

2016年3月期 決算説明会

平成28年6月1日



目次(本日の内容)

I. 2016年3月期 決算概要

P 3～P 12

II. 2017年3月期 業績予想

P 13～P 18

III. 新中期経営計画

P 19～P 28

1. 2016年3月期 決算概要

2016年3月期 業績概要

(単位：百万円、%)

	連結					単体		
	2015年 3月期	2016年3月期		前期比	計画比	2015年 3月期	2016年 3月期	前期比
		計画	実績					
売上高	19,386	18,430	18,583	△802 (△4.1)	+153 (+0.8)	14,467	13,793	△674 (△4.7)
営業利益	945	700	666	△278 (△29.5)	△34 (△4.8)	877	664	△213 (△24.4)
営業利益率	4.9	3.8	3.6	△1.3pt	△0.2pt	6.1	4.8	△1.3pt
経常利益	1,056	860	677	△379 (△35.9)	△183 (△21.2)	1,028	689	△339 (△33.0)
当期純利益	680	530	634	△46 (△6.8)	+104 (+19.7)	669	449	△220 (△32.9)
ROE	3.5%	2.8%	3.4%	△0.1pt	+0.6pt	3.5%	2.4%	△1.1pt

<サマリー>

- ①連結売上高：事業構造改革に伴う医療栄養食事業の撤退などにより△802百万円（△4.1%）
- ②連結営業利益：円安による原材料費の上昇、掛川工場の固定費負担に係る影響などにより△278百万円（△29.5%）、営業利益率は4.9%⇒3.6%と△1.3pt悪化。
- ③連結当期純利益は、事業構造改革に伴う事業再編損の計上したものの、投資有価証券の売却などにより△46百万円（△6.8%）の減益。ROEは△0.1ptダウンの3.4%。

営業利益の増減要因（対前年比）

（単位：百万円）

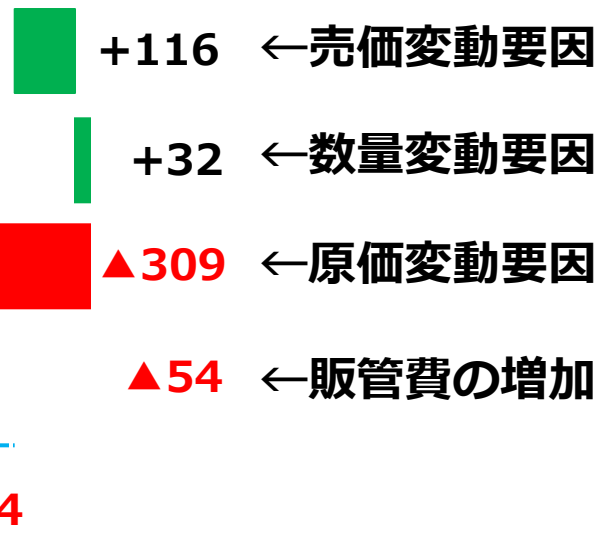
2015年3月期 営業利益
945

前年比
△278

<単体>
営業利益
前年比
△213

子会社の営業利益の減少→

2016年3月期 営業利益
666



セグメント別 売上高・営業利益

<セグメント別売上高・営業利益>

(単位：百万円)

	2015年3月期		2016年3月期			
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	前期比	
					売上高	営業利益
調味料	8,461	827	8,906	654	+445	△172
機能食品	5,810	591	4,607	620	△1,203	+28
水産物	3,791	23	3,674	8	△116	△14
その他	1,323	47	1,394	△64	+71	△112
全社	—	△544	—	△551	—	△7
合 計	19,386	945	18,583	666	△802	△278

※売上高は外部顧客に対する売上

<サマリー>

- ①調味料は、液体、粉体調味料の増収により、売上高 +5.3%、掛川工場の固定費負担増により、営業利益 △20.9%。
- ②機能食品は、医療栄養食の撤退及び機能性素材の減収により、売上高は△20.7%、営業利益は+4.9%。
- ③水産物は、問屋部門・加工部門・倉庫部門の物量減少により、売上高は△3.1%、営業利益は△63.9%。
- ④その他は、化粧品通販事業の増収により、売上高は+5.4%、化粧品通販事業の広告宣伝費増により営業損失となる。

調味料

<調味料の売上構成>

(単位：百万円、%)

	2015年3月期	2016年3月期	前期比
液 体	3,312	3,437	+124
粉 体	4,742	5,145	+402
香 辛 料	405	324	△81
売上高 合計	8,461	8,906	+445
営業利益 合計	827	654	△172
営業利益率	9.8%	7.4%	△2.4pt

※売上高は外部顧客に対する売上

<サマリー>

(売上高)

液体は大手向け水産系エキスが伸長、粉体はCVD・具材が伸長、香辛料は不採算品の終売により減収。

(営業利益)

液体・粉体調味料共に原料価格上昇及び掛川工場の固定費負担により、営業利益率が9.8% ⇒ 7.4%と
△2.4pt

機能食品

<機能食品の売上構成>

(単位：百万円、%)

