

# リケンテクノス株式会社

## 2019年3月期決算 及び

### 新3ヵ年中期経営計画説明会

2019年5月17日

- 決算概要
- 前3ヵ年中期経営計画
- 新3ヵ年中期経営計画

# 決算概要



単位：百万円、円

ACT NOW!  
ACT TOGETHER!  
2018

科 目	2019年 3月期	2018年 3月期	前期比	増減率	2019年 3月期 業績予想	達成率
売上高	<b>97,813</b>	94,601	+3,212	+3.4%	100,000	97.8%
売上総利益	17,741	17,262	+479	+2.8%	—	—
営業利益	5,761	5,399	+362	+6.7%	6,300	91.5%
経常利益	<b>5,869</b>	5,410	+459	+8.5%	6,100	96.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>3,060</b>	2,538	+522	+20.6%	2,900	105.5%
1株当り利益	<b>47.43</b>	41.64	+5.79	+13.9%	45.24	104.8%

※ 過去最高

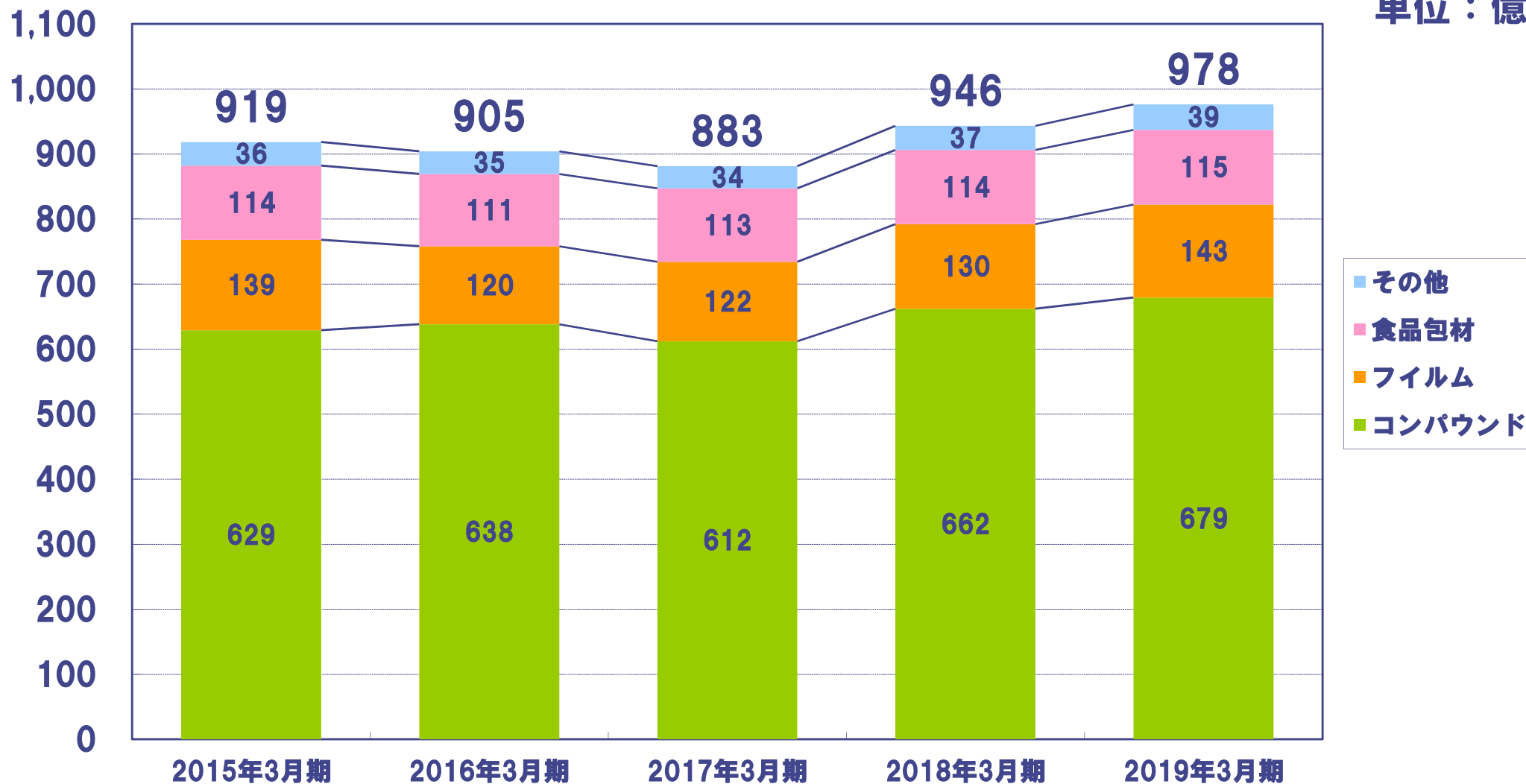
# セグメント別売上高推移



ACT NOW!  
ACT TOGETHER!  
2018

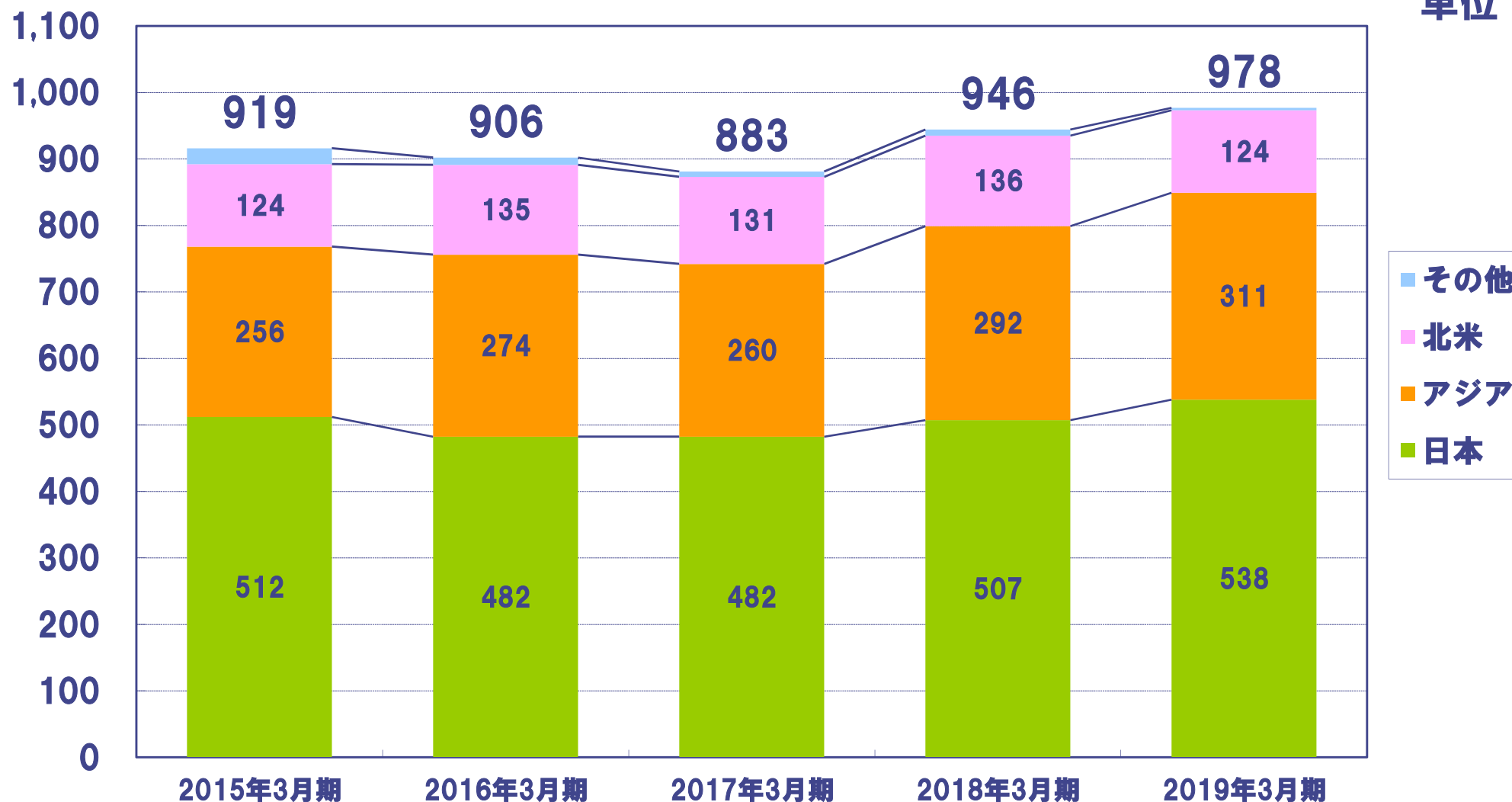
2019年3月期 売上高 978億円  
前期比 3,212百万円増 (3.4%増)

単位：億円



2019年3月期 売上高 978億円  
前期比 3,212百万円増 (3.4%増)

