



証券コード：4526

# 個人投資家の皆様へ

## 理研ビタミン株式会社 説明会

---

2025年3月11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. 株価

3. 歴史と理念

4. 事業内容

5. 今期業績と次期中計

## 東証プライム市場上場の食品メーカー

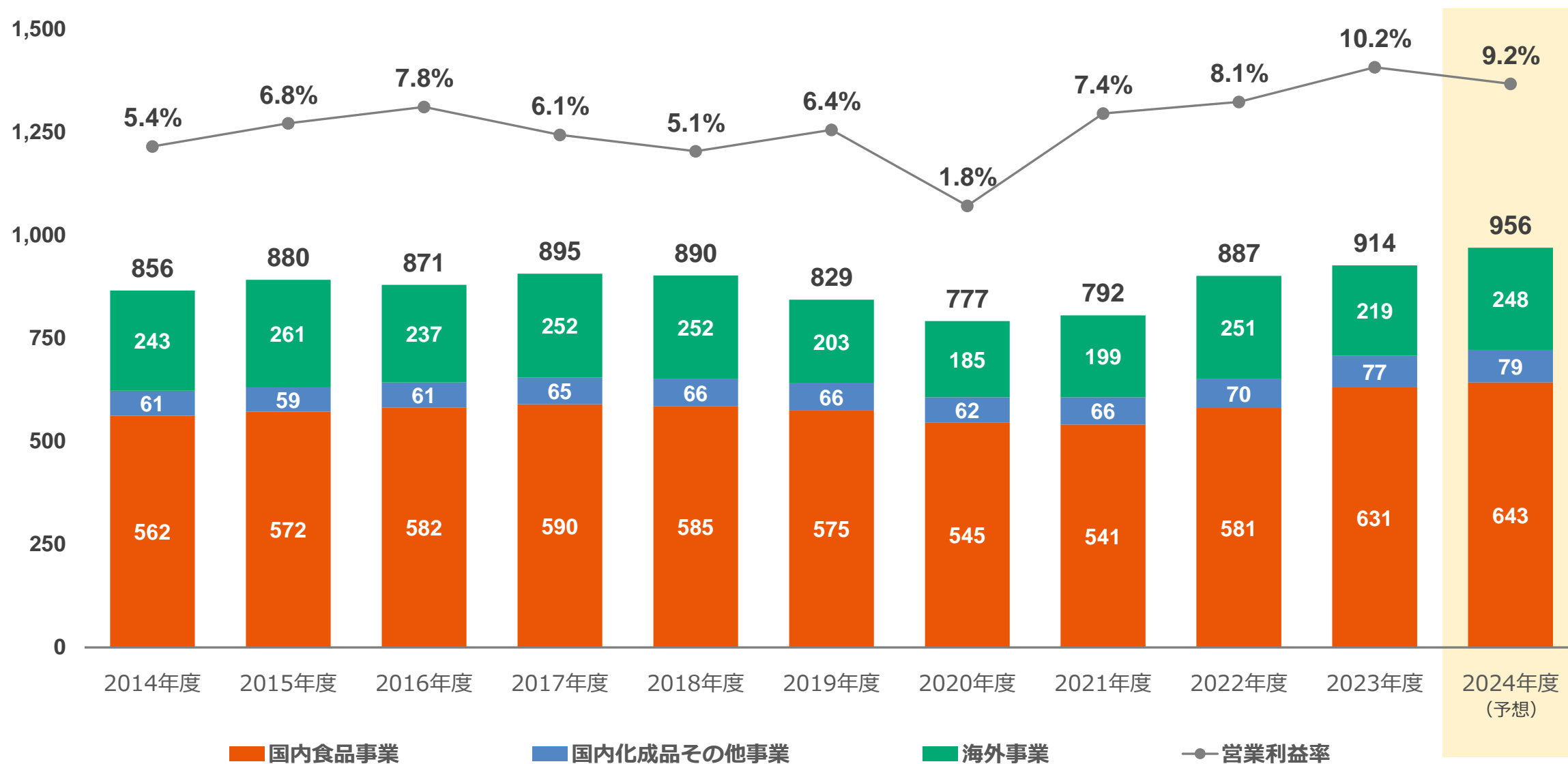
商号	理研ビタミン株式会社
設立年月	1949年 8月
資本金	25億3,700万円
従業員数	966名（連結1,857名）
事業内容	家庭用食品、業務用食品、加工食品用原料、食品用改良剤、化成品用改良剤、ビタミン類などの製造・販売
拠点数	国内12（本社、さいたまオフィス、支店5、工場5）
連結子会社	国内4、海外8
売上高	914億円



