2011年9月期第2四半期決算説明会

長谷川香料株式会社

2011年5月12日

このプレゼンテーション資料は、２０１１年５月１０日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び２０１１年９月期第２四半期連結決算の業績に関する情報の提供を目的に作成されております。

本資料に掲載されている事項は、資料作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性及び完全性を保証するものではなく、今後、予告なしに変更されることがあります。なお、本資料で使用するデータ及び表現等の欠落・誤謬につきましては、その責めを負いかねますのでご了承下さい。

目次

Ⅰ. 事業の概要 ・・・ P3-P14

ー香料業について
ー市場規模
ー当社の現況

Ⅱ. 連結決算の概要 ・・・ P15-P19

Ⅲ. 当期計画の修正 ・・・ P20-P21

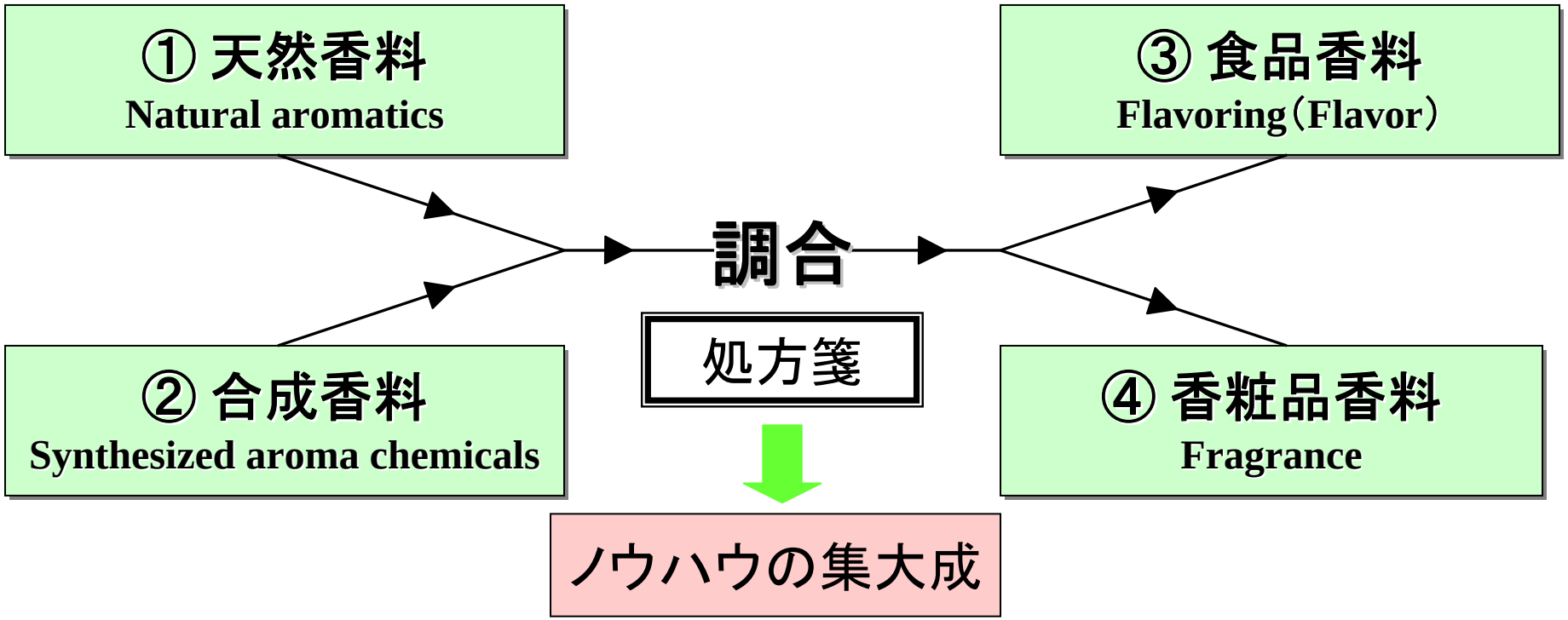
Ⅳ. 経営戦略 ・・・ P22-P26

添付資料 ・・・ P27-P40

Ⅰ.事業の概要

香料業について

香料業について



香粧品香料を調香する研究者をPerfumer（パフューマー）、
食品香料を調香する研究者をFlavorist（フレーバーリスト）と呼ぶ

香粧品香料と食品香料は各得意先の要求に基づいてオーダーメイドされる

⇒パフューマー、フレーバーリストが作成する処方箋が香料会社のノウハウの集大成

市場規模

1.世界の香料市場の規模（当社推計）

・世界全体の香料販売額：約1．8兆円（約220億ドル）



2. 世界の香料会社の売上高ランキング

百万ドル

	会 社 名	国　名	2010年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	4,538	20.6%
2	Firmenich	スイス	3,318	15.1%
3	IFF	米国	2,622	11.9%
4	Symrise	ドイツ	2,106	9.6%
5	高砂香料	日本	1,452	6.6%
6	Mane SA	フランス	643	2.9%
7	Sensient Flavors	米国	582	2.6%
8	長谷川香料	日本	556	2.5%
9	Robertet SA	フランス	484	2.2%
10	Frutarom	イスラエル	451	2.1%

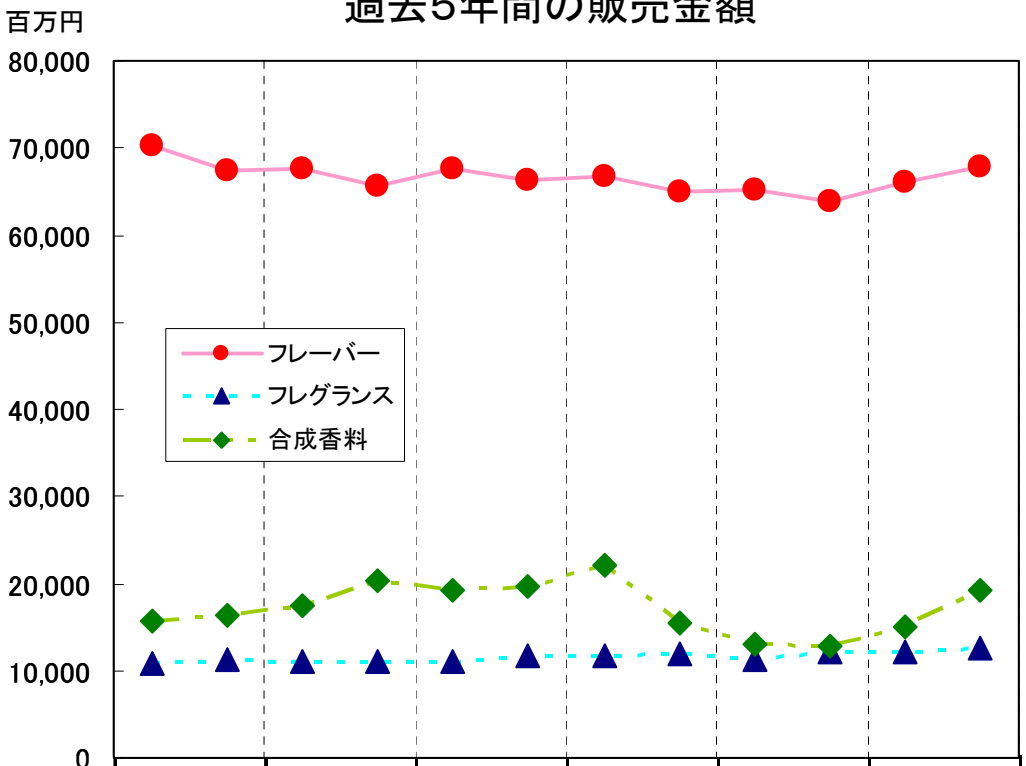
（注）1. シェアは2010年の世界の香料販売額を220億ドルとして推計
　　2. 1＄≒81.1円

