

2012年9月期 第2四半期決算説明会

長谷川香料株式会社

2012年5月15日

目次

Ⅰ．連結決算の概要　・・・ P2-P13

Ⅱ．経営戦略　・・・ P14-P16

Ⅲ．添付資料　・・・ P17-P35

－香料業について
－市場規模
－当社の現況
－第2四半期決算資料

Ⅰ．連結決算の概要

業績ハイライト

外部環境

・国内飲料市場は堅調に推移。但し、震災以降、ミネラルウォーターが全体を牽引する状況。
　炭酸飲料、緑茶飲料は好調、スポーツドリンクは低迷。
・中国の食品・飲料市場は拡大続く。
・震災後の海外諸国の放射能関連規制は残存するものの、対応は完了。

前期比　～微増収減益～

・売上高：前年同期並みの売上を確保。茶系飲料、フルーツ加工品の売上は堅調。
・営業利益：一時費用（販管費）の増加により減益。
・経常利益：営業外収益の増加により増益。
・当期純利益：特別利益の減少、法定実効税率の変更による税金費用増加を主因に減益。

計画比　～売上、利益ともに計画を下回る～

・売上高：当社単体、中国子会社ともに売上計画未達。
・営業利益、経常利益：売上高の計画未達により、利益計画も未達。
・当期純利益：法定実効税率の変更による税金費用増加。

連結業績の概要

・前期比：売上高は前期並み。当期純利益は法人税率変更の影響で減少

・計画比：納入先の一部主力製品の販売不振による計画未達

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			
							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	20,734	100.0%	21,300	100.0%	20,747	100.0%	13	0.1%	-552	-2.6%
売上原価	13,722	66.2%	13,860	65.1%	13,748	66.3%	25	0.2%	-111	-0.8%
売上総利益	7,011	33.8%	7,440	34.9%	6,999	33.7%	-12	-0.2%	-440	-5.9%
販売費及び一般管理費	5,205	25.1%	5,380	25.3%	5,244	25.3%	39	0.8%	-135	-2.5%
営業利益	1,806	8.7%	2,060	9.7%	1,754	8.5%	-51	-2.9%	-305	-14.8%
経常利益	1,974	9.5%	2,180	10.2%	2,072	10.0%	97	5.0%	-107	-4.9%
税引前当期純利益	2,091	10.1%	2,150	10.1%	2,019	9.7%	-71	-3.4%	-130	-6.1%
当期純利益	1,333	6.4%	1,440	6.8%	1,104	5.3%	-228	-17.2%	-335	-23.3%

売上高の増減要因（部門別）

・食品部門微減、フレグランス部門微増により前期比ほぼ横ばい

・フルーツ加工品（製品・商品合計）は約3億円増加

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	
フレグランス	製品	2,529	2,601	71	2.8%	上海子会社の売上増加
	商品	230	240	9	4.1%	化粧品向け増加
小計		2,760	2,841	81	2.9%	－
食品	製品	16,911	16,651	-259	-1.5%	一部の健康食品向けの売上減少
	商品	1,062	1,254	192	18.1%	フルーツ加工品増加
小計		17,973	17,906	-67	-0.4%	－
合計		20,734	20,747	13	0.1%	－

