

平成20年3月期 中間決算説明会資料

曾田香料株式会社

代表取締役社長 光安哲夫

目次

- I. 会社概要
- II. 平成20年3月期 中間決算概要(連結)
- III. 平成20年3月期 業績予想(連結)
- IV. 中期経営課題(平成18～20年度)について

I . 会社概要

会社概要

- 1) 設 立 昭和47年9月(創業 大正4年4月)
- 2) 資 本 金 14億9千万円
- 3) 事 業 所 本社(東京都中央区日本橋小伝馬町)
野田工場(千葉県野田市)、郡山工場(福島県郡山市)
大阪支店、札幌営業所
- 4) 関係会社
連 結 子 会 社 岡山化学工業(株)、(株)ソダアクト
持分法適用関連会社 台湾曾田香料(股)、遠東香料(股)
非 連 結 子 会 社 曾田香料(昆山)有限公司
- 5) 従業員数(H19年9月末有価証券報告書基準)
連 結 344名
単 体 283名

6) 事業内容

フレグランス（香粧品香料）

シャンプー・リンス、石鹸、芳香剤、入浴剤等に使用



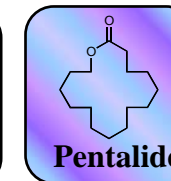
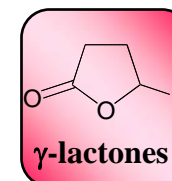
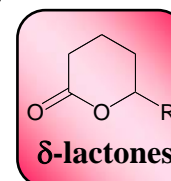
フレーバー（食品香料）

飲料、菓子、調味、たばこ、飼料等に使用



合成香料・ケミカル

- ・ラクトン類、大環状ムスク等のフレグランス・フレーバー素材
- ・ガス着臭剤（都市ガス・LPG用）
- ・化成品（医薬・農薬中間体、電子材料等）



Ⅱ. 平成20年3月期 中間決算概要(連結)

連結業績の概要(収益)

億円

	前中間期		当中間期		増減	
	H18/9	構成比(%)	H19/9	構成比(%)	金額	率
売上高	95.4	100.0	92.9	100.0	▲ 2.5	▲ 2.6%
うち製品売上高	64.1	67.2	71.1	76.5	+ 7.0	+10.8%
売上原価	67.4	70.7	62.5	67.2	▲ 4.9	▲ 7.4%
売上総利益	28.0	29.3	30.4	32.8	+ 2.4	+8.8%
販管費	18.4	19.2	18.8	20.3	+ 0.4	+2.6%
営業利益	9.6	10.1	11.6	12.5	+ 2.0	+20.6%
経常利益	9.8	10.3	11.6	12.5	+ 1.8	+18.4%
中間純利益	6.5	6.8	7.1	7.7	+ 0.6	+9.4%

ポイント

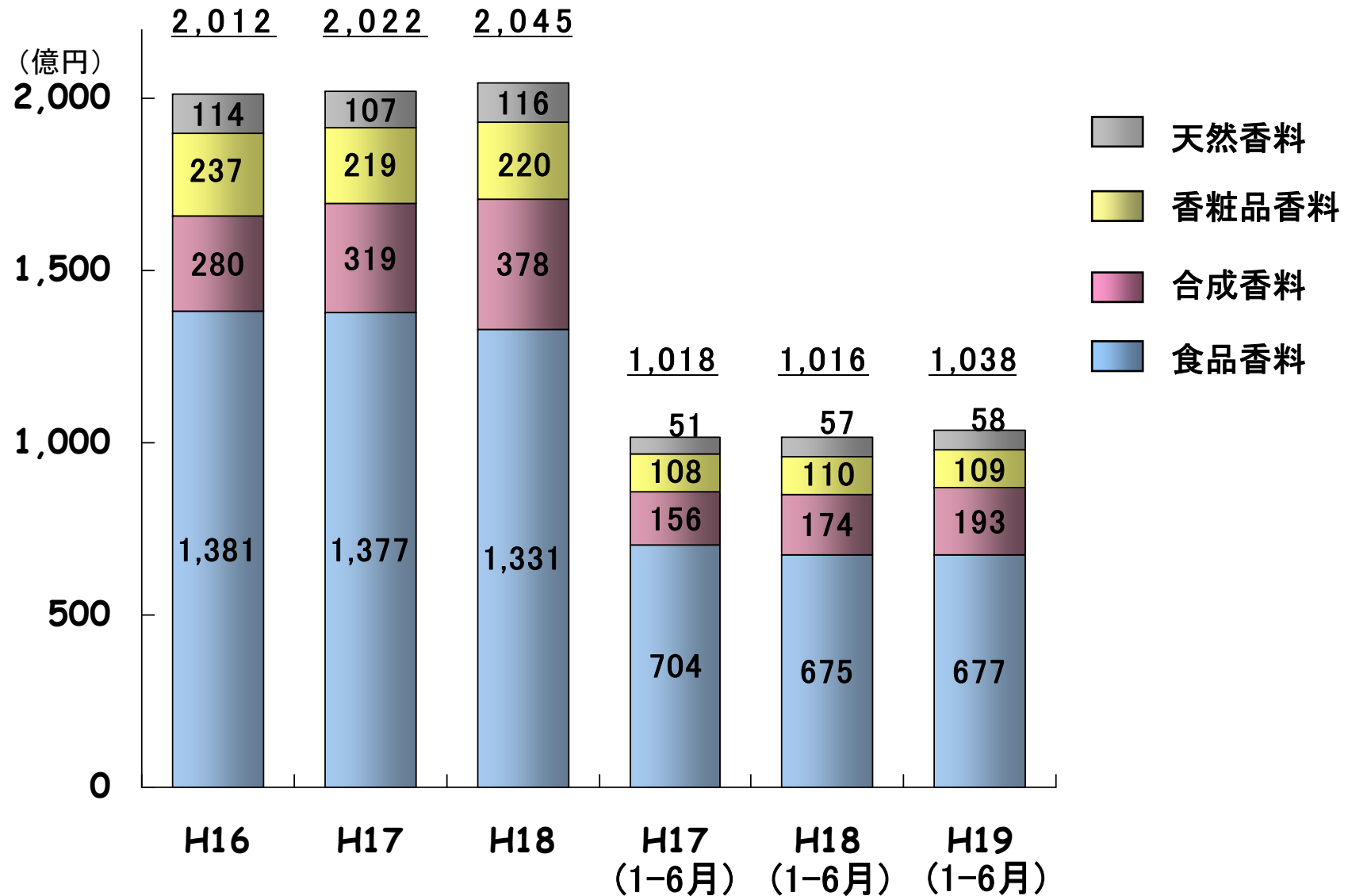
◎製品売上高は各部門とも順調に伸び、前年同期比10.8%増

◎営業利益は前年同期比20.6%増

～製品売上増の効果 → 売上原価比率は大幅低下

国内香料市場推移(製品販売金額ベース)

