

仙波糖化工業株式会社

証券コード: 2916

2021年3月期 第2四半期決算説明会

2020年11月27日

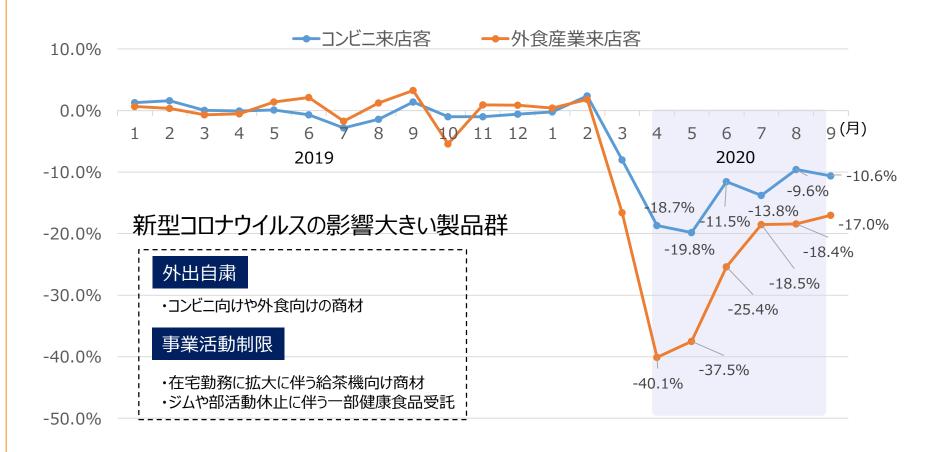
目次

Ι	2021/3上期の決算概況	P 2
II	2021/3期の業績予想	P13
Ш	重点施策の進捗状況	P18
	参考資料	P27



コンビニ及び外食産業来店客数推移 (全店ベース)

(前年同月比伸び率)



(出所) 日本フランチャイズチェーン協会、日本フードサービス協会

- √売上高は、外出自粛や事業活動制限の影響残り、5.8%減収
- ✓営業利益は、販管費削減を強化するも、減収要因をカバーできず、 4.3%減益
- ✓営業利益は計画クリアだが、特損計上などで四半期純利益は計画未達

(単位:百万円、円)

	2020/3上期		2021/3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	10,163	△3.2%	9,571	△5.8%	9,700	△129
営業利益	484	△22.1%	463	△4.3%	370	93
経常利益	474	△19.3%	387	△18.4%	340	47
親会社株主に帰属する 四半期純利益	301	△26.0%	154	△48.6%	230	△76
1 株純利益	26.49	-	13.61	-	20.20	△6.59
設備投資額	1,283	+725	983	△300		
減価償却費	461	+7	400	△61		
研究開発費	181	+33	153	△27		

- ✓カラメル製品は、飲料向けやお土産向け需要が減少
- ✓乾燥製品類は、巣ごもり需要増加だが、在宅勤務拡大の影響で粉末茶低迷
- ✓組立製品類は、一部健康食品受注が事業活動制限の影響を受ける
- ✓冷凍製品は、外食向け冷凍山芋が大幅減少

(単位:百万円)

	2020/3上期		2021/	2021/3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	10,163	100.0%	9,571	100.0%	△591	△5.8%	
カラメル製品	1,887	18.6%	1,826	19.1%	△60	△3.2%	
乾燥製品類	2,951	29.0%	2,841	29.7%	△109	△3.7%	
組立製品類	2,714	26.7%	2,405	25.1%	△308	△11.4%	
冷凍製品	1,964	19.3%	1,853	19.4%	△110	△5.6%	
その他	645	6.4%	643	6.7%	△2	△0.4%	
自社商材	6,042	59.5%	5,524	57.7%	△518	△8.6%	
受託商材	4,121	40.5%	4,047	42.3%	△73	△1.8%	
海外売上高	629	6.2%	526	△16.4%	△103	△16.4%	

(為替レート:円/元) 16.20 15.39 △0.81

製品区分別売上詳細



一般食品用

- ・お土産、贈答用が苦戦 **着色用**
- ・飲料向け、中食向けが低迷

凍結乾燥製品

- ・国内は巣ごもり需要の恩恵
- ・中国市場向けは稼働率の 低下で減収

粉末乾燥製品

- ・粉末ソースは巣ごもり需要
- ・在宅勤務拡大で粉末茶減
- ・海外の健康食品受託終了

ブレンド製品

- ・全般的に受託加工低迷
- 造粒製品
- 一部の健康食品受託が 減少

その他

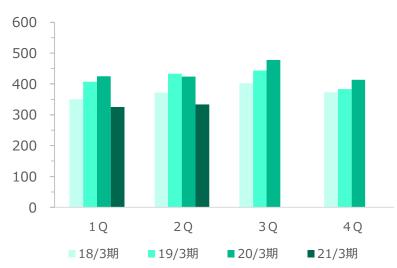
- ・中国子会社の受託商材拡大 **冷凍和菓子**
- 冷凍和菓子
- ・どら焼き・ド-ムケ-キ堅調 **冷凍山芋**
- ・外食・CVS向け大幅減

