



高砂香料工業株式会社

2015年3月期 第2四半期
決算説明会

2014年11月18日

本日の内容



I. 2015年3月期 上期概要

取締役常務執行役員
管理本部長

笠松 弘典

II. 2015年3月期 通期業績予想

代表取締役社長

榊村 聡

III. ファインフレグランス

取締役常務執行役員
企画開発本部長

松本 裕幸

※ このプレゼンテーション資料では「第2四半期」を「上期」と記述しています



I . 2015年3月期 上期概要



2015年3月期 上期業績

[単位:百万円]	2014/3 上期実績	2015/3 上期実績	対前期比		前回予想 8/1発表	対予想比	
			増減額	%		増減額	%
売上高	66,234	66,305	71	0.1	66,000	305	0.5
売上総利益	20,953	21,191	237	1.1	—	—	—
売上総利益率	31.6%	32.0%	—	—	—	—	—
販売管理費	16,564	18,479	1,914	11.6	—	—	—
営業利益	4,388	2,711	△1,677	△38.2	2,800	△88	△3.2
経常利益	4,604	3,220	△1,383	△30.1	2,800	420	15.0
特別損益	△1,351	270	1,622	—	—	—	—
当期純利益	2,178	2,004	△173	△8.0	1,900	104	5.5

※為替レート USD: 96円
EUR: 126円

102円
140円

102円
140円

2015年3月期 上期業績

[単位:百万円]	2014/3	2015/3	対前期比	
	上期実績	上期実績	増減額	%
売上高	66,234	66,305	71	0.1
売上総利益	20,953	21,191	237	1.1
売上総利益率	31.6%	32.0%	—	—
営業利益	4,388	2,711	△1,677	△38.2
経常利益	4,604	3,220	△1,383	△30.1
当期純利益	2,178	2,004	△173	△8.0

概況

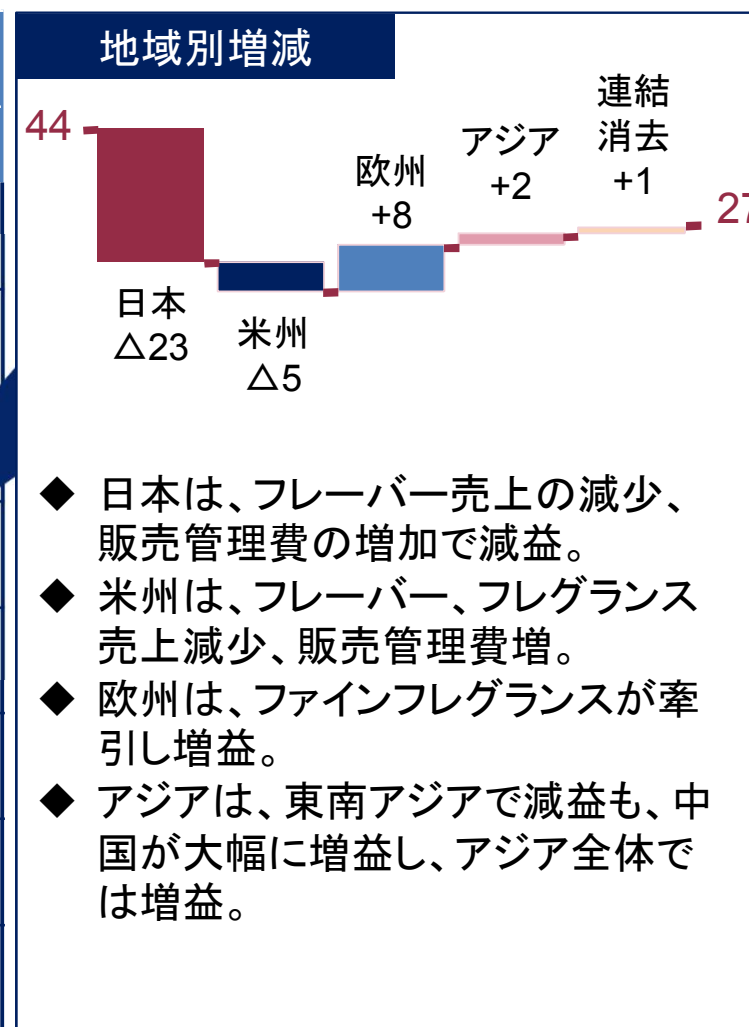
- 売上高は、日本、米州が低調も欧州、アジアの増収で補い微増。
- 海外売上高比率は51%に増加。
- 為替影響は28億円。
- 営業利益は、全社的な販売管理費の増加により38%の減益。
- 当期純利益は、前期は火災損失を計上したため、8%の減益に留まる。

