

# 高砂香料工業株式会社

証券コード:4914

## 2021年3月期 決算説明会

2021年5月25日



Since 1920

# 目次

**I. 2021年3月期 通期業績**

**II. 2022年3月期 通期業績予想**

**III. 資本政策**

**Appendix**

# I. 2021年3月期 通期業績

# 2021年3月期 通期業績

[単位：億円]

	2020/3 通期業績	2021/3 通期予想 (2020/11/19時点)	2021/3 通期業績	前期比	為替影響除く 前期比
売上高	1,525	1,480	1,504	△1.4%	△0.1%
売上総利益 売上総利益率	426 28.0%	—	451 30.0%	+5.7% +2.0P	— —
販売管理費	400	—	388	△3.0%	—
営業利益 営業利益率	27 1.7%	50 3.4%	63 4.2%	+136.4% +2.5P	+132.8% —
当期純利益	34	50	72	+109.9%	—

期中平均為替レート

USD :	109円	107円	107円	△2円
EUR :	122円	121円	122円	0円

# 地域セグメント

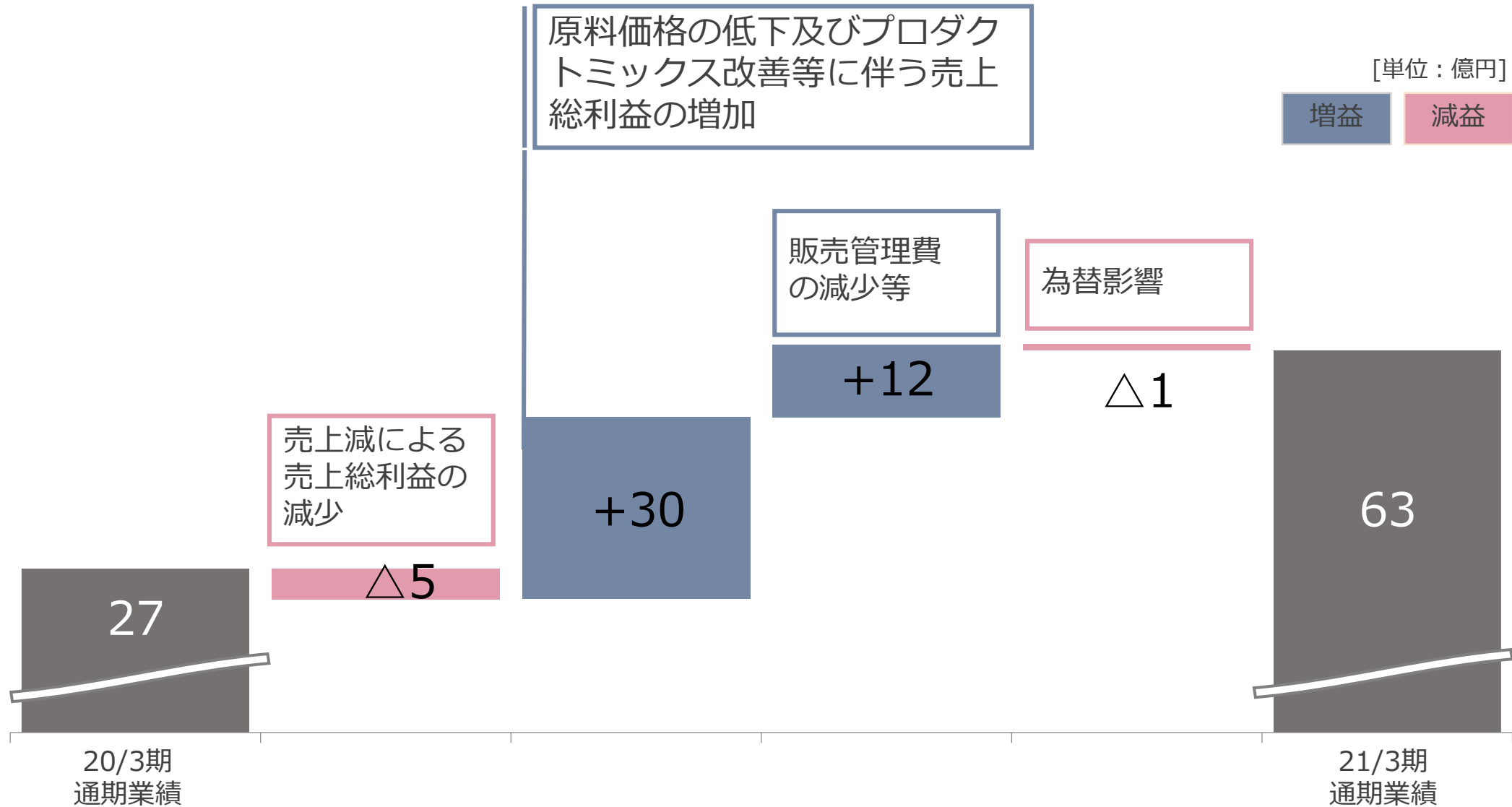
[単位：億円]

	売上高				営業利益			
	2020/3 通期業績	2021/3 通期業績	前期比	為替影響 除く 前期比	2020/3 通期業績	2021/3 通期業績	前期比	為替影響 除く 前期比
日本	689	653	△5.3%	-	△0	6	-	-
米州	327	351	+7.3%	+11.7%	4	24	+547.3%	+477.5%
欧州	253	251	△0.7%	△0.5%	9	9	△5.8%	△5.6%
アジア	255	249	△2.5%	△0.2%	14	22	+64.0%	+66.0%
調整	-	-	-	-	0	3	-	-
合計	1,525	1,504	△1.4%	△0.1%	27	63	+136.4%	+132.8%

