

仙波糖化工業株式会社

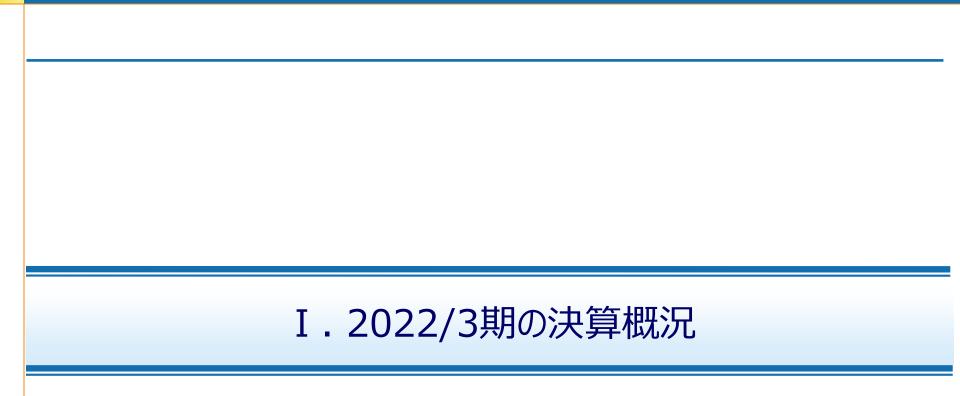
証券コード: 2916

2022年3月期決算説明資料

2022年5月27日

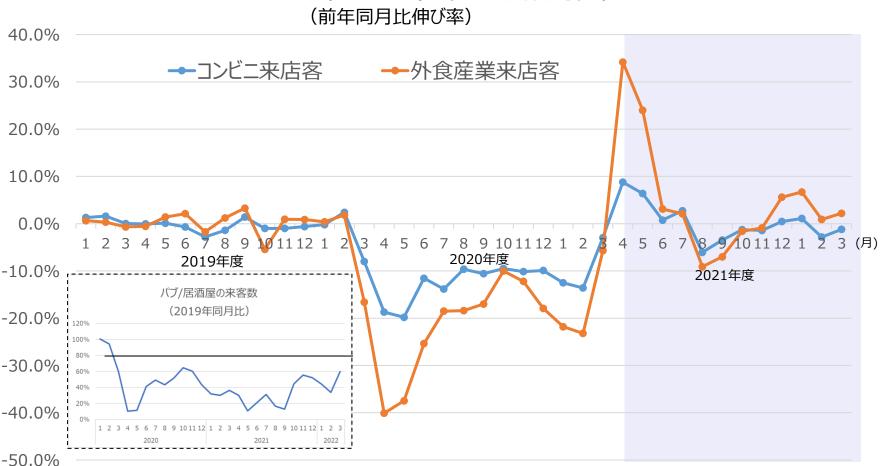
目次

Ι	2022/3期の決算概況	P 2
II	2023/3期の業績予想	P14
Ш	企業価値向上に向けて	P18
	参考資料	P28



業界環境 業務用商材の需要は緩やかな回復基調だが水準低い

コンビニ及び外食産業来店客数推移(全店ベース)



(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

決算概要

- ✓ 業務用向け中心に新型コロナの影響長引き、実質1.0%増収に留まる
- ✓ 原・燃料コスト上昇に加え、減価償却費増加で、31.1%営業減益
- ✓ 減損損失計上もあり、当期純利益も減益に転じる

(単位:百万円、円)

	2021,	2021/3期*		2022/3期			
	金額	前期比	金額	前期比	従前予想	予想比	
売上高	18,242	_	18,418	+1.0%	19,000	▲ 582	
営業利益	1,081	+2.4%	745	▲31.1%	920	▲175	
経常利益	971	▲2.5%	895	▲ 7.8%	920	▲ 25	
親会社株主に帰属する当期純利益	581	+0.4%	540	▲ 7.2%	650	▲110	
1 株純利益	51.10	-	47.44	-	57.10	▲9.6	
設備投資額	2,040	▲ 1,100	1,090	▲950			
減価償却費	840	▲ 181	928	+88			
研究開発費	310	▲ 44	296	▲ 14			

製品区分別売上実績

自社商材、受託商材とも引き続き新型コロナの影響を受ける

- ✓自社商材は、冷凍和菓子や海外カラメルで冷凍山芋の落ち込みを吸収
- ✓受託商材は、健康食品受託加工が牽引

(単位:百万円)

