



理研ビタミン株式会社

証券コード：4526

個人投資家の皆様へ

2025年9月25日

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。

1. 会社概要

2. 事業内容

3. 歴史と理念

4. 業績と株価

5. 中期経営計画2027

東証プライム市場上場の食品メーカー

商号	理研ビタミン株式会社
設立年月	1949年 8 月
資本金	25億3,700万円
連結売上高	955億円
従業員数	997名（連結1,858名）
事業内容	家庭用食品、業務用食品、加工食品用原料、食品用改良剤、化成品用改良剤、ビタミン類などの製造・販売
拠点数	国内12（本社、さいたまオフィス、支店5、工場5）
連結子会社	国内4、海外8

（2025年3月末現在）



本社外観（UR都市機構提供）

● ロングセラー商品



● ここ数年の新発売商品



2022年から3年連続で
食品ヒット大賞 優秀ヒット賞を受賞

2025年6月に代表取締役社長が交代



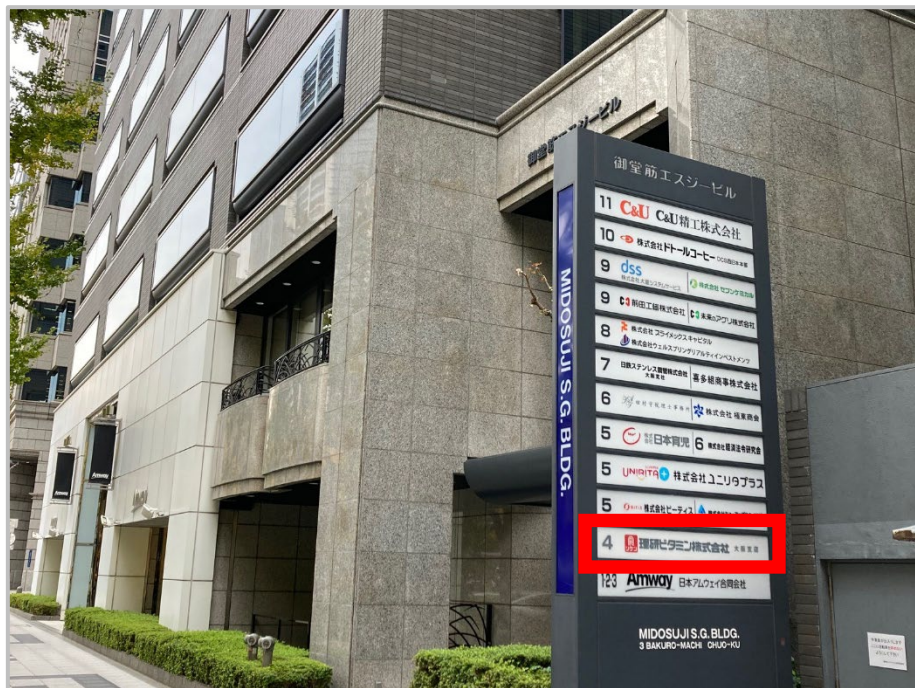
もちづき つとむ
代表取締役社長 望月 敦

【略歴】

- | | |
|---------|------------------------------|
| 1962年3月 | 東京都生まれ |
| 1985年3月 | 東京水産大学（現：東京海洋大学）卒業 |
| 同 4月 | 理研ビタミン 入社 |
| 2004年1月 | Riken Vitamin Europe GmbH 社長 |
| 2022年6月 | 当社 取締役 |
| 2023年6月 | 当社 常務取締役 |
| 2025年6月 | 当社 代表取締役社長 |