(日本香料工業会 販売統計より)



部門別概況(1)

フレグランス

国内向けでは主力のシャンプー・リンス等の頭髪用化粧品香料が伸長し、アジア向け調合香料の輸出も伸び、全体で増収。

億円

	前中間期 H18/9	当中間期 H19/9	増	減
			金額	率
売上高	8.6	9.4	+0.8	+9.8%
うち製品	6.6	7.5	+0.9	+13.8%
うち商品	2.0	1.9	▲0.1	▲3.8%

【国内香料業界の製品前年同期比伸長率(H19年1-6月販売金額ベース)】

国内平均

フレグランス ▲ 0.1%

部門別概況(2)

フレーバー

食品香料のうち製品は、紅茶や果実等の飲料用が伸び増収。
仕入商品を選別したことから、全体では減収。

億円

	前中間期 H18/9	当中間期 H19/9	増	減
			金額	率
売上高	48.1	40.7	▲7.4	▲15.3%
うち製品	25.2	26.6	+1.4	+5.6%
うち商品	22.9	14.1	▲8.8	▲38.2%

【国内香料業界の製品前年同期比伸長率(H19年1-6月販売金額ベース)】

国内平均

フレーバー +0.2%

部門別概況(3)

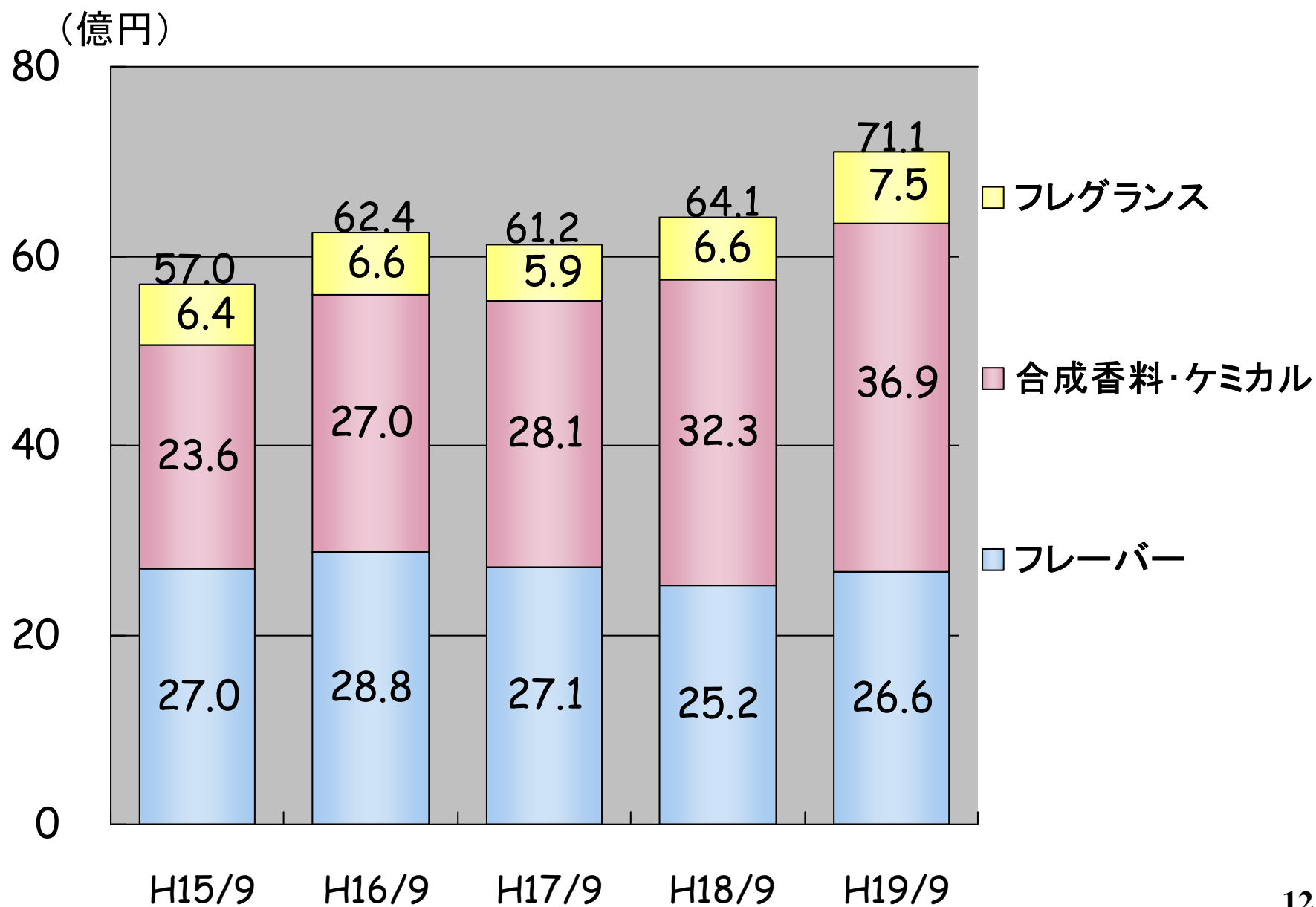
合成香料・ケミカル

合成香料が海外向けを中心に順調に伸び、
ケミカルも化成品や着臭剤が伸び、全体で増収。

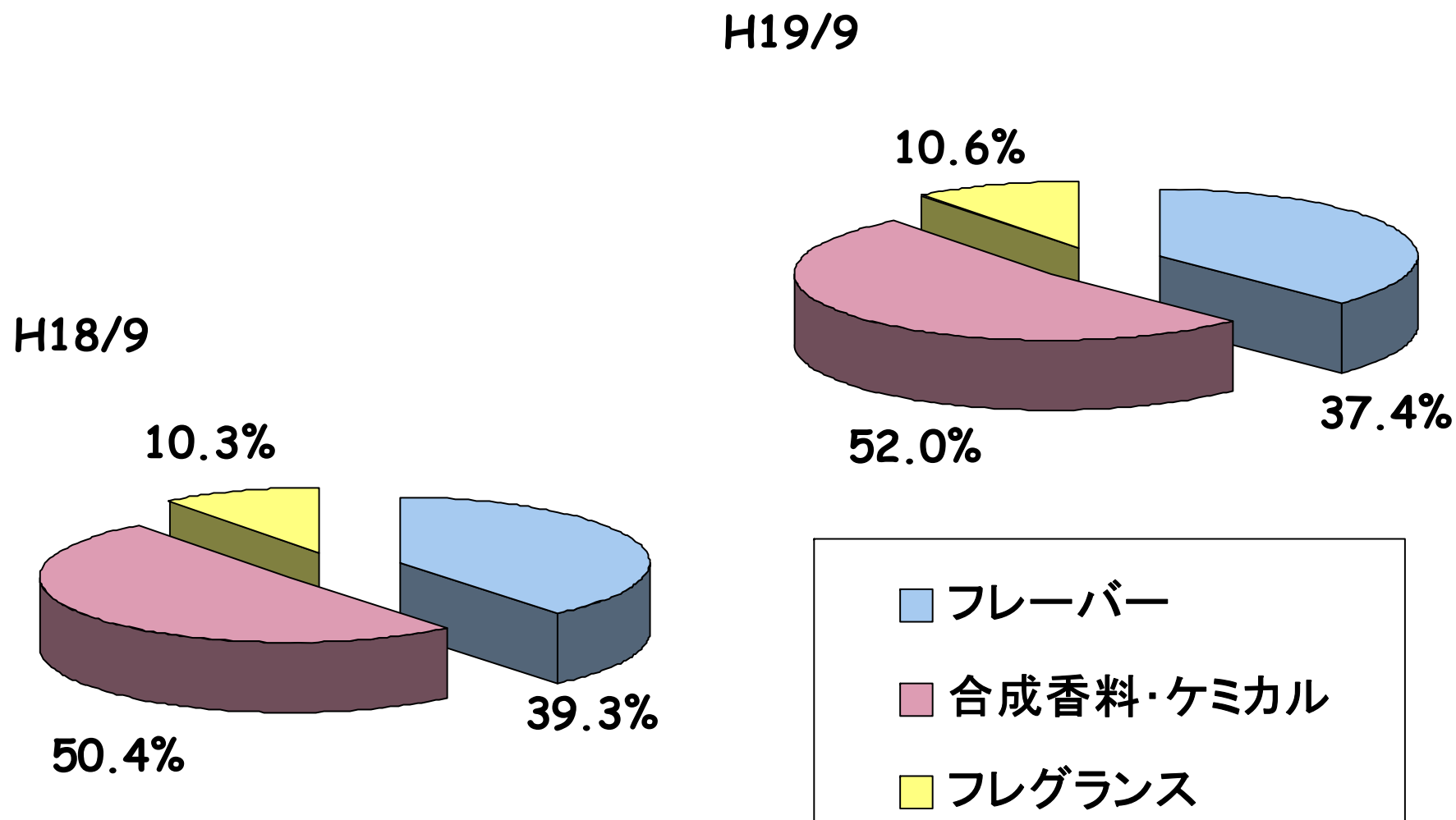
億円

	前中間期 H18/9	当中間期 H19/9	増減	
			金額	率
売上高	38.7	42.7	+4.0	+10.3%
うち製品	32.3	36.9	+4.6	+14.4%
うち商品	6.4	5.8	▲0.6	▲10.2%

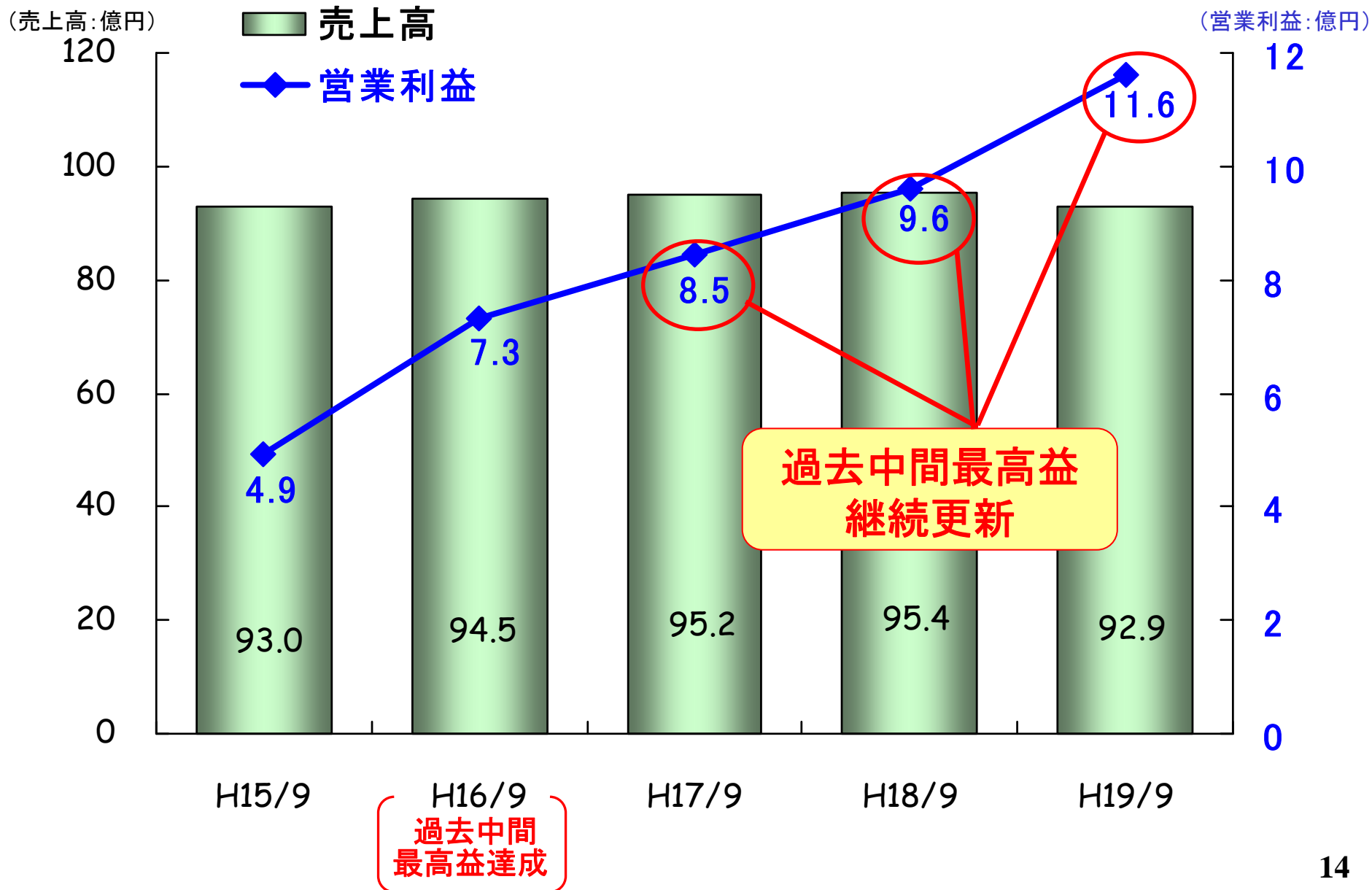
部門別売上高推移(製品)



