2012年3月期決算　及び
中期経営計画説明会

高砂香料工業株式会社

2012年5月15日

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

2012年3月期　決算概要

1. 2012年3月期　決算概要

2. 2013年3月期　業績予想

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

1. 2012年3月期　決算概要

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

連結業績（前期比）

単位:百万円	2011/3	2012/3	対前期比	
			金額	%
売　上　高	114,861	113,676	△1,185	99%
売上総利益	34,981	33,386	△1,595	95.4%
売上総利益率	(30.5%)	(29.3%)	(△1.2%)	-
販売管理費	29,069	29,415	345	101%
営 業 利 益	5,912	3,971	△1,940	67.2%
経 常 利 益	5,989	4,297	△1,691	71.8%
当期純利益	3,984	1,774	△2,210	44.5%

【売上高】
・国内フレーバー事業の転売関係とファインケミカルが減収。
・海外は為替要因を除けば増収
（為替のマイナス影響は約35億円）

【売上総利益/営業利益】
・原料高による利益率の低下。
・販管費：基幹システムの保守費用など、その他の経費は全体的に減少したものの、グローバル経費が増加。

為替レート
前期　USD:　87.8円　今期　USD: 79.8円
　　EUR:116.4円　　EUR:111.1円

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

連結業績（予想比）

単位:百万円	2012/3 前回予想 2/14	2012/3 実績	対予想比	
			金額	%
売　上　高	112,000	113,676	1,676	101%
営 業 利 益	3,400	3,971	571	116%
経 常 利 益	3,400	4,297	897	126%
当期純利益	1,300	1,774	474	136%

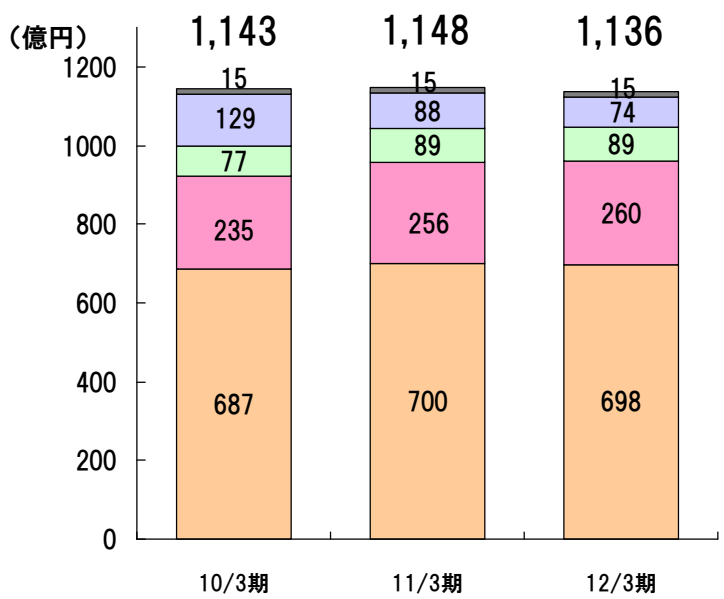
【売上高】
・国内でフレーバー、アロマケミカル関係の第4四半期が堅調に推移。

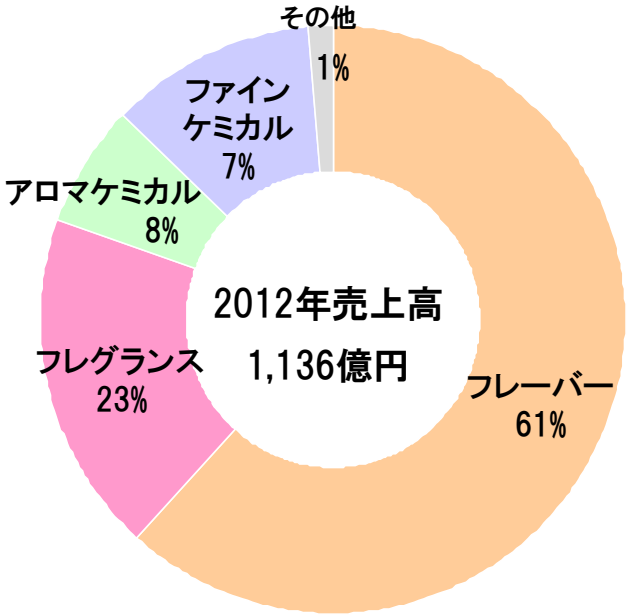
【営業利益】
・予算の段階で全体的に厳しく見積もっている販管費の減少がプラスに寄与。

営業外は為替差損益の見積もりの差がプラス要因。

TAKASAGO
Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

事業別売上高





【フレーバー】：前期比　99.8%（為替要因▲13億円）
・国内：自社製造品は清涼飲料向け、冷菓、タバコ向け香料が好調。一方で転売品目は大きく減少。
・海外：アジア地域全般順調。
欧州ではデイリー及び製菓向け等がプラス要因。

【フレグランス】：前期比101.6%（為替要因▲15億円）
・国内市場は増収で、プラス要因は好調な柔軟剤向け売上や、液体洗剤市場の拡大。
・欧州ではホームケア、パーソナルケアが好調。

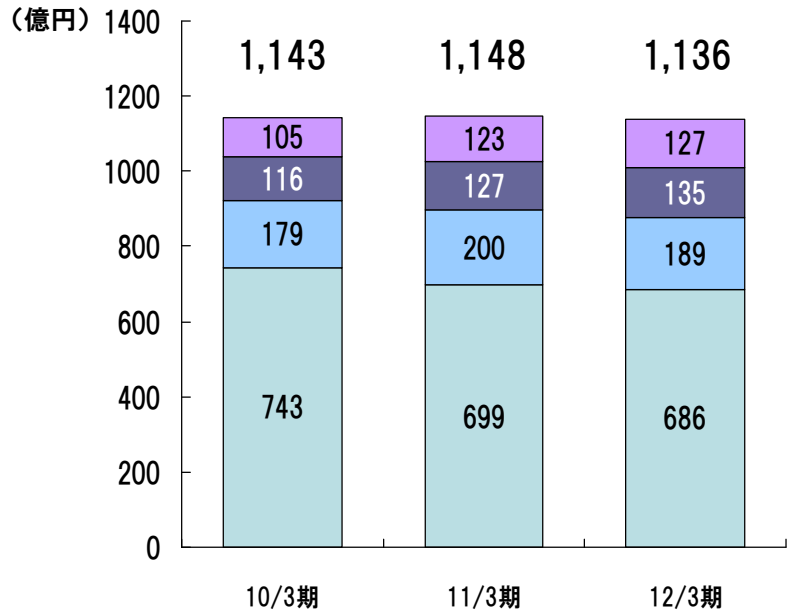
【アロマケミカル】：前期比 99.7%
・天然品高騰による合成品需要を背景にメントールの売上増加。前半は節電対応製品向け等も伸張。円高による輸出品への影響あり。

