

115th
ANNIVERSARY



香りが結ぶ。
それが未来になる。

香りがつくりだす濃密な時間にさまざまな情報が行き交います。

そこに求められるのは新たな可能性の追求と生活文化への価値ある貢献です。

いまコミュニケーションの多様化とともに香りも進化が求められています。

総合香料メーカーとして業界を牽引してきた

私たち長谷川香料はそれを大きな使命として、

次の時代に向けて強い意欲をもって取り組んでいきます。

高いプロ意識のもとで培った技術力と研究開発から

製造に至るまでの正確なプロセス。

そこから世界に誇る唯一無二の香りをつくりだします。

ここには未来を設計する確かなプランがあります。

香りに未来を描く。
香りに感動を込める。

 **長谷川香料株式会社**
<http://www.t-hasegawa.co.jp>

2018年9月期 第2四半期 決算説明会

2018年5月24日

長谷川香料株式会社

I. 連結決算の概要

II. 経営方針

III. グローバル戦略

IV. 株主還元

V. 添付資料

I . 連結決算の概要

国内市場

- ・ 2017年の香料市場 前年比約2%増加
- ・ カテゴリー別動向

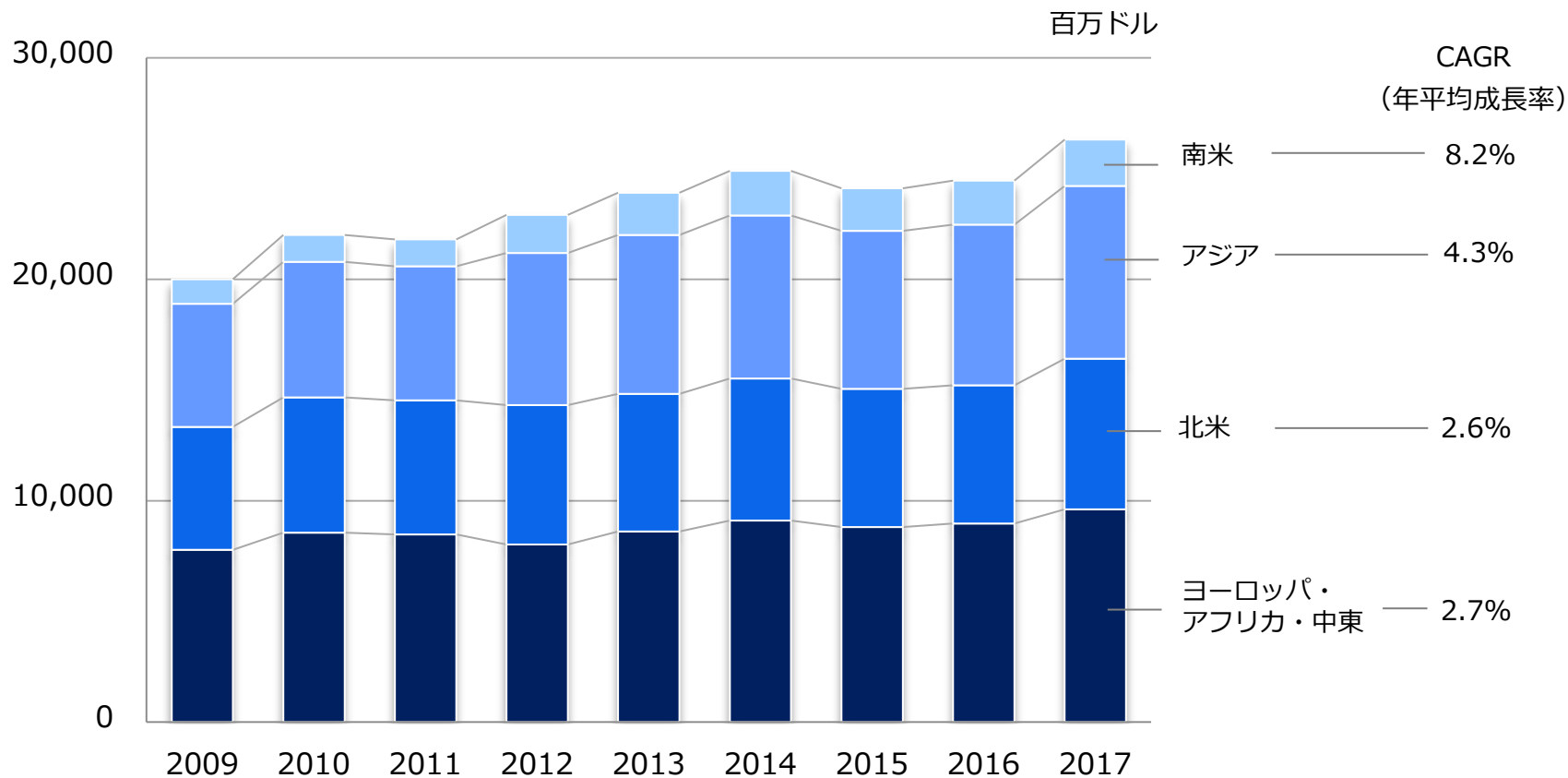
カテゴリー		動向		
飲料	2017年	前年並み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前半は新商品が寄与、7月は猛暑で伸長 ・ 8月以降は天候不順で、スポーツドリンク等の止渴系飲料が不振 ・ 無糖茶飲料、炭酸飲料が堅調、健康志向を背景に野菜飲料が伸長 	
	2018年 1~3月	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3月後半は例年に比べ気温が高く、止渴系飲料が好調 ・ 新商品寄与 	
菓子	スナック	2017年	前年並み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前年の台風の影響による原料不足でポテトチップスが苦戦 ・ 後半にかけて徐々に原料不足が解消 ・ 成形ポテトスナック、コーン系スナック、小麦系スナックが健闘
		2018年 1~3月	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前年の原料不足に伴うポテトチップス苦戦の反動増
	チョコレート	2017年	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高力カオチョコ、機能性チョコが市場牽引
		2018年 1~3月	微減	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前年に高力カオチョコがメディアで多数取り上げられたことによる需要増の反動減
冷菓	2017年	前年並み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 7月まで好調に推移、8月以降は天候不順の影響で失速 ・ 非需要期だった冬場の需要拡大により前年並み 	
	2018年 1~3月	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2月は気温が低めに推移し苦戦 ・ 3月は後半の気温が例年に比べて高かったことにより伸長 	

出典：日刊食品通信

海外市場

- ・ 2017年の世界全体の香料市場 前年比約7%増加

世界の香料市場の推移（当社推計）



- ・売上高 ⇒増収
 通期計画に対する進捗率は46.3%（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 ⇒減益
 通期計画に対する進捗率は40.8%（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41%）

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)	前期比増減		当期 進捗率 (対通期計画※1)
			金額	%	
売上高	22,991	23,462	470	2.0%	46.3%
売上原価	13,798	14,544	746	5.4%	46.5%
売上総利益	9,193	8,917	-275	-3.0%	46.0%
販売費及び一般管理費	6,115	6,770	654	10.7%	47.9%
営業利益	3,077	2,147	-930	-30.2%	40.8%
経常利益	3,363	2,310	-1,053	-31.3%	41.8%
税引前当期純利益	3,348	2,274	-1,074	-32.1%	41.1%
当期純利益	2,351	1,617	-734	-31.2%	41.4%
(参考) EBITDA※2	4,495	3,804	-691	-15.4%	43.7%

※1：2018年5月11日発表の修正計画に対する進捗率

※2：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

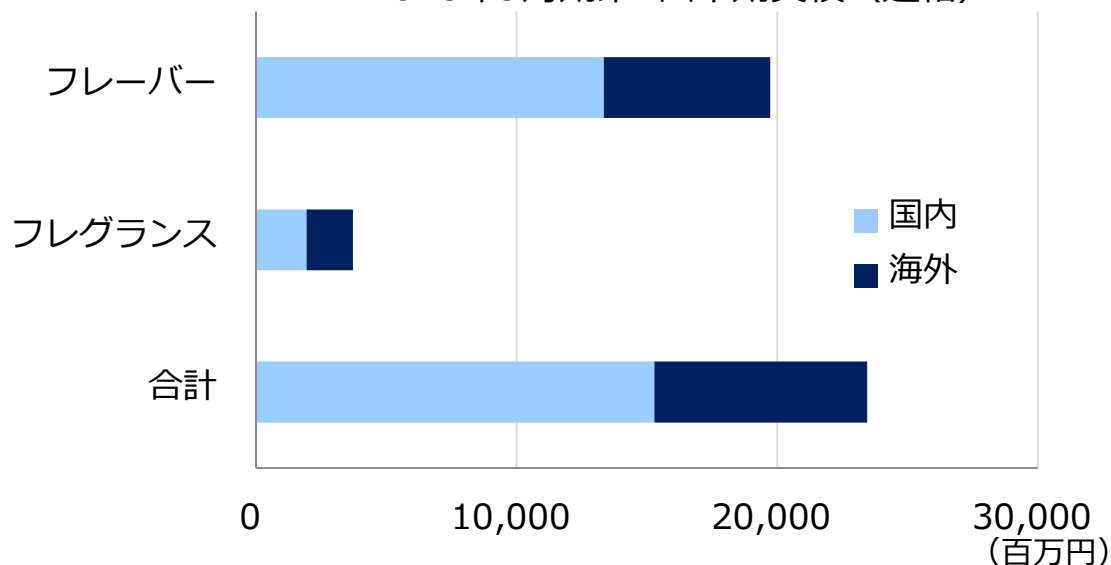
・増収要因

米国子会社、中国子会社（フレグランス部門）の売上増加
米国買収子会社の売上寄与

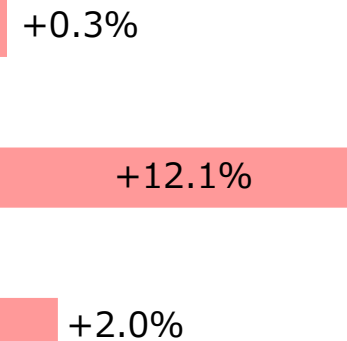
百万円

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	
フレーバー	19,651	19,716	65	0.3%	米国子会社の売上増加 米国買収子会社の売上寄与
フレグランス	3,339	3,745	405	12.1%	中国子会社の売上増加
合計	22,991	23,462	470	2.0%	-

