



仙波糖化工業株式会社

証券コード：2916

2020年3月期 第2四半期決算説明会資料

2019年11月29日

目次

I .	2020/3期上期の決算概況	P 2
II .	2020/3期の業績予想	P12
III .	重点施策の進捗状況	P16
	(参考資料)	P27

I . 2020/3期上期の決算概況

決算概要

【2020/3期上期実績】

- ✓ 海外売上減少を主因に3.2%減収、22%営業減益
- ✓ 2Qは4四半期ぶりに営業増益に転じるが、
1Qのユーティリティ・物流コスト上昇の影響が残る
- ✓ 売上高、営業利益とも期初計画未達

(単位：百万円、円)

	2019/3期上期		2020/3期上期			
	金額	前年同期比	金額	前年同期比	従前予想	予想比
売上高	10,494	+13.3%	10,163	△3.2%	10,700	△537
営業利益	622	+49.0%	484	△22.1%	650	△166
経常利益	587	+50.2%	474	△19.3%	640	△166
親会社株主に帰属する 四半期純利益	407	+28.7%	301	△26.0%	420	△119
1株純利益	35.80	-	26.49	-	36.89	△10.4
設備投資額	558	+15	1,283	+725	600	+683
減価償却費	454	+86	461	+7	460	+1
研究開発費	148	+5	181	+33	180	+1

製品区分別売上実績

【2020/3期上期実績】

自社商材、受託商材とも海外が減少

- ✓国内はFD商材などの需要低迷と天候不順の影響もあり計画下回る
- ✓自社商材は、海外の製品戦略見直しと国内天候不順の影響を受ける
- ✓受託商材は、中国子会社の受託品減少の影響大

(単位：百万円)

	2019/3上期		2020/3上期		前年同期比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	伸び率
売上高	10,494	100.0%	10,163	100.0%	△331	△3.2%
カaramel製品	1,912	18.2%	1,887	18.6%	△25	△1.3%
乾燥製品類	3,261	31.1%	2,951	29.0%	△310	△9.5%
組立製品類	2,606	24.8%	2,714	26.7%	+108	+4.1%
冷凍製品	2,065	19.7%	1,964	19.3%	△101	△4.9%
その他	648	6.2%	645	6.4%	△3	△0.5%
自社商材	6,175	58.8%	6,042	59.5%	△133	△2.2%
受託商材	4,319	41.2%	4,121	40.5%	△198	△4.6%
海外売上高	970	9.2%	629	6.2%	△341	△35.2%

(為替レート：円/元)

16.66

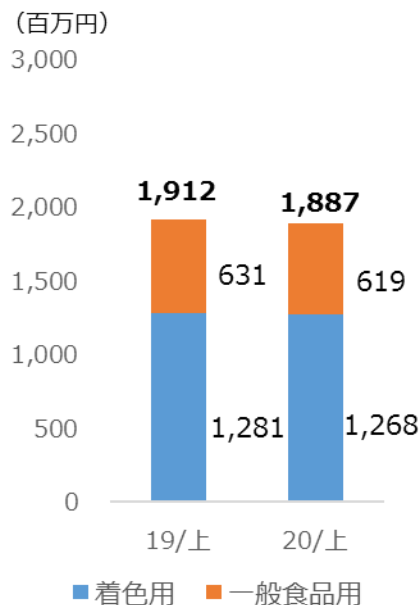
16.20

△0.46

製品区分別売上詳細

【2020/3期上期実績】

カaramel製品



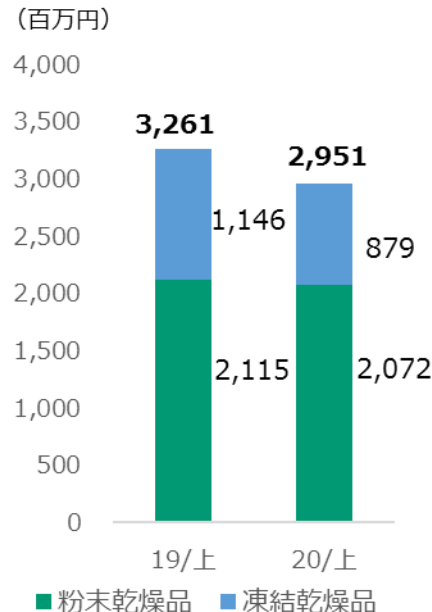
一般食品用

- ・国内デザ-ト向け堅調だが中国内需向け調整

着色用

- ・天候不順の影響で飲料向け需要低迷

乾燥製品類



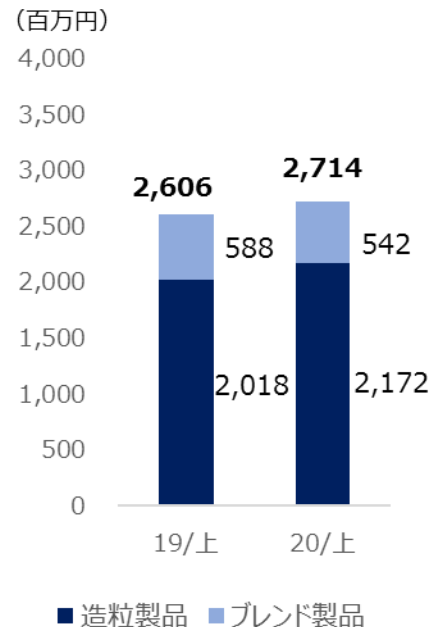
凍結乾燥製品

- ・国内即席麺市場向け低調
- ・海外は製品戦略見直しで減収

粉末乾燥製品

- ・国内の粉末醤油、お茶好調
- ・海外の受託粉末大幅減

組立製品類



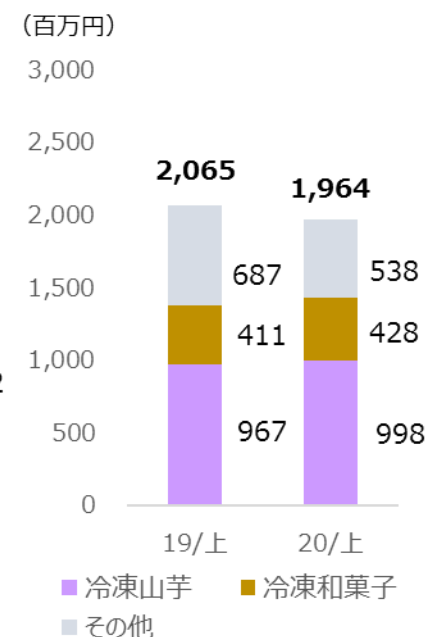
ブレンド製品

- ・全般的に受託加工低迷

造粒製品

- ・コンスープ及び健康食品受託商材好調

冷凍製品



その他

- ・中国、期ずれの反動減

冷凍和菓子

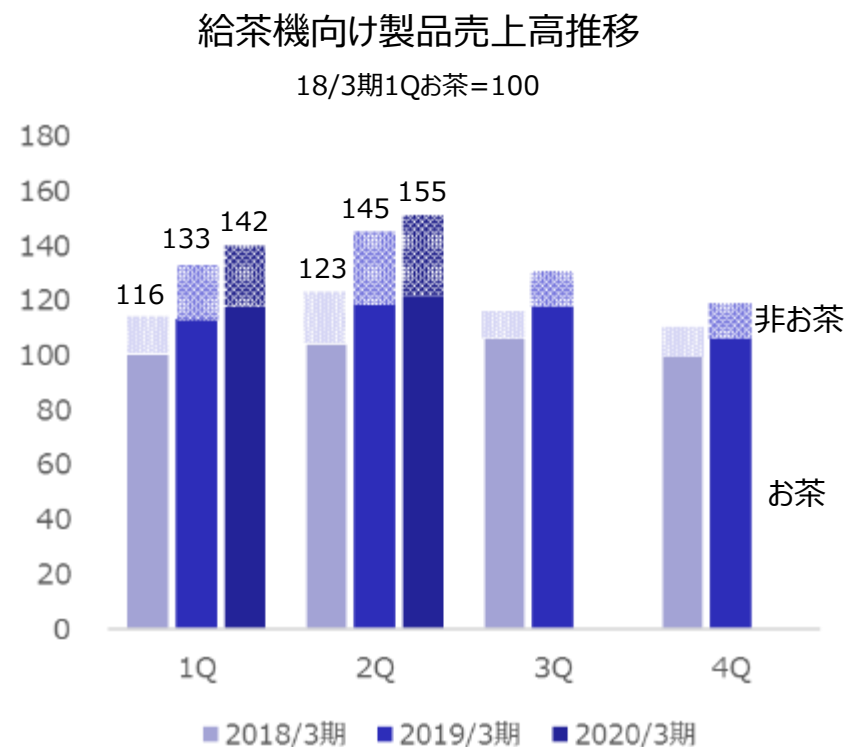
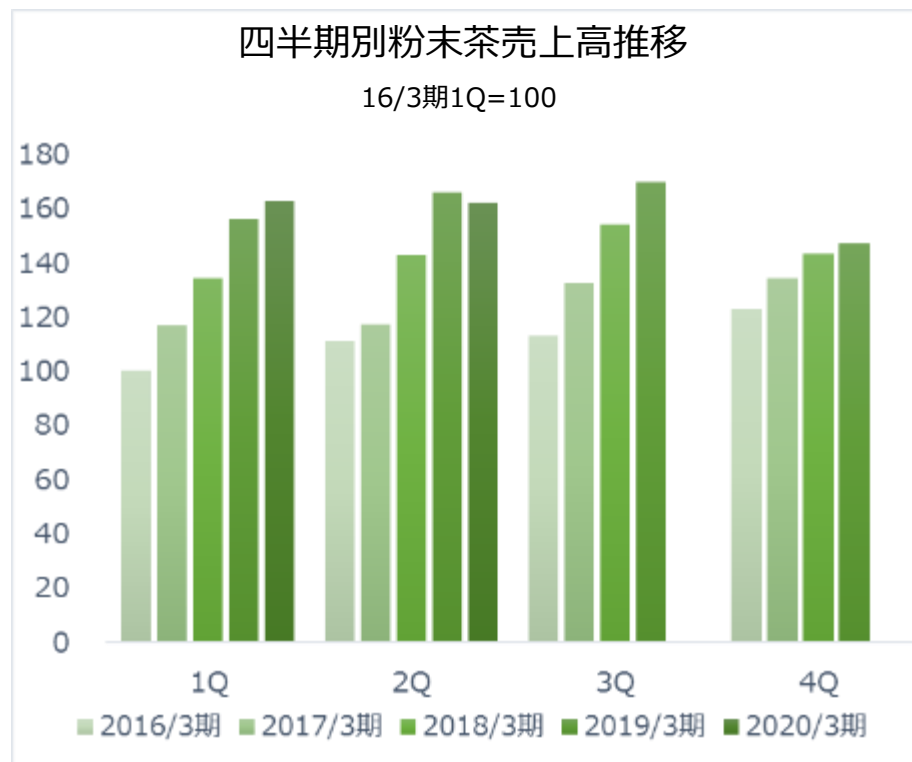
- ・どら焼き・ド-ムケ-キ堅調

