



理研ビタミン株式会社

証券コード：4526

2023年度 第2四半期 決算説明会

2023年11月22日

1. 2023年度第2四半期業績

2. 2023年度通期の見通し

- **売上高は2.3%増の446億円
営業利益は29.2%増の45億円**
- **売上高・営業利益・経常利益は2Q時点の過去最高を更新**
- **国内食品事業が業績を牽引
海外事業は前年の反動や世界的な景気減速の影響で苦戦**

各段階利益は期初予想に対し大幅に上振れ

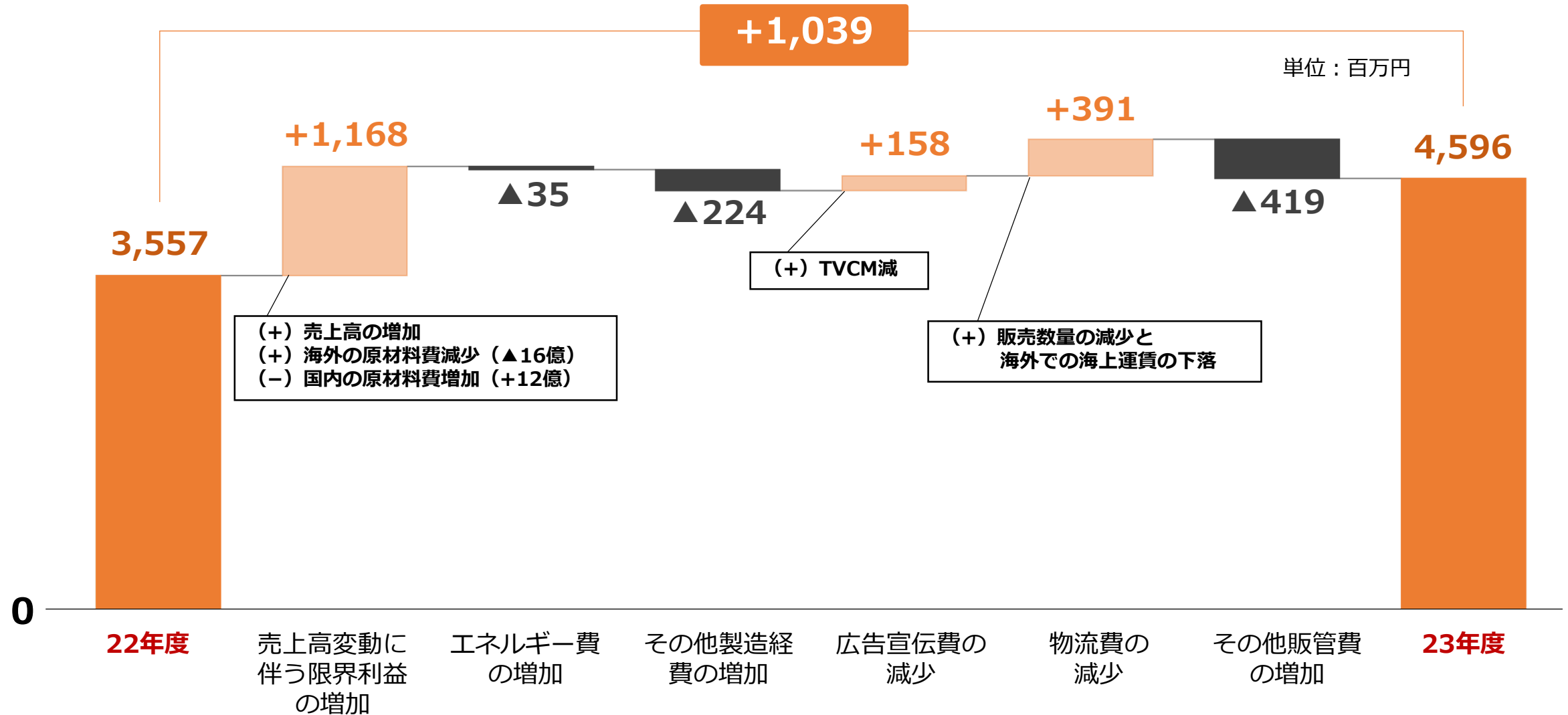
単位：百万円

	2022年度 第2四半期	2023年度 第2四半期	前年同期比		期初予想 (5/12)	期初予想比 増減額
			増減額	増減率		
売上高	43,631	44,613	+982	+2.3%	45,500	▲886
営業利益	3,557	4,596	+1,039	+29.2%	3,200	+1,396
営業利益率	8.2%	10.3%	+2.1pt		7.0%	+3.3pt
経常利益	4,149	5,220	+1,071	+25.8%	3,400	+1,820
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,146	3,667	+521	+16.6%	2,600	+1,067