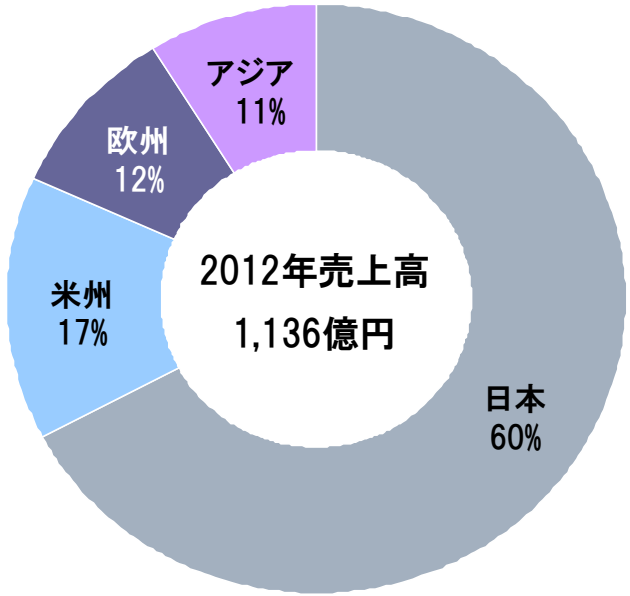
【ファインケミカル】：前期比 83.9%
・医薬品の特許期間満了の影響を受け、抗生物質向け主力中間体の売上が減少。
・期ズレ調整の影響もあり。
・触媒販売は増収。

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

地域別売上高





【日本】：前期比 98.1%
- 特許期間満了の医薬品向け中間体の売上減少。
- 転売品減少のフレーバーは、茶類、及び乳系や風味改善素材での差別化により自家製品は着実に実績を計上。
- 消費市場での「香り」訴求製品のニーズの高まりは国内フレグランス事業の追い風要因。

【米州】：前期比 94.6%（為替要因▲17億円）
- 米国経済不振の影響を受けたが、為替マイナス要因を除けば全体では増収。

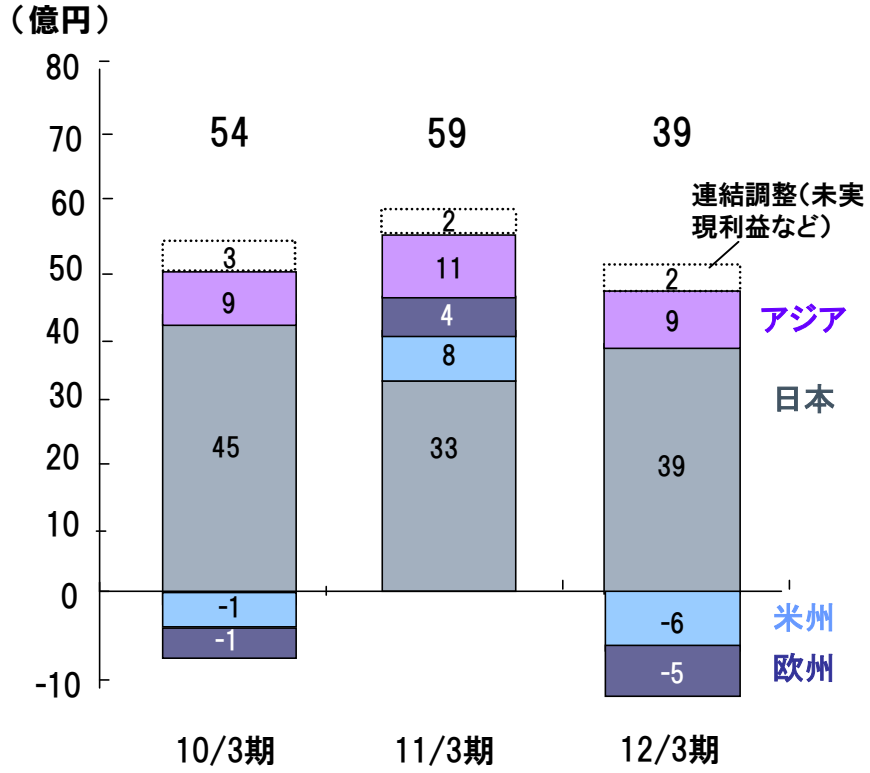
【欧州】：前期比 106.5%（為替要因▲5億円）
- トイレタリー・ホームケア向けが伸長。
- デイリー製菓関係が好調なフレーバーでは、ロシア・中東・北アフリカ向け売上も増加。

【アジア】：前期比 102.9%（為替要因▲10億円）
- 為替要因を除き中国は引き続き二桁以上の増収。
- 東南アジアも若干減速傾向も10%に近い増収。
- ダンカフェのコーヒーエキス、広州拠点の清涼飲料向け香料とも大幅増収。

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

地域別営業利益



【日本】：前期比 ＋6億円（118.6%）
・（主な増益要因）
フレーバー自家製品比率の増加（稼働率効果）。
前期システム立ち上げ費用の減少（販管費）。
・（減益要因）原料高。

【米州】：前期比 ▲15億円
・（減益要因）フレグランスでの原料高の影響、
グローバル事業対応のシェア費用増加など。

【欧州】：前期比 ▲9億円
・（減益要因）
フレグランス事業での原料費の高騰及びグローバル展開対応の費用増加（人材，組織強化等）。
・フレーバー分野でも研究・営業の人員強化と
ナチュラル原料高騰の影響。

【アジア】：前期比 ▲2億円（84.0%）
・全般的に原料費が5～6%高騰し、利益を圧迫。

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

2. 2013年3月期　業績予想

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

業績予想（連結） 通期

単位:百万円	2012/3	2013/3 業績予想	対前期比	
			金額	%
売　上　高	113,676	114,000	324	100.3%
営 業 利 益	3,971	5,200	1,229	130.9%
経 常 利 益	4,297	5,200	903	121.0%
当期純利益	1,774	3,100	1,326	174.7%