※為替レート USD: 96円 102円
EUR: 126円 140円

2015年3月期 上期業績

～営業利益～

[単位:百万円]	2014/3 上期実績	2015/3 上期実績	対前期比	
			増減額	%
売上高	66,234	66,305	71	0.1
売上総利益	20,953	21,191	237	1.1
売上総利益率	31.6%	32.0%	—	
販売管理費	16,564	18,479	1,914	11.6
営業利益	4,388	2,711	△1,677	△38.2
経常利益	4,604	3,220	△1,383	△30.1
特別損益	△1,351	270	1,622	—
当期純利益	2,178	2,004	△173	△8.0



※為替レート USD: 96円 102円
EUR: 126円 140円

地域別

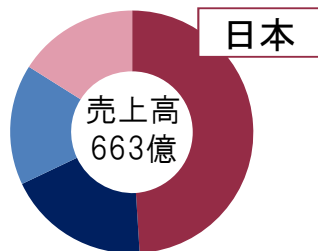
～日本、米州、欧州、アジア～



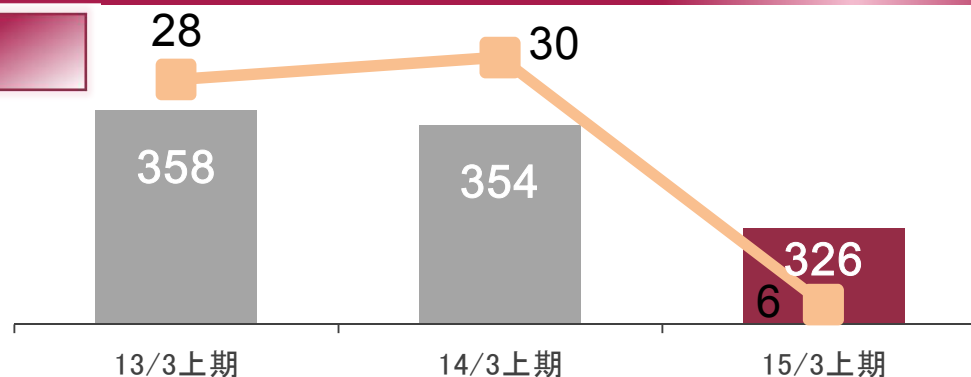
2015年3月期 上期業績

～地域別～

①日本



■ 日本	326億円	49%
■ 米州	128億円	19%
■ 欧州	103億円	16%
■ アジア	104億円	16%



売上高

フレーバー	夏場の天候不順、消費税増税等の影響により、飲料、冷菓などの市場が低迷し、減少。大手顧客向けの主力既存品の売上が減少。	↓
フレグランス	柔軟剤、液体洗剤等の新製品やリニューアル品への採用により、引き続き堅調に推移。	↗
アロマケミカル	当社主力製品の価格改定に伴い減少。	↓
ファインケミカル	医薬中間体、電子材料ともに大きな増減なく推移。	→

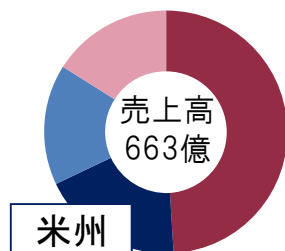
営業利益

フレーバー売上の減少、前上期は火災により十分にできなかった営業活動が正常化したことに伴う販売管理費増加により減益。	↓
-----------------------------------------------------------	---

