

決算説明会補足資料

	2015年3月期 2014年4月～2015年3月	2016年3月期 2015年4月～2016年3月	2017年3月期 2016年4月～2017年3月	2018年3月期 2017年4月～2018年3月	2019年3月期 2018年4月～2019年3月	2020年3月期 2019年4月～2020年3月
業績	売上高 91,938 営業利益 3,652 経常利益 4,062 当期純利益 1,900 総資産 86,086 純資産 45,223	売上高 90,589 営業利益 5,084 経常利益 4,931 当期純利益 2,482 総資産 84,157 純資産 46,746	売上高 88,300 営業利益 5,862 経常利益 5,834 当期純利益 2,716 総資産 88,345 純資産 49,196	売上高 94,601 営業利益 5,399 経常利益 5,410 当期純利益 2,538 総資産 91,866 純資産 54,854	売上高 97,813 営業利益 5,761 経常利益 5,869 当期純利益 3,060 総資産 95,207 純資産 56,478	売上高 98,808 営業利益 5,581 経常利益 5,670 当期純利益 3,064 総資産 91,868 純資産 57,586
連結	ROS:売上高営業利益率 4.0% ROA:総資本経常利益率 5.0% ROE:株主資本純利益率 5.0%	ROS 5.6% ROA 5.8% ROE 6.2%	ROS 6.6% ROA 6.8% ROE 6.6%	ROS 5.7% ROA 6.0% ROE 5.7%	ROS 5.9% ROA 6.3% ROE 6.4%	ROS 5.6% ROA 6.1% ROE 6.2%
業績	売上高 43,105 営業利益 1,116 経常利益 2,321 当期純利益 1,728 総資産 59,937 純資産 35,905	売上高 39,551 営業利益 843 経常利益 1,812 当期純利益 1,669 総資産 56,086 純資産 36,415	売上高 37,962 営業利益 1,015 経常利益 2,466 当期純利益 2,042 総資産 57,223 純資産 37,883	売上高 40,843 営業利益 1,344 経常利益 3,085 当期純利益 2,541 総資産 61,525 純資産 42,976	売上高 42,769 営業利益 1,815 経常利益 3,614 当期純利益 3,054 総資産 63,113 純資産 45,051	売上高 41,655 営業利益 1,869 経常利益 3,687 当期純利益 1,778 総資産 60,533 純資産 44,438
個別	輸出売上 5,122 比率 11.9%	輸出売上 3,909 比率 9.9%	輸出売上 2,164 比率 5.7%	輸出売上 2,440 比率 6.0%	輸出売上 2,153 比率 5.0%	輸出売上 1,905 比率 4.6%
事業環境	国内 前半は消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動と夏場の天候要因により、個人消費の落ち込みが回復せず厳しい状況。自動車業界は新車販売台数の回復が見られず厳しい状況。建材・建築業界も、住宅着工件数が減少、リフォーム市場も勢いを欠く状況。	自動車業界は、税率変更の影響により、軽自動車の販売落ち込みからの回復が遅れているものの、全体としては復活の兆し。建材業界は消費税率引き上げの影響が一巡し低迷が続いていた住宅着工件数も下げ止まりの兆し。家電業界では、高付加価値品への買い替えが進み、回復傾向。ただ全体としては、雇用所得の改善が見られるものの、個人消費は消費者マインドに足踏みがみられ、本格的な回復に至らず。	自動車業界は、各社の新型車発売の効果により後半販売回復し、全体としては前年を上回る。建材業界は、低迷が続いていた住宅着工件数も回復の傾向。家電業界は、高付加価値品への買い替えにより回復。雇用所得の改善がみられる中、個人消費は持ち直しつつあり、緩やかな回復傾向。	自動車業界は、各社の新型車発売の効果もあり堅調に推移し、後半にやや陰りが見えたが全体として前年を上回る。建材業界は、住宅着工件数が前年を下回る。家電業界は、白物家電が好調も、全体としては横ばい。個人消費は、堅調な雇用所得情勢を背景に、緩やかな回復傾向。	設備投資が増加し雇用所得環境も改善したこともあり、引き続き緩やかな景気回復傾向が見られる。	自動車業界は、消費税増税による購買意欲の低下に加え、新型コロナウイルス感染拡大に伴う客足鈍化。建材業界は、住宅着工件数が減少。家電業界は、白物家電の消費税増税前駆け込み需要による反動減と暖冬による影響等で前年度を下回る。設備投資や個人消費は、前半緩やかな回復傾向も、後半になり落ち込み。