望月から皆さまへの
ビデオメッセージをご覧ください

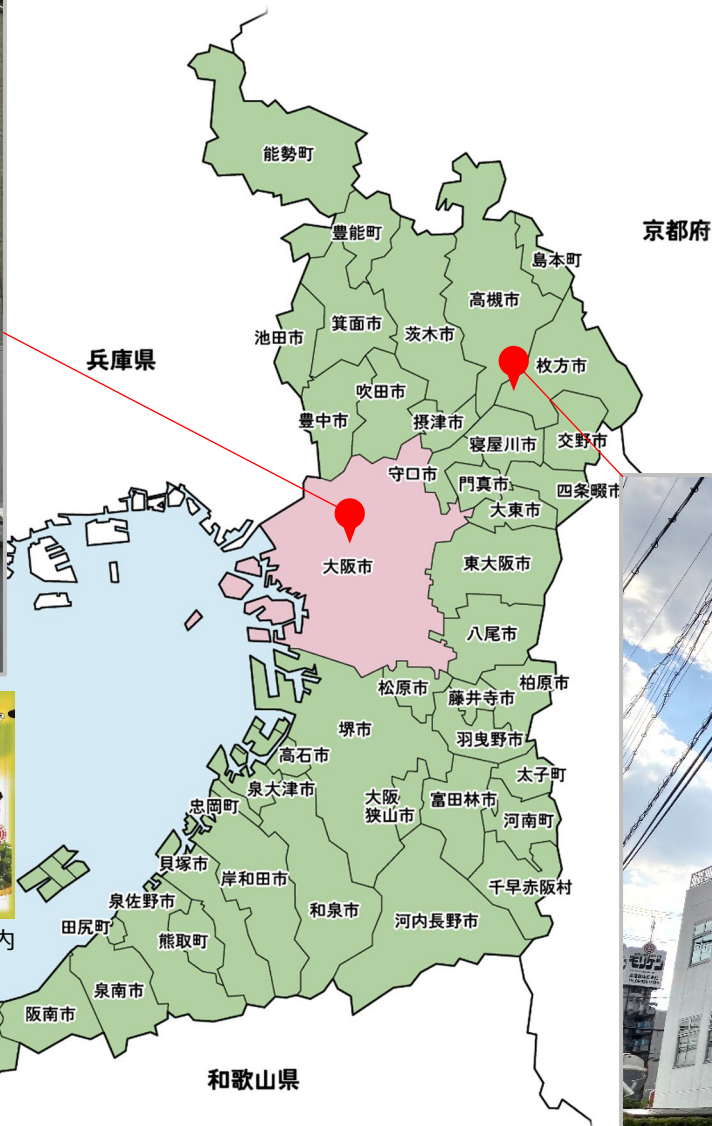


大阪支店

- 1958年 大阪市東区（当時）に開設
現所在地は中央区心斎橋
- 近畿・中国・四国地方の顧客への
営業と受注を担当
- 当社の支店としては最大規模



大阪支店管内
限定品



大阪工場

- 1960年 枚方市に開設
当社で2番目に古い工場
- 食品や化成品用の**改良剤**を生産
※ドレッシングやわかめは作っていません



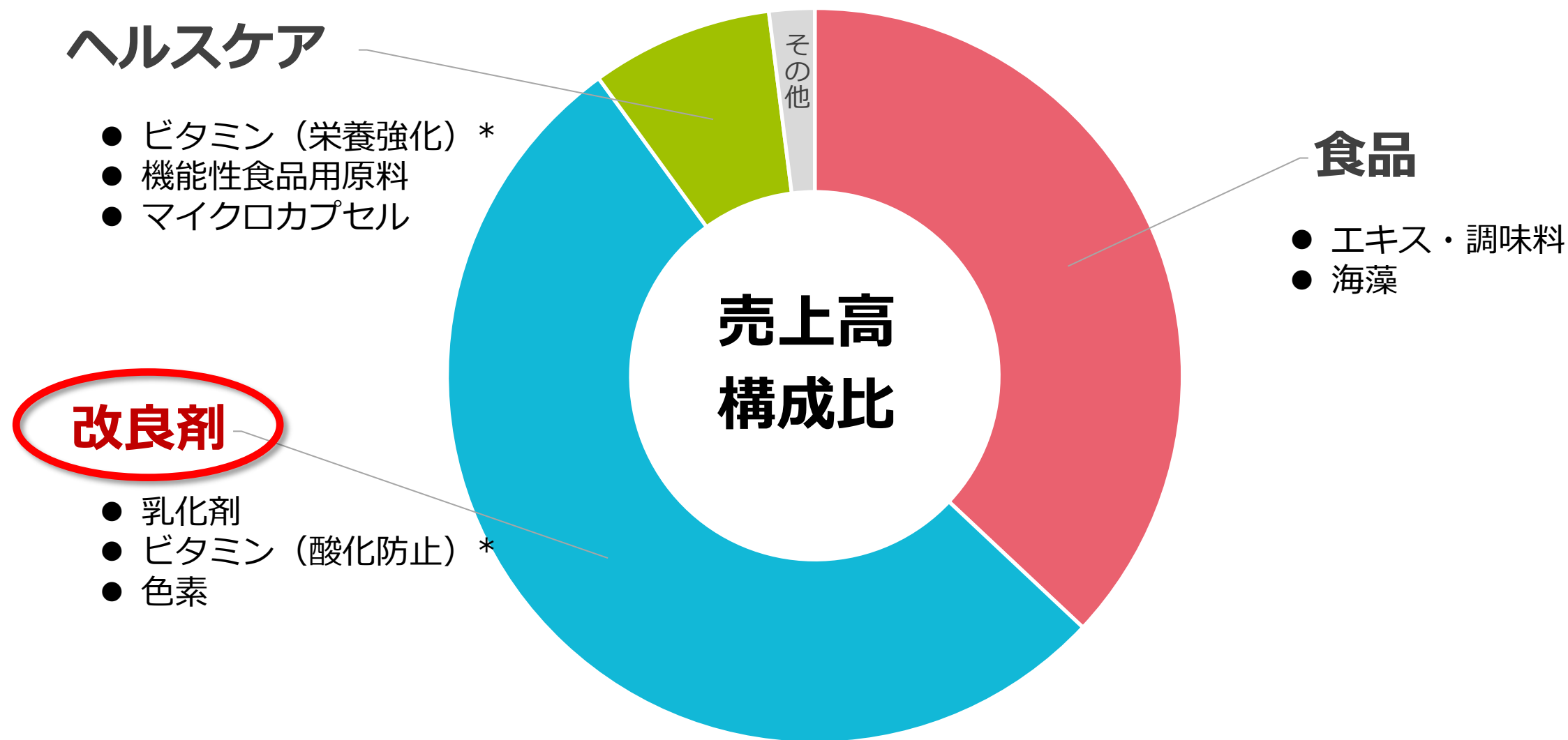
1. 会社概要

2. 事業内容

3. 歴史と理念

4. 業績と株価

5. 中期経営計画2027



*ビタミンは用途別に実績が分けられないため、用途に関わらずヘルスケア分野の売上に含む

乳化剤、ビタミン（酸化防止用）、色素など

改良剤

食品用乳化剤



シェアNo.1

クチナシ黄色素



シェアNo.1

加工食品メーカー向け

クチナシ黄色素の使用例：中華麺の色付け



ビタミンE（酸化防止用）の使用例



→乳化剤って？

乳化とは、水と油のように
本来混ざりあわないものが
均一に混合している状態のこと



牛乳は、水と油が
均一に混合して
乳化している状態です。

たんぱく質が「仲介役」



水に油が分散する
だけでなく、逆に油に
水が分散している
食品もあります。



乳化剤とは、乳化を容易にしたり
乳化を安定に保つ効果を持つ物質



■ 乳化剤の機能の例

乳化
安定

起泡

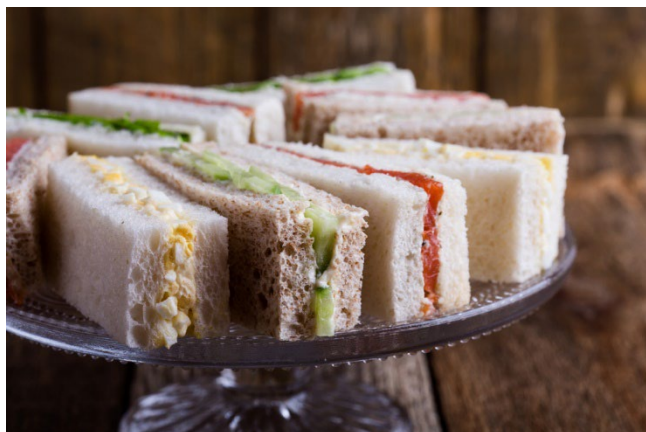
消泡

食感
改良

分散

老化
抑制

乳化剤が使われている食品の例



パン



ケーキ



ソフトクリーム



粉末飲料



ガム



麺



豆腐



ミルク入り飲料

[特設サイト WHAT'S 乳化剤](#) 乳化剤のしくみとはたらき

食品用改良剤の知見をプラスチックなどに応用

食品用包装材向け



- ラップなどの曇りを防止
- 静電気を抑制
- 硬い樹脂をやわらかくし、成型加工しやすく

自動車部品向け



- 静電気を抑制し、電子機器の不具合を防止
- 成型加工時に金型から離れやすく

建築資材向け



- 押し出し成型時の滑りを改善

化粧品・トイレタリー製品向け



- クレンジング剤の洗浄力アップ
- ハンドソープの増粘

エキス・調味料、海藻類、ドレッシング

食品

ノンオイル
ドレッシング



シェアNo.1

インスタント
わかめスープ



シェアNo.1

ほたてエキス



シェアNo.1

家庭用国産
乾燥わかめ



シェアNo.1

スーパーなど向け

家庭用商品



外食産業・学校給食・産業給食向け

大容量品や家庭用にはない商品群をラインナップ



加工食品メーカー・コンビニ向け

ニーズに合わせ、調味料などを原料として供給



ラーメンスープ



スナックシーズニング



おにぎり用わかめ

ビタミン（栄養強化）、機能性食品用原料、マイクロカプセル

ヘルスケア



食品・健康食品・医薬品メーカー向け

機能性成分の供給や加工を通じて健康に貢献



ビタミンE（栄養強化）

- ・ 医薬品、健康食品

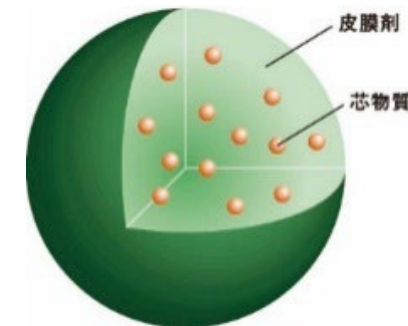
ビタミンミックス

- ・ 栄養補助食品
- ・ 完全栄養食



機能性食品用原料

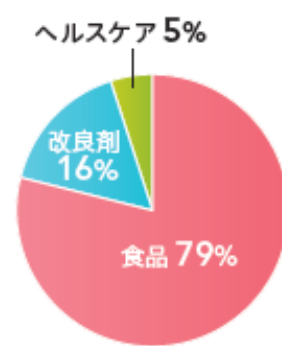
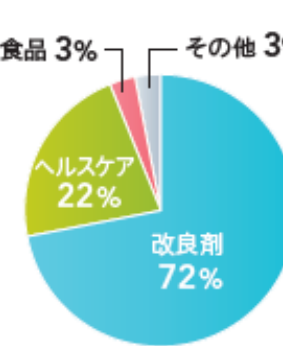
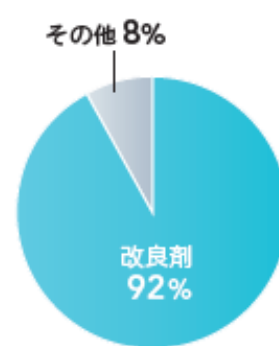
- ・ 海藻や色素などから有効成分を抽出・精製・濃縮



マイクロカプセル

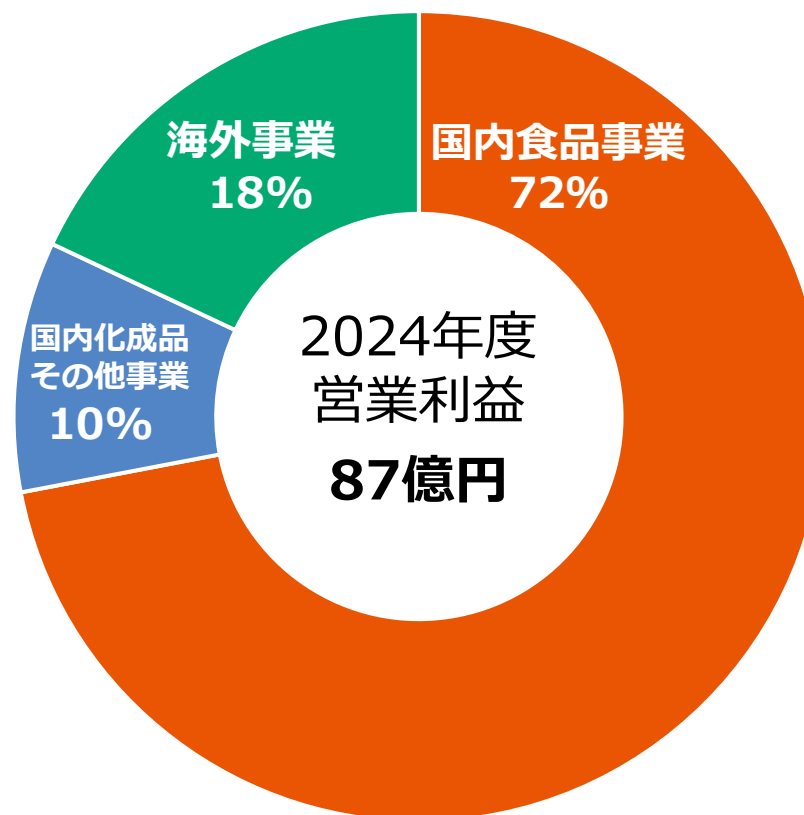
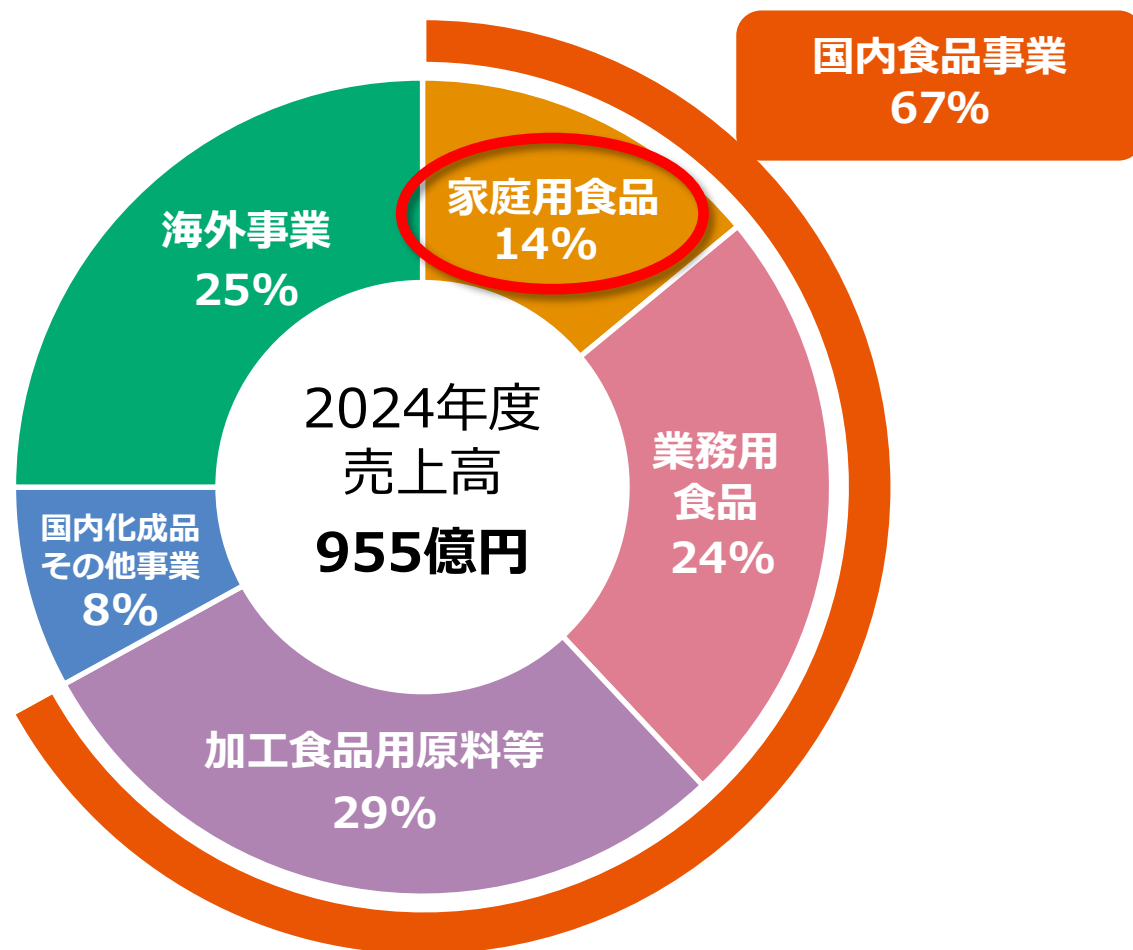
- ・ 有効成分の安定性向上
- ・ 香りの保持