利益の増減分析（前期比）

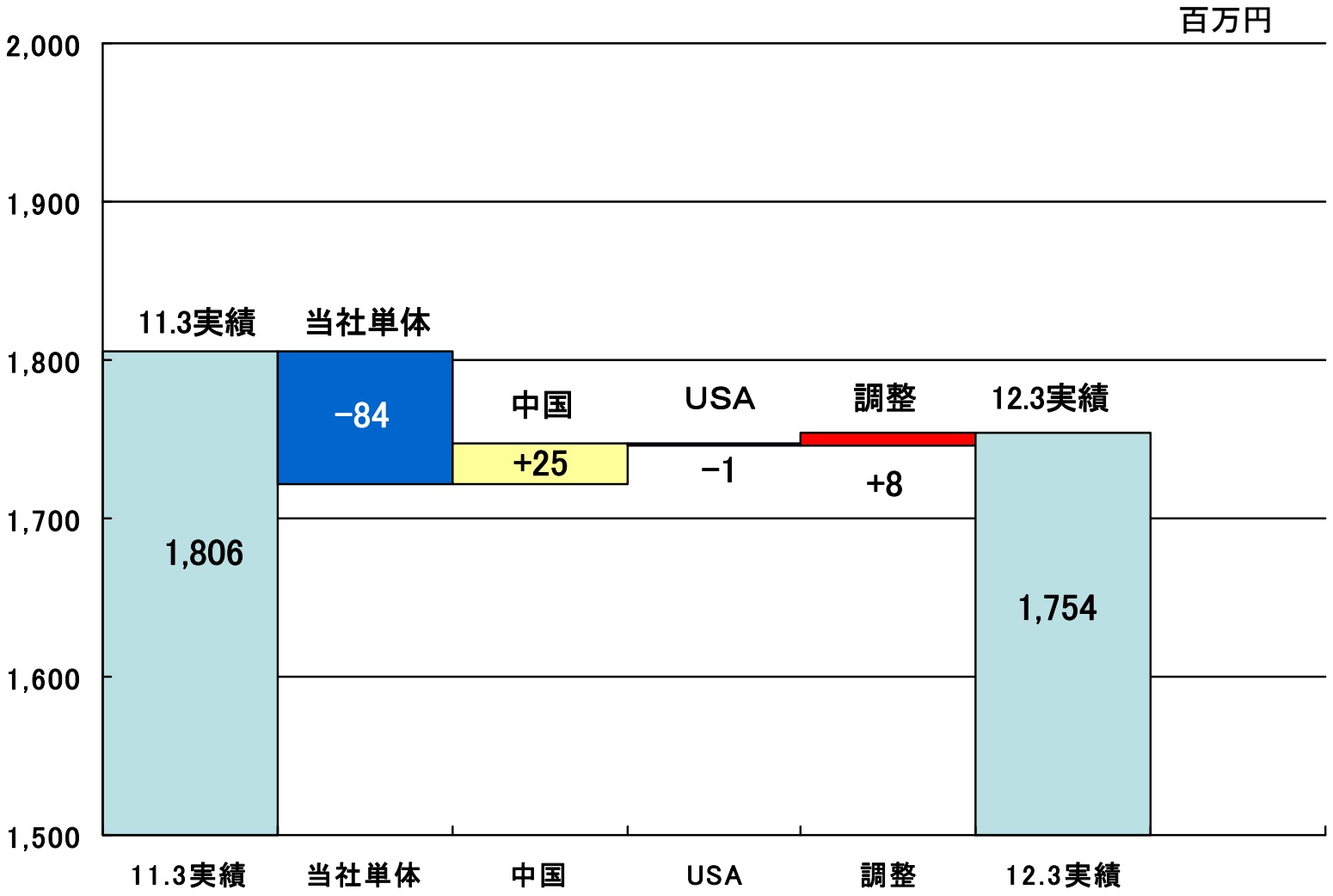
・販売費及び一般管理費の増加により営業減益

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	20,734	100.0%	20,747	100.0%	13	0.1%	
売上原価	13,722	66.2%	13,748	66.3%	25	0.2%	当社単体の売上原価率が生産数量の減少、製造経費の増加により悪化 一方、連結子会社の売上原価率は生産数量の増加を主因に改善
売上総利益	7,011	33.8%	6,999	33.7%	-12	-0.2%	
販売費及び一般管理費	5,205	25.1%	5,244	25.3%	39	0.8%	当社単体の販管費は減少したものの、連結子会社は増加
営業利益	1,806	8.7%	1,754	8.5%	-51	-2.9%	
経常利益	1,974	9.5%	2,072	10.0%	97	5.0%	親子ローンの為替評価差益150百万円発生
税引前当期純利益	2,091	10.1%	2,019	9.7%	-71	-3.4%	特別利益：（前期）退職給付制度終了益333百万円を計上 特別損失：（前期）投資有価証券評価損84百万円、資産除去債務適用損失79百万円を計上 （当期）固定資産廃棄損 50百万円を計上
当期純利益	1,333	6.4%	1,104	5.3%	-228	-17.2%	

グループ会社別営業利益の増減

・当社単体は減益、中国子会社は増益、米国子会社は前期並み



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	1,875	100.0%	1,926	100.0%	51	2.7%
売上原価	1,236	65.9%	1,227	63.7%	-8	-0.7%
売上総利益	639	34.1%	698	36.3%	59	9.3%
販管費	400	21.4%	434	22.6%	33	8.4%
営業利益	238	12.7%	264	13.7%	25	10.9%
経常利益	265	14.1%	327	17.0%	62	23.4%
	1元=12.43円		1元=12.39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	150,875	100.0%	155,494	100.0%	4,618	3.1%
売上原価	99,439	65.9%	99,080	63.7%	-358	-0.4%
売上総利益	51,436	34.1%	56,413	36.3%	4,977	9.7%
販管費	32,255	21.4%	35,076	22.6%	2,821	8.7%
営業利益	19,180	12.7%	21,337	13.7%	2,156	11.2%
経常利益	21,324	14.1%	26,398	17.0%	5,074	23.8%

・増収増益を達成。
・売上高伸長率は2.7%にとどまるものの、下半期では既存顧客向けの受注増や新規顧客向けの売上増を見込む。
⇒ 通期で二桁の伸長率達成を目指す。

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	690	100.0%	781	100.0%	90	13.1%
売上原価	446	64.6%	477	61.1%	30	6.9%
売上総利益	244	35.4%	304	38.9%	59	24.5%
販管費	228	33.1%	290	37.1%	61	27.0%
営業利益	15	2.3%	13	1.8%	-1	-12.1%
経常利益	17	2.6%	15	2.0%	-2	-12.4%
	1$＝82.49円		1$＝78.35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	8,373	100.0%	9,973	100.0%	1,600	19.1%
売上原価	5,413	64.6%	6,092	61.1%	679	12.6%
売上総利益	2,960	35.4%	3,880	38.9%	920	31.1%
販管費	2,769	33.1%	3,704	37.1%	934	33.8%
営業利益	190	2.3%	176	1.8%	-14	-7.5%
経常利益	213	2.6%	197	2.0%	-16	-7.8%

・新製品の売上等が寄与し増収。

・販管費一時費用発生により利益は微減。

2012年9月期通期計画（連結）

- **第2四半期累計実績は計画比で未達であるが、下期に挽回**
  - 全体の約4割を占める飲料向け売上は春～夏季（下期）に集中
  - 下半期は国内、中国市場において新規採用製品が売上に寄与
- **当期純利益の通期計画を下方修正**
  - 法定実効税率の変更による税金費用増加を織り込み、期初計画より275百万円下方修正
    当期純利益：（期初計画）3,260百万円 ⇒ （修正計画）2,985百万円
  - 当期純利益以外は期初計画を据え置き

（参考）

	前期（通期実績）		当期（通期修正計画）＊				当期（第2四半期実績）		
	金 額（百万円）	構成比	金 額（百万円）	構成比	前期比		金 額（百万円）	構成比	通期計画に対する進捗率
売上高	44,246	100.0%	45,330	100.0%	2.4%		20,747	100.0%	45.8%
売上原価	28,884	65.3%	29,530	65.1%	2.2%		13,748	66.3%	46.6%
売上総利益	15,362	34.7%	15,800	34.9%	2.8%		6,999	33.7%	44.3%
販売費及び一般管理費	10,782	24.4%	11,100	24.5%	2.9%		5,244	25.3%	47.2%
営業利益	4,580	10.4%	4,700	10.4%	2.6%		1,754	8.5%	37.3%
経常利益	4,802	10.9%	4,960	10.9%	3.3%		2,072	10.0%	41.8%
税引前当期純利益	4,737	10.7%	4,880	10.8%	3.0%		2,019	9.7%	41.4%
当期純利益	3,115	7.0%	2,985	6.6%	-4.2%		1,104	5.3%	37.0%

