



仙波糖化工業株式会社

証券コード：2916

2022年3月期 第2四半期決算説明会

2021年11月26日

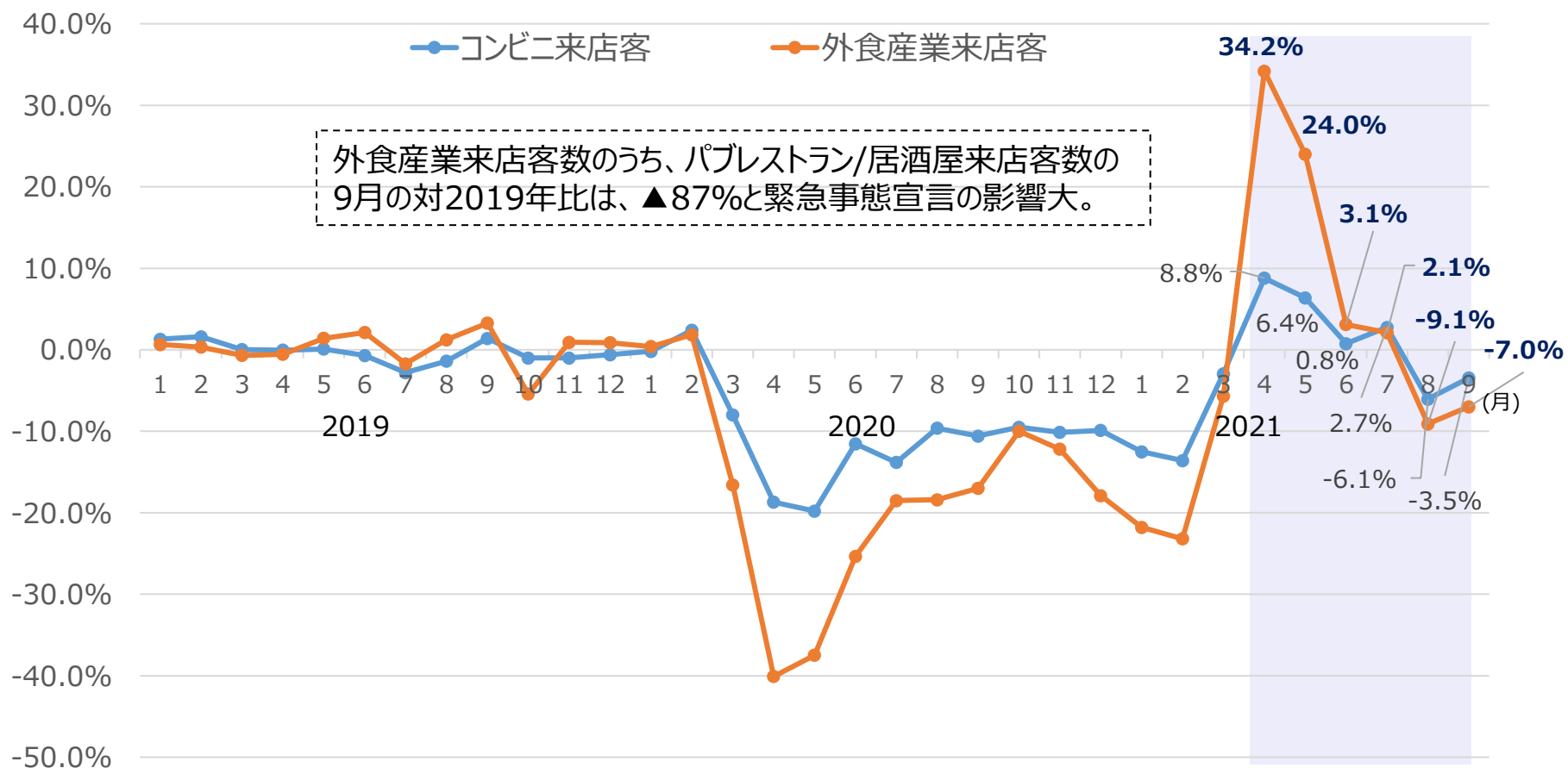
目次

I	2022/3上期の決算概況	P 2
II	2022/3期の業績予想	P14
III	重点施策の進捗状況	P18
	参考資料	P31

I . 2022/3上期の決算概況

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

- ✓ 新型コロナの影響残るも、新規顧客開拓の成果もあり、実質2.3%増収
- ✓ 営業利益は、原材料費上昇や減価償却費などの増加もあり、経費削減ではカバーできず、6.1%減益
- ✓ 為替差損及び特別損失なくなり、四半期純利益は106.7%増益

(単位：百万円、円)

	2021/3上期			2022/3上期			
	金額	前同比 伸び率	新会計基準 売上高*	金額	前同比 伸び率*	従前予想	予想比
売上高	9,571	▲5.8%	9,013	9,222	+2.3%	9,100	+122
営業利益	463	▲4.3%		435	▲6.1%	500	▲65
経常利益	387	▲18.4%		463	+19.8%	500	▲37
親会社株主に帰属する 四半期純利益	154	▲48.6%		320	+106.7%	310	+10
1株純利益	13.61	-		28.14	-	27.23	+0.91
設備投資額	983	▲300		751	▲232		
減価償却費	400	▲61		430	+29		
研究開発費	153	▲27		153	▲0		

(*注)21/3上期の売上高は新会計基準に基づく試算値、22/3上期の伸び率は参考値

- ✓カaramel製品は、飲料向けやお土産向け需要が減少
- ✓乾燥製品類は、粉末茶が底打ちだが、昨年の巣ごもり需要増加の反動減
- ✓組立製品類は、健康食品の受注回復と新規顧客開拓の成果
- ✓冷凍製品は、外食向け冷凍山芋需要底打ちだが冷凍デザート大幅減少

(単位：百万円)

	2021/3上期*		2022/3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	9,013	100.0%	9,222	100.0%	+209	2.3%
カaramel製品	1,827	20.3%	1,823	19.8%	▲3	▲0.2%
乾燥製品類	2,742	30.4%	2,789	30.3%	+47	+1.7%
組立製品類	2,040	22.6%	2,439	26.4%	+399	+19.6%
冷凍製品	1,846	20.5%	1,623	17.6%	▲176	▲12.1%
その他	558	6.2%	547	5.9%	▲57	▲1.8%
自社商材	5,524	61.3%	5,601	60.7%	+78	+1.4%
受託商材	3,489	38.7%	3,621	39.3%	+132	+3.8%
海外売上高	526	+5.8%	615	+6.7%	+89	+16.9%

(為替レート：円/元)