2018年9月期第2四半期実績（連結）



増減率



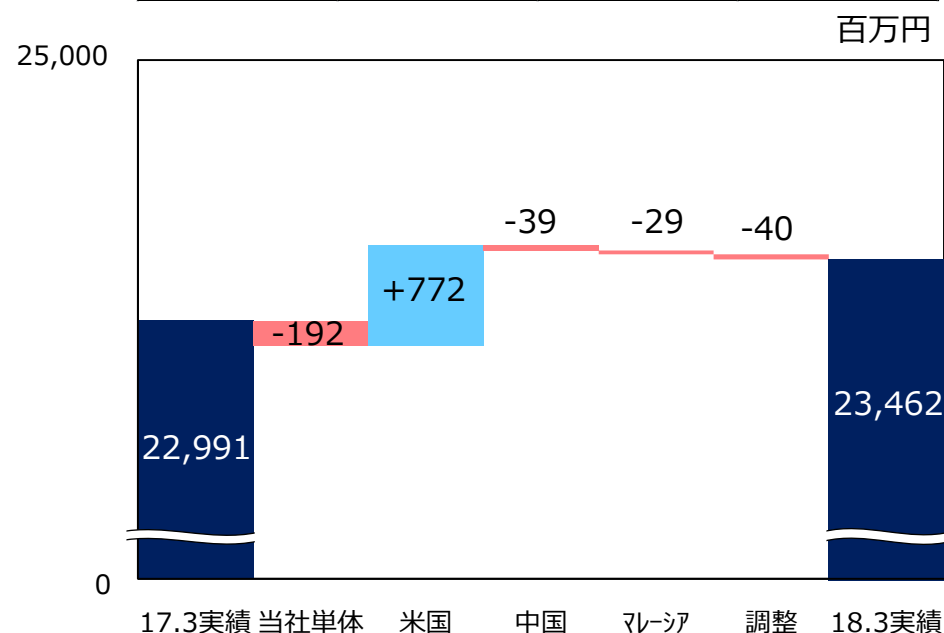
※連結売上高に占める
海外売上高の割合：34.8%

・増収要因

米国子会社が増加、米国買収子会社が寄与

	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	17,572	17,380	-192	-1.1%
米国	1,801	2,574	772	42.9%
中国	3,579	3,540	-39	-1.1%
マレーシア	472	443	-29	-6.2%
調整	-435	-475	-40	-
連結	22,991	23,462	470	2.0%

通貨	前期第2四半期	当期第2四半期	増減率
1US\$	¥111.47	¥110.64	0.7%円高
1人民元	¥16.27	¥17.07	4.9%円安
1MYR	¥25.44	¥27.42	7.8%円安



当社単体 フレーバー部門の飲料向けの売上減少 減収

米国 セイボリー分野、飲料分野の売上増加
買収子会社の売上寄与 増収

中国 フレーバー部門の売上減少 減収

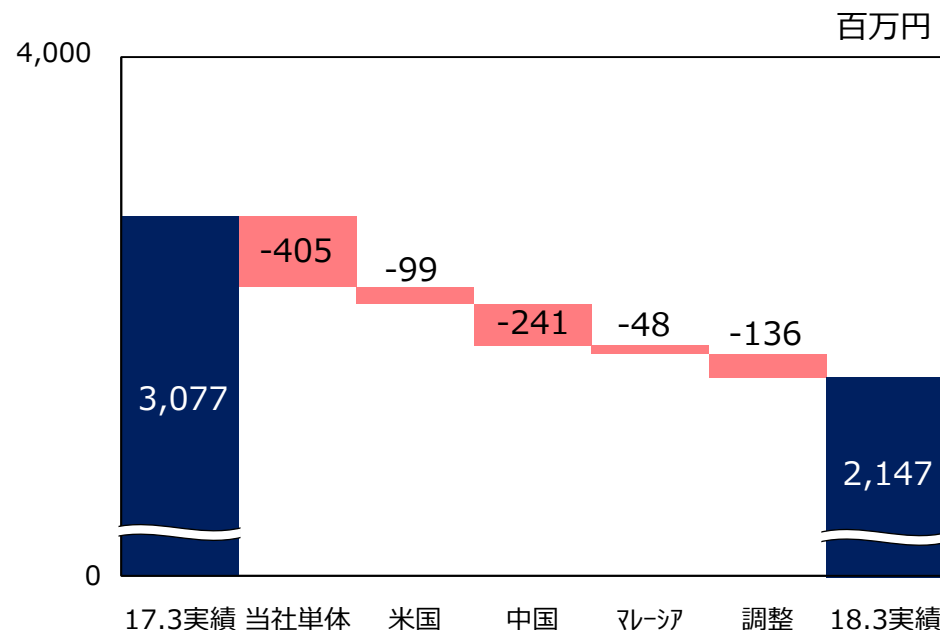
マレーシア スナック向けの売上減少 減収

グループ会社別営業利益

- 減益要因
当社単体、中国子会社が減少

	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	2,150	1,745	-405	-18.9%
米国	131	31	-99	-75.6%
中国	694	453	-241	-34.7%
マレーシア	59	10	-48	-82.5%
調整	42	-93	-136	-
連結	3,077	2,147	-930	-30.2%

通貨	前期第2四半期	当期第2四半期	増減率
1US\$	¥111.47	¥110.64	0.7%円高
1人民元	¥16.27	¥17.07	4.9%円安
1MYR	¥25.44	¥27.42	7.8%円安



当社単体	売上高の減少、販管費の増加	減益
米国	販管費の増加	減益
中国	売上原価率の悪化	減益
マレーシア	売上高の減少	減益

2018年9月期通期計画（連結）の修正

- 2018年5月11日に、2017年11月10日発表の通期計画を修正

百万円

	前期実績		2017年11月10日 発表計画		2018年5月11日 修正計画					
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期比		2017年11月発表計画比	
							増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	48,001	100.0%	51,600	100.0%	50,700	100.0%	2,698	5.6%	-900	-1.7%
売上原価	29,245	60.9%	31,640	61.3%	31,300	61.7%	2,054	7.0%	-340	-1.1%
売上総利益	18,756	39.1%	19,960	38.7%	19,400	38.3%	643	3.4%	-560	-2.8%
販売費及び一般管理費	13,149	27.4%	14,080	27.3%	14,140	27.9%	990	7.5%	60	0.4%
営業利益	5,606	11.7%	5,880	11.4%	5,260	10.4%	-346	-6.2%	-620	-10.5%
経常利益	6,101	12.7%	6,210	12.0%	5,530	10.9%	-571	-9.4%	-680	-11.0%
税引前当期純利益	6,137	12.8%	6,170	12.0%	5,530	10.9%	-607	-9.9%	-640	-10.4%
当期純利益	4,299	9.0%	4,320	8.4%	3,910	7.7%	-389	-9.1%	-410	-9.5%

【通期計画修正の理由】

売上高

- 当社単体の第2四半期売上高が減少したことを主因に通期計画を下方修正

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

(参考) 修正計画為替レート

1US\$	¥110.00
1人民元	¥17.00
1MYR	¥27.00

Ⅱ. 経営方針

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

重点項目

改革推進

人財育成

海外展開加速



挑戦する組織へ

Ⅲ. グローバル戦略

基本戦略：少子高齢化、健康志向による新しいマーケット需要を先取りし、シェア拡大

現在の取り組みと進捗状況

ソリューション
営業推進

- ・マーケティング部（フレーバー、フレグランス）新設、経験者採用
- ・潜在的な欲求「ウォンツ」の把握→提案型営業案件増加
- ・新規素材、健康志向の食品に美味しさをもたらす素材等の提案

