

2014年9月期 第2四半期
決算説明会

2014年5月14日

長谷川香料株式会社

目次

Ⅰ．連結決算の概要 ・・・ P2－P9

- 市場環境
- 連結業績の概要
- 部門別売上高
- 連結損益計算書の増減分析
- グループ会社別売上高
- グループ会社別営業利益
- 2014年9月期通期計画（連結）

Ⅱ．グローバル戦略 ・・・ P10－P15

- 国内戦略
- 海外戦略

Ⅲ．経営戦略 ・・・ P16－P17

Ⅳ．添付資料 ・・・ P18－P40

- 香料業について
- 市場規模
- 当社の現況
- その他　財務諸表

Ⅰ．連結決算の概要

市場環境

国内市場

・2013年の国内香料市場（販売金額）は前年比微増。
・飲料市場は消費税率引き上げ前の駆け込み需要が寄与し、増加。
　特にミネラルウォーターの伸びが大きく、市場全体を牽引。炭酸飲料が引続き好調に推移。
・ヨーグルト市場は機能性ヨーグルト、特にドリンクタイプの好調により伸長。
　一方で、機能性ヨーグルト以外の商品は競争激化。

海外市場

・2013年の世界全体の香料市場は南米・アジア地域を中心とする新興国が牽引し、
　ドルベースで4%程度増加。
・中国の飲料市場（ミネラルウォーター含む）は、2012年に成長率が鈍化したものの、
　2013年は2桁の成長率に回復。

連結業績の概要

・前期比：売上高は中国子会社及び米国子会社の売上増を主因に増収を達成
　　営業利益は販管費の増加により減益

・計画比：売上高は当社単体が計画を下回ったことを主因に計画未達

百万円

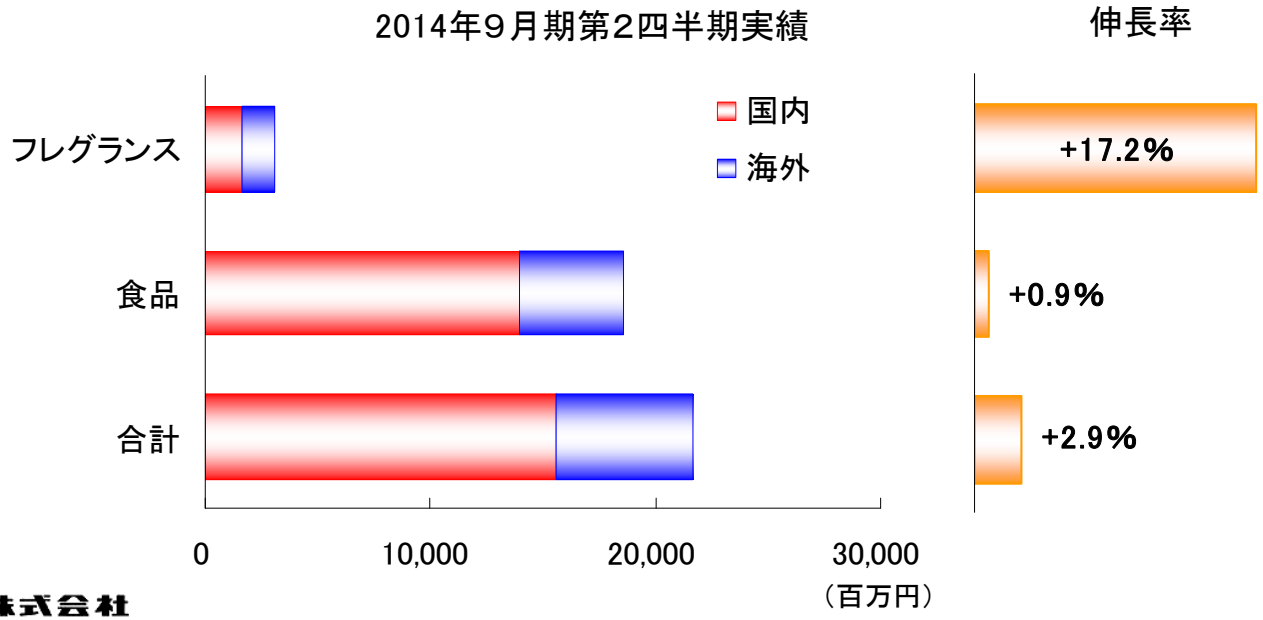
	前期 第２四半期 （累計実績）	当期 第２四半期 （計画）	当期 第２四半期 （累計実績）	増減			
				前期比		計画比	
				金額	%	金額	%
売上高	21,079	21,920	21,696	617	2.9%	-223	-1.0%
売上原価	13,471	13,840	13,629	157	1.2%	-210	-1.5%
売上総利益	7,607	8,080	8,067	459	6.0%	-12	-0.2%
販売費及び一般管理費	5,372	5,770	5,855	483	9.0%	85	1.5%
営業利益	2,235	2,310	2,211	-23	-1.0%	-98	-4.3%
経常利益	2,857	2,410	2,440	-416	-14.6%	30	1.3%
税引前当期純利益	2,826	2,350	2,414	-412	-14.6%	64	2.7%
当期純利益	1,951	1,600	1,573	-378	-19.4%	-26	-1.7%

部門別売上高

・国内フレグランス部門及び上海子会社（食品部門、フレグランス部門）の売上増を主因に増収

百万円

部門	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	増減率	
フレグランス	2,628	3,081	453	17.2%	トイレタリー製品向け増加 上海子会社の売上増加
食品	18,450	18,614	164	0.9%	上海子会社の売上増加
合計	21,079	21,696	617	2.9%	―



連結損益計算書の増減分析

・売上高の増加及び売上原価率の改善により売上総利益は増加したものの
販管費の増加により減益

百万円

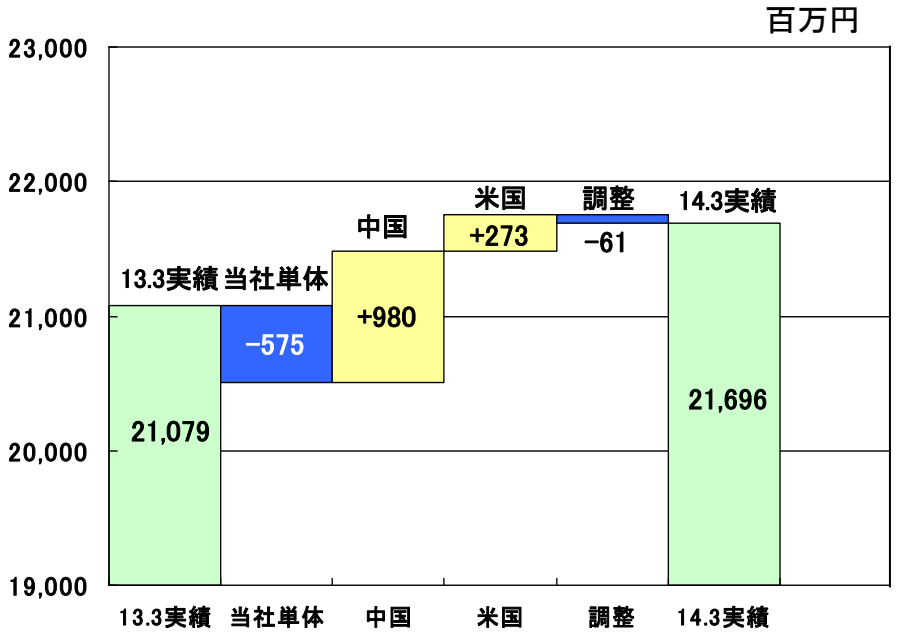
	前期 第２四半期 （累計実績）		当期 第２四半期 （累計実績）		増減		要因
					金額	%	
売上高	21,079	100.0%	21,696	100.0%	617	2.9%	
売上原価	13,471	63.9%	13,629	62.8%	157	1.2%	当社単体の売上原価率は生産量の減少を主因に悪化 一方、連結子会社の売上原価率は生産量の増加を主因に改善
売上総利益	7,607	36.1%	8,067	37.2%	459	6.0%	
販売費及び一般管理費	5,372	25.5%	5,855	27.0%	483	9.0%	当社単体は本社移転関連費用の計上などにより増加 連結子会社は業績拡大に伴い増加
営業利益	2,235	10.6%	2,211	10.2%	-23	-1.0%	
経常利益	2,857	13.6%	2,440	11.2%	-416	-14.6%	（前期）親子ローンの為替差益376百万円発生 （当期）親子ローンの為替差益51百万円発生
税引前当期純利益	2,826	13.4%	2,414	11.1%	-412	-14.6%	
当期純利益	1,951	9.3%	1,573	7.3%	-378	-19.4%	