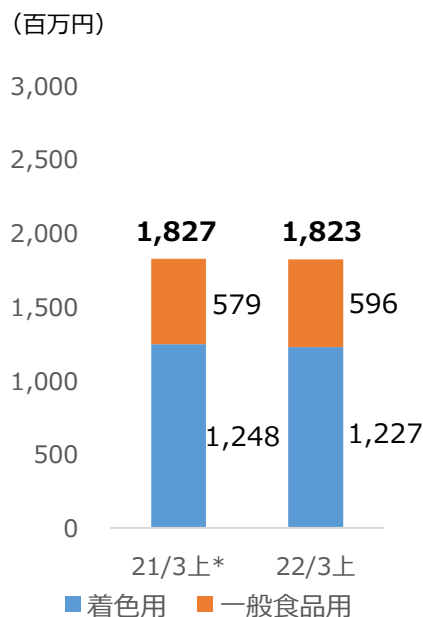
15.39

16.66

+1.27

(*注)21/3上期の売上高は新会計基準に基づく試算値、22/3上期の伸び率は参考値

キャラメル製品



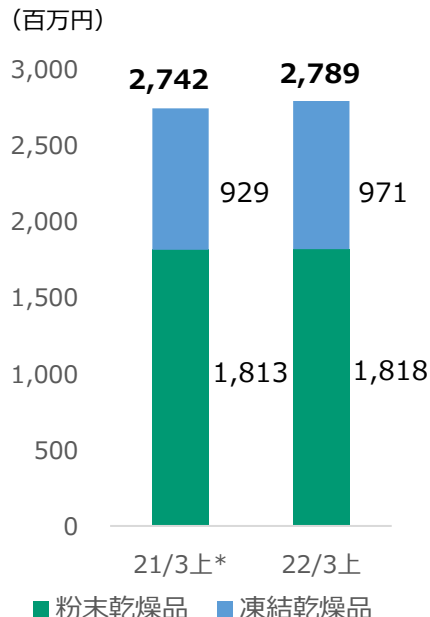
一般食品用

- ・お土産、贈答用が苦戦だが新製品寄与

着色用

- ・飲料向け低迷

乾燥製品類



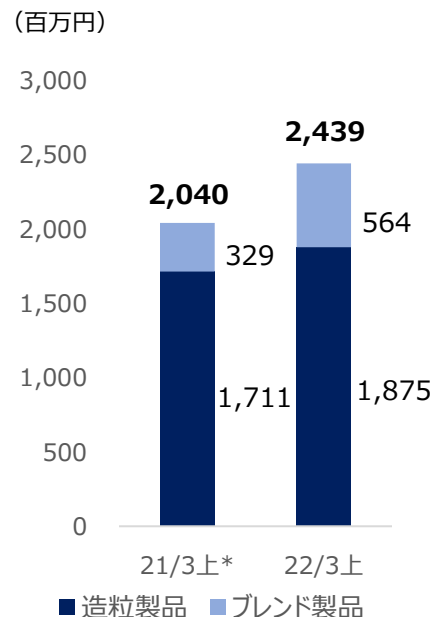
凍結乾燥製品

- ・国内は巣ごもり需要の反動減
- ・中国市場向けは堅調

粉末乾燥製品

- ・粉末味噌が巣ごもり需要の反動減
- ・粉末茶底打ちだが回復弱い

組立製品類



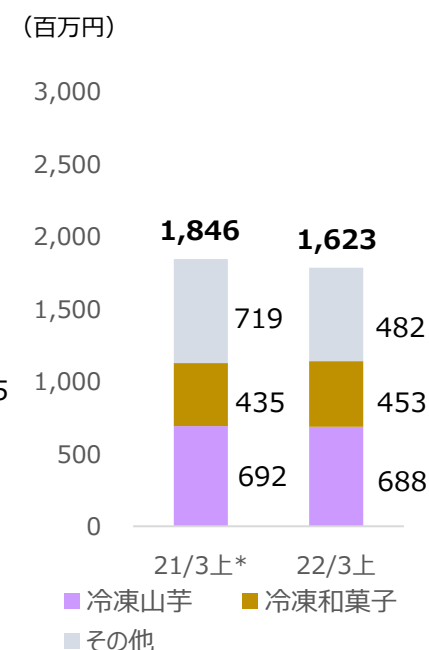
ブレンド製品

- ・新規健康食品が寄与

造粒製品

- ・健康食品受託が回復

冷凍製品



その他

- ・中国の冷凍デザート大幅減

冷凍和菓子

- ・どら焼き・ドムケ-キ堅調

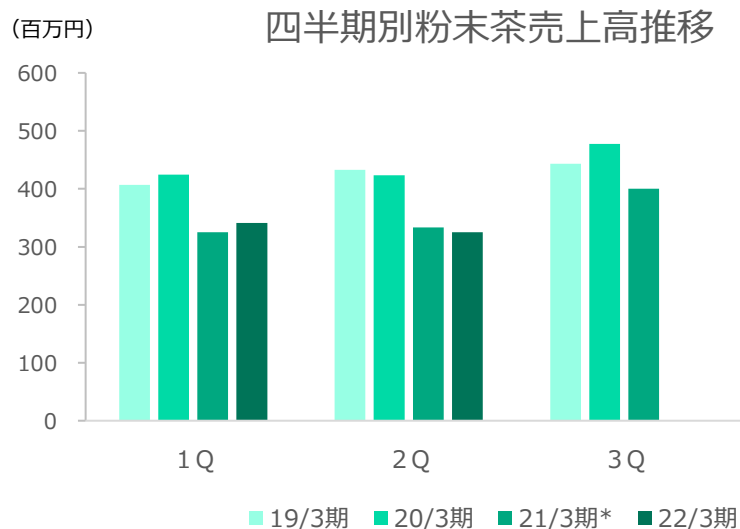
冷凍山芋

- ・外食向け需要戻らず

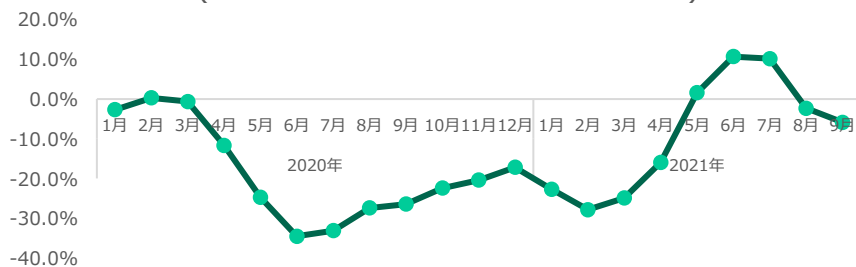
(*注)21/3上期の売上高は新会計基準に基づく試算値

粉末茶

オフィス向け需要の回復鈍い

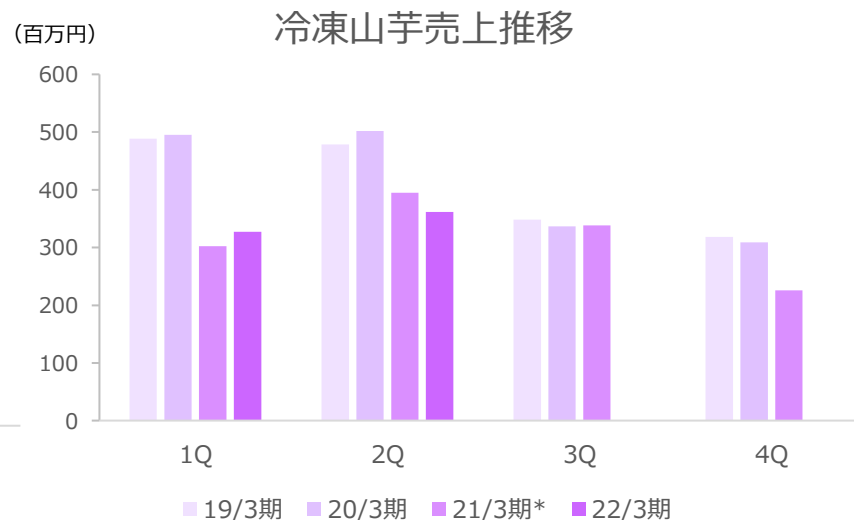


給茶機向け粉末茶月次売上動向 (3か月移動平均：対前年同月比伸び率)



冷凍山芋

外食向け需要の回復に遅れ



冷凍山芋月次売上動向

(3か月移動平均前年同月比伸び率)

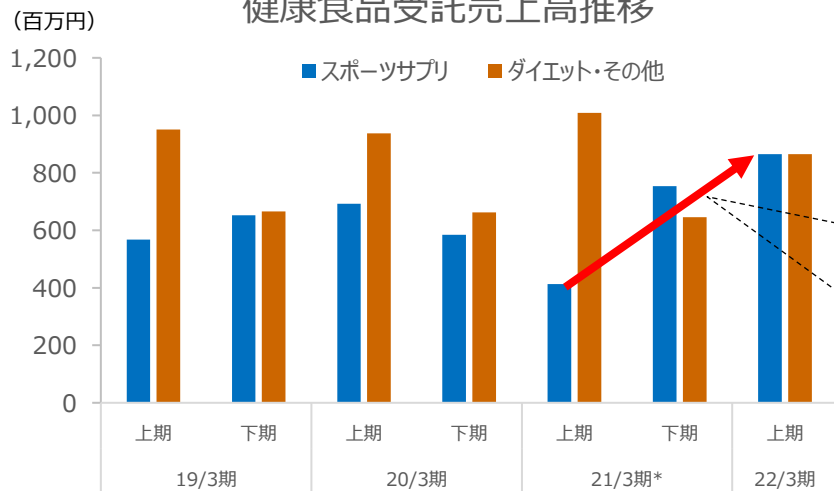


(*注)21/3期の売上高は新会計基準に基づく試算値

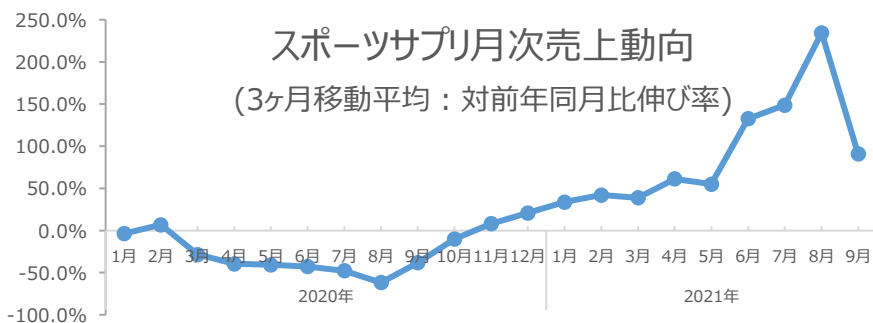
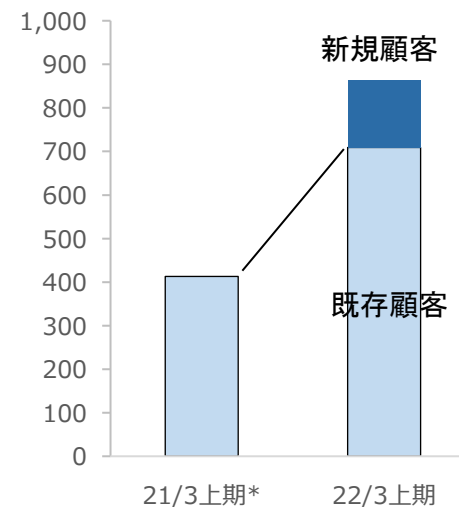
健康食品受託

スポーツサプリの受注回復と新規顧客開拓が貢献

健康食品受託売上高推移



(百万円)



(*注)21/3期の売上高は新会計基準に基づく試算値

- ✓原価率は、原材料価格の上昇などで、0.8ポイント悪化
- ✓経費削減に努めるも、原価率の悪化で営業利益率は、4.7%に低下

(単位：百万円)

	2021/3上期*		2022/3上期			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	伸び率
売上高	9,013	100.0%	9,222	100.0%	209	2.3%
売上原価	6,917	76.7%	7,151	77.5%	234	3.4%
売上総利益	2,095	23.3%	2,071	22.5%	▲24	▲1.2%
販管費	1,631	18.1%	1,635	17.7%	3	0.2%
営業利益	463	5.1%	435	4.7%	▲28	▲6.1%
営業外損益	-76	-0.9%	28	0.3%	105	▲136.7%
経常利益	387	4.3%	463	5.0%	76	19.8%
特別損益	-149	-1.7%	-	-	149	▲100.0%
税引前利益	237	2.6%	463	5.0%	226	95.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	154	1.7%	320	3.5%	165	106.7%

【営業外損益】

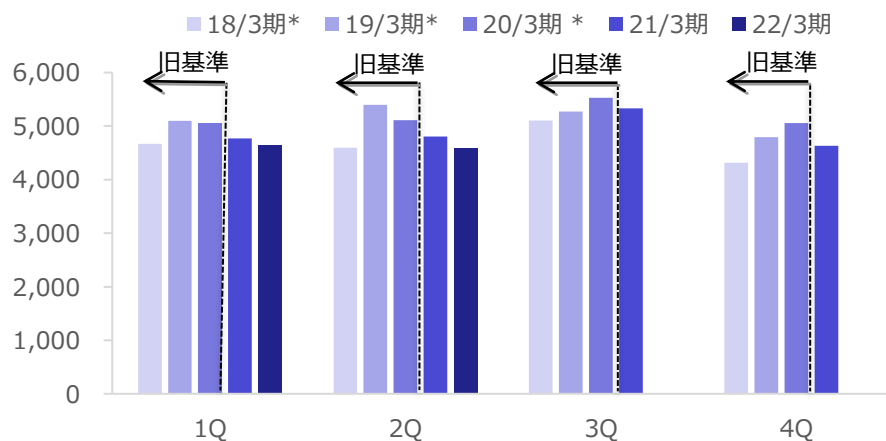
	21/3上	22/3上
営業外収益	37	80
営業外費用	114	52
(金融収支)	▲13	▲15
(為替差損)	73	-

