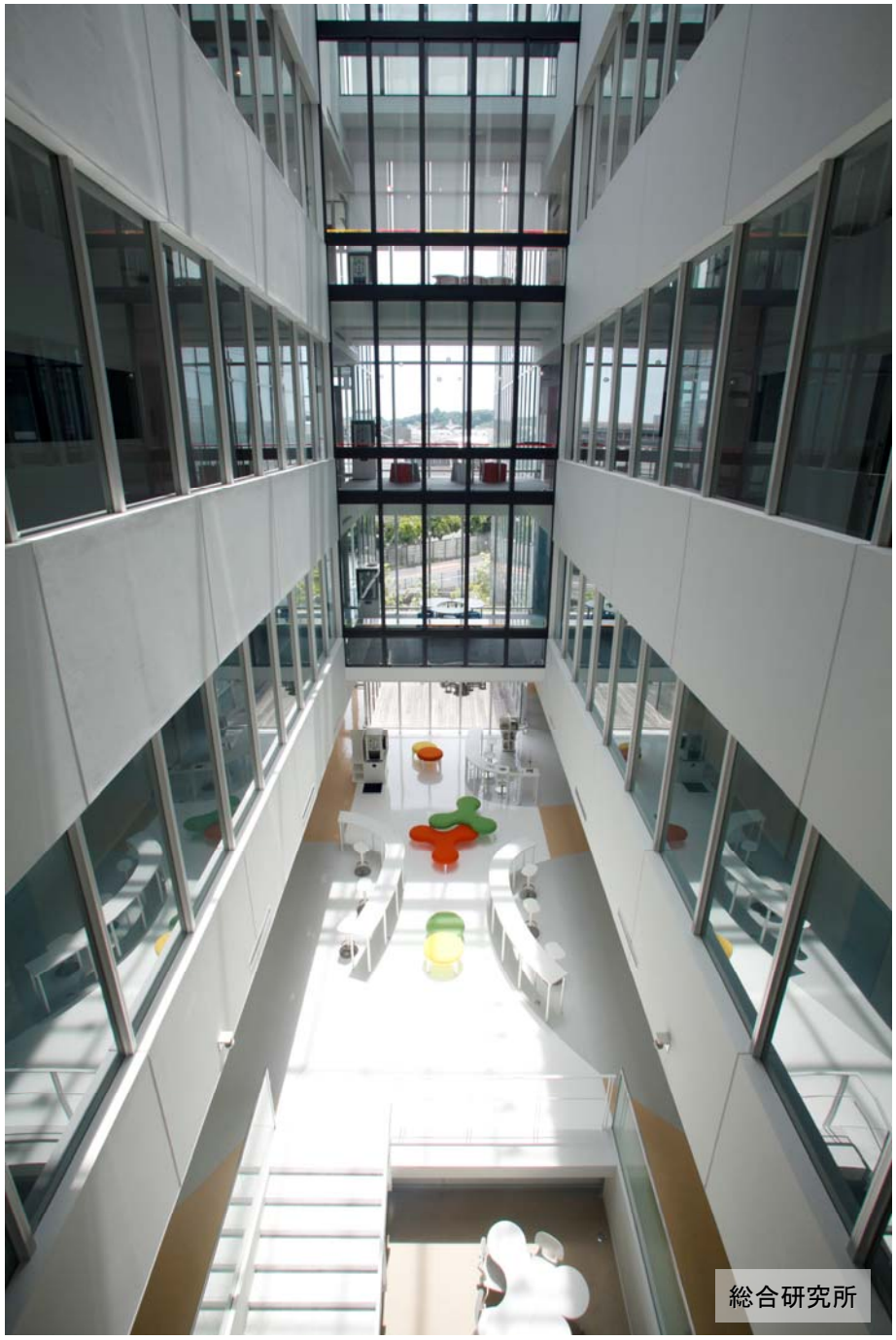
2011年9月期決算説明会

長谷川香料株式会社

2011年11月14日



このプレゼンテーション資料は、２０１１年１１月１１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. 連結決算の概要 ・・・ P3-P10

Ⅱ. 中期3ヵ年計画の概要 ・・・ P11-P16

Ⅲ. 経営戦略 ・・・ P17-P23

Ⅳ. 添付資料 ・・・ P24-P42

－香料業について
－市場規模
－当社の現況

Ⅰ．連結決算の概要

当期における当社を取り巻く外部環境の変化

1. 東日本大震災の影響

国内

当社への直接的な影響、対応	・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
	・夏場の電力不足を想定した前倒し生産
	・計画停電に対し工場は変則勤務で対応
	・自家発電機を導入

	得意先		当社
得意先の震災対応による当社への影響	・生産品目の絞込み、一時的な生産量の低下 → 得意先工場の被災、資材不足、計画停電	⇨	・特定の大型品目の生産量増加の一方で、生産減となった品目も発生
	・夏場の電力不足を想定した前倒し生産	⇨	・受注の偏り（夏前の受注増）
	・新製品の発売延期・中止	⇨	・受注減

海外

	得意先、各国政府		当社
放射能問題への対応	・一部得意先における日本製原料の輸入停止	⇨	・海外子会社による現地調達の推進
	・各国政府による日本製品の輸入制限措置、安全証明書添付の義務化		・海外子会社への製造移管を一部実施
			・各国政府の要請に基づく安全証明書の添付

2. 為替レート（期中平均）

	前期	当期
日本円/米ドル	¥89.58/＄	¥81.15/＄
日本円/元	¥13.11/元	¥12.40/元

※当社の収益には大きな影響なし

3. 天候

日本：前期は記録的な猛暑、当期は8月以降、台風など天候不順
中国：当期は冬場の気温低下、南東部の少雨（4月）、南部の豪雨（6月）など天候不順

4. DEHP問題

5月下旬に台湾で販売されている食品などからDEHP（可塑剤）が検出
その一部が中国やその他の国に輸出されていたことが判明し、中国へも影響が拡大
⇒ 中国において安全基準が極めて厳格になり、一時的に当社の生産活動にも影響（現在問題なし）

連結業績の概要

・前期比：減収増益
・計画比：売上高の減少を主因に計画未達

百万円

	前期（実績）		当期（8月5日修正計画）		当期（実績）		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%	44,650	100.0%	44,246	100.0%	-920	-2.0%	-403	-0.9%
売上原価	29,738	65.8%	28,960	64.9%	28,884	65.3%	-854	-2.9%	-75	-0.3%
売上総利益	15,429	34.2%	15,690	35.1%	15,362	34.7%	-66	-0.4%	-327	-2.1%
販売費及び一般管理費	11,008	24.4%	10,700	24.0%	10,782	24.4%	-226	-2.1%	82	0.8%
営業利益	4,420	9.8%	4,990	11.2%	4,580	10.4%	159	3.6%	-409	-8.2%
経常利益	4,544	10.1%	5,160	11.6%	4,802	10.9%	257	5.7%	-357	-6.9%
税引前当期純利益	3,996	8.8%	5,200	11.6%	4,737	10.7%	741	18.6%	-462	-8.9%
当期純利益	2,840	6.3%	3,420	7.7%	3,115	7.0%	275	9.7%	-304	-8.9%

