



高砂香料工業株式会社

証券コード：4914

**2021年3月期 第2四半期（上期）
決算説明会**

2020年11月19日

目次



- I. はじめに
- II. 2021年3月期 上期業績
- III. 2021年3月期 通期業績予想
- IV. おわりに



I .はじめに

上期業績

- ◆売上高 771億円（前期比 7億円減収）
- ◆営業利益 33億円（前期比17億円増益）

- ・売上高は、海外フレグランス事業が堅調に推移した一方で、日本の飲料カテゴリー等がコロナ禍の影響により低調であったため減収
- ・営業利益は、日本の売上減による売上総利益減を、堅調な海外のフレグランス事業等が補ったことに加え、原料費の低下、販管費減により増益

通期予想

- ◆売上高 1535億円から1480億円に下方修正（△ 3.6%）
- ◆営業利益 33億円から 50億円に上方修正（+51.5%）

- ・売上高は、コロナ禍が続いていることや円高が予想されることから下方修正
- ・営業利益は、海外フレグランス事業等の営業利益改善の効果が想定を上回り推移していることから上方修正



Ⅱ. 2021年3月期 上期業績

[単位：億円]

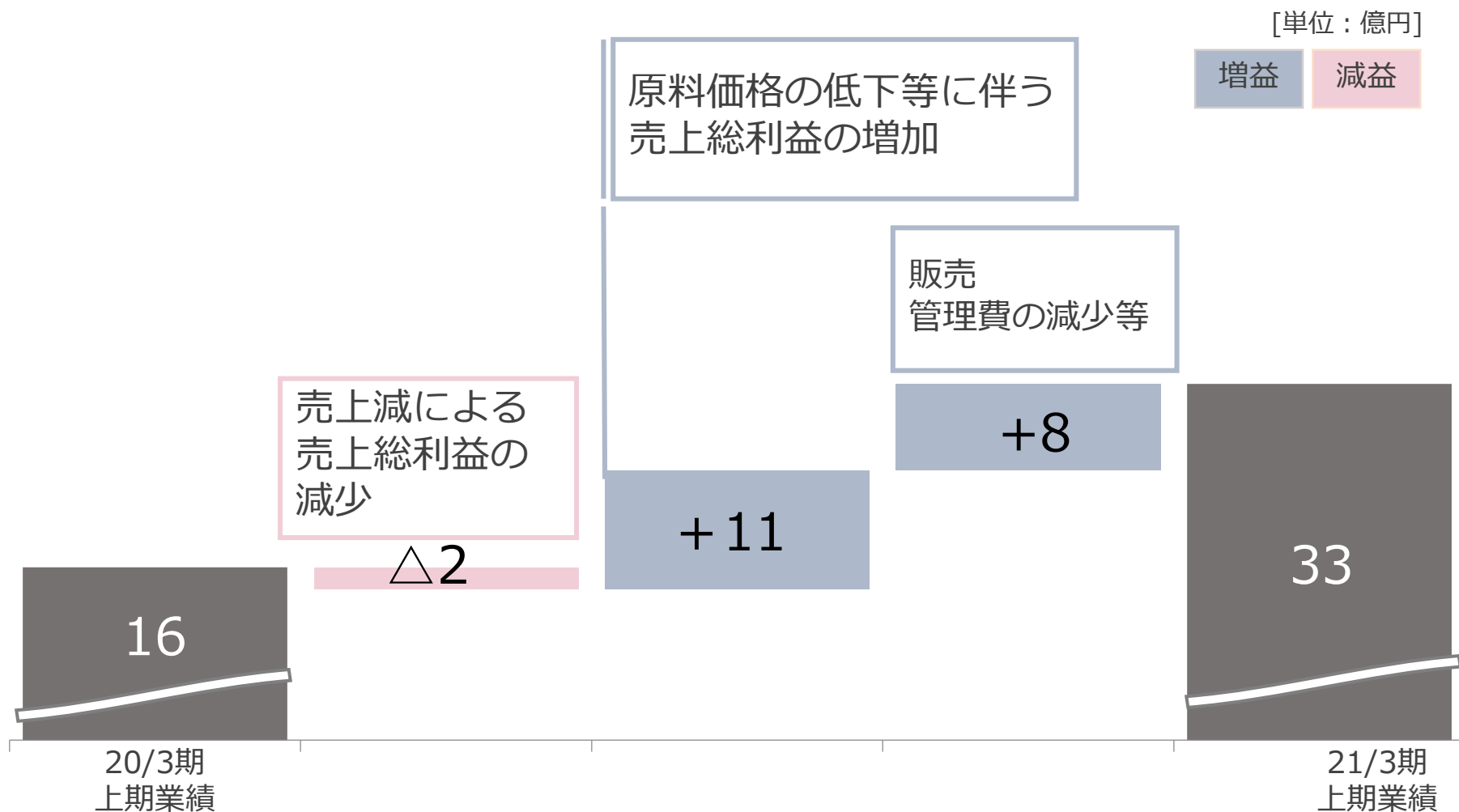
	2020/3 上期業績	2021/3 上期業績	前期比	為替影響除く 前期比
売上高	778	771	△0.8%	+1.1%
売上総利益 売上総利益率	218 28.0%	227 29.4%	+4.1% +1.4P	— —
販売管理費	202	194	△4.0%	—
営業利益 営業利益率	16 2.1%	33 3.9%	+106.1% +1.8P	+104.2% —
当期純利益	17	30	+82.6%	—

期中平均為替レート

USD :	110円	108円	△2円
EUR :	124円	119円	△5円

[単位：億円]

	売上高				営業利益			
	2020/3 上期業績	2021/3 上期業績	前期比	為替影響 除く 前期比	2020/3 上期業績	2021/3 上期業績	前期比	為替影響 除く 前期比
日本	355	336	△5.4%	-	2	1	△60.9%	-
米州	162	175	+8.2%	+12.0%	1	13	+1082.1%	+800.7%
欧州	127	129	+1.4%	+5.9%	7	5	△24.4%	△21.1%
アジア	133	131	△1.8%	+1.4%	6	14	+126.6%	+128.8%
調整			-	-	△0	△0	-	-
合計	778	771	△0.8%	+1.1%	16	33	+106.1%	+104.2%





Ⅲ. 2021年3月期 通期業績予想

■ 為替の前提

	2020/3	2021/3		
	通期実績	期初予想	上期実績	通期予想
U S D	109円	109円	108円	107円
E U R	122円	120円	119円	121円

□ 為替感応度 (1円円高/円安のケース)

□ 売上高に対する影響

□ USD = 約4億円減収/増収

□ EUR = 約2億円減収/増収

◆ 営業利益に対する影響

● USD = 約34百万円減益/増益

● EUR = 約7百万円減益/増益

[単位：億円]

	2020/3 通期業績	2021/3 通期予想 (2020/5/14時点)	2021/3 通期予想 (2020/11/9時点)	前期比
売上高	1525	1535	1480	△2.9%
営業利益 営業利益率	27 1.7%	33 2.1%	50 3.4%	+88.0% +1.7P
経常利益	29	35	52	+82.2%
当期純利益	34	36	50	+46.7%