# 営業利益の増減分析

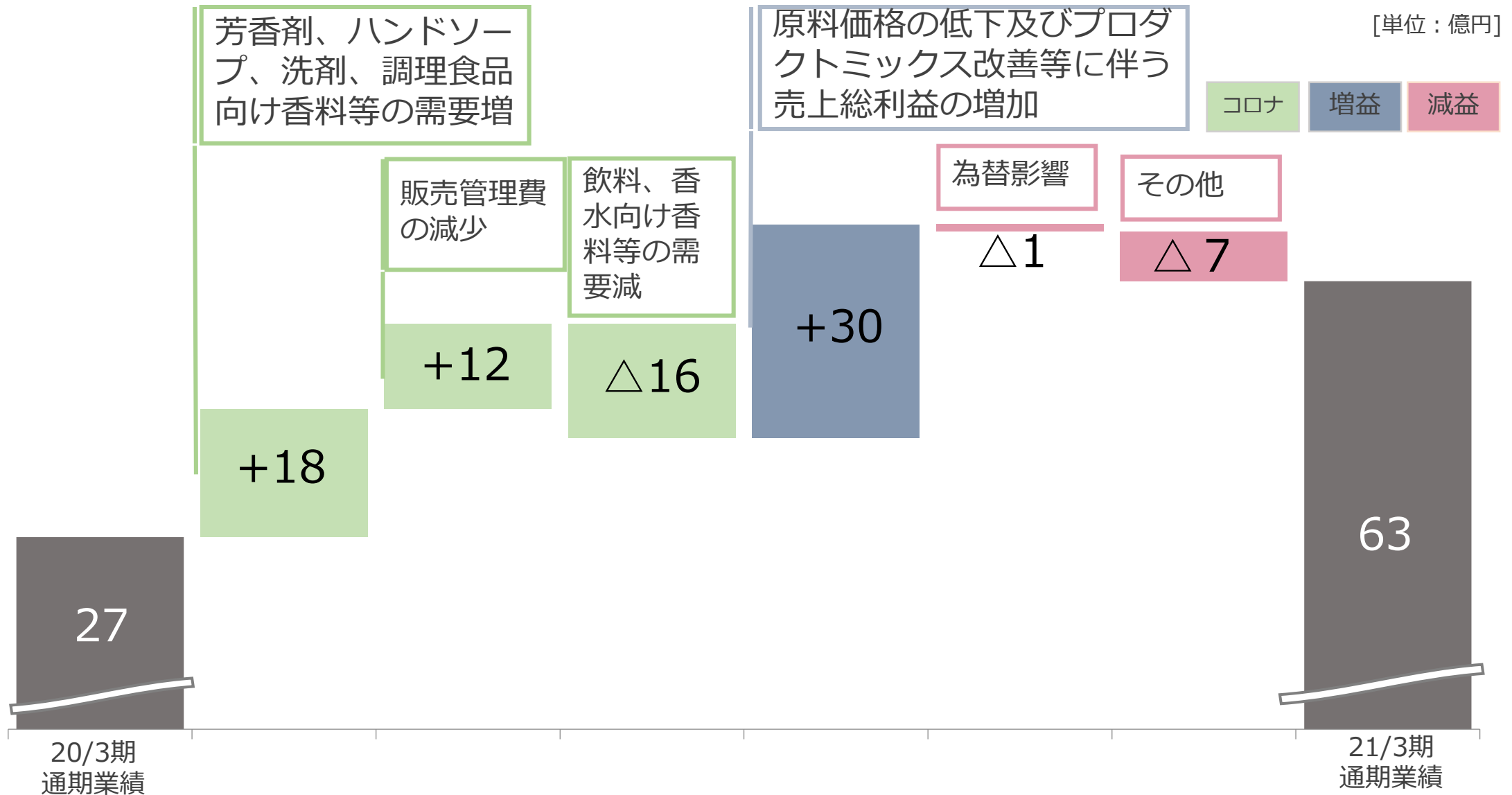
[単位：億円]

増益 減益



# コロナ禍の影響 営業利益増減分析

[単位：億円]



## 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 通期実績	2022/3 通期予想	前期比
U S D	107円	104円	△3円
E U R	122円	122円	0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32百万円減益/増益
- EUR = 約4百万円減益/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	前期比
売上高	1,504	1,510	+0.4%
営業利益 営業利益率	63 4.2%	50 3.3%	△20.5% △0.9P
経常利益	73	53	△27.2%
当期純利益	72	48	△32.9%

期中平均為替レート

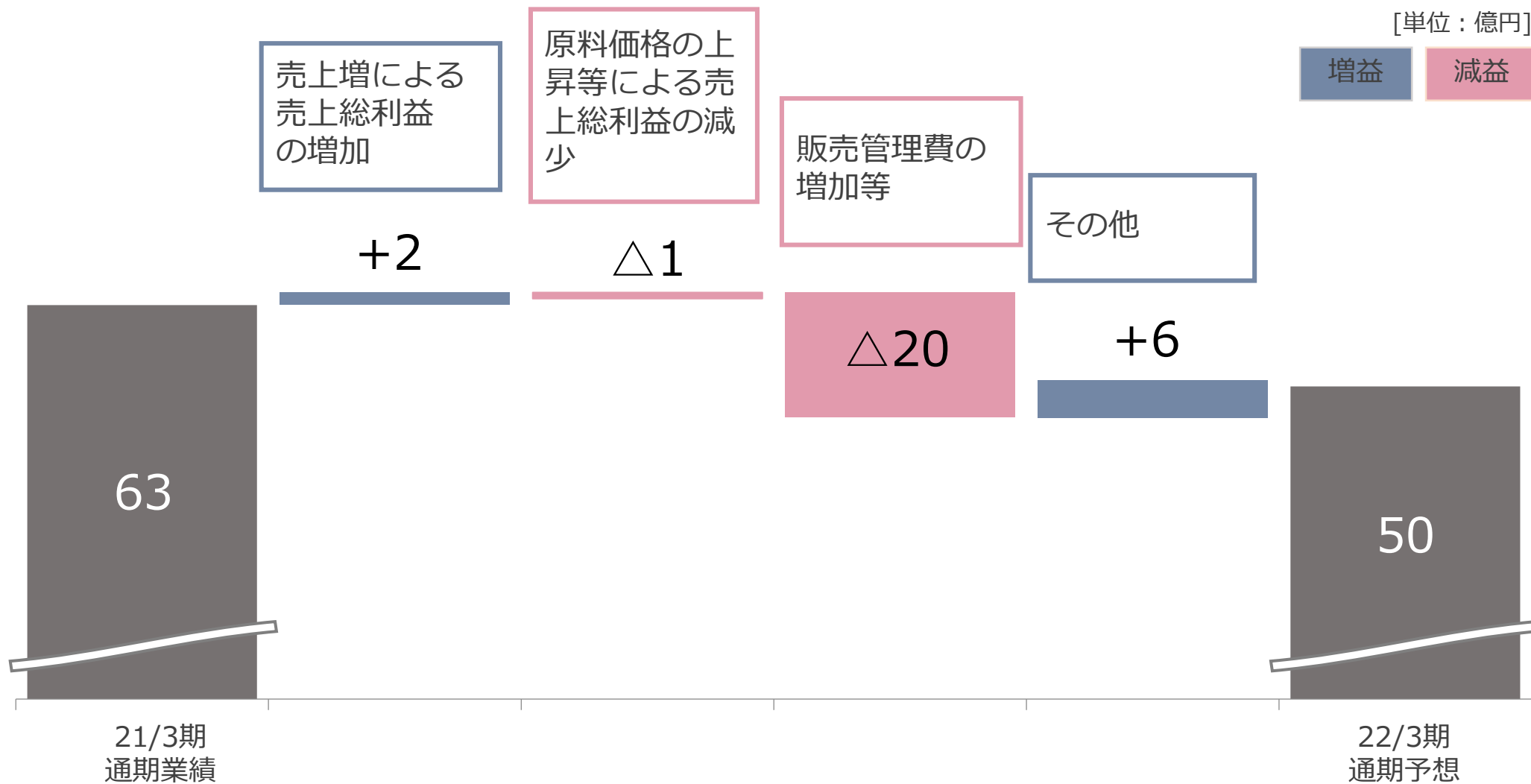
USD :	107円	104円	△3円
EUR :	122円	122円	0円

# 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	658	+0.8%	—	6	3	△39.1%	—
米州	351	339	△3.3%	△0.5%	24	22	△6.0%	△3.5%
欧州	251	255	+1.5%	+1.4%	9	6	△31.7%	△31.8%
アジア	249	258	+3.7%	+4.7%	22	19	△17.1%	△12.0%
調整	—	—	—	—	3	0	—	—
合計	1,504	1,510	+0.4%	—	63	50	△20.5%	—