売上高の増減要因（部門別）

・食品部門の売上減により減収

・フルーツ加工品（製品・商品合計）は約6億円減少

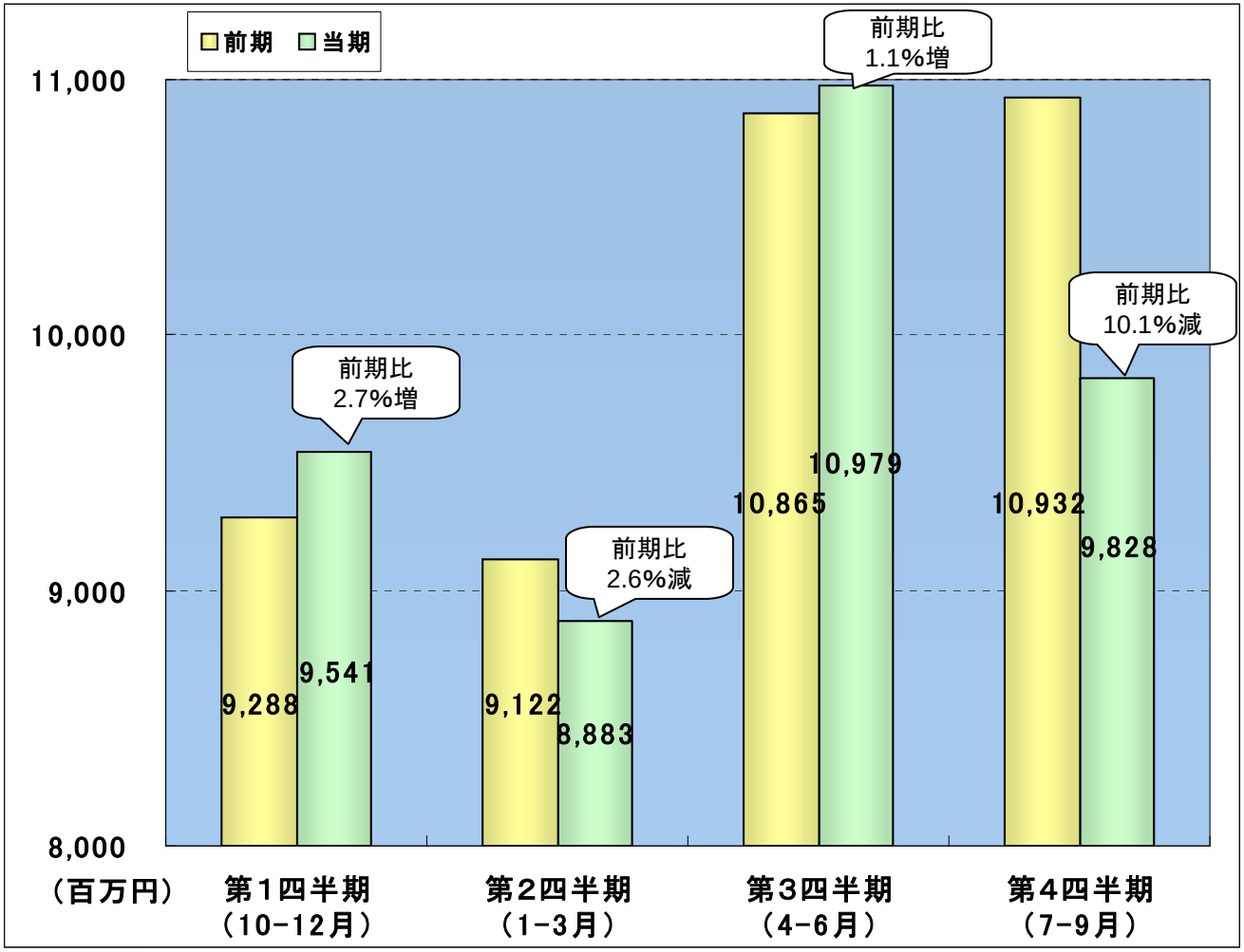
百万円

部門		前期（実績）	当期（実績）	増減		要因
				金額	増減率	
フレグランス	製品	5,060	5,115	55	1.1%	トイレタリー製品向け増加
	商品	590	527	−63	−10.8%	化粧品向け減少
小計		5,651	5,642	−8	−0.1%	−
食品	製品	36,867	36,441	−425	−1.2%	フルーツ加工品、飲料向け減少
	商品	2,648	2,161	−486	−18.4%	フルーツ加工品減少
小計		39,516	38,603	−912	−2.3%	−
合計		45,167	44,246	−920	−2.0%	−

売上高の増減要因（当社単体） －震災の影響、猛暑効果の剥落－

・当社単体（通期）の売上高は前期比 976百万円（2．4%）減少し、39，232百万円
⇒ 震災の影響による売上高の減少： 約7億円
⇒ 昨夏の猛暑効果の反動による売上高の減少： 約7億円

・当期 第2四半期（1－3月）： 震災前まで前期比プラスで推移、震災後に大幅減
・当期 第3四半期（4－6月）： 夏場の電力需要逼迫を想定した前倒し生産による受注増
・当期 第4四半期（7－9月）： 昨年夏の猛暑効果の剥落、第3四半期の反動減



利益の増減分析（前期比）

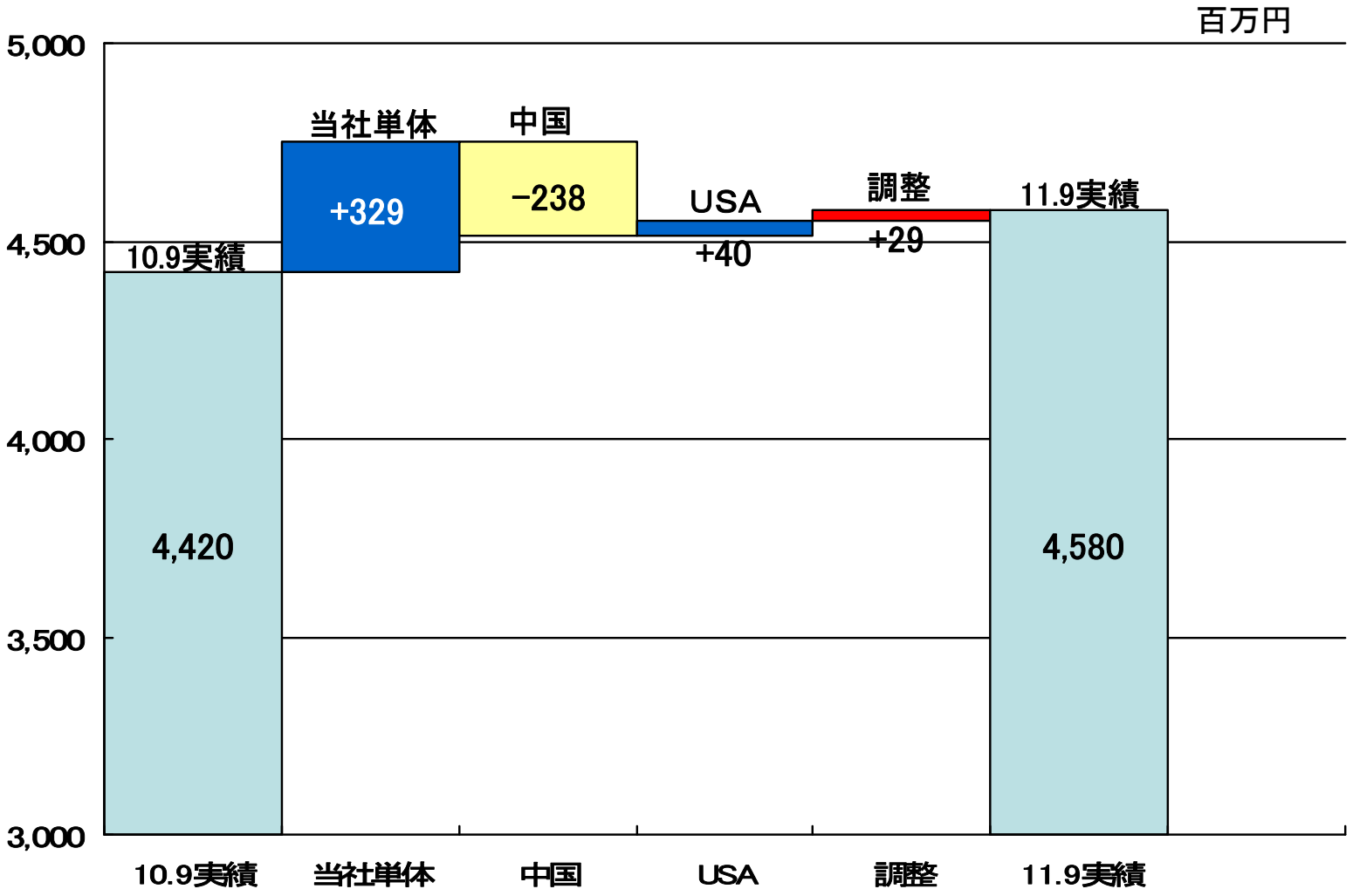
・売上原価率の改善、販売費及び一般管理費の減少により増益

百万円

	前期（実績）		当期（実績）		増減		要因
					金額	%	
売上高	45,167	100.0%	44,246	100.0%	-920	-2.0%	
売上原価	29,738	65.8%	28,884	65.3%	-854	-2.9%	当社単体の売上原価率が売上構成の変化及び減価償却費の減少△273百万円をうけて67.0%から66.1%へ0.9ポイント改善
売上総利益	15,429	34.2%	15,362	34.7%	-66	-0.4%	
販売費及び一般管理費	11,008	24.4%	10,782	24.4%	-226	-2.1%	当社単体の販売費及び一般管理費の減少（総研関連費用の減少△164百万円、不動産取得税の減少 △53百万円、賃借料の減少△58百万円）
営業利益	4,420	9.8%	4,580	10.4%	159	3.6%	
経常利益	4,544	10.1%	4,802	10.9%	257	5.7%	
税引前当期純利益	3,996	8.8%	4,737	10.7%	741	18.6%	特別利益：（当期）退職給付制度終了益　333百万円を計上 特別損失：（前期）固定資産廃棄損　573百万円を計上 （当期）固定資産廃棄損 147百万円、減損損失 121百万円、資産除去債務適用損失 79百万円等を計上
当期純利益	2,840	6.3%	3,115	7.0%	275	9.7%	

グループ会社別営業利益の増減要因

・当社単体、米国子会社は増益
・中国子会社は減益

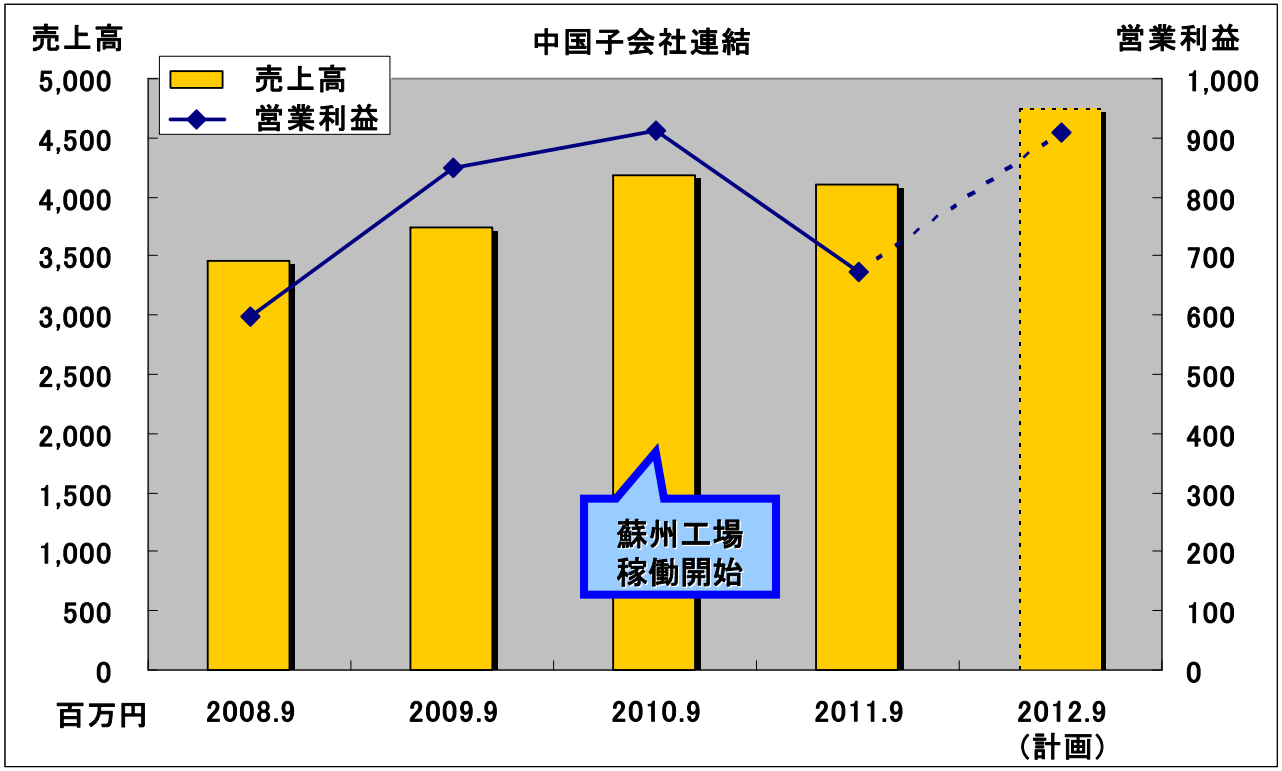


中国事業の現況

・11年9月期は売上高伸長率が鈍化したものの、12年9月期以降は二桁の伸長率に回復へ

百万円

	2008.9		2009.9		2010.9		2011.9		2012.9（予想）	
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比
売上高	3,457	7.0%	3,740	8.2%	4,177	11.7%	4,099	−1.9%	4,754	16.0%
営業利益	599	25.3%	849	41.8%	913	7.5%	674	−26.1%	909	34.8%
売上高営業利益率	17.3%	−	22.7%	−	21.9%	−	16.5%	−	19.1%	−
為替レート	¥15.17/元		¥13.83/元		¥13.11/元		¥12.40/元		¥12.00/元	