【特別損益】

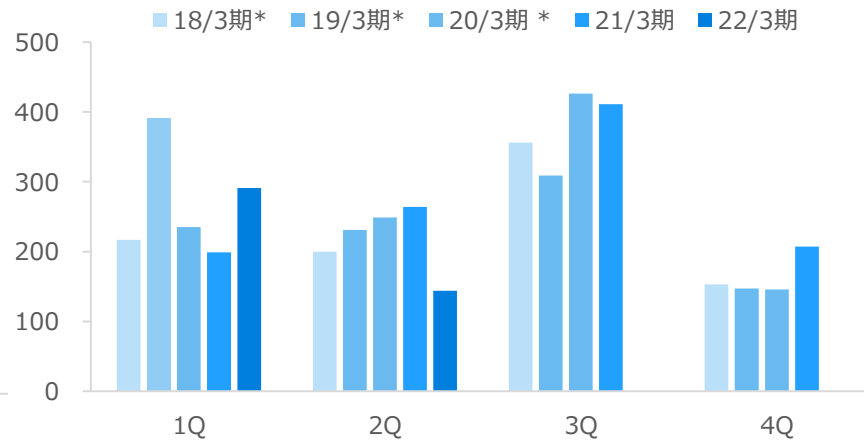
特別利益	10	-
特別損失	159	-

(*注)2021/3上期売上高は新会計基準に基づく試算値

四半期売上高推移 (21/3期以前は旧会計基準)



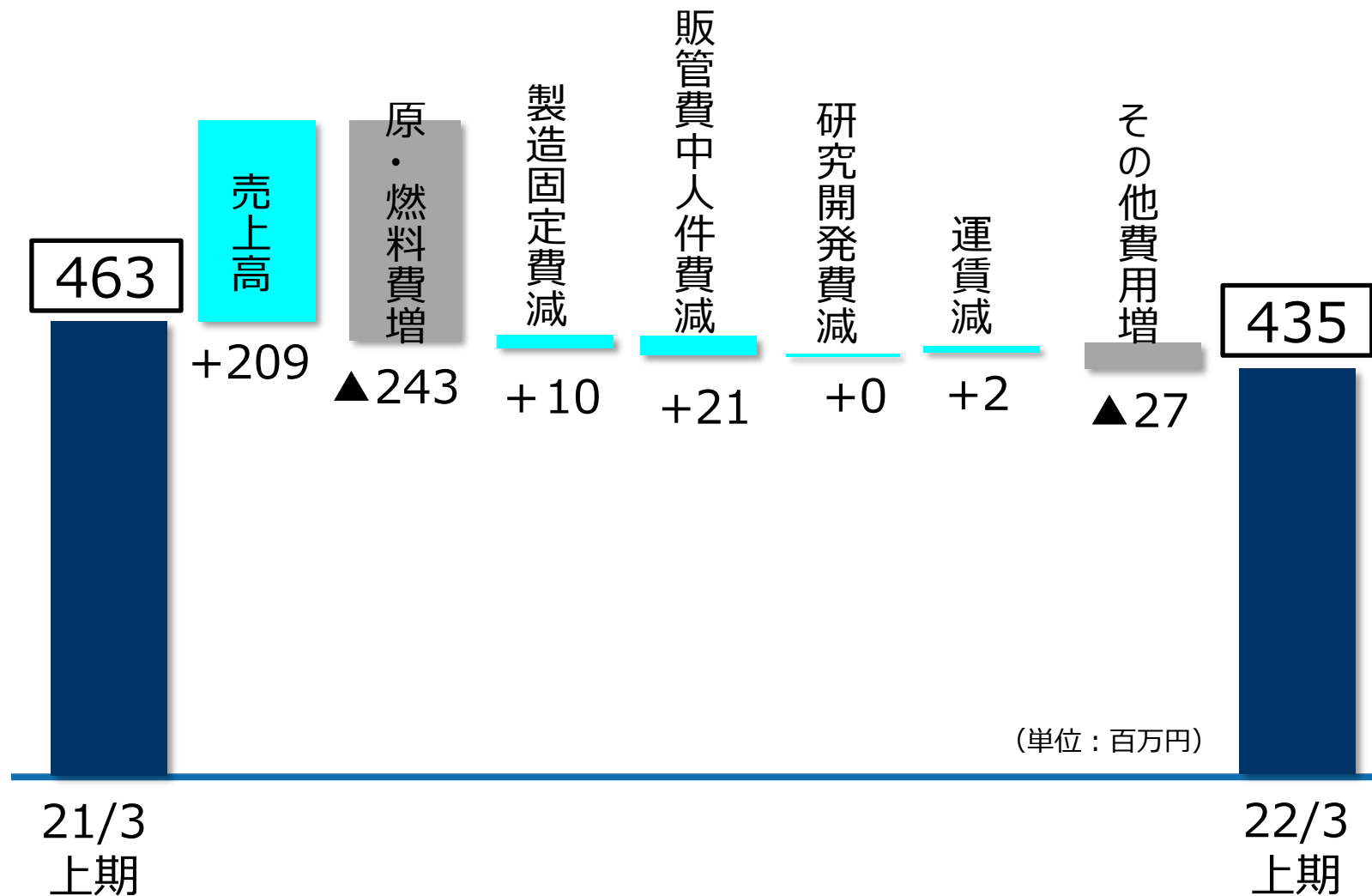
四半期営業利益推移 (21/3期以前は旧会計基準)



(単位：百万円)

	19/3期*				20/3期*				21/3期				22/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	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	4,465	4,547	4,915	4,313	4,641	4,581
カaramel製品	972	940	1,052	867	947	940	1,031	893	903	923	1,013	844	902	921
乾燥製品類	1,626	1,635	1,771	1,647	1,531	1,420	1,719	1,546	1,434	1,307	1,587	1,387	1,423	1,366
組立製品類	1,206	1,400	1,418	1,310	1,310	1,404	1,456	1,194	925	1,115	1,185	1,024	1,231	1,208
冷凍製品	985	1,080	703	687	950	1,014	951	1,113	933	914	795	783	808	815
その他	308	340	324	282	316	329	367	307	270	288	335	275	276	271
営業利益	391	231	309	147	235	249	426	146	199	264	411	207	291	144

(注*)20/3期以前は、旧会計基準、21/3期は新会計基準に基づく試算値



要約貸借対照表

2022/3上期実績

(単位：百万円)

	2021/3末	2021/9末	増減額
流動資産	11,097	10,563	▲534
現金及び預金	3,255	2,958	▲296
受取手形及び売掛金※	4,081	4,049	▲32
棚卸資産	3,381	3,058	▲322
固定資産	10,723	11,130	406
有形固定資産	7,625	7,906	281
無形固定資産	773	770	▲2
投資その他資産	2,325	2,453	127
資産合計	21,821	21,693	▲127

棚卸資産 ▲322百万円
 ・商品・製品 ▲96百万円
 ・仕掛品 ▲173百万円
 ・原材料・貯蔵品 ▲52百万円

※電子記録債権を含む

流動負債	8,000	7,491	▲508
支払手形及び買掛金	2,192	2,165	▲26
短期借入金	3,859	3,809	▲49
固定負債	3,057	2,964	▲93
長期借入金	1,390	1,251	▲138
負債合計	11,057	10,455	▲601
純資産合計	10,763	11,238	474

有利子負債 ▲188百万円
 ・短期借入金 ▲49百万円
 ・長期借入金 ▲138百万円

⇒自己資本比率 47.8%
 (+2.1ポイント)

(単位：百万円)

	2021/3 上期	2022/3 上期
営業キャッシュ・フロー	406	850
税金等調整前四半期利益	237	463
減価償却費	400	430
売上債権の増減額（▲は増加）	50	▲ 99
たな卸資産の増減額（▲は増加）	229	350
仕入債務の増減額（▲は減少）	▲235	96
法人税等の支払額	▲84	▲ 148
投資キャッシュ・フロー	▲832	▲ 754
有形固定資産の取得による支出	▲657	▲642
財務キャッシュ・フロー	92	▲ 450
有利子負債の純増減額	287	▲ 255
配当金の支払額	▲170	▲ 170
現金及び現金同等物 期中増減額	▲360	▲ 296
現金及び現金同等物 期末残高	3,381	2,943

Ⅱ．2022/3期の業績予想

- ✓カaramel製品は、色素需要回復鈍いが食品向けの拡販に注力
- ✓乾燥製品類は、給茶機向け商材が新型コロナの影響一巡
- ✓組立製品類は、健康食品の需要回復と新規顧客開拓で上乘せ
- ✓冷凍製品は、上期の業務用回復の遅れと中国物流混乱の影響大

(単位：百万円)

	2021/3期 (*注)			2022/3期(予)				
	上期	下期	通期	上期	下期(予)	通期(予)	伸び率	従来予想
売上高	9,013	9,229	18,242	9,222	9,778	19,000	+4.2%	19,000
カaramel製品	1,827	1,857	3,684	1,823	2,077	3,900	+5.9%	4,000
乾燥製品類	2,742	2,974	5,716	2,789	3,160	5,950	+4.1%	5,900
組立製品類	2,040	2,210	4,250	2,439	2,361	4,800	+12.9%	4,600
冷凍製品	1,846	1,578	3,424	1,623	1,477	3,200	▲6.5%	3,250
その他	558	610	1,168	547	702	1,150	▲1.5%	1,250

