

2025年3月期 決算説明会用資料

2025年5月27日

The logo for RHEON, featuring the word "RHEON" in a stylized, handwritten-style font with a registered trademark symbol (®) to the right.

レオン自動機株式会社

RHEON AUTOMATIC MACHINERY CO., LTD.

証券コード（6272）

- 1. 2024年度 連結決算概況**
- 2. 2025年度 連結業績予想**
- 3. 中期経営計画 進捗状況
(2023-2027年度)**

1. 2024年度 連結決算概況

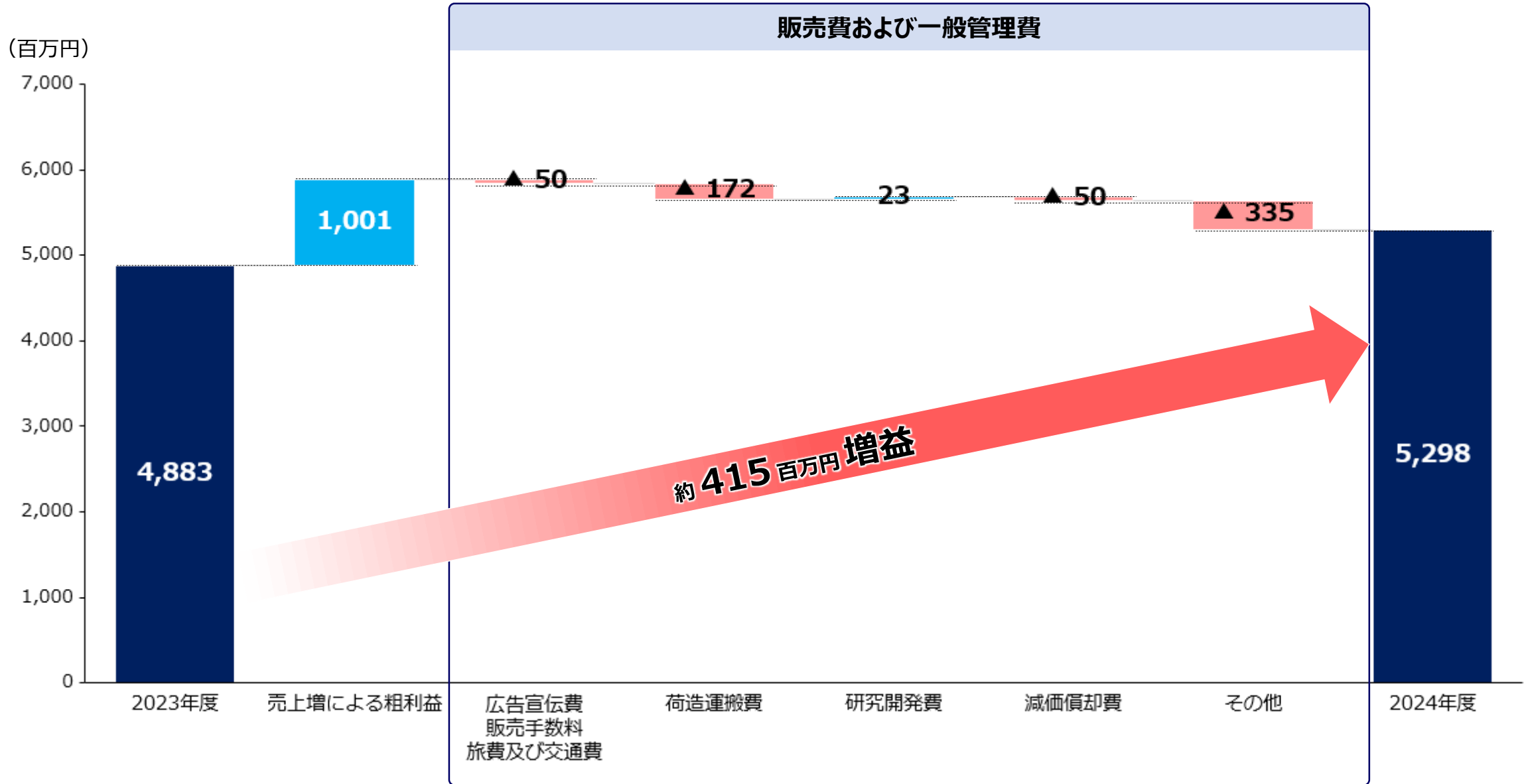
2. 2025年度 連結業績予想

3. 中期経営計画 進捗状況
(2023-2027年度)

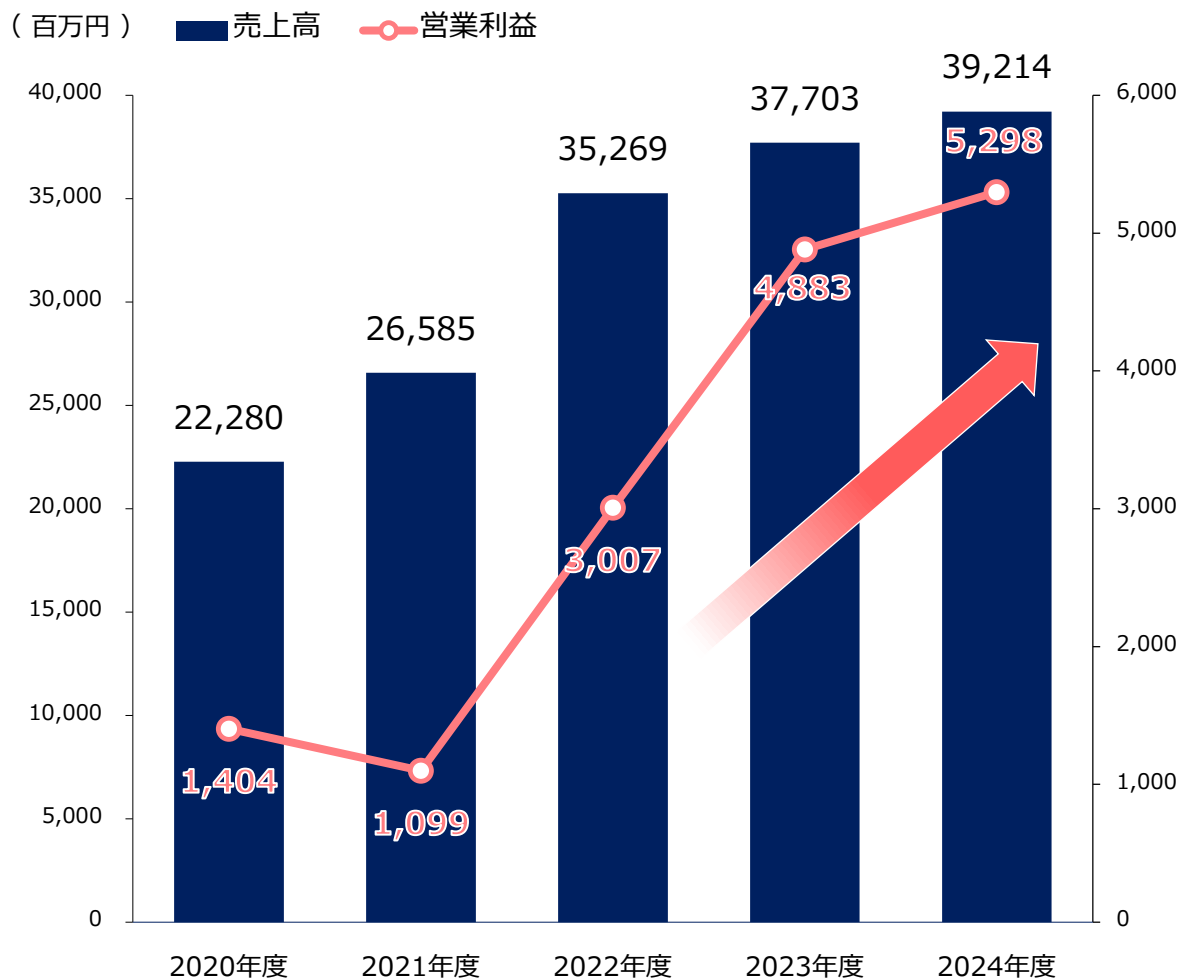
◆ 連結計算書サマリー

(百万円)	2023年度 実績	2024年度計画 (2024年5月14日)	2024年度 実績	増減額	増減率 (%)
売上高	37,703	38,950	39,214	1,511	4.0 %
営業利益	4,883	5,380	5,298	415	8.5 %
経常利益	4,987	5,450	5,415	428	8.6 %
親会社株主に帰属する当期純利益	3,675	3,750	3,889	214	5.8 %
ROE	10.9 %	—	10.4 %	▲0.5 %	—
EPS	136.96 円	139.75 円	144.74 円	7.78 円	—
配当	42.00 円	42.00 円	44.00 円	2.00 円	—
期中平均為替レート	USドル= 144.62 円 ユーロ= 156.80 円	USドル= 145.00 円 ユーロ= 155.00 円	USドル= 152.58 円 ユーロ= 163.75 円	—	—

◆ 営業利益増減

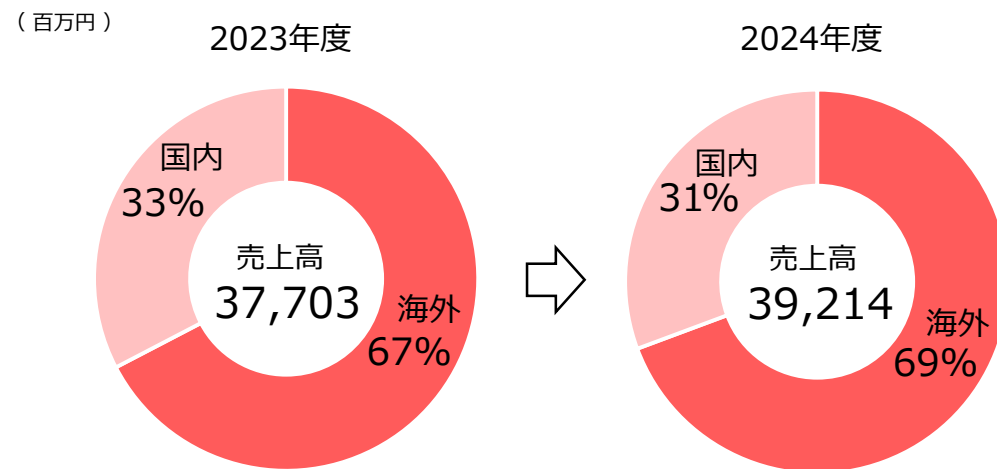


◆ 過去5年の業績推移

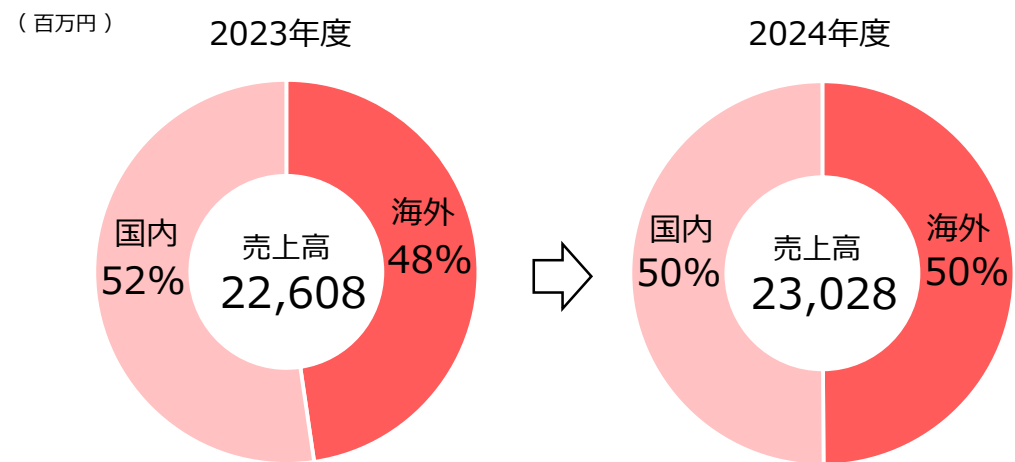


USドル	106.06 円	112.38 円	135.47 円	144.62 円	152.58 円
ユーロ	123.70 円	130.56 円	140.96 円	156.80 円	163.75 円

連結国内外売上高比率



食品加工機械製造販売事業 国内外売上高比率



◆ 食品加工機械製造販売事業・食品製造販売事業 《 事業別売上高・セグメント利益 》

食品加工機械製造販売事業

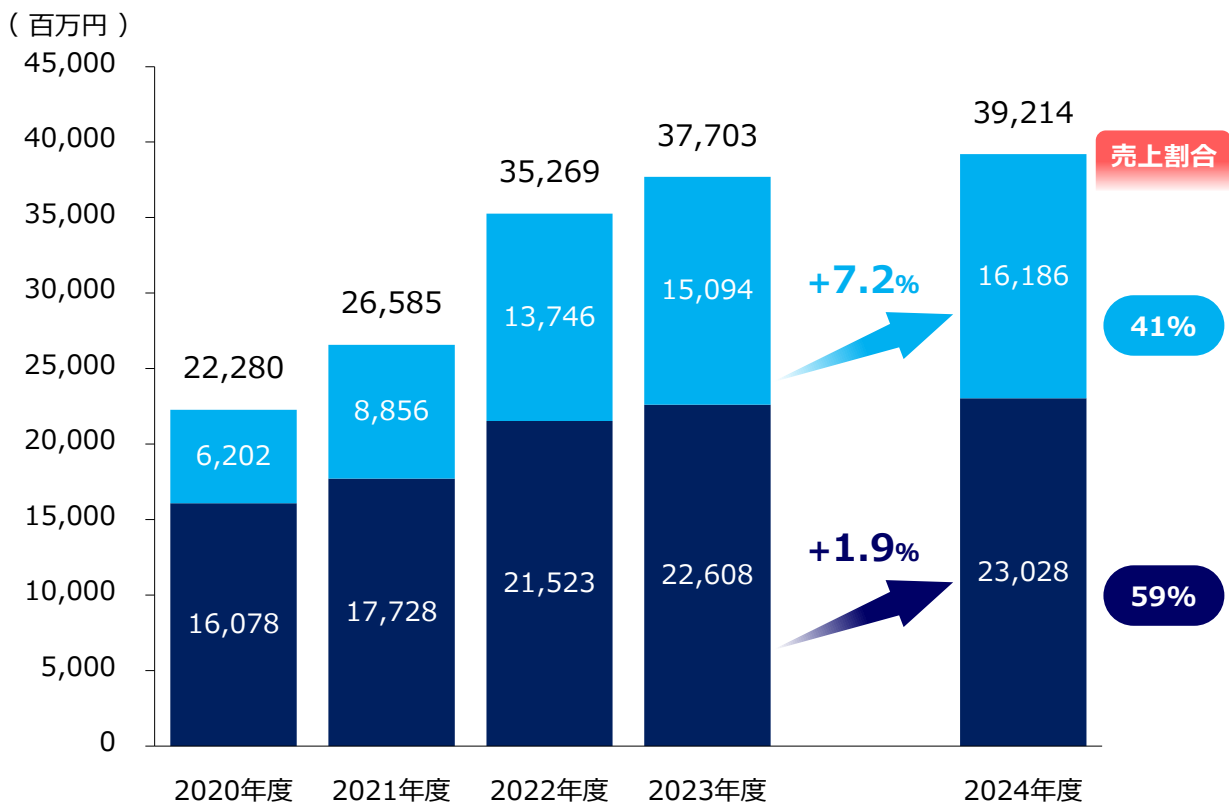
アメリカ市場での事業が好調に推移したことにより、売上高、セグメント利益ともに増加。