本社外観（UR都市機構提供）

（2024年3月末現在）

# 売上高・営業利益率推移



## 3分野の製品を展開

### 食品

- 海藻
- エキス・調味料
- ドレッシング

### 改良剤

- 食品用改良剤
- 乳化剤
- ビタミン（酸化防止）
- 色素
- 化粧品用改良剤

### ヘルスケア

- ビタミン（栄養強化）
- 機能性食品用原料
- マイクロカプセル

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

食品用乳化剤



シェアNo.1

クチナシ黄色素



シェアNo.1

ビタミンE



シェア40%以上

## 分野ごとに競合は異なる

### 食品

- 海藻
- エキス・調味料
- ドレッシング

#### 主な競合メーカー

- 国内の調味料メーカー
- 国内の乾物メーカー

### 改良剤

- 食品用改良剤
- 乳化剤
- ビタミン（酸化防止）
- 色素
- 化成品用改良剤

- 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

- ビタミン（栄養強化）
- 機能性食品用原料
- マイクロカプセル

- 国内外の化学メーカー
- 国内の健康食品原料メーカー

## 決算上の報告セグメントは販売先マーケット別



## 売上構成比が最も高いのは改良剤分野



### 国内食品事業

#### 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



### 国内化粧品その他事業

- 化粧品用改良剤
- 飼料用添加物



### 海外事業

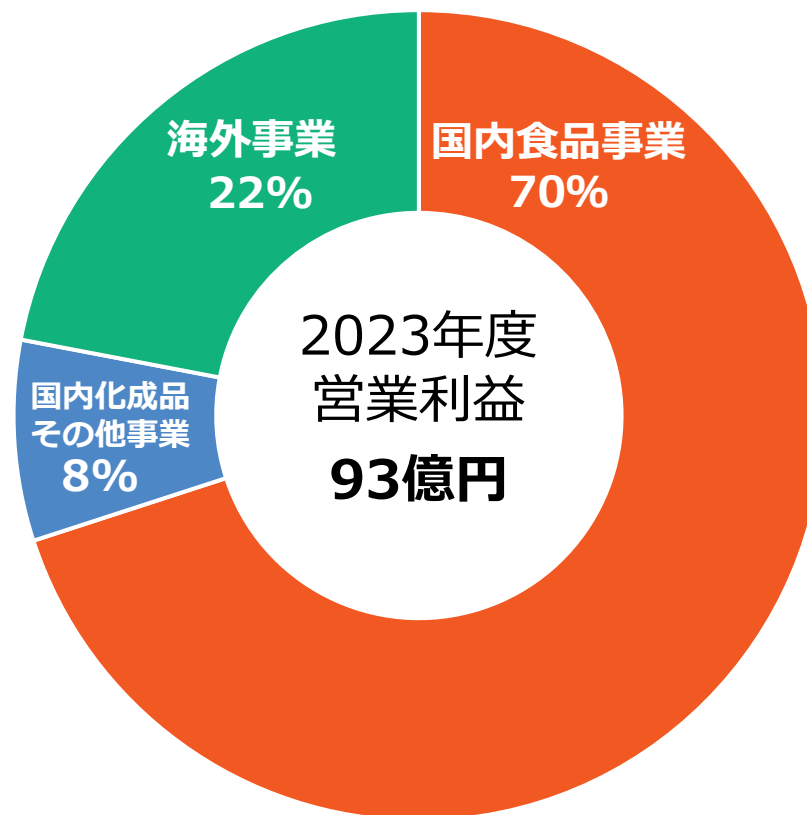
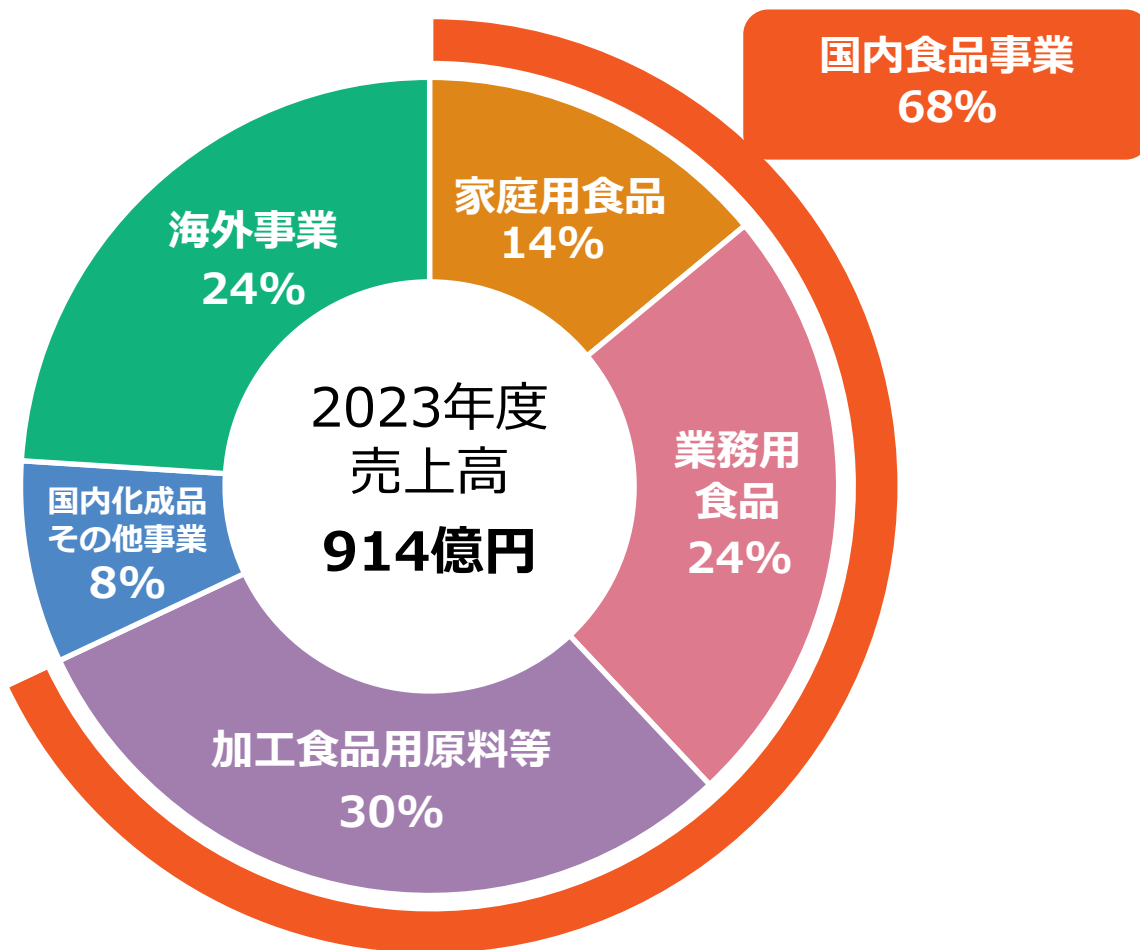
- 食品用改良剤
- 化粧品用改良剤
- エキス・調味料



