



理研ビタミン株式会社

Integrated
Report 2023



RIKEN VITAMIN
Integrated
Report 2023



🔍 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

🔍 経営理念

1. 社会に対し、食を通じて健康と豊かな食生活を提供する
2. コンプライアンス精神に基づいた事業活動を行い、社会的責任を果たす
3. フレキシビリティのある、かつ創造性に溢れた企業として発展する
4. 事業活動の視点・範囲を海外にも向け「世界の理研ビタミン」としてのブランドを高める
5. 人間尊重の思想に基づき魅力ある職場をつくる

🔍 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

統合報告書2023発行にあたり

▶ 編集方針

本統合報告書は、株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションツールとして、当社が本年度から発行するものです。理研ビタミングループについて一層の理解を深めていただくことを目指し、下記の編集方針に基づいて制作しました。

- 当社グループの企業価値評価につながる財務・非財務の情報を、短期・中期・長期の視点でわかりやすく開示する
- 課題も含めた当社の実状をできるだけオープンに開示する

また、報告書制作のプロセスを通して統合思考を醸成し、経営戦略や新たな企業文化の構築に向けた議論を活性化することも発行の目的としています。制作にあたっては、IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」および経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参考にしました。

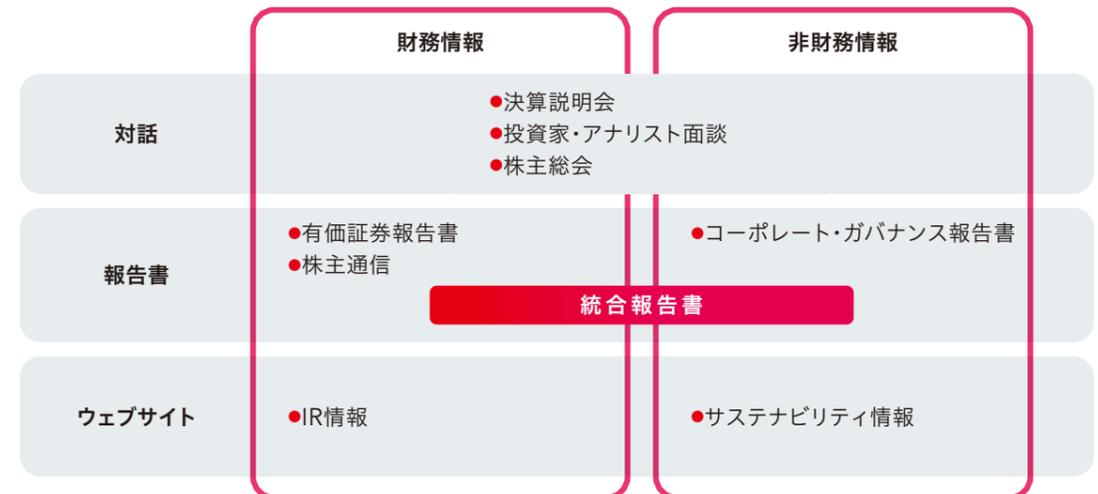
▶ 報告対象期間

主に2022年度(2022年4月1日～2023年3月31日)を対象としています。発行時点の最新情報も可能な限り掲載しています。

▶ 将来の見通しに関する注意事項

本報告書における業績予測や将来の予測に関する記述は、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、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内在されています。したがって、さまざまな条件、要素により、計画や見通しは異なる場合があります。本報告書は計画の実現を確約したり、保証するものではないことをご承知おください。

▶ 統合報告書の位置づけ



Contents

理研ビタミンの価値創造	19 中期経営計画	ガバナンス
02 理研ビタミンのあゆみ	22 財務資本戦略	40 社外取締役メッセージ
04 At a Glance	24 事業戦略	42 コーポレート・ガバナンス
06 価値創造プロセス	32 特集2	46 リスクマネジメント・
08 理研ビタミンの強み	アプリケーション&	コンプライアンス
12 社長メッセージ	イノベーションセンター	48 役員一覧
成長戦略	サステナビリティ	データ
16 特集1	34 理研ビタミンのサステナビリティ	50 10カ年財務・非財務サマリー
理研ビタミンのスペシャリティ	36 TCFDと気候変動への対応	52 株式情報/会社情報
18 中長期ビジョン	38 人材育成	

理研ビタミンのあゆみ

ビタミンAの抽出・精製・濃縮技術を軸に、時代のニーズ・課題に応え事業を展開

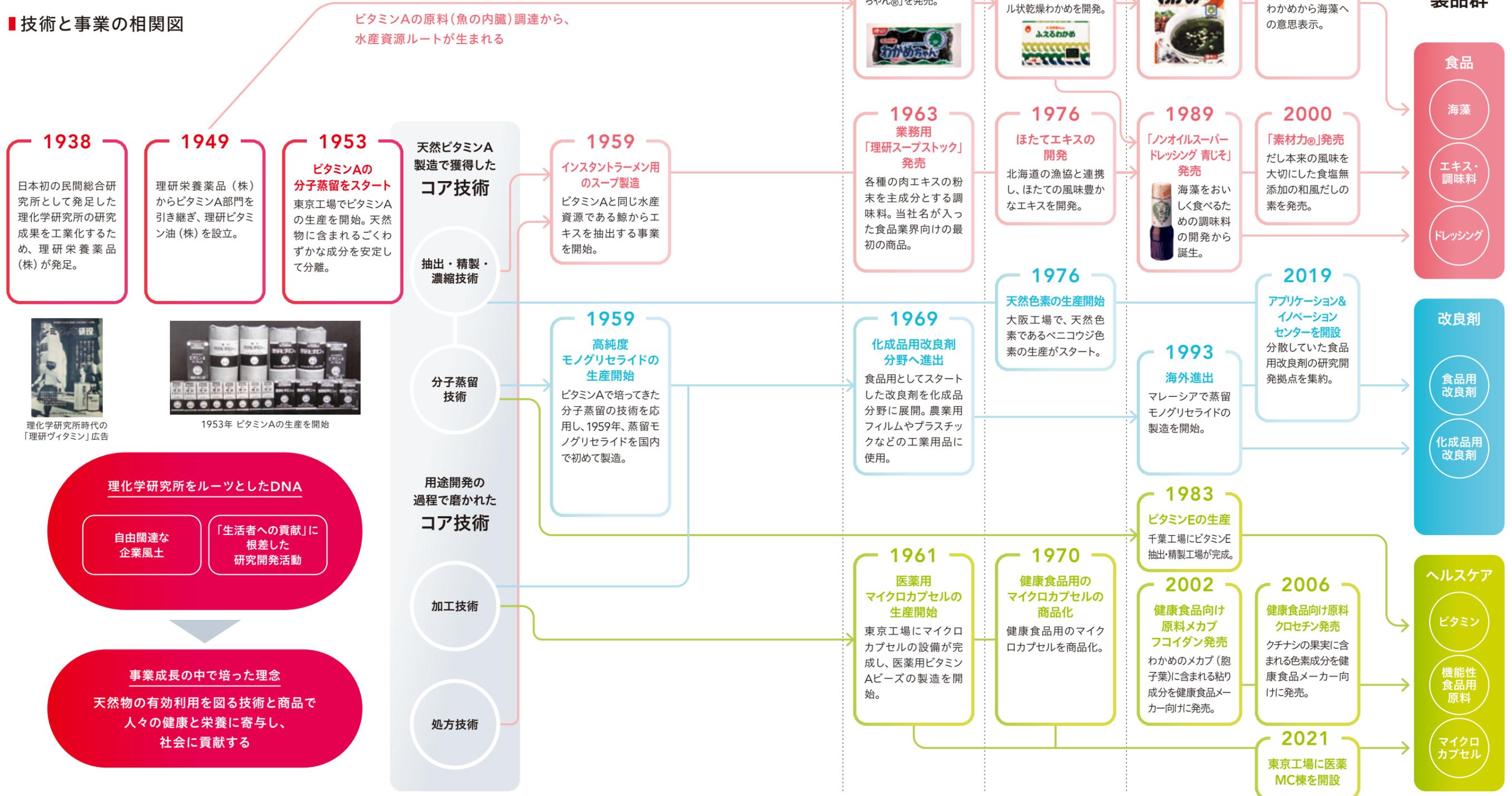
当社グループは、1917年に設立された理化学研究所をルーツとしています。

天然ビタミンAの製造から始まりましたが、合成ビタミンAの登場をきっかけとして事業の多角化に舵を切りました。

コア技術によって生み出された製品と、時代に合わせた用途開発によって事業を拡大し、

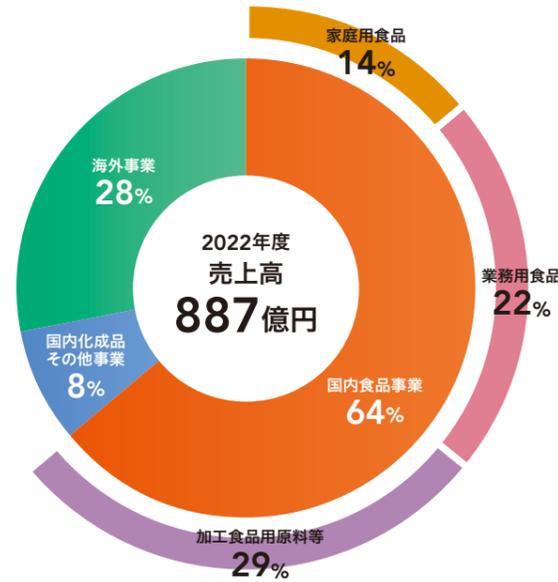
幅広い事業を通じて皆さまの生活に貢献しています。

技術と事業の相関図

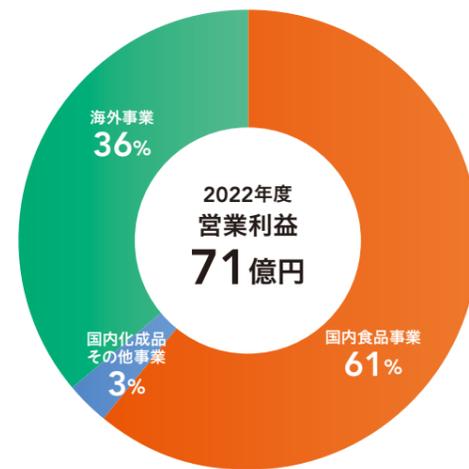


At a Glance

▶ セグメント別売上高



▶ セグメント別営業利益



※売上高および営業利益の構成比はセグメント調整前の数値をもとに算出しています。

▶ 製品分野と主要製品群

食品	改良剤	ヘルスケア
<ul style="list-style-type: none"> エキス・調味料 ドレッシング 海藻 	<ul style="list-style-type: none"> 食品用改良剤 <ul style="list-style-type: none"> 乳化剤 ビタミン（酸化防止） 色素 化成品用改良剤 	<ul style="list-style-type: none"> ビタミン（栄養強化） 機能性食品用原料 マイクロカプセル
<ul style="list-style-type: none"> ノンオイルドレッシング シェアNo.1 ほたてエキス シェアNo.1 インスタントわかめスープ シェアNo.1 家庭用国産乾燥わかめ シェアNo.1 	<ul style="list-style-type: none"> 食品用乳化剤 シェアNo.1 クチナシ黄色素 シェアNo.1 	<ul style="list-style-type: none"> ビタミンE シェア40%以上

※上記シェアは当社調べ

	セグメント名称・主な販売製品	製品分野別売上構成比※	主な販売先
国内食品事業	家庭用食品 ● リケンノンオイル ● ふえるわかめちゃん® ● わかめスープ ● 素材力だし® 	食品 100%	<ul style="list-style-type: none"> スーパーマーケット ドラッグストア
	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 	ヘルスケア 5% 改良剤 19% 食品 76%	<ul style="list-style-type: none"> 産業給食 学校給食 外食産業 CVS 加工食品メーカー
	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 	食品 4% ヘルスケア 23% 改良剤 70% その他 3%	<ul style="list-style-type: none"> 加工食品メーカー 健康食品メーカー 医薬品メーカー
国内化成品その他事業	● 化成品用改良剤 ● 飼料用添加物 	その他 10% 改良剤 90%	<ul style="list-style-type: none"> 化成品メーカー
海外事業	● 食品用改良剤 ● 化成品用改良剤 ● エキス・調味料 	食品 7% 改良剤 93%	<ul style="list-style-type: none"> 海外食品メーカー 海外化成品メーカー 海外外食産業

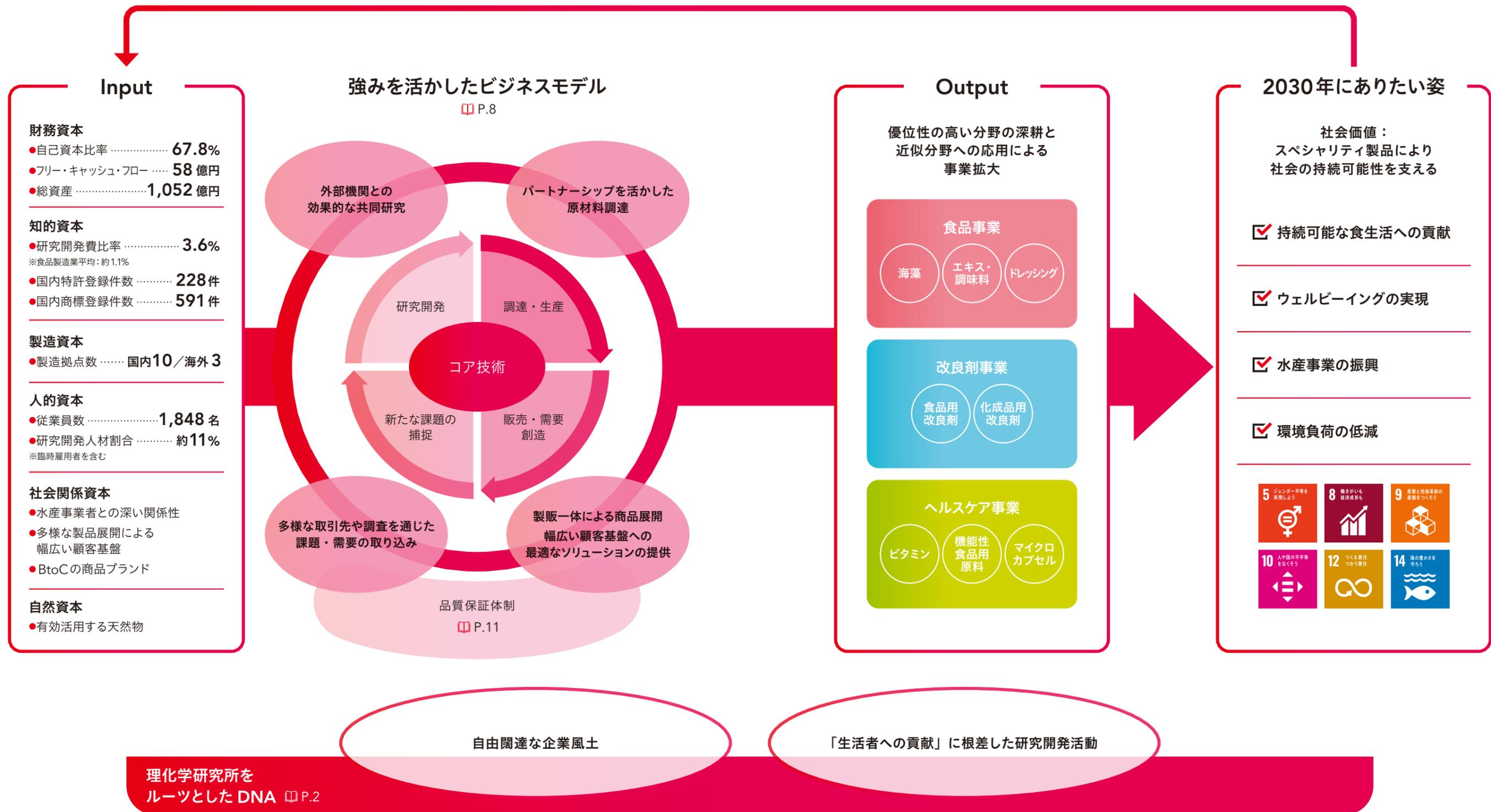
※ビタミンは用途にかかわらずヘルスケア分野の売上に含めています。

価値創造プロセス

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る

自然の恩恵を活かすコア技術と、人々の健康を願う真摯な研究開発による、独創的な製品やソリューションを提供しています。
製販一体による商品展開、着実な原料調達力、安全・安心な商品をお届けする品質保証体制のもと、
経営戦略とサステナビリティの取り組みを一体化し、持続的な成長を目指しています。

再投資による強みと企業価値の最大化



理研ビタミンの強み

研究開発

コア技術と用途開発

当社は、祖業のビタミンA事業に始まる「抽出・精製・濃縮技術」をコア技術として、天然物の有効利用により事業を創出してきました。中でも濃縮技術の一つである「分子蒸留技術」は、当社を天然ビタミンAメーカーとして大きく飛躍させただけでなく、乳化剤やビタミンEの製造に応用され、事業の多角化に大きく貢献しました。また、ビタミンAの安定性向上技術や、お客さまのニーズに応える粉末化技術など、独自の加工技術もコア技術として培ってきました。これらのコア技術や研究開発に対する考え方は、当社の価値創造の基盤となっています。