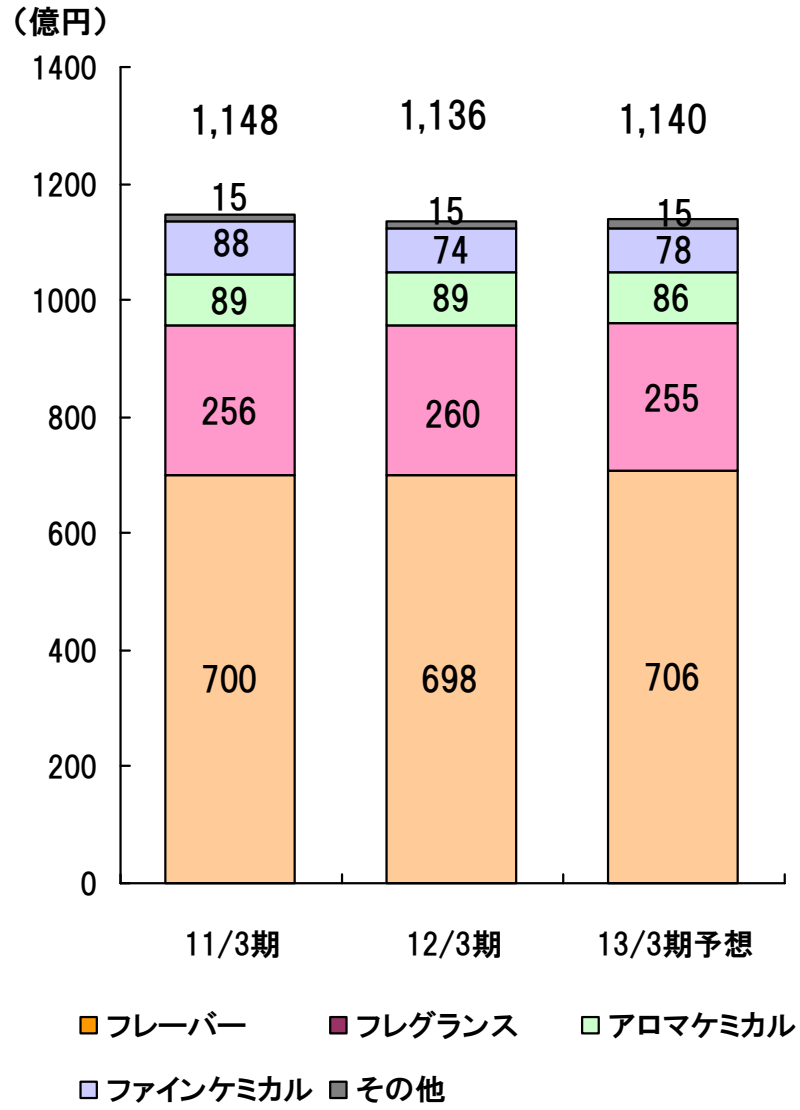
※売上の為替要因は約▲10億円

為替レート
USD:　想定 78円　（前期79.8円）
EUR:　想定105円　（前期111.1円）

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

事業別売上高　予想



【フレーバー】
・国内では微増収予定で、海外はアジアでの継続的な伸長を見込む。

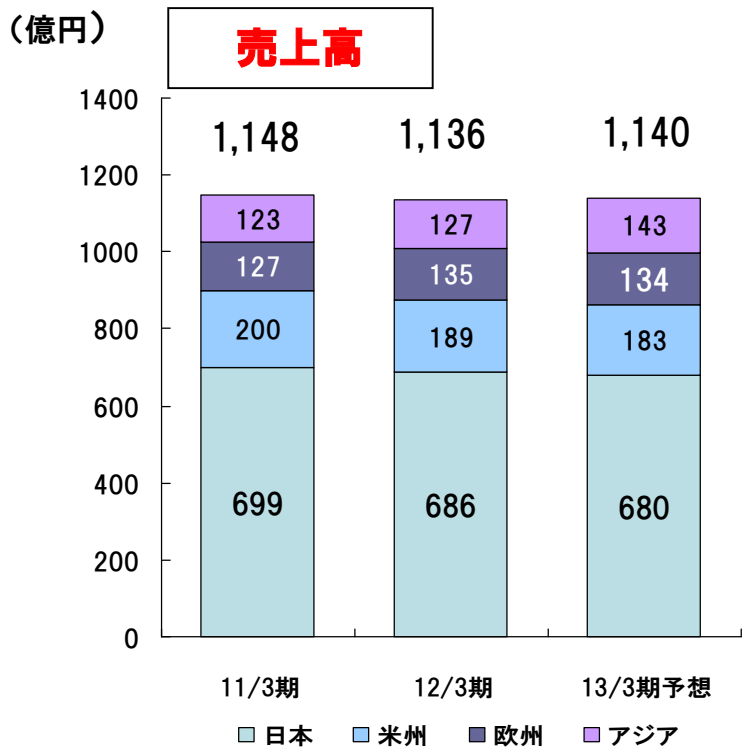
【フレグランス・アロマケミカル】
・全体的には前年並みだが、為替要因と、米州での回復遅れにより、今期連結では減収見込み。

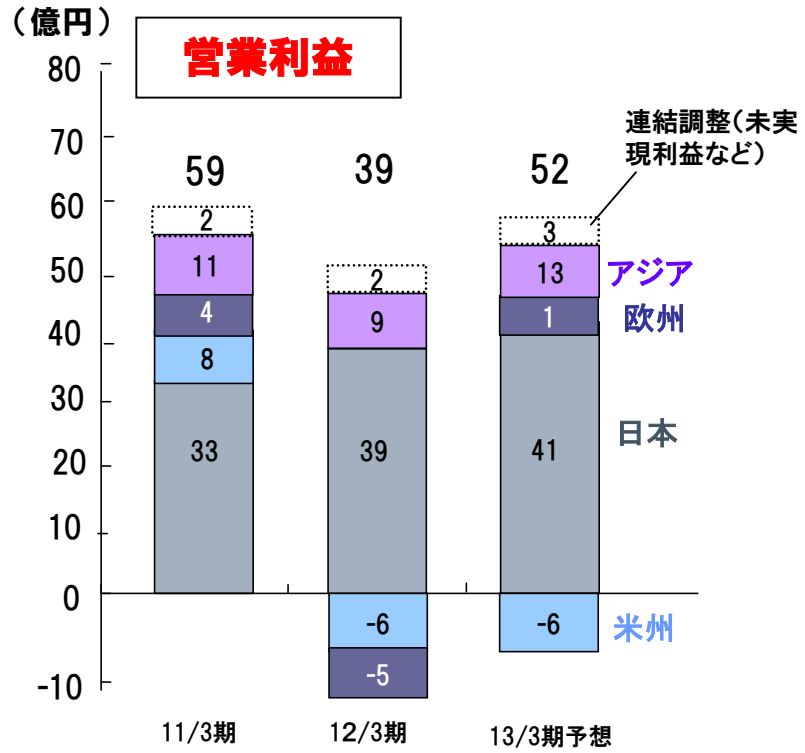
【ファインケミカル】
・既存品の減少の一方で、新規の医薬中間体の上市でカバーしていく。