期中平均為替レート

USD :	109円	109円	107円	△2円
EUR :	122円	120円	121円	△1円

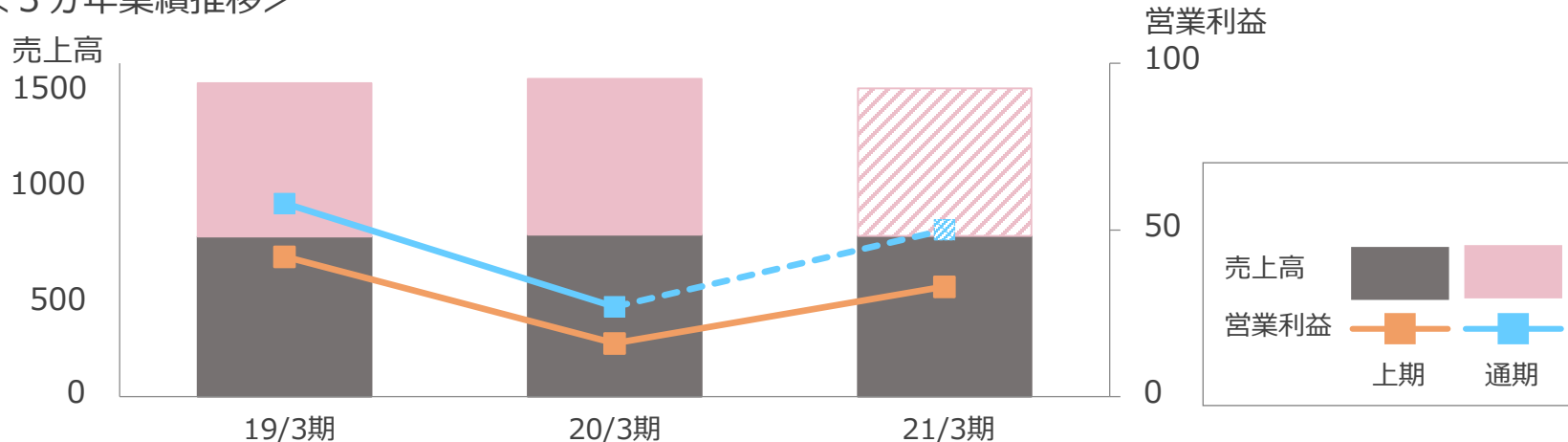
※ 通期予想は、2021年3月期第2四半期決算短信（2020/11/9）において修正いたしました。

[単位：億円]

	2021/3 上期業績	通期予想に対する 達成率	2021/3 通期予想 (2020年11月9日時点)
売上高	771	52.1%	1480
営業利益	33	66.6%	50
経常利益	34	65.4%	52
当期純利益	30	60.7%	50