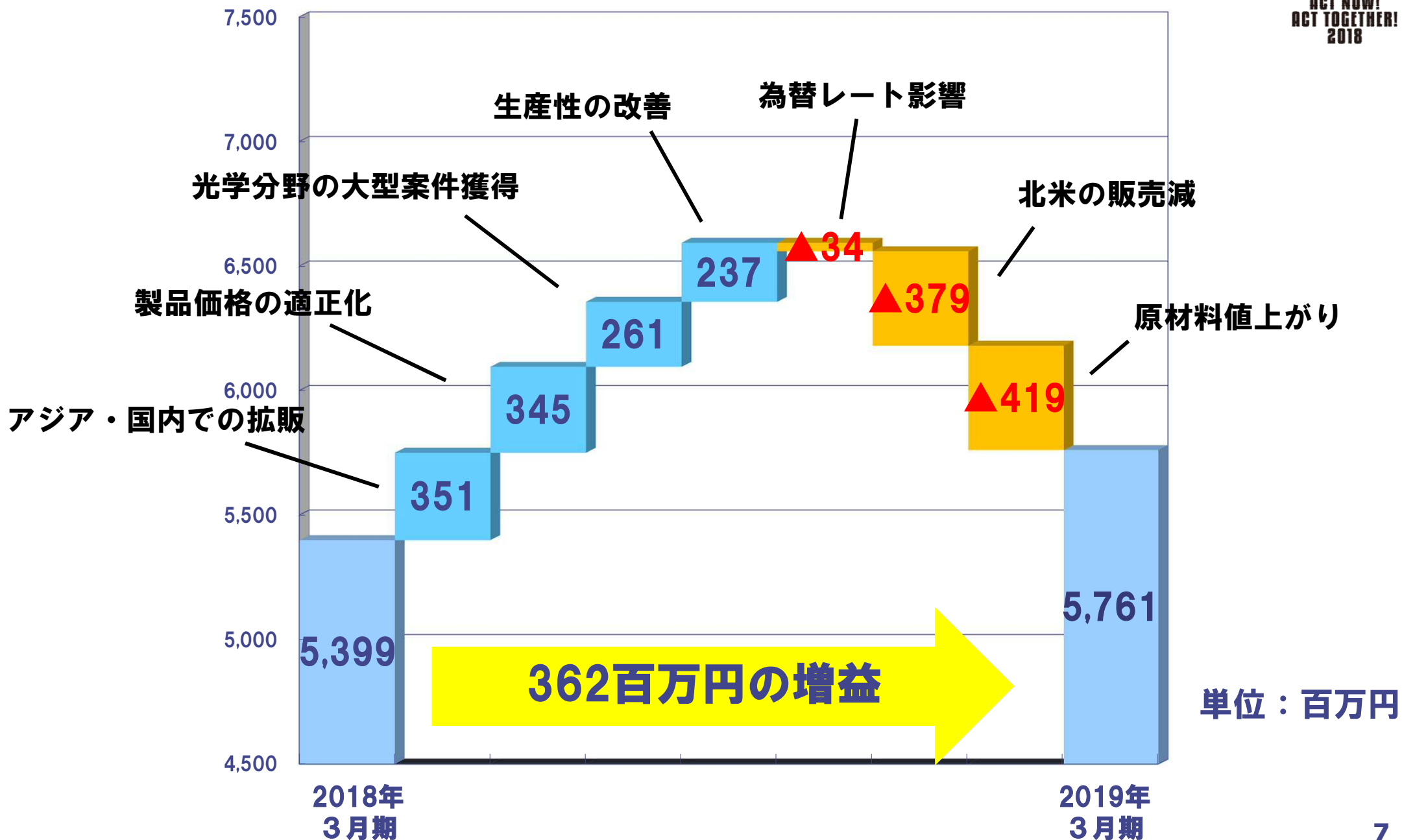
単位：億円



# 営業利益 前期比 増減要因分析



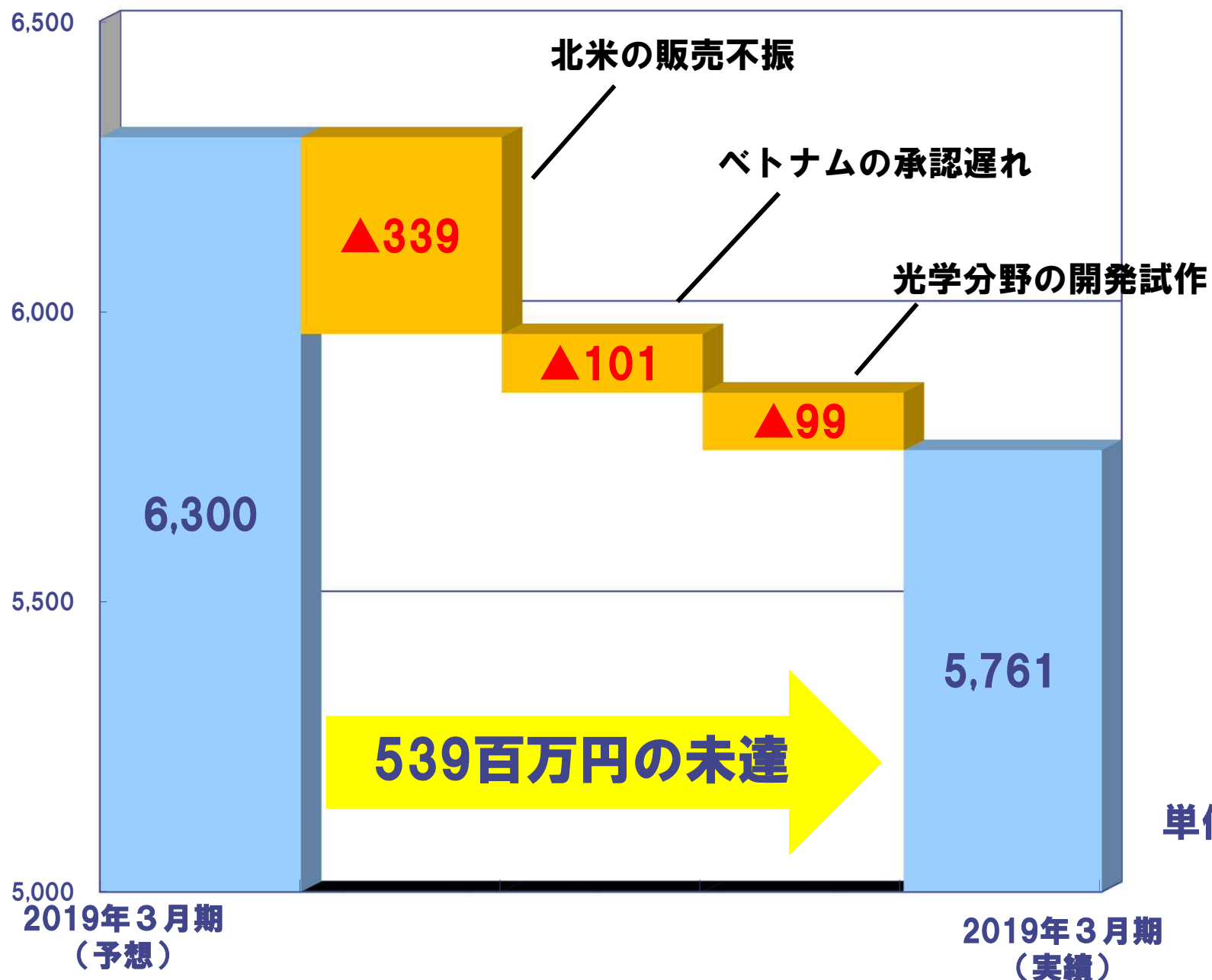
ACT NOW!  
ACT TOGETHER!  
2018



# 営業利益 予想比 増減要因分析



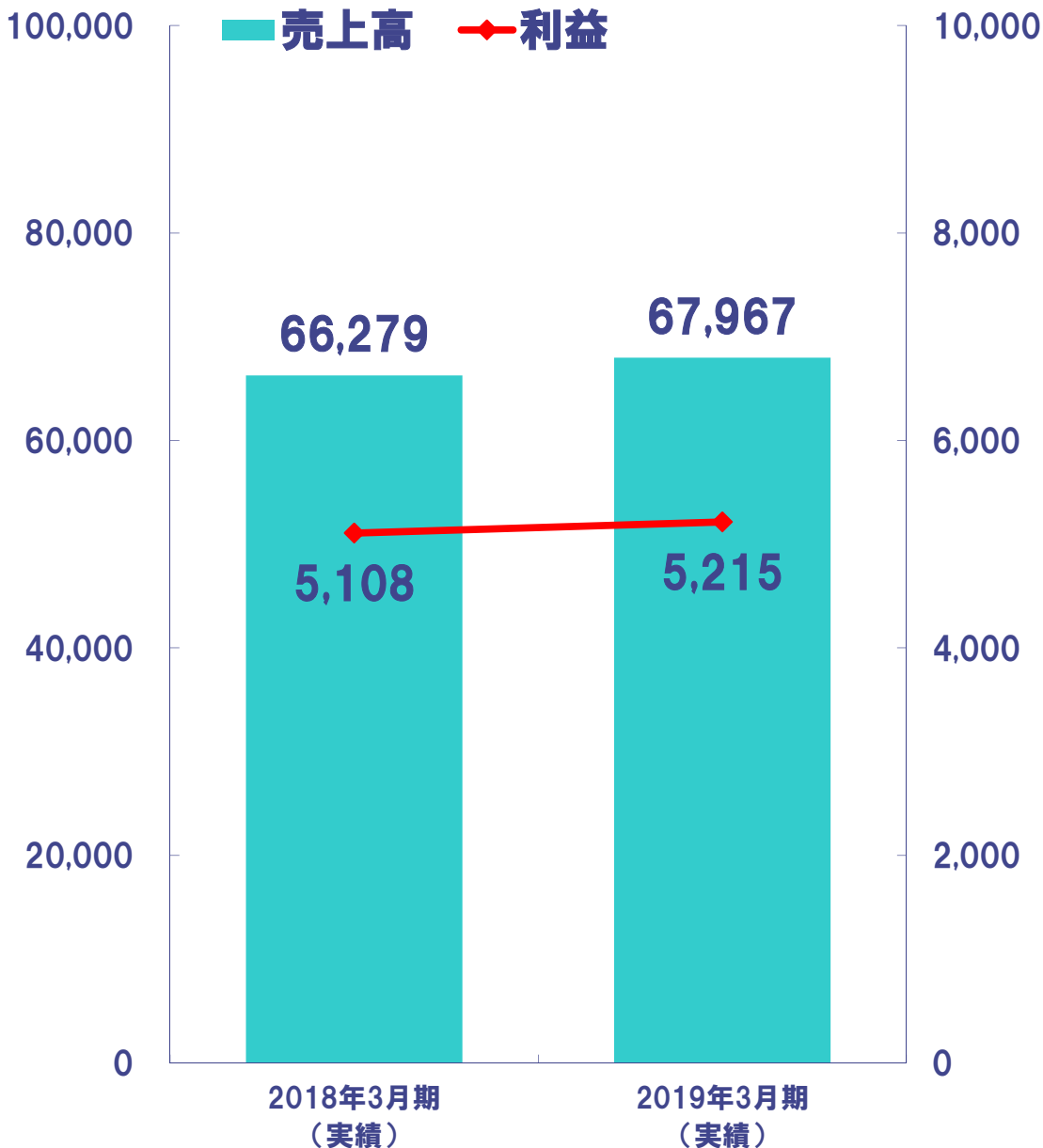
ACT NOW!  
ACT TOGETHER!  
2018







単位：百万円



2019年3月期

1,688百万円増収

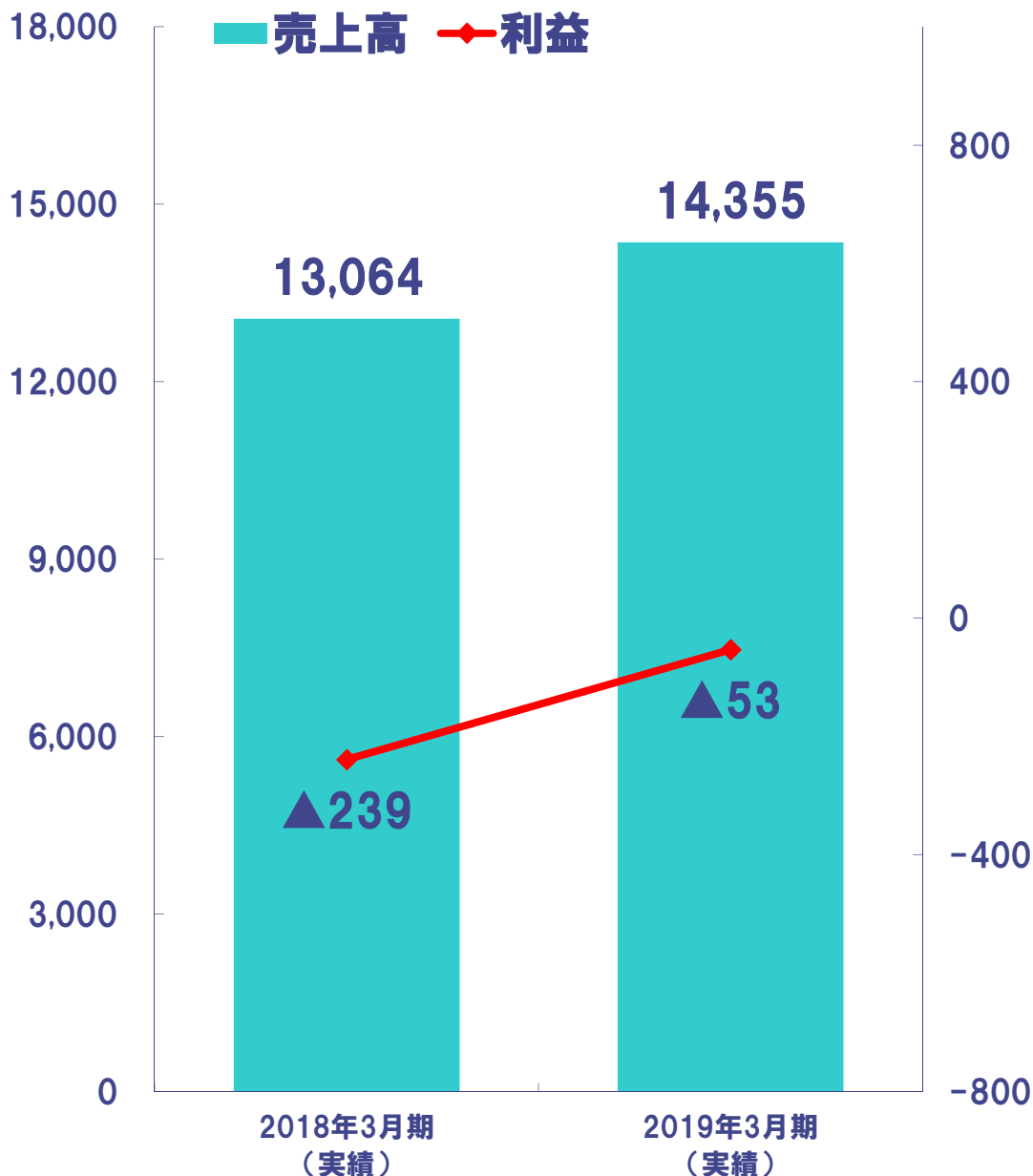
107百万円増益

前期比2.5%増

前期比2.1%増

- 国内は自動車及び電線市場で新規拡販が進み増収
- 海外はASEAN及び中国市場の需要を取込み増収
- 生産性改善および数量増による増益

単位：百万円



2019年3月期

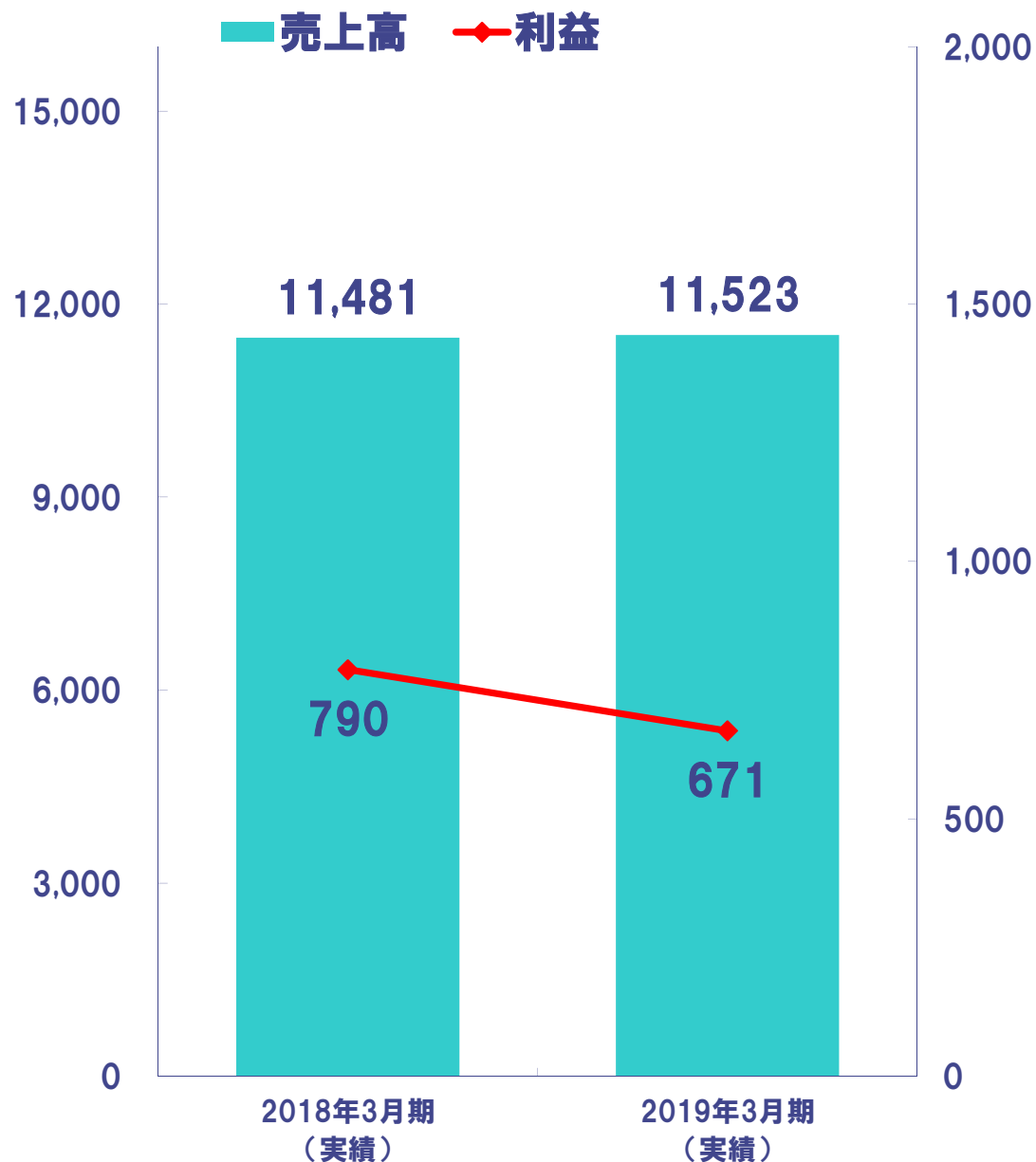
1,291百万円増収

186百万円赤字幅削減

前期比9.9%増

- 建装材市場で国内非住宅分野及び輸出において減収
- 光学分野では、国内外の新規及び継続採用により増収
- 期中に子会社化したデザイン会社の売上が寄与
- 光学分野での損失改善するも黒字化に至らず

単位：百万円



2019年3月期	
42百万円増収	119百万円減益
前期比0.4%増	前期比.15.1%減

- 小巻ラップは外食産業、家庭用向けに増加
- 業務用ラップは食品スーパーの鮮魚部門の低迷により減収
- 製品価格調整の遅れにより減益

## 連結貸借対照表

## キャッシュ・フロー計算書

単位：百万円

### 資産合計

**95,207**百万円

前期末比 3,341百万円増

流動資産 57,809百万円

固定資産 37,398百万円

### 負債合計

**38,729**百万円

前期末比 1,717百万円増

### 純資産合計

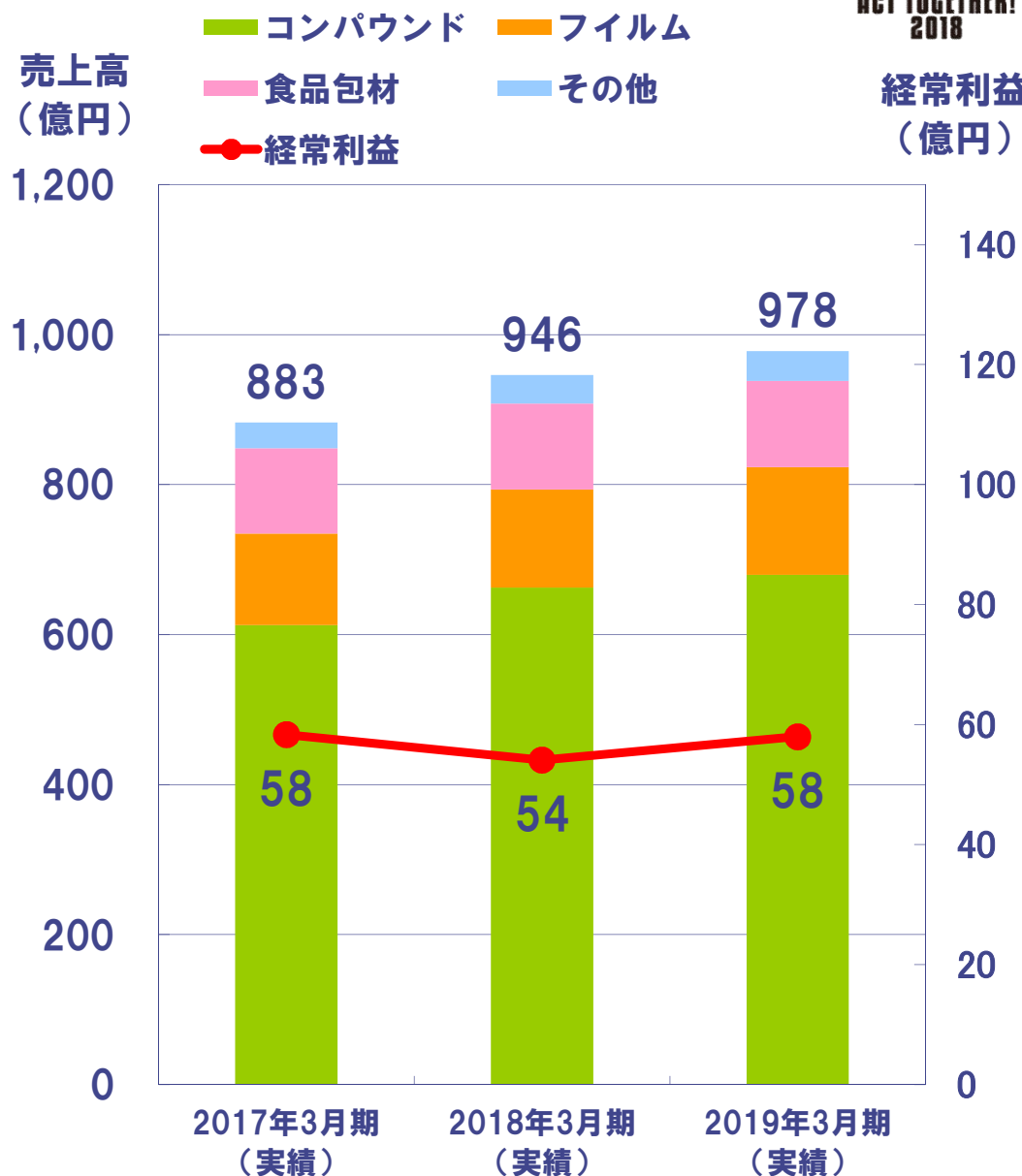
**56,478**百万円

前期末比 1,624百万円増

	当期	前期比
営業CF	7,317	+1,646
投資CF	▲3,232	+389
財務CF	▲1,562	+304
<b>増減額</b>	<b>2,380</b>	<b>+2,094</b>
<b>期末残高</b>	<b>17,036</b>	<b>+2,380</b>