主力製品の動向

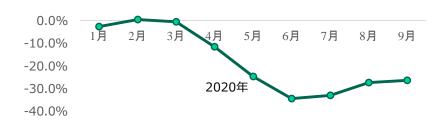
粉末茶事業

在宅勤務増加でオフィス向け需要減少

四半期別粉末茶売上高推移



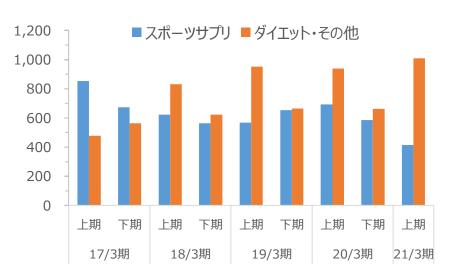
給茶機向け粉末茶月次売上動向 (3か月移動平均:対前年同月比伸び率)



健康食品受託事業

スポーツサプリ受託が減少するも、 ダイエット関連は堅調

健康食品受託売上高推移



スポーツ・サプリ月次売上動向(3か月移動平均:対前年同月比伸び率)



要約損益計算書

- ✓原価率は、自社商材の落ち込み大きく、0.1ポイント悪化
- ✓ 販管費削減に努め、営業利益率は、4.8%を維持
- ✓製品トラブルを主に特別損失を計上

(単位:百万円)

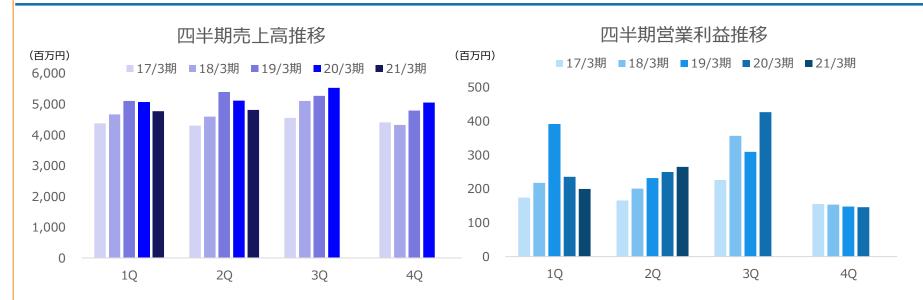
	2020/	3上期		2021/	3上期		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	伸び率	
売上高	10,163	100.0%	9,571	100.0%	△ 591	△5.8%	
売上原価	7,923	78.0%	7,475	78.1%	△ 448	△5.7%	
売上総利益	2,239	22.0%	2,095	21.9%	△ 143	△6.4%	
販管費	1,754	17.3%	1,631	17.0%	△123	△7.0%	
営業利益	484	4.8%	463	4.8%	△ 20	△4.3%	言言
営業外損益	△ 10	△0.1%	△76	△0.8%	△66	_	
経常利益	474	4.7%	387	4.0%	△ 87	△18.4%	1
特別損益	△6	△0.1%	△149	△1.6%	△143	_	
税引前利益	468	4.6%	237	2.5%	△ 231	△49.3%	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	301	3.0%	154	1.6%	△ 146	△48.6%	