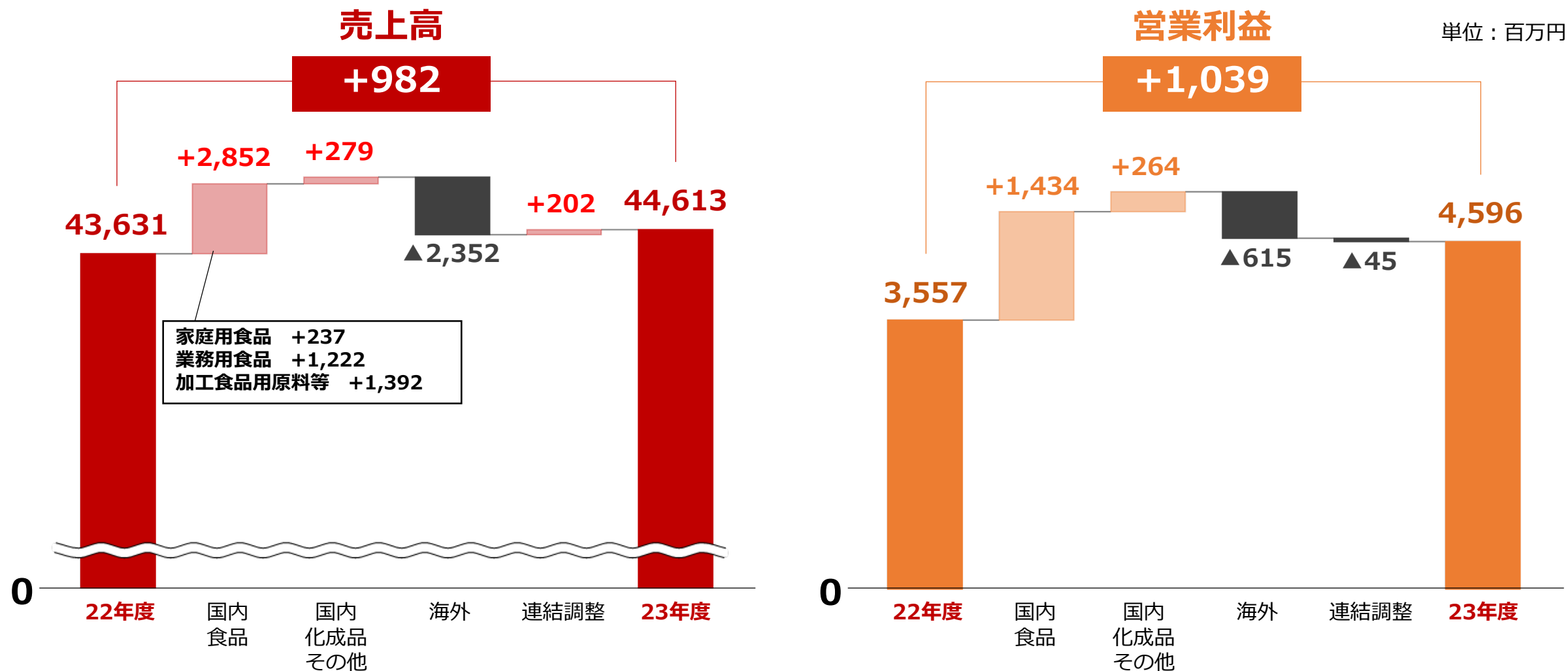
為替影響額：売上高+510百万円、営業利益+53百万円

期中平均レート：2022年度2Q 135円/\$、2023年度2Q 142円/\$

営業利益の要因別増減



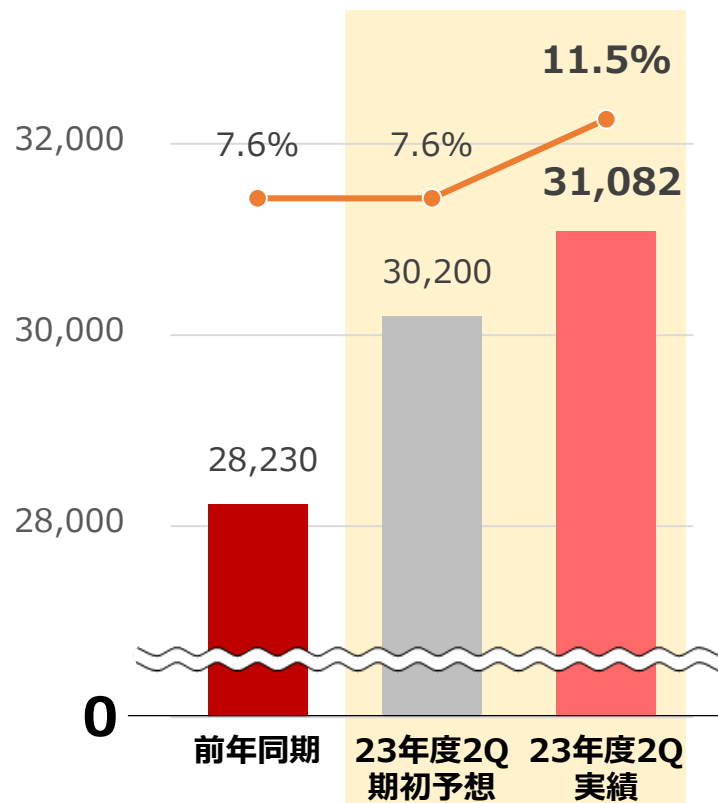
売上高・営業利益とも国内食品事業が牽引



各セグメントで期初予想に対し営業利益率が上振れ

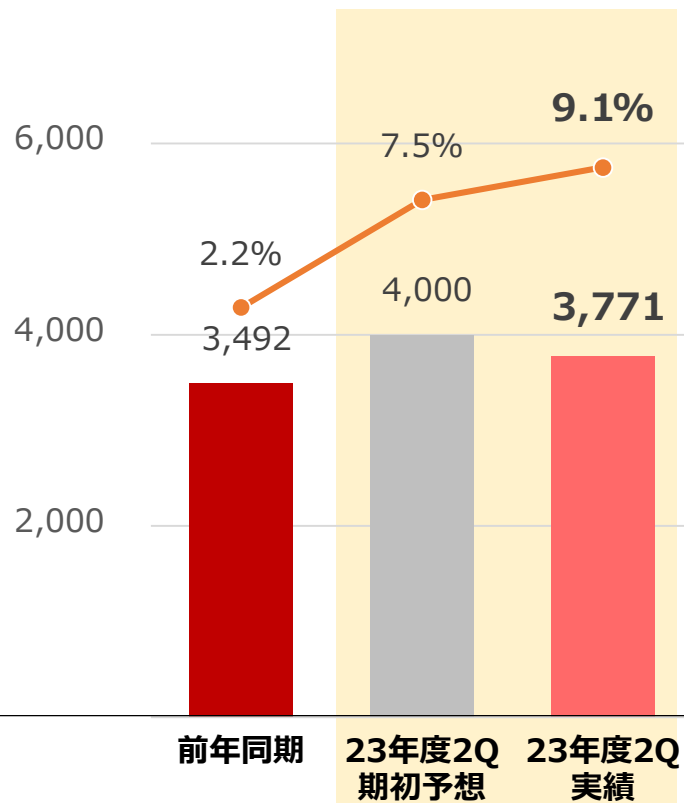
■ 売上高 (百万円) ● 営業利益率

国内食品事業



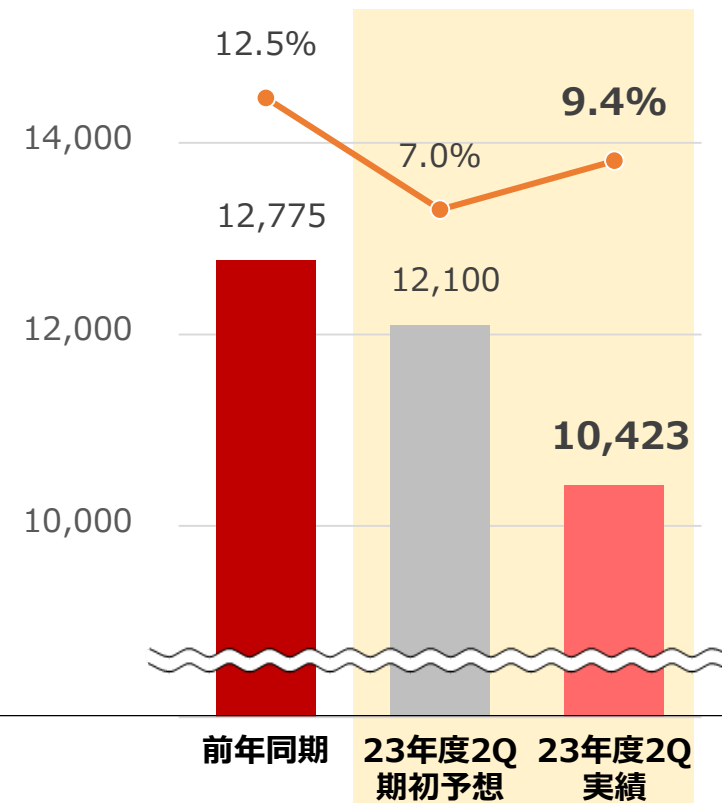
- 外食需要回復、家庭用ヒット商品
- 販管費の減少

国内化成品その他事業



- 業界の需要低迷が数量に影響
- 価格改定効果の発現

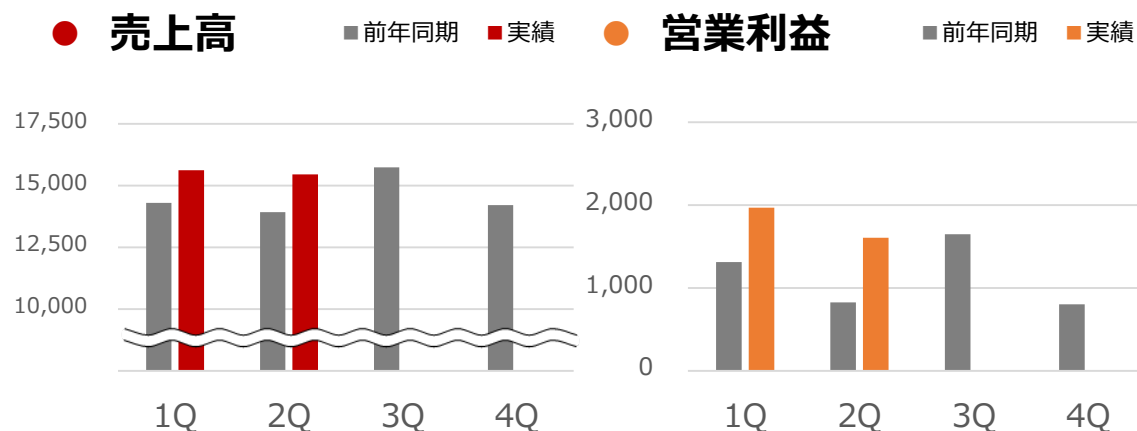
海外事業



- 前年同期の反動で大幅な減収
- 利益率は期初想定より維持

国内食品事業：増収増益

単位：百万円	2022年度2Q	2023年度2Q
売上高	28,230	31,082
営業利益	2,140	3,575



- すべてのサブセグメントで増収増益
- 外食産業向けの販売数量増加などにより業務用食品の業績が伸長
- 4月のTVCMスポット投下の見送りに伴い広告宣伝費が減少

家庭用食品

単位：百万円	2022年度2Q	2023年度2Q
売上高	6,368	6,606

【主要ブランド別概況】

リケンのノンオイル



金額：減少
数量：減少

徳用品は健闘も
190mlが不調

ふえるわかめちゃん



金額：減少
数量：減少

前年の価格改定が
数量に強く影響

わかめスープ



金額：微減
数量：減少

前年の価格改定が
数量に強く影響

ふりかけるザクザクわかめ



昨年9月
全国発売開始

販売好調が続き
売上を牽引

素材力だし



金額：微増
数量：減少

価格改定効果で
販売金額は微増

中華百選



金額：増加
数量：増加

節約志向を捉え
販売好調

業務用食品

単位：百万円	2022年度2Q	2023年度2Q
売上高	9,416	10,639

【販売先業態別概況】

● 外食／給食向け

インバウンドの回復などを受け
外食産業向け需要が好調に推移
新商品※が業務用加工食品ヒット賞
(主催：日本食糧新聞社) を受賞
※インドカレー屋さんの謎ドレッシング (P25参照)



● CVS向け

人流の回復でCVS利用者が増加
海藻製品が販売好調を維持し増収



● 加工食品メーカー向け

中食・即食業界の好調を受けて
調味料や改良剤の販売が伸長
栄養強化食品の市場が拡大



加工食品用原料等

単位：百万円	2022年度2Q	2023年度2Q
売上高	12,445	13,837

【製品群別概況】

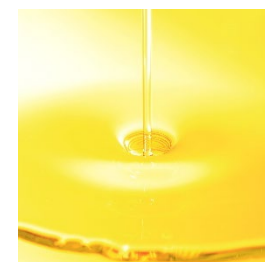
● 乳化剤関連

価格改定効果で利益率改善
製パン業界、油脂業界向けなどで
需要が好調に推移



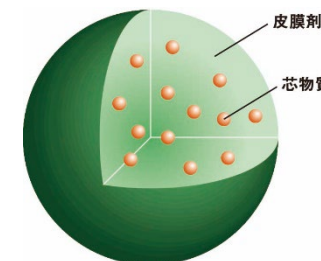
● ビタミンE (酸化防止)

価格改定効果で販売金額は伸長も
販売数量は減少



● ヘルスケア商品

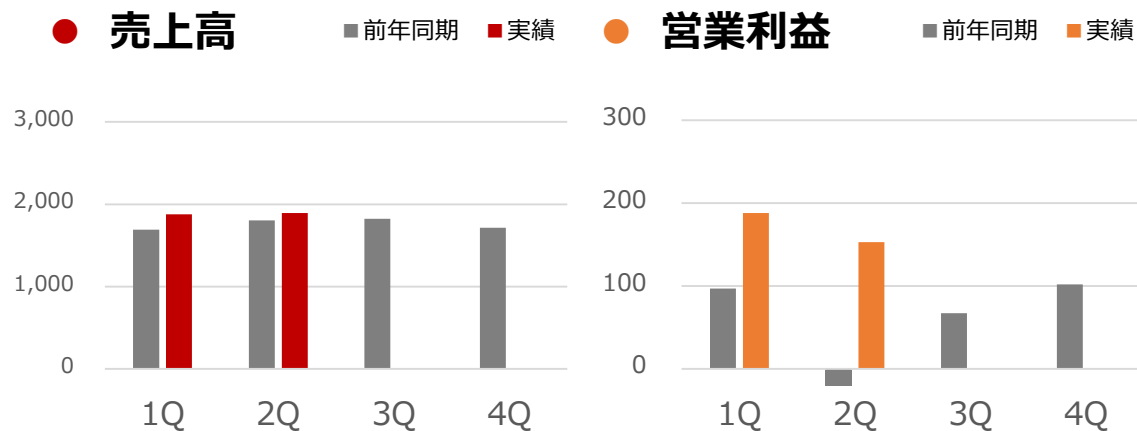
マイクロカプセルの販売が好調
クロセチンなどの機能性食品用原料は
前年同期並みで堅調に推移