2011年9月期（実績）

（売上高）
現地通貨ベースで増収、円ベースで減収。天候不順、放射能問題への対応、大型製品の不振等の影響により売上高伸長率が鈍化。

（営業利益）
売上構成の変化等による売上原価率の悪化、販売費及び一般管理費の増加による減益。

2012年9月期（計画）

大手顧客向けの採用、新規顧客の獲得により再び増収増益基調に戻る計画。

※当社の中国の連結子会社2社（長谷川香料（上海）有限公司、長谷川香料（蘇州）有限公司）の連結数値

Ⅱ．中期3ヵ年計画の概要

中期3ヵ年計画達成に向けた重点施策

基本戦略⇒ 採算性の良い調合香料に特化（P33参照）

重点施策

営業

- ソリューション営業の推進
- 海外拠点との連携による国際営業の推進
- 調合香料の売上構成の向上

研究・開発

- 日本・米国・中国の連携強化
- 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
- 得意先への技術プレゼンテーションの推進
- 海外市場向けに現地の嗜好にあった香料開発

生産

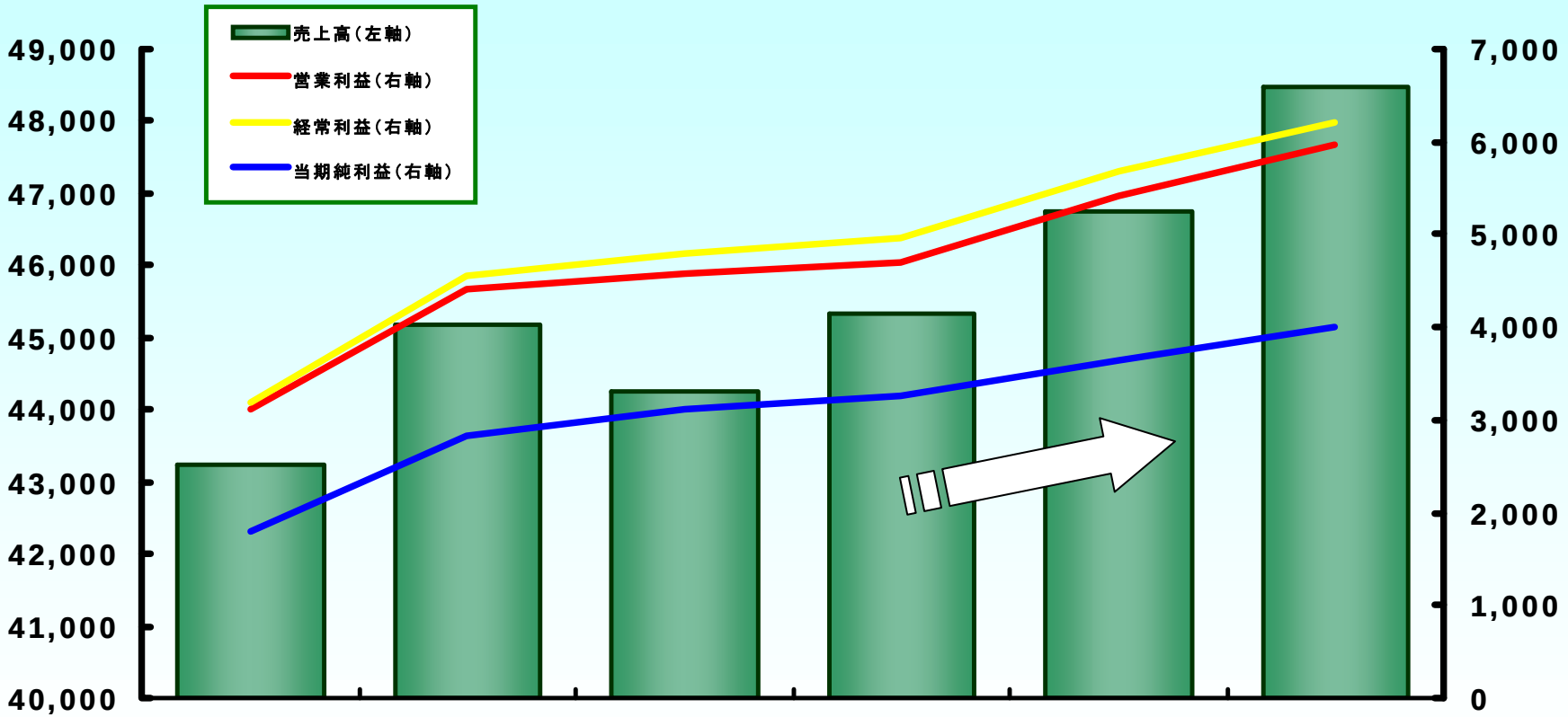
- 生産性向上
  - ーゾーン化計画の推進
  - ー製造方法、処方の改良
  - ー生産リードタイムの短縮
- 棚卸資産廃棄損の削減
- 物流体制の合理化

共通

- 業務全般の効率化による経費削減

中期3ヵ年計画（連結）

増収増益基調への回復を目指す



（単位；百万円）	09/9 実績	10/9 実績	11/9 実績	12/9 計画	13/9 計画	14/9 計画
	¥95.23/$	¥89.58/$	¥81.15/$	¥79.00/$	¥79.00/$	¥79.00/$
	¥13.83/元	¥13.11/元	¥12.40/元	¥12.00/元	¥12.00/元	¥12.00/元