【営業外損益】

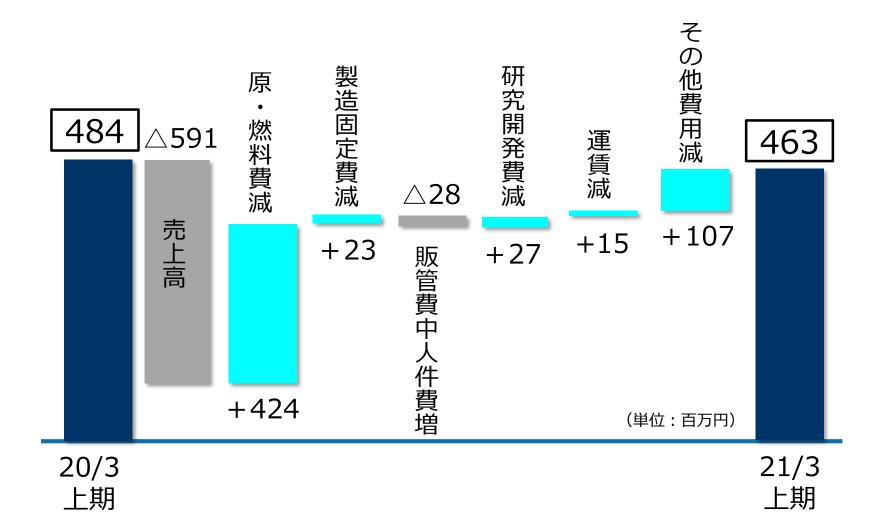
	20/3_	L	21/3上
営業外収益	38	\rightarrow	37
営業外費用	48	\rightarrow	114
(金融収支)	3	\rightarrow	△13
(為替差損)	15	\rightarrow	73
特別損益】			

2021/3上期実績

四半期業績推移



	19/3期				20/3期				21/	3期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	5,099	5,395	5,268	4,793	5,056	5,107	5,526	5,053	4,767	4,804
カラメル製品	972	940	1,052	867	947	940	1,031	893	903	923
乾燥製品類	1,626	1,635	1,771	1,647	1,531	1,420	1,719	1,546	1,489	1,352
組立製品類	1,206	1,400	1,418	1,310	1,310	1,404	1,456	1,194	1,113	1,292
冷凍製品	985	1,080	703	687	950	1,014	951	1,113	933	920
その他	308	340	324	282	316	329	367	307	326	317
営業利益	391	231	309	147	235	249	426	146	199	264



要約貸借対照表

				(+12:175)		
		2020/3末	2020/9末	増減額		
流動資	資産	11,762	11,205	△556		
	現金及び預金	3,757	3,396	△360		
	受取手形及び売掛金	4,080	4,031	△49		
	棚卸資産	3,634	3,390	△243	棚卸資産 ・商品・製品	△243
固定資	資産	9,667	10,277	609	・仕掛品	△223 +135
	有形固定資産	6,612	7,122	510	・原材料・貯蔵品	
	無形固定資産	574	646	71		
	投資その他資産	2,480	2,507	27		
資産台	計	21,430	21,482	52		
流動負		8,061	7,741	∆319	有利子負債	+256
	支払手形及び買掛金	2,429	2,182	△246	•短期借入金	△ 47
	短期借入金	3,855	3,807	△47	・長期借入金	+303
固定負	負債	2,906	3,201	295		
	長期借入金	1,316	1,620	303		
負債台	· 3計	10,967	10,943	△24	⇒自己資本比率	45.2%
純資產	全 合計	10,462	10,539	76		(+0.5ポイント)
					1	

要約キャッシュ・フロー計算書

		(十四・口/기)/
	2020/3 上期	2021/3 上期
営業キャッシュ・フロー	345	406
税金等調整前四半期利益	468	237
減価償却費	461	400
売上債権の増減額 (△は増加)	394	50
たな卸資産の増減額 (△は増加)	111	229
仕入債務の増減額(△は減少)	△507	△235
法人税等の支払額	△162	△84
投資キャッシュ・フロー	△237	△832
有形固定資産の取得による支出	△1,024	△657
財務キャッシュ・フロー	△40	92
有利子負債の純増減額	152	287
配当金の支払額	△170	△170
現金及び現金同等物 期中増減額	56	△360
現金及び現金同等物 期末残高	3,194	3,381



新型コロナウィルスの収益への影響前提

【生産面】 下期の生産への影響は、従来想定据え置き

	1Q	2Q	3Q前提	4Q前提
日本	(4-6月)	(7-9月)	(10-12月)	(1-3月)
単体	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし
子会社	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし
海外	(1-3月)	(4-6月)	(7-9月)	(10-12月)
中国	△63%	△50%	△25%	ゼロ
ベトナム	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし	ほぼ影響なし

【需要面】 下期の国内需要回復は、従来想定より鈍い見込みに修正

	1Q	2Q	3Q前提	4Q前提
日本	(4-6月)	(7-9月)	(10-12月)	(1-3月)
需要減	粉末茶、 健康食品、 冷凍商材	一部商材底打ち	回復基調 ↓ 回 <mark>復鈍い</mark>	正常化 ↓ やや影響残る
需要増	巣ごもり向け商材 (即席めん向け商材 粉末ソースなど)	引合い継続	巣ごもり需要反落 ↓ 巣ごもり需要継続	正常化 ↓ 巣ごもり需要反落
海外	(1-3月)	(4-6月)	(7-9月)	(10-12月)
中国	内需減少	底這い	回復基調	正常化
東南アジア	ほぼ影響なし	一部商材減少	回復基調 ↓ ほぼ影響無し	正常化