※ 通期予想は、2021年3月期第2四半期決算短信（2020/11/9）において修正いたしました。

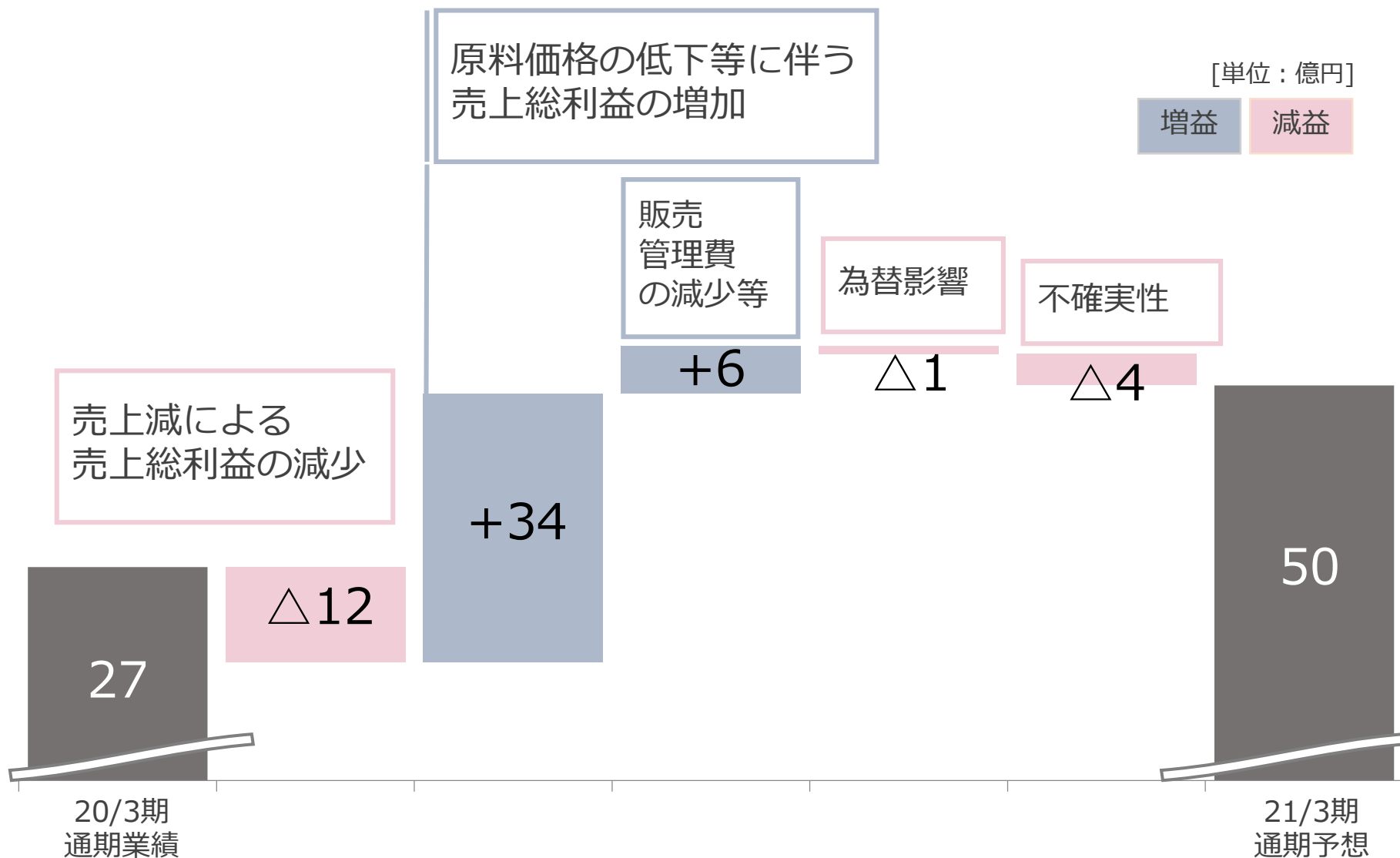
<3カ年業績推移>



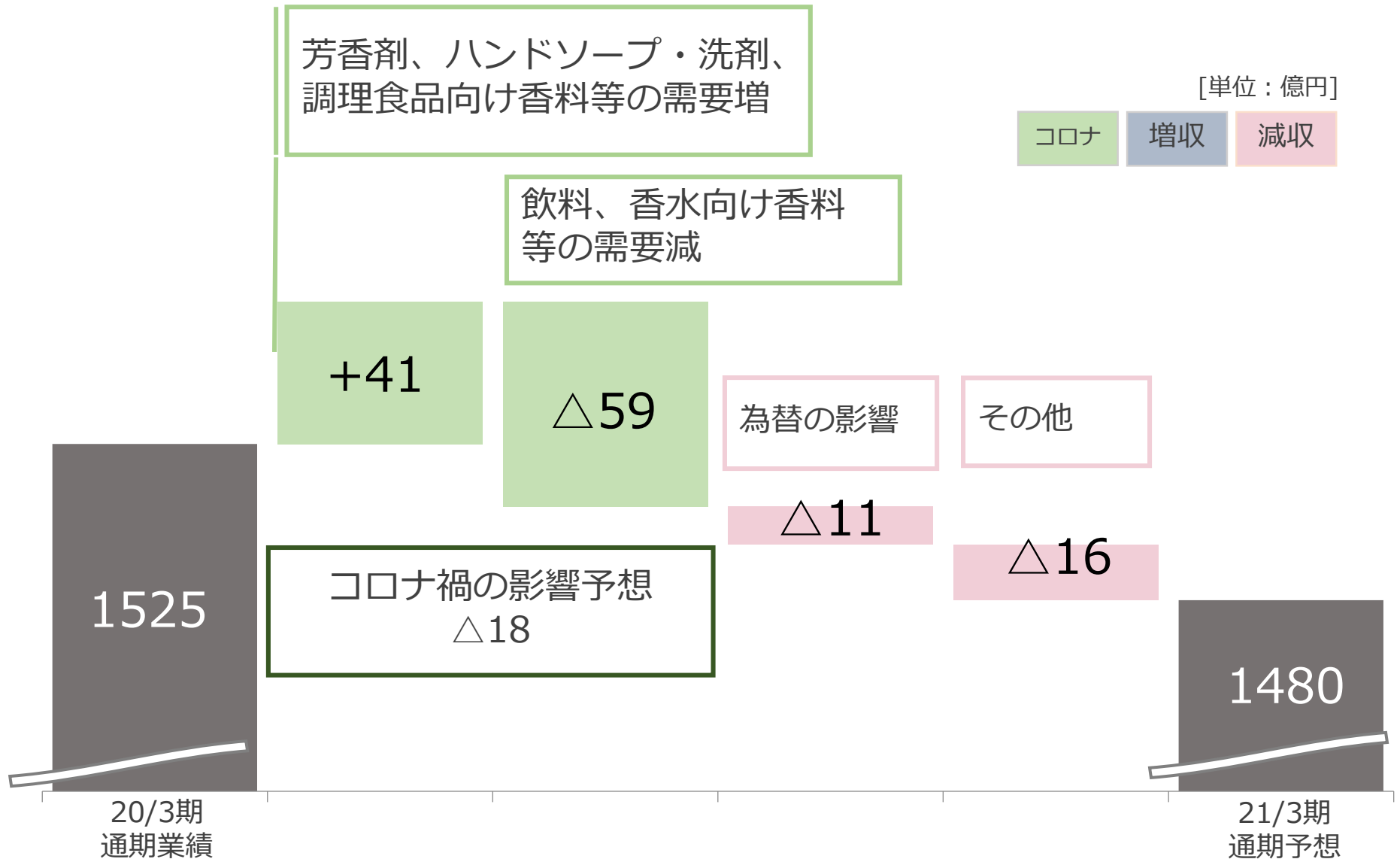
[単位：億円]

	売上高				営業利益			
	2020/3 通期業績	2021/3 通期予想	前期比	為替影響 除く 前期比	2020/3 通期業績	2021/3 通期予想	前期比	為替影響 除く 前期比
日本	689	644	△6.5%	—	△0	3	—	—
米州	327	341	+4.2%	+8.0%	4	19	+409.6%	+360.0%
欧州	253	245	△3.3%	△2.7%	9	8	△9.6%	△9.2%
アジア	255	251	△1.8%	△0.4%	14	20	+50.2%	+70.5%
調整			—	—	0	0	—	—
合計	1525	1480	△2.9%	—	27	50	+88.0%	—

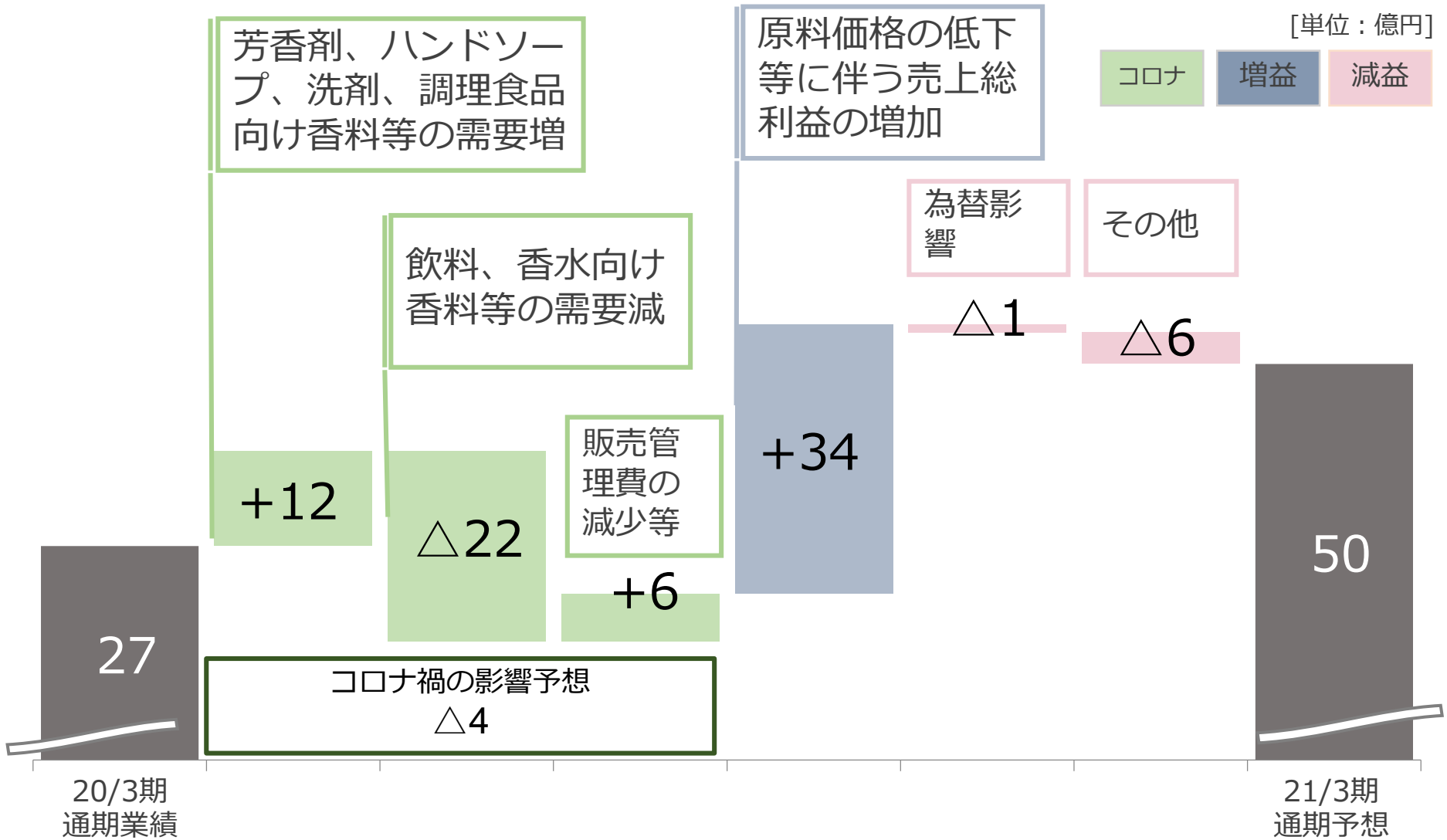
※ 通期予想は、2021年3月期第2四半期決算短信（2020/11/9）において修正いたしました。