主な販売製品



## BtoBが8割以上、海外売上高は4分の1

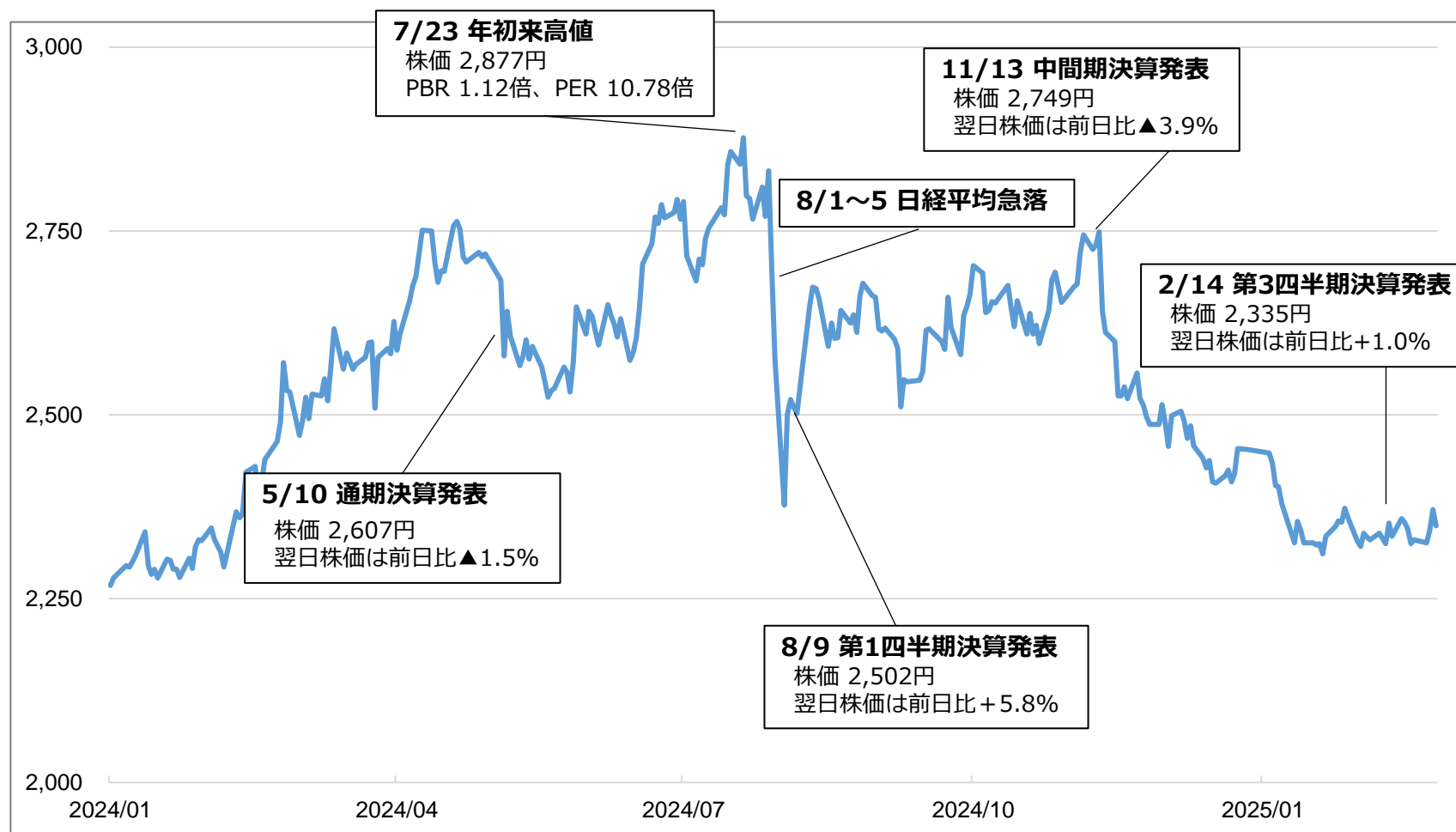


1. 会社概要
- 2. 株価**
3. 歴史と理念
4. 事業内容
5. 今期業績と次期中計

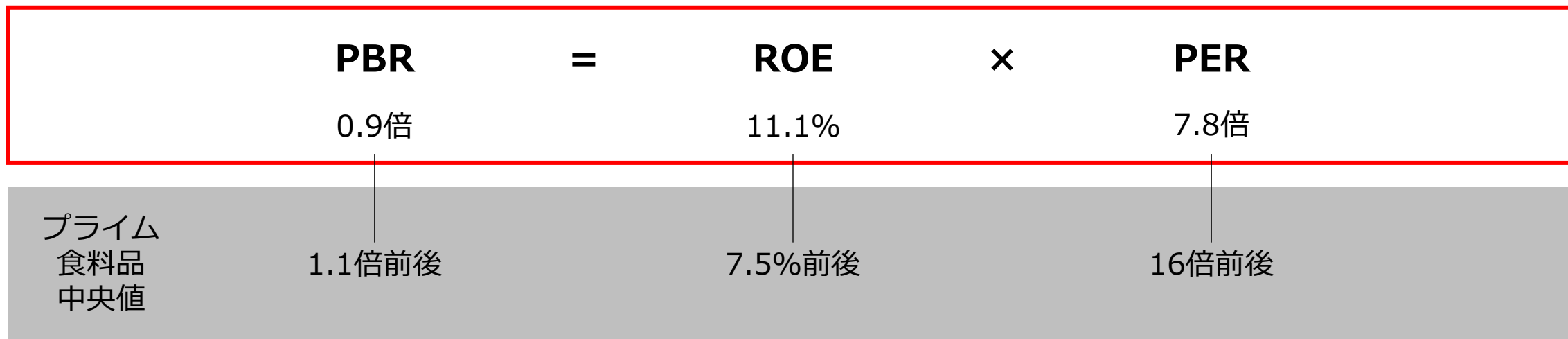
## 株価はセクター内比較で割安

- 株価 (2/28)  
2,349円
- 時価総額 (自己株式除く)  
701億円
- PBR  
0.9倍  
(食料品平均1.6倍\*)
- PER  
7.8倍  
(食料品平均18.8倍\*)

\*セクターの値は東証発表  
25年1月末 加重平均値



## セクター内比較で資本収益性は高い。低いのは期待値と認識

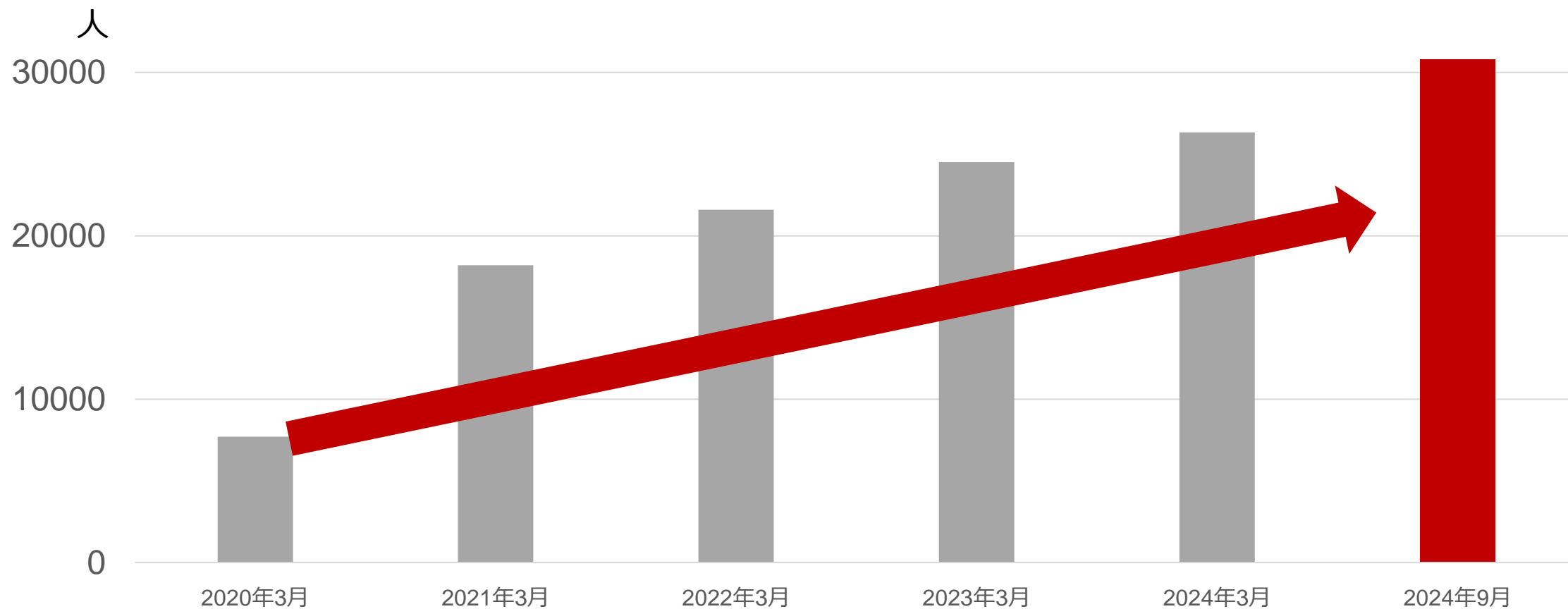


### 期待値が低い要因（投資家との面談で指摘される事柄）



「資本コストと株価を意識した経営の実現に対する対応」のアップデートを中計発表時（5月）に予定

## 4年前に比べ4倍に増加



## 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	6月
9月30日	12月



2,000円相当の商品例 (2024年12月発送)