	2021/3期*		2022	/3期	前期比		
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	伸び率	
売上高	18,242	100.0%	18,418	100.0%	+176	+1.0%	
カラメル製品	3,684	20.2%	3,752	20.4%	+68	+1.9%	
乾燥製品類	5,716	31.3%	5,769	31.3%	+52	+0.9%	
組立製品類	4,250	23.3%	4,652	25.3%	+402	+9.5%	
冷凍製品	3,424	18.8%	3,117	16.9%	▲307	▲ 9.0%	
その他	1,168	6.4%	1,127	6.1%	▲ 41	▲3.5%	
自社商材	11,208	61.4%	11,236	61.0%	+28	+0.3%	
受託商材	7,034	38.6%	7,182	39.0%	+148	+2.1%	
海外売上高	1,304	7.2%	1,338	7.3%	+34	+2.6%	

(為替レート:円/元)

15.48

17.03

1.55円安



一般食品用

・お土産、贈答用が苦戦だが 海外需要の取り込み効果

着色用

・天候不順の影響受ける

凍結乾燥製品

- ・国内は山芋パウダー苦戦だが FD具材堅調
- ・中国は流通混乱の影響

粉末乾燥製品

- ·粉末醬油受注堅調
- ・粉末茶底打ちから回復

ブレンド製品

- ・新規健康食品が寄与 造粒製品
- ・スープ類は巣ごもり需要の 反動減
- ・健康食品受託は堅調

その他

・中国子会社の日本向け冷凍 デザート大幅減

冷凍和菓子

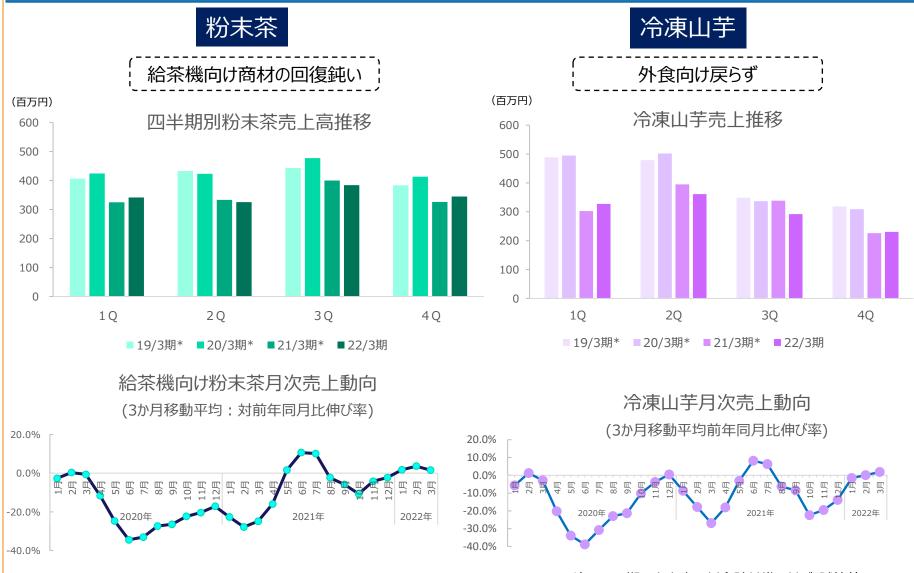
・どら焼き・ドームケーキとも堅調

冷凍山芋

・外食向け需要戻らず

主力商材動向①コロナ影響大商材は、需要底打ちだが回復鈍い

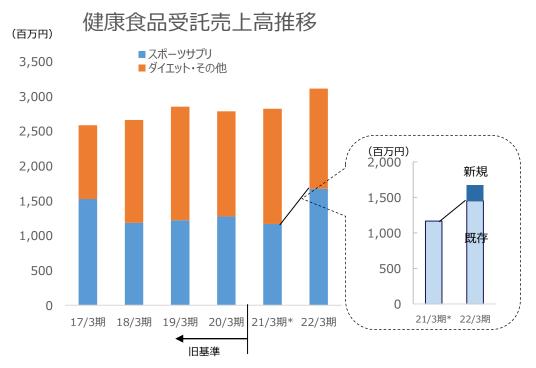
2022/3期実績



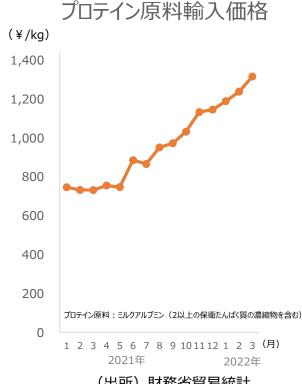
(*注)21/3期の売上高は新会計基準に基づく試算値 19/3期、20/3期は旧会計基準