米国	好調が続く、自動車販売台数は上伸し好調を維持。建材・建築業界も堅調に推移。	個人消費や民間設備投資が堅調で、景気回復基調。	個人消費、民間設備投資が堅調で景気回復基調。	個人消費、民間設備投資が堅調で景気回復が続く。	個人消費や民間設備投資を中心に堅調を維持。	製造業の弱含みが続く。
欧州	景気低迷、失業率悪化、金融不安も払拭されず地政学的リスクもあり、不安定な状況。	欧州経済は緩やかに回復しているものの、政策に関する不確実性の影響、地政学的リスクなどに留意すべき状況が続く。	欧州経済は緩やかに回復しているものの、政策に関する不確実性の影響、地政学的リスクなどの影響等に留意すべき状況が継続。	欧州経済は緩やかに回復しているものの、中国現地法人では食品スーパーでの影響等に留意すべき状況が継続。	内需を中心に底堅く推移。	低成長を継続。
アジア	中国の経済成長は鈍化しているものの、東南アジア地域の経済は緩やかな拡大傾向	中国の景気減速による金融市場の不安定化や原油価格の下落が、アジア地域および新興資源国の経済成長を減速。	景気減速局面にあった中国では、各種政策の効果もあり、景気は持ち直しの動き。	中国では輸出の増加を背景に、堅調に推移。	米中貿易摩擦などの影響もあり緩やかな減速傾向。	米中貿易摩擦の影響を受け景気減速が続く。
売上	【コンパウンド】 国内塩ビは、建材市場は低迷、電材市場、自動車市場は拡販効果もあり上伸し、全体としては前期並み。エラストマーは自動車で伸び悩み横ばい。海外は自動車、電材を中心に特に米国で増収。 【フィルム】 国内の建築材市場は住宅分野は低迷も、非住宅分野が好調。電材市場は自動車用途を中心に引き続き好調に推移。輸出は北米、アジア向けは好調、欧州向けが低迷。光学市場は新規設備を導入し、量産に向けて有償サンプルを提供し、客先での評価中だが、売上計上には至らず。 【食品包材】 消費税引き上げに伴う駆け込み需要反落、天候不順による需要減で厳しい状況。ただし、リケンファプロ機の12ヶ月分の売上の取返もあり、売上は大幅に増加。中国は品質による差別化が機能せず売上低迷。	【コンパウンド】 国内塩ビは、建材、電材、自動車市場で、受注の本格回復に至らず。エラストマーは自動車市場が生産台数の回復が見られるが、原材料価格の下落に伴う製品価格調整の影響が大きく減収。海外は自動車、電材、電材を中心に増収。 【フィルム】 国内の建築材市場は回復傾向にはあるものの住宅分野も低迷し、非住宅分野も本格回復せず。電材市場では、自動車用は堅調、一般用においては中国経済鈍化により、減収。輸出は、米国の堅調さに陰り。欧州向けは安価品流入等、市況の変化に加え、在庫調整期とも重なり低調。アジア・オセアニア向けも、経済成長の減速により、低調。光学市場は、本格的な売上には至らずも、一部流動を開始。 【食品包材】 実質所得の目減りにより個人消費伸び悩み等により売上は低調。また、低採算商品の絞り込みも減収要因。中国は代理店の連携した販路拡大により、増収。	【コンパウンド】 国内塩ビは、電線市場、自動車市場で後半に回復したが、建材市場では原材料価格の下落に伴う製品価格調整の影響もあり、減収。エラストマーは自動車市場の回復、医療、食品分野売上伸長により増収。海外は自動車、電材、医療を中心に好調に推移するも、原材料価格の下落に伴う製品価格調整の影響が大きく、減収。 【フィルム】 国内の建築材市場の住宅分野は、リフォーム需要、買貸及びパワービルダー向けが好調に推移、増収。光学分野は、大手家電メーカーのフィルム関連で後半に量産開始し、増加の兆し。海外は、北米市場における建築材市場が後半やや低調、欧州、中国向けは、後半新規採用による回復の兆しがあるも、減収。 【食品包材】 業務用塩ビラップにおける塩ビ回帰の流れが徐々に拡大し好調に推移。中国は代理店と連携した拡販活動が奏功し、増収。	【コンパウンド】 国内塩ビは、建材市場、電線市場、生活資材市場が好調に推移し増収。