出典: Leffingwell & Associates発表資料
http://www.leffingwell.com/top_10.htm

3. 国内香料市場の規模

・フレーバーの販売金額が約70%を占める。・2010年は猛暑効果もあり前年比大幅増。

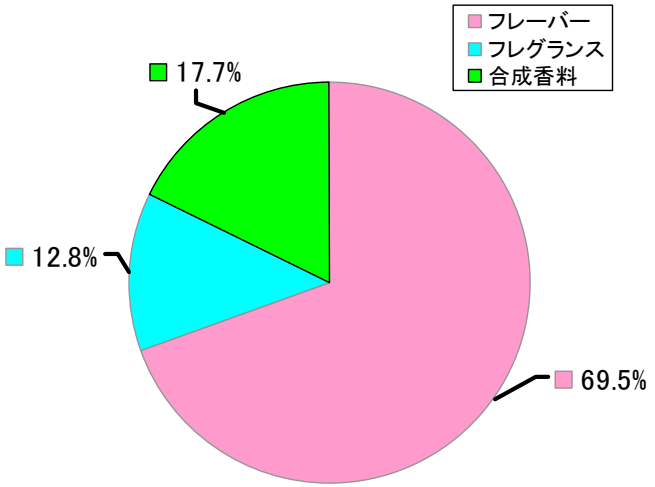
過去5年間の販売金額



	2005	2006	2007	2008	2009	2010
フレーバー	137,734	133,126	133,928	131,884	129,065	134,089
フレグランス	21,947	22,043	22,685	23,751	23,360	24,804
合成香料	31,889	37,789	38,944	37,627	25,725	34,136
合計	191,570	192,958	195,557	193,262	178,150	193,029
前年比増減率	0.9%	0.7%	1.3%	△1.2%	△7.8%	8.4%

（注）グラフは国内香料販売金額の半年毎の推移を示しています。

2010年度の構成比



出典：日本香料工業会会報

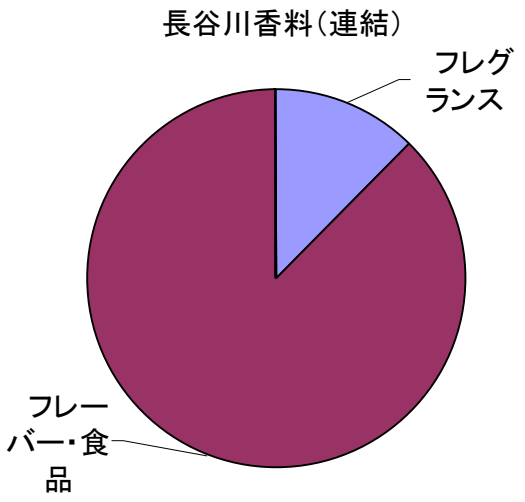
当社の現況

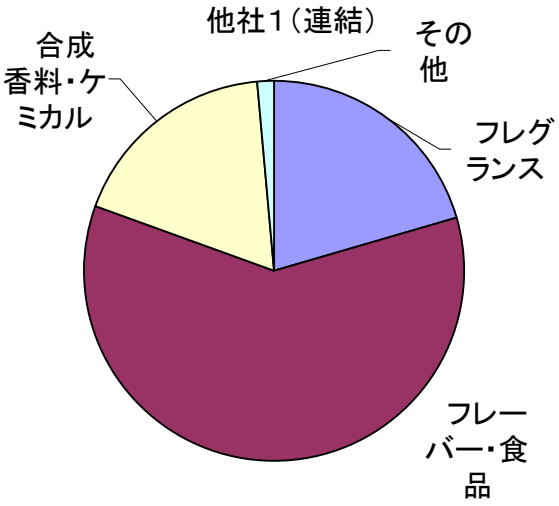
売上構成

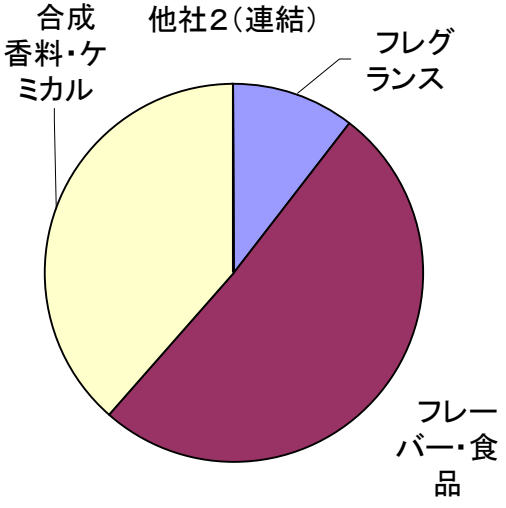
・当社は付加価値の高い調合香料に特化
・多品種少量生産　年間 約14,000品のフレーバー、フレグランスを販売

百万円

	長谷川香料(連結)		他社1(連結)		他社2(連結)	
	2010.9		2010.3		2010.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比
フレグランス	5,651	12.5%	23,525	20.6%	1,703	10.6%
フレーバー・食品	39,516	87.5%	68,710	60.1%	8,178	50.7%
合成香料・ケミカル	0	0.0%	20,598	18.0%	6,233	38.7%
その他	0	0.0%	1,512	1.3%	0	0.0%
小計	45,167	100.0%	114,347	100.0%	16,117	100.0%
売上高総利益率	34.2%		29.4%		30.3%	







グローバル展開

・コアビジネスである調合香料と派生分野に注力しており、海外展開については
調合香料の市場があるところを中心に展開している。（日本・米国・中国の3極体制）

・中国子会社の売上増に伴い海外売上高の割合が増加。

（百万円）

	'06/9 (実績)	'07/9 (実績)	'08/9 (実績)	'09/9 (実績)	'10/9 (実績)
連結売上高	47,000	50,066	45,421	43,244	45,167
海外売上高	7,279	8,279	8,208	8,030	8,937
(内、アジア地域売上高)	5,774	6,445	6,513	6,635	7,457
(内、上海子会社売上高)	2,841	3,289	3,457	3,740	4,177
連結売上高に占める海外売上高の割合	15.5%	16.5%	18.1%	18.6%	19.8%
連結売上高に占めるアジア地域売上高の割合	12.3%	12.9%	14.3%	15.3%	16.5%
連結売上高に占める上海子会社売上高の割合	6.0%	6.6%	7.6%	8.6%	9.2%