	2015年 3月期	2016年 3月期	前期比
機能性食品素材	2,527	2,231	△296
機能食品	1,186	1,137	△49
医療栄養食	2,096	1,238	△858
売上高 合計	5,810	4,607	△1,203
営業利益 合計	591	620	+28
営業利益率	10.2%	13.5%	+3.3pt

※売上高は外部顧客に対する売上

<サマリー>

(売上高)

医療栄養食の撤退及び機能性食品、機能性素材はグルコサミン類が大幅減収。アンセリンは増加。

(営業利益)

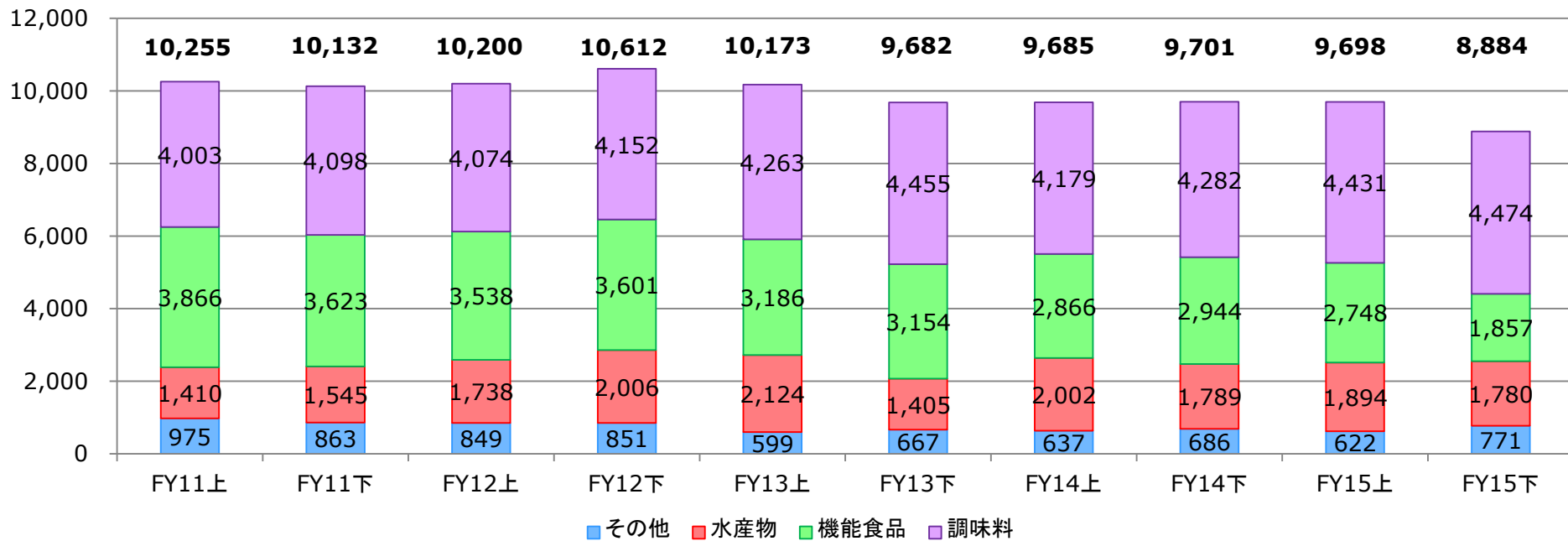
低採算の医療栄養食の撤退、UMIの販管費削減により増益。営業利益率は+3.3pt。

<参考：素材別売上構成> (単位：百万円、%)

	2015年 3月期	2016年 3月期	前期比
グルコサミン類	2,593	2,212	△381
うちNAG	2,274	2,028	△245
コラーゲン類	339	252	△86
アンセリン類	188	369	+181
その他	592	534	△58
機能性食品素材 ・機能性食品 合算合計	3,713	3,368	△345