各セグメントの主な販売製品と製品分野別売上構成

国内食品事業			国内化成品その他事業	海外事業	
主な販売製品	家庭用食品 ● リケンのノンオイル ● ふえるわかめちゃん® ● わかめスープ ● 素材力だし® 	業務用食品 ● エキス・調味料 ● 海藻類 ● ドレッシング ● 食品用改良剤 ● ビタミン 	加工食品用原料等 ● 食品用改良剤 ● ビタミン ● 機能性食品用原料 ● マイクロカプセル 	● 化成品用改良剤 ● 飼料用添加物 	● 食品用改良剤 ● 化成品用改良剤 ● エキス・調味料 
	製品分野別売上構成比※	 食品 100%	 ヘルスケア 5% 改良剤 16% 食品 79%	 食品 3% ヘルスケア 22% 改良剤 72% その他 3%	 その他 8% 改良剤 92%

※ビタミンは用途にかかわらずヘルスケア分野の売上に含めています。

BtoBが8割以上、海外売上高は4分の1



1. 会社概要
2. 事業内容
- 3. 歴史と理念**
4. 業績と株価
5. 中期経営計画2027

理化学研究所の天然ビタミンA事業が原点



▲ビタミンA製品のポスター

- 戦前、理化学研究所が研究成果を製品化する事業会社を多数設立
- その一社から天然ビタミンA事業を引き継ぎ理研ビタミン油(株)※を設立（1949年）

※1980年、理研ビタミン(株)に社名変更

設立当初は

天然ビタミンAメーカー

魚の内臓からビタミンAを抽出・精製・濃縮



合成ビタミンAの台頭により多角化路線へ

1950年代



海外メーカー

合成ビタミンAの
量産に成功

大量

安価



事業継続の危機

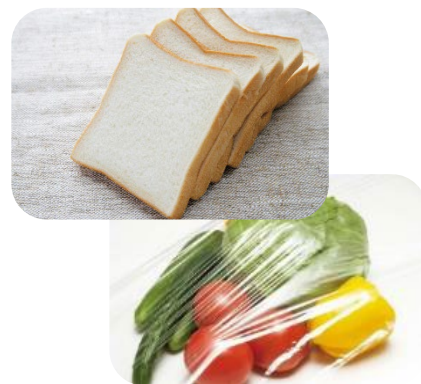
■ 天然ビタミンA事業で培ったもの

- 有効成分の抽出・精製・濃縮技術
- 水産関係者との人脈
- ビタミンに関する知見

これらを活かして新規事業を模索

天然物の有効利用と独自の技術で多角化

改良剤



大阪工場で高純度の乳化剤
「蒸留モノグリセライド」の
量産を実現（日本初）

分子蒸留技術※

※ビタミンAの精製・濃縮技術

- 多くの用途を開発
- 化成品に応用
- 多様な改良剤へ

食品



- 商業捕鯨が盛ん
- 鯨肉の加工後に残った肉を
エキスに利用



即席麺のスープ

抽出・精製・濃縮技術



魚の内臓



ビタミンA

ビタミンAの原料調達で培った人脈が起点

1 ビタミンAの原料調達で 水産関係の人脈構築



- ビタミンAの原料となる魚の内臓の調達のため各地の漁港を行脚
- 人脈や情報網を構築

2 わかめ養殖技術の普及 に関する情報を得る



- 1950～60年代にわかめの養殖技術が確立
- 水産庁の奨励もあり各地で徐々に養殖が普及

3 養殖わかめの 全国販売を開始



生わかめ「わかめちゃん®」(1965年)



「ふえるわかめちゃん®」(1976年)
(発売当時の商品名は「ふえるわかめ」)

海藻サラダの添付調味料を商品化

1

海藻サラダに
青じそ風味のタレを添付



「生海草サラダ」(1986年)

2

お客さまから大好評
「このタレを売ってほしい」



テスト販売品



発売当時のボトル

「ノンオイルスーパー ドレッシング
青じそ」(1989年)

3

ノンオイルならではの
汎用性でブランド確立



現行品



2010年 ブランド名変更
「ノンオイルスーパー ドレッシング」
⇒ 「リケンのノンオイル」

企業理念

天然物の有効利用を図る技術と商品で、
人々の健康と栄養に寄与し、社会に貢献する

創業当時



現在



食品事業



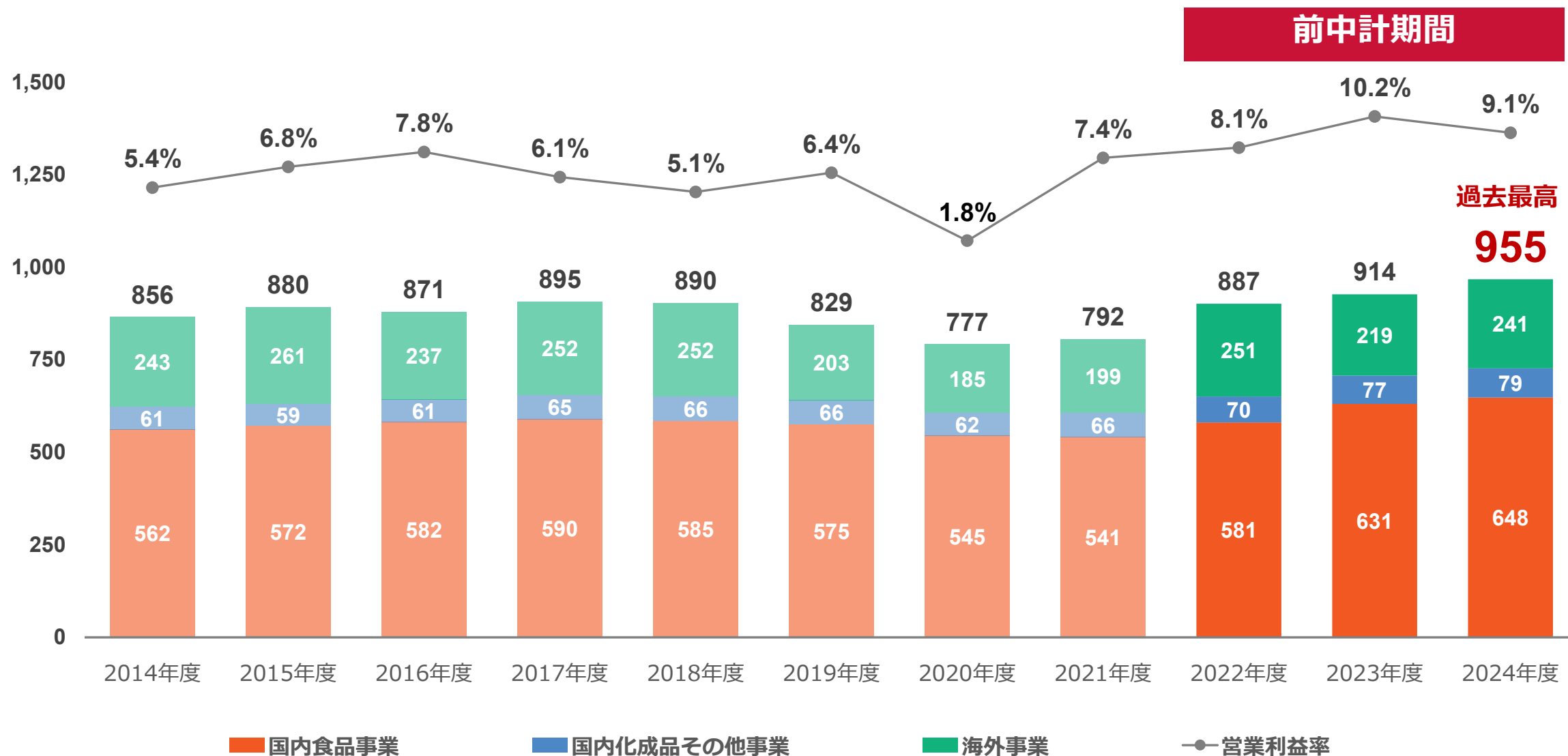
改良剤事業



ヘルスケア事業

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 歴史と理念
- 4. 業績と株価**
5. 中期経営計画2027