香料用途拡大対応

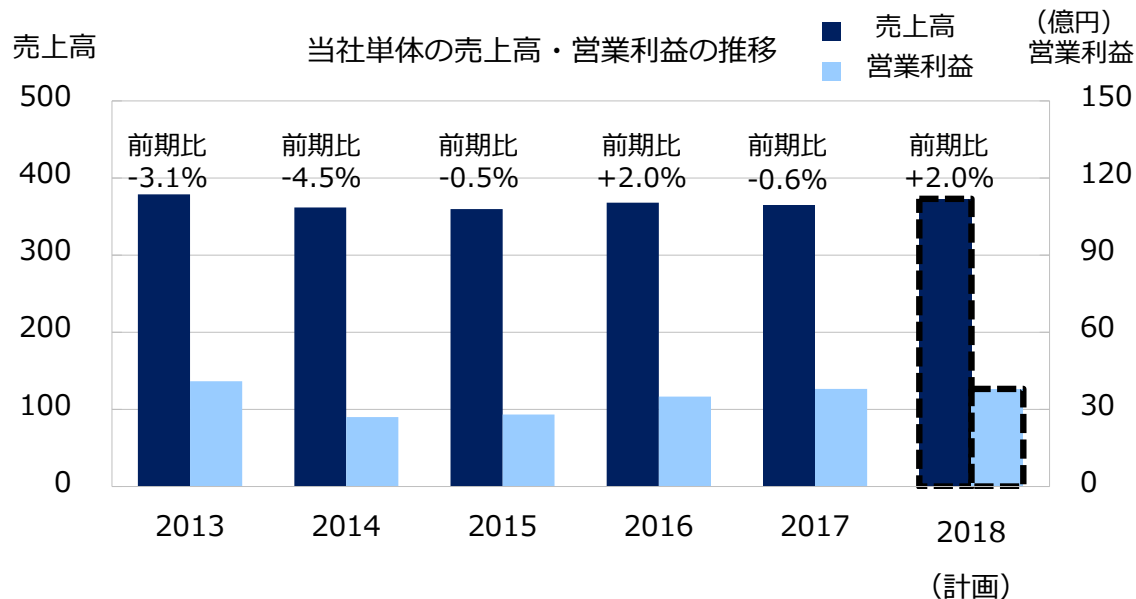
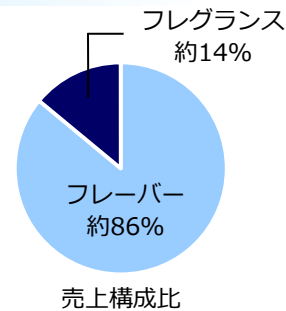
- ・健康食品、医療関係食品、**生活臭のマスクングニーズ**等の新分野対応強化
- ・食品原料（乳製品、野菜、果汁、畜産物等）代替香料の開発

戦略的研究開発
推進

- ・重点分野策定
- ・各研究所の連携を活かした研究開発推進
- ・イノベーション（技術革新）の創出、**オープンイノベーションの推進**

人財育成注力

- ・人財育成、能力開発に注力
- ・全社員が個々の能力を発揮できる企業風土を醸成



2018年9月期第2四半期実績

売上高：173億円
(前期比1.1%減少)

営業利益：17億円
(前期比18.9%減少)

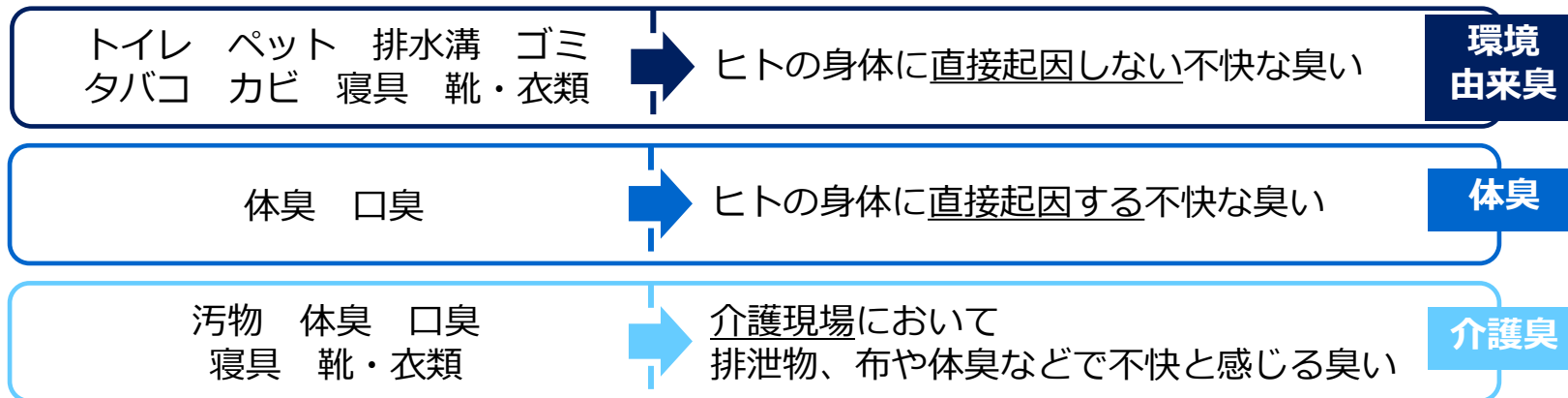
2020年目標

売上高：403億円
営業利益：53億円

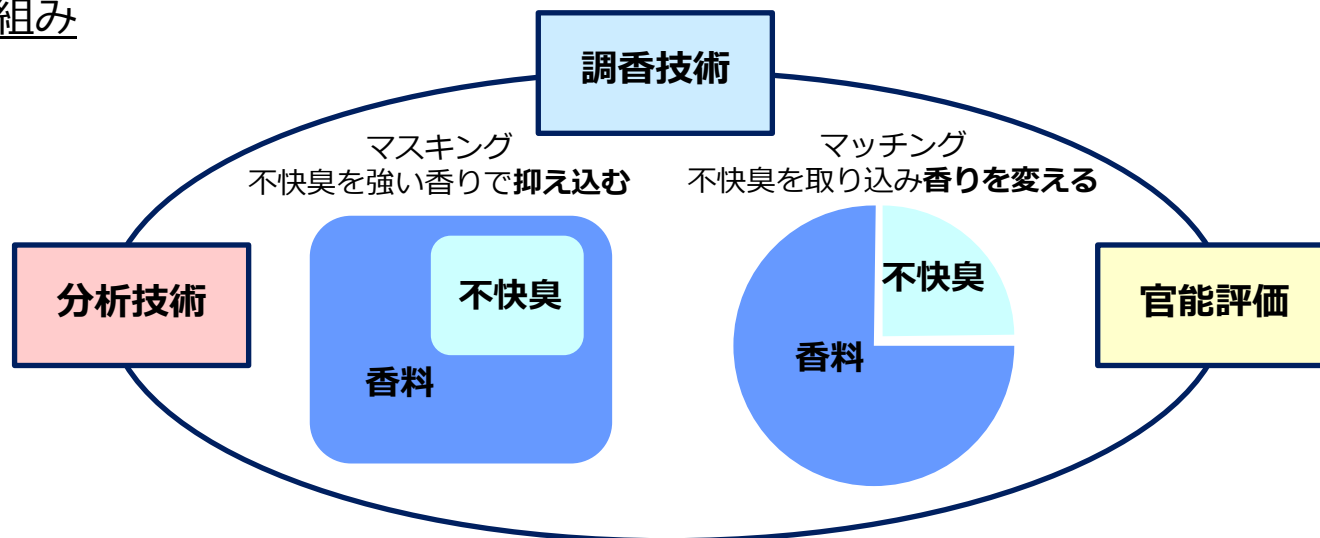
市場動向

- ・2017年の芳香・消臭剤マーケットは上昇トレンドが継続
- ・消臭コンセプトアイテムは売上増加傾向

不快臭の具体例と分類



当社の取組み



基本戦略：セイボリー分野、飲料分野の売上増加、買収のシナジー効果の早期実現を図る

現在の取り組みと進捗状況

フレーバー
100%

売上構成比

買収シナジー効果
早期実現

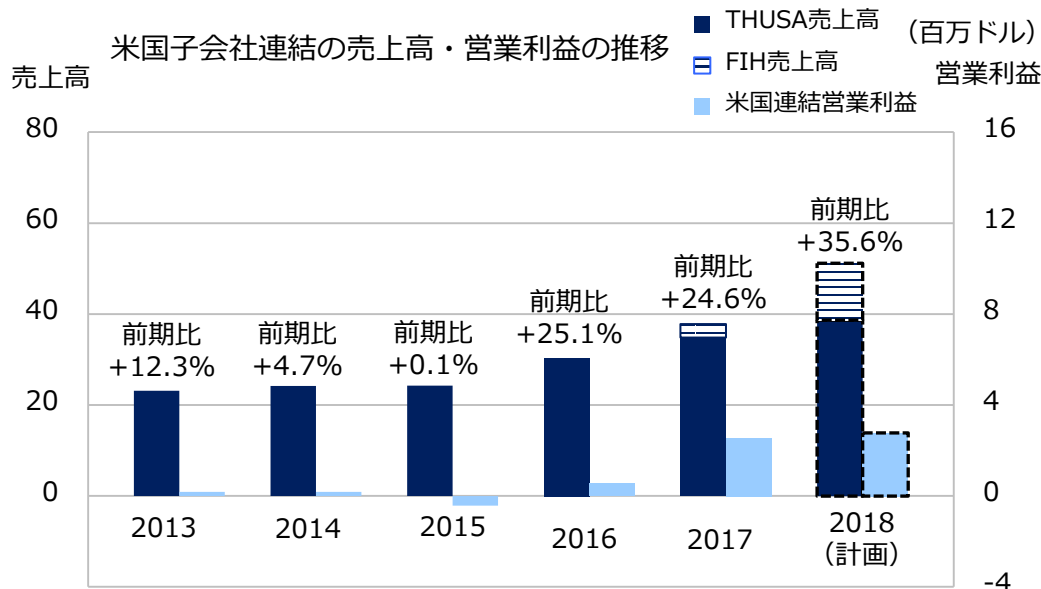
- ・ 2017年6月にFLAVOR INGREDIENT HOLDINGS, LLC (Affinity Flavors) 買収
- ・ PMI (買収後統合) 予定どおり進捗、2018年4月完了
- ・ 組織体制変更
- ・ セイボリー分野、飲料分野に加え、健康分野向け売上拡大に注力
⇒健康分野向けの依頼が増加