新型コロナの影響長期化で下期の需要回復にやや遅れ

- ✓カラメル製品は、食品向けの拡販に注力するが、お土産用途の戻り鈍い
- ✓乾燥製品類は、在宅勤務の拡大で粉末茶需要の下期回復期待反落
- ✓組立製品類は、下期回復だが、上期の健康食品受注低迷の影響残る
- ✓冷凍製品は、中国子会社の稼働低下とコンビニ・外食向け需要減少

	2	2020/3其	月	2021/3期予想				
	上期	下期	通期	上期	下期(予)	通 (修正予)	期 従来	伸び率
売上高	10,163	10,579	20,742	9,571	10,429	20,000	20,400	△3.6%
カラメル製品	1,887	1,924	3,811	1,826	1,974	3,800	3,850	△0.3%
乾燥製品類	2,951	3,265	6,216	2,841	3,259	6,100	6,600	△1.9%
組立製品類	2,714	2,651	5,365	2,405	2,845	5,250	5,350	△2.2%
冷凍製品	1,964	2,065	4,029	1,853	1,697	3,550	3,350	△11.9%
その他	645	674	1,319	643	657	1,300	1,250	△1.5%

営業利益は当初予想据え置きだが、当期純利益を減額修正

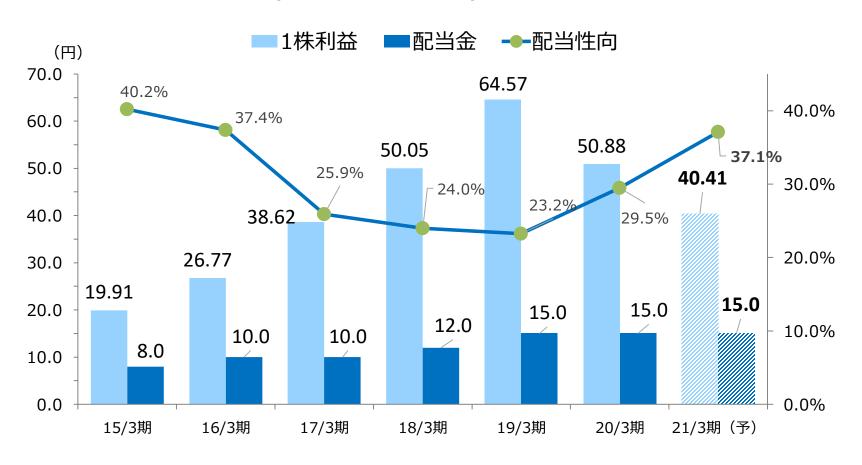
- √売上高は、コロナ影響の長期化を見込み減額修正
- ✓営業利益は、グループを挙げてのコスト削減強化で当初予想を据え置く
- ✓上期の特別損失計上で通期の当期純利益予想を減額

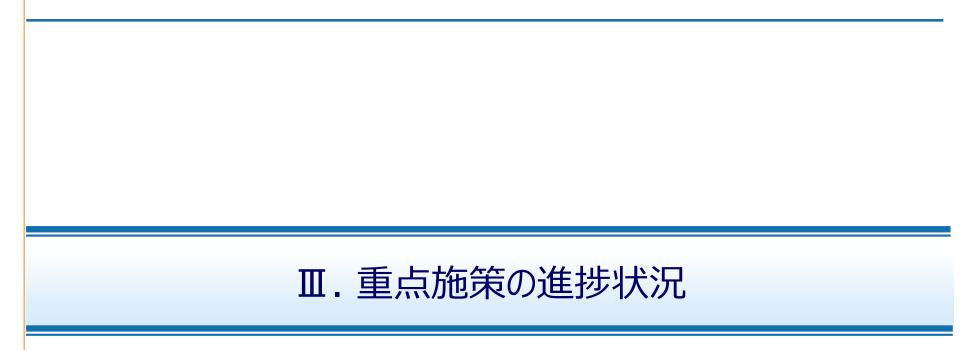
(単位:百万円、円)

	2020/3期		2021/3	期予想	
	実績	修正予想	増減額	伸び率	従来予想
売上高	20,742	20,000	△742	△3.6%	20,400
営業利益	1,056	930	△126	△12.0%	930
経常利益	996	830	△166	△16.7%	830
親会社株主に帰属する 当期純利益	579	460	△119	△20.6%	540
1株純利益	50.88	40.41	△10.47	I	47.44
設備投資額	3,140	2,000	△1,140		
減価償却費	1,021	1,020	△1		
研究開発費	354	380	+26		