グループ会社別売上高

・当社単体の減少を中国子会社及び米国子会社の増加がカバーし、連結では増収

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）	増減額	増減率
当社単体	17,918	17,343	−575	−3.2%
中国	2,419	3,399	980	40.5%
米国	899	1,173	273	30.4%
調整	−157	−219	−61	−
連結	21,079	21,696	617	2.9%



・当社単体　：茶系飲料向けエキス、フルーツ加工品が減少　⇒　減収

・中国子会社：フレーバー部門及びフレグランス部門ともに増加　⇒　増収

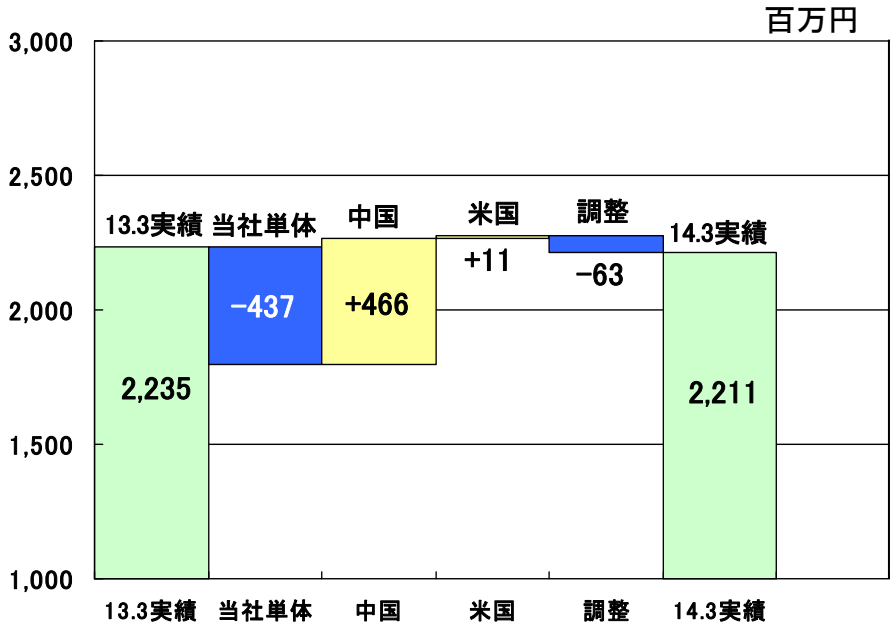
・米国子会社：既存得意先の新規採用品が寄与　⇒　増収

グループ会社別営業利益

・中国子会社は増益を達成

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）	増減額	増減率
当社単体	1,742	1,304	−437	−25.1%
中国	448	915	466	104.1%
米国	−31	−19	11	−
調整	75	11	−63	−
連結	2,235	2,211	−23	−1.0%



・当社単体　：売上高の減少及び本社移転関連費用の計上による販管費の増加　⇒　減益

・中国子会社：売上高の増加及び売上原価率の改善　⇒　増益

・米国子会社：売上高の増加による販管費率の改善　⇒　赤字幅縮小

2014年9月期通期計画（連結）

第2四半期累計実績は計画に対し若干遅れているものの、通期計画達成見込み

・売上高 ： 全体の約3割を占める飲料向け売上は春～夏季（下期）に集中
通期売上高に占める上期売上高の割合（過去10期平均）は47%

・営業利益 ： 通期営業利益に占める上期営業利益の割合（過去10期平均）は40%

・中国子会社の業績が好調、米国子会社の売上が順調に拡大

⇒2013年11月8日発表の通期計画を据え置き

（参考）

	前期（通期実績）		当期（通期計画）				当期（第2四半期累計実績）		
	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	45,104	100.0%	46,910	100.0%	4.0%		21,696	100.0%	46.3%
売上原価	28,345	62.8%	29,420	62.7%	3.8%		13,629	62.8%	46.3%
売上総利益	16,758	37.2%	17,490	37.3%	4.4%		8,067	37.2%	46.1%
販売費及び一般管理費	11,320	25.1%	11,920	25.4%	5.3%		5,855	27.0%	49.1%
営業利益	5,438	12.1%	5,570	11.9%	2.4%		2,211	10.2%	39.7%
経常利益	6,367	14.1%	5,790	12.3%	-9.1%		2,440	11.2%	42.2%
税引前当期純利益	5,708	12.7%	5,670	12.1%	-0.7%		2,414	11.1%	42.6%
当期純利益	3,518	7.8%	3,850	8.2%	9.4%		1,573	7.3%	40.9%

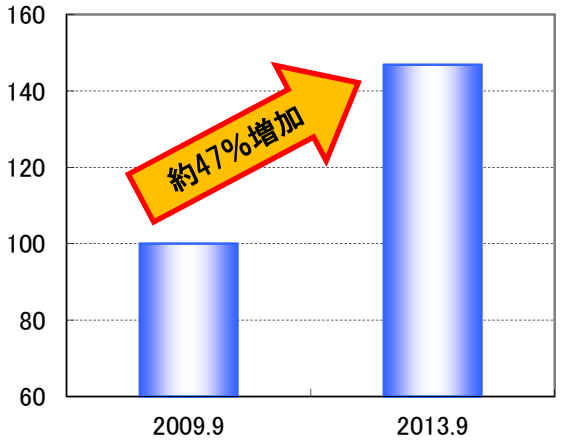
Ⅱ．グローバル戦略

国内戦略

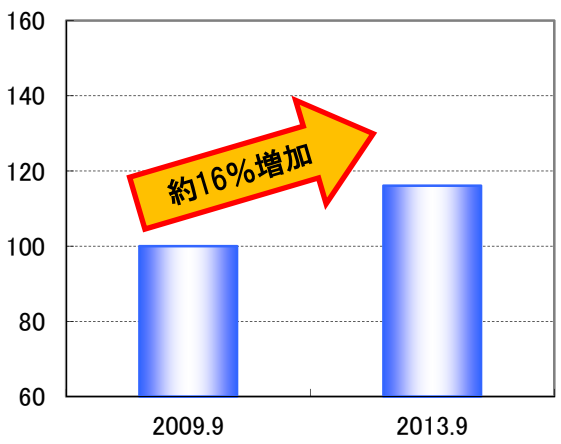
少子高齢化に伴う成熟化が進行する中、マーケットシェアを拡大し、収益を確保する

戦略	現在の取り組みと進捗状況
少子高齢化に伴う成熟化が進行する国内市場において、マーケットシェアを拡大し、収益を確保	研究と営業が一体となり、得意先の課題を解決するソリューション営業を推進 香料の用途拡大に伴う対応強化 ・ノンアルコールビール・カクテル、アルコール飲料、健康食品、医療関係食品等、新分野への対応を強化 ・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 経費削減、ERP活用による利益管理の推進 ・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の継続

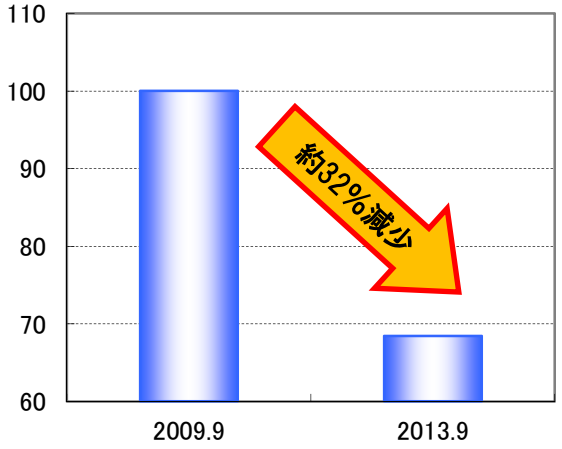
ノンアルコールビール・カクテル、アルコール飲料向け売上高比較



健康食品、医療関係食品向け売上高比較



棚卸資産廃棄損（金額）比較



※2009年９月期の各分野の売上高、棚卸資産廃棄損の金額を100として算出した参考データです。

海外戦略

方針	人的資源、資金を効率的に投入し、着実なグローバル展開を図る

第一段階：中国・米国・東南アジアのローカル市場開拓

ステップ１	マネジメントの現地化	◎
	研究・開発・営業体制強化	○
	ローカル市場の開拓・深耕	○
ステップ２	生産能力増強	○
	生産拠点確保	○
	研究施設拡充	○
ステップ３	企業提携・M＆A	
	グローバル拠点の拡充	