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

地域別　予想





【売上】
・全般的にアジア地域の売上は二桁以上の増収率を見込む。欧州地域は円高がマイナスに影響（@111⇒@105）したものの、現地通貨では堅調な見込み。

【営業利益】
・引き続き海外では経済不況と原料費高騰の影響が残る予想の中、欧州は収益性の回復を見込む一方で、米州での回復は先の見通し。

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

中期経営計画

NEW TAKASAGO GLOBAL PLAN

GP-2（2012-2014年度）

高砂香料工業株式会社

2012年5月15日

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

1. 経営方針
2. ＧＰ－1総括
3. 市場環境と現状の課題
4. 中期経営計画　ＧＰ－2ビジョン、基本戦略
5. ＧＰ－2　目標数値
6. （資料）事業・カテゴリー３ヵ年戦略

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

1.経営方針



Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

2．GP-1（2009-2011）総括

GP-1 中長経営ビジョン

◆アジアで唯一グローバル化した香料会社である特性を活かし、アジアトップを目指す体制整備を図る

グループ基本戦略

①アジア強化
②世界トップレベル人材開発のための基盤つくり
③環境対応強化
④顧客対応の充実

アジア事業の状況

（単位：億円）

	09/3	10/3	11/3	12/3
売上高	107	105	123	127
営業利益	6	9	11	9

【設備投資】
◆中国広州2期～3期　機能拡張投資
（回収：売上寄与）
◆東南アジア拠点の拡張を推進
（アジア市場のハブ機能の構築に向け）
◆インド他、新興市場での基盤整備開始

TAKASAGO
Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

◆ＧＰ-1（2009-2011）総括　体制整備（Foundation years ）

①アジア強化

②世界トップレベル人材開発のための基盤つくり

③環境対応強化

④顧客対応の充実

【設備投資】
◆シトラスセンター本格稼動
◆基幹システム

【組織・機能強化】
◆国際品質保証体制
◆アロマケミカル研究所
◆アプリケーションの充実
（フードデザインセンター開設）

【顧客対応の体制強化】
◆グローバル顧客対応の人材強化
◆ブラジルでの生産体制の拡充

【環境対応の強化】EHS100の推進

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

◆ＧＰ-1（2009-2011）総括

	GP-1 目標	2012/3期	差額
売上高	1,320億円	1,136億円	▲184
営業利益	73億円	39億円	▲34
当期純利益	42億円	17億円	▲25
ROE	7.0%	3.4%	▲3.6%
売上高営業利益率	5.5%	3.5%	▲2.0%
一株当たり利益	42円	17円	▲25円

為替	GP-1	2012/3期
	USD: 95円	USD: 80円
	EUR:120円	EUR:111円

【売上状況】
- 金融危機による景気減速等の影響
- 為替の影響　約▲60億円
  （海外事業は為替要因を除き計画達成）

【利益】
- 原料費高騰の影響
- 結果、利益率とROEは計画を下回る

⇒原料の影響を低減させる経営体制構築の必要性

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

3.-1　市場環境

◆世界経済の低迷・・・必需品以外の消費財・高価格品等の需要が不安定
◆世界的な原料価格の高騰、高止まりが懸念。
◆グローバル市場では：　香料会社に長期のビジネスパートナーとしての資質を求められる。
　（香料関連素材の開発、マーケティング情報、アプリケーション、安定供給体制・・他）
◆品質・食品安全への関心や、ナチュラル原料へのニーズがグローバルに高まっている。
◆引き続き安定成長するアジアや南米等の新興市場。

3.-2　現状の課題

◆技術優位性の確立による競合との差別化が必要。
◆利益体質の改善が課題。
◆グループ経営資源の効率的運用が不十分⇒グローバル経営の一層の推進必要。
◆拠点の設備・組織基盤の強化に続き、よりサステナブルな経営を目指し様々な体質改善が必要。