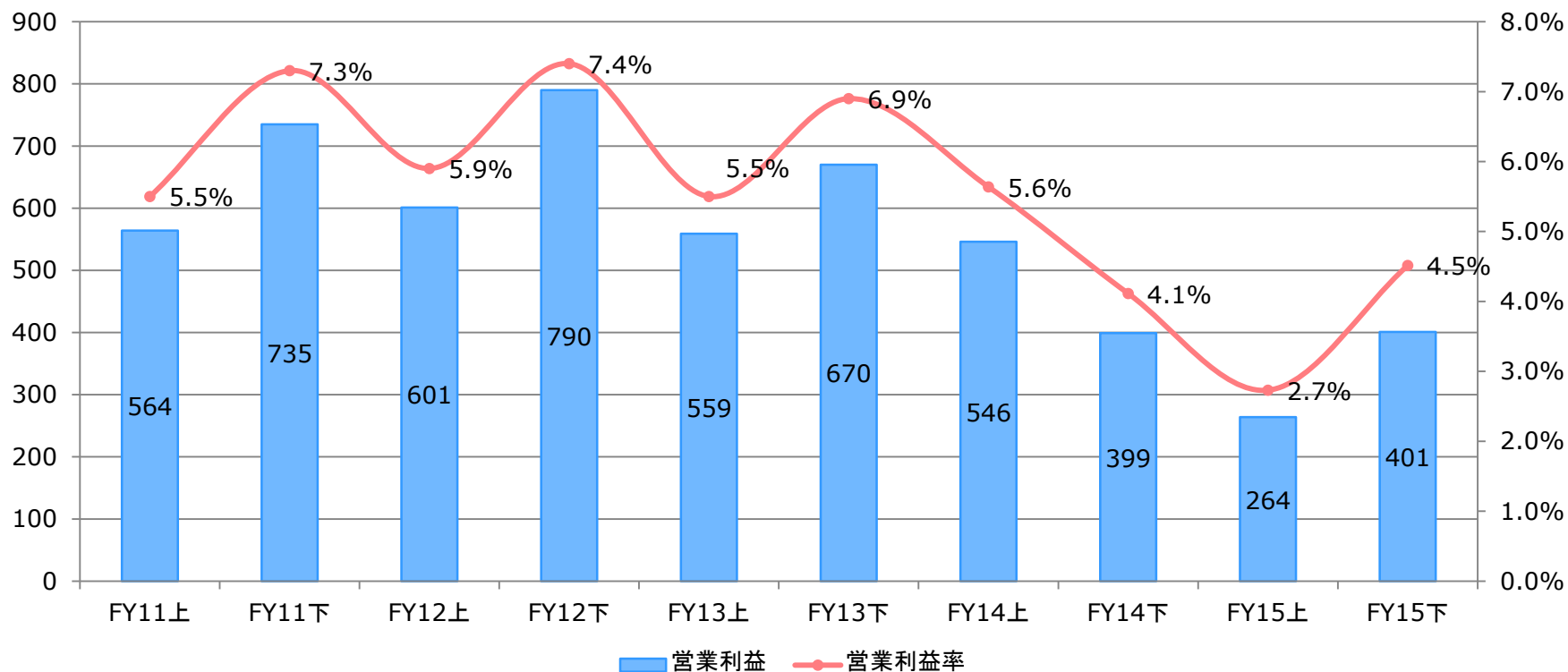
連結売上高の半期推移

(単位:百万円)



連結営業利益の半期推移

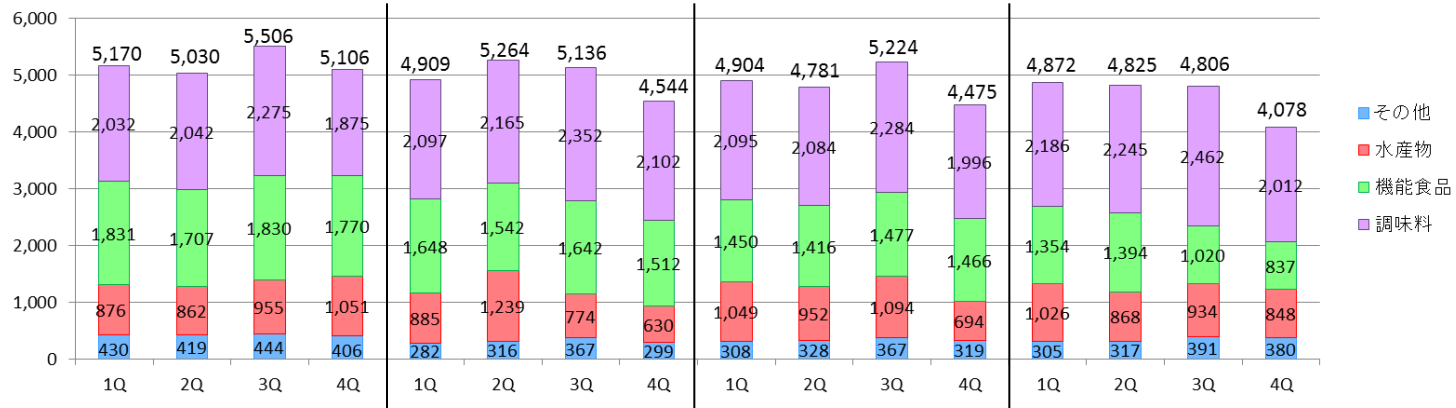
(単位:百万円)