ナチュラル化対応

- ・ 合成香料から天然香料への切り替え
⇒ナチュラル化ニーズへ対応

生産効率化

- ・ 作業員のOJTによる生産技術力の向上
- ・ サプライチェーン整備



2018年9月期第2四半期実績

売上高：23百万ドル (25億円)
(前期比44.0%増加)

営業利益：0.2百万ドル (0.3億円)
(前期比75.5%減少)

2020年目標

売上高：66百万ドル (73億円)

営業利益：5百万ドル (5億円)

※セイボリーフレーバー
スナック菓子、ドレッシング、調味料等に
使用される塩味の効いたフレーバー

米国でのPMI（買収後統合）の進捗について

2017年6月 FLAVOR INGREDIENT HOLDINGS, LLC（Affinity Flavors）買収

2017年11月公表済み

米国は魅力ある市場
米国市場での今後の更なる成長に向けた施策が必要と判断

選んだ理由

- ・米国で今後も成長が見込まれる健康分野を中心とした食品・飲料用香料の製造販売で急成長
- ・生産効率化、徹底したコストコントロール等により高収益体質を実現
- ・優秀な経営陣

買収の メリット

- ・T. HASEGAWA U.S.A., INC.と相互補完性が高い
- ・販売面や製造面でのシナジー効果が期待できる

PMIの進捗状況

- ・米国子会社各部門の人員で構成される分科会を設置
- ・本社・国際部門も関与して進捗を確認、予定どおり進捗 ⇒2018年4月完了

システム

- ・基幹業務システムの統合が完了

人員

- ・FLAVOR INGREDIENT HOLDINGS, LLC（Affinity Flavors）全従業員がT. HASEGAWA U.S.A.に転籍
- ・研究開発部門はT. HASEGAWA U.S.A.（セリトス）に統合、生産部門は2工場体制を維持

販売

- ・全製品をT. HASEGAWAブランドに統一
- ・拡充された製品ラインを両社の得意先に紹介

製造

- ・購入原料を統一
- ・2工場を同一の基幹業務システムで運営

2015年 Universal Leaf Tobacco Company, Inc.と業務提携

2016年11月公表済み

ブラジルでバニラビーンズ栽培のパイロットプロジェクトに協働して取り組む
3年間の試験栽培完了後、その結果に基づき商業ベースでの展開を検討

2016年1月より試験栽培開始、生育状況を確認

現状と見通し

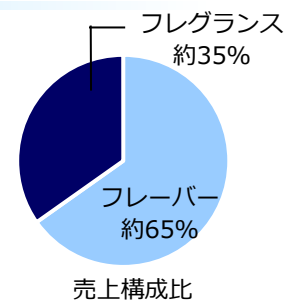
- ・ 順調に生育中
- ・ 2018年7～8月頃に最初のサンプルを収穫予定
- ・ 2018年9～10月頃に評価
- ・ 今後の展開について検討



苗の生育状況（2018年4月）

基本戦略：中国市場での一層の売上拡大に向け基盤を更に強化する

現在の取り組みと進捗状況



組織基盤強化

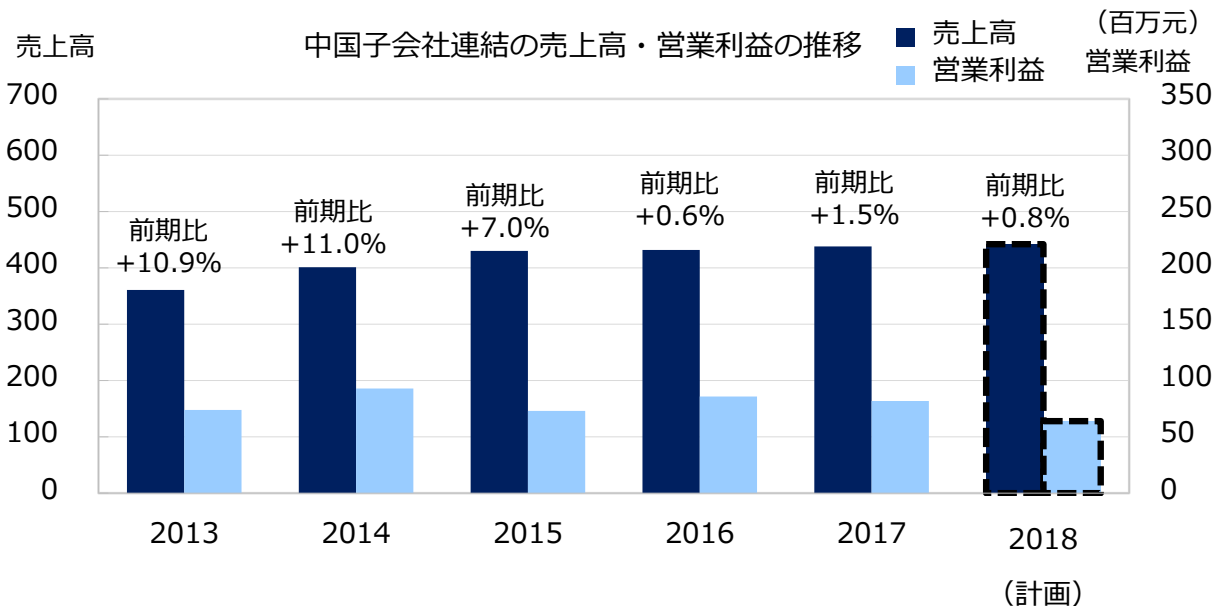
- ・リスク管理及びコンプライアンス徹底
- ・等級、報酬、評価の基準を明確化した人事制度導入

営業活動強化

- ・顧客属性は地場企業約5割、国際企業約4割、日系企業約1割
 - ・日本から定期的に技術外交実施
 - ・ローカル営業員の採用強化、人材面の補強実施
- ⇒新規顧客開拓、既存顧客深耕
- ・国際企業、地場企業との取引拡大

研究体制強化

- ・研究設備の充実及び再構築
- ・官能評価設備の充実
- ・研究体制整備により競争力強化



2018年9月期第2四半期実績

売上高：207百万円 (35億円)
(前期比5.7%減少)

営業利益：26百万円 (4億円)
(前期比37.8%減少)

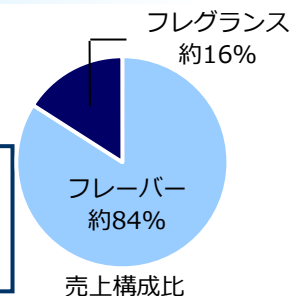
2020年目標

売上高：532百万円 (85億円)

営業利益：97百万円 (15億円)

基本戦略：マレーシアの製販拠点とタイ、インドネシアの販売拠点が連携し、売上拡大

現在の取り組みと進捗状況



東南アジア
マネジメント体制変更

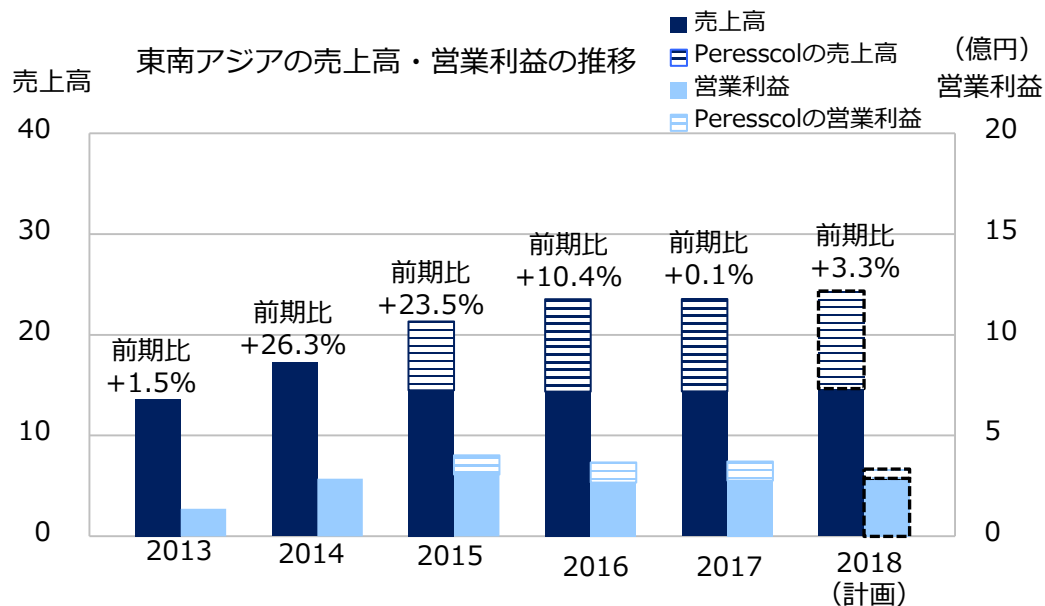
- ・東南アジア地域を統括する責任者（支配人）配置
- ・東南アジア地域の営業戦略立案・推進
- ・東南アジアの各拠点が有機的に連携可能な体制整備