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

課題解決により目指す姿

⇒利益体質の改善　：

◆経営資源の**全体最適化**

（◆一元管理体制をベースとしたグローバル戦略の推進）

◆次なる成長のための安定的な原資の確保

⇒サステナブル経営　：

◆**優位な技術**と**差別化できる経営資源**の充実

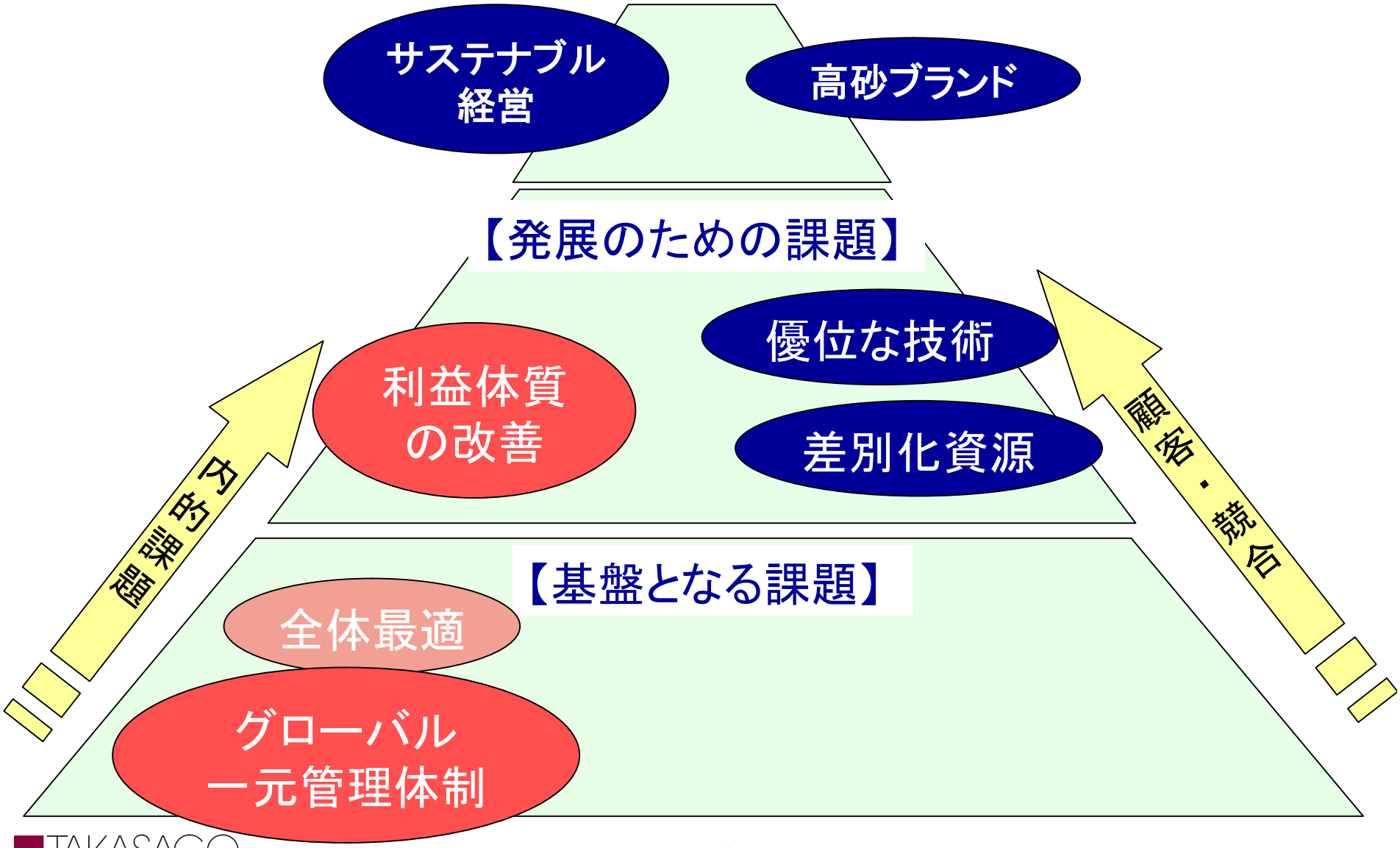
◆継続的に高い**顧客満足度**を提供できる企業

◆顧客と一緒に“**高砂ブランド**”を築いていく

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

現状課題と目指す姿

【2020年へ向け】



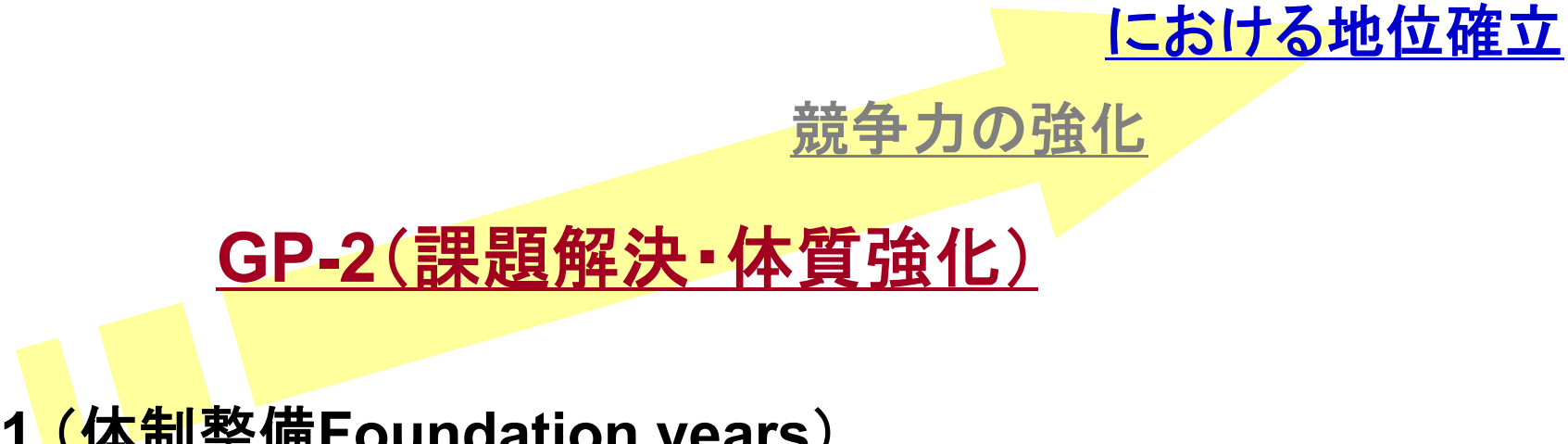
TAKASAGO
Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

４.中期経営計画　ＧＰ－2（NEW TAKASAGO GLOBAL PLAN）

中期ビジョン

◆顧客の信頼をもとにした
サステナブル経営を目指す

◆2020年に向けた長期的な成長を図るため
利益体質の改善に取り組む



TAKASAGO
Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

GP-2　グループ基本戦略

①グローバルでの全体最適の追求

②差別化によるブランド確立

③技術革新による優位性の確立

④サステナブル経営の追求
（企業としての社会性向上）

【中期ビジョン】
◆顧客の信頼をもとにした
サステナブル経営を目指す

◆2020年に向けた長期的な成長を図るため利益体質の改善に取り組む

◆グループ経営資源の一元管理体制によりグローバルでの効率化を推進する。

◆一元管理の元、得意分野・成長市場への注力による差別化で、顧客満足度を高める。

◆効率化とより一層の資源の共有で、利益体質を強化する。

◆カテゴリー戦略を推進し、得意分野を成長させ、チャレンジ分野での基盤を確立する。

◆収益（経済面）のみならず環境・社会面にも注力し、顧客・社会から長く信頼される企業を目指す。（EHS100の推進、情報発信の充実、CSRへの取り組み）。

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

①グローバルでの全体最適の追求

		コーポレート施策		
利益体質改善		原料管理の強化	・グローバルでの原料の一管理 ・ローカル原料数の削減	コンティンジェンシー対応
	事業の安定的拡大	生産体制の最適化	・製造設備の一元管理による競争力の強化を図る	
		アロマケミカル事業の強化	・活用効率の向上を図る ・欧州拠点の戦略的再構築	
		カテゴリー戦略の推進	・製品カテゴリーを主軸とした戦略の推進 ・グローバル戦略対応人材強化 ・CIMR(コンシューマー・インサイト)の強化等、営業マーケティング戦略の充実	マーケティングでの差別化 グローバル顧客への対応強化
		戦略投資と事業安定化	・ブラジル新拠点の収益向上 ・東南アジア、インドの新投資案件の安定稼働	

TAKASAGO
Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

②差別化によるブランド確立

	コーポレート施策	
サステナブル経営	確かな品質の提供	・グループQC体制の確立 ・国際品質保証部の発展強化
	優位性ある技術の確立	・技術革新の推進
		・多くの可能性ある高砂独自の商材ポートフォリオの活用
		・香料事業とファインケミカル技術（触媒・合成技術）とのシナジー
	高砂グループの独自性追求	アジア唯一のグローバル香料会社の特徴を活かした独自の付加価値の提供

差別化された独自の付加価値の提供

消費者や社会にとってなくてはならない存在であり続ける

顧客・市場と一緒に高砂ブランドを築いていく

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

③技術革新による優位性の確立

コーポレート施策	
ミント&センソーラル・技術の深化	・高砂の戦略商材の強化 ・長年培ってきた技術の深化
新規アロマケミカルの開発強化	・単品香料の開発及び上市推進 ・新設アロマケミカル研究所による開発基盤の強化
天然素材の探索・活用	・世界的なニーズが高まっているナチュラル香料素材の開発強化 ・素材メーカーとの戦略的連携
高砂独自商材の活用	・コーヒー・お茶エキス，シトラス（フロリダシトラスセンター）、風味改善素材,他 ・合成技術をいかした機能性素材