〈為替レート〉20/3期:15.78円/元、21/3期(予):15.00円/元

21/3期は15円/株の計画





すべてのステークホルダーからの信頼を拡大

100年企業に向けた強固な基盤を構築

還元原資の最大で 株主還元強化

株主様、潜在株主様

株主

安全・安心な素材の安定供給と レシピカで差別化できる素材供給

顧客

取引企業、当社製品を食するすべての人

▶営業キャッシュフロー最大化

▶海外市場開拓

事業活動を通じ、地域社会への貢献を実行

地域 社会

従業員

モチベーションの高まる 職場環境づくりと人財育成

グループ全社員

地域社会への貢献



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

基本戦略の3本柱は不変

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

自社商材拡販

- 開発強化
- 提案営業強化

海外市場開拓

- 中国市場対応
- 東南アジア市場対応

営業キャッシュフローの最大化を目指す

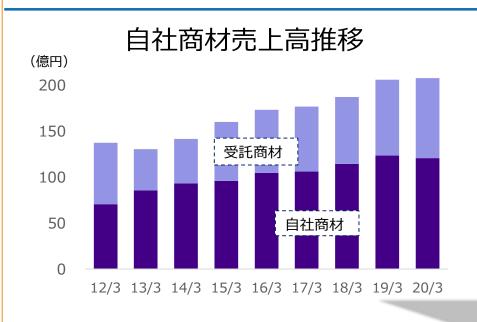
成長投資資金の確保と還元強化

注)営業キャッシュフロー=営業利益+減価償却費

当面の重点戦略

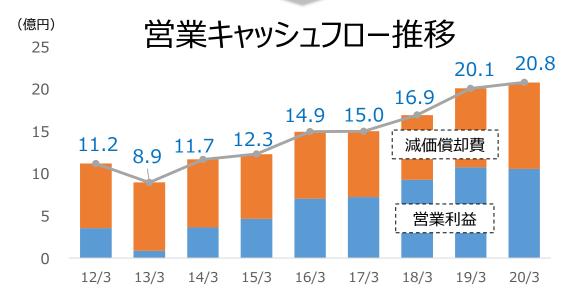
海外事業基盤の整備とポスト新型コロナの事業戦略再考

順調に拡大する営業キャッシュフロー



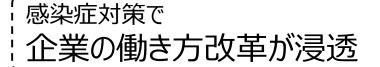
海外市場向け売上高推移

	18/3期	19/3期	20/3期
海外売上高	264	1,497	1,403
海外売上比率	1.4%	7.3%	6.8%
海外子会社	225	1,465	1,342
輸出	39	32	61