ペレスコル社を
ハブとした
東南アジア戦略の展開

- ・ペレスコル社（ハラル対応）買収により東南アジアに生産拠点確保
- ・日本からの人員派遣により研究・生産面の指導実施
- ・マレーシアのハラル団地内に5万㎡の工場用地確保
- ・マレーシアの新工場建設計画推進

東南アジア拠点拡充
営業活動・研究体制強化

- ・台湾に現地法人設立、営業活動開始
- ・ベトナム、フィリピンにローカルスタッフ配置
- ・サテライトラボ インドネシア開設、タイ稼働準備中



2018年9月期第2四半期実績

売上高：11.4億円
(前期比8.5%減少)

営業利益：1.4億円
(前期比36.6%減少)

2020年目標

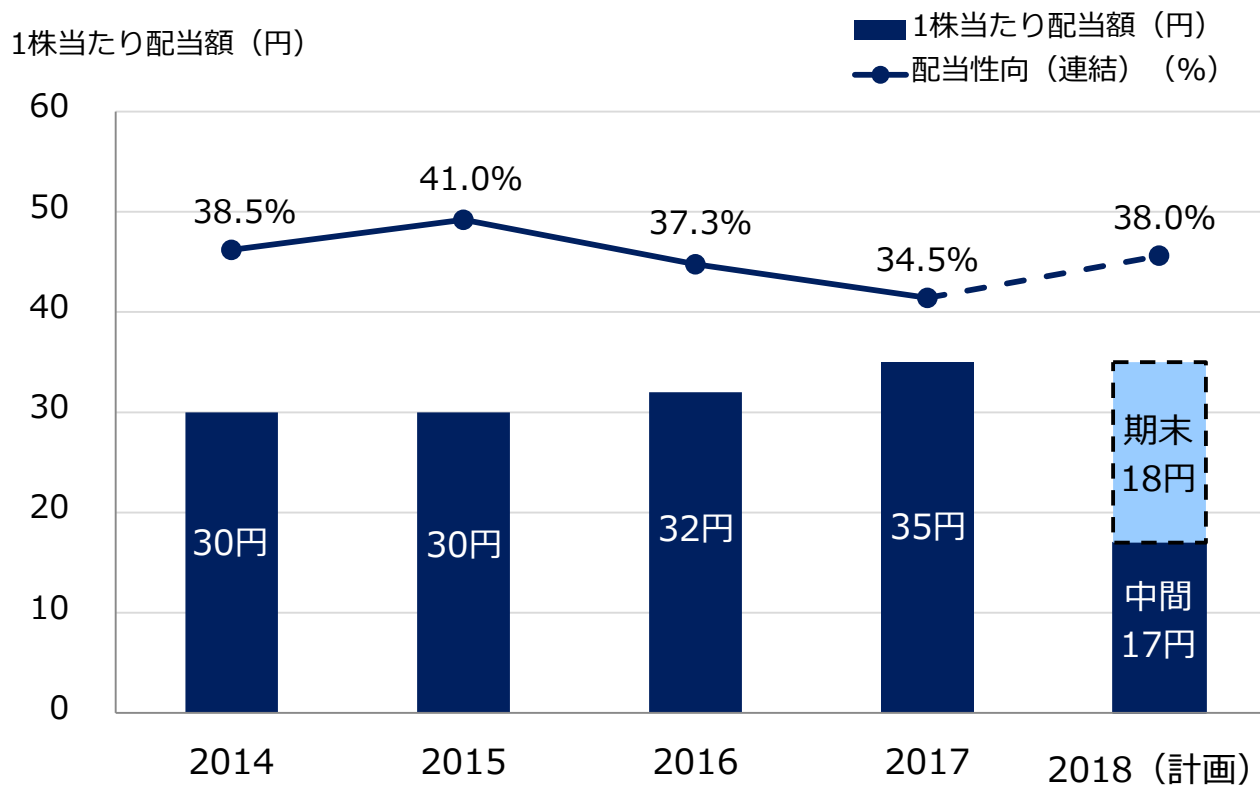
売上高：31億円

営業利益：5億円

IV. 株主還元

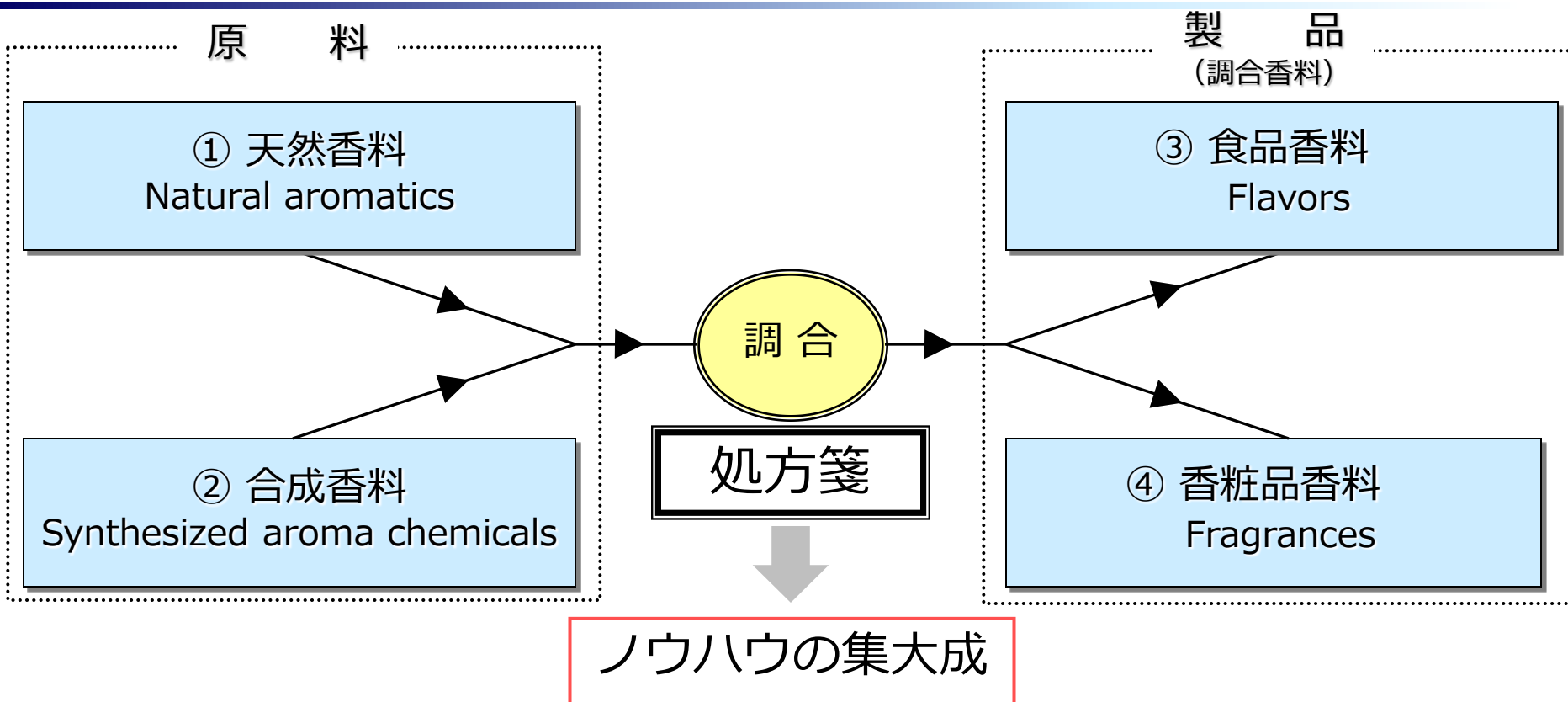
・基本方針

- グループ経営基盤のより一層の強化と今後の事業展開のために必要な内部留保を確保しつつ、株主の皆様にご業績に応じた利益還元を図る
- 連結配当性向35%程度を目途に中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を実施
- 当社株式の中長期的な保有を目的に、2015年9月期より株主優待制度を導入



V. 添付資料

香料業について



- ・ 化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
 - ・ 化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2.9兆円（約263億ドル）

ヨーロッパ・アフリカ・中東

- 市場規模：約 10,600億円 *
- 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 7,500億円 *
- 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。
- 当社は米国・カリフォルニア（1978年）に子会社設立。
- 健康分野を中心とした食品・飲料用香料の製造販売会社FLAVOR INGREDIENT HOLDINGS, LLC（Affinity Flavors）買収（2017年）

アジア

- 市場規模：約 8,600億円 *
- 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）、蘇州（2006年）、タイ（2003年）、インドネシア（2014年）、台湾（2017年）に子会社設立。
- M&Aによりマレーシアに製造拠点確保（2014年）。

