

高砂香料工業株式会社

証券コード:4914

2022年3月期 第2四半期(上期) 決算説明会

2021年11月19日



Since 1920

目次

- I. 2022年3月期 上期業績**
- II. 2022年3月期 通期業績予想**
- III. ウィズコロナ／アフターコロナの見通し**
- IV. Appendix**

I. 2022年3月期 上期業績

2022年3月期 上期業績

[単位：億円]

	2021/3 上期業績	2022/3 上期業績	前期比	為替影響除く 前期比
売上高	771	829	+7.5%	+5.6%
売上総利益 売上総利益率	227 29.4%	262 31.6%	+15.4% +2.2P	— —
販売管理費	194	208	+7.5%	—
営業利益 営業利益率	33 4.3%	54 6.5%	+60.8% +2.2P	+60.3% —
当期純利益	30	44	+46.2%	—

期中平均為替レート

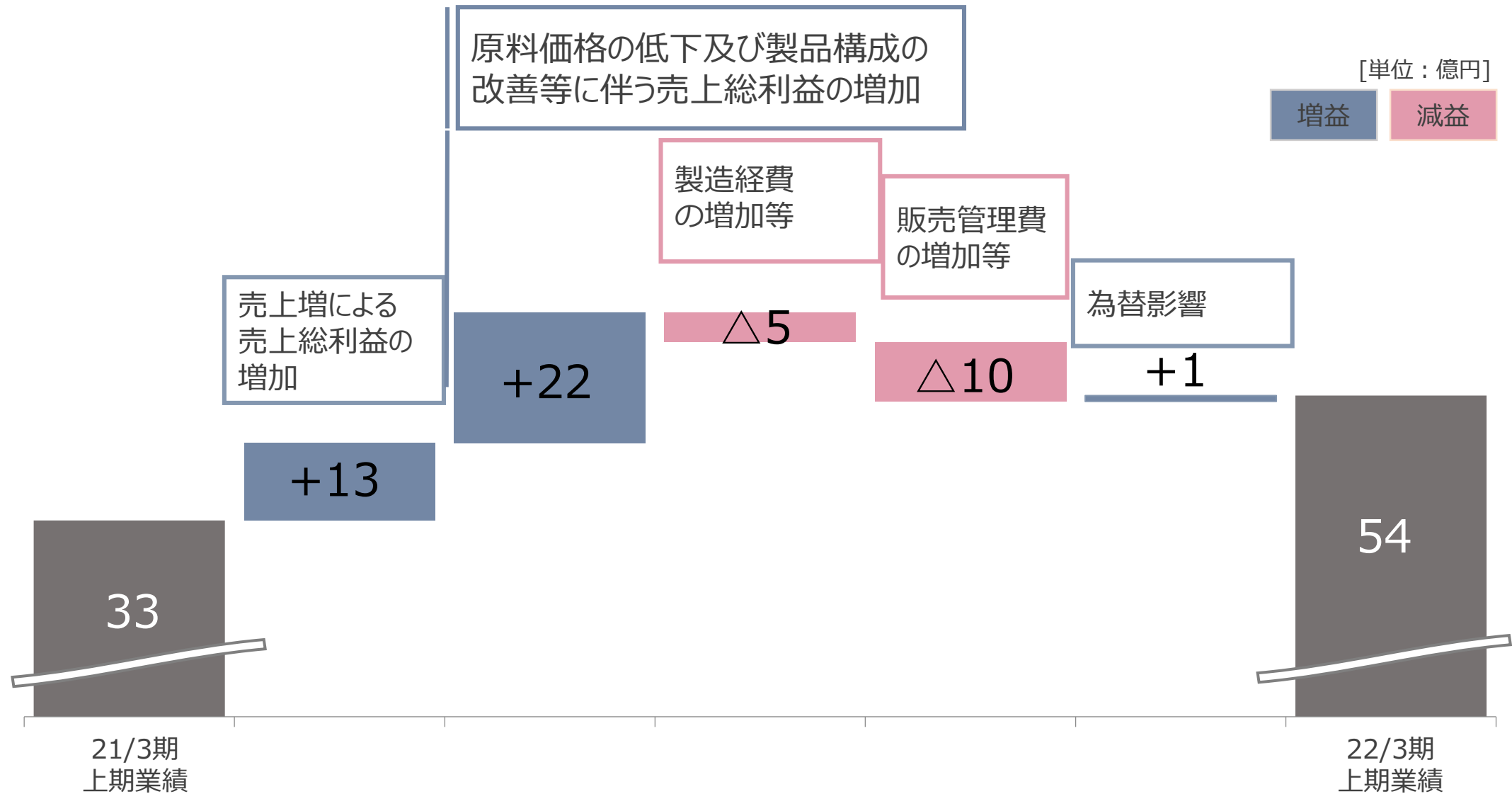
USD :	108円	108円	0円
EUR :	119円	130円	+11円

地域セグメント

[単位：億円]

	売上高				営業利益			
	2021/3 上期業績	2022/3 上期業績	前期比	為替影響 除く 前期比	2021/3 上期業績	2022/3 上期業績	前期比	為替影響 除く 前期比
日 本	336	353	+4.9%	—	1	16	+1,656%	—
米 州	175	191	+9.2%	+9.8%	13	16	+20.1%	+20.5%
欧 州	129	142	+10.2%	+0.9%	5	7	+37.8%	+36.2%
ア ジ ア	131	143	+9.3%	+6.9%	14	15	+7.5%	+7.0%
調 整			—	—	△0	△0	—	—
合 計	771	829	+7.5%	+5.6%	33	54	+60.8%	+60.3%

営業利益の増減分析



II. 2022年3月期 通期業績予想

為替の前提、感応度

■ 為替の前提

	2021/3	2022/3		
	通期実績	期初予想	上期実績	通期予想
U S D	107円	104円	108円	109円
E U R	122円	122円	130円	130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35百万円減益/増益
- EUR = 約6百万円減益/増益

2022年3月期 通期予想

[単位：億円]

	2021/3 通期業績	2022/3 通期予想 (2021/5/14時点)	2022/3 通期予想 (2021/11/8時点)	前期比
売上高	1,504	1,510	1,650	+9.7%
営業利益 営業利益率	63 4.2%	50 3.3%	70 4.2%	+11.3% +0.1P
経常利益	73	53	72	△1.1%
当期純利益	72	48	62	△13.3%

期中平均為替レート

USD :	107円	104円	109円	+2円
EUR :	122円	122円	130円	+8円

※ 通期予想は、2022年3月期第2四半期決算短信（2021/11/8）において修正いたしました。

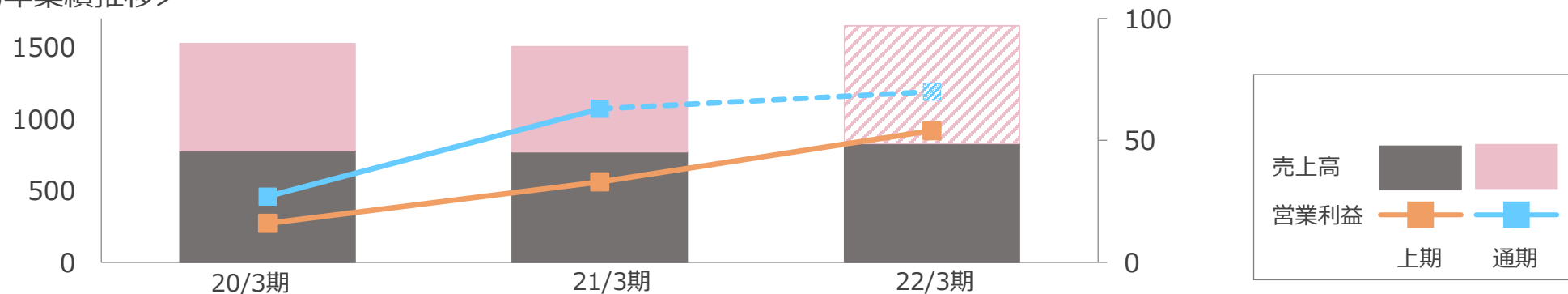
2022年3月期 通期予想

[単位：億円]