緊急課題

ポスト新型コロナ対応の事業戦略見直し



新型コロナ終息後も 在宅ワーク定着の可能性大



オフィス向け商材戦略の見直し

【対象商材】

- ·粉末茶
- ・給茶機向け粉末製品

従来戦略

- ▶ 給茶機向け粉末茶拡販

▶ 非給茶機向け粉末茶拡販

▶ 給茶機向け非粉末茶拡販

見直し

加速

見直し

海外事業の現状

日・中・越3拠点で海外市場開拓



海外事業の基盤整備の流れ

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 STVC社長就任

管理体制

◆ 海外収益の邦貨換算時 の為替レート基準変更

②中国市場対応

中国子会社の 収益基盤拡充

2019/11 新工場竣工

③東南アジア市場対応

ベトナムで拠点整備

2016/10 SEMBA-NFC設立(販社) 2019/3 ベトナム製造子会社設立

2020/3 新工場建設開始

今期の重点施策

- ①中国子会社の収益管理体制強化とグループ・シナジーの追求
- ②ベトナム工場の計画通りの建設

海外メーカーがサンプル評価開始

①中国子会社の収益管理体制強化とグループ・シナジー追及

- ✓ 新会計基準導入 →経理担当の研修中日本の収益認識基準変更に合わせて新会計基準を導入予定
- ✓ 収益認識の早期化
- ✓ グループシナジーの追求

4つのシナジーの追及 仙波糖化 (3) **(4**) 龍和食品 福州仙波

シナジー創出に向けて

【具現化例】

日本向け冷凍デザート

◆ 原料生産:福州仙波◆ 製 造:龍和食品

◆ 販売協力:仙波糖化

当社開発戦略室主導による中国市場向け自社商材の開発

9月より一部商材のサンプル評価開始

新型コロナの影響でサンプル輸出できずやや遅れ

新工場建設は、ほぼ計画通り

②ベトナム工場建設

一部の設備搬入にやや遅れがあるが想定内

東南アジア市場へ日本品質基準製品を届ける

ベトナム工場の建設状況

起丁式







2020/3





2020/11



2020/7

工場立地・・・ホーチミン市より約40km

稼働開始…2021年度中

製造予定品目

·食品原料、食品添加物、食品





```
1946年 10月 栃木県真岡市に創業、カラメルの製造販売開始。
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 茨城県水戸市に丁場を新設。
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 真岡第二丁場の第2期増設完了。フリーズ・ドライ製品の生産開始。
1977年 9月 本社工場に造粉設備を新設。
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 真岡第二丁場に昆布エキス製造丁場を新設。
2006年 9月 真岡第二丁場に粉末茶製造丁場を新設。