### ■ 保有株式数・保有期間の基準

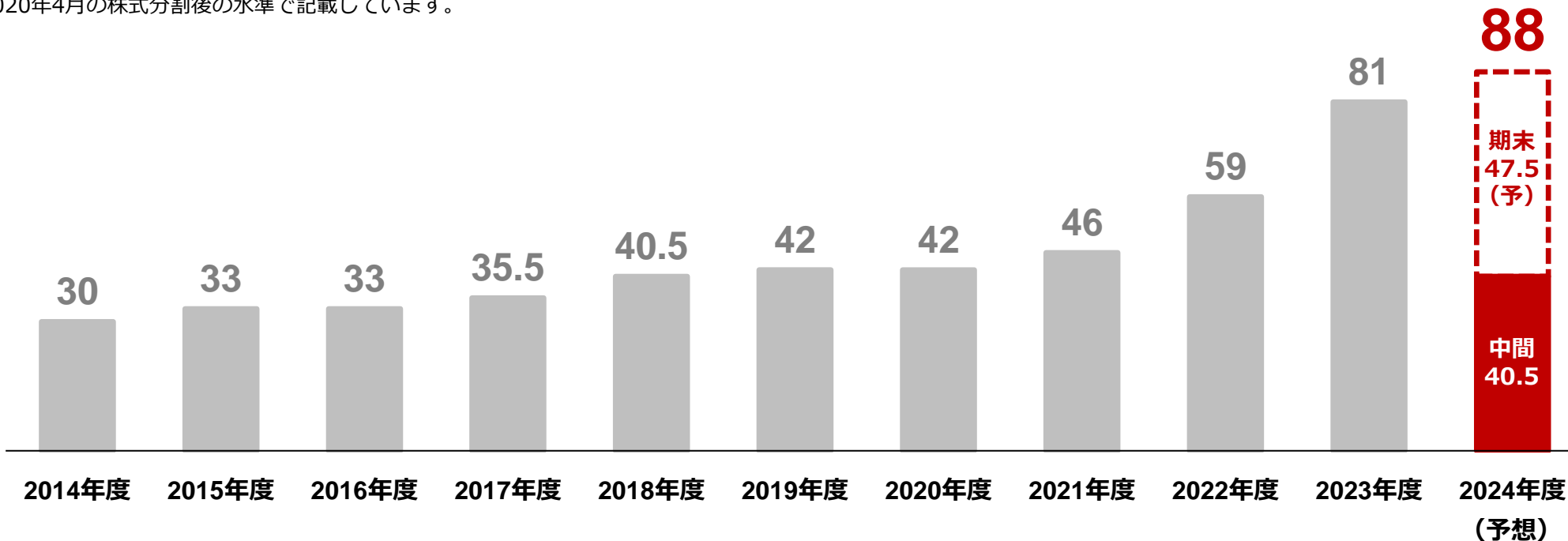
保有株式数	保有期間3年未満	保有期間3年以上
100株以上、500株未満	1,000円相当	2,000円相当
500株以上、1,000株未満	2,000円相当	3,000円相当
1,000株以上、3,000株未満	3,000円相当	4,000円相当
3,000株以上	4,000円相当	5,000円相当

条件の詳細は当社[ウェブサイト](#)をご覧ください

## 配当性向30%以上を目安、配当利回りは3.7% \*2025年2月25日終値基準

### ■ 1株当たり年間配当金(円)

※2020年4月の株式分割後の水準で記載しています。



自己株式  
取得額  
(億円)

	4	244							63	11
--	---	-----	--	--	--	--	--	--	----	----

1. 会社概要
2. 株価
- 3. 歴史と理念**
4. 事業内容
5. 今期業績と次期中計



## 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

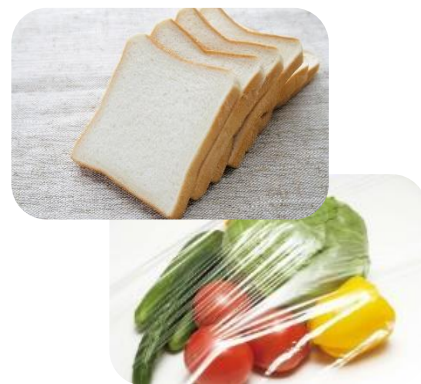
### 天然ビタミンA事業で培ったもの

- 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



高純度の乳化剤  
「蒸留モノグリセライド」を  
日本で初めて製造

**分子蒸留技術※**

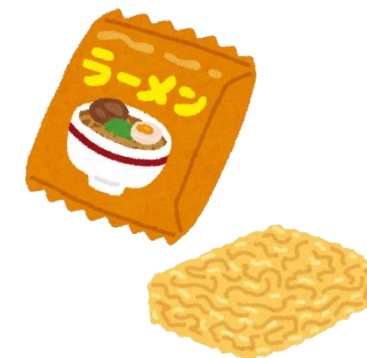
※ビタミンAの精製・濃縮技術

- 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

## 4500番台は医薬品業界のコード

証券コード	会社名
4521	科研製薬
4523	エーザイ
4524	森下仁丹
<b>4526</b>	<b>理研ビタミン</b>
4527	ロート製薬
4528	小野薬品工業