部門別構成比率(製品)



売上高・営業利益推移



営業利益変動要因分析

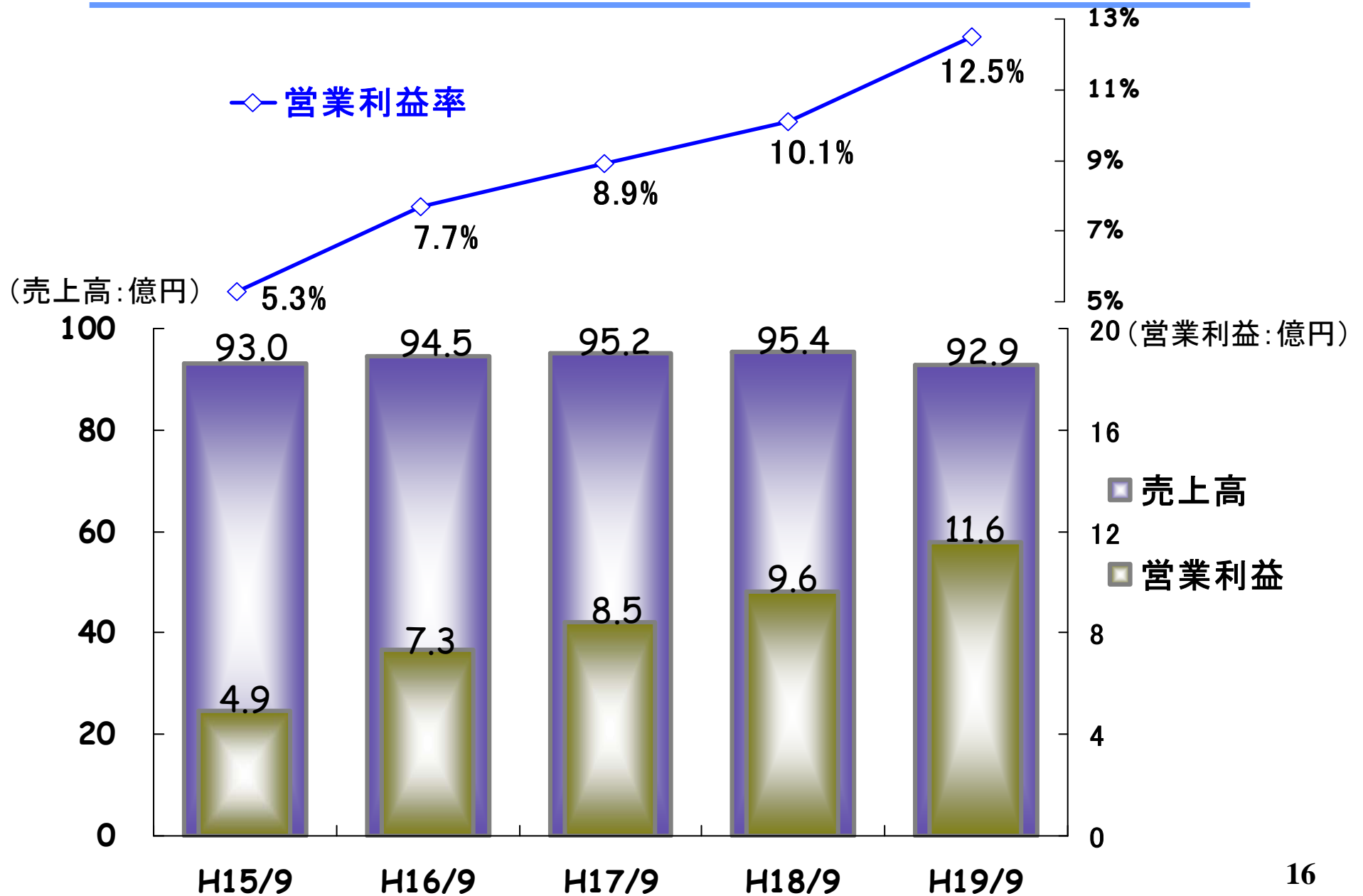
H18／9	H19／9	増加額
9.6億円	11.6億円	2.0億円



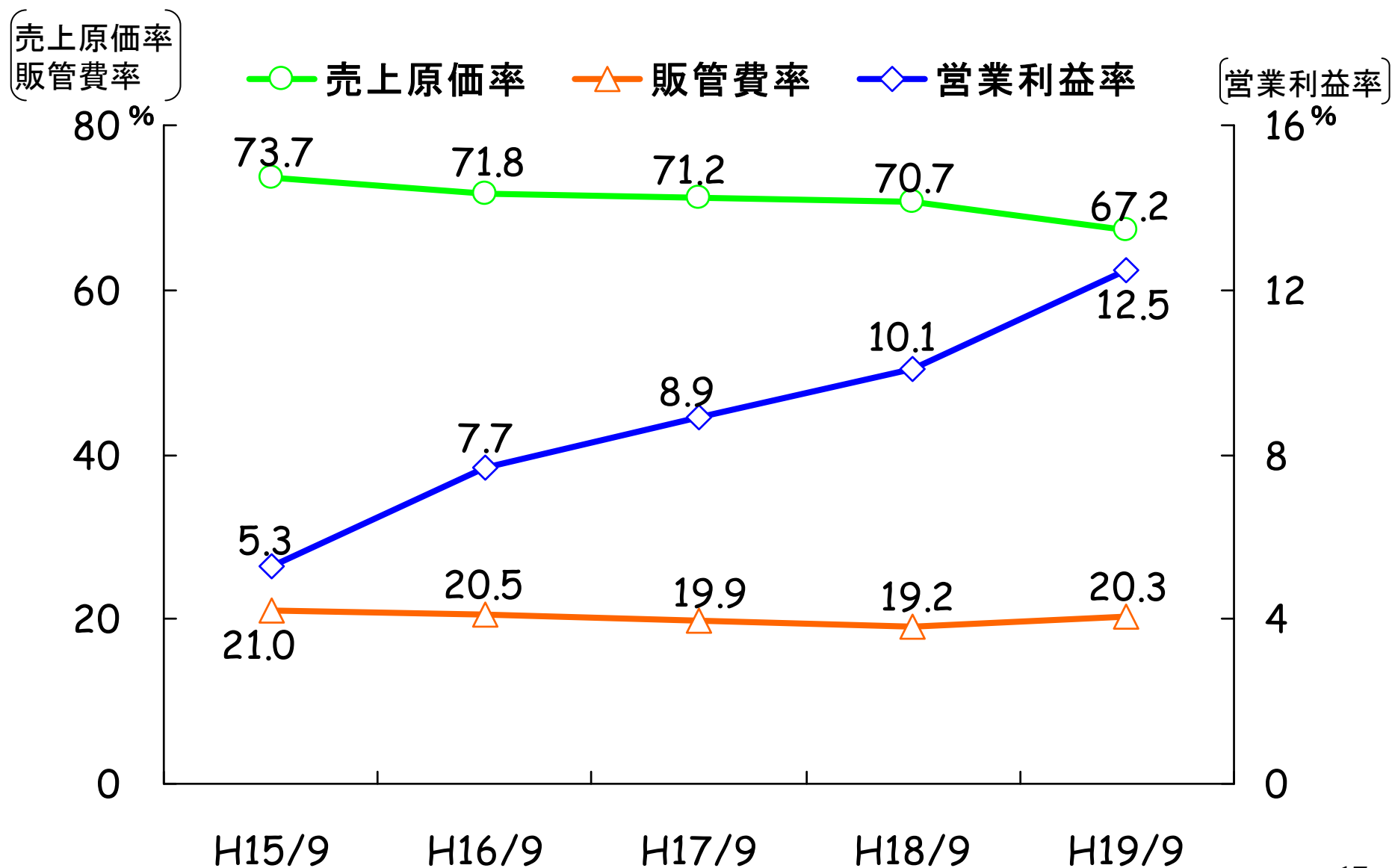
増益要因

- ①収益構造の改善による増益
 - ・付加価値の高い自社製品の拡販による収益改善
- ②トータルコスト競争力の更なる強化
 - ・製造原価の低減、営業費の効率的な使用等

売上高・営業利益・営業利益率の推移



売上原価率・販管費率・営業利益率の推移



連結業績の概要(財政状態)

億円

	H18/9	H19/9	増 減
総 資 産	176.2	183.8	+7.6 (+4.3%)