2007年 4月 冷凍和菓子の生産開始。
2007年 8月 真岡第二丁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メーカー

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…



● インスタントコーンスープ にも…



● インスタントラーメン にも…



●即席味噌汁 にも…



粉末茶 にも…



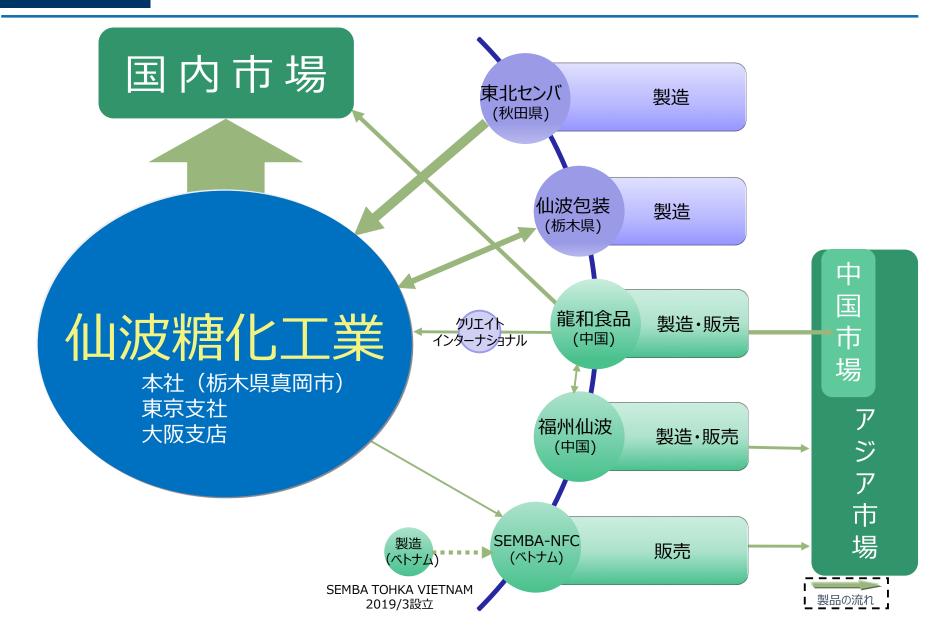
●とろろそば にも…



業容拡大の歴史

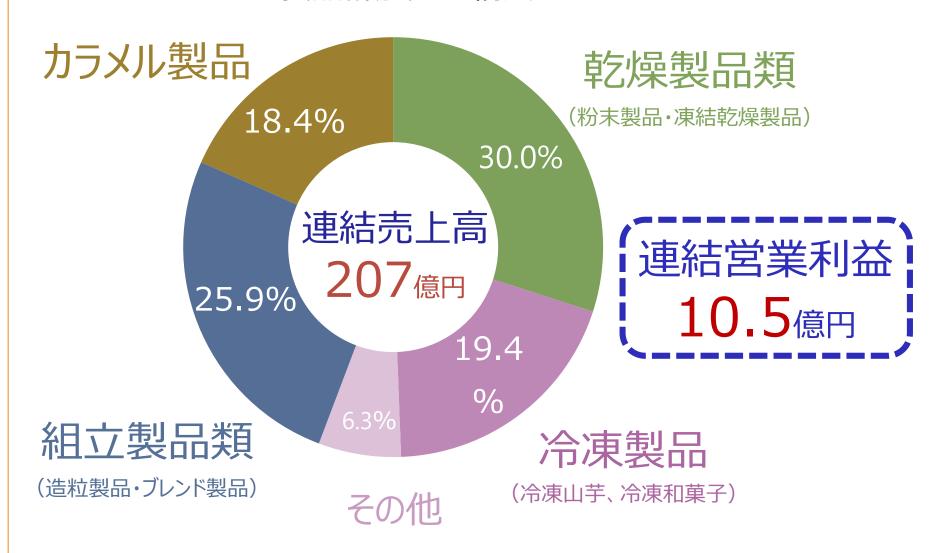
カラメル製品で創業 近年は海外市場開拓に注力。 売上高 (億円) 250 冷凍技術 粉末茶丁場 200 STVC* ブレンド技術 平成31年 冷凍製品 造粒技術 平成2年 ブレンド製品 福建龍和食品実業* 昭和53年 造粒製品 平成30年 150 昭和52年 フリーズドライ技術 SEMBA-NFC 平成28年 凍結乾燥製品 100 昭和49年 スプレードライ技術 福州仙波糖化食品* 平成15年 粉末製品 焙焼技術 昭和39年 50 カラメル製品 STVC*: SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED 昭和22年 福州仙波糖化食品*:以降は、福州仙波と記載 福建龍和食品実業*:以降は、龍和食品と記載 S22 S24 S26 S28 S30 S32 S34 S36 S38 S40 S42 S44 S46 S48 S50 S52 S54 S56 S58 S60 S62 H1 H3 H5 H7 H9 H11 H13 H15 H17 H19 H21 H23 H25 H27 H29 R1 (年度)

当社グループ



2020/3期の製品種類別収益概況

製品群別売上構成



事業内容及び新工場

中国事業

製造・販売

製造·販売

福州仙波

福建省·連江県

粉末製品(SD)

カラメル製品

龍和食品

福建省·連江県

乾燥製品(FD·AD)

冷凍·冷蔵製品

注)FD: フリーズドライ、AD: エアードライ、SD: スプレードライ



中国新工場



新工場外観



冷凍庫



SD室



FDチャンバー



カラメル製品事業

着色用

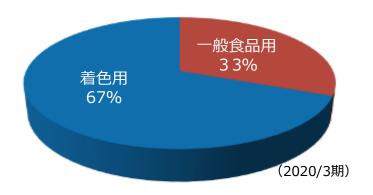
清涼飲料やアルコール飲料、ソース、カレーなど

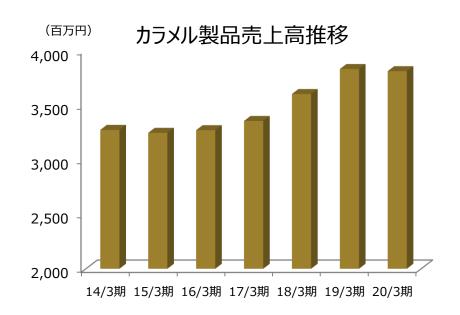
一般食品用

プリン、アイスクリーム、ケーキ、バウムクーヘンなど

カラメルソース カラメルソース (ボトル品) キャンディー・チップ (顆粒品)

用途別カラメル製品売上構成





乾燥製品類事業

- ▶ 売上高の約80%は B to B、粉末製品と凍結乾燥製品を手掛ける。