主力商材動向② 健康食品受託加工は新規顧客開拓の成果も

- ✔ 健康食品受託は、スポーツサプリの受注回復と新規顧客開拓が貢献
- 世界的なプロテイン原料需要拡大で原料確保に苦戦のメーカーも



(*注)21/3期の売上高は新会計基準に基づく試算値 20/3期以前は旧会計基準売上高



(出所) 財務省貿易統計

要約損益計算書

- ✓ ユーティリティーコスト上昇で原価率が悪化
- ✓ 販管費圧縮するが、営業利益率は1.9ポイント悪化

(単位:百万円)

	2021/3期*		2022/3期		
	金額	構成比	金額	構成比	構成比 変化
売上高	18,242	100.0%	18,418	100.0%	_
売上原価	13,829	75.8%	14,400	78.2%	+2.4ポイント
売上総利益	4,412	24.2%	4,018	21.8%	▲2.4 ポイント
販管費	3,331	18.3%	3,272	17.8%	▲ 0.5ポイント
営業利益	1,081	5.9%	745	4.0%	▲1.9ポイント
営業外損益	▲ 110	▲0.6%	149	0.8%	_
経常利益	971	5.3%	895	4.9%	▲0.4 ポイント
特別損益	▲ 94	▲0.5%	▲ 63	▲0.3%	+33.0%
税引前利益	876	4.8%	832	4.5%	_
親会社株主に帰属する 当期純利益	581	3.2%	540	2.9%	▲0.3ポイント

【営業外損益】

 21/3
 22/3

 営業外収益
 83 → 268

 営業外費用
 194 → 118

 (金融収支)
 ▲22 → ▲31

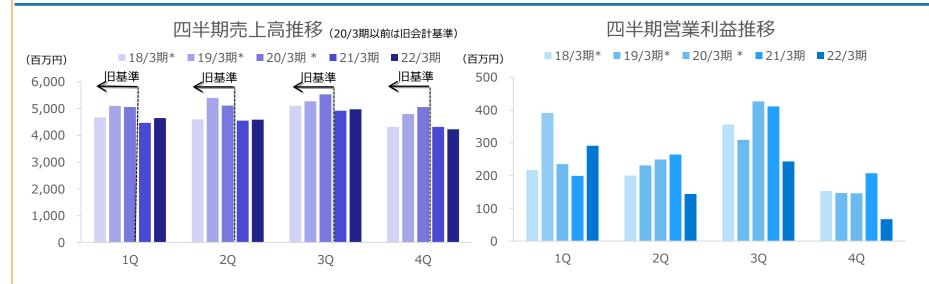
 (為替差益)
 - → 136

 (為替差損)
 95 →

 特別利益
 56 →

 特別損失
 151 → 63

四半期業績推移

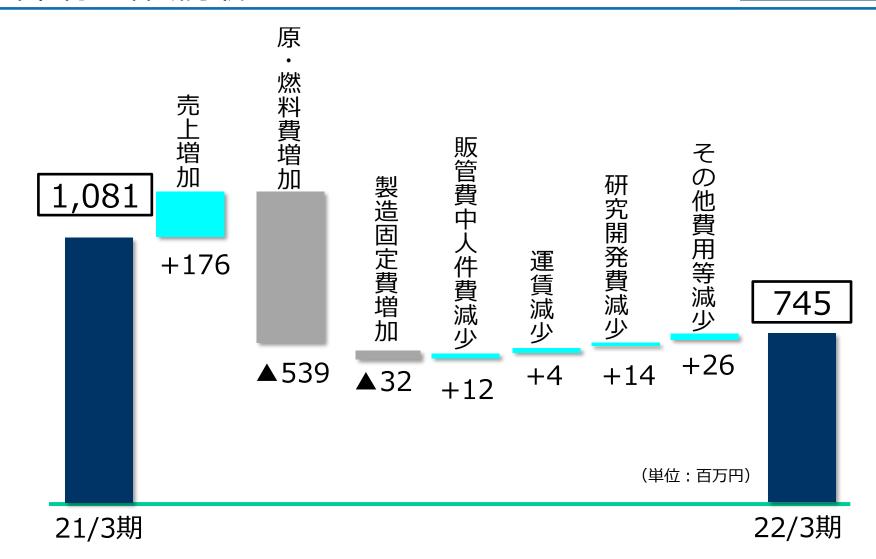


(単位:百万円)