売上高、営業利益の四半期推移

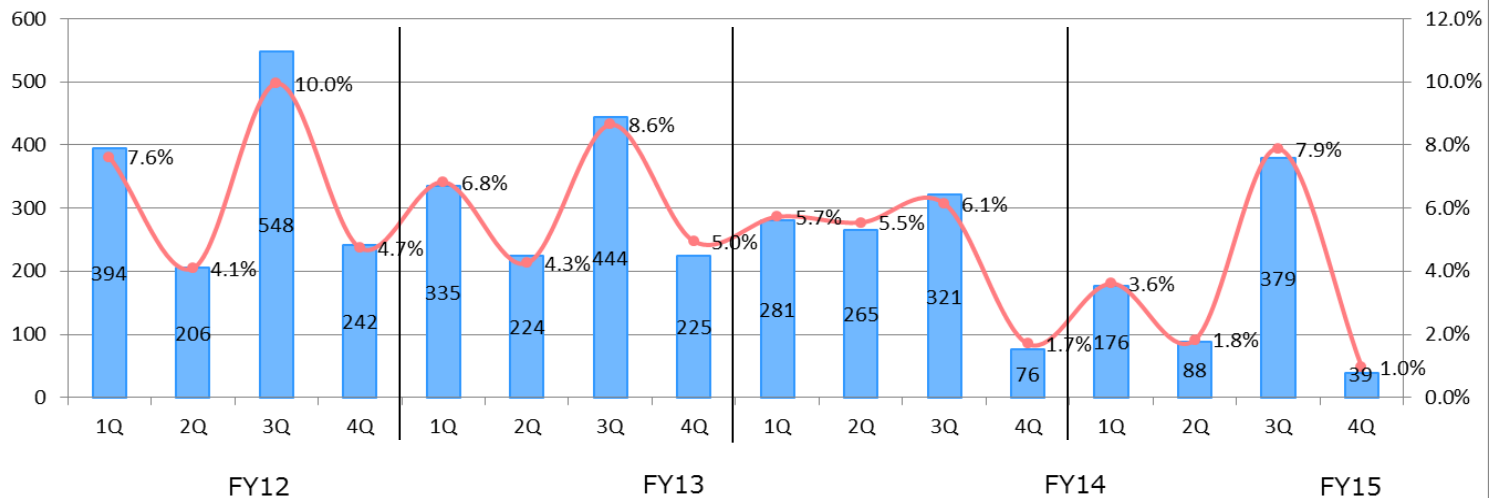
(単位:百万円)

四半期毎の売上高



(単位:百万円)

四半期毎の営業利益額・利益率



連結貸借対照表

(単位：百万円)

		2015年 3月期	2016年 3月期	増 減	主 な 内 容
資 産 の 部	流動資産	12,763	13,580	+817	現金及び預金 +1,965 受取手形、売掛金 △554 たな卸資産 △490
	固定資産	12,192	9,024	△3,168	建物及び構築物 △708 機械、運搬具 △616 土地 △187 投資有価証券 △1,712 退職給付に係る資産 +90
	資産合計	24,955	22,604	△2,351	
負 債 ・ 純 資 産 の 部	流動負債	4,063	3,737	△326	支払手形及び買掛金 △751 短期借入金 △500 1年内長期借入金 +900 未払消費税 +196
	固定負債	1,695	203	△1,492	繰延税金負債 △392 長期借入金 △1,100
	純資産	19,196	18,663	△532	利益剰余金 +336 その他有価証券評価差額金 △725 為替換算調整勘定 △143
	負債・純資産 合計	24,955	22,604	△2,351	

Ⅱ. 2017年3月期業績予想

2017年3月期 連結業績予想（概要）

（単位：百万円・％）

	2016年3月期（実績）			2017年3月期（計画）					
	上期	下期	通期	上期計画	前年同期比	下期計画	前年同期比	通期計画	前年同期比
売上高	9,698	8,885	18,583	7,980	△1,718 (△17.7)	8,020	△865 (△9.7)	16,000	△2,583 (△13.9)
営業利益	264	401	666	350	+86 (+32.6)	450	+49 (+12.2)	800	+134 (+20.1)
営業利益率	2.7%	4.5%	3.6%	4.4%	+1.7pt	5.6%	+1.1pt	5.0%	+1.4pt
経常利益	297	379	677	375	+78 (+26.3)	475	+96 (+25.3)	850	+173 (+25.5)
当期純利益	195	438	634	250	+55 (+28.2)	290	△148 (△33.8)	540	△94 (△14.9)
ROE			3.4%					2.8%	△0.6pt

※ 配当予想：1株当たり年間24円（中間10円、期末14円）

<サマリー>

- ① 売上高は、前期の事業構造改革(低採算事業の整理)及び低採算品目の削減により、大幅減収。
- ② 営業利益は、売上高は大幅減収ながらも、事業構造改革の成果に加え、利益率の高い商品の拡販、生産効率の改善を推進し、利益率の改善による増益の計画。

2017年3月期 連結業績予想 (セグメント別売上高)

(単位：百万円)

	2016年3月期 (実績)			2017年3月期 (計画)					
	上期	下期	通期	上期 計画	前年 同期比	下期 計画	前年 同期比	通期 計画	前年 同期比
調味料	4,431	4,475	8,906	4,035	△396	4,095	△380	8,130	△776
液体	1,688	1,748	3,437	1,580	△108	1,640	△108	3,220	△217
粉体	2,544	2,600	5,145	2,330	△214	2,350	△250	4,680	△465
香辛料	198	125	324	125	△73	105	△20	230	△94
機能食品	2,748	1,858	4,607	1,705	△1,043	1,710	△148	3,415	△1,192
機能性素材	1,117	1,113	2,231	1,130	12	1,105	△8	2,235	+3
機能食品	557	560	1,137	575	△2	605	+44	1,180	+42
医療栄養食	1,054	184	1,238	0	△1,054	0	△184	0	△1,238
水産物	1,894	1,780	3,674	1,555	△339	1,520	△260	3,075	△599
その他	622	771	1,394	685	62	695	△76	1,380	△14
合計	9,698	8,885	18,583	7,980	△1,718	8,020	△865	16,000	△2,583