南米

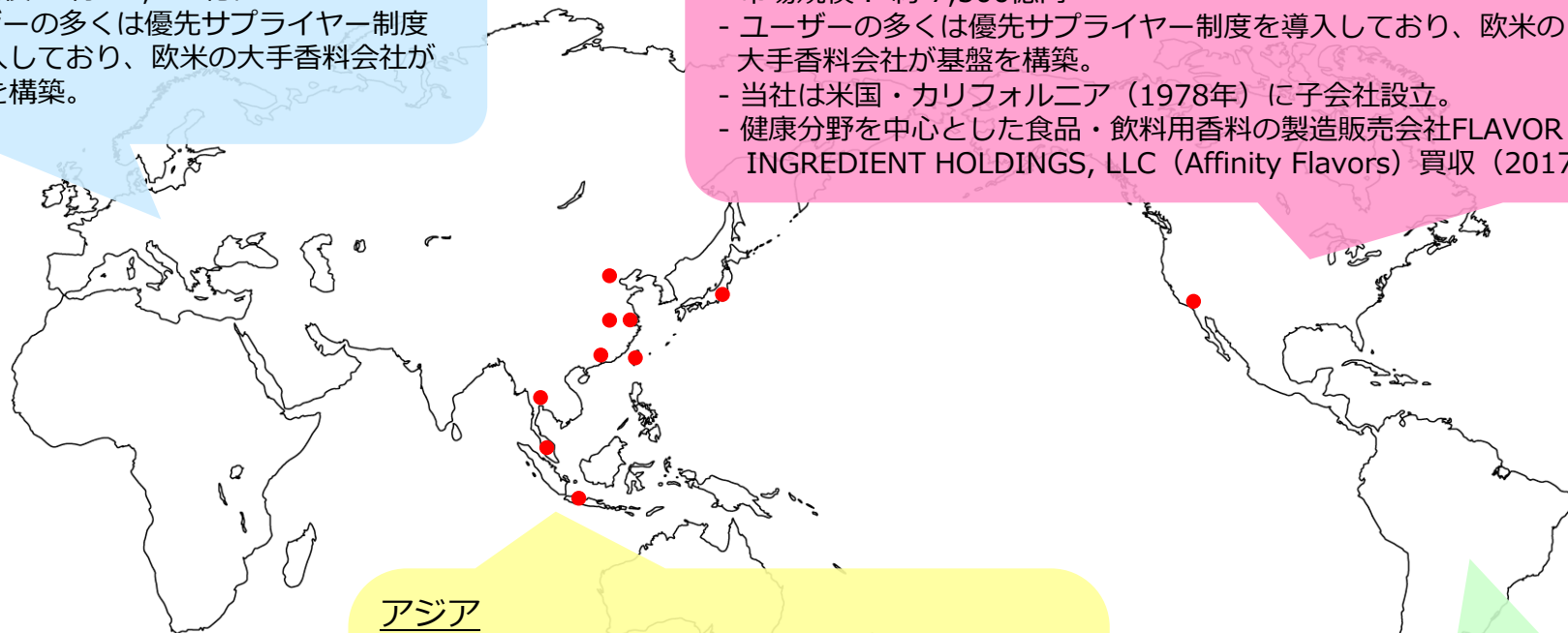
- 市場規模：約 2,300億円 *
- 北米、メキシコ等からの輸入が主体。
ブラジル市場は経済成長に伴い競争激化。

*地域別の市場規模は当社推計

*為替レート 1US\$ = 112.1円

Leffingwell & Associates発表資料参照

● = 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

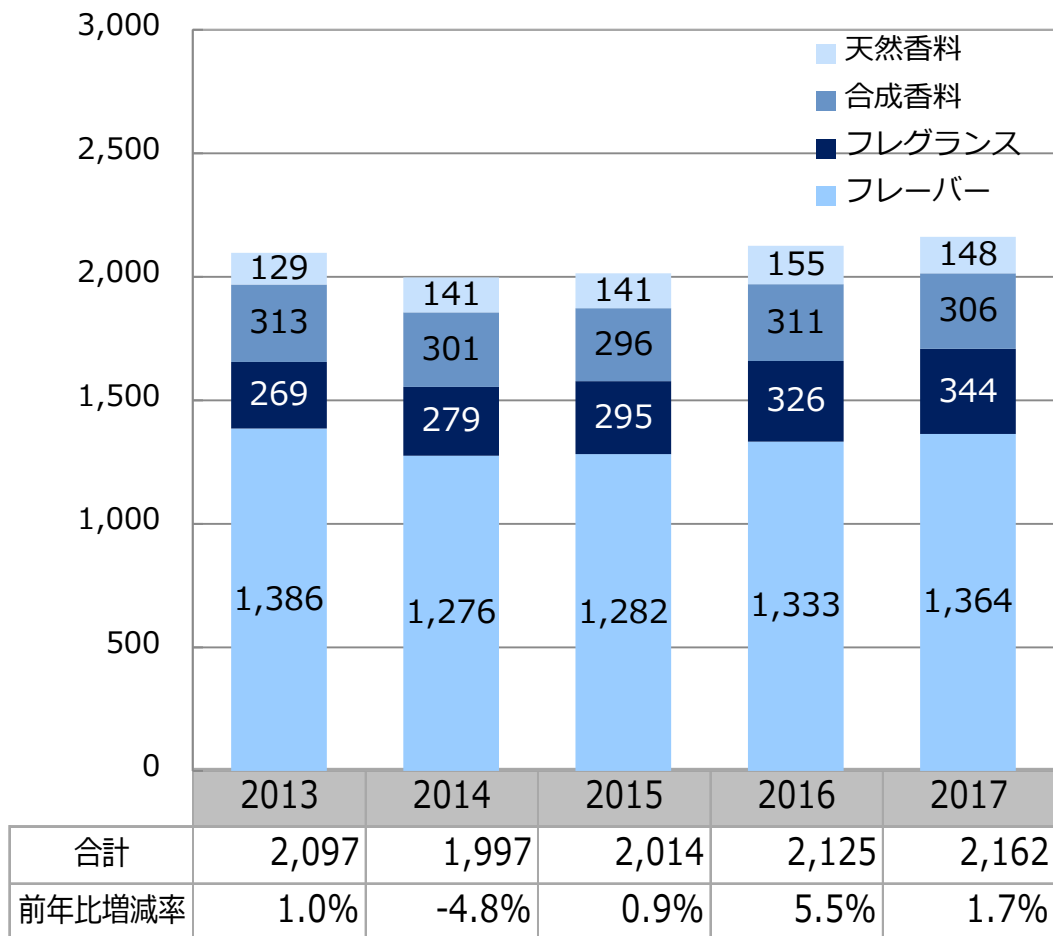
				百万ドル
	会社名	国名	2017年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	5,133	19.5%
2	Firmenich	スイス	3,668	13.9%
3	IFF	米国	3,399	12.9%
4	Symrise	ドイツ	2,673	10.2%
5	Mane SA	フランス	1,306	5.0%
6	Frutarom	イスラエル	1,271	4.8%
7	高砂香料工業	日本	1,226	4.7%
8	Sensient Flavors	米国	619	2.4%
9	Robertet SA	フランス	570	2.2%
10	長谷川香料	日本	428	1.6%
11	Huabao Intl.	香港	414	1.6%
	上位11社合計	—	20,707	78.7%
	その他	—	5,593	21.3%
	合計	—	26,300	—

(注) 1US\$≒112.1円

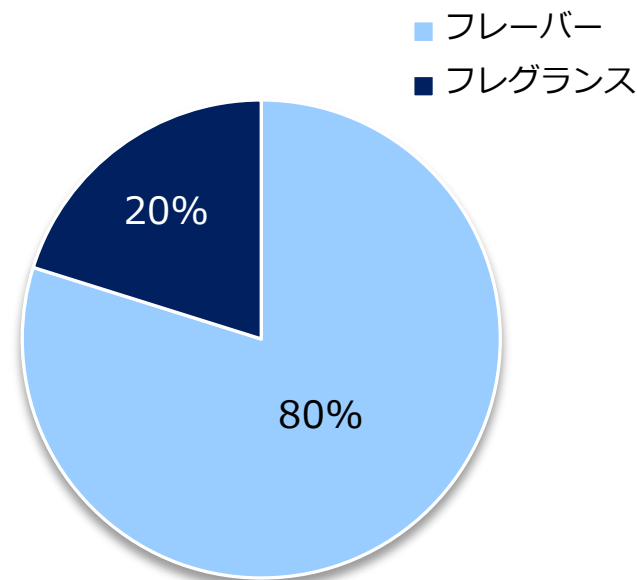
出典: Leffingwell & Associates発表資料
http://www.leffingwell.com/top_10.htm

