSR経営	

加工食品用原料等 売上高 232億円

上期実績	111億円	前年同期比	103.7%
下期予想	120億円	前年同期比	105.8%

■加工食品用原料

- 重点業界(パン、豆腐、製菓等)の主要顧客への販売取り組み継続強化



- 原料費高騰に対応し、付加価値型製品の提案
- 健康ニーズを捉え、ビタミンの提案強化
- 新規分野への用途提案：介護食・ペットフード等

■ヘルスケア

- 医薬用マイクロカプセルの販路拡大(新規ユーザー)
- 機能性表示食品の強化:天然色素由来クロセチン※



※クチナシやサフランを由来とする天然成分
⇒眼精疲労緩和&良質な睡眠に有効

クロセチン原料
クチナシ

国内化成品その他事業 売上高66億円

上期実績	33億円	前年同期比	103.7%
下期予想	32億円	前年同期比	97.2%

■化成品その他

- 農業用フィルム、食品用ラップ等、既存市場でのマスターバッチ(MB※)製品の拡売

※MB：各種樹脂に化成品製剤(防曇剤、帯電防止剤等)を効率的に配合するためにペレット状に加工したもの



マスターバッチ

- 新用途提案による市場拡張：化粧品、トイレタリー、壁紙床材等への展開
- グリーン・ケミカル(植物原料由来)を活かした環境配慮型製品の提案(P 21参照)

海外事業 売上高 270億円

上期実績	116億円	前年同期比	101.3%
下期予想	153億円	前年同期比	111.6%

海外改良剤

■ リケビタ・マレーシアの生産性向上と 東南アジア、中国エリア(成長市場)への集中

- ・「乳化剤原体」低粗利品の販売価格の改定
- ・ターゲット地域にフォーカスした付加価値製品「配合製剤」の拡販
⇒アプリケーションセンターの活用
- ・生産拠点リケビタ・マレーシアのコスト競争力アップ
⇒生産技術向上によるさらなる効率化



青島福生食品

課題点

- ・中国国内の人件費の高騰等による収益性の低下
- ・販売先(欧州中心)の「仕入れ～代金回収」までのサイクル短縮

■ 在庫削減等による財務改善と、事業の構造改革の加速による利益力の向上

- ・加工ラインの機械化による人件費抑制
- ・業務改革(適正在庫・代金回収スピード化)による収益改善
- ・三同企業※認定を背景とした中国国内での販売ルート構築

※三同企業

「輸出対応生産設備」「輸出対応製造標準・管理」
 「輸出対応品質・管理」を備えた企業
 中国政府が世界向けに展開してきた「輸出品質維持企業」の製品を中国国内においても消費を促す政策

新領域への挑戦：理研ビタミンらしさの追求

持続的成長と競争力のある企業を目指す

新領域への挑戦

独自の技術力・開発力の強化

●国内事業

成熟市場

～さらなる収益基盤の強化～

●海外事業

拡大市場

～構造基盤の強化による
成長エンジンの加速化～

天然原料の有効活用

技術・製品をベースにした
アプリケーション提案

抽出・精製・濃縮技術

CSR 経営の推進

高機能で自然にやさしいソリューション

化成品事業

■ マイクロプラスチックによる海洋汚染問題に対応

- 洗顔料などに植物原料スクラブ剤を展開
- 生分解性プラスチック分野への提案

■ グリーン・ケミカルで環境にも配慮

- 「バイオマス^{かそ}マーク」認証の可^{かそ}塑剤
- 表面改質剤(帯電防止剤、防曇剤など)

グリーン・ケミカル(植物原料由来)