冷凍山芋

- ・新規顧客開拓

2Qは天候不順の影響を受ける

給茶機向け非お茶製品の拡販続く



要約損益計算書

【2020/3期上期実績】

- ✓ ユーティリティコスト上昇するもプロダクトミックス改善効果もあり原価率低下
- ✓ 物流費上昇と先行投資負担重く、販管費比率は1.5%ポイント上昇

(単位：百万円)

	2019/3上期		2020/3上期			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	伸び率
売上高	10,494	100.0%	10,163	100.0%	△ 331	△3.2%
売上原価	8,214	78.3%	7,923	78.0%	△ 290	△3.5%
売上総利益	2,280	21.7%	2,239	22.0%	△ 41	△1.8%
販管費	1,658	15.8%	1,754	17.3%	96	5.8%
営業利益	622	5.9%	484	4.8%	△ 137	△22.1%
営業外損益	△ 34	△0.3%	△ 10	△0.1%	24	△70.6%
経常利益	587	5.6%	474	4.7%	△ 113	△19.3%
特別損益	-		6	0.1%	6	-
-税引前利益	587	5.6%	468	4.6%	△ 119	△20.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	407	3.9%	301	3.0%	△ 106	△26.0%

<営業外損益>

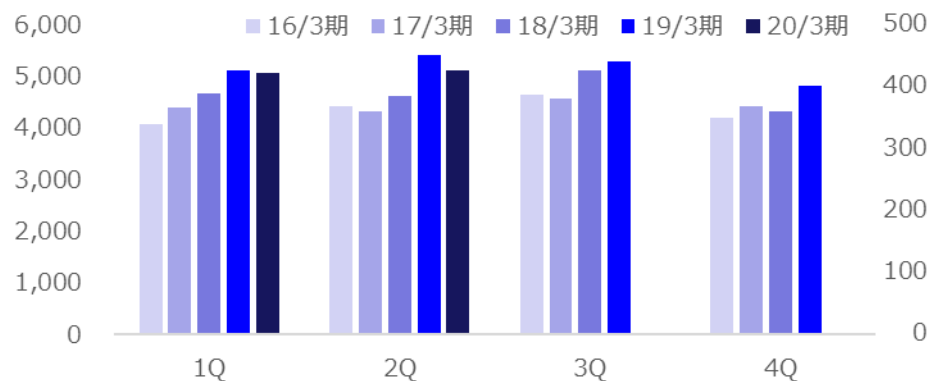
営業外収益
33百万円→38百万円
営業外費用
67百万円→48百万円

(金融収支)
△17百万円→3百万円

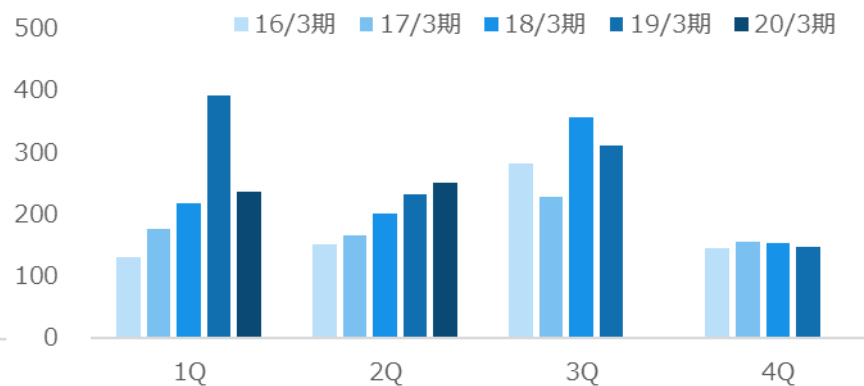
四半期業績推移

【2020/3期上期実績】

四半期売上高推移



四半期営業利益推移

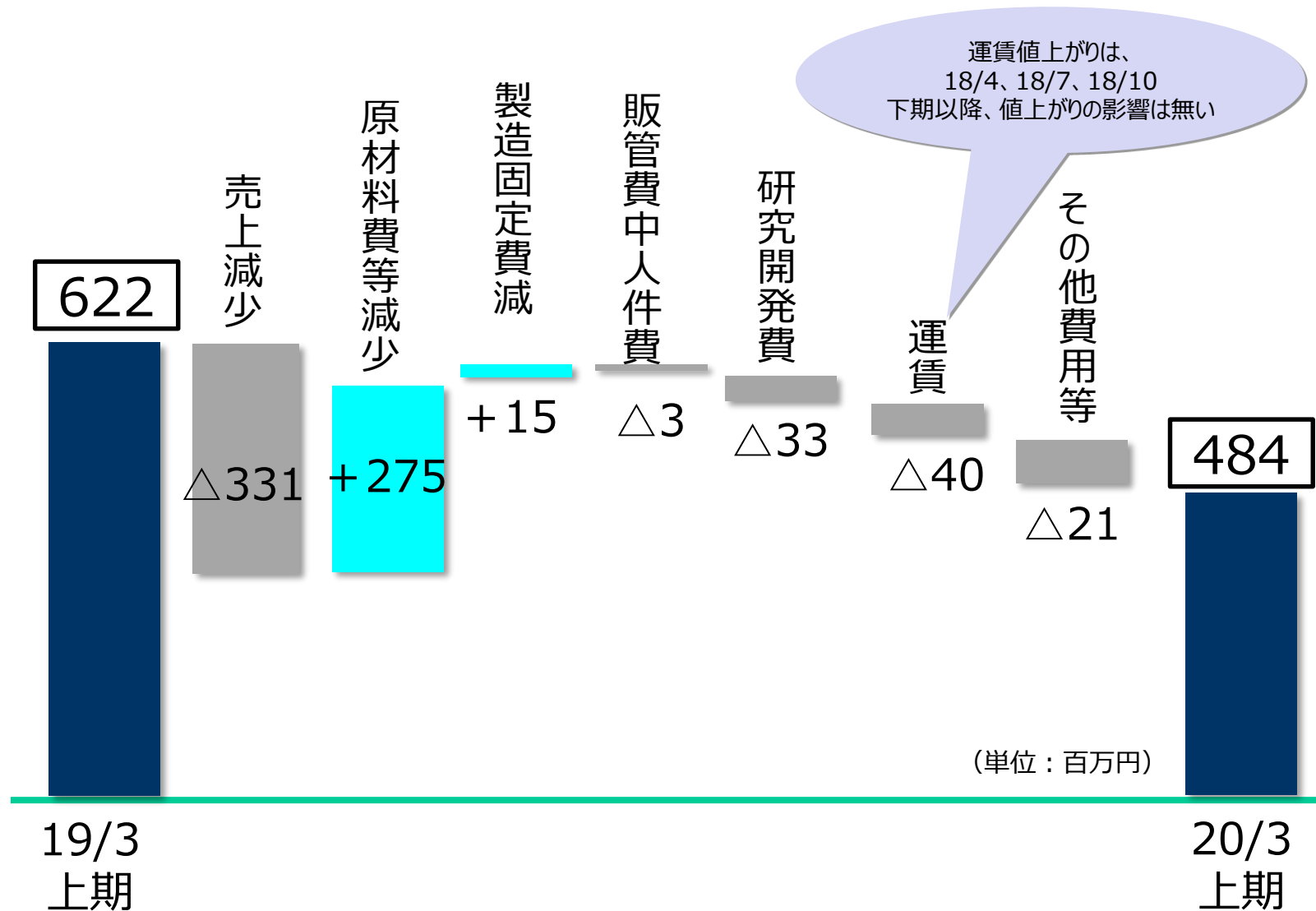


(単位: 百万円)

	18/3期				19/3期				20/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	4,665	4,594	5,100	4,316	5,099	5,395	5,268	4,793	5,056	5,107
カaramel製品	892	883	966	861	972	940	1,052	867	947	940
乾燥製品類	1,469	1,468	1,660	1,526	1,626	1,635	1,771	1,647	1,531	1,420
組立製品類	1,255	1,241	1,579	1,158	1,206	1,400	1,418	1,310	1,310	1,404
冷凍製品	692	735	552	483	985	1,080	703	687	950	1,014
その他	355	268	343	288	308	340	324	282	316	329
営業利益	217	200	356	153	391	231	309	147	235	249

営業利益増減分析

【2020/3期上期実績】



要約貸借対照表

【2020/3期上期実績】

(単位：百万円)

	2019/3末	2019/9末	増減額
流動資産	11,850	11,623	△226
現金及び預金	3,153	3,209	56
受取手形及び売掛金	4,733	4,430	△303
棚卸資産	3,699	3,576	△123
固定資産	8,806	9,928	1,122
有形固定資産	6,499	7,300	801
無形固定資産	253	566	312
投資その他資産	2,052	2,061	8
資産合計	20,656	21,552	895

棚卸資産 **△123百万円**
 ・商品・製品 +12百万円
 ・仕掛品 △49百万円
 ・原材料・貯蔵品 △86百万円

流動負債	8,808	9,713	904
支払手形及び買掛金	2,813	2,393	△420
短期借入金	3,912	4,237	325
固定負債	2,737	2,569	△167
長期借入金	1,173	1,001	△172
負債合計	11,546	12,282	736
純資産合計	9,110	9,269	158

有利子負債 **+152百万円**
 ・短期借入金 +325百万円
 ・長期借入金 △172百万円

⇒自己資本比率 42.4%
 (△1.2ポイント)

要約キャッシュ・フロー計算書

【2020/3期上期実績】

(単位：百万円)

	2019/3 上期	2020/3 上期
営業キャッシュ・フロー	856	345
税金等調整前四半期利益	587	468
減価償却費	454	461
売上債権の増減額（△は増加）	△525	394
たな卸資産の増減額（△は増加）	509	111
仕入債務の増減額（△は減少）	△374	△507
法人税等の支払額	△189	△162
投資キャッシュ・フロー	△402	△237
有形固定資産の取得による支出	△365	△1,024
財務キャッシュ・フロー	925	△40
有利子負債の純増減額	1,078	152
配当金の支払額	△136	△170
現金及び現金同等物 期中増減額	1,373	56
現金及び現金同等物 期末残高	3,375	3,194

