




香りがつなぐ。
安心と安全。

そこに香りがあれば、傍にいただけでもっと分かりあえるはずです。
コミュニケーションが多様になるごときに香りも進化が求められています。
安心から生まれる信頼関係を未来につなぐために、
私たち長谷川香料は常に安全を管理し、内外に保証してきました。
原料や製品の品質管理、製造過程の衛生管理だけでなく、
工場や研究所周辺の環境対策などの
安全性を安心のレベルにまで高めています。
廃棄物の有効利用や緑化など環境づくりにも配慮しています。
人と地球と未来へ、香料で豊かな社会を。
ここには持続可能な社会へ向けての強い意識があります。

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

2020年9月期第2四半期 決算説明会

2020年5月29日

長谷川香料株式会社

- I. 連結決算の概要
- II. 新型コロナウイルスの対応と影響
- III. 経営方針
- IV. グローバル戦略
- V. 資本政策
- VI. 添付資料

I . 連結決算の概要

国内市場

- ・ 2019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	2019年	減少	<ul style="list-style-type: none"> ・ 梅雨明けの大幅な遅れにより最需要期の夏場に大きく減少 ・ 紅茶飲料が新製品の発売等により好調も、夏場の減少分を補えず 	
	2020年 1～3月	減少	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出制限等の影響で消費低迷 ・ 販促自粛により新商品の動き停滞 ・ 在宅勤務の推進や商業施設の休館等により自動販売機が不振 ・ 備蓄用大型ペットボトル商品好調 	
菓子	スナック	2019年	微増	<ul style="list-style-type: none"> ・ ポテトチップスは前年大幅増の反動減、一部値上げにより減少も成型ポテトスナックが回復し、ポテトスナック全体で前年を上回る ・ コーン系は新製品投入により市場活性化
		2020年 1～3月	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ ポテトチップスは休校要請以降、大幅増 ・ コーン系、小麦粉系はポテトチップスの品薄に伴う代替需要あり
	チョコレート	2019年	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高カカオチョコが市場を牽引し伸長
		2020年 1～3月	減少	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高カカオチョコが前年大幅増の反動減 ・ スナックチョコの大袋が休校要請や外出自粛により需要増も補えず
冷菓	2019年	微減	<ul style="list-style-type: none"> ・ 梅雨明けの大幅な遅れにより最需要期の夏場に大幅減少 ・ 秋以降は天候に恵まれ、新商品の投入等により市場活性化 	
	2020年 1～3月	増加	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前年3月の値上げに伴う減少の反動増 ・ 休校要請や外出自粛によりマルチパック商品の需要増 	

- 売上高
 前期並み
 通期計画に対する進捗率は48.4%（標準進捗率47%）
- 営業利益
 前期比11.2%増加
 通期計画に対する進捗率は50.6%（標準進捗率43%）

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	24,468	24,462	-5	-0.0%	48.4%
売上原価	15,202	15,114	-88	-0.6%	48.3%
売上総利益	9,265	9,348	82	0.9%	48.7%
販売費及び一般管理費	7,044	6,878	-165	-2.4%	48.0%
営業利益	2,221	2,469	248	11.2%	50.6%
経常利益	2,436	2,688	251	10.3%	50.5%
税引前当期純利益	2,422	3,008	586	24.2%	46.6%
当期純利益	1,761	2,092	330	18.8%	45.1%
(参考) EBITDA※2	3,917	3,951	34	0.9%	48.7%

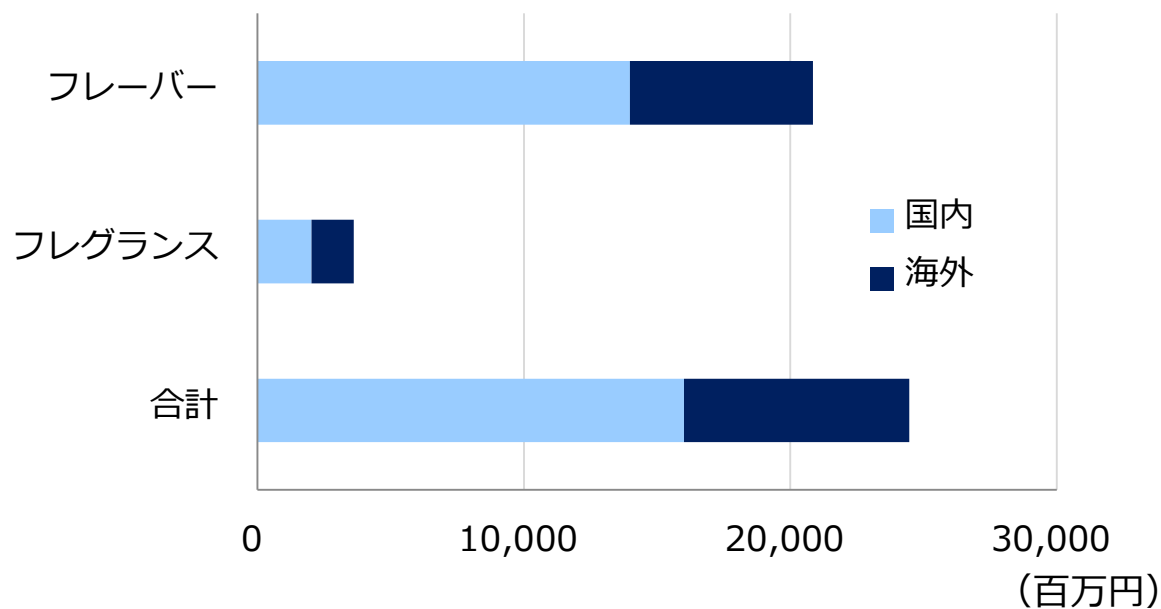
※1：2020年5月8日発表の修正計画に対する進捗率
 ※2：EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

- ・フレーバー増収、フレグランス減収 ⇒ 全体では前期並み

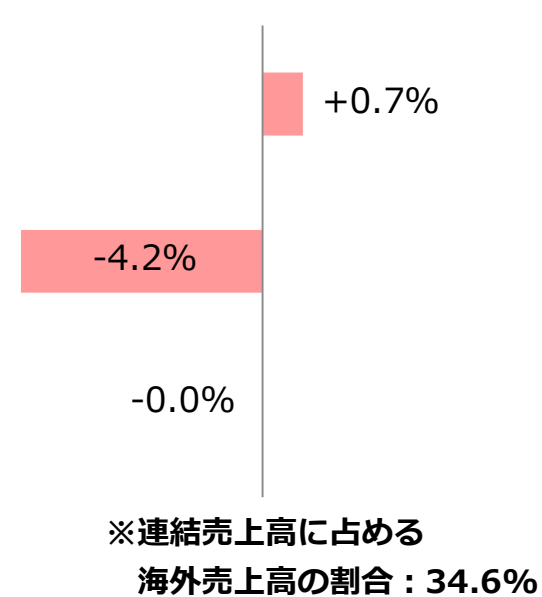
百万円

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	20,699	20,853	154	0.7%	当社単体、米国子会社の売上増加
フレグランス	3,768	3,608	-159	-4.2%	当社単体、インドネシア子会社の売上減少
合計	24,468	24,462	-5	-0.0%	-