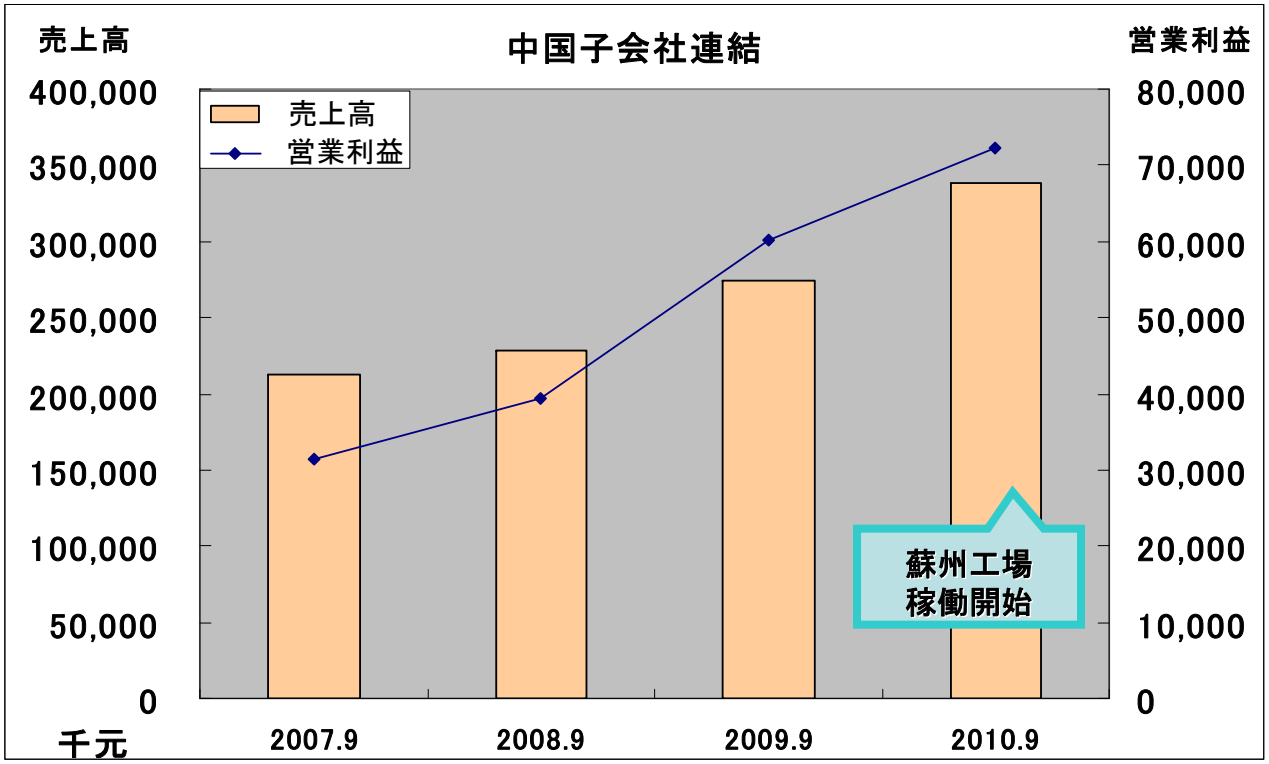
（注）アジア地域売上高の中に上海子会社の売上高も含まれています。

グローバル展開 –中国事業–

・当社の中国事業は好調に推移。更なる成長に期待

千元

	2007.9		2008.9		2009.9		2010.9	
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比
売上高	213,061	8.7%	227,921	7.0%	274,607	20.5%	338,527	23.3%
営業利益	31,507	35.2%	39,490	25.3%	60,150	52.3%	72,173	20.0%
売上高営業利益率	14.8%	–	17.3%	–	21.9%	–	21.3%	–



売上のほぼ全てが現地市場向け

－製品別売上構成：
フレーバー 約80%
フレグランス 約20%

－得意先属性別の売上構成：
地場企業 約20%
外資系（日系以外）企業 約70%
日系企業 約10%

－東南アジア向けの輸出も検討中

※当社の中国子会社3社（連結子会社である長谷川香料（上海）有限公司、長谷川香料（蘇州）有限公司及び非連結子会社である上海長谷川香精貿易有限公司）の連結損益計算書

東日本大震災の影響

1. 当社被害の状況
   ・従業員の人的被害は無く、当社の建物及び生産設備への重大な被害は発生していない
   ・計画停電、燃料不足等の影響により一時生産量が低下
   ・計画停電に対して工場は変則勤務で対応

2. 国内市場の状況
   ・得意先工場の被災、計画停電による生産量低下
   ・包装資材製造工場等の被災による資材不足

国内市場

	震災前	震災後
得意先	製品の多様化	生産品目の絞込み 新製品の発売延期･中止
当社	多品種少量生産	主力品の生産量増加 生産品目数の減少

3. 海外市場の状況
   ・各国政府による日本製品の輸入制限措置

海外市場

	震災前	震災後
当社	海外子会社への原料･中間品の輸出 中国、米国以外の海外得意先に製品を輸出	海外子会社による現地調達の推進 海外子会社への製造移管を検討中（一部実施中）

4. 夏季電力使用量削減への取り組み
   ・自家発電機の導入
   ・製造部門における部署単位の輪番休業
   ・サマータイム導入の検討

Ⅱ．連結決算の概要

連結業績の概要

・前期比：売上高はほぼ横ばいも増益
・計画比：２月までは計画比順調に推移も、震災の影響による３月の売上減により売上高は計画比減少

百万円

	前期第２四半期（累計実績）		当期第２四半期（計画）		当期第２四半期（累計実績）		増減			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期比		計画比	
							金額	%	金額	%
売上高	20,649	100.0%	21,230	100.0%	20,734	100.0%	85	0.4%	-495	-2.3%
売上原価	13,916	67.4%	14,190	66.8%	13,722	66.2%	-194	-1.4%	-467	-3.3%
売上総利益	6,732	32.6%	7,040	33.2%	7,011	33.8%	279	4.2%	-28	-0.4%
販売費及び一般管理費	5,419	26.2%	5,430	25.6%	5,205	25.1%	-214	-4.0%	-224	-4.1%
営業利益	1,312	6.4%	1,610	7.6%	1,806	8.7%	493	37.6%	196	12.2%
経常利益	1,493	7.2%	1,700	8.0%	1,974	9.5%	481	32.2%	274	16.2%
税引前当期純利益	1,225	5.9%	1,820	8.6%	2,091	10.1%	866	70.7%	271	14.9%
当期純利益	830	4.0%	1,200	5.7%	1,333	6.4%	502	60.5%	133	11.1%