	2022/3 上期業績	通期予想に対する 達成率	2022/3 通期予想 (2021年11月8日時点)
売上高	829	50.2%	1,650
営業利益	54	76.5%	70
経常利益	57	79.0%	72
当期純利益	44	71.6%	62

※ 通期予想は、2022年3月期第2四半期決算短信（2021/11/8）において修正いたしました。

<3カ年業績推移>

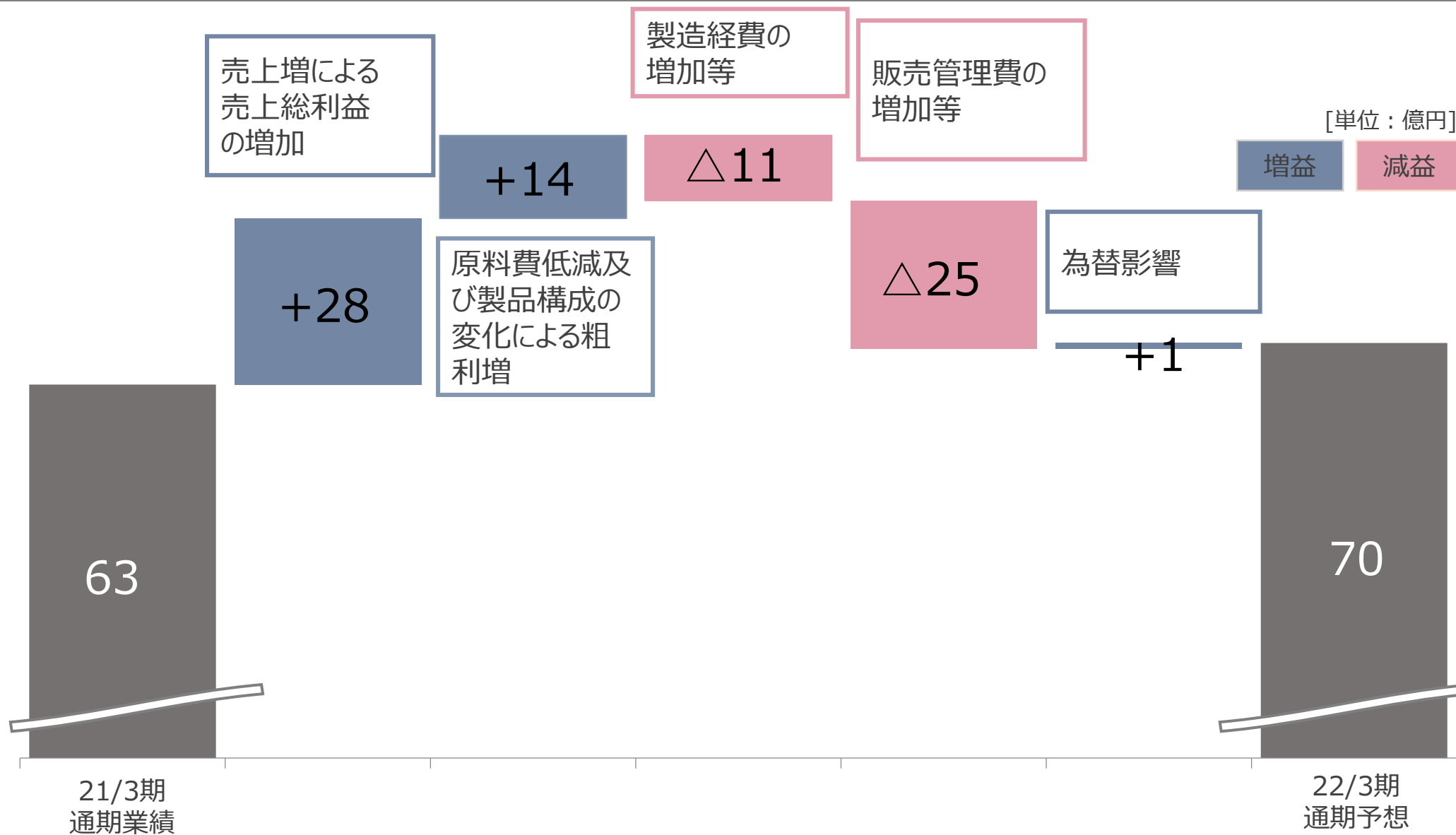


2022年3月期地域セグメント別予想

[単位：億円]

	売上高				営業利益			
	2021/3 通期業績	2022/3 通期予想	前期比	為替影響 除く 前期比	2021/3 通期業績	2022/3 通期予想	前期比	為替影響 除く 前期比
日本	653	701	+7.5%	—	6	18	+221.6%	—
米州	351	384	+9.5%	+6.7%	24	22	△6.6%	△9.0%
欧州	251	282	+12.3%	+4.5%	9	9	+3.1%	△3.3%
アジア	249	282	+13.5%	+8.3%	22	21	△6.1%	△8.9%
調整			—	—	3	0	—	—
合計	1,504	1,650	+9.7%	—	63	70	+11.3%	—

営業利益増減分析



設備投資・減価償却費・研究開発費

[単位：億円]

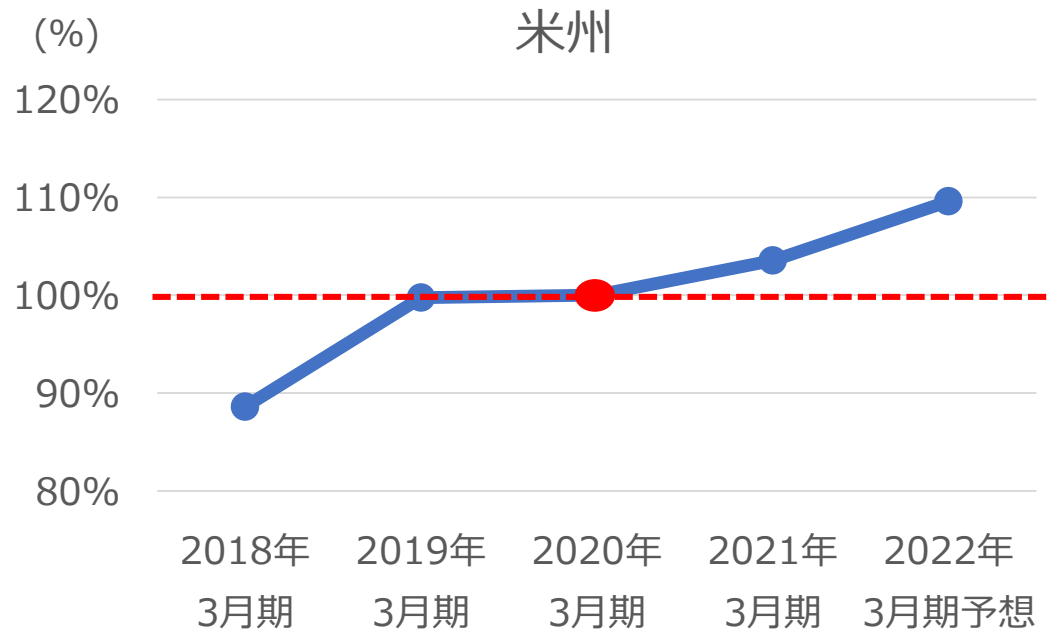
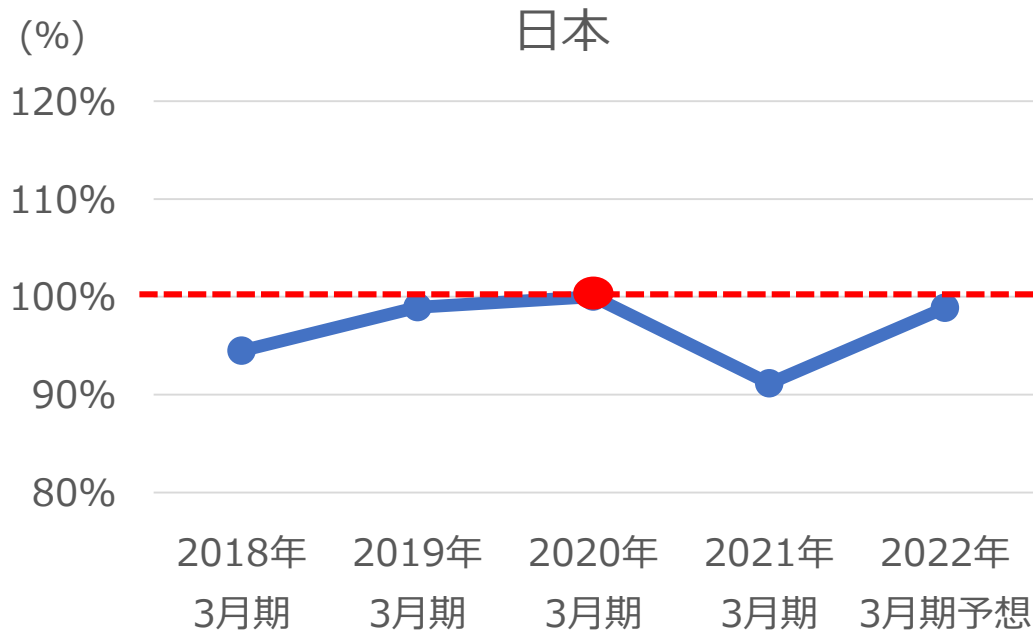
	2021/3 実績	2022/3 予想
設 備 投 資	73	51
減 価 償 却 費	66	66
研 究 開 発 費	117	126
売上高研究開発費率	7.8%	7.6%

III. ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

ウイズコロナ／アフターコロナの見通し

◆売上高 フレーバー 日本・米州

2020年3月期を100としたときの売上の推移



日本

前期はコロナ禍で飲料用香料、菓子用香料が大きく減少。今期は戻ってきているがコロナ禍前水準には届かず。今後は緩やかに回復見込み。

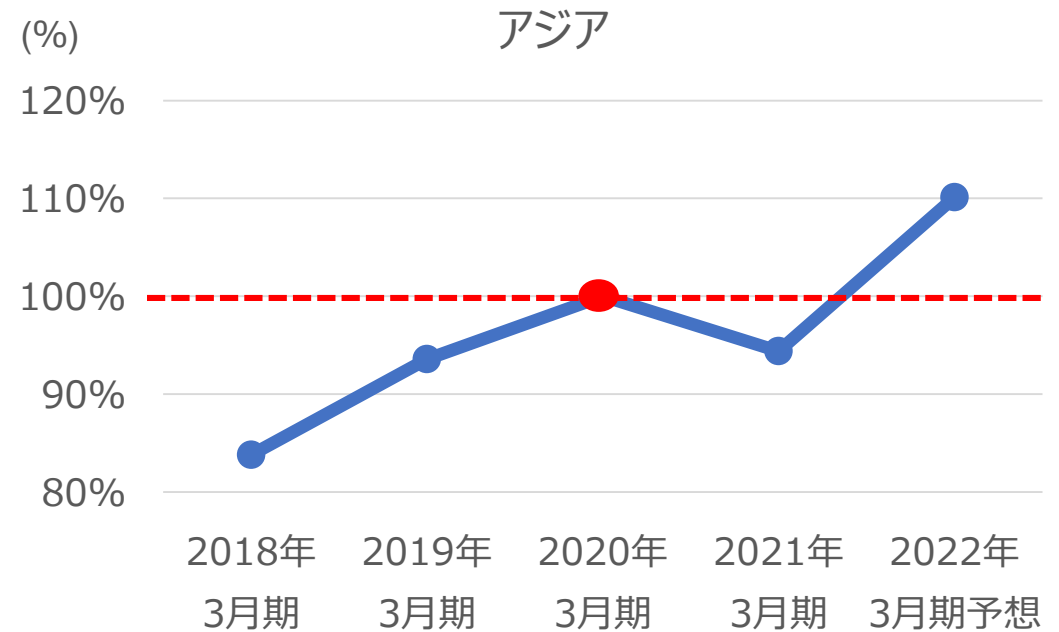
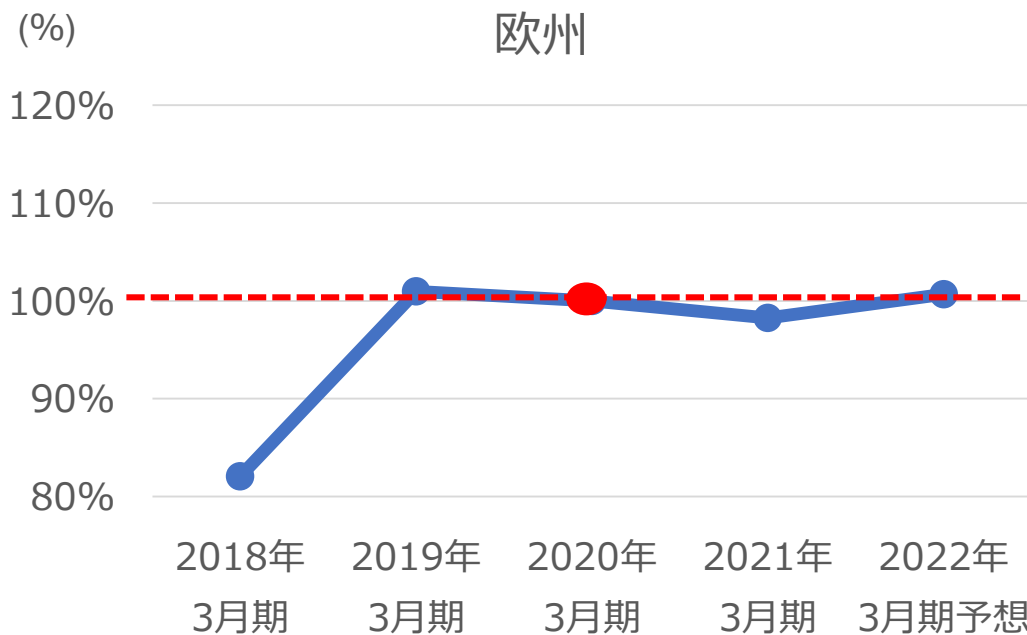
米州