Ⅱ． 2020/3期の業績予想

通期売上高は、下期の新製品効果を織込み、従来予想据え置き

- ✓カaramel製品は、食品向け提案営業の成果で上期の落ち込みを吸収
- ✓乾燥製品類は、国内粉末茶堅調だが一部製品の落ち込みで減額修正
- ✓組立製品類は、健康食品受託の好調が持続
- ✓冷凍製品は、下期の新製品投入効果で大幅増額修正。

(単位：百万円)

	2019/3期			2020/3期				伸び率
	上期	下期	通期	上期	下期(予)	通期 (予) 従来		
売上高	10,494	10,061	20,555	10,163	10,837	21,000	21,000	2.2%
カaramel製品	1,912	1,919	3,831	1,887	2,013	3,900	3,900	1.8%
乾燥製品類	3,261	3,418	6,679	2,951	3,549	6,500	6,800	-2.7%
組立製品類	2,606	2,728	5,334	2,714	2,786	5,500	5,500	3.1%
冷凍製品	2,065	1,390	3,455	1,964	1,886	3,850	3,550	11.4%
その他	648	606	1,254	645	605	1,250	1,250	-0.3%

期初予想据え置き

- ✓下期は、物流単価上昇の影響が無くなり、エネルギーコストの低下を見込む
- ✓増販効果に加え、プロダクトミックスの改善で固定費負担増を吸収
- ✓営業利益は、5期連続で最高益更新を見込む

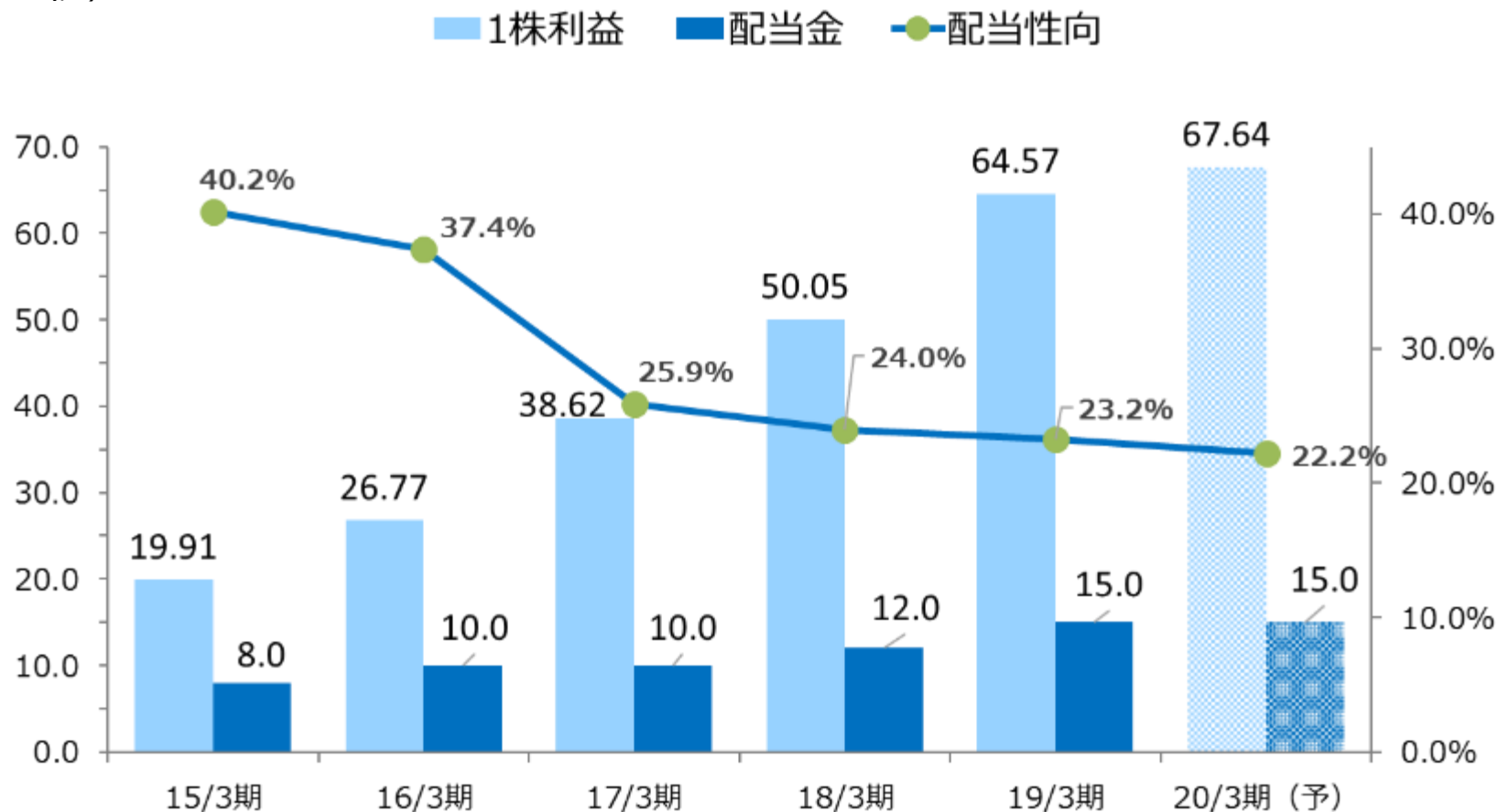
(単位：百万円、円)

	2019/3期	2020/3期		
	実績	予想	増減額	伸び率/額
売上高	20,555	21,000	+445	+2.2%
営業利益	1,078	1,150	+72	+6.6%
経常利益	1,019	1,090	+71	+7.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	735	770	+35	+4.8%
1株純利益	64.57	67.64	+3.07	-
設備投資額	930	3,000*	+2,070	
減価償却費	932	940	+8	
研究開発費	319	362	+43	

〈為替レート〉 19/3期:16.16円/元、20/3期(予) : 16.0円/元

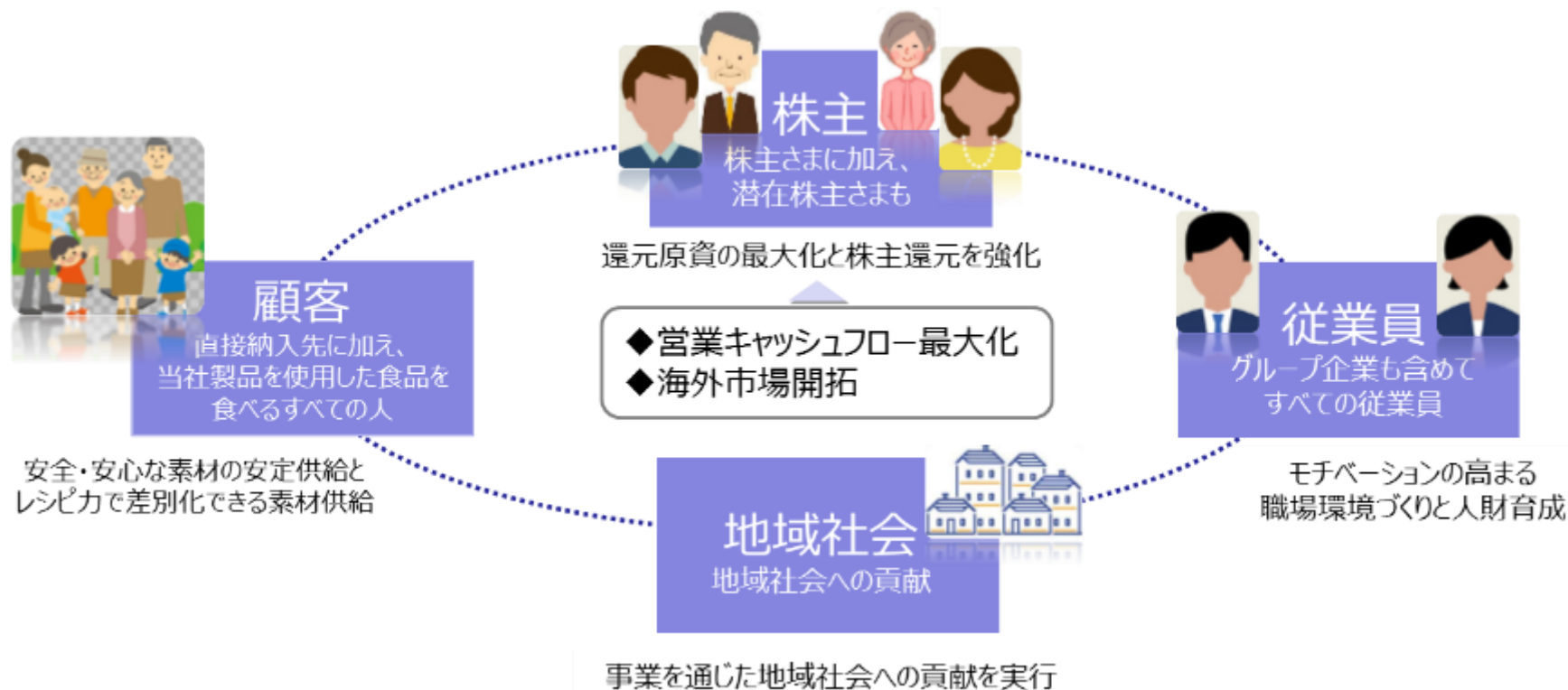
20/3期は15円/株の計画

(円)