純 資 産	87.7	99.3	+11.6 (+13.2%)
自己資本比率	49.8%	54.0%	+4.2 ポイント
1 株 当 た り 純 資 産	877.12円	992.84円	+115.72円 (+13.2%)

ポイント

◎財務内容、財務比率の向上

～純資産の大幅増加 → 自己資本比率も順調に向上

貸借対照表(資産の部)

億円

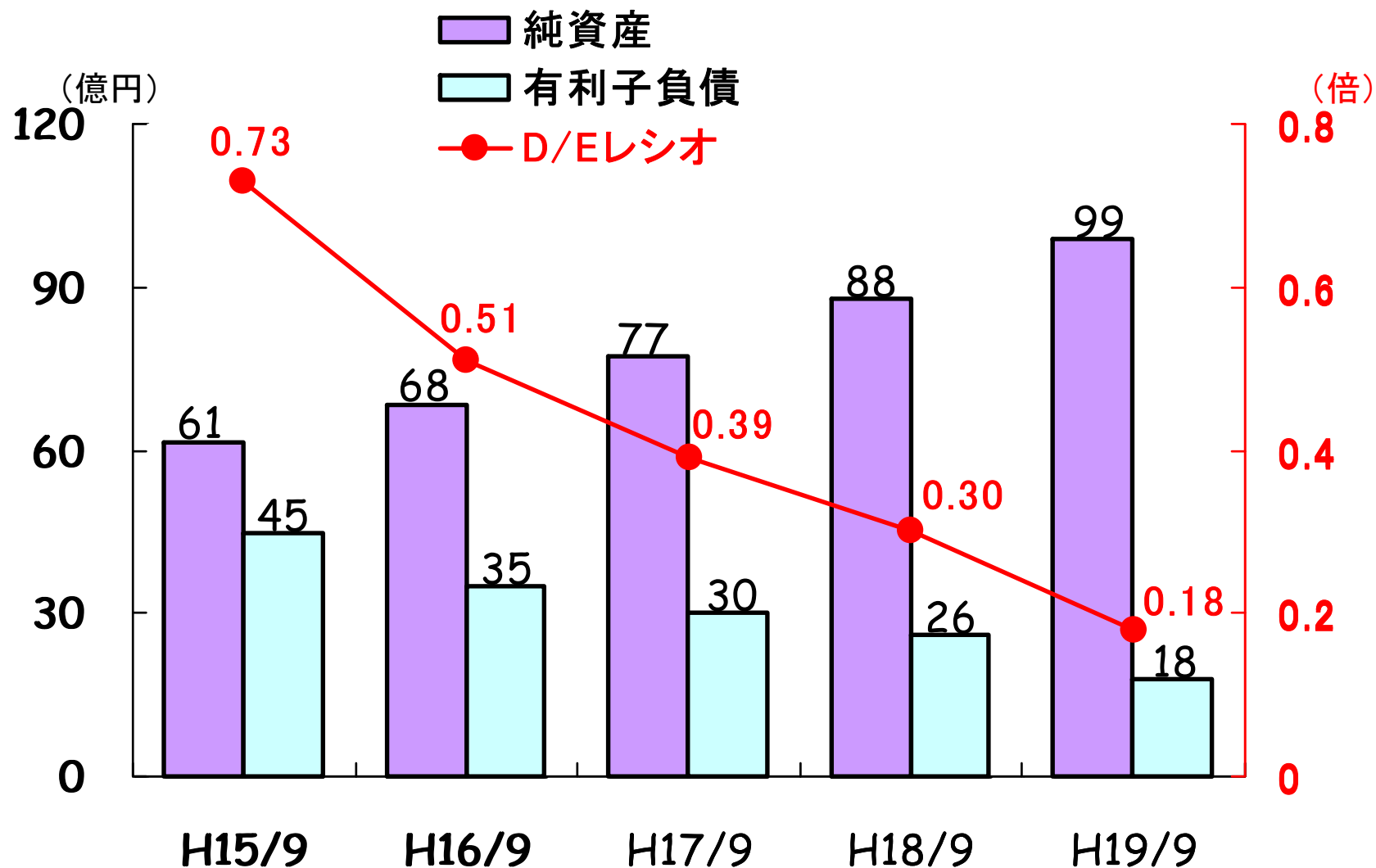
	H18/9	H19/9	増 減	特記事項
資 産 合 計	176.2	183.8	+ 7.6	
流動資産	111.8	116.0	+ 4.2	たな卸資産の増加
有形固定資産	44.7	48.6	+ 3.9	設備投資に伴う増加
無形固定資産	1.0	0.6	▲ 0.4	ソフトウェアの償却
投資その他	18.7	18.6	▲ 0.1	