# 前3カ年中期経営計画

連結ベース	実績	計画
売上高	978億円	1,100億円
営業利益	57億円	80億円
経常利益	58億円	80億円
当期純利益	30億円	45億円
ROS	5.9%	7.0%
ROE	6.4%	8.0%

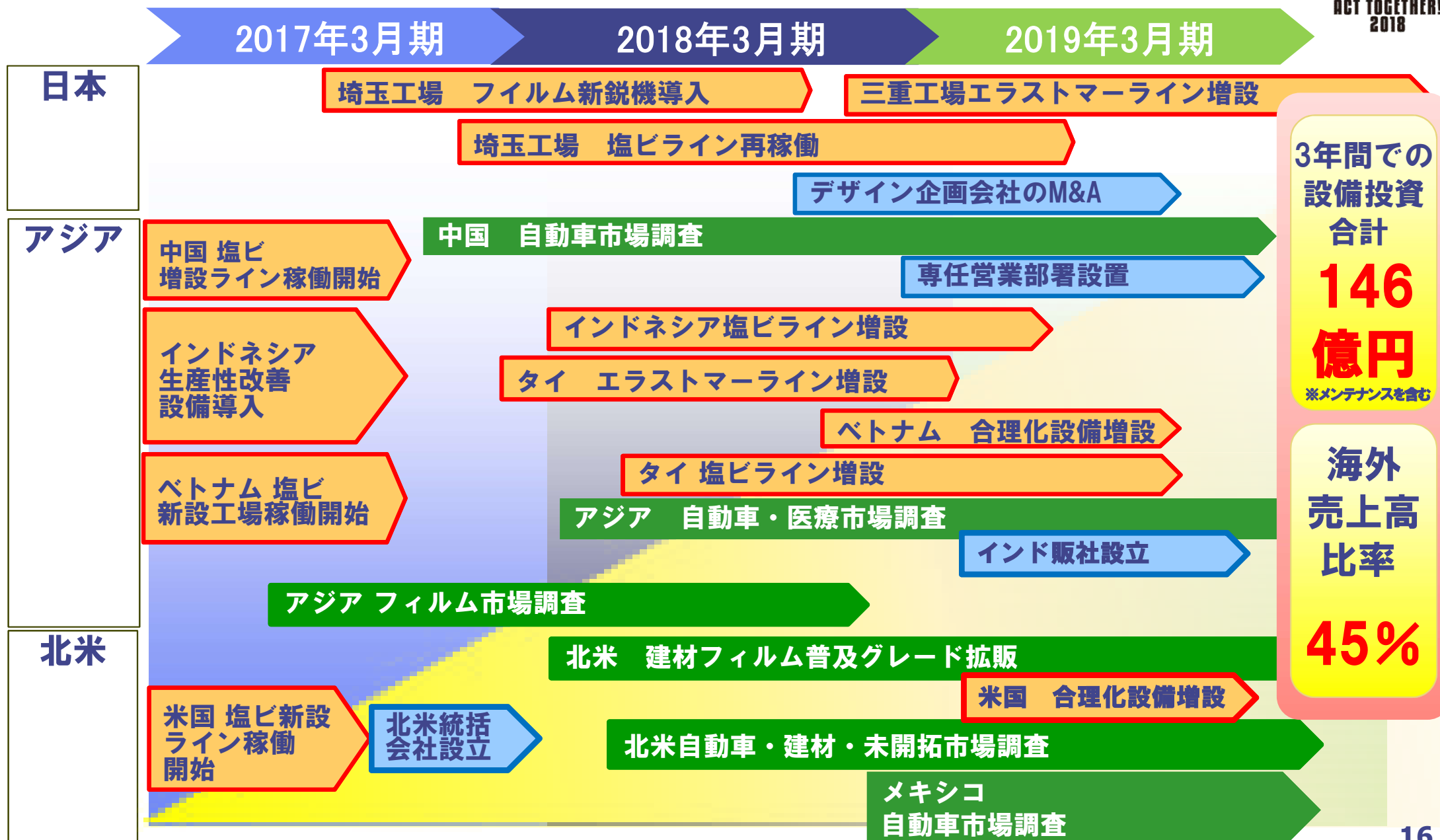


# 主要課題

- 1 全事業のグローバル経営の深化
- 2 収益力・財務体質の強化
- 3 革新的な生産体制の創造
- 4 光学分野における事業化の確立
- 5 戦略的な人材育成による企業基盤の強化



ACT NOW!  
ACT TOGETHER!  
2018



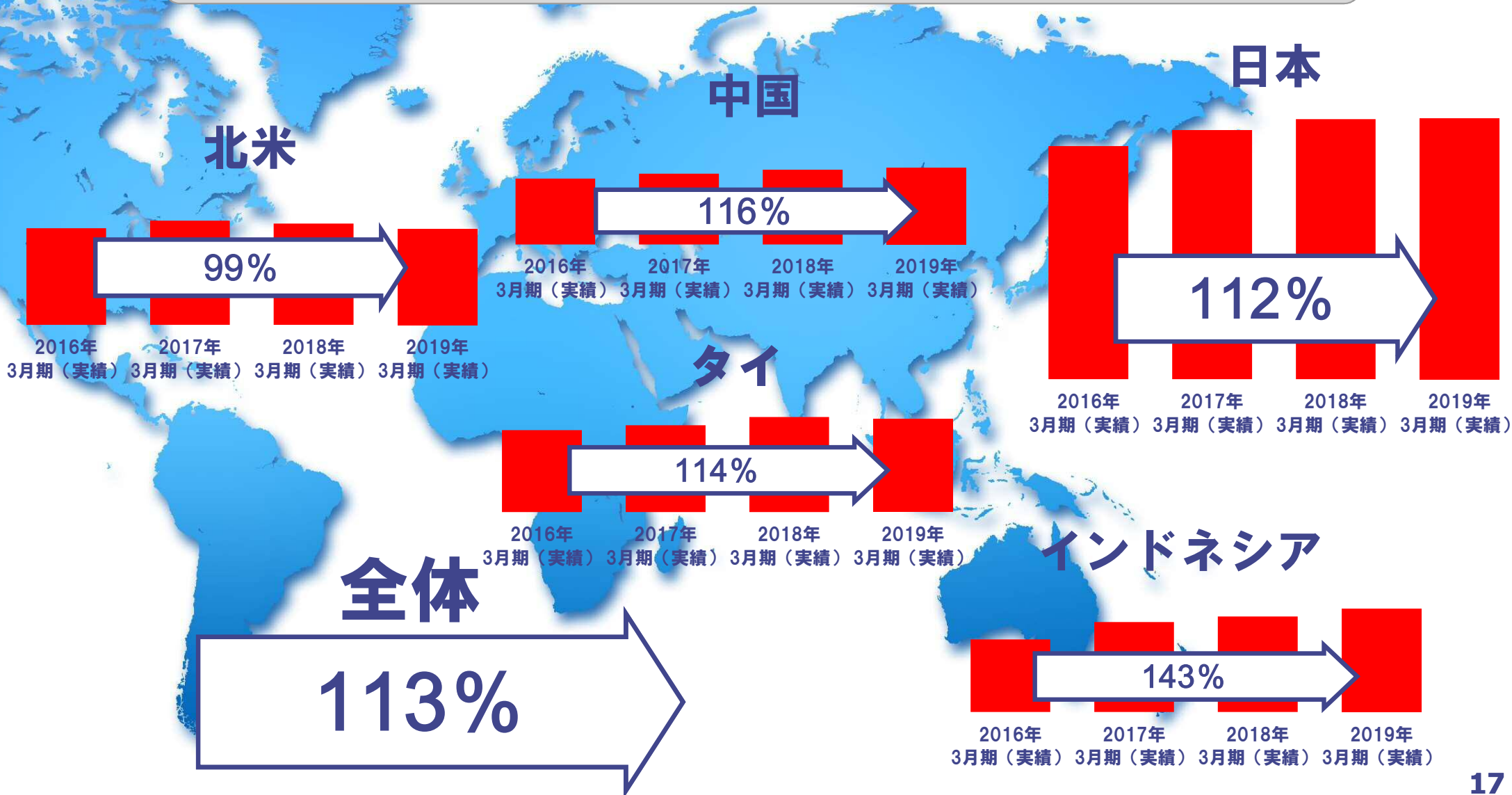
3年間の設備投資合計  
**146億円**  
※メンテナンスを含む

海外売上高比率  
**45%**



## 地域別売上数量の推移

2016年3月期比





## 自動車市場

### 事業戦略

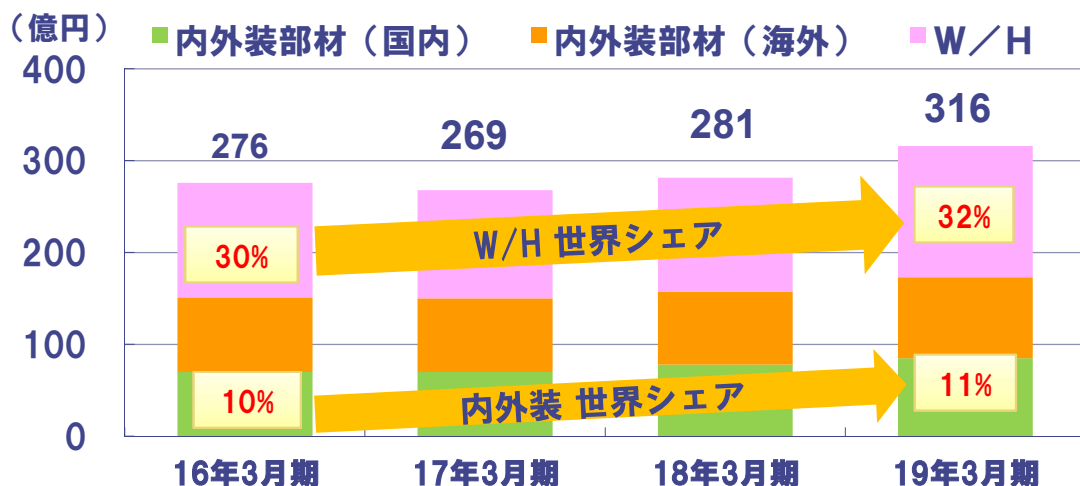
アジア・北米市場における圧倒的な存在感の確立



- ◆ワイヤーハーネス：薄肉化による軽量化対応  
⇒2016年3月期比 **+18億円** (目標：**+42億円**)
- ◆内外装・シール部材：日本承認材の海外展開  
⇒2016年3月期比 **+22億円** (目標：**+25億円**)
- ◆インド販売拠点設立、中国に専任営業部署設置

### 売上高(実績)

2019年3月期 **+40億 14% UP** (2016年3月期比)



## 医療用市場

### 事業戦略

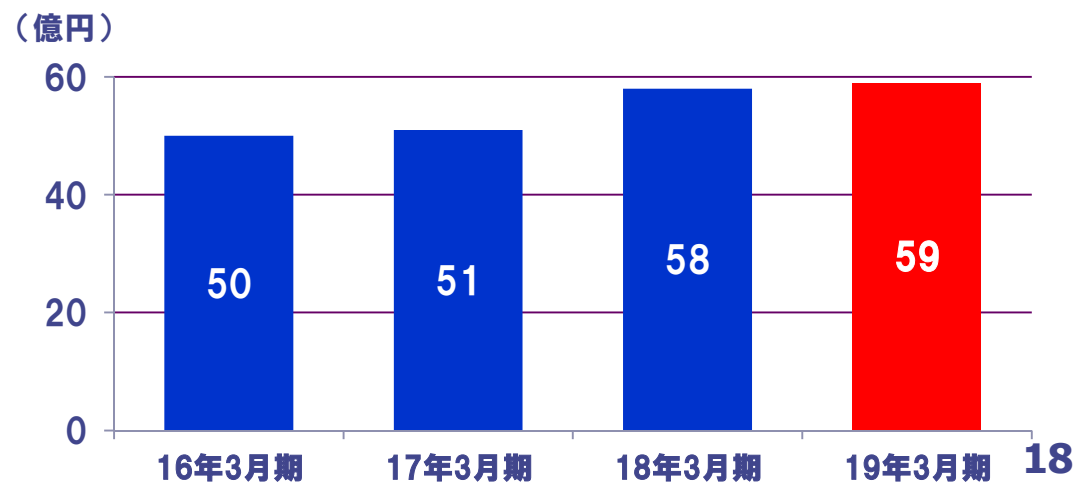
血液回路材をグローバルに拡販・新市場への参入



- ◆血液回路材料：日本実績材の海外展開  
⇒2016年3月期比 **+8億円** (目標：**+15億円**)
- ◆医療用栓体への新規製品採用  
⇒2021年3月期 流動開始
- ◆医療用フィルム市場への参入

### 売上高(実績)

2019年3月期 **+9億 18% UP** (2016年3月期比)





## 光学市場

### 事業戦略

REPTY®DC100の実績を活かした次なる展開



- ◆スマホ次期モデル/他社大型案件への採用
- ◆大型産業用タブレットへの採用
- ◆サイネージスクリーンへの採用

## 食品包材市場

### 事業戦略

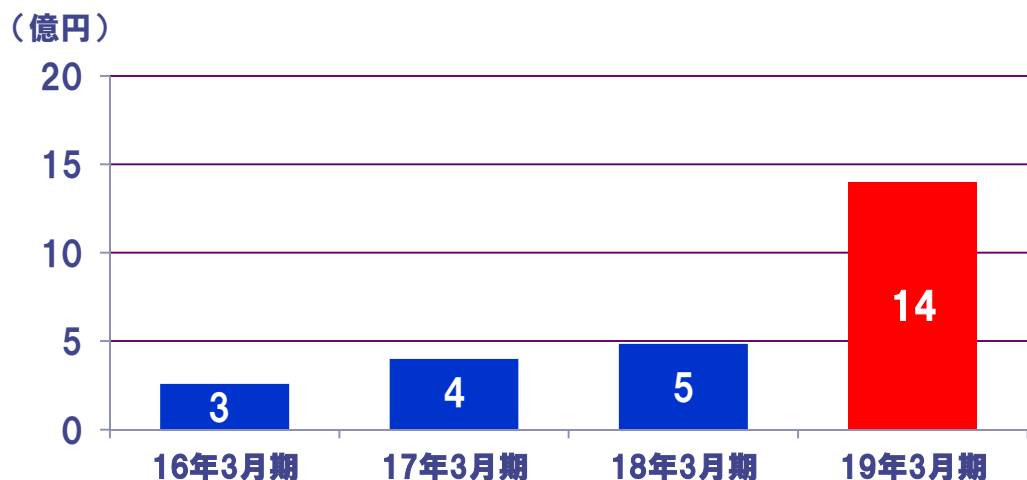
塩ビ化の推進：優れた包装適性を訴求



- ◆業務用ラップ市場：塩ビ化の推進活動  
⇒2016年3月期比 **+1億円 (目標：+14億円)**
- ◆小巻ラップ市場：量販店への販路拡大  
⇒2016年3月期比 **+3億円 (目標：+4億円)**