Ⅲ．重点施策の進捗状況

100年企業に向けた強固な基盤を構築



より良いものを作り、顧客信頼度を向上させ、
収益を伸ばすことで株主様、従業員、地域社会への還元を増やす
ブランド力を向上させ100年企業に向けての足場固め

基本戦略

グループ経営力強化

- 海外子会社管理強化
- 個別経営からの脱却

海外市場開拓

- 中国市場対応
- 東南アジア市場対応

自社商材拡販

- 提案営業強化
- 開発強化

目標

営業利益率向上と利益拡大の両立を目指す



営業キャッシュフローの最大化を目指す

目的

成長投資資金の確保と還元強化

注) 営業キャッシュフロー = 営業利益 + 減価償却費

①海外子会社の管理体制強化

経営体制

- ・中国事業管掌役員が龍和食品の董事長に就任
- ・ベトナム事業管掌役員がSEMBA TOHKA VIETNAM社長就任

管理体制

- ・海外子会社の期中平均レートへの変更
- ・中国子会社の新会計基準導入準備

②海外収益基盤の強化・拡充

中国子会社の収益基盤拡充

新工場立上げ 龍和食品及び福州仙波のシナジー追求

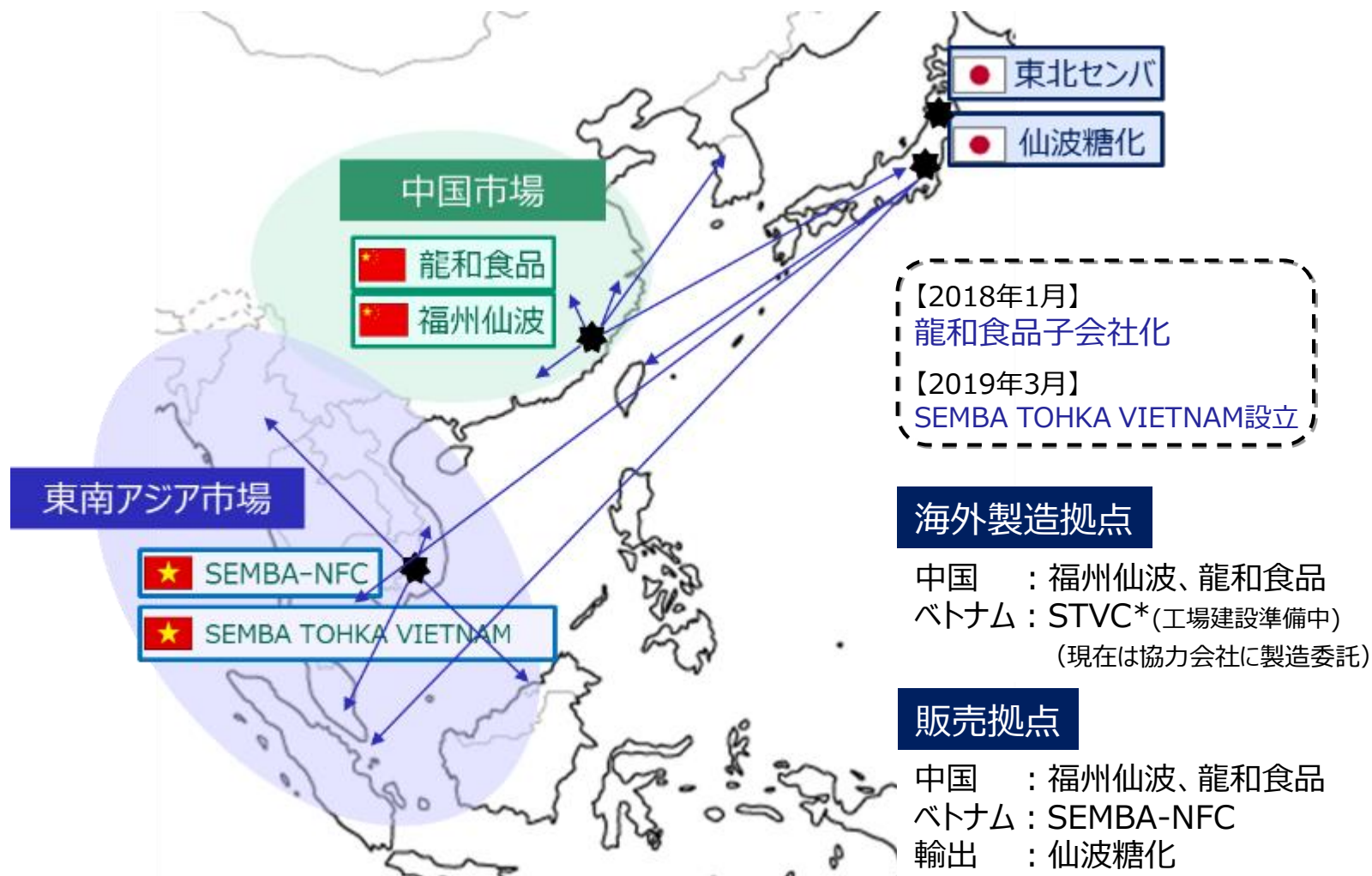
東南アジア市場の本格展開準備

新工場建設

ベトナム製造子会社設立（2019/3）

SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED

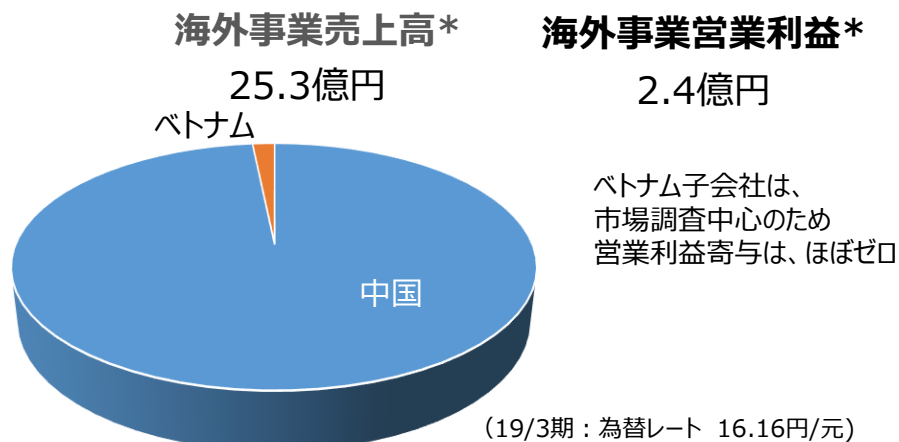
③働き方改革の推進



STVC* : SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED

当面は、中国新工場の立ち上げ注力とベトナムの事業計画の推進

【海外収益の現状(19/3期)】



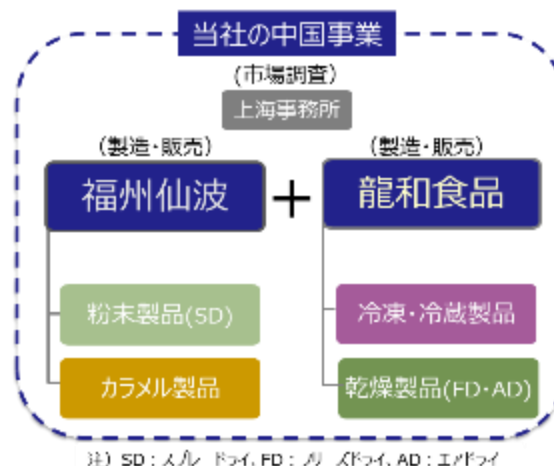
(注) * 海外事業の売上高及び営業利益は、海外子会社単純合算ベース

従業員数(臨時雇用者除く)	
福州仙波食品	7人
福建龍和食品	117人
SEMBA-NFC	3人
STVC	—

(出向社員など)

中国事業 9人

ベトナム事業 3人



製品開発	
中国事業	仙波糖化の
ベトナム事業	開発戦略室主導

設備状況	
中国事業	新工場完成
ベトナム事業	工場建設準備中

国名	商材	向け先
中国	どら焼き、カラメルシラップ 乾燥製品、冷凍製品	リテール、食品メーカー OEM商材、食品メーカー
シンガポール	どら焼き、 カラメルシラップ、カラメルクラッシュ 抹茶ラテ (SEMBA-NFCブランド品)	日本食レストラン 食品メーカー OEM商材
タイ	冷凍山芋、 カラメルシラップ、カラメルクラッシュ カラメル色素 日本製のインスタント茶 抹茶ラテ (SEMBA-NFCブランド品) フルーツラテ (SEMBA-NFCブランド品)	日本食レストラン、リテール 食品メーカー 飲料メーカー 日本食レストラン、リテール 日本食レストラン、リテール 食品メーカー
ベトナム	カラメルシラップ、カラメルクラッシュ 抹茶ラテ (SEMBA-NFCブランド品) フルーツラテ (SEMBA-NFCブランド品)	食品メーカー 日本食レストランなど リテール、現地カフェ
マレーシア	抹茶ラテ (SEMBA-NFCブランド品)、カラメル製品	OEM商材
ブルネイ	抹茶ラテ (SEMBA-NFCブランド品)	OEM商材
スペイン	粉末醤油	現地の食品メーカー
韓国	粉末茶	現地の食品メーカー
台湾	カラメルシラップ 抹茶ラテ (SEMBA-NFCブランド品)	現地の食品メーカー OEM商材
香港	カラメルシラップ、野菜パウダー	現地の食品メーカー
ミャンマー	フルーツラテ (SEMBA-NFCブランド品)	リテールなど
オーストラリア	カラメルクラッシュ	現地の食品メーカー

■ は海外子会社生産品

新工場稼働で今後は中国事業収益の最大化を目指す

今期の重点施策

①龍和食品子会社化の2年目対応

新工場の順調な立上げ

- ✓ 期末日レートから期中平均レートへ
- ✓ 新会計基準導入に向けた対応準備
- ✓ 新製品投入を含めた季節要因の平準化対応

②福州仙波と龍和食品のシナジー効果追求

- ✓ 一体運営による中国市場の開拓強化
- ✓ 原料調達ネットワークの有効活用
- ✓ 食の安全管理体制の更なる強化
- ✓ グループ力を活かした高付加価値品投入

進捗状況

ほぼ計画通りに竣工

- ➡ ✓ 変更済み
- ➡ ✓ 経理担当の研修開始
- ➡ ✓ 製品戦略見直しや自社商材開発中

【製品シナジー例】

- ✓ 福州仙波 → 龍和食品 → 外食チェーン
(カaramel) + (タピオカ) = (冷凍デザート)
自社商材 受託商材
- ✓ 仙波糖化と同基準での品質管理
- ✓ 開発戦略室主導の新製品開発

移転作業直前の新工場



新工場外観



エントランス



事務所



開発室



包装機



FDチャンバー



冷凍庫



SD室

龍和食品初年度施策の成果

- ①低採算製品から撤退決定(春雨、月餅、ちまきなど)

龍和食品の上期原価率は、ユーティリティコスト上昇するも
前年同期比0.8%ポイント低下

- ②新製品投入を含めた季節要因の平準化対応

下期から新製品輸出を開始

収益安定化に向けた施策

シナジー可能な中国市場向け自社商材の投入

受託商材の販売シナジー追求は、リターン・リスクともに倍増

開発戦略室主導で自社商材開発に注力

ターゲットは、新規S D製品（福州仙波）

東南アジア市場対応は、日本の品質基準を届ける

当初のB to C中心計画からB to Bのウエートを高める戦略へ

販売担当：SEMBA-NFC

製造担当：STVC

STVC社

東南アジア市場戦略変更で
工場建設開始はやや遅れ

〈工場建設計画〉

- ・予定地はホーチミン市より約40km
- ・2020年度末の稼働開始を計画
- ・設備投資金額は当初10億円がやや増加

〈製造予定品目〉

- ・食品素材
- ・食品添加物
- ・食品

〈人材育成〉

19/9から国内で研修開始

生産部、品質保証部、開発部で合計8人



(参考資料)