日々革新的に市場は創造されている
⇒市場の開拓者となり

最終製品の商品価値を高める製品の開発へ

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

④サステナブル経営の追求（企業としての社会性向上）

コーポレート施策	
EHS100の実践	・EHS100フェーズⅡの実行 （EHS宣言「Environment（環境）・Health（健康・衛生）・Safety（安全）」の下、中長期計画としての「EHS100」の実践。
グローバルでの情報発信の充実	・ウェブサイトの拡充 ・サステナビリティーへの取り組みや技術ポートフォリオの発信とアピール

消費市場や顧客、様々なステークホルダーとの安定した関係構築

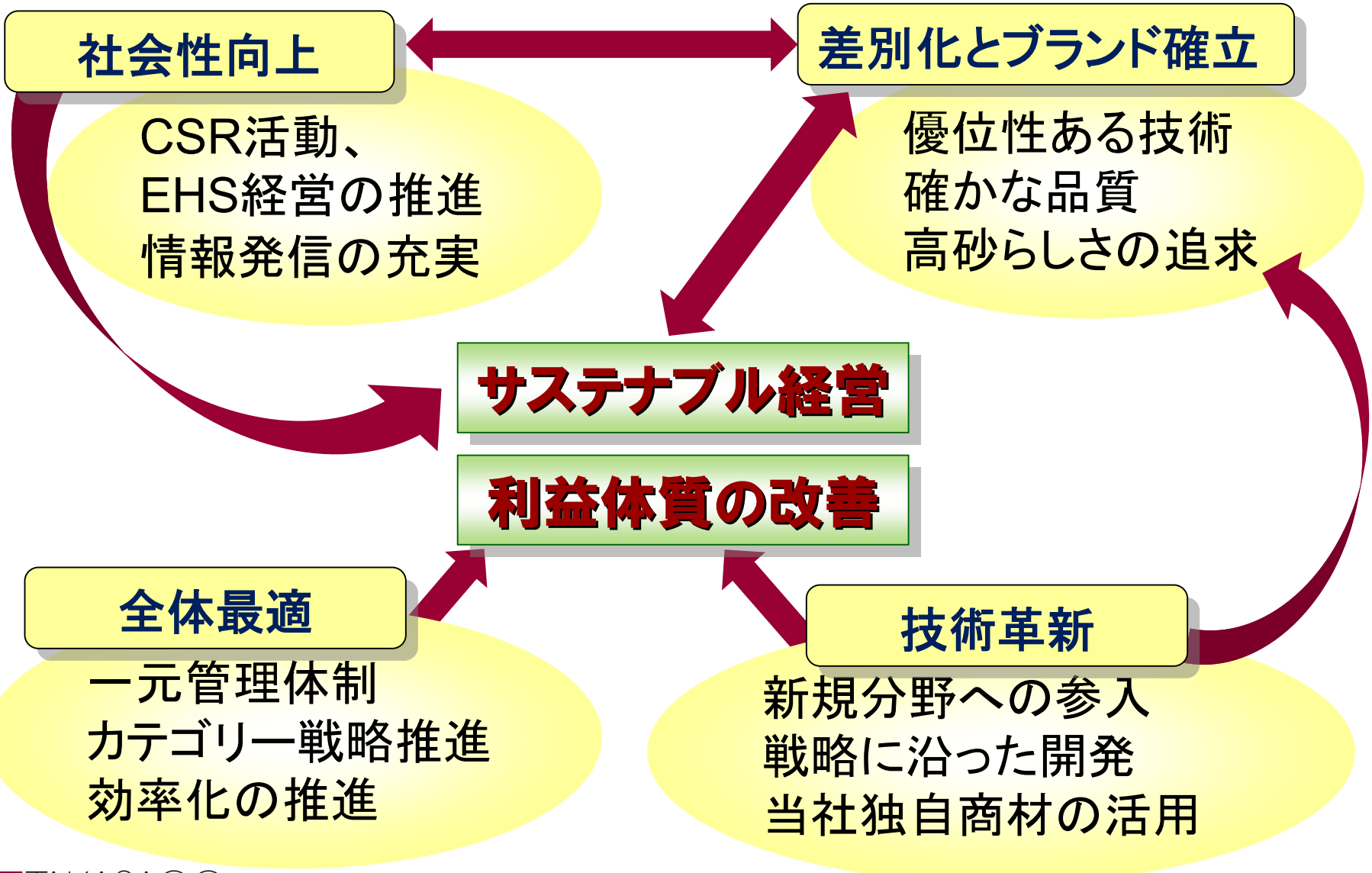
環境保全やCSR活動を通して持続可能な社会の構築に貢献

⇒社会の一員である当社グループ自身のサステナビリティ（持続可能性）へ

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

中期ビジョン・グループ基本戦略



TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

事業環境と事業領域

事業環境	主な事業領域	技術・商材	経営資産
健康志向 ナチュラルへの ニーズ	フレーバー	戦略的天然素材 シトラス・ミント・バニラ　風味改善素材 珈琲・茶類エキス　他	シトラスセンター フードデザイン センター
生活の潤いを香りへ求める 豊富なバリエーション・持続性	食品素材	メントール	天然素材探索の 分析技術 センソーラルセンター
ユニークなケミカル 天然らしさを追求する香料単品	オーラルケア・ センセート	高残香性の製剤 悪臭対策香料の知見	NYギャラリー （ファインフレグランス）
ライフサイエンス・ エレクトロニクス商材を支える差別化技術	フレグランス （調合香料）	不斉合成反応	
	アロマケミカル （合成香料）	不斉異性化反応 不斉水素化反応 エステル還元	
	ライフサイエンス 医薬中間体 触媒・配位子	カップリング反応	
	エレクトロニクス関連		

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

5. GP-2財務目標

（単位：億円）

	2012/3期	2015/3期 GP-2	（増減）
売上高	1,136	1,300	164
営業利益	39	92	53
当期純利益	17	59	42
ROE	3.4%	9.8%	6.4%
営業利益率	3.5%	7.1%	3.6%
（為替前提）	US$ 80 EUR111	US$ 78 EUR105	
海外売上比率	39.7%	43%	

（地域セグメント報告ベース）

【前提条件】

売上

為替マイナス要因　▲15億円

売上総利益

原価率の低減（目標▲3%）

- グローバルでの原料統合の推進
- 国際購買による原料費削減
- 生産効率化の諸施策を推進

⇒大型投資の償却増加をカバーし全体で削減目標を達成する。

営業利益

- 販売管理費

年率3%での増加予想

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

GP-2財務目標　（事業別）　（単位:億円）

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
フレーバー	698	825	127	6%
フレグランス	260	300	40	5%
アロマケミカル	89	75	▲14	▲5.5%
ファインケミカル	74	85	11	4.5%
その他	15	15	0	-
合計	1,136	1,300	164	4.5%

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

GP-2財務目標　（地域別）

（単位:億円）

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
日本	686	745	59	2.8%
米州	189	205	16	2.8%
欧州	135	155	20	4.7%
アジア	127	195	68	15.5%
計	1,136	1,300	164	4.5%