コロナ禍の影響 売上高増減分析

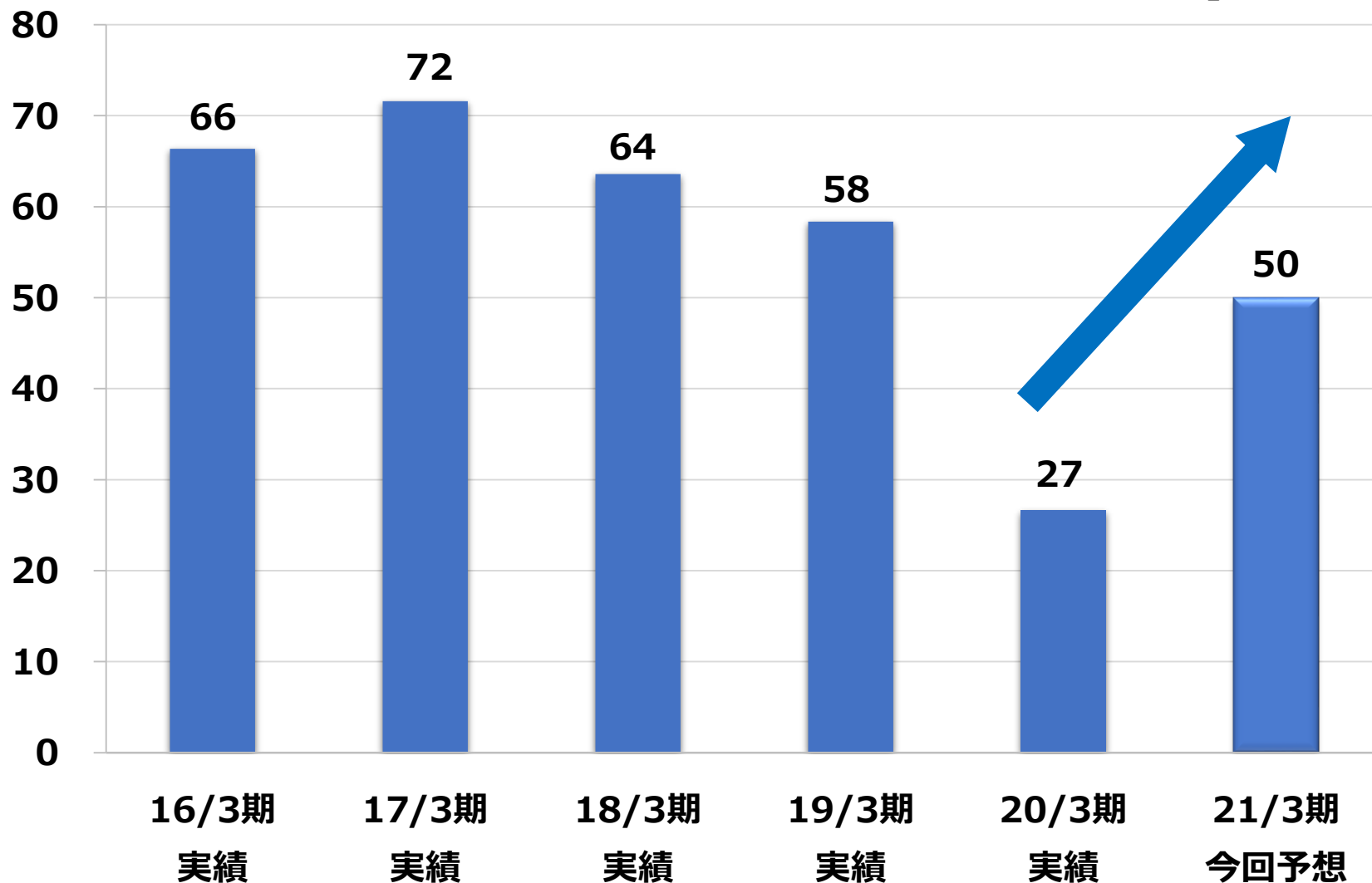


コロナ禍の影響 営業利益増減分析



営業利益6か年推移（通期）

[単位：億円]



[単位：億円]

	2020/3 実績	2021/3 予想
設備投資	79	77
減価償却費	65	63
研究開発費	120	116
売上高研究開発費率	7.9%	7.9%

2021/3 主要投資案件

[日本]

- ・プロセス開発設備増強 11億円

(総額16億円 2020/3期に5億円支出済)

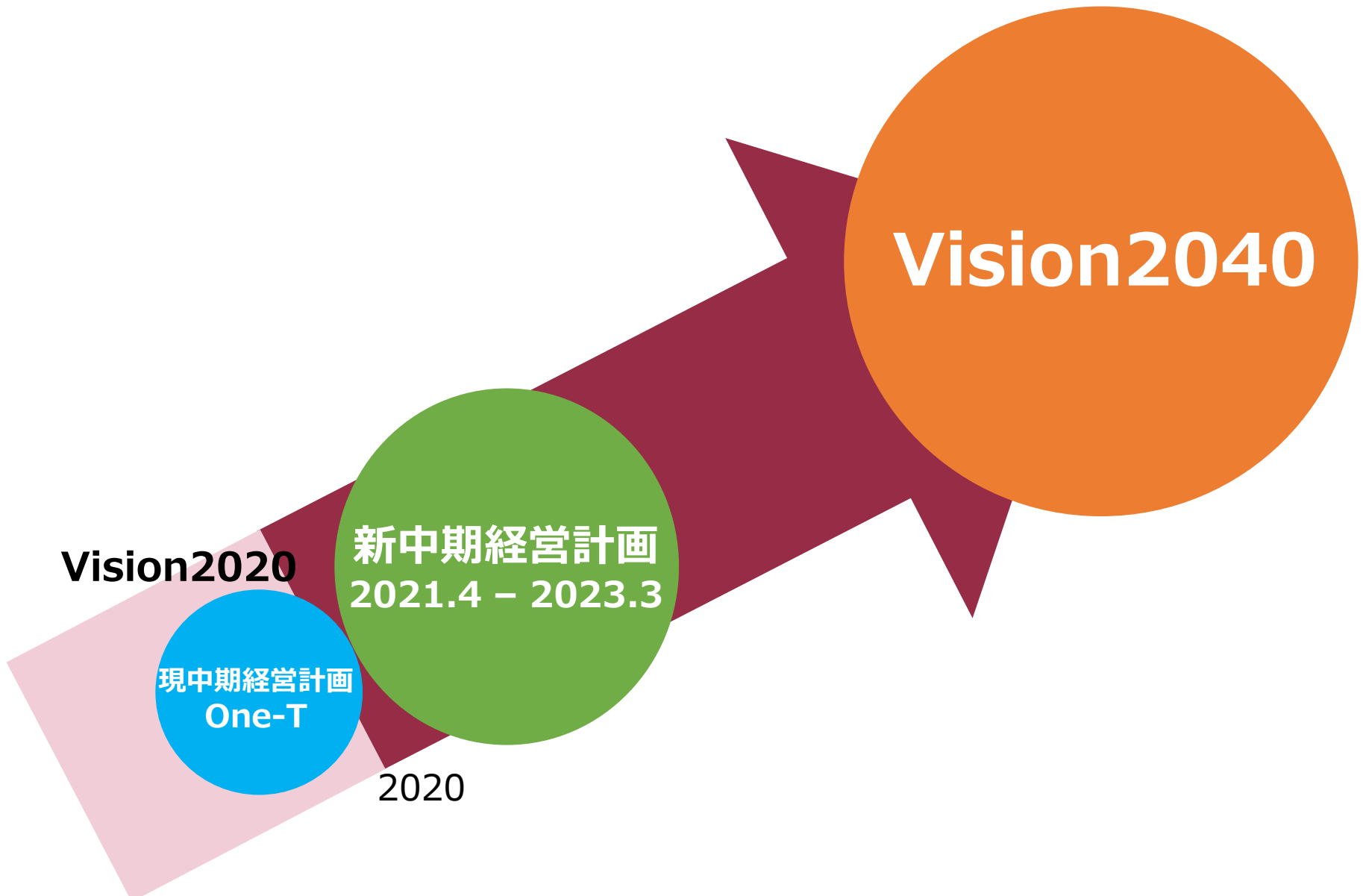
[アジア]