食品製造販売事業

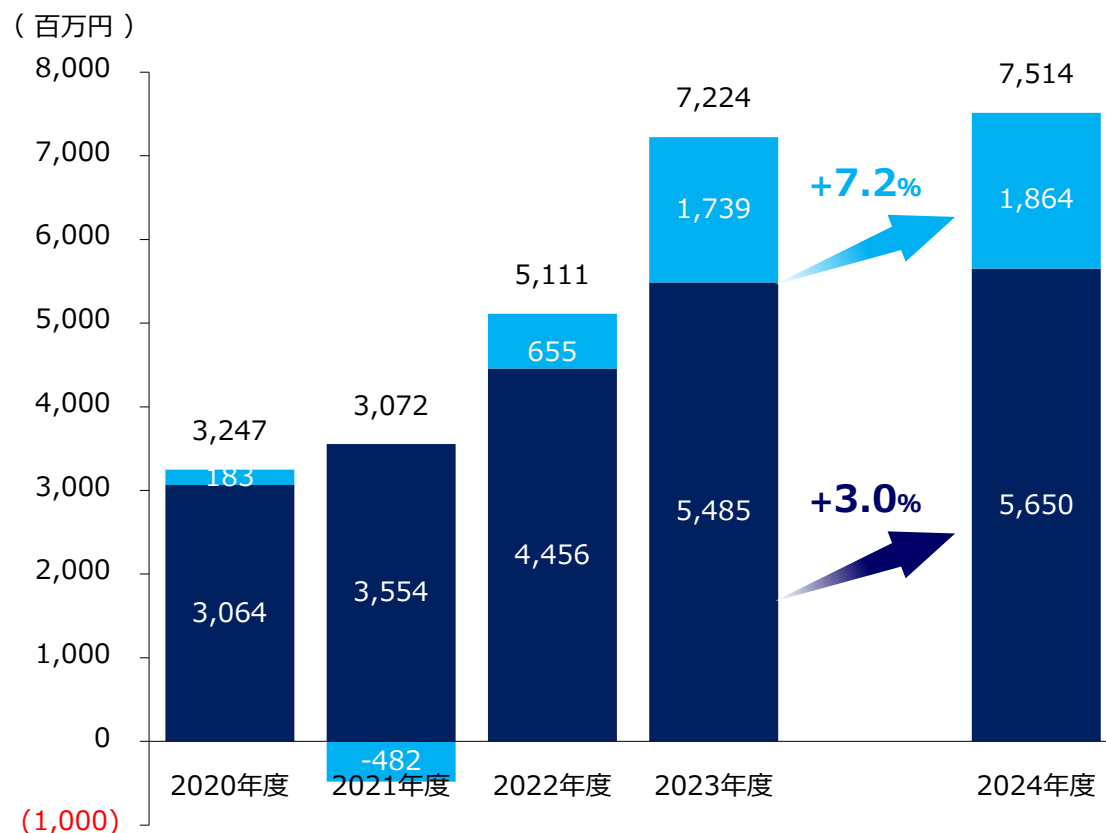
アメリカにおいて主力製品の売上増加や経費削減により、売上高、セグメント利益ともに増加。

■ 食品加工機械製造販売事業 ■ 食品製造販売事業

売上高



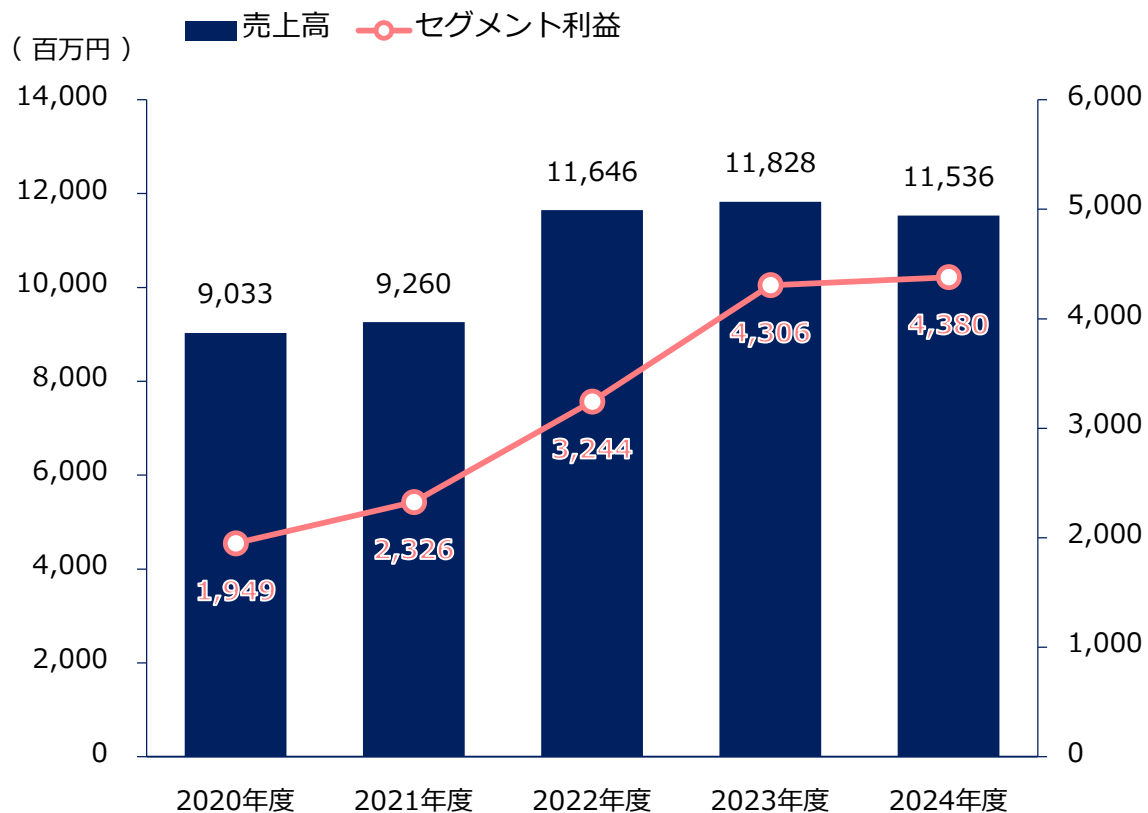
セグメント利益



◆ 食品加工機械製造販売事業 日本 《過去5年 売上高・セグメント利益/売上高内訳》

- 大手製菓・製パンメーカーからの買替需要による設備更新や新規投資が見られたものの売上は減少。
- 包あん機など単体機の販売は減少したが、部品及び修理の販売は増加。

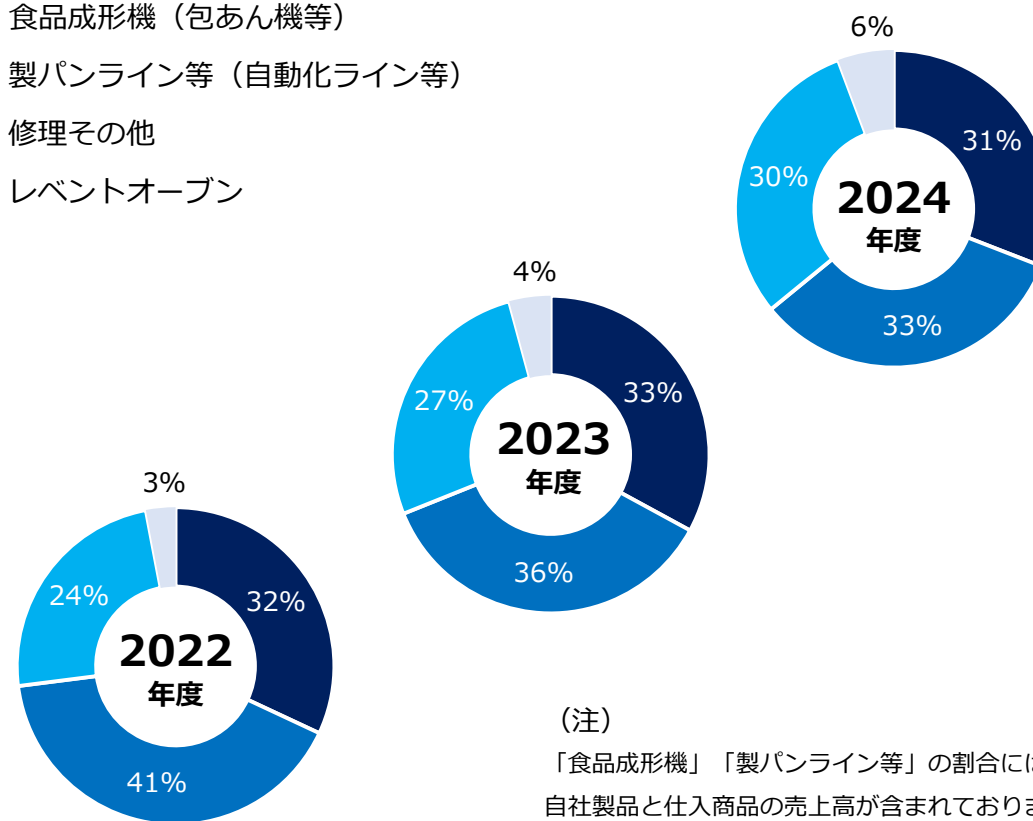
売上高・セグメント利益



売上高 対前年増減率	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	+2.5 %	+25.8 %	+1.6 %	-2.5 %	