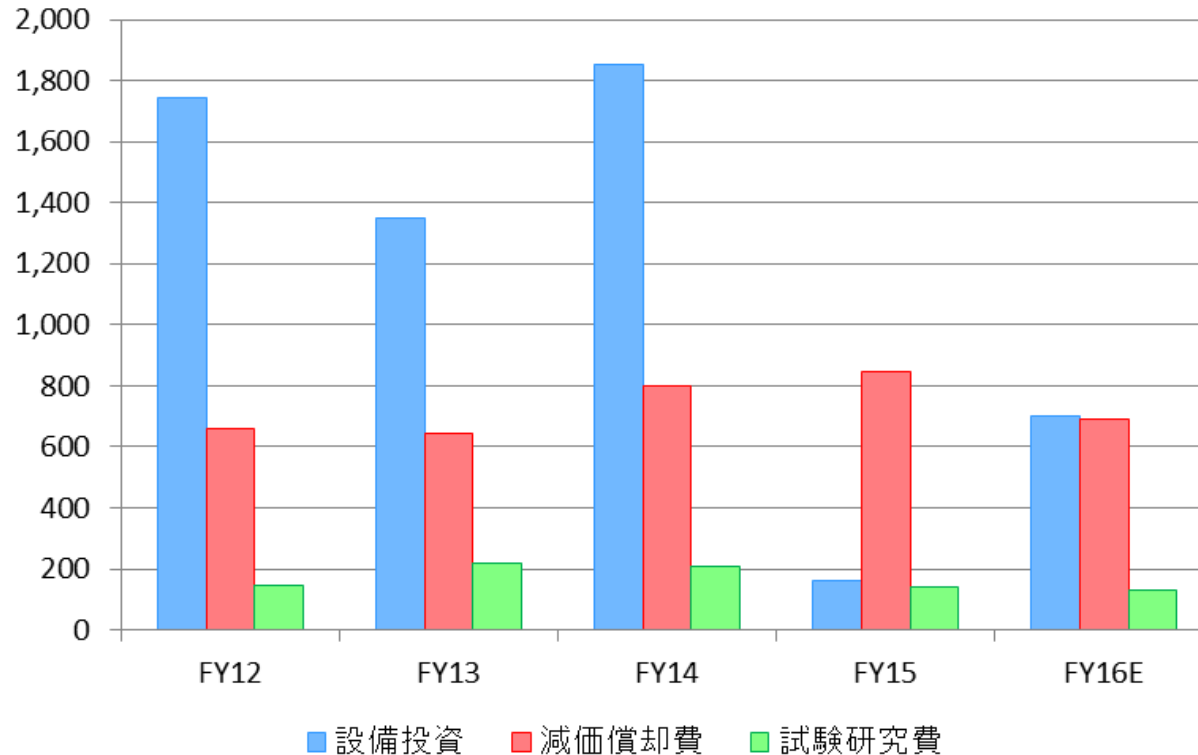
2017年3月期 連結業績予想 (セグメント別営業利益)

(単位：百万円)

	2016年3月期			2017年3月期					
	上期	下期	通期	上期 計画	前年 同期比	下期 計画	前年 同期比	通期 計画	前年 同期比
調味料	354	300	654	407	+52	388	+87	795	+140
機能食品	271	349	620	255	△16	287	△62	542	△78
水産物	△0	9	8	3	+3	15	+5	18	+9
その他	△39	△24	△64	0	+39	△5	+19	△5	+59
全社	△319	△232	△551	△315	+4	△235	△2	△550	+1
合計	264	401	666	350	+85	450	+48	800	+133

2016年3月期 設備投資、減価償却費、試験研究費

(単位：百万円)



(単位：百万円)

	FY12	FY13	FY14	FY15	FY16E
設備投資	1,742	1,348	1,851	162	700
減価償却費	659	643	800	844	690
試験研究費	146	218	210	142	130

BCP計画への取組み (掛川新工場)