売上高の増減要因（部門別）

・フレーバー部門微増、フレグランス部門微減により前期比ほぼ横ばい

百万円

部門		前期 第２半期 （累計実績）	当期 第２四半期 （累計実績）	増減		要因
				金額	増減率	
製品	フレグランス	2,536	2,529	−6	−0.3%	前期比ほぼ横ばい
	食品	16,587	16,911	323	1.9%	茶系飲料向け増加
小計		19,124	19,441	316	1.7%	−
商品	フレグランス	272	230	−41	−15.3%	化粧品向け減少
	食品	1,252	1,062	−189	−15.1%	フルーツ加工品減少
小計		1,524	1,293	−231	−15.2%	−
合計		20,649	20,734	85	0.4%	−

・茶系飲料は約２億円増加

・フルーツ加工品（製品・商品合計）は約３億円減少

利益の増減分析（前期比）

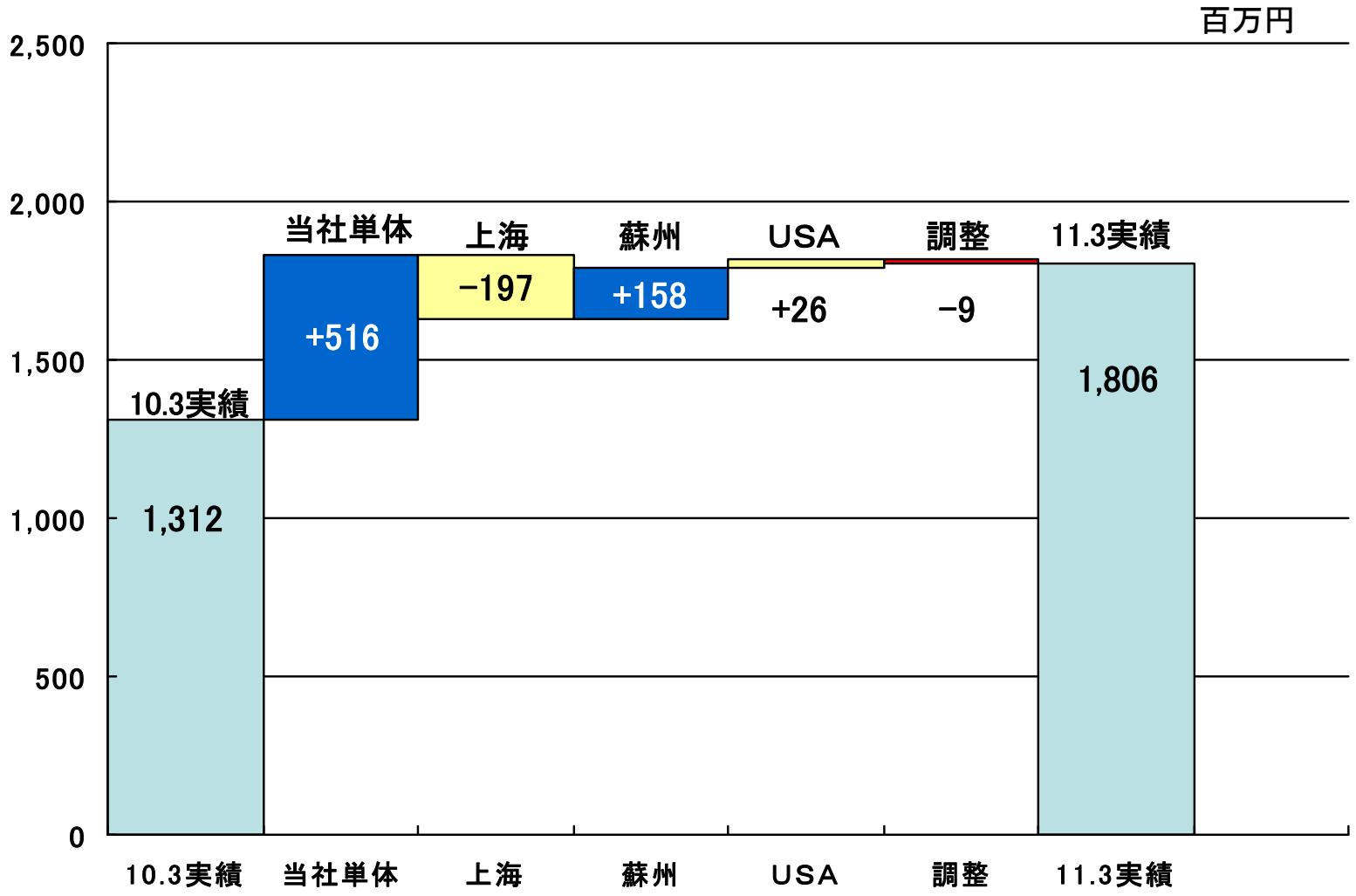
・売上原価率の改善、販売費及び一般管理費の減少により増益

百万円

	前期第２四半期（累計実績）		当期第２四半期（累計実績）		増減		要因
					金額	%	
売上高	20,649	100.0%	20,734	100.0%	85	0.4%	
売上原価	13,916	67.4%	13,722	66.2%	-194	-1.4%	・当社単体の売上原価率が減価償却費の減少△154百万円等により、68.4%から66.8%へ1.6ポイント改善
売上総利益	6,732	32.6%	7,011	33.8%	279	4.2%	
販売費及び一般管理費	5,419	26.2%	5,205	25.1%	-214	-4.0%	・前期は総合研究所新設関連費用164百万円、不動産取得税53百万円を計上
営業利益	1,312	6.4%	1,806	8.7%	493	37.6%	
経常利益	1,493	7.2%	1,974	9.5%	481	32.2%	
税引前当期純利益	1,225	5.9%	2,091	10.1%	866	70.7%	・特別利益：退職給付制度終了益 333百万円を計上 ・特別損失：前期は固定資産廃棄損 257百万円を計上、当期は有価証券評価損84百万円、資産除去債務79百万円を計上
当期純利益	830	4.0%	1,333	6.4%	502	60.5%	

グループ会社別営業利益の増減要因

・当社単体の営業利益は前期比プラス
　上海子会社は蘇州子会社への委託加工費計上等を主因に減少



Ⅲ．当期計画の修正

当期計画(通期・連結)の修正

百万円

	前期実績		11月12日発表計画		今回修正計画		増減			
							前期比		計画比	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	金額	%	金額	%
売上高	45,167	100.0%	45,550	100.0%	43,620	100.0%	-1,547	-3.4%	-1,930	-4.2%
売上原価	29,738	65.8%	30,040	65.9%	28,850	66.1%	-888	-3.0%	-1,190	-4.0%
売上総利益	15,429	34.2%	15,510	34.1%	14,770	33.9%	-659	-4.3%	-740	-4.8%
販売費及び一般管理費	11,008	24.4%	11,010	24.2%	11,010	25.2%	1	0.0%	0	0.0%
営業利益	4,420	9.8%	4,500	9.9%	3,760	8.6%	-660	-14.9%	-740	-16.4%
経常利益	4,544	10.1%	4,670	10.3%	3,940	9.0%	-604	-13.3%	-730	-15.6%
当期純利益	2,840	6.3%	3,070	6.7%	2,650	6.1%	-190	-6.7%	-420	-13.7%