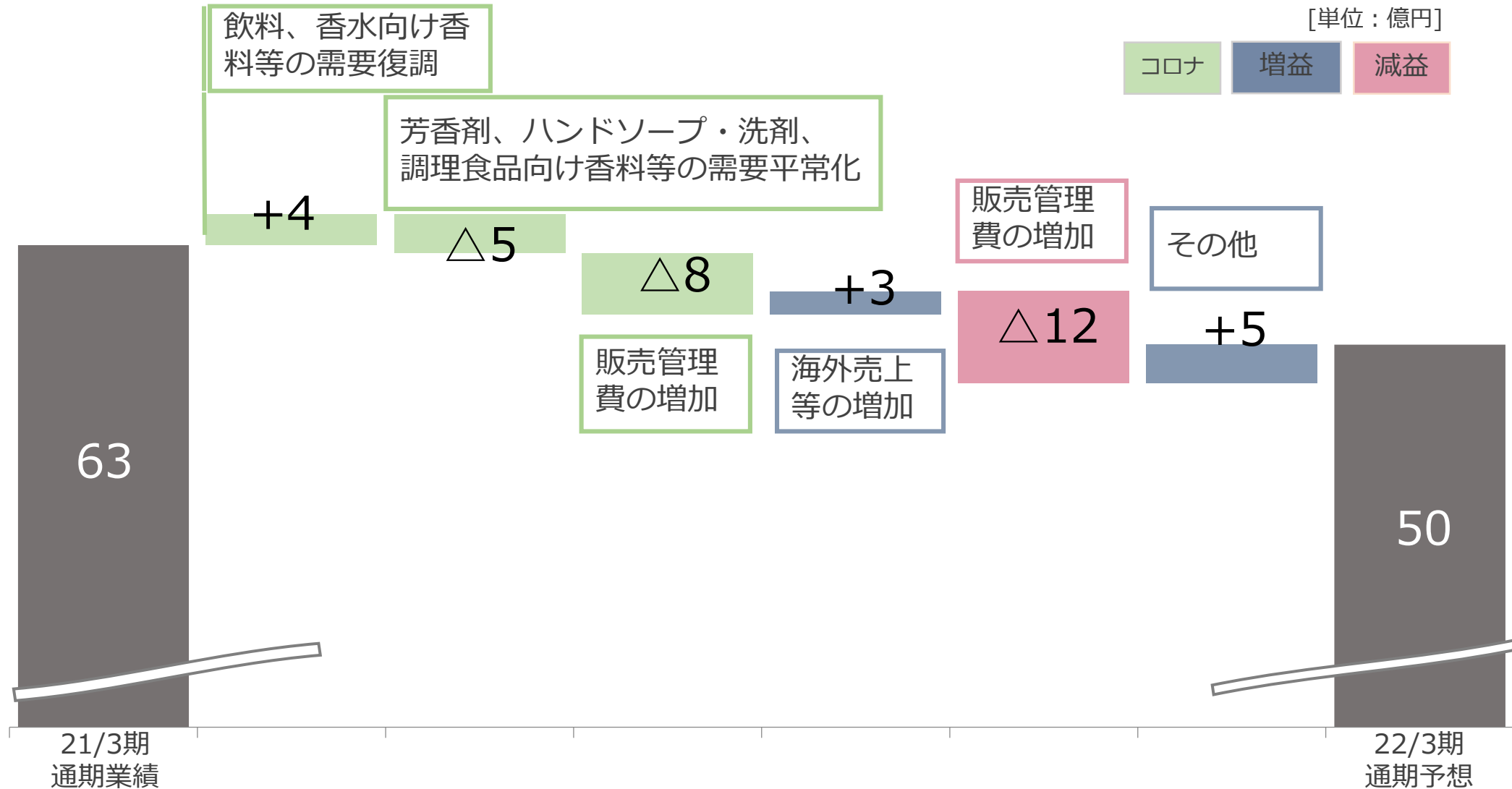
# 営業利益増減分析



# コロナ禍の影響 営業利益増減分析

[単位：億円]