沿革

- 1946年 10月 栃木県真岡市に創業、カaramelの製造販売開始。
- 1963年 5月 スプレー・ドライヤーを新設し、粉末食品の生産開始。
- 1967年 7月 茨城県水戸市に工場を新設。
- 1971年 11月 真岡工業団地に真岡第二工場を新設。
- 1972年 5月 太陽食品包装株式会社設立。(現：仙波包装株式会社)
- 1974年 3月 真岡第二工場の第2期増設完了。フリーズ・ドライ製品の生産開始。
- 1977年 9月 本社工場に造粒設備を新設。
- 1979年 9月 スプレー・ドライヤー及び造粒設備増強のため真岡第三工場を新設。
- 1988年 9月 水戸工場を真岡第三工場へ移転。
- 1990年 7月 株式会社東北センバを設立し、冷凍山芋の生産開始。
- 1991年 1月 福建龍和食品実業有限公司を共同で設立。
- 1994年 11月 資本金13億4,050万円に増資。日本証券業協会に株式を店頭登録。
- 2001年 8月 資本金15億50万円に増資。
- 2003年 11月 福州仙波食品有限公司（現：福州仙波糖化食品有限公司）を設立。
- 2006年 4月 真岡第二工場に昆布エキス製造工場を新設。
- 2006年 9月 真岡第二工場に粉末茶製造工場を新設。
- 2007年 4月 冷凍和菓子の生産開始。
- 2007年 8月 真岡第二工場に鰹節エキス調味料設備を新設。
- 2011年 5月 真岡第三工場スプレー・ドライヤーS&B。
- 2012年 11月 株式会社東北センバ大館新工場稼働。
- 2016年 10月 SEMBA-NFC設立。
- 2017年 4月 真岡第二工場焙焼製品新工場稼働。
- 2018年 1月 福建龍和食品実業有限公司を子会社化。
- 2019年 3月 SEMBA TOHKA VIETNAM設立。