計画修正の要因

売上高：
先行きを見通すことが困難な状況であるが、東日本大震災の影響を見込み下方修正
－ 顧客業界における生産品目の絞込み、新製品の発売中止・延期
－ 中国における日本製原材料調達の停滞による生産量低下懸念（放射能問題）

利益：
売上高の減少に伴い営業利益、経常利益、当期純利益とも下方修正

Ⅳ. 経営戦略

基本戦略

1．当社のコアビジネス（調合香料）の拡大に注力

2．国内市場が当社グループの収益基盤であり、
国内での収益の確保を確実にする

3．海外市場における成長を目指す

当社の取り組み　－国内香料業界を取り巻く外部環境への対応－

最終製品のライフサイクルの短命化

⇒ ERPの活用による適正な在庫水準の見直し及び廃棄ロスの抑制

ユーザーのコスト意識の高まり

⇒ 製造コストの低減（処方の見直し、製造方法の改良）

⇒ 食品原料（乳製品、野菜、果汁、畜産物等）を代替できる香料の提案など、
得意先のコストダウンに貢献

納期の短縮化

⇒ 製造方法の改良、生産自動化の推進、在庫管理の徹底

品質保証関連の要求の高まり

⇒ 社長直轄の品質保証部を中心とした総合的な品質保証体制を構築

⇒ 得意先からのトレーサビリティの要求に対応

市場の成熟化

⇒ 新製品への採用率の向上

⇒ 新分野（アルコール飲料、ノンアルコール飲料、健康食品、医療関係食品等）への対応強化

⇒ 当社が手薄だった分野への進出・拡大

⇒ グローバル化の推進

当社の取り組み　ーグローバル化戦略ー

海外事業における基本方針

・コアビジネスである調合香料と派生分野に注力しており、海外展開については
調合香料の市場があるところを中心に展開している。（日本・米国・中国の3極体制）

　ー 成長市場である中国を中心としたアジア地域の需要を取り込むことで成長を目指す。

・各拠点間の情報共有化の推進

　ー 日本で培った技術を海外で応用していく。

中国市場
・中国子会社における研究開発力、営業力の強化
・地場顧客の開拓
・需要動向を踏まえた適時適切な設備投資

北米市場
・米国子会社における営業・研究部門の人材育成
・粉末香料製造設備の稼働率向上による売上拡大

東南アジア市場
・売上拡大に向けた基盤の構築に向け調査中
　ータイ販売子会社の体制強化
　ー効率的な供給体制の構築

当社の取り組み　－コラボレーションの推進－

経営資源

- 技術力
- 人材
- 販売網

→ ノウハウの蓄積

組織変更

総合研究所新設
2009年10月

- ・3研究所（フレーバー、フレグランス、技術研究所）のコラボレーションの推進
- ・営業部門と研究部門の情報の共有化によるソリューション営業の推進

国際部新設
2010年12月

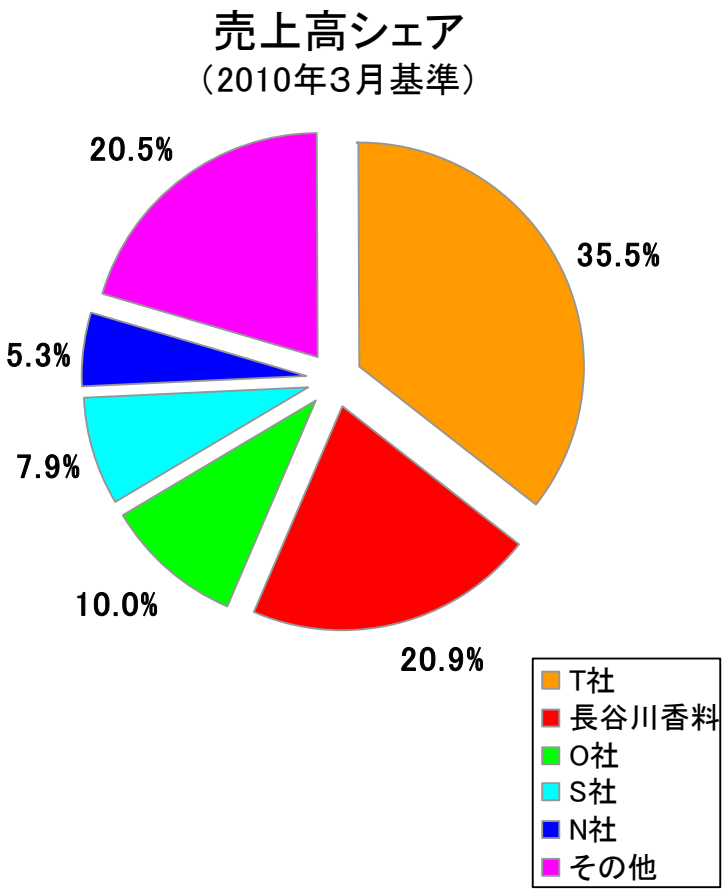
- ・日本・米国・中国の研究所間のコラボレーションの推進
- ・国内外及び海外拠点間のマーケット情報および研究情報の共有化