セグメント別売上高・連結営業利益率推移



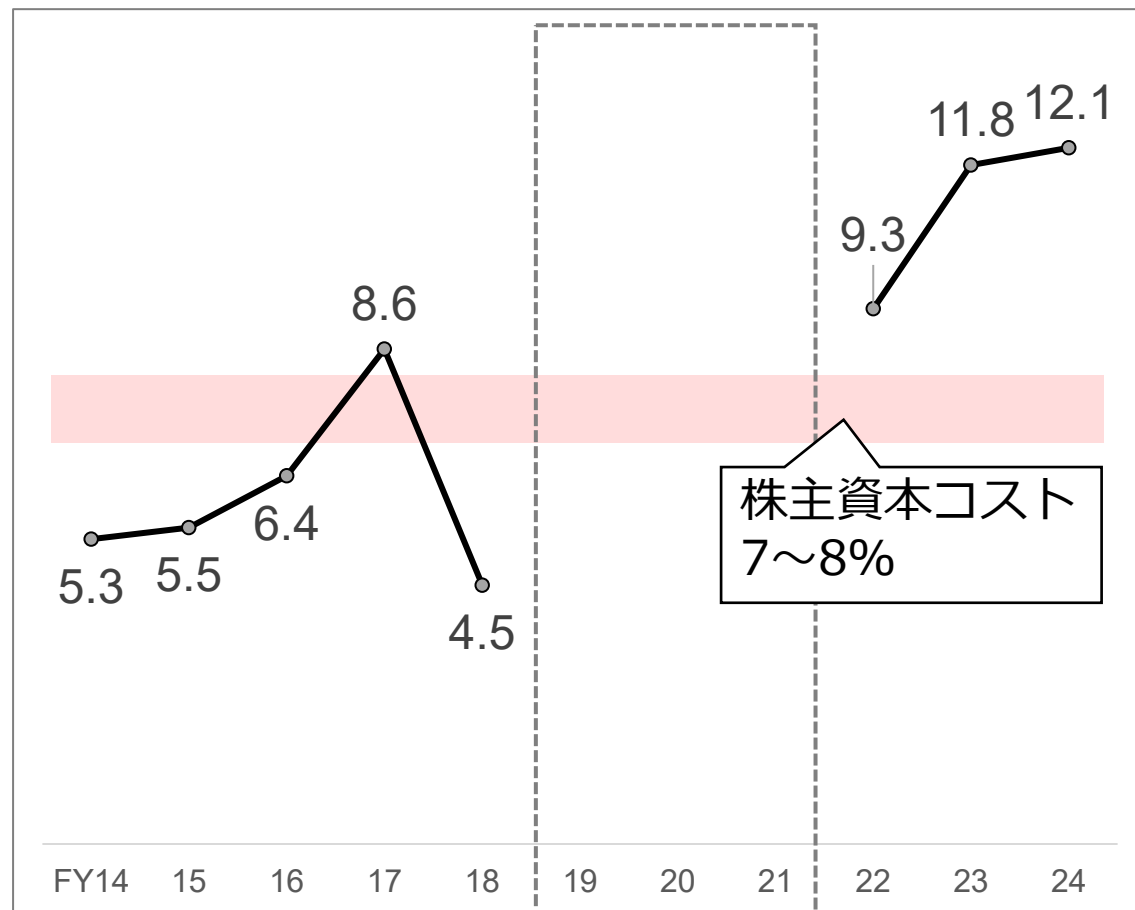
掲げた業績目標を全て達成

(億円・%)	2021年度 実績	2024年度 実績	2024年度 当初計画
売上高	792億円	955億円	940億円
営業利益	58億円	87億円	80億円
営業利益率	7.4%	9.1%	8.5%
経常利益	61億円	94億円	82億円
親会社株主に帰属する当期純利益	215億円*	93億円	65億円
ROE	38.3%*	12.1%	8.0%以上
政策保有株式純資産比率	28.7%	19.0%	20%未満