限りある石油資源を植物原料へ転換することでCO₂を削減でき、地球温暖化防止につながります。



スクラブ剤の
洗顔料への展開



植物由来を表す
「バイオマスマーク」



防曇剤

食品用ラップが曇らず、中身が確認できます。

かそ
可塑剤

硬いプラスチック塊を柔らかくし、ビニール袋やラップなどさまざまなものへ加工できるようにします。

帯電防止剤

静電気を防いで、食品包装にホコリをよせつけません。

伸長する中食(惣菜)市場へ 機能性調味料の提案強化

食品事業

つくりたてのおいしさを食卓にとどけたい 惣菜ソリューション

■ 機能性調味料とは

調味料

+

食品用
改良剤

おいしさと機能性を持った調味料



■ 効果の一例

- つくりたてのおいしさを保つ

⇒ マスキング調味料

- 野菜のおいしさを保つ

⇒ ドリップ防止

- 料理のおいしさを引き立てる

⇒ 香ばしさや煮込み感を付与・持続

海藻産業の活性化へ ゆりあげファクトリー

優良株選抜と育成条件の最適化技術

■ CFCS水槽※を用いたわかめ優良株の選抜



※ CFCS水槽

(浮遊回転式養殖装置)

優良株の選抜を可能にした
海中を再現する養殖水槽● 高生長株の選抜でわかめの収量アップ[○]

わ せ お くて

● 早生・晩生株の選抜で将来的に
二期作を実現

● 種苗の最適な育成条件を解明※※

※※ パナソニック株式会社との共同研究

同社の企業広告で「ゆりあげファクトリー」が紹介されました

https://www.panasonic.com/jp/corporate/ad/a_story.html

Panasonic/企業情報/広告・見学施設/一人ひとりの物語TOP

ゆりあげファクトリーの使命

■ わかめ加工と種苗の生産・研究を通じて
海藻養殖産業の安定化と支援を行う

● 労働負荷低減

- ・収量安定化と収穫時期分散

● 被災地の支援

- ・雇用創出による地域の活性化



ゆりあげファクトリー

※「ゆりあげファクトリー」は、関上地区の復興と地域水産業の活性化を
目的とした名取市の水産業共同利用施設復興整備事業のひとつです。 23

天然物の魅力を最大限に引き出す

わかめの魅力を発信

- わかめのおいしさやメニューとともに健康情報を発信



一皿分の食物繊維4.0g
「トマトとわかめのサラダ」

- わかめの健康機能の研究結果発表
 - ・腸内環境を整える
(わかめの摂取でビフィズス菌が増加)
 - ・食後の血糖値上昇を抑える

健康へのアプローチ

- 天然色素の健康機能を解明・発信

⇒クチナシ由来の天然黄色色素
「クロセチン」

- ・目の疲れを回復
- ・睡眠の質の改善

- 健康食品原料としてBtoB提案



クロセチンの原料となるクチナシの果実

健康を大切にする働き方改革

健康経営スタート

● 従業員の健康増進に積極的に取り組む



- ・健康診断結果の活用
- ・健康づくり環境整備
- ・運動への取り組み
- ・心の健康への取り組み
- ・病気の治療と仕事の
両立支援 など



経営理念の実現
**社会に対し、食を通じて健康と
 豊かな食生活を提供する**

生産性・企業価値向上

新たな価値を創造する企業へ

国内事業

- 家庭用・業務用:ドレッシングの巻き返しと海藻のブランドの価値向上
⇒ノンオイルならではの用途(メニュー)、使い勝手の向上の提案
⇒ときめき海藻屋ブランドの積極展開
- 加工食品用原料等:BtoBを中心に、ソリューション提案強化
⇒開発と営業が一体となり、顧客の課題解決やトレンド提案を実施

海外事業

- 海外改良剤事業:東南アジア、中国エリアへの“選択と集中”
⇒生産拠点のマレーシア工場の生産効率化
⇒アプリケーションセンターを軸とした「配合製剤」の拡販
- 青島福生食品:財務の改善、早期の黒字回復
⇒売掛金回収や在庫の削減の推進
⇒人件費増をカバーする生産効率化を図る