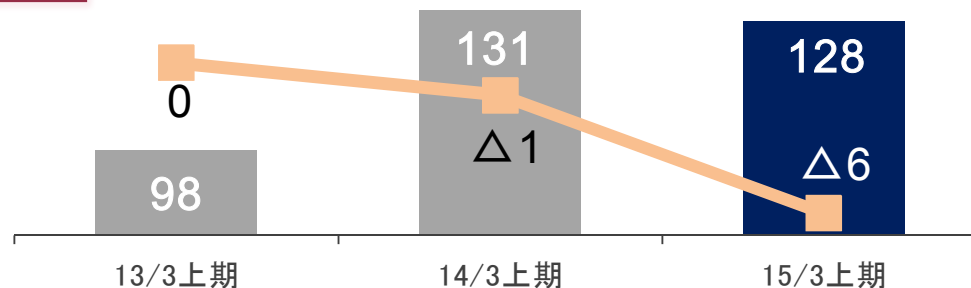
2015年3月期 上期業績

～地域別～

②米州



■ 日本 326億円 49%
 ■ 米州 128億円 19%
 ■ 欧州 103億円 16%
 ■ アジア 104億円 16%



売上高

フレーバー	ブラジル拠点(南米事業)は伸長するも、北米、中米の主力顧客向けの売上が落込んだことにより、米州全体としては減少。	↓
フレグランス	南米、中米は好調。北米は、マルチナショナルの主要顧客向けの売上が低調に推移し、米州全体としては減少。	↓
ファインケミカル	医薬中間体の売上が減少。	↓

営業利益

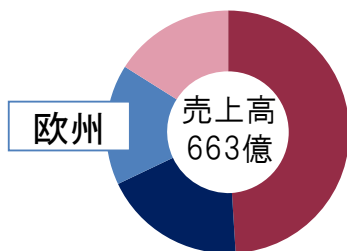
売上減少に加え、北米、ブラジル拠点(南米事業)の組織強化のための費用増、北米のフレグランス新工場稼働に向けた準備費用の増加で赤字幅拡大。	↓
----------------------------------------------------------------------	---

※ 現地通貨ベースによる比較

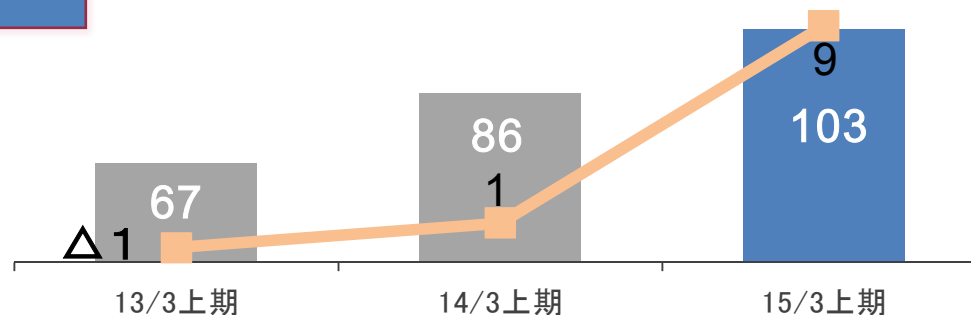
2015年3月期 上期業績

～地域別～

③ 欧州



■ 日本	326億円	49%
■ 米州	128億円	19%
■ 欧州	103億円	16%
■ アジア	104億円	16%



売上高

フレーバー	全カテゴリーにおいて順調に推移した中、タバコやデイリー向け香料が好調に推移。	↗
フレグランス	フランス子会社においてファインフレグランスの新規品が採用になり大きく寄与したほか、既存品も好調に伸長し、売上増加。	↑
アロマケミカル	天然品マーケットの供給不安を受け、売上は昨年同様好調に推移。	→

営業利益

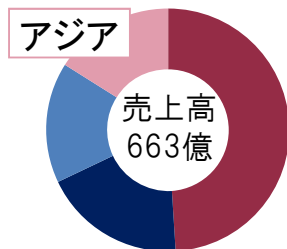
売上好調なフレーバーに加え、新規品が採用となったファインフレグランスが牽引し、大きく増益。	↑
-----------------------------------------------	---