中期3ヵ年計画（連結）

・二桁の売上高営業利益率を維持し、14/9期の売上高営業利益率12.3%を計画

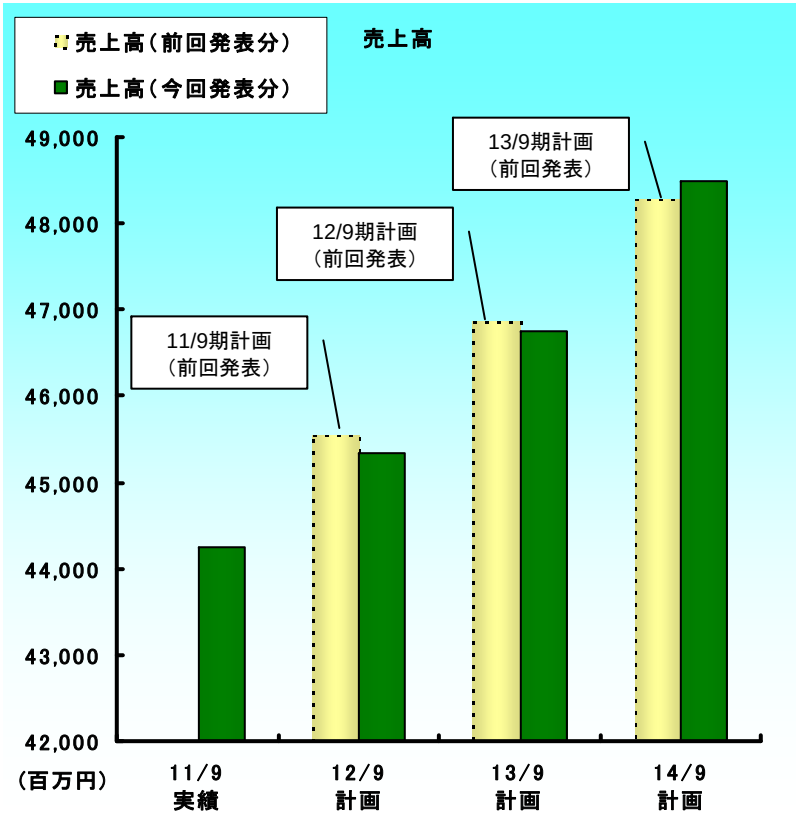
（百万円）

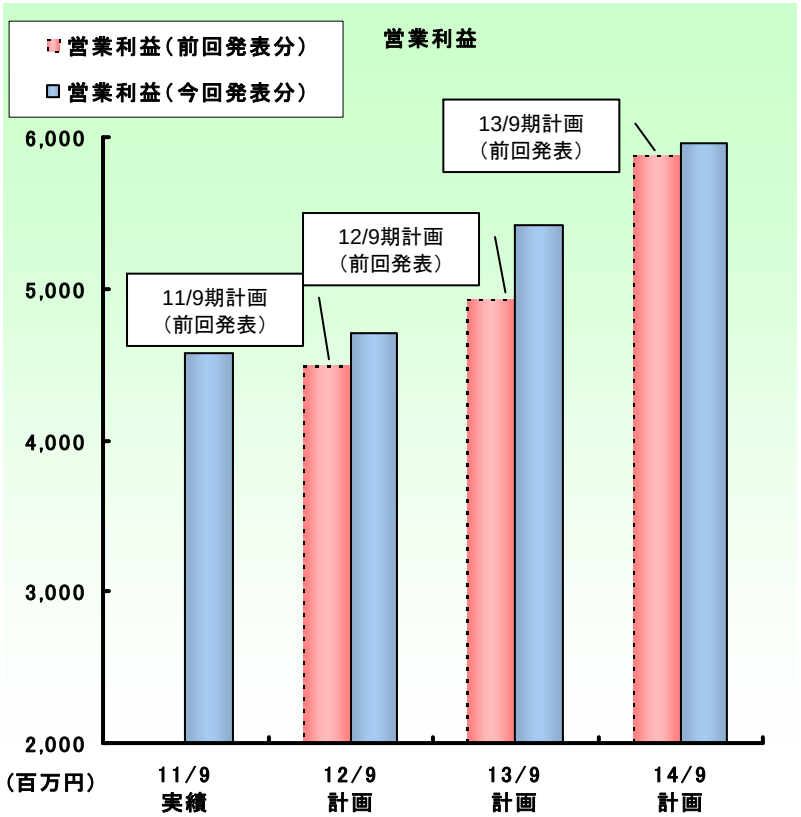
	'11/9（実績）	'12/9（計画）	'13/9（計画）	'14/9（計画）
売上高	44,246	45,330	46,750	48,490
売上原価	28,884	29,530	30,210	31,240
営業利益	4,580	4,700	5,420	5,960
経常利益	4,802	4,960	5,680	6,220
当期純利益	3,115	3,260	3,640	4,010
売上高伸長率	−2.0%	2.4%	3.1%	3.7%
売上原価率	65.3%	65.1%	64.6%	64.4%
売上高営業利益率	10.4%	10.4%	11.6%	12.3%
売上高経常利益率	10.9%	10.9%	12.1%	12.8%
売上高当期純利益率	7.0%	7.2%	7.8%	8.3%
連結売上高に占める海外売上高の割合	20.1%	21.7%	22.9%	24.2%
為替レート	¥81.15/＄ ¥12.40/元	¥79.00/＄ ¥12.00/元	¥79.00/＄ ¥12.00/元	¥79.00/＄ ¥12.00/元

（注）詳細については42頁ご参照

中期3ヵ年計画（連結）

・震災の影響等による11/9期の減収を主因に前回発表計画は1年後ろ倒しに





※当社グループの中期3ヵ年計画は毎期洗い替え

設備投資額・減価償却費・研究開発費の中期3カ年計画

・大型設備投資が一巡し、既存工場の設備更新計画が主体

単位：百万円

		'11/9（実績）	'12/9（計画）	'13/9（計画）	'14/9（計画）
設備投資額	連結	1,995	2,971	2,067	2,167
	単体	1,787	2,871	1,951	2,075
減価償却費	連結	3,260	3,072	2,637	2,881
	単体	2,915	2,739	2,303	2,545
研究開発費	連結	3,738	3,882	3,853	3,865
	単体	3,298	3,404	3,332	3,289

Ⅲ. 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

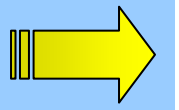
国内市場における取り組み

国内収益基盤

・当社は付加価値の高い調合香料及びその派生分野の拡大に注力
　－　総合研究所を中心に得意先の多様な要請に応え得る体制を構築

・ほぼ全ての大手香料ユーザーと主力取引を維持
　－　フレーバーのシェアは推定で国内No．１

・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
　－　全従業員の約10%が品質保証関連業務に従事



国内市場で確実に利益を確保する

2010年9月期決算説明会にて公表した経営戦略の進捗状況

・短期戦略

項目	進捗状況
研究と営業が一体となって得意先の課題を解決するソリューション営業の推進	A
新分野（アルコール飲料、健康食品、医療関係食品等）への対応強化	B
食品原料（乳製品、野菜、果汁、畜産物等）を代替できる香料の開発	B
生産性の向上、廃棄ロスの抑制、業務全般の効率化によるコスト削減努力	A

・中長期戦略

項目	進捗状況
より効率的な生産体制の構築（深谷工場・板倉工場ゾーン化計画の推進）	B
新技術を応用した商品の開発（基礎研究部門と製品開発部門のコラボレーションの推進）	B
基礎研究に対する継続的投資（生物化学の研究、抗酸化性物質やその他機能性食品素材の開発、香味評価方法の確立）	B

A．実施済
（今後も継続）

B．一部実施済
（今後範囲拡大）

C．今後の課題
（中長期テーマ）

海外市場における取り組み

海外収益基盤

・調合香料の市場があるところを中心に展開
　－　米国、中国、タイに子会社

・中国においては現地に展開する大手企業（外資系、ローカル、日系）向けに基盤を構築

・米国においてはセイボリー・フレーバーを中心に当社の展開可能なマーケットを志向

国内市場で確実に利益を確保する一方、海外市場で成長を目指す

2010年9月期決算説明会にて公表した経営戦略の進捗状況

・短期戦略

項目	進捗状況
日本・米国・中国の各研究所間の連携強化	A
中国における地場優良顧客の開拓、研究開発力の強化	B
タイ販売子会社の体制強化による東南アジア市場での営業展開	A

・中長期戦略

項目	進捗状況
中国における営業・研究部門の現地人員増強	B
中国における生産設備の増強	C
東南アジア市場に対する効率的な供給体制の構築	B
米国における営業・研究部門の人材育成	C