中期経営計画の初年度として、「さらなる収益体質の強化」を早期に行ない、成長軌道へ回帰する

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

2019年3月期 第2四半期決算説明会 資料

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143億円
期首残高から1億円減少

(億円)	2018年3月期 第2四半期	2019年3月期 第2四半期
現金及び現金同等物の 期首残高	162	144
営業活動によるキャッシュ・フロー	16	21
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 10	▲ 14
財務活動によるキャッシュ・フロー	1	▲ 8
現金及び現金同等物に係る 換算差額	0	▲ 0
現金及び現金同等物の 期末残高	170	143

営業CF

税金等調整前四半期純利益	26
減価償却費	19
売上債権の減少	9
たな卸資産の増加	▲ 13
法人税等の支払	▲ 15

投資CF

有形固定資産の取得	▲ 19
有形固定資産の売却	9
投資有価証券の取得	▲ 3

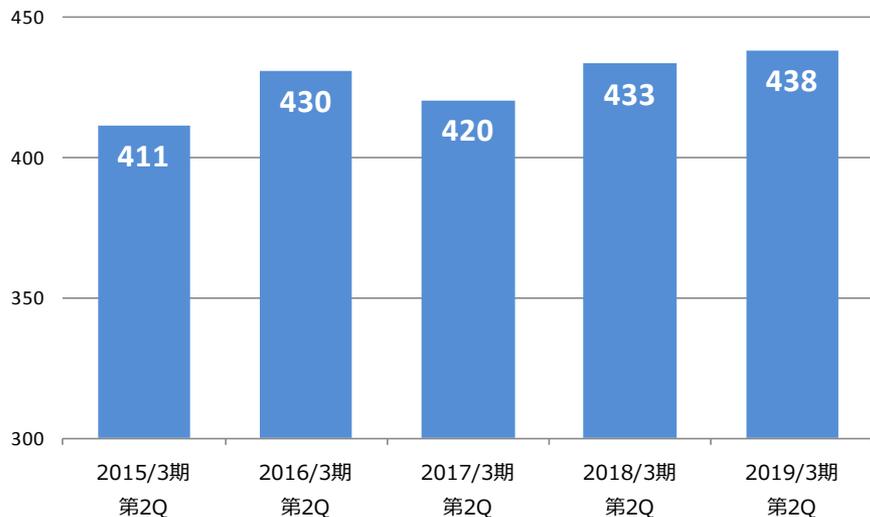
財務CF

短期借入金の純増額	6
長期借入金の返済	▲ 11
配当金の支払	▲ 6

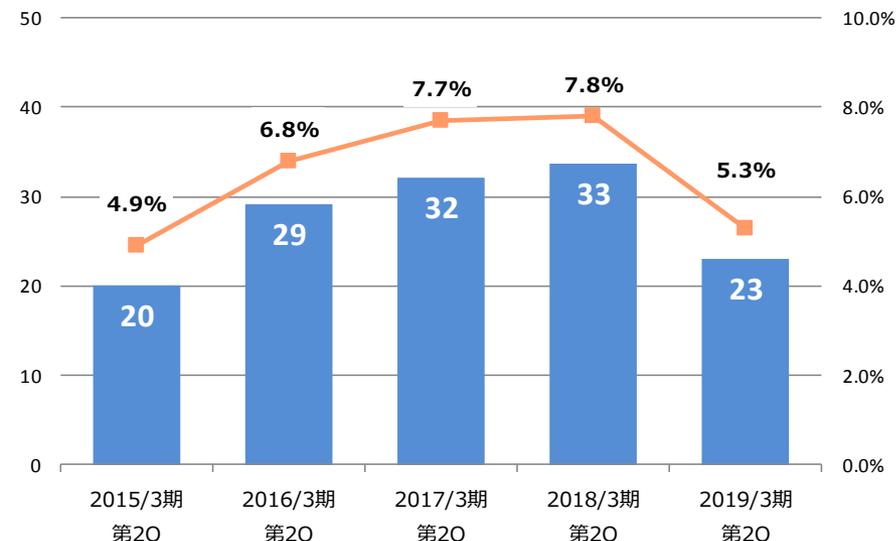
第2四半期業績推移 (2015年3月期～2019年3月期)