現在

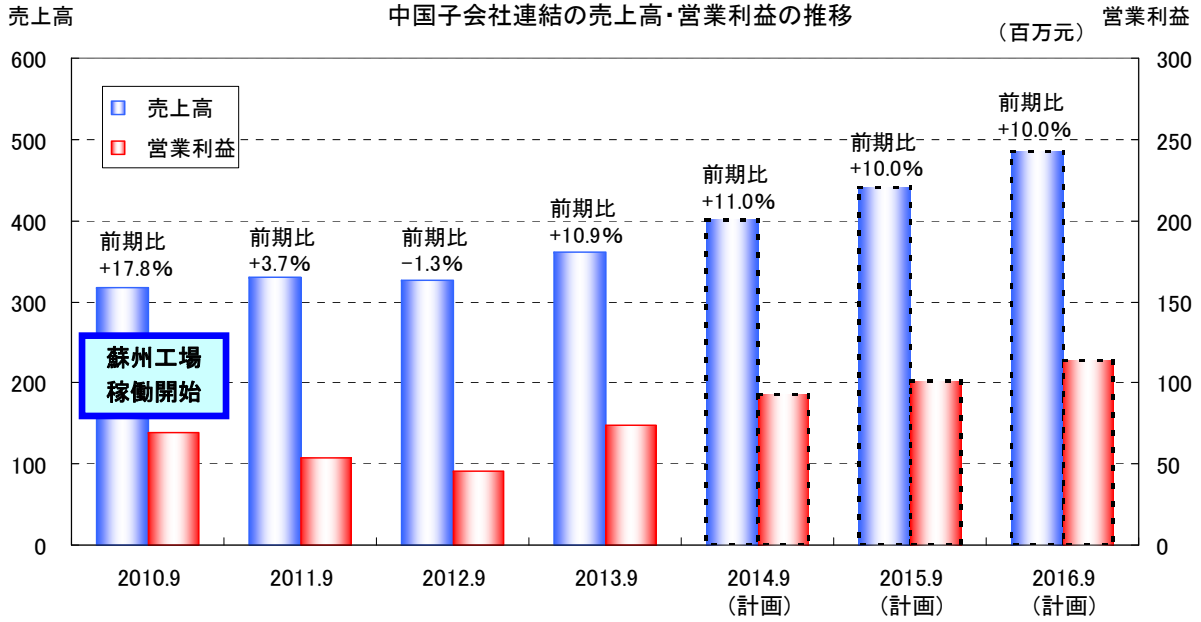
◎：完了
○：実施中

第二段階：グローバル企業との取引拡大

海外戦略　－中国－

今後も香料需要の拡大が見込まれる中国市場で更なる成長を目指す

戦略	現在の取り組みと進捗状況	2014年９月期第２四半期
中国の嗜好を的確に取り込んだ製品開発を推進	**蘇州の第２期工事により更に生産能力増強** ・約20億円を投資し、生産能力は中国全体で約3割アップ ・2015年６月稼働予定	**売上高** 203百万元 前年同期比17.3%増
	上海に研究棟を建設し、研究部門を強化・拡充 ・2016年９月期の竣工を目指す ・プロジェクトチームを設置し、内容の検討に着手	**営業利益** 55百万元 前年同期比70.4%増
	マネジメントの現地化、体制強化により、新規顧客開拓、既存顧客深耕に成果、売上拡大	



※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

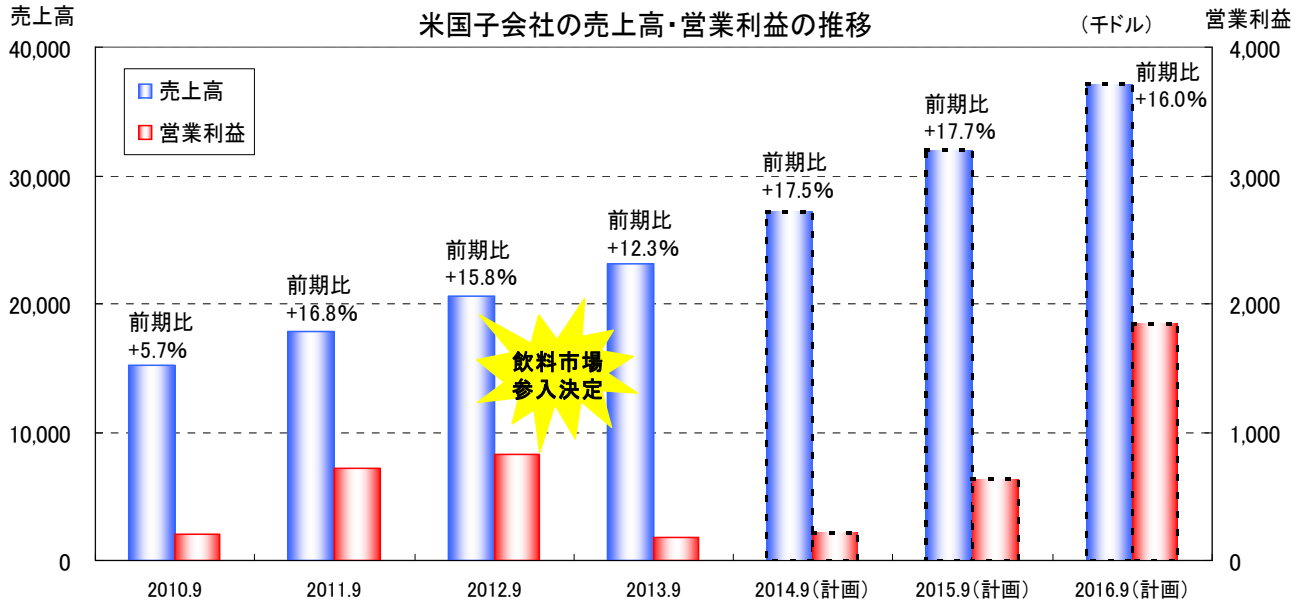
2018年目標

売上高100億円
営業利益20億円

海外戦略　－米国－

安定志向から成長戦略へ

戦略	現在の取り組みと進捗状況	2014年９月期第２四半期
【短期】 ・飲料向けの売上増加 ・セイボリー分野の更なる売上拡大 【中長期】 ・グローバル企業との取引機会拡大 ・北米、南米市場での事業拡大	**マネジメント体制の刷新** ・経営陣（CEO、研究・営業トップ）に飲料ビジネスに精通した人材を採用 ・飲料開発経験者を採用し、飲料分野の営業を強化 **研究機能拡充** ・約5億円を投資し、研究・事務棟拡充 ・2014年５月完成予定 ・日本からの研究支援強化、技術交流実施 **メキシコ支店開設** ・北米市場での取引拡大を目的に2013年10月開設	**売上高** 11,548千ドル 前年同期比11.4%増 **営業利益** 190千ドルの赤字 前年同期比赤字幅減少



2018年目標

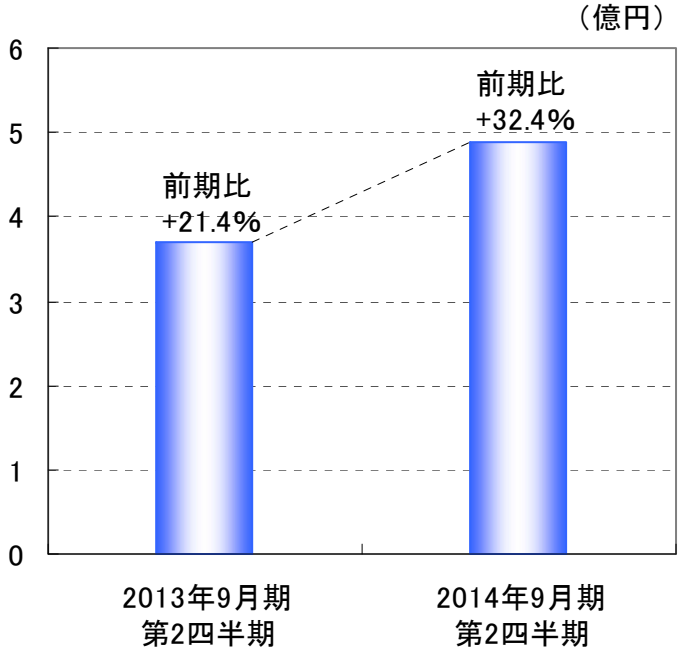
売上高45億円
営業利益5億円

海外戦略　－東南アジア－

採算性改善ステージから売上拡大ステージへ移行

戦略	現在の取り組みと進捗状況	2014年９月期第２四半期
・採算性改善ステージから売上拡大ステージへ移行 ・注力する重点国をタイ、インドネシアに決定	研究との技術外交実施 ・重点国地場大手企業との取引開拓・深耕に成果 現地生産拠点確保に向け現地調査実施 ・引き続き現地調査を実施し、候補地を検討中 インドネシア現地法人設立申請中 ・重点国であるインドネシアでの売上拡大を目的に、現地法人設立を申請中	売上高 ５億円 前年同期比32.4%増