コロナ 増益 減益



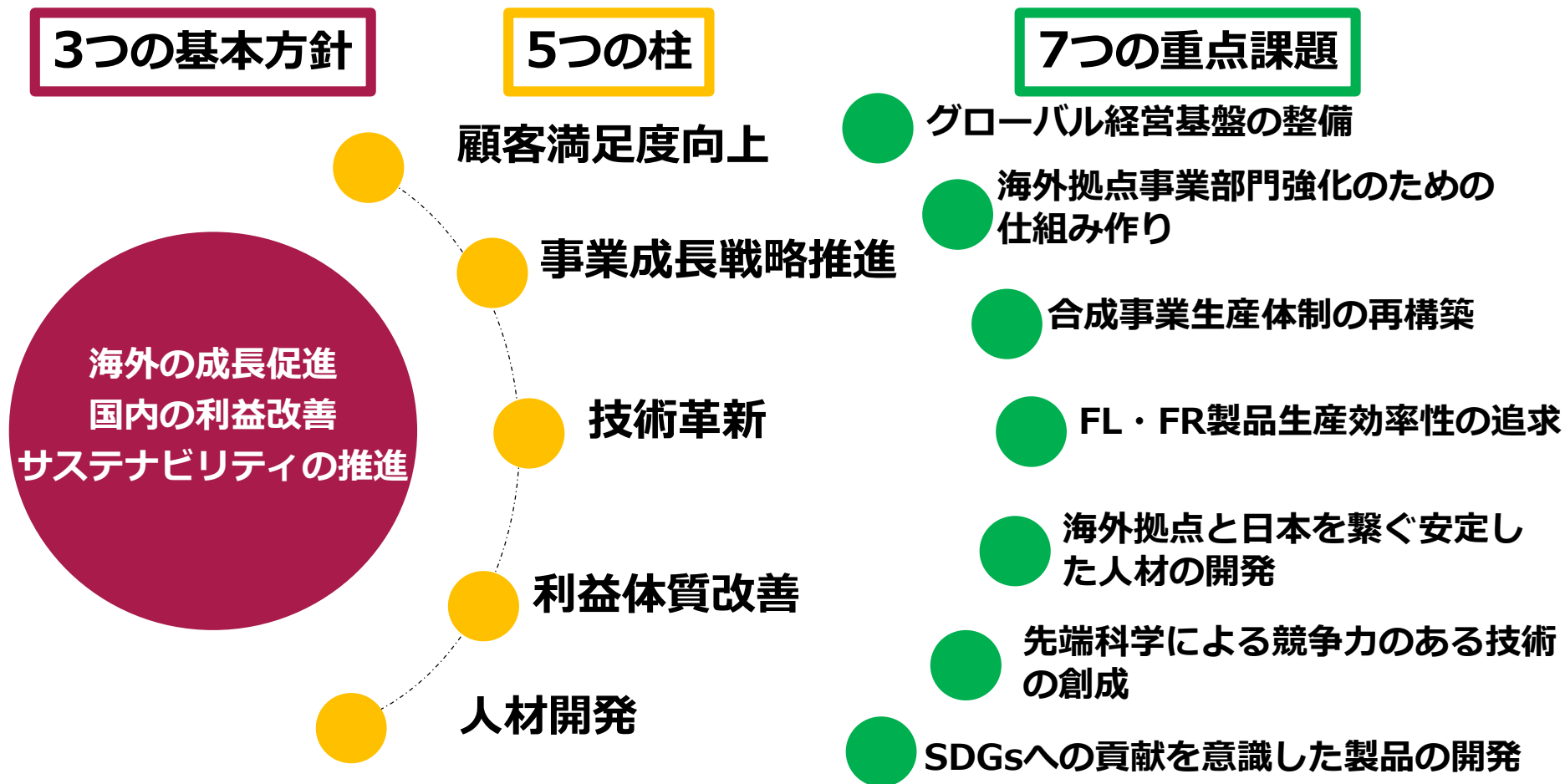
# 設備投資・減価償却費・研究開発費

[単位：億円]

	2021/3 実績	2022/3 予想
設備投資	73	60
減価償却費	66	64
研究開発費	117	122
売上高研究開発費率	7.8%	8.1%

# III. 資本政策

# New Global Plan 【NGP-1】 2021年度～2023年度





# 7つの重点課題と主な施策（成長分野への投資等）

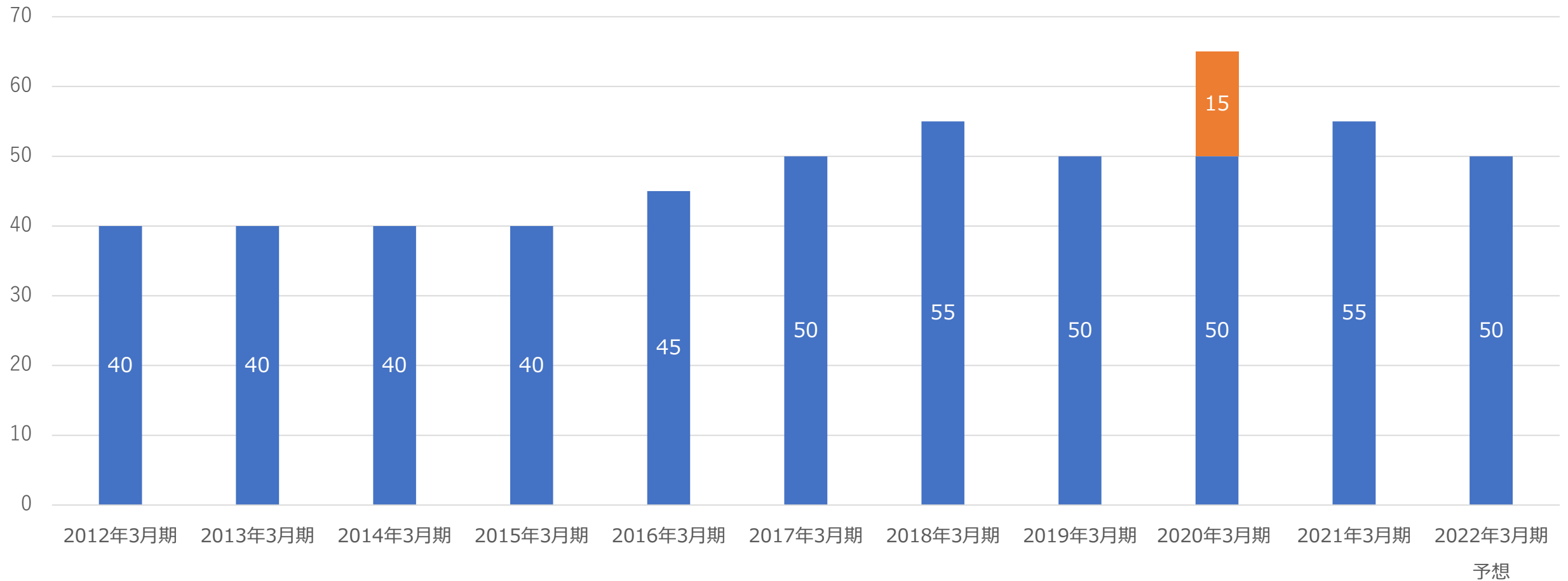
7つの重点課題	主な施策等
グローバル経営基盤の整備	<ul style="list-style-type: none"><li>・グローバルでの基幹システム等の整備</li><li>・サプライヤーとの関係強化等</li></ul>
海外拠点事業部門強化のための仕組み作り	<ul style="list-style-type: none"><li>・成長領域である海外拠点・事業部門の機能・組織の検討等</li></ul>
合成事業生産体制の再構築	<ul style="list-style-type: none"><li>・大規模修繕と生産体制の再構築等の検討</li></ul>
フレーバー・フレグランス製品 生産効率性の追求	<ul style="list-style-type: none"><li>・大規模修繕と生産能力配置等の検討</li></ul>
海外拠点と日本を繋ぐ安定した人材の開発	<ul style="list-style-type: none"><li>・グローバル人材の育成プログラムの推進</li></ul>
先端科学による競争力のある技術の創成	<ul style="list-style-type: none"><li>・エモーション等のヒューマンサイエンス分野の研究強化</li><li>・レセプターアッセイ等のバイオサイエンス分野の研究強化</li></ul>
SDGsへの貢献を意識した製品の開発	<ul style="list-style-type: none"><li>・生分解性の高いアロマイングリディエント等の開発強化</li><li>・CO2排出量の多い分離工程の代替技術の開発強化</li></ul>

# 配当政策

## ◆一株当たり配当金推移

■ 配当 ■ 記念配当

[単位：円]