国内化成品その他事業：増収増益

単位：百万円

	2022年度2Q	2023年度2Q
売上高	3,492	3,771
営業利益	77	342



行動制限の解除に伴う外出機会や
ホテルなどでのパーティー機会の増加

業務用食品包装ラップの消費増



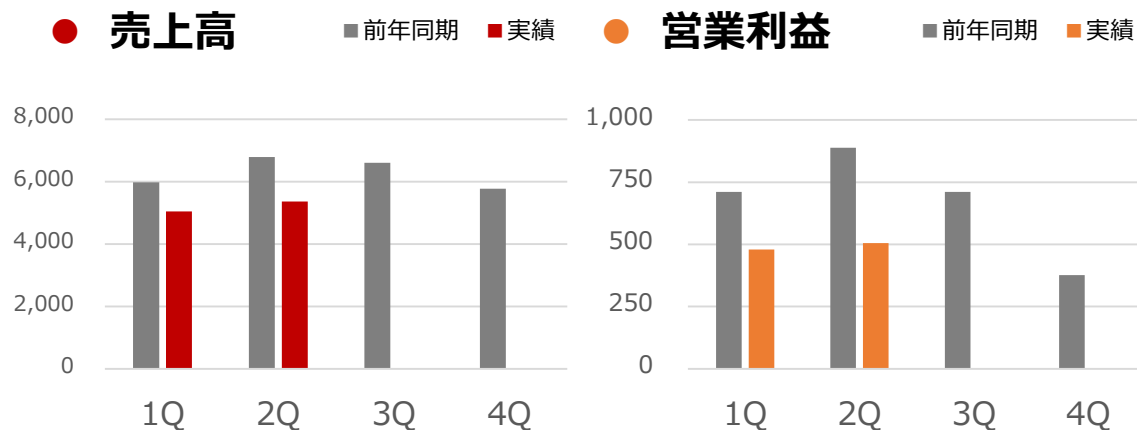
土木建材向け、自動車用部品向けなどは需要低迷続く

- 前期中に強く進めた価格改定の効果が発現
利益率はコロナ以前の水準まで回復
- 食品包装ラップ向けの需要は堅調に推移
それ以外の業界では需要低迷が長期化
- 全体の販売数量は前年同期を下回る

海外事業：減収減益

単位：百万円

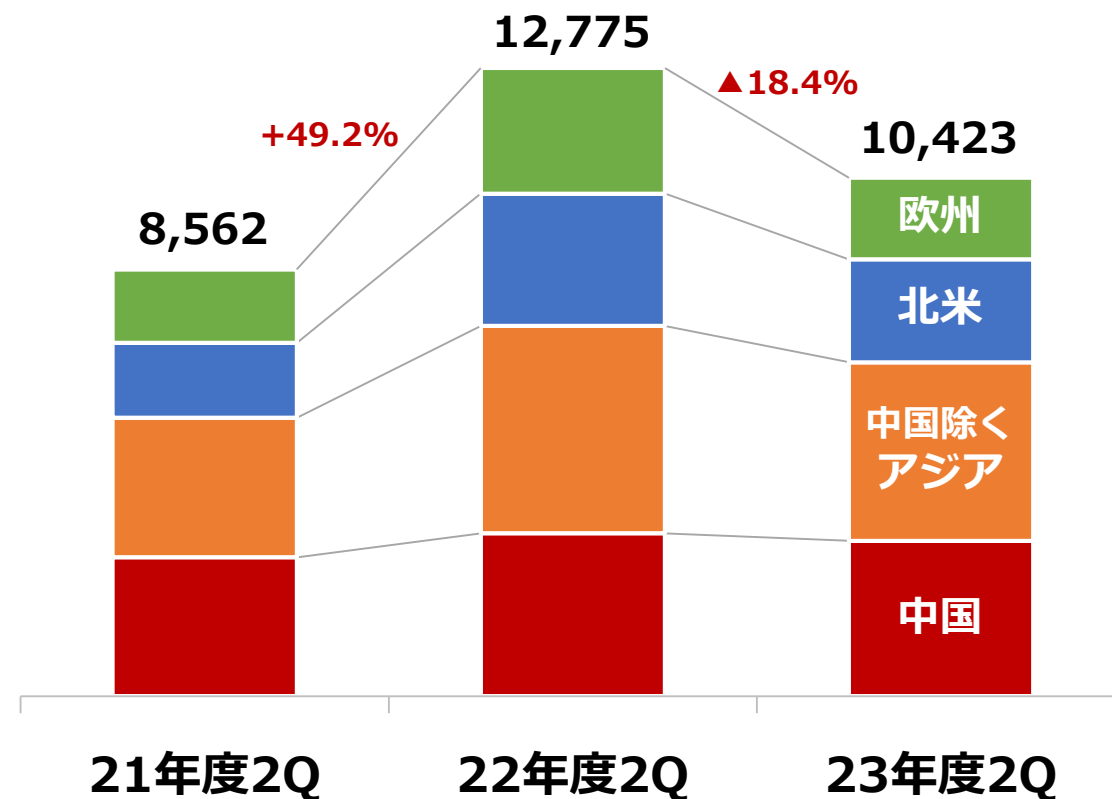
	2022年度2Q	2023年度2Q
売上高	12,775	10,423
営業利益	1,599	984



- ウクライナ侵攻などに伴う供給不安から特需となった前期から一転、需要低迷
- 欧米の景気減速の影響がアジア諸国に波及
- 利益率は前年を下回るも、営業努力や物流費の減少で一昨年以前より高い水準をキープ