※ 現地通貨ベースによる比較

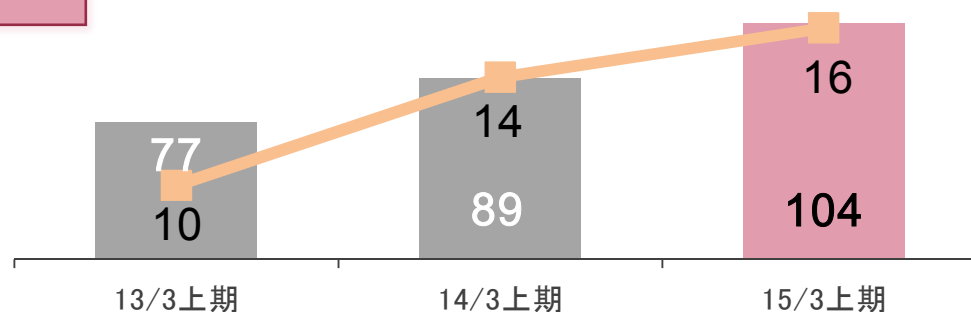
2015年3月期 上期業績

～地域別～

④アジア



■ 日本	326億円	49%
■ 米州	128億円	19%
■ 欧州	103億円	16%
■ アジア	104億円	16%



売上高

フレーバー	中国は大手顧客への製菓向け香料、及びローカル顧客への販売が順調。東南アジアは、大手顧客への飲料及びセイボリー向け香料の販売が順調。	↑
フレグランス	中国は、マルチナショナル、ローカル企業ともに、パーソナルケア、ハウスホールド向け香料の売上が増大。東南アジアは工場移転に伴う生産量の減少により減収。	↖

営業利益

東南アジアはフレグランスの売上不調による減収の影響で減益した一方、中国が大幅に増益したことにより、アジア全体では増益。	↑
-------------------------------------------------------------	---

※ 現地通貨ベースによる比較



Ⅱ. 2015年3月期 通期業績予想

2015年3月期 通期業績予想

[単位:百万円]	2014/3 通期実績	2015/3 上期実績	2015/3 通期予想	対前期比		前回予想 5/14発表
				増減額	%	
売上高	131,036	66,305	129,000	△2,036	△1.6	129,000
売上総利益	39,576	21,191	—	—	—	—
販売管理費	34,171	18,479	—	—	—	—
営業利益	5,404	2,711	3,000	△2,404	△44.5	3,000
経常利益	5,940	3,220	3,000	△2,940	△49.5	3,000
当期純利益	3,025	2,004	3,500	474	15.7	3,500

※為替レート USD: 98円 102円 103円 100円
EUR: 130円 140円 140円 130円

通期の見通し

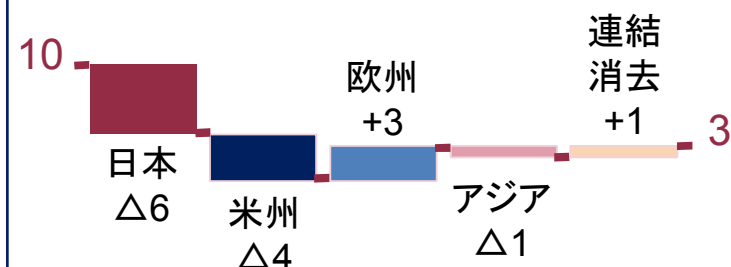
下期は、利益の上積みが見込めず厳しい見通し。純利益については、東南アジア子会社の工場売却益等を見込む。

2015年3月期 下期業績予想

[単位:百万円]	2014/3 下期実績	2015/3 下期予想	対前期比	
			増減額	%
売上高	64,802	62,694	△2,108	△3.3
売上総利益	18,623	—	—	—
販売管理費	17,607	—	—	—
営業利益	1,016	290	△727	△71.6
経常利益	1,335	△220	△1,556	△116.5
当期純利益	847	1,496	647	76.4