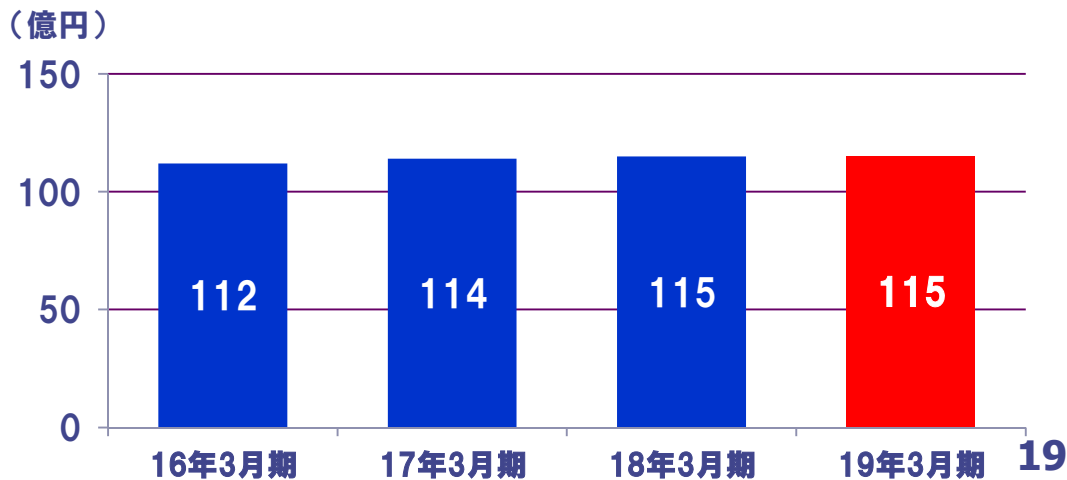
## 売上高(実績)

2019年3月期 **+11億 367% UP (2016年3月期比)**



## 売上高(実績)

2019年3月期 **+3億 3% UP (2016年3月期比)**



# 新3カ年中長期経営計画



**MORE VALUE TO ALL**

**2 0 2 1**

共に生み出せ！さらなる価値を！

# 経営方針

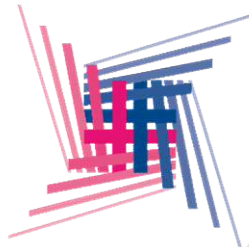
リケンテクノス  
ウェイ

- 私たちは科学の力で豊かさ、安心、快適を創り出すチャレンジメーカーです。独創的で卓越した、樹脂素材の配合加工技術で、企業と人と社会に新たな価値と喜びを提供し続けます。

**MORE VALUE  
TO ALL  
2021**



MORE VALUE TO ALL  
2021



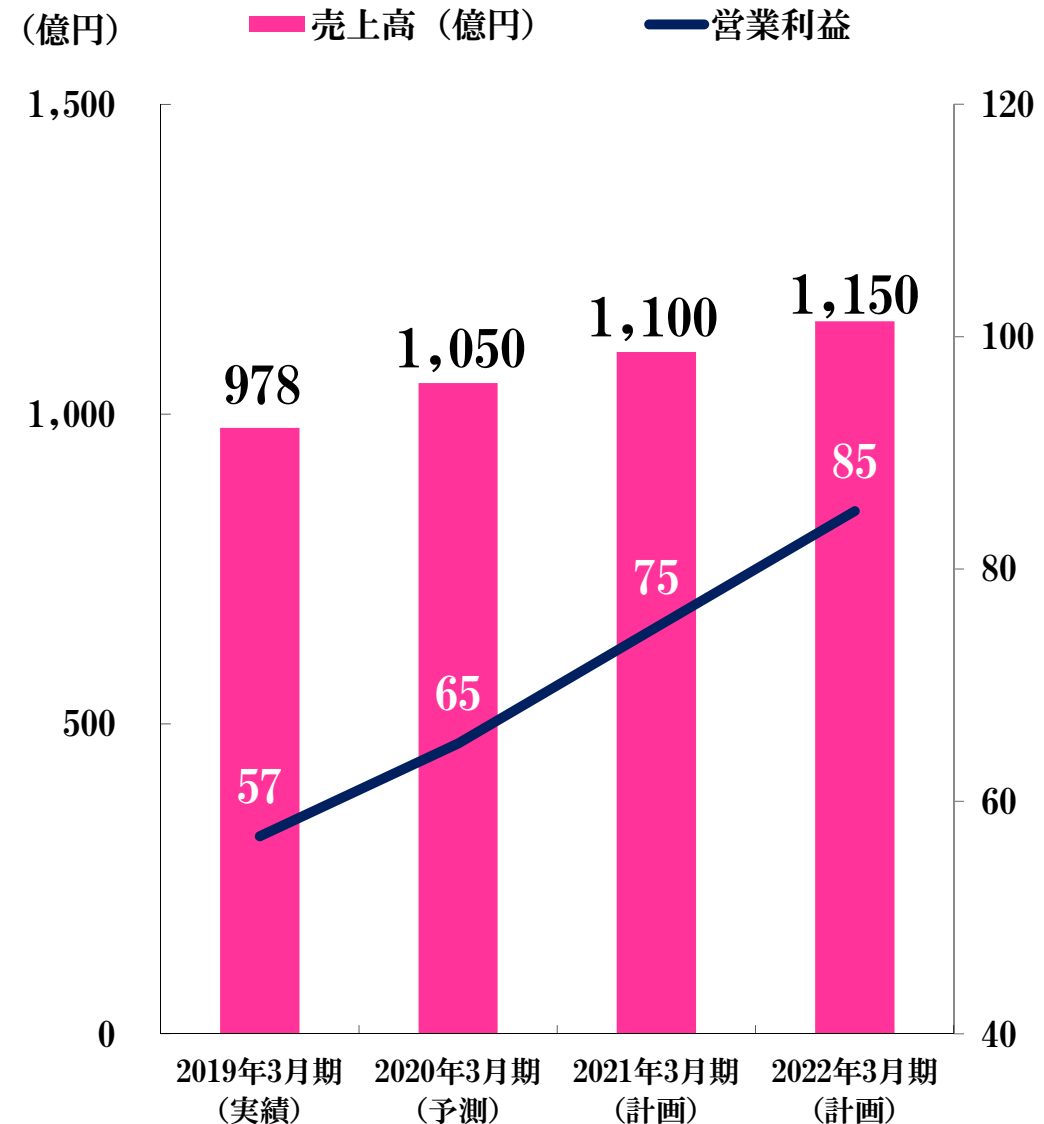
**ACT NOW! ACT TOGETHER  
2018**

- すべての生活空間に快適さを提供するリーディングカンパニーを目指して



# 計数計画

連結ベース	2019年3月期 (実績)	2022年3月期 (計画最終年度)
売上高	978億円	1,150億円
営業利益	57億円	85億円
経常利益	58億円	85億円
当期純利益	30億円	50億円
ROS	5.9%	7.0%
ROE	6.4%	8.0%



前提条件 為替: ¥110/US\$ 国産ナフサ: ¥50,000/KL

# 5つの主要課題

1

グローバル経営の深化とシナジー

2

戦略思考による収益力向上

3

効率を極めた生産体制の実現

4

サステナブルな社会への貢献

5

人材育成とガバナンス重視の経営による  
企業体質の強化

# 5つの主要課題

1

## グローバル経営の深化とシナジー

海外拠点の経営のレベルの深化

グローバルにシナジーを発揮

グローバル経営  
を意識した  
組織体制

本部間・グロー  
バル拠点間での  
連携強化

グローバルマー  
ケットに対応し  
たセグメント



# 5つの主要課題

## 2

### 戦略思考による収益力向上

高付加価値製品の販売強化

効率的な利益の向上

ROS		ROE	
2019年3月期 (実績)	2022年3月期 (計画最終年度)	2019年3月期 (実績)	2022年3月期 (計画最終年度)
5.9%	7.0%	6.4%	8.0%



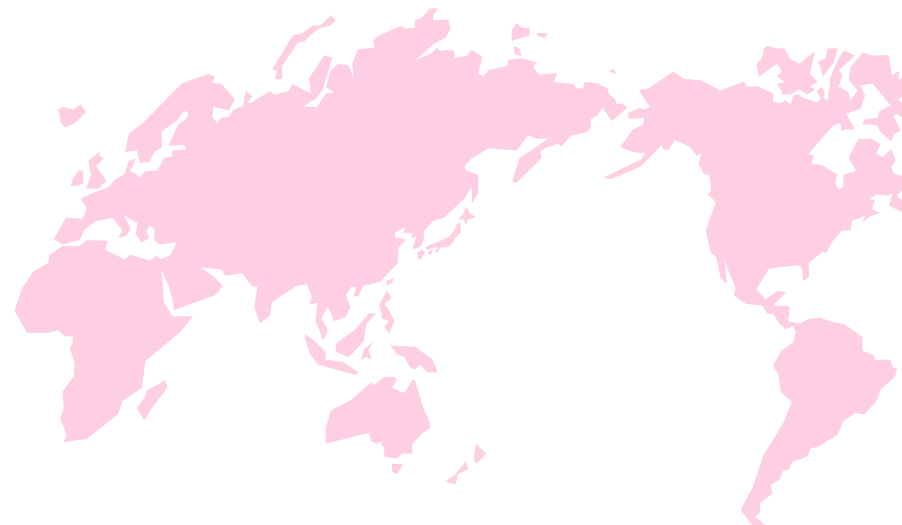
# 5つの主要課題

3

## 効率を極めた生産体制の実現

生産の効率化

グローバルでのもの造りの強化



# 5つの主要課題

4

## サステナブルな社会への貢献

あらゆる側面から持続可能な社会の実現へ貢献

5

## 人材育成とガバナンス重視の経営による 企業体質の強化

グローバルに活躍できる人材の育成

グループガバナンスの強化

あらゆるステークホルダーに配慮した持続可能な  
企業経営の実現

# 5つの主要課題



5つの主要課題に沿って、注力すべき課題を特定し、持続可能な社会づくりに貢献してまいります。

## グローバル経営の深化とシナジー

9 産業と技術革新の基盤をつくろう



17 パートナーシップで目標を達成しよう



市場分類毎に各拠点との協働地域戦略

グローバルでの機能材生産確立

## 戦略思考による収益力向上

8 働きがいも経済成長も



各セグメント毎の重点市場への取り組み

## 効率を極めた生産体制の実現

9 産業と技術革新の基盤をつくろう



12 つくる責任 つかう責任



市場分類毎に各拠点との協働地域戦略

グローバルでの機能材生産確立

## サステナブルな社会への貢献

13 気候変動に具体的な対策を



14 海の豊かさを守ろう



サステナブルな社会に貢献する製品の販売確立

化学物質管理  
廃棄物管理

## 人材育成とガバナンス重視の経営による企業体質の強化

8 働きがいも経済成長も



16 平和と公正をすべての人に



法令・規程を順守し正しい行動をとれるよう指導徹底

グローバルで活躍できる人材育成

# 開示セグメントの変更

製品にとらわれず市場別にグローバル戦略を構築することで、  
よりの確に市場ニーズに応えてまいります。

## プロダクトアウト

### 旧セグメント

コンパウンド

フィルム

食品包材

## マーケットイン

### 新セグメント ※( )内は略称

### ターゲット市場

Transportation (TR)

自動車、鉄道、船舶市場等

Daily Life & Healthcare(DH)

医療、生活資材、食品包材市場等

Electronics (EL)

エネルギー、情報通信、IT機器市場  
等

Building & Construction (BC)

住宅、ビル、建築資材、土木市場等

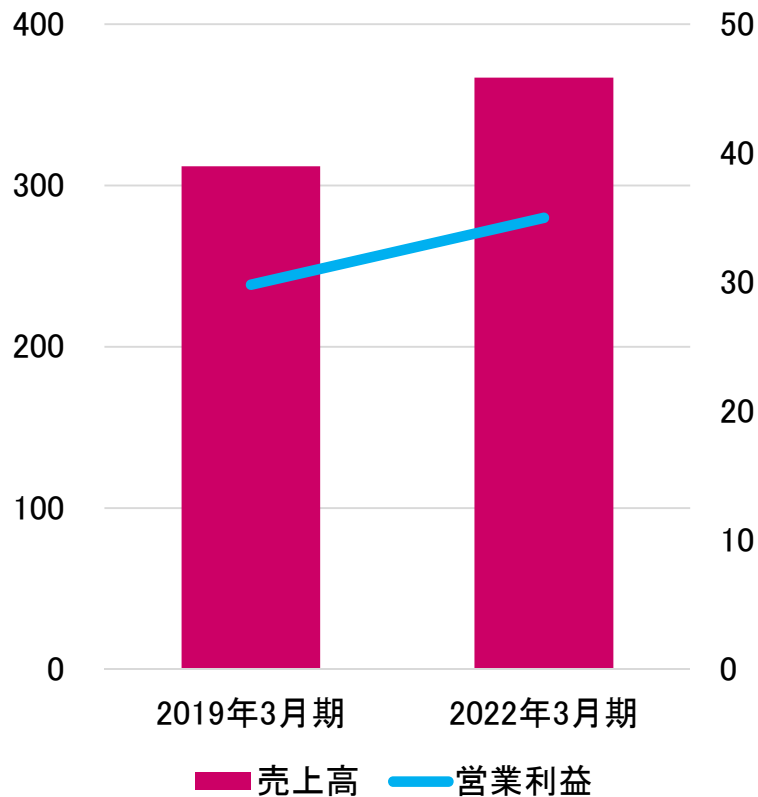
※次ページ以降の新セグメントの2019年3月期の計数は、いずれも監査前のものです。

# I Transportation (TR)

## 事業戦略

アジア・北米市場で 圧倒的な存在感の確立  
自動車分野の機能部品の販売強化

計数計画(億円)



### 2022年3月期計画

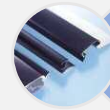
売上高 **367億円** **55億円増収(18%増)**

営業利益 **35億円** **5億円増益(17%増)**

#### 重点分野



1. 自動車用電装



2. 自動車用成型部材



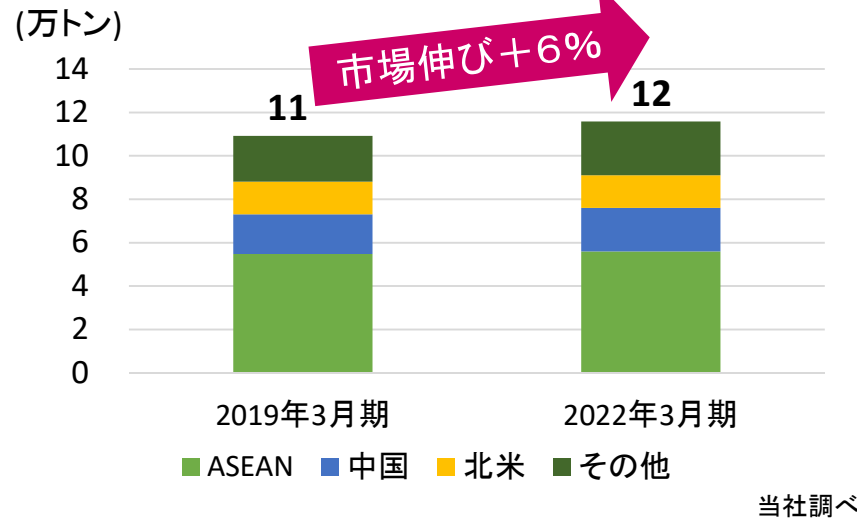
3. 2輪車用部材

# I Transportation (TR)

## 重点分野① 自動車用電装

### 市場動向(予測)

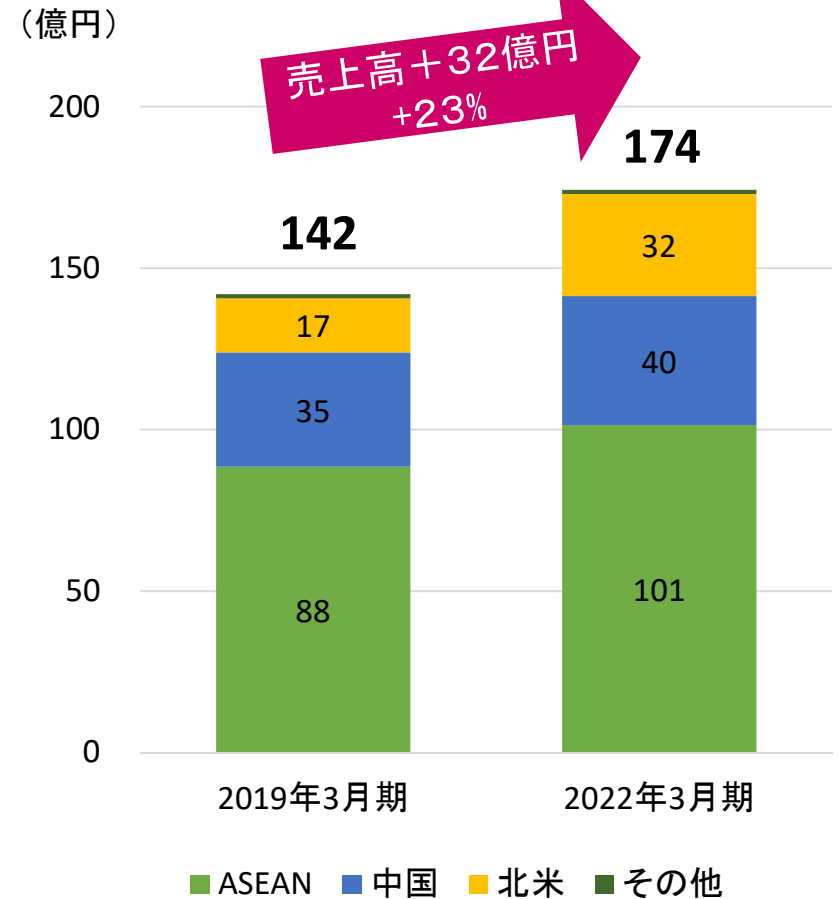
#### 日系ワイヤーハーネスメーカー地域別コンパウンド使用量



### 施策

- ・グローバル同一品質を武器として、市場の成長を上回る売上増を目指す
- ・グローバル供給を加速し、軽量化ニーズに対応した薄肉絶縁材分野で更なる拡販
- ・新規アイテムを獲得