▶ ビタミンA事業のコア技術と用途開発（創業～1950年代）



▶ 天然物の有効利用による事業展開の例



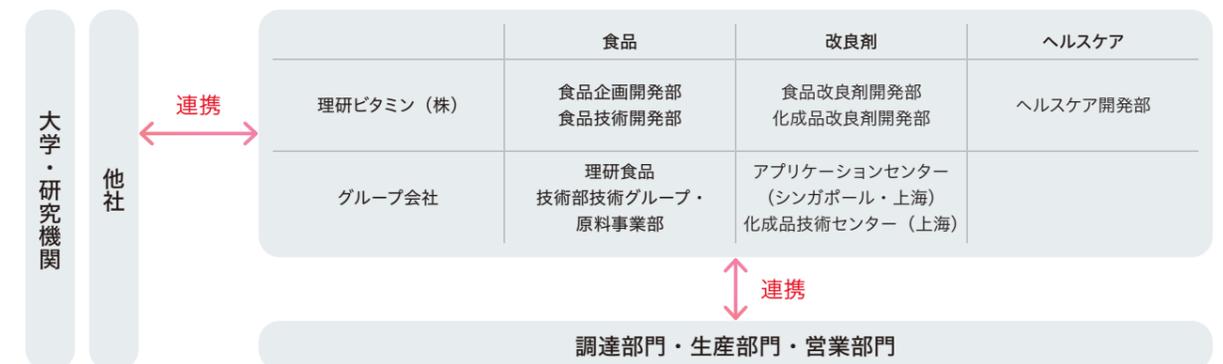
COLUMN | こうして生まれたほたてエキス

ほたての主要な加工品である干し貝柱は、ほたてを塩水で煮た後に乾燥させて製造されます。そのため製造工程中に大量の煮汁が発生し、産業廃棄物として処理されていました。ここに目をつけた当社は、1976年にほたての煮汁からエキスを製造する方法を確立、ほたての主要産地である北海道の漁協と連携してほたてエキスの製造販売を事業化しました。現在も当社はほたてエキスで国内トップのシェアを持ち、自社商品である「リケンノンオイル 青じそ」や「わかめスープ」にも味の決め手として使用しています。



研究開発体制

当社グループの研究開発部門は食品、改良剤（食品用・化成品用）、ヘルスケアの製品分野ごとに、営業部門や生産部門と連携しながら開発を進める体制としています。また、当社グループは原材料として多くの天然物を購入しているため、開発にあたっては調達部門との連携も重視しています。さらに研究開発のプロセスにはお客さまである他社とのコミュニケーションや、大学や学術研究機関との協働が組み込まれています。この結果、当社の売上高研究開発費率は下表のとおりで、業界内でも高い水準を維持しています。



▶ 売上高研究開発費率

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
理研ビタミングループ	3.7%	4.0%	3.8%	3.6%

※同業平均：1.1% 対象企業：東証プライム市場食品セクター70社（当社を除く） 対象期間：2022年1～12月に終了した決算期

知的財産保護の取り組み

当社グループでは、事業戦略に則って実施された研究開発の成果である技術を守り、商品の価値を向上させるために、質が高く有効な特許、商標の出願と権利化をはじめとする知的財産の保護に努めています。また、当社保有の知的財産権に対して侵害があった場合には、必要な対応策を講じています。今後は営業秘密の保護強化と、特に重要な当社固有の生産技術・ノウハウなどの漏洩防止に努めていくべきであると認識しており、見える形での整備を進めていきます。

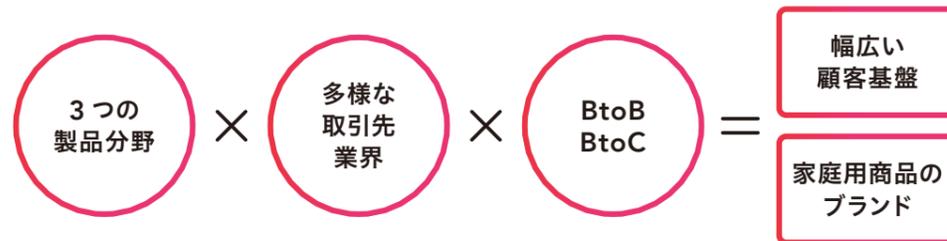
COLUMN | 研究開発成果の積極的な社内共有

食品用改良剤の研究開発部門では、毎年度末に研究開発成果を社内共有する研究発表会を開催しています。発表会は国内外の拠点をオンラインでつなぎ、社長を含めた経営陣や生産部門、品質保証部門、他事業の研究開発部門など幅広い社内関係者が出席して行われます。2022年度は国内から8名、海外から2名の研究開発員がそれぞれの研究開発成果を発表しました。この発表会は研究開発員が経営陣の前で直接発表する貴重な機会となっているとともに、国内・海外相互の技術交流や、他部門への刺激にもなっています。



理研ビタミンの強み

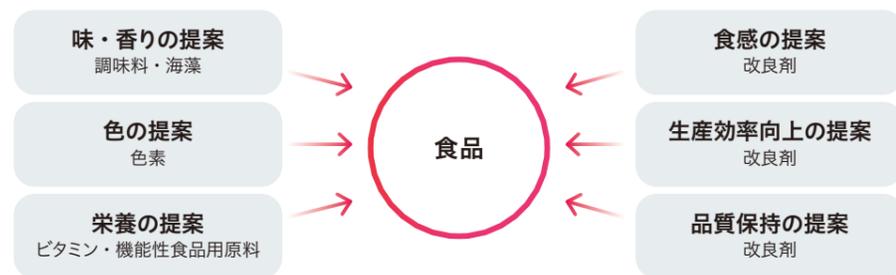
幅広い顧客基盤・家庭用商品のブランド



幅広い顧客基盤

当社グループは食品、改良剤、ヘルスケアと3つの分野の製品を持ち、その用途は食品向け、化粧品向け、医薬品向けなど多岐にわたります。そのため、各分野での専門メーカーと比較して幅広い顧客基盤を持ち、お客さまに対して多様な価値提案が可能です。その提案力をさらに高めるため、各分野のBtoB営業では部門間の人材交流を目的とした異動を積極的に行っています。

多様な価値提案の例



家庭用商品のブランド

当社の会社説明として「『ふえるわかめちゃん®』の理研ビタミン」と言われることがあるなど、当社家庭用商品は知名度が高く、日本国内でのBtoBの取引にもプラスに働いています。商品の市場シェアは当社のブランド力を示す指標の一つであり、今後も高いシェアを維持していきます。

家庭用商品の市場シェア

製品	2020年度	2021年度	2022年度
乾燥カットわかめ	31%	30%	27%
インスタントわかめスープ	50%	51%	49%
ノンオイルドレッシング	61%	65%	65%

出典：自社調べ

COLUMN | 長い歳月が育んだ「ふえるわかめ®」ブランド

当社の乾燥カットわかめブランド「ふえるわかめ®」は、水戻しするとかさが増える特徴を端的に表したわかりやすさで親しまれています。一方で、こうした商品の品質や原材料を表示しただけの商標は原則として商標登録が認められず、ブランド化が難しい面もあります。しかし、当社は乾燥カットわかめの製法特許を取得して市場を開拓するとともに、積極的な宣伝・販促活動でブランド価値を築きあげてきました。その結果、「ふえるわかめ®」は当社のブランドであるとの認識が市場に浸透したと認められ、2003年に商標法上の例外規定の適用を受け当社の登録商標となりました。

※家庭用の商品名「ふえるわかめちゃん®」の商標登録は2000年



品質保証

品質ポリシー

当社はすべての商品を対象に品質に対する考えを「品質ポリシー」に明文化し、当社グループ全体が遵守すべき内容を「品質保証規程」に定めて、当社グループ全体の品質保証活動を推進しています。

社会に対し、品質の高い製品を通じて健康と豊かな食生活を提供します

1. 法的要求事項及びその他の要求事項を遵守し、安全で高品質な成否を提供します。
2. お客さまのニーズを真摯に捉え、満足いただける商品を開発し、製造し、お届けすると共に、安全にかかわる情報を適切に提供します。
3. サプライチェーン全体の品質保証レベルを向上し、適切なリスク管理体制を構築します。
4. 確かな品質保証体制及び品質システムにより品質を保証し、システムの内部監査およびレビューにより継続的改善を実施します。
5. 品質にかかわる知見と技術について、理研ビタミングループ一人ひとりがレベルアップと意識向上を図り、お客さまの期待にお応えします。

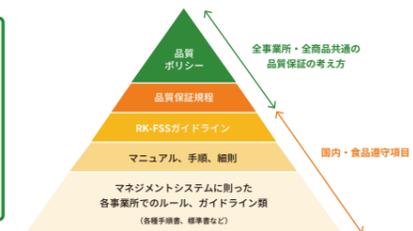
独自の品質保証システムを構築

「品質ポリシー」と「品質保証規程」をベースに、お客さまの食卓にお届けするすべての国内向け食品(家庭用食品・業務用食品・加工食品用原料)においては、独自のシステム「理研ビタミングループ食品安全システム(通称:RK-FSS)」を構築し、原材料調達・商品開発・製造・物流・販売までの厳しい品質保証を行っています。

▶ RK-FSSの概要図



▶ 品質保証関連の文書体系



品質保証レビューの実施

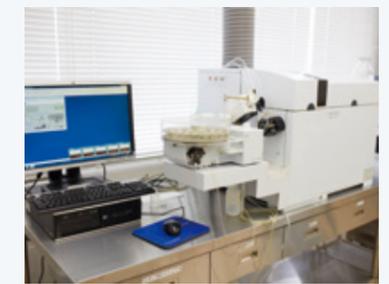
品質保証本部が中心となり、上期と下期に1回ずつ、品質保証検討会議を実施しています。会議には社長や担当役員をはじめ、当社グループの工場長・製造課長・品質管理部門長が参加します。上期の会議ではRK-FSS運用状況の年間レビューを行い、システムの課題を共有し、改善を図ります。下期はお客さまからのお申し出やトラブルに対する改善事例を共有し、グループ内の水平展開を図っています。

グローバルな品質保証体制の強化

2023年4月に品質保証本部内にグローバルQA室(QA = Quality Assurance)を新設しました。海外事業を拡大していくためには海外の法令や規制への適切な対応が不可欠であるため、グローバルな品質保証体制の再構築と国内外でのサポートを相互に補完できる体制の整備を図ります。

COLUMN | 食品分析センター

草加工場内にある食品分析センターでは、2019年にわかめの微量元素組成分析による産地判別技術(国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構との共同研究)の特許を取得するなど、先進的な分析技術の開発によってお客さまにお届けする商品の品質保証力向上を図っています。2022年度は食品分析センターと国内各工場が連携し、品質管理課題を統計解析手法の活用によって解決する取り組みを進めました。当社の品質保証における検査技術レベルをアップする役割も期待される、特色ある部署となっています。



誘導結合プラズマ質量分析計

■ 社長メッセージ

「 スペシャリティな製品とサービスで 持続可能な社会の実現に貢献していきます 」

理研ビタミンのDNAと事業

革新的な技術によって天然物から付加価値を創出 独自の強みを活かして事業の幅を広げてきました

当社は「社会に対し、食を通じて健康と豊かな食生活を提供する」を経営理念の一つに掲げ、天然物の有効利用を事業展開の根幹に据えて、生活に健康・安全・安心・豊かさをもたらす製品の供給を行っています。理研ビタミンは家庭用食品のイメージで捉えられがちですが、家庭用食品の売上高構成は連結全体の14%です。同じ国内食品事業の中でも、業務用食品が連結全体の22%、加工食品用原料等が29%であり、BtoBが大半を占めています。

業務用食品では、外食・中食や学校給食などに向けて調味料などを、また加工食品用原料等では、加工食品メーカーや医薬品・健康食品メーカーなどに食品用改良剤やビタミンなどを提供しています。

当社では創業以来、「天然物の有効利用を図る」というポリシーがDNAとして綿々と受け継がれています。1953年にビタミンAの分子蒸留に成功し、これが当社のすべての基礎となる革新的技術となりました。そして、天然物由来の製品の付加価値を高める独自の技術力が大きな強みとなっています。

理研ビタミンと聞いてドレッシングなどの家庭用食品を思い浮かべていただけることはうれしいかぎりですが、投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまには、当社のさまざまな事業展開や研究開発力など、私たちの真の姿、真の価値を知っていただきたいと願っています。今回、統合報告書の発行に至ったのも、当社が革新的な製品・サービスで社会に貢献していることを正しくご理解いただきたいと考えたからです。



代表取締役社長
山木 一彦

社長メッセージ

中長期の成長戦略

スペシャリティな製品と アプリケーションの提案によって 付加価値を創出し、 さらなる成長を目指します

当社のビジネスモデルは、天然物を有効利用する技術によって付加価値を生み出すものであり、食品、改良剤、ヘルスケアすべての事業で一貫性があります。例えば、初期の事業であるビタミンAは、捨てるはずだった魚の内臓から抽出して有効利用したものであり、国内でトップシェアを持つほどです。このように、当社は創業時からサステナブルな製品づくりを行ってきました。

また、当社製品の付加価値は、独自の技術によって生み出された素材と、そのアプリケーション(用途)を提案できる能力の融合によって創出しています。アプリケーション提案力を端的に表す例として、中華まんの開発について少し述べさせていただきます。当社では、中華まんをおいしくするために、調味料や具材そのものの提案、さらには皮をふっくらさせるための改良剤や色づけのための天然色素などの提案も可能です。専門メーカーが多い中、当社はさまざまな組み合わせでトータル提案ができる数少ないメーカーだと自負しています。

現在は、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」を掲げ、その実現に向けた中期経営計画(2022-2024年度)に基づき、将来の成長に向けた基盤強化を行っています。当社が考えるスペシャリティな製品とは、独自技術によってお客さまに付加価値を提供し、持続可能な社会に貢献するオンリーワンの存在です。既存事業においてもスペシャリティな製品やサービスが多く存在しますが、今後はさらに当社のコア事業である食品と改良剤、ヘルスケアの分野でスペシャリティを創出していきます。スペシャリティな製品とサービスを生む源泉の一つが食品用改良剤の研究開発拠点である「アプリケーション&イノベーションセンター(A&Iセンター)」です。A&Iセンターでは、さまざまな分野の研究者が調査・マーケティングと研究開発を行っており、海外との連携強化と専門分野の壁を越えたコミュニケーションによって、今までにない発想でアプリケーションの提案を行うことができている。そしてその提案が加工食品メーカーの潜在的な課題を

解決し、イノベーションにつながる事例も出ています。

海外事業については、2022年度は価格改定と円安の影響によって売上・利益ともに計画を大幅に上回ったものの、国内事業に比べてコモディティ品の売上比率が高い状況です。海外においてもスペシャリティな製品展開を加速させる段階と認識しており、現在上海とシンガポールにあるアプリケーションセンターを北米にも新設する計画です。さらに、北米と東南アジアに改良剤の工場を新設し、4工場体制を構築する検討も進めています。

事業ポートフォリオの見直しと成長投資

外部環境の変化に対応し、 事業ポートフォリオの見直しに つなげていきます

事業ポートフォリオを見直すにあたり、リスクが伴う外部環境の変化として最も注視しているのは、国内での食品原料の高騰と供給不安です。2022年度の国内食品事業では、適正価格への改定によりある程度影響を吸収できましたが、価格改定によって競争力を失った品目もいくつかありました。長期的に見れば、人口減少によって国内食品市場は縮小すると予想されることから、国内事業では、将来性が見出せないカテゴリーは見直し、当社にしかできない付加価値の高いものの比率を上げていく考えです。カテゴリーの見直しにより需要も変動すると考えられるので、老朽化している設備の更新問題とあわせ、工場の再構築も検討しています。また、原料の供給不安に対処するため、安定調達に向けた取り組みも行っています。例えば、家庭用食品や業務用食品における主要原料であるわかめについて、2020年より岩手県大船渡市において漁業会社・漁業協同組合と連携し、空き漁場を活用した大規模養殖を支援しています(詳細はP.17)。海藻種苗の研究開発力は当社グループの強みであり、それを競争力の維持・向上に活かしていきます。

海外事業は成長ドライバーと位置づけていますが、スペシャリティな製品の比率が低いことが課題です。そのため、北米、アジア、中国を重点エリアとして積極的に資本を投下し、スペシャリティな製品の比率を上げていきたいと考えています。

また、事業ポートフォリオに関連する取り組みとして、次期中計に向けたROICの導入準備をすすめています。当社の事業領域は規模に比べて幅広いと認識しているため、各事



業の見える化を進め、資本効率を意識した事業ポートフォリオを構築していきたいと考えています。

教訓からの学びと今後の方向性

ガバナンスを強化し、 新たな企業文化を構築していきます

2020年の中国子会社による会計処理の問題は、市場における当社の信頼を失墜させ、当時の株価下落の要因になったと認識しています。この子会社は当社が1994年に買収して以降も現地の役職員のみで運営されており、事業上の関係も希薄だったために当社グループの一員であるという意識を持たせることができませんでした。また、会計処理の不備を食い止める役割を取締役会ならびに私自身を含めた経営幹部が果たせず、内部統制に問題があったと重く受け止めています。

この教訓から学び、信頼回復を目指すためにまず、取締役会の実効性と透明性を担保するべく、指名委員会と報酬委員会の議長を社外取締役に変更しました。また、役員の任期についてはガイドラインによって決定し、次世代リーダーの育成についても共有するようになりました。さらに、中国子会社に対してガバナンスが欠如していたことを猛省し、監査部門を充実させると同時に、監査部門と両輪となるように社長直轄の関連事業統括室を設置しました。これは主に海外子会社を孤立させないことを目的としており、監査と異なる視点でバックアップし、迅速に報告が上がる仕組みとして機能しています。

このようなガバナンスの強化を図ったうえで、次に目指す

のは新たな企業文化の構築です。当社は元来、自由闊達で多様性を尊重する企業文化が根づいていましたが、その雰囲気は薄れてしまっている危機感を持っています。スペシャリティ企業としての持続的成長はひとえに「人」にかかっていると考えており、心理的安全性の確保と、多様性を尊重する施策に取り組むとともに、人材戦略と経営戦略を一体的に議論していきます。個々人が組織のビジョン、あるべき姿を共有し、課題に対して主体的に行動する「考える組織」になることで、従業員一人ひとりが中計を自分事として、ワクワクしながら参加するようになってほしいと願っています。

ステークホルダーの皆さまへ

中期経営計画の達成に向け、 強みであるソリューションビジネスを 強化していきます

中計の中間年である2023年度は、当社の本来の強みであるソリューションビジネスの強化に邁進します。国内事業では、新規分野の開拓や新規商品の拡売と提案を戦略的に実行し、本来のビジネスに注力していきます。海外事業では、北米・アジアに積極的に投資し、スペシャリティな製品の比率を向上させます。これらを着実に実行できれば、中計の達成が見えてくるものと確信しています。

理研ビタミングループは、スペシャリティな製品とサービスによって持続可能な成長を目指します。そして、当社グループの将来に希望を持っていただけるよう、ステークホルダーの皆さまとの対話をしっかりと進めていきます。