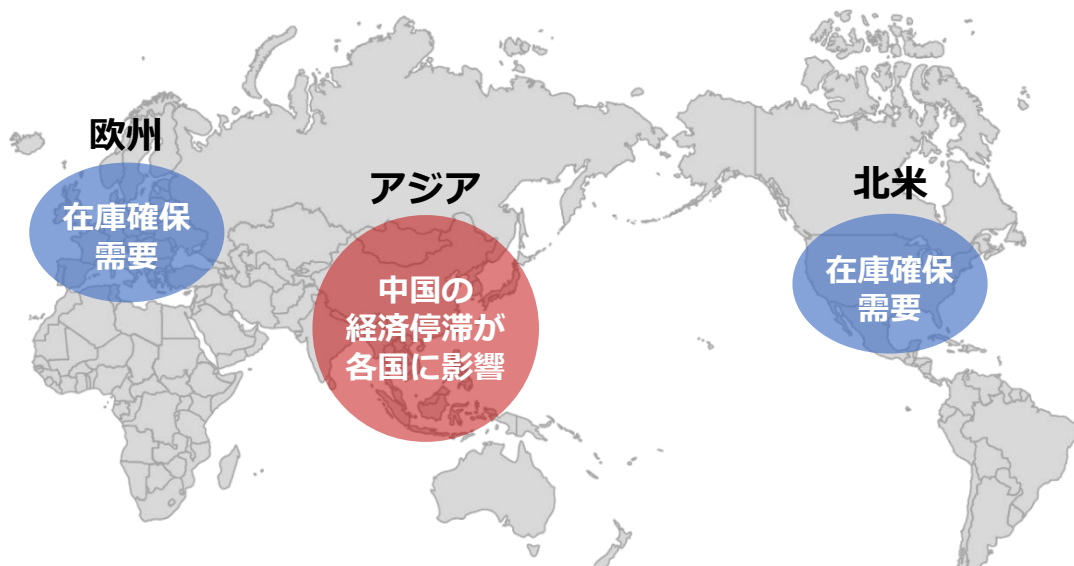
■売上高推移とエリア別内訳

単位：百万円



- 22年度は値上げと一過性の特需で売上拡大
- 23年度は原料相場下落に伴う値下げに加え欧州・北米を中心に前年の反動を受け売上縮小

2022年度上期



- ロシアのウクライナ侵攻による原材料の供給不安
- 新型コロナウイルスの影響による港湾労働者やコンテナ不足
- 中国での断続的なロックダウン



市場環境

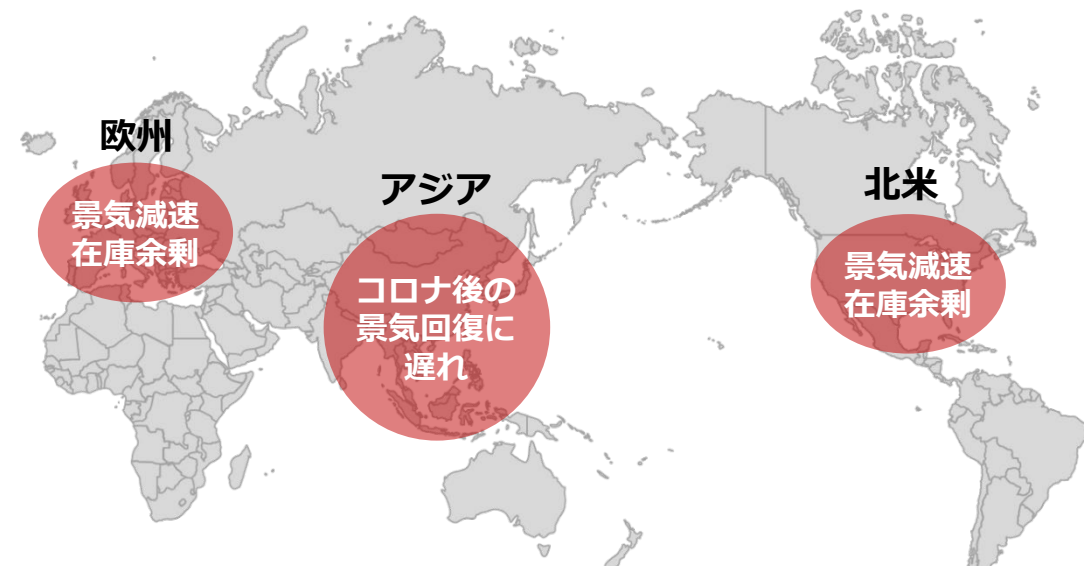
顧客は事態収束後の経済再開を見据え
多少価格が高くても物資の確保を優先

当社への 影響

価格改定交渉がスムーズに決着
欧米向けの販売数量が増加



2023年度上期



- ウクライナ侵攻の長期化、コロナ後の景気回復の遅れ
- 世界的な金融引き締めによる景気減速
- 欧米の購買力低下に伴うアジア輸出産業の停滞



市場環境

顧客は在庫圧縮のため買い控え
市場全体の荷動きが鈍化

当社への 影響

欧米向けの販売数量が減少
高付加価値品の需要減少

法人税等の増加が四半期純利益に影響

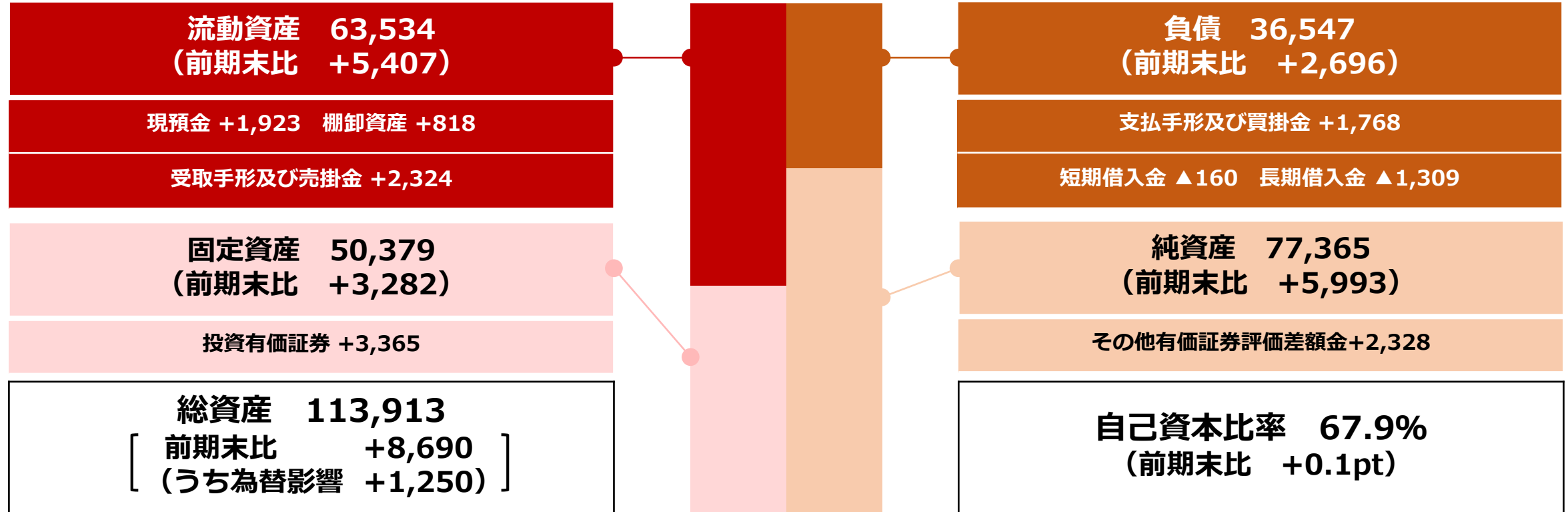
単位：百万円

	2022年度 第2四半期	2023年度 第2四半期	前年同期比	主な増減要因（前期比）
営業利益	3,557	4,596	+1,039	
営業外収益	715	724	+8	
営業外費用	123	99	▲23	
経常利益	4,149	5,220	+1,071	
特別利益	103	78	▲24	投資有価証券売却益の減少（▲93）
特別損失	27	118	+90	
税引前利益	4,225	5,181	+955	
法人税等	1,077	1,511	+434	負担税率が29.2%に上昇（+3.7pt）
非支配株主に帰属する 当期純利益	1	2	+0	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,146	3,667	+521	

為替影響を除くと総資産は実質74億円増加

- 国内売上の増加と、期末が休日だった影響で売掛金・買掛金が増加
- 株価上昇により投資有価証券の評価額が+33億円

単位：百万円



フリー・キャッシュ・フローが21億円増加

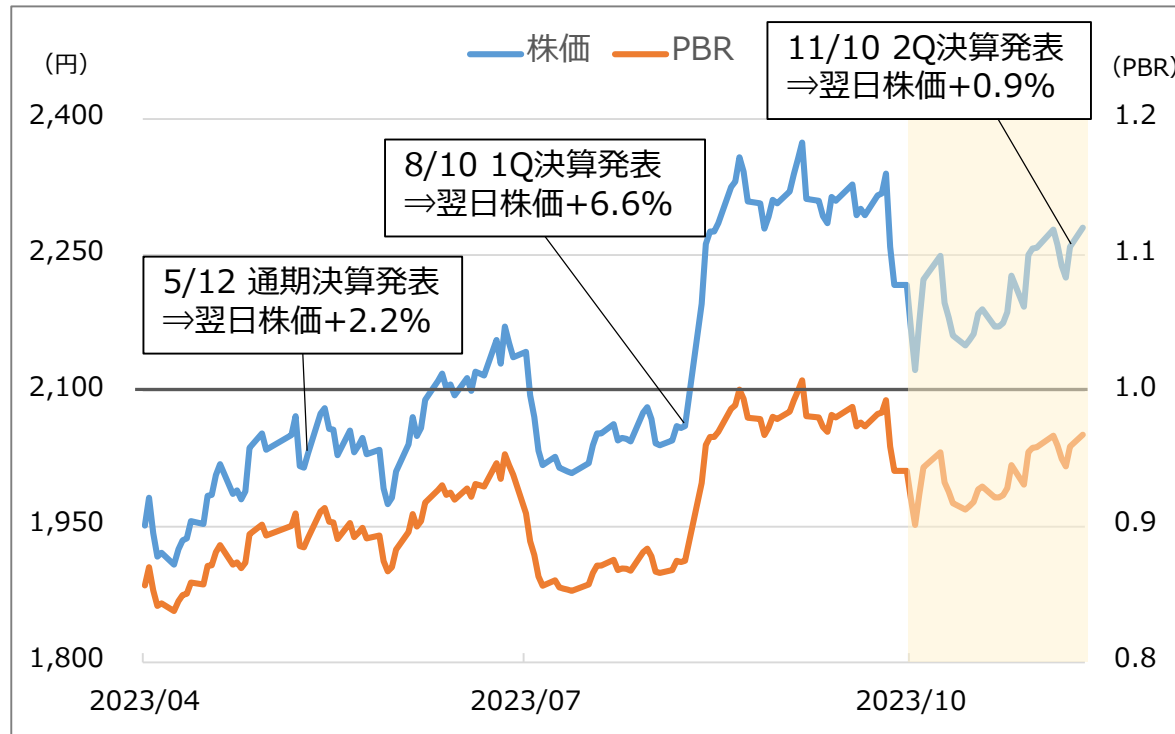
- 油脂相場の下落により棚卸資産が前年同期より減少
- 通期の設備投資額は前期より増額予定も、上期の支払額は少額

単位：百万円

	2022年度 第2四半期	2023年度 第2四半期	前年同期比	主な科目
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,098	4,649	+1,550	税金等調整前四半期純利益 5,181 棚卸資産の増減額 ▲614 法人税等の支払額又は還付額 ▲1,011
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,285	▲729	+556	有形固定資産の取得による支出 ▲754
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲2,343	▲2,673	▲330	長期借入金の返済による支出 ▲1,309
現金及び現金同等物の四半期末残高	15,143	18,490	+3,346	

1Q決算発表後、PBR水準は上昇も長続きせず

当社株価とPBRの推移



- 2023年9月7日、年初来高値2,378円 (PBR1.01倍)
- 2023年9月末は2,217円 (PBR0.94倍) まで低下

株価変動の要因分析

- 1Q発表後、一時PBRが1.0超え
⇒1Q営業利益が過去最高、今期達成確度が上昇
- ただし長続きせず
⇒成長性、ガバナンスは改善余地が残る

企業価値向上に向けた取り組み

- 資本コストを上回る資本収益性を確保と認識
…通期ROE見込みは8.8%
- 当社の強みと事業の成長性についての理解向上
…統合報告書を用いた対話を下期実施
- ガバナンスの改善を継続
…政策保有株式縮減を着実に実行していく

1. 2023年度第2四半期業績

2. 2023年度通期の見通し

- **通期予想は各段階利益を上方修正
営業利益は前期比+5.4億の77億円を目指す**
- **国内食品事業は上期業績の上振れを踏まえ上方修正も
下期は食品原料の高騰が利益を圧迫**
- **年間配当は2円増配の61円**

前期比で増収増益予想に転換

- 売上高は海外事業の販売数量減少などを受け下方修正
- 営業利益は上期実績の上振れを踏まえ上方修正
ただし下期の営業利益率は上期に比べ低下する見込み
- ROEは中計最終年度の目標値8%を上回る