	20/3期*			21/3期			22/3期					
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3 Q	4Q
売上高	5,056	5,107	5,526	5,053	4,465	4,547	4,915	4,313	4,641	4,582	4,970	4,225
カラメル製品	947	940	1,031	893	903	923	1,013	844	902	921	1,030	899
乾燥製品類	1,531	1,420	1,719	1,546	1,434	1,307	1,587	1,387	1,423	1,366	1,556	1,424
組立製品類	1,310	1,404	1,456	1,194	925	1,115	1,185	1,024	1,231	1,208	1,241	972
冷凍製品	950	1,014	951	1,113	933	914	795	783	808	815	839	655
その他	316	329	367	307	270	288	335	275	276	271	304	276
営業利益	235	249	426	146	199	264	411	207	291	144	243	67

(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

営業利益増減分析



要約貸借対照表

(単位:百万円)

				· · · — · — · · · · · · · · ·
		2021/3末	2022/3末	増減額
流動資	資産	11,097	10,787	▲310
	現金及び預金	3,255	3,313	+57
	受取手形及び売掛金※	4,081	3,935	▲146
	棚卸資産	3,381	3,370	▲10
固定資	資産	10,723	10,768	+44
	有形固定資産	7,625	7,723	+98
	無形固定資産	773	762	▲10
	投資その他資産	2,325	2,282	▲ 43
資産合計		21,821	21,556	▲ 265
				※電子記録債権を含む

棚卸資産	▲10
	— 10

·商品·製品 +96

·仕掛品 ▲60

·原材料·貯蔵品 ▲46

流動負	流動負債		7,412	▲ 587
	支払手形及び買掛金	2,192	2,291	+98
	短期借入金	3,859	3,687	▲ 171
固定負	固定負債		2,842	▲215
	長期借入金	1,390	1,091	▲ 298
負債合計		11,057	10,254	▲ 803
純資産合計		10,763	11,301	+537

有利子負	負債	▲470
	~ 12 ~	, _

·短期借入金 ▲171

·長期借入金 ▲298

⇒自己資本比率 48.4%

(+2.7ポイント)

要約キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

		2021/3期	2022/3期
1	営業キャッシュ・フロー	1,470	1,748
	税金等調整前当期純利益	876	832
	減価償却費	840	928
	売上債権の増減額 (△は増加)	▲31	200
	棚卸資産の増減額(△は増加)	260	60
	仕入債務の増減額(△は減少)	▲212	32
	法人税等の支払額	▲ 184	▲310
1	没資キャッシュ・フロー	▲1,840	▲ 996
	有形固定資産の取得による支出	▲ 1,551	▲ 1,010
ļ	は務キャッシュ・フロー	▲138	▲797
	有利子負債の純増減額	79	▲ 577
	配当金の支払額	▲ 170	▲ 170
3	現金及び現金同等物 増減額	▲ 501	57
3	現金及び現金同等物 期末残高	3,240	3,298



製品区分別売上高予想

- ✓カラメル製品は、海外市場開拓効果を見込む
- ✓乾燥製品類は、粉末茶や業務用粉末山芋が回復へ
- ✓組立製品類は、スープ類の需要回復と健康食品受託が牽引
- ✓冷凍製品は、冷凍山芋の回復と下期に中国冷凍デザートが貢献

(単位:百万円)

	2	2022/3其	月	2023/3期 (予)			
	上期	下期	通期	上期(予)	下期(予)	通期(予)	伸び率
売上高	9,222	9,196	18,418	9,200	10,300	19,500	+5.9%
カラメル製品	1,823	1,929	3,752	1,960	2,200	4,160	+10.9%
乾燥製品類	2,789	2,980	5,769	2,800	3,320	6,120	+6.1%
組立製品類	2,439	2,213	4,652	2,330	2,550	4,880	+4.9%
冷凍製品	1,623	1,494	3,117	1,590	1,660	3,250	+4.2%
その他	547	580	1,127	520	570	1,090	▲3.3%