売上高内訳

- 食品成形機（包あん機等）
- 製パンライン等（自動化ライン等）
- 修理その他
- レベントオープン

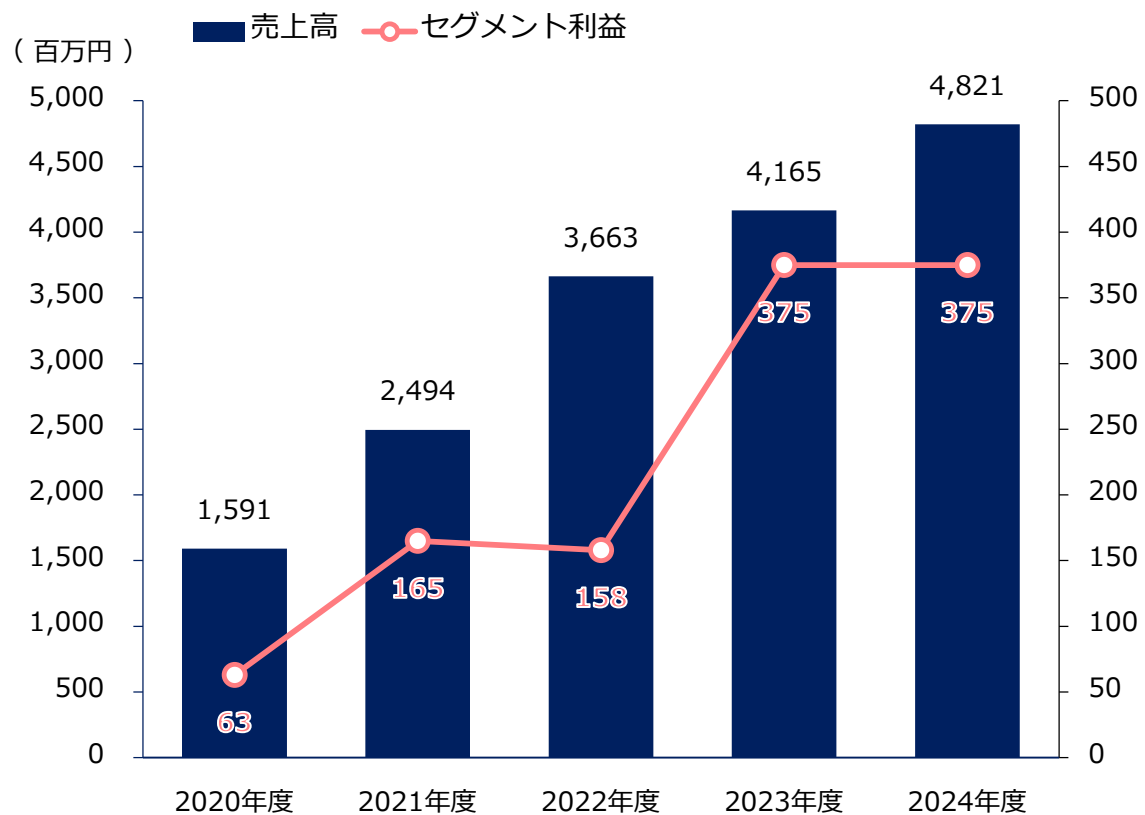


(注)
「食品成形機」「製パンライン等」の割合には、
自社製品と仕入商品の売上高が含まれております。

◆ 食品加工機械製造販売事業 北米・南米 《過去5年 売上高・セグメント利益/売上高内訳》

- 製パンラインにおいては、アルチザンブレッド生産ラインの販売が好調で売上が増加。
- 食品成形機の売上は減少したが、修理その他の売上は増加。

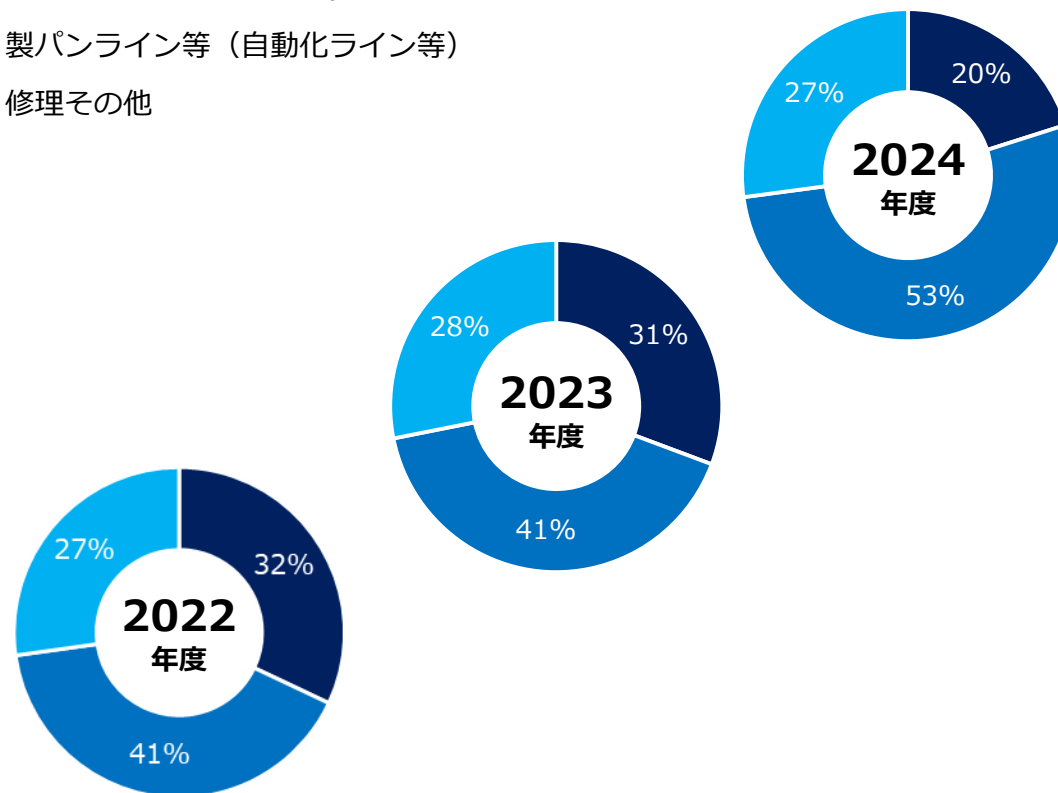
売上高・セグメント利益



売上高 対前年増減率	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	+56.8 %	+46.8 %	+13.7 %	+15.8 %	

売上高内訳

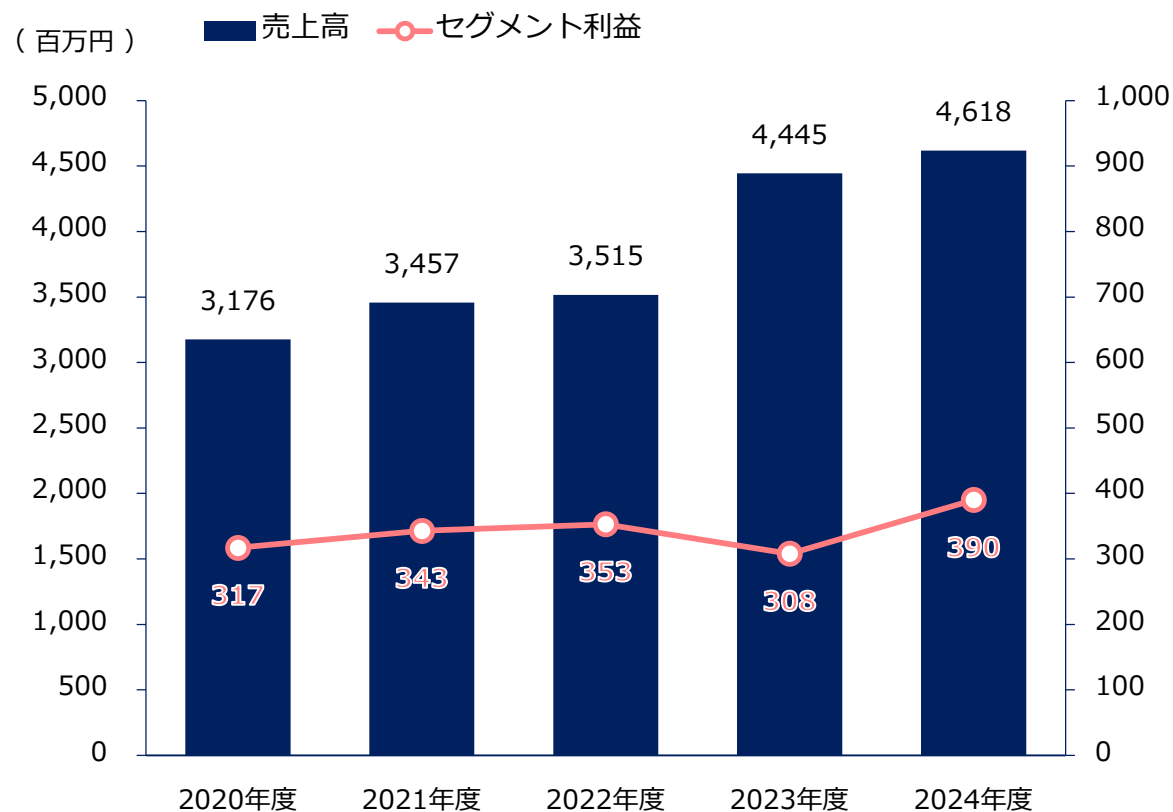
- 食品成形機（包あん機等）
- 製パンライン等（自動化ライン等）
- 修理その他



◆ 食品加工機械製造販売事業 ヨーロッパ 《過去5年 売上高・セグメント利益/売上高内訳》

- 製パンラインは主力製品である小型製パン機の販売が好調だったものの、大型ラインの販売が伸び悩み、売上が減少。
- 食品成形機は菓子・調理製品・健康食品など各市場向けに売上が増加。

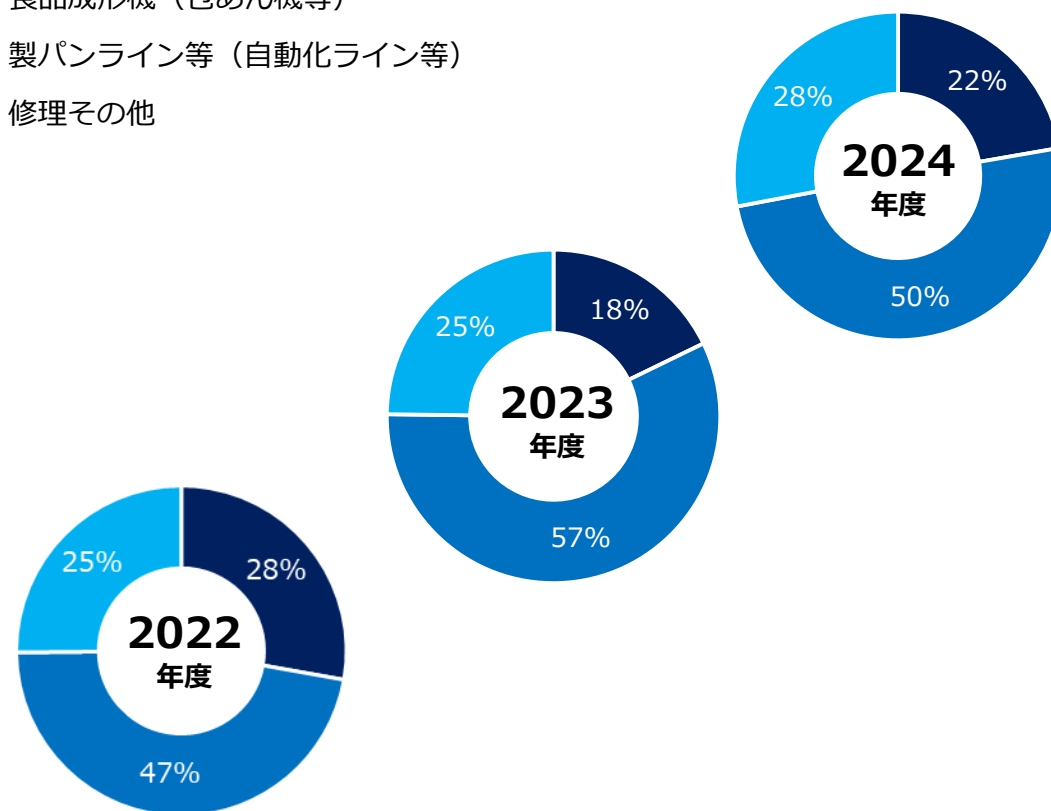
売上高・セグメント利益



売上高 対前年増減率	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	+8.8 %	+1.7 %	+26.5 %	+3.9 %	

売上高内訳

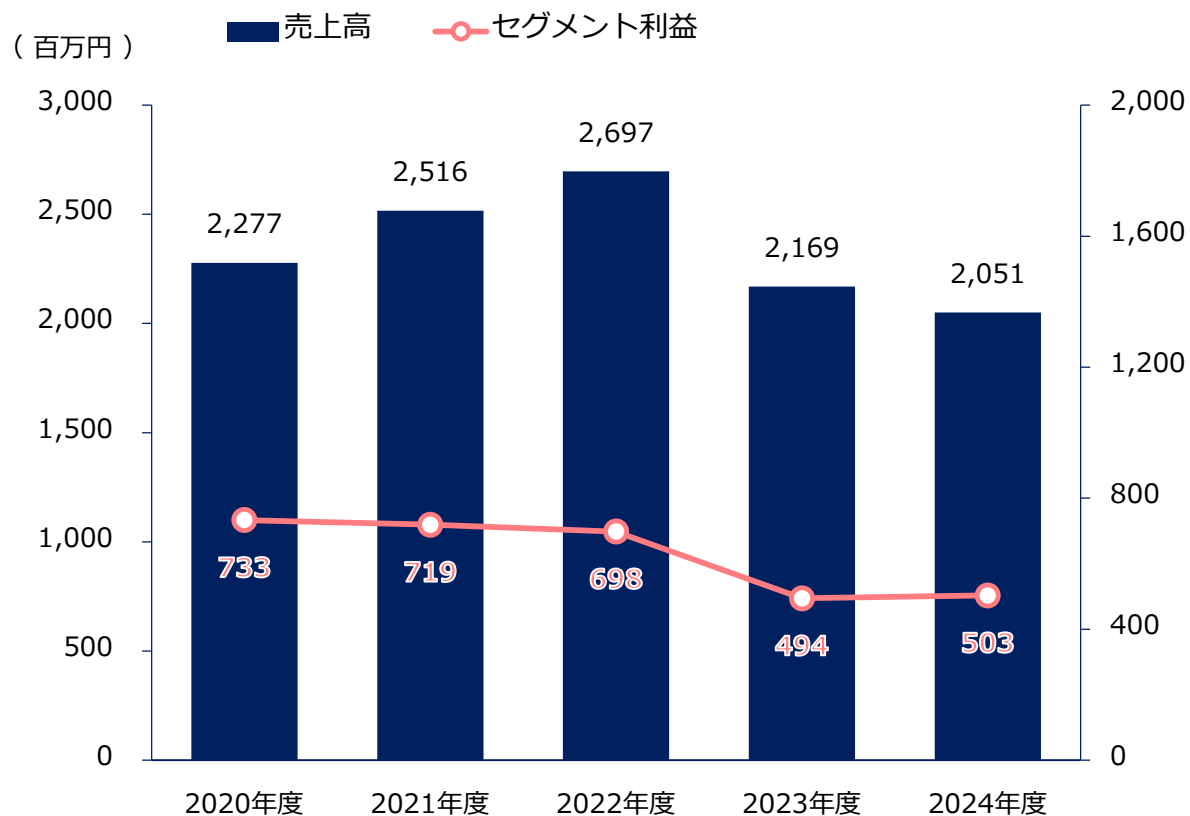
- 食品成形機（包あん機等）
- 製パンライン等（自動化ライン等）
- 修理その他