当社の東南アジア向け売上高



2018年目標

売上高20億円
営業利益2億円

Ⅲ. 経営戦略

経営戦略

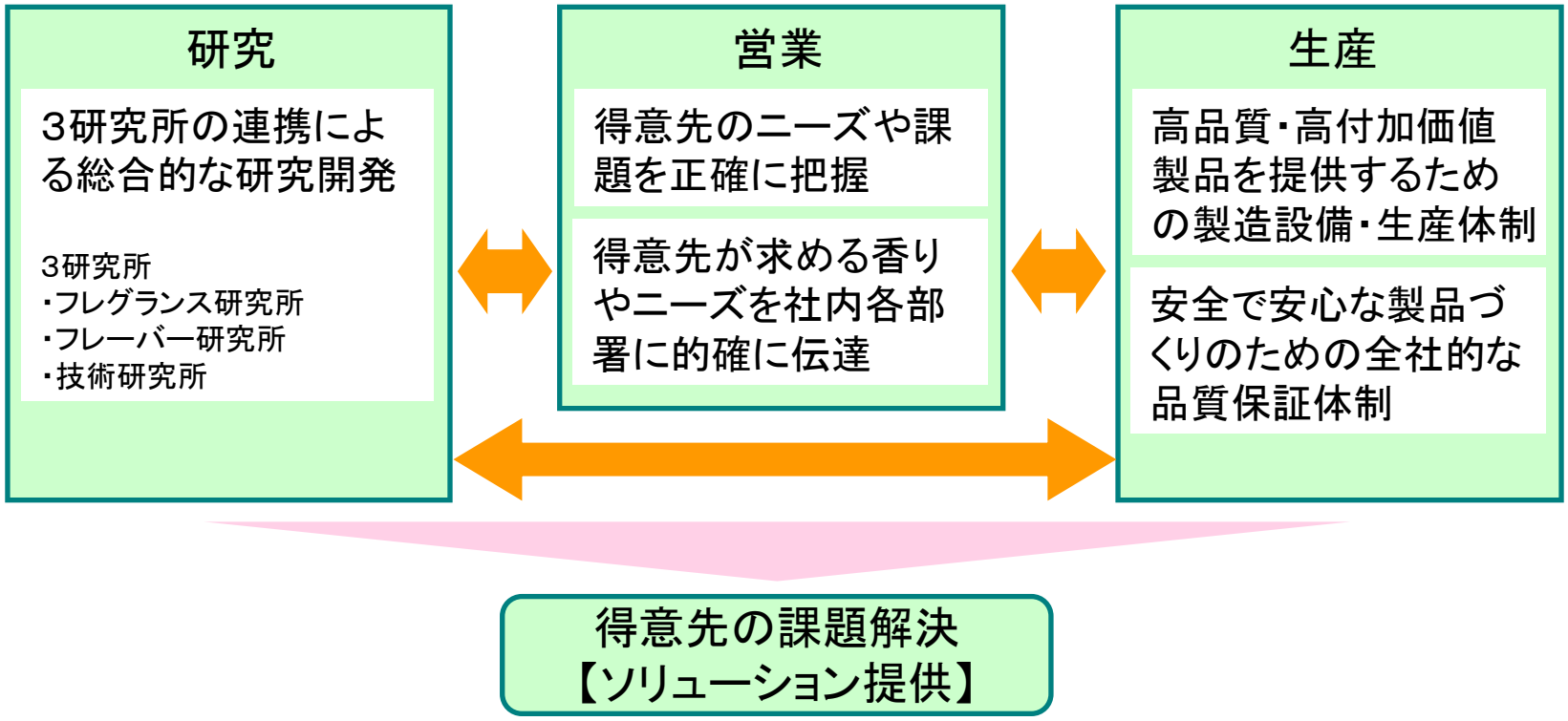
基本戦略

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

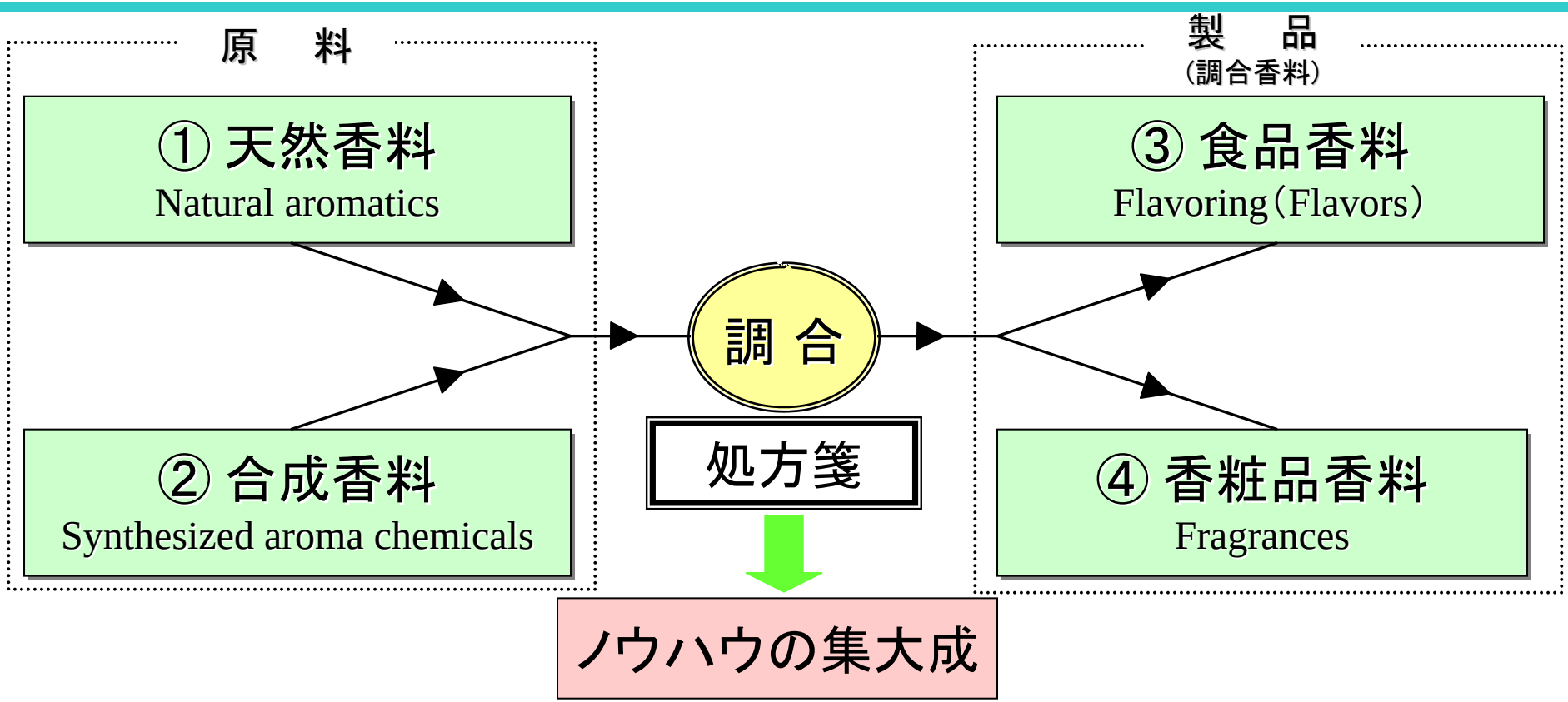
営業・研究・生産のコラボレーション



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

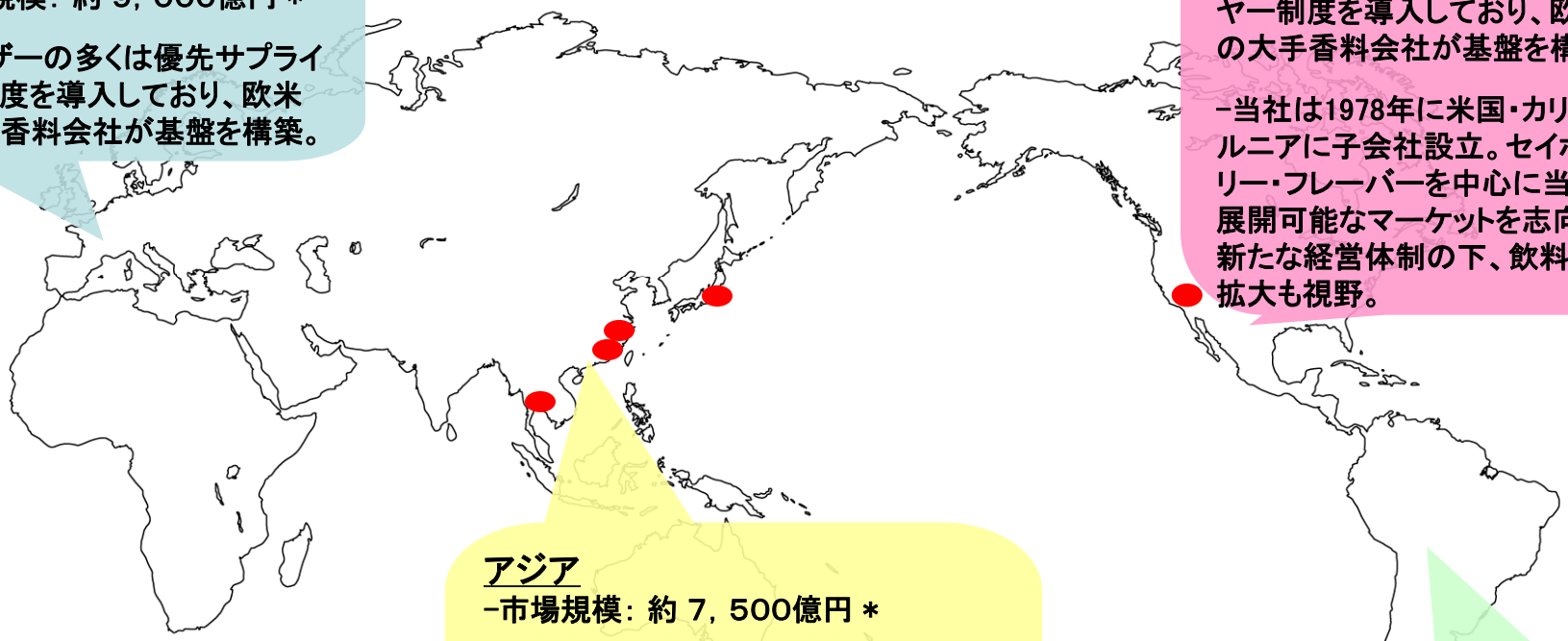
・香粧品香料と食品香料は各得意先の要求に基づいてテーラーメイドされる

⇒ パフューマー、フレーバ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2．5兆円（約240億ドル）



ヨーロッパ・アフリカ・中東
-市場規模：約 9，000億円＊

-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 6，500億円＊

-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。新たな経営体制の下、飲料向け拡大も視野。