通期業績予想

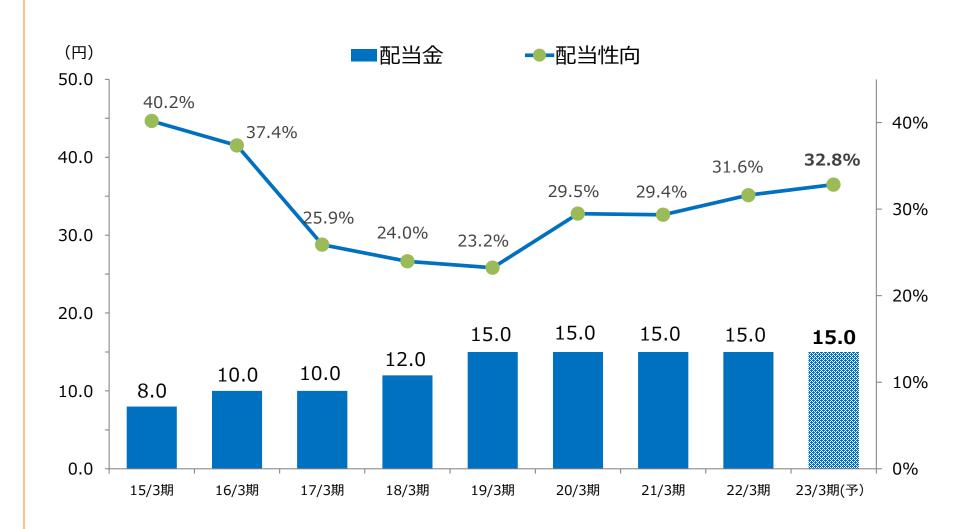
- ✓製品値上げの期ズレの影響で上期は減収減益の予想
- ✓通期の営業利益は原・燃料コスト上昇と円安の影響残り横ばいを見込む
- ✓通期の経常利益は、為替差益がなくなり、16.3%減益を予想

(単位:百万円、円)

	2022/3期		2023/3期予想					
	上期	通期	上期(予)	伸び率	通期(予)	増減	伸び率	
売上高	9,222	18,418	9,200	▲0.2%	19,500	+1,082	+5.9%	
営業利益	435	745	240	▲ 44.9%	750	+5	+0.6%	
経常利益	463	895	250	▲ 46.1%	750	▲ 145	▲ 16.3%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	320	540	170	▲ 46.9%	520	▲ 20	▲3.7%	
1株純利益	28.14	47.44	14.93	-	45.68	▲ 1.76	-	
設備投資額	751	691*			866	+175		
減価償却費	430	928			970	+42		
研究開発費	153	296			320	+24		

(*注)22/3期の設備投資額は計上ベース

〈為替レート前提〉 22/3期:17.03円/元、23/3期(予):19.50円/元





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

還元原資の最大化で 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

事業活動を通じ、地域社会への貢献を実行

地域社会への貢献

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



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

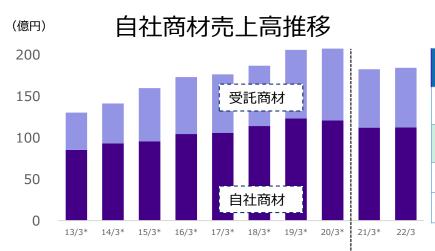
成長投資資金の確保と還元強化

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

円安・資源価格高騰の影響残る

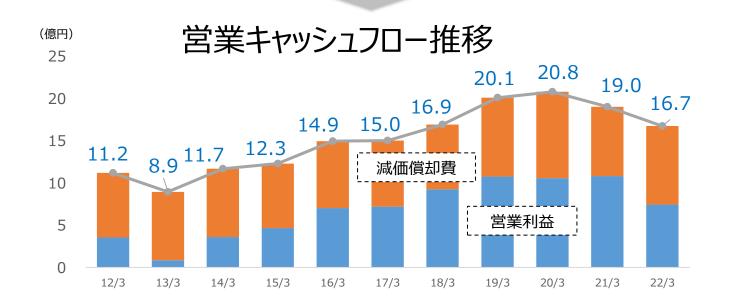


海外市場向け売上高推移

(単位:百万円)

	18/3*	19/3*	20/3*	21/3*	22/3
海外売上高*	264	1,497	1,403	1,304	1,338
海外売上比率*	1.4%	7.3%	6.8%	7.2%	7.3%
海外子会社*	225	1,465	1,342	1,281	1,315
輸出*	39	32	61	23	23

(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



製造拠点整備の1stステップは、ほぼ完了

中国、東南アジア市場向け商材の製造拠点整備は完了、 早期の連結収益貢献に向けた経営を実践

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

2021/9

新工場竣工

【ベトナム製造子会社】

STVC*:SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED

前期の重点施策の進捗状況

【海外】

- 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
 - ·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
- ②ベトナム新工場の早期全面立ち上げ 🌗 試運転開始が4Qにずれ込む