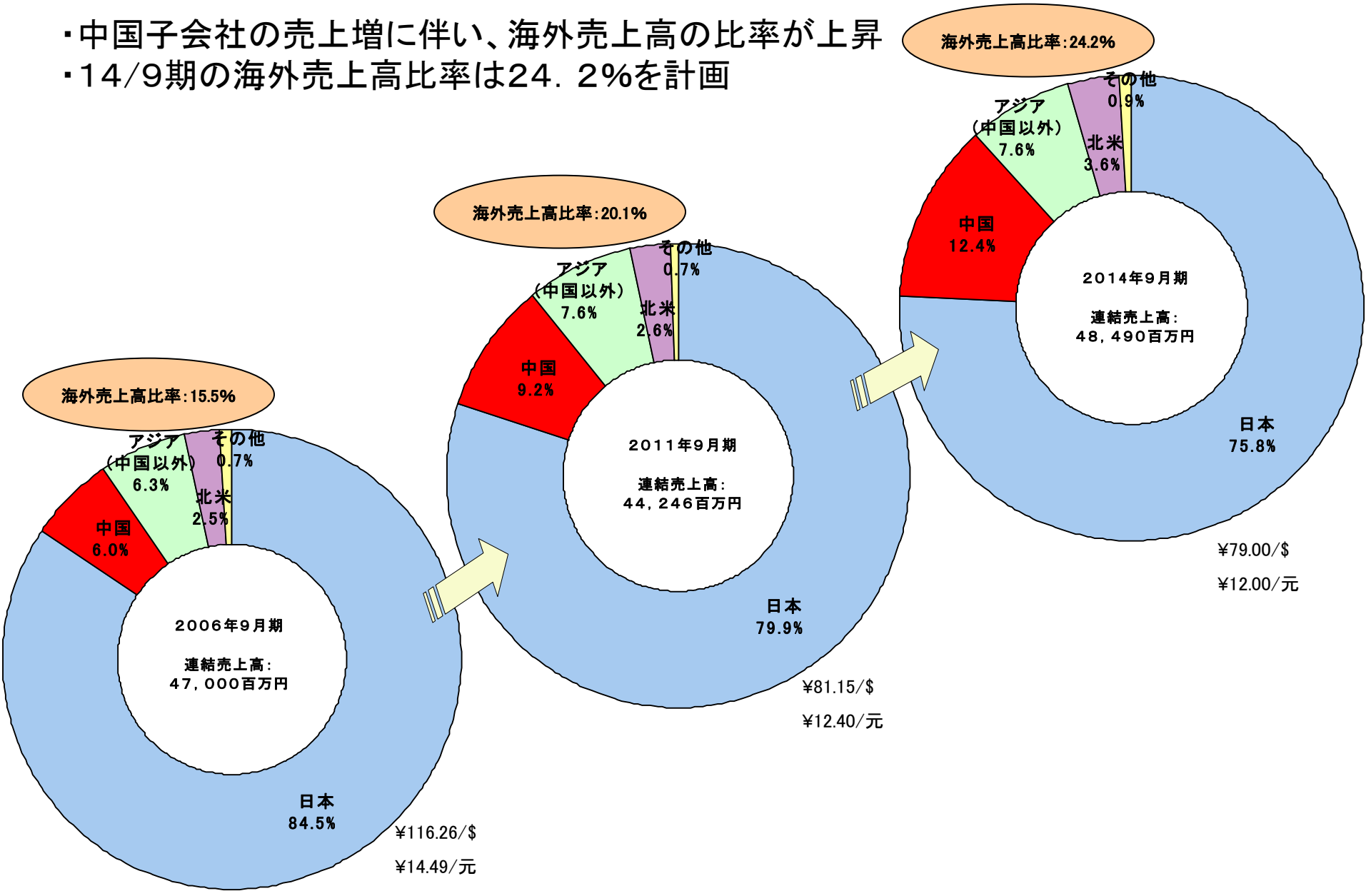
A．実施済
（今後も継続）

B．一部実施済
（今後範囲拡大）

C．今後の課題
（中長期テーマ）

海外市場における取り組み

・中国子会社の売上増に伴い、海外売上高の比率が上昇
・14/9期の海外売上高比率は24．2%を計画

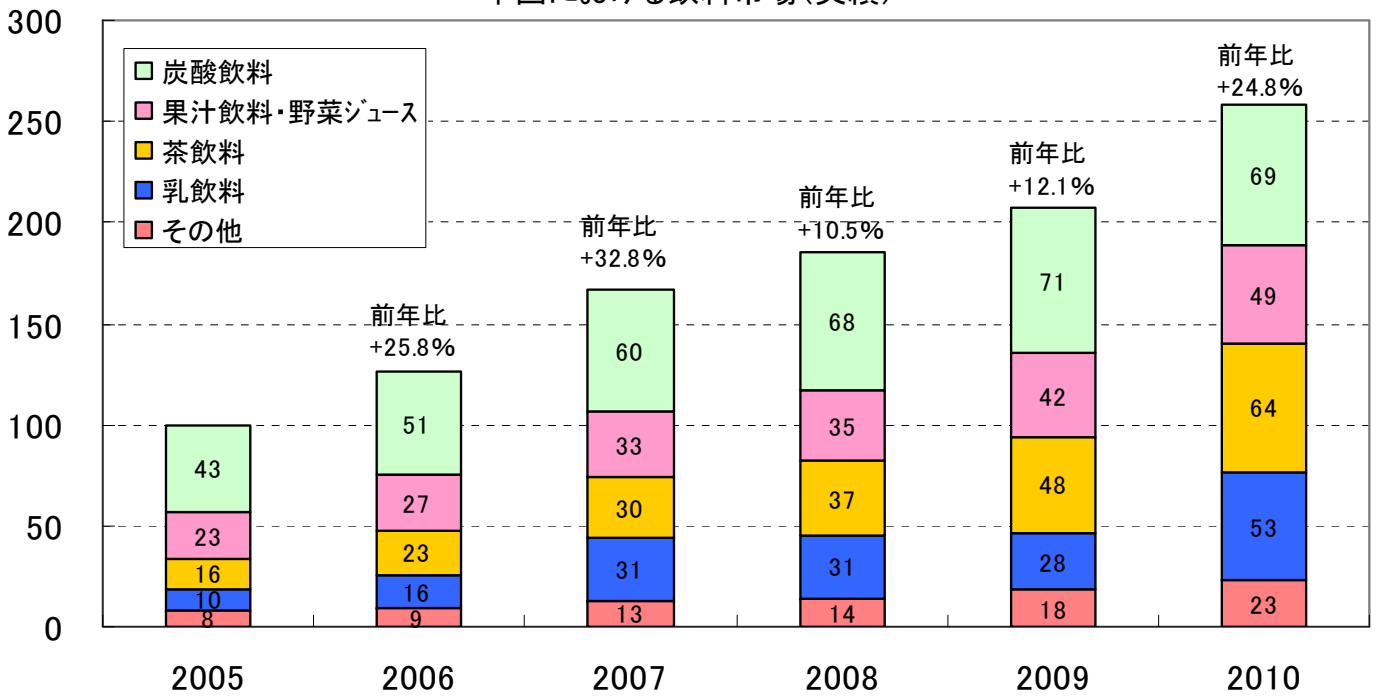


海外市場における取り組み –中国における飲料市場（当社推計）–

ー　香料の消費は文化のバロメーター　ー

・中国の飲料市場は高い成長率を維持・品目の多様化も進む　⇒　香料の用途拡大

中国における飲料市場（実績）



（注）2005年の販売数量を100として算出した参考データです。

【構成比】

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
炭酸飲料	43%	41%	36%	36%	34%	27%
果汁飲料・野菜ジュース	23%	21%	20%	19%	20%	19%
茶飲料	16%	18%	18%	20%	23%	25%
乳飲料	10%	13%	19%	17%	14%	20%
その他	8%	7%	7%	8%	9%	9%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

経営指標

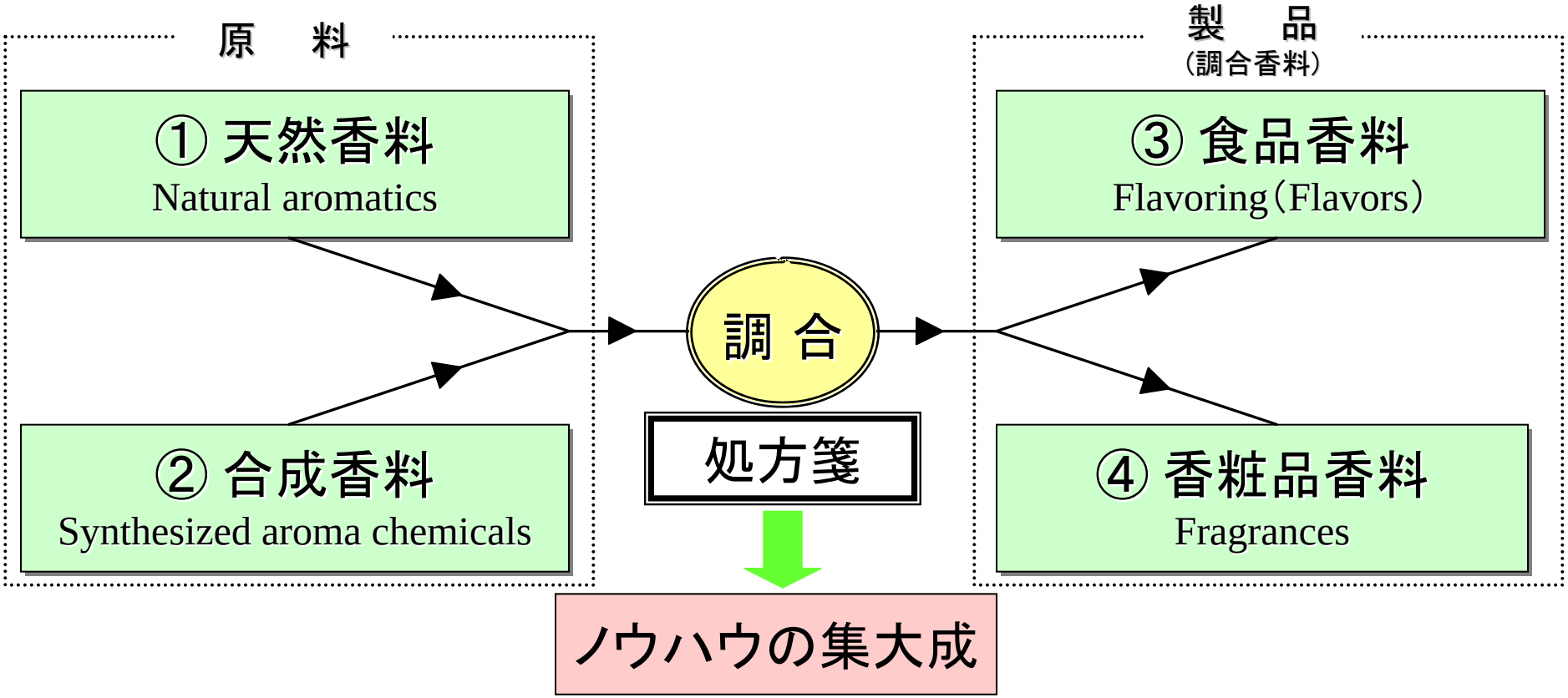
1. 連結売上高伸長率	3. 0%以上
2. 連結売上高営業利益率	14. 0%以上
3. 連結売上高経常利益率	13. 0%以上
4. 連結ROE	8. 0%以上