◆ 食品加工機械製造販売事業 アジア 《過去5年 売上高・セグメント利益/売上高内訳》

- 台湾や韓国、東南アジアでは製パンライン、食品成形機ともに販売は順調に推移したものの、中国の景気回復が遅れたことにより売上が減少。

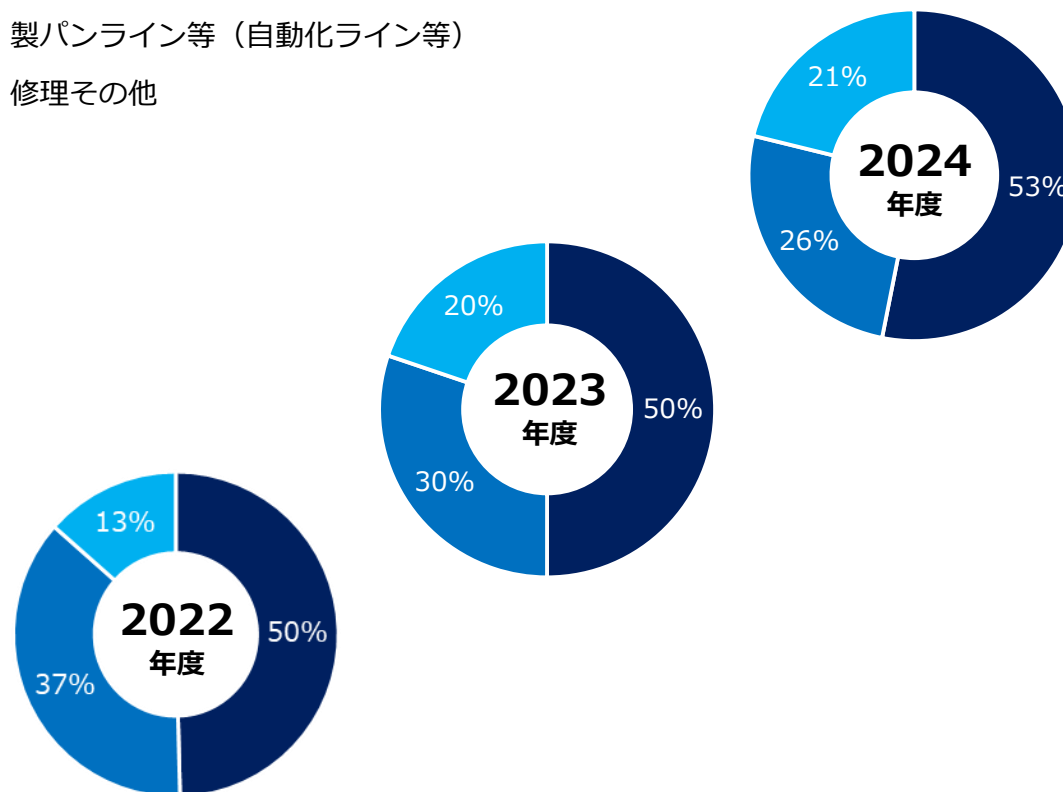
売上高・セグメント利益



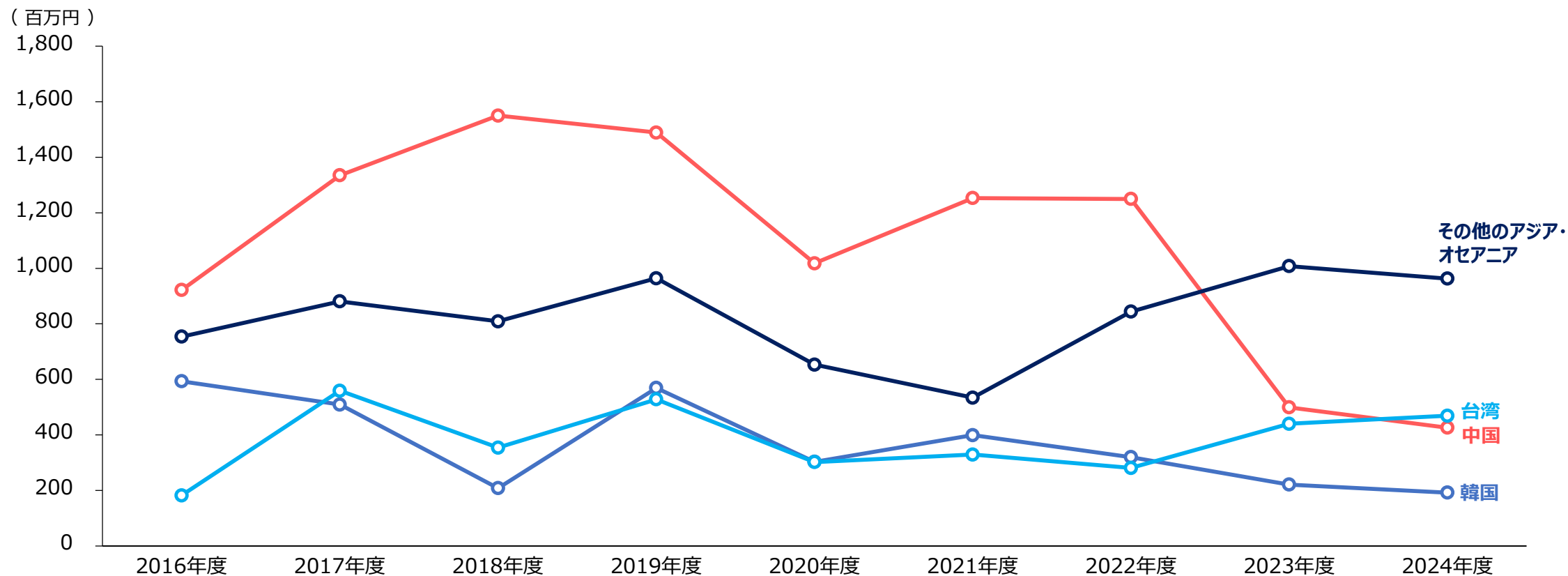
売上高 対前年増減率	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	+10.5 %	+7.2 %	-19.6 %	-5.4 %	

売上高内訳

- 食品成形機（包あん機等）
- 製パンライン等（自動化ライン等）
- 修理その他



◆ アジア国別 売上高推移



中国 (香港含む)

922

1,335

1,550

1,489

1,018

1,253

1,250

499

426

韓国

593

509

208

569

303

399

320

221

192

台湾

182

559

354

528

302

329

281

440

469

その他

754

881

809

964

653

534

844

1,008

963

アジア・オセアニア

◆ 食品製造販売事業 《 地域別売上高・セグメント利益 》

売上高

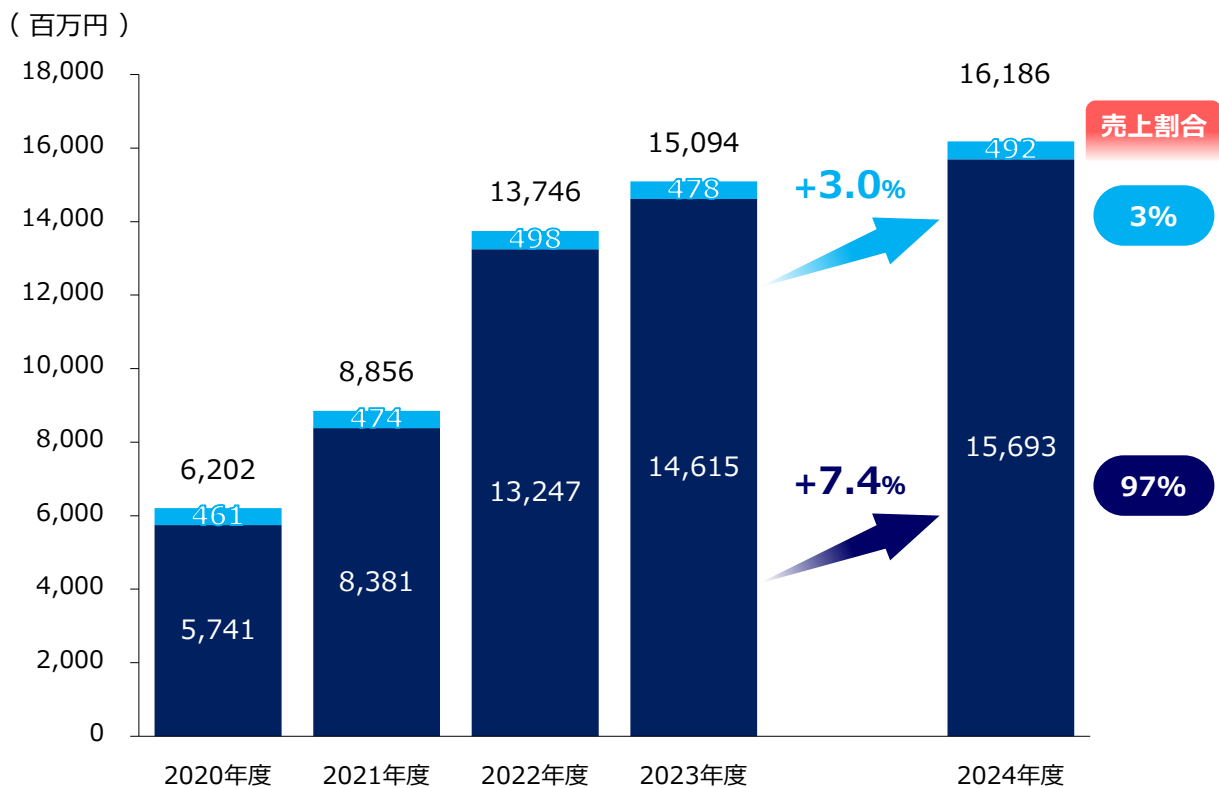
- 北米・南米 既存大手顧客への主力製品の販売が増加し売上が増加。
- 日本 アジア向けパン種の販売が好調を維持し売上が増加。

セグメント利益

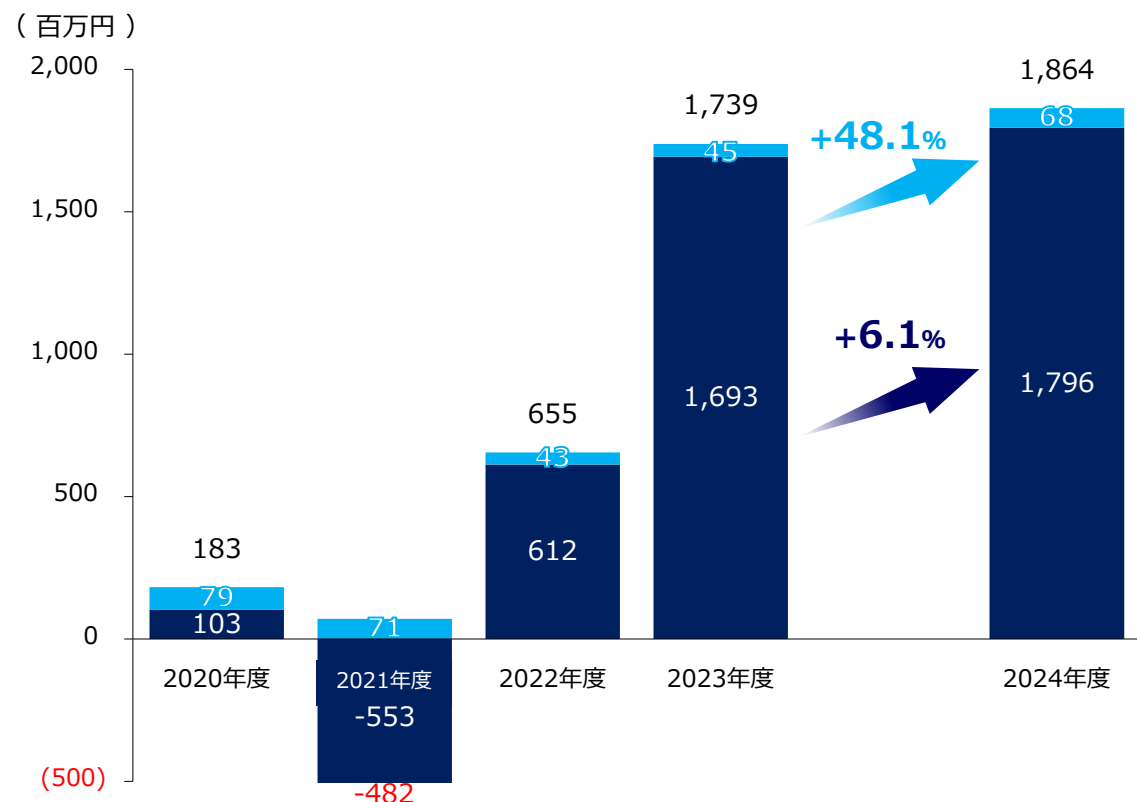
- 北米・南米 原材料費や輸送費などのコストダウンを継続し利益が増加。
- 日本 原材料費や製造工程の見直しなどにより利益が増加。

■ 北米・南米（オレンジベーカーリー） ■ 日本（ホシノ天然酵母パン種）

売上高



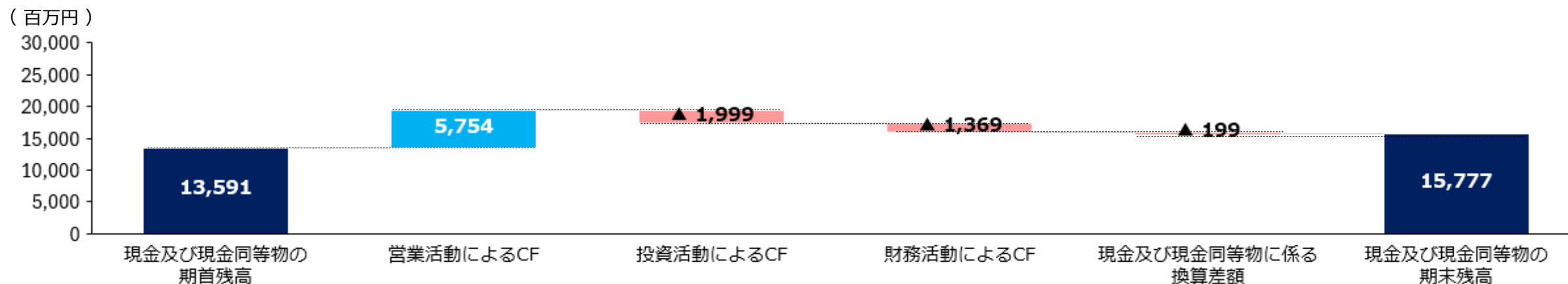
セグメント利益



◆ 連結貸借対照表サマリー

(百万円)	2023年度		2024年度				
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	増減額	増減率 (%)	主な増減要因
資産合計	44,574	100 %	49,242	100 %	4,668	10.5 %	—
流動資産	25,404	57.0 %	29,073	59.0 %	3,669	14.4 %	<ul style="list-style-type: none"> ● 現金及び預金の増加 ● 受取手形及び売掛金の増加 など
固定資産	19,170	43.0 %	20,168	41.0 %	998	5.2 %	<ul style="list-style-type: none"> ● 有形固定資産の増加 ● 投資有価証券の増加 など
負債合計	8,690	19.5 %	10,527	21.4 %	1,837	21.1 %	—
流動負債	6,744	15.1 %	8,867	18.0 %	2,123	31.5 %	<ul style="list-style-type: none"> ● 前受金の増加 ● 未払法人税等の増加 など
固定負債	1,946	4.4 %	1,660	3.4 %	▲286	▲14.7 %	<ul style="list-style-type: none"> ● 長期借入金の減少 ● 繰延税金負債の減少 など
純資産合計	35,884	80.5 %	38,715	78.6 %	2,831	7.9 %	<ul style="list-style-type: none"> ● 利益剰余金の増加 ● 有価証券評価差額金の増加 など
負債純資産合計	44,574	100 %	49,242	100 %	4,668	10.5 %	—

◆ 連結キャッシュ・フローサマリー



(百万円)	2023年度	2024年度	主な増減要因
現金及び現金同等物の期首残高	11,440	13,591	—
営業活動によるCF	4,591	5,754	<ul style="list-style-type: none"> ● 税金等調整前当期純利益 5,311 ● 減価償却費 1,485 ● 仕入債務の増加 144
投資活動によるCF	▲1,456	▲1,999	<ul style="list-style-type: none"> ● 有形固定資産の取得 ▲1,713 ● 無形固定資産の取得 ▲270
財務活動によるCF	▲1,372	▲1,369	<ul style="list-style-type: none"> ● 長期借入れによる収入 160 ● 長期借入金の返済 ▲330 ● 配当金の支払額 ▲1,152
現金及び現金同等物に係る換算差額	389	▲199	—
現金及び現金同等物の増減額	2,151	2,186	—
現金及び現金同等物の期末残高	13,591	15,777	—