- 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80%（世界全体では50%）

国内香料市場 販売金額の推移（億円）



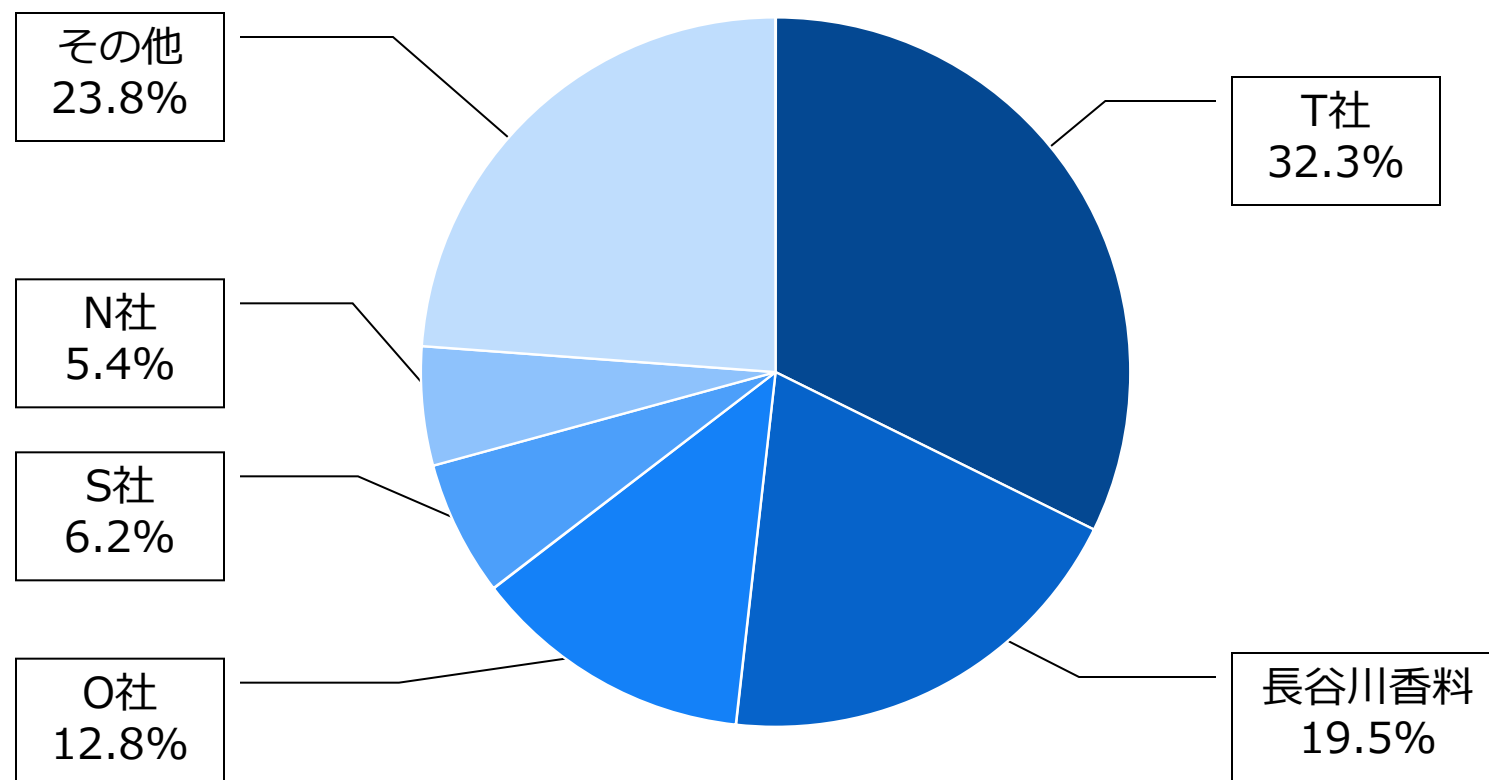
フレーバー、フレグランスの構成比（2017年度）



出典：日本香料工業会会報

当社の現況

- ・ 業界上位5社で市場の約80%を占有（2017年3月時点）



※ 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。

※ 2 当社は9月決算、T社、S社、N社は3月決算、O社は12月決算です。

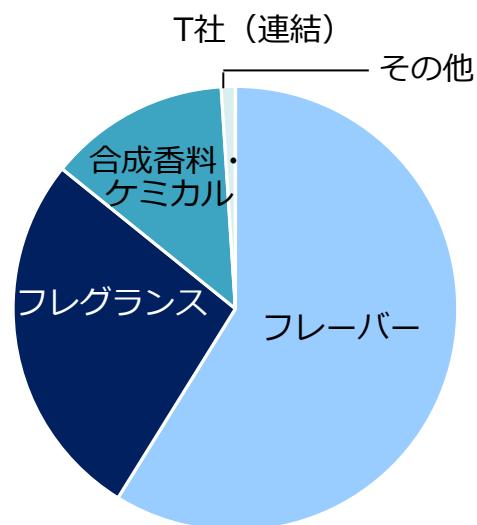
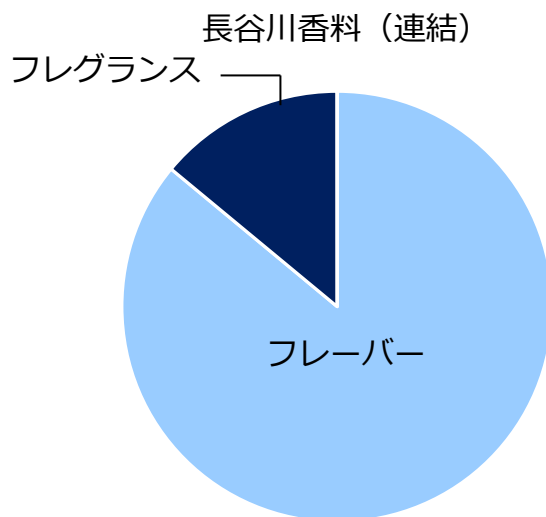
なお、上記グラフでの当社売上高は2016年4月～2017年3月の期間で算出しています。

- ・ 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11,000品目のフレーバー、フレグランスを販売

百万円

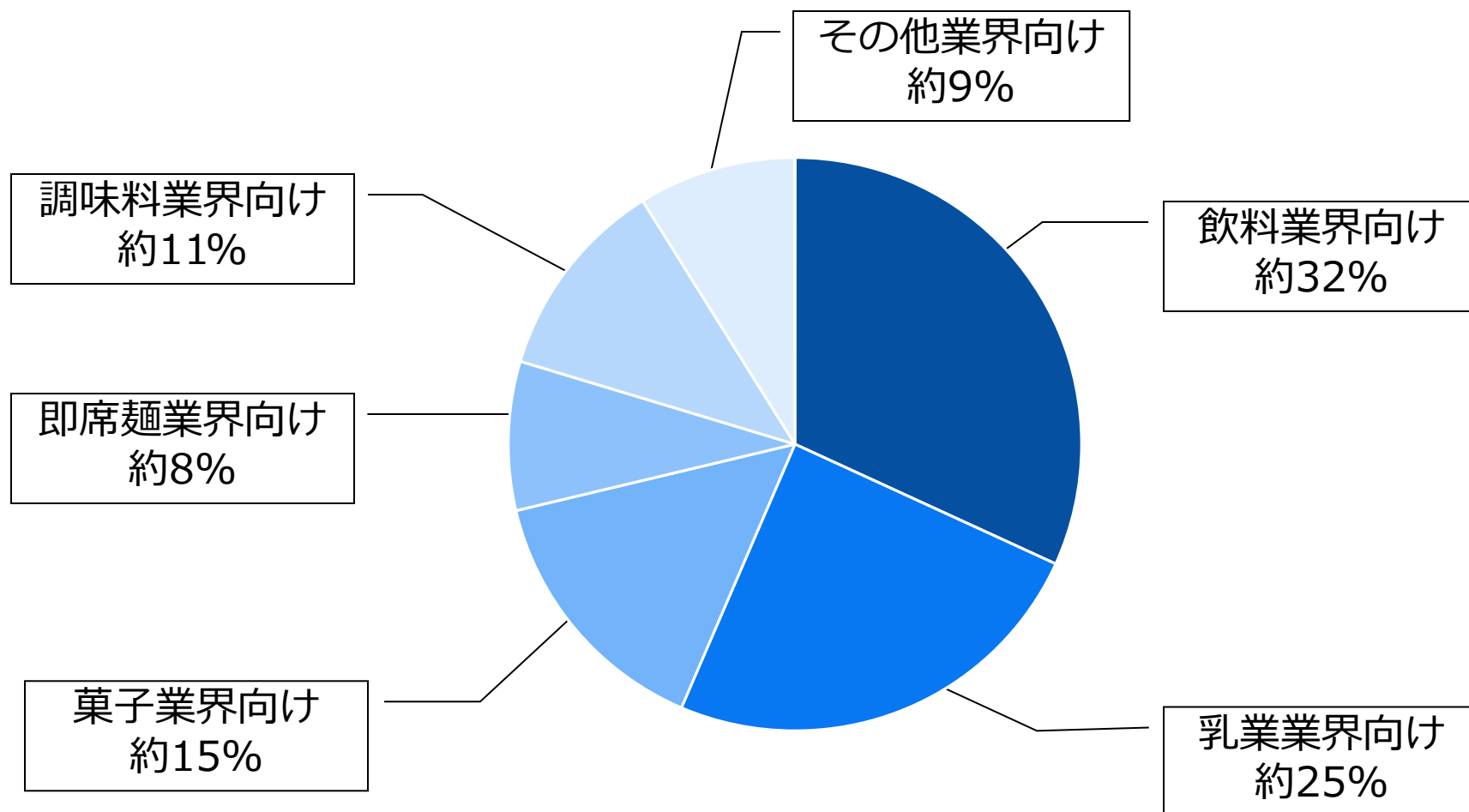
	長谷川香料(連結)		T社(連結)	
	2017.9		2018.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比
フレーバー	41,288	86.0%	83,312	58.8%
フレグランス	6,713	14.0%	38,183	27.0%
合成香料・ケミカル	0	0.0%	18,655	13.2%
その他	0	0.0%	1,441	1.0%
小計	48,001	100.0%	141,592	100.0%
売上高総利益率	39.1%		31.7%	
売上高営業利益率	11.7%		4.5%	