＊2012年5月11日修正計画

重点施策 － 国内市場 －

少子高齢化に伴う成熟化が進行する国内市場において、収益を確保

重点施策

ソリューション営業の推進

高付加価値製品の開発

・3研究所（技術研究所、フレーバー研究所、フレグランス研究所）と営業部門の連携による製品開発、拡販

⇒ 香りプラスアルファの価値の提案

・Taste Booster®によるコク味の改善

・機能性を有する香料製品による呈味性の改善

香料の用途の拡大

・ノンアルコール飲料（ビール、カクテル等）、アルコール飲料、健康食品、介護食等への対応強化

・食品原料を代替できる香料の提案

コスト戦略

・生産、物流の合理化

・ERPの活用による在庫水準の見直し、廃棄ロスの抑制

・残業代、光熱費等、経費全般の抑制

重点施策 － 海外市場 －

香料市場を開拓し、海外での成長を目指す

重点施策

アジア市場 － 経済成長に伴い増加する需要を取り込む －

中国市場

・営業力の強化による既存顧客との関係強化、新規顧客の開拓
・研究開発体制の強化
・生産設備の増強

東南アジア市場

・効率的な供給体制の構築（中国子会社がHALAL認証取得）
・採算性の向上

北米市場 － グローバル企業との取引拡大を目指す －

・米国子会社は新経営体制の下、事業拡大に向けた戦略の検討に着手
・研究開発体制の強化

重点施策 － 海外市場 －

外部からの人材登用による新しい経営体制の構築

T. HASEGAWA U. S. A. INC.

・4月に新たな米州CEOを現地採用。新CEOは大手飲料会社にて要職を歴任した経歴を持つ。

・T. HASEGAWA U. S. A. INC.はこれまで米国市場において、セイボリー・フレーバー（調味料、シーズニング向け等）などニッチな市場向けに展開し、一定の成果を挙げてきた。

・今後、当社の技術を活かし飲料市場への進出を図る。

・米国では大手食品・飲料会社の多くがPreferred Supplier制度を導入。
これらの企業とのグローバルな取引機会拡大のための体制を構築していく方針。

長谷川香料（上海）有限公司

・5月に中国人副総経理（フレグランス担当）を現地採用。大手香料会社出身。

・現地の嗜好を的確に取り込んだ製品の開発を推進。

Ⅱ．経営戦略

経営戦略

基本戦略

付加価値が高く採算性の良い調合香料の拡大に注力

国内市場における
収益確保を確実にする

海外市場における
成長を目指す

経営戦略

国内市場

基本運営方針
・付加価値が高く採算性の良い調合香料事業の拡大に経営資源を集中
・技術立社による他社との差別化

海外市場

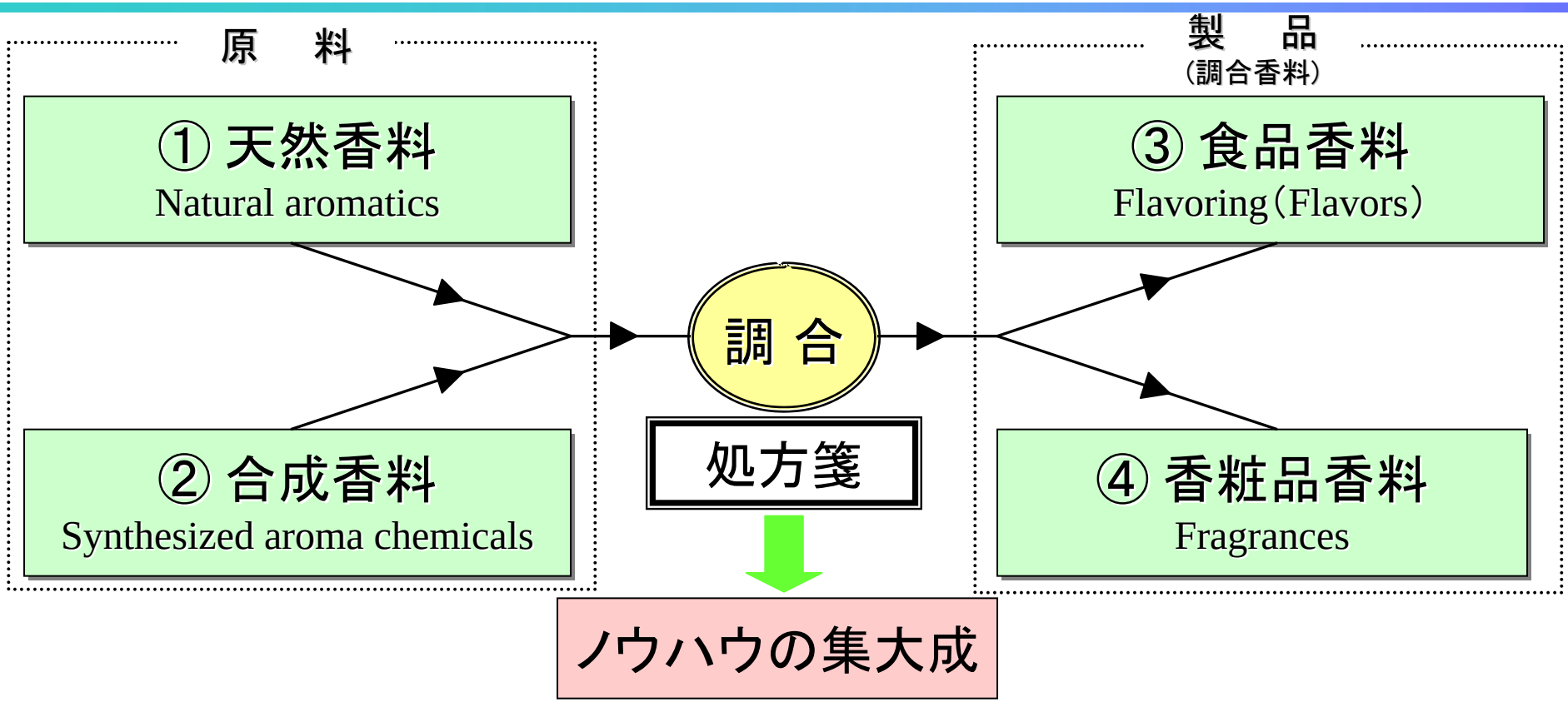
アジア市場
・経済成長に伴い増加する需要の取り込み
・天然食品原料を代替する香料製品の開発、拡販