### 日系ワイヤーハーネス用コンパウンド売上高

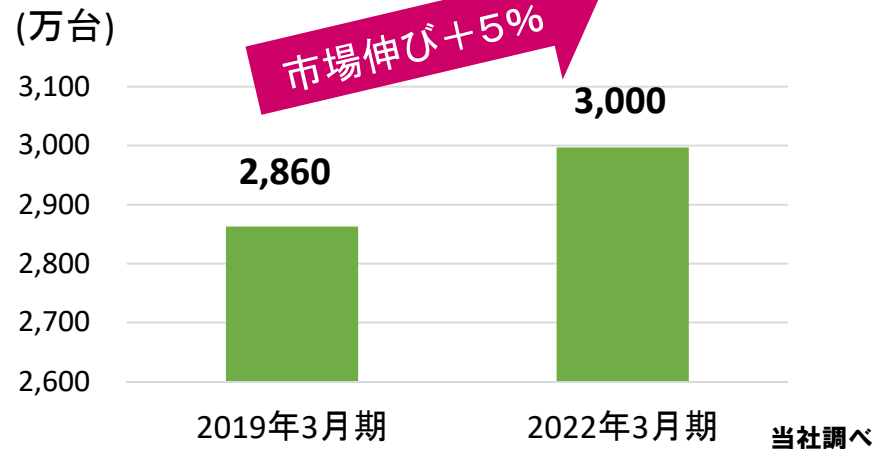


# I Transportation (TR)

## 重点分野② 自動車用成型部材

### 市場動向(予測)

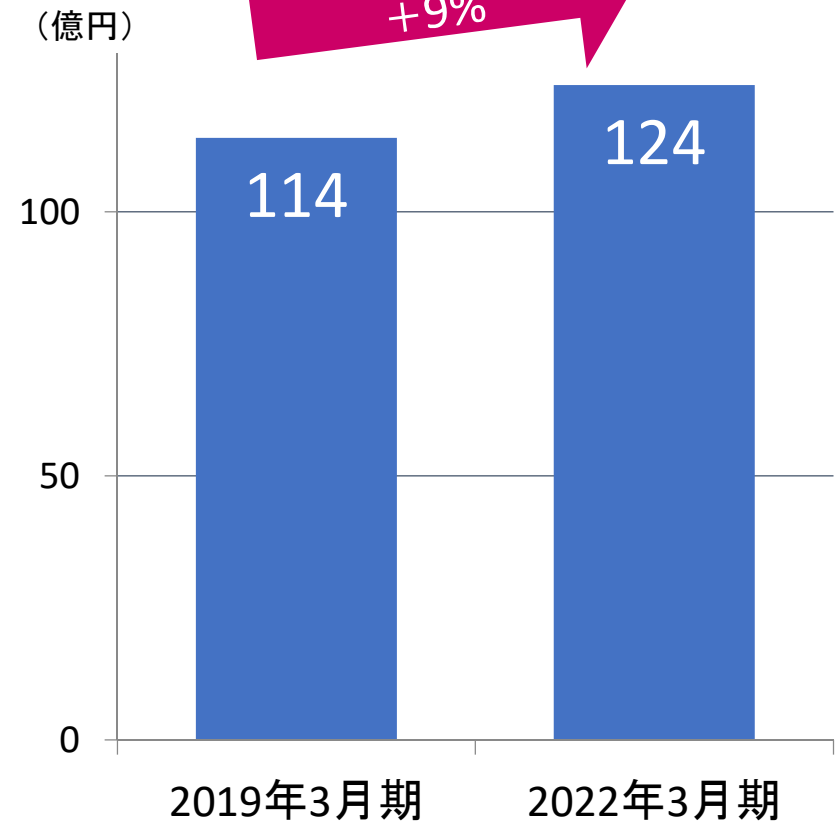
#### 日系自動車生産台数



### 施策

- ・ASEANと北米市場に対して、日本での採用実績を武器に、日系メーカーへのTPE製品を拡販
- ・日本市場に対して、TPE製品の拡販によりゴム代替などの新規採用を図る

### 自動車内外装コンパウンド売上高





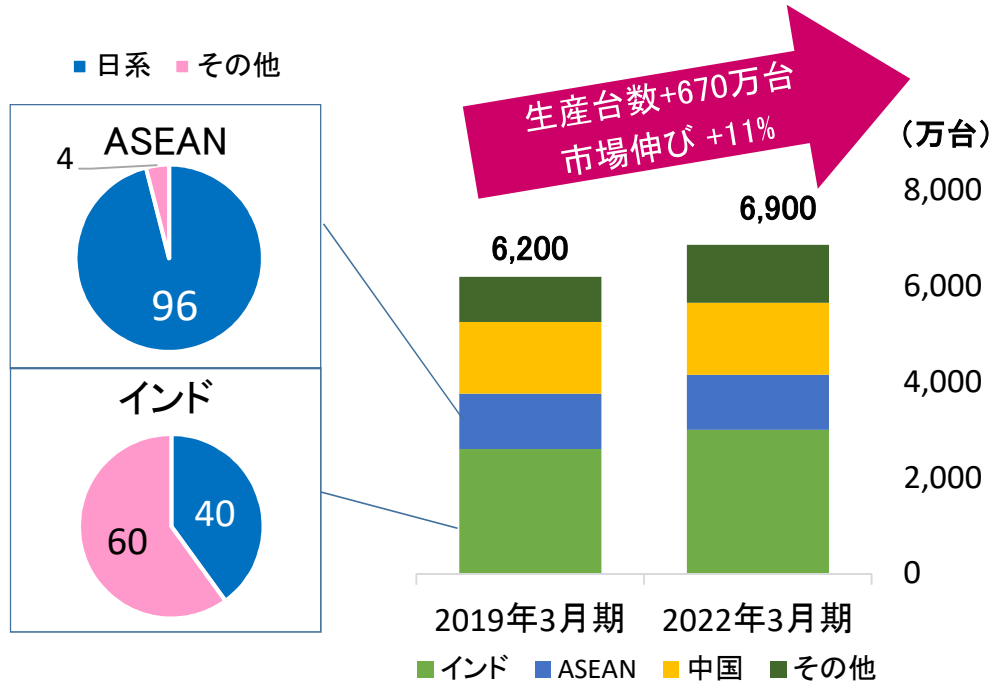
# I Transportation (TR)

## 重点分野③ 2輪車用部材

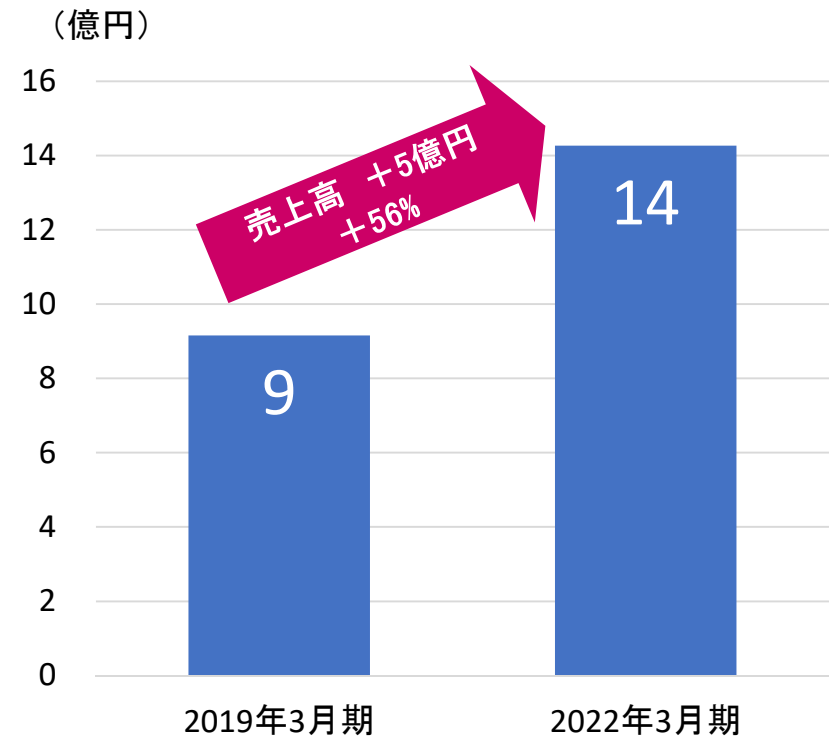
### 市場動向(予測)

日系車比率(%)

2輪車生産台数



### 日系2輪車用部材コンパウンド売上高



### 施策

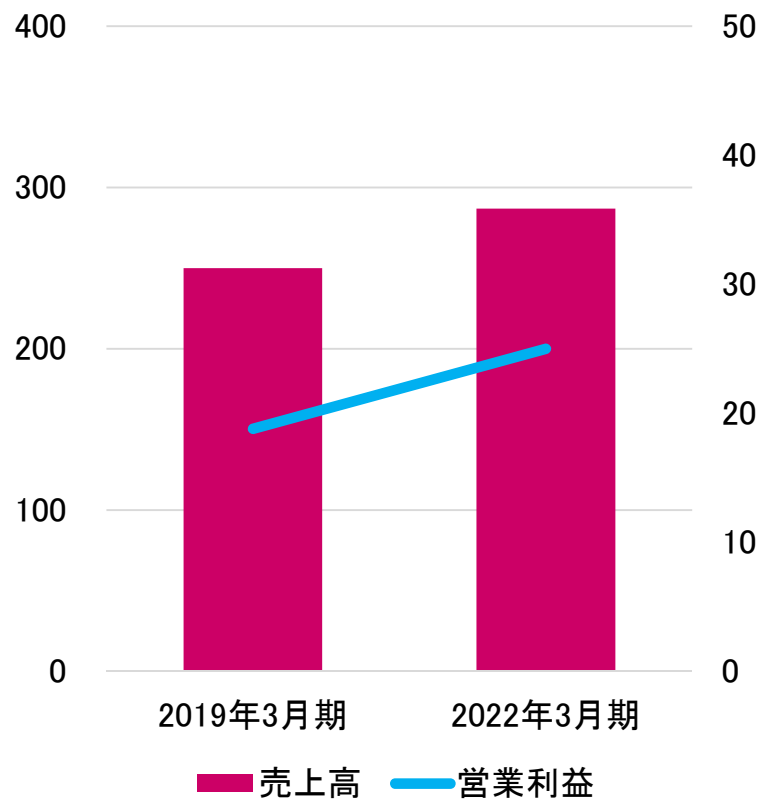
- ・日系車向けの採用実績を元に、タイ・ベトナム・インドなどの未開拓市場での拡販

# Ⅱ Daily Life & Healthcare (DH)

## 事業戦略

医療・ヘルスケアおよび生活資材での  
高付加価値製品の拡充および新分野への挑戦

計数計画(億円)



### 2022年3月期計画

売上高	287億円	37億円増収(15%増)
営業利益	25億円	7億円増益(35%増)

### 重点分野



1. 医療



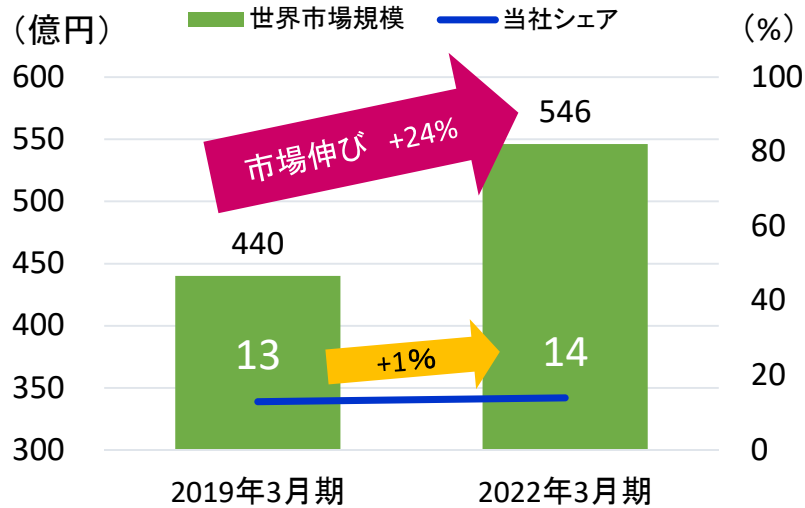
2. 食品包材

# Ⅱ Daily Life & Healthcare (DH)

## 重点分野① 医療用

### 市場動向(予測)

#### 医療用透析回路材料市場

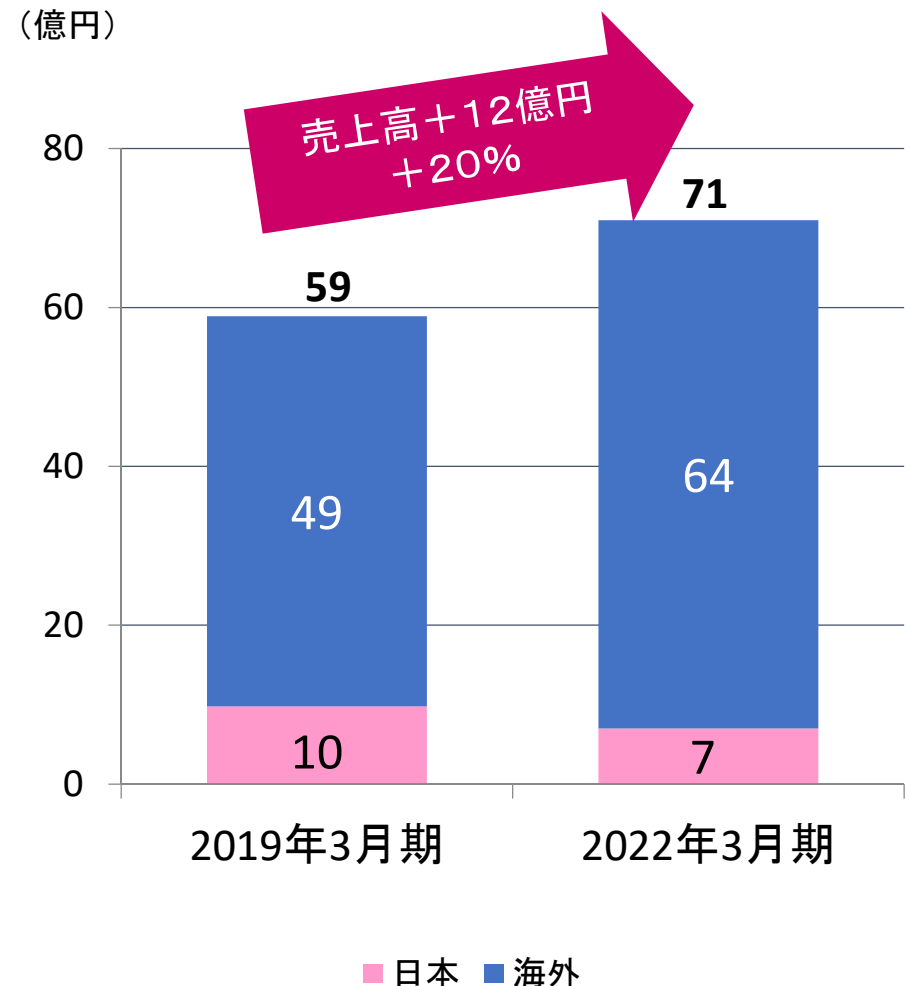


当社調べ

### 施策

- ・透析回路市場への更なる拡販  
(日系は拡販、非日系に参入)
- ・高付加価値製品の採用増  
(ゴム代替TPE製品の拡販)
- ・新規分野フィルム製品の拡販