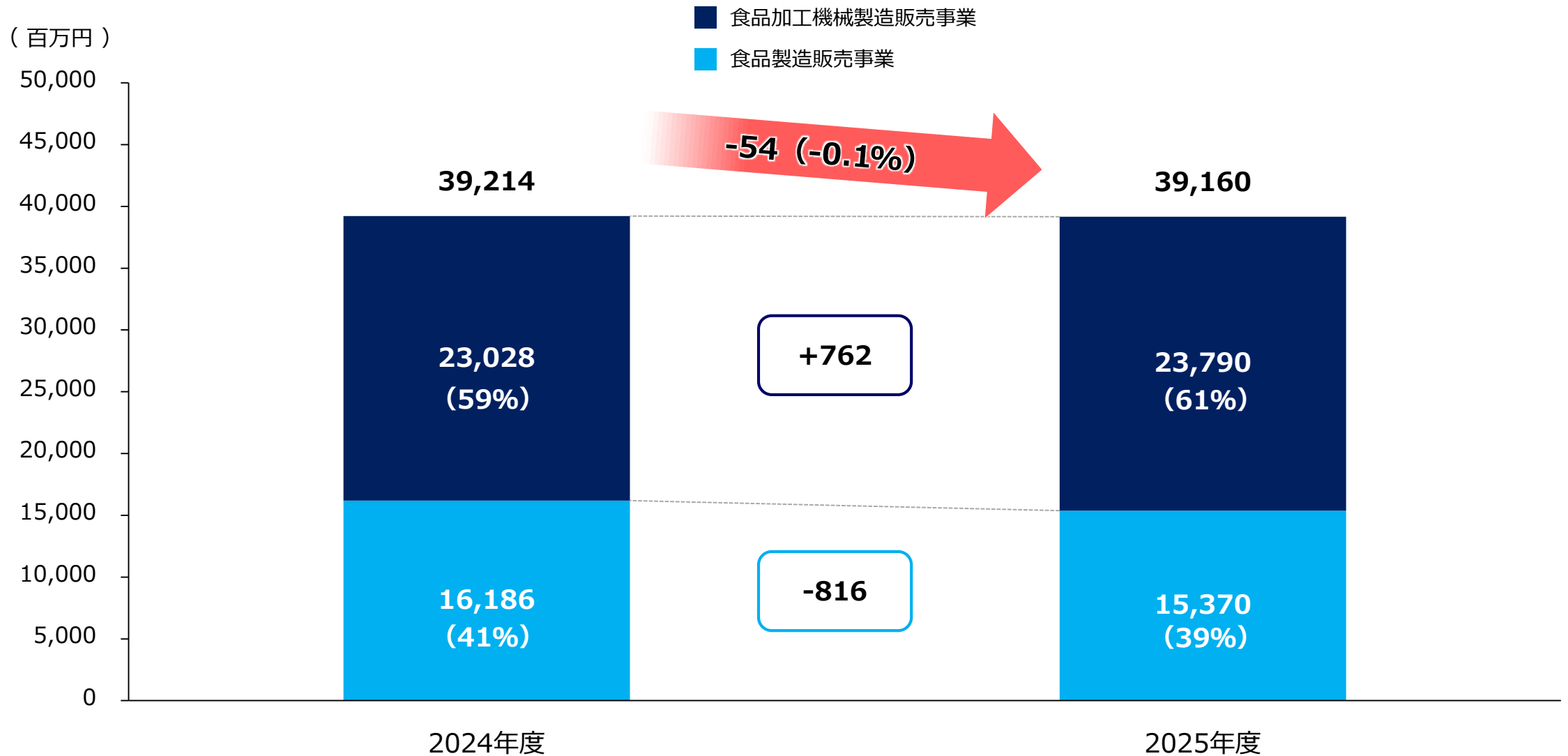
1. 2024年度 連結決算概況
- 2. 2025年度 連結業績予想**
3. 中期経営計画 進捗状況
(2023-2027年度)

◆ 2025年度 連結業績予想

- インバウンド観光客の増加や設備投資の需要回復が見られるものの、為替相場の不安定な状況やアメリカの関税政策の影響など、依然として先行き不透明感が強い。

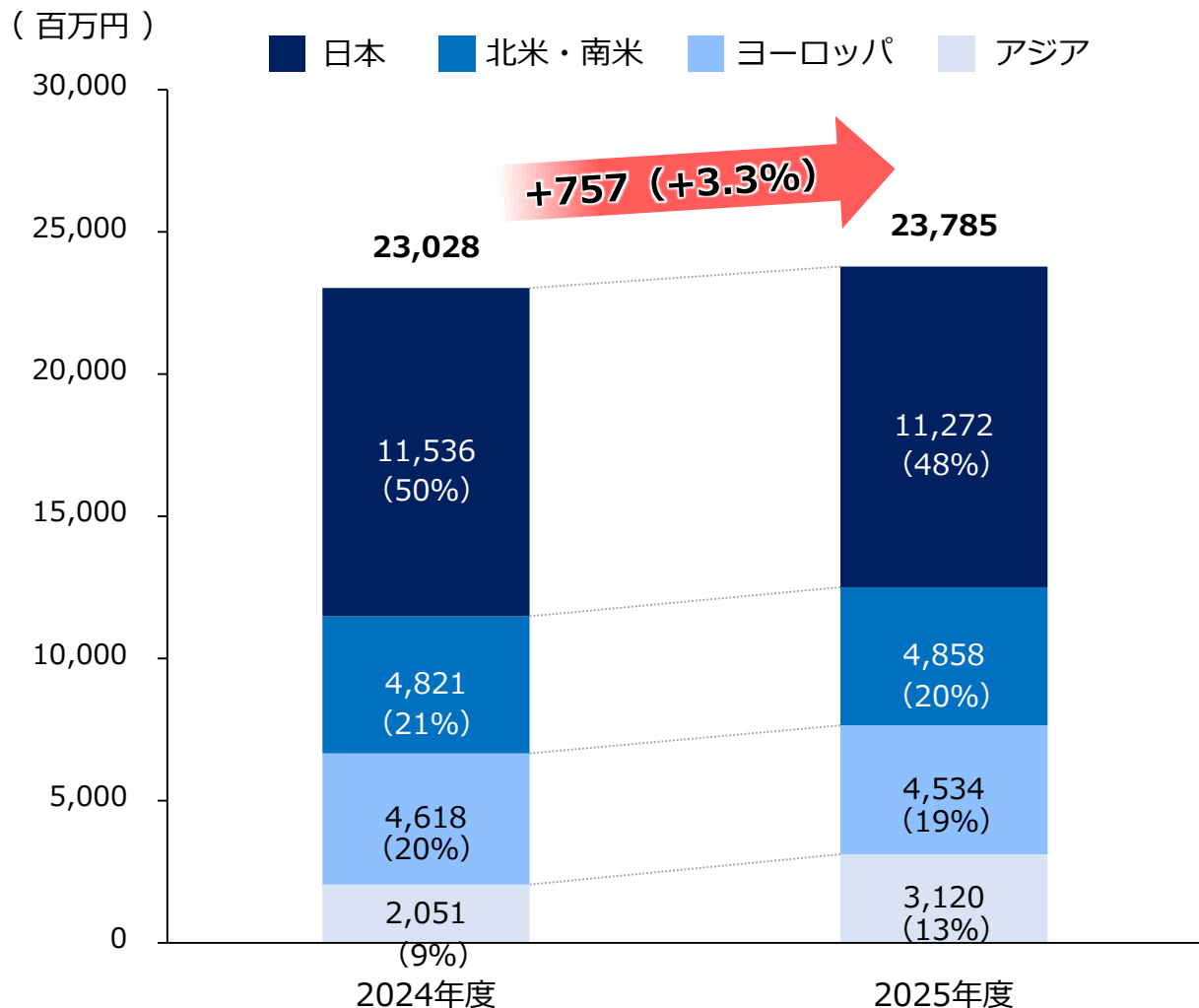
(百万円)	2024年度実績	2025年度予想	増減額	増減率 (%)
売上高	39,214	39,160	▲54	▲0.1 %
売上原価	21,420	21,690	270	1.3 %
販管費	12,495	12,730	235	1.9 %
営業利益	5,298	4,740	▲558	▲10.5 %
経常利益	5,415	4,600	▲815	▲15.1 %
親会社株主に帰属する当期純利益	3,889	3,200	▲689	▲17.7 %
期中平均為替レート	USドル= 152.58円 ユーロ= 163.75円	—	—	—
想定為替レート	—	USドル= 140.00円 ユーロ= 158.00円	—	—

◆ 2025年度 売上高の見通し



◆ 事業別業績予想 食品加工機械製造販売事業

売上高予測

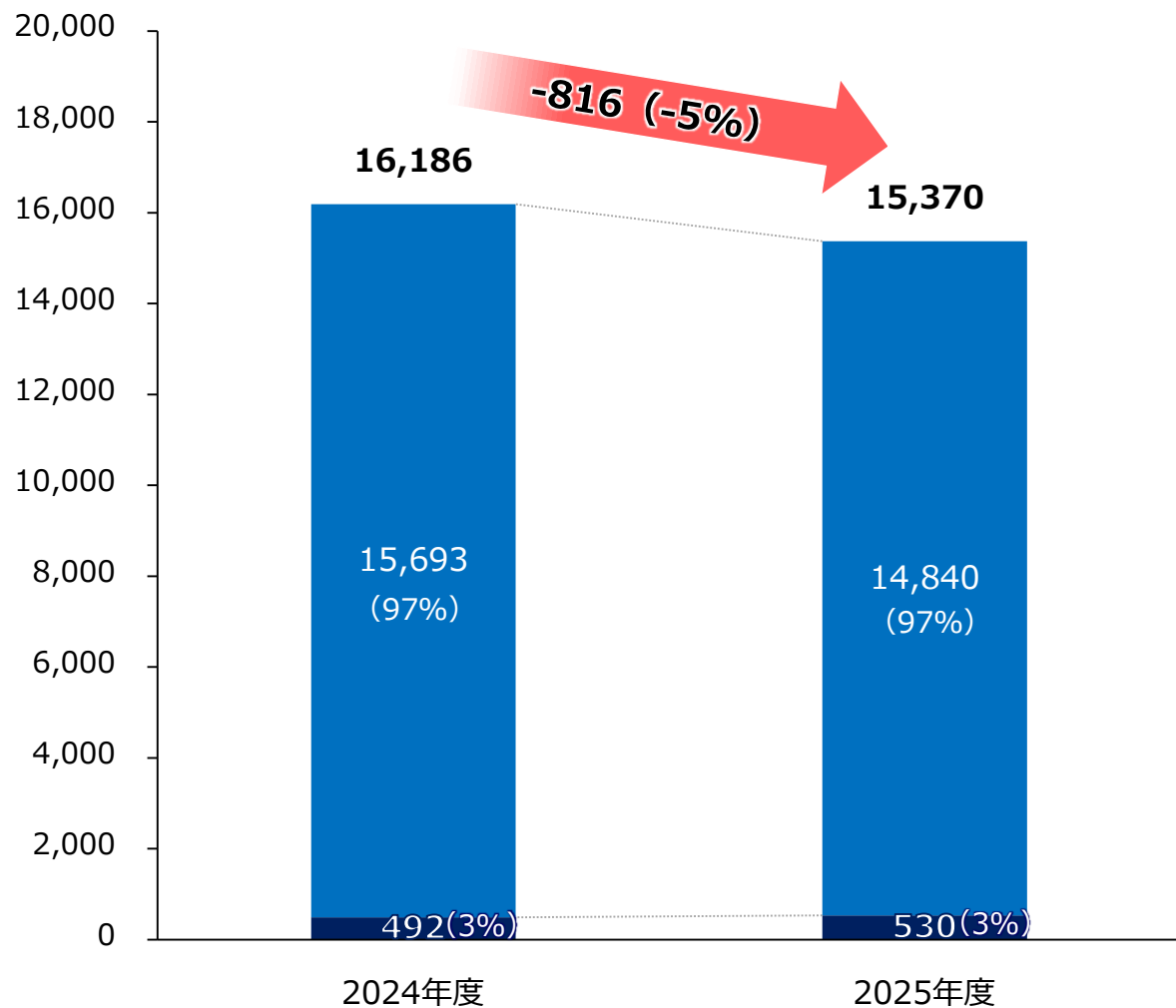


日本	<ul style="list-style-type: none"> ● 大手顧客を中心に製パン・製菓設備の合理化、買い替え需要を見込む ● 包あん機は調理・冷食業界からの設備投資が今後も続く予想 ● 国内全体においては前年度同等の売上を予想 	
北米・南米	<ul style="list-style-type: none"> ● 関税政策の影響が見通しにくい状況ではあるが、人件費高騰や生産コスト削減に向けた設備投資の機運が継続し増収と予測 ● 製パンラインは、好調なアルチザンブレッド市場向けに自動化ライン、小型製パン機の販売活動を継続 ● 包あん機は、周辺機器とのセット販売を強化 	
ヨーロッパ	<ul style="list-style-type: none"> ● 省人化対策の設備投資や買い替え需要の動きが戻ってきているものの、大型設備の投資に対する慎重な動きもあり、減収と予測 ● EU主要国以外への販路を拡げ、商品の差別化提案や自動化によるソリューション提案を継続 ● 食肉市場に食肉専用の新型包あん機を投入し、需要拡大を図る ● アフリカでの営業展開を強化し、有力見込み客を発掘する 	
アジア	中国	<ul style="list-style-type: none"> ● 新型包あん機を投入し、月餅や中華菓子に加え、新市場開拓のための提案型活動を継続し売り上げ回復を図る
	東南アジア・オセアニア	<ul style="list-style-type: none"> ● 大手顧客への接触強化や展示会の開催などを積極的に行い、見込み案件を増やす
	インド	<ul style="list-style-type: none"> ● 製パン市場拡大の為に現地研究会の実施を継続し販売増加を目指す

◆ 事業別業績予想 食品製造販売事業

売上高予測

(百万円) ■ 日本 (ホシノ天然酵母パン種) ■ 北米・南米 (オレンジベーカリー)