新工場設備投資概要

土地	1,109百万円
建物・設備等	2,845百万円
合計	3,954百万円

減価償却費

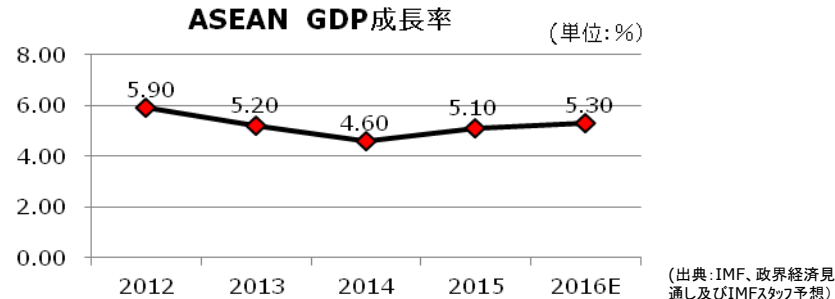
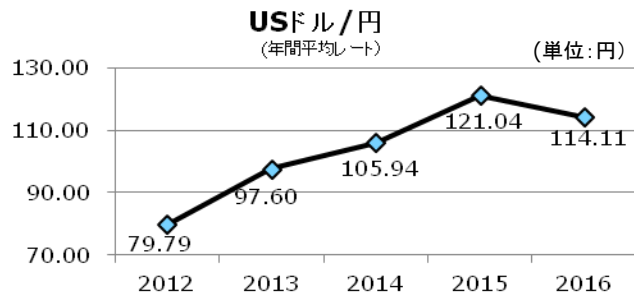
2016年3月期(実績)	360百万円
2017年3月期(予定)	304百万円

Ⅲ. 新中期経営計画

2017年3月期～2019年3月期
YSK中期経営計画
「YSK Priority」

当社を取り巻く環境

①世界的な経済環境の不透明感が残るが、アセアンが牽引し緩やかに成長

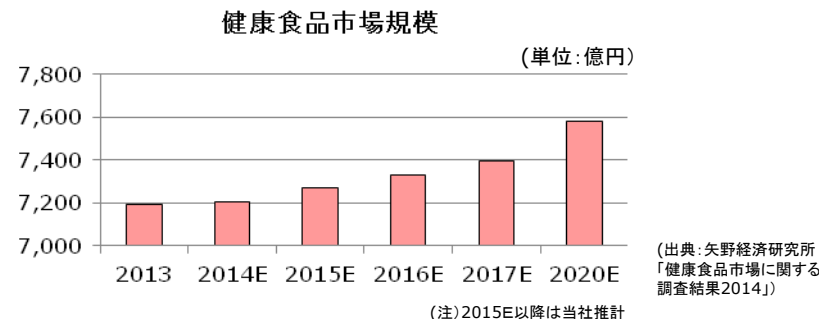
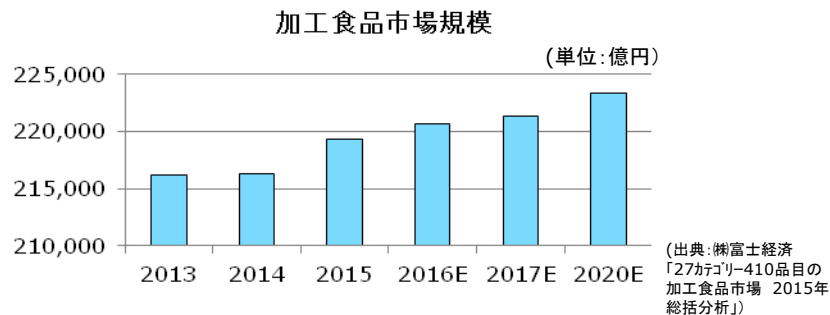


②ITの革新により、人・モノ・コトが連動し、新しい価値が創造される

③少子高齢化・食スタイルの変化

④食の安心・安全の増進

市場規模予想



これまでの構造改革

1.事業構造改革の実施

・医療栄養食事業の撤退

2015年9月末生産終了

2016年3月期 売上高：1,238百万円

大東第3工場の賃貸契約、一部社員出向、受取賃借料を計上

・香辛料事業の撤退

2015年9月末生産終了

2016年3月期 売上高：324百万円

一部高採算商品の外注化による粗利アップ。工場売却済

・他2工場の閉鎖、売却・賃貸

榛原工場の残る2製品 3月末生産終了、工場売却へ

吉田工場の設備売却、土地・建物を賃貸

・掛川新工場への集約

2016年4月以降、調味料事業の集約化による生産性の向上

2.収益重視の営業推進

(1)製品値上げによる粗利向上に注力中

(2)新売価基準の設定による厳格な採算性管理

(3)開発センターの営業本部への取り込みによる営業力強化

3.新規事業領域（「B to C」市場）の進展

(1)「働く女性研究所」WEB通販の本格稼働

(2)ノンフード製品(アグリ分野)の拡充

(3)高級ドリップ式「出汁」飲料の上市模索(3月末株主優待品へ)