1. 会社概要
2. 株価
3. 歴史と理念
- 4. 事業内容**
5. 今期業績と次期中計

## 国内食品事業① 家庭用食品

製品分野別売上構成比

食品 100%

### ●ドレッシング



### ●わかめ関連商品



### ●スープ



### ●だしの素



### ●レトルト



## 国内食品事業② 業務用食品

製品分野別売上構成比

ヘルスケア 5%

改良剤 17%

食品 78%

### 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



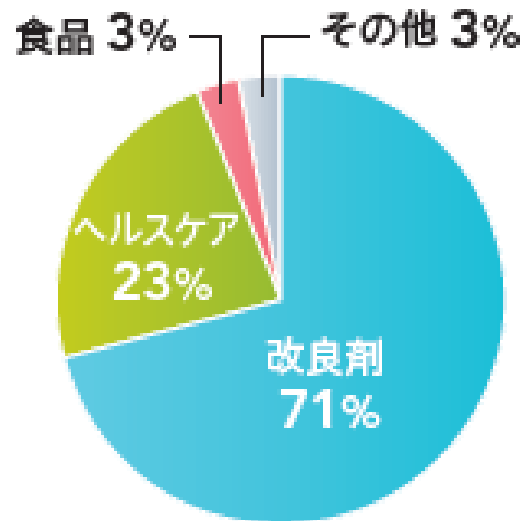
ラーメンスープ

スナックシーズニング

おにぎり用わかめ

## 国内食品事業③ 加工食品用原料等

製品分野別売上構成比



### 加工食品メーカー向け

改良剤でさまざまな食品に付加価値を提供



やわらかく



ほぐれやすく



彩り豊かに

### 健康食品・医薬品メーカー向け

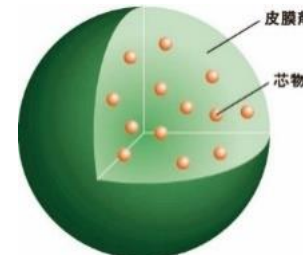
機能性成分の供給や加工を通じて健康に貢献



ビタミン



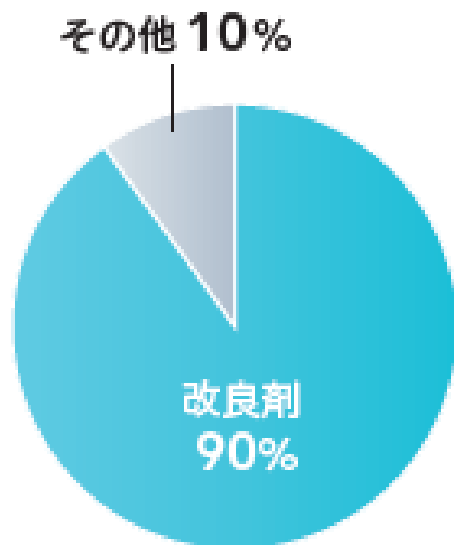
機能性食品用原料



マイクロカプセル

## 国内化成品その他事業 食品用改良剤の知見を樹脂などに応用

製品分野別売上構成比



### 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

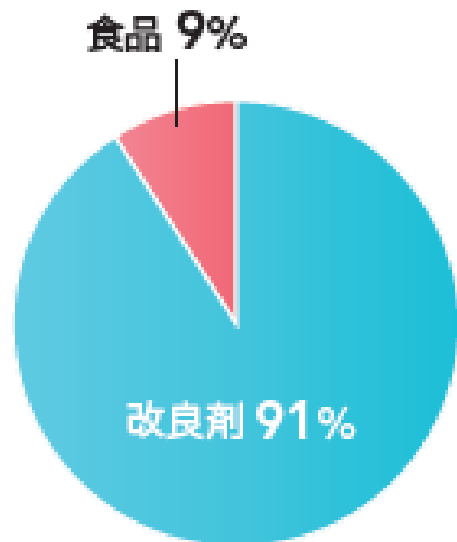


- クレンジング剤の洗浄力アップ
- ハンドソープの増粘

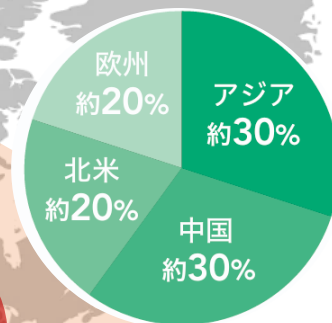


## 海外事業 改良剤を中心にBtoBで世界へ展開

製品分野別売上構成比



地域別売上構成比



日本と同じニーズ ⇒ 知見を活かせる

バリューチェーン	研究開発	調達	生産	流通・マーケティング・販売	顧客・消費者
強み	研究開発力	天然物の調達ルート	天然物を有効活用する技術	ソリューション力	幅広い顧客基盤 家庭用商品のブランド
<b>強化のための取り組み</b>	<b>独自の研究開発体制</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品分野ごとの研究開発部門で知見を蓄積</li> <li>● 研究発表会による知見の社内共有</li> <li>● A&amp;Iセンターと海外アプリケーションセンターの連携</li> </ul> <b>高い研究開発費率</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 売上高研究開発費率：3.6%</li> </ul> <small>東証プライム市場食品セクター 当社を除く67社平均：約1.0% ※2024年3月までに終了した直近決算期</small>	<b>安定調達の取り組み</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 漁業会社・漁協との連携によるわかめの大規模養殖の支援</li> <li>● 種苗供給による海藻の安定調達</li> <li>● サプライヤーとの連携強化</li> </ul> <b>社内体制の強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 関連部署との連携による開発購買の推進</li> </ul>	<b>海外工場の生産能力増強</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国：食品用改良剤新工場建設 (2025年4月稼働開始予定)</li> <li>● 米国：ポークエキス製造設備増強 (2026年夏稼働開始予定)</li> </ul> <b>国内工場の再構築</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 東京工場：新ビタミンミックス棟建設 (2025年秋稼働開始予定)</li> </ul> <small>※プロジェクト全体の完了は2027年度の予定</small>	<b>幅広いソリューション提供</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 提案力強化 部門を跨いだ人事異動で幅広い商品知識を持つ営業員を育成</li> <li>● 提案幅強化 生産時のロス低減と最終製品の廃棄低減の双方向から提案を推進</li> </ul> <b>海外でのソリューション提案強化</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 理研ビタミンUSA アプリケーションセンターの開設 (2024年6月)</li> </ul>	

リンク：[統合報告書2024](#)

## 既存市場から少しずつらして新たな市場を創造

### ロングセラー商品



市場起点の発想  
×  
実現する技術力

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（上段）



今春新商品



今春新商品



## 取引先の課題をいち早く取り込み、解決策を提案

### 課題

#### 飲料

- ✓ 乳成分や油分が分離
- ✓ 加熱殺菌時に殺菌機に焦げつきが発生

#### ケーキ

- ✓ 製造工程の安定化と品質の両立が困難
- ✓ 時間経過により食感が変化

#### 食品全般

- ✓ 気候変動、病害虫の発生、地政学的問題などにより原材料の調達が不安定化

### 技術

#### 飲料用乳化剤

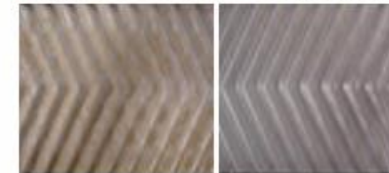
##### ● 乳化安定の改善例



改善前

改善後

##### ● 焦げつき（スケール）抑制



改善前

改善後

#### 起泡剤

##### ● 起泡



無添加

添加

##### ● 気泡安定



無添加

添加

##### ● ソフト感向上



無添加

添加

#### 改良剤の開発

例) 鳥インフルエンザの流行により卵が不足

卵を減らした配合でもスポンジケーキ体積を維持



改善前

改善後

## ひとつの最終製品にさまざまな提案が可能



1. 会社概要
2. 株価
3. 歴史と理念
4. 事業内容
- 5. 今期業績と次期中計**

## 売上高を除く目標は1年前倒しで達成、今期も当初計画を超過見込

	2022年度実績	2023年度実績	2024年度予想	当初計画
売上高	887億円	914億円	<b>956億円</b>	940億円
営業利益	71億円	93億円	<b>88億円</b>	80億円
経常利益	77億円	102億円	<b>96億円</b>	82億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	64億円	87億円	<b>89億円</b>	65億円
ROE	9.3%	11.8%	<b>11.1%</b>	8%以上