(*注)2021/3期の売上高は、新会計基準に基づく試算値

- ✓原・燃料コスト上昇と為替前提の見直しで、営業利益予想を減額、15.0%減益へ見直す。
- ✓当期純利益は、11.7%増益と増益幅縮小。

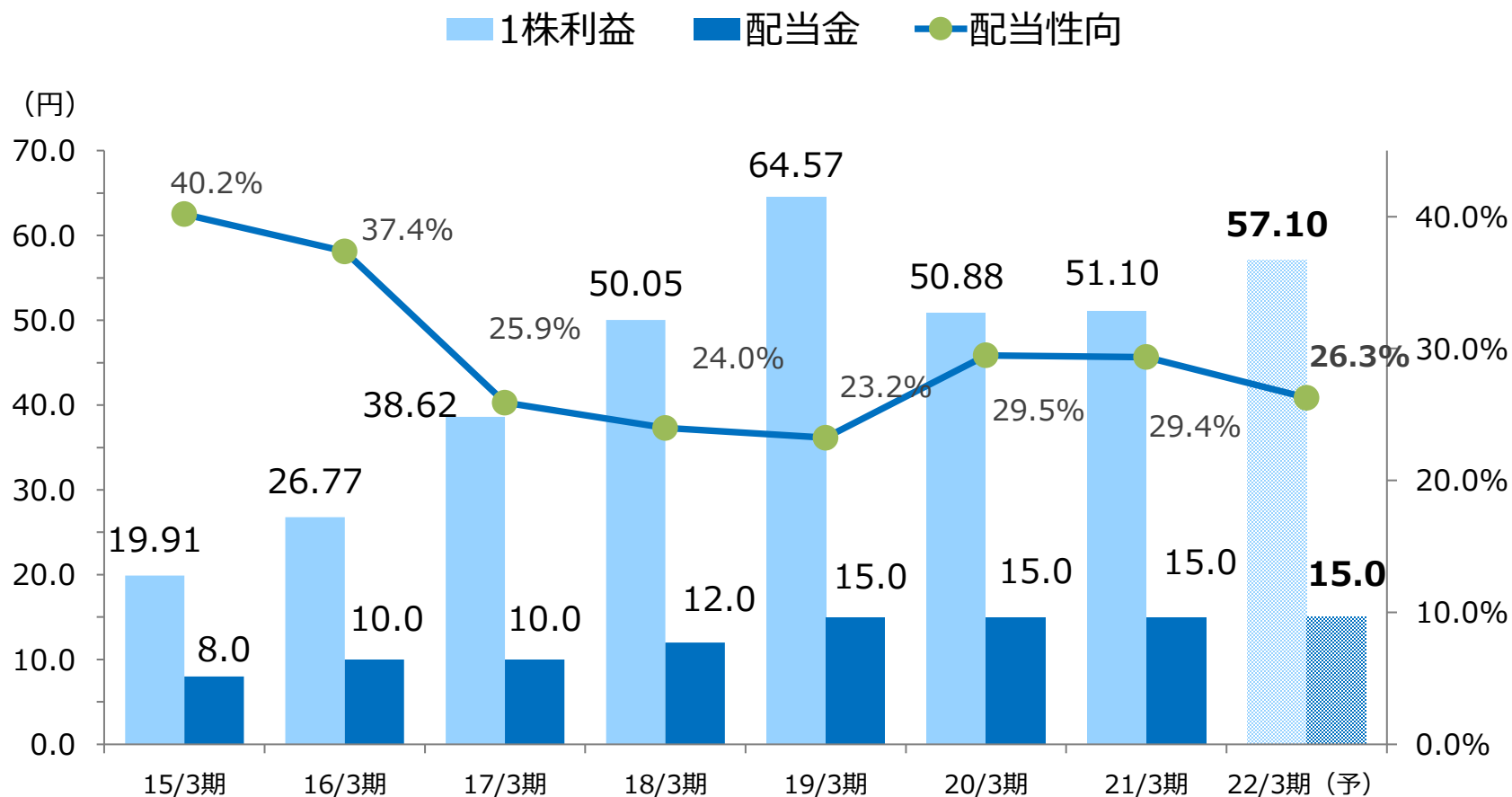
(単位：百万円、円)

	2021/3期 (*注)		2022/3期予想					
	上期	通期	上期	伸び率	通期(予)	増減	伸び率	従来予想
売上高	9,013	18,242	9,222	+2.3%	19,000	+758	+4.2%	19,000
営業利益	463	1,081	435	▲6.1%	920	▲161	▲15.0%	1,100
経常利益	387	971	463	+19.8%	920	▲51	▲5.3%	1,050
親会社株主に帰属する 当期純利益	154	581	320	+106.7%	650	+69	+11.7%	720
1株純利益	13.61	51.10	28.14	-	57.10	-	-	63.25
設備投資額	983	2,040			1,120	▲883		
減価償却費	400	840			860	+20		
研究開発費	153	310			320	+10		

〈為替レート〉 21/3期:15.48円/元、22/3期(予) : 従来16.00→17.00円/元

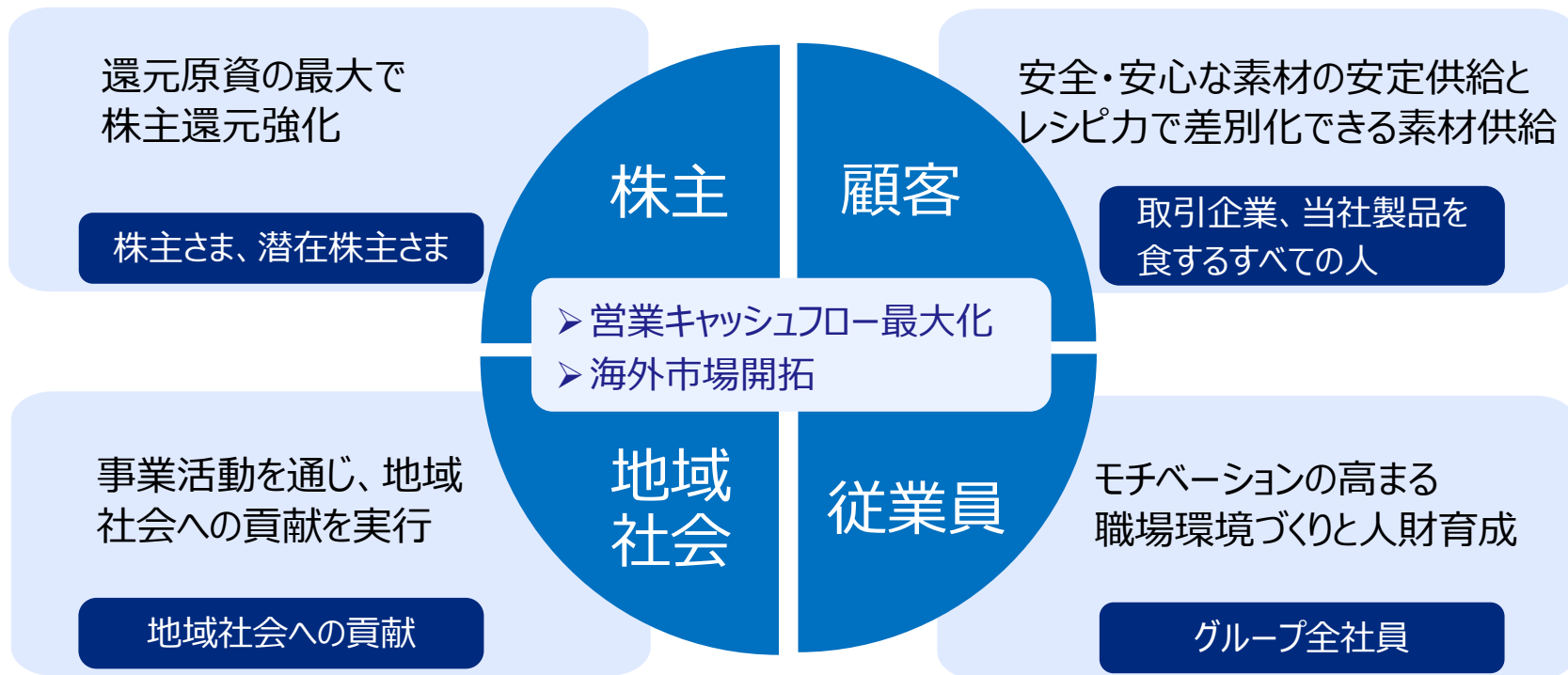
(*注)2021/3期の売上高は、新会計基準に基づく試算値

22/3期の配当金は15円/株を計画



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さま、従業員、地域社会への還元を増やす

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

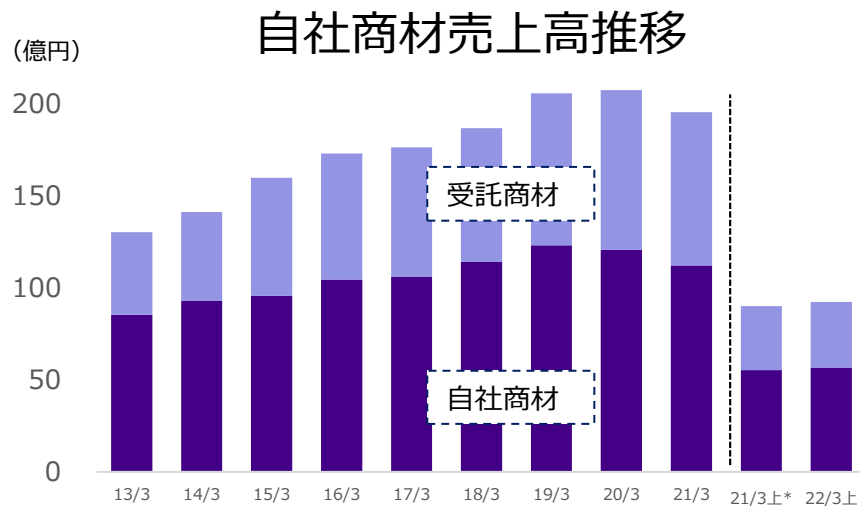
営業キャッシュフローの最大化を目指す

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**

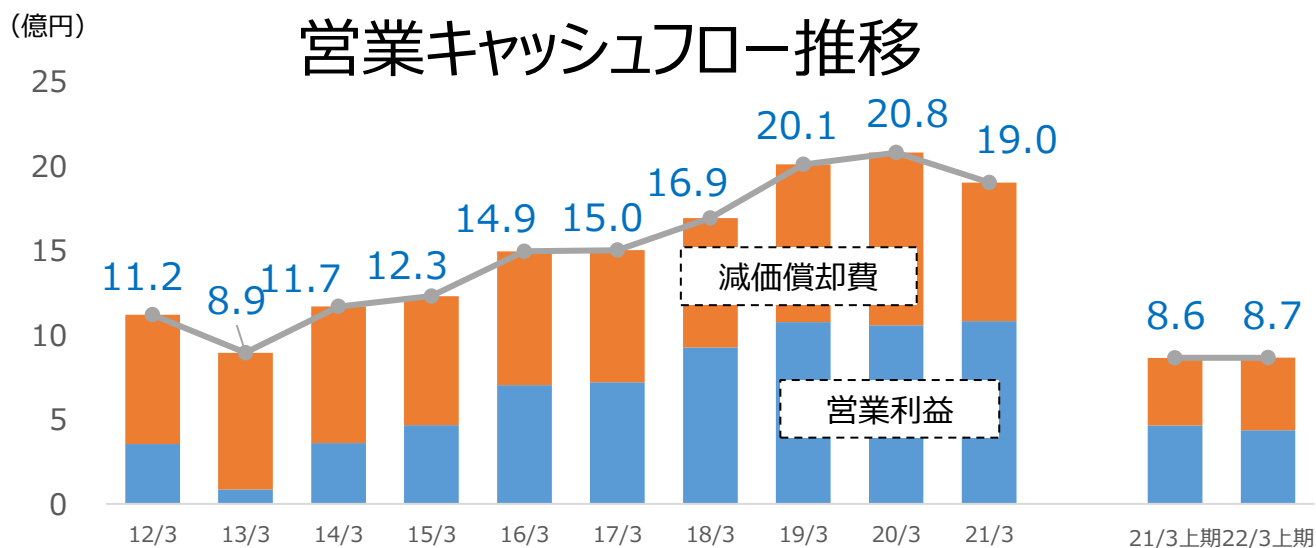


海外市場向け売上高推移

(単位：百万円)