今後とも一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

特集1 理研ビタミンのスペシャリティ

～強みを活かし、持続可能な社会へ～

当社は中長期ビジョンにおいて、2030年のあるべき姿を「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」と定めました。当社にとってのスペシャリティとは、独自の技術力や商品開発力、原料調達力、品質保証力などをもとに生み出されるオンリーワンの製品・サービスです。幅広い事業領域を持つ当社グループでは、各分野や部署においてスペシャリティが存在し、事業環境によって変化していくものと考えています。分野別のスペシャリティと主な特徴は以下のとおりです。

食品

素材を活かす
スペシャリティ

スペシャリティ

特徴

海藻種苗の研究	「わかめから海藻に」を標榜した、他に類を見ない取り組みとして、原料の安定調達や地域社会の活性化に貢献
調味料配合技術	天然由来の原料を活用した独自の調味料配合技術によって、消費者の笑顔あふれる食卓と健康に貢献
独自原料の開発と調達	国内トップシェアを誇るほたてエキスや、原料にこだわる「素材力だし®」など、天然物由来にこだわるおいしさの追求

改良剤

課題を解決する
スペシャリティ

スペシャリティ

特徴

食品の課題解決力	賞味期限の延長や生産工程の改善などの提案を通じ、フードロス削減、省エネ・省力化などの課題解決に貢献（詳細はP.32）
化成品の課題解決力	バイオプラスチック向け改良剤の開発・提案により環境配慮型製品の普及を後押し
新たな課題の発掘	幅広い分野の顧客への価値提供を通じて蓄積された情報と社会の変化を踏まえ、新たな課題を発掘

ヘルスケア

QOLを高める
スペシャリティ

スペシャリティ

特徴

マイクロカプセル	不安定な素材の安定性向上、フレッシュな香りの保持などの機能を持つほか、医薬品原料として使用できるGMP適合の生産設備を保有
天然由来成分の研究	食品や改良剤分野で扱う海藻や天然由来色素に含まれる有効成分を研究し、健康食品の原料として供給
ビタミンの生産・配合	創業当時の技術を活かし、各種ビタミン製品およびビタミンプレミックスを一般食品・健康食品・医薬品向けに供給

■ スペシャリティ創出に向けた取り組み

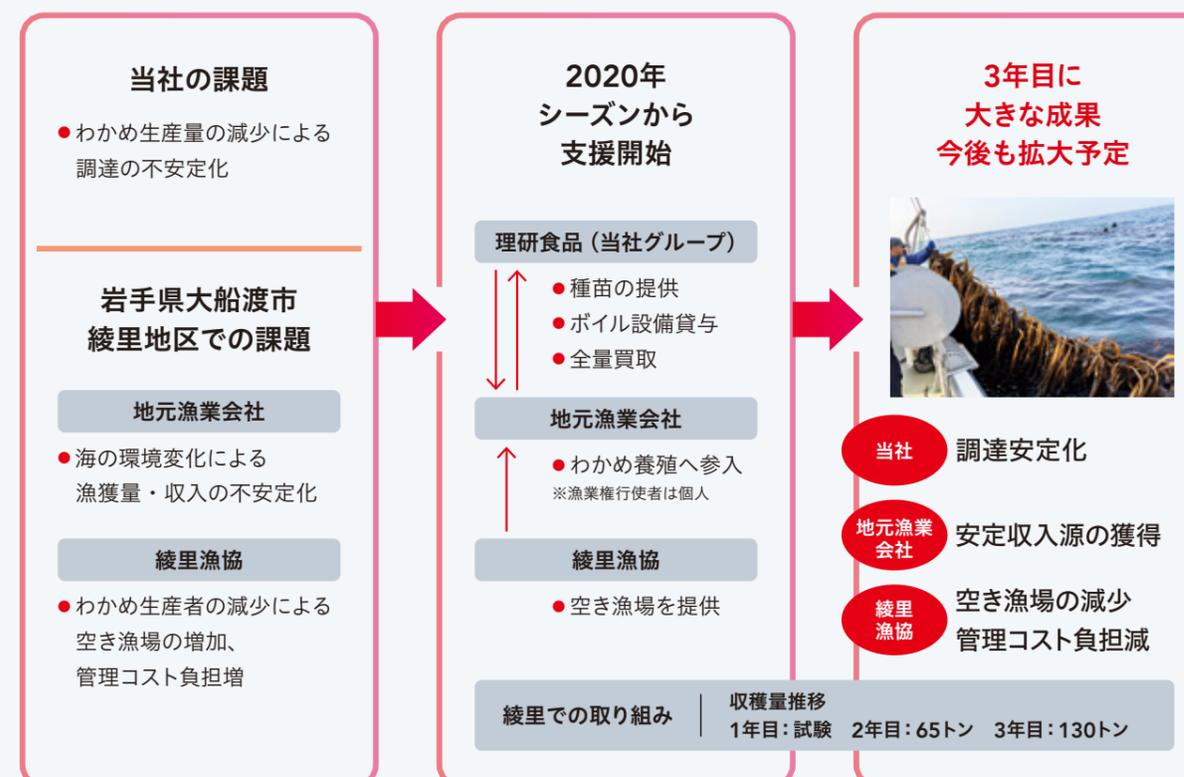
2023年3月、当社は次世代放射光施設「NanoTerasu（ナノテラス）」のコアリション（有志連合）に加入しました。ナノテラスは、ナノレベルで物質を見ることができる最先端の「巨大な顕微鏡」です。ナノテラスの利用にあたっては東北大学との共同研究契約を締結しており、新しい技術や製品の開発はもちろんのこと、共同研究を通じた研究者間の交流により、人材育成にもつながると期待しています（ナノテラスは2024年度に稼働開始予定）。



（一財）光科学イノベーションセンター提供

COLUMN | わかめの安定調達と地域社会の活性化への貢献

近年、漁業者の高齢化や海の環境変化などによって、わかめの国内生産量は減少しており、当社にとっては、原料の安定調達が大きな課題となっています。当社グループは、岩手県で地元の漁業会社や漁協と連携し、遊休漁場を活用したわかめの大規模養殖を支援しています。当社がわかめの種苗や生産ノウハウを提供し、漁業会社の従業員の方々わかめを養殖、そのわかめを当社がすべて買い取ることで、当社は原料の安定調達、漁業会社は安定した収入の確保、漁協は空いている漁場の有効活用ができます。当社はグループを挙げ、今後も海藻産業の活性化に貢献していきます。



中長期ビジョン

当社は会社設立以来、「天然物の有効利用」を事業展開の根幹に据え、

経営理念「社会に対し、食を通じて健康と豊かな食生活を提供する」のもと、社会に貢献してきました。

これらの理念と事業環境の変化を踏まえ、2022年5月に中長期ビジョンを定めました。

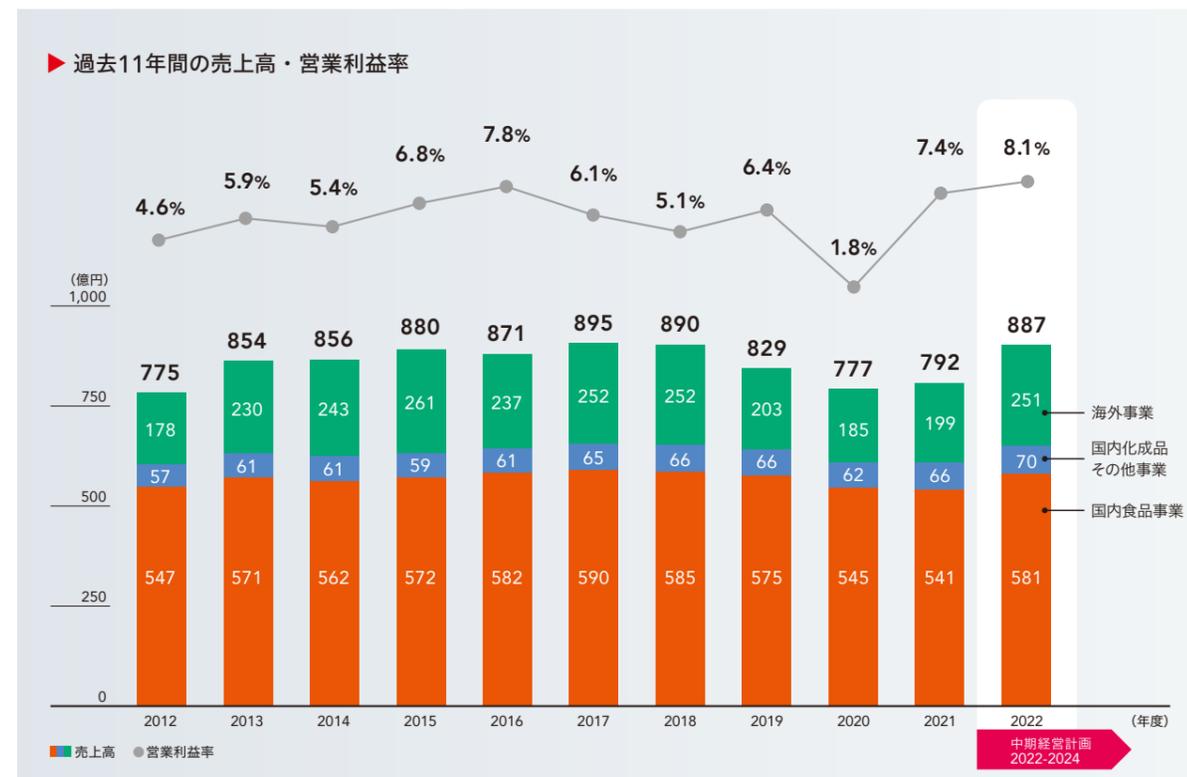
中長期ビジョン（2022-2030年度）

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

当社は、独自の強みを活かしたスペシャリティな製品とサービスをサステナビリティの視点で見つめ直し、当社が関わる幅広い分野での課題解決を通じ、持続可能な社会を支え、成長する会社を目指します。

事業環境と課題

当社を取り巻く事業環境において、「人口の変化」「気候の変化」「ライフスタイルの変化」への対応が重要な課題であると考えています。また、これまでも増して不確実性が高まっており、将来の予測が困難になるため、従来の延長ではない新たな企業文化の構築が必要です。2012年度からの10年間の業績は、前半緩やかに成長しましたが、後半は伸び悩みました。成長ドライバーと位置づけた海外事業もほぼ変わらない規模で推移しており、この状況を脱却する必要があります。以上の課題認識のもとに、中期経営計画を策定し、実行しています。

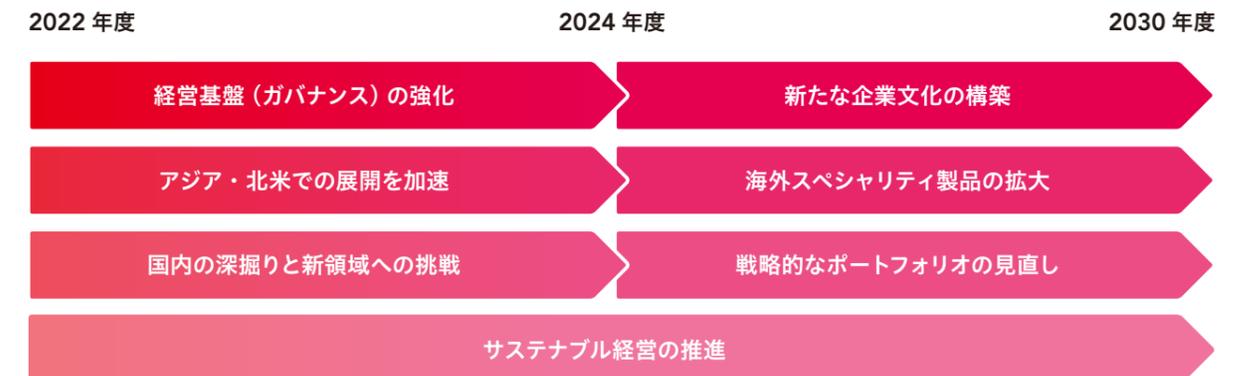


※各事業の数値にはセグメント間の内部売上を含みます。

中期経営計画

中期経営計画の位置づけと基本方針

2030年度までの9カ年を対象とする中長期ビジョンに対し、現在の中期経営計画は2024年度までの3カ年を対象としており、将来の成長に向けた基盤強化と投資を行う期間と位置づけています。2022年度から2024年度までと、2030年度までの基本方針は以下のとおりです。



中期経営計画（2022-2024年度）財務指標

業績目標

	2021年度実績	2022年度実績	2024年度目標
売上高	792億円	887億円	940億円
営業利益	58億円	71億円	80億円
経常利益	61億円	77億円	82億円
親会社株主に帰属する当期純利益	215億円	64億円	65億円
ROE	38.3%	9.3%	8%以上

期中平均レート：2021年度113円/\$、2022年度136円/\$

資本・財務政策

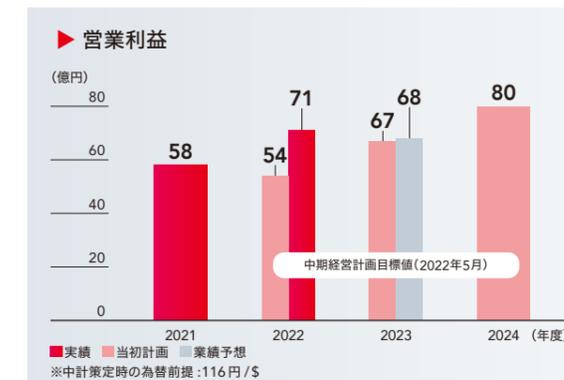
	2022-2024年度方針
キャッシュアロケーション	IN：約300億円（政策保有株式縮減に伴う約50億円を含む） OUT：設備投資約100億円、配当金約50億円、有利子負債返済約100億円、戦略投資（人材投資、追加設備投資、株主還元）約50億円
株主還元	配当性向30%以上を目安に、安定的な配当を継続して実施
政策保有株式	2025年3月末までの縮減目標：連結純資産比率で20%未満
自己株式	2022年5月に約770万株中700万株を消却

中期経営計画

中期経営計画(2022-2024年度)業績目標の進捗

中期経営計画(2022-2024年度)の業績目標のうち、売上高、営業利益の進捗は右のグラフのとおりです。計画策定時と比べて為替相場や原料相場が大きく変動したこともあり、2022年度実績は目標値を大きく上回りました。2023年度も事業環境は計画策定時の想定と異なりますが、結果的に計画に近い実績を見込んでいます。現在の事業環境が続けば、最終年度となる2024年度において、売上高と営業利益のバランスに乖離が生じることが予想されますが、現時点で計画は修正していません。

2024年度の事業環境が見えてきた段階で必要があれば修正します。



中期経営計画(2022-2024年度)基本方針ごとの施策進捗一覧

経営基盤(ガバナンス)の強化

目標	進捗状況
①外部機関による取締役会の実効性評価	●2023年4月、外部機関による評価実施(詳細はP.44)
②サクセッションプランの強化・推進	●2022年12月、取締役会で後継候補者の選抜・育成プランの検討 今後も毎年12月に実施予定
③政策保有株式の縮減	●2022年度末 純資産比率:24.9%(前年度末比△3.8pt)
④国内外子会社と本社との連携を深める組織体制の構築	●子会社の管理監督部門の業務分掌見直し
⑤監査部門の強化	●2023年4月、監査部門の人員を2名増員 ●監査部門と監査等委員・関連事業統括室との連携強化 ●2023年度以降で海外往査を実施予定
⑥事業内容や非財務情報について、正確でわかりやすい開示の充実	●2022年7月、TCFD提言に基づく開示を初めて実施 ●2023年度より決算短信と一部適時開示の日英同日開示を開始

アジア・北米での展開を加速

目標	進捗状況
①ペーカリー向け食品用改良剤、化成品用改良剤、北米のエキス・調味料事業を中心に拡大	●改良剤事業は大手メーカーとの取引拡大に注力 ●エキス・調味料事業ではウェブサイトを活用した提案活動を強化 ●北米での改良剤提案力強化に向けた投資を決定
②海外工場の生産能力増強	●天津理研維他食品(中国)への設備投資を決議(2024年度完成予定) ●北米エキス・調味料事業の生産能力増強に向けた投資を決定

国内の深掘りと新領域への挑戦

目標	進捗状況
①既存商品に隣接する市場に向けた新商品の開発	●家庭用新商品「ふりかけるザクザクわかめ®」がヒット
②既存の取引先に対する未取り扱い製品群の提案	●部門を跨いだ人事異動により幅広い商品知識を持つ営業員を育成中
③介護老人保健施設・中食市場に向けた商品開発	●栄養強化に寄与する商品開発を推進 ●他メーカーとのコラボメニュー開発による提案力強化
④ビタミンやマイクロカプセル、機能性食品用原料など健康関連製品の提案を強化	●クロセチン、ビタミンの販売実績拡大 ●生産能力増強の設備投資を決定
⑤フードロス削減につながる製品の提案	●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
⑥海藻養殖産業の活性化につながる研究	●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 ●海藻の陸上養殖事業の収益化に向けた検討
⑦バイオマスプラ・生分解性プラ向け製品の拡大	●樹脂のバイオマス度向上に寄与する改良剤の提案を強化
⑧グローバルサプライチェーンを全体で支える生産体制への変革	●国内で培った技術を活用し海外工場との連携を強化 ●2023年4月、品質保証部門内にグローバル対応の専門部署を新設

サステナブル経営の推進

目標	進捗状況
① GHG 排出量削減	●国内外拠点への太陽光発電の導入拡大 ●グリーン電力の購入開始
②環境負荷の低減	●2023年1月、サステナビリティ委員会の下部組織として包装分科会を設置 ●2023年7月、家庭用商品の一部で賞味期限の年月表示化を開始
③ダイバーシティ&インクルージョンの推進	●2022年度末 女性管理職比率:3.8%(前年度末比△0.9pt) ●2022年度末 グローバル人材比率:6.8%(前年度末比+1.5pt) ●2023年4月、初めて部長職に女性を登用 ●2023年6月、女性取締役を1名増員(取締役11名中、女性2名)
④健康経営の推進	●「健康経営優良法人」に2年連続で認定