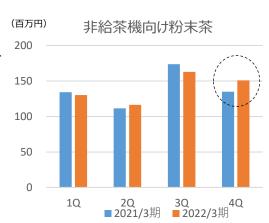
【国内】

ポスト新型コロナ対応の事業戦略

年度終盤から非オフィス向け 商材は徐々に市場浸透

コロナ対応もあり

大幅な遅れ



新たな課題

- ✓ 急激なユーティリティーコスト上昇
- ✓ 世界的な農産物価格高騰
- ✓ 円安元高の影響 (中国子会社の日本向け商材のコスト急上昇
- ✓ 食品会社のステルス値上げで販売量低下懸念

今期の重点施策

全社

値上げ対応

新商材の開発と販売強化

【海外】早期の収益貢献化に向けて

- ①中国子会社の赤字対策
- ・グループシナジーの追求(中国市場向け商材の拡販)
- ・収益管理体制強化(新会計基準の早期全面導入で素早い損益状況把握)
- ②ベトナム新工場の本格稼働
- ・S D 設備の早期稼働開始に向けたサンプル評価活動強化

海外事業の現状

日・中・越3拠点活用で海外市場開拓

中国市場対応

龍和食品

똩 福州仙波

上海事務所 (仙波糖化)



		員数 用者除く)	出向者		
	20/12末	21/12末	20/12末	21/12末	
福州仙波	9人	10人	中国事業		
龍和食品	110人	109人	5人	6人	
SEMBA-NFC	3人	5人	ベトナム事業		
STVC*	9人	15人	4人	6人	

東南アジア市場対応

★ SEN

SEMBA-NFC

★ STVC*



STVC*: SEMBA TOHKA VIETNAM COMPANY LIMITED

【海外事業収益】

・中国事業は、円安に伴う日本向け商材の採算悪化と ユーテリティーコスト上昇で営業赤字に転落

・ベトナム事業は、減価償却費負担重く営業赤字

(単位:百万円)

	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期
中国事業						
売上高	46	195	2,496	2,692	2,473	2,255
営業利益	▲ 20	77	260	239	160	▲ 46
ベトナム事業						
売上高	1	30	41	77	117	122
営業利益	▲0	▲ 1	3	0	▲ 5	▲ 68

(注) 売上高、営業利益とも海外子会社単純合算ベース

中国事業

中国市場に日本品質基準を届ける一方、日本向け一部商材の製造拠点

中国事業の概要

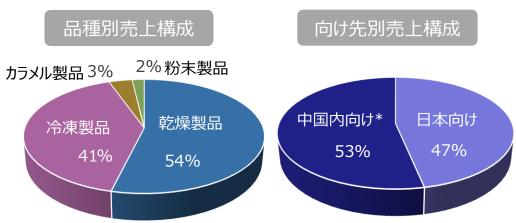
今期の対策

【龍和食品】

- ✓ デザート関連商材の開発と販売に注力
- ✓ 日本向け乾燥製品の円建て取引の見直し

【福州仙波】

- ✓ シラップ製品の拡販
- ✓ SD機の稼働を上げる新商材の開発と販売
- ✓ SD受託加工品の受注獲得



(22/3期: 龍和、福州合算ベース)

22/3期増収率				
中国事業	▲9.4%			
日本向け	▲22.8%	乾燥製品が増加するも冷凍品が大幅減		
*中国内向け	+4.9%	冷凍デザート堅調		

(注*) 一部日本向け以外の輸出含む

ベトナム事業

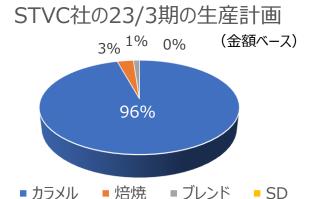
【製造】

STVC* (100%出資) 【販売】

SEMBA-NFC (60%出資)

一部仕入れ商材も販売

粉末製品(SD) は、新型コロナの影響に伴う設備搬入と 認定作業の遅延などで、今期計画には織り込まず。



ベトナム新工場の実質初年度の営業キャッシュフローはトントン

STVC*の営業キャッシュフロー計画

(単位:百万円)

		21/12期 実績	22/12期 予想	23/12期 予想	24/12期 予想	25/12期 予想
	営業CF	-9	0	74	93	109
	売上高	39	204	392	453	500
	営業利益	▲ 71	▲ 62	11	31	47
	減価償却費	62	62	63	63	63