	18/3	19/3	20/3	21/3	21/3 上期*	22/3 上期
海外売上高	264	1,497	1,403	1,348	526	615
海外売上比率*	1.4%	7.3%	6.8%	6.9%	5.8%	6.7%
海外子会社	225	1,465	1,342	1,256	514	605
輸出	39	32	61	92	12	10

(注*) 21/3上期の売上高は、新会計基準に基づく試算値



大半の製品は新型コロナ終息後に需要は回復する見込み

ただ、

新型コロナ終息後も 在宅ワーク定着の可能性大

オフィス向け製品の需要回復の遅れ

従来の粉末製品事業戦略

▶ オフィス向け商材拡販

- ・粉末茶
- ・給茶機向け粉末製品

見直し

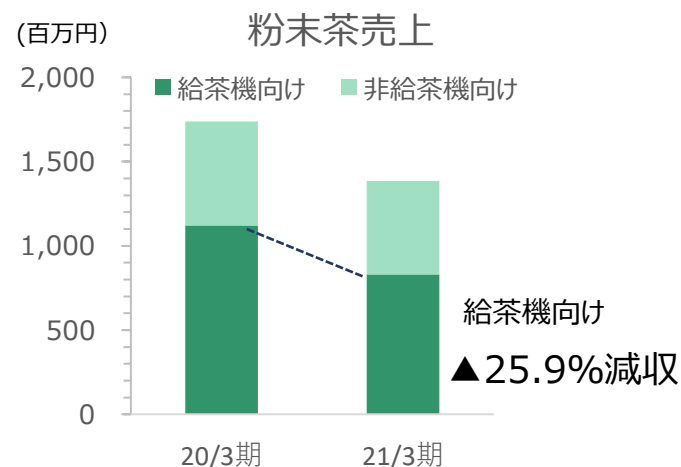
開発強化で新規顧客開拓

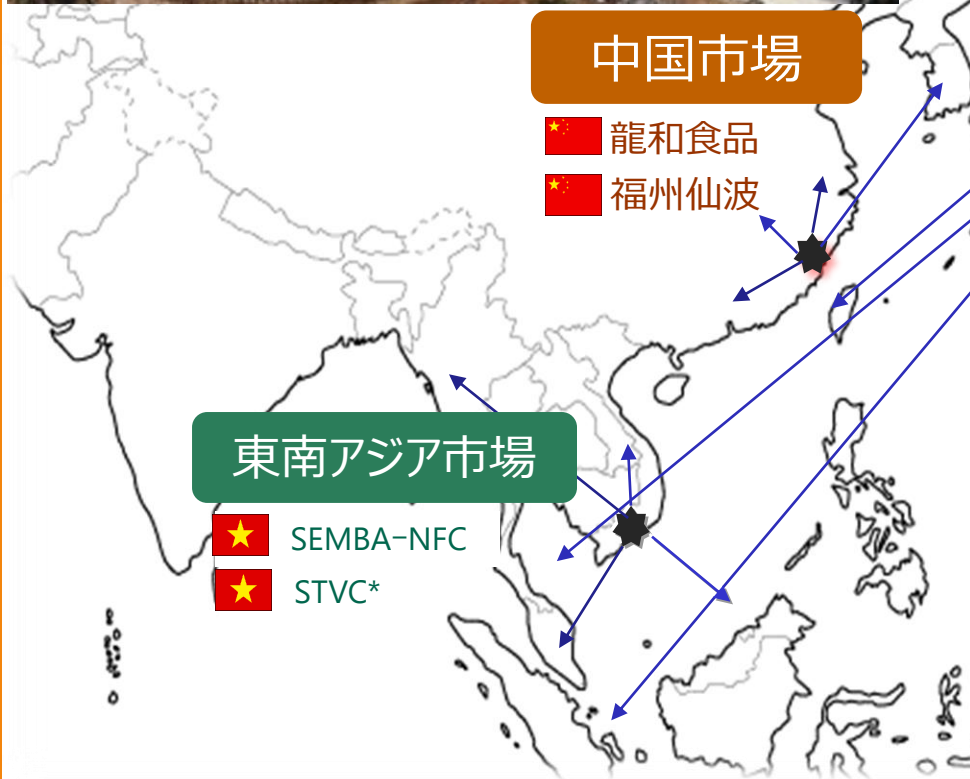
▶ 非オフィス向け商材拡販

- ・粉末茶
- ・和風調味料など

加速

新規顧客も含め
試作増加中





日本

- 東北センバ
- 仙波糖化

中国市場

- 龍和食品
- 福州仙波

東南アジア市場

- ★ SEMBA-NFC
- ★ STVC*

【海外事業従業員】(2021/3期)

従業員数(臨時雇用者除く)	出向者
福州仙波食品	9人
福建龍和食品	110人
SEMBA-NFC	3人
STVC*	9人
	中国事業 5人
	ベトナム事業 4人

【海外事業収益】

(単位：百万円)

	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期
中国事業					
売上高	46	195	2,496	2,692	2,473
営業利益	▲20	77	260	239	160
ベトナム事業					
売上高	1	30	41	77	117
営業利益	▲0	▲1	3	0	▲5

STVC*:
SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED

(注) 売上高、営業利益とも海外子会社単純合算ベース

レポートオーダーの受注強化に注力

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	健康食品	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

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

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

デザートドリンク向け製品の品揃え強化

東南アジア市場対応

ベトナムの拠点整備

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

2021/9

全設備の設置完了

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ベトナム新工場の早期全面立ち上げ

中国子会社の収益管理体制強化とグループ・シナジー追求

- ✓ 新会計基準導入
- ✓ 収益認識の早期化
- ✓ グループシナジーの追求

上期の進捗状況

- 新会計基準の導入は遅延
- 収益認識の早期化は目標に届かず
10月に中国経理のエキスパートを採用

新たな課題

急速な円安進行で
日本向け商材のコスト上昇

【グループシナジー具現化例】

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

当社開発戦略課主導による
中国市場向け自社商材の開発

健康志向の高まりに対応した新製品開発を加速

昨年下期からサンプル評価再開されたが、
国内物流の混乱もあり、サンプル評価数伸びず

中国市場に日本製品基準を届ける一方、 日本向け一部製品の製造拠点

龍和食品

【製造品目】

乾燥製品

冷凍・冷蔵製品

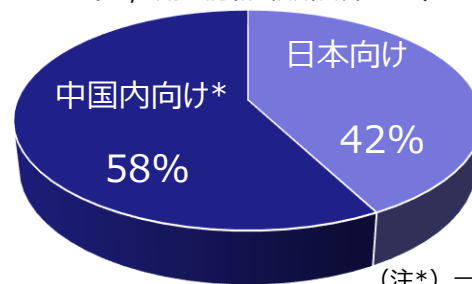
福州仙波

粉末製品

カaramel製品

向け先別売上構成

(21/3期：龍和、福州合算ベース)



(注*) 一部韓国向け輸出含む)