期中平均レート：2022年度136円/\$、2023年度145円/\$、2024年度3Qまで153円/\$

### 為替変動による利益影響：円安の場合

+ 海外子会社業績の円換算による増加  
▲ 輸入原材料のコスト上昇による減少

→ 一律には判断できないが、若干の利益減少要因となる

## 3Q発表時に期初予想から修正

### 国内食品事業

前期比

期初予想	売上高	633億円	↑
	営業利益	66億円	↓

原材料費、包材費など各種コストの増加が影響

修正予想

期初予想比

売上高	643億円	↑
営業利益	65億円	↓

期初予想よりコスト増が膨らむ

### 国内化成品その他事業

前期比

期初予想	売上高	81億円	↑
	営業利益	9億円	↑

停滞していた化学業界全体の需要回復を見込む

修正予想

期初予想比

売上高	79億円	↓
営業利益	8億円	↓

数量は増加しているが業界の需要回復は期待に届かず

### 海外事業

前期比

期初予想	売上高	223億円	↑
	営業利益	15億円	↓

海上物流の混乱が長期化  
物流費が高騰

修正予想

期初予想比

売上高	248億円	↑
営業利益	19億円	↑

数量を意識した販売戦略が奏功

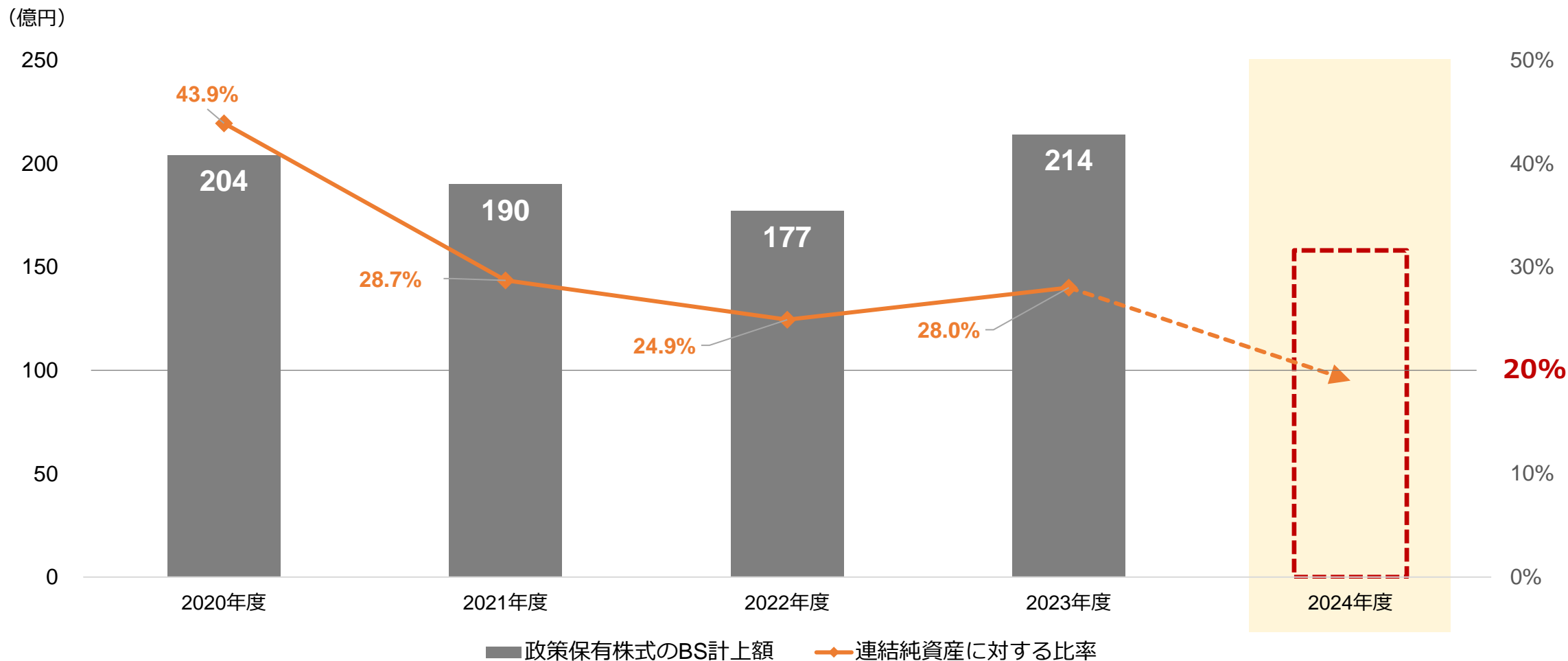
※各セグメントの数値には内部取引を含みます

## 計画と比較して株主還元を大幅に増加



## 今期末までに純資産比率20%未満へ

### 政策保有株式の保有状況





## マテリアリティ

当社は、新たに特定した8つのマテリアリティへの取り組みを通して、持続的な社会の実現と中長期的な企業価値の向上を目指します。

### 地球環境への貢献



#### サーキュラーエコノミー（循環経済）への移行

フードロスの削減や環境負荷低減に役立つ製品や技術により、サーキュラーエコノミーへの移行を推進します。



#### 気候変動への対応

GHG排出量の削減や脱炭素化に向けた製品の提供により気候変動の緩和に貢献します。また、気候変動への適応に向けた技術の開発を推進します。



#### 研究開発による価値の創出

研究開発型企業として、持続可能な社会を支える新技術と新用途、新製品の開発を推進します。



#### 安全で安心な製品の提供

安全で高品質な製品と、幅広いお客さまの安心につながる適切な情報を提供します。



#### 技術を基盤とした価値創出



#### 健康と豊かな食生活への貢献

スペシャリティな製品とサービスの提供により、すべての人々の健康と豊かな食生活に貢献します。



### 理研ビタミンのマテリアリティ

#### レジリエントなサプライチェーンの構築

ステークホルダーとともに、人権、環境、生物多様性にも配慮したレジリエント（柔軟で強靱）なサプライチェーンの構築を目指します。



#### 安全で健康的な職場環境の整備

健康と栄養に貢献する企業として、心身ともに健康で、安心して意欲的に活躍できる安全かつ健全な職場を整備します。



#### ダイバーシティ&インクルージョンの推進

多様性を尊重し、個々の能力を活かし伸ばすことで、持続的に成長できる企業を目指します。



#### 人と社会のウェルビーイング





## 5月発表に向けて現在策定中

### 統合報告書2024 社長メッセージ

- ✓ 海外を成長ドライバーとしてトップラインを伸ばす
- ✓ 国内は生産性の向上に向けた設備投資
- ✓ より資本効率を意識した成長戦略を打ち出したい

リンク：[統合報告書2024](#)

#### 社長メッセージ



「天然物の有効利用を図る」  
ポリシーのもと、付加価値の高い製品・サービスの提供を通じて、  
オンリーワンの存在を目指します

代表取締役社長  
山本 一彦

#### 社長メッセージ



「既存の市場ではなく、少しずつ新たなカテゴリーで  
開発することで他社との差別化をし、新たな市場をつくる」

また、改良分野では、お菓さまの課題を的確に把握し、それに合わせた提案を行い、顧客につなげるソリューションビジネスを展開しています。競争優位性のさらなる向上に向け、お菓さまがまだ気づいていない「隠れたニーズ」をお菓子、その解決策を開発することを目指しています。さらに、改良剤と食品をトータルで提案することにより、国内市場の深掘りを進めています。

#### 社長メッセージ



「食品用改良剤の技術によりおいしさを長持ちさせることができれば、  
お客さまへの価値提供ならびにフードロス削減につながる」

中期経営計画2年目の振り返り  
2023年度は増収増益、売上高・営業利益・経常利益は過去最高を更新

当社は2022年に、中期経営計画として持続可能な社会をスベリシヤリな製品とサービスで支え、成長する会社となることを掲げました。当社のDNAである「天然物の有効利用を図る」ポリシーのもと、付加価値の高い製品・サービスを提案する事業活動を通じて、持続可能な社会に貢献するオンリーワンの存在となることを目指しています。

ける「ふりかけのザクザクわかめ」が「インカレ」一躍さんの「健ドラレップ」のヒットにより、増収増益となりました。一方、海外事業は、2022年度はサブイノベーションの成長に伴って原料価格の上昇に伴う価格転嫁が得意で売上増が実現することができました。2023年度はその反動もあり、減収減益となりました。しかし、海外事業は成長ドライバーとしてトップラインを伸ばしていく考えに変わりはありません。 **【P.25(中期経営計画)**

中期経営計画2年目の振り返り  
2023年度は増収増益、売上高・営業利益・経常利益は過去最高を更新し、利益については中期経営計画の目標を超過して達成しました。

2023年度は海外売上比率は28%ですが、10年後には40%増収増益を50%以上向上することを目標とします。中期経営計画では基本方針のついでにアジア・北米での開発の加速を目指しています。北米ではこれまでコムデア製品の販売を中心としたが、特にパーソリー（新パン）製品向けの食品用改良剤向け、付加価値の高い製品

開発、いわゆるスベリシヤリな製品の販売を伸ばしていきたいと考えています。北米アメリカ大陸で、当社の技術によりパンケーキのおいしさを長持ちさせることができれば、お客さまとなる加工食品メーカーや消費者に対して大きな価値を提供することができ、フードロスの削減にもつながります。