アジア
-市場規模：約 7，500億円＊

-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 2，000億円＊

-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11社で世界の香料市場の約80%を占有

百万ドル

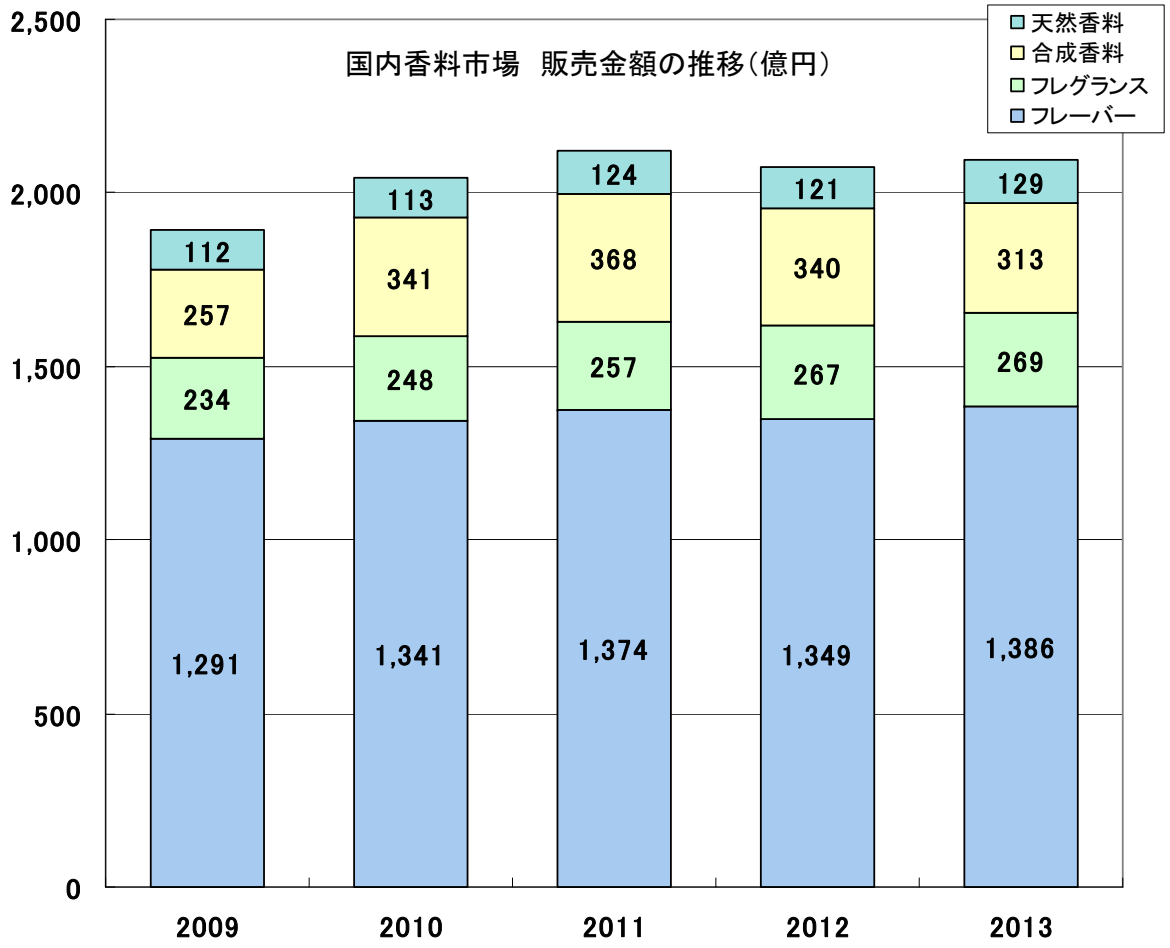
	会 社 名	国　名	2013年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	4,905	20.5%
2	Firmenich	スイス	3,374	14.1%
3	IFF	米国	2,953	12.4%
4	Symrise	ドイツ	2,522	10.5%
5	Wild Flavors	ドイツ	1,233	5.2%
5	高砂香料	日本	1,232	5.2%
7	Mane SA	フランス	996	4.2%
8	Frutarom	イスラエル	674	2.8%
9	Sensient Flavors	米国	643	2.7%
10	Robertet SA	フランス	537	2.2%
11	長谷川香料	日本	428	1.8%
	上位11社合計	ー	19,497	81.6%
	その他	ー	4,410	18.4%
	合計	ー	23,908	ー