新製品への採用率の向上	新分野への対応強化	手薄な分野への進出・拡大	グローバル化の推進

添付資料

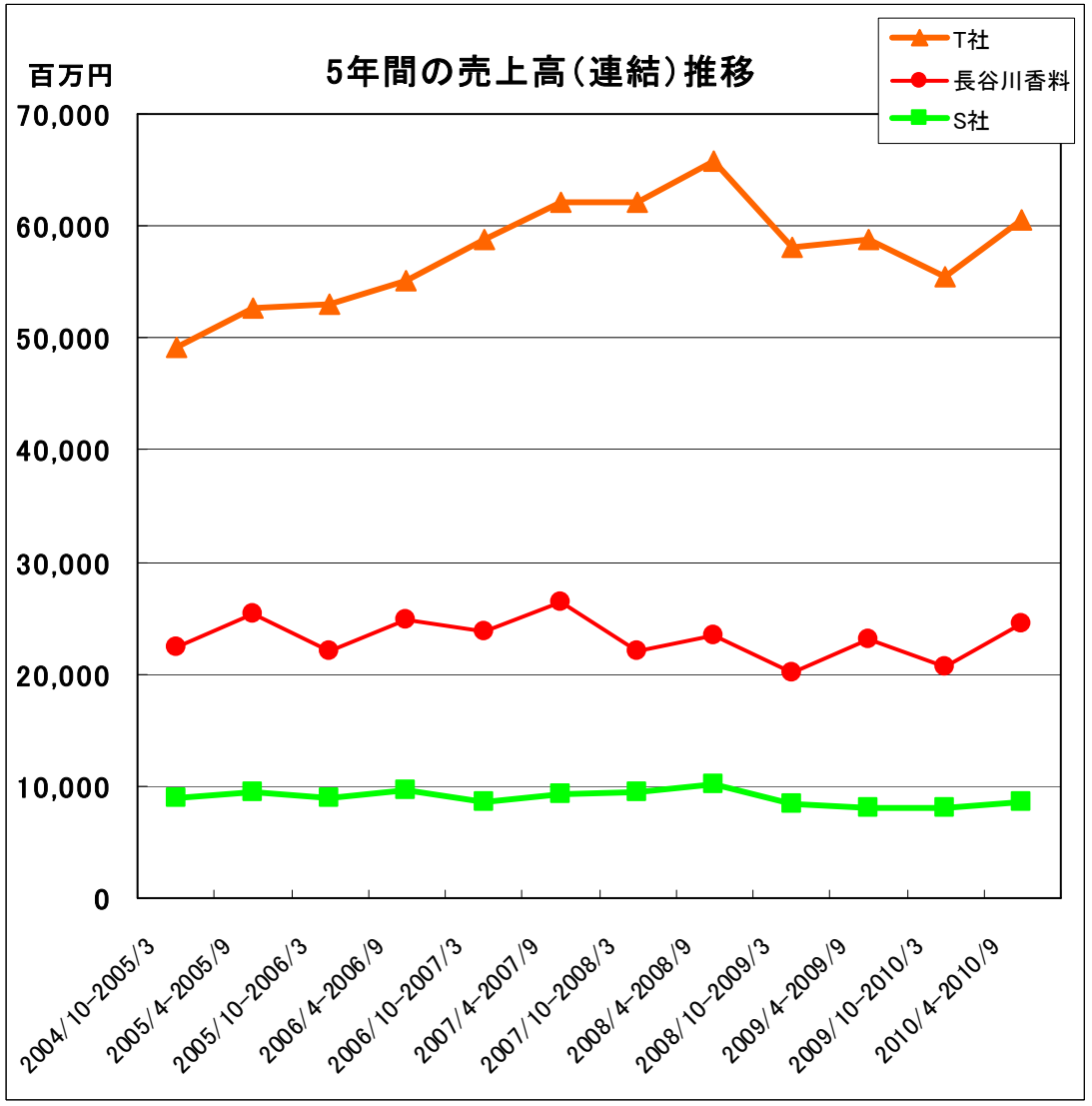
日本の香料会社の売上高ランキング

・業界上位5社で市場の約80%を占有 ・市場の成熟化が進行する中での厳しいシェア獲得競争



注1. 民間調査機関の調査資料に基づき、市場占有率は、上位10社の単体売上高の合計を100として算出しています。

注2. 当社は9月決算、T社、O社、S社、N社は3月決算です 。なお、上記グラフでの当社売上高は2009年4月～2010年3月の期間で算出しています。



売上構成

・食品部門が売上の約90%を占める

2011年9月期第2四半期(連結)　　(百万円)