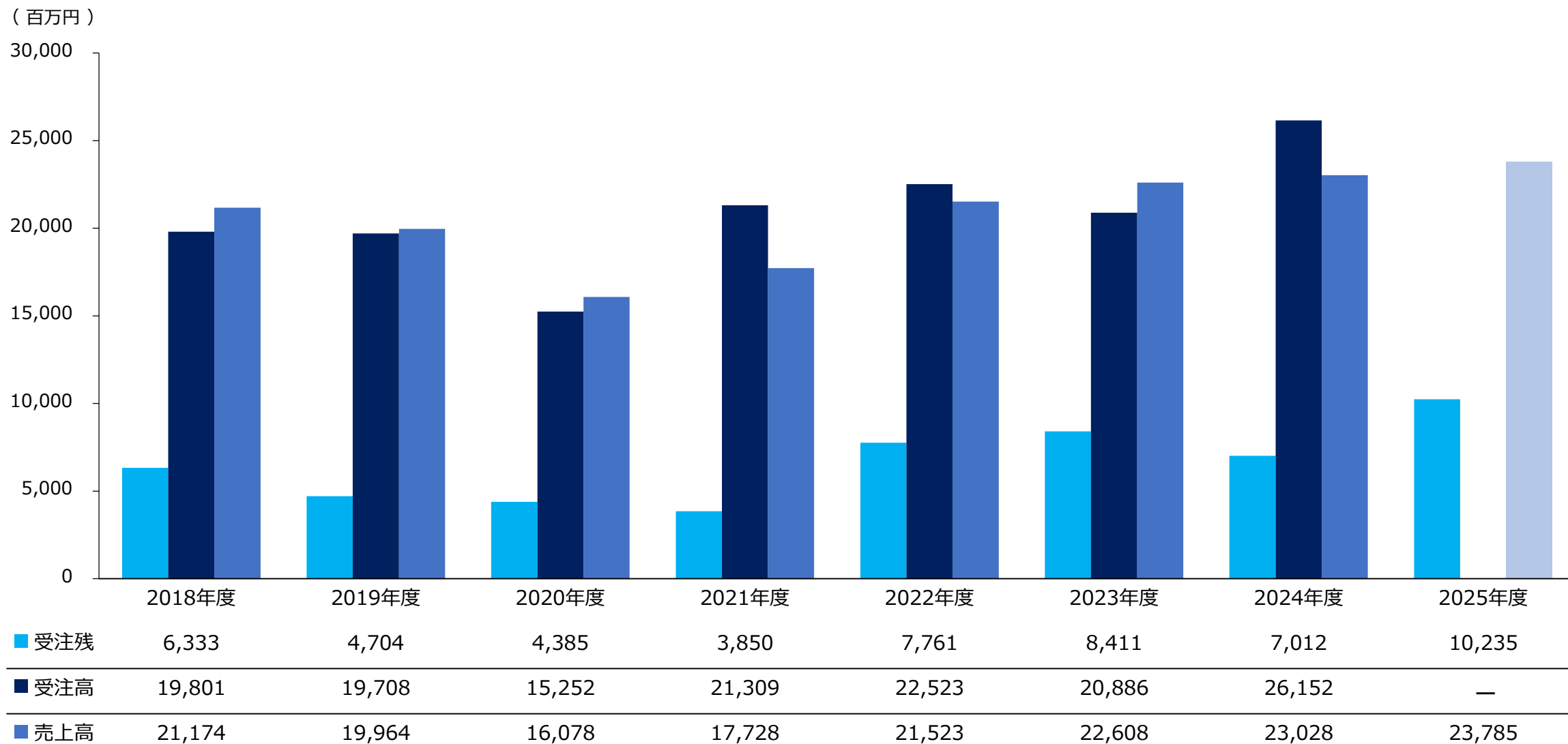
北米・南米 (オレンジベーカリー)

- 大型スーパーマーケットやレストラン向け商品の需要が順調と予測
- 省人化・省力化推進とコスト削減の継続

日本 (ホシノ天然酵母パン種)

- パン小売市場の売上が回復すると予測
- 製品講習会や見込み客向け個別提案会の実施

◆ 食品加工機械製造販売事業 受注高・売上高・受注残の推移



※受注残は4月1日時点

◆ 設備投資額・減価償却費・研究開発費

2024年度

設備投資の主なものは上河内工場向け自動工作機械更新やオレンジベーカーリー向け生産設備更新など。

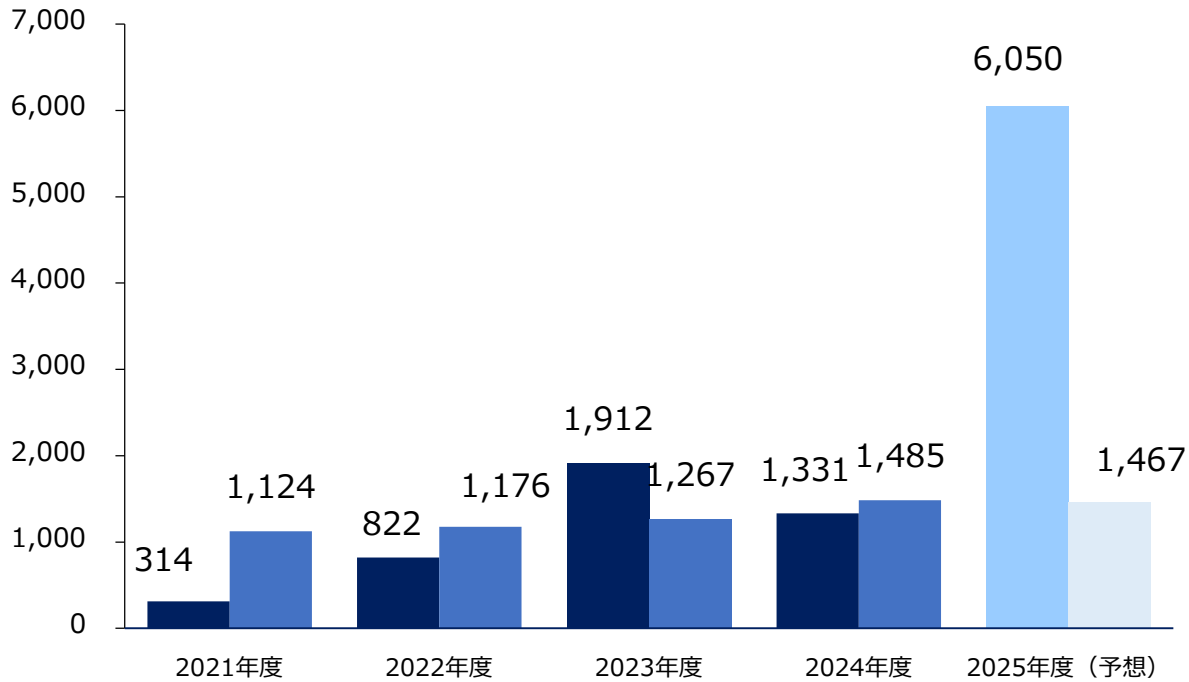
2025年度

上河内工場の自動倉庫（オートストア）設備やオレンジベーカーリーの新工場建設を実施予定。

設備投資額・減価償却費

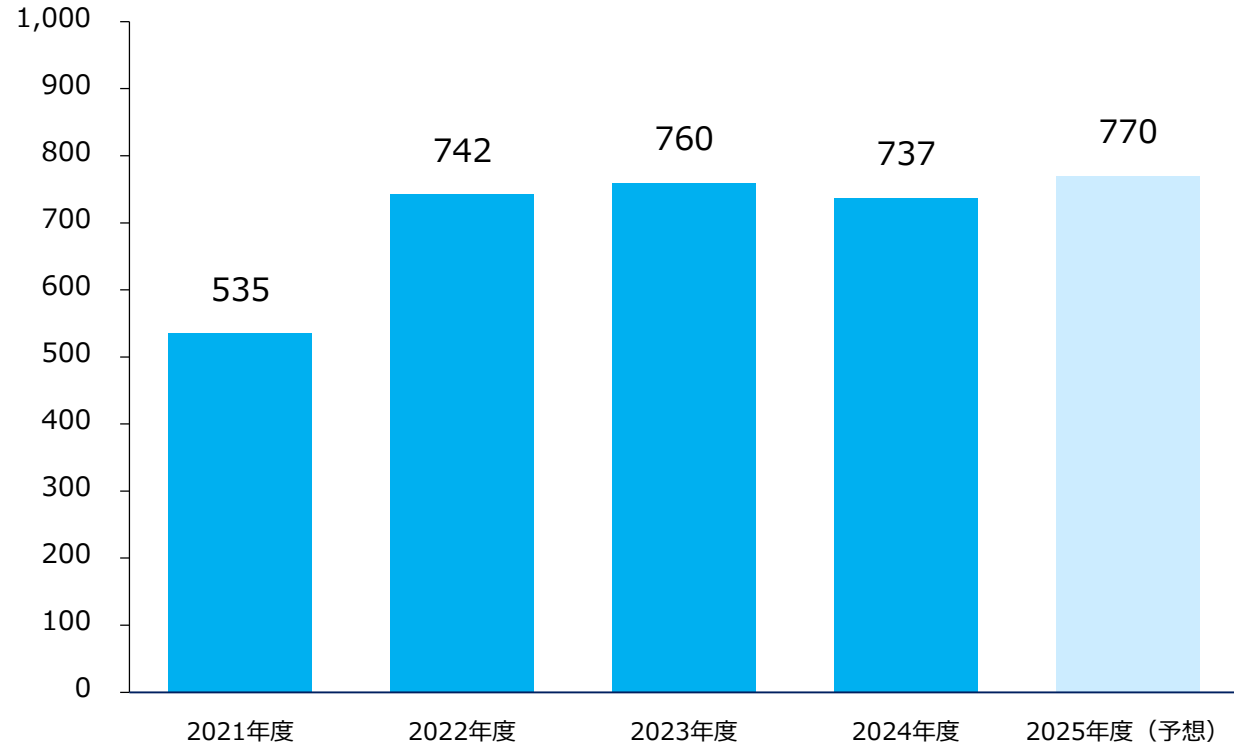
(百万円)

■ 設備投資額 ■ 減価償却費

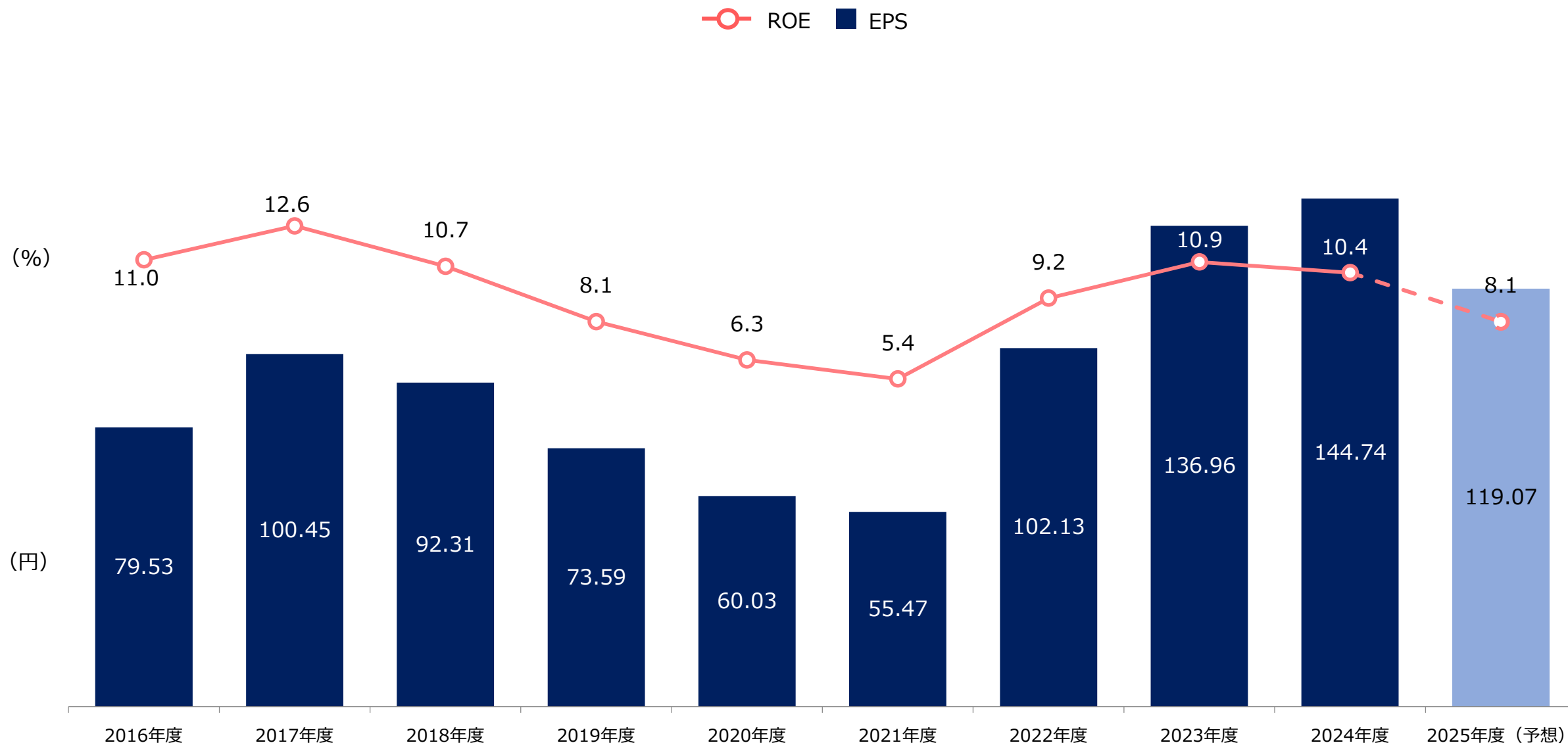


研究開発費

(百万円)