2024年4月に北米の新拠点を設けるRiken Vitamin USA, Inc. 内に開設したアプリケーションセンターには技術者が集まり、お客さまへの提案強化しています。次期中期経営計画のフェーズでは、北米での新規工場建設やアプリケーションセンターの稼働拡大も検討していきます。東南アジア、中国においても特にスベリシヤリな製品の販売拡大の目標を設定しています。東南アジアでは、グリーンシアローム・ユーストや新工場、シンガポールには販売会社がありますが、新たなスタートアップにも販売会社を設立することを決定しています。将来的な成長市場に大きく貢献し、競争優位性を伸ばしていきたいと考えています。一方、欧州は、競合企業との差別化が難しく、その中で当社が競争優位性を築くことに集力を注いでいます。コモディティを中核に販売促進を拡大する戦略を推進しています。

#### 社長メッセージ

「再整理したマテリアリティを羅針盤として、  
サステナブル経営を推進し、実効性を高める」

人的資本の強化に向けて  
自由流動な雇用の創成、  
次世代リーダーの育成に注力します

持続的な成長を実現するために重要なのは、より人材です。そのため、多様な人材が活躍できる自由流動な雇用の創成と、次世代リーダーの育成に注力しています。

当社は先端化学研究開発をコアとしたDNAとして自由流動な雇用の創成が不可欠ですが、近年はその土壌が薄くなってしまっているように感じています。多様な人材を必要とするために、多様な人材が自由に成長を遂げる心理的安全性を確保し、企業や組織において新たな取り組みに挑戦しやすい体制とすることが重要で、商品開発に特長が活かせるヒット商品は生まれません。「インカレ」一躍さんの「健ドラレップ」も開発が実現していたら、変わった柔軟な商品を出すことができているかもしれません。

投資方針の再検討のため、人事と業務部門による人材確保と人材育成を並行して推進し、人材の育ち方や中核となる人材を確保しています。経営層は人材確保と人材育成の両方をともに、次の成長、実行部隊、ボーダーメンタの人財を育てています。

また、海外市場での事業拡大を促すにはグローバルで得意な人も必要です。そのような人材を育成するため、まず国内において、成長段階の人材育成の環境を整える必要が多く使われている。環境づくりは日本でも改良剤のビジネスを継続したうえで、成長、海外事業を担ってほしいと考えています。 **【P.40(人材開発)**

ステークホルダーの皆さまへ  
持続的な利益創出を通じて  
社会に貢献していきます

企業が社会に貢献するには、事業活動を通じて社会的課題を解決することももちろんですが、まず持続的に利益を創出することが重要だと考えています。利益の創出が、納税や従業員の待遇向上、株主還元につながるが、社会に対して大きな貢献が実現できることが重要です。

そのためには、積極的になり、他社と差別化された付加価値をより「スベリシヤリな製品とサービス」を創出し、創出することを目指します。その創出には中核となる人材を確保し、人材の育ち方や中核となる人材を確保しています。経営層は人材確保と人材育成の両方をともに、次の成長、実行部隊、ボーダーメンタの人財を育てています。

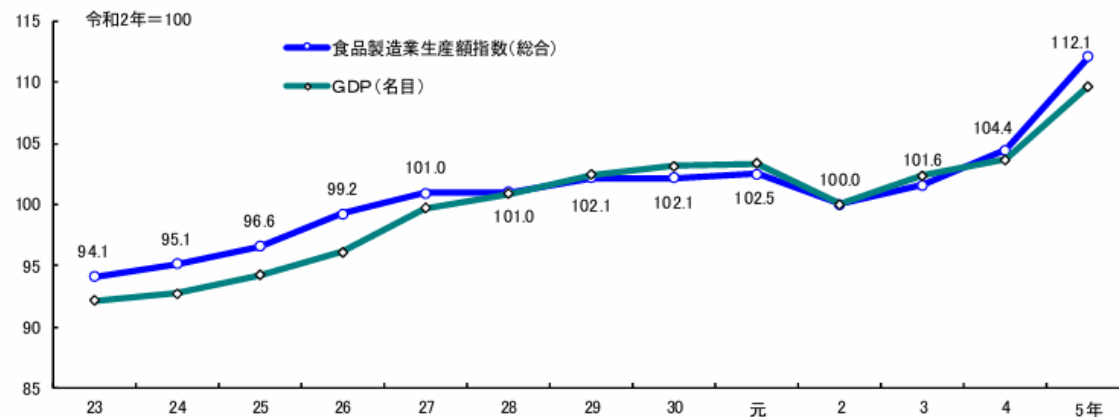
## 加工食品市場はゆるやかに伸びると予測

図 1-20 人口及び世帯数の推移



資料：総務省「国勢調査」、「人口推計月表」、「住民基本台帳」より作成。  
注：人口は各年10月1日現在で令和3年は概算値。世帯数は各年1月1日現在。

図 1-1 食品製造業生産額指数（推計）及びGDPの推移

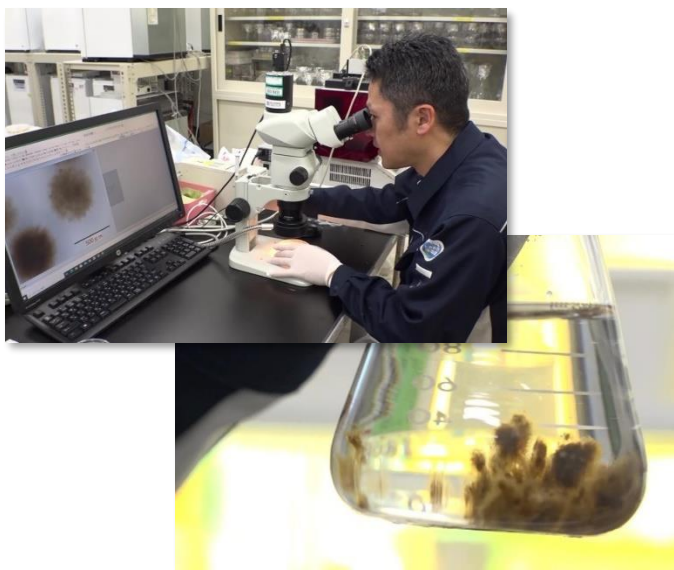


資料：GDP（名目）は内閣府「国民経済計算」。  
注1：図中のGDPは令和2年＝100として算出。  
注2：食品製造業生産額指数（総合）は、P35の食品製造業生産指数（総合）に、日本銀行の企業物価指数（飲食料品）を乗じて算出。令和5年は暫定値。