食品部門		フレグランス部門		連結売上高	
金額	%	金額	%	金額	%
17,973	86.7%	2,760	13.3%	20,734	100.0%

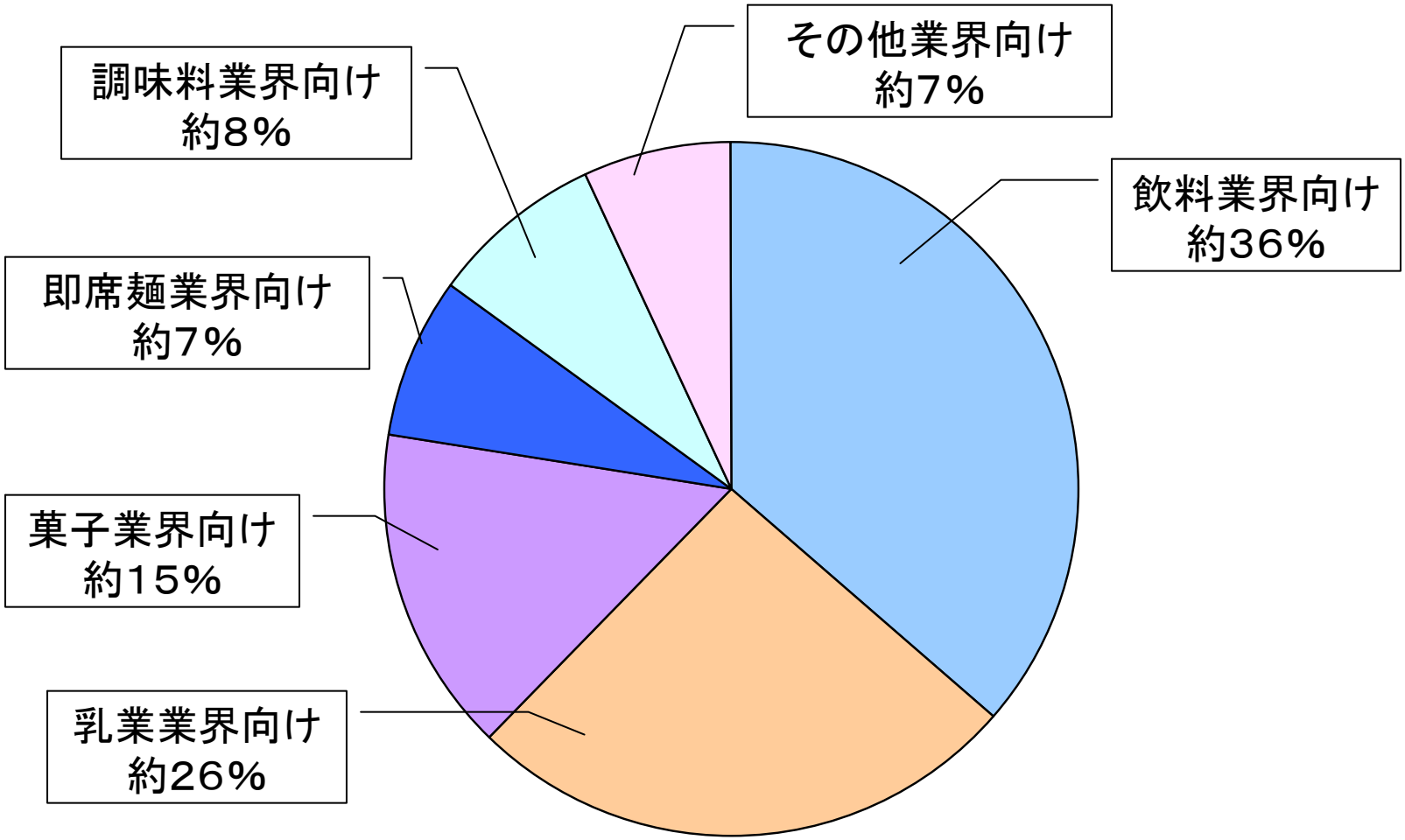
※フルーツ加工品売上高　2，375百万円





フレーバー・食品部門の販売先業界別の割合

・飲料業界向け売上高が多く、売上に季節性あり



（注）業界別区分が可能な得意先の11年9月期第2四半期累計売上高（単体）合計を100として算出した参考データです。

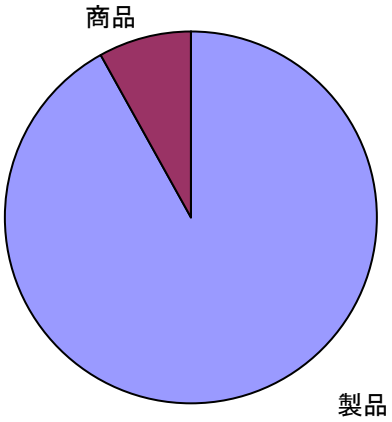
製品/商品比率

・当社は自社製造による製品の構成比が高い

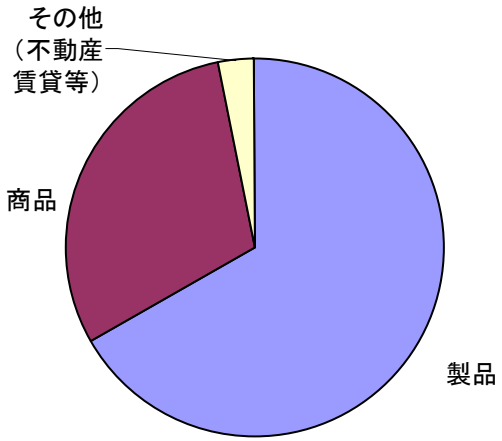
百万円

	長谷川香料(単体)		他社1(単体)		他社2(単体)	
	2010.9		2010.3		2010.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比
製品	37,004	92.0%	44,181	66.6%	11,447	77.6%
商品	3,204	8.0%	20,185	30.4%	3,309	22.4%
その他	0	0.0%	1,999	3.0%	0	0.0%
小計	40,208	100.0%	66,366	100.0%	14,756	100.0%
売上高総利益率	33.0%		28.4%		28.6%	

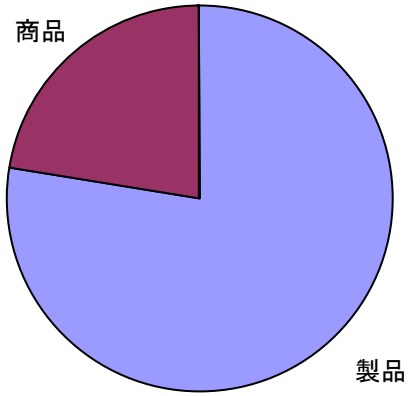
長谷川香料(単体)



他社1(単体)



他社2(単体)

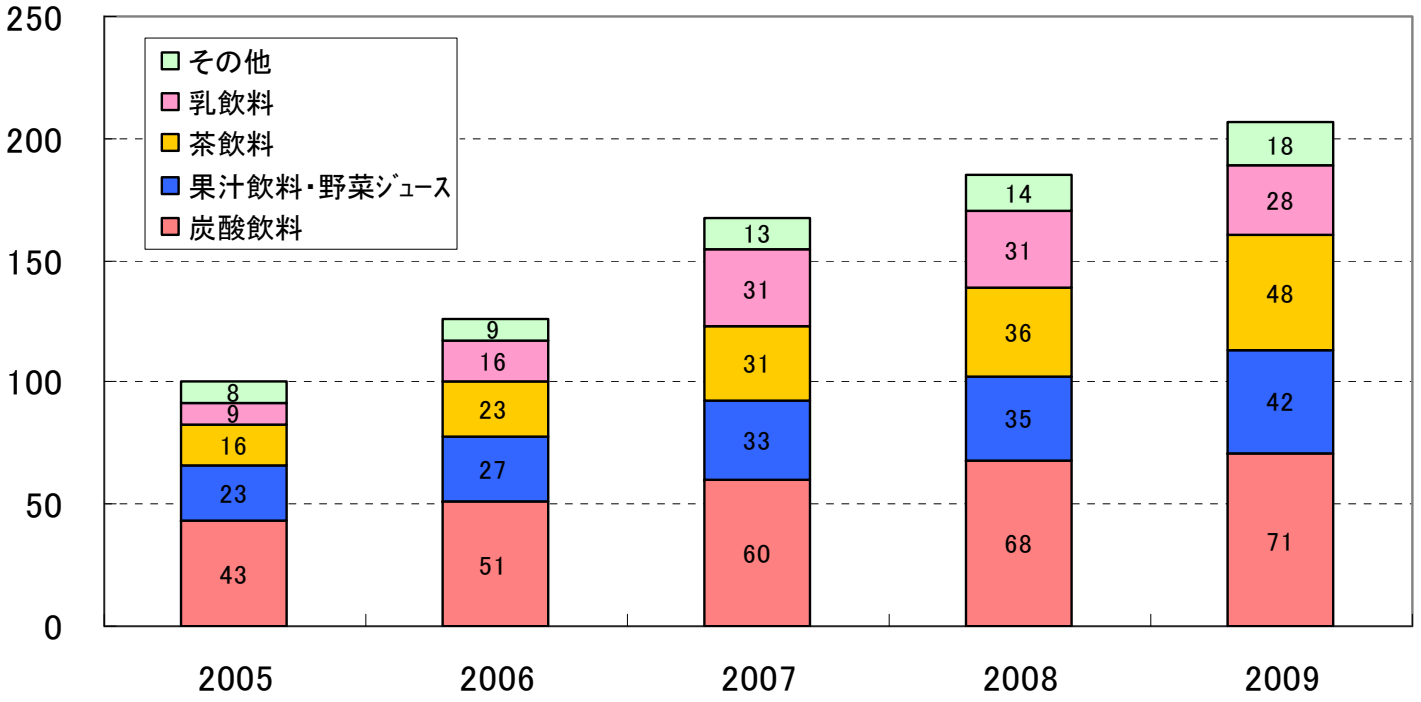


グローバル展開 –中国における飲料市場（当社推計）–

・中国における飲料市場の生産量は過去5年で2倍以上成長

	2005	2006	2007	2008	2009	2005年対比
炭酸飲料	43	51	60	68	71	164%
果汁飲料・野菜ジュース	23	27	33	35	42	183%
茶飲料	16	23	31	36	48	296%
乳飲料	9	16	31	31	28	294%
その他	8	9	13	14	18	228%
合計	**100**	**126**	**167**	**185**	**207**	**207%**

中国における飲料市場（実績）



（注）2005年の生産量を100として算出した参考データです。

連結貸借対照表の増減分析(前期比)