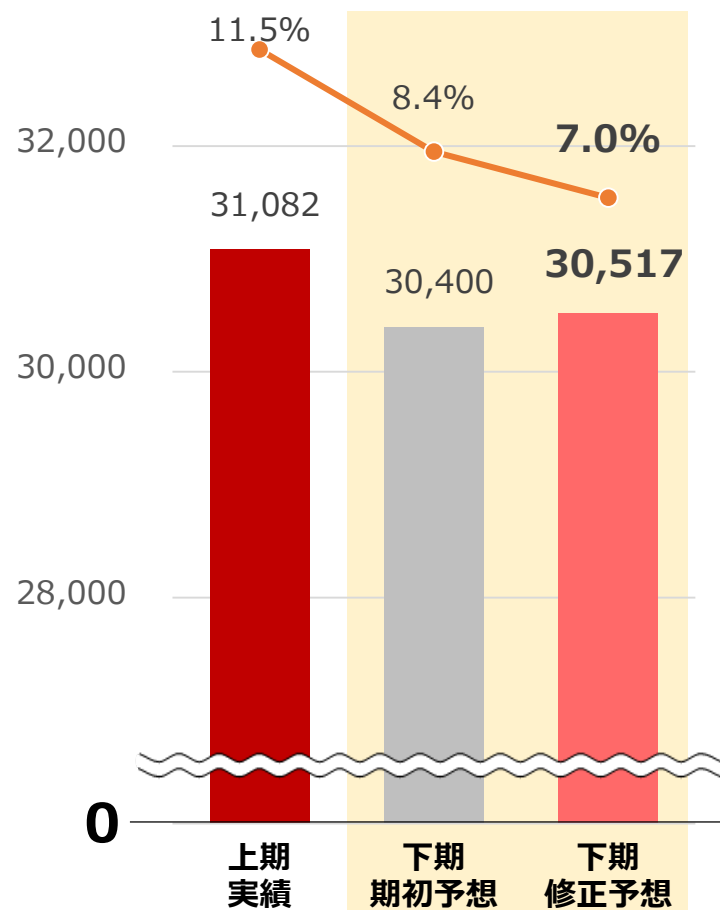
単位：百万円

	2022年度 実績	2023年度 修正予想	前期比		2023年度 期初予想	期初予想比 増減額
			増減額	増減率		
売上高	88,750	90,600	+1,849	+2.1%	92,000	▲1,400
営業利益	7,158	7,700	+541	+7.6%	6,800	+900
営業利益率	8.1%	8.5%	+0.4pt		7.4%	+1.1pt
経常利益	7,723	8,500	+776	+10.1%	7,200	+1,300
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,414	6,600	+185	+2.9%	5,600	+1,000
ROE	9.3%	8.8%	▲0.5pt		7.7%	+1.1pt