財務資本戦略

財務規律を保ちつつ、
成長投資を推進します



取締役 冨取 隆浩

2022年度業績振り返り

2022年度は、新型コロナウイルス感染症の影響が緩和傾向となった一方で、原材料価格やエネルギー価格の高騰、為替変動など事業環境が大きく変化しました。特に原材料価格の高騰が当社に大きな影響を与えましたが、売上高は国内食品・国内化成品その他・海外の全事業で2021年度を上回る実績を確保し、前期比12%増の887億円となりました。コスト面では主に油脂や輸入原料などの原材料価格の面で大きな影響を受け、全社で価格改定に取り組みました。中でも海外事業における価格改定が大きな効果をもたらしたことや、BtoCである家庭用食品において広告宣伝費の効率化を図った結果、営業利益も同22.6%増の71億円となり、ROEは中計最終年度の目標値である8%を上回る9.3%で着地しました。

資本・財務政策の進捗

中期経営計画(2022-2024年度)の資本・財務政策(P.19)の進捗はそれぞれ以下のとおりです(自己株式を除く)。

キャッシュアロケーション

営業キャッシュ・フロー 250億円	設備投資 100億円	<ul style="list-style-type: none"> ● 成長投資 天津改良剤工場増築 東京工場ビタミンミックス棟 など ● 維持・更新投資
	配当 50億円	● 配当性向30%以上を目安に、安定的な配当を継続
政策保有株式の縮減 50億円	借入金返済 100億円	● 大きな環境変化に耐える財務基盤の安定化
	戦略投資 50億円	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材投資 ● 追加設備投資 ● 株主還元

キャッシュアロケーションの原資は営業キャッシュ・フローと政策保有株式の売却で、営業キャッシュ・フローは安定的な水準にあります。

設備投資には3年間で100億円を投じていきます。天津理研維他食品の改良剤工場増築、東京工場のビタミンミックス棟改築などの成長投資に充てるほか、設備の維持・更新に向けた投資も行います。2022年度の設備投資は16億円と低い水準となりましたが、これは東京工場で追加投資を決定した結果、投資時期に遅延が生じたこと、また一部の更新投資の時期を見直したことに起因しています。2023年度は33億円の設備投資を予定しています。また、事業環境変化への対応、および財務基盤の安定化策として100億円の借入金返済を予定し、投資と財務規律のバランスも考慮していきます。さらに戦略投資枠として50億円を確保しており、人的資本への投資、追加の設備投資、サステナビリティテーマへの投資、株主還元などを実行していきます。

株主還元

2022年度は前年度から13円増配の年間配当59円としました(配当性向30.2%)。経営環境、業績、財務状況、株主還元性向、経営基盤強化のための内部留保等を総合的に勘案しながら、配当性向30%以上を目安に安定的な配当を継続していきます。

1株当たり配当金/配当性向



※2019、2020年度の配当性向については、当期純損失を計上しているため記載していません。
※当社は、2020年4月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の株式分割を行っています。上記1株当たり配当金は当該株式分割後の水準で記載していますので、ご注意ください。

政策保有株式

2022年度は10銘柄を売却した結果、純資産に占める政策保有株式の比率は2021年度の28.7%から24.9%に減少しました。今後も縮減を進め、目標値である20%の達成を目指すとともに、その後も適切な水準まで比率を下げっていきます(詳細はP.45)。

資本コストの課題認識

収益性向上の取り組みおよび政策保有株式の売却を主軸とするB/Sマネジメントの結果、2022年度のROEは9.3%となりました。中国子会社※の会計処理事案が大きく影響した期間を除く5年間のROEは平均6%程度であったため、施策の効果が指標に表れてきています。結果として日本企業の目安とされる8%を上回ることができて一方、市場評価指標であるPBRは0.9倍と解散価値を下回っています。当社としては資本コスト以上の資本収益性を確保できていると考えていますが、株価には十分反映されていないと判断しています。その要因は大きく5

点、(1)中国子会社におけるガバナンス不備(会計処理事案)、(2)その課題を受けた業績不振(2期連続の赤字)、(3)株主還元方針の不明瞭さ、(4)IR・投資家とのコミュニケーション不足、(5)成長投資の方針の不明瞭さ、です。つまり、業績は回復する一方で市場からの評価は回復しておらず、依然として改善の余地が残っている状態です。当社はそれを重く受け止め、再び市場からの信頼と期待を得られるよう、中計で掲げた施策を引き続き確実に実行していきます。

※当該子会社は2021年度第1四半期で連結範囲から除外しました。

持続的な企業価値向上に向けて

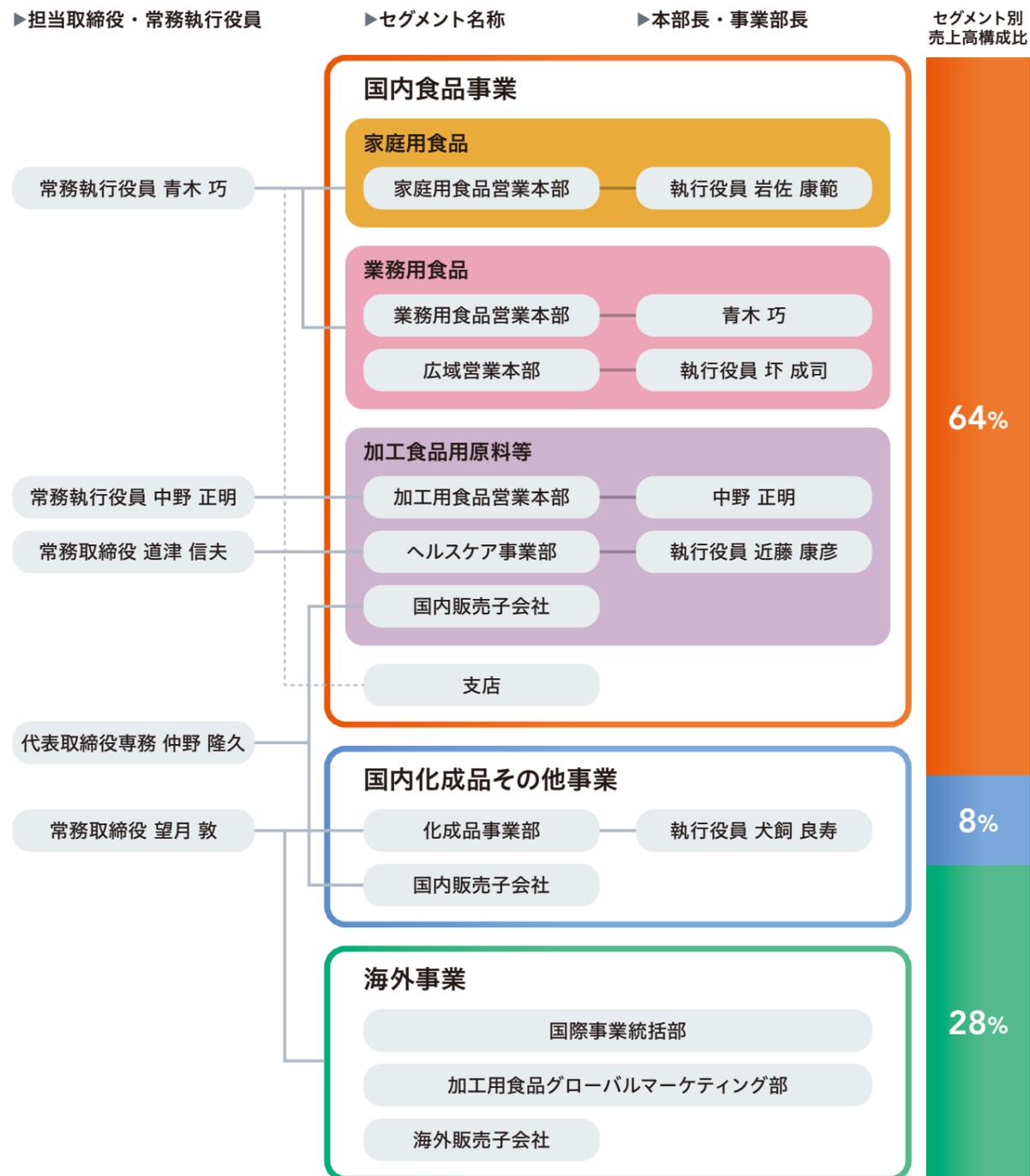
上記課題認識に対し、主にガバナンスの強化と持続的な成長に向けたロードマップを示すとともに、投資家・株主との対話を促進していきます。主な取り組みは、資本・財務政策に加え、取締役会の実効性評価、内部統制強化、IR活動の強化などがあります。2023年4月には外部機関による取締役会の実効性評価を初めて実施したほか、社外取締役と協働して工場・支店・子会社において従業員との対話を実施しています。内部統制強化につきましては、監査部門の充実と子会社の統括強化を行いました。IR活動の強化においては、正確かつわかりやすい開示の充実と英文開示の拡大を図っていきます。2022年度は個人投資家向けの活動に注力した

ほか、機関投資家とは年間54件の個別ミーティングを実施しました。IR・SRミーティングのうち15件には私も出席し、当社の課題である政策保有株式や、資本効率の改善などについて多くのご意見をいただきました。対話の内容は取締役会に報告しており、今後も企業価値向上に向けて対話を続けていきます。また、2023年4月には英文IRサイトの新設を含むウェブサイトのフルリニューアルを行いました。本報告書の発行も重要な施策の一つであり、株主・投資家の皆さまとのコミュニケーションツールとして活用し、企業価値の向上に結び付けたいと考えていますので、ぜひ忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

事業戦略

セグメント別 組織概要

当社は、国内においては製品のマーケット分野別に営業体制をとっており、取り扱う製品についての戦略を各営業本部が立案し、事業活動を展開しています。また、海外においては国内で製造した製品および海外の生産子会社で製造した製品について、事業本部が戦略を立案し、海外の販売子会社が販売しています。したがって、当社のセグメントは国内と海外の地域別に構成されており、国内事業の「国内食品事業」「国内化成品その他事業」と、「海外事業」の3つを報告セグメントとしています。各セグメントの組織概要は下記のとおりです。



国内食品事業 | 家庭用食品

既存商品の収益力を強化するとともに、
お客さまの変化に対応した新しい価値を提供し、
再成長を目指します。



執行役員 家庭用食品営業本部長
岩佐 康範

事業内容

ドレッシング(リケンノンオイル、リケン サラダデュオ®)、海藻製品(ふえるわかめちゃん®、わかめスープ)、和風調味料(素材力だし®)、レトルト食品など、一般ご家庭向け商品を製造・販売しています。

機会

- 減塩など、消費者の健康志向の高まり
- 高付加価値商品を受け入れる市場の形成
- 社会の環境課題への意識の高まり

リスク

- 物価上昇による消費者の節約志向の高まり
- 原料の安定調達およびコスト上昇
- 野菜摂取の多様化によるドレッシング市場の減少
- 中食・惣菜市場の拡大による家庭内調理機会の減少
- 無添加表示の見直しによる「素材力だし®」売上高への影響

機会とリスクへの対応

- ✓ 既存市場の隣にある潜在的な新市場への新商品投入
- ✓ 価格改定の着実な遂行と市場変化を踏まえた商品構成の見直し
- ✓ 健康志向に対応する情報の提供
- ✓ 家庭内調理機会を捉える販促策の実行
- ✓ 環境問題の解決につながる商品の見直し

2022年度の実績

2022年度は原材料価格の高騰を受けて食品各社が価格改定を行い、消費者の節約志向が非常に高まったことを背景に、非常に厳しい実績となりました。当社も海藻商品やだしの素で価格改定を行いましたが、「ふえるわかめちゃん®」や「わかめスープ」は価格改定後に販売数量が減少し、回復には至りませんでした。「素材力だし®」は価格改定後にテレビCMを投下するなど需要喚起と顧客層の拡大に努め、売上高は前年度を上回りました。ノンオイルドレッシングは節約志向を受けたPB商品※の台頭などの影響を受け、販売数量が減少しました。その中で2022年秋の新商品「ふりかけるザクザクわかめ® 韓国風ごま油風味」はその食感と味が非常に好評で、2023年3月までに120万袋を販売するヒットとなりました。

※PB (Private Brand) 商品：小売業者や卸売業者が自ら企画・開発し、独自のブランドで販売する商品

2023年度の見通し

醤油や酢、糖類などの食品原料価格や製造コストが大幅に上昇しているため、「リケンノンオイル」で価格改定を実施するほか、商品構成の見直しも柔軟に進め、収益改善を図ります。また、テレビCM中心の広告宣伝を見直し、戦略的なPRやデジタル広告、プロモーションなどの施策と合わせた効果の最大化を目指します。さらに、一部商品で賞味期限の年月表示化を開始し、フードロスの削減およびサプライチェーン全体の環境負荷の低減に取り組みます。



国内食品事業

業務用食品

給食・外食、中食、内食の構造変化に対し、商品構成の見直しと多面的な提案を両立させ、ライフスタイルの変化を新たな成長につなげていきます。



常務執行役員
業務用食品営業本部長
青木 巧

執行役員
広域営業本部長
坪 成司

事業内容

学校給食や外食産業にドレッシング、海藻商品、和風・洋風・中華風の調味料やスープ、米飯調味料といった加工食品を提供。また、コンビニエンスストアなどの中食市場や加工食品メーカーには各種食品原料および食品用改良剤を提案しています。

機会

- 根強い時短・簡便ニーズによる中食・惣菜市場の拡大
- 旅行者の増加による観光産業・外食産業の回復
- 高齢社会の進展に伴う老健・中食市場の拡大
- 栄養バランスに配慮した即食商品の増加
- 人手不足に起因する食品関連産業の生産性改善

リスク

- 原材料やエネルギーコストの高騰、人件費上昇による利益圧迫
- 成長市場である老健・中食市場での競争激化
- 市場構造変化と国内食品市場の成長性の低下

機会とリスクへの対応

- ✓ 原材料調達状況に合わせた価格改定の実行と、生産性改善の継続
- ✓ 中食市場の課題に対し、食品と改良剤の両面からソリューション営業を強化
- ✓ BtoC市場の多様化に対し、家庭用食品との同種商品展開やメーカーコラボによる提案力強化
- ✓ 幅広い製品群と取引先双方を持つ強みを活かした既存取引先の深掘り

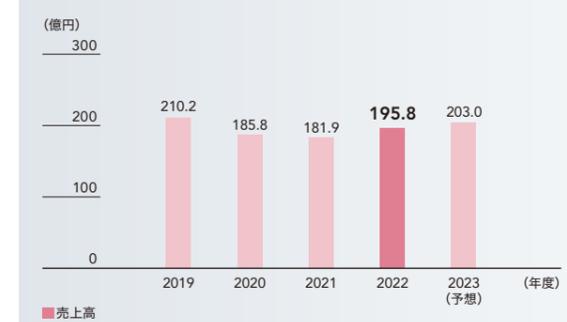
2022年度の実績

給食・外食産業向けでは原材料価格などの高騰に伴い、4回にわたる価格改定を行いました。行動制限の緩和による外食産業の需要回復や、新領域として中食・惣菜および老健市場への提案を強化したことにより、数量・売上高ともに増加しました。コンビニエンスストア向けでは海藻商品の新規採用などにより売上高が伸びました。加工食品メーカー向けでは一年を通じて価格改定を実施したほか、主に調味料を販売していた取引先に対してビタミンや改良剤を提案するなど、多面的な営業活動を行いました。この結果、全体で販売が伸びました。

2023年度の見通し

給食・外食産業向けでは食品原料のコストアップに対し、必要に応じて価格改定を実施していきます。前期に続き外食産業ではインパウンド需要の拡大が見込まれますが、人手不足やコストアップにより変化するニーズに対応する商品開発が重要だと考えています。また、BtoC市場の多様化に合わせ提案力の強化を図ります。コンビニエンスストアや加工食品メーカー向けでは人口減の中でも成長している中食・即食市場に狙いを定め、食品と改良剤の両面から提案できる強みを活かした営業活動により、収益性を高めていきます。

▶ 当期見通しを含めた売上高の推移



国内食品事業

加工食品用原料等

食品用改良剤分野ではお客さまから選ばれるベストパートナーとしての地位を、ヘルスケア分野では健康寿命の延伸やQOL向上につながる価値提供を目指します。



常務執行役員
加工用食品営業本部長
中野 正明

執行役員
ヘルスケア事業部長
近藤 康彦

事業内容

加工食品メーカー向けに食品用改良剤・色素・ビタミンなどを、また、医薬品・健康食品メーカー向けにはビタミンや機能性食品用原料などのヘルスケア素材をそれぞれ幅広く展開しています。

機会

- フードロスに対する関心の高まり
- 食生活の変化に伴う課題の多様化
- 高齢化や健康志向の高まりによる医薬品・健康食品の需要増加

リスク

- 油脂を中心とした原料価格の変動
- 人口減やフードロス対策による原料使用量の減少
- 地政学要因や気候変動などによる原料調達リスクの増大
- 健康食品のブームによる需要変動

機会とリスクへの対応

- ✓ 課題解決を得意とする社内体制
- ✓ 賞味期限延長や生産効率アップなどを通じたフードロス低減
- ✓ 不足・高騰する原料（卵など）への代替提案
- ✓ 調達力の強化と関係部署との連携による安定供給
- ✓ 機能性食品用原料の新商品・新機能の開発
- ✓ ヘルスケア分野商品の一般加工食品への展開

2022年度の実績

食品用改良剤分野では前年度に引き続き、油脂原料の高騰などに伴う価格改定を進めるとともに、低採算品の見直しを行いました。これにより、数量は若干減少したものの、売上高は増加しました。また、価格改定を進める一方で、原料の供給不安やフードロス問題への対応など、多様化する顧客ニーズに対応した提案を進めました。ヘルスケア分野では、機能性食品用原料やビタミン、マイクロカプセルの販売が好調に推移しました。この結果、全体で売上高が増加しました。

2023年度の見通し

食品用改良剤分野では原料が高騰している一部商品について、引き続き必要な価格改定を行います。また、食品業界においてはコストアップや原料不足に伴って新たな課題が出てきており、営業・開発・生産が連携してソリューションに努め、顧客に認められる価値の提供を図っていきます。ヘルスケア分野では既存商品の販売拡大に努める一方、食品に比べ開発期間が長い医薬品原料・機能性食品用原料の研究開発を進めます。なお、製造移管を進めていたマイクロカプセルの製造設備については、2023年度中に移管が完了する予定です。

▶ 当期見通しを含めた売上高の推移



PICK UP ヘルスケア事業

理研ビタミンのヘルスケア事業のソリューション

当社のヘルスケア事業では、健康食品や医薬品向けの原料を主に取り扱っています。独自の技術を追求して付加価値を高めた商品開発を行い、お客様の課題を解決するソリューション提案に力を入れています。