北米市場
・グローバル企業との取引拡大を目指す
・米国拠点の戦略的活用

Ⅲ. 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

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

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

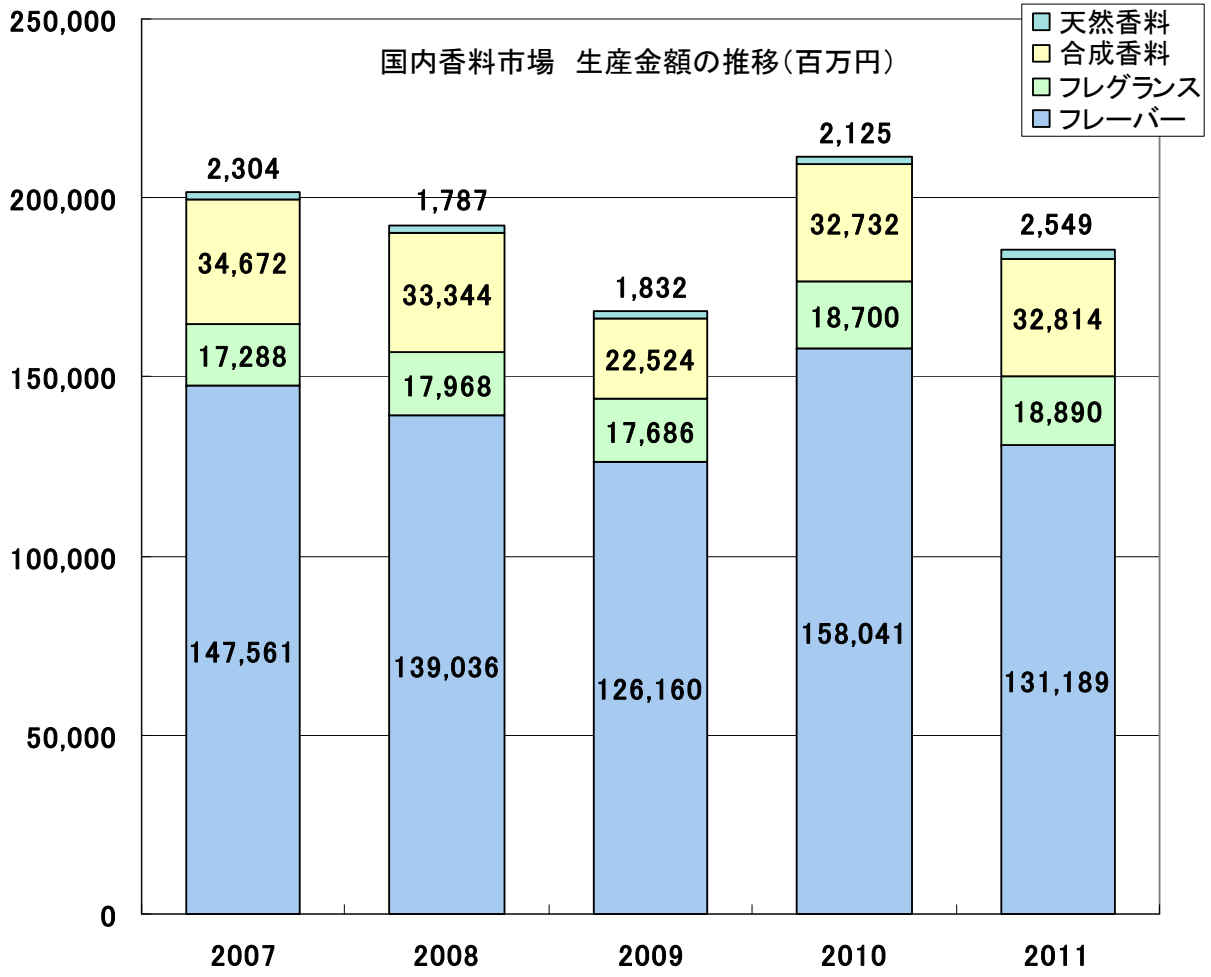
	会 社 名	国　名	2011年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	4,171	19.1%
2	Firmenich	スイス	2,957	13.6%
3	IFF	米国	2,788	12.8%
4	Symrise	ドイツ	2,052	9.4%
5	高砂香料	日本	1,473	6.8%
6	Mane SA	フランス	738	3.4%
7	Sensient Flavors	米国	620	2.8%
8	長谷川香料	日本	574	2.6%
9	Frutarom	イスラエル	518	2.4%
10	Robertet SA	フランス	484	2.2%
	上位10社合計	ー	16,375	75.1%
	その他	ー	5,425	24.9%
	合計	ー	21,800	ー

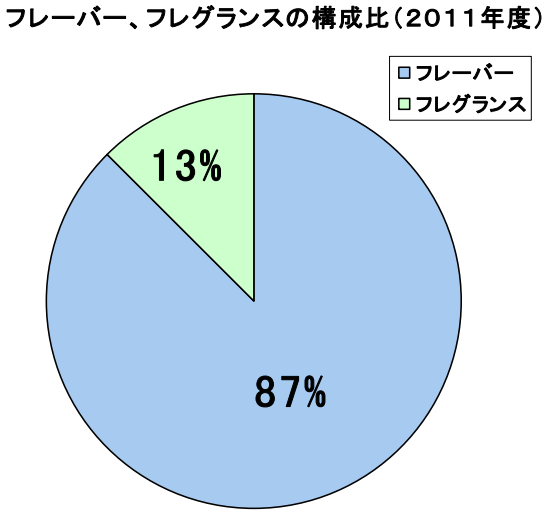
(注)1$≒77.1円

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

国内香料市場の規模

・2011年は震災の影響並びに2010年の猛暑効果の反動により前年比減少。
・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9：1（世界全体では5：5）