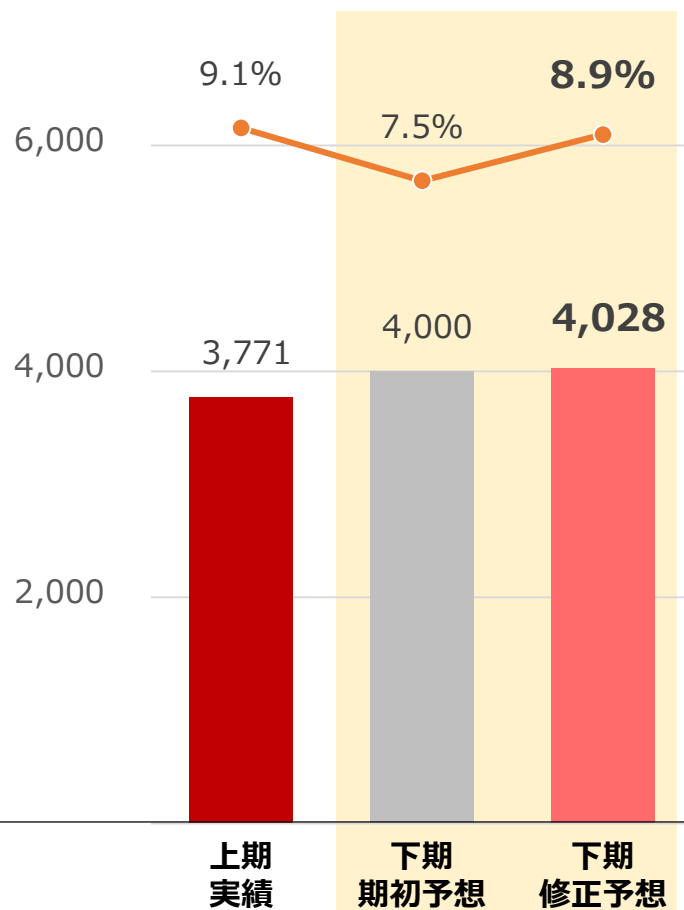
下期は国内食品事業が苦戦する見通し

■ 売上高 (百万円) ● 営業利益率

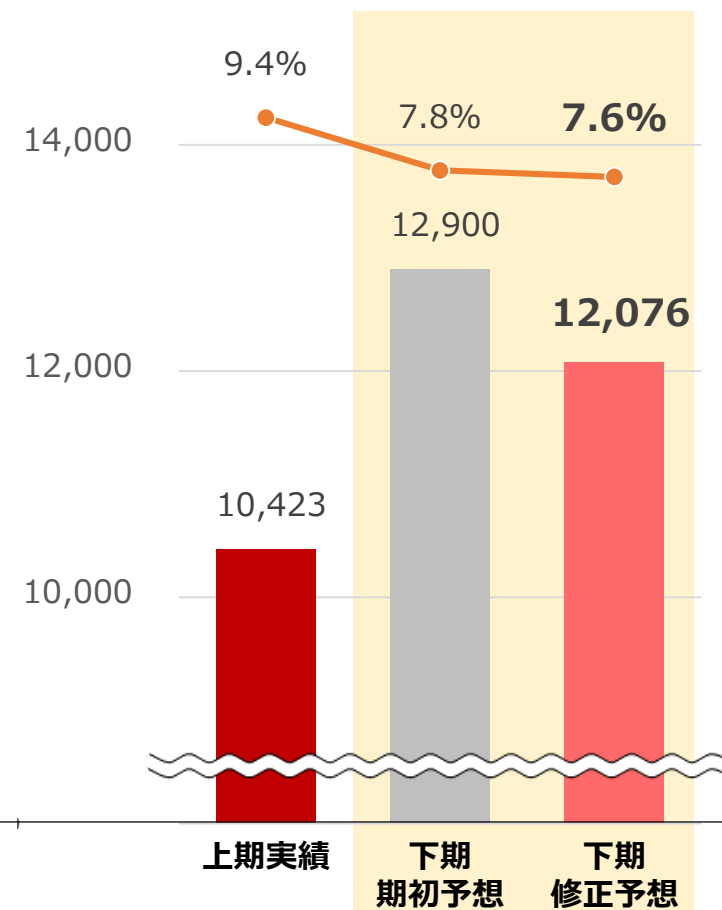
国内食品事業



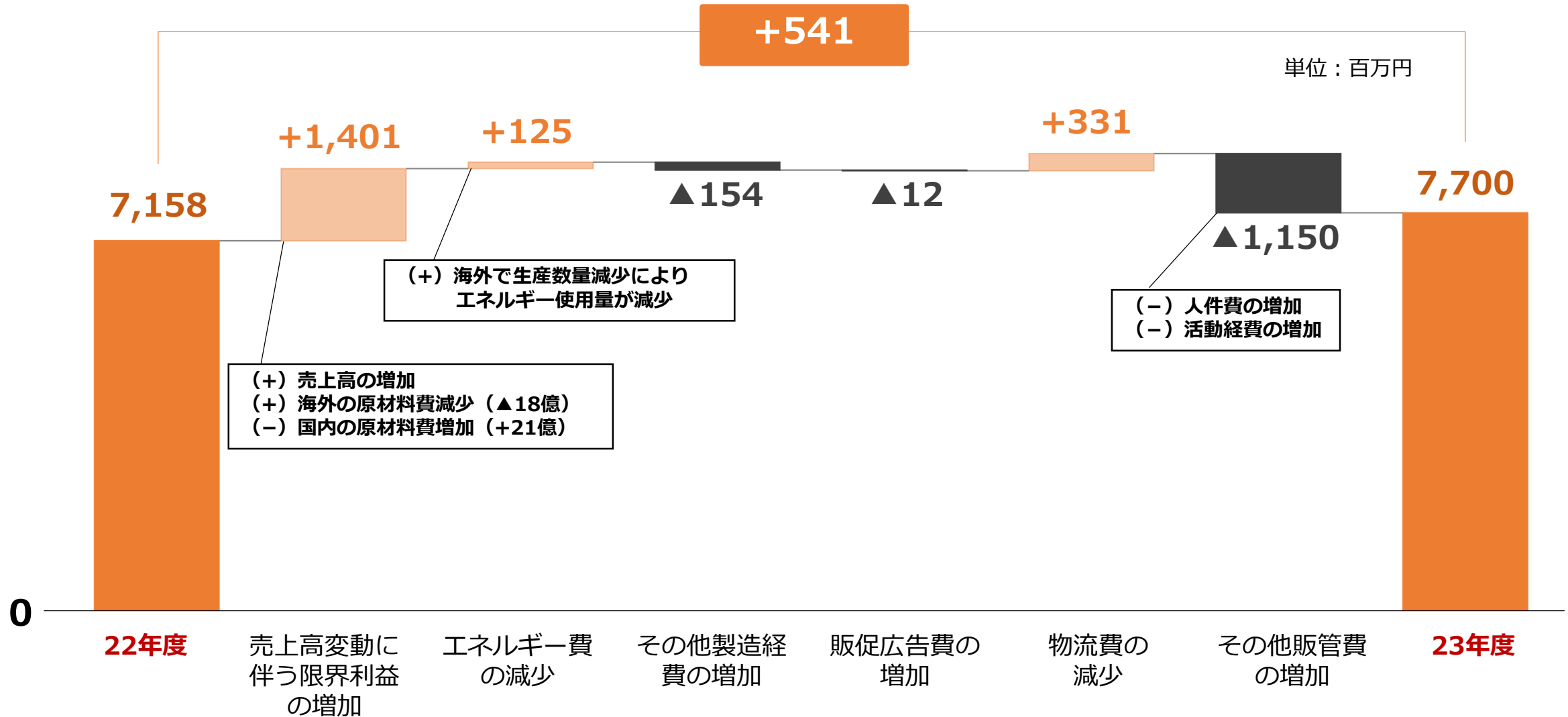
国内化粧品その他事業



海外事業



営業利益の要因別増減予想



家庭用食品

単位：百万円	2022年度	修正予想	期初予想
売上高	12,727	13,200	13,000

- 売上高は上期の上振れ分を織り込みやや上方修正
- 2月にわかめ関連商品とレトルト商品の価格改定を予定

「わかめスープ」SNS広告

- 食卓の品数不足、彩り不足、栄養不足など日常生活の困りごとの解決に役立つわかめスープの商品価値をイラストで説明
- 常備食として継続的な需要を創出



人気イラストレーター 五月女ケイ子さん描き下ろしイラスト

「素材力だし®」YouTube広告

- 子育て世代向けのYouTube広告を展開食塩無添加の特長を訴求
- 新商品「七素材の旨みだし」の広告には子育てインフルエンサーを起用



◀ 「七素材の旨みだし」特設サイト

既存品YouTube広告▼



業務用食品

単位：百万円	2022年度	修正予想	期初予想
売上高	19,588	21,100	20,300

- 売上高は外食向け需要の復調を受け上方修正
- 引き続き原料高騰への対応と不採算品の見直しを推進

冷凍海藻市場の深耕

- 外食における「だしもずく」市場を開拓わかめが続く2本目の柱に
- 人手不足の課題を抱える外食産業に簡易オペレーションのメニュー提案



▲「海藻惣菜 万能だしもずく かつお風味」

中食・即食市場向けの実績拡大

- 行動制限解除後も中食・即食市場は堅調
= コロナ禍で変化した生活スタイルが定着
- 調味料・海藻・改良剤のトータルセールスでさらなる実績拡大を図る



加工食品用原料等

単位：百万円	2022年度	修正予想	期初予想
売上高	25,870	27,300	27,300

- 売上高は期初予想並みの着地を見込む
- 価格交渉から新たな価値提案の商談にシフト

原料調達リスクへの対応

- 目下の卵不足は解消傾向も、将来的な調達リスクへの危機感はある
- 引き続き卵の機能を代替する改良剤など食品の安定生産を支える提案を継続

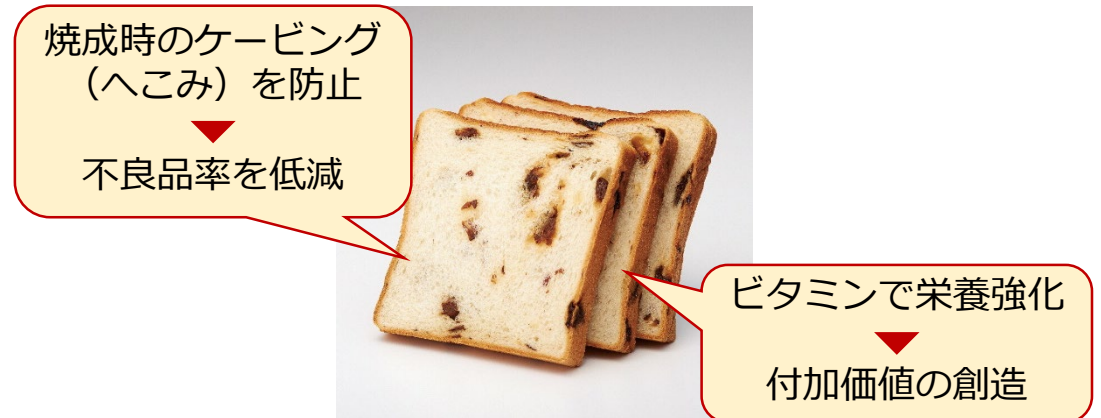
<卵の代替提案例：ケーキ生地>



環境や健康を意識した提案

- 不良品率の低減など、改良剤技術を活かしフードロス削減に貢献
- 健康意識の高まりに伴いヘルスケア商品の一般食品への提案を強化

<例：パン>



業務用と家庭用の連動販売でヒット 「インドカレー屋さんの謎ドレッシング」



ヒットの要因

- 生活者の潜在意識にあったものを具体化し共感を創出
- 独特のネーミングがSNSで話題
- 少ない流通ルートでの先行販売による希少性

発売からの流れ

- 2月 業務用商品を発売
- 3月 一部店舗で家庭用商品の先行販売を開始
- 4月 業務用商品がSNSで話題 家庭用もあると噂に
- 6月 SNSで販売店を探す投稿や購入報告の投稿が増加
- 8月 家庭用商品の全国販売を開始 発売日近辺でTV情報番組に露出
- 9月 家庭用商品の出荷数量が70万本を突破

左：業務用「野菜いっぱい インドカレー屋さんの謎ドレッシング」1L
右：家庭用「インドカレー屋さんの謎ドレッシング」190ml

健康感だけでない、新たなわかめの魅力を開拓 「ふりかけるザクザクわかめ」シリーズ

ヒットの要因

- 独自製法によるザクザク食感の実現
- 過去の失敗で得た教訓を活かしたコンセプト設定
- バイヤーへのヒアリングやテスト販売を通じた改良

日経トレンディ

「2023年ヒット商品ベスト30」

ランクイン (第25位)

発売までの流れ

「そのままサクサク食べるわかめ」発売 (2016年)
⇒わかめの健康感だけでは訴求力が弱く、失敗

やみつきになる食感と味にこだわった商品設計

バイヤーへのヒアリング結果を踏まえパッケージを改良

北海道でのテスト販売で消費者から好評

2022年9月 全国発売



韓国風ごま油風味 50g
(2022年9月発売)



食べるラー油風味 50g
(2023年2月発売)



▲そのままサクサク
食べるわかめ

国内化成品その他事業

単位：百万円	2022年度	修正予想	期初予想
売上高	7,031	7,800	8,000
営業利益	247	700	600

石油由来成分の代替提案

- 化粧品業界における脱石油由来原料の需要に対応
- バイオマス原料への切り替え提案でシェア拡大を図る



ロレアル社スカウティングイベント※ 受賞企業に選出

- 当社の化粧品向け技術と製品について、性能とサステナビリティの両面で高く評価
- 日本企業は当社含め3社が受賞
- ロレアルグループや他企業との協業に期待

※ロレアル北アジアBig Bangビューティーテック&イノベーションチャレンジ



海外事業

単位：百万円	2022年度	修正予想	期初予想
売上高	25,155	22,500	25,000
営業利益	2,688	1,900	1,850

中国

- 天津の工場増築に合わせ製剤を拡販
- 重点エリア・ユーザーを選定し営業活動の選択と集中を図る

北米

- **アプリケーションセンター新設**に向けた準備を本格化
- エキスの生産キャパ拡大を検討

日本からの技術サポート



ベーカリー向け改良剤などの提案力を強化

ヨーロッパ

- 過度な価格競争には参加しないが物量は確保できるよう慎重に交渉
- 化成品分野で安定した売上獲得へ

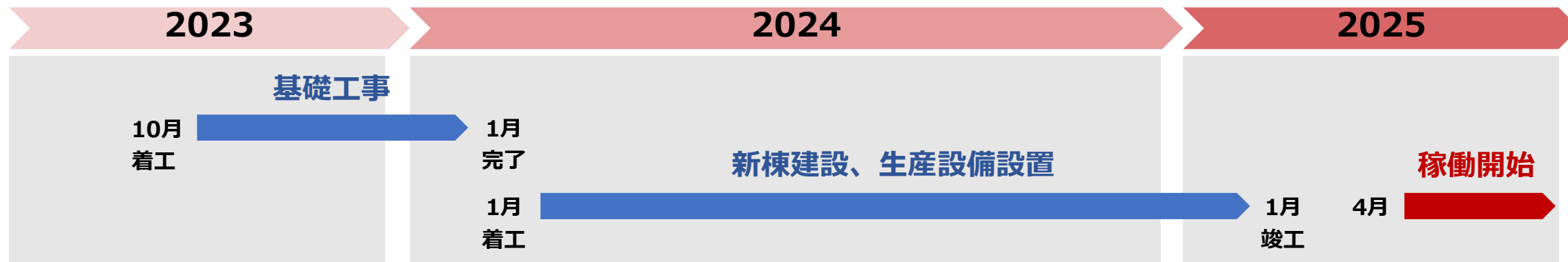
東南アジア

- タイ、ベトナムを重点市場とし営業のリソースを集中
- 高付加価値品の提案を強化

台湾・韓国

- 台湾を軸に営業活動を展開
- 改良剤を中心に高付加価値品を拡売

天津理研維他食品 食品用改良剤新工場建設



◀ 新工場
建設予定地

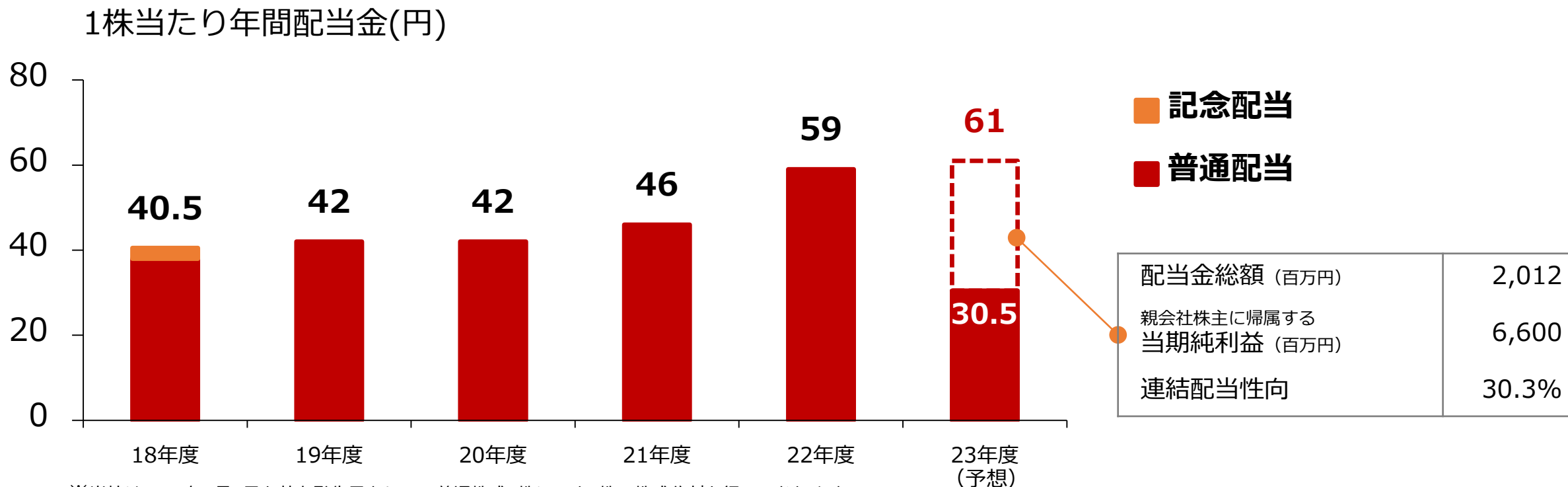


<完成予想図>

投資概要

建設予定地	300385 天津市西青経済開発区興華道24号 (天津理研維他食品有限公司内)
建築面積	約2,600㎡
最大生産能力	年間15,600t (液体9,600t、粉体6,000t)
投資総額	約22億円