貸借対照表(負債・純資産の部)

億円

	H18/9	H19/9	増 減	特記事項
負 債 合 計	88.5	84.5	▲ 4.0	
流 動 負 債	61.1	58.0	▲ 3.1	仕入債務の増加・短期借入金の減少
固 定 負 債	27.4	26.5	▲ 0.9	退職給付引当金の減少
純 資 産 合 計	87.7	99.3	+ 11.6	利益剰余金の増加
(うち利益剰余金)	(56.8)	(68.3)	(+11.5)	
有利子負債残高	26.0	18.0	▲ 8.0	利益伸長により有利子負債を圧縮
D/Eレシオ(倍)	0.30	0.18	▲ 0.12	

純資産・有利子負債とD/Eレシオ



キャッシュ・フローの概要

億円

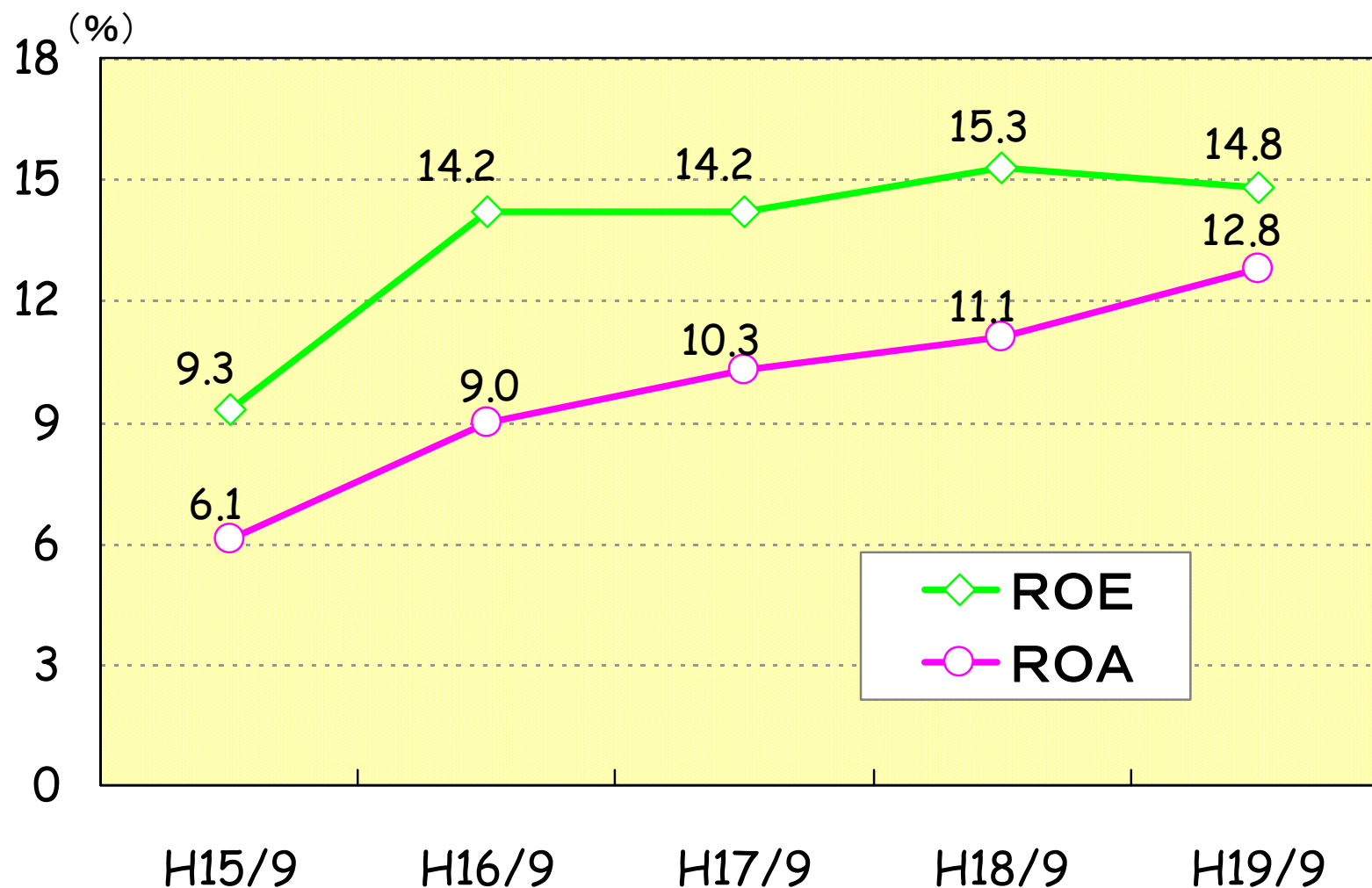
	H18/9	H19/9	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	9.0	7.8	▲ 1.2
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 3.3	▲ 3.2	+ 0.1
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 4.7	▲ 6.6	▲ 1.9
現金及び現金同等物の増加額	1.0	▲ 2.0	▲ 3.0
現金及び現金同等物中間期末残高	21.9	21.9	+ 0.0