- ・広州子会社 生産能力拡充 10億円

(総額15億円 2020/3期に5億円支出済)



IV.おわりに



本日は、ありがとうございました。



※注意事項

本資料は、2020年11月19日現在の当社グループの事業内容、経営戦略、業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

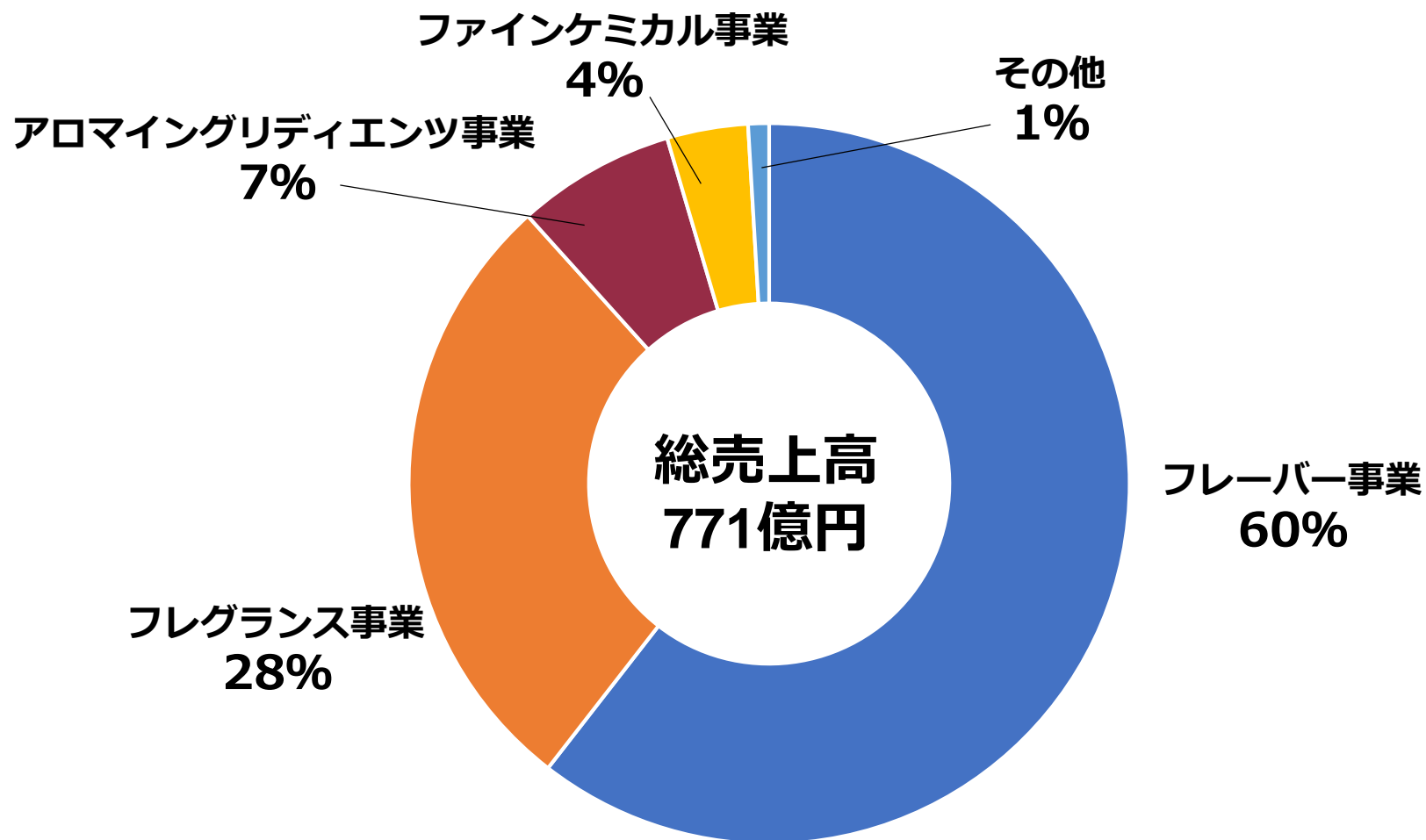
本資料に記載した意見や予測等は資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。

問合せ先：IR/広報室
TEL: 03-5744-0523 FAX:03-5744-0512
<https://www.takasago.com>
E-mail: ir@takasago.com



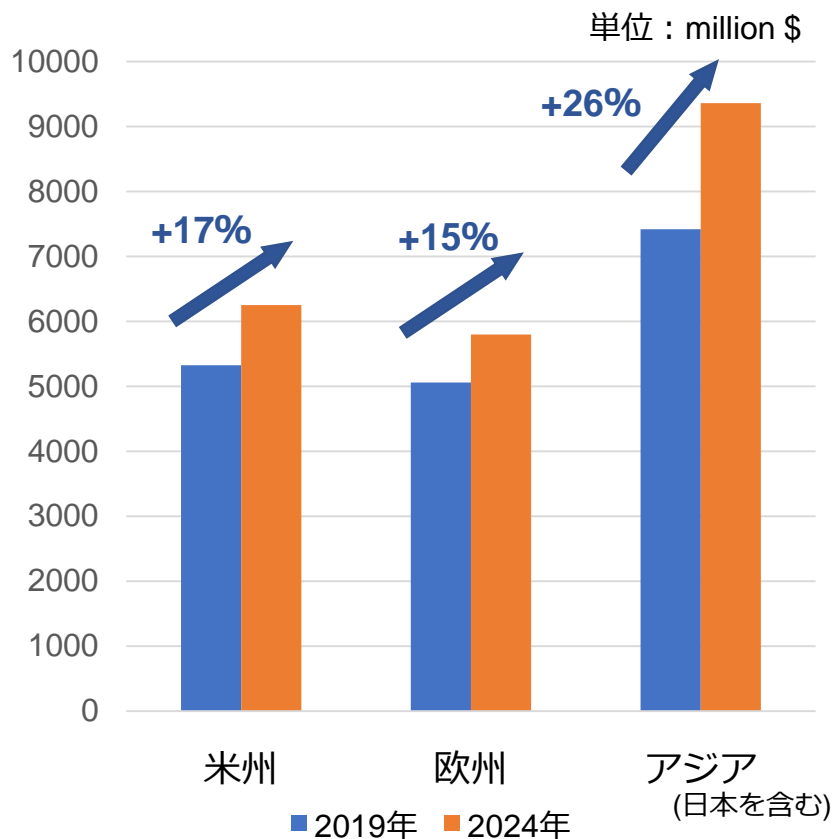
付属資料

	フレーバー	フレグランス	アロマイングリ ディエーツ	ファイン ケミカル
製品用途	飲料、製菓、スープ、デザート等食品全般	衣料用洗剤・柔軟剤、化粧品、芳香剤等	香料の原料 (フレーバー、フレグランス)	医薬品中間体、機能性材料、触媒、農薬中間体
主要顧客	食品メーカー	日用品メーカー 化粧品メーカー	同業他社、自社使用	医薬品メーカー 電機電子メーカー
競合先	香料会社(同業)等	香料会社(同業)等	香料・化学メーカー、天然品市場(メントール)	化学メーカー等