2020年9月期第2四半期実績（連結）



増減率



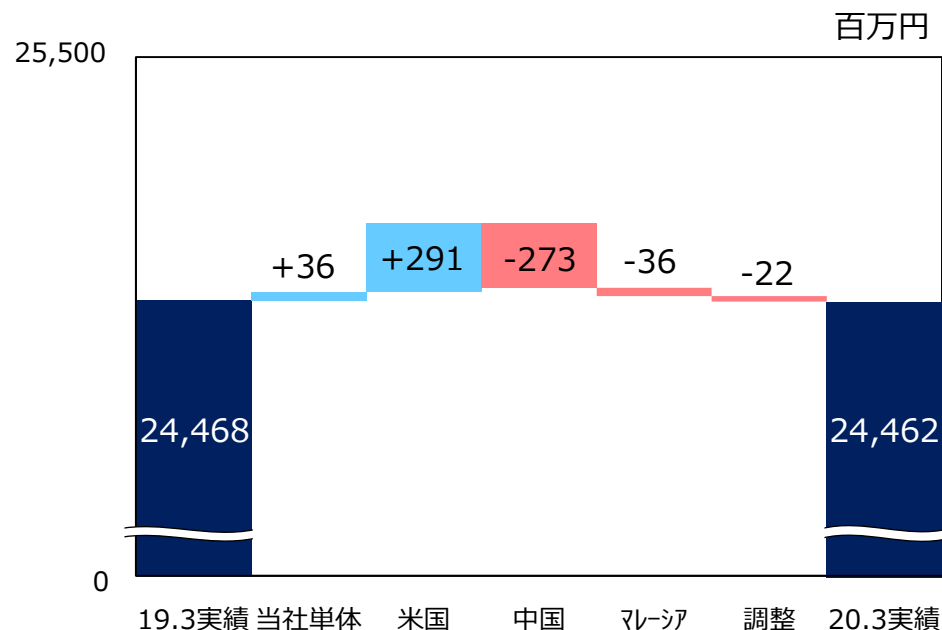
グループ会社別売上高

・前期並み

米国子会社が増加、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	18,110	18,147	36	0.2%
米国	2,784	3,075	291	10.5%
中国	3,341	3,067	-273	-8.2%
マレーシア	468	431	-36	-7.8%
調整	-236	-259	-22	-
連結	24,468	24,462	-5	-0.0%

通貨	前第2四半期	当第2四半期	増減率
1US\$	¥111.55	¥108.84	2.4%円高
1人民元	¥16.33	¥15.52	5.0%円高
1MYR	¥27.01	¥26.13	3.3%円高



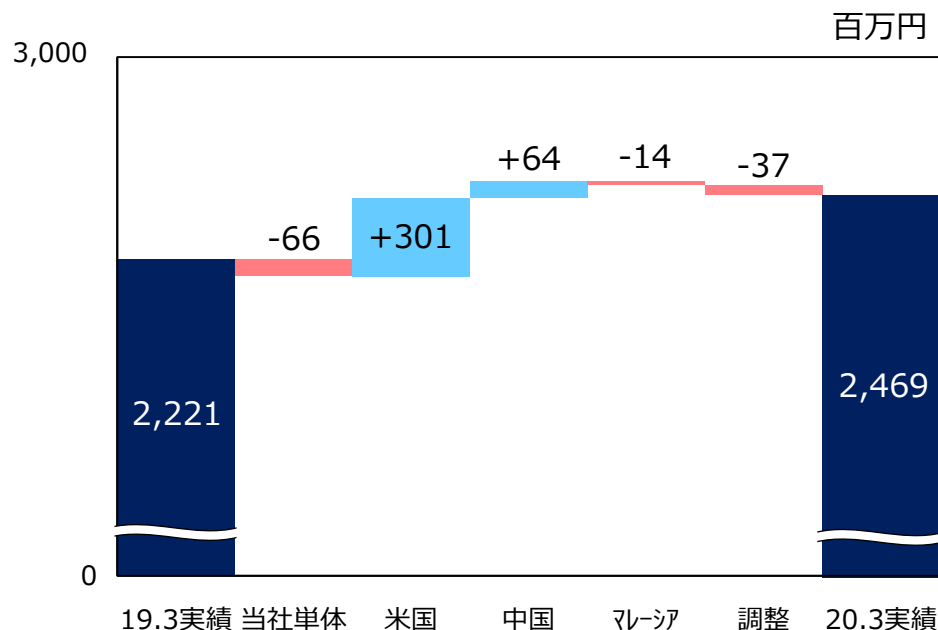
当社単体	フレーバー部門の飲料向けの売上増加 フレグランス部門のトイレタリー製品向けの売上減少	前期並み
米国	外食向け、飲料分野の売上増加	増収
中国	新型コロナウイルスの影響によりフレーバー部門の売上減少	減収
マレーシア	周辺国のロックダウンや入国制限の影響等により輸出減少	減収

グループ会社別営業利益

- 増益要因
米国子会社が増加

	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	1,946	1,880	-66	-3.4%
米国	-18	283	301	-
中国	255	320	64	25.4%
マレーシア	35	21	-14	-41.1%
調整	1	-36	-37	-
連結	2,221	2,469	248	11.2%

通貨	前第2四半期	当第2四半期	増減率
1US\$	¥111.55	¥108.84	2.4%円高
1人民元	¥16.33	¥15.52	5.0%円高
1MYR	¥27.01	¥26.13	3.3%円高



当社単体	売上原価率の悪化	減益
米国	売上原価率の改善、 のれん償却額の減少に伴う販管費の減少	増益
中国	売上原価率の改善、販管費の減少	増益
マレーシア	売上高の減少、販管費の増加	減益

2020年9月期通期計画（連結）の修正

- 2020年5月8日に、2019年11月8日発表の通期計画を修正

百万円

	前期実績		2019年11月8日 発表計画		2020年5月8日 修正計画					
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	前期比		2019年11月発表計画比	
							増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	50,493	100.0%	51,600	100.0%	50,500	100.0%	6	0.0%	-1,100	-2.1%
売上原価	31,373	62.1%	31,770	61.6%	31,300	62.0%	-73	-0.2%	-470	-1.5%
売上総利益	19,120	37.9%	19,830	38.4%	19,200	38.0%	79	0.4%	-630	-3.2%
販売費及び一般管理費	14,441	28.6%	14,730	28.5%	14,320	28.4%	-121	-0.8%	-410	-2.8%
営業利益	4,678	9.3%	5,100	9.9%	4,880	9.7%	201	4.3%	-220	-4.3%
経常利益	5,175	10.3%	5,550	10.8%	5,320	10.5%	144	2.8%	-230	-4.1%
税引前当期純利益	5,464	10.8%	5,790	11.2%	6,460	12.8%	995	18.2%	670	11.6%
当期純利益	4,121	8.2%	4,250	8.2%	4,640	9.2%	518	12.6%	390	9.2%

【通期計画修正の理由】

売上高

- 新型コロナウイルスの感染拡大の影響、2020年9月期第2四半期累計期間の業績をふまえ、通期計画を下方修正
- 2020年通期での新型コロナウイルスの売上高への影響は約1,150百万円減少を見込む

(参考) 修正計画為替レート

1US\$	¥108.84
1人民元	¥15.52
1MYR	¥26.13

利益

- 売上高の通期計画を下方修正したことに伴い、営業利益、経常利益とも下方修正
- 2020年4月に投資有価証券の一部を売却し、投資有価証券売却益867百万円を特別利益に計上することに伴い、当期純利益は上方修正

Ⅱ． 新型コロナウイルスの 対応と影響

当社グループが進出する各地域で新型コロナウイルスの影響あり
 2020年9月期通期売上高への影響額は約11.5億円と推計

地域	2020年9月期 売上高への影響額（推計）		
	上期（実績） （2019年10月～2020年3月）	下期（見込み） （2020年4月～9月）	通期（見込み）
日本	なし	約5.5億円減少	約5.5億円減少
米国	なし	なし	なし
中国	約1.7億円減少	約2.0億円減少	約3.7億円減少
東南アジア	約0.2億円減少	約2.1億円減少	約2.3億円減少
合計	約1.9億円減少	約9.6億円減少	約11.5億円減少

新型コロナウイルスの対応

新型コロナウイルス対応の
全社非常対策本部設置

手洗い・うがい、消毒、マスク
着用や咳エチケットの徹底

全社員を対象とした
時差通勤の導入

国内外の出張自粛

大人数・長時間の
社内会議の制限

社内・得意先・取引先との
電話会議・ビデオ会議の活用

- ・ 本社・研究所・支店：交代制の在宅勤務実施、在宅勤務の更なる拡大
⇒事業継続可能な体制を整備
- ・ 工場：ゾーニング、導線の確保、グルーピング、シフト等の対策実施
⇒感染リスクの減少・回避に向けた対策を実施

事業への影響	2020年9月期 売上高への影響額（推計）		
	上期 （実績）	下期 （見込み）	通期 （見込み）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 飲食店等の休業要請や外出自粛に伴う業務用商品向けの需要減少 ・ 手洗いや消毒関連商品、即席麺向けの需要増加 ・ 得意先での新商品の発売延期・中止の可能性を見込む 	なし	約5.5億円 減少	約5.5億円 減少