エラストマーは自動車市場、生活資材市場の拡販により増収。海外では、中国の電線市場、タイの自動車市場、医療市場、インドネシアの医療市場で売上を伸ばし、アジア全体として増収。米国では、自動車市場で承認の遅れ等の影響もあり伸び悩みも、電線市場において好調に推移。 【フィルム】 国内では、建築材市場の住宅分野は買貸向けが後半ペースダウンもパワービルダー及びマンション向けが好調に推移し増収。また、顧客の輸出取り扱いの増加により増収。非住宅分野では、オフィスビル、ホテル、公共施設等の新築及びリニューアル等の需要は好調に推移するも、在庫調整影響もあり減収。光学分野では大型案件獲得及び新用途拡販により増収。輸出では、電線市場のアジア非日系顧客向け自動車用製品が堅調に推移し増収。建築材市場では、北米・欧州向けが前年を下回り減収。輸出全体として減収。 【食品包材】 国内では外食産業及び家庭向け小巻ラップが増加するも、食品スーパー向け業務用ラップ及び仕入商品の販売が低調により、全体として横ばい。中国では業務用ラップの拡販により増収。	【コンパウンド】 国内塩ビは、電線市場を中心とした首都圏再開案件の取込及び拡販により増収。エラストマーは自動車市場及び電線市場での拡販により増収。海外では、米国現地法人で自動車市場及び電線市場が低調に推移。中国現地法人では食品スーパーでの影響により自動車市場、インドネシア現地法人では自動車市場及び電線市場で増収。結果、海外全体として増収。 【フィルム】 国内では、建築材市場の住宅分野の住宅着工件数が横ばい。また、顧客の輸出取り扱いの増加により増収。非住宅分野では、オフィスビル、ホテル、公共施設等の新築及びリニューアル等の需要は好調に推移するも、在庫調整影響もあり減収。光学分野では大型案件獲得及び新用途拡販により増収。輸出では、電線市場のアジア非日系顧客向け自動車用製品が堅調に推移し増収。建築材市場では、北米・欧州向けが前年を下回り減収。輸出全体として減収。 【食品包材】 国内では、外食産業及び家庭向け小巻ラップの拡販が進み増収。業務用ラップは食品スーパーでの鮮魚部門の落ち込みにより減収。全体として横ばい。中国現地法人では、業務用ラップの拡販が進み増収。	【トランスポーテーション】 国内では、自動車市場が低調に推移し減収。海外では、ASEANでの自動車市場のコンパウンド販売が堅調も、北米、中国、インド国では市況低迷の影響を受け減収。 【デコレーション&ヘルスケア】 国内では、生活資材市場のチューブ・ホース用コンパウンド販売が堅調。食品包材市場ではラップ製品の拡販が進み増収。海外では、医療市場が堅調に推移するも、ASEAN、北米における生活資材市場でのコンパウンド販売及び中国でのラップ販売が減少し減収。 【エレクトロニクス】 国内では、エネルギー及び情報通信市場のコンパウンド、光学分野でのフィルム大型案件の売上が増加し前年を下回り減収。海外では、中国の情報通信市場の景気減速によるコンパウンド販売減も、北米におけるエネルギー市場コンパウンド販売増により増収。 【ビルディング&インフラストラクチャー】 国内では、非住宅市場でのインテリアフィルム新用途採用等により販売増。また、昨年子会社化したデザイン会社の売上寄与により増収。海外では、北米の建築資材市場向けコンパウンド、欧州及び中国でのインテリアフィルムの販売が減速し減収。
地域ごとの連結売上高(百万円)	日本 51,222 55.7% アジア 25,600 27.8% 北米 12,487 13.6% 欧州 2,448 2.7% その他 180 0.2% 計 91,939 100.0%	日本 48,265 53.3% アジア 27,457 30.3% 北米 13,521 14.9% 欧州 1,124 1.2% その他 221 0.2% 計 90,589 100.0%	日本 48,251 54.6% アジア 26,085 29.5% 北米 13,111 14.8% 欧州 654 0.7% その他 201 0.2% 計 88,300 100.0%	日本 50,742 53.6% アジア 29,274 30.9% 北米 13,683 14.5% 欧州 586 0.6% その他 316 0.3% 計 94,601 100.0%	日本 53,830 55.0% アジア 31,101 31.8% 北米 12,460 12.7% 欧州 327 0.3% その他 95 0.1% 計 97,813 100.0%	日本 56,388 57.1% アジア 29,589 29.9% 北米 12,436 12.6% 欧州 251 0.3% その他 145 0.1% 計 98,808 100.0%