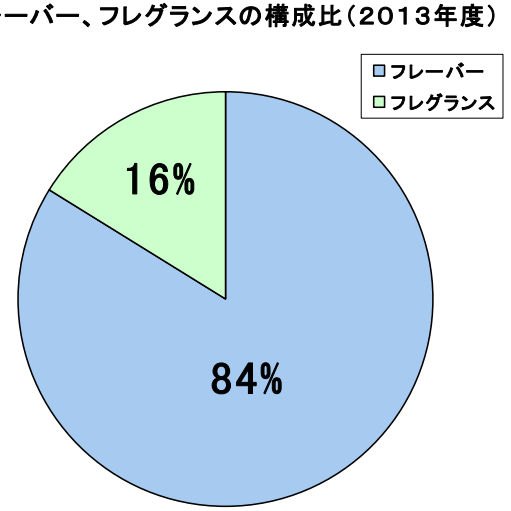
（注）1$≒105.3円

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

国内香料市場の規模

・国内香料市場（フレーバー、フレグランス合計）に占めるフレーバーの割合は84%
（世界全体では50%）





合計	1,894	2,043	2,123	2,077	2,097
前年比増減率	−7.4%	7.9%	3.9%	−2.2%	1.0%

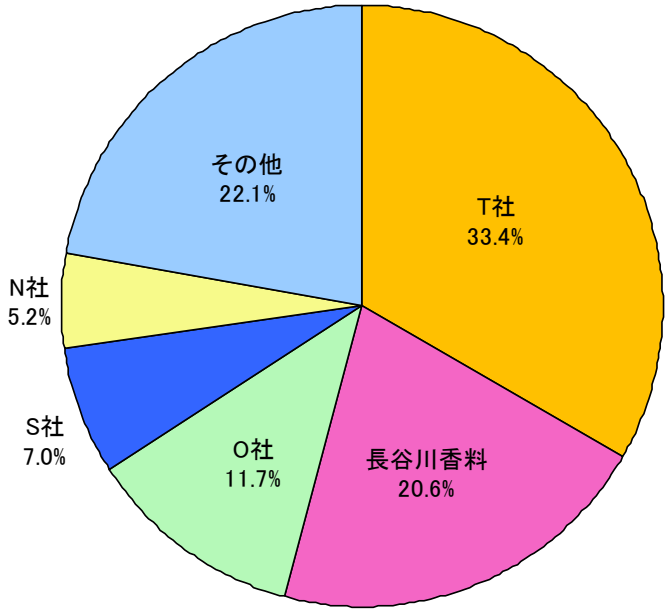
出典：
日本香料工業会会報

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

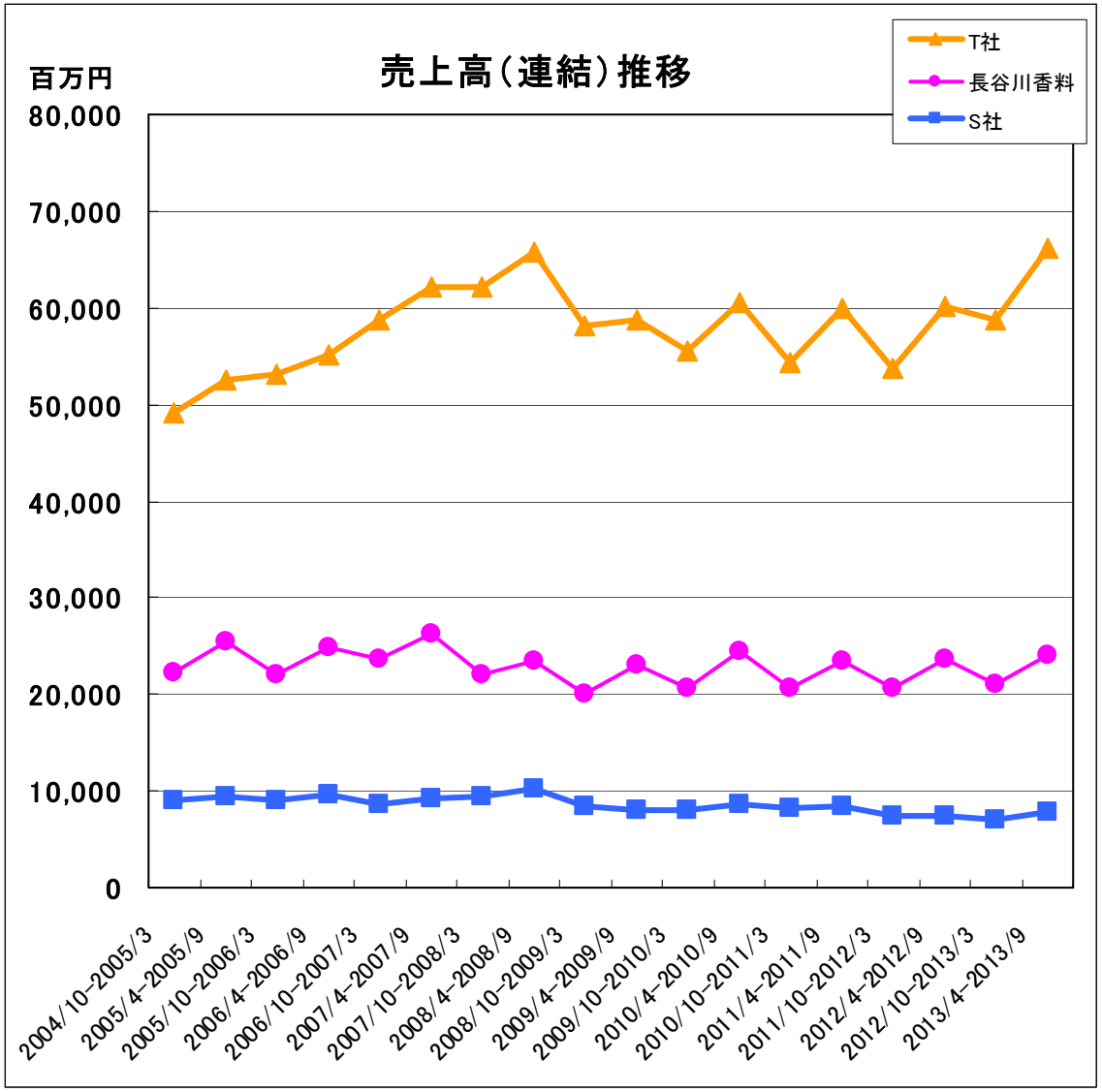
売上高シェア
（2013年3月基準）



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2012年4月～2013年3月の期間で算出しています。

売上高（連結）推移



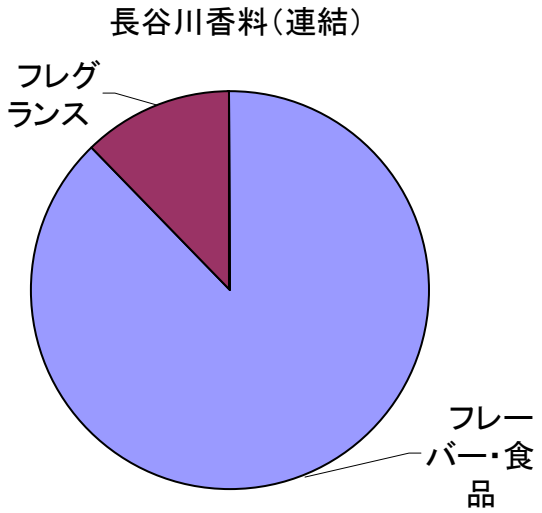
売上構成

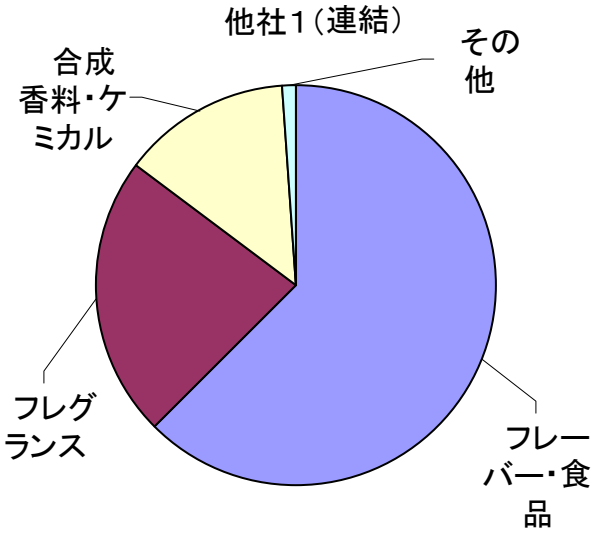
・当社は付加価値の高い調合香料に特化
・多品種少量生産　年間 約14,000品目のフレーバー、フレグランスを販売

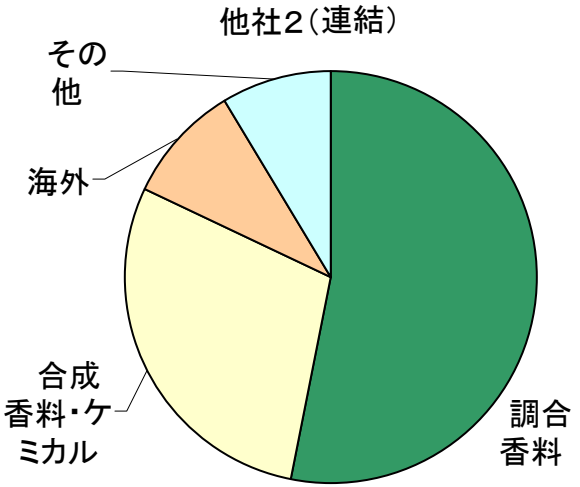
百万円

	長谷川香料(連結)		他社1(連結)	
	2013.9		2013.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比
フレーバー・食品	39,536	87.7%	74,233	62.4%
フレグランス	5,567	12.3%	27,063	22.7%
合成香料・ケミカル	0	0.0%	16,288	13.7%
その他	0	0.0%	1,387	1.2%
小計	45,104	100.0%	118,973	100.0%
売上高総利益率	37.2%		30.5%	

	他社2(連結)	
	2013.3	
	売上高	構成比
調合香料	7,714	53.1%
合成香料・ケミカル	4,201	28.9%
海外	1,386	9.5%
その他	1,233	8.5%
小計	14,534	100.0%
売上高総利益率	33.0%	







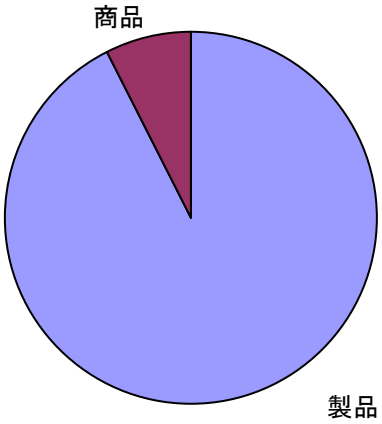
製品/商品比率

・当社は自社製造による製品の構成比が高い

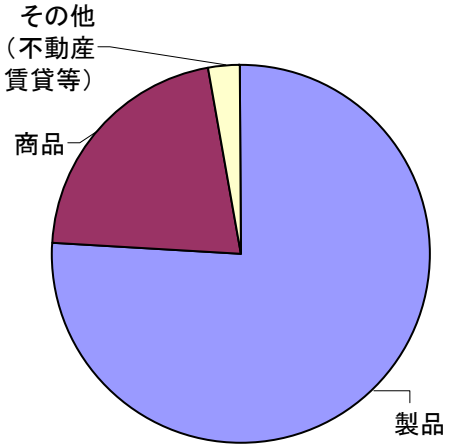
百万円

	長谷川香料(単体)		他社1(単体)		他社2(単体)	
	2013.9		2013.3		2013.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比	売上高	構成比
製品	35,077	92.4%	47,531	75.7%	10,392	79.4%
商品	2,900	7.6%	13,452	21.4%	2,687	20.5%
その他	0	0.0%	1,772	2.8%	0	0.0%
小計	37,977	100.0%	62,757	100.0%	13,080	100.0%
売上高総利益率	35.3%		30.7%		31.7%	