新型コロナウイルスの対応

入場時の検温、マスク着用義務付け、消毒実施

出張禁止、訪問者受け入れ停止

- ・ 管理部門：原則在宅勤務（オフィスでの勤務は必要最小限）
- ・ 生産部門：交替勤務や座席配置の工夫、在宅勤務活用
⇒生産活動継続

事業への影響	2020年9月期 売上高への影響額（推計）		
	上期 （実績）	下期 （見込み）	通期 （見込み）
<ul style="list-style-type: none"> ・ Essential Businessとして外出禁止令の対象除外 ・ 生産体制に大きな影響なし ・ 原材料調達、物流に影響なし 	なし	なし	なし

新型コロナウイルスの対応

入場時の検温、マスク着用義務付け
オフィス内業務時の換気徹底（ドア・窓の開放等）

生産部門人員の出勤率低下に伴う、生産計画の見直し
⇒上海は2月中旬、蘇州は3月上旬に通常の生産体制に回復

物流の混乱に伴う納品方法の検討
⇒ 3月上旬～中旬に、一部地域を除き、物流の混乱で停滞の在庫分出荷

- ・ 上海：3月に在宅勤務解除、ほぼ100%出勤
- ・ 蘇州：在宅勤務実施せず

事業への影響	2020年9月期 売上高への影響額（推計）		
	上期 （実績）	下期 （見込み）	通期 （見込み）
<ul style="list-style-type: none"> ・ 春節休暇延長に伴う稼働日減少 ・ 製造人員の出勤率低下による生産能力の一時低下 ・ 物流の混乱による影響あり ⇒現在は納品に問題ないレベルまで回復 ・ 原材料調達は早期に原料確保に動き、影響なし ・ 2020年1～3月の売上高が大幅減少 ・ 中国全体の景気低迷の影響継続 	約1.7億円 減少	約2.0億円 減少	約3.7億円 減少

新型コロナウイルスの対応

入場時の検温、マスク着用、消毒実施

出張禁止、訪問者受け入れ停止

- ・マレーシア : 政府主導で出勤者の絞り込み、交代勤務実施
その他の従業員は在宅勤務
⇒現在は一部の在宅勤務者を除き、ほぼ全員出勤
- ・タイ : 交代勤務実施
- ・インドネシア : 大規模社会制限適用期間中、全従業員が原則在宅勤務
必要に応じ、許可を得て短時間のみ出社可

事業への影響	2020年9月期 売上高への影響額（推計）		
	上期 （実績）	下期 （見込み）	通期 （見込み）
<ul style="list-style-type: none"> ・ マレーシア子会社は必須業種として稼働承認取得 ・ マレーシアは周辺国のロックダウンや入国制限により輸出に影響あり ・ インドネシアは日本、マレーシアからの航空便の大幅減により輸送遅延発生 ・ タイ、インドネシアは新商品の延期、景気後退や得意先の販促活動の自粛等により既存品に影響あり 	約0.2億円 減少	約2.1億円 減少	約2.3億円 減少

Ⅲ. 経営方針



IV. 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

営業体制強化
ソリューション
営業推進

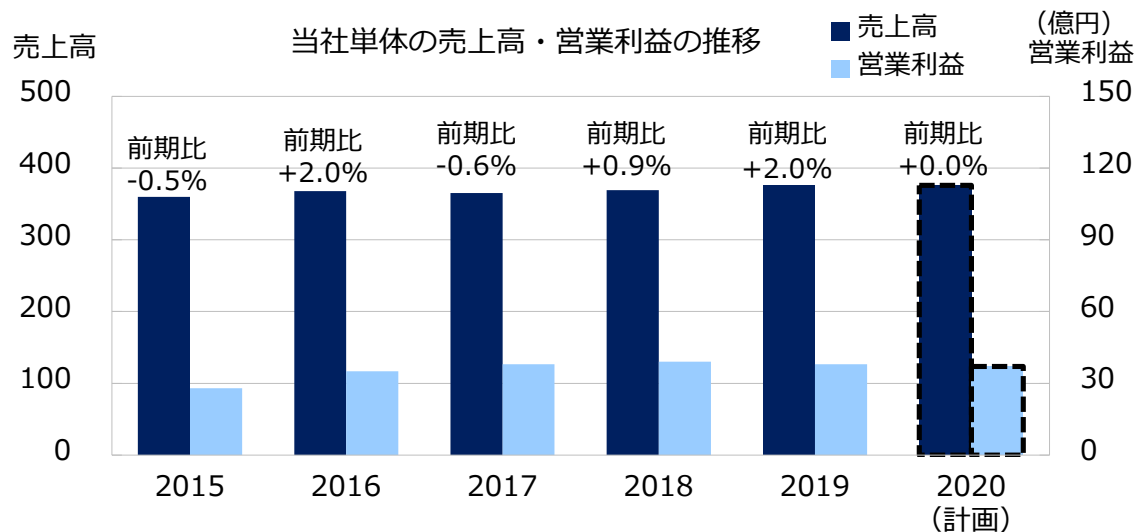
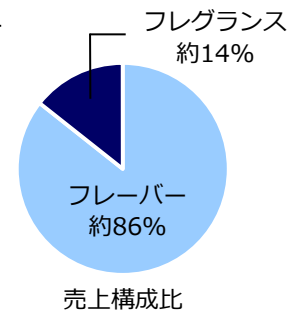
- ・ 営業活動の質向上
⇒フリーアドレス導入検討開始
⇒売上拡大に向けた施策をプロジェクトチームで策定、進捗管理
⇒サポート機能充実
- ・ マーケティング部を中心にマーケティング戦略を立案し、提案型営業案件増加
- ・ マーケット調査・分析等を活用した潜在的欲求「ウォンツ」の把握

香料用途拡大対応

- ・ 食品原料代替香料の開発
⇒乳製品、野菜、果汁、代替肉市場（大豆ミート等）向け等に注力
- ・ 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
⇒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