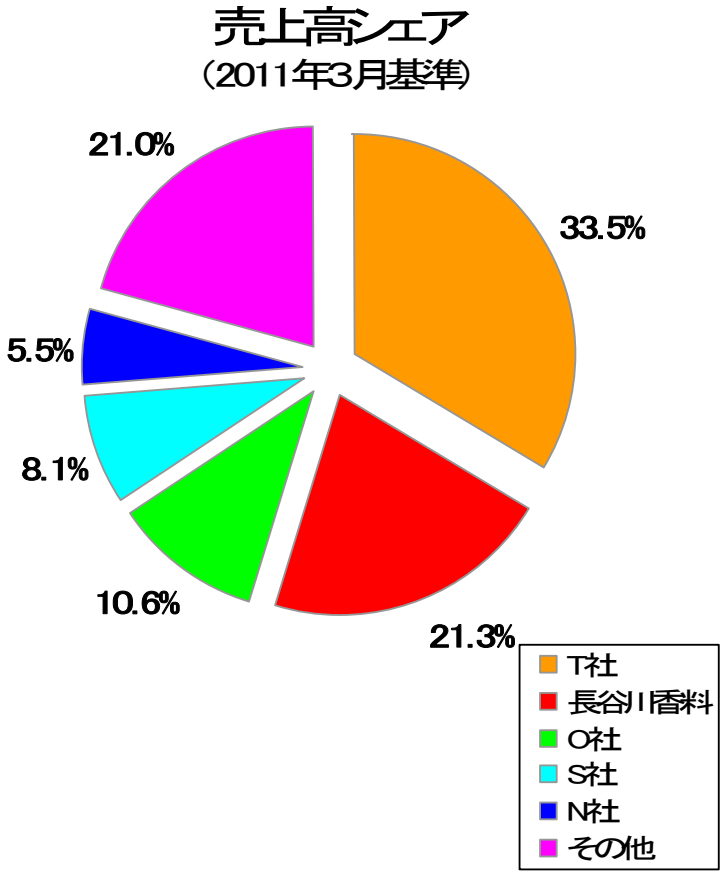
合計	201,825	192,135	168,202	211,598	185,442
前年比増減率	0.3%	−4.8%	−12.5%	25.8%	−12.4%