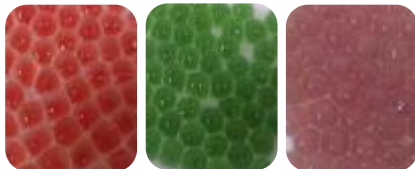


龍和食品及び福州仙波外観



冷凍製品

タピオカ



冷蔵製品

レトルト白キクラゲ



求肥



凍結乾燥製品

スープブロック



白キクラゲブロック



カップ春雨



東南アジア市場へ日本品質基準製品を届け、 成長市場を取り込む

製造子会社

STVC*

2019年設立

販売子会社

SEMBA-NFC

2016年設立

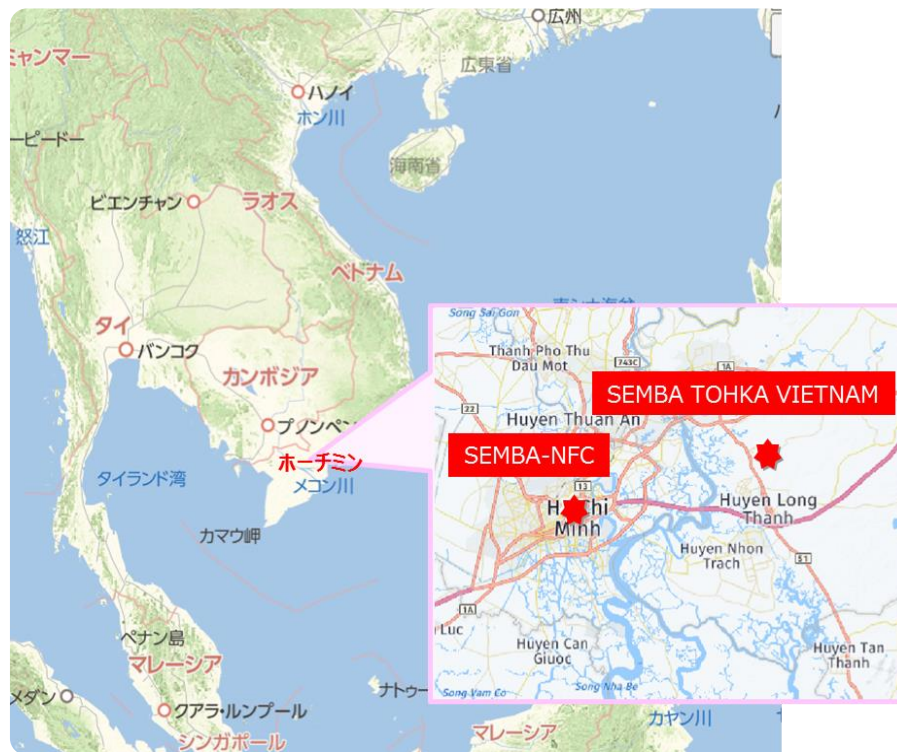
【製造品目】

キャラメル製品

粉末製品

組立製品

【ベトナム事業拠点】



STVC*の外観

STVC*:SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED

【21年9月】

新型コロナウイルスの影響で設置の遅れていたスプレードライヤー設備が完成。

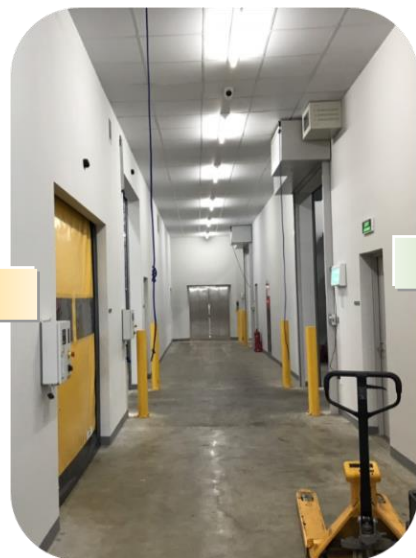
【21年10月】

ドンナイ省のロックダウン解除で本格稼働に向けた試運転開始



ベトナム新工場の従業員

ベトナム新工場内部



前処理



スプレードライヤー

早期の本格稼働に向けた準備が整いつつあり、営業力強化を図る

參考資料

- 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。

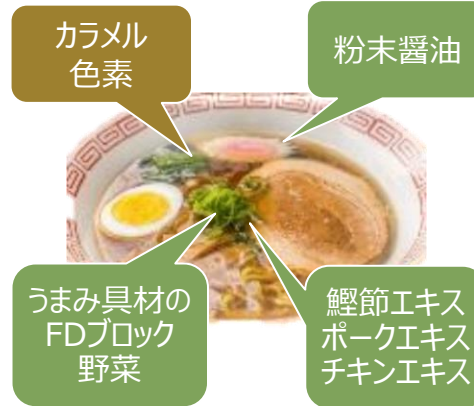
食品の「色・味・香・旨」を演出する食品素材メーカー

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…



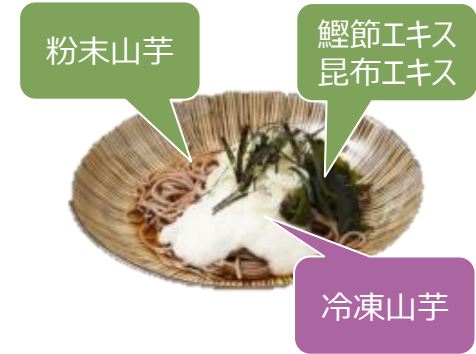
- インスタントコーンスープ にも…



- 即席味噌汁 にも…

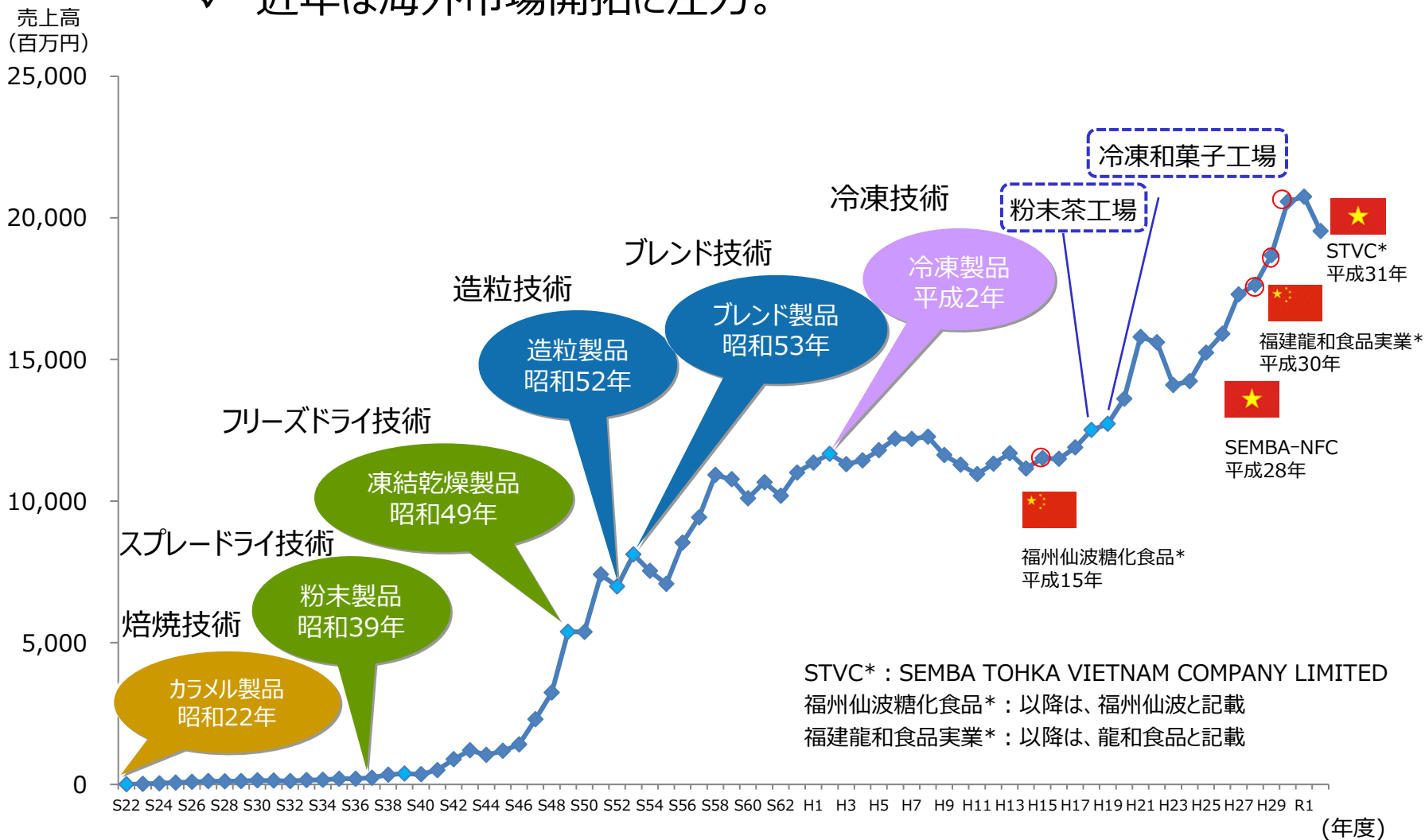


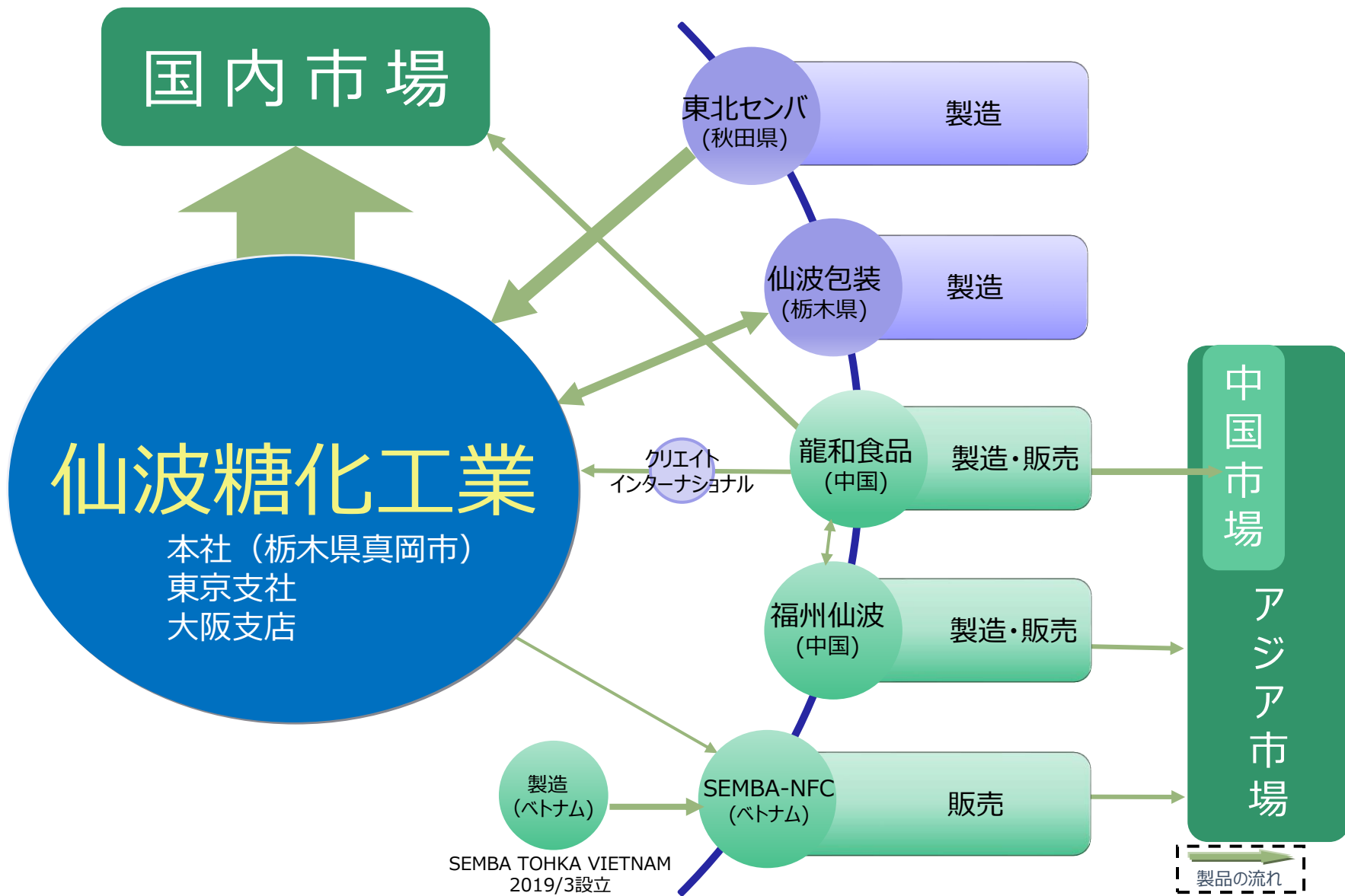
- とろろそば にも…



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。





- 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。