営業利益	2012/3期	利益率	GP-2	利益率	（差額）
日本	39	5.7%	58	7.8%	19
米州	▲6	-	3	1.4%	9
欧州	▲5	-	10	6.4%	15
アジア	9	7.2%	19	10.0%	10
（連結調整他）	2	-	2	-	-
計	39	3.5%	92	7.1%	53

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

設備投資計画

		GP-2　期間		
	12/3期	13/3期計画		14/3期～15/3期
国内	21億円	20億円	【主な案件】 ・ USA改修工事 ・東南アジアでの生産・研究設備の拡張投資 （各投資,約20億円前後）	【主な案件】 ・インド生産拠点への投資 ・事業伸長も伴う全体的な拡張,改修投資 ・省人化,効率化 ・工場機能の拡充投資
海外	19億円	61億円		
合計	40億円	81億円		

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved



※注意事項

本資料は、2012年5月15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： 取締役 管理・企画開発本部長　松本　裕幸

TEL：03-5744-0523　FAX: 03-3730-6678

http://www.takasago-i.co.jp

E-mail: ir@takasago.com

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

参考資料

（6. 事業・カテゴリー　3ヵ年戦略）

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

主な香料マーケット成長率予測　2009-2014（％　Growth p.a.）

	フレーバー	フレグランス
日本	1%	2%
北米	3.1%	3.2%
欧州	2.4%	1.9%
中国	7.1%	7.8%
その他アジア	7%	7%

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

フレーバー事業　3ヵ年　グローバル戦略

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
フレーバー事業	698億円	825	127	6%

◆天然素材の確保と有効活用での差別化

◆戦略商材での市場開拓

（メントール、センセートケミカル、ミント系香料での差別化）

◆差別化技術の開発と付加価値の提供

◆CIMR（コンシューマー・インサイト・マーケティングリサーチ）の強化

◆ターゲットカテゴリーへの注力

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

フレーバー事業　3ヵ年　戦略

天然素材	・フロリダシトラスセンターから高品質で安定した素材の供給 ・コーヒーエキス、お茶系設備活用 ・その他ナチュラルケミカルの開発と活用
	【カテゴリー】 ⇒素材とフレーバーの調和で 清涼飲料、デイリー、セーボリーを伸ばす
ミント・メントール センソーラル	メントール、センセート(※) Sensates® 、ミント、戦略商材の強みをグローバルで活かす。 (※)冷感や温感といった感覚に作用する素材
	【カテゴリー】オーラルケア(歯磨き他)、菓子
差別化技術と 差別化素材	風味改善、エンハンサー、DFM(デイリー素材)等、最終商品の価値を高める技術と素材での差別化。
	アプリケーションの充実 国内:フードデザインセンターの活用

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

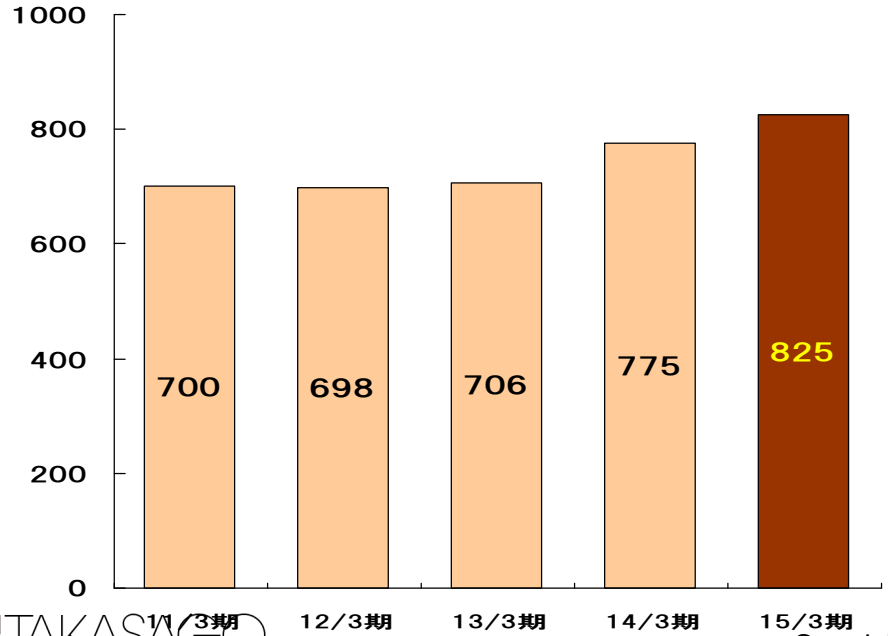
フレーバー事業　3ヵ年　戦略　地域別市場

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
フレーバー事業	698億円	825	127	6%

■ブラジルの新拠点の順調稼動。

■中国、東南アジアでローカル顧客向けを伸ばす。
（飲料、菓子、セイボリー、オーラルケア）

■中東、アフリカ地域等の成長市場での拡販。



	平均成長率
日本	5%
米州	5%
欧州	6%
アジア	16%

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

フレグランス事業　3ヵ年　グローバル戦略

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
フレグランス事業	260億円	300	40	5%

◆グローバル顧客対応の再構築

◆カテゴリー戦略を軸とした全体戦略の推進

◆ファインフレグランス分野の強化

◆新興市場におけるCIMR活動の強化

◆コア技術による差別化

TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

フレグランス事業　3ヵ年　戦略

グローバル顧客対応強化	・マルチナショナル企業のコアリスト維持とNewコアリスト ・北米,欧州,アジア3極でのグローバル人材の確保(セールス、調香師) ・アジア市場,新興市場でのCIMR活動の強化
	【カテゴリー】 ハウスホールド・パーソナルケア・ファインフレグランス
ファイン・フレグランスの強化	・人材補強も含めたニューヨークギャラリー機能の再強化 ・北米での事業拡大とブラジル南米市場の事業基盤の構築
コア技術による差別化	・マルオーダーコントロール(消臭・抗菌技術)の強化、香りのデリバリーシステムの確立(【カテゴリー】ファブリックケア)
	・新規機能性素材の技術開発
プロアクティブ営業	・エバリュエーター強化、消費者テストの活用
戦略商材の拡販	・セラミドほか、機能性素材の拡販 ・センセート(Sensates®)の活用:オーラルケア分野の拡販