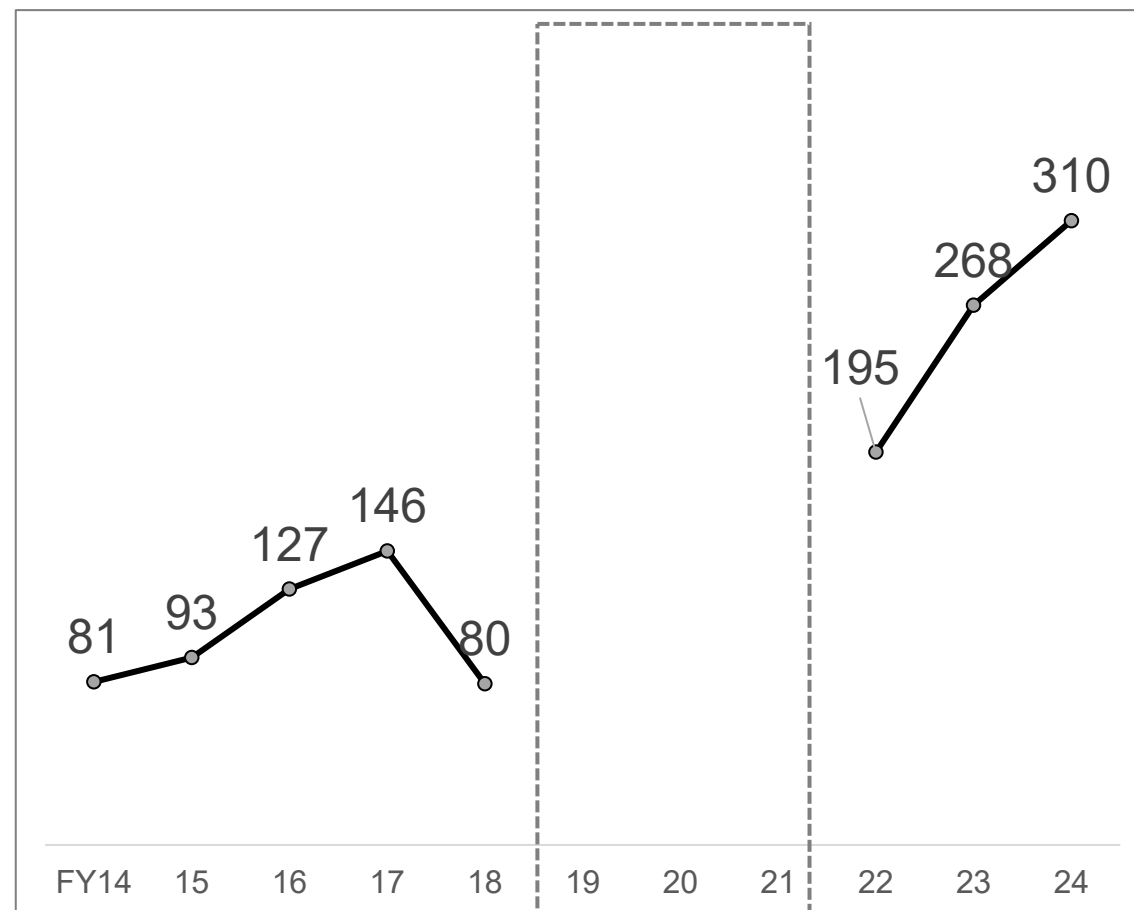
*子会社の連結除外に伴う異常値

営業利益の増加や政策保有株式の売却益によりROE、EPSは向上

● ROE（自己資本利益率・％）



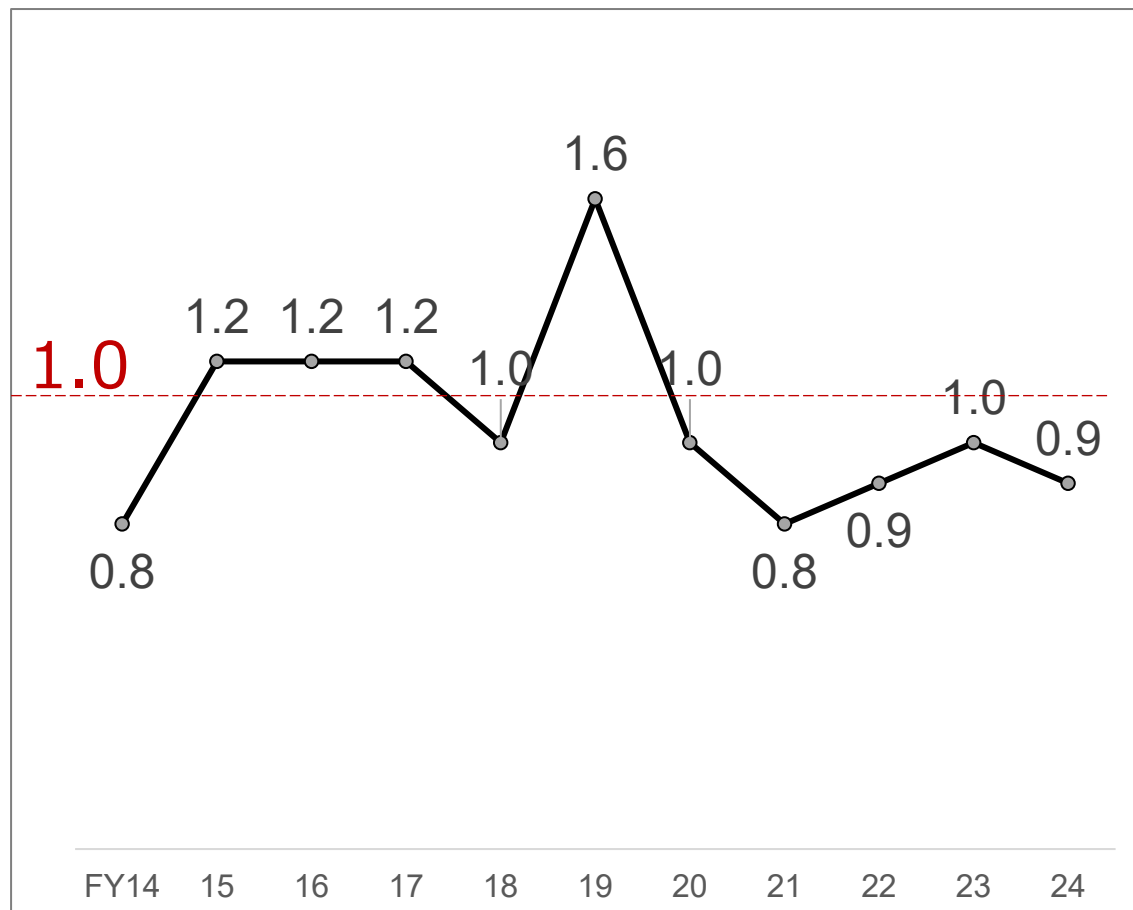
● EPS（1株当たり純利益・円）



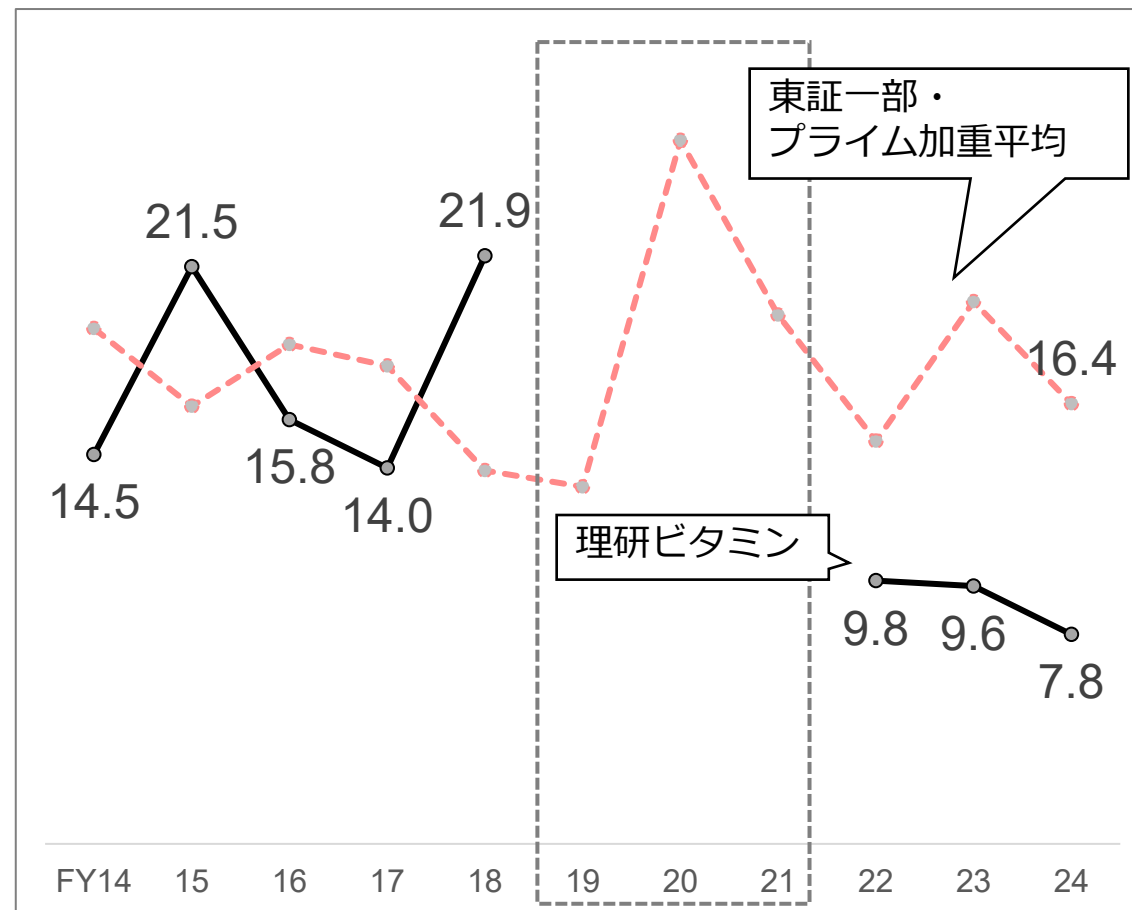
・年度末実績をベースに算出、FY19 は子会社会計問題の影響で赤字もしくは異常値のため省略