4.Only One、差別化商品開発・上市の継続

(1)機能性関連

(2)調味料関連

基本戦略と経営目標

経営ビジョン

- 水産系天然素材メーカーNo.1へ

重点施策

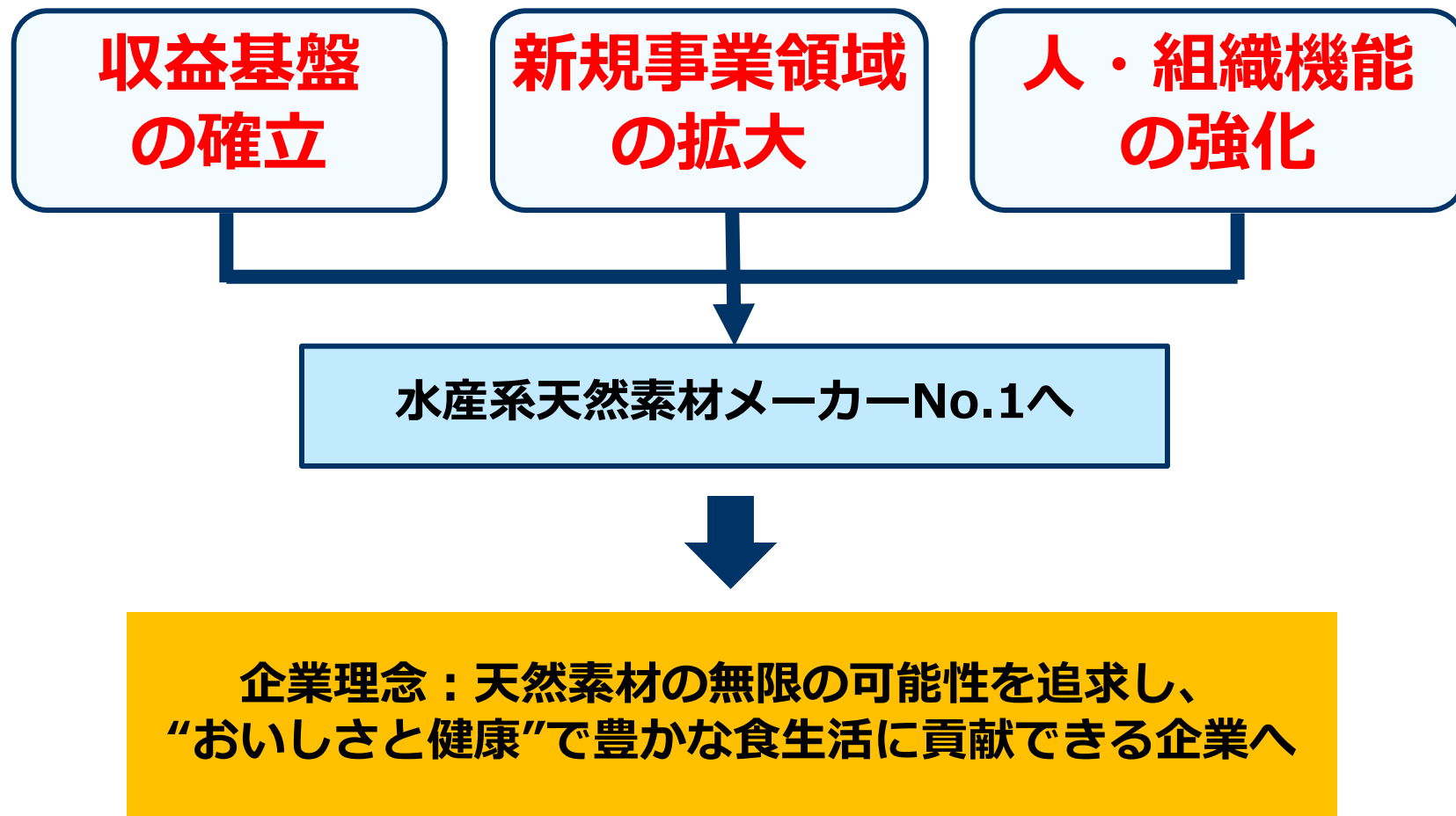
- 収益基盤の確立
- 新規事業領域の拡大
- 人・組織機能の強化

経営目標

- YSK単体：①粗利益率 25%以上、売上総利益 30億円以上
②営業利益 10億円以上
- YSKグループ：連結売上高170億円、連結営業利益12億円

新 中期経営計画「YSK Priority」の重点施策

3つの柱に経営資源(人・物・金)を集中投入し、成長戦略を描く



収益基盤

水産系天然素材を原料とした

調味料・機能性食品

製品展開

- 強み製品の販売強化
(液体調味料・機能性素材)
- 新規製品開発
- 低採算製品の整理
- 製品コストダウン

顧客管理

- 管理会計
- 新規顧客拡大
- 既存顧客への提案強化

ハード

- 安心・安全の増強
(FSSC22000取得)
- IT基盤の強化
(IoTの活用)
- 法制度の活用
(機能性表示食品)
(食品表示法)

新規事業①：海外事業

ターゲット：ASEAN

製品展開

- 海外生産拠点
- 戦略商品開発
(ASEAN研究機関と連携)

顧客管理

- 販売拠点
- 現地販売網強化

ハード

- 現地ワーカーの採用
- 機能性成分の認定
(各国での認定)

新規事業②：通販事業

「働く女性研究所」(化粧品・雑貨)