出典：
日本香料工業会会報

当社の現況

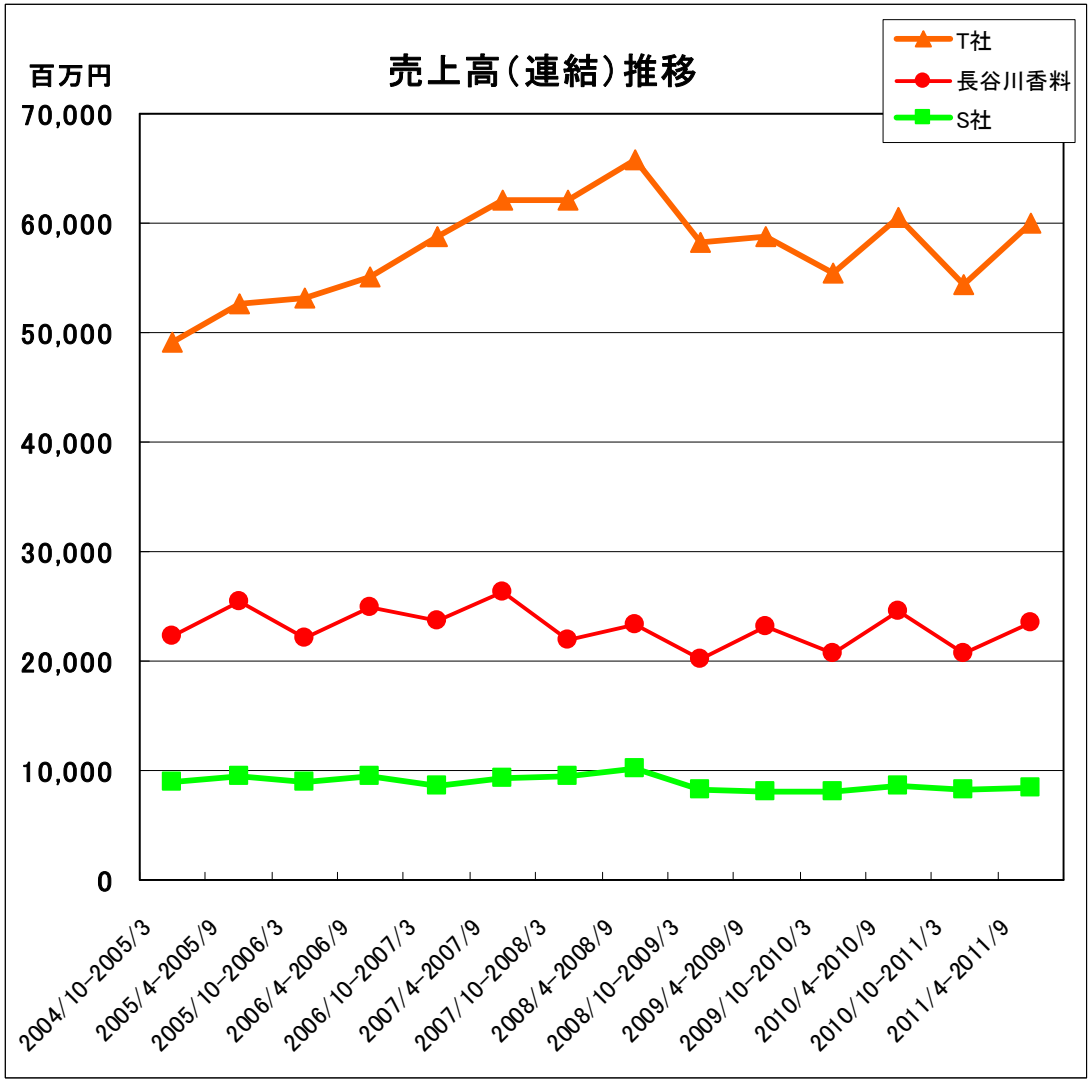
日本の香料会社の売上高ランキング

・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。



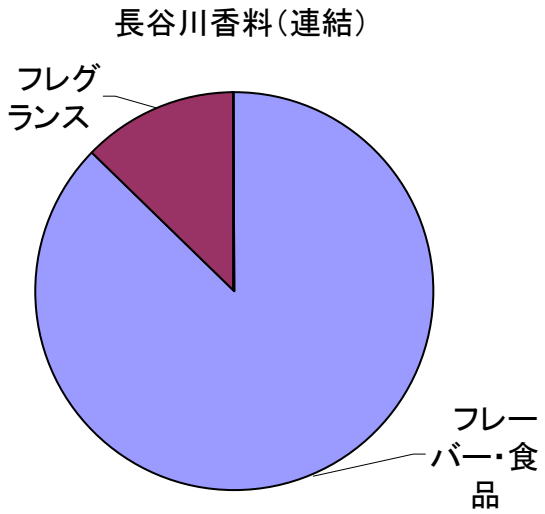
売上構成

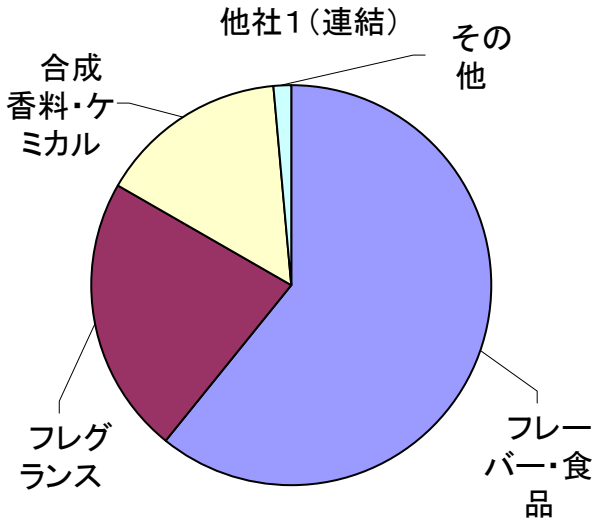
・当社は付加価値の高い調合香料に特化
・多品種少量生産　年間 約14,000品のフレーバー、フレグランスを販売

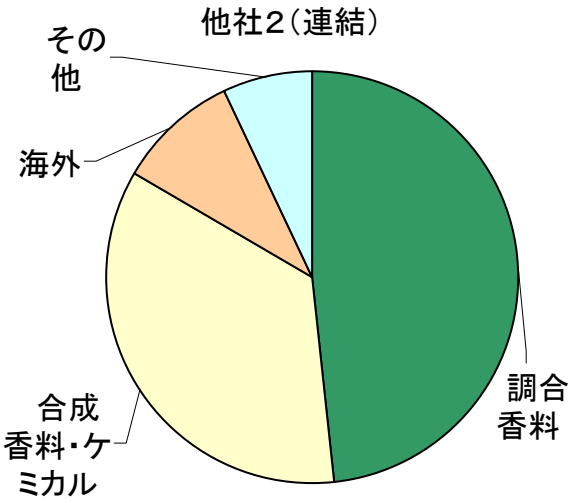
百万円

	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%	







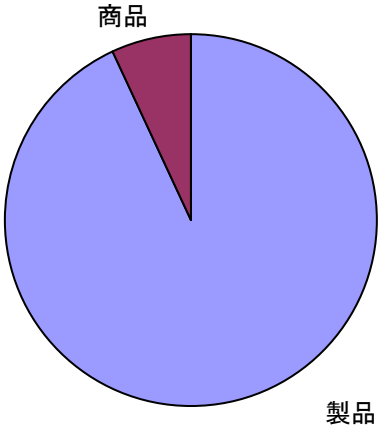
製品/商品比率

・当社は自社製造による製品の構成比が高い

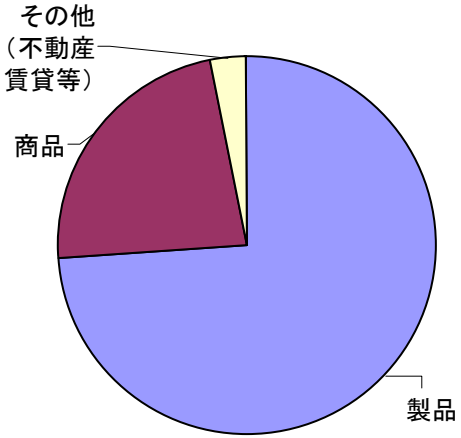
百万円

	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%	

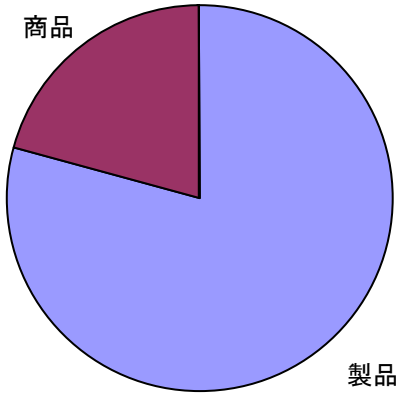
長谷川香料(単体)



他社1(単体)