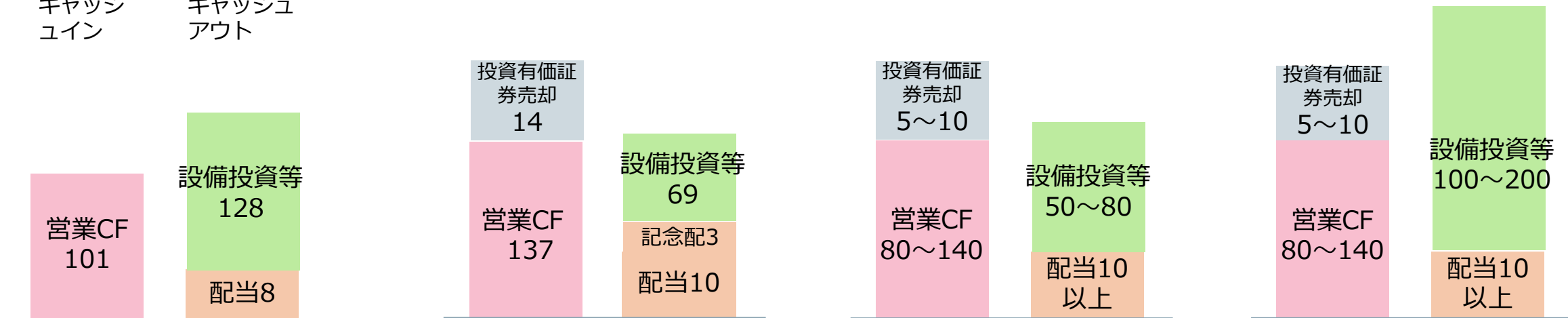


# キャッシュフロー・バランスシート

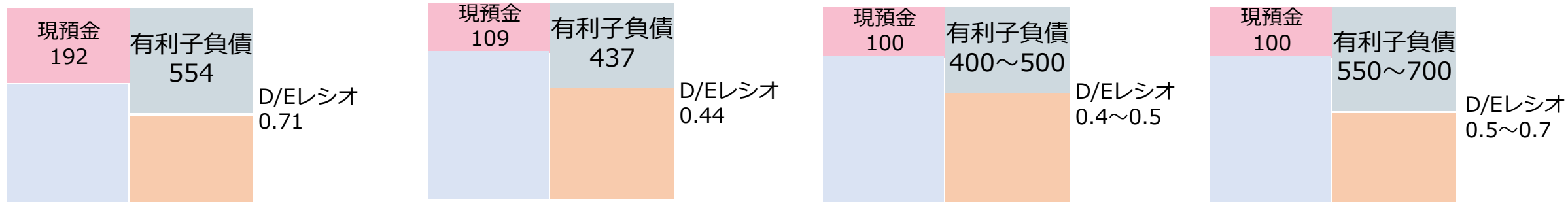
## 主なキャッシュフロー

[単位：億円]

キャッシュイン      キャッシュアウト



## バランスシート



2015年3月期実績

2021年3月期実績

NGP-1期間前半のイメージ

NGP-1期間後半~次期中期経営計画期間のイメージ

# 本日は、ありがとうございました。

## ※注意事項

本資料は、2021年5月25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](mailto:ir@takasago.com)