※為替レート USD: 98円 103円
EUR: 130円 140円

営業利益地域別増減



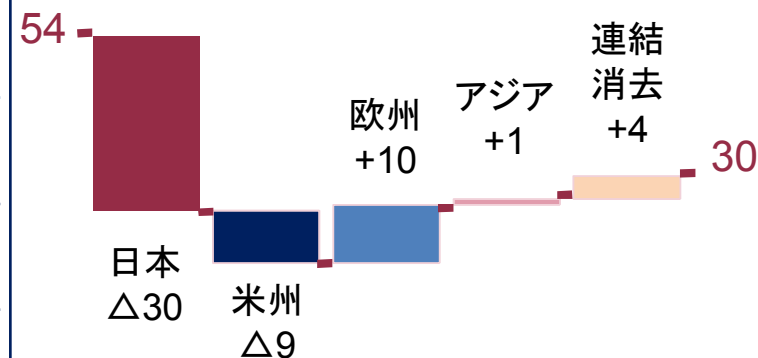
- ◆ 日本、米国が、上期に引き続き売上が低調に推移し、減益の見込み。下期で利益の上積みは見込めず。
- ◆ 前下期は営業外損益に為替差益2億円計上したが、当下期は不確定要素が大きいため、現時点では為替差損益は織り込まない。そのため、経常利益の前下期比マイナス幅が拡大見込み。

2015年3月期 通期業績予想

[単位:百万円]	2014/3 実績	2015/3 予想	対前期比	
			増減額	%
売上高	131,036	129,000	△2,036	△1.6
売上総利益	39,576	—	—	—
販売管理費	34,171	—	—	—
営業利益	5,404	3,000	△2,404	△44.5
経常利益	5,940	3,000	△2,940	△49.5
当期純利益	3,025	3,500	474	15.7

※為替レート USD: 98円 103円
EUR: 130円 140円

営業利益地域別増減



◆ 堅調なアジア、好調な欧州が利益を下支えするも、日本、米州の不調が響き、減収減益。

◆ 海外売上高比率 約50%

◆ 為替レート1円変動による売上への影響

ドル/円 3.4億円
ユーロ/円 1.6億円

2015年3月期 連結キャッシュフロー予想

[単位:百万円]	2013/3 実績	2014/3 実績	2015/3 計画	
営業CF	5,724	7,537	6,500	投資CF 2015予想 (約160億円以上) ・海外50億円以上。 (欧州約30億円、米州約20億円) ・西日本工場の当期における投資額 約75億円
(減価償却費)	(4,619)	(4,770)	(5,500)	
投資CF	△5,363	△11,544	△16,000	
財務CF	1,372	5,077	9,500	
現預金増減額	2,131	2,296	-	財務CF ・投資手当の借入金増加。
現預金期首残高	11,205	13,336	15,632	
現預金期末残高	13,336	15,632	15,600	

2015年3月期 サマリー

上期業績概要

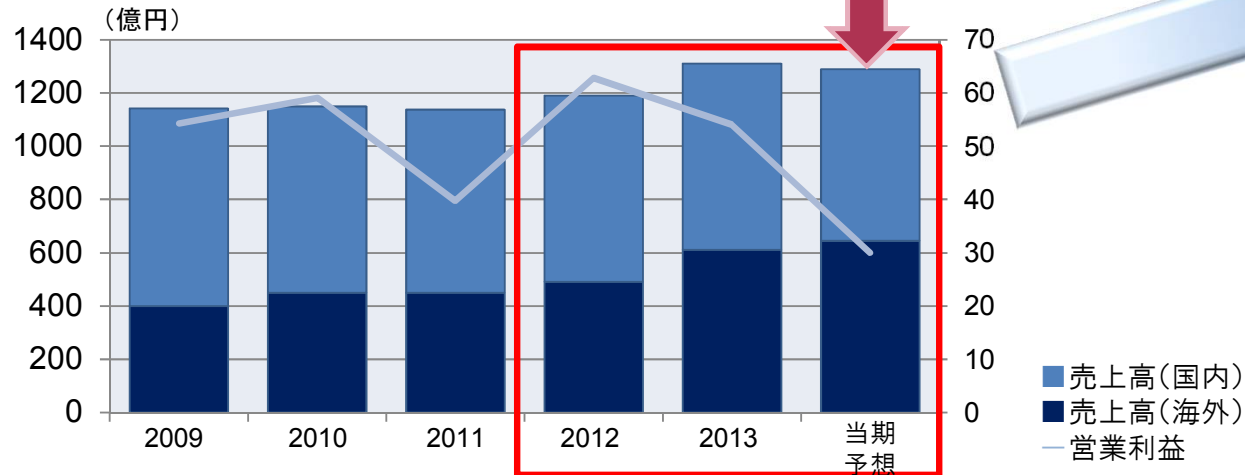
- ◆ 日本においては、夏場の天候不順により飲料や冷菓などの市場が伸び悩んだことに加え、昨年の当社フレーバー工場火災事故により夏場に向けた新製品プロジェクトへ参画できなかったことが響き、フレーバー部門は売上、営業利益ともに低調に推移。
- ◆ 欧州は、フランス子会社がファインフレグランス分野において大きく伸長し、当社グループの業績を牽引した。ドイツ子会社のタバコ、デイリー向けの香料が好調に推移。
- ◆ アジアは、中国がフレーバー、フレグランスともに好調。