研究開発活動
スピードアップ

- ・ 各研究所の連携を活かした研究開発推進



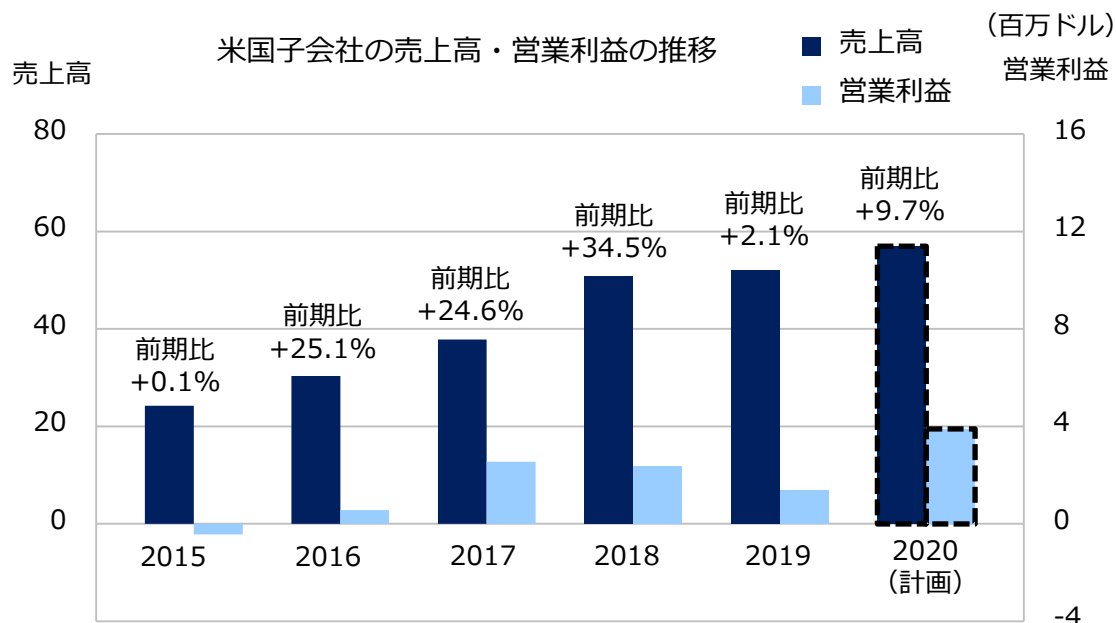
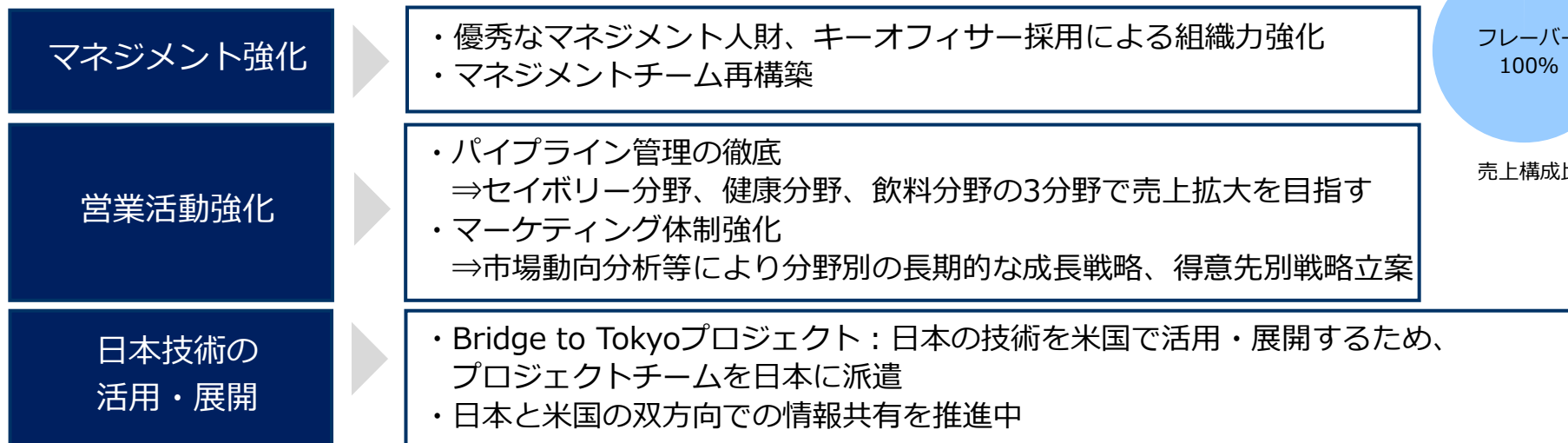
2020年9月期第2四半期実績

売上高：181億円
(前期並み)

営業利益：18億円
(前期比3.4%減少)

基本戦略：セイボリー分野、健康分野、飲料分野の売上拡大

現在の取り組みと進捗状況



2020年9月期第2四半期実績

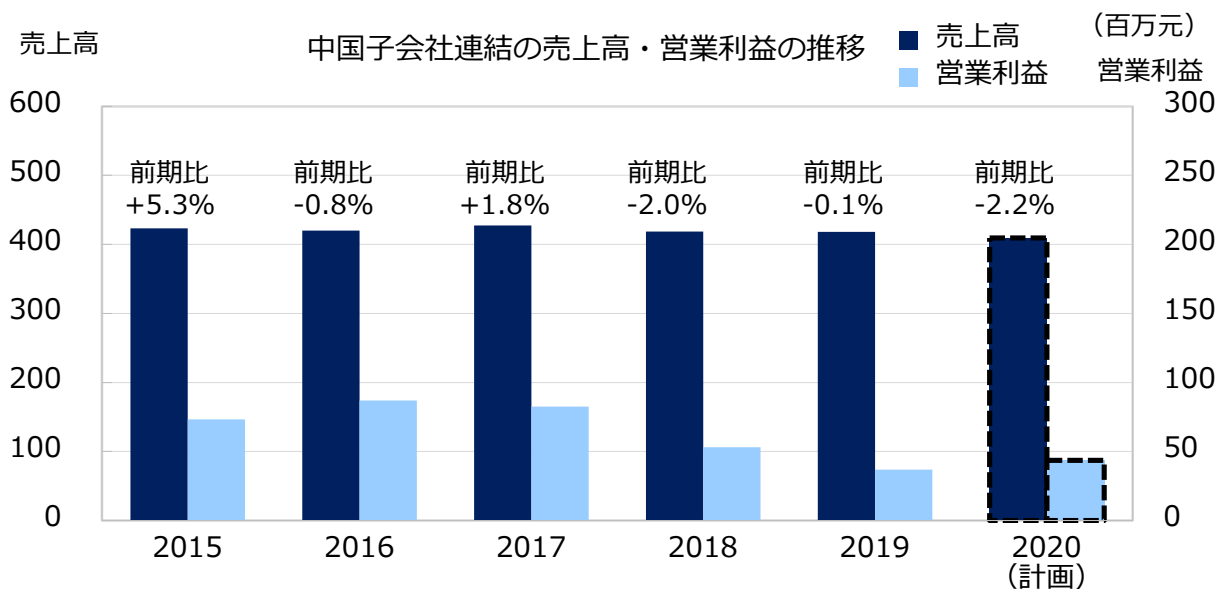
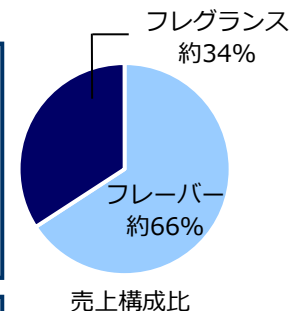
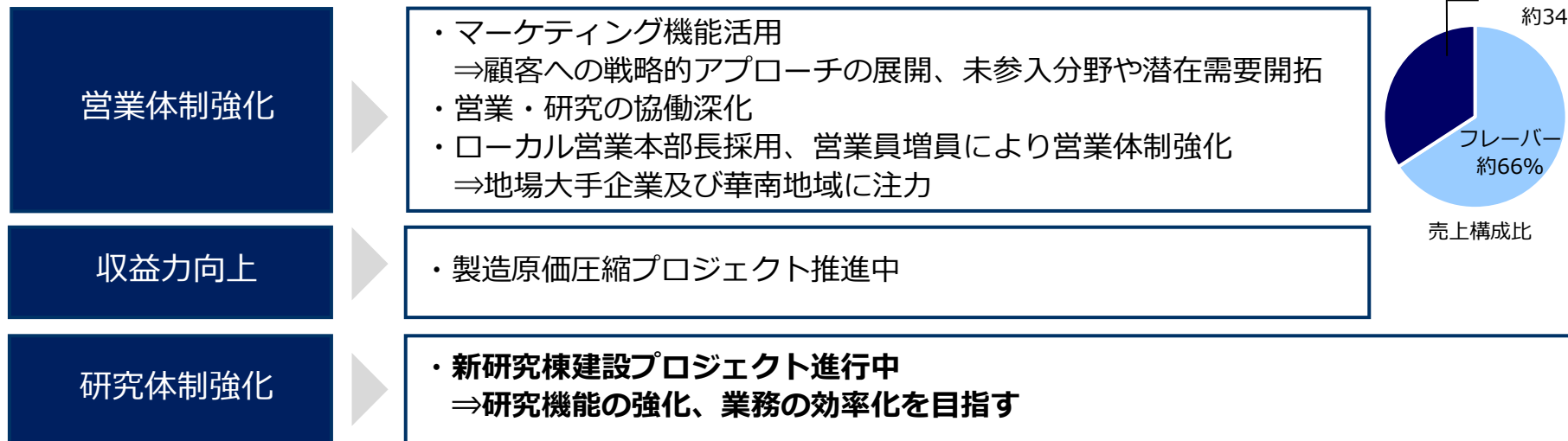
売上高：28百万ドル (30億円)
(前期比13.2%増加)

営業利益：2.6百万ドル (2.8億円)
(黒字に転換)