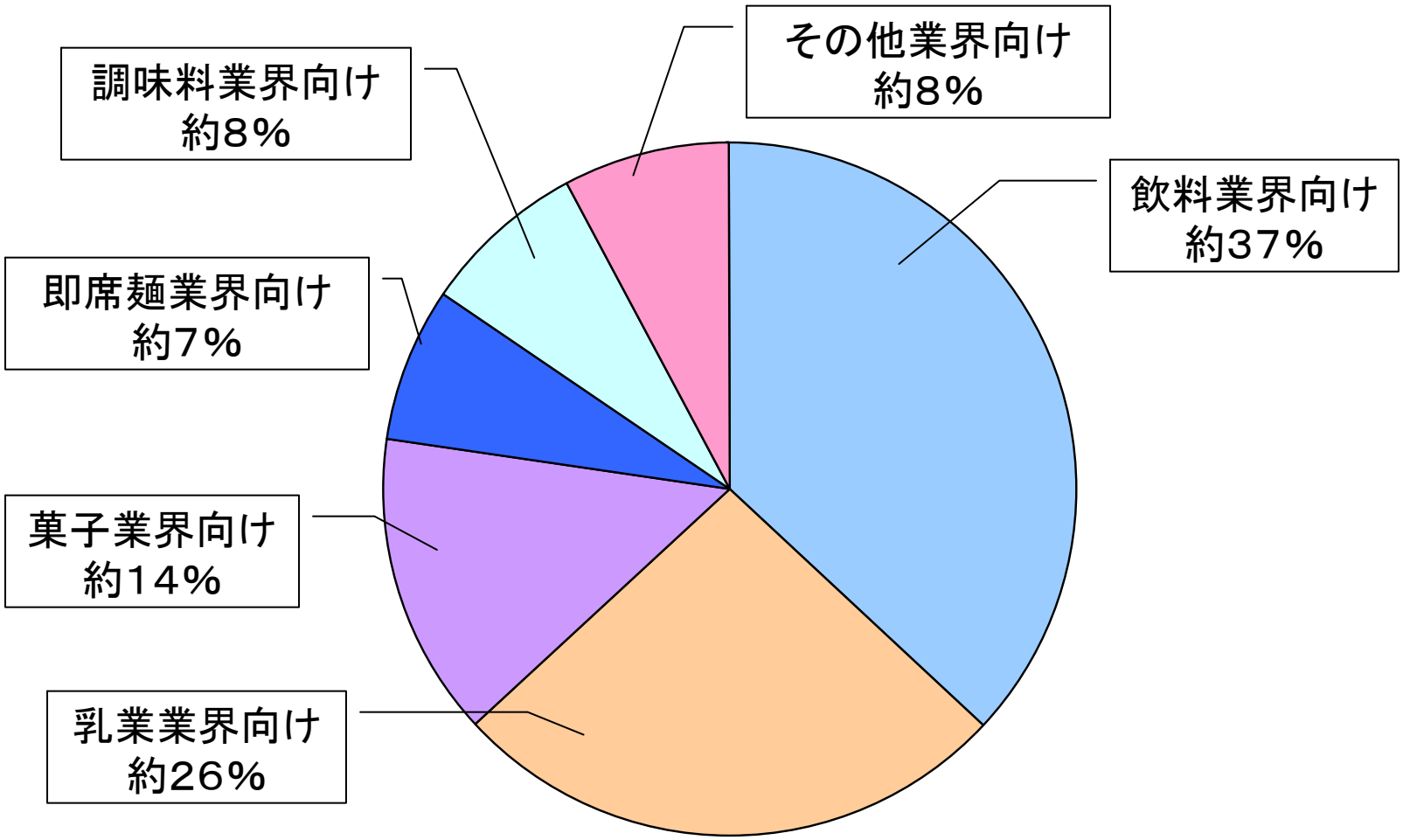


他社2(単体)



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



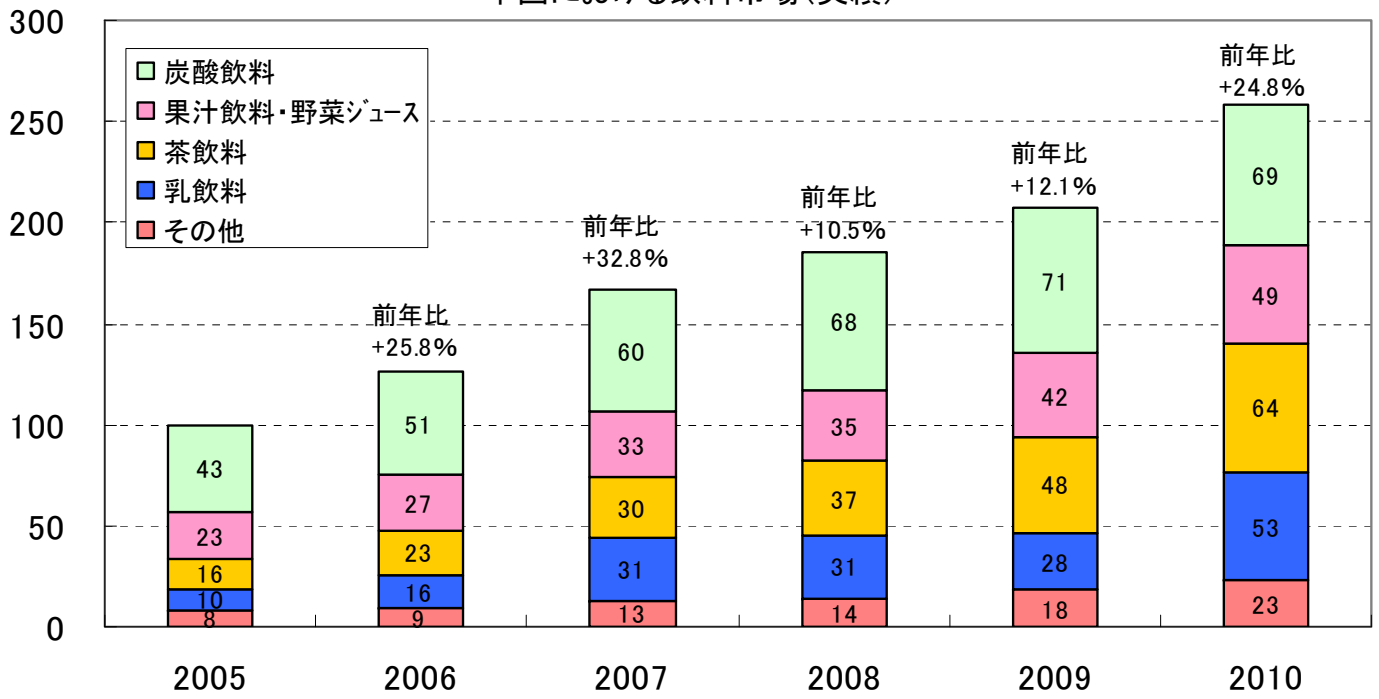
（注）業界別区分が可能な得意先の12年9月期第2四半期累計売上高（単体）合計を100として算出した参考データです。