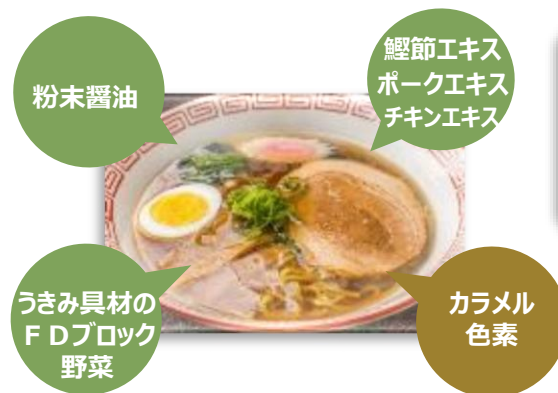
食品の「色・味・香・旨」を演出する食品素材会社

こんなところに

- カスタードプリン、
炭酸飲料・コーヒー牛乳 にも…



- インスタントラーメン にも…



- 粉末茶 にも…



- インスタントコーンスープ にも…



- 即席味噌汁 にも…

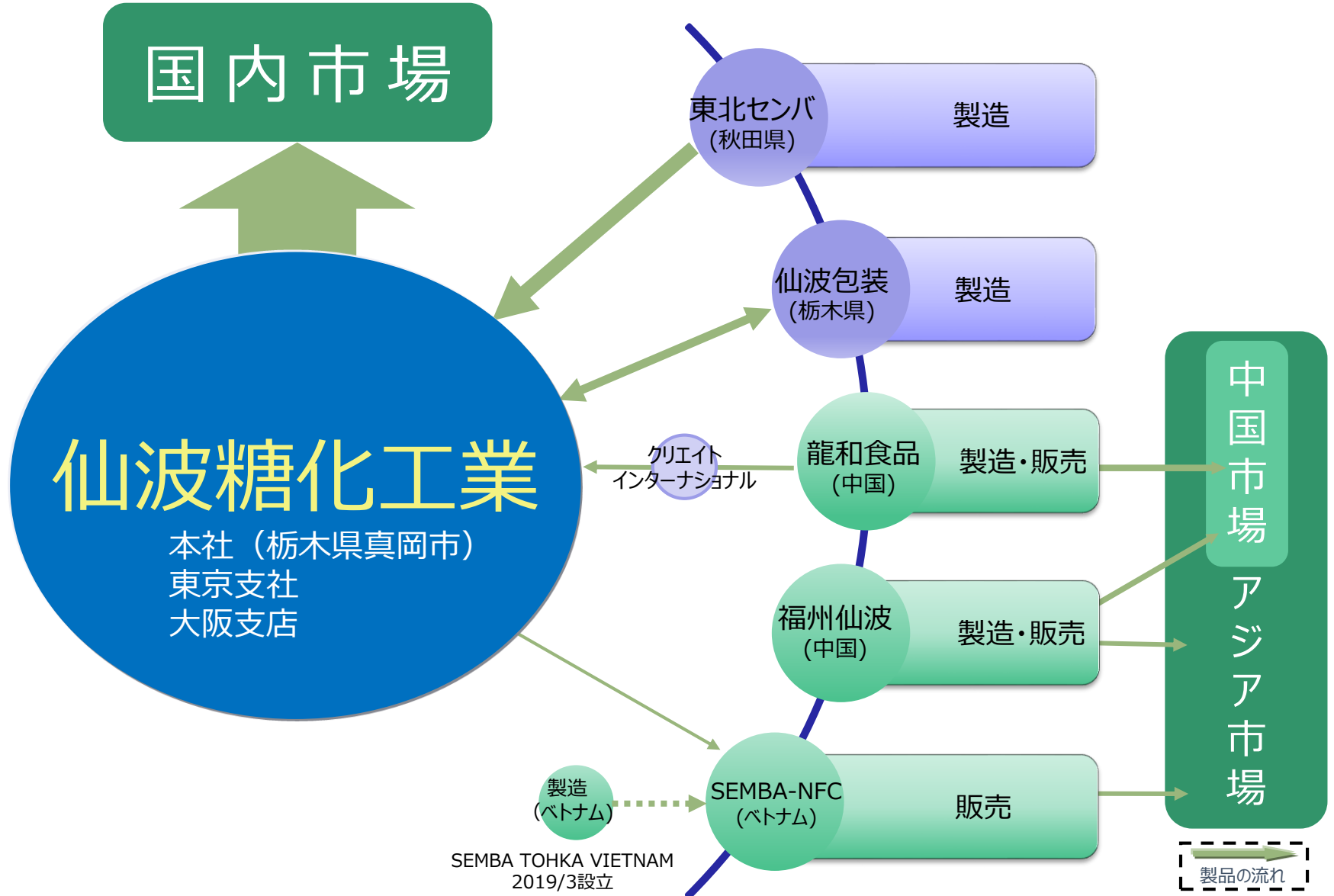


- とろろそば にも…



食品メーカー・消費者向け**自社商材**及び**受託商材**の製造・販売

当社グループ



収益概況（2019/3期）

製品群別売上構成

カaramel製品

18.6%

乾燥製品類

（粉末製品・凍結乾燥製品）

32.5%

連結売上高
☆ 205億円

26.0%

連結営業利益

☆ 10.7億円

16.8%

冷凍製品

（冷凍山芋、冷凍和菓子）

6.1%

その他

組立製品類

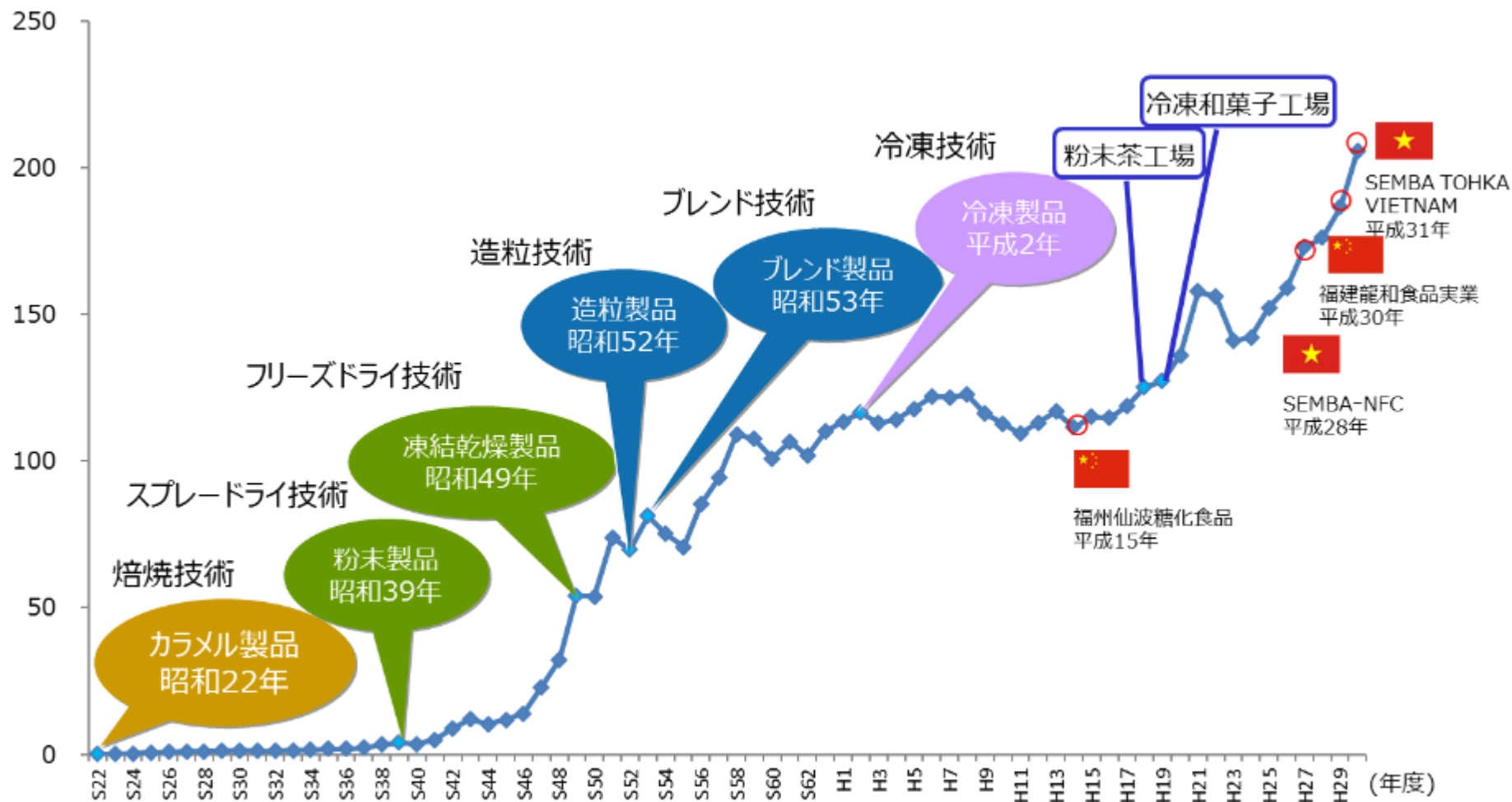
（造粒製品・ブレンド製品）

（注） ☆印は過去最高

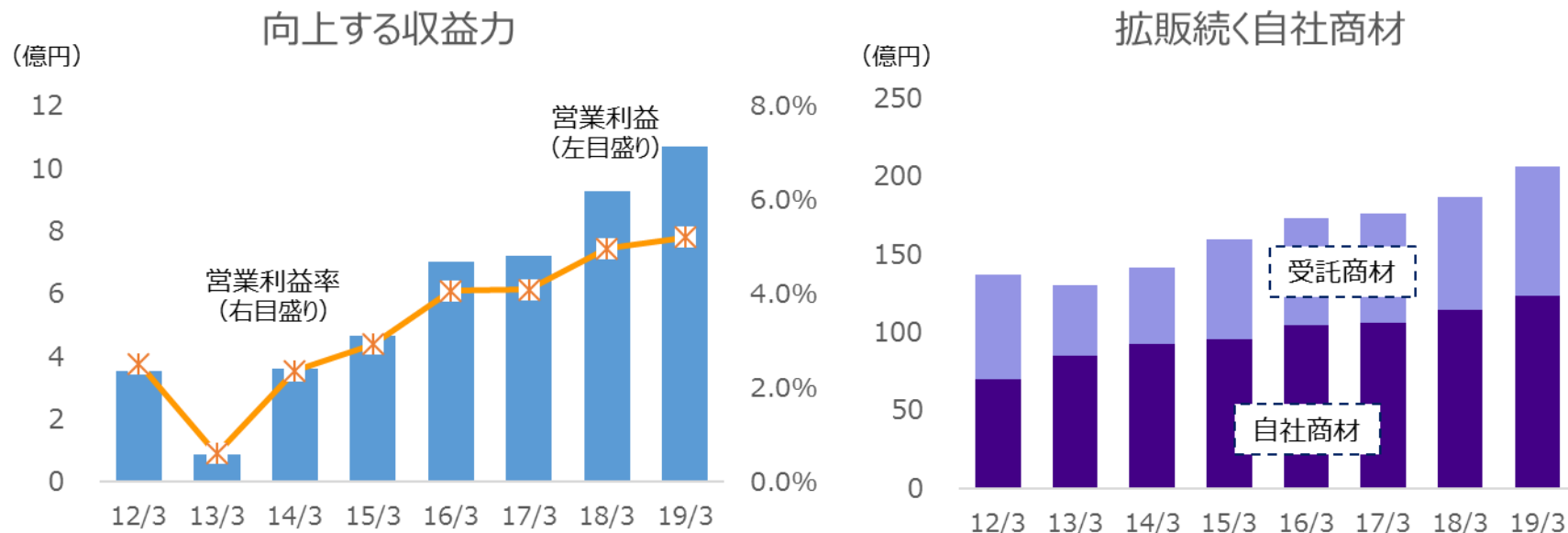
当社の業容拡大の歴史

売上高
(億円)

国内は、和風をキーワードに自社商材を積極投入する一方、近年は海外市場開拓に注力



自社商材拡販で営業利益と利益率は向上



龍和子会社化で海外売上比高は拡大したが、
グループ経営力強化はこれから

	18/3期 (百万円)	19/3期 (百万円)	伸び
海外売上高	264	1,497	5.7倍
(海外売上比率)	1.4%	7.3%	+5.9ポイント
海外子会社	225	1,465	6.5倍
輸出	39	32	△7

物流改革プロジェクトの推進

【課題】低い九州近郊エリアの販売量

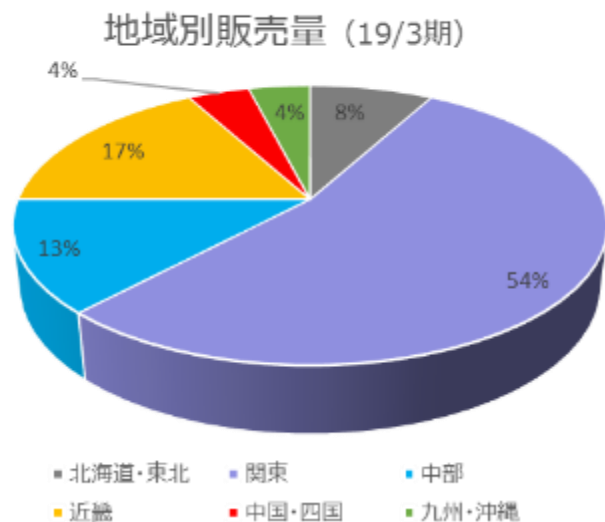
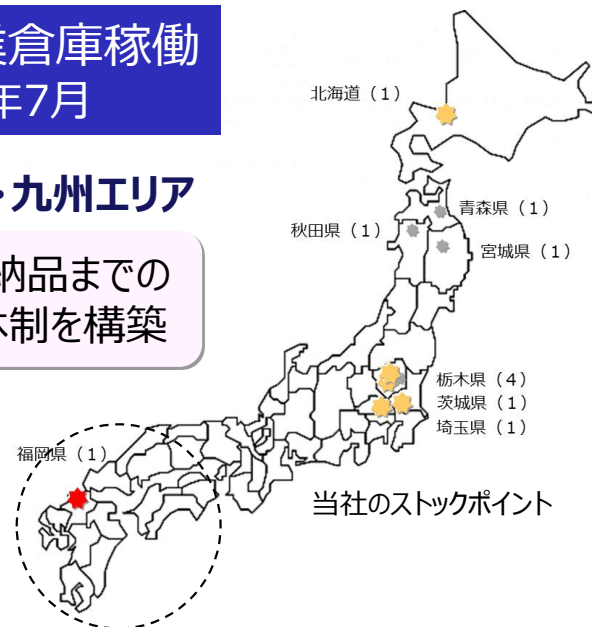
原因分析

- ✓ 物流費が高む九州近郊エリアへの配送
- ✓ 納品リードタイムの長期化
- ✓ 自然災害時などの供給対応懸念

福岡新営業倉庫稼働
2018年7月

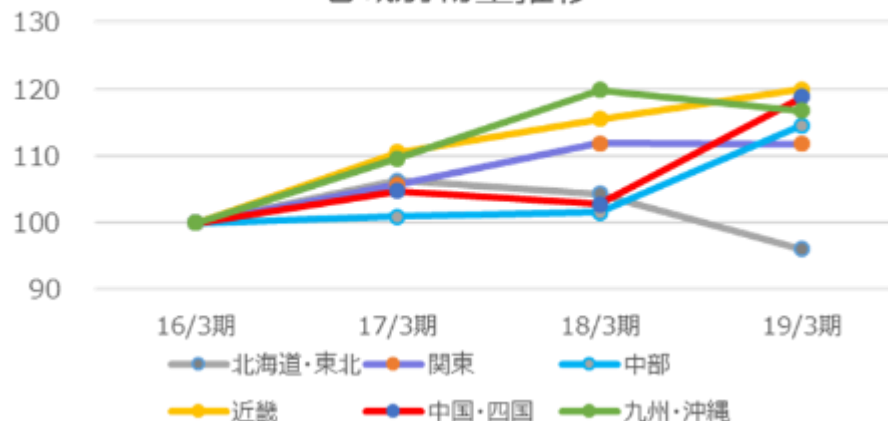
中国・四国・九州エリア

受注から納品までの
中1日体制を構築



(16/3期=100)

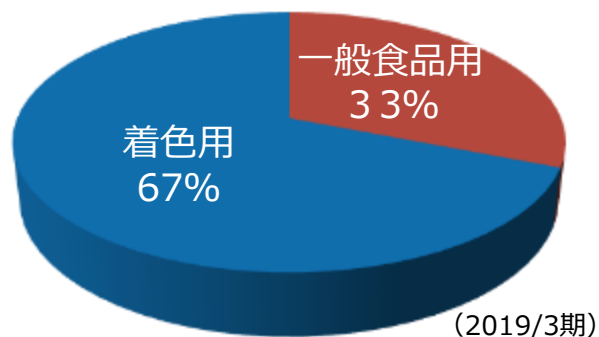
地域別物量推移



【事業概要】 【カaramel製品事業】

- ✓ 創業商材。国内シェアはトップ。
- ✓ 高付加価値のデザート・シラップ向け新製品開発に注力。
- ✓ 海外顧客の取り込み強化で成長を目指す。

用途別カaramel製品売上構成



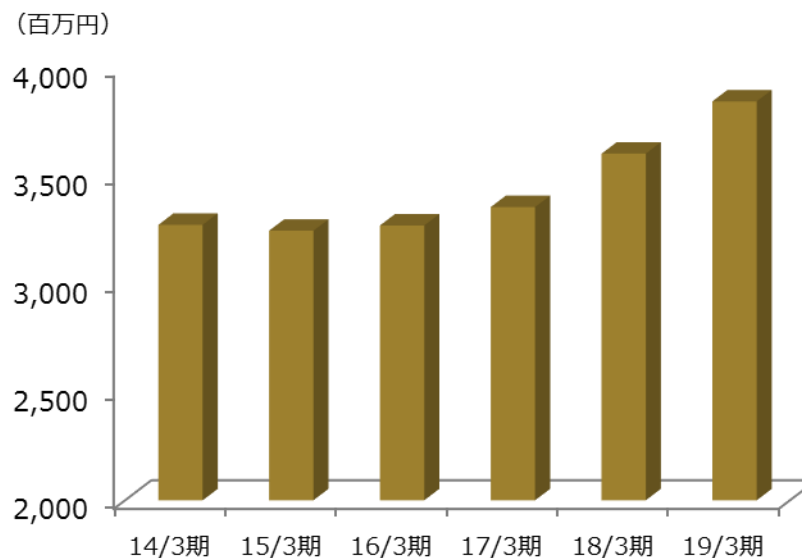
一般食品用

プリン等のデザート向けやココ味調味料向けが主力。
バウムクーヘンやクリームブリュレ等の高級洋菓子
向け需要が拡大。

着色用

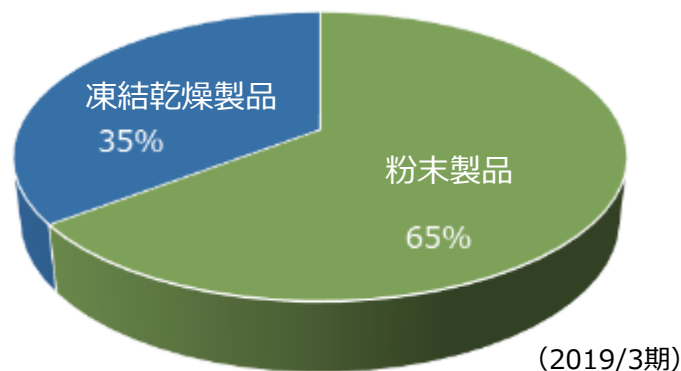
清涼飲料やアルコール飲料、ソース、カレー等

カaramel製品売上推移



【事業概要】 【乾燥製品類事業】

- ✓ 売上高の約80%は食品メーカー向け。
- ✓ 粉末製品は、粉末茶や粉末調味料（味噌や醤油）などを手掛ける。
- ✓ 凍結乾燥製品は、野菜ブロックや粉末山芋が主力