	H16/3	H17/3	H18/3	H19/3	H19/9
自己資本比率	39.5%	43.8%	49.0%	51.8%	54.0%
時価ベースの自己資本比率	31.2%	46.5%	68.0%	57.3%	56.0%
CF対有利子負債比率(年)	2.5	2.1	2.0	1.3	1.1
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	45.1	53.1	59.6	124.9	86.4

ポイント

- ◎自己資本比率は每期継続して上昇
- ◎営業キャッシュ・フロー対有利子負債比率も順調に低下

ROE・ROAの推移



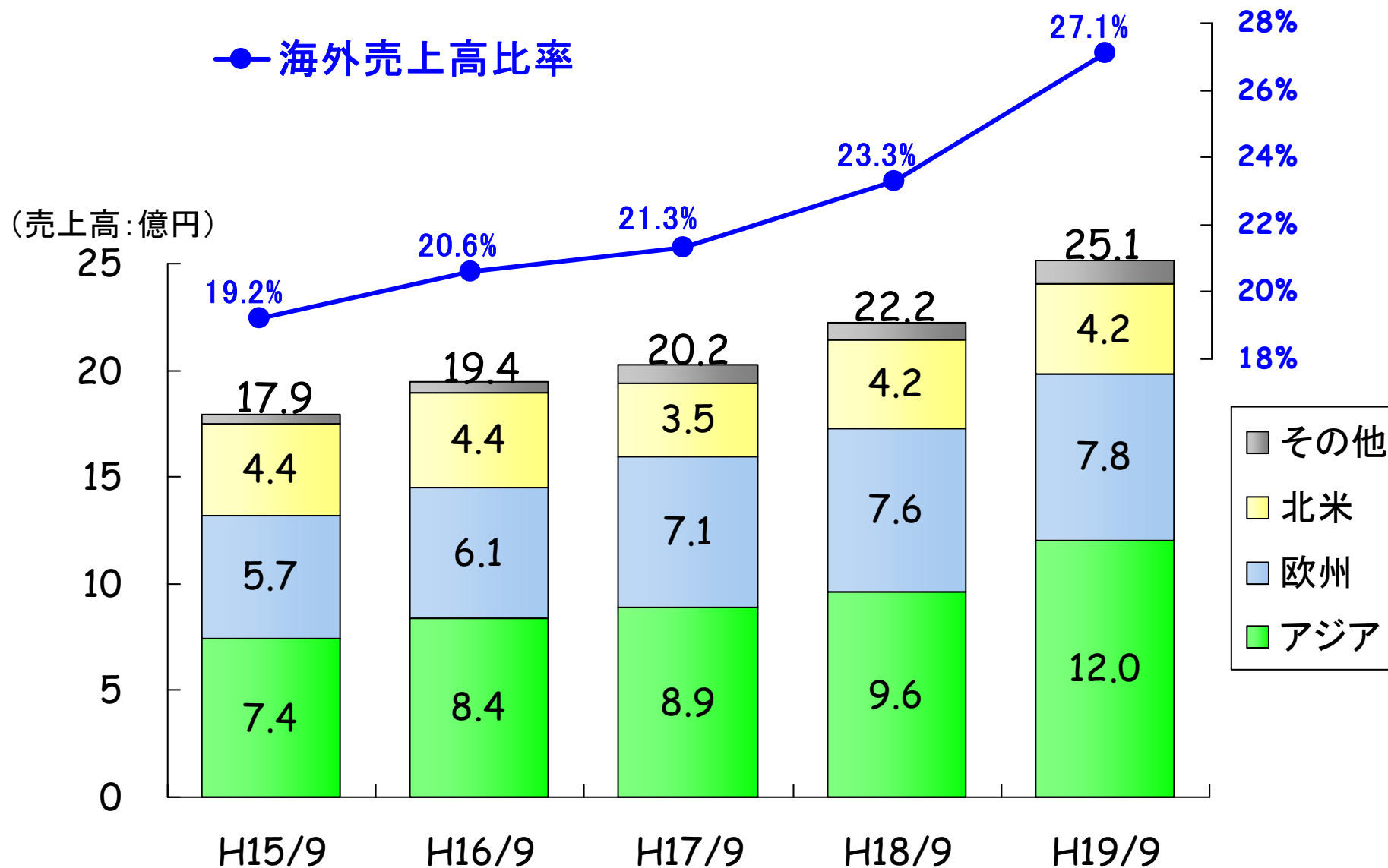
* ROE: 自己資本当期純利益率 ROA: 総資産営業利益率

設備投資・減価償却費・試験研究費

億円

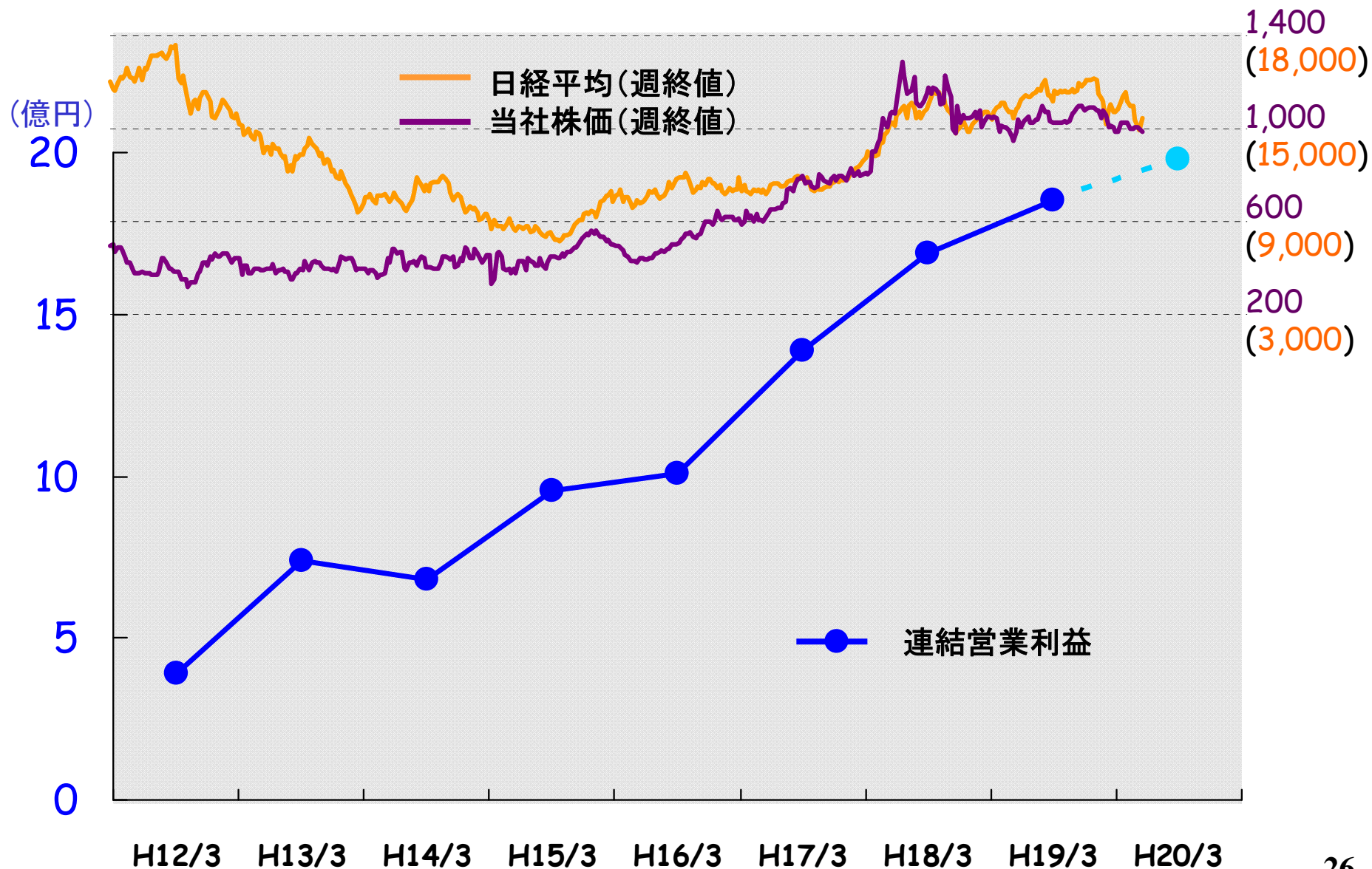
	H18/9	H19/9	増減
設備投資	1.0	3.3	+ 2.3
減価償却費	3.3	3.5	+ 0.2
試験研究費	5.0	4.9	▲ 0.1

海外売上高の伸長



連結営業利益と株価推移

〔 当社株価 単位:円 〕
〔 (日経平均 単位:円) 〕



Ⅲ. 平成20年3月期 業績予想

平成20年3月期 業績予想

億円

	H19/3	H20/3 (予想)	増加率
連結 売上高	181.8	187.5	3.1%
営業利益	18.5	19.8	6.9%
経常利益	18.9	20.0	5.7%
当期利益	12.1	12.5	3.5%

IV. 中期経営課題(平成18～20年度)に ついて

中期経営課題(平成18-20年度)

1) 全社方針

安全・衛生・防災・環境保全に努め、法令を遵守し、製品の安全性・品質の確保を徹底し、CSRの推進を企業経営の最優先課題として取り組む

2) 中期目標:

ユニークで存在感のある香料会社として
新たなステージへ飛躍

3) スローガン: 「Innovation by Aroma」
— 香料による新しい価値の創造 —

数値目標(平成20年度)

	実績 (H19/3)	中経目標 (H21/3)
営業利益	18.5億円	20億円以上
売上高営業利益率	10.2%	10%以上を維持
ROE	13.7%	11%以上を維持
ROA	10.6%	11%以上
D/Eレシオ	0.3倍	0.4倍以内を維持

* ROE: 自己資本当期純利益率 ROA: 総資産営業利益率