- 粉末製品は、粉末茶や粉末調味料(味噌や醤油)などを販売。
- ▶ 凍結乾燥製品は、野菜ブロックや粉末山芋が主力。

当社の主力製造技術

粉末製品

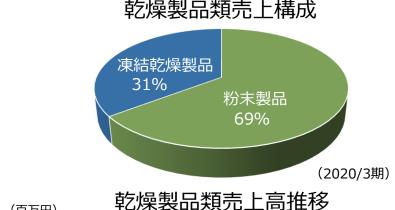
スプレードライ(SD)技術

液状化した原料を霧状にし、加熱空気で瞬間的に粉末化する乾燥技術。乾燥工程が短く、大量生産に威力を発揮し、高品質で、低コストな製品の安定供給が可能。

凍結乾燥製品

フリーズドライ(FD)技術

凍結させた原料を真空状態のもと、低温で 乾燥させる技術。素材の色、味、香り、栄 養をそこなうことなく乾燥することが可能。保 存性や簡便性に加えて、機能性が高い乾 燥方法。





乾燥製品類事業

主な乾燥製品の紹介

国内市場向け

粉末製品例



凍結乾燥製品例







稀 シリーズ 【煎茶】【ほうじ茶】



【紅茶】



【玄米茶】



【麦茶】



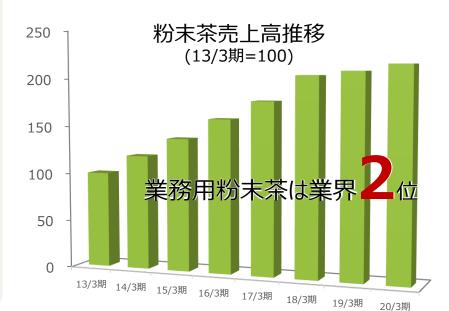
海外市場向け

粉末製品例



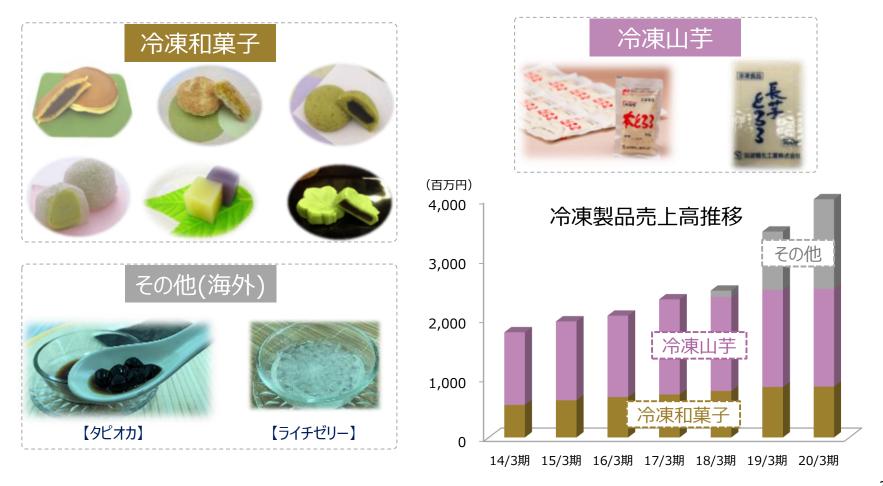
凍結乾燥製品例





冷凍製品事業

- ▶ 冷凍和菓子はメディケア市場向け中心に、約50種類を販売。
- ▶ 冷凍山芋は業務用・CVS向け中心。取扱量は業界 2 位。
- ▶ 中国子会社は主に冷凍デザート製品を手掛ける。



組立製品類事業

(百万円)

- ▶ 造粒製品とブレンド製品とも受託加工が中心。
- 溶け易くなどのキーワードで提案営業を強化。
- > 現在は、健康食品関連製品の受託が牽引。

造粒とは

粉末食品の「溶けにくい」、 「流動性が悪い」、「吸湿性 が強い」等を改善し、より使 い易い最終商品へ仕上げ る。

造粒製品

スープ類、健康食品、スポーツ飲料、ココア等



ブレンドとは

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など を製造する。

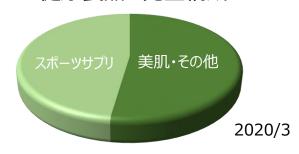
ブレンド製品

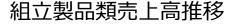
小麦粉ミックス、唐揚粉、

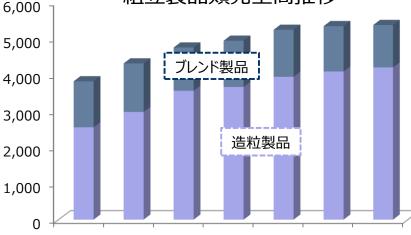
みそ汁、粉末エキス等



健康食品の売上構成





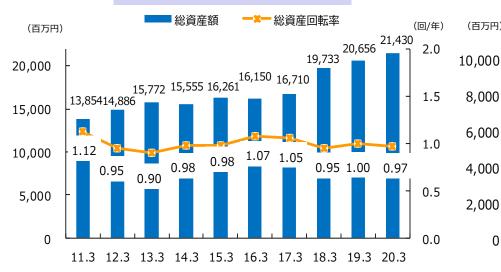


主要財務データ①

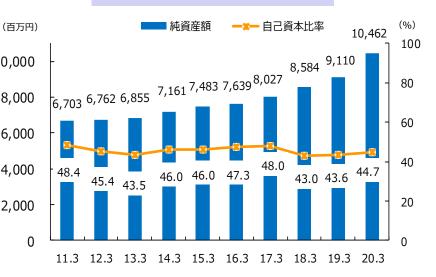


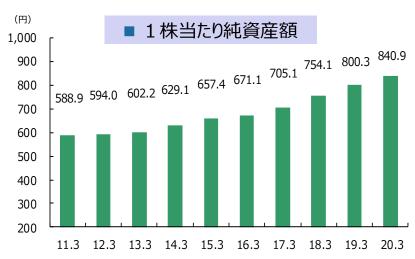
主要財務データ②





■ 純資産額、自己資本比率





〈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。