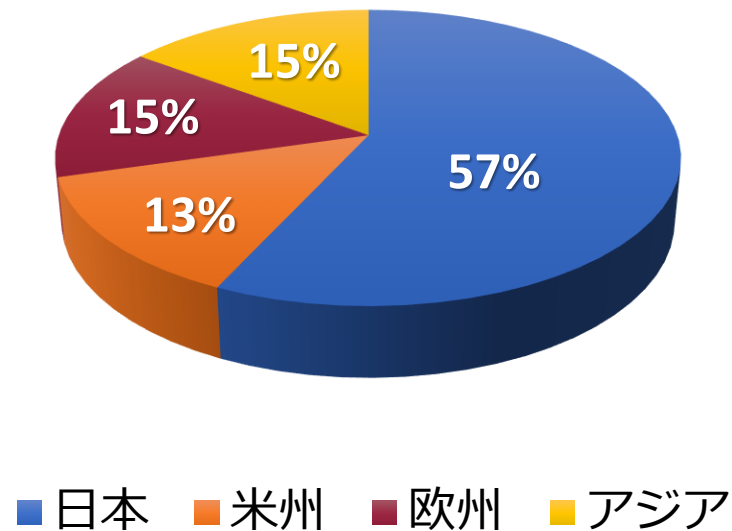
2021年3月期第2四半期 売上高

地域別 フレーバー市場予想



民間調査会社の調査結果に基づく当社推計

地域別 当社売上実績



※2021年3月期第2四半期

販売戦略

■ 地域別対応

[日本・アジア]

国・カテゴリー別対応

宗教、習慣、嗜好に合わせた対応

[米州・欧州]

ナチュラルフレーバー対応

シトラス、バニラ、ミント等

研究開発戦略

■ ナチュラル素材開発

- ・ CIT社での独自のバイオ技術による新素材開発
- ・ シトラスリサーチセンター、バニラリサーチセンターで競争力のある素材の研究・開発

■ 自社スペシャリティ

- ・ センソールセンターでアプリケーションの研究・開発

■ グローバルとの関わり

- ・ 課題を共有し基盤的な研究を強化

具体的対応

アクション

- ・ 原料価格高騰等に備え、国内外ともに原料の戦略的確保に努める
- ・ 原料配合の工夫や販売価格適正化により利益改善を推進
- ・ アジアフォーカス

<新型コロナウイルス感染症の影響>

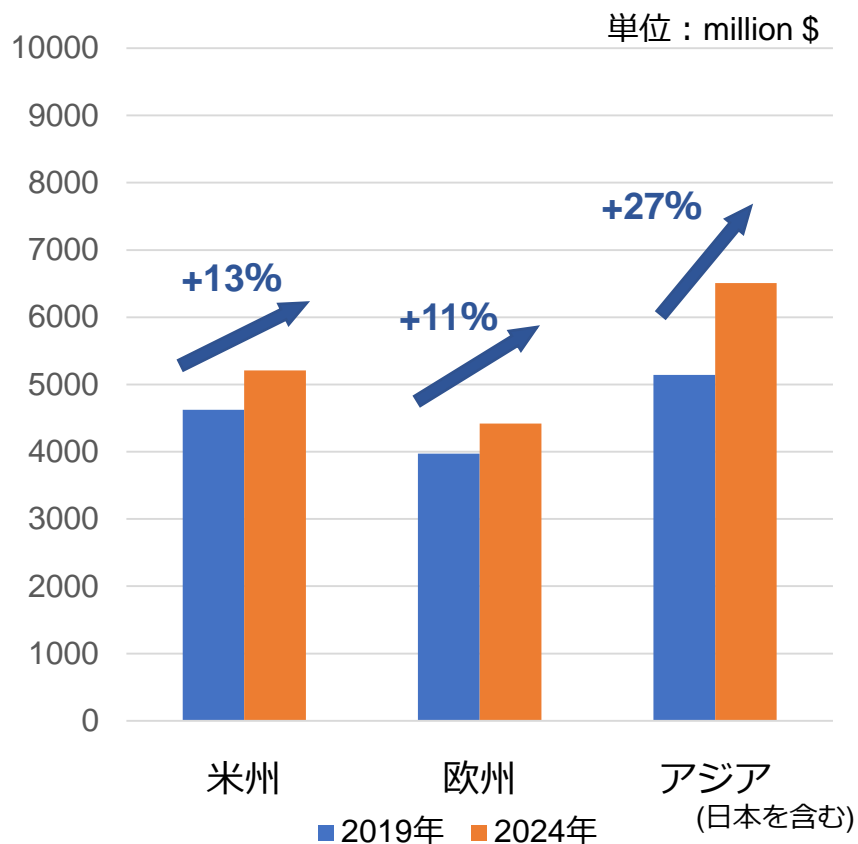
- ・ 国内では外出自粛等の影響で、コンビニ・自動販売機向け飲料等が低調だった
- ・ 海外における影響は国内と比較すると穏やかである

第2四半期売上高の推移

単位：億円

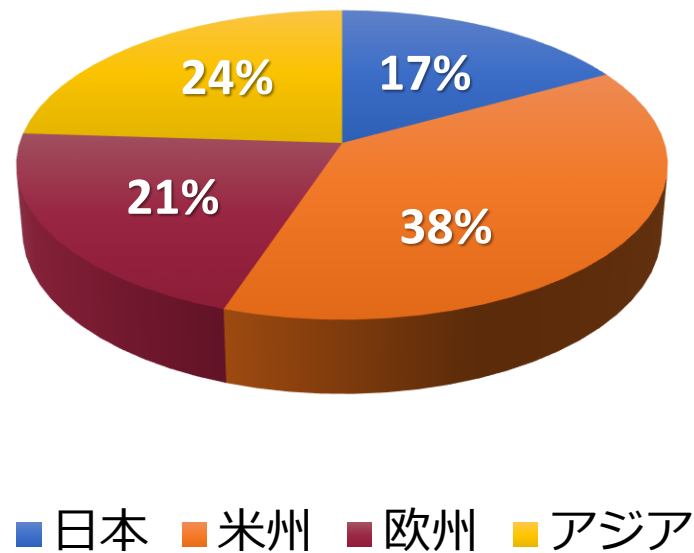
2017/3 2Q	2018/3 2Q	2019/3 2Q	2020/3 2Q	2021/3 2Q
431	427	464	478	467

地域別 フレグランス市場予想



民間調査会社の調査結果に基づく当社推計

地域別 当社売上実績



※2021年3月期第2四半期

販売戦略

■ 製品カテゴリー別対応

- [エアケア] 得意分野 シェア維持
- [パーソナルウォッシュ] 新興成長市場開拓
- [ファブリック] 大口顧客への販売強化
- [ファインフレグランス] ブランディング強化

マルチナショナル顧客、主要ローカル顧客へ展開

研究開発戦略

■ 製品カテゴリーを支える技術の強化

- ・ 悪臭抑制技術
- ・ 生理心理技術的アプローチ
- ・ カプセル化による香りのデリバリーコントロール
- ・ サステナビリティ、SDGsを考慮した香料開発

具体的対応

アクション

- ・ 中期経営計画のターゲットカテゴリーである[パーソナルウォッシュ]と[ファブリック]にリソースを集中して売上を伸ばすことに成功
- ・ 昨年末からの原材料高騰の流れが落ち着いた影響で、フレグランス事業の利益(粗利)率も回復傾向