※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

基本戦略：強化した組織基盤のもと、各種施策により売上高・利益の両面から業績回復

現在の取り組みと進捗状況



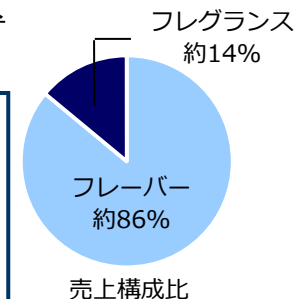
2020年9月期第2四半期実績

売上高：197百万円 (30億円)
(前期比3.4%減少)

営業利益：20.6百万円 (3.2億円)
(前期比32.0%増加)

※2019年9月期より、米国を除く海外連結子会社において、IFRS第15号「顧客との契約から生じる収益」を適用比較を容易にするため、2018年9月期以前の売上高を同様の基準で算定した数値を掲載

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



営業体制強化

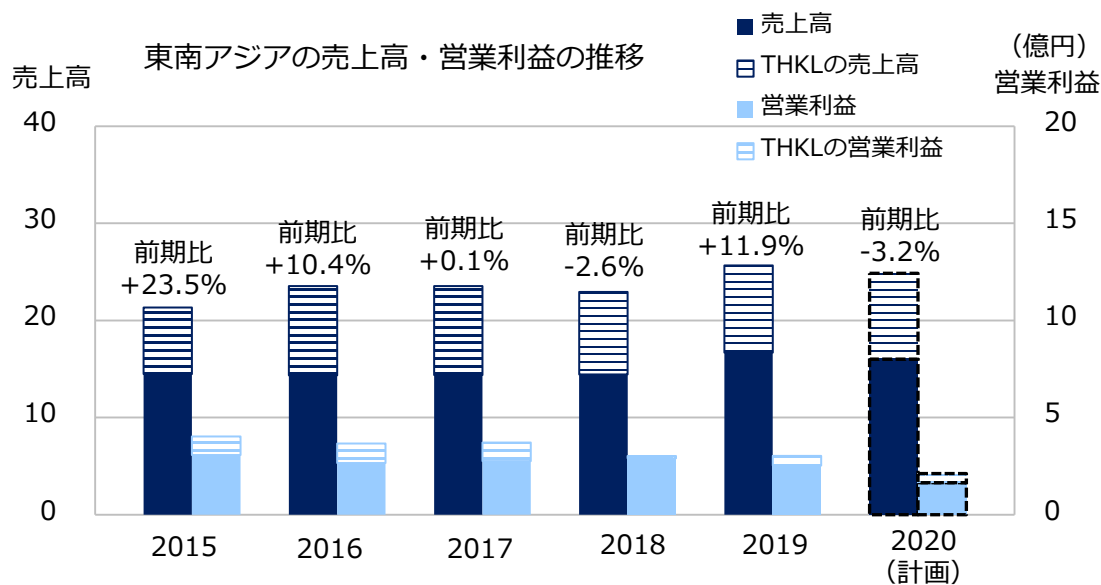
- ・新規顧客開拓に向け営業人材獲得・組織強化
⇒マレーシア、タイ、インドネシアにおいて営業員増員
周辺地域（ベトナム、フィリピン、ミャンマー）に営業員配置
- ・東南アジア地域を統括する責任者（支配人）配置
⇒東南アジア各拠点の有機的な連携をコーディネート

顧客対応
スピードアップ

- ・インドネシアオフィスに移転し、オフィスとアプリケーションラボラトリー一体化
⇒よりスピーディーな営業活動が可能
- ・アプリケーションラボラトリー（タイ、インドネシア、台北）活用推進

THKLをハブとした
東南アジア戦略展開

- ・東南アジアのハブ拠点としてTHKL（ハラル対応）を活用
- ・日本からの人員派遣により研究・生産面の指導実施
- ・マレーシアの新工場建設計画は政治・経済動向をふまえて進捗管理



2020年9月期第2四半期実績

売上高：12.1億円
(前期比7.4%減少)

営業利益：0.8億円
(前期比45.7%減少)

※売上高は、当社単体売上高に含まれる東南アジアへの輸出売上高を合算して作成

V. 資本政策

基本方針

- ・将来にわたる企業価値の持続的成長とその最大化を目指していくために、成長投資及びリスクに適切に対応できる株主資本の水準を保持

資金活用方針

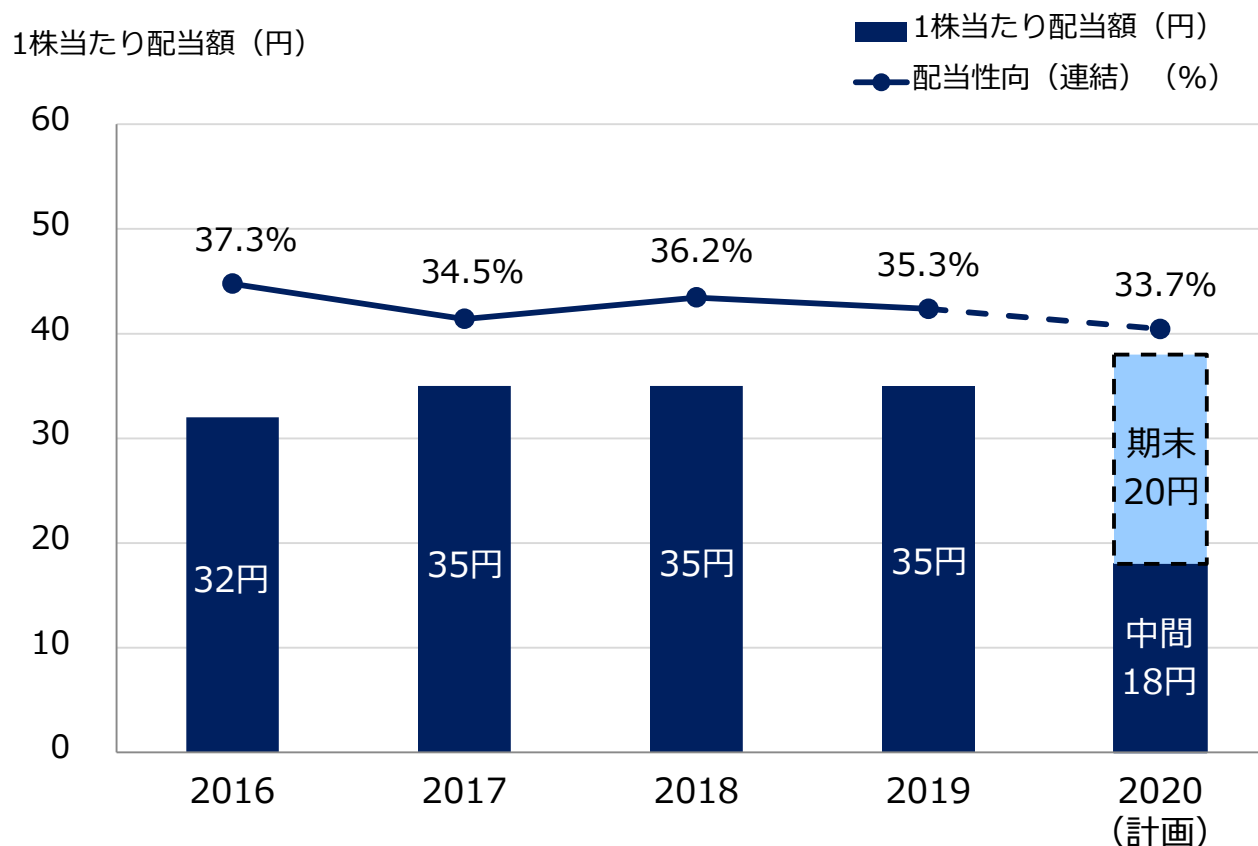
- ・健全な財務体質の維持、資本効率の向上等を勘案し、資金を適切に活用
 - － **株主還元**
連結配当性向35%程度を目途に中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を実施
 - － **設備投資**
成長に向けた増産化投資、既存設備の更新・メンテナンス
 - － **M&A**
市場規模やビジネスリスク、買収金額等の観点から総合的に判断
顧客網、技術面、人材面等でシナジー効果が期待できるM&Aの実現

政策保有株式

- ・資本効率向上等の観点から保有総数を縮減（既に一部売却済み、今後も売却検討継続）
- ・毎年取締役会において、中長期的な観点で保有目的や経済合理性等から保有の適否を検証