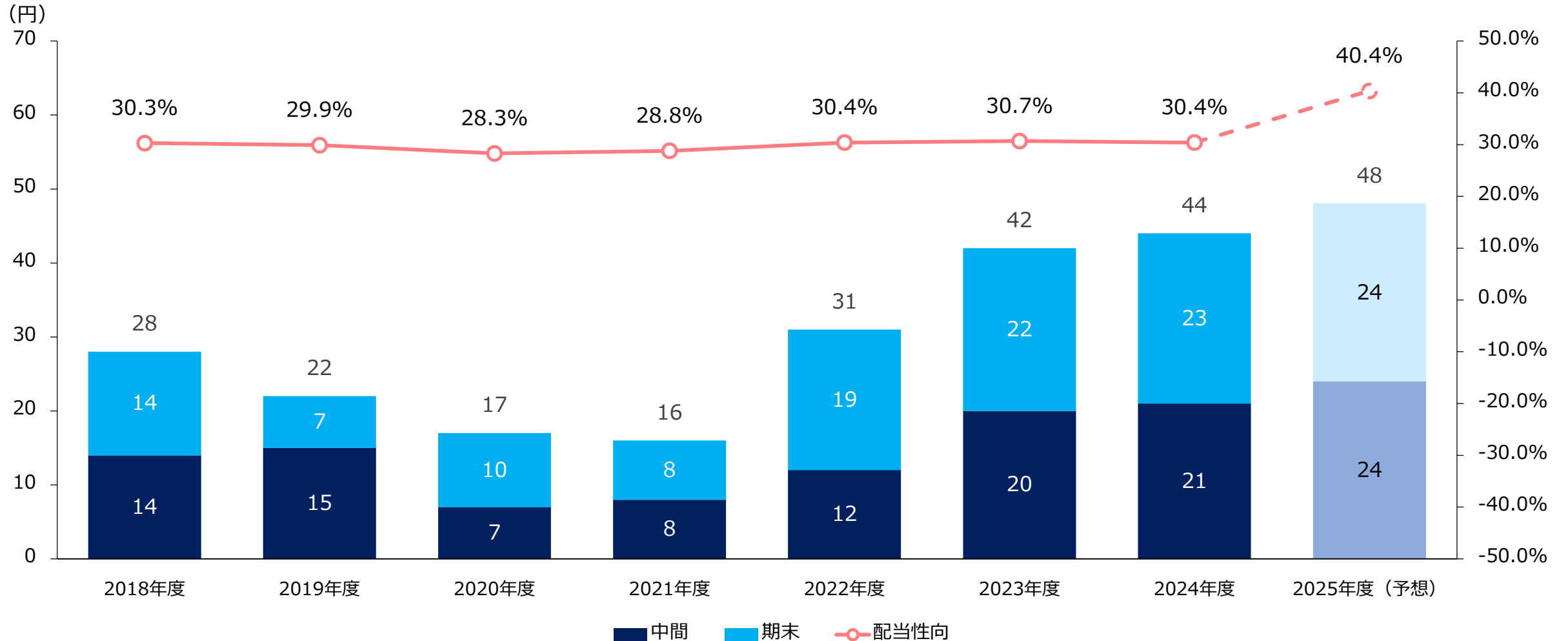


◆ ROE・EPSの推移



◆ 配当方針

- 今中期経営計画期間中（2026年3月期から2028年3月期）の連結配当性向の目標を40%以上とし、業績等を総合的に勘案し安定的な「**累進配当**」を行うことを基本方針とする。

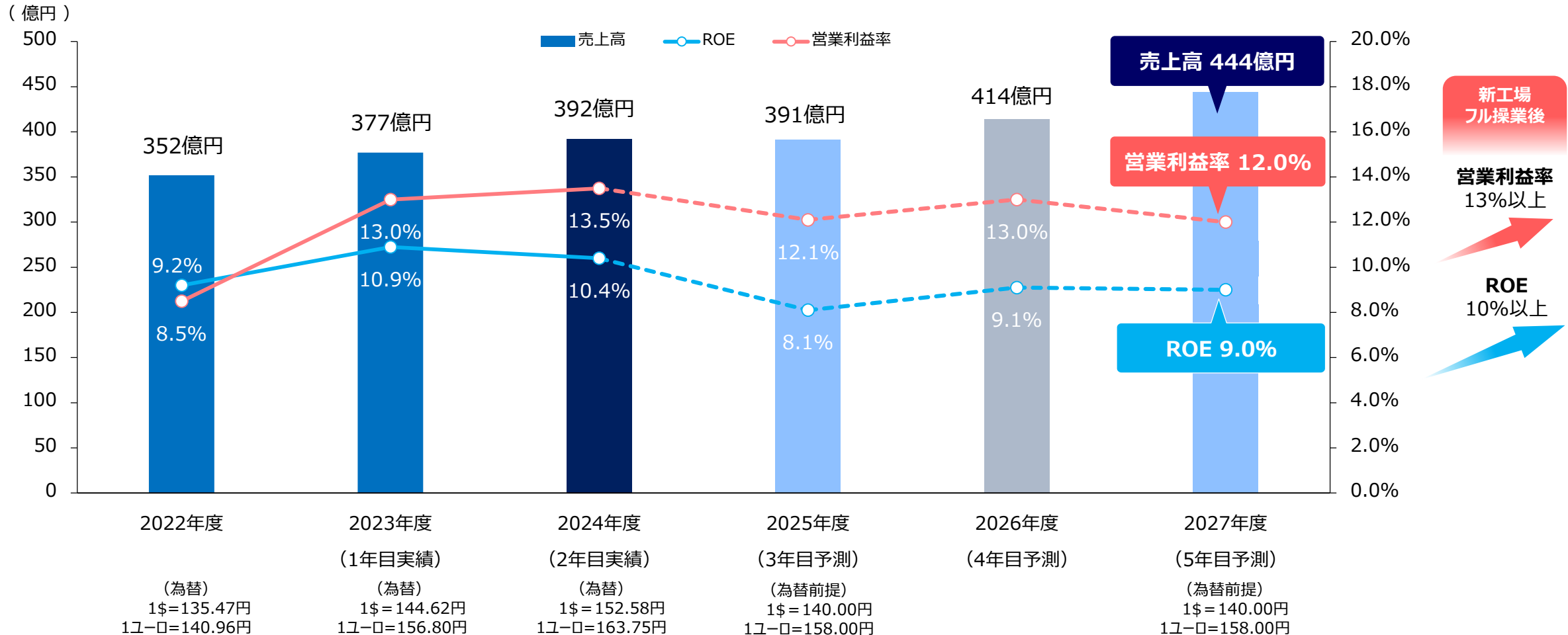


1. 2024年度 連結決算概況
2. 2025年度 連結業績予想
- 3. 中期経営計画 進捗状況
(2023-2027年度)**

◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - 基本方針と基本戦略 -

テーマ：改革と企業基盤の強化

目まぐるしい市場環境の中、「成長基盤」「利益基盤」「経営基盤」の3つの基盤強化に取組み、『働きに喜びを感じる社会・会社』に向けて社会課題の解決と企業成長を図るための足場固めとする。



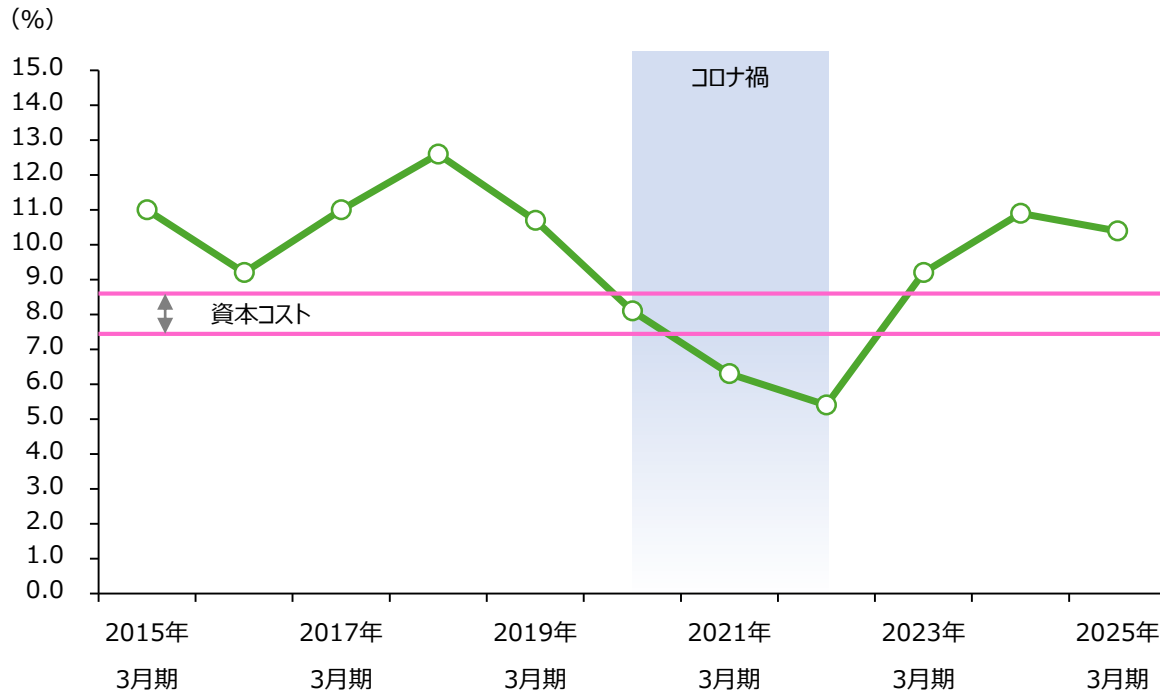
◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - 資本収益・資本コスト・株価を見据えた現状分析 -

- ROEは、コロナ禍から脱し経済が回復することで日米欧の食品加工機械製造販売事業や米国の食品製造販売事業が好調を維持し、資本コストを上回る状況である。
- PBRを1倍超に戻すためには、現状以上の企業価値向上や、株主還元の強化により、「ROE向上」と「資本コスト低減」を実施していく。

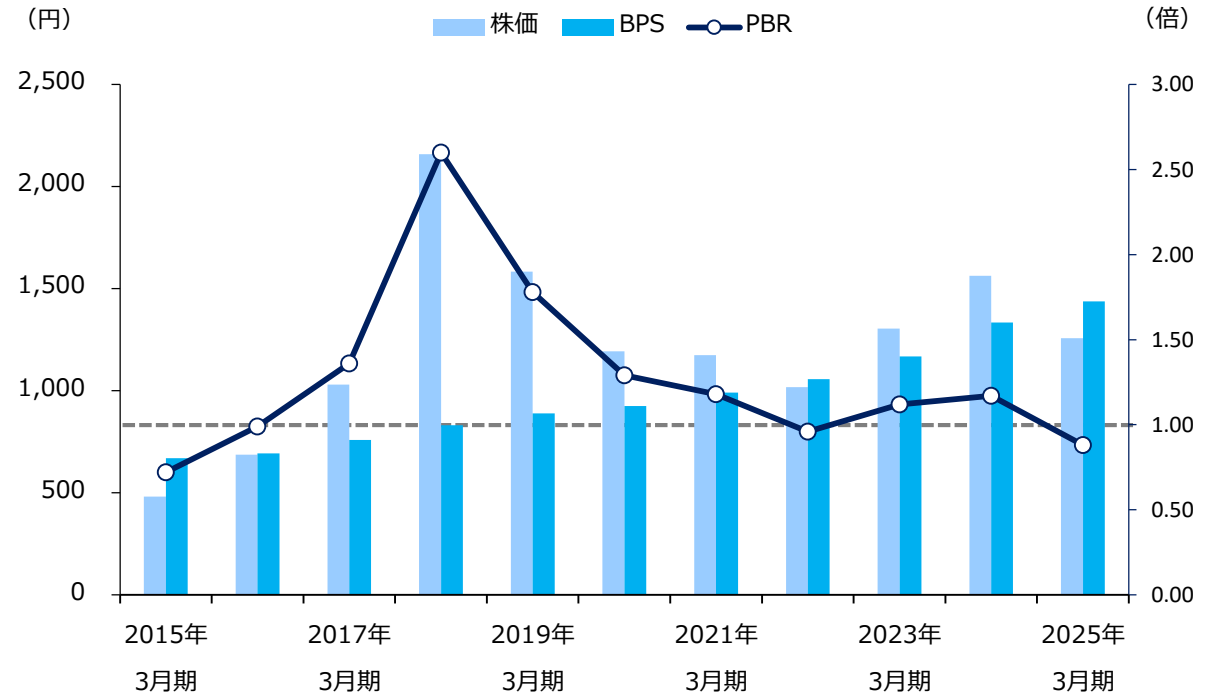
資本コスト	7.5～8.5%（CAPMで計算）
ROEの過去5年平均	8.4%（直近：10.4%）
PBRの過去5年平均	1.06倍（直近：0.88倍）

対話を通じて非財務情報の重要性を高め、資本コストの低減を図る
 2027年度のROEは新工場建設により9.0%に低下する見込み
 収益力向上や成長投資による事業拡大を進め株主価値を高める

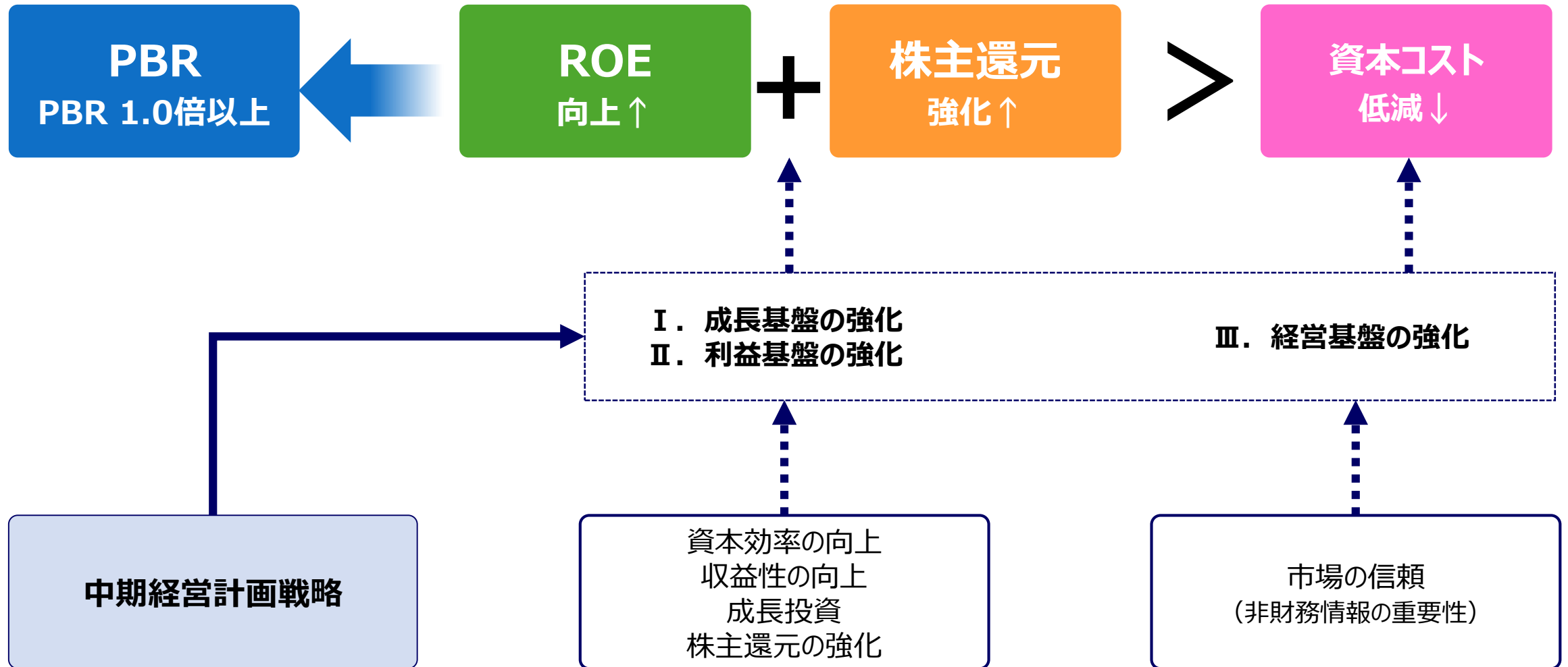
ROEの推移



PBRの推移



◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - 3つの基盤強化（Ⅰ.Ⅱ.Ⅲ）による持続的な企業価値向上に向けた取り組み -



◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - I .成長基盤の強化：取り巻いている経営環境を事業機会として捉える -

食品加工機械製造販売事業：新機種開発、海外市場の拡大、国内の新たな市場の進出

<p>2024年度</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ペストリーラインの完成とスマートファクトリーに向けた開発を推進 ● 海外代理店の充実を目指し、海外販路を拡大（食肉・冷凍マーケットへの参入強化） ● インド・アフリカ・中東の市場開拓 ● 国内の新規大手顧客（菓子卸・大手小売、調理冷凍食品等）へのアプローチ
<p>2025年度</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 2024年度を継続しペストリーラインの完成とスマートファクトリーに向けた開発を推進 ● 中国市場に新型KN700火星人を、ヨーロッパ市場に食肉用新型包あん機を投入し、市場拡大 ● 引き続き、インド・アフリカ・中東の市場開拓 ● 国内の新規大手顧客（菓子卸・大手小売、調理冷凍食品等）へのアプローチを継続

食品製造販売事業：オレンジベーカリーの拡大と開発技術の情報提供

<p>2024年度</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● スマートラインやクロワッサンベンダー開発のデータ提供 ● 増産計画の検討
<p>2025年度</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 引き続きスマートラインやクロワッサンベンダー開発のデータ提供 ● オレンジベーカリー新工場の検討

◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - II.利益基盤の強化：収益に左右されない利益基盤の構築 -

開発によるコスト削減

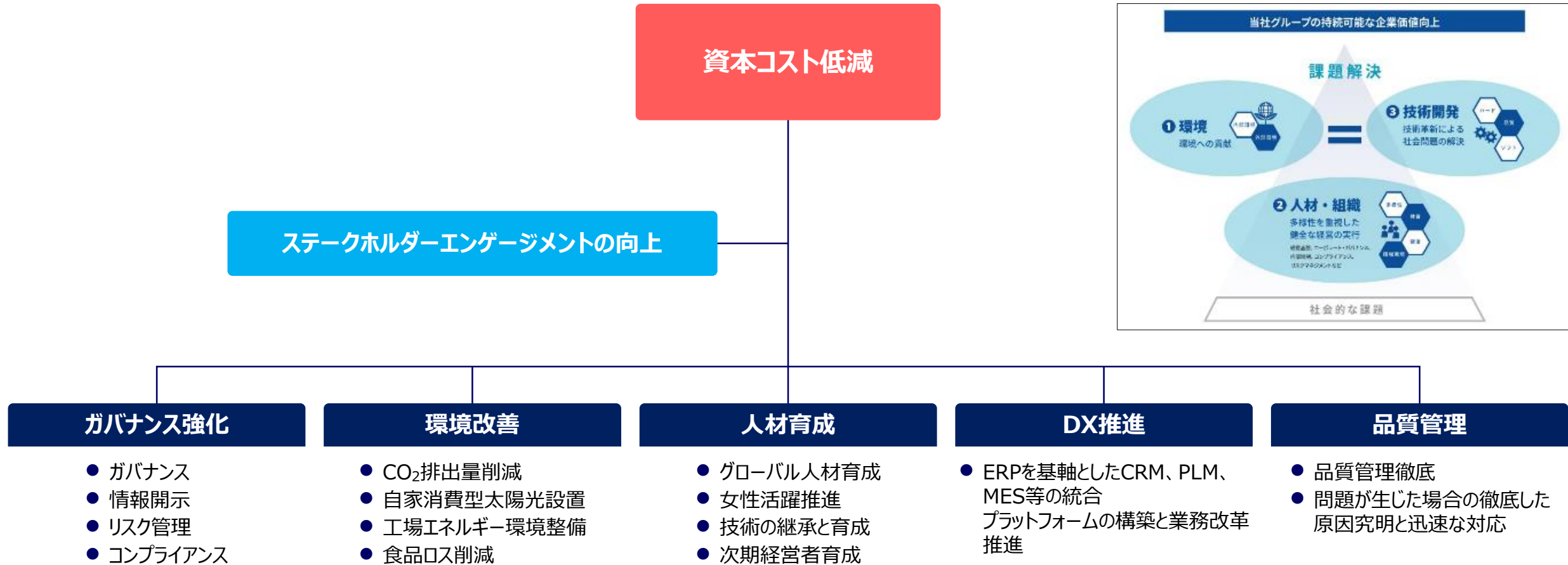
2024年度	<ul style="list-style-type: none"> ● 設計の標準化 → ラインデザイン、共通部品、操作性の統一、シンプルな構造（設計） ● 電気系統の標準化 → 標準配線図、タッチパネル標準化、予防保全プログラム
2025年度	<ul style="list-style-type: none"> ● 設計の標準化 → 販売実績のある製菓・製パンラインの標準化 ● 電気系統の標準化 → 引き続き標準配線図、タッチパネル標準化、予防保全プログラム

生産性向上

2024年度	<ul style="list-style-type: none"> ● システム：PLMシステムと連携する「MESシステム（生産管理システム）」稼働 ● 生産設備投資 <ul style="list-style-type: none"> 工作：レーザー複合機、仕上げロボット、大型自動ベンダー 組立：実績収集MESシステム（進捗の可視化） 物流：自動倉庫（オートストア）の導入検討（生産効率UP、ヒューマンエラー撲滅、環境改善）
2025年度	<ul style="list-style-type: none"> ● システム：MESシステムにおける実際原価可視化の稼働 ● 受注負荷状況の全社見える化 ● 生産設備投資 <ul style="list-style-type: none"> 工作：DNCラインの更新、組立現場にAGVの導入 物流：自動倉庫（オートストア）の導入・稼働

◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - Ⅲ.経営基盤の強化：健全経営を確立していく-

- ステークホルダーとの対話を通して、当社の「サステナビリティの3つの重点課題（環境、人材・組織、技術）解決」と「5つの経営基盤の強化」が、社会課題を解決する責務と健全経営の確立に必要と考えています。



※ ERP（企業資産計画）、CRM（顧客管理）、PLM（製品ライフサイクル管理）、MES（製造管理）

◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - Ⅲ.経営基盤の強化：環境改善・人材育成 -

温室効果ガス（CO₂排出量）削減

2024年度	<ul style="list-style-type: none"> ● 2014年対比、82%削減（2030年80%削減目標） （6事業所を非化石燃料に切り替え） 	※Scope1、2
2025年度	<ul style="list-style-type: none"> ● 2014年対比、83%削減予定 	※Scope1、2

エネルギーマネジメント（消費電力削減）

2024年度	<ul style="list-style-type: none"> ● 上河内工場（第1・2・4工場）にてLEDおよび省エネタイプ空調機更新 ● 本社に自家消費型太陽光発電設備設置
2025年度	<ul style="list-style-type: none"> ● 上河内工場（第4工場）にてLEDおよび省エネタイプ空調機更新 ● 営業所に自家消費型太陽光発電設備設置の検討

人材育成

2024年度	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバル人材育成：入社2年目の社員を中心に海外子会社での長期研修（12名） ● 女性活躍推進
2025年度	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバル人材育成の継続：入社2年目の社員を中心に海外子会社での長期研修（9名） ● 社員教育：外部講師による講習やeラーニングによる育成支援

◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - 投資戦略 -

研究開発投資

2024年度 実績

7億3千万円

2025年度 予想

7億7千万円

設備投資

2024年度 実績

13億3千万円

- 自動工作機械更新（上河内工場）
- オレンジベーカリー生産設備更新

2025年度 予想

60億円

- オレンジベーカリー新工場計画（確定分のみ）
- 自動倉庫（オートストア）設備（上河内工場）

環境投資

2024年度 実績

1億3千万円

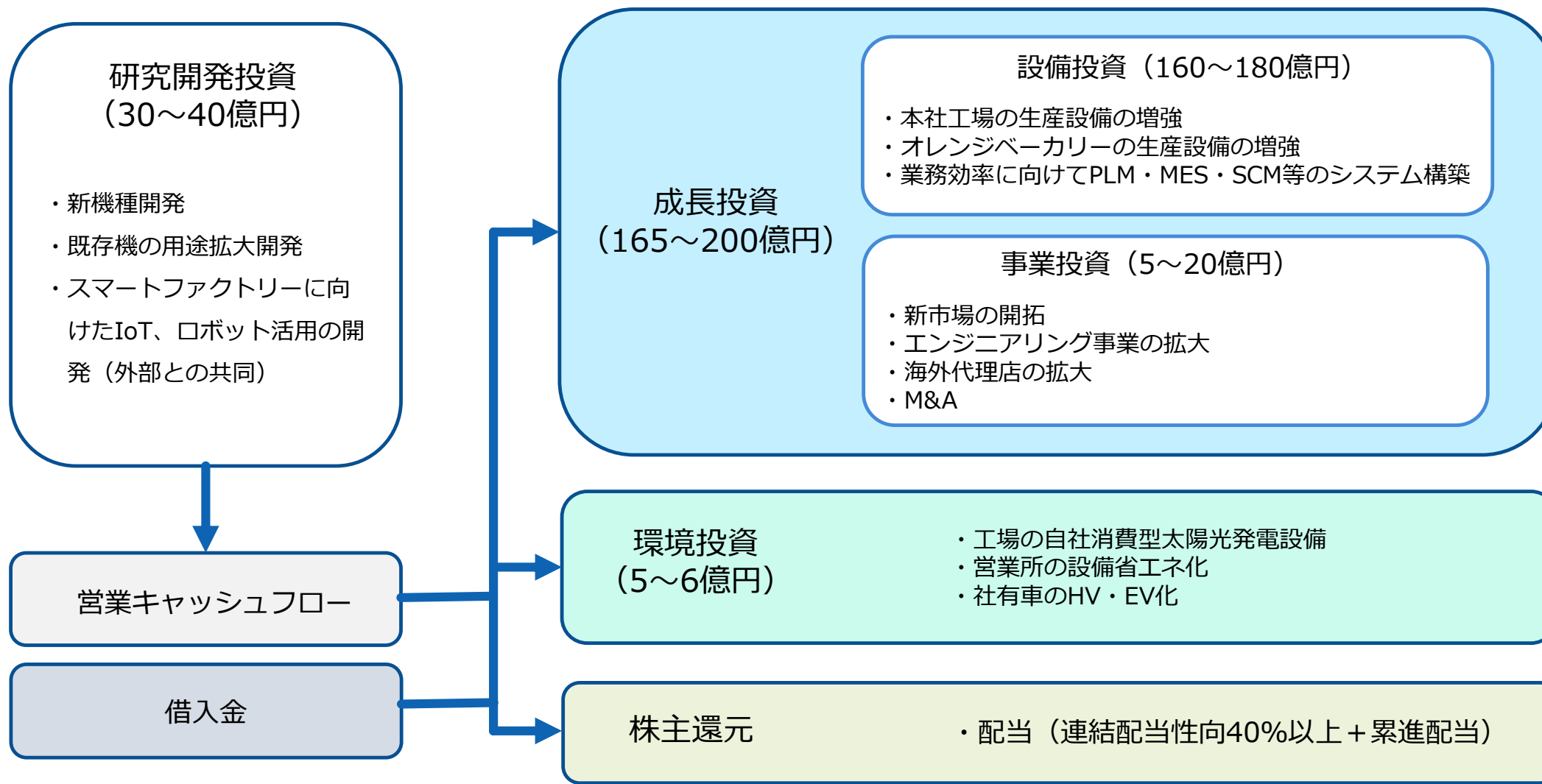
- 自家消費型太陽光発電設備（上河内工場・本社）

2025年度 予想

1億円

- 上河内工場（第4工場）にてLEDおよび省エネタイプ空調機更新
- 営業所に自家消費型太陽光発電設置の検討

◆ 中期経営計画（2023～2027年度） - 投資戦略 -



社 是

“ 存在理由のある企業たらん ”

- 自社製品を通じてお客様に満足を提供する
- 世界の食文化に貢献する

「存在理由のある企業たらん」は、
レオングループが創業以来持ち続けている社是です。
これまでも、これからも、存在理由のある企業であり続けることが
レオングループの大切にしていることです。





《 社名の由来 》

レオン自動機の「レオン」は、レオロジー（流動学）に由来します。レオロジーとは、粘性や弾性の流動を解明する科学であり、当社の創業者（名誉会長 林虎彦）が、レオロジーを応用し、世界初の包あん機を開発したことから名づけました。

【 免責事項 】

本資料の将来的予測に関する業績・事業計画などは資料作成時点で入手可能な情報に基づき作成したものであり、潜在的リスクや不確実性を含んでおります。そのため、実際の業績・財務状況は今後の経済動向・市場の変化など様々な要因により大きく異なる可能性があります。

参考資料

(参考資料) ステークホルダー・エンゲージメント

【ステークホルダー・エンゲージメント基本方針】

- 当社は、社会に貢献する企業であり続けるために、日常的な様々なしくみを通じてステークホルダーの皆様との対話を尊重し、共創を積み重ねることで、企業価値向上につながるステークホルダー・エンゲージメントを目指します。

ステークホルダー	取組み
● お客様	日常の営業活動・修理訪問時の対話、展示会・講習会・来客テスト、WEBサイト・機関誌（つつむ）
● 従業員	日々の対話・個人面談、グループ会議・営業会議・部署長連絡会議、安全衛生委員会、文化体育委員会、社内報、社内通報制度、研修制度、労働組合との対話
● 株主（投資家）	株主総会・IR説明会・IR個別ミーティング、WEBサイト・株主通信・機関誌、会社見学会
● 取引業者	日常の調達活動・品質検査（監査）、全体会合（親交会）、日常の情報交換、セミナー、社外通報制度（HP）
● 代理店（協力会社）	展示会・講習会、全体会合、日常の情報交換
● 地域社会	地域貢献活動、会社見学会（学校等）
● 他の企業、業界、大学	共同研究会・情報交換会、各種団体での対話（活動）、共同開発