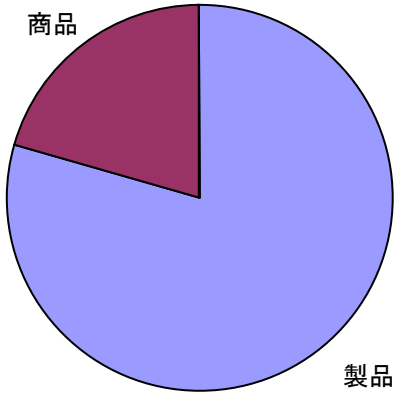
長谷川香料(単体)



他社1(単体)

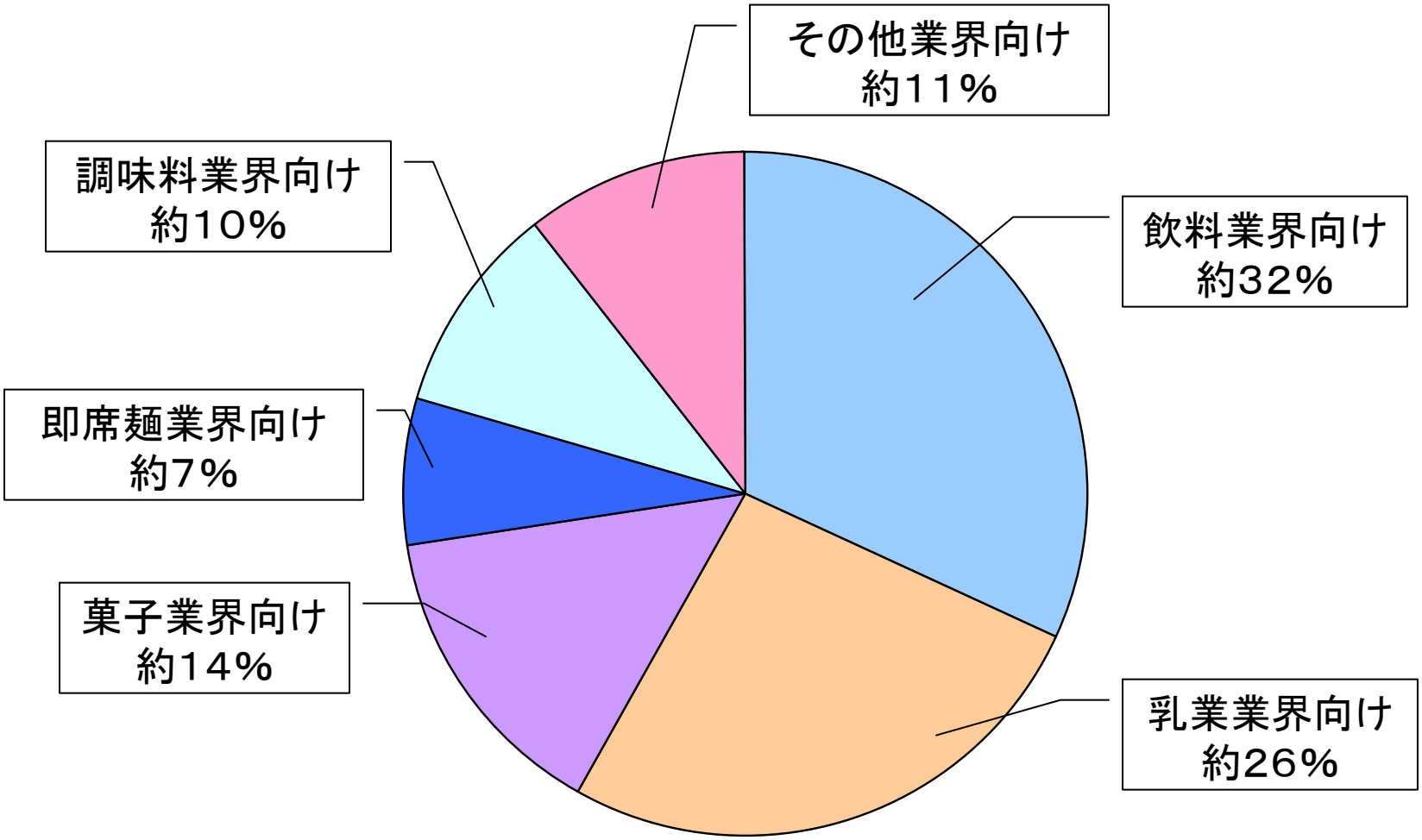


他社2(単体)



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14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。

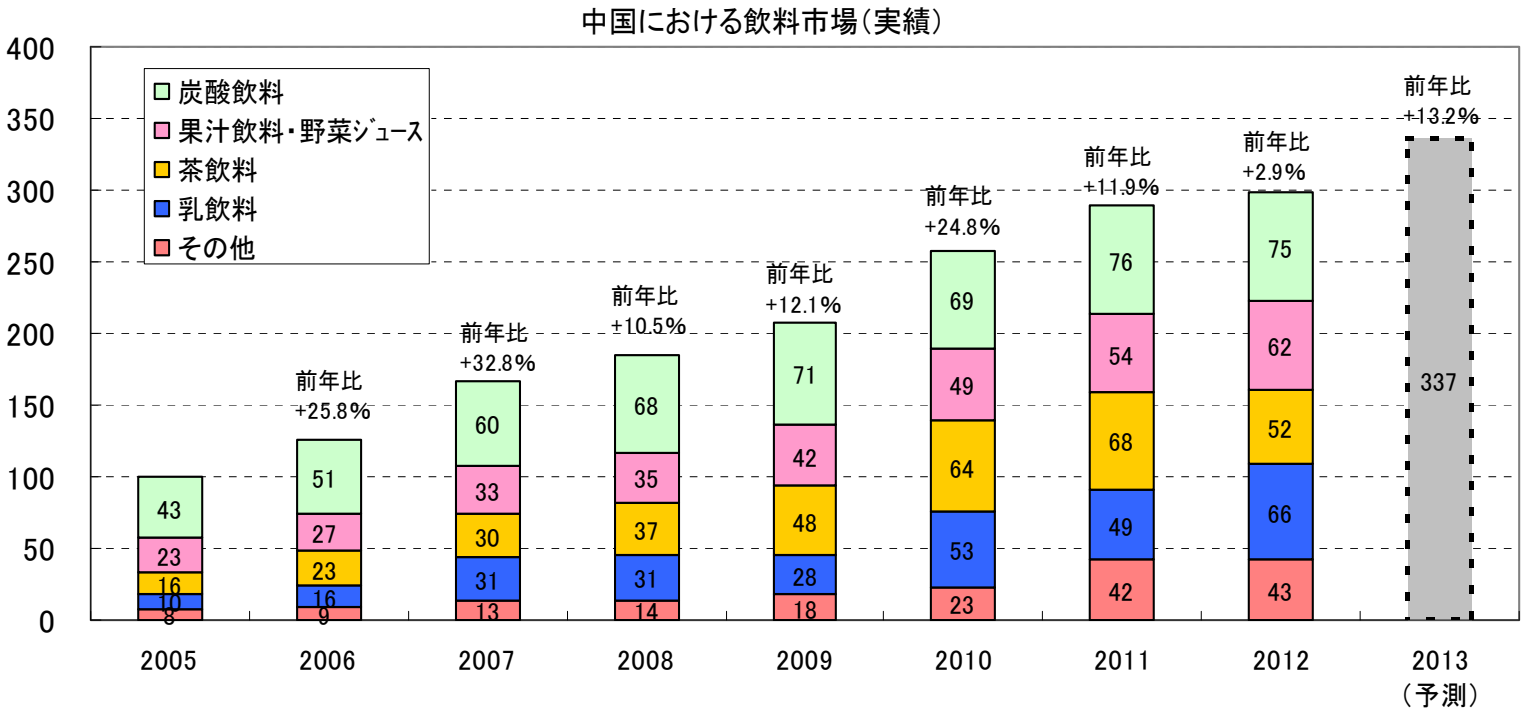
海外戦略

		中国	米国	東南アジア
目標		2013年９月期 売上高　54億円 営業利益　11億円 2014年９月期第２四半期 売上高　34億円 営業利益　９億円 ↓ 2018年９月期 売上高　100億円 営業利益　20億円	2013年９月期 売上高　21億円 営業利益　0.2億円 2014年９月期第２四半期 売上高　12億円 営業利益　0.2億円の赤字 ↓ 2018年９月期 売上高　45億円 営業利益　５億円	2013年９月期 売上高　９億円 営業利益　０億円 2014年９月期第２四半期 売上高　５億円 ↓ 2018年９月期 売上高　20億円 営業利益　２億円
取り組み状況	ステップ１	・中国市場の開拓・深耕 ・マネジメント体制整備	・飲料市場参入 ・マネジメント体制整備	・採算性改善 ・重点国決定
	ステップ２	・生産能力増強 ・研究施設拡充	・拠点拡充 ・研究機能拡充	・技術外交実施 ・地場大手企業との取引開拓・深耕 ・生産拠点確保 ・現地法人設立申請中