株主還元

- ・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、株主の皆様へ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
- ・通期業績予想の修正をふまえ、1株当たり期末配当金予想を2円増配し20円に修正



政策保有株式の売却（完了）

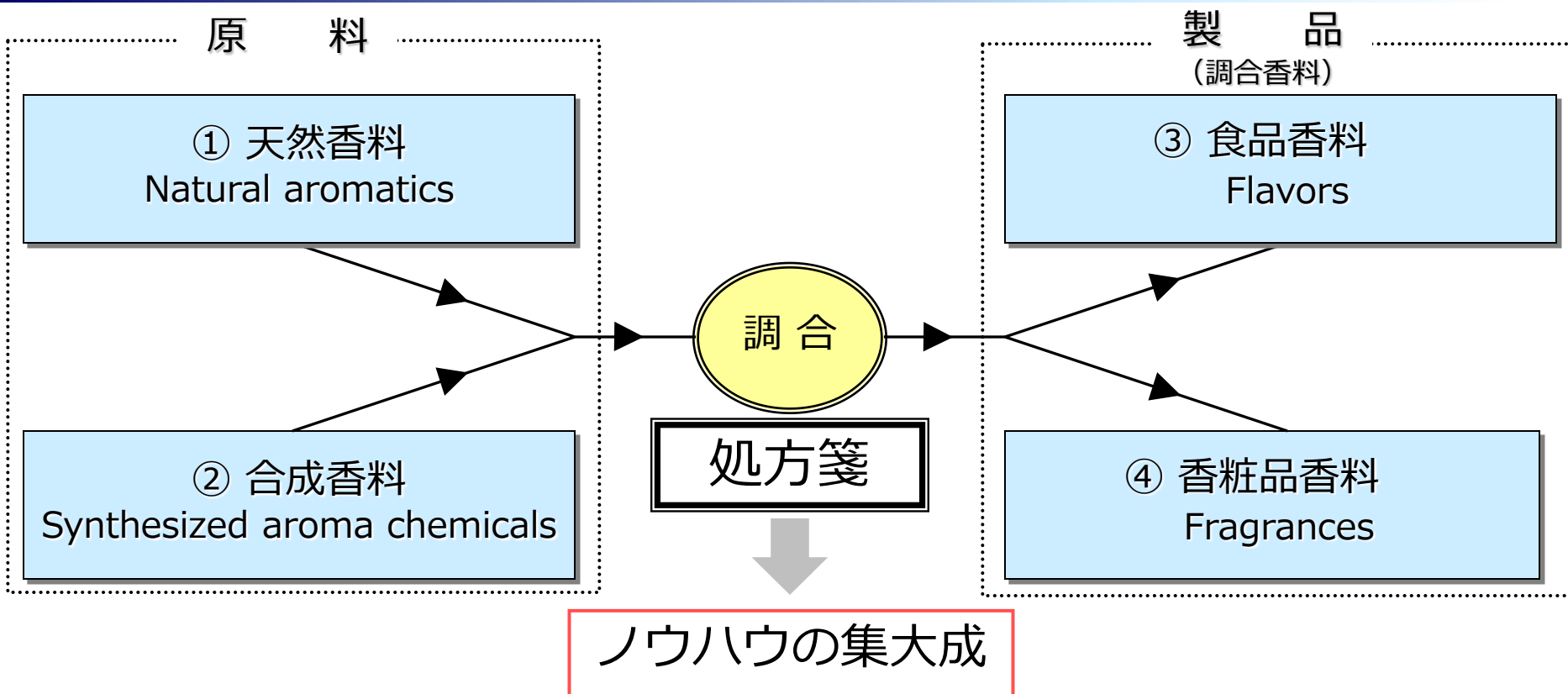
- ・ 2020年3月27日「投資有価証券売却に伴う特別利益の計上見込みに関するお知らせ」発表
 - ・ 2020年4月に当該投資有価証券の売却が完了
- 【理由】 政策保有株式の見直し
- 【売却株式】 当社保有の上場有価証券 1 銘柄
- 【売却益】 867百万円 ※2020年9月期第3四半期連結会計期間において特別利益に計上予定

自己株式取得に係る事項の決定

- ・ 2020年3月27日「自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ」を発表
- 【目的】
経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行、資本効率の向上と株主還元の充実
- 【取得し得る株式の総数】
1,000千株（上限）（発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 2.4%）
- 【株式の取得価額の総額】
2,000百万円（上限）
- 【取得期間】
2020年3月30日～2020年9月30日

VI. 添付資料

香料業について



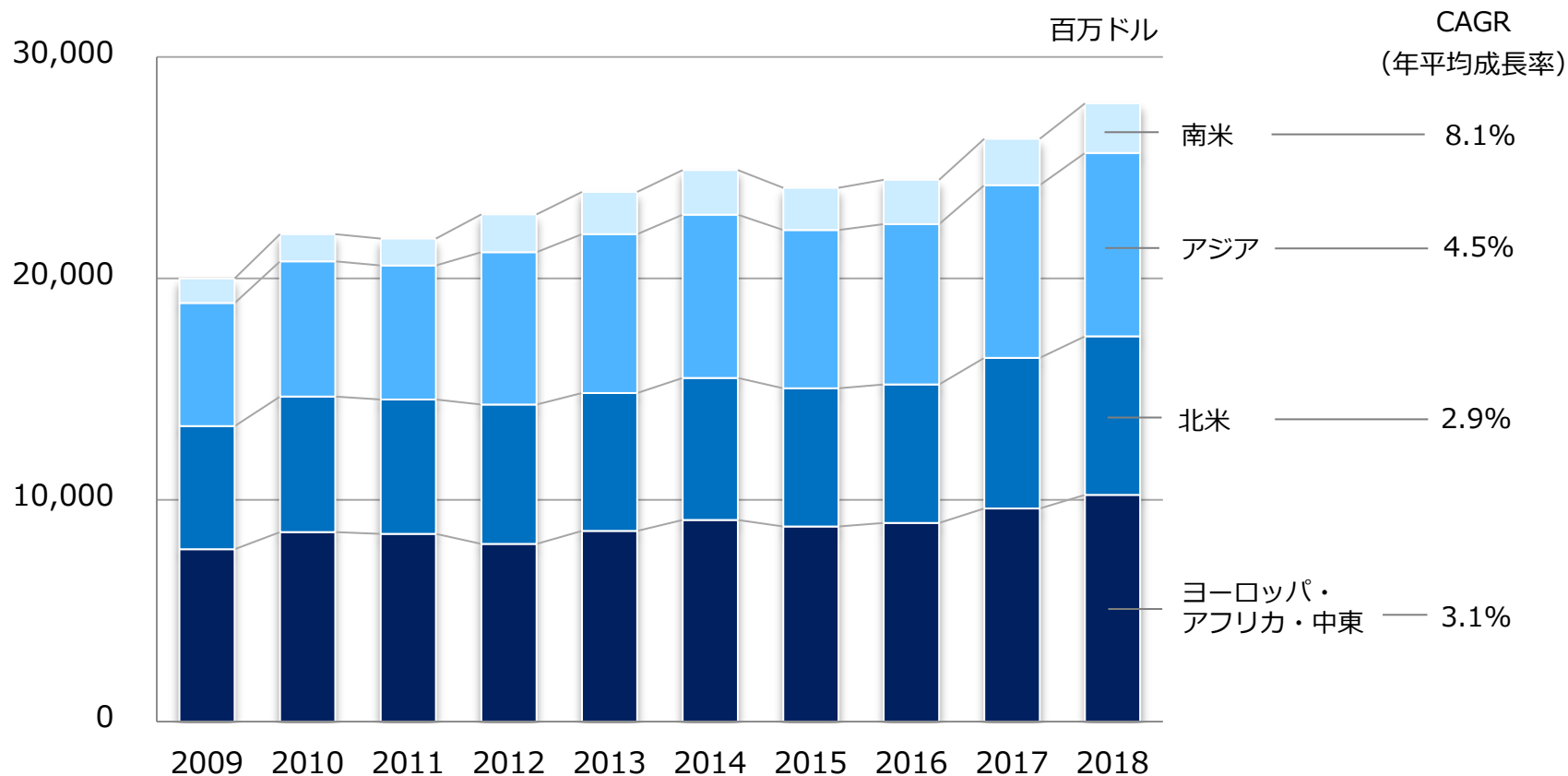
- 化粧品香料を調香する研究者をPerfumer（パフューマー）、食品香料を調香する研究者をFlavorist（フレーバリスト）と呼ぶ
 - 化粧品香料と食品香料は各得意先の要求に基づいてテーラーメイドされる
- ⇒ パフューマー、フレーバリストが作成する処方箋が香料会社のノウハウの集大成