百万円

	前期 第2四半期末	当期 第2四半期末	増減	要因
流動資産	33,433	38,714	5,280	・現預金の減少　△689百万円 ・有価証券の増加　5,999百万円
固定資産	40,173	37,241	△ 2,931	・有形固定資産の減少　△1,980百万円 ・投資有価証券の減少　△1,254百万円
資産合計	73,607	75,956	2,348	
流動負債	9,226	10,200	974	・未払法人税等の増加　320百万円 ・支払手形及び買掛金の増加　222百万円 ・一年内返済予定長期借入金の増加　171百万円
固定負債	6,880	7,228	348	・長期借入金(ESOP関連)の増加　554百万円 ・長期未払金(DC関連)の増加　147百万円 ・退職給付引当金の減少　△472百万円
純資産	57,501	58,527	1,026	・利益剰余金の増加　2,310百万円 ・その他有価証券評価差額金の減少　△729百万円 ・為替換算調整勘定の減少　△649百万円
負債・純資産合計	73,607	75,956	2,348	

連結キャッシュ・フロー計算書の分析

百万円

区分	前期 第2四半期末	当期 第2四半期末	増減	主要科目
営業活動による キャッシュ・フロー	3,970	3,478	△ 492	・税金等調整前当期純利益　2,091百万円 ・減価償却費　1,577百万円 ・売上債権の減少　2,676百万円 ・法人税等の支払　△1,092百万円 ・仕入債務の減少　△777百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 2,531	△ 951	1,580	・有形固定資産の取得　△934百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 2,445	△ 637	1,807	・配当金の支払　△622百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	58	21	△ 37	―
現金及び現金同等物 の増減額	△ 948	1,910	2,858	―
現金及び現金同等物 の期首残高	9,746	13,097	3,350	―
現金及び現金同等物 の期末残高	8,798	15,007	6,209	―

設備投資額・減価償却費・研究開発費（実績）

（単位：百万円）

		当期計画	当期 第2四半期 （累計実績）	進捗率
設備投資額	連結	2,089	735	35.2%
	単体	1,804	686	38.0%
減価償却費	連結	3,354	1,577	47.0%
	単体	2,987	1,404	47.0%
研究開発費	連結	3,767	1,823	48.4%
	単体	3,332	1,617	48.5%

当社単体(実績)

百万円

	前期第２四半期(累計実績)		当期第２四半期(3月25日修正計画)		当期第２四半期(累計実績)		増減			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期比		計画比	
							金額	%	金額	%
売上高	18,411	100.0%	18,740	100.0%	18,424	100.0%	13	0.1%	-315	-1.7%
売上原価	12,586	68.4%	12,730	67.9%	12,302	66.8%	-284	-2.3%	-427	-3.4%
売上総利益	5,824	31.6%	6,010	32.1%	6,122	33.2%	298	5.1%	112	1.9%
販売費及び一般管理費	4,813	26.1%	4,820	25.7%	4,594	24.9%	-218	-4.5%	-225	-4.7%
営業利益	1,010	5.5%	1,190	6.4%	1,527	8.3%	516	51.1%	337	28.4%
経常利益	1,199	6.5%	1,960	10.5%	2,314	12.6%	1,114	92.9%	354	18.1%
税引前当期純利益	946	5.1%	2,080	11.1%	2,432	13.2%	1,485	156.9%	352	16.9%
当期純利益	566	3.1%	1,450	7.7%	1,731	9.4%	1,165	205.7%	281	19.4%

長谷川香料(上海)有限公司(実績)

単位:百万円

円ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	1,914	100.0%	1,875	100.0%	-39	-2.0%
売上原価	1,231	64.3%	1,374	73.3%	142	11.6%
売上総利益	683	35.7%	501	26.7%	-181	-26.6%
販管費	385	20.1%	400	21.4%	15	4.0%
営業利益	297	15.5%	100	5.4%	-197	-66.3%
経常利益	291	15.2%	125	6.7%	-166	-57.1%
	1元=13.24円		1元=12.43円			

単位:千元

現地通貨ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	144,608	100.0%	150,875	100.0%	6,267	4.3%
売上原価	93,020	64.3%	110,546	73.3%	17,525	18.8%
売上総利益	51,587	35.7%	40,329	26.7%	-11,258	-21.8%
販管費	29,116	20.1%	32,255	21.4%	3,138	10.8%
営業利益	22,471	15.5%	8,074	5.4%	-14,397	-64.1%
経常利益	22,049	15.2%	10,065	6.7%	-11,984	-54.4%

・現地通貨ベースで増収、円ベースで減収。

・売上原価率は売上構成の変化、長谷川香料(蘇州)有限公司への委託加工費計上等を主因に9.0ポイント悪化。

T. HASEGAWA U.S.A., INC.（実績）

単位：百万円

円ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	640	100.0%	690	100.0%	50	7.8%
売上原価	424	66.2%	446	64.6%	22	5.3%
売上総利益	216	33.8%	244	35.4%	27	12.9%
販管費	227	35.5%	228	33.1%	0	0.4%
営業利益	-11	-	15	2.3%	26	-
経常利益	-9	-	17	2.6%	27	-
	1$＝90.21円		1$＝82.49円			

単位：千ドル

現地通貨ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	7,100	100.0%	8,373	100.0%	1,272	17.9%
売上原価	4,702	66.2%	5,413	64.6%	710	15.1%
売上総利益	2,398	33.8%	2,960	35.4%	561	23.4%
販管費	2,522	35.5%	2,769	33.1%	247	9.8%
営業利益	-123	-	190	2.3%	314	-
経常利益	-107	-	213	2.6%	321	-

・米国経済の景気後退の影響による業績悪化から回復基調。
新製品の売上等が寄与し増収。

・売上構成はフレーバー部門のみ。

（参考）中国子会社連結（実績）

※当社の中国連結子会社2社（長谷川香料（上海）有限公司、長谷川香料（蘇州）有限公司）の連結損益計算書

単位：百万円

円ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	1,914	100.0%	1,875	100.0%	-39	-2.0%
売上原価	1,221	63.8%	1,236	65.9%	14	1.2%
売上総利益	692	36.2%	639	34.1%	-53	-7.7%
販管費	383	20.0%	400	21.4%	17	4.7%
営業利益	309	16.2%	238	12.7%	-71	-23.0%
経常利益	286	14.9%	265	14.1%	-21	-7.3%
	1元＝13.24円		1元＝12.43円			

単位：千元

現地通貨ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	144,609	100.0%	150,875	100.0%	6,266	4.3%
売上原価	92,291	63.8%	99,439	65.9%	7,148	7.7%
売上総利益	52,318	36.2%	51,436	34.1%	-881	-1.7%
販管費	28,932	20.0%	32,255	21.4%	3,323	11.5%
営業利益	23,386	16.2%	19,180	12.7%	-4,205	-18.0%
経常利益	21,606	14.9%	21,324	14.1%	-281	-1.3%

経営指標

1. 連結売上高伸長率	3. 0%以上
2. 連結売上高営業利益率	14. 0%以上
3. 連結売上高経常利益率	13. 0%以上
4. 連結ROE	8. 0%以上

当社グループが持続的・安定的な発展を達成するために
必要かつ可能な範囲を意識して設定