凍結乾燥製品例



【野菜ブロック】



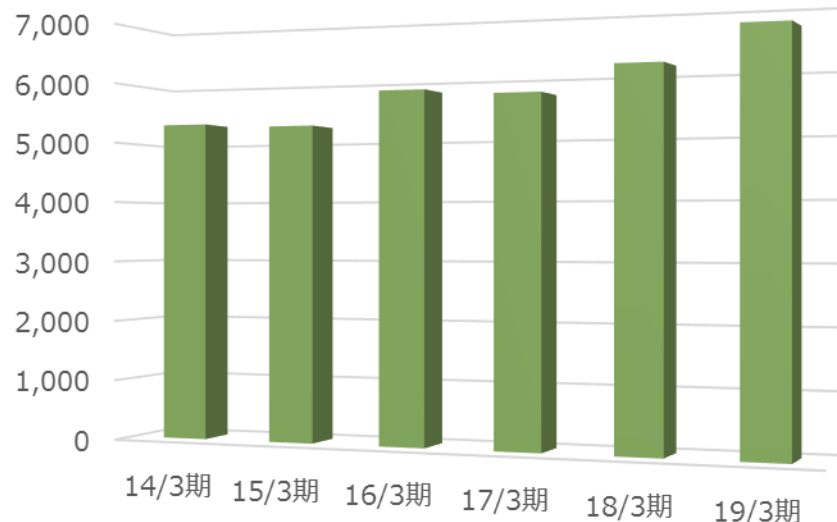
【本とろろ フリーズドライ】

当社の乾燥製品製造技術

- ①スプレードライ技術
- ②フリーズドライ技術
- ③ドラムドライ技術
- ④エアードライ技術

乾燥製品類売上高推移

(百万円)



【事業概要】 主な粉末茶製品の紹介

聖 シリーズ 【煎茶】【ほうじ茶】



稀 シリーズ 【煎茶】【ほうじ茶】



【紅茶】



(デインブラ&アッサム)

【玄米茶】

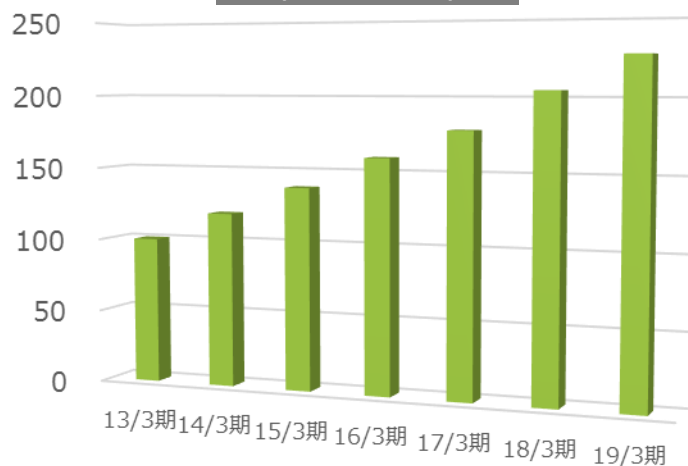


【麦茶】



業務用粉末茶は業界2位

粉末茶売上推移
(13/3期=100)



【ラテ茶】



(宇治抹茶ラテ)



(ほうじ茶ラテ)

【海外市場向け】



(抹茶ラテ)



(フルーツラテ)



【事業概要】

【冷凍製品事業】

冷凍和菓子

メディアケア市場向け中心に、約50種類を販売



その他

中国外食大手向けの冷凍デザートを受託品中心



【タピオカ】



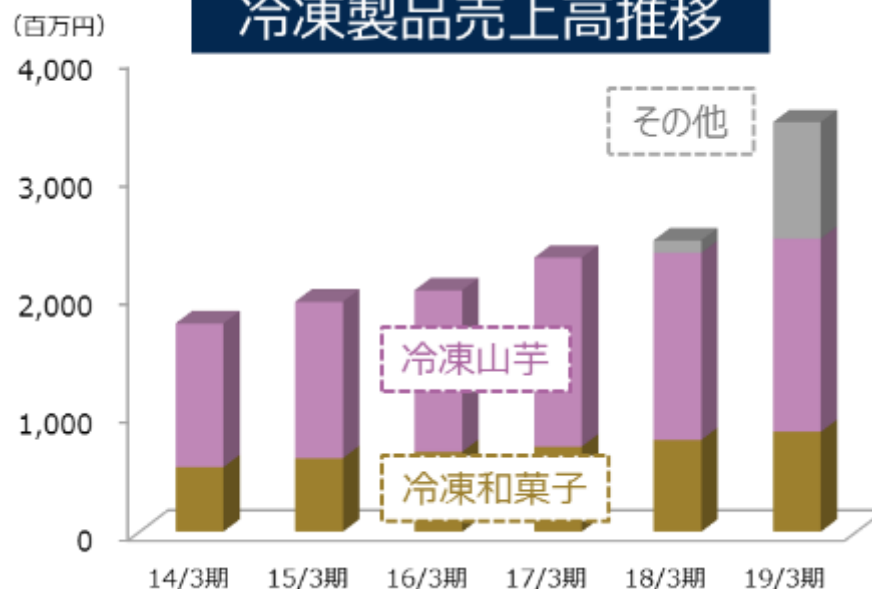
【ライチゼリー】

冷凍山芋

業務用・CVS向け中心。取扱量は業界2位



冷凍製品売上高推移



【事業概要】

【組立製品類事業】

組立製品事業は、造粒製品とブレンド製品とも受託加工が中心。
この事業の強みは、「もう少しサッパリと」とか「もう少し甘く」など、
お客様のニーズに応える**レシピカ**。