原料にこだわったモノづくり



良質な原材料を安定して確保することに力を入れています。天然由来のビタミンEの原材料となる植物油の副生成物や、「クロビット®」(クロセチン)の原材料となるクチナシ、メカプフコイダンの原材料となるわかめのメカプなどのさまざまな原材料について品質にこだわり、場合により現地まで赴いて調達しています。

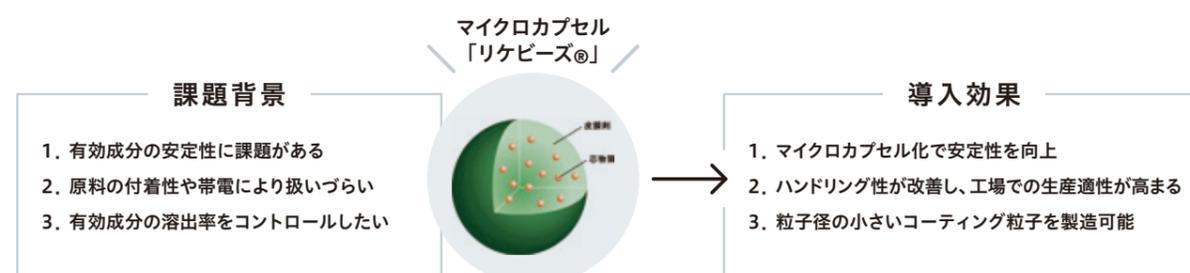
独自の商品と開発力



他社が真似のできない独自商品ラインアップとその開発力が強みです。マイクロカプセル化の加工技術、機能性食品用原料である「クロビット®」や「理研メカプフコイダン®」「パプリカロテン®」など、他社にはないような健康に役立つ素材の商品開発にこだわっています。

食品や医薬品の課題をマイクロカプセルで解決

マイクロカプセル「リケビーズ®」は、ゼラチンや寒天といった親水性のゲル化剤を基剤として、独自の噴霧冷却技術により香料や機能性素材を被覆した微細粒子です。基剤で被覆することによって素材の酸化安定性を向上させたり、香料の香りを長期間維持したりすることができます。GMP (Good Manufacturing Practice: 医薬品の製造管理および品質管理の基準)に適合した設備で製造しており、医薬品原料として使用することができます。



※詳細は当社ウェブサイトをご覧ください。 <https://www.rikenvitamin.jp/business/casestudy/detail/20230209143501.html>

国内化成品その他事業

中長期で市場が拡大する
環境対応製品の販売を強化し、
持続可能な社会に貢献します。



執行役員 化成品事業部長
犬飼 良寿

事業内容

化学メーカー向けに、プラスチック製品、ゴム、化粧品、農業用フィルム、食品包装材などへの機能性付与や加工性向上に効果的な改良剤を提供しています。その他事業としては飼料用油脂などを販売しています。

機会

- 脱炭素市場の拡大
- エシカル消費の拡大
- 自動車産業のEV化の進行

リスク

- 環境規制の強化による既存化成品市場の縮小
- サステナビリティ関連市場の競争激化

機会とリスクへの対応

- ✓ 植物由来の強みを活かした改良剤の提案
- ✓ 既存業界での高付加価値製品へのシフト
- ✓ 天然素材と樹脂との相溶化剤、バイオプラスチック向け改良剤など環境対応製品の提案強化

2022年度の実績

原材料価格の高騰の影響を強く受けて下期に集中的な価格改定を推進し、売上高は前期を上回りました。しかしながら、コスト上昇により採算が大幅に悪化した分野について販売戦略の見直しを行ったことや、化成品業界における需要減少の影響を受けて販売数量が減少したこと、さらに前期の設備投資による減価償却費の負担が下押し要因となり、営業利益は前期を大幅に下回りました。「その他」の事業では、飼料用油脂の売上が前期を上回りました。

2023年度の見通し

2022年度に実施した価格改定の効果と取引先業界の緩やかな回復により、業績の回復を見込んでいます。また、エネルギーなどのコスト上昇への対応や、原料調達の実情に応じた商品構成の見直しも行き、利益体質を強化していきます。営業活動では価格改定交渉によって滞っていた新規案件獲得に注力し、重点分野と位置づける自動車・弱電向け市場の開拓や、化粧品市場への提案を強化します。また、環境に配慮した製品の開発を進め、中長期で大きく実を結ぶサイクルの構築を目指します。

▶ 当期見通しを含めた売上高と営業利益率の推移



海外事業

「サステナブルな成長ドライバー」をキーワードに、日本市場で培ってきた経営資源を海外市場に活用・展開し、多様な価値を提供していきます。



常務取締役
望月 敦

事業内容

食品用・化成品用の改良剤、エキス・調味料を海外拠点で生産・販売しています。販売先はアジア・北米を中心に、世界の数十カ国にわたっています。

機会

- 世界の人口増加、新興国の経済成長
- 日本の食文化に対する評価の高まり
- フードロスへの関心や環境意識の高まり

リスク

- 原材料価格の変動、コモディティ品の競争激化
- サプライチェーンに影響を与える地政学的リスクの増加
- 各国の法規制への対応
- グローバル人材の確保、育成の遅れ

機会とリスクへの対応

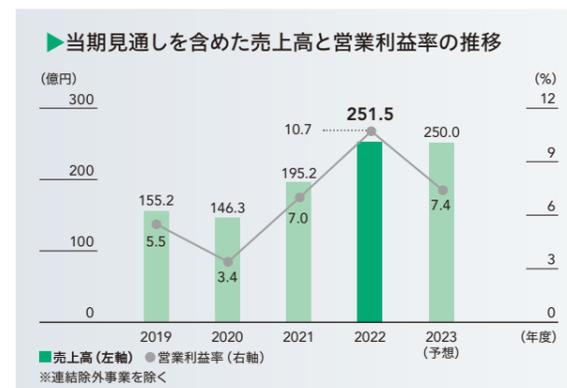
- ✓ グループの営業・開発・生産が連携したソリューション営業の展開
- ✓ スペシャリティ品とコモディティ品のバランスの最適化
- ✓ グローバルな品質保証力の強化
- ✓ 環境意識の高まりに対応した食品用・化成品用改良剤の提案強化
- ✓ 生産拠点の強化

2022年度の実績

上期は原料価格や海上運賃が高騰し、世界的なサプライチェーンの混乱に伴い顧客が在庫を確保する特需の中、価格改定が順調に進みました。下期は一転して欧米の金融引き締めによる経済減速懸念から需要が低下し、在庫調整や原料相場の下落による市場価格の低下、競合激化など厳しい市場環境となる中、適切な利益の確保に努めました。また、下期には日本の「アプリケーション&イノベーションセンター」の技術スタッフによる海外顧客への直接提案を再開し、海外顧客との関係強化を図りました。市場環境要因からスペシャリティ品の需要は低下しましたが、円安による為替影響もあり、売上高・営業利益は2期連続で大きく伸長しました。地域別にもアジア、北米、ヨーロッパのいずれも売上高・営業利益が前期を上回りました。

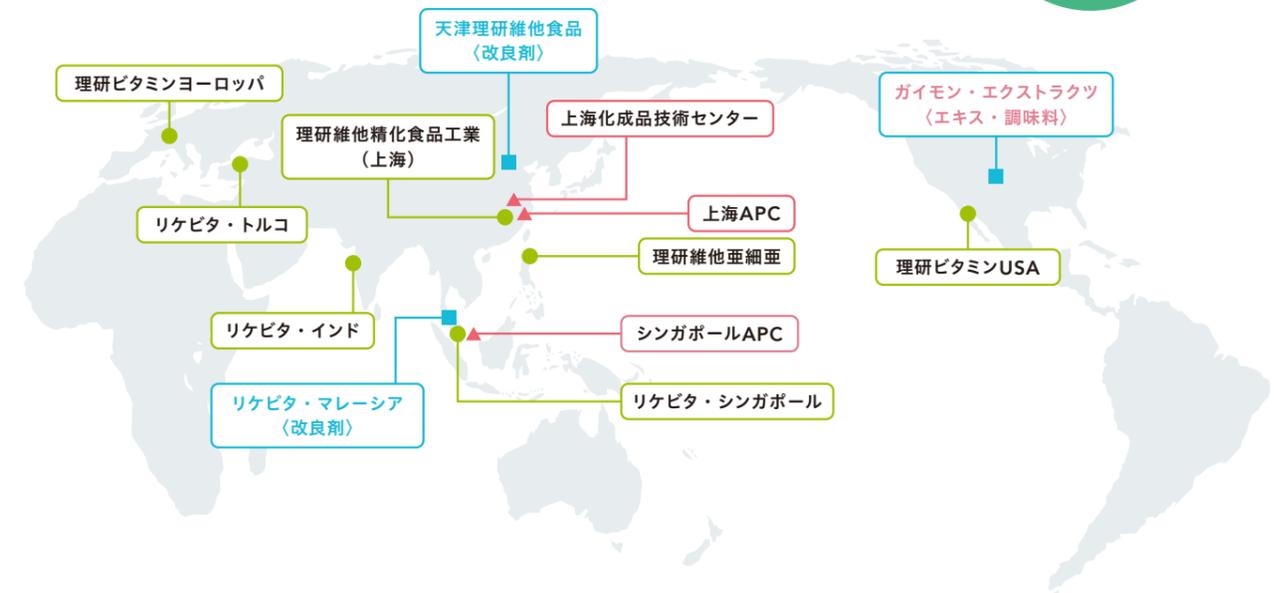
2023年度の見通し

2022年度に大きく伸長した要因はコモディティ品の価格改定であったため、その反動が出ると見込んでいます。また、海外の経済停滞は当社が目指すスペシャリティ品拡販の逆風となる可能性があります。これらに対し、アジアでは中国内陸部の市場開拓強化、東南アジアでの既存市場の深掘りや新規市場の開拓を、北米ではベーカリー用を中心とした提案強化やエキス・調味料の拡大を図ります。また、環境意識の高まりに対応した化成品用改良剤の提案も強化します。さらに、中長期の成長に向けた海外拠点の整備、強化も検討していきます。



海外ネットワーク

- 販売拠点
- ▲ アプリケーションセンター (APC)
- 生産拠点 (改良剤/エキス・調味料)



COLUMN | コモディティからスペシャリティへの転換期



Rikevita(Singapore)Pte Ltd
Managing Director
南 亘

リケビタ・シンガポールは東南アジア、オセアニア、インド・パキстанを営業エリアとする販売会社です。主にマレーシアで製造する改良剤を各地に販売しています。主力である東南アジアは世界景気の影響を受けるリスクや政情不安などのカントリーリスクがありますが、一方で域内の人口は多く、伸びる要素が大きな市場と捉えています。

大きな販売方針はスペシャリティ品の拡大です。当社は海外進出からしばらくの間、生産設備の増強による量の拡大とコスト競争力の強化を図ってきましたが、現在の中計では付加価値の高いスペシャリティ品への転換を目指しています。

付加価値の高い提案を行うためにはお客さまのニーズを適切に把握し、スピード感を持って対応していくことが不可欠です。東南アジアの国々は言葉や食文化、法規制がそれぞれ異なるため、2022年度から各国の事情を理解する営業スタッフの配置を積極的に進めています。

日本で行っているソリューションのサイクルを繰り返すことによってお客さまの信頼を獲得し、市場での存在感を高めていきたいと考えています。

特集2 アプリケーション&イノベーションセンター

～潜在課題の解決で、ソリューションの一步先へ～

アプリケーション&イノベーションセンター（以下A&Iセンター）は、当社の食品用改良剤における研究開発拠点です。2019年、3つの工場内に分散していた開発拠点を集約し、それまでに培ってきた基礎研究成果や技術ノウハウ、市場情報の共有を速やかに行える環境を整えました。センターのコンセプトは「つなぐ」とし、関連する人や企業、情報、技術をつなぐ交流拠点となることで、加工食品の課題解決にとどまらない新たな価値創造を目指しています。

4つの「つなぐ」で課題解決へ

顧客の課題・ニーズ

さまざまな業種の加工食品メーカーの課題やニーズを営業部門がヒアリング

A&Iセンターの一連の体制で課題の解決・ニーズに対応

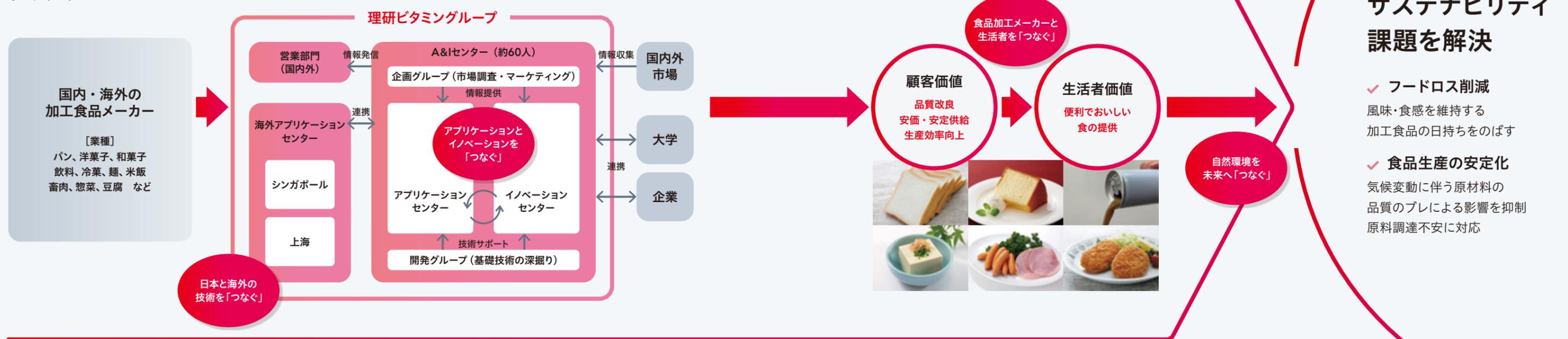
多様な業種で築き上げたそれぞれの分野での知見、海外や研究機関、市場からの情報を集約し、きめ細かな対応と技術でソリューションを提供

改良剤技術で新しい価値を提供

効率の良い生産とおいしさの両立。顧客が求める独自の商品・サービスの提供

独自技術で“食”のサステナビリティ課題を解決

- ✓ **フードロス削減**
風味・食感を維持する加工食品の日持ちをのばす
- ✓ **食品生産の安定化**
気候変動に伴う原材料の品質のブレによる影響を抑制
原料調達不安に対応



PICK UP A&Iセンターの価値創造事例

「ずっとおいしく、長持ち」からフードロスの低減に製パンの改良

パンを手ごろな価格で提供するためには、機械化による大量生産が必須です。しかし、効率の良い生産とおいしさを両立するためにはさまざまな課題があります。当社は、原材料や生産ラインの特徴に合わせた改良剤の提案によって、これらの課題を解決しています。

機械化されたパンの生産ラインでのソリューション提供例

課題

ニーズの背景にある原因を追究
(原材料の性質なのか、使用している設備の影響なのかなど)

- ✓ パンのボリュームを出して、柔らかくしたい
- ✓ 生地への伸び性を良くしたい
- ✓ 生地へのべたつきを減らしたい

改良

お客さまの実際の生産ラインに近い条件のもとで試作

提供価値

改良ポイント例



VOICE 担当者の声



前部署での知見を活かして新たな食品用改良剤を開発

食品改良剤開発部
アプリケーションセンター
第1グループ
福田 竜統

製パン業界向けの新規改良剤の開発や、既存製剤を使用したレシピ提案などを行っています。以前別の業界で担当していた経験をもとに、それまでの製パン用途とは異なる乳化剤の機能を活かし、新規製剤を製品化することができました。お客さまの多様な要望に対応するにはスピード感と精度の両立が必要で苦労も多いですが、密度の濃い検討は自身のスキルアップにもつながっていると感じています。

理研ビタミンのサステナビリティ

■ サステナブル経営基本方針

当社グループは、「天然物の有効利用を図る」というポリシーのもと、「社会に対し、食を通じて健康と豊かな食生活を提供する」という経営理念を掲げ、社会に貢献してきました。

当社を取り巻く事業環境は、人口動態や気候変動、コロナ禍を契機とした食生活・ライフスタイルの変化などにより、先行きが見通しづらくなっています。このような事業環境を踏まえ、当社は2022年に「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」という中長期ビジョンを掲げました。2022年度からスタートした中期経営計画においては、「健全なガバナンス体制のもと、社会や環境に配慮した事業推進を行う」「スペシャリティな製品とサービスで事業を通じた社会課題や環境課題への貢献を行い、持続的成長をとげる」「社会から信頼され、従業員が誇りをもって働ける企業として前進する」というサステナブル経営基本方針を掲げています。

■ サステナブル経営の推進体制

当社グループでは、代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置し、サステナビリティ課題への取り組みを進めています。サステナビリティ委員会では、GHG排出量の削減やダイバーシティ&インクルージョンの推進といったテーマごとに部会を設けて議論し、取締役会に適時報告しています。取締役会では委員会の活動内容や施策の進捗などを監督し、必要な場合は委員会への指示などを行っています。



■ ステークホルダーエンゲージメント

当社グループは、事業を通じてお客さま、取引先、株主・投資家をはじめ、さまざまなステークホルダーの皆さまとかがわっています。皆さまとのコミュニケーションを通して、当社グループをよりよく知っていただき、ご意見・ご要望やご期待を伺うために積極的なコミュニケーションを継続的にを行っています。