前期はコロナ禍影響で菓子用香料等が減少したが、新規採用品の獲得などで補った。今後は再び成長していく見込み。

ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

◆売上高 フレーバー 欧州・アジア

2020年3月期を100としたときの売上の推移



欧州

19年3月期までバニラビジネスで成長。コロナ禍では飲料用香料減少も、調理食品用香料で補う。今後は中長期にアフリカ等で成長見込む。

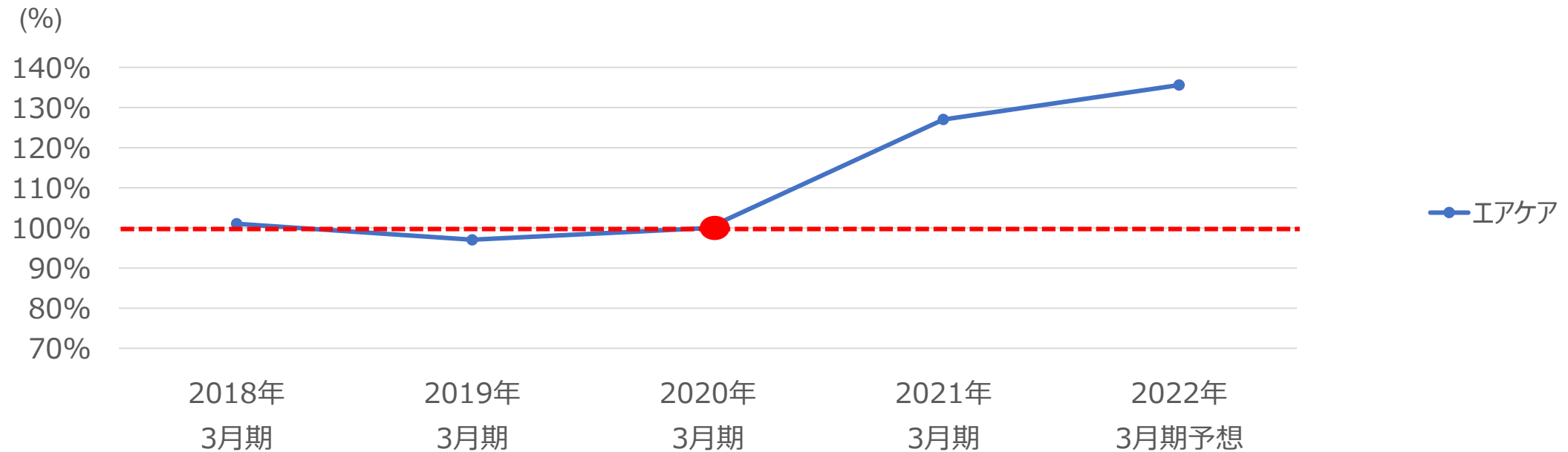
アジア

前期はコロナ禍による中国の物流の滞りなどの影響で減収。当期はコロナ前の水準となる見込み。今後も成長が期待される地域。

ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

◆売上高 フレグランス エアケア

2020年3月期を100としたときの売上の推移



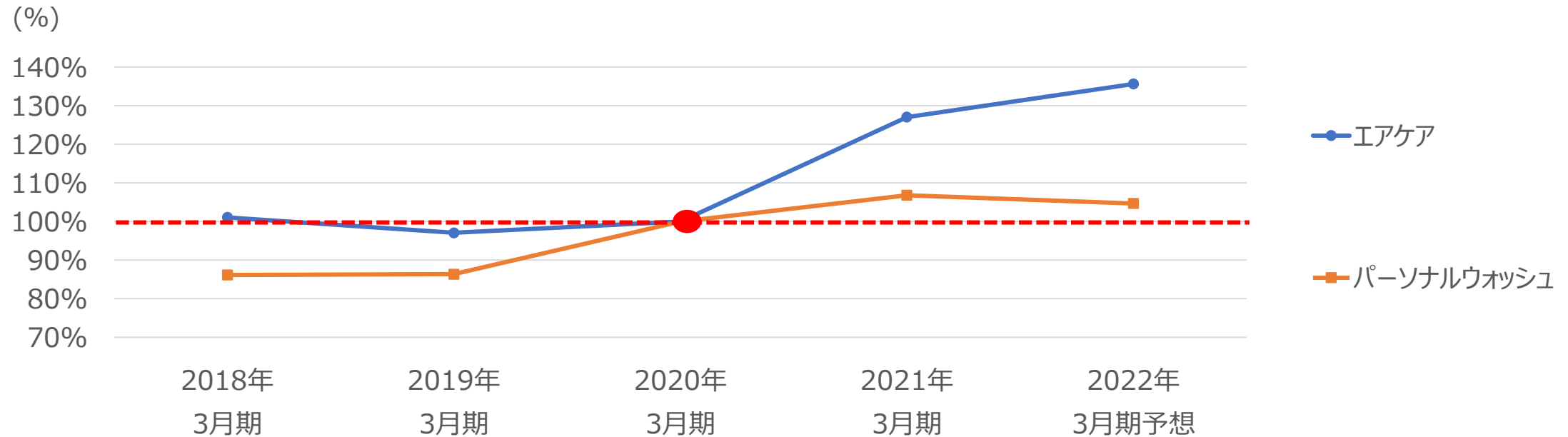
エアケア

前期から在宅時間の増加に伴い加熱式芳香器、アロマキャンドル等の売上が増加している。今後、外出機会が増えれば一定程度減少と予想。

ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

◆売上高 フレグランス エアケア・パーソナルウォッシュ

2020年3月期を100としたときの売上の推移



エアケア

前期から在宅時間の増加に伴い加熱式芳香器、アロマキャンドル等の売上が増加している。今後、外出機会が増えれば一定程度減少と予想。

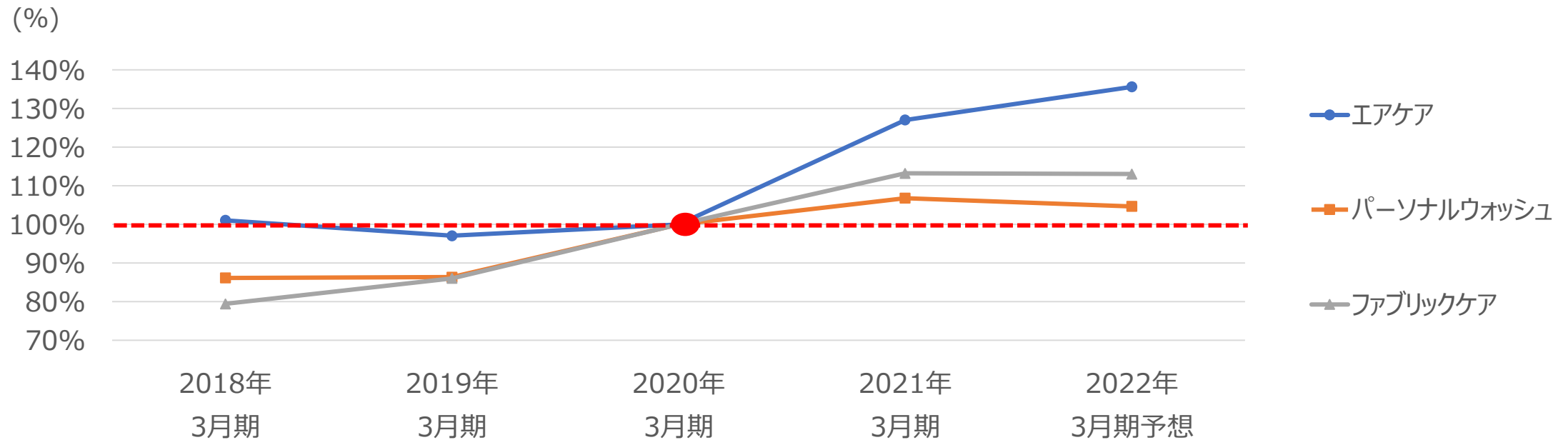
パーソナルウォッシュ

前期消費者の衛生意識の高まりによりボディシャンプー・ハンドソープの売上が増加。今後も堅調を維持すると予想。

ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

◆売上高 フレグランス エアケア・パーソナルウォッシュ・ファブリックケア

2020年3月期を100としたときの売上の推移