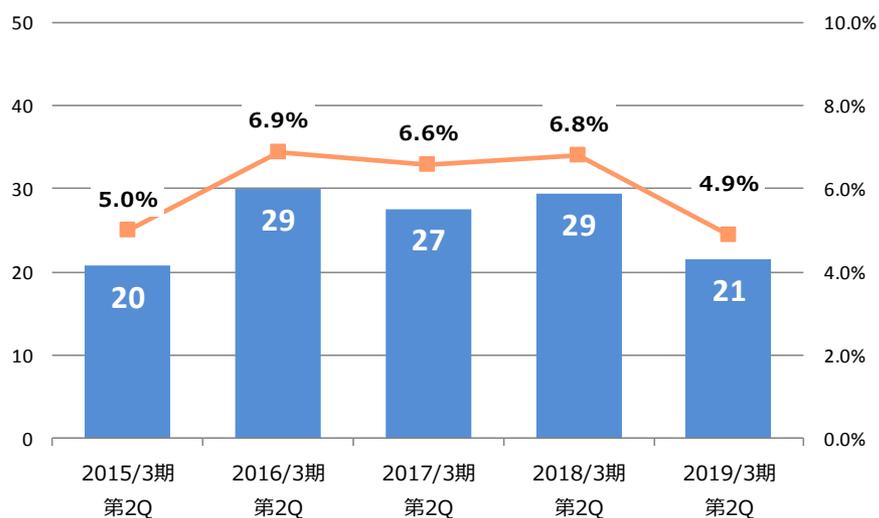
売上高 (億円)



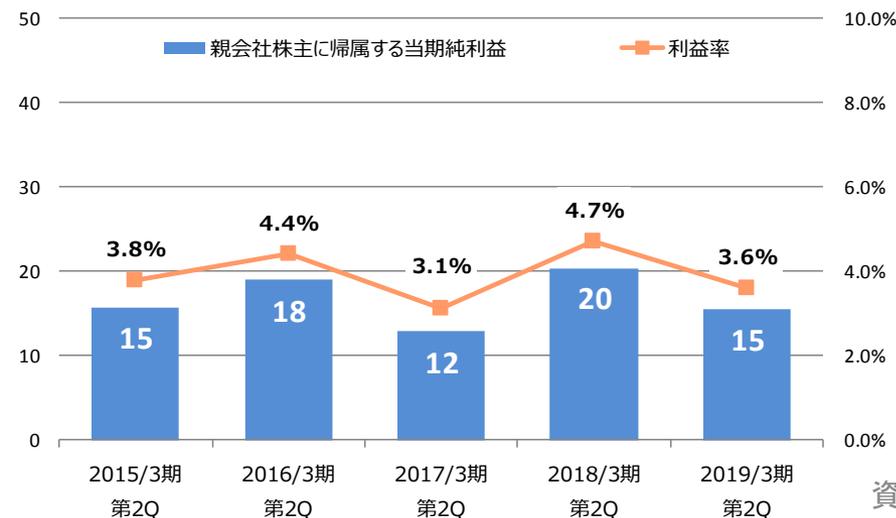
営業利益 (億円)



経常利益 (億円)



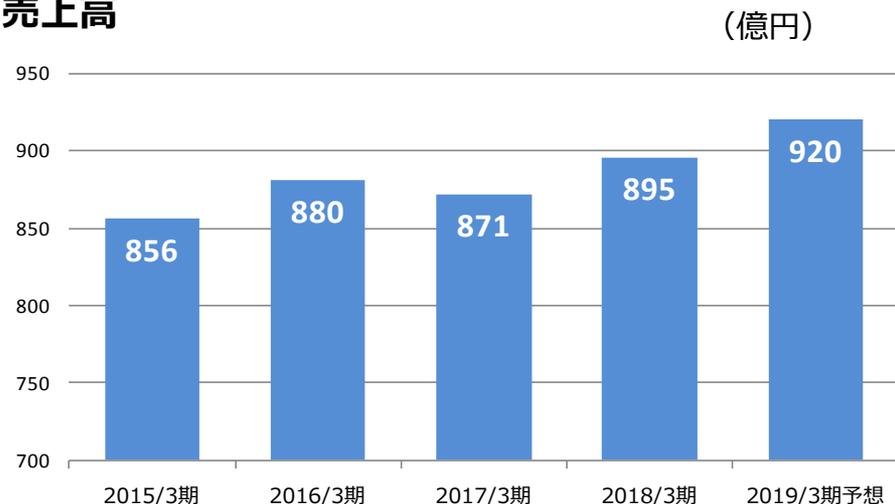
親会社株主に帰属する四半期純利益 (億円)