為替レート前提: 0.005円/VND



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…



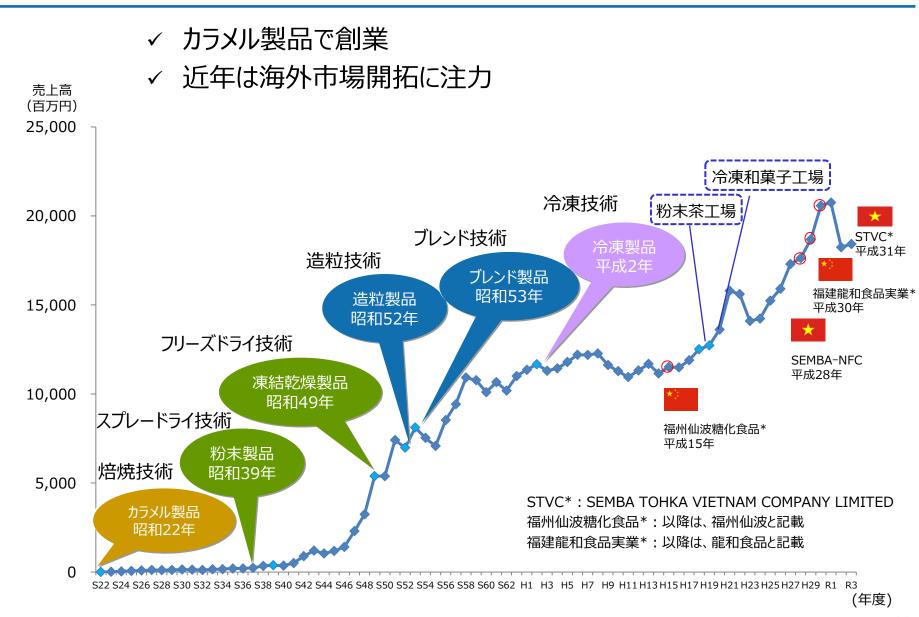
●粉末茶 にも…



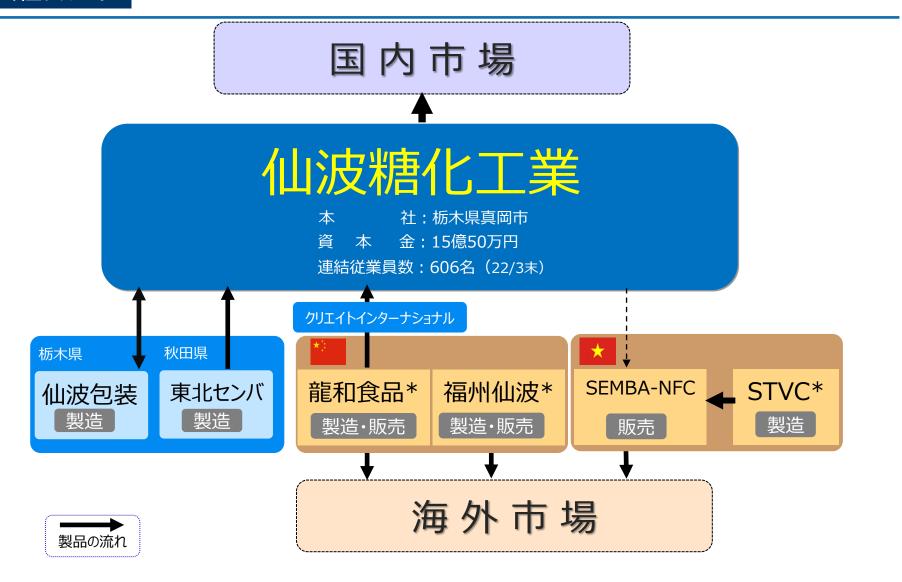
●とろろそば にも…



業容拡大の歴史



当社グループ



カラメル製品事業

- 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

用途別カラメル製品売上構成

一般食品用

プリン等のデザート向けやコク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 3 2% 68% (2022/3期)



着色用

清涼飲料やアルコール飲料、ソース、カレー等

(注*) 21/3期以前は旧会計基準

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。





(注*) 21/3期以前は旧会計基準

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



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





稀 シリーズ 【煎茶】【ほうじ茶】



【紅茶】



【玄米茶】



【麦茶】



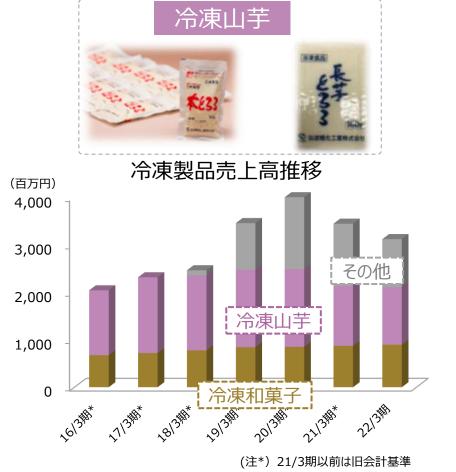
(百万円) 2,000 粉末茶売上高推移 1,500 1,000 500 16/3期* 17/3期* 18/3期* 19/3期* 20/3期* 21/3期* 22/3期