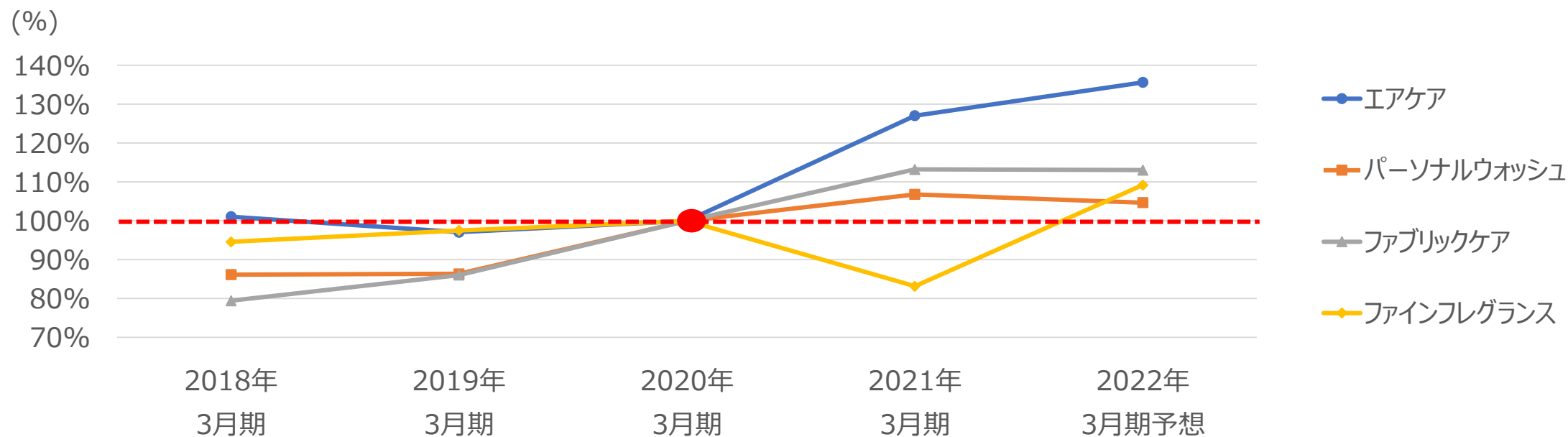
ファブリックケア

前期はコロナ禍の不況で低価格品の販売増加。今後は低価格品は減少予想であるが、新製品向け採用獲得で、全体では堅調維持の見込み。

ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

◆売上高 フレグランス エアケア・パーソナルウォッシュ・ファブリックケア・ファインフレグランス

2020年3月期を100としたときの売上の推移



ファブリックケア

前期はコロナ禍の不況で低価格品の販売増加。今後は低価格品は減少予想であるが、新製品向け採用獲得で、全体では堅調維持の見込み。

ファインフレグランス

ロックダウン、外出自粛の影響で、前期に販売が減少。今期後半から復調傾向。今後、人々の移動が戻る事で更なる復調を見込む。

ウィズコロナ／アフターコロナの見通し

外部環境

- 原油価格上昇
- 化学品等の需給バランス乱れ
- 物流費上昇
- 中国国内の電力不足によるサプライヤーの製造量減少と電力価格上昇

予想される当社への影響

- 合成原料全般の価格上昇
- 仕入、出荷にかかる物流費上昇
- 工場稼働にかかる燃料費上昇

対応策

- 主要原料・汎用原料の仕入価格低減交渉
- 原料配合割合の改善
- 販売価格適正化の努力

本日は、ありがとうございました。

※注意事項

本資料は、2021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

IV. Appendix

創業精神・企業理念・Vision 2040

創業精神

技術立脚の精神に則り社会に貢献する

企業理念

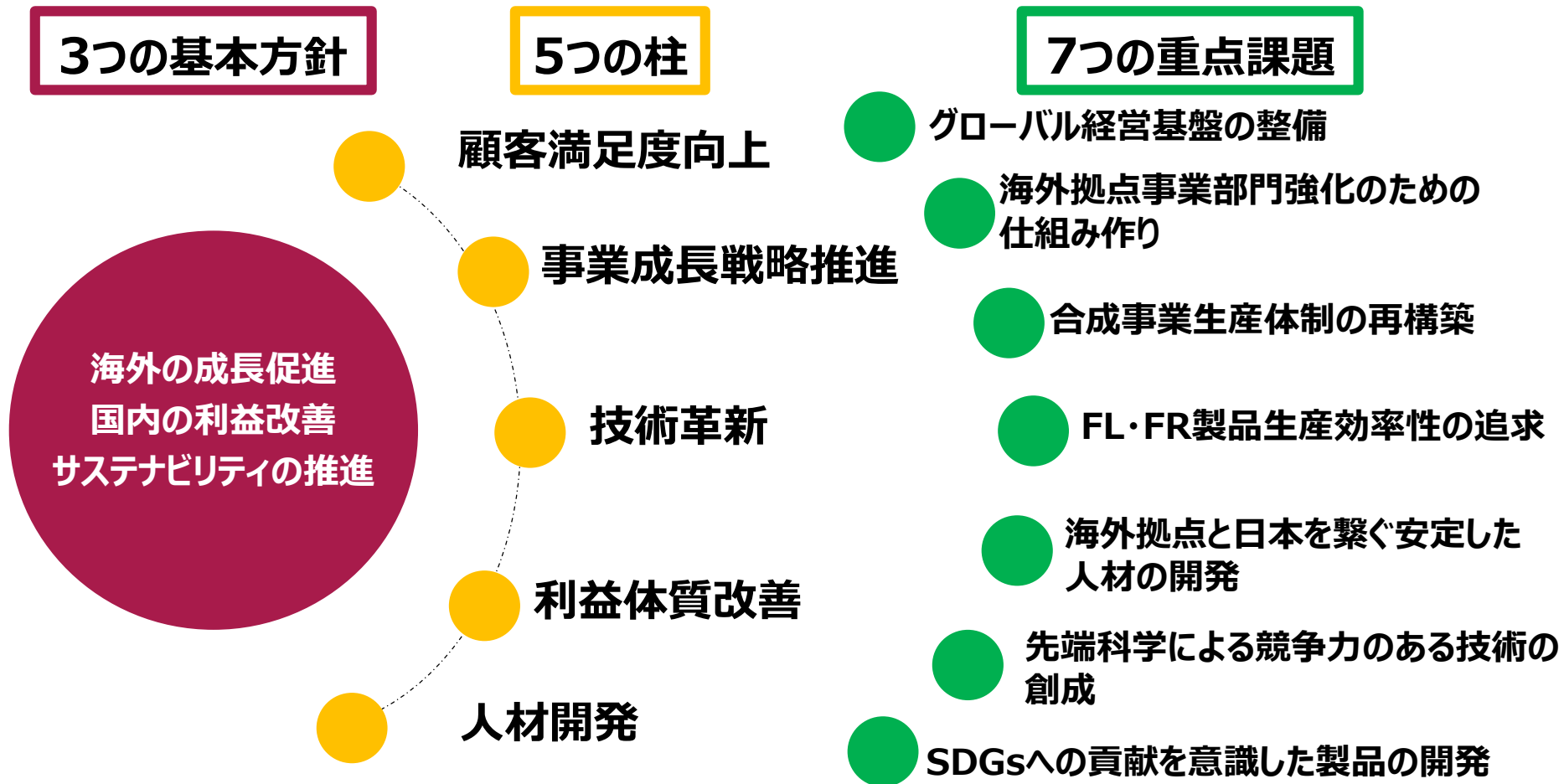
香りを原点とする革新的な技術を通して、
新しい価値を創造し続ける

Vision 2040

人にやさしく、環境にやさしく

1. 多様な価値観を尊重する
2. 自然と共生し、人々の生活に彩りを与える
3. 夢と誇りを持って未知の世界へ挑戦する
4. 常に高い技術を追求する、かけがえのない会社