株価は伸びずPBRは1倍割れ、PERは低水準が続く

● PBR（株価純資産倍率・倍）

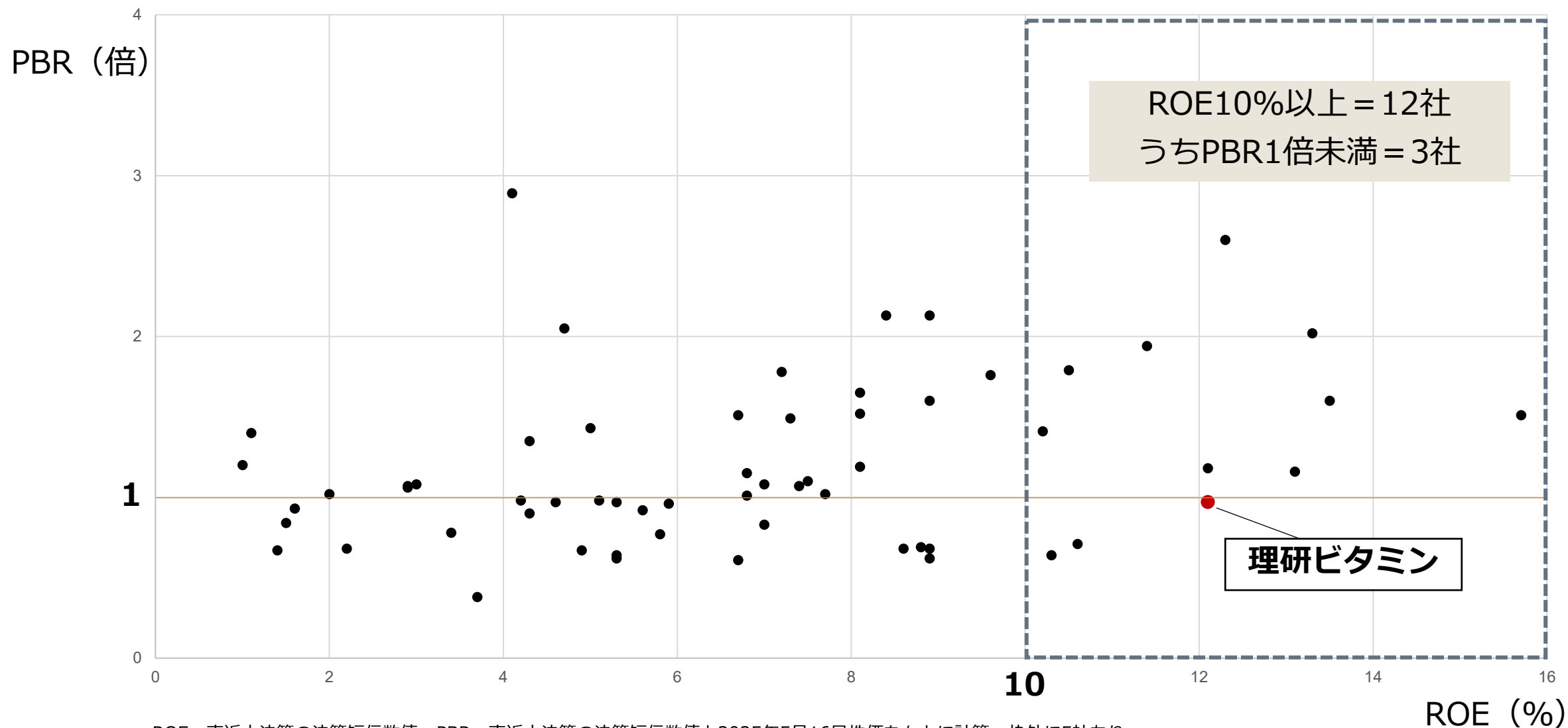


● PER（株価収益率・倍）



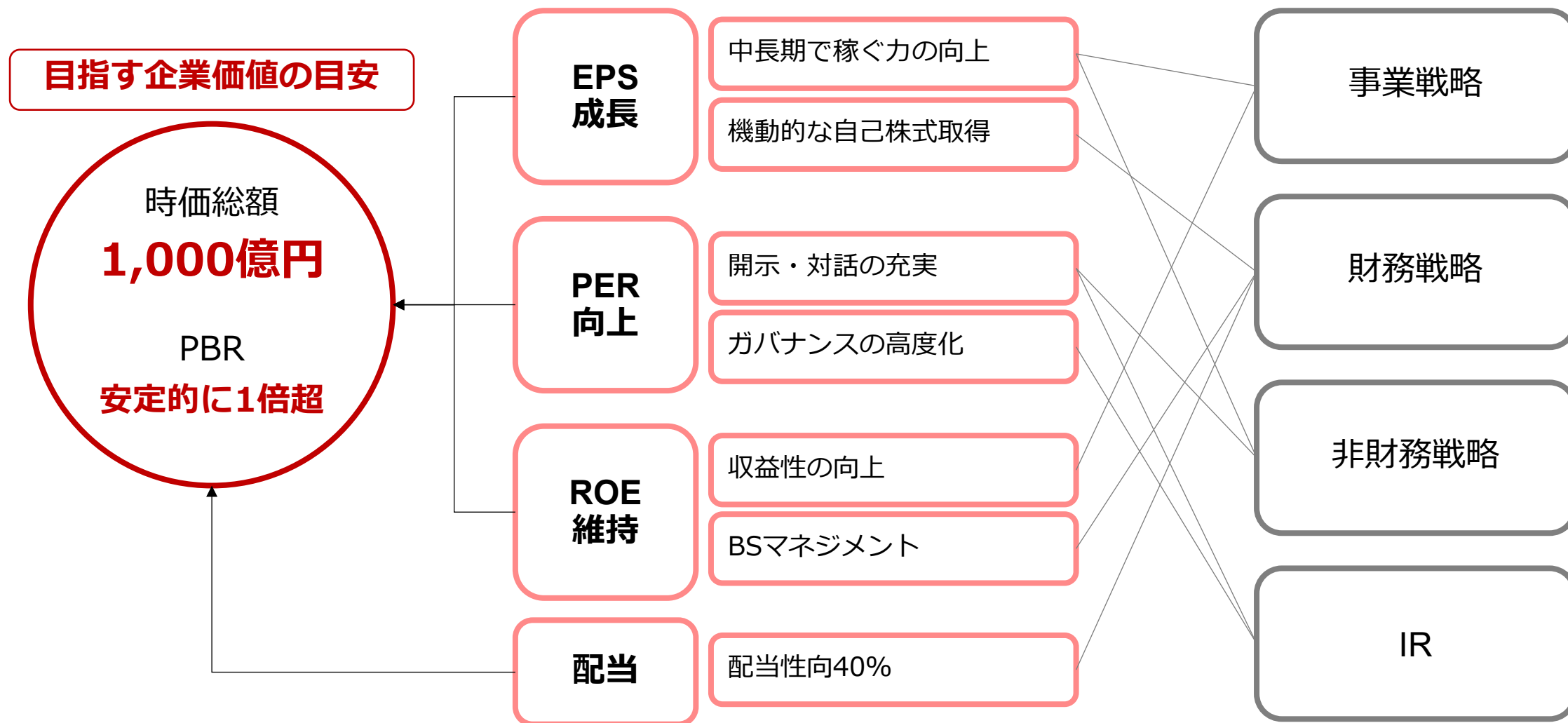
・年度末実績をベースに算出、子会社会計問題の影響で赤字もしくは異常値のため省略

プライム食品企業のROEとPBR



ROE : 直近本決算の決算短信数値 PBR : 直近本決算の決算短信数値と2025年5月16日株価をもとに計算 枠外に5社あり

EPS成長・ROEの維持とIR活動により、期待成長率を上げていく



前中計開始前と比べて株価は上昇も、いまだ割安水準

■ 当社株価とセクター指数の比較

※2022年3月末の株価を100として数値化



1. 会社概要
2. 事業内容
3. 歴史と理念
4. 業績と株価
- 5. 中期経営計画2027**

中長期ビジョン **持続可能な社会をスペシャリティな製品とサービスで支え、成長する会社になる**

8つのマテリアリティ

気候変動への対応

サーキュラー
エコノミー
(循環経済)
への移行

研究開発による
価値の創出

安全で安心な
製品の提供

健康と豊かな
食生活への貢献

レジリエントな
サプライチェーン
の構築

気候変動への対応

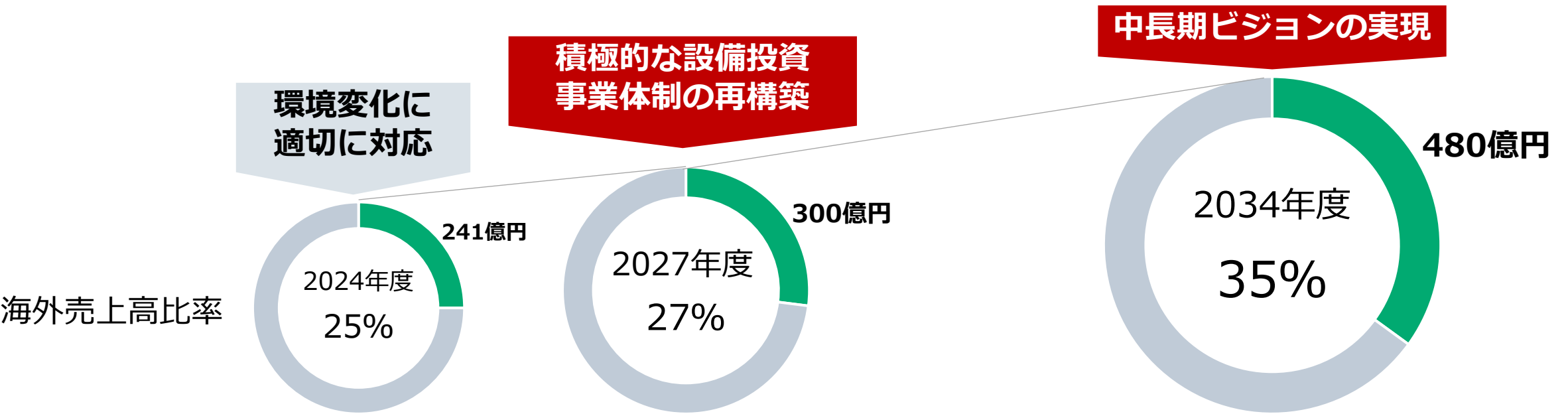
安全で健康的な
職場環境の整備

 技術を基盤とした価値創出

 地球環境への貢献

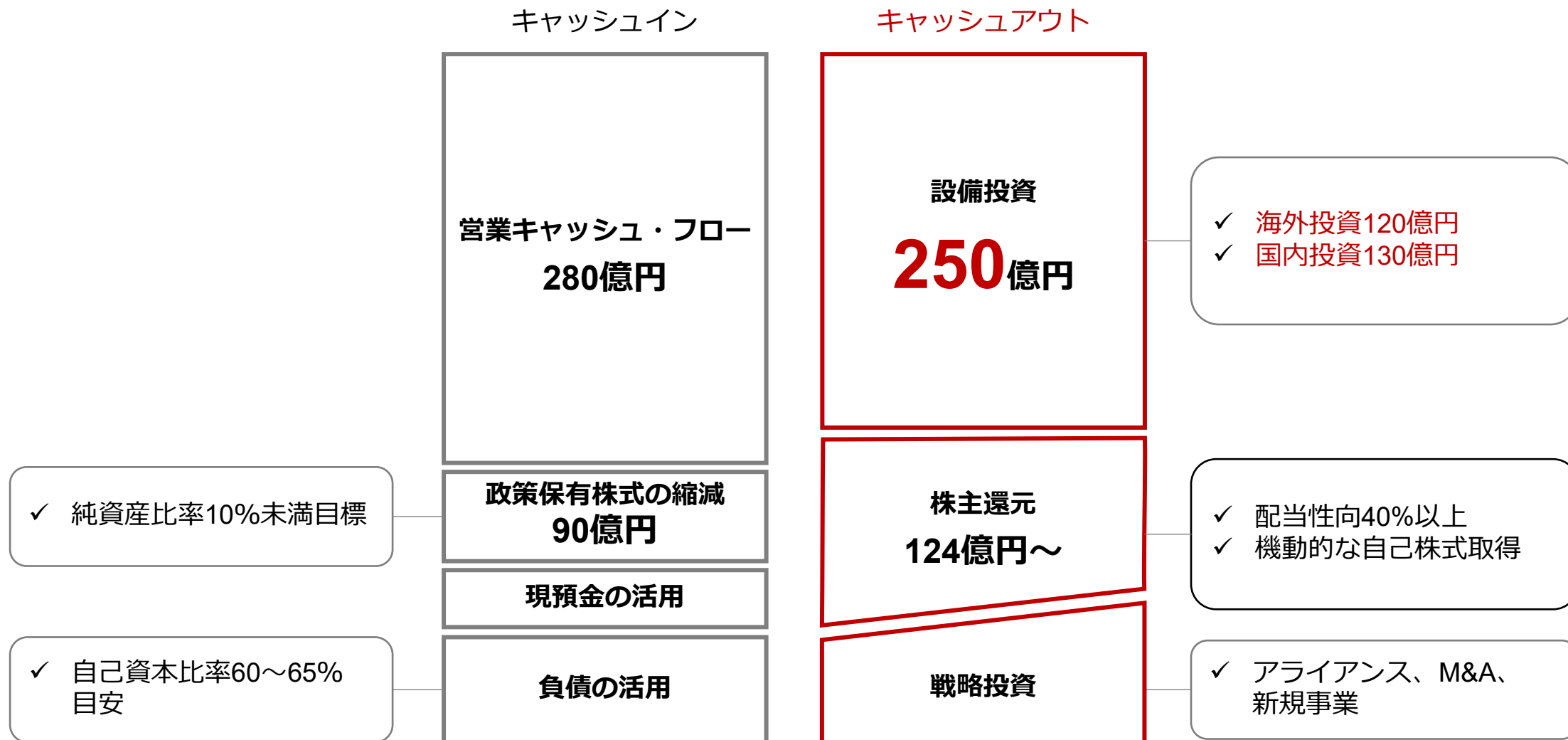
 人と社会のウェルビーイング

人口の変化に対応して事業体制を再構築し、持続的に成長する

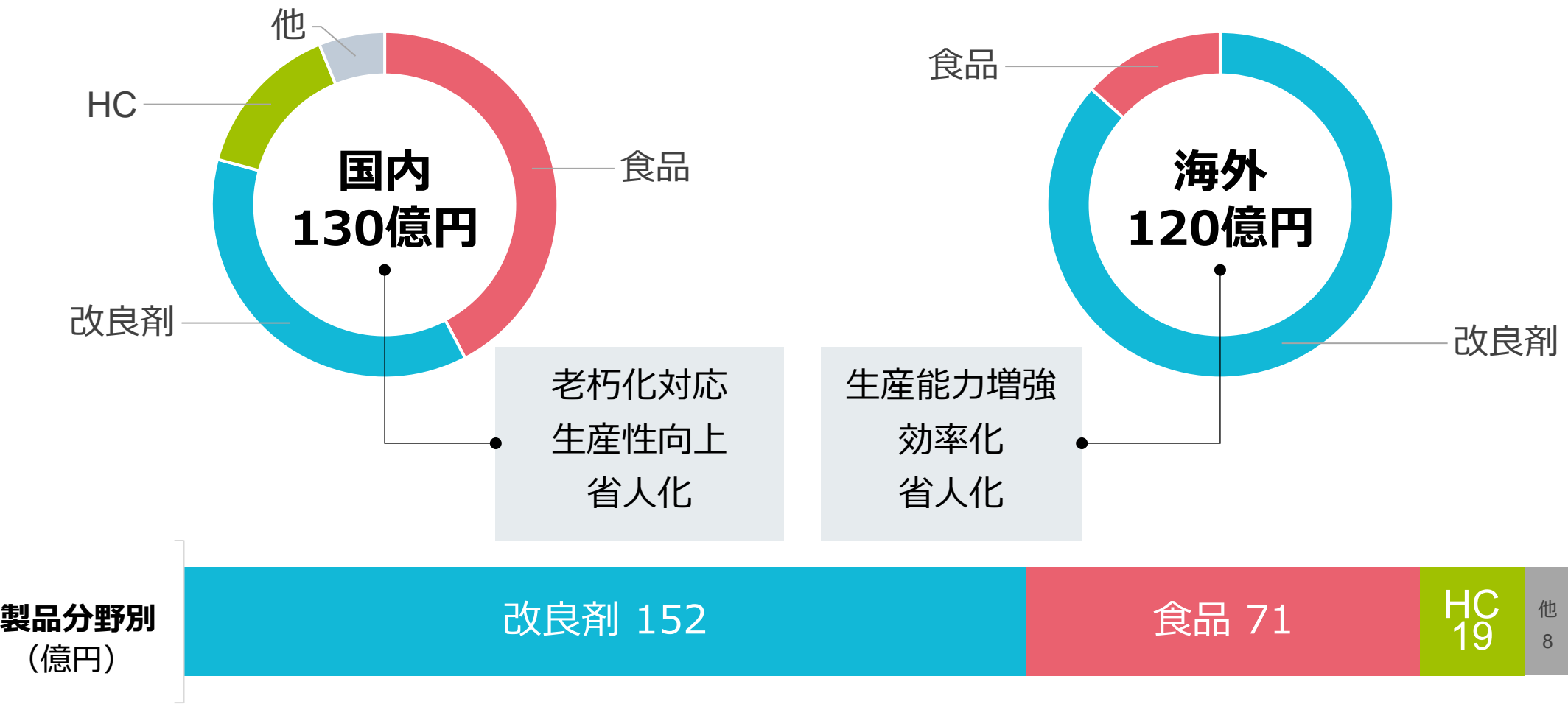


売上高	955億円	1,100億円	1,350億円
営業利益	87億円	100億円	135億円