# 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

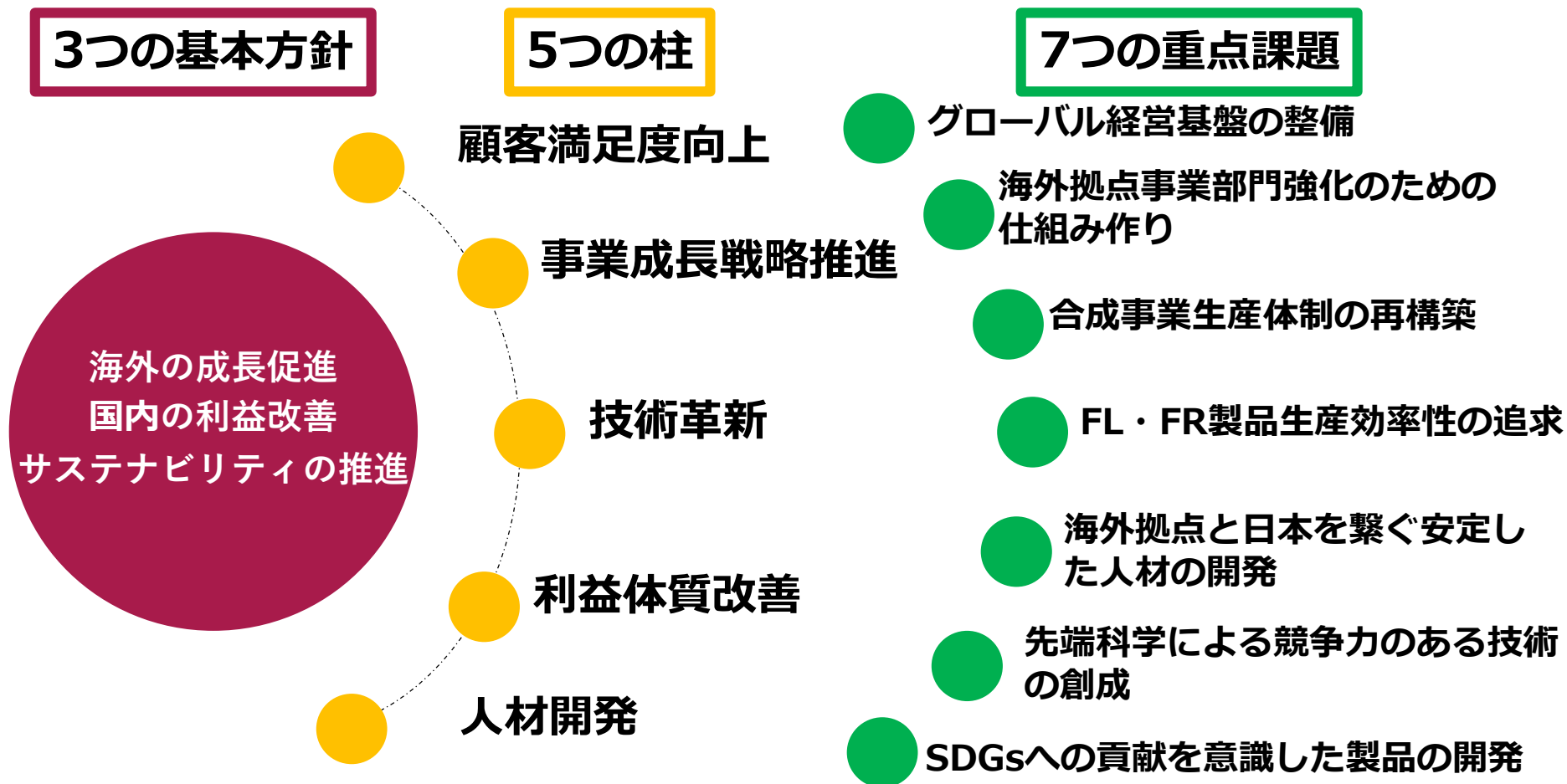
香りを原点とする革新的な技術を通して、  
新しい価値を創造し続ける

## 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]

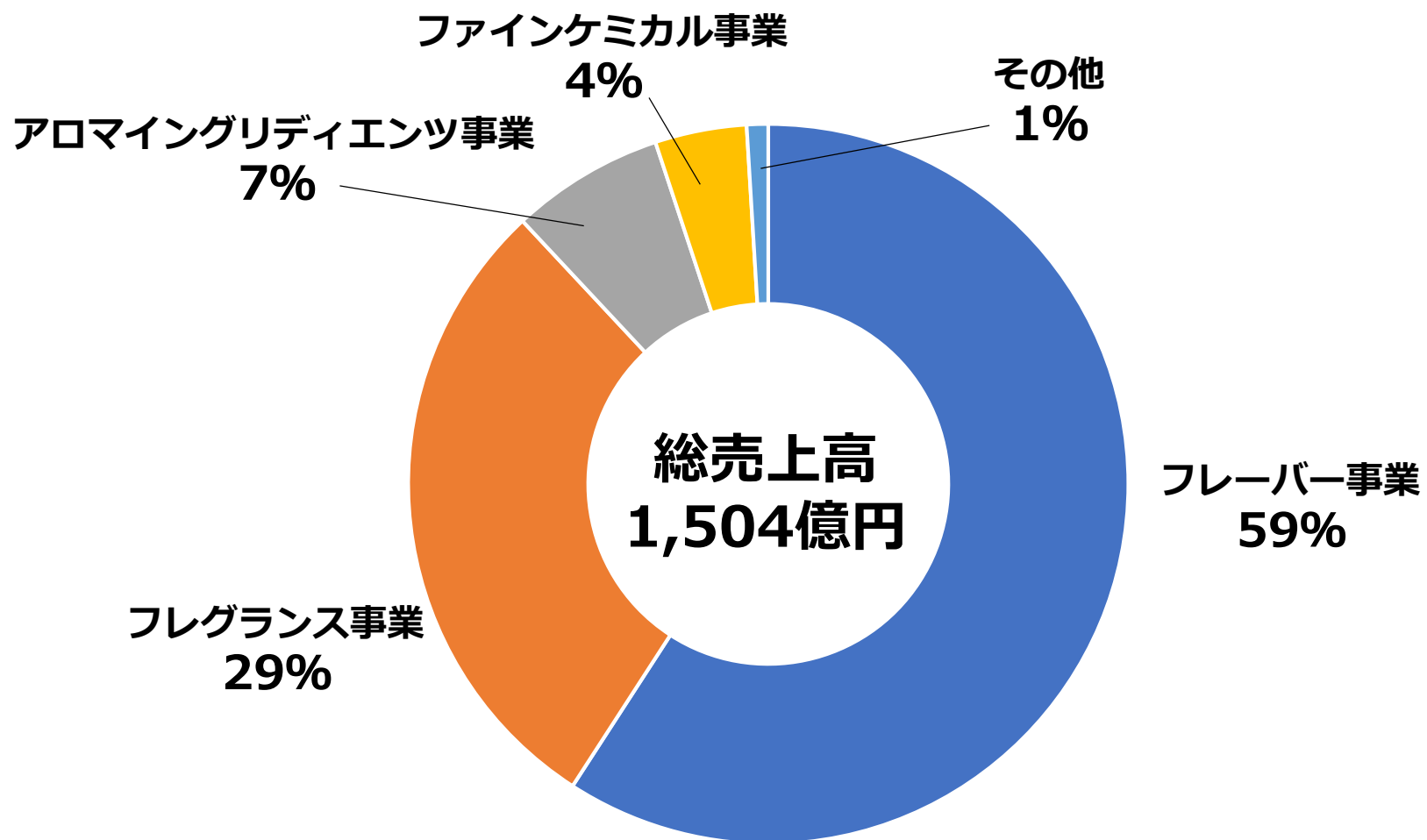
	2021/3 通期業績	2022/3 通期予想	2023/3 通期目標	2024/3 通期目標
売上高	1,504	1,510	1,570	1,700
営業利益	63	50	45	75
営業利益率	4.2%	3.3%	2.9%	4.4%