海外戦略　－中国－

中国における飲料市場（当社推計・ミネラルウォーター除く）

・中国の飲料市場は拡大基調が続くも2012年は成長率鈍化
・2013年は従来の2桁成長率へ回帰すると見込む



【構成比】

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013（予測）
炭酸飲料	43%	41%	36%	36%	34%	27%	26%	25%	–
果汁飲料・野菜ジュース	23%	21%	20%	19%	20%	19%	19%	21%	–
茶飲料	16%	18%	18%	20%	23%	25%	23%	17%	–
乳飲料	10%	13%	19%	17%	14%	20%	17%	22%	–
その他	8%	7%	7%	8%	9%	9%	15%	15%	–
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

（注）2005年の販売数量を100として算出した参考データです。
2013年の予測は、直近3年の平均成長率から算出したものです。

その他 財務諸表

連結貸借対照表の増減分析

百万円

	前期末	当期 第２四半期末	増減	要因
流動資産	48,825	47,794	△ 1,031	・現預金増加　924百万円 ・棚卸資産増加　663百万円 ・売上債権減少　△1,588百万円 ・有価証券運用減少　△999百万円
固定資産	38,622	41,604	2,982	・建設仮勘定、土地など有形固定資産増加　2,088百万円 ・投資有価証券増加　1,003百万円
資産合計	87,448	89,399	1,950	
流動負債	11,722	11,279	△ 443	・未払法人税等減少　△643百万円
固定負債	7,226	7,713	487	・繰延税金負債増加　466百万円
純資産	68,499	70,405	1,905	・利益剰余金の増加　742百万円 ・自己株式の減少　77百万円 ・為替換算調整勘定の増加　415百万円 ・投資有価証券価額上昇による評価差額金の増加　670百万円
負債・純資産合計	87,448	89,399	1,950	

連結キャッシュ・フロー計算書

百万円

区分	前期 第２四半期 （累計実績）	当期 第２四半期 （累計実績）	増減	主要科目
営業活動による キャッシュ・フロー	3,644	2,695	△ 948	・税金等調整前当期純利益　2,414百万円 ・減価償却費　1,328百万円 ・売上債権の減少　1,668百万円 ・棚卸資産の増加　△599百万円 ・法人税等の支払　△1,372百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 2,155	△ 1,027	1,127	・有価証券の取得　△2,999百万円 ・有価証券の償還　4,000百万円 ・有形固定資産の取得　△2,007百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 630	△ 835	△ 205	・配当金の支払　△830百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	569	92	△ 476	―
現金及び現金同等物 の増減額	1,427	925	△ 502	―
現金及び現金同等物 の期首残高	15,159	18,595	3,435	―
現金及び現金同等物 の期末残高	16,587	19,520	2,932	―

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	6,798	3,173	46.7%
	単体	4,890	2,576	52.7%
減価償却費	連結	3,056	1,328	43.5%
	単体	2,525	1,080	42.8%
研究開発費	連結	4,033	1,933	47.9%
	単体	3,301	1,581	47.9%

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	17,918	100.0%	17,930	100.0%	17,343	100.0%	-575	-3.2%	-586	-3.3%
売上原価	11,720	65.4%	11,620	64.8%	11,391	65.7%	-328	-2.8%	-228	-2.0%
売上総利益	6,197	34.6%	6,310	35.2%	5,951	34.3%	-246	-4.0%	-358	-5.7%
販売費及び一般管理費	4,455	24.9%	4,620	25.8%	4,647	26.8%	191	4.3%	27	0.6%
営業利益	1,742	9.7%	1,690	9.4%	1,304	7.5%	-437	-25.1%	-385	-22.8%
経常利益	2,210	12.3%	1,850	10.3%	1,546	8.9%	-663	-30.0%	-303	-16.4%
税引前当期純利益	2,179	12.2%	1,790	10.0%	1,531	8.8%	-648	-29.7%	-258	-14.4%
当期純利益	1,447	8.1%	1,220	6.8%	963	5.6%	-484	-33.4%	-256	-21.0%

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	2,419	100.0%	3,399	100.0%	980	40.5%
売上原価	1,412	58.4%	1,724	50.7%	312	22.1%
売上総利益	1,006	41.6%	1,674	49.3%	667	66.3%
販管費	558	23.1%	759	22.3%	200	35.9%
営業利益	448	18.5%	915	26.9%	466	104.1%
経常利益	623	25.8%	946	27.8%	323	51.9%
	1元＝13.95円		1元＝16.71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	173,410	100.0%	203,417	100.0%	30,007	17.3%
売上原価	101,236	58.4%	103,218	50.7%	1,982	2.0%
売上総利益	72,174	41.6%	100,198	49.3%	28,024	38.8%
販管費	40,041	23.1%	45,437	22.3%	5,396	13.5%
営業利益	32,132	18.5%	54,761	26.9%	22,628	70.4%
経常利益	44,682	25.8%	56,647	27.8%	11,964	26.8%

・フレーバー及びフレグランスの売上増を主因に円ベース、現地通貨ベースともに
２桁の売上高伸長率を達成。

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	899	100.0%	1,173	100.0%	273	30.4%
売上原価	547	60.9%	713	60.8%	165	30.3%
売上総利益	352	39.1%	460	39.2%	108	30.7%
販管費	383	42.6%	479	40.9%	96	25.2%
営業利益	-31	-	-19	-	11	-
経常利益	-29	-	-14	-	14	-
	1＄＝86.80円		1＄＝101.62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	10,365	100.0%	11,548	100.0%	1,183	11.4%
売上原価	6,307	60.9%	7,019	60.8%	711	11.3%
売上総利益	4,057	39.1%	4,529	39.2%	471	11.6%
販管費	4,414	42.6%	4,719	40.9%	304	6.9%
営業利益	-357	-	-190	-	166	-
経常利益	-335	-	-142	-	192	-

・既存得意先の新規採用品が寄与し増収。

・利益は、売上高の増加により販管費率が改善し、赤字幅縮小。

中期3ヵ年計画(連結)

単位:百万円

	13 / 9 実績			14 / 9 計画			15 / 9 計画			16 / 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	45,104	100.0%	1.6%	46,910	100.0%	4.0%	48,390	100.0%	3.2%	50,000	100.0%	3.3%
売上原価	28,345	62.8%	-3.1%	29,420	62.7%	3.8%	30,390	62.8%	3.3%	31,220	62.4%	2.7%
売上総利益	16,758	37.2%	10.8%	17,490	37.3%	4.4%	18,000	37.2%	2.9%	18,780	37.6%	4.3%
販売費及び一般管理費	11,320	25.1%	4.9%	11,920	25.4%	5.3%	12,020	24.8%	0.8%	12,310	24.6%	2.4%
営業利益	5,438	12.1%	25.7%	5,570	11.9%	2.4%	5,980	12.4%	7.4%	6,470	12.9%	8.2%
経常利益	6,367	14.1%	35.4%	5,790	12.3%	-9.1%	6,190	12.8%	6.9%	6,680	13.4%	7.9%
税引前当期純利益	5,708	12.7%	25.9%	5,670	12.1%	-0.7%	6,040	12.5%	6.5%	6,530	13.1%	8.1%
当期純利益	3,518	7.8%	36.1%	3,850	8.2%	9.4%	3,840	7.9%	-0.3%	4,270	8.5%	11.2%

設備投資額・減価償却費・研究開発費

・2014年9月期は本社移転及び新本社建設のため、単体の設備投資額が増加（19億円）
・長谷川香料（蘇州）有限公司において食品香料工場建設に係る第2期工事を計画、2015年9月期に稼働開始予定
・研究開発費は連結売上高に対して8%強の水準で推移

単位：百万円

		13/9（実績）	14/9（計画）	15/9（計画）	16/9（計画）
設備投資額	連結	2,700	6,798	3,589	2,765
	単体	1,835	4,890	2,891	2,390
減価償却費	連結	2,767	3,056	3,020	3,076
	単体	2,342	2,525	2,385	2,351
研究開発費	連結	3,867	4,033	4,089	4,130
	単体	3,231	3,301	3,288	3,263

　このプレゼンテーション資料は、２０１４年５月９日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び２０１４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。