通期見通し

- ◆ 日本においては、フレーバー事業が下期においても低調に推移することが懸念される。
- ◆ 欧州は順調な伸び、米州は低調な推移を見込む。
- ◆ 下期で利益の上積みは見込めず、通期業績は厳しい見通し。

2015年3月期 サマリー

連結売上高・営業利益推移



2020年
高砂100周年
グローバル市場に
おける地位確立



- GP-2 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

中期経営計画 策定中

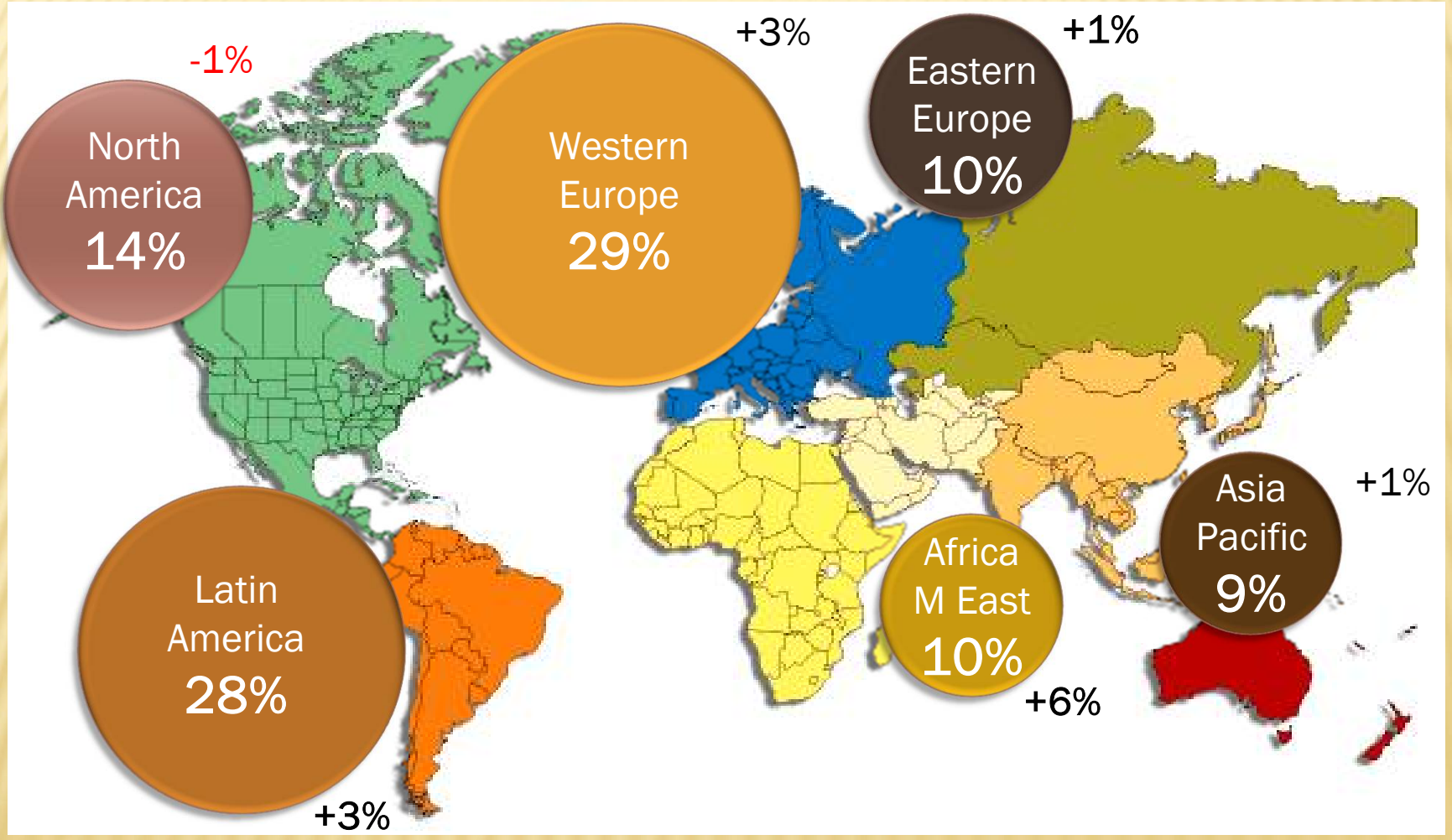
100周年へ向けた取組み
次の高砂100年に飛躍する為の重要な期間

III. FINE FRAGRANCE



Global Fine Fragrance Key Market Regions 2013

Retail Sales US\$ 45 bn
+2.4% versus 2012

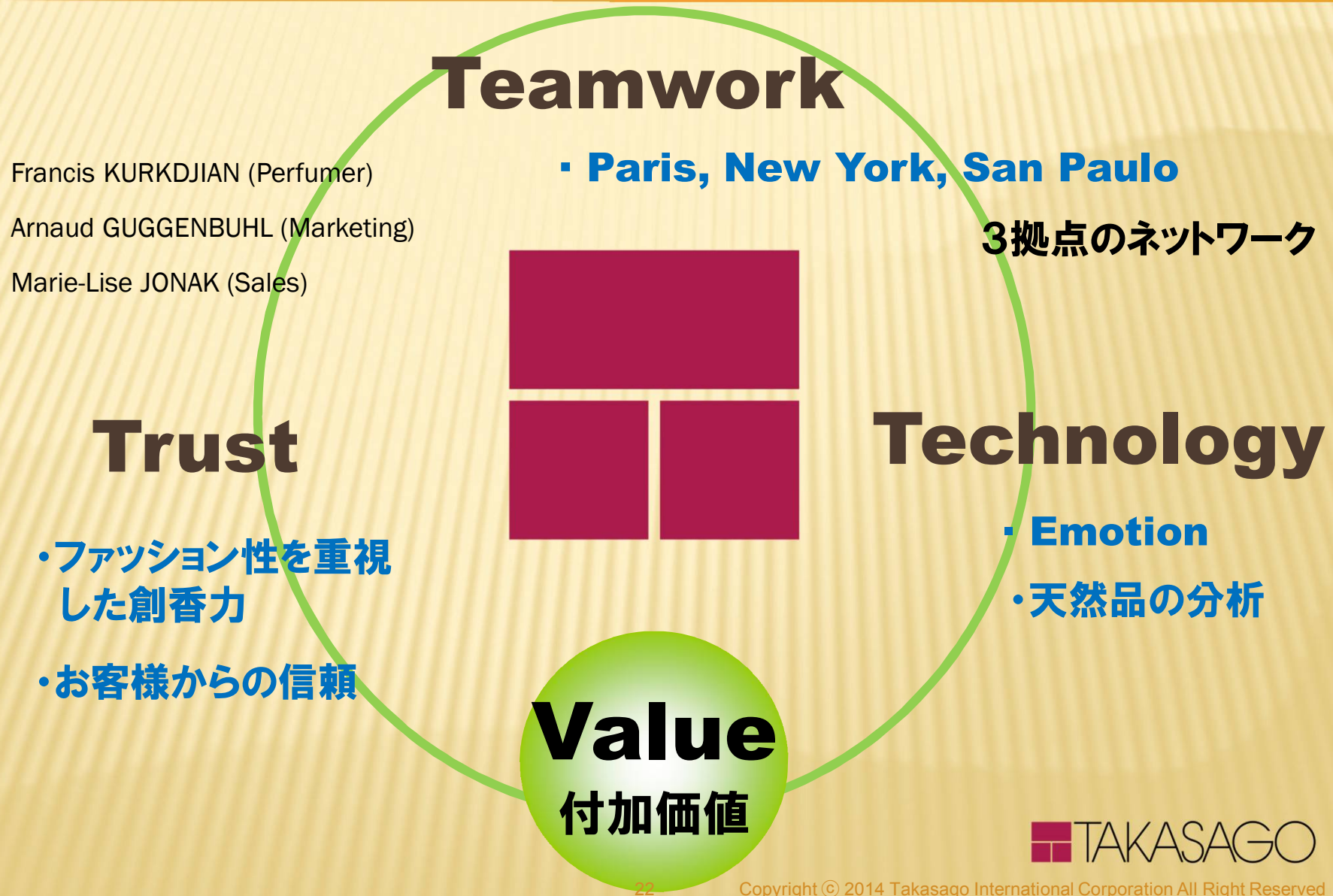


香水産業 世界のトップ・プレイヤー

- **L'Oréal** (Lancôme, Armani, Ralph Lauren, etc.)
- **Coty** (Calvin Klein, Davidoff, etc.)
- **LVMH** (Dior, Givenchy, Kenzo, etc.)