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。

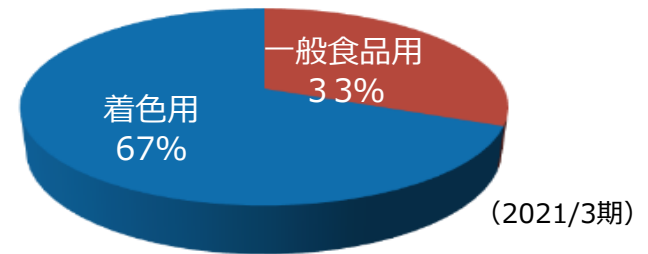
一般食品向け製品例



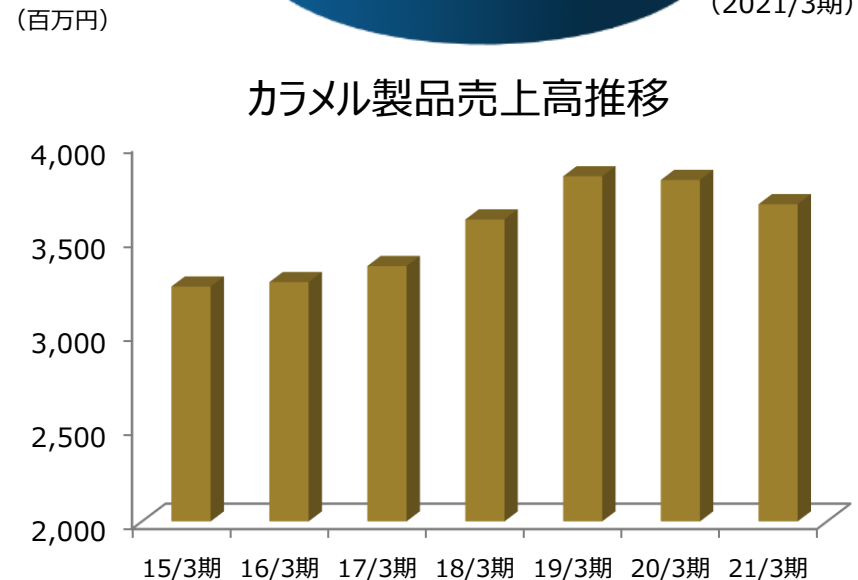
着色用

清涼飲料やアルコール飲料、ソース、カレー等

用途別キャラメル製品売上構成



キャラメル製品売上高推移



- 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

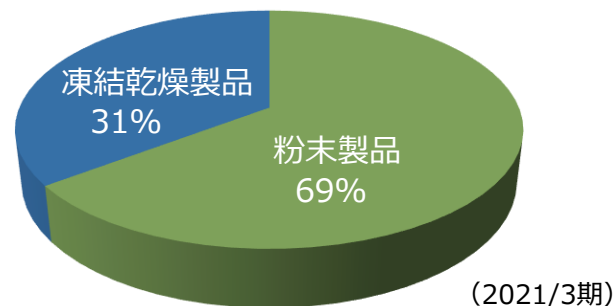
液状化した原料を霧状にし、加熱空気で瞬間的に粉末化する乾燥技術。乾燥工程が短く、大量生産に威力を発揮し、高品質で、低コストな製品の安定供給が可能。

凍結乾燥製品

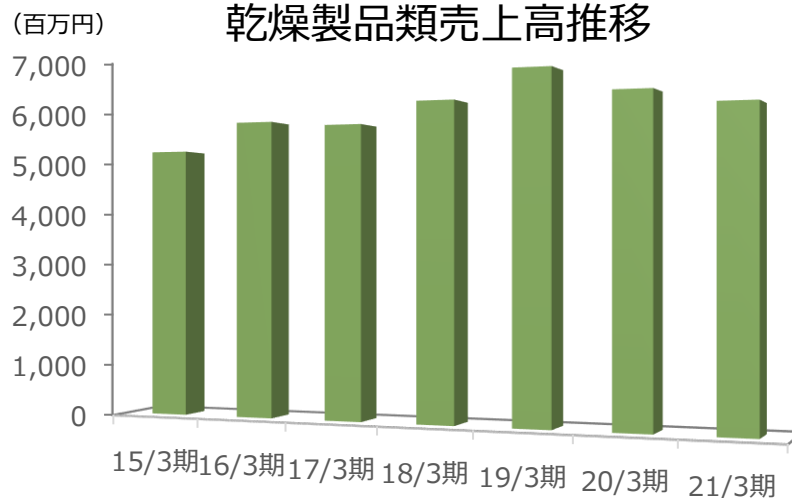
フリーズドライ(FD)技術

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。

乾燥製品類売上構成



乾燥製品類売上高推移



国内市場向け

粉末製品例



凍結乾燥製品例



粉末山芋

海外市場向け

粉末製品例



抹茶ラテ

凍結乾燥製品例



野菜ブロック

聖シリーズ【煎茶】【ほうじ茶】



稀シリーズ【煎茶】【ほうじ茶】



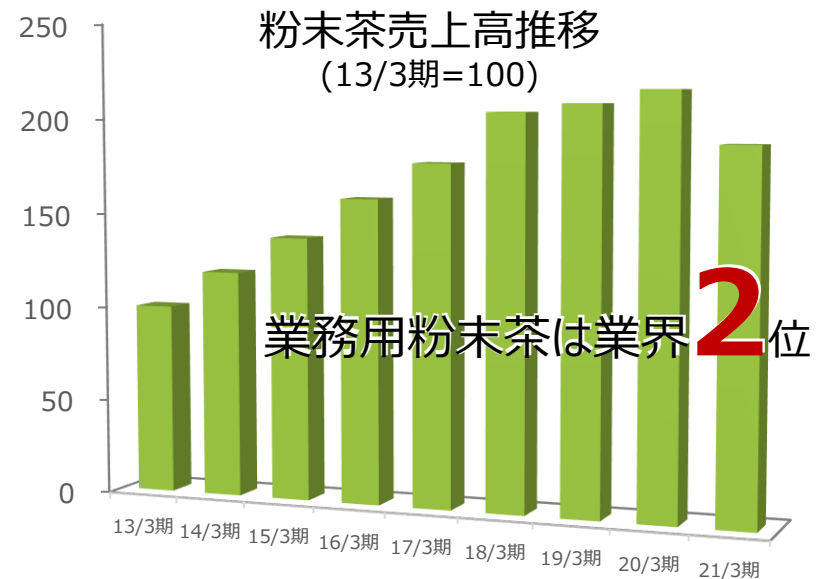
【紅茶】



【玄米茶】

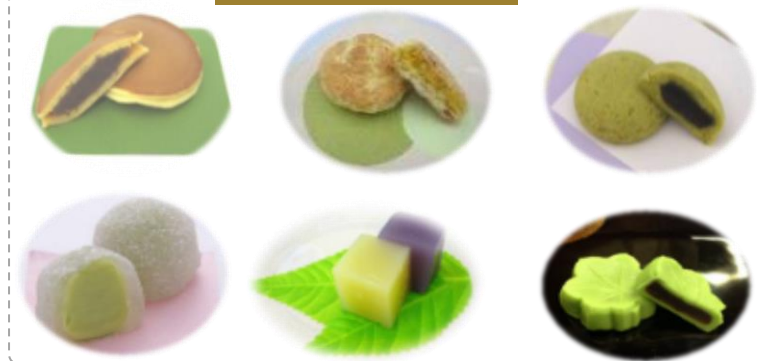


【麦茶】



- 冷凍和菓子はメディア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。

冷凍和菓子



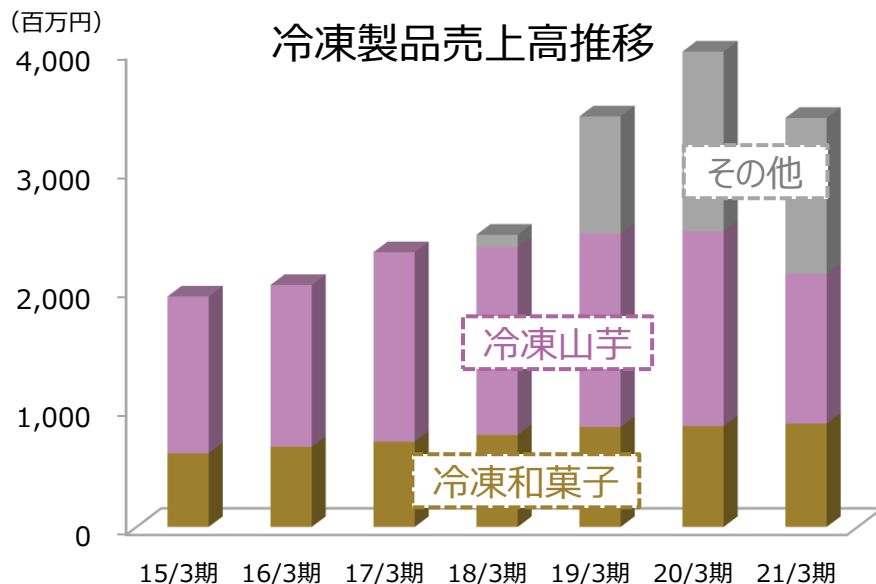
その他(海外)



【タピオカ】

【ライチゼリー】

冷凍山芋



- 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

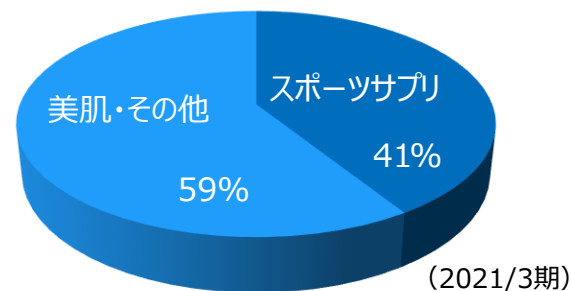
各種原料を混合し、原料の持ち味を活かした粉末状調味料やインスタント食品などを製造する。