(注*) 21/3期以前は旧会計基準

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

- 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。

健康食品の売上構成

美肌・その他

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。

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

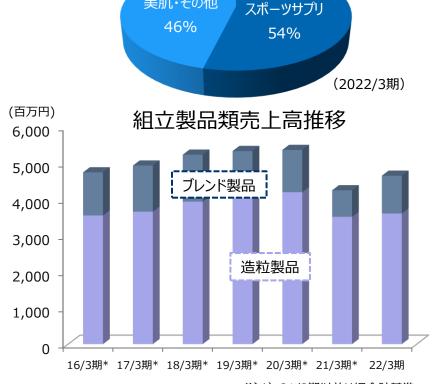
小麦粉ミックス、唐揚粉、 みそ汁、粉末エキス等



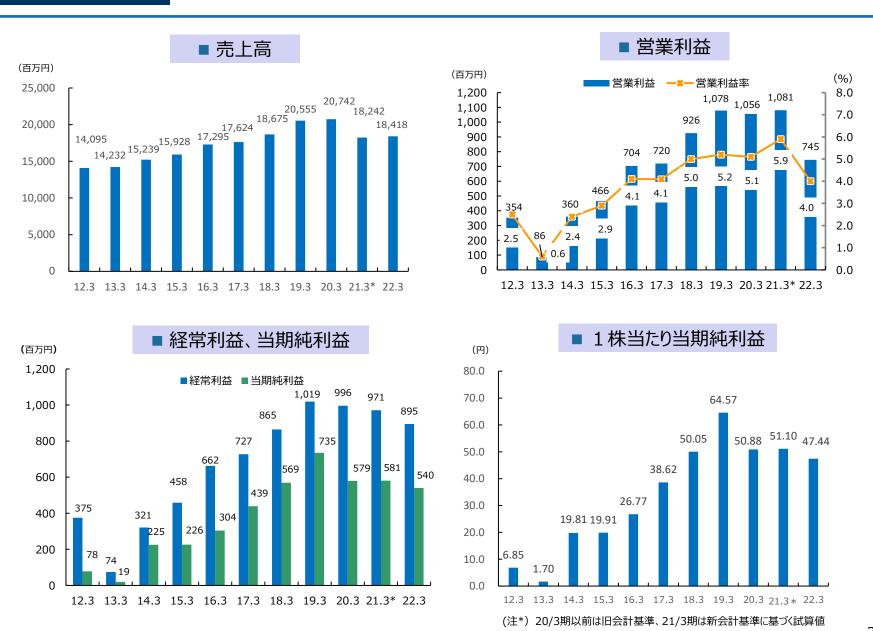
造粒製品

スープ類、健康食品、 スポーツ飲料、ココア等





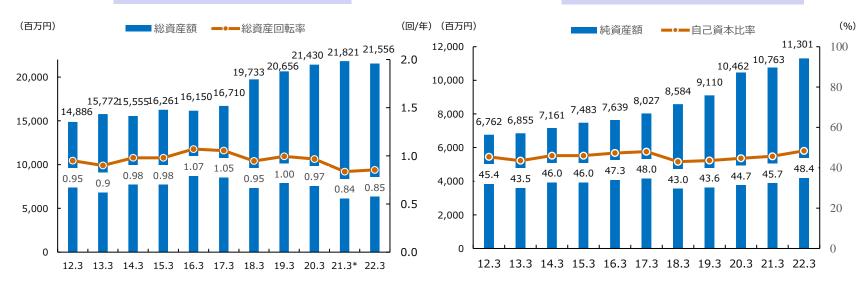
主要財務データ①

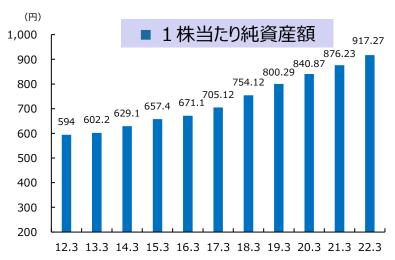


主要財務データ②

■ 総資産、総資産回転率

■ 純資産額、自己資本比率





〈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。