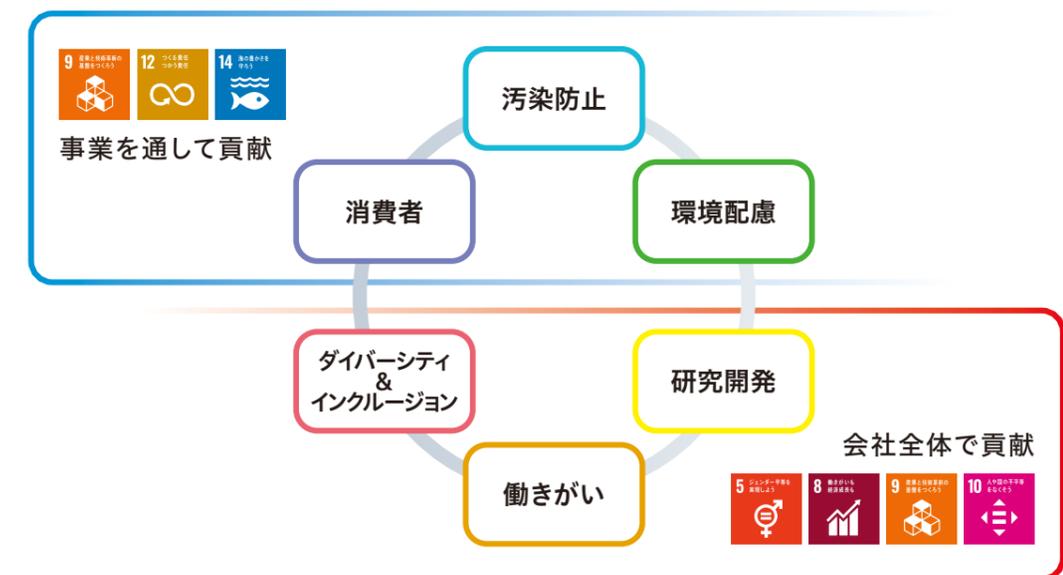
▶ コミュニケーションマップ

ステークホルダー	主な対話の方法・機会		
お客さま	●日々の営業活動	●お客様相談センター	●ウェブサイト・SNS
株主・投資家	●株主総会 ●アナリスト・投資家向け説明会、個別の取材対応	●株主通信・統合報告書	●ウェブサイト
取引先	●調達活動	●CSR 調達アンケートの実施	
従業員	●健康経営の推進 ●労働組合との交渉・懇談	●ダイバーシティ & インクルージョンの推進 ●自己申告制度による対話	
地域社会・行政・研究機関	●企業訪問の受け入れ ●企業版ふるさと納税による支援	●地域行事への参加	●共同研究の実施
NPO・NGO	●国連 WFP への参加	●RSPO への加盟	
地球環境	●GHG 排出量の削減	●水資源の保全	●生物多様性の保全

■ 重点テーマ(マテリアリティ)

2019年に、CSR活動の重点テーマ(マテリアリティ)を特定するために、ISO26000※、SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)といった外部のガイドラインをもとに、当社にとって重要な社会課題を整理しました。それらについて、当社が与える影響(チャンス・リスク)の観点で、「事業との関連性」と「社会からの期待」の2軸で評価し、社会と当社の両方にとって重要度が高い、「消費者」「汚染防止」「環境配慮」という事業を通して貢献していくテーマ、「ダイバーシティ&インクルージョン」「働きがい」「研究開発」という会社全体で貢献していくテーマの合わせて6つを理研ビタミンの重点テーマ(マテリアリティ)として特定しました。これらへの取り組みを通じて、対応するSDGsの達成にも貢献していきます。また、サステナビリティの重要性の高まりや、当社を取り巻く事業環境の変化を踏まえ、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」の実現に向け、2023年度にマテリアリティの見直しを実施する予定です。

※ISO26000: 企業を含む組織を対象とし、社会的責任に関する手引を提供する国際規格



重点テーマ		関連する SDGs
事業を通して貢献	消費者	適切な情報提供を行い、安全で信頼される商品をお届けします。また、お客さまの個人情報を適切に管理します。
	汚染防止	廃棄物を削減し、プロセスを管理して地球環境への汚染防止に努めます。
	環境配慮	温室効果ガスの排出削減などを通して、地球温暖化・気候変動防止への取り組みをすすめます。
会社全体で貢献	ダイバーシティ & インクルージョン	多様性を尊重し、働きやすく働きがいのある職場をつくります。
	働きがい	心身ともに健康で意欲的に活躍できる、安全で健全な職場環境を維持・増進していきます。
	研究開発	新技術と新用途、新製品の開発を推進します。

TCFDと気候変動への対応

TCFD

ガバナンス

当社グループは、サステナビリティ課題に取り組むため、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しています。気候変動にかかわるリスクと機会、対応策については、サステナビリティ委員会の下部組織であるTCFD部会においてグループ横断的な議論を行い、必要に応じて経営会議において方針や計画についての協議を行っています。取締役会は、サステナビリティ委員会で協議された内容およびサステナビリティに関連する経営会議で報告・協議された内容について、担当取締役から適時(年4回程度)報告を受ける体制としています。

戦略

当社グループは植物油脂や海藻など、さまざまな天然物を原料として、製品を製造・販売しています。植物油脂関連原料のほとんどは海外から輸入されたものを商社や油脂メーカーから購入し、当社の工場で乳化剤などの製品に加工して、お客さまにお届けしています。また、海藻関連製品の原料の多くを占める養殖わかめは、養殖期間中の天候や、海水の温度および栄養状態によって生産量が大きく変動します。このため、気候変動は事業の継続性という観点からも、重要な経営リスクであると認識しています。

2022年度は当社事業のうち、植物油脂を主要原料とし国内外で生産する「改良剤」、および海藻・ドレッシング・スープなど国内で生産する「食品」についてシナリオ分析を進めました。シナリオ分析にあたっては、パリ協定の目標である1.5℃/2℃シナリオと、温暖化が進行する4℃シナリオを中心に財務影響度を評価しました。その結果、移行・物理的リスクの両面で原料調達に及ぼす影響と、物理的リスクが生産拠点に及ぼす影響が大きいことがわかりました。記載した対応策は現時点の取り組みの整理であり、今後は財務影響度の大きいリスク・機会について、具体的な対応策を検討していきます。

各シナリオにおける主要なリスクと機会

想定リスク/機会	変動要因	当社事業への影響	2030年時点の財務影響度		既存の取り組み
			1.5℃/2℃	4℃	
移行リスク/機会	政策・法規制	炭素税の導入	小	小	●省エネ活動の徹底 ●再エネの導入 ●バイオマス燃料の活用
	技術	脱炭素設備・生産方法への置き換え	中	小	
	市場	バイオ燃料の需要拡大	中	小	●調達地域の複数確保 ●代替商品の研究開発
	市場	持続可能性を重視した顧客の購買行動	小	小	●顧客ニーズに対応し、調達量は徐々に増加
	評判	エシカル消費の拡大	小	小	●市場ニーズの変化に対応した商品開発 ●多角的な経営を行うことによるリスク分散 ●各事業分野で高付価値製品の開発・拡販による差別化
物理リスク/機会	気温/海水温の上昇	原材料の生産量減少	小	大	●安全かつ安定的な供給先を複数確保 ●計画的な在庫確保 ●顧客とのリスク情報共有
	水調達リスク	生産拠点の水ストレス悪化	軽微	調査継続	●わかめの優良種苗の育成と安定供給 ●わかめ以外の海藻にも研究範囲を拡大
	異常気象の激甚化	洪水・豪雨の頻度上昇	小	中	●事業継続計画(BCP)の策定 ●安否確認システムの導入 ●従業員に対する訓練・マニュアル配布による啓発 ●設備の耐震補強
	異常気象の激甚化	洪水・豪雨の頻度上昇	小	小	

影響度
大：売上高比率10%以上、金額94億円～、経常利益比率30%以上、金額24.6億円
中：売上高比率5%以上10%未満、金額47～93億円、経常利益比率15%以上30%未満、金額12.3～24.5億円
小：売上高比率5%未満、金額～46億円、経常利益比率15%未満、金額～12.2億円
※2024年度中計目標値(売上高940億円、経常利益82億円)をベースに算出

リスク管理

当社グループでは、業務執行に関連するリスクの評価、予防および発生時の対処のためにリスク管理委員会を設置しています。特定した気候変動にかかわるリスクについても、全社のリスクマネジメント体制において管理しています。

指標と目標

2030年度までにグループのGHG排出量(Scope1・2)を2018年度対比で40%削減、2050年度に実質排出ゼロにするカーボンニュートラルを目指しています。また、2023年度からScope3の算定に着手しました。排出量の多いカテゴリについて算定を進めるとともに、GHG排出量削減目標の再設定を検討していきます。

理研ビタミングループ

2030年度GHG排出量：

40%削減

(Scope1・2, 2018年度比)

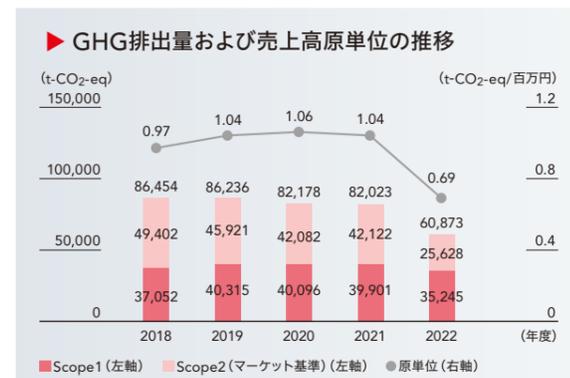
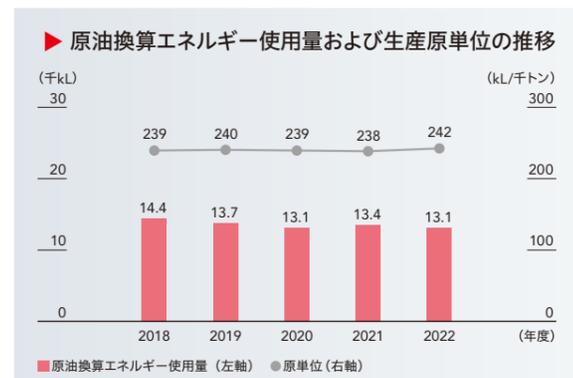
2050年度

カーボンニュートラル

を目指す

温室効果ガス削減

2030年度40%削減(2018年度比)を目標としており、2022年度は省エネ活動を徹底するとともに、太陽光パネルの設置など再生可能エネルギーの導入を進めました。2022年度のGHG排出量は、基準年である2018年度比で約30%削減されています。



取り組み1

フロン類の漏えい防止

空調や冷凍・冷蔵設備の冷媒として使われているフロン類は、大気中に放出されるとオゾン層の破壊や地球温暖化を引き起こします。当社では、フロン排出抑制法に則り、フロン類を使用している設備の定期点検・簡易点検を実施し、漏洩防止に努めています。2022年度の算定漏洩量は1,000トン未満で、法定報告義務はありませんでした。また、設備更新の際には、オゾン層を破壊しない代替フロンや、地球温暖化への影響が少ない新冷媒を採用した設備の導入を進めています。



新冷媒を採用した機器を導入(草加工場)

取り組み2

「カーボンニュートラルLNGバイヤーズアライアンス」への加盟

カーボンニュートラルLNG (CNL) は、天然ガスの採掘から燃焼に至るまでの工程で発生する温室効果ガスを、新興国などにおける環境保全プロジェクトにより創出されたCO2クレジットで相殺すること(カーボン・オフセット)で、地球規模ではCO2が発生しないとみなされるLNGです。当社は、CNLを調達・供給する東京ガス(株)とCNL活用企業とで構成される、CNLの普及拡大と利用価値向上の実現を目的として設立された「カーボンニュートラルLNGバイヤーズアライアンス」に加盟しています。



CNLバイヤーズアライアンス

人材育成

当社は、社員一人ひとりが自立性を高め、高度な専門性で課題を解決する「プロ人材」となることを目指しています。

その実現に向け、社員に対し階層別研修、キャリア研修、各部門別研修を実施するとともに、自己啓発支援として、外部ビジネススクール受講や会社奨励資格受験、ならびに通信教育受講の補助制度を設けています。

一方で、入社後の人事異動や海外勤務など、多様な経験もプロ人材育成のために重要であると考えています。人事部が定期的に主催する「人材最適化検討会」では、人的資源の各事業への適切な配分と、後継者候補の育成プランやキャリアパスなどの全社的な視点も交えた議論を行い、その内容を踏まえた人事異動案を取締役会で決議しています。

また、人材育成のための環境整備として、ダイバーシティ&インクルージョンの推進、健康経営の推進、グローバル人材の育成支援に取り組んでいます。

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

当社は2015年度から「ダイバーシティ推進」を掲げ、多様な人材が能力を十分に発揮することでイノベーションが起こる風土づくりを行い、新たな価値創造型企業になることを目指しています。各職場でダイバーシティ&インクルージョンの考え方を含み行動規範の読み合わせを行うほか、2022年度は色覚多様性についての勉強会や育児・介護の両立支援についてのeラーニングを実施するなど、種々の多様性に対して理解を深めました。

女性活躍の推進

当社は、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」に基づき、女性の採用・成長の機会付与・適正なポジションへ登用、の全段階において目標を定め「ふやす、育む、登用する」行動計画を作成し、実行しています。

▶ 女性活躍推進法に基づく行動計画および実績（理研ビタミン単体）

ふやす	●採用率 35%以上目標（新卒・中途採用含む） 職域の拡大を実施（製造・営業を対象）
育む	●キャリア継続を目的とした仕事と家庭の両立支援制度（育児介護の短時間勤務・育児介護のフレックスタイム勤務、在宅勤務を全従業員に拡充）・カムバック制度を構築 ●次期役職者等級の女性社員に対して「キャリアデザイン研修」を実施 ●女性の新任役職者を外部研修へ派遣（他社女性役職者との交流） ●階層別研修において、すべての管理職にダイバーシティの重要性について認識を周知 ●男性の家庭参画を推奨し、全従業員に育児・介護両立支援ガイドブックの周知、育児関連制度のeラーニングを実施 男性育児休業等取得率※1 111.5%（2022年度末）
登用する	●人事部主導の人材最適化検討会で人材配置や育成プランの協議 ●係長級の女性比率 10%以上目標 ●管理職の女性比率※2 目標6%（2023年度末）に対し3.8%（2022年度末）

▶ 男女間賃金差異（理研ビタミン単体）※1

全労働者	正規雇用労働者	パート・有期労働者
65.8%	66.9%	50.1%

※1 男性育児休業等取得率、男女間賃金差異は、厚生労働省の算出方法をベースとしています。

※2 管理職の女性比率は「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（平成27年度法律第64号）の規定に基づき算出したものです。

COLUMN | 工場における女性活躍推進の取り組み

当社では女性活躍推進の一環として工場の生産ラインへ女性社員の配属を進めており、2022年度末時点で3工場に計7名が勤務しています。生産部門において、多様な人材が働きやすく、個人が最大限の能力を発揮できる、働きがいある職場環境を実現するため、女性社員の上司と工場総務担当者、また女性社員当事者がそれぞれ集まり、課題抽出や好事例の水平展開、今後の展望について意見交換会を行いました。上司と工場総務担当者の会では、女性社員配属により新しい視点で業務に取り組み、作業や職場環境が改善された事例の紹介や、今後の課題についてディスカッションを行いました。また、女性社員の会では職場でのやりがいや、今後働き続けていくうえでの課題およびキャリアプランなどについて意見交換が行われ、コロナ禍で減少していた事業所間の社員同士のコミュニケーションの良い機会にもなりました。女性の職域を拡大することは重要な取り組みと考えており、引き続き各現場と意見交換をしながらさらなる環境整備や意識改革を進めていきます。



草加工場の女性社員

健康経営の推進

当社は2018年度に「健康経営」を導入しました。代表取締役社長をトップとして人事部・総務部が推進部門となり、健康保険組合と共同で取り組んでいます。健康経営の目的は従業員とその家族の日ごろの健康を保持・増進することで、パフォーマンス向上によるいきいきとした活発な職場づくりと生産性向上を図ることです。また、従業員一人ひとりが意欲的に活躍できる職場環境にするため、「働き方改革」とも連動して推進しています。

重点施策「生活習慣病」や「ストレス疾患」の予防への取り組み

- ストレスチェックの集団分析結果に基づく管理者研修を利用した職場改善
- 健康診断の結果に基づく特定保健指導や禁煙の推進（全事業所の喫煙所を2019年に閉鎖）
- 社員食堂運営会社・栄養管理士へのわかめの健康機能周知、自社わかめ商品の社員食堂での提供「わかめ百科」 <https://www.rikenvitamin.jp/shokuiku/dictionary/>

グローバル人材の活躍支援

当社は中期経営計画の基本方針の一つに「アジア・北米での展開を加速」を掲げ、グローバルな視点を持った従業員の育成を課題としています。そのため、海外事業または関連事業の従事者およびその候補者をグローバル人材と定義づけ、2030年にその比率を10%とすることを目標にしています。2022年度末時点での比率は8.4%となりました。その他にも英会話スクールやオンライン英会話レッスンの受講料全額補助の制度を有するほか、海外勤務への挑戦意欲を確保するため、海外赴任者規程により国内勤務よりも高いインセンティブや福利厚生を設定し、育成を進めています。

社外からの評価

厚生労働省より次世代育成支援対策推進法に基づき、優良な取り組みを行っている子育てサポート企業として、2021年に「プラチナくるみん認定」を取得しています。

また、2023年3月に「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」（経済産業省と日本健康会議共同主催）に認定されました。



■ 社外取締役メッセージ

強みを理解したうえで積極的な変化を促し、
新たな企業文化の構築と
持続的な成長に貢献していきます。

▶ 経歴

1979年に朝日麦酒（株）（現アサヒグループホールディングス（株））に入社。アサヒビール（株）の営業本部長を経て、同社代表取締役社長に就任。企業経営者として豊富な経験と見識を有し、大局的な見地から当社の経営への監督と助言を行う。



社外取締役 平野 伸一

■ 理研ビタミンらしさから感じる企業価値向上へのポテンシャル

2021年6月に社外取締役に就任しましたが、私の中では、それまでの理研ビタミンのイメージとその後では大きく異なります。わかめやドレッシングの会社という印象が強かったのですが、取締役会に参加してわかったのは、業務用食品や加工食品用原料、食品用改良剤、化成品用改良剤など、売上と利益の大半がBtoBだということです。食品用改良剤では、基礎研究から用途提案まで一貫して行い、顧客企業にソリューションとして提供し、食の世界でのイノベーションを創出しています。多くの方々は以前の私と同じように、BtoC企業だと認識していると思いますが、本来の理研ビタミンの姿と高いポテンシャルをもっともっと知っていただきたいと思います。

また、当社は理化学研究所をルーツとしており、それゆえに研究発表会やプロダクトマネジャー会議が高頻度で開催されるのが特徴的だと感じています。その研究発表会などには、社長や専務などのボードメンバーはもちろんのこと、執行役員クラスも参加します。研究発表会は、一般的には研究開発部門内で行われますが、取締役による訓示や他部門の出席者も交えた質疑応答が行われるのは希有なこと