利益	期初の原材料価格上昇分の製品転嫁が遅れ影響し厳しい状況。海外は米国を中心に好調が続く、増収増益。フィルムはDCフィルムの費用負担大。	コンパウンドは海外の自動車、電材を中心に増益。フィルムは売上低下により、生産性合理化施策効果が限定的、DCフィルムの開発費用も負担となり減益。食品包材は販売価格を維持や、生産合理化・諸経費の削減により増益。	コンパウンドは生産性の改善及び海外需要の確実な取り込みも、為替の影響により減益。フィルムは合理化施策による生産性改善と、光学分野では新製品販売により損失は縮小するも、全体としての黒字化には至らず。食品包材は、国内は生産性改善及び仕入商品の採算是正等により、増益。中国現地法人は生産合理化により増益。	コンパウンドは原材料価格の改定に伴う製品価格調整の影響もあり、減益。フィルムは光学分野での数量増加により損失を縮小するも、全体として黒字化には至らず。食品包材は、原材料費、物流費等の費用増により減益。	コンパウンドは、生産性改善及び販売数量増加により増益。フィルムは、光学分野の損失が大幅に改善するものの、全体として黒字化には至らず。食品包材は原材料価格改定に伴う、製品価格調整遅れにより減益。	【トランスポーテーション】 国内、ASEANでの設備投資等によるコスト増により減益。 【デコレーション&ヘルスケア】 生産性向上の寄与もあり増益。 【エレクトロニクス】 光学分野での販売数量減により減益。 【ビルディング&インフラストラクチャー】 国内での高付加価値品の販売増により増益。
設備投資(百万円)	コンパウンド 1,866 フィルム 1,143 食品包材 366 その他 1,247 計 4,622	コンパウンド 4,411 フィルム 353 食品包材 160 その他 1,187 計 6,111	コンパウンド 3,202 フィルム 291 食品包材 234 その他 643 計 4,370	コンパウンド 2,126 フィルム 683 食品包材 398 その他 569 計 3,775	コンパウンド 2,272 フィルム 467 食品包材 291 その他 543 計 3,574	コンパウンド 1,450 フィルム 1,306 食品包材 211 その他 819 計 3,785
研究開発費	1,262 百万円	1,301 百万円	1,309 百万円	1,396 百万円	1,470 百万円	1,448 百万円
特記事項	3か年中期経営計画2年目。 営業体制を製品別組織から市場別組織へ改組 リケンエラストマーコーポレーション第3ライン稼働開始 ベトナムに製造子会社リケンベトナムCO.,LTD.設立 群馬工場光学フィルム設備稼働開始 エクイティファイナンスの実施(40億円)	3か年中期経営計画3年目。 上海理研塑料有限公司増設に着手。 リケンエラストマーコーポレーション塩ビライン着工。 本社移転。 監査等委員会設置会社に移行する方針の決議(2015年11月6日) 執行役員制度を導入することを決議(同上)	3か年中期経営計画1年目。 リケンベトナムカンパニーミット新工場稼働。 リケンエラストマーコーポレーション増設工場稼働。 上海理研塑料有限公司増設増設工場稼働。 執行役員制度を導入。 監査等委員会設置会社に移行。 自己株式の買い取りを実施。(2,229千株、1,218百万円)	3か年中期経営計画2年目。 リケンエラストマー3ライン増設稼働。 PT. リケンインドネシア増設稼働。 リケンタイランド増設稼働。 北米に販売統括会社として、リケンカリフォルニアを設立。 転換社債型新株予約権付社債2,830百万円転換。	3か年中期経営計画3年目。 リケンエラストマー3ライン増設稼働。 PT. リケンインドネシア増設稼働。 機アエムアイを子会社化。 リケンタイランド増設稼働。 インドに販売会社リケンインドネシア PVT. LTD. を設立。	新3か年中期経営計画1年目。 国内エラストマー設備増設稼働。 研究開発センター(蒲田)増設着工。 機アエムアイを子会社化。 自己株式の取得を実施。 自動車窓ガラス用遮熱フィルム「ICE-β」の事業譲受実施。 転換社債型新株予約権付社債3,545百万円転換及び、455百万円の償還。