# 各事業の特徴

	フレーバー	フレグランス	アロマ イングリディエント	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

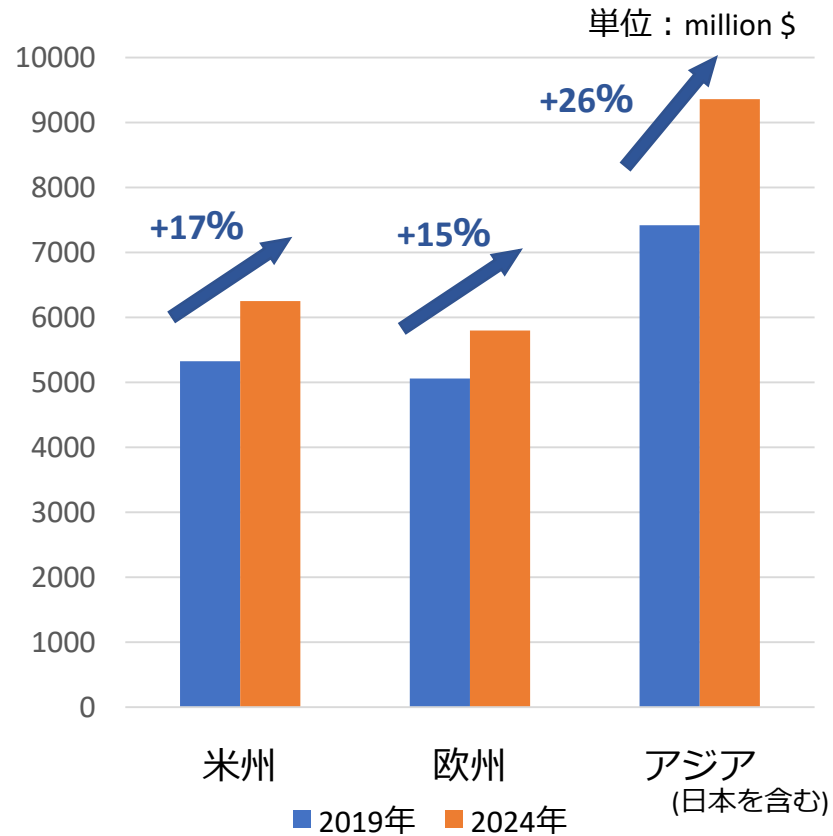
# 事業別売上高構成



2021年3月期 売上高

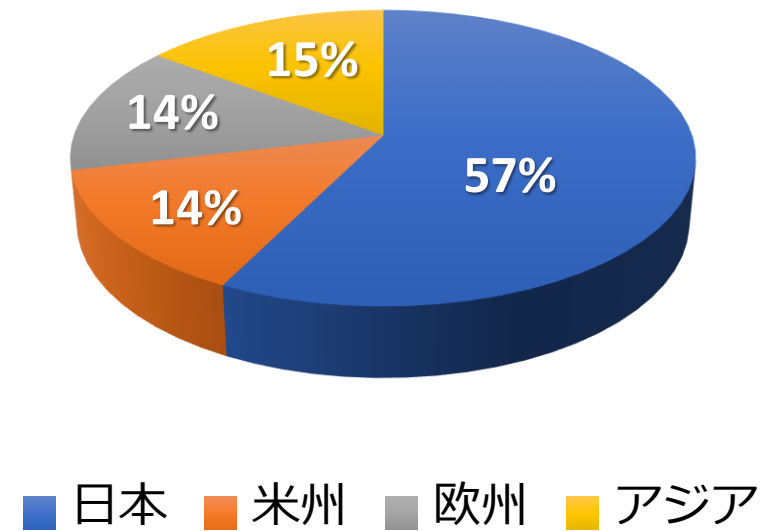
# フレーバー事業 事業環境

## 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



※2021年3月期

## 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

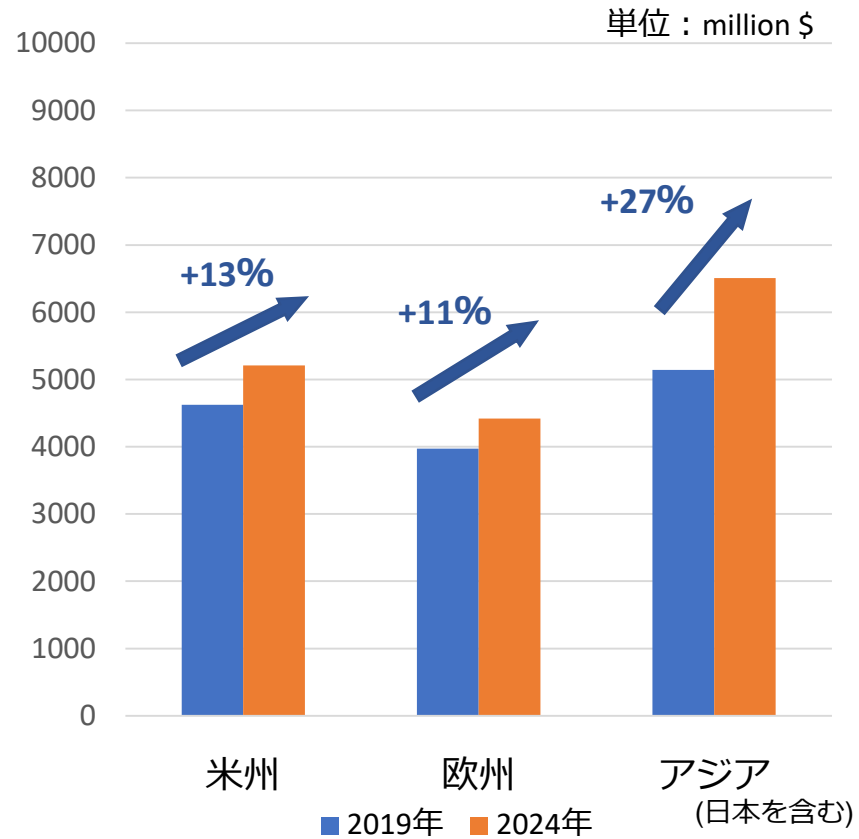


## 施策

- 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

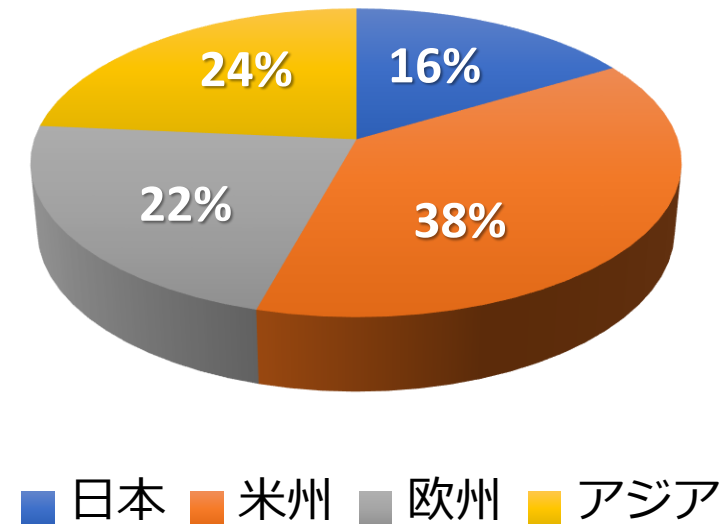
# フレグランス事業 事業環境

## 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



※2021年3月期

# 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



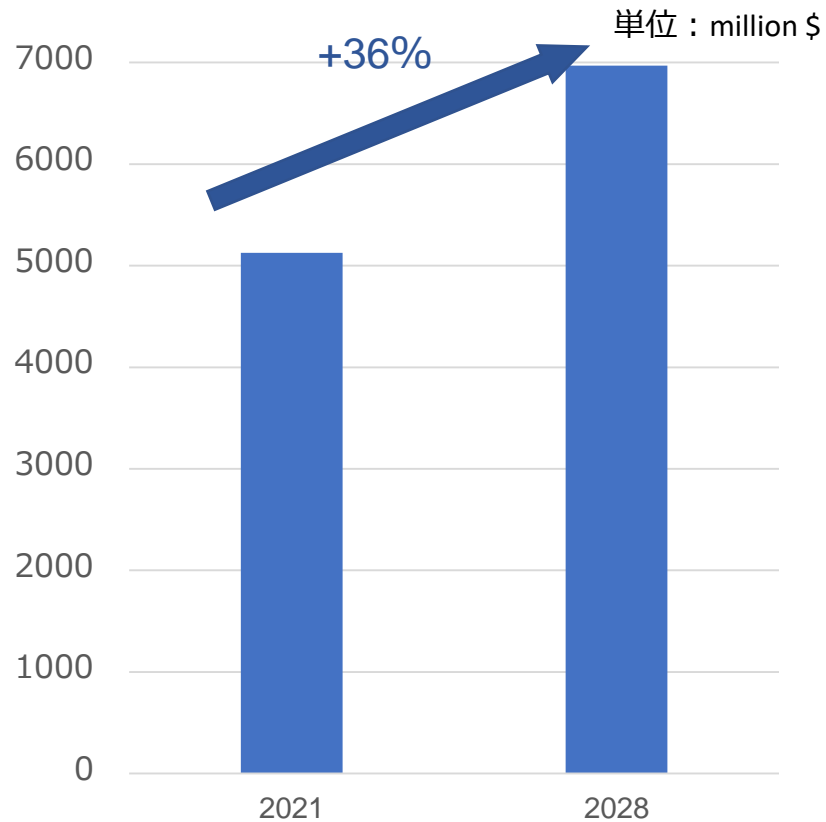
## 施策

- 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