### 医療用コンパウンド・フィルム売上高

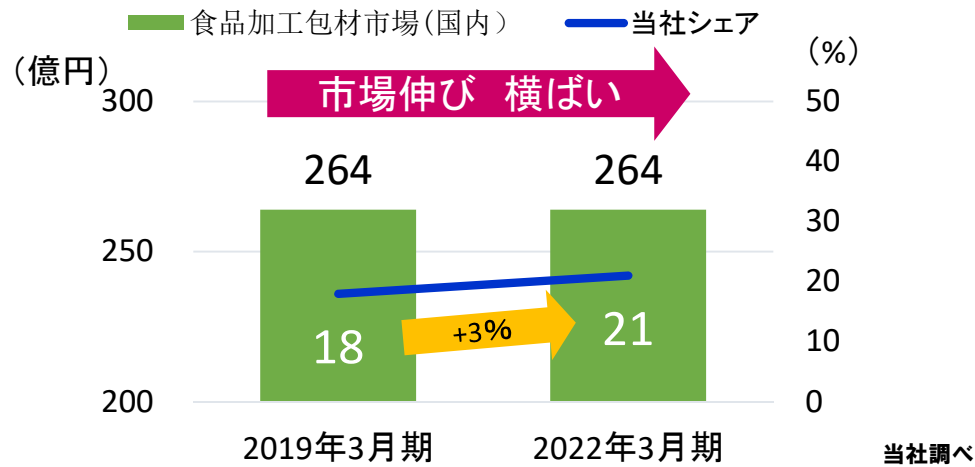


# Ⅱ Daily Life & Healthcare (DH)

## 重点分野② 食品包材

### 市場動向(予測)

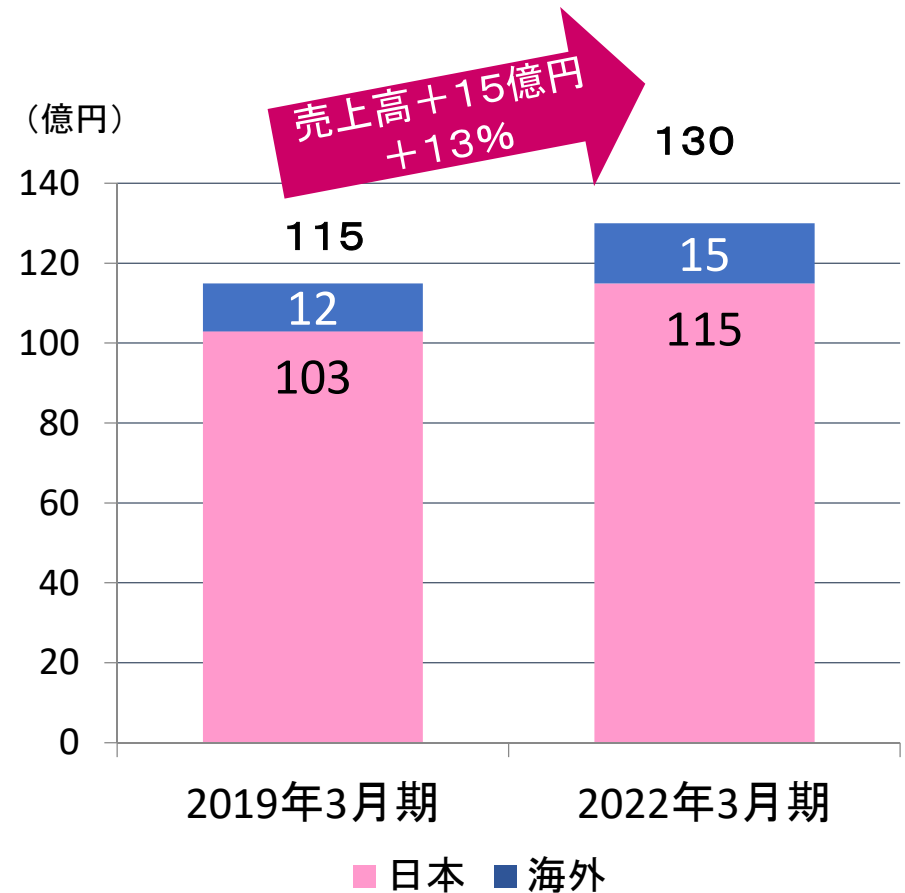
#### 日本の業務用ラップ市場 (食品用途ストレッチ・シュリンクフィルム)



### 施策

- ・食品パックスセンター向け商材拡充
- ・家庭向け小巻ラップ拡販
- ・業務用ラップの海外需要の取り込み

### 食品包材売上高

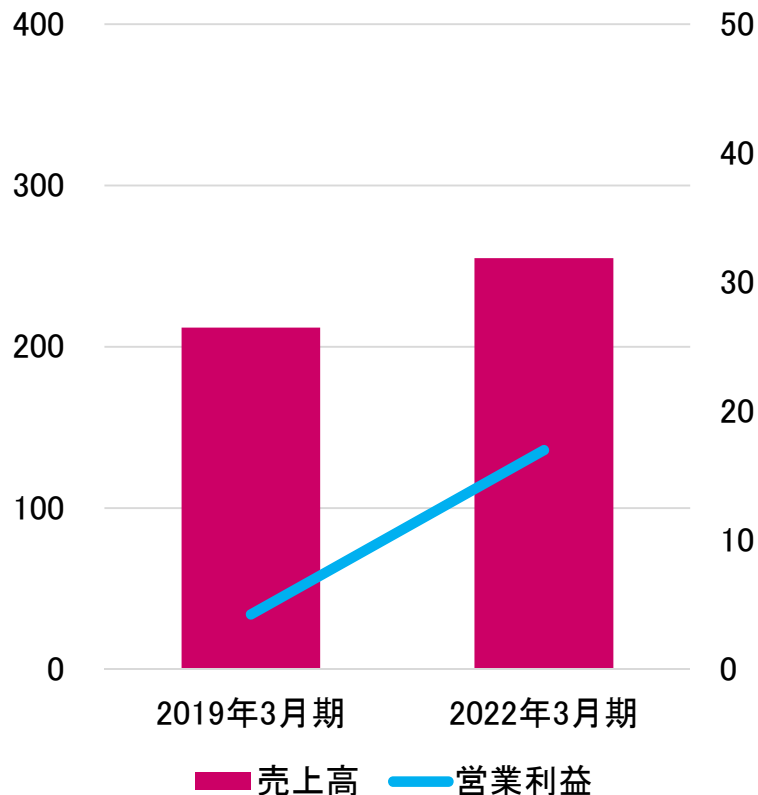


# III Electronics (EL)

## 事業戦略

電線分野での快適な暮らしを支えるインフラへの貢献  
光学分野での未来を創造するオンリーワン製品の開発

計数計画(億円)



### 2022年3月期計画

**売上高**      **255億円**    **43億円増収 (20%増)**

**営業利益**      **17億円**    **13億円増益 (325%増)**

### 重点分野



1. 電力・通信インフラ



2. 自動車周辺インフラ



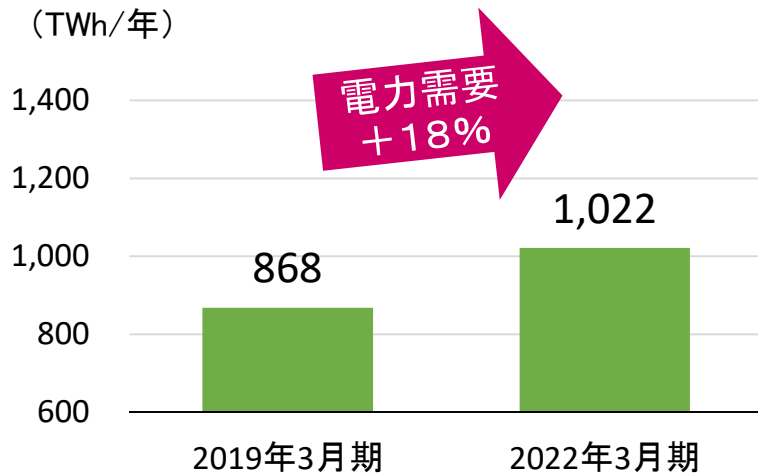
3. 光学フィルム

# III Electronics (EL)

## 重点分野① 電力・通信インフラ

### 市場動向(予測)

#### ASEAN電力需要



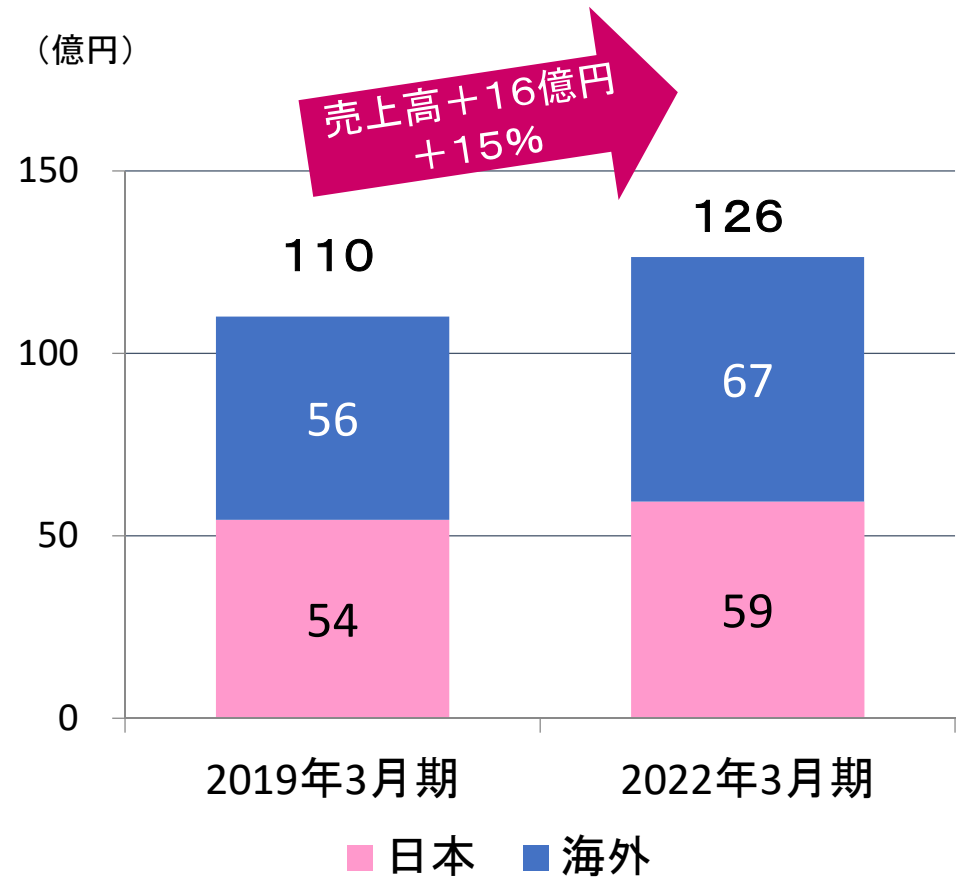
当社調べ

### 施策

- ・電力通信電線へグローバル拡販
- ・ASEANを中心とした電力需要増の確実な取込み
- ・日本は、高品質・安定供給によりシェアアップを図る

### 電線用コンパウンド売上高

(億円)

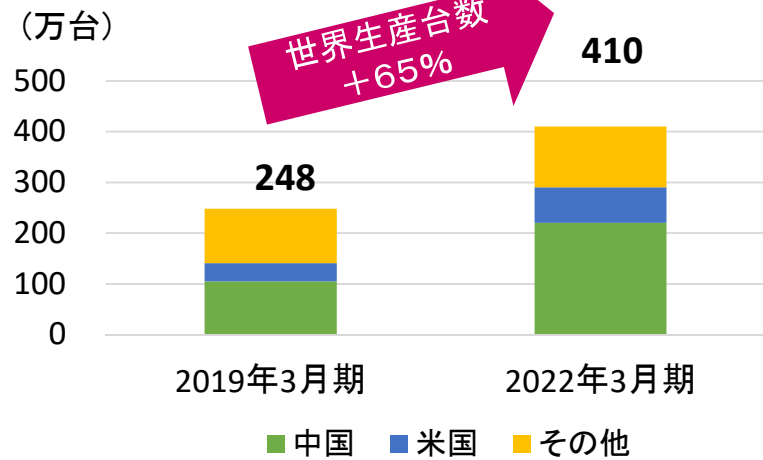


# III Electronics (EL)

## 重点分野② 自動車周辺インフラ

### 市場動向(予測)

#### EV/PHV生産台数

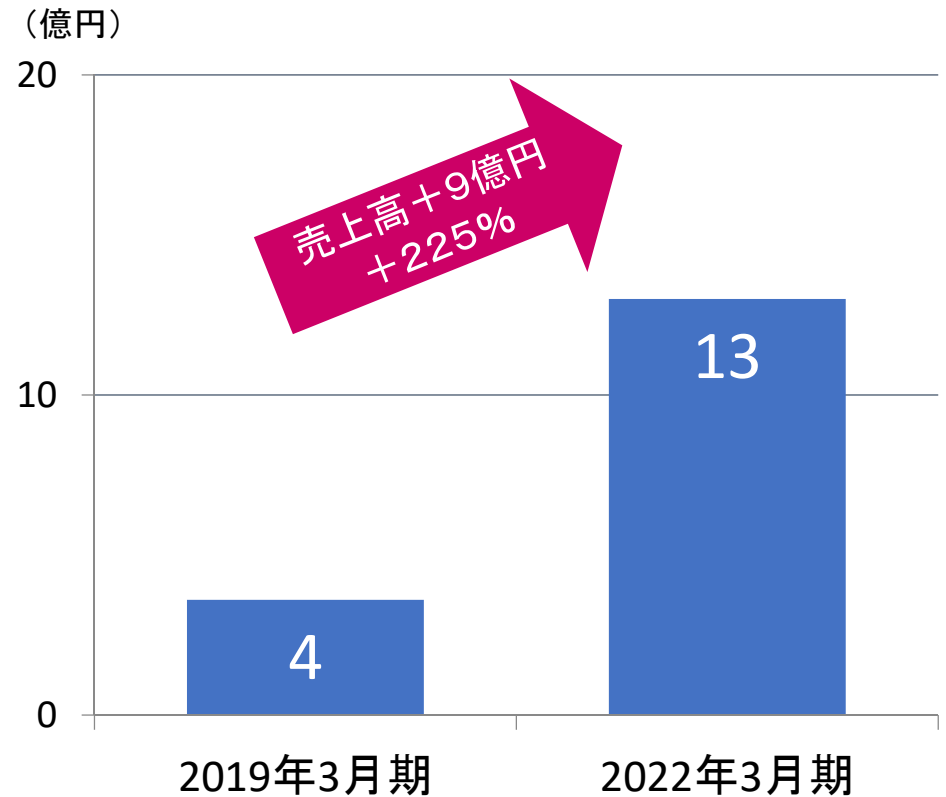


当社調べ

### 施策

- ・電気自動車・自動運転で需要が伸びる充電・センサーケーブル用TPE製品を日本で拡販する
- ・中国・米国市場に横展開、拡販する

### 充電・センサーケーブル用コンパウンド売上高

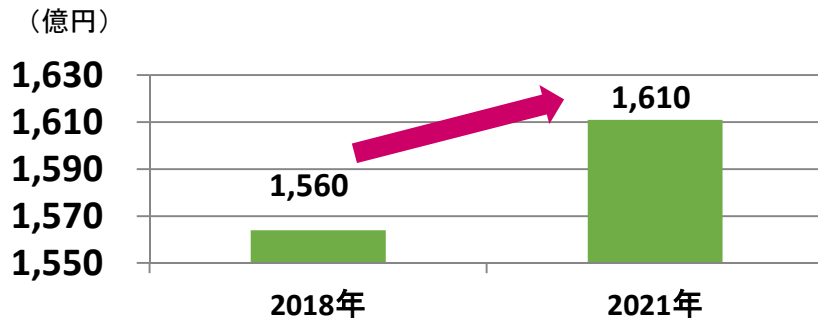


# III Electronics (EL)

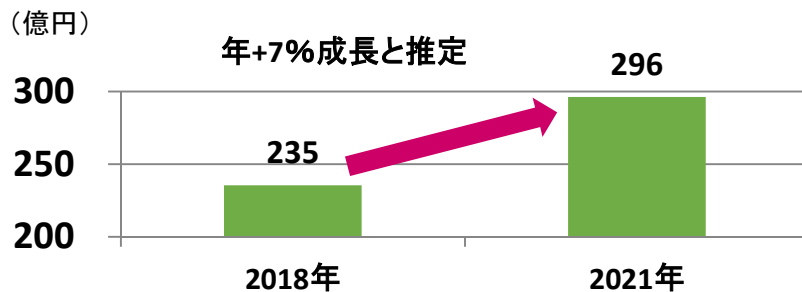
## 重点分野③ 光学フィルム(1)