市場規模

世界の香料市場の推移（当社推計）

- ・ 2018年の世界全体の香料市場 前年比約6%増加

世界の香料市場の推移（当社推計）



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3.0兆円（約279億ドル）

ヨーロッパ・アフリカ・中東

- 市場規模：約 11,000億円 *
- 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 7,700億円 *
- 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 8,900億円 *
- 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 2,400億円 *
- 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\$ = 109.4円（2018年）

● = 当社拠点

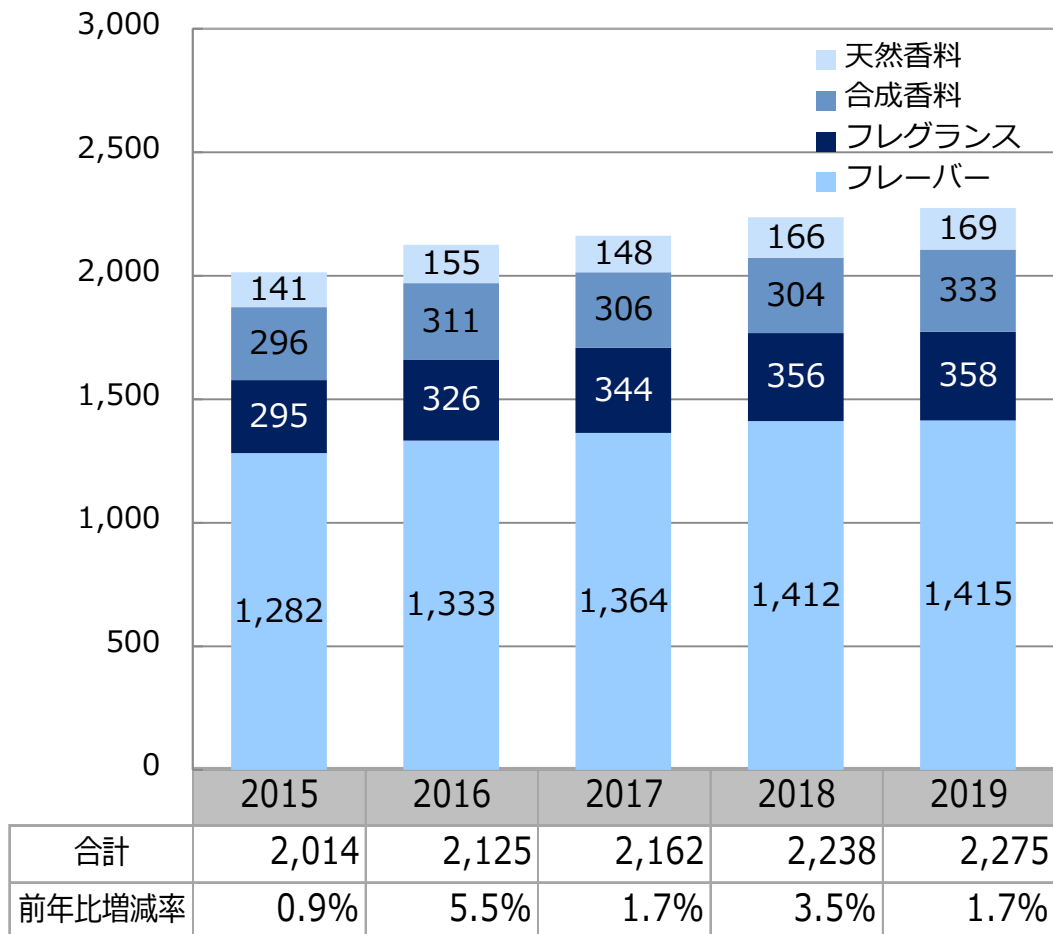
				百万ドル	
	会社名	国名	2019年売上高	シェア	
1	Givaudan	スイス	6,156	24.1%	
2	IFF	米国	5,140	20.1%	
3	Firmenich	スイス	3,872	15.2%	
4	Symrise	ドイツ	3,054	12.0%	
5	Wild Flavors	ドイツ	2,745	10.7%	
6	Mane SA	フランス	1,479	5.8%	
7	高砂香料工業	日本	1,393	5.5%	
8	Sensient Flavors	米国	700	2.7%	
9	Robertet SA	フランス	524	2.1%	
10	長谷川香料	日本	467	1.8%	
合計			25,531	100.0%	