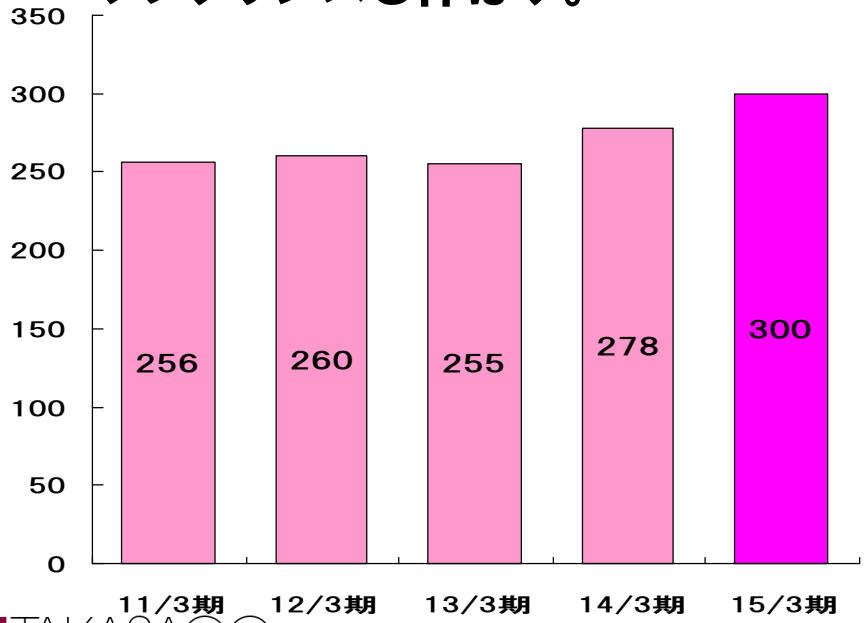
TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

フレグランス事業　3ヵ年　地域別市場

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
フレグランス事業	260億円	300	40	5%

- ブラジルは経済成長を上回る伸長
- 中東向けなども伸ばす
- 中国：ファブリックケア（液体洗剤）、パーソナルウォッシュ等をターゲット
- 東南アジア：　パーソナルウォッシュ/ファブリックケアに加え、ファイン フレグランスも伸ばす。



	平均成長率
日本	2%
米州	5%
欧州	8%
アジア	13%

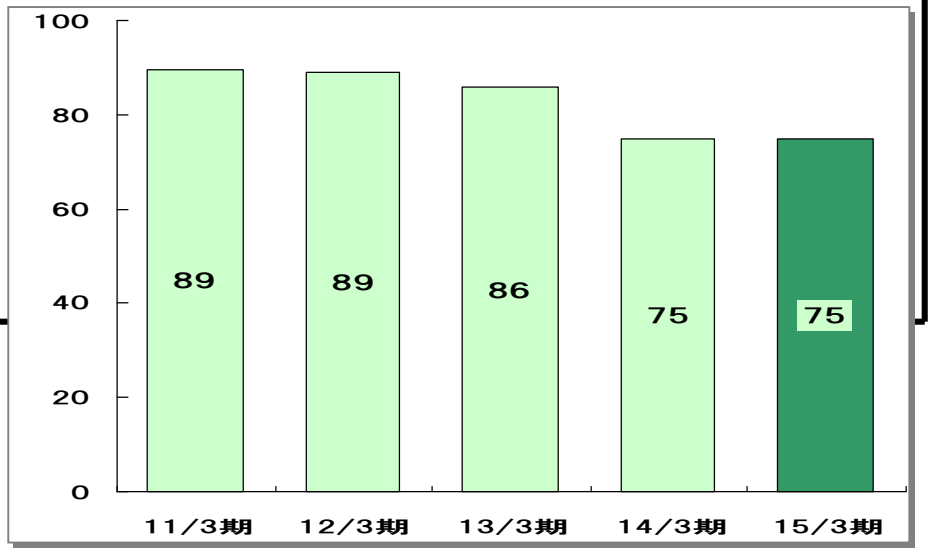
TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

アロマケミカル事業　3ヵ年　戦略

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
アロマケミカル	89億円	75	▲14	▲5.5%

◆競合の参入により厳しくなるメントールの販売環境への対応
・高砂の戦略商品であるセンセートケミカルの最大利用,フレーバー,フレグランスに応用展開
◆ニューアロマケミカル、ナチュラルケミカル開発への集中投資
◆欧州拠点の戦略的再構築と自家アロマケミカルの活用効率の向上を図る
◆当社製品のグリーンケミカル（環境配慮）に対するPR



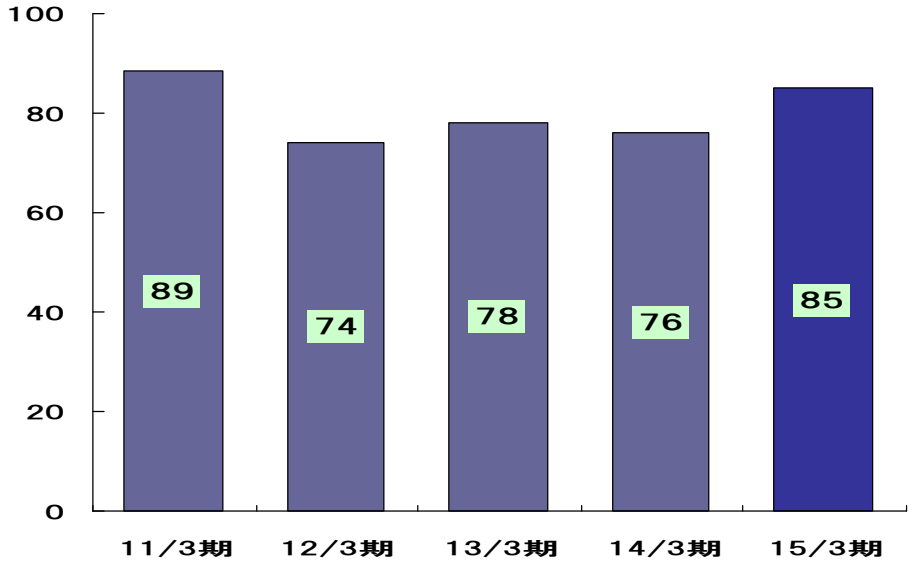
TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

ファインケミカル事業　3ヵ年　戦略

売　上	2012/3期	2015/3期 GP-2	（差額）	平均成長率
ファインケミカル	74億円	85	11	4.5%

◆ジェネリック化による既存ビジネスの減少を新規案件の確保でカバーする。
　・顧客開発案件への対応を充実させ、増収増益体質へ。
◆触媒ビジネス：新規ラインアップ触媒拡販で増収を目指す。



TAKASAGO

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved

ファインケミカル事業

顧客開発案件への対応

・医薬中間体：顧客案件数は増加している

⇒顧客パイプラインへの対応力を強化しPhase Ⅲの開発案件獲得へ

・案件数（現在） 目標の160％の件数

****

触媒ビジネス

・生産体制の充実と応用技術の創出
・新規顧客の開拓（新興市場を含むグローバル戦略の遂行）
・自社製品への触媒技術の導入⇒既存・新規製品の競争力と差別化強化

・市場のポテンシャルは100億円/年　以上

Copyright © 2012 Takasago International Corporation All Right Reserved