ROE	12.1%	10%以上	10～12%
設備投資額	104億円	250億円 + α	

営業CFと政策保有縮減の資金で、積極投資と還元強化



国内の基盤投資、海外の成長投資で最適生産体制構築を図る



- ・ 人口減少に伴う市場変化、原料事情や人手不足に伴うコスト増に対応
- ・ 加工食品市場の動きに影響を受けるが、市場全体より少し高い伸び率を目指す

■売上高 (億円)



■営業利益・率 (億円・%)



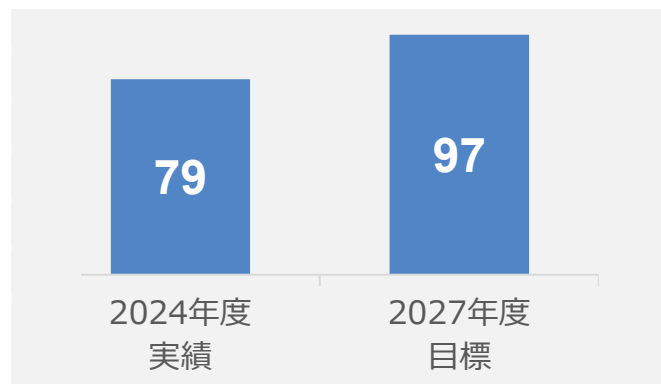
■サブセグメント別戦略／共通戦略

家庭用 +11億円	✓ 市場創造型商品の育成・開発 ✓ 既存商品群の活性化
業務用 +23億円	✓ 中食・即食市場への提案 ✓ 人手不足の中で拡大する市場への提案
加工食品用原料等 +36億円	✓ 顧客のメインブランドへの導入 ✓ 調達不安定な原料の代替機能、生産効率向上、フードロス削減につながる提案 ✓ 健康関連市場への提案強化

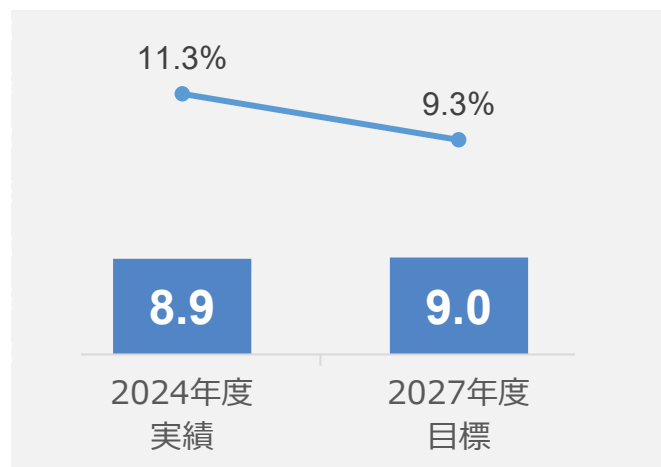
- ✓ 適切な価格改定
- ✓ 営業・開発ターゲットの絞り込み
- ✓ 品目数削減
- ✓ 調達力強化
- ✓ 省人化投資

- ・ 化成品の国内市場縮小に対応し、得意分野に絞り込んだ市場の深掘り
- ・ 海外展開する日系企業への提案強化

■ 売上高 (億円)



■ 営業利益・率 (億円・%)



■ 化学業界の事業環境



■ 事業戦略

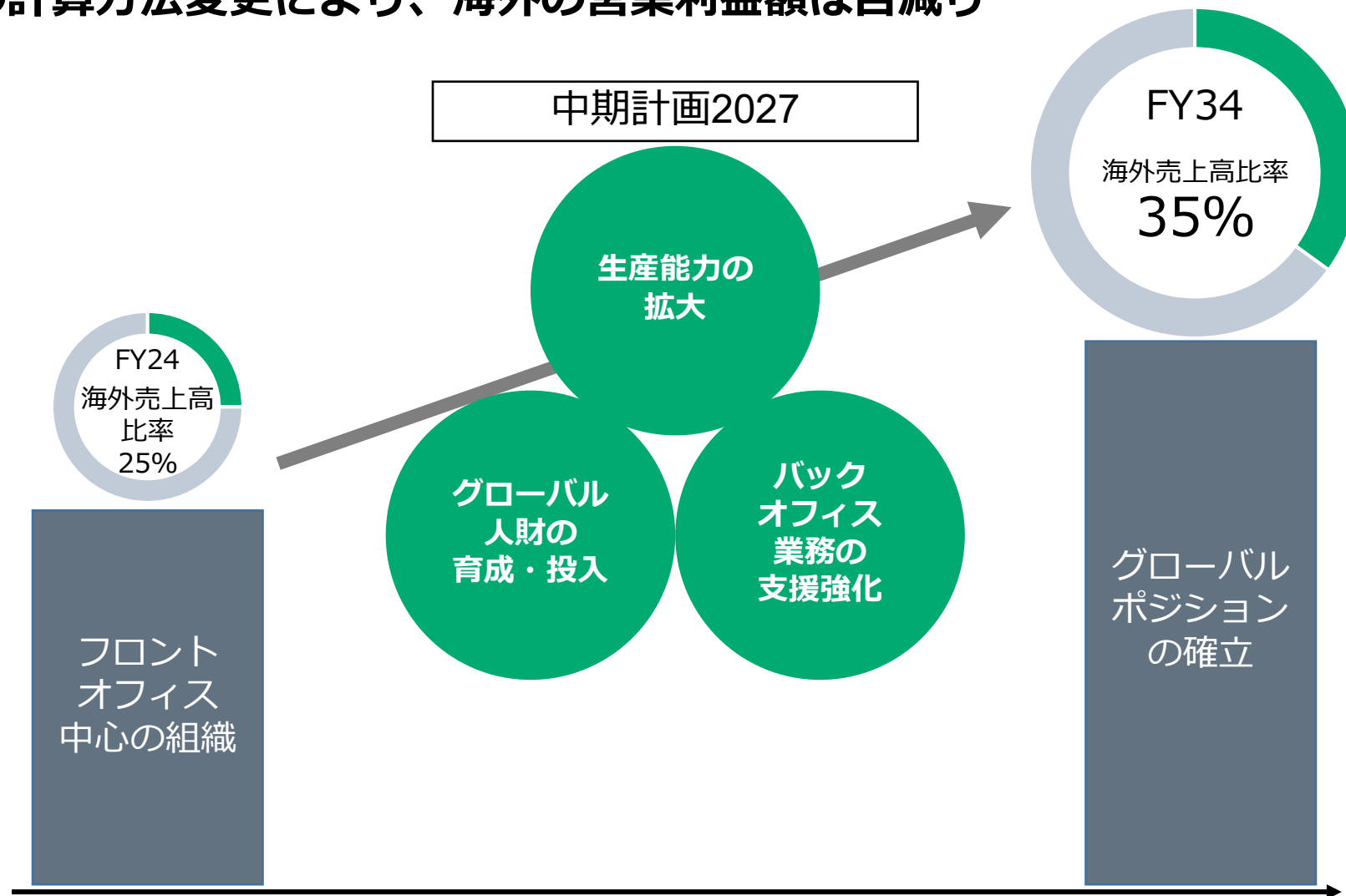
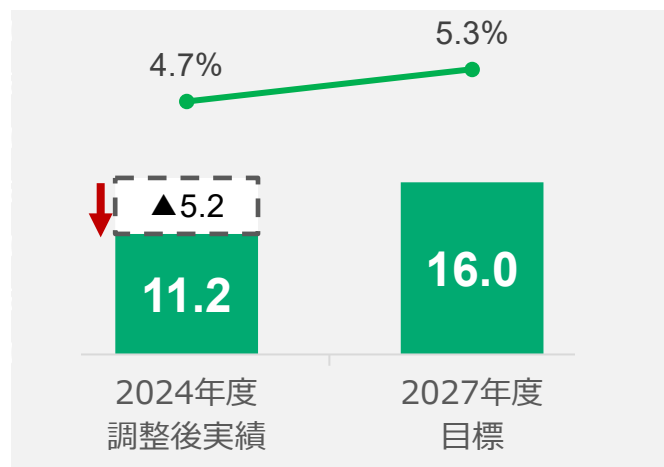
- ✓ 滑剤、防曇剤、可塑剤、帯電防止剤などの既存領域に営業・開発リソースを集中し、付加価値化を促進
- ✓ バイオマス原材料の強みを活かし環境配慮製品の拡大
- ✓ 非集中領域では他社との協業による効率性向上を図る
- ✓ 海外の化成品用改良剤営業・開発への支援拡大