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

Ⅳ. 添付資料

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

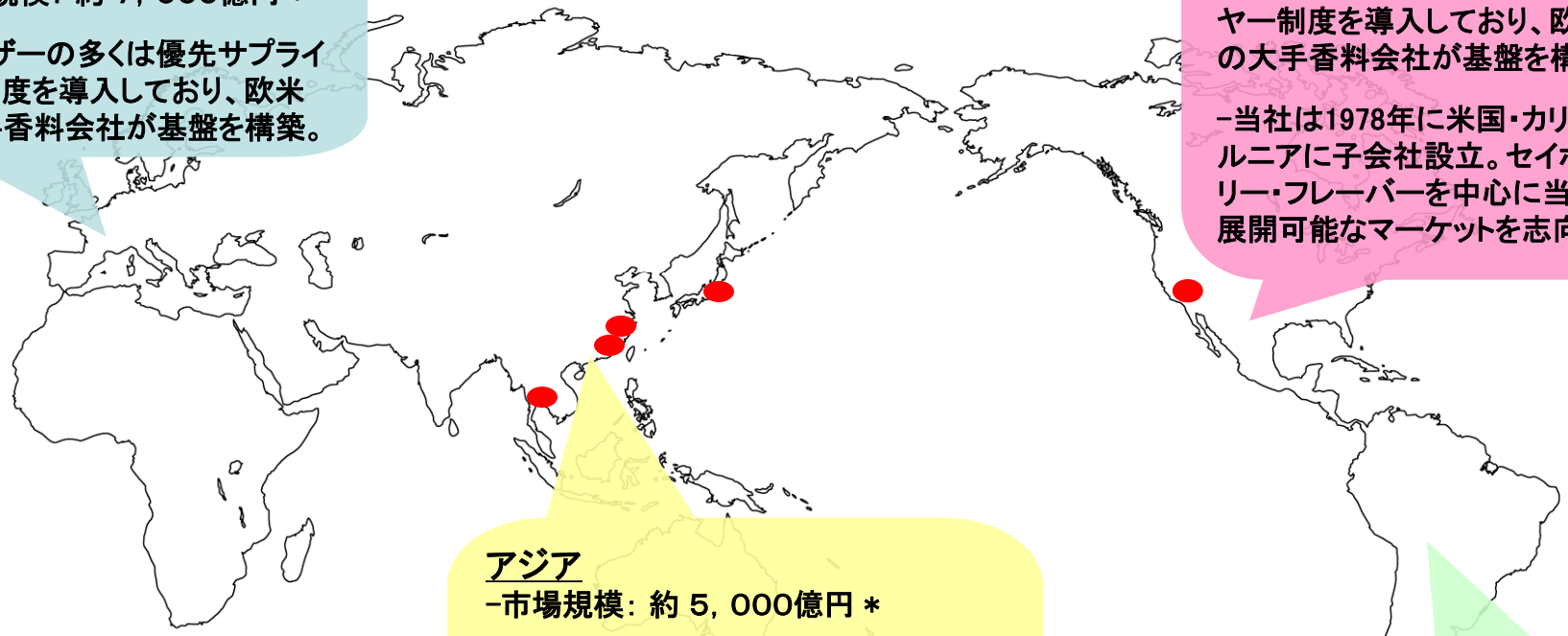
・香粧品香料と食品香料は各得意先の要求に基づいてオーダーメイドされる

⇒ 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）



ヨーロッパ・中東
－市場規模：約 7，000億円＊

－ユーザーの多くは優先サプライヤー制度を導入しており、欧米の大手香料会社が基盤を構築。

北米
－市場規模：約 5，000億円＊

－ユーザーの多くは優先サプライヤー制度を導入しており、欧米の大手香料会社が基盤を構築。

－当社は1978年に米国・カリフォルニアに子会社設立。セイボリー・フレーバーを中心に当社の展開可能なマーケットを志向。

アジア
－市場規模：約 5，000億円＊

－中国を中心とする新興国の経済成長による市場拡大。世界の大手香料会社各社が中国に進出。

－当社は上海（2000年設立）、蘇州（2006年設立）、バンコク（2003年設立）に子会社を設置。

南米
－市場規模：約 1，000億円＊

－北米、メキシコ等からの輸入が主体。ブラジル市場は経済成長に伴い競争激化。

•地域別の市場規模は当社推計

● = 当社拠点

2. 世界の香料会社の売上高ランキング

・上位10社で世界の香料市場の約75%を占有

百万ドル

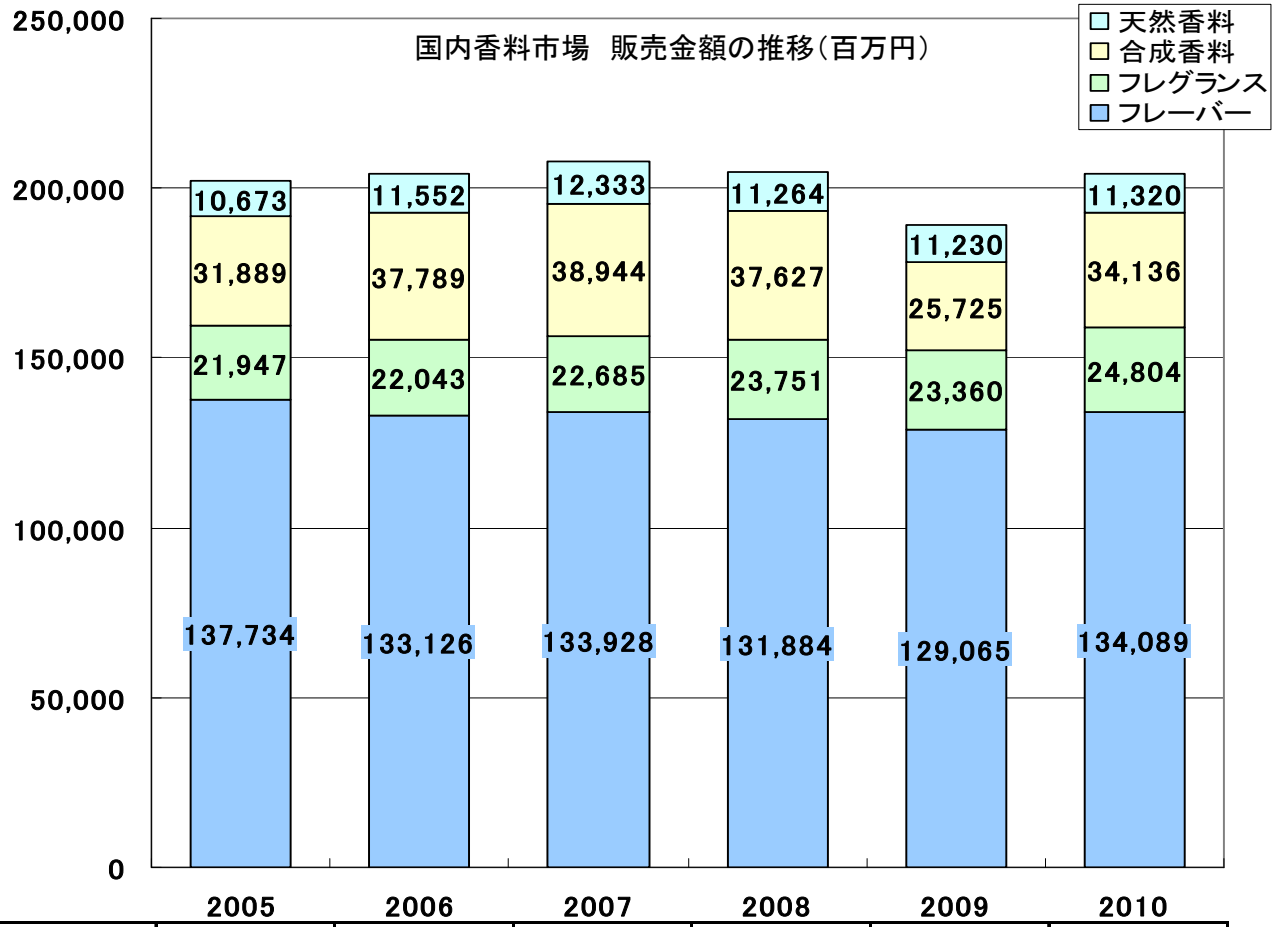
	会 社 名	国　名	2010年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	4,538	20.6%
2	Firmenich	スイス	2,978	13.5%
3	IFF	米国	2,623	11.9%
4	Symrise	ドイツ	2,107	9.6%
5	高砂香料	日本	1,416	6.4%
6	Mane SA	フランス	643	2.9%
7	Sensient Flavors	米国	583	2.6%
8	長谷川香料	日本	557	2.5%
9	Robertet SA	フランス	485	2.2%
10	Frutarom	イスラエル	451	2.1%
	上位10社合計	ー	16,382	74.5%
	その他	ー	5,618	25.5%
	合計	ー	22,000	-

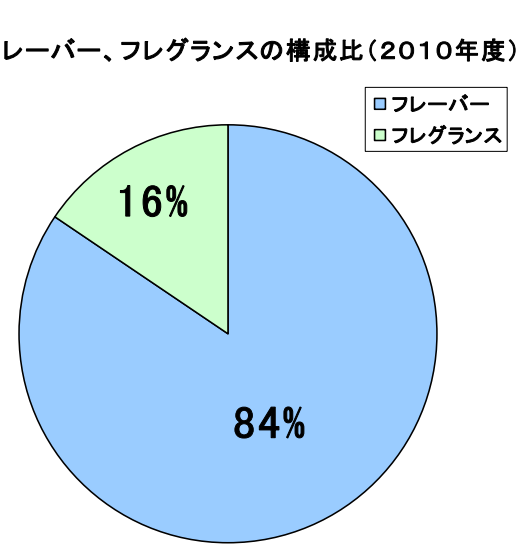
＊1$≒81.1円

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

・2010年は猛暑効果もあり前年比大幅増。リーマンショック前の水準に回復
・国内香料市場のフレーバー対フレグランスの販売構成は8:2（世界全体では5:5）





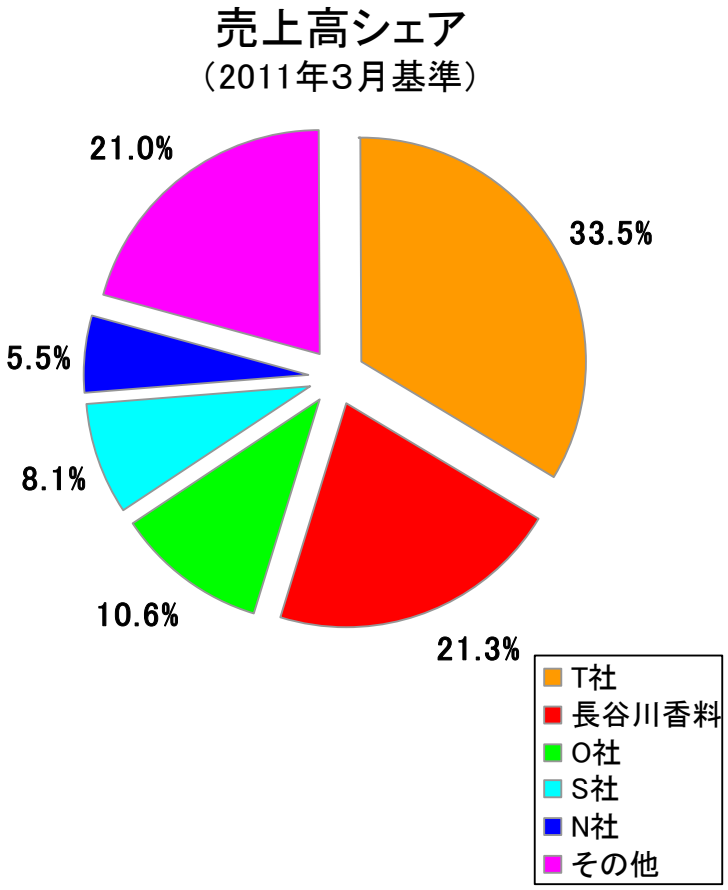
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
合計	202,243	204,510	207,890	204,526	189,380	204,349
前年比増減率	0.5%	1.1%	1.7%	−1.6%	−7.4%	7.9%