New Global Plan【NGP-1】 2021年度～2023年度



NGP-1期間：定量目標

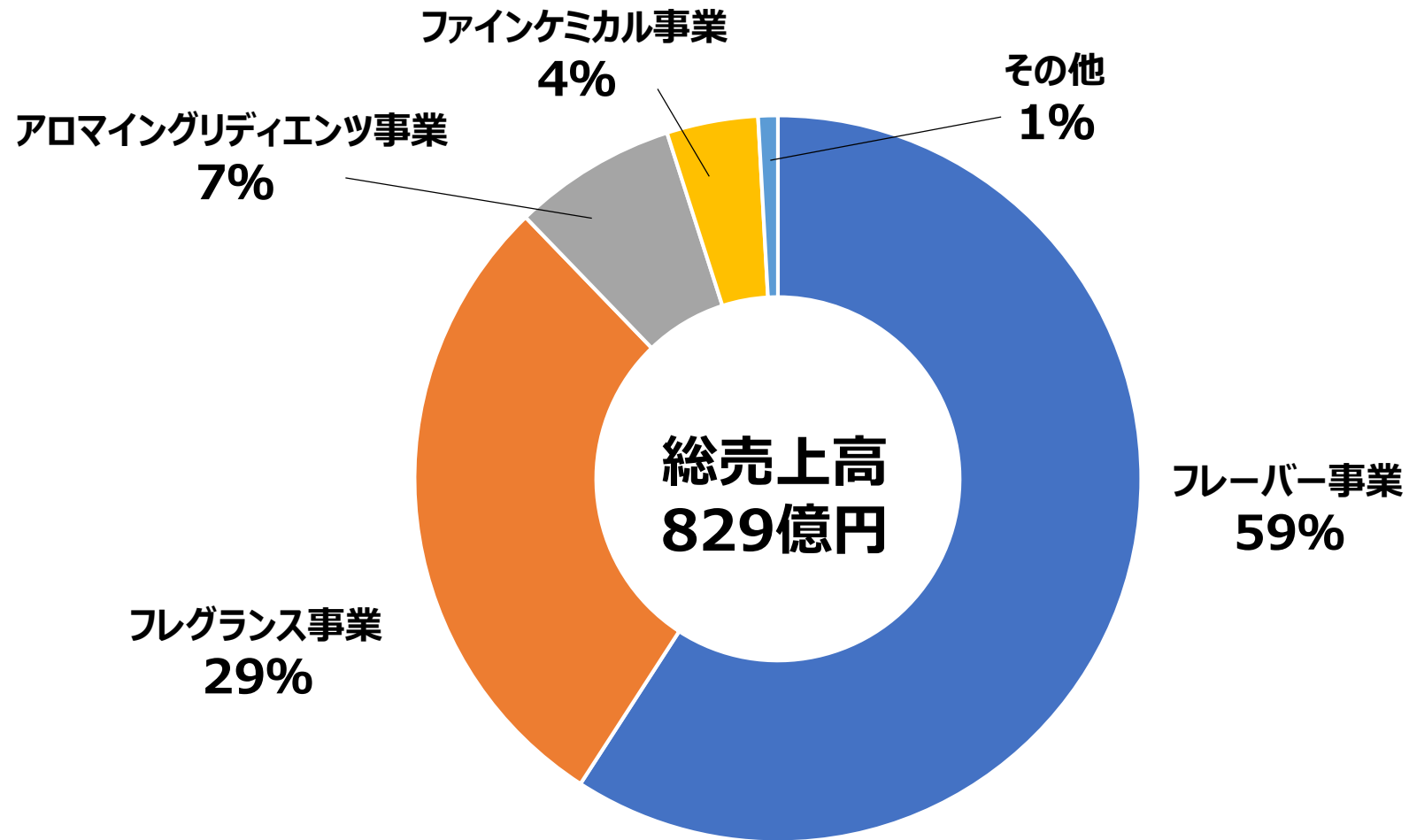
[単位：億円]

	2021/3 通期業績	2022/3 通期予想	2023/3 通期目標	2024/3 通期目標
売上高	1,504	1,650	1,570	1,700
営業利益	63	70	45	75
営業利益率	4.2%	4.2%	2.9%	4.4%

各事業の特徴

	フレーバー	フレグランス	アロマ イングredients	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