- ・ 将来の加工食品市場拡大を念頭に、成長投資と新体制構築
- ・ セグメント利益調整額の計算方法変更により、海外の営業利益額は目減り

■ 売上高 (億円)



■ 営業利益・率 (億円・%)



- ・ 注力エリアは東南アジア・中国・北米。エリア別拡大戦略を実行

東南アジア



- ✓ コモディティ品の生産効率化
- ✓ 将来に向けスペシャリティ品の生産体制を構築
- ✓ 東南アジア各国に根差した営業基盤整備

中国



- ✓ 食品用改良剤新工場が稼働
- ✓ 化成品向け汎用品ラインを停止し、新工場に従業員をシフト
- ✓ 景気は厳しいが消費市場の潜在力は大きく、高付加価値品の拡大に注力

北米



- ✓ APC*を活用し、ベーカリー分野への提案強化
- ✓ 通商問題には情報収集の上柔軟に対応

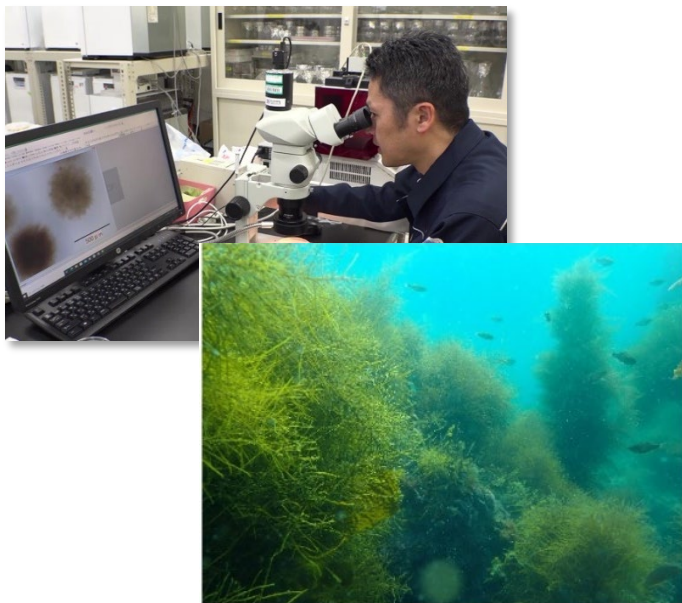
- ✓ ポークエキス生産能力増強 (FY26)
- ✓ 商品ラインナップ拡大



*APC：アプリケーションセンター

海藻研究や包材の見直しでサステナビリティに貢献

海藻種苗・ブルーカーボンの研究



- 海水温上昇の影響を受けにくい種苗を供給し調達力を強化
- ブルーカーボン研究の事業化へオープンイノベーション推進

天然物の有効活用



- きのこの「ホクト」と共同できのこの未利用部位などを活用したエキスを開発
- 複数の自社商品に使用

環境に配慮した包装容器の採用



- これまでわかめやドレッシングなどの包装を見直し
- ふえるわかめちゃんの広告が日経MJ広告賞大賞を受賞

フードロス削減や環境対応に貢献

食品用改良剤



- 時間が経ってもおいしさをキープ
▶ **流通後のロス削減**
- 生産効率の改善（型崩れ防止、製造設備への付着防止など）
▶ **生産工程でのロス削減**

化成品用改良剤



- 植物由来成分で石油由来成分を代替
- バイオマスプラ、生分解性プラ向けの改良剤を開発・提案

▼
サーキュラーエコノミー実現に貢献

配当方針を変更、還元を強化

■ 配当方針

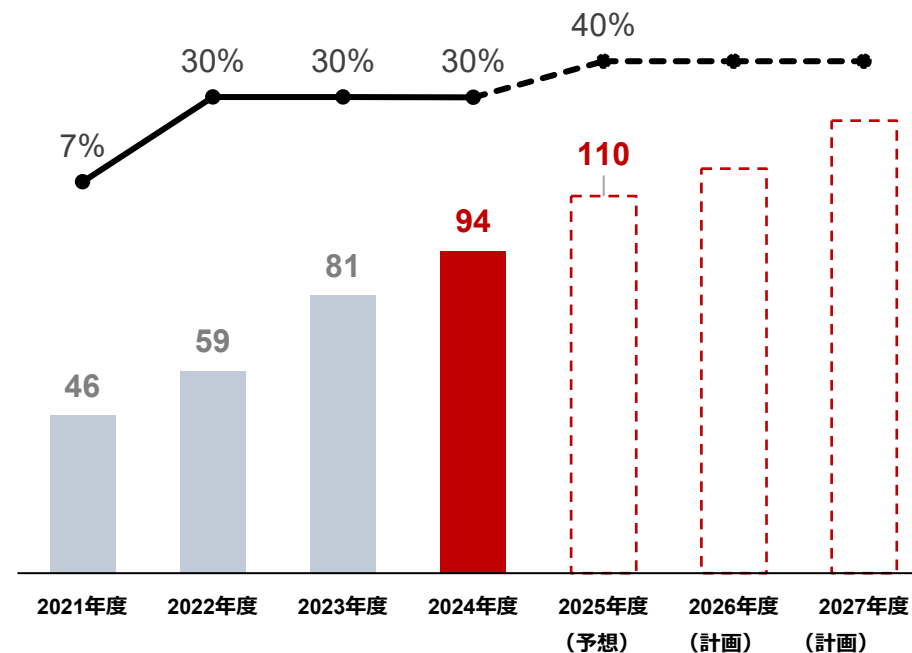
連結配当性向 40%以上

■ 自己株式の取得

適切な局面で機動的に実施

2025年度は20億円の取得枠を設定

■ 1株当たり配当金(円)と配当性向の推移



自己株式
取得額
(億円)

		63	11	20 (予)
--	--	----	----	-----------

保有株式数・保有期間に応じて自社商品を贈呈

- 贈呈回数は**年2回**
- 保有株式数および保有期間に応じて株主優待品がランクアップ

基準日	発送時期
3月31日	7月
9月30日	1月（予定）



2,000円相当の商品例（2025年7月発送分）

■ 保有株式数・保有期間の基準

保有株式数	保有期間3年未満	保有期間3年以上
100株以上、500株未満	1,000円相当	2,000円相当
500株以上、1,000株未満	2,000円相当	3,000円相当
1,000株以上、3,000株未満	3,000円相当	4,000円相当
3,000株以上	4,000円相当	5,000円相当

条件の詳細は当社[ウェブサイト](#)をご覧ください

- ✓ 理研ビタミンはBtoCで知られるが、改良剤を中心としたBtoBの売上が大きい
- ✓ 天然ビタミンAを出発点とし、天然物の有効利用と独自の技術で差別化された価値を提供
- ✓ 直近のROEは10%を超えており、株価は割安
- ✓ 国内を収益基盤としつつ、海外での売上成長を目指す
- ✓ 海藻養殖やフードロス削減などサステナビリティ課題にも対応

【理研ビタミンの中長期ビジョン】

**持続可能な社会を
スペシャリティな製品とサービスで支え、
成長する会社になる**



理研ビタミン株式会社

補足資料

分野ごとに競合は異なる

食品

- 国内の調味料メーカー
- 国内の乾物メーカー

改良剤

- 国内外の油脂メーカー
- 国内外の化学メーカー

ヘルスケア

- 国内外の化学メーカー
- 国内の健康食品原料メーカー

環境課題、社会課題の解決が成長につながる

人口の変化

日本は人口減・高齢化、
世界人口は増加

ライフスタイルの変化

加工食品市場はゆるやかに拡大

気候の変化

原材料調達リスク・
自然災害リスクの増加

不確実性の高まり

将来の予測がますます困難に

- 直接的な影響：マレーシアから米国に輸出する改良剤の数量減
- 間接的な影響：国内はコモディティ品の相場変動や円高の影響により不透明
海外は世界景気の悪化に伴う需要減少、価格競争激化の恐れ