出典：
日本香料工業会会報

当社の現況

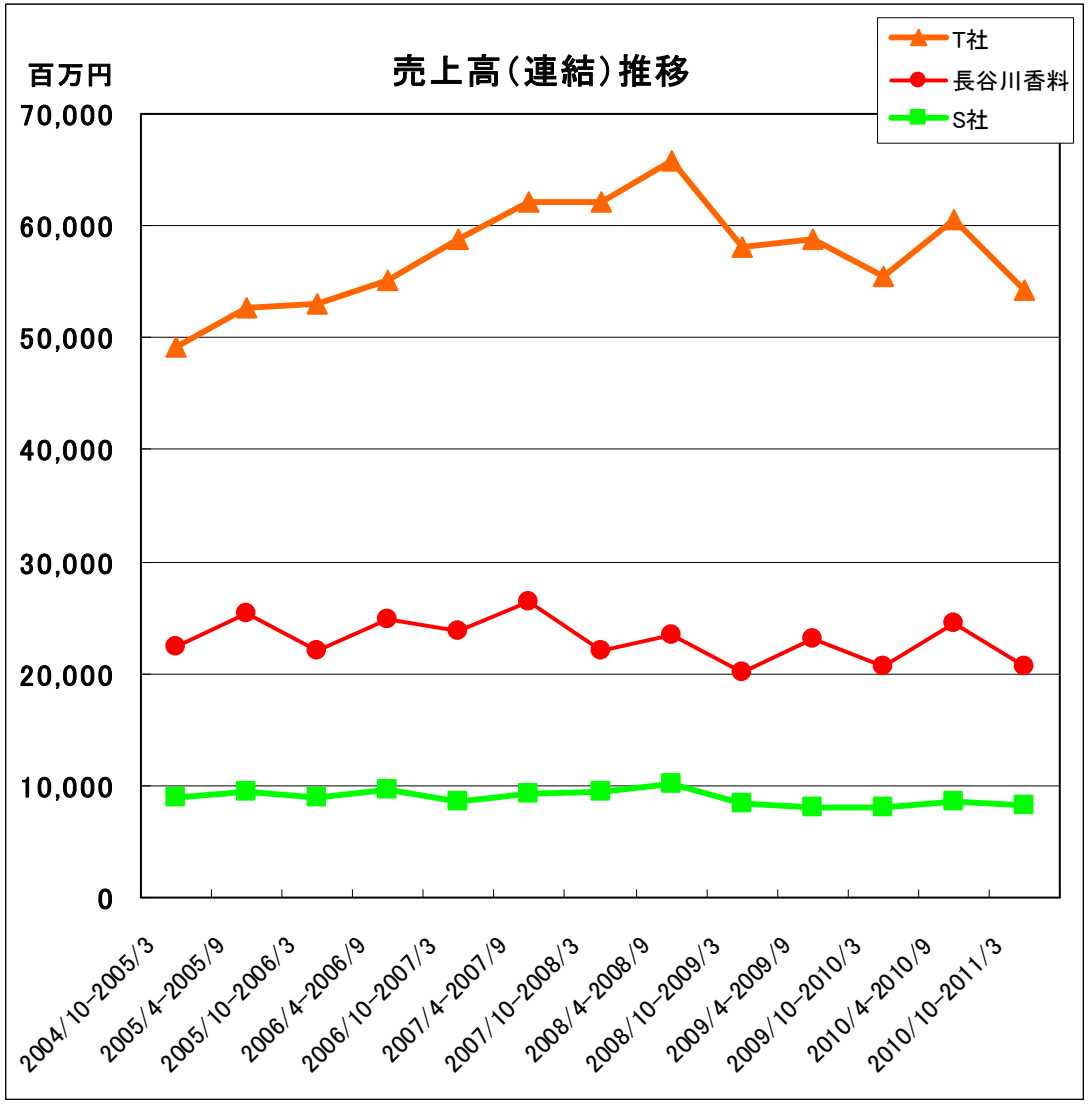
日本の香料会社の売上高ランキング

・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2010年4月～2011年3月の期間で算出しています。



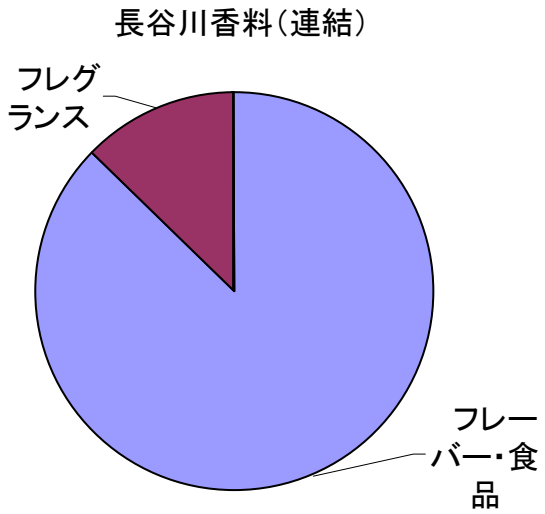
売上構成

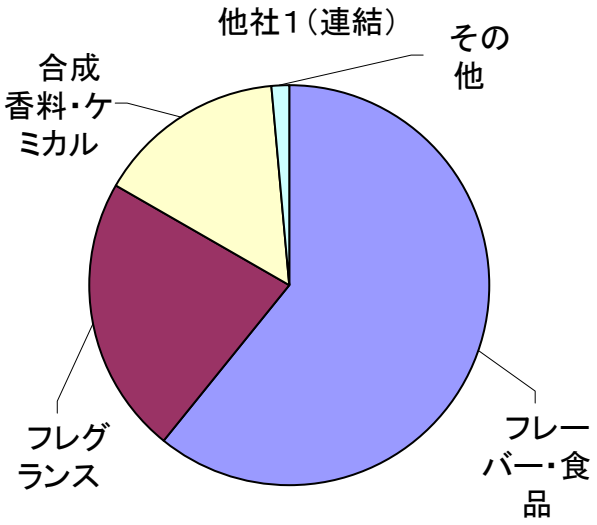
・当社は付加価値の高い調合香料に特化
・多品種少量生産　年間 約14,000品のフレーバー、フレグランスを販売

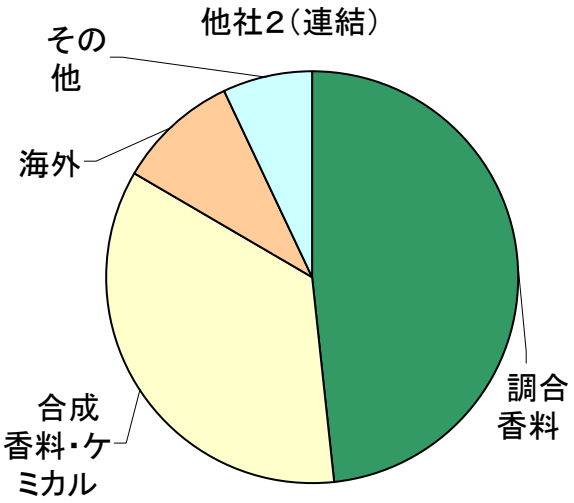
百万円

	長谷川香料(連結)		他社1(連結)	
	2011.9		2011.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比
フレーバー・食品	38,602	87.2%	69,957	60.9%
フレグランス	5,642	12.8%	25,608	22.3%
合成香料・ケミカル	0	0.0%	17,792	15.5%
その他	0	0.0%	1,502	1.3%
小計	44,246	100.0%	114,861	100.0%
売上高総利益率	34.7%		30.5%	

	他社2(連結)	
	2011.3	
	売上高	構成比
調合香料	8,159	48.5%
合成香料・ケミカル	5,865	34.8%
海外	1,639	9.7%
その他	1,170	7.0%
小計	16,833	100.0%
売上高総利益率	32.0%	







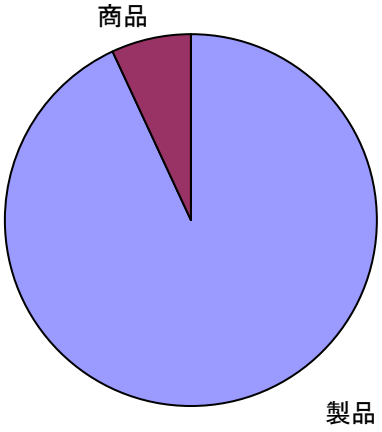
製品/商品比率

・当社は自社製造による製品の構成比が高い

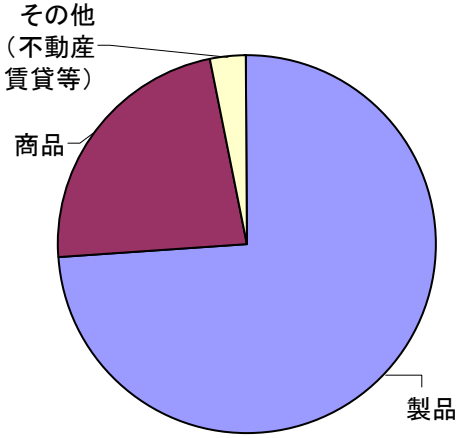
百万円

	長谷川香料(単体)		他社1(単体)		他社2(単体)	
	2011.9		2011.3		2011.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比
製品	36,542	93.1%	46,683	73.9%	12,112	79.0%
商品	2,689	6.9%	14,569	23.0%	3,209	21.0%
その他	0	0.0%	1,940	3.1%	0	0.0%
小計	39,232	100.0%	63,194	100.0%	15,322	100.0%
売上高総利益率	33.9%		28.8%		30.7%	

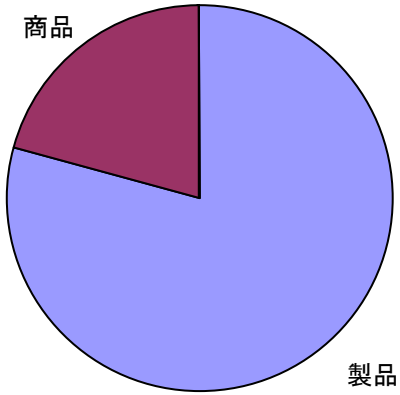
長谷川香料(単体)



他社1(単体)