連結業績の推移

単位: 百万円、%、人

	期 自 至	87期	88期	89期	90期	91期
		2015/4/1 2016/3/31	2016/4/1 2017/3/31	2017/4/1 2018/3/31	2018/4/1 2019/3/31	2019/4/1 2020/3/31
収益性	売上高	90,589	88,300	94,601	97,813	98,808
	営業利益	5,084	5,862	5,399	5,761	5,581
	営業利益率	5.61	6.64	5.71	5.89	5.65
	経常利益	4,931	5,834	5,410	5,869	5,670
	経常利益率	5.44	6.61	5.72	6.00	5.74
	当期純利益	2,482	2,717	2,538	3,061	3,064
	当期純利益率	2.74	3.08	2.68	3.13	3.10
	1株当り純利益	41.41	45.85	41.64	47.43	48.11
安全性	純資産額	46,746	49,196	54,854	56,478	57,586
	総資産額	84,157	88,345	91,866	95,207	91,868
	自己資本	40,114	41,974	47,173	48,942	49,710
	1株当り純資産	669.00	723.27	735.85	753.31	788.77
	自己資本比率	47.7	47.5	51.4	51.4	54.1
	流動比率	174.0	184.3	185.2	180.8	199.9
	固定長期適合率	71.4	70.1	69.5	67.1	64.3
	インフレ・カバレッジ・レシオ	59.7	50.9	30.8	34.5	39.7
効率性	総資産経常利益率(ROA)	5.8	6.8	6.0	6.3	6.1
	自己資本純利益率(ROE)	6.2	6.6	5.7	6.4	6.2
キャッシュ・フロー	営業キャッシュフロー	6,825	6,560	5,671	7,317	8,805
	投資キャッシュフロー	△ 6,607	△ 4,248	△ 3,621	△ 3,232	△ 2,525
	財務キャッシュフロー	△ 526	△ 1,070	△ 1,866	△ 1,562	△ 5,480
	現金同等物期末残高	13,444	14,369	14,655	17,036	17,812
株価	期末株価	388	532	507	453	385
	PER	9.4	11.6	12.2	9.6	8.0
	PBR	0.58	0.74	0.69	0.60	0.49
配当	1株当り配当金	10.00	11.00	12.00	14.00	16.00
	配当性向(連結)	24.1	24.0	28.8	29.5	33.3
	純資産配当率(連結)	1.5	1.6	1.6	1.9	2.1
その他	設備投資額	6,111	4,370	3,775	3,574	3,785
	減価償却費(のれん除く)	3,266	3,178	3,434	3,657	3,880
	研究開発費	1,301	1,309	1,396	1,470	1,448
	従業員数	1,765	1,825	1,844	1,882	1,944

設備投資額内訳

	87期	88期	89期	90期	91期
コンパウンド	4,411	3,202	2,126	2,272	1,450
フィルム	353	291	683	467	1,306
食品包材	160	234	398	291	211
その他	1,187	643	569	543	819

セグメント別売上高の推移

※ 尚、2020年3月期よりセグメント区分を変更しております。

セグメント別売上高推移

期 年度	87期 2016.3	88期 2017.3	89期 2018.3
コンパウンド	63,889	61,285	66,279
フィルム	12,006	12,205	13,057
食品包材	11,184	11,369	11,481
その他	3,508	3,439	3,782
連結売上高	90,589	88,300	94,601

セグメント別売上比率推移

期 年度	87期 2016.3	88期 2017.3	89期 2018.3
コンパウンド	70.5	69.4	70.1
フィルム	13.3	13.8	13.8
食品包材	12.3	12.9	12.1
その他	3.9	3.9	4.0
連結売上高	100.0	100.0	100.0

単位: 百万円

期 年度	90期 2019.3	91期 2020.3
トランスポートーション	30,891	29,758
デイリーライフ&ヘルスケア	24,249	24,308
エレクトロニクス	21,149	20,883
ビルディング&コンストラクション	20,853	23,290
その他	669	567
連結売上高	97,813	98,808

単位: %

期 年度	90期 2019.3	91期 2020.3
トランスポートーション	31.6	30.1
デイリーライフ&ヘルスケア	24.8	24.6
エレクトロニクス	21.6	21.1
ビルディング&コンストラクション	21.3	23.6
その他	0.7	0.6
連結売上高	100.0	100.0