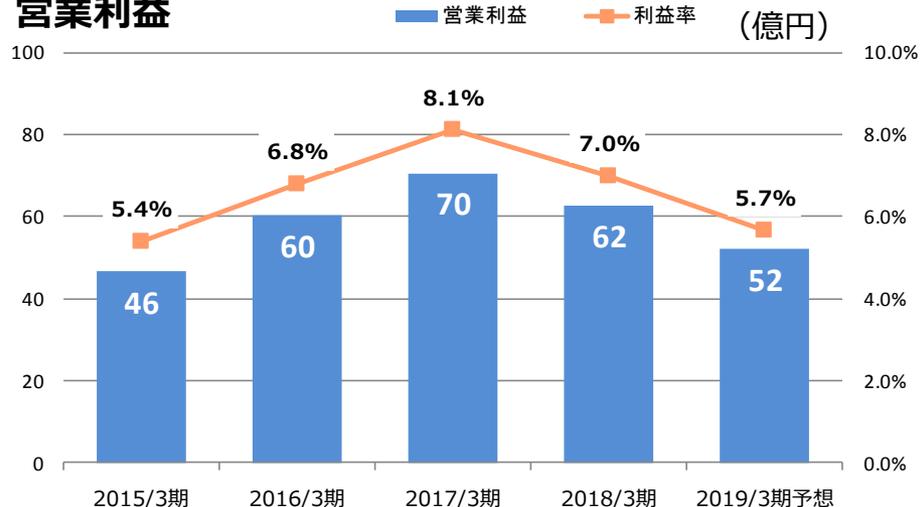
通期業績推移 (2015年3月期～2019年3月期)



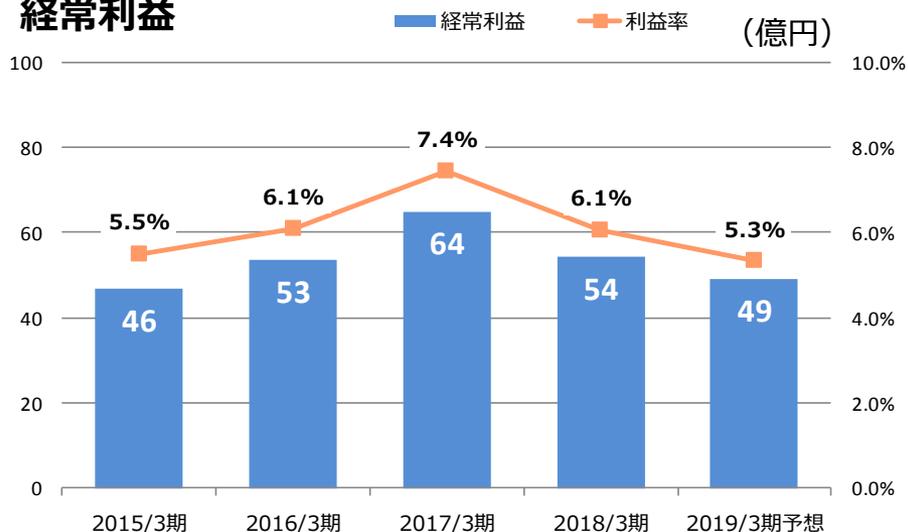
売上高



営業利益



経常利益



親会社株主に帰属する当期純利益