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ 家で過ごす時間の増加や快適な生活を求める消費者の動向により [エアケア]の売上増加
- ・ 衛生意識の高まりにより [ファブリック] の売上増加
- ・ 観光業や小売店の回復遅れにより[ファインフレグランス]の売上減少

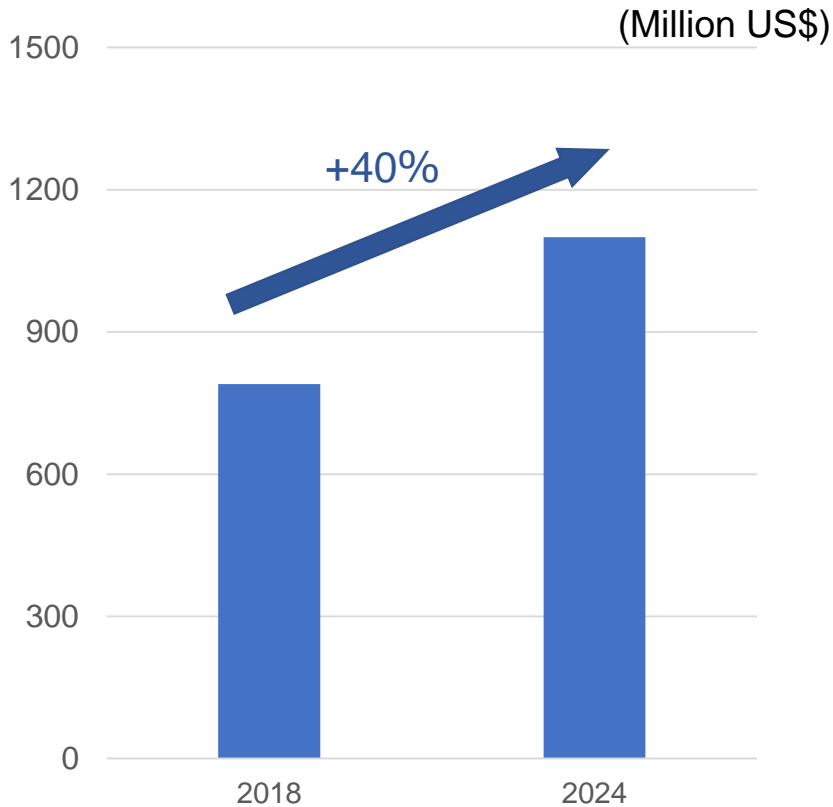
第2四半期売上高の推移

単位：億円

2017/3 2Q	2018/3 2Q	2019/3 2Q	2020/3 2Q	2021/3 2Q
182	186	194	198	214

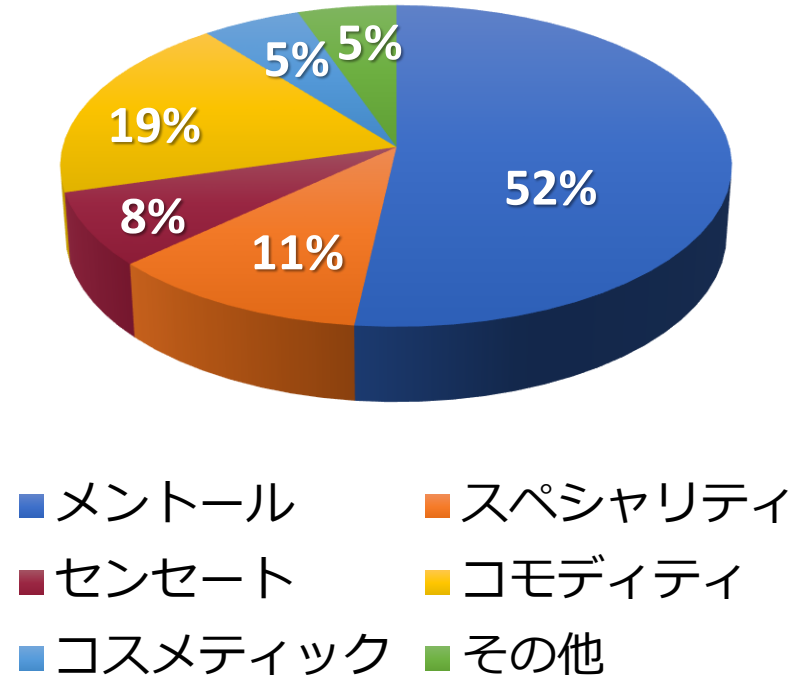
- ・アロマイングリディエーツは主にフレーバー、フレグランスの原料となる。両市場が成長すればアロマイングリディエーツ市場も成長する
- ・メントールの売上を確保しつつスペシャリティも重視していく

ℓ-メントールのグローバル市場予想



民間調査会社の調査結果に基づく当社推計

カテゴリー別 当社売上実績



※2021年3月期第2四半期

販売戦略

■ 製品カテゴリー別対応

[メントール]

天然由来製法による差別化

[スペシャリティ・センセート]

付加価値の高い当該品目の強化

(コモデティからスペシャリティへ)

新規顧客の開拓

研究開発戦略

■ 差別化のための新製品開発

- ・ サステナブル&リニューアブルな製品開発
(天然由来原料・再生可能原料)

- ・ 製造方法に関してバイオ企業との連携強化

具体的対応

アクション

- ・ 「ブランディングの継続・強化」

→ *l*-メントール、Biomuguet[®]、Biocyclamol[®]が米国農務省のBioPreferred認証を取得、他品目でも同認証を得るために準備中

- ・ スペシャリティ品の内部使用率増加(調合香料の差別化に貢献)