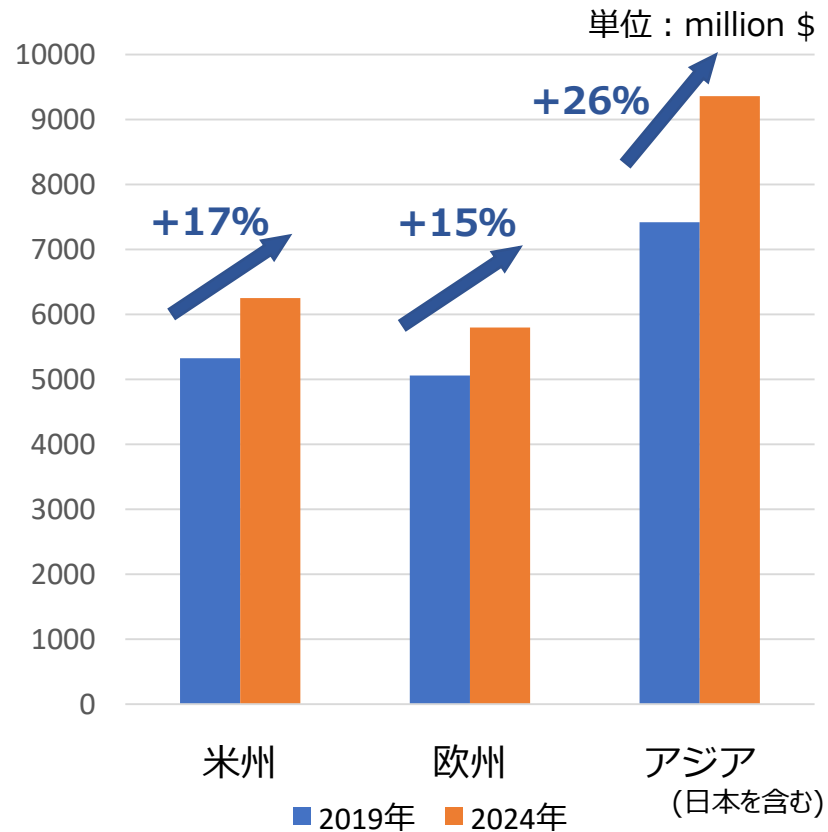
事業別売上高構成



2022年3月期第2四半期 売上高

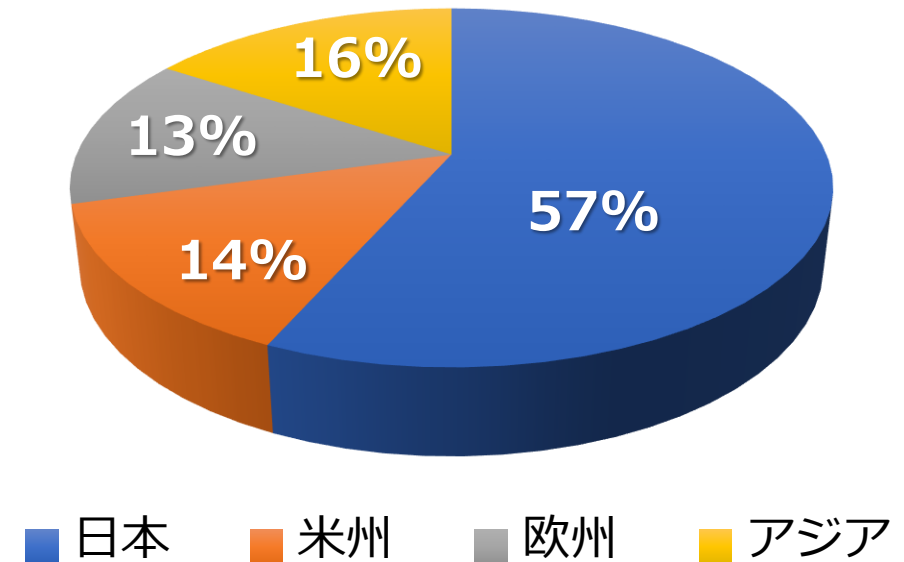
フレーバー事業 事業環境

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



※2022年3月期第 2 四半期

NGP-1 フレーバー事業 : 課題・施策

課題

- アジア・フォーカス
- フレーバーを超えたフレーバー “Beyond Flavor”の開発
- 天然素材ポートフォリオ拡充

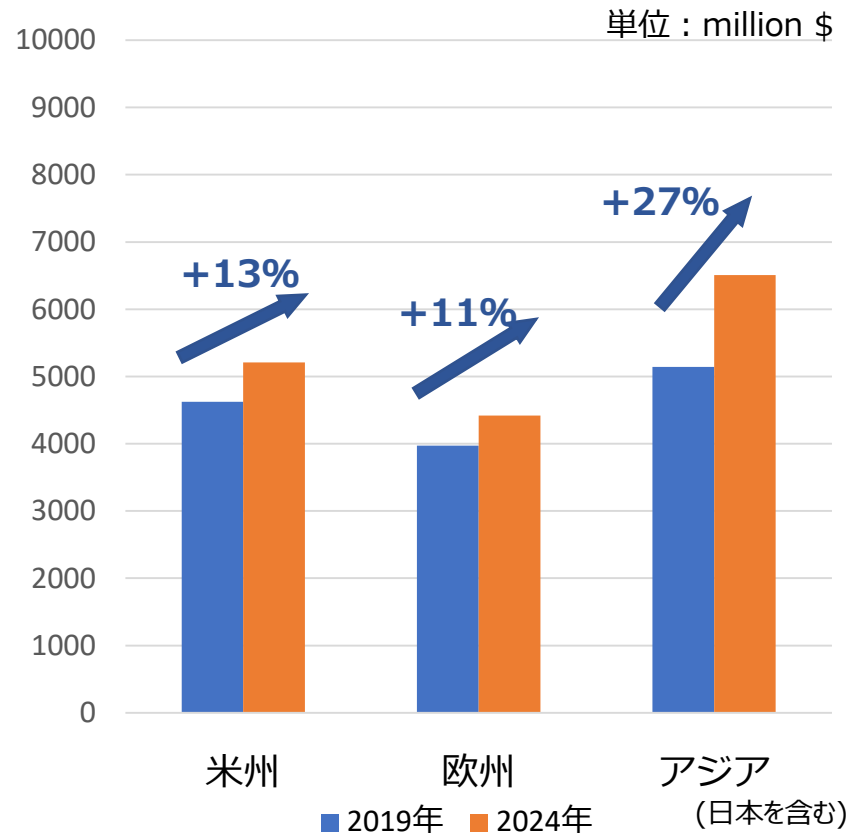


施策

- フォーカスする地域、フォーカスする顧客でのプロジェクト獲得のため、リソースの集中
- 健康志向の高まる市場に対応し、減塩、減糖、代替肉製品を“KOKU”やマスキング等の技術を活かしたソリューションの提供
- 天然素材製造のための既存設備の増強及び新規設備投資の実施

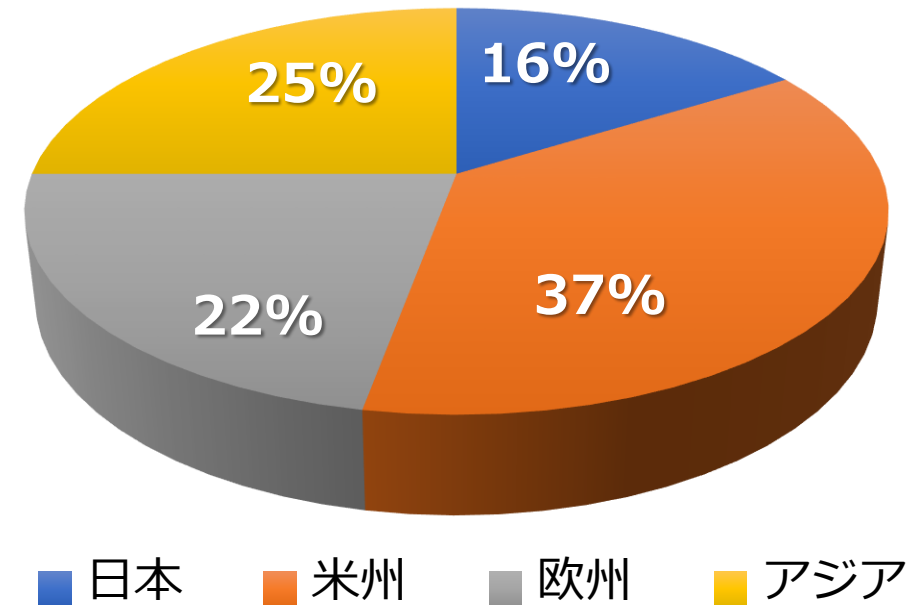
フレグランス事業 事業環境

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



※2022年3月期第2四半期

NGP-1 フレグランス事業 : 課題・施策

課題

- 事業成長戦略推進（製品・顧客・地域）
- 利益体質改善
- 香りの付加価値を高める技術の活用



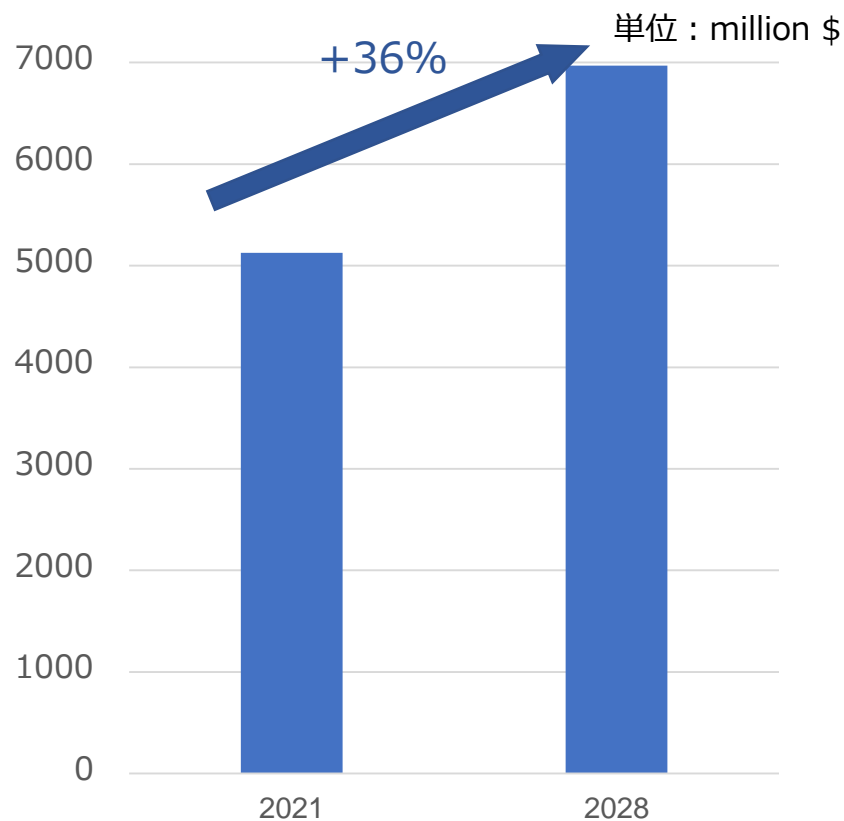
施策

- ターゲットカテゴリー「エアケア」「パーソナルケア」「ファブリックケア」及びマルチナショナル・主要ローカル顧客へのリソースの集中
- 販売価格の適正化及びコスト削減施策による利益体質改善
- Well-being(心身の健康)・Hygiene(衛生)に繋がる香り周辺技術や、サステナビリティ・SDGs等に配慮した高付加価値香料開発による競争力強化