です。当社のように事業領域が多岐にわたる状況の中でも、こうした研究発表会などを通じて社内での共通認識を共有できるのだろうと腑に落ちました。

2022年度は、工場や支店、子会社などを訪問し、意見交換を行いました。実際の現場でさまざまな意見を拝聴する中で、開発や製造、販売のすべてのプロセスにおいて、さまざまな可能性を感じました。改良剤は天然由来の原材料を使うことで、環境配慮にもつながります。サステナビリティという観点でも企業価値をさらに向上できると感じています。



■ 中長期ビジョンの実現には人材戦略と設備投資が鍵に

中長期ビジョンでは「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」と掲げており、取締役会でも当社独自の強みをスペシャリティな製品にどのように活かすかについて議論しています。その議論の中で当社がどのような研究をしているのかをあらためて理解して、これが当社の言うスペシャリティなのかと目から鱗が落ちることもありました。そこで私が感じたことは、研究開発に携わる人たちは、社内はもちろんのこと、クライアントなどに正しく評価されることが重要であり、それがモチベーションに直結するということです。非常に優秀な人材が揃っていますので、その成長を後押しすることによって、さらにNo.1製品やオンリーワン製品を創出できるはずで。そのためにも人材戦略は重要です。

自分自身のメーカーでの経験から、人的資本経営に取り組むためには、社内のすべての部門を公正に評価できる人事部門が重要だと考えます。組織は縦割りになりやすいものですが、研究開発をはじめ、製造や営業、マーケティングも俯瞰して公正に評価し、最適配置ができる人材活用セクションを機能させるべきだと強く感じました。

また、実際に工場を訪問して理解しましたが、古い設備が多くあります。効率的な生産のためには設備投資を拡大していくことが大きな課題であると痛感しました。キャッシュアロケーションでは、成長投資と維持・更新投資として100億円の設備投資と追加設備投資を含む50億円の戦略投資を表明しています。安心して優れた製品を提供していくためには、すべてのステークホルダーの満足度を高めながら、内部留保と投資のバランスをうまくとっていくべきです。



■ リーダーシップのもと、新たな企業文化の構築へ

私が社外取締役に就任した2021年度の当社は、「信頼回復と次の成長に向けた長期戦略策定の年」と位置づけ、中国の連結子会社に対する債権放棄など、経営の効率化とリスク低減に取り組んでいました。そのような年の取締役会に参加し、経営陣が真摯にリスクマネジメントの重要性を痛感していると感じました。私自身もかつて中国でのビジネスを経験してきましたが、難しい問題をはらむことが多く、持分譲渡と債権放棄という経営陣の意思決定はすばらしい決断であり、同時にもっと評価すべきだと感じました。

ステークホルダーの皆さまからの信頼回復に向けては、山木社長のリーダーシップのもと、内部通報制度の実効性やコンプライアンス体制の見直しなど、失敗から学び、厳しく対処していく経営陣を社外取締役として高く評価します。山木社長自らがボードメンバーの話に耳を傾けてくださっているため、経営基盤を強化していく過程で、誰もがしっかり意見が言える土壌が醸成されています。話しやす

い環境づくりは、リスクマネジメントにとって最も重要なことです。

中期経営計画の経営基盤（ガバナンス）の強化では、国内外の子会社と本社との連携を深める組織体制の構築とともに、事業内容や非財務情報の正確でわかりやすい開示の充実も施策としています。現在のような対話がしやすい経営陣のもとにおいては確実に実現できると思います。企業は利益を追求していくことが至上命題ではありますが、大切なのは正しいプロセスを経て利益を上げることだと私は考えます。現在取り組んでいる経営基盤の強化や投資を通じて、理研ビタミンはすばらしい企業文化を醸成し、これからも食の未来を創造し続けていくと信じています。

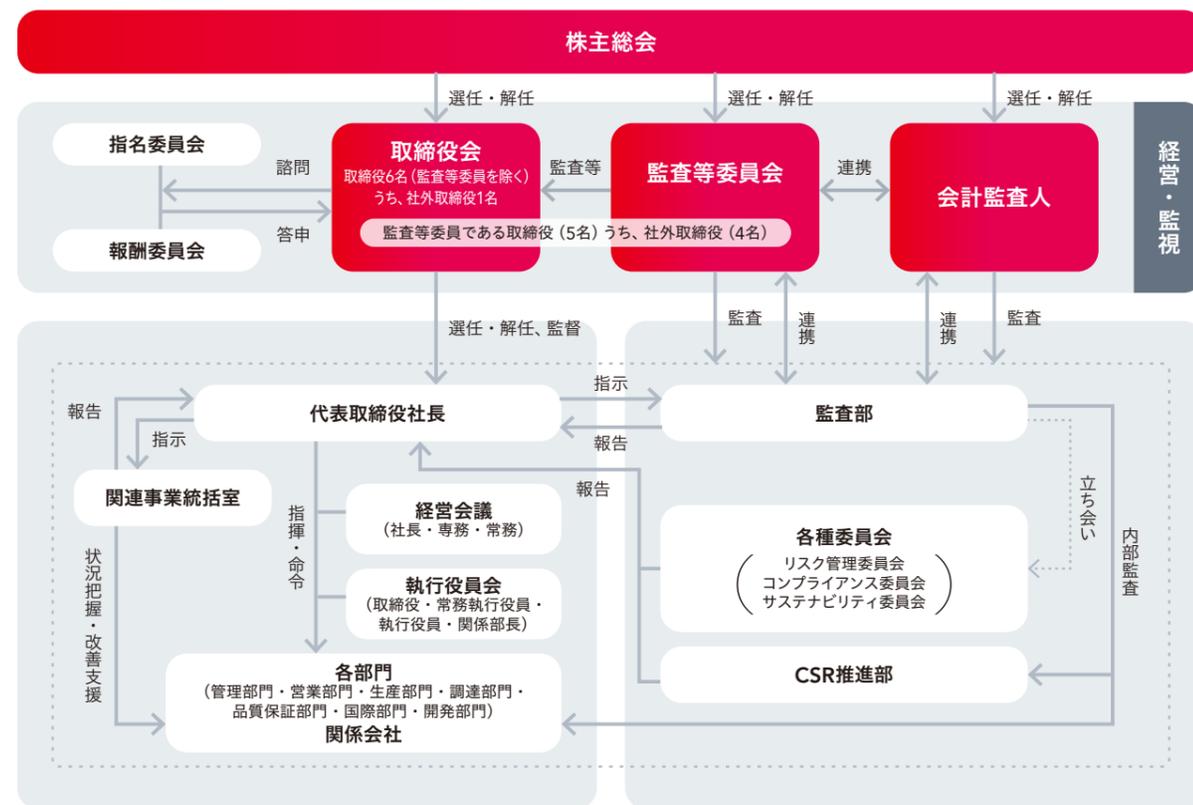
コーポレート・ガバナンス

■ 基本的な考え方

当社は、経営理念に立脚した事業活動を行う中で、株主をはじめとするさまざまなステークホルダーからの信頼を高めるとともに、迅速・果敢かつリスクを勘案した意思決定を行える体制を構築し、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図り、経営の最重要課題の一つとして、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組めます。

■ 体制 (2023年6月27日現在)

2017年から監査等委員会設置会社へ移行し、取締役会の監督機能の向上および経営の意思決定の迅速化を図っています。取締役会は監査等委員である取締役5名を含む11名で構成され、そのうち5名が社外取締役です。また、経営の効率化、業務執行の強化を目的として常務執行役員制度および執行役員制度を導入しています。さらに、取締役会の諮問機関である指名委員会および報酬委員会を設置し、取締役の選解任と報酬決定プロセスについて客観性と透明性の確保を図る体制としています。なお、両委員会の委員長は、社外取締役より選任することとしています。



■ スキル・マトリックス

当社の取締役に求められる人物像については、コーポレートガバナンス・ガイドラインにて定め、全体のバランス、多様性、規模の適正化を図っています。各取締役の知識・経験・能力等を表すスキルとしては「企業経営」「グローバル」「法務・リスクマネジメント」「財務・会計」「営業・マーケティング」「開発」「生産」「品質保証」を挙げて以下のスキル・マトリックスを策定しています。

	氏名	スキル								専門性
		企業経営	グローバル	法務・リスクマネジメント	財務・会計	営業・マーケティング	開発	生産	品質保証	
代表取締役社長	山木 一彦	○		○		○				
代表取締役専務	仲野 隆久					○	○		○	農学博士
常務取締役	道津 信夫			○			○			
常務取締役	望月 敦	○	○			○		○		
取締役	富取 隆浩			○	○					
社外取締役	平野 伸一	○				○				
取締役 常勤監査等委員	加藤 栄一			○					○	
社外取締役 常勤監査等委員	藤永 敏	○	○	○						
社外取締役 監査等委員	末吉 永久			○						弁護士
社外取締役 監査等委員	末吉 互			○						弁護士
社外取締役 監査等委員	氏原 亜由美			○	○					公認会計士
常務執行役員	小山 真一							○		
常務執行役員	中野 正明		○			○				
常務執行役員	青木 巧					○				

■ コーポレート・ガバナンス強化の変遷



コーポレート・ガバナンス

取締役会の実効性評価

当社は、2016年度より各取締役による自己評価と、監査等委員会や社外取締役の意見を踏まえ、取締役会の実効性について分析・評価してきましたが、その実効性を高めるため、2023年4月に、外部機関による評価(アンケートとヒアリング)を導入しました。

評価項目：1. 取締役会構成と運営、2. 経営戦略と事業戦略、3. 企業倫理とリスク管理、4. 経営陣の評価と報酬、5. 株主等との対話

今年度評価結果	前年度課題への取り組みと改善状況	今年度課題と改善策
取締役会の基本的な運営や、政策保有株式に係る保有適否の検証プロセスや内部統制システムの監督など、コーポレート・ガバナンスの基盤を支える事項を中心に、実効性は総じて確保されているものと判断されました。	前年度に認識された以下の課題については、取締役会メンバー間での理解共有と、議案選定・議論深化の取り組みが奏功し、相応に改善していることが認められました。 ●中長期の経営方針についての議論の深掘りやコーポレート・ガバナンス（サステナビリティ）の議論 ●海外事業の拡大にあたってのリスク認識と、その対応に関する議論	さらなる高度化へのステップとして、ガバナンスの最新潮流や、より大局的視野で戦略の議論を深める観点から、以下に係る議論活性化が必要と認識されました。 1. 全体最適視点での経営資源配分（事業ポートフォリオマネジメント） 2. 人材戦略の在り方の適切な監督（経営戦略と一体的な議論） 3. 上記の活発な議論を支える、取締役会の「多様性」についての継続的な検討

当取締役会は、これらの課題への対応として、既に取り組みを開始しているDXも勘案しながらアクションプランを検討し、その着実な推進を監督します。そして次年度以降も実施していく取締役会実効性評価のPDCA機能を通じ、中長期的視野から実効性のさらなる向上へ取り組みます。

役員報酬

役員報酬の決定に関する基本方針

当社は、2021年2月25日開催の取締役会において役員報酬の決定方針を決議しており、以下の基本方針を定めています。

- 役員報酬制度は、企業価値の継続的な向上を可能とするよう、中長期的な業績向上への貢献意欲を高める目的で設計する。
- 役員報酬は、株主総会で決議された報酬総額の限度内において、監査等委員を除く取締役の報酬については社外取締役が過半数を占め、かつ、社外取締役が委員長を務める報酬委員会での審議を経て取締役会で決定し、監査等委員である取締役の報酬については監査等委員の協議により決定する。
- 各取締役の報酬は、従業員給与の最高額を基礎に役別報酬基準額を求め、世間水準及び会社業績、本人貢献度、従業員給与とのバランス等を総合的に考慮の上決定し、支給する。

役員報酬決定のプロセス

役員報酬の決定にあたっては、客観性と透明性の確保を図るため、取締役会の諮問機関である報酬委員会が原案について決定方針との整合性を含め多角的に審議したうえで取締役会に答申し、取締役会がその答申を尊重して個人別の報酬額等を承認する体制としています。

取締役（監査等委員を除く）の報酬体系

報酬の種類	水準	報酬の割合
固定報酬	業績、従業員の質上げ状況、本人貢献度、役員在任期間、従業員基準額、役員間格差、世間相場などを総合的に勘案	80%未満
業績連動報酬	●賞与 連結営業利益の業績目標に対する達成度と親会社株主に帰属する当期純利益の業績目標に対する達成度を足して二等分したものを全体の達成度とし、前記の方針に基づいて算出した賞与額を乗じて総合的に支給額を決定。ただし、達成度が100%超となった場合でも、算出した賞与額は超えないものとする。 ●業績連動型株式報酬 毎事業年度の業績目標の達成度等に応じて算出されるポイントが付与され、取締役の退任後に付与されたポイントの累積値に応じて当社株式等の交付等が行われる。 (P.45 ポイント算出式参照)	賞与比率20%以上、業績連動型株式報酬は報酬総額の10%を基準

ポイント算定式：(役位別に定める株式報酬額÷本信託による当社株式の平均取得単価)×業績連動係数※

※業績連動係数は、各事業年度における連結営業利益および親会社株主に帰属する当期純利益の目標達成度に応じて、0～200%の範囲で決定する。

監査等委員である取締役の報酬体系

監査等委員である取締役の報酬については固定報酬のみを支給することとし、個別報酬額については監査等委員である取締役の協議により決定します。

取締役の報酬等の総額（2022年度実績）

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額（百万円）				対象となる 役員の員数（人）
		基本報酬	業績連動報酬		退職慰労金	
			賞与	非金銭報酬等		
取締役（監査等委員を除く）	239	155	45	39	—	8
（うち、社外取締役）	10	7	2	—	—	1
取締役（監査等委員）	65	65	—	—	—	5
（うち、社外取締役）	48	48	—	—	—	4

政策保有株式

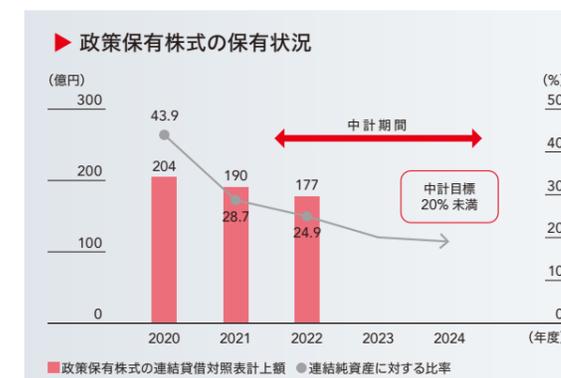
基本的な考え方

当社は、実効的なコーポレート・ガバナンスを実現することで、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指しています。そのために、業務提携、資金調達、原材料の安定調達、販売政策などの経営戦略の一環として、株式を保有することによるリスクやリターンも踏まえたうえで、取締役会が必要と判断する企業の株式を保有する方針です。保有する政策保有株式については、毎年、取締役会において、個別銘柄ごとに、定量的(営業取引の状況、配当利回り等)および定性的(取引関係の円滑な推進等)な観点から検証を行い、保有継続の意義があるかを確認しています。

目標と進捗

当社は現中期経営計画において、2025年3月末までに政策保有株式の連結純資産比率を20%未満まで縮減することを目指しており、その方針に沿って保有意義が薄れていると判断した銘柄については発行会社と対話のうえ、売却を進めています。

2023年3月期の売却実績は3億4百万円(10銘柄)となり、2023年3月期末時点で当社が保有する政策保有株式の連結貸借対照表計上額の合計は177億77百万円となり、連結純資産額713億71百万円の24.9%です。



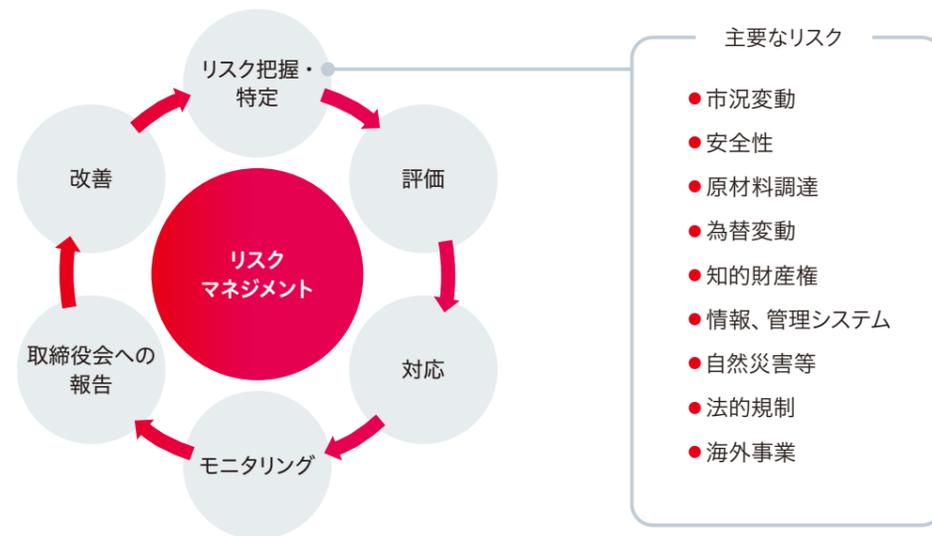
リスクマネジメント・コンプライアンス

リスクマネジメント

当社は事業活動にかかわる潜在的な重大リスクを適切に把握して平時のリスク発生の予防に努めるとともに、経営的危機が発生した場合には当社グループの資産を保全し、業務の有効性、経営の効率性を高めること、当社グループの信頼性を維持することを目的として、リスクマネジメント体制を整備しています。

重要リスクの特定とモニタリング体制

当社は2021年まで、グループの各部署がそれぞれリスクの特定と評価を行うボトムアップ型でのリスクマネジメント活動を行っていましたが、2022年度にトップダウン型の活動に変更しました。これは事業活動にかかわる全社リスクについて定量的、定性的な評価を実施するとともに、各リスクの該当部署を特定し、取締役会への報告を経て、各部署でのマネジメント活動を行うものです。活動に対するモニタリングは、総務担当取締役を委員長とし、当社および関係会社から選出された委員によるリスク管理委員会において行われ、定期的に取り締役に報告される体制としています。