- **Puig** (Paco Rabanne, Nina Ricci, Jean-Paul Gaultier, etc.)
- **P&G** (Hugo Boss, Lacoste, etc.)
- **Shiseido** (Issey Miyake, Elie Saab, etc.)
- Chanel
- Helmes
- **Burberry**
- **Avon**
- **Estée Lauder**
- **Elizabeth Arden**
- **Yves Rocher**
- **Victoria's Secret**
- Belcorp
- Clarins
- Mary Kay
- **Oriflame**
- **Natura**
- **O'Boticario**

高砂の取り組み

Fine Fragrances



高砂の決定香水（2013-2014）



GIVENCHY

Gentlemen Only by Givenchy

ジバンシーのDNAともいえるエレガンスを称えた現代の紳士のための香り。1974年に発売した「ジェントルマン」をオマージュした新しいラインで、ジバンシーの代表作となる可能性を秘めている。

ELIE SAAB

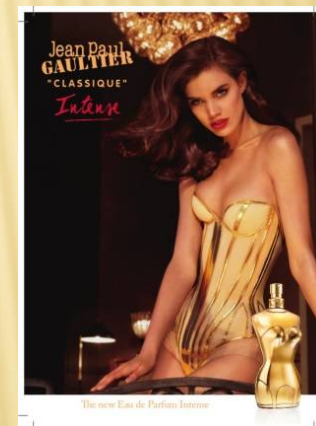
ELIE SAAB Collection

「エリー・サーブ コレクション」は、4種類のラグジュアリーな香り。エリー・サーブのデザインは、ラグジュアリーでグラマラス、洗練されたもので、レッドカーペットや公式の場で身にまとうようなドレス。



JEAN PAUL GAULTIER

Classique INTENSE



ジャン・ポール・ゴルチエの代表的なフレグランス「クラシック」の新しいライン、「クラシック・インテンス」。

TAKASAGO

高砂の決定香水（2014）

BURBERRY MY BURBERRY



「マイ・バーバリー」は、バーバリーの代名詞であるトレンチコートイメージした香水。ブランドの歴史やイメージを具現化した本格的なフレグランス。

雨上がりのロンドンの庭園の香りにインスパイアされた香り。

本日は、ありがとうございました。



※注意事項

本資料は、2014年11月18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はありません。

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: 取締役管理本部長 笠松 弘典

TEL: 03-5744-0523 FAX: 03-5744-0512

<http://www.takasago.com>

E-mail: ir@takasago.com