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】

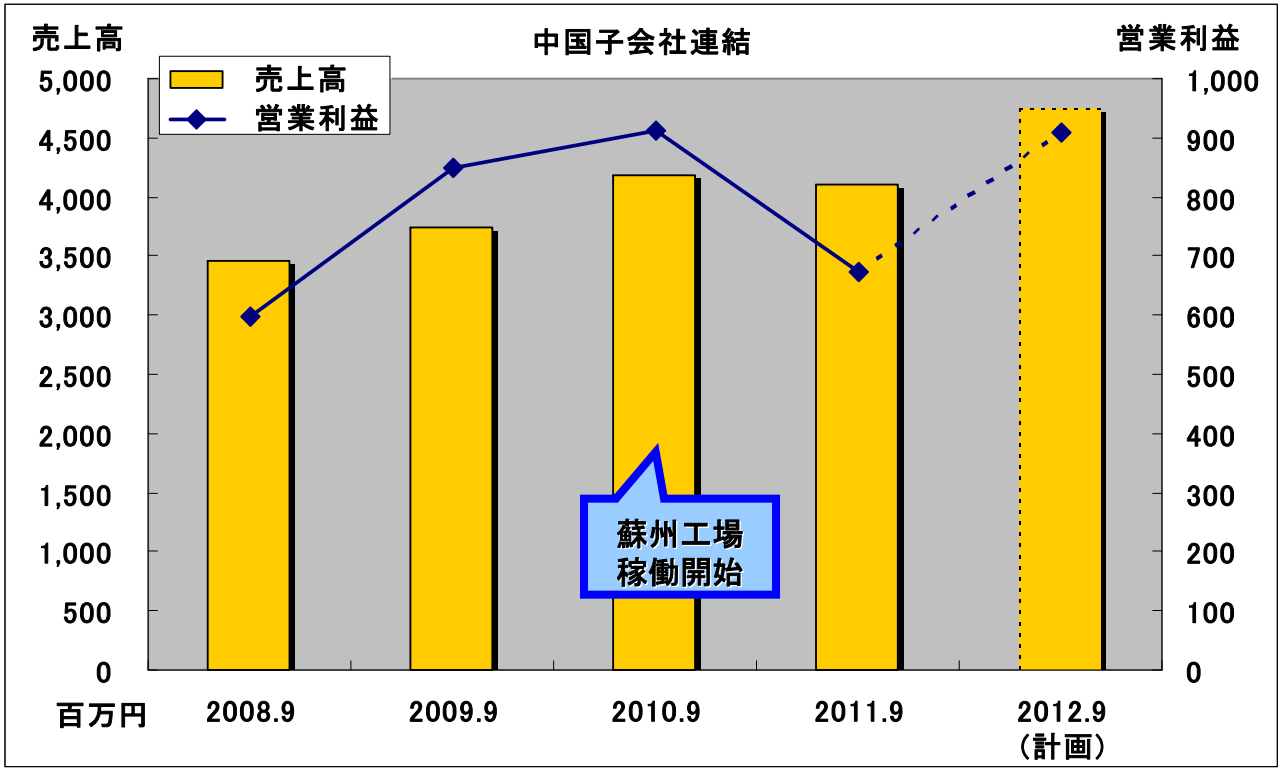
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
炭酸飲料	43%	41%	36%	36%	34%	27%
果汁飲料・野菜ジュース	23%	21%	20%	19%	20%	19%
茶飲料	16%	18%	18%	20%	23%	25%
乳飲料	10%	13%	19%	17%	14%	20%
その他	8%	7%	7%	8%	9%	9%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%

中国子会社の通期業績の推移

・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	



2012年9月期（期初計画）
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。

2012年9月期第2四半期（実績）
売上高伸長率は2.7%にとどまる。

2012年9月期下半期（見込み）
既存顧客向けの受注増や新規顧客向け売上増を見込む。

→通期で二桁の伸長率達成を目指す。

※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

第2四半期決算資料

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	38,714	42,416	3,702	・有価証券運用増 3,498百万円 ・現預金減少 △2,124百万円 ・売掛債権の増加 1,496百万円 ・棚卸資産の増加 809百万円
固定資産	37,241	36,400	△ 841	・減価償却及び設備除却等による有形固定資産の減少 △606百万円 ・減価償却によるソフトウェアの減少 △329百万円
資産合計	75,956	78,817	2,861	
流動負債	10,200	10,504	304	・未払金の増加 400百万円
固定負債	7,228	7,162	△ 66	・長期借入金減少 △160百万円 ・退職給付引当金増加 151百万円
純資産	58,527	61,150	2,622	・利益剰余金の増加 1,848百万円 ・自己株式の減少 183百万円 ・為替換算調整勘定の増加 188百万円 ・投資有価証券価額上昇による評価差額金の増加 401百万円
負債・純資産合計	75,956	78,817	2,861	

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	3,478	1,860	△ 1,617	・税金等調整前当期純利益 2,019百万円 ・減価償却費 1,519百万円 ・法人税等の支払 △710百万円 ・仕入債務の減少 △340百万円 ・賞与引当金の減少△332百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 951	288	1,239	・有価証券の償還 1,500百万円 ・有形固定資産の取得 △1,088百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 637	△ 631	5	・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	21	158	137	―
現金及び現金同等物 の増減額	1,910	1,676	△ 234	―
現金及び現金同等物 の期首残高	13,097	14,706	1,608	―
現金及び現金同等物 の期末残高	15,007	16,382	1,374	―

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	2,971	1,074	36.1%
	単体	2,871	993	34.6%
減価償却費	連結	3,072	1,519	49.4%
	単体	2,739	1,348	49.2%
研究開発費	連結	3,882	1,814	46.7%
	単体	3,404	1,600	47.0%

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（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	18,424	100.0%	18,590	100.0%	18,307	100.0%	-117	-0.6%	-282	-1.5%
売上原価	12,302	66.8%	12,270	66.0%	12,323	67.3%	21	0.2%	53	0.4%
売上総利益	6,122	33.2%	6,320	34.0%	5,983	32.7%	-138	-2.3%	-336	-5.3%
販売費及び一般管理費	4,594	24.9%	4,710	25.3%	4,540	24.8%	-54	-1.2%	-169	-3.6%
営業利益	1,527	8.3%	1,610	8.7%	1,443	7.9%	-84	-5.5%	-166	-10.3%
経常利益	2,314	12.6%	1,760	9.5%	1,719	9.4%	-595	-25.7%	-40	-2.3%
税引前当期純利益	2,432	13.2%	1,730	9.3%	1,670	9.1%	-762	-31.3%	-59	-3.5%
当期純利益	1,731	9.4%	1,100	5.9%	806	4.4%	-924	-53.4%	-293	-26.6%

このプレゼンテーション資料は、２０１２年５月１１日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び２０１２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。