メディアトレーニングの実施

2022年度にはリスクマネジメント活動の一環として、経営的危機への対応を想定したメディアトレーニングを実施しました。トレーニングは外部企業の協力のもと、危機対策本部会議訓練と模擬記者会見の2回にわけて行われ、オンラインを含めた52名が参加しました。振り返りでは有事への備えの重要性を出席者が確認するとともに、トレーニング後には関係するマニュアルの見直しを行いました。

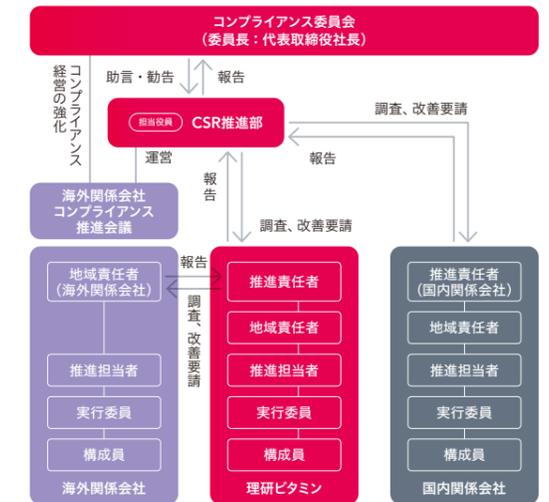


模擬記者会見の様子

コンプライアンス

体制

当社グループでは、コンプライアンス実践の基準として「行動規範」を定め、代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置し、コンプライアンス経営の強化とコンプライアンス実践の定着を図っています。また、各部署には、コンプライアンスの推進責任者や実行委員を配置し、コンプライアンス活動の実践やコンプライアンス意識の維持・向上を図っています。海外関係会社においては、コンプライアンス経営を強化するため、海外関係会社コンプライアンス推進会議にて、現地のコンプライアンス学習会の運営状況や他社のコンプライアンス違反の事例について、CSR推進部およびグループ会社の全般的な管理・指導を行う部署である関連事業統括室と共有し、子会社間の連携を強化しています。



教育・啓発

当社グループでは、各職場のコンプライアンス実行委員を中心に「コンプライアンス学習会」を定期的に開催しています。「コンプライアンス・プログラム ハンドブック」(2021年4月改訂版・日本語、英語、中国語、マレーシア語、スペイン語で発行)を配布して、コンプライアンス意識の向上を図っています。そのほか、CSR推進部によるコンプライアンス研修や「コンプライアンス通信」(隔月発行)、「コンプライアンス便り」(毎月発行)、「コンプライアンス学習会用資料」(日本語、英語、中国語、マレーシア語、スペイン語で発行)といった教材提供を行い、学習会の活性化によるコンプライアンス意識の向上に努めています。海外関係会社においても、年間4回以上を原則として職場のグループ単位で学習会を開催し、行動規範の読み合わせ等で当社グループのコンプライアンスの在り方を再度徹底しています。また、「行動規範の浸透状況」、「各職場のコンプライアンス課題」、「職場でのコンプライアンス学習会の運営状況」などを把握して今後のコンプライアンス推進活動の参考とするために、グループ全従業員を対象とした「コンプライアンスアンケート調査」を毎年実施しています(2022年度回答率：95.9%)。

内部通報制度

当社グループでは、ハラスメントやコンプライアンス違反等の相談ができる、「企業倫理ホットライン」を設置しています。専用電話やメール、封書による「社内受付窓口」のほか、専用ウェブサイト・電話による「社外受付窓口(日本/海外)」を設置しています。海外事業所の従業員に向けても、英語、中国語、マレーシア語、インドネシア語、スペイン語で受け付ける等、利用しやすい環境を整えています。また、相談者が相談したことによって不利益な扱いを受けないよう、社内規定で定めています。

通報件数、懲戒処分件数の実績は以下のとおりです(対象範囲：理研ビタミングループ)。

	内容	2020年度	2021年度	2022年度
通報件数	ハラスメント	5	5	5
	職場環境	5	0	2
	その他	2	0	2
懲戒処分件数	けん責・減給	0	0	0
	出勤停止・降職・降格	0	1	0
	論旨退職・懲戒解雇	0	0	0

役員一覧

1 山木 一彦

代表取締役社長

1983年4月 当社入社
 2003年4月 加工用食品営業第4部長
 2006年7月 当社執行役員
 2008年4月 天然エキス調味料事業推進部長
 2010年6月 当社取締役
 業務用食品営業本部長
 2014年6月 当社常務取締役
 2016年6月 当社代表取締役社長(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回

2 仲野 隆久

代表取締役専務

管理部門(総務・人事)、事業戦略部門、品質保証部門担当

1985年4月 当社入社
 2004年4月 ヘルスケア部長
 2006年7月 当社執行役員
 2012年6月 当社取締役
 2014年6月 ヘルスケア事業部長
 2017年6月 事業戦略推進部長
 2022年6月 当社常務取締役
 2023年6月 当社代表取締役専務(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回

3 道津 信夫

常務取締役

管理部門(法務)、調達部門、ヘルスケア事業部門担当

1985年4月 当社入社
 2009年6月 食品改良剤開発部長
 2014年7月 当社執行役員
 2019年6月 当社常務執行役員
 2022年6月 当社取締役
 2023年6月 当社常務取締役(現任)
 取締役会出席回数：11回/11回

4 望月 敦

常務取締役

国際事業部門、化成系事業部門担当

1985年4月 当社入社
 2004年1月 RIKEN VITAMIN EUROPE GmbH社長
 2010年7月 国際事業部長
 2014年6月 国際事業本部長
 2014年7月 当社執行役員
 2018年4月 第2生産本部長
 2019年6月 当社常務執行役員
 2020年7月 加工用食品グローバルマーケティング部長
 2021年10月 国際営業統括部長
 2022年6月 当社取締役
 2023年6月 当社常務取締役(現任)
 取締役会出席回数：11回/11回

5 富取 隆浩

取締役

経営戦略部門、管理部門(CSR推進・経理・システム)担当

1988年4月 (株)第一勧業銀行入行
 2009年4月 (株)みずほ銀行新川支店長
 2012年4月 同行大阪中央支店長
 2014年4月 同行営業a店業務第八部長
 2017年4月 同行執行役員
 福岡支店長兼福岡第一部兼同第二部長
 2019年4月 みずほ総合研究所(株)専務執行役員
 2021年4月 当社入社
 2021年6月 当社取締役(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回

6 平野 伸一

社外取締役

1979年4月 朝日麦酒(株)
 (現 アサヒグループホールディングス(株))入社
 2011年7月 アサヒビール(株)常務取締役営業本部長
 2013年3月 同社専務取締役営業本部長
 2015年3月 同社取締役副社長
 2016年3月 同社代表取締役社長
 2020年1月 ギグワークス(株)社外取締役(現任)
 2020年6月 新晃工業(株)社外取締役監査等委員
 2021年6月 当社社外取締役(現任)
 2022年6月 新晃工業(株)社外取締役(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回

7 加藤 栄一

取締役 常勤監査等委員

1983年4月 当社入社
 2010年11月 品質保証部長
 2014年6月 品質保証本部長
 2014年7月 当社執行役員
 2021年6月 当社取締役 常勤監査等委員(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回
 監査等委員会出席回数：15回/15回

8 藤永 敏

社外取締役 常勤監査等委員

1985年4月 武田薬品工業(株)入社
 2002年10月 同社医薬国際本部プロダクトマネジメント部
 プロダクトマネジャー
 2009年1月 武田ファーマシューティカルズ・
 アジアPte.Ltd.副社長
 2012年4月 武田ファーマシューティカルズ
 (アジアパシフィック)Pte.Ltd.副社長
 2015年4月 武田薬品工業(株)経営企画部主席部長
 2015年6月 当社社外監査役
 2017年6月 当社社外取締役 常勤監査等委員(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回
 監査等委員会出席回数：15回/15回



9 末吉 永久

社外取締役 監査等委員

2001年10月 弁護士登録
 弁護士法人さくら総合法律事務所入所
 2014年10月 千葉簡易裁判所民事調停官
 2015年6月 当社社外監査役
 2016年4月 向井法律事務所入所(現任)
 2017年6月 当社社外取締役 監査等委員(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回
 監査等委員会出席回数：15回/15回

10 末吉 互

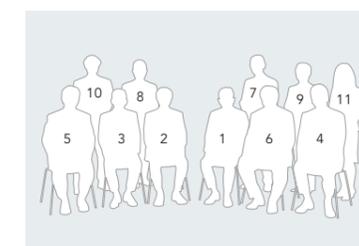
社外取締役 監査等委員

1983年4月 弁護士登録 森綜合法律事務所
 (現 森・濱田松本法律事務所)入所
 2007年4月 末吉綜合法律事務所(現 潮見坂綜合法律事務所)開設
 同事務所パートナー
 2014年7月 文部科学省文化審議会著作権分科会委員
 2016年6月 日立キャピタル(株)(現 三菱HCキャピタル(株))社外取締役
 2020年1月 KTS法律事務所開設 同事務所パートナー(現任)
 2021年6月 当社社外取締役 監査等委員(現任)
 2023年6月 三菱地所(株)社外取締役(現任)
 取締役会出席回数：14回/14回
 監査等委員会出席回数：15回/15回

11 氏原 亜由美

社外取締役 監査等委員(新任)

1984年4月 ブラザー工業(株)入社
 1994年3月 監査法人伊東会計事務所入所
 2000年4月 金融証券検査官として東海財務局入局
 2003年7月 中央青山監査法人入所
 2006年8月 あらた監査法人
 (現 PwCあらた有限責任監査法人)入所
 2015年7月 同所パートナー
 2022年7月 氏原亜由美公認会計士事務所所長(現任)
 2023年3月 ヤマハ発動機(株)社外監査役(現任)
 2023年5月 かがやき監査法人社員(現任)
 2023年6月 当社社外取締役 監査等委員(現任)
 (株)マキタ社外取締役 監査等委員(現任)



10カ年財務・非財務サマリー

2021年度の期首から「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しています。

	単位	2013年度	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
経営成績											
売上高	百万円	85,419	85,603	88,072	87,181	89,515	89,024	82,974	77,722	79,231	88,750
営業利益	百万円	5,027	4,610	6,007	6,820	5,424	4,580	5,307	1,367	5,840	7,158
経常利益	百万円	5,294	4,645	5,321	6,248	4,587	4,388	5,045	1,652	6,182	7,723
親会社株主に帰属する当期純利益又は純損失 (△)	百万円	3,590	3,755	4,107	4,089	4,800	2,623	△ 8,933	△ 1,618	21,582	6,414
財政状態											
総資産	百万円	102,345	114,049	109,030	109,342	110,994	109,706	101,853	106,535	102,660	105,223
純資産	百万円	67,253	76,036	74,341	53,611	58,919	59,229	46,789	46,674	66,539	71,371
キャッシュ・フロー											
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	6,908	5,941	8,377	8,126	5,753	6,689	5,850	7,660	6,823	7,835
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 3,578	△ 5,690	△ 6,389	△ 3,080	△ 1,617	△ 3,388	△ 4,282	△ 2,322	△ 3,661	△ 2,034
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 861	△ 1,222	△ 3,140	△ 1,881	△ 5,869	△ 2,490	△ 3,051	△ 180	△ 7,565	△ 4,578
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	15,106	14,578	13,154	16,207	14,488	15,157	13,604	18,655	15,064	16,656
1株当たり指標											
1株当たり当期純利益又は1株当たり当期純損失 (△)	円	81.18	84.91	93.22	127.50	146.94	80.04	△ 272.48	△ 49.36	657.98	195.51
1株当たり純資産額	円	1,507.47	1,705.66	1,677.13	1,670.30	1,783.14	1,792.07	1,411.87	1,407.47	2,027.84	2,174.39
1株当たり配当金	円	25.00	30.00	33.00	33.00	35.50	40.50	42.00	42.00	46.00	59.00
配当性向	%	30.8	35.3	35.4	25.9	24.2	50.6	—	—	7.0	30.2
財務指標											
自己資本比率	%	65.1	66.1	67.7	48.5	52.7	53.5	45.5	43.3	64.8	67.8
自己資本当期純利益率 (ROE)	%	5.7	5.3	5.5	6.4	8.6	4.5	—	—	38.3	9.3
株価収益率 (PER)	倍	14.5	24.3	21.5	15.8	14.0	21.9	—	—	2.5	9.8
非財務指標 (単体)											
期末在籍従業員数	名	928	916	912	923	935	945	934	942	958	957
男女別内訳	男性	733	727	721	725	735	741	729	737	738	735
	女性	195	189	191	198	200	204	205	205	220	222
GHG 排出量 (グループ)	Scope 1	—	—	—	—	—	37,052	40,315	40,096	39,901	35,245
	Scope 2 (マーケット基準)	t-CO ₂ -eq	—	—	—	—	49,402	45,921	42,082	42,122	25,628
	Scope 2 (ロケーション基準)	—	—	—	—	—	50,771	47,356	43,474	44,537	41,968
廃棄物等総排出量	t	4,526	3,737	4,325	4,041	3,981	3,853	3,506	3,557	3,960	4,304
食品リサイクル率	%	80.1	74.9	90.1	95.0	96.7	95.7	94.7	92.2	93.5	94.5
水使用量	千立米	—	441	451	464	422	400	381	386	374	383

(注)当社は、2020年4月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の株式分割を行っています。
上記1株当たり指標は当該株式分割後の水準で記載していますので、ご注意ください。

株式情報 / 会社情報

(2023年3月31日現在)

■ 株式基本情報

発行可能株式総数：160,000,000株

発行済株式総数：33,705,100株

株主総数：24,998名

上場証券取引所：東京証券取引所 プライム市場

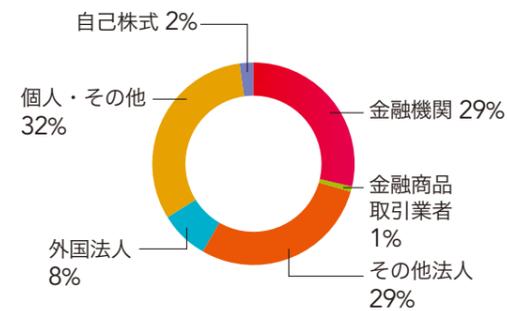
証券コード：4526

単元株式数：100株

株主名簿管理人：三菱UFJ信託銀行株式会社

会計監査人：有限責任 あずさ監査法人

■ 株主構成



■ 大株主の状況

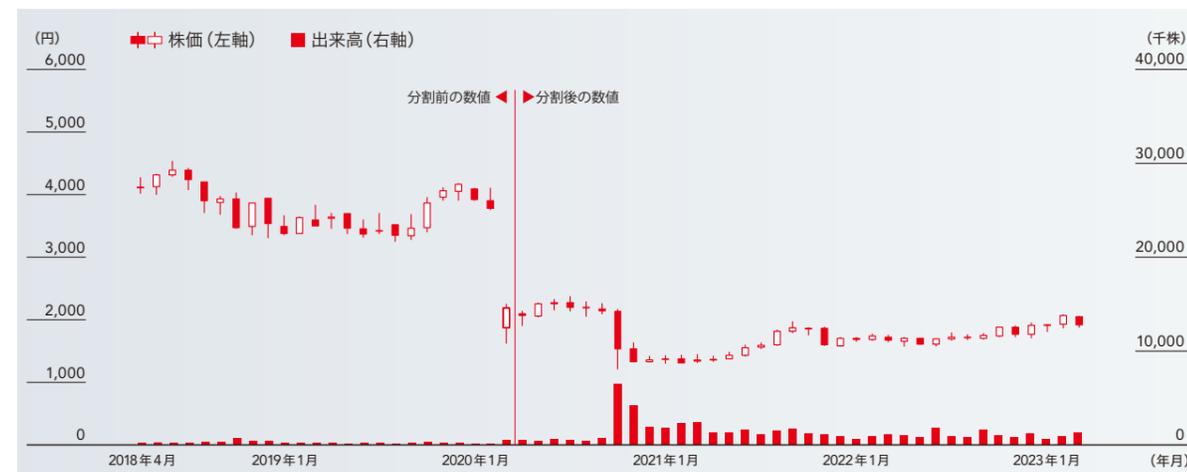
株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
理研ビタミン取引先持株会	3,192	9.67
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	2,061	6.24
キッコーマン株式会社	1,986	6.02
株式会社みずほ銀行	1,732	5.25
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (ミヨシ油脂株式会社退職給付信託口)	1,080	3.27
三菱 UFJ 信託銀行株式会社	841	2.54
株式会社三菱 UFJ 銀行	738	2.23
住友生命保険相互会社	726	2.20
株式会社安藤・間	703	2.13
理研ビタミン社員持株会	699	2.11

※当社は、自己株式708千株を保有していますが、上記大株主から除いています。

なお、自己株式708千株には、役員報酬BIP信託および株式付与ESOP信託が保有する当社株式184千株は含まれていません。

※持株比率は、自己株式を控除して計算しています。

■ 株価・出来高の推移



■ 会社概要

商号	理研ビタミン株式会社
本社所在地	〒160-0004 東京都新宿区四谷一丁目6番1号
設立年月	1949年8月
資本金	25億3,700万円
従業員数	957名 (連結1,848名) 2023年3月31日現在
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
事業所	本社、大阪支店、札幌支店、仙台支店、北関東支店 (群馬県)、 名古屋支店、福岡支店、草加工場、千葉工場、東京工場、京都工場、大阪工場、 プレゼンテーションセンター、アプリケーション&イノベーションセンター https://www.rikenvitamin.jp/corporate/info/domestic/
関連会社	(国内) 理研食品株式会社、株式会社健正堂、新研産業株式会社、 サニー包装株式会社、栄研商事株式会社 (海外) 天津理研維他食品有限公司、理研維他精化食品工業 (上海) 有限公司、 理研維他亜細亜股份有限公司、リケビタ・マレーシア、リケビタ・シンガポール、 リケビタ・インド、リケビタ・トルコ、理研ビタミンヨーロッパ、 ガイモン・エクストラクツ、理研ビタミン USA https://www.rikenvitamin.jp/corporate/info/overseas/



▶ 理研ビタミン企業情報サイト

<https://www.rikenvitamin.jp/corporate/>

IR情報やサステナビリティ情報に加え、
理研ビタミンの企業活動全般を
網羅的に紹介しています。





東京都新宿区四谷一丁目6番1号
<https://www.rikenvitamin.jp/>