### 市場動向(予測)

#### 世界タッチパネルカバー市場全体



#### ターゲット市場: 非モバイル(車載・産業用)



出典: 富士カメラ、富士経済、エンブレネット

### ターゲット例

#### ◆車載用ディスプレイ



#### ◆産業用ディスプレイ

差別化製品開発  
(例) 高機能3Dグレード  
AG、AR、遮熱、耐候/耐光性



# III Electronics (EL)

## 重点分野③ 光学フィルム(2)

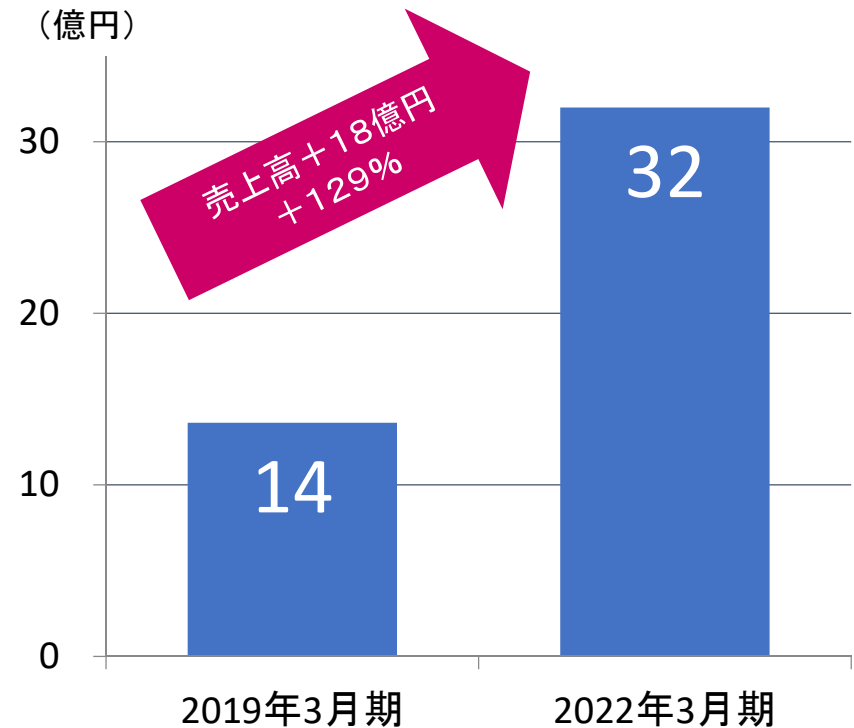
### 施策

- ・モバイル:海外をメインとした大型案件の獲得
- ・非モバイル:売上から利益重視へのシフト
  - ①車載ディスプレイ市場への参入
  - ②産業用途(サイネージ、業務・医療等)の拡販

### 産学共同推進

- ・科学技術振興機構(JST)のA-STEP「産学共同フェーズ:シーズ育成タイプFS」採択
- ・2018年10月1日から実施中
- ・車載・産業市場でのオンリーワン製品上市に拍車

### 光学フィルム売上高

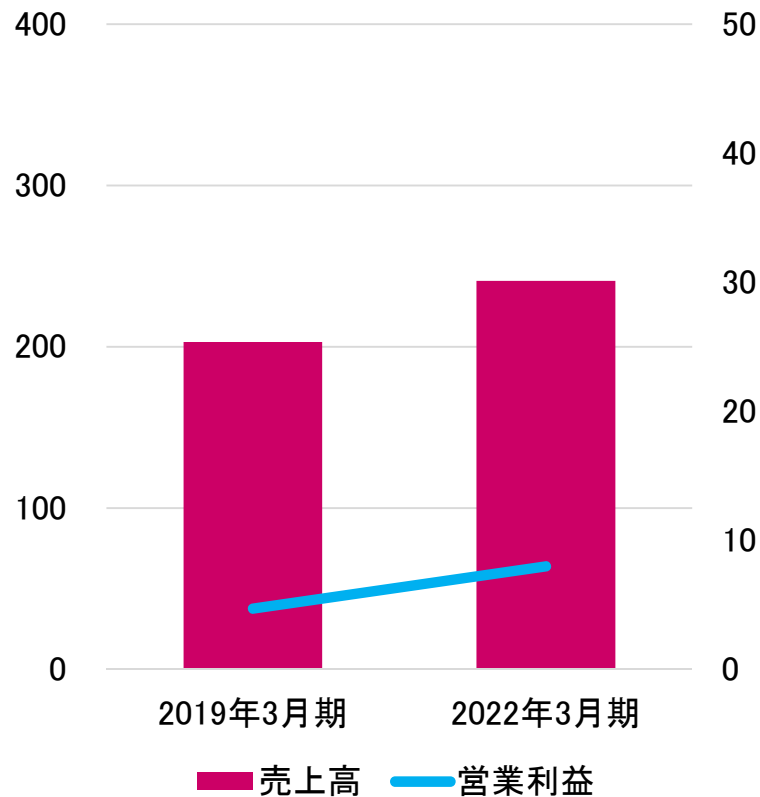


# IV Building & Construction (BC)

## 事業戦略

建装材分野にて機能的で環境に優しく  
美しい空間部材の提供

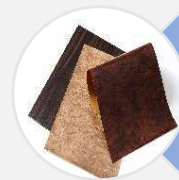
計数計画(億円)



### 2022年3月期計画

売上高	241億円	38億円増収(19%増)
営業利益	8億円	3億円増益(60%増)

### 重点分野



1. インテリア



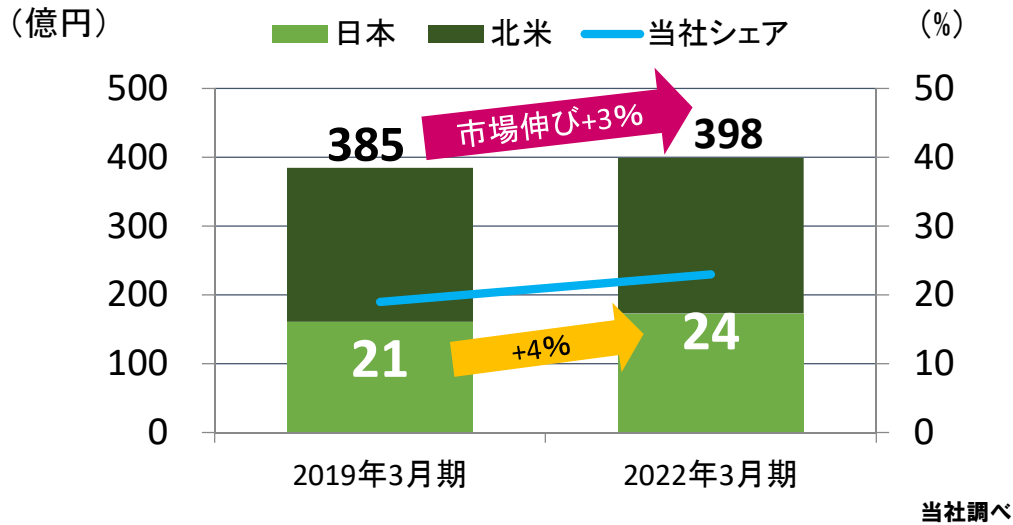
2. 住宅・建築資材

# IV Building & Construction (BC)

## 重点分野① インテリア

### 市場動向(予測)

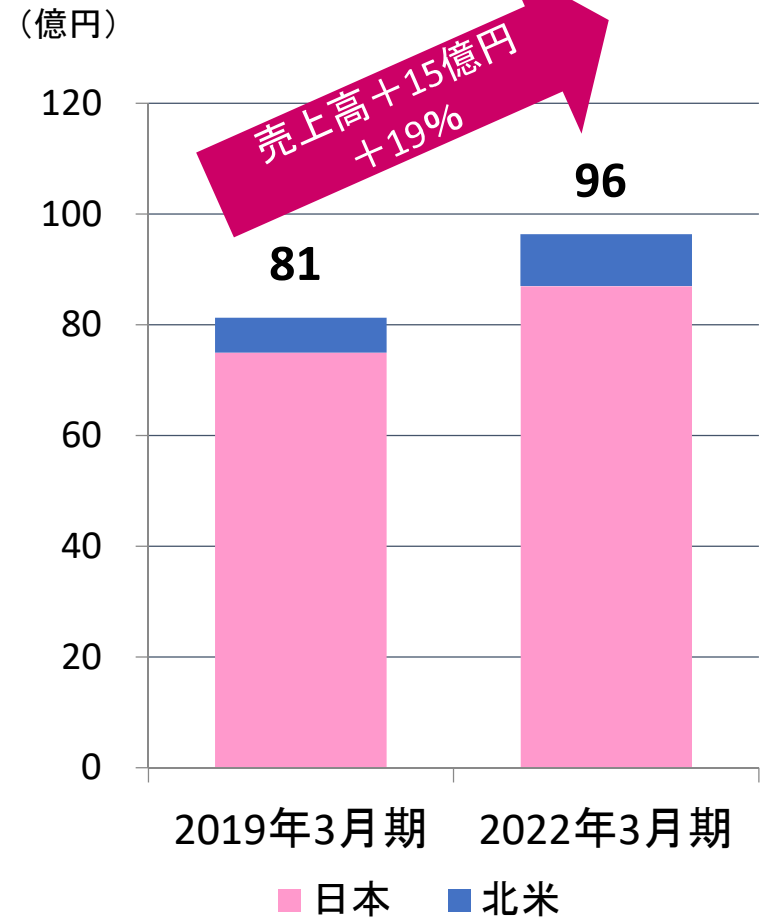
#### 日本・北米インテリアフィルム市場



### 施策

- ・デザイン子会社を駆使した高意匠製品の提案
- ・環境対応、新機能付加
  - 日本 水廻り分野への拡販
  - 北米 商業施設等の新分野への拡販

### インテリアフィルム売上高

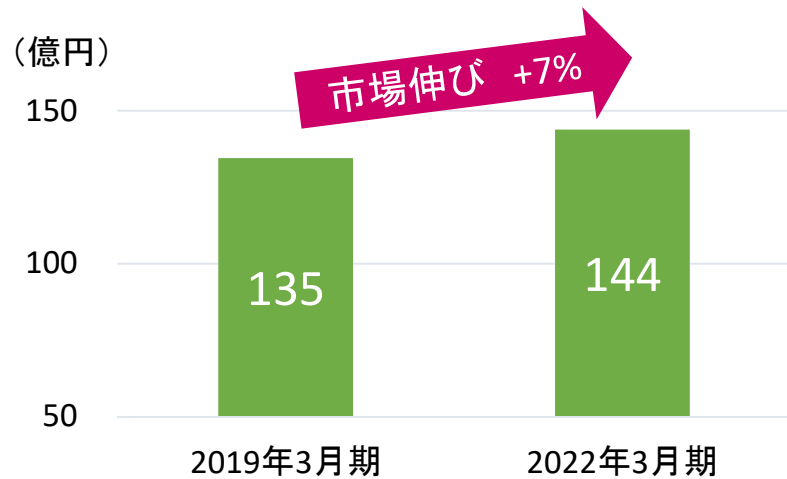


# IV Building & Construction (BC)

## 重点分野② 住宅・建築資材

### 市場動向(予測)

#### 日本の住宅建築資材コンパウンド



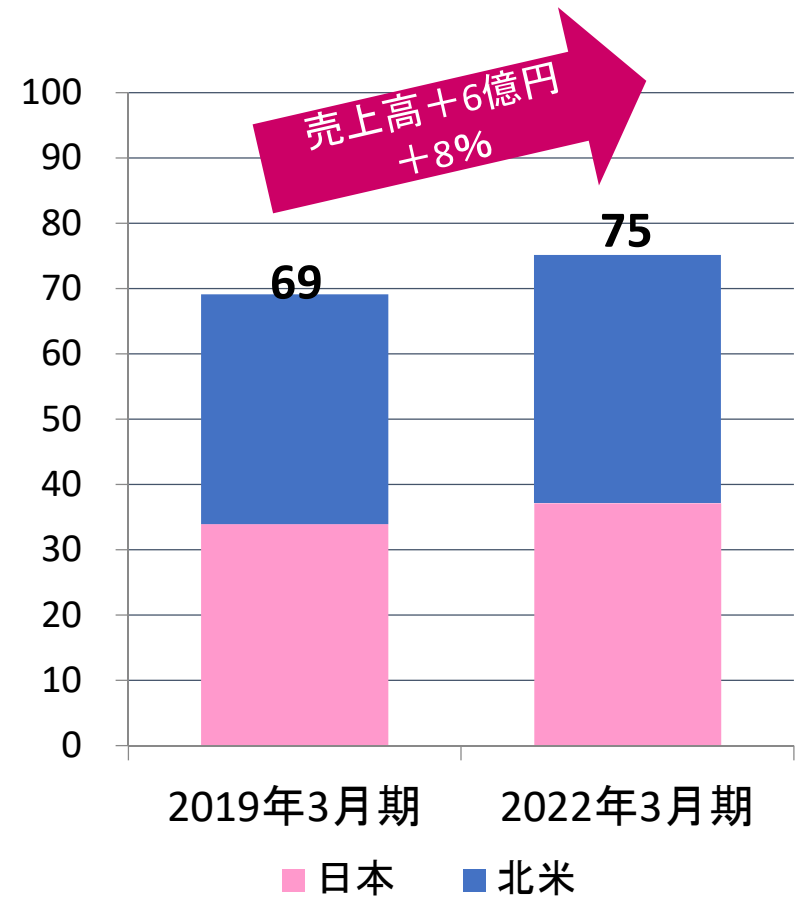
当社調べ

### 施策

- ・高機能、環境対応、成型性により
- 日本 住宅はZEH推進
- 非住宅はホテル等の新設需要増に対して拡販
- 北米 硬質PVCコンパウンドの拡販

### 住宅・建築資材コンパウンド売上高

(億円)



# 設備投資

3年間での設備投資合計 予測:145億円

単位:億円 ※メンテナンスを含む。

年度	主な設備投資	総額	減価償却費	研究開発費
2020年3月期 (予測)	国内エラストマー増設 タイ ITシステム更新 効率化設備投資	35	35	15
2021年3月期 (計画)	タイエラストマー増設 インドネシア塩ビ増設 研究開発センター増築 効率化設備投資	58	38	16
2022年3月期 (計画)	中国塩ビ増設 インドネシア塩ビ増設 効率化設備投資	52	36	16

# 2020年3月期 業績予想



# セグメント別動向 2020年3月期

※前期セグメント数値は監査前

## Transportation (TR)

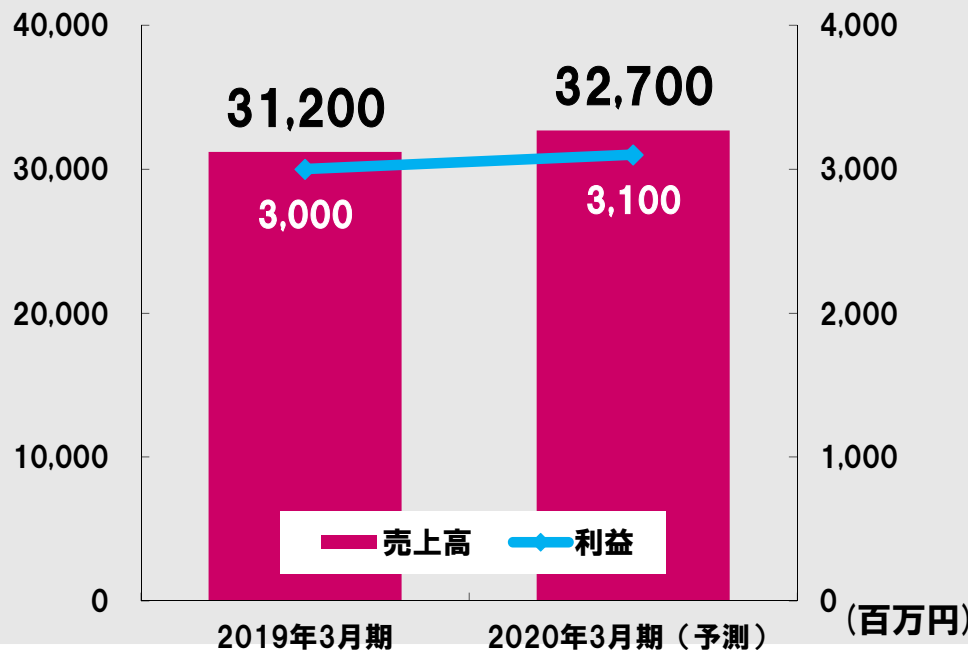
1,500百万円増収

100百万円増益

前期比4.8%増

前期比3.3%増

- ASEAN・北米での自動車電装用コンパウンドの需要増の取込み及びASEAN・インド・中国での自動車成形部材コンパウンドの拡販による増収
- 生産性改善及び数量増による増益