期初予想から2円増配の年間61円を予定



※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おります。
上記グラフ中の1株当たり年間配当金は、株式分割後の水準で記載しています。

<配当方針>

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、**連結配当性向30%以上**を目安に安定的な配当を継続して実施

9月に日本語版、11月に英語版を公開

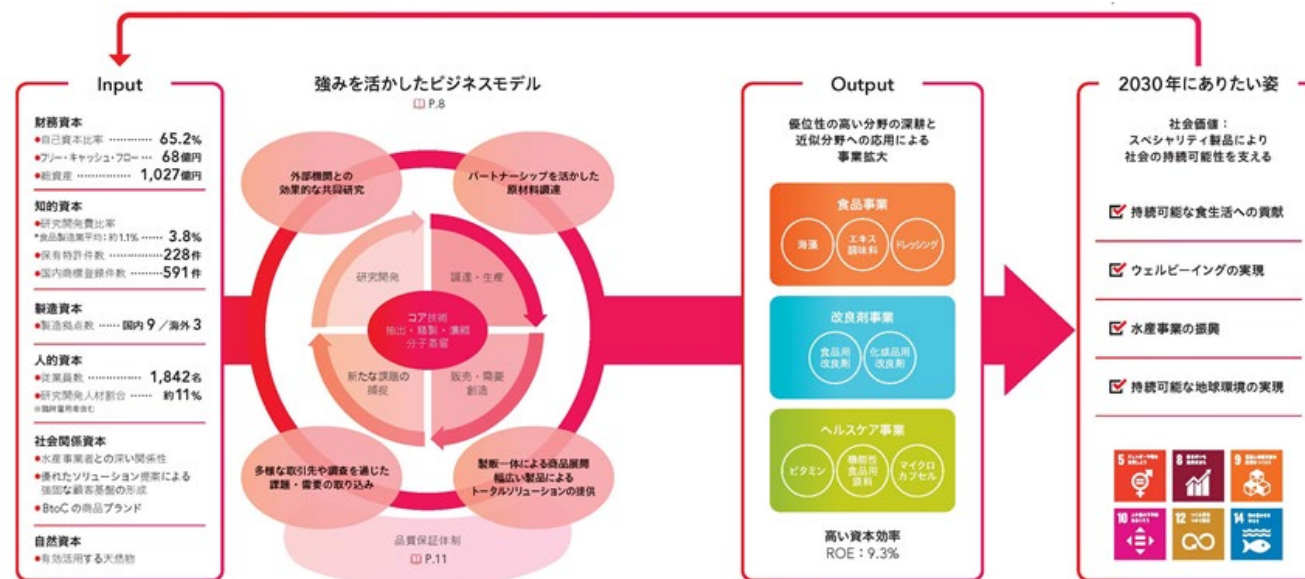
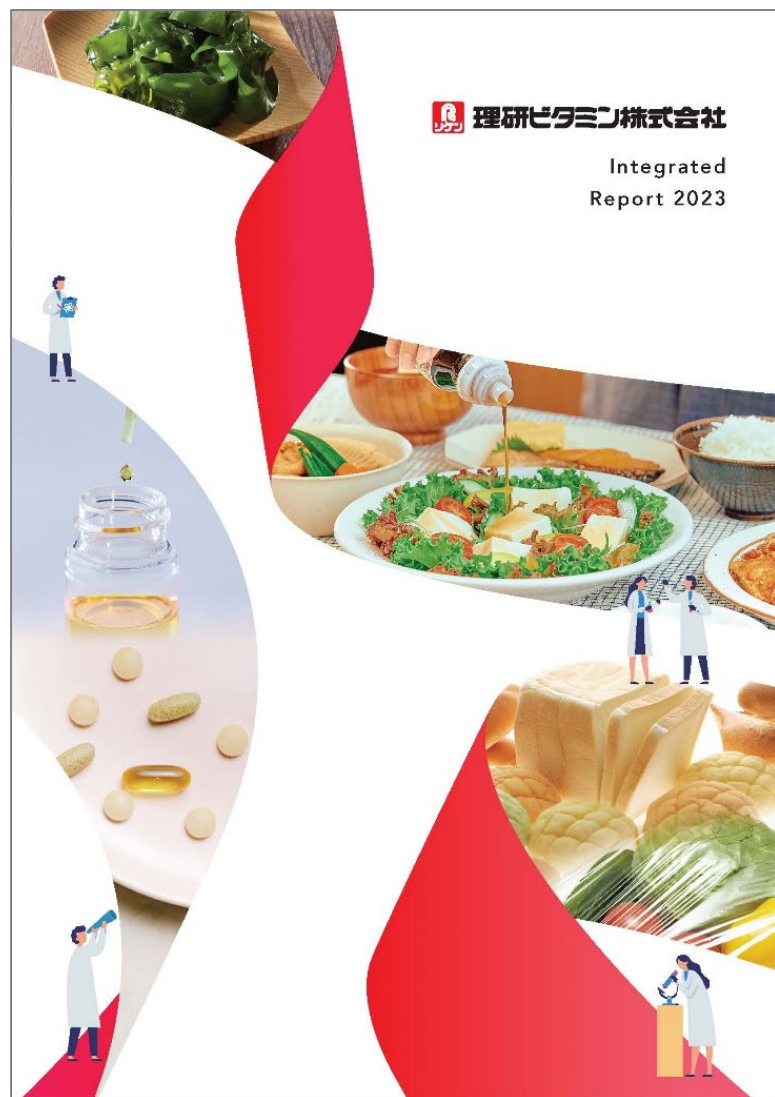
株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションツールとして発行



➤ URL : https://www.rikenvitamin.jp/corporate/ir/library/integrated_report/

<編集方針>

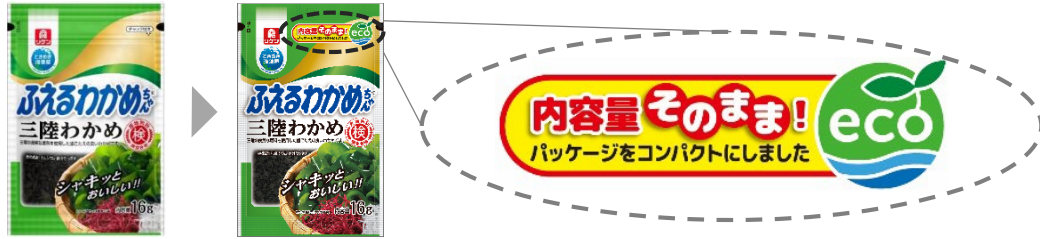
- ・ 当社グループの企業価値評価につながる財務・非財務の情報を、短期・中期・長期の視点でわかりやすく開示する
- ・ 課題も含めた当社の実状をできるだけオープンに開示する





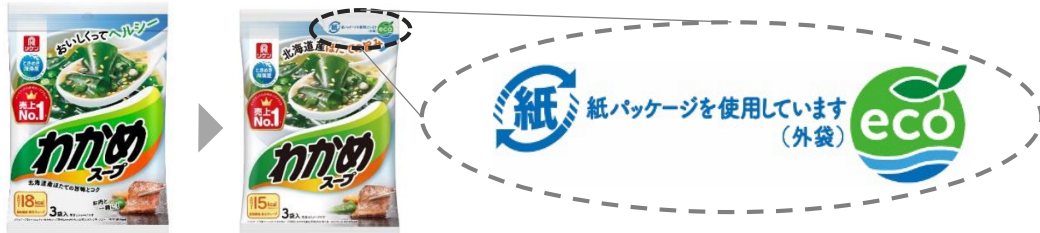
独自のecoマークを導入

- **パッケージのコンパクト化**
プラスチック使用量削減量(見込)：年間4トン



対象：「ふえるわかめちゃん」シリーズ 10品

- **外袋をプラスチックから紙パッケージに変更**
プラスチック使用量削減量(見込)：年間10トン



対象：わかめスープシリーズ 3袋入り 6品

今後、他商品にも展開予定



スジアオノリの陸上養殖で国内初のMEL認証を取得

- **マリン・エコラベル・ジャパン (MEL) 認証とは**
水産資源の持続的利用や環境や生態系の保全に配慮している漁業、養殖業の事業者と、そのような事業者からの水産物を流通・加工している事業者を認証する国際的に認められた水産エコラベル

認証概要	種類	養殖認証規格 Ver.2.0
	取得者	理研食品株式会社 (陸前高田ベース)
	対象	スジアオノリ陸上養殖
	認証番号	MEL-JFR-A030003



▲理研食品 陸前高田ベース

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
成長する会社になる



理研ビタミン株式会社

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、本資料の発表日現在において入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その実現を当社として約束する趣旨のものではありません。
実際の業績等は今後さまざまな要因により、大きく異なる結果となる可能性があります。