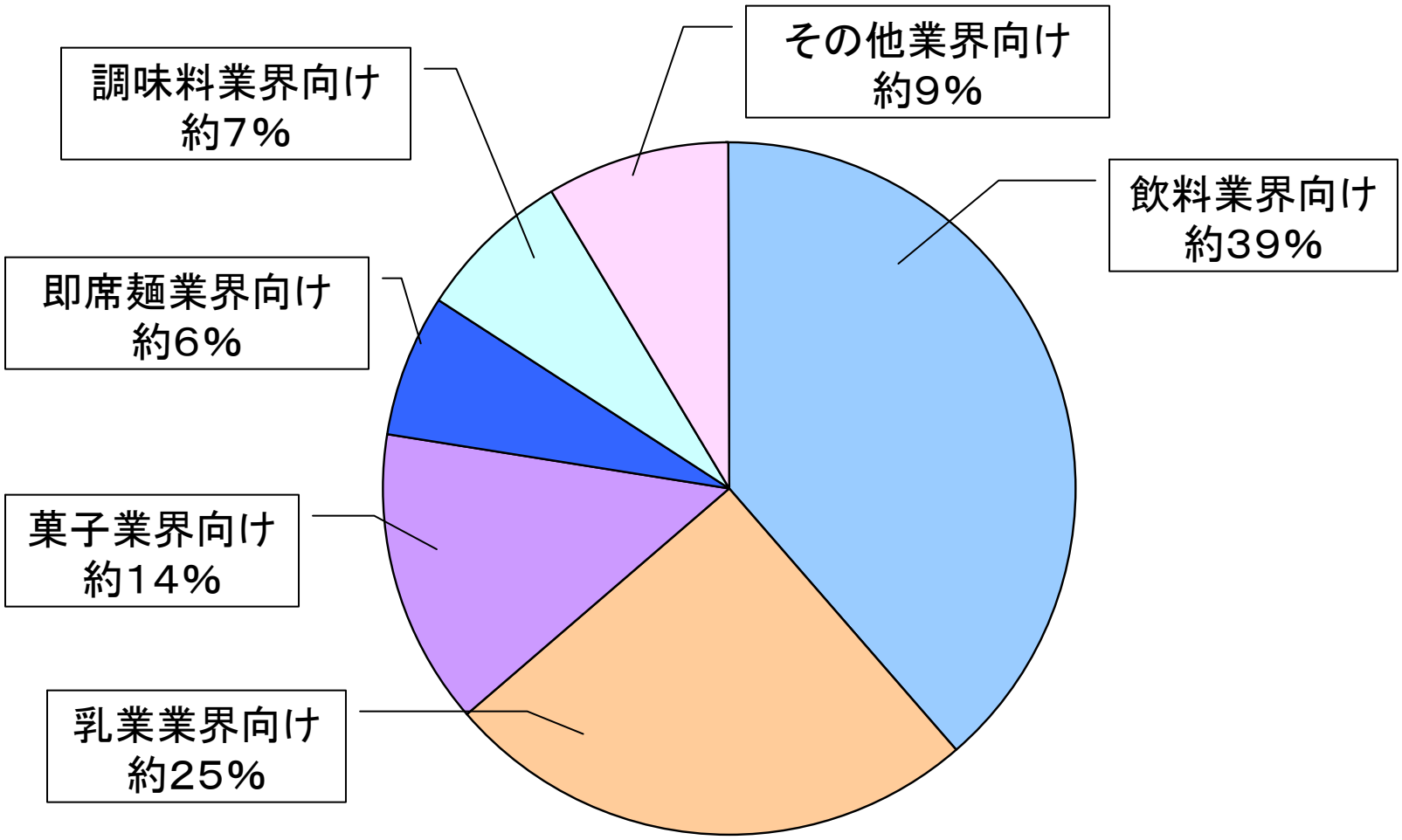


他社2(単体)



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月期売上高（単体）合計を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

	前期末	当期末	増減	要因
流動資産	39,329	42,008	2,678	・有価証券の運用増 4,999百万円 ・棚卸資産の増加 950百万円 ・現預金の減少 △1,890百万円 ・売掛金の減少 △1,036百万円
固定資産	38,275	36,434	△ 1,840	・減価償却及び設備除却による有形固定資産の減少 △1,360百万円 ・ソフトウェアの償却 △405百万円
資産合計	77,605	78,443	837	
流動負債	11,972	11,391	△ 581	・支払手形及び買掛金の減少 △588百万円
固定負債	7,733	7,285	△ 448	・退職給付引当金の減少 △506百万円 ・長期借入金減少 △170百万円 ・長期未払金(DC関連)の増加 139百万円 ・資産除去債務 96百万円
純資産	57,899	59,766	1,867	・利益剰余金の増加 2,077百万円 ・自己株式の減少 175百万円 ・為替換算調整勘定の減少 △331百万円 ・その他有価証券評価差額金の減少 △53百万円
負債・純資産合計	77,605	78,443	837	

連結キャッシュ・フロー計算書の分析

百万円

区分	前期	当期	増減	主要科目
営業活動による キャッシュ・フロー	8,060	6,175	△ 1,884	・税金等調整前当期純利益 4,737百万円 ・減価償却費 3,260百万円 ・売上債権の減少 1,129百万円 ・法人税等の支払 △1,847百万円 ・棚卸資産の増加 △1,000百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 2,591	△ 3,438	△ 846	・有形固定資産の取得 △1,800百万円 ・有価証券の取得 △1,499百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 2,030	△ 1,060	969	・配当金の支払 △1,038百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	△ 88	△ 68	19	—
現金及び現金同等物 の増減額	3,350	1,608	△ 1,741	—
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	13,097	14,706	1,608	—

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	当期実績	進捗率
設備投資額	連結	2,089	1,995	95.5%
	単体	1,804	1,787	99.1%
減価償却費	連結	3,354	3,260	97.2%
	単体	2,987	2,915	97.6%
研究開発費	連結	3,767	3,738	99.2%
	単体	3,332	3,298	99.0%

当社単体(実績)

百万円

	前期(実績)		当期(8月5日修正計画)		当期(実績)		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	40,208	100.0%	39,670	100.0%	39,232	100.0%	-976	-2.4%	-437	-1.1%
売上原価	26,921	67.0%	26,020	65.6%	25,950	66.1%	-971	-3.6%	-69	-0.3%
売上総利益	13,287	33.0%	13,650	34.4%	13,282	33.9%	-4	0.0%	-367	-2.7%
販売費及び一般管理費	9,816	24.4%	9,460	23.8%	9,482	24.2%	-334	-3.4%	22	0.2%
営業利益	3,470	8.6%	4,190	10.6%	3,800	9.7%	329	9.5%	-389	-9.3%
経常利益	3,682	9.2%	5,110	12.9%	4,682	11.9%	999	27.1%	-427	-8.4%
税引前当期純利益	3,151	7.8%	5,150	13.0%	4,625	11.8%	1,473	46.7%	-524	-10.2%
当期純利益	2,109	5.2%	3,520	8.9%	3,156	8.0%	1,046	49.6%	-363	-10.3%

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		当期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	4,177	100.0%	4,099	100.0%	-78	-1.9%
売上原価	2,519	60.3%	2,554	62.3%	34	1.4%
売上総利益	1,658	39.7%	1,544	37.7%	-113	-6.8%
販管費	744	17.8%	870	21.2%	125	16.8%
営業利益	913	21.9%	674	16.5%	-238	-26.1%
経常利益	827	19.8%	681	16.6%	-145	-17.6%
	1元＝13.11円		1元＝12.40円			

単位：千元

現地通貨ベース	前期		当期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	318,672	100.0%	330,594	100.0%	11,921	3.7%
売上原価	192,199	60.3%	206,014	62.3%	13,815	7.2%
売上総利益	126,473	39.7%	124,580	37.7%	-1,893	-1.5%
販管費	56,826	17.8%	70,177	21.2%	13,350	23.5%
営業利益	69,646	21.9%	54,402	16.5%	-15,244	-21.9%
経常利益	63,095	19.8%	54,972	16.6%	-8,123	-12.9%

・現地通貨ベースで増収、円ベースで減収。

・売上構成の変化等による売上原価率の悪化、販売費及び一般管理費の増加による減益。

T. HASEGAWA U.S.A., INC.（実績）

単位：百万円

円ベース	前期		当期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	1,365	100.0%	1,444	100.0%	79	5.8%
売上原価	886	64.9%	915	63.3%	28	3.2%
売上総利益	479	35.1%	529	36.7%	50	10.5%
販管費	461	33.8%	471	32.6%	9	2.1%
営業利益	17	1.3%	58	4.0%	40	228.1%
経常利益	24	1.8%	65	4.5%	40	164.2%

1＄＝89.58円　　1＄＝81.15円

単位：千ドル

現地通貨ベース	前期		当期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	15,246	100.0%	17,804	100.0%	2,558	16.8%
売上原価	9,895	64.9%	11,277	63.3%	1,381	14.0%
売上総利益	5,351	35.1%	6,527	36.7%	1,176	22.0%
販管費	5,152	33.8%	5,809	32.6%	656	12.7%
営業利益	198	1.3%	718	4.0%	520	262.2%
経常利益	275	1.8%	803	4.5%	527	191.6%

・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。

中期3ヵ年計画（連結）

単位：百万円

	11 / 9 実績			12 / 9 計画			13 / 9 計画			14 / 9 計画		
	金 額	構成比	前期比	金 額	構成比	前期比	金 額	構成比	前期比	金 額	構成比	前期比
売上高	44,246	100.0%	−2.0%	45,330	100.0%	2.4%	46,750	100.0%	3.1%	48,490	100.0%	3.7%
売上原価	28,884	65.3%	−2.9%	29,530	65.1%	2.2%	30,210	64.6%	2.3%	31,240	64.4%	3.4%
売上総利益	15,362	34.7%	−0.4%	15,800	34.9%	2.8%	16,540	35.4%	4.7%	17,250	35.6%	4.3%
販売費及び一般管理費	10,782	24.4%	−2.1%	11,100	24.5%	2.9%	11,120	23.8%	0.2%	11,290	23.3%	1.5%
営業利益	4,580	10.4%	3.6%	4,700	10.4%	2.6%	5,420	11.6%	15.3%	5,960	12.3%	10.0%
経常利益	4,802	10.9%	5.7%	4,960	10.9%	3.3%	5,680	12.1%	14.5%	6,220	12.8%	9.5%
税引前当期純利益	4,737	10.7%	18.6%	4,880	10.8%	3.0%	5,520	11.8%	13.1%	6,060	12.5%	9.8%
当期純利益	3,115	7.0%	9.7%	3,260	7.2%	4.6%	3,640	7.8%	11.7%	4,010	8.3%	10.2%