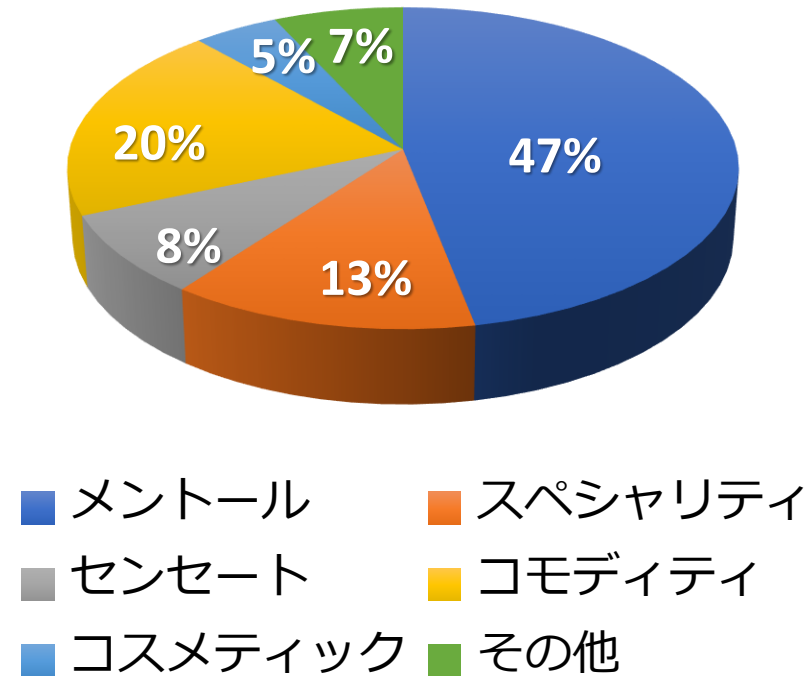
- ・アロマイングリディエントは主にフレーバー、フレグランスの原料となる。両市場が成長すればアロマイングリディエント市場も成長する
- ・メントールの売上を出来るだけ確保しつつスペシャリティ、センセート、コスメティックを推進していく

## 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



※2021年3月期

# 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

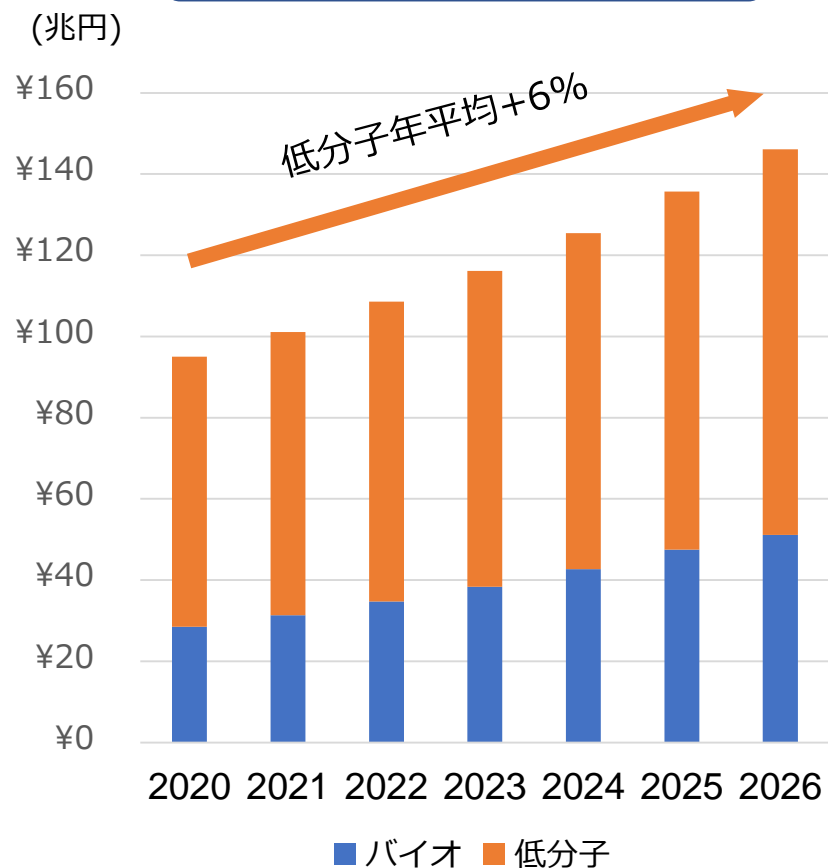
- 既存AI品目のバイオスイッチ（プロセス等の変更による）や自然由来AI品の開発
- 害虫忌避剤等の新規市場への展開



# ファインケミカル事業 事業環境

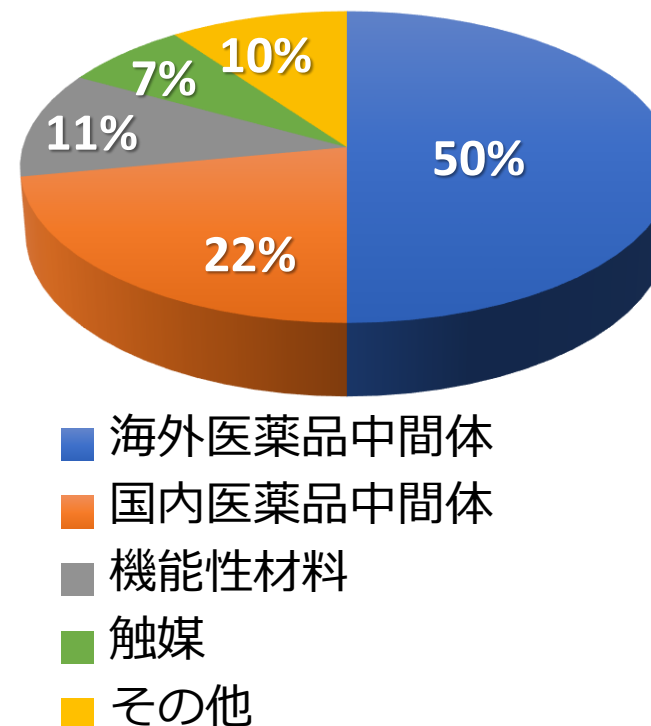
- ・低分子医薬品市場は今後も伸長予想
- ・当社の売上に関しては、医薬品中間体ビジネス中心を継続

## 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



※2021年3月期

## 課題

- ポートフォリオ（顧客、製品、技術）の拡充



## 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

## 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