ブレンド製品

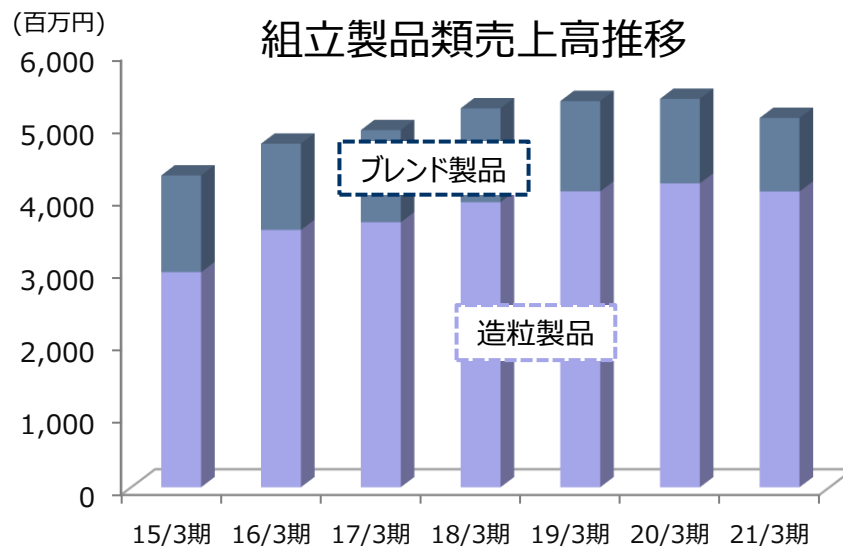
小麦粉ミックス、唐揚げ粉、みそ汁、粉末エキス等



健康食品の売上構成

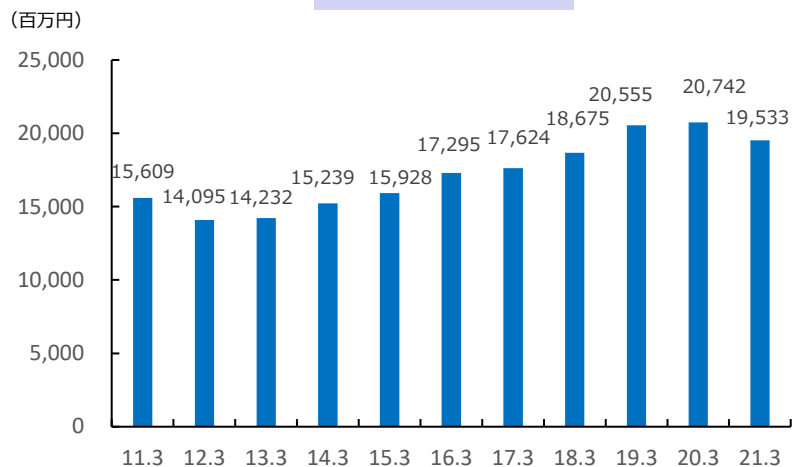


組立製品類売上高推移

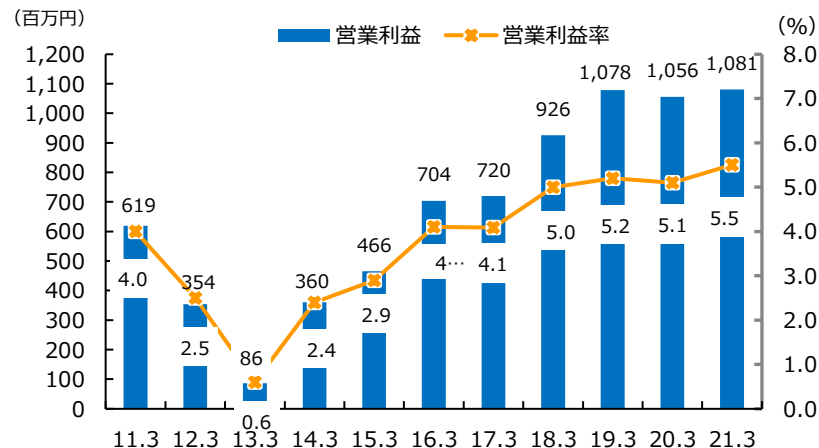


主要財務データ①

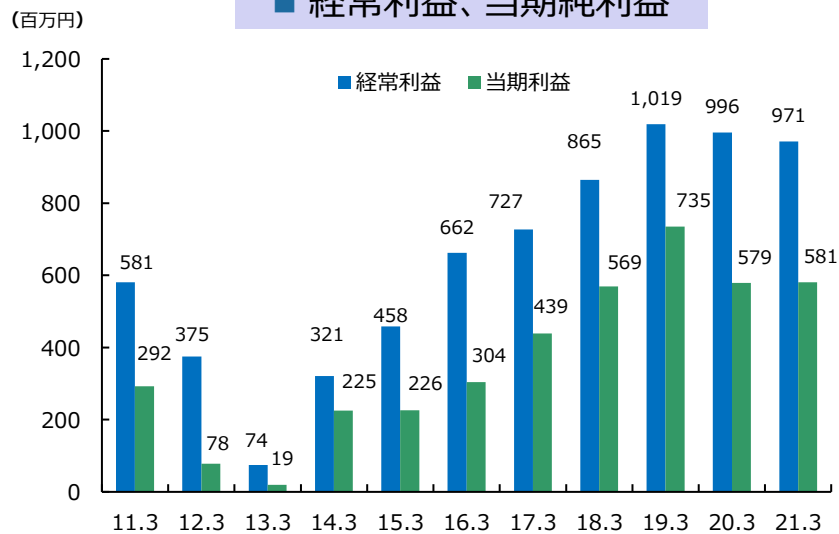
売上高



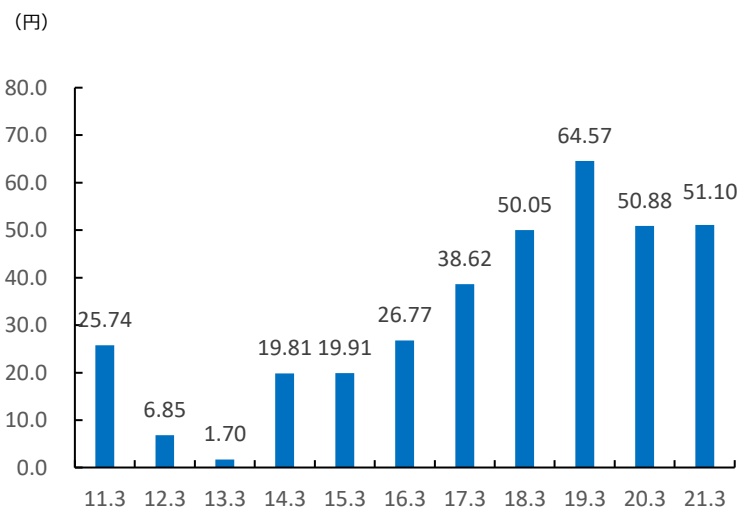
営業利益



経常利益、当期純利益

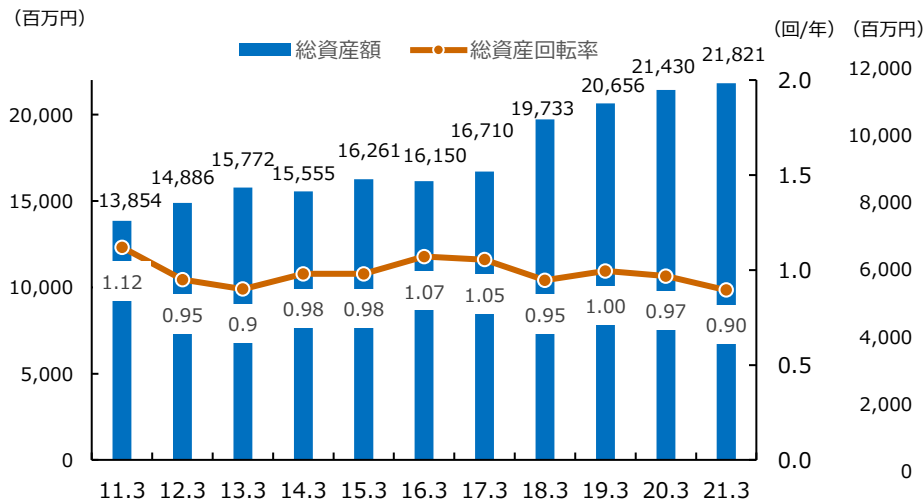


1株当たり当期利益

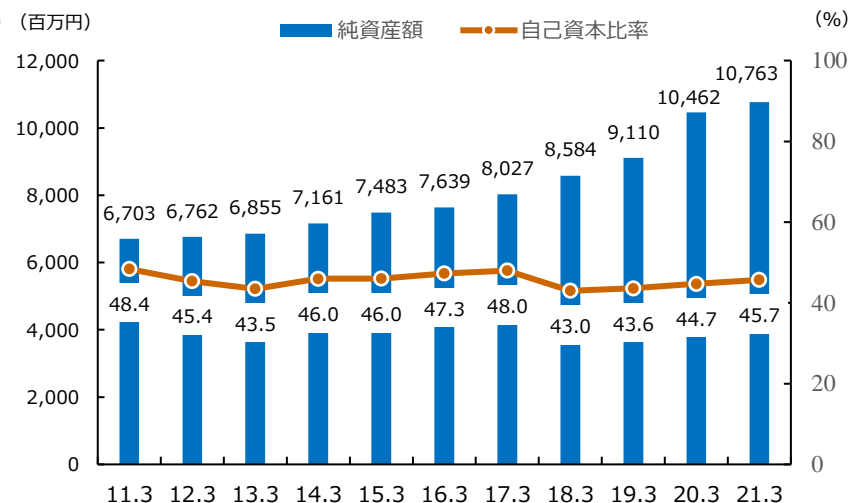


主要財務データ②

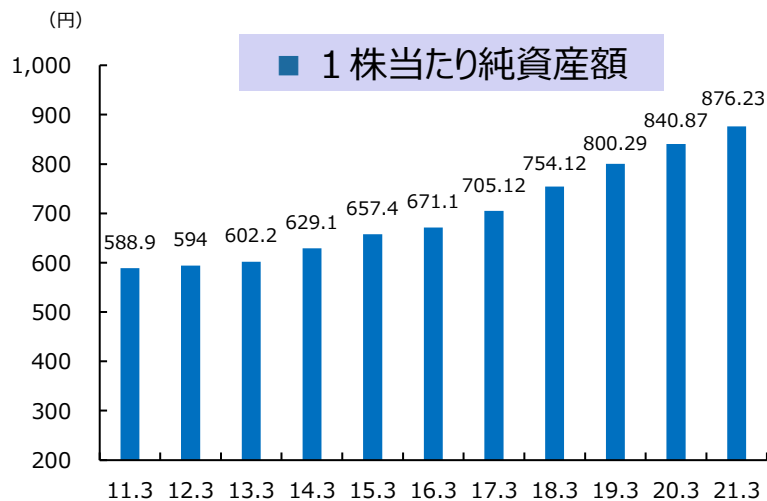
■ 総資産、総資産回転率



■ 純資産額、自己資本比率



■ 1株当たり純資産額



〈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。