事業環境



市場

ユーザーの最終製品市場は成熟化

少子高齢化の進行、消費者欲求の高度化

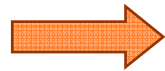
高機能・高品質製品への顧客ニーズのシフト

食の安全・安心、健康志向の高まり

1. 事業構造の改革と事業拡大

1) 収益基盤の強化

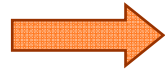
選択と集中
の実行



持続的な事業拡大へ

2) 新製品開発力の強化

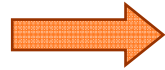
研究・開発
体制の強化



消費者・顧客ニーズへの対応力を強化

3) 海外市場の拡大

開発・生産・
販売体制の強化



曾田香料(昆山)を拠点に中国市場での
拡販
東南アジア市場の開拓を加速

基本戦略

- ① 国内市場でのシェアアップと自社製品売上比率の向上
- ② 海外市場の開拓・拡販

部門別課題

フレグランス

顧客ニーズに対応した高機能・高品質製品の開発
国内外のターゲットを絞り込み、製品売上を拡大

フレーバー

品質管理、トレーサビリティ体制の強化
重点ユーザーの開発コンセプトを的確に把握
既存フレーバーの拡販、新規調合香料の開発と上市

合成香料・ ケミカル

合成香料のコスト競争力強化と拡販
電子材料・着臭剤の拡販

2. 企業体質強化

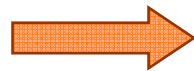
1) 事業体質の更なる強化

比例費削減



- ・購入品のコスト構成分析の徹底による削減
- ・プロセス改善によるコストダウン

労務費の
適正化



- ・各事業での要員規模、年齢分布の適正化

資本の効率化



- ・有利子負債削減
- ・効率的な設備投資
- ・在庫管理強化

2) 人材育成の強化

人材の育成



- ・社員の意識改革、組織の活性化
- ・第一線営業マンの営業力強化
- ・創造力溢れる組織風土の醸成

これら課題・施策の確実な実施により

**ユニークで存在感のある香料会社として
新たなステージへ飛躍**

本資料中の平成20年3月期業績予想、見通し及び事業計画についての記述は、現時点における将来の経済環境予想等の仮定に基づいています。本資料において当社の将来の業績を保証するものではありません。

本資料に関するお問い合わせ

曾田香料株式会社

財務部

TEL : 03-5645-7340 (代)

FAX : 03-3668-6289 (代)