アロマイングリディエント事業 事業環境

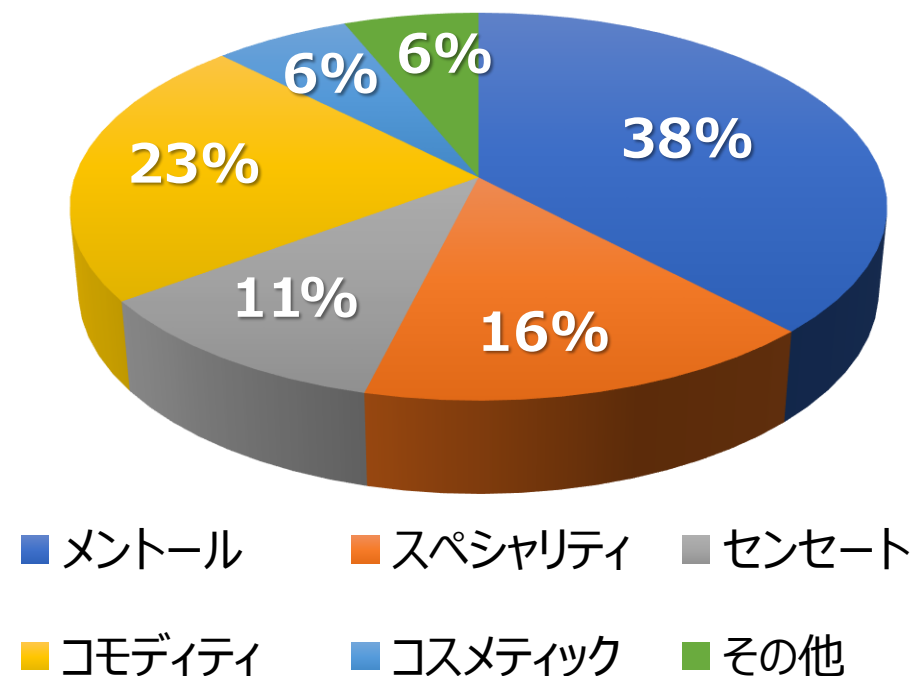
- ・アロマイングリディエントは主にフレーバー、フレグランスの原料となる。両市場が成長すればアロマイングリディエント市場も成長する
- ・メントールの売上を出来るだけ確保しつつスペシャリティ、センセート、コスメティックを推進していく

グローバルアロマケミカル市場予想



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



※2022年3月期第2四半期

NGP-1 アロマイングリディエント事業 :課題・施策

課題

- サステナブル、循環社会への対応強化
- スペシャリティーによる製品ポートフォリオの拡充



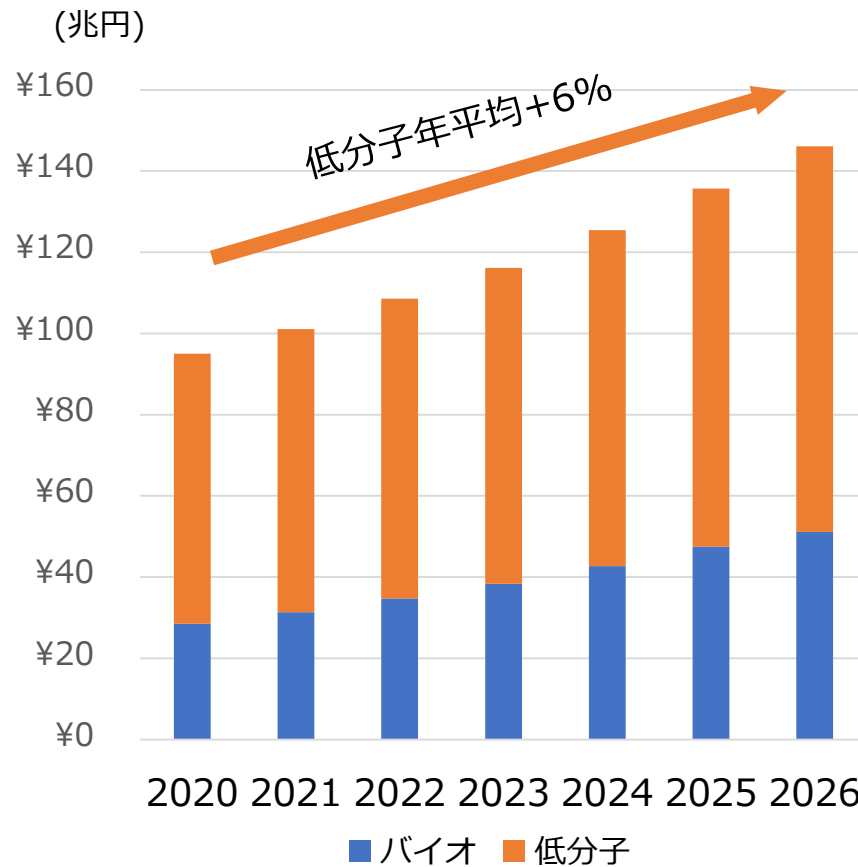
施策

- 既存AI品目のバイオスイッチ（プロセス等の変更による）や自然由来AI品の開発
- 害虫忌避剤等の新規市場への展開

ファインケミカル事業 事業環境

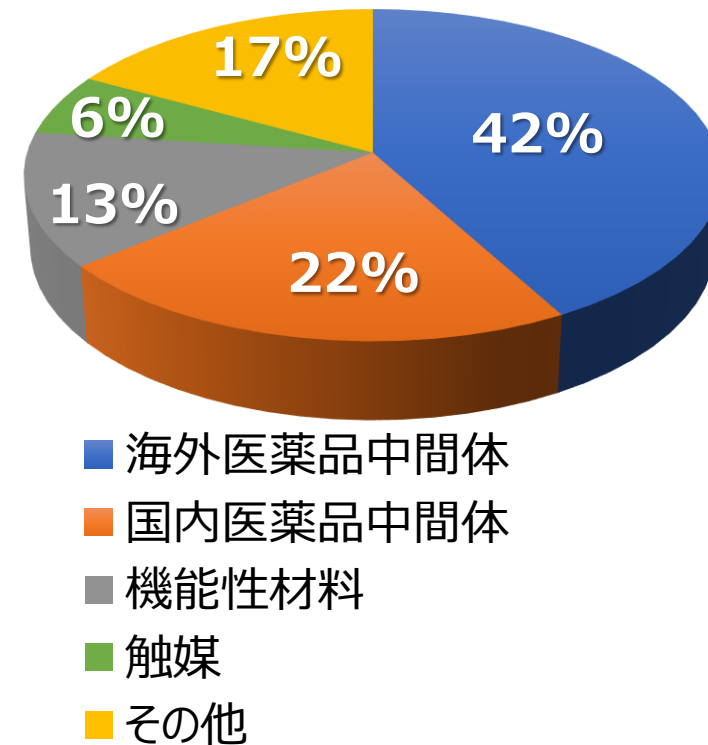
- ・低分子医薬品市場は今後も伸長予想
- ・当社の売上に関しては、医薬品中間体ビジネス中心を継続

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



※2022年3月期第2四半期

NGP-1 ファインケミカル事業 : 課題・施策

課題

- ポートフォリオ（顧客、製品、技術）の拡充
- サプライチェーンの強化



施策

- ビジネス強化のための製造キャパシティ増強及び触媒製造体制の効率化
- 連続フロー技術の深化及び触媒技術との融合による合成技術の差別化
- 国内外部パートナーとの連携による原料調達、中間体の製造委託

課題

- 先端科学による競争力のある技術の創成
- SDGsへの貢献を意識した製品開発



施策

- オープンイノベーション推進による最新技術の確立・活用
- 生理心理・官能評価技術、計算科学・人工知能等を活用した独自性の高い情報資産創出の加速
- 環境負荷軽減、エネルギー効率に配慮したプロセス開発
- 再生可能資源や未利用資源を利用した素材・製品開発