※T社の合成香料・ケミカルは、アロマイングリディエント部門、ファインケミカル部門の金額



フレーバー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2018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。

その他 財務諸表

連結損益計算書の増減分析

・減益要因

売上原価率の悪化による売上総利益の減少、販管費の増加が主因

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	%	金額	%	金額	%	
売上高	22,991	100.0%	23,462	100.0%	470	2.0%	米国子会社の売上増加 前期に買収した米国子会社の売上が寄与
売上原価	13,798	60.0%	14,544	62.0%	746	5.4%	当社単体及び中国子会社の工場稼働率悪化
売上総利益	9,193	40.0%	8,917	38.0%	-275	-3.0%	
販売費及び 一般管理費	6,115	26.6%	6,770	28.9%	654	10.7%	のれん等の償却費、前期に買収した米国子会社の販管費計上、 当社単体の販管費増加
営業利益	3,077	13.4%	2,147	9.2%	-930	-30.2%	
経常利益	3,363	14.6%	2,310	9.8%	-1,053	-31.3%	営業外損益として (当期) 為替差損61百万円発生 (前期) 為替差益136百万円発生
税引前当期純利益	3,348	14.6%	2,274	9.7%	-1,074	-32.1%	
当期純利益	2,351	10.2%	1,617	6.9%	-734	-31.2%	

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	48,694	49,300	605	<ul style="list-style-type: none"> ・現預金増加 1,243百万円 ・棚卸資産増加 1,449百万円 ・売上債権減少 △1,581百万円
固定資産	61,141	63,732	2,590	<ul style="list-style-type: none"> ・投資有価証券増加 3,632百万円 ・有形固定資産減少 △424百万円 ・無形固定資産減少 △596百万円
資産合計	109,836	113,032	3,195	
流動負債	10,534	9,804	△ 730	<ul style="list-style-type: none"> ・未払法人税・消費税減少 △246百万円 ・賞与引当金減少 △501百万円
固定負債	11,772	12,866	1,093	<ul style="list-style-type: none"> ・繰延税金負債増加 1,147百万円
負債合計	22,307	22,671	363	
純資産	87,528	90,361	2,832	<ul style="list-style-type: none"> ・四半期純利益 1,617百万円 ・剰余金の配当 △806百万円 ・為替換算調整額 △450百万円 ・投資有価証券価額上昇による評価差額金の増加 2,514百万円
負債・純資産 合計	109,836	113,032	3,195	

連結キャッシュ・フロー計算書

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	主要科目
営業活動による キャッシュ・フロー	3,645	3,107	△ 538	<ul style="list-style-type: none"> ・税金等調整前四半期純利益 2,274百万円 ・減価償却費 1,441百万円 ・売上債権の減少額 1,551百万円 ・棚卸資産の増加額 △1,437百万円 ・法人税等の支払額 △830百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 1,521	△ 2,388	△ 867	<ul style="list-style-type: none"> ・定期預金の預け入れ △1,504百万円 ・有形固定資産の取得による支出 △913百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 832	△ 812	20	<ul style="list-style-type: none"> ・配当金の支払 △805百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	193	△ 14	△ 208	—
現金及び現金同等物 の増減額	1,485	△ 108	△ 1,594	—
現金及び現金同等物 の期首残高	22,313	16,511	△ 5,802	—
現金及び現金同等物 の期末残高	23,799	16,428	△ 7,370	—

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	3,355	1,077	32.1%
	単体	1,835	649	35.4%
減価償却費	連結	2,863	1,441	50.3%
	単体	2,061	954	46.3%
研究開発費	連結	4,609	2,172	47.1%
	単体	3,597	1,720	47.8%

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)		前期比増減		当期 進捗率 (対通期計画※)
	金額	構成比	金額	構成比	金額	%	
売上高	17,572	100.0%	17,380	100.0%	-192	-1.1%	46.6%
売上原価	10,725	61.0%	10,786	62.1%	60	0.6%	46.4%
売上総利益	6,846	39.0%	6,594	37.9%	-252	-3.7%	47.0%
販売費及び一般管理費	4,696	26.7%	4,849	27.9%	152	3.3%	47.7%
営業利益	2,150	12.2%	1,745	10.0%	-405	-18.9%	45.0%
経常利益	2,432	13.8%	1,928	11.1%	-504	-20.7%	45.7%
税引前当期純利益	2,465	14.0%	1,917	11.0%	-548	-22.3%	45.1%
当期純利益	1,827	10.4%	1,413	8.1%	-414	-22.7%	45.4%

※2018年5月11日発表の修正計画に対する進捗率

米国子会社連結（実績）

※当社の米国連結子会社2社（T. HASEGAWA U.S.A., INC.、FLAVOR INGREDIENT HOLDINGS, LLC）の連結損益計算書
 ※FLAVOR INGREDIENT HOLDINGS, LLCは、2017年6月に買収したため、前第2四半期は実績なし、
 当第2四半期は2017年10月～2018年3月までの6カ月間の業績

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	1,801	100.0%	2,574	100.0%	772	42.9%
売上原価	1,112	61.7%	1,565	60.8%	453	40.7%
売上総利益	689	38.3%	1,008	39.2%	319	46.4%
販管費	558	31.0%	976	37.9%	418	75.1%
営業利益	131	7.3%	31	1.2%	-99	-75.6%
経常利益	125	6.9%	26	1.0%	-99	-79.2%

1US\$ = 111.47円

1US\$ = 110.64円

(0.7%円高)

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	16,161	100.0%	23,267	100.0%	7,106	44.0%
売上原価	9,978	61.7%	14,148	60.8%	4,170	41.8%
売上総利益	6,182	38.3%	9,118	39.2%	2,936	47.5%
販管費	5,005	31.0%	8,830	37.9%	3,824	76.4%
営業利益	1,176	7.3%	288	1.2%	-887	-75.5%
経常利益	1,122	6.9%	235	1.0%	-887	-79.0%

- ・売上高は、セイボリー分野及び飲料分野の売上増加、買収子会社の売上寄与を主因に増収。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。
- ・営業利益は、販管費の増加を主因に減益。

※セイボリーフレーバー：スナック菓子、ドレッシング、調味料等に使用される塩味の効いたフレーバー

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

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	3,579	100.0%	3,540	100.0%	-39	-1.1%
売上原価	2,121	59.3%	2,266	64.0%	144	6.8%
売上総利益	1,458	40.7%	1,274	36.0%	-184	-12.6%
販管費	763	21.3%	820	23.2%	57	7.5%
営業利益	694	19.4%	453	12.8%	-241	-34.7%
経常利益	734	20.5%	481	13.6%	-253	-34.5%

1人民元 = 16.27円

1人民元 = 17.07円

(4.9%円安)

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	220,008	100.0%	207,391	100.0%	-12,616	-5.7%
売上原価	130,384	59.3%	132,748	64.0%	2,363	1.8%
売上総利益	89,623	40.7%	74,643	36.0%	-14,980	-16.7%
販管費	46,938	21.3%	48,090	23.2%	1,151	2.5%
営業利益	42,684	19.4%	26,552	12.8%	-16,132	-37.8%
経常利益	45,170	20.5%	28,189	13.6%	-16,980	-37.6%

- ・売上高は、フレーバー部門の売上減少により減収。
- ・営業利益は、売上原価率の悪化により減益。

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	472	100.0%	443	100.0%	-29	-6.2%
売上原価	270	57.2%	291	65.8%	21	7.9%
売上総利益	202	42.8%	151	34.2%	-50	-25.1%
販管費	143	30.3%	141	31.8%	-2	-1.4%
営業利益	59	12.5%	10	2.3%	-48	-82.5%
経常利益	65	13.8%	18	4.2%	-46	-71.3%

1MYR = 25.44円

1MYR = 27.42円

(7.8%円安)

千マレーシアリングット

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	18,576	100.0%	16,164	100.0%	-2,411	-13.0%
売上原価	10,628	57.2%	10,642	65.8%	13	0.1%
売上総利益	7,947	42.8%	5,522	34.2%	-2,424	-30.5%
販管費	5,627	30.3%	5,145	31.8%	-481	-8.6%
営業利益	2,320	12.5%	376	2.3%	-1,943	-83.8%
経常利益	2,555	13.8%	681	4.2%	-1,873	-73.3%

- ・売上高は、スナック向けの売上減少により減収。
- ・営業利益は、売上高の減少に伴う売上総利益の減少により減益。

このプレゼンテーション資料は、2018年5月11日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び2018年9月期第2四半期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。

本資料は、当社が作成したものであり、内容に関する一切の権利は当社に帰属しています。複製及び無断転載はご遠慮下さい。