造粒とは

流動層造粒装置を用い、粉末食品の「溶けにくい」、
「流動性が悪い」、「吸湿性が強い」等の欠点を改善し、
より使い易い最終商品へ仕上げる。



流動層造粒装置

造粒製品

スープ類、粉末スポーツ 飲料、
ココア、調味料、健康食品等



ブレンドとは

円錐状ブレンダーを用い、各種原料を混合し、原料の
持ち味を活かした粉末状調味料やインスタント食品を
製造。



円錐状ブレンダー

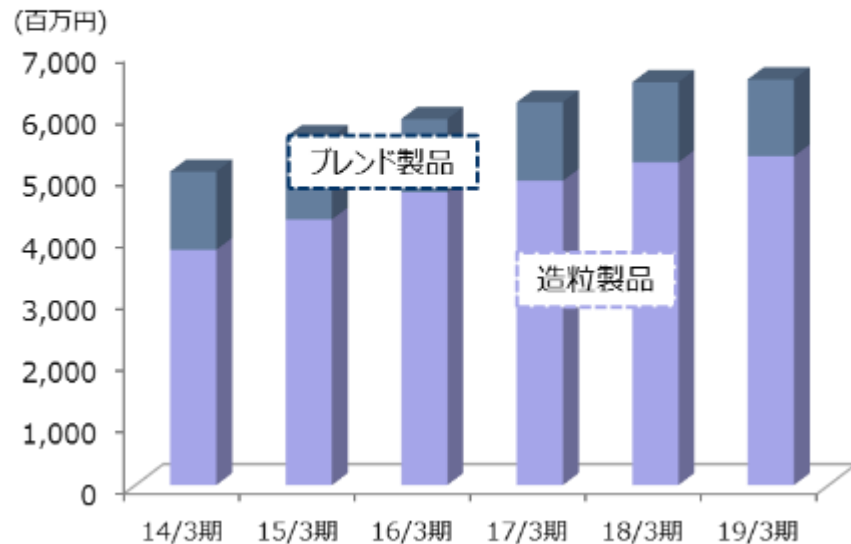
ブレンド製品

小麦粉ミックス、唐揚げ粉、みそ汁
ソース、調味料、粉末エキス等

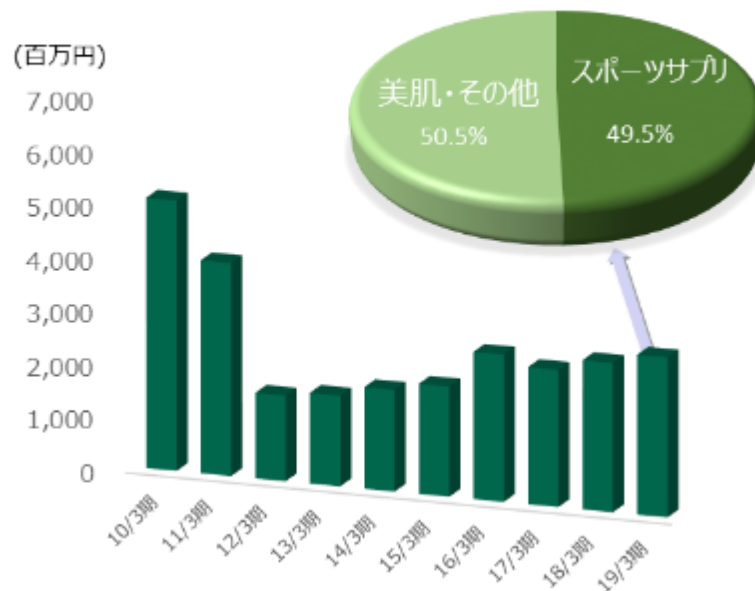


- ✓ 造粒製品は、受託商材のウエート高く、収益変動大。
- ✓ “溶け易く”などのキーワードで提案営業を強化。
- ✓ 現在は、健康食品関連製品が牽引

組立製品類売上高推移

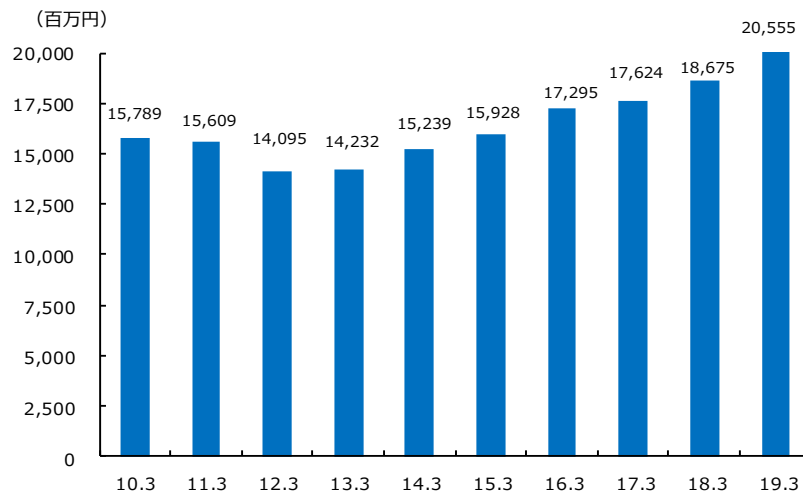


健康食品関連売上高

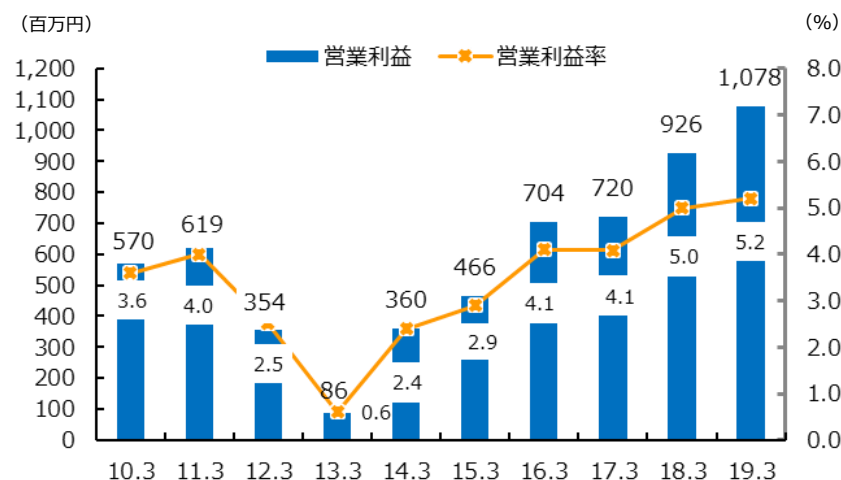


主要財務データ（１）

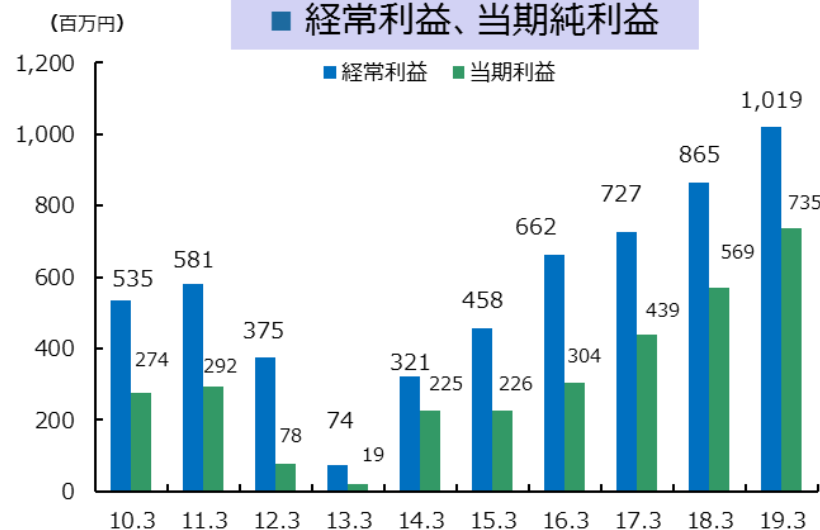
■ 売上高



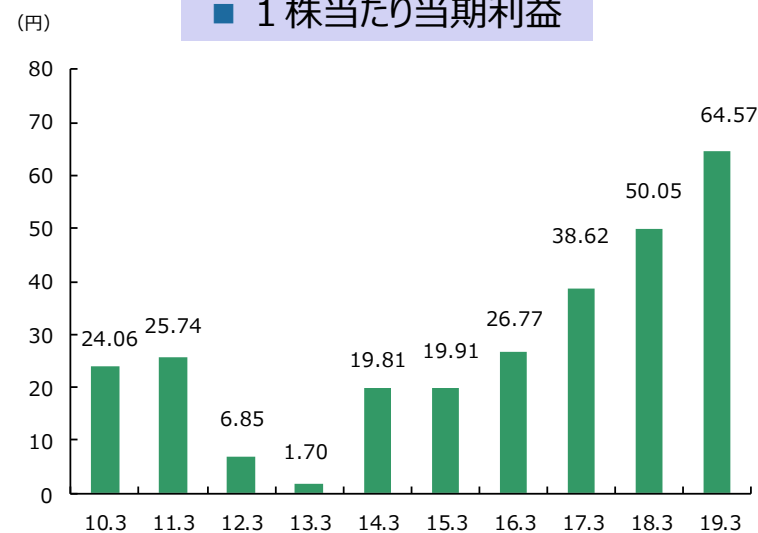
■ 営業利益



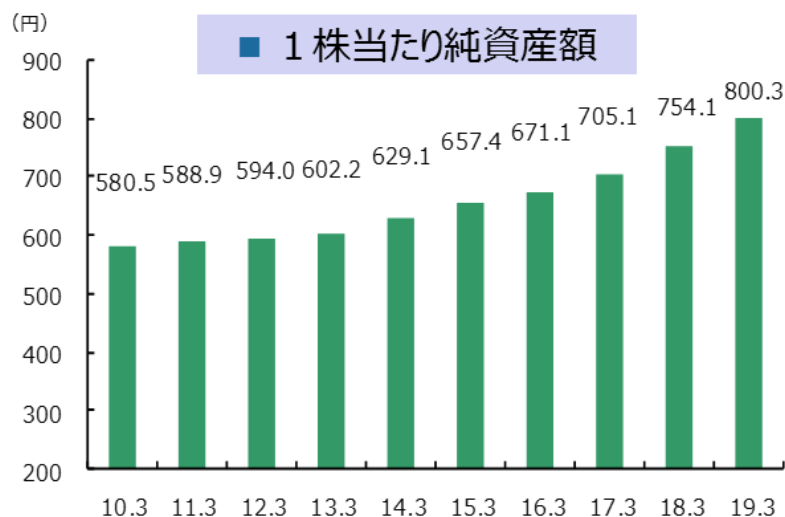
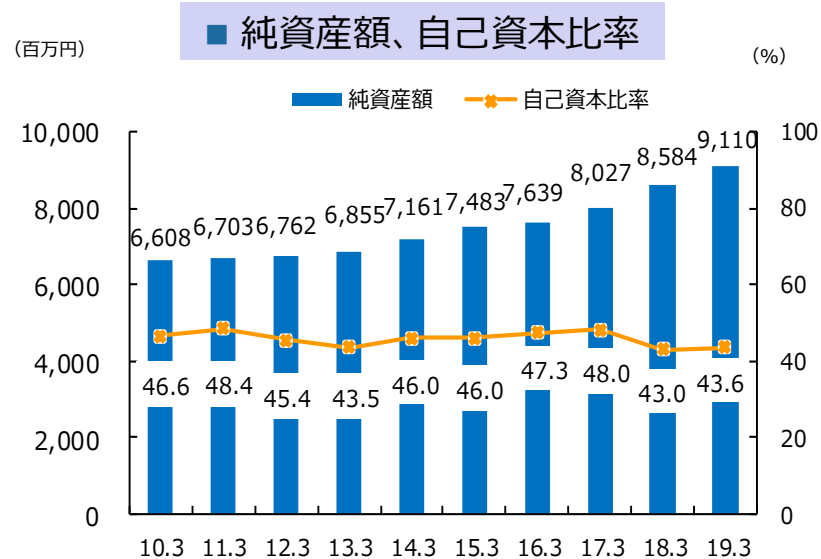
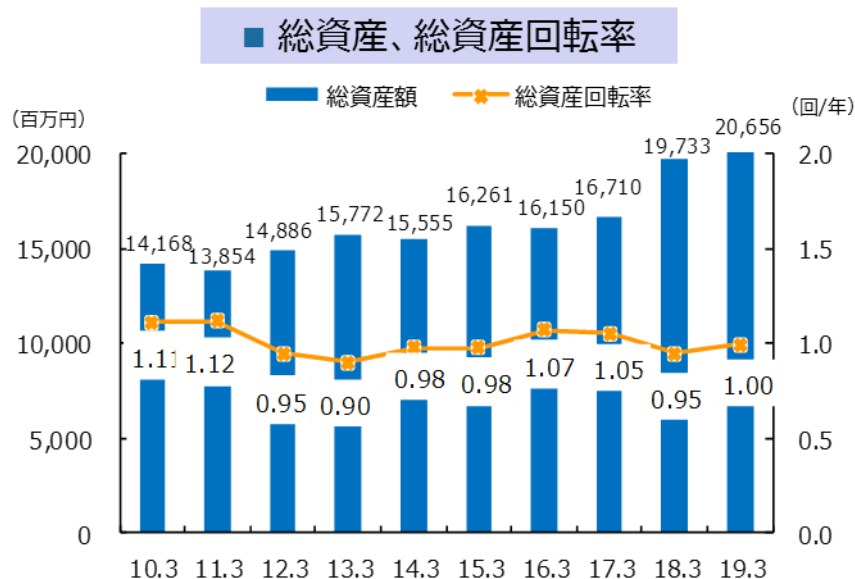
■ 経常利益、当期純利益



■ 1株当たり当期利益



主要財務データ（2）



〈お問い合わせ先〉
仙波糖化工業株式会社
総務部 IR担当

TEL: 0285-82-2171

FAX: 0285-84-3283

E-Mail : ir@sembatohka.co.jp

当社IRサイトもご覧ください。 <https://www.sembatohka.co.jp/>

本資料には当社の計画、見通し、経営戦略および経営方針に基づいた「将来予測に関する記載」が含まれております。この「将来予測に関する記載」には発表日時点までに入手可能な情報に基づいた経営判断や前提が述べられております。そのため諸与件の変化により、実際の業績は「将来予測に関する記載」とは異なる結果となる可能性があります。従って本資料における業績予想などの「将来予測に関する記載」が将来に亘って正確であることを保証するものではないことを、ご了解いただきますようお願い致します。なお、掲載内容について当社はあらゆる面から細心の注意を払っておりますが、それらには誤りやタイプミス等が含まれる可能性があります。