## Daily Life & Healthcare (DH)

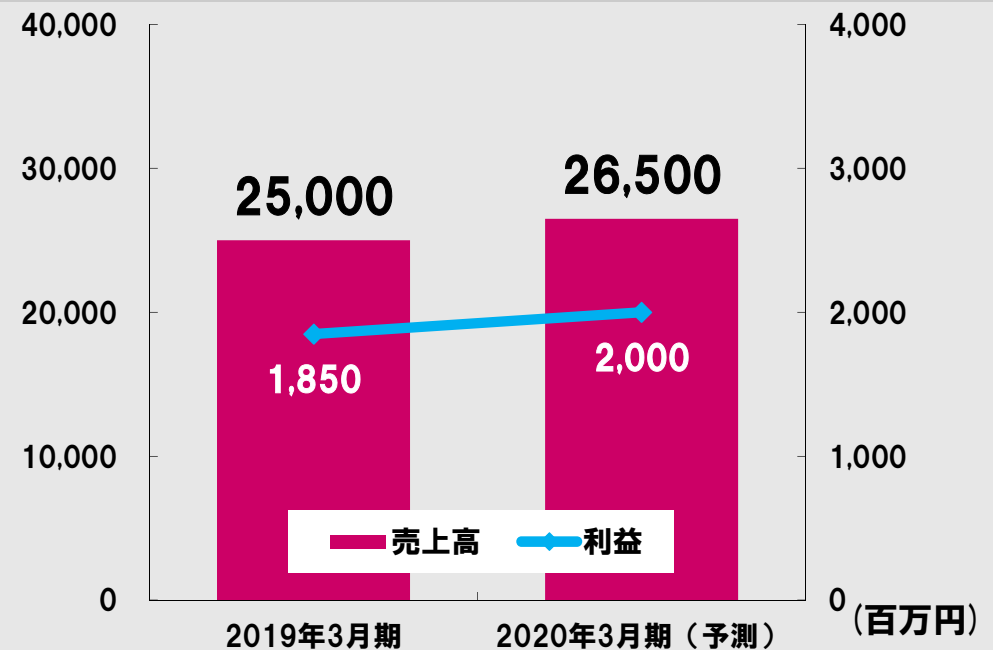
1,500百万円増収

150百万円増益

前期比6.0%増

前期比8.1%増

- 医療分野でASEANの日系メーカーにおける需要増の取込み及び高付加価値製品の拡販
- 食品包材分野における小巻ラップの拡販による増収
- 数量増と高付加価値製品の拡販による増益



# セグメント別動向 2020年3月期

※前期セグメント数値は監査前

## Electronics (EL)

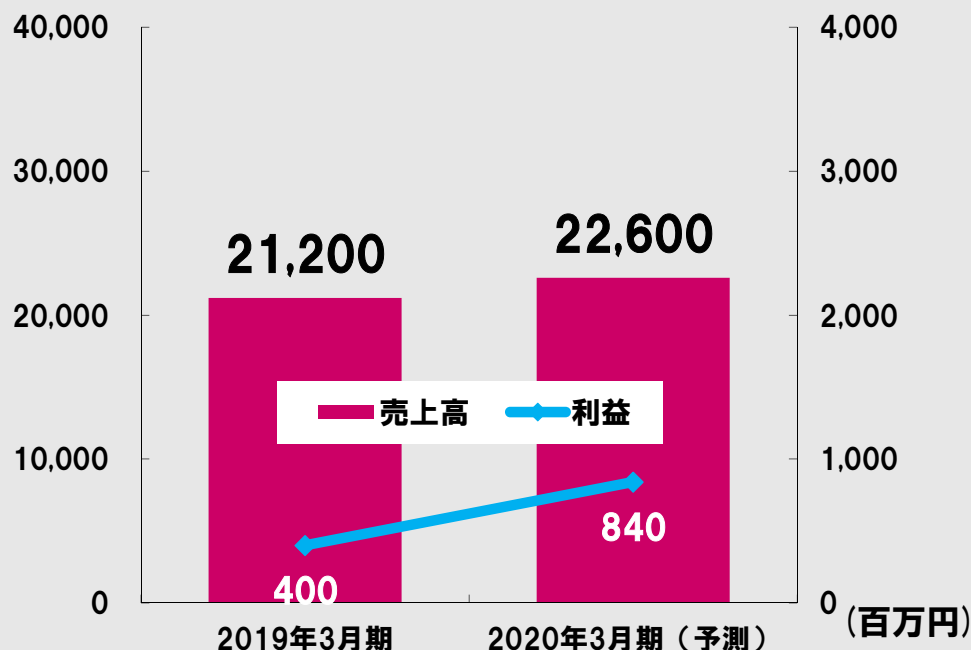
1,400百万円増収

440百万円増益

前期比6.6%増

前期比109.8%増

- ASEANでの電力・通信インフラ用コンパウンドの需要増の取込み及び中国での機器内配線フィルムの拡販
- 自動車関連インフラ用コンパウンドの拡販
- 光学フィルム大型案件継続及び新用途拡販による増収
- 高付加価値製品の販売増及び生産性改善による増益



## Building & Construction (BC)

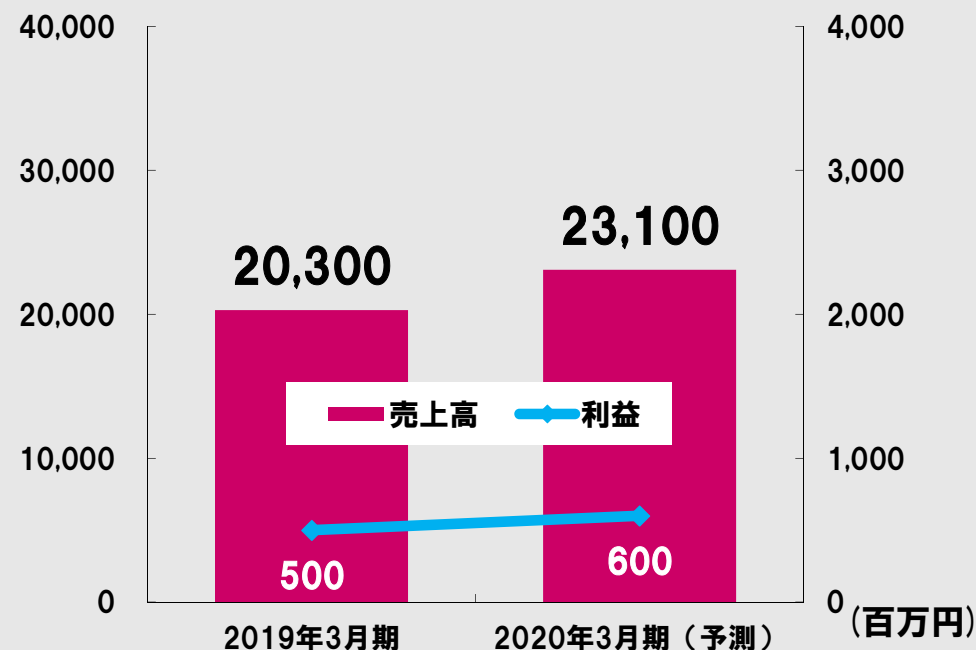
2,800百万円増収

100百万円増益

前期比13.8%増

前期比20.0%増

- 国内での高意匠インテリアフィルム及び住宅用コンパウンドの拡販
- 北米での硬質PVCコンパウンドの巻き返しによる増収
- 高付加価値製品の販売増及び生産性改善による増益

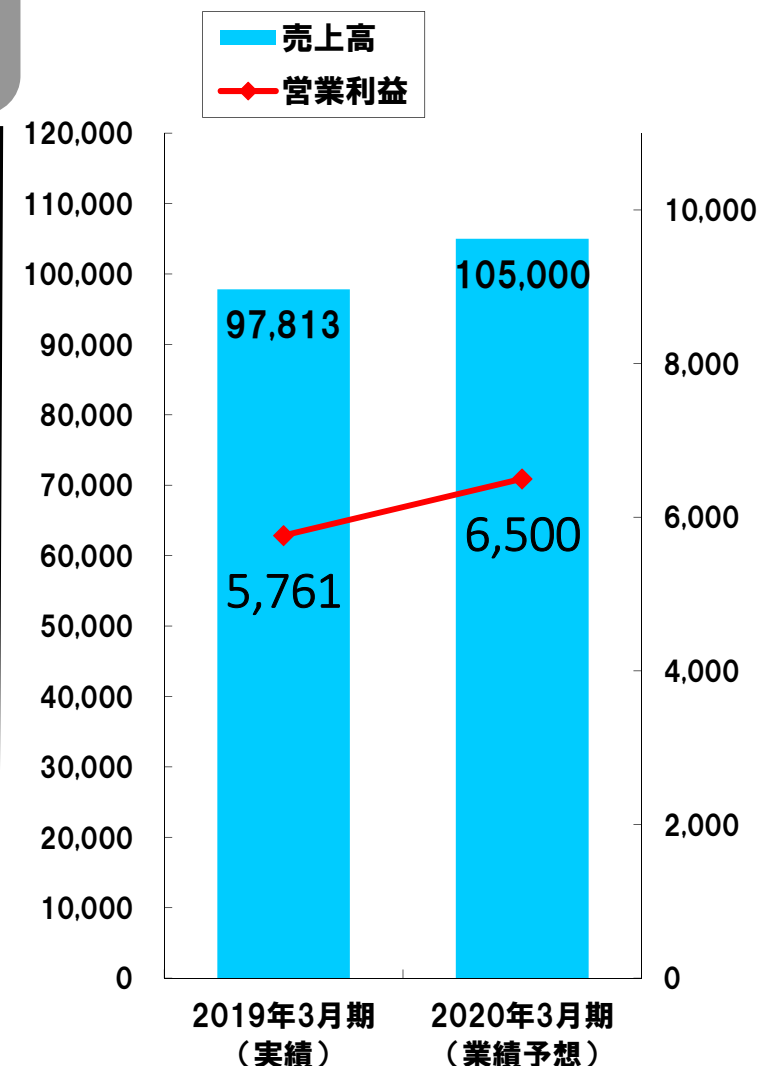




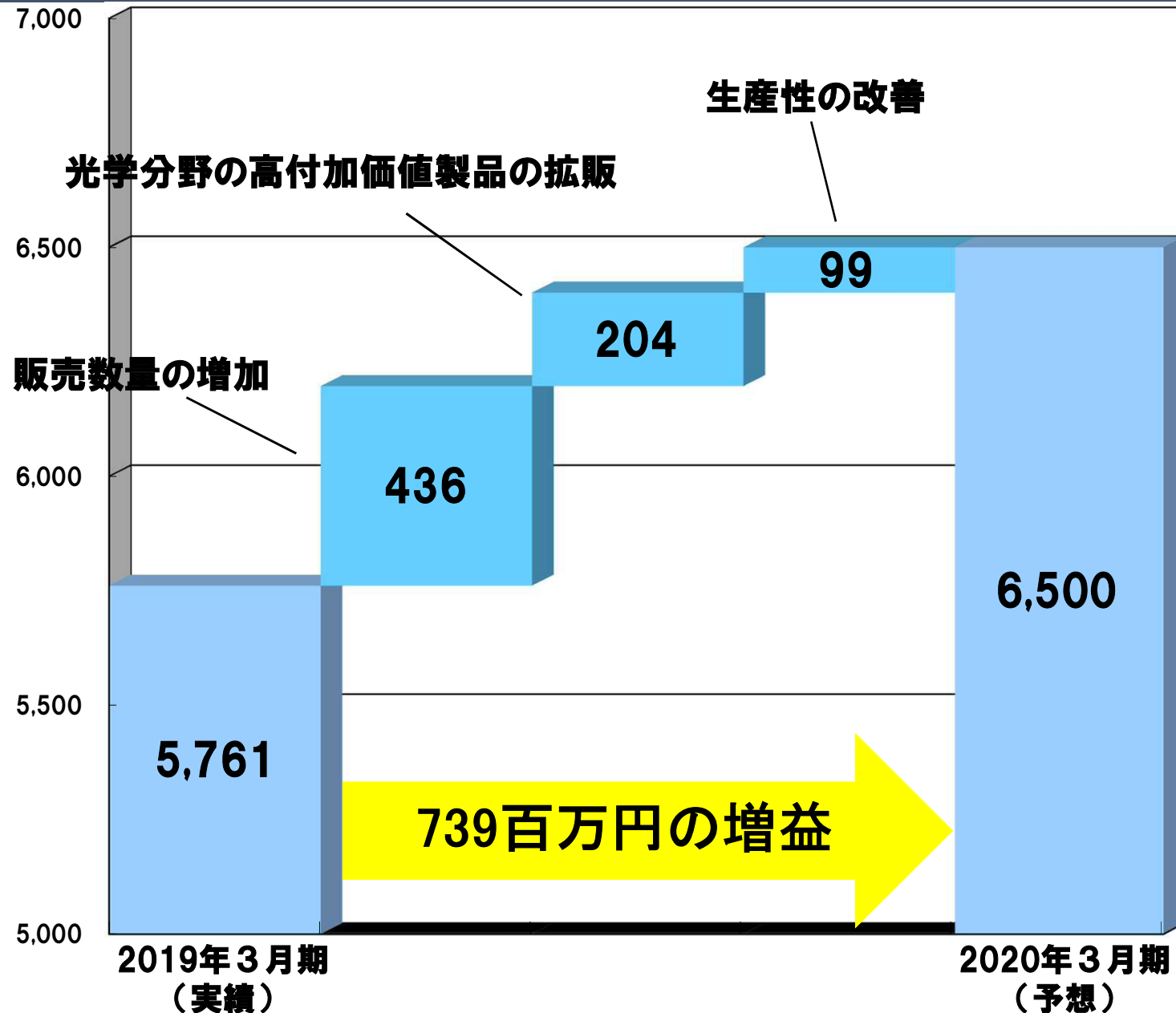
# 2020年3月期 連結業績予想

科目	2019年3月期 実績	2020年3月期 業績予想	伸び率
売上高	97,813	105,000	+7.3%
営業利益	5,761	6,500	+12.8%
経常利益	5,869	6,500	+10.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,060	3,700	+20.9%
1株当たり利益	47.43	56.95	+20.0%

(単位：百万円、円)



# 2020年3月期（予想）営業利益 増減要因分析



単位：百万円

# 株主還元 ～配当金～

(円)

	中間	期末	通期	年間配当性向 (連結)	純資産配当率 (%)
2017年3月期	5.00	6.00	11.00	24.0	1.6
2018年3月期	6.00	6.00	12.00	28.8	1.6
2019年3月期	6.00	8.00	14.00	29.5	1.9
2020年3月期 (予想)	8.00	8.00	16.00	28.1	-

## 配当方針

連結配当性向30%程度を一つの目途とした上で、  
今後の事業投資・自己資本の充実等も勘案し、**安定的な配当**を行う

# 免責事項

本資料に記載されている計画、見通し、戦略およびその他の歴史的事実でないものは、作成時点において入手可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、さまざまリスクおよび不確実性が内在しています。実際の業績は経営環境の変動などにより、これら見通しと大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている当社および当社グループ以外の企業などにかかわる情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

## お問い合わせ先

[webmaster@rikentechnos.co.jp](mailto:webmaster@rikentechnos.co.jp)

経理部 高見