- ・ グローバルな規制登録への対応の推進

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ ミント系菓子等の需要減少によりメントール等の売上減少

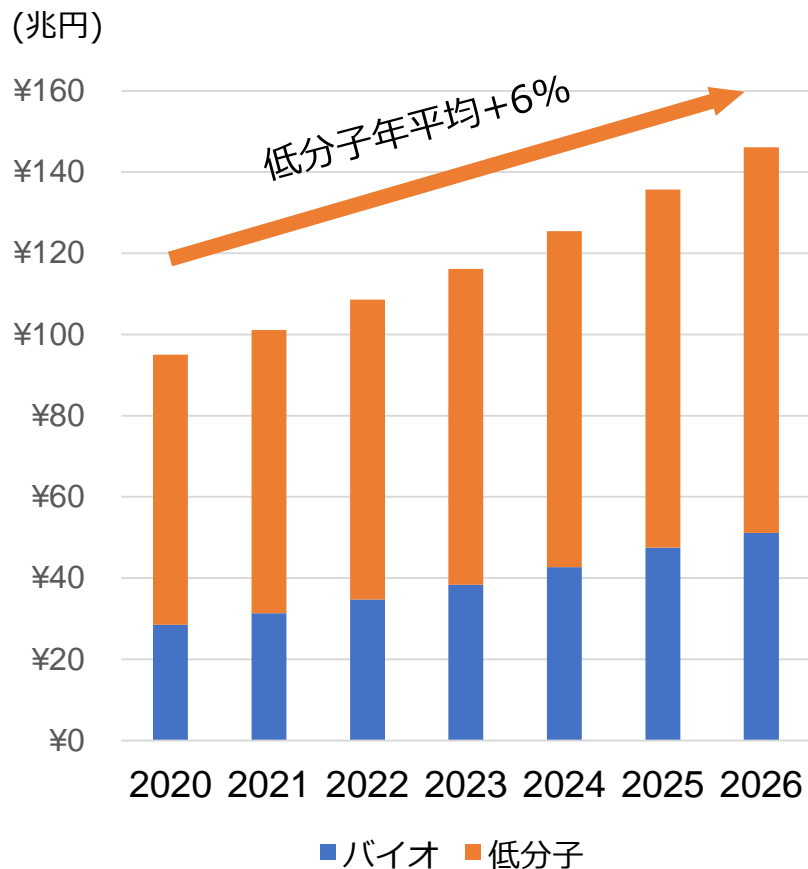
第2四半期売上高の推移

単位：億円

2017/3 2Q	2018/3 2Q	2019/3 2Q	2020/3 2Q	2021/3 2Q
57	56	69	65	55

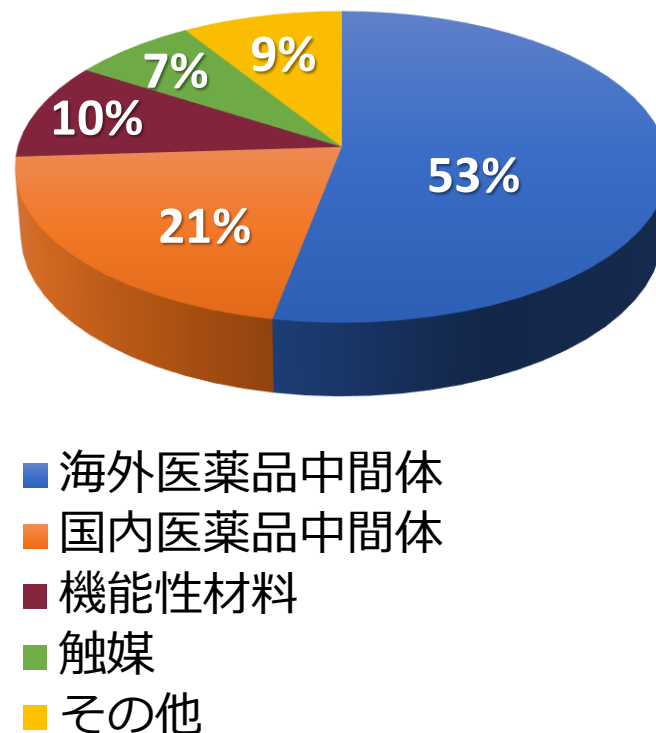
- ・ 低分子医薬品市場は今後も伸長予想
- ・ 当社の売上に関しては、医薬品中間体ビジネス中心を継続

医薬品市場予想



民間調査会社の調査結果に基づく当社推計

カテゴリー別 当社売上実績



※2021年3月期第2四半期

販売戦略

- 顧客ポートフォリオ
得意先の開拓
- 製品ポートフォリオ
後期開発案件の獲得、次期主力商材の立上げ
用途の分散

研究開発戦略

- 技術ポートフォリオ
プロセスイノベーションの具現化、
「強み」の融合による差別化、提案
- 「触媒」 + 「連続フロー技術・設備」 +
「自動化・省力化」

具体的対応 アクション

- ・ 海外医薬品中間体は、今後に繋がる新規開発品目を獲得し、収益に貢献した
- ・ 導入した小型連続反応槽設備を使用する製造は順調に稼働、2020年以降も引き続き稼働を計画
- ・ 国内医薬品中間体は既存品目の受注増により、目標を上回る売り上げ
- ・ 国内外メガファーマとも取引がある医薬品中間体ビジネスを中心としていく
- ・ 今期は、市場拡大の既存品目への対応及び2021年以降に繋がる新規プロジェクトに注力する

<新型コロナウイルス感染症の影響>

- ・ 機能性材料の販売に一部影響が出ている

第2四半期売上高の推移

単位：億円

2017/3 2Q	2018/3 2Q	2019/3 2Q	2020/3 2Q	2021/3 2Q
31	39	35	30	28

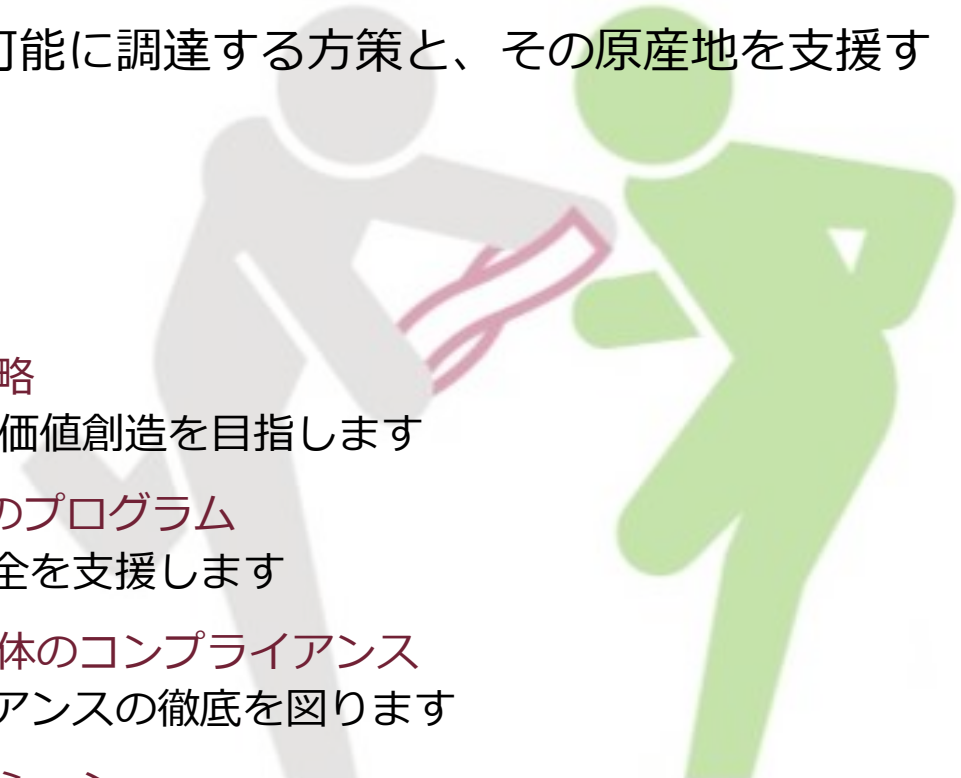
Takasago Global Procurement Sustainability Key Initiatives

目的

当社の事業戦略に重要な原料を、持続可能に調達する方策と、その原産地を支援する取り組みの推進

戦略

1. **TaSuKI Originals: 持続可能な調達戦略**
品質・価格・供給の安定化及び、新たな価値創造を目指します
2. **TaSuKI Care: 地域社会や環境のためのプログラム**
原産地の地域社会を尊重し、その環境保全を支援します
3. **TaSuKI Comply: サプライチェーン全体のコンプライアンス**
トレーサビリティを追究し、コンプライアンスの徹底を図ります
4. **TaSuKI Share: 積極的なコミュニケーション**
調達活動に関し、透明性のある情報開示を行います





- ・ フランスの農協組織Cooperative Corporation of Perfume Plants of Provence (SCA3P)と長期契約を締結
- ・ 香水、香粧品、ボディケア、ホームケア商品向けに幅広く用いられるラバンディン・グロツソオイルを長期的かつ安定的に入手可能となった
- ・ この長期契約によってSCA3P所属農家は安定的に収入が得られるようになり、地域支援にもつながる取り組みとなった