お問い合わせ先

経営企画部 広報・IR室 井上・清水

T E L : 03-5362-1315

補足資料

単位：百万円

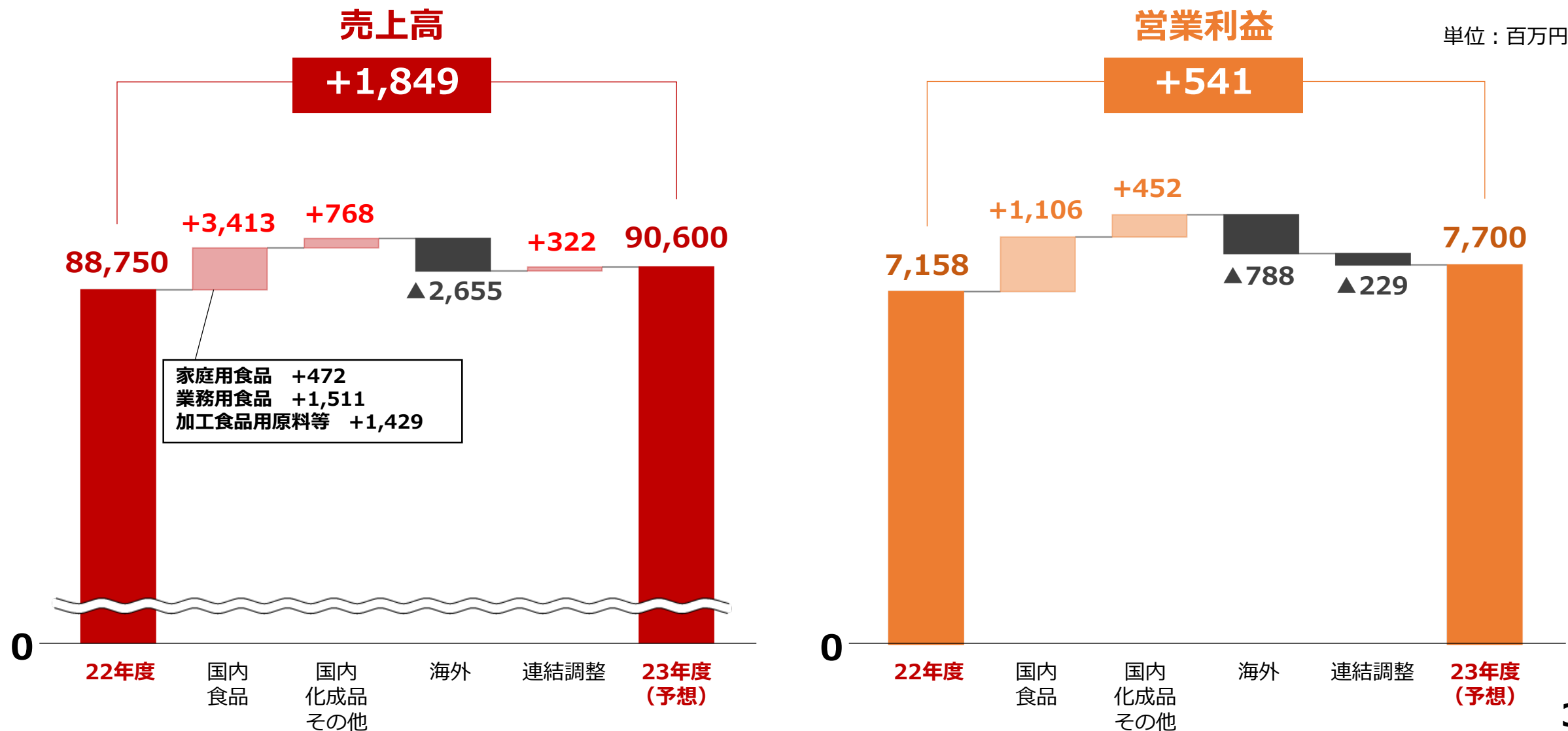
		2022年度 第2四半期	2023年度 第2四半期	前期比	
				増減額	増減率
国内食品事業	売上高	28,230	31,082	+2,852	+10.1%
	営業利益	2,140	3,575	+1,435	+67.1%
	営業利益率	7.6%	11.5%	+3.9pt	
家庭用食品	売上高	6,368	6,606	+237	+3.7%
業務用食品	売上高	9,416	10,639	+1,222	+13.0%
加工食品用原料等	売上高	12,445	13,837	+1,392	+11.2%
国内化成品その他事業	売上高	3,492	3,771	+279	+8.0%
	営業利益	77	342	+264	+343.5%
	営業利益率	2.2%	9.1%	+6.9pt	
海外事業	売上高	12,775	10,423	▲2,352	▲18.4%
	営業利益	1,599	984	▲615	▲38.5%
	営業利益率	12.5%	9.4%	▲3.1pt	

2023年度 セグメント別業績予想

単位：百万円

		2022年度	2023年度	前期比	
				増減額	増減率
国内食品事業	売上高	58,186	61,600	+3,413	+5.9%
	営業利益	4,593	5,700	+1,106	+24.1%
	営業利益率	7.9%	9.3%	+1.4Pt	
家庭用食品	売上高	12,727	13,200	+472	+3.7%
業務用食品	売上高	19,588	21,100	+1,511	+7.7%
加工食品用原料等	売上高	25,870	27,300	+1,429	+5.5%
国内化成品その他事業	売上高	7,031	7,800	+768	+10.9%
	営業利益	247	700	+452	+183.1%
	営業利益率	3.5%	9.0%	+5.5pt	
海外事業	売上高	25,155	22,500	▲2,655	▲10.6%
	営業利益	2,688	1,900	▲788	▲29.3%
	営業利益率	10.7%	8.4%	▲2.3pt	

国内は価格改定の浸透などで増収増益、海外は反動減



連結業績推移

(百万円)	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	2023年度 予想
売上高	85,419	85,603	88,072	87,181	89,515	89,024	82,974	77,722	79,231	88,750	90,600
前期比増減率	10.1%	0.2%	2.9%	▲ 1.0%	2.7%	▲ 0.5%	▲ 6.8%	▲ 6.3%	1.9%	12.0%	2.1%
営業利益	5,027	4,610	6,007	6,820	5,424	4,580	5,307	1,367	5,840	7,158	7,700
前期比増減率	39.6%	▲ 8.3%	30.3%	13.5%	▲ 20.5%	▲ 15.6%	15.9%	▲ 74.2%	327.2%	22.6%	7.6%
売上高営業利益率	5.9%	5.4%	6.8%	7.8%	6.1%	5.1%	6.4%	1.8%	7.4%	8.1%	8.5%
経常利益	5,294	4,645	5,321	6,248	4,587	4,388	5,045	1,652	6,182	7,723	8,500
売上高経常利益率	6.2%	5.4%	6.0%	7.2%	5.1%	4.9%	6.1%	2.1%	7.8%	8.7%	9.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,590	3,755	4,107	4,089	4,800	2,623	▲8,933	▲1,618	21,582	6,414	6,600
売上高当期純利益率	4.2%	4.4%	4.7%	4.7%	5.4%	2.9%	—	—	27.2%	7.2%	7.3%
総資産額	102,345	114,049	109,030	109,342	110,994	109,706	101,853	106,535	102,660	105,223	
純資産額	67,253	76,036	74,341	53,611	58,919	59,229	46,789	46,674	66,539	71,371	
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%	
営業活動によるキャッシュ・フロー	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	▲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	▲861	▲1,222	▲3,140	▲1,881	▲5,869	▲2,490	▲3,051	▲180	▲7,565	▲4,578	
ROE	5.7%	5.3%	5.5%	6.4%	8.6%	4.5%	▲ 17.0%	▲ 3.5%	38.3%	9.3%	8.8%

*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

セグメント別四半期業績推移

(百万円)	2021年度*				2022年度				2023年度		2023年度 通期予想
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	
売上高											
国内食品事業	13,503	13,465	14,255	12,905	14,303	13,927	15,741	14,214	15,626	15,456	61,600
家庭用食品	3,419	3,239	3,145	3,124	3,264	3,104	3,313	3,044	3,403	3,202	13,200
業務用食品	4,559	4,528	4,822	4,285	4,858	4,558	5,245	4,927	5,397	5,242	21,100
加工食品用原料等	5,524	5,698	6,287	5,495	6,180	6,264	7,183	6,242	6,825	7,012	27,300
国内化成品その他事業	1,616	1,661	1,750	1,589	1,690	1,802	1,822	1,716	1,879	1,892	7,800
海外事業	4,659	4,302	5,485	5,479	5,987	6,788	6,603	5,776	5,052	5,370	22,500
海外改良剤	4,260	4,302	5,485	5,479	5,987	6,788	6,603	5,776	5,052	5,370	22,500
(青島福生食品**)	399	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
調整額 (セグメント間消去)	▲ 278	▲ 327	▲ 507	▲ 329	▲ 411	▲ 455	▲ 495	▲ 259	▲ 368	▲ 295	▲ 1,300
連結合計	19,500	19,102	20,983	19,644	21,569	22,061	23,672	21,446	22,189	22,424	90,600
営業利益											
国内食品事業	1,291	1,209	1,627	810	1,312	827	1,648	804	1,968	1,607	5,700
国内化成品その他事業	211	124	176	89	97	▲ 20	67	102	188	153	700
海外事業	▲ 421	158	468	500	711	888	711	377	479	504	1,900
海外改良剤	232	158	468	500	711	888	711	377	479	504	1,900
(青島福生食品**)	▲ 654	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
調整額 (セグメント間消去)	▲ 71	▲ 105	▲ 119	▲ 109	▲ 98	▲ 161	▲ 18	▲ 91	▲ 160	▲ 145	▲ 600
連結合計	1,009	1,386	2,153	1,290	2,023	1,533	2,409	1,192	2,476	2,119	7,700

*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

**青島福生食品は2021年6月に持分譲渡し、連結から除外しました