- 製品の育成
- 広告投下の効率化
- 顧客継続率の改善

調味料通販事業

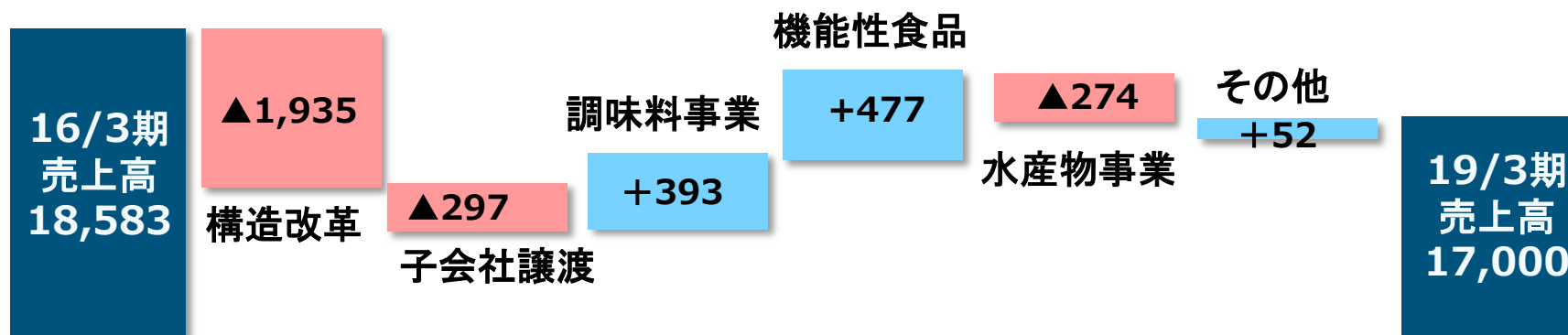
- 調味料の通販展開
(第1段はドリップだし)
- 新規商品開発

人・組織機能

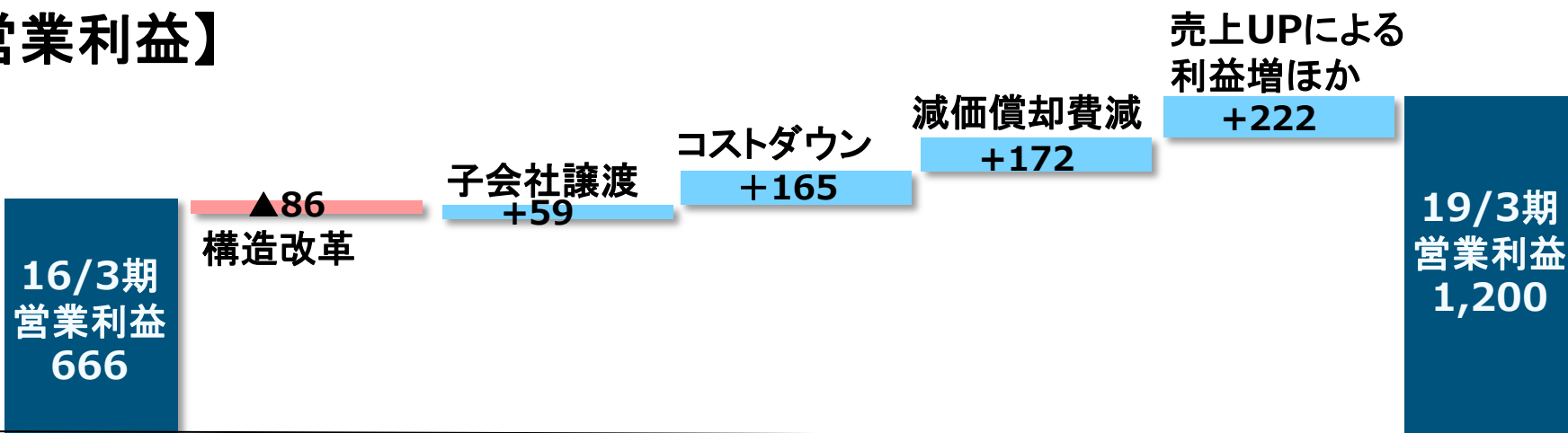
- 教育体系の見直し
(重点：営業力強化)
- Work life balance
(時間外労働 0へ)
- 定年年齢の見直し

売上高・営業利益成長イメージ (2019年3月期)

【売上高】



【営業利益】



新 中期経営計画「YSK Priority」の定量目標

		2016年3月期 (実績)	2019年3月期 (目標)	増減
連結売上高		18,583	17,000	△1,583
連結営業利益		666	1,200	+533
調味料	売上高	8,906	8,430	△476
	営業利益	654	1,110	+455
機能食品	売上高	4,607	3,720	△887
	営業利益	620	630	+10
水産物	売上高	3,674	3,400	△274
	営業利益	8	20	+11
その他	売上高	1,394	1,450	+55
	営業利益	△64	0	+64
全社	売上高	-	-	-
	営業利益	△551	△560	△8
合計	売上高	18,583	17,000	△1,583
	営業利益	666	1,200	+533