（出典）農林水産省 食品製造業をめぐる市場経済動向

## 海藻研究や包材の見直しでサステナビリティに貢献

### 海藻種苗の研究



- 海水温上昇の影響を受けにくい種苗を選抜
- わかめの成果をもずくや他の海藻へ展開

### ブルーカーボンの研究



- 当社グループが関係する研究が相次いで国の委託事情に採用
- 産業実装に向けてオープンイノベーションを推進

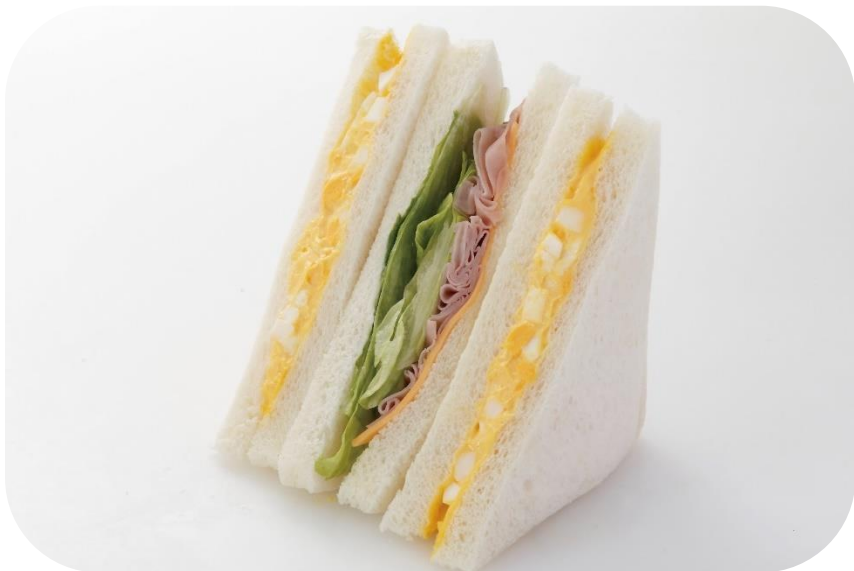
### 環境に配慮した包装容器の採用



- 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**



## 地域に合った成長戦略を実行

中国・天津に食品用改良剤の  
新工場を建設

(2025年4月稼働開始予定)



オクラホマ州 ポークエキス工場の生産能力を増強  
(2026年夏稼働開始予定)



タイ、ベトナムに販売子会社を新設  
(2025年春予定)



ロサンゼルスにアプリケーションセンター※を開設  
(2024年6月)



※食品用改良剤の研究開発や試作提案を行う施設

- ✓ 理研ビタミンはBtoCで知られるが、主にBtoBの会社
- ✓ 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
- ✓ 国内外の加工食品市場の拡大に合わせて成長を目指す
- ✓ 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**

(百万円)	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度 予想
売上高	85,603	88,072	87,181	89,515	89,024	82,974	77,722	79,231	88,750	91,484	95,600
前期比増減率	0.2%	2.9%	▲ 1.0%	2.7%	▲ 0.5%	▲ 6.8%	▲ 6.3%	1.9%	12.0%	3.1%	4.5%
営業利益	4,610	6,007	6,820	5,424	4,580	5,307	1,367	5,840	7,158	9,371	8,800
前期比増減率	▲ 8.3%	30.3%	13.5%	▲ 20.5%	▲ 15.6%	15.9%	▲ 74.2%	327.2%	22.6%	30.9%	▲ 6.1%
売上高営業利益率	5.4%	6.8%	7.8%	6.1%	5.1%	6.4%	1.8%	7.4%	8.1%	10.2%	9.2%
経常利益	4,645	5,321	6,248	4,587	4,388	5,045	1,652	6,182	7,723	10,296	9,600
売上高経常利益率	5.4%	6.0%	7.2%	5.1%	4.9%	6.1%	2.1%	7.8%	8.7%	11.3%	10.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,755	4,107	4,089	4,800	2,623	▲8,933	▲1,618	21,582	6,414	8,755	8,900
売上高当期純利益率	4.4%	4.7%	4.7%	5.4%	2.9%	—	—	27.2%	7.2%	9.6%	9.3%
総資産額	114,049	109,030	109,342	110,994	109,706	101,853	106,535	102,660	105,223	118,776	
純資産額	76,036	74,341	53,611	58,919	59,229	46,789	46,674	66,539	71,371	76,643	
自己資本比率	66.1%	67.7%	48.5%	52.7%	53.5%	45.5%	43.3%	64.8%	67.8%	64.5%	
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,941	8,377	8,126	5,753	6,689	5,850	7,660	6,823	7,835	10,451	
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲5,690	▲6,389	▲3,080	▲1,617	▲3,388	▲4,282	▲2,322	▲3,661	▲2,034	▲554	
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,222	▲3,140	▲1,881	▲5,869	▲2,490	▲3,051	▲180	▲7,565	▲4,578	▲7,084	
ROE	5.3%	5.5%	6.4%	8.6%	4.5%	▲ 17.0%	▲ 3.5%	38.3%	9.3%	11.8%	11.1%

\*2021年度より「収益認識に関する会計基準」等を適用しています



# 補足資料：セグメント別四半期累計業績推移

(百万円)	2023年度				2024年度				2024年度 通期予想
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	
売上高	国内食品事業	15,626	31,082	48,129	63,154	16,441	32,267	49,503	64,300
	家庭用食品	3,403	6,606	10,058	13,138	3,397	6,754	10,412	13,500
	業務用食品	5,397	10,639	16,532	21,887	5,946	11,415	17,287	22,500
	加工食品用原料等	6,825	13,837	21,538	28,128	7,097	14,098	21,803	28,300
	国内化成品その他事業	1,879	3,771	5,857	7,753	1,913	3,874	6,002	7,900
	海外事業	5,052	10,423	16,081	21,910	5,548	11,582	18,382	24,800
	調整額（セグメント間消去）	▲ 368	▲ 664	▲ 1,010	▲ 1,334	▲ 277	▲ 574	▲ 1,035	▲ 1,400
	連結合計	22,189	44,613	69,058	91,484	23,626	47,149	72,852	95,600
営業利益	国内食品事業	1,968	3,575	5,823	6,961	1,910	3,506	5,673	6,500
	国内化成品その他事業	188	342	557	792	222	427	693	850
	海外事業	479	984	1,723	2,233	388	918	1,559	1,950
	調整額（セグメント間消去）	▲ 160	▲ 305	▲ 443	▲ 616	0	▲ 226	▲ 381	▲ 500
	連結合計	2,476	4,596	7,660	9,371	2,522	4,626	7,544	8,800
経常利益		2,998	5,220	8,396	10,296	2,927	4,786	8,241	9,600
親会社株主に帰属する四半期/当期純利益		2,068	3,667	6,080	8,755	2,370	3,255	5,834	8,900

# 補足資料：セグメント別四半期業績推移

(百万円)	2023年度				2024年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	国内食品事業	15,626	15,456	17,046	15,024	16,441	15,825	17,235
	家庭用食品	3,403	3,202	3,452	3,079	3,397	3,356	3,657
	業務用食品	5,397	5,242	5,892	5,355	5,946	5,468	5,872
	加工食品用原料等	6,825	7,012	7,701	6,589	7,097	7,001	7,705
	国内化成品その他事業	1,879	1,892	2,086	1,895	1,913	1,960	2,128
	海外事業	5,052	5,370	5,657	5,829	5,548	6,033	6,799
	調整額（セグメント間消去）	▲ 368	▲ 295	▲ 345	▲ 324	▲ 277	▲ 296	▲ 461
	連結合計	22,189	22,424	24,445	22,425	23,626	23,523	25,702
営業利益	国内食品事業	1,968	1,607	2,248	1,138	1,910	1,596	2,167
	国内化成品その他事業	188	153	215	235	222	205	265
	海外事業	479	504	739	509	388	530	640
	調整額（セグメント間消去）	▲ 160	▲ 145	▲ 137	▲ 173	0	▲ 227	▲ 154
	連結合計	2,476	2,119	3,064	1,710	2,522	2,104	2,918
経常利益		2,998	2,222	3,175	1,900	2,927	1,859	3,454
親会社株主に帰属する四半期純利益		2,068	1,598	2,413	2,675	2,370	884	2,578