※ 各社の開示資料を参考に当社推計

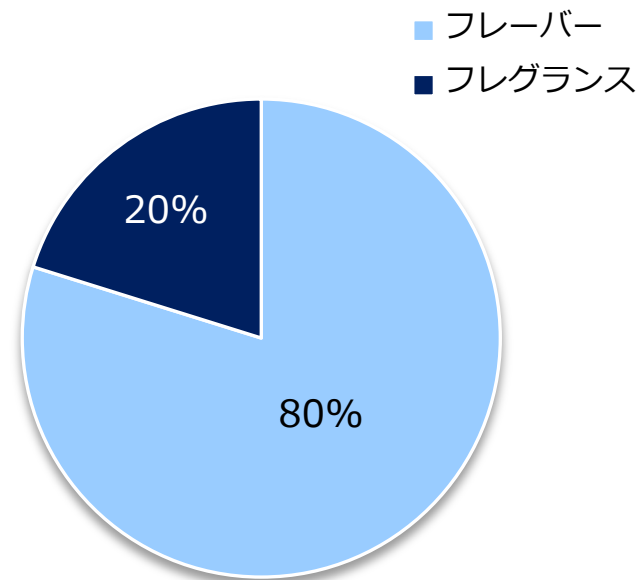
※ Mane SAは、2018年度の数値を使用

- 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）

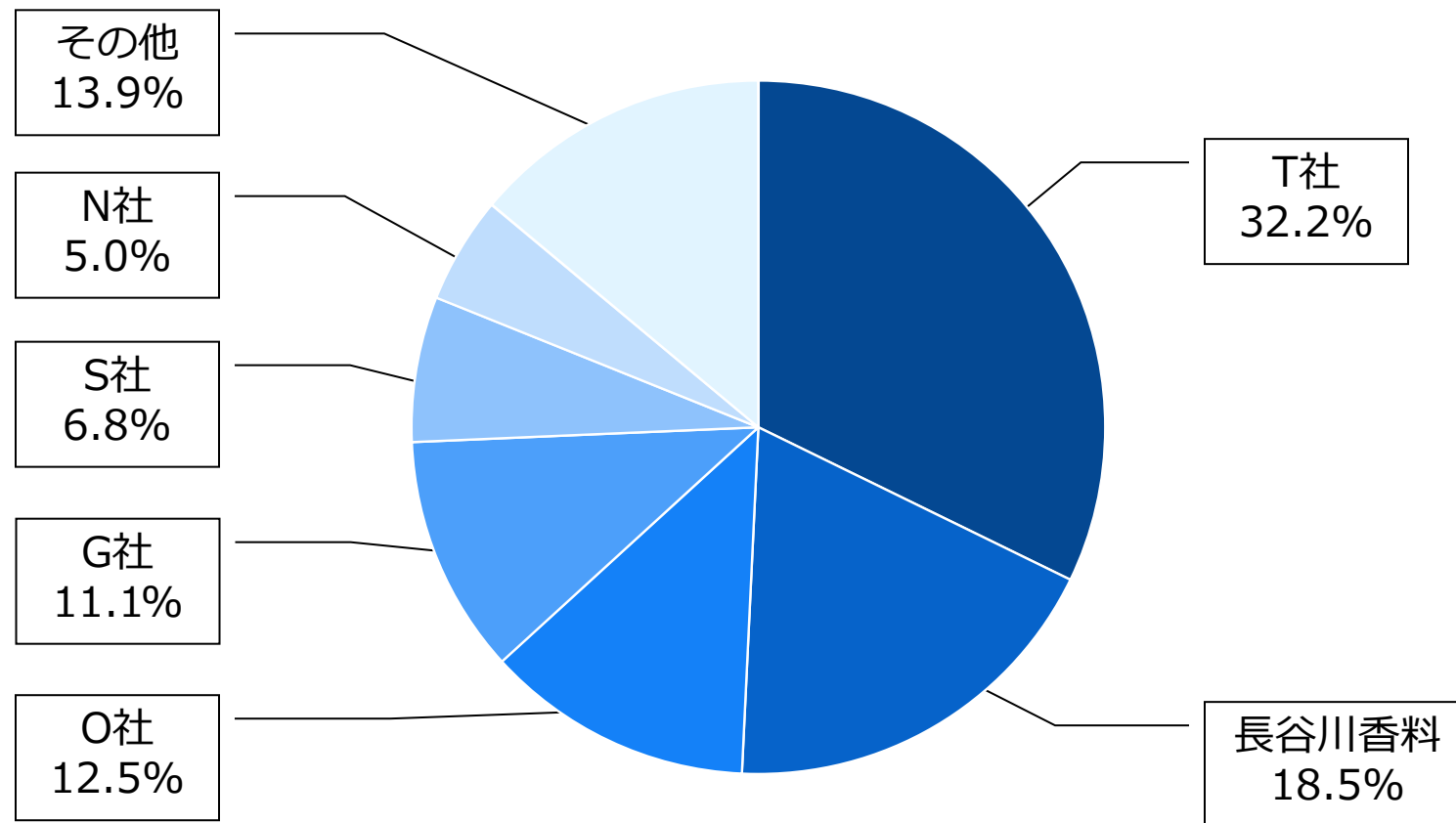


フレーバー、フレグランスの構成比（2019年度）



出典：日本香料工業会会報

当社の現況



(2019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、G社は12月決算です。

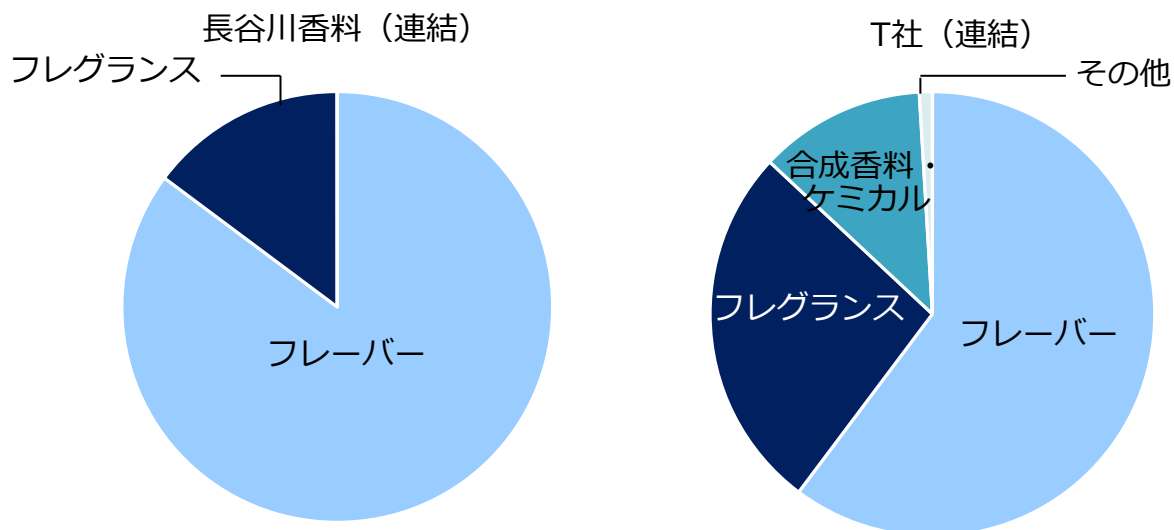
なお、上記グラフでの当社売上高は2018年4月～2019年3月の期間で算出しています。

- ・ 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12,000品目のフレーバー、フレグランスを販売

百万円

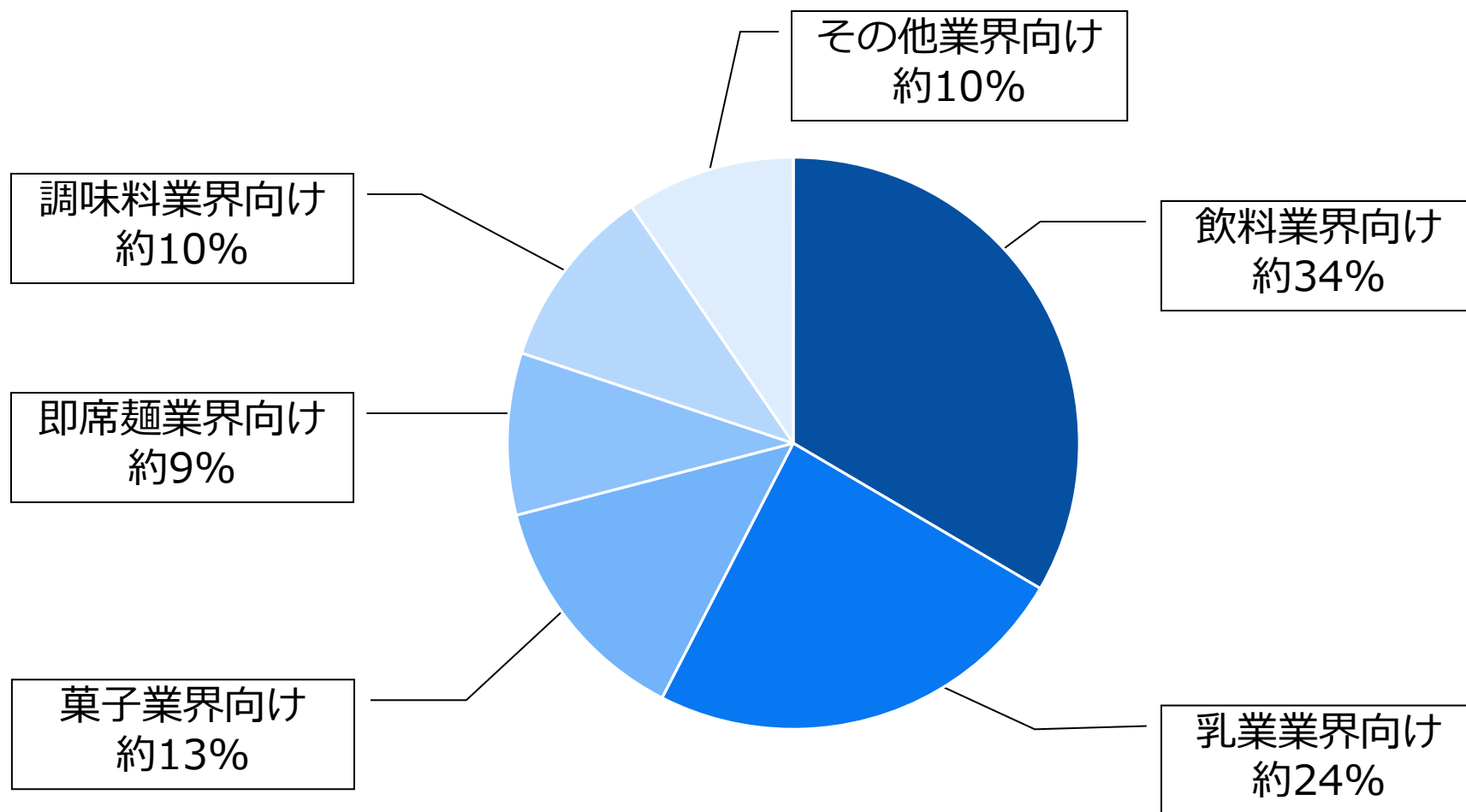
	長谷川香料(連結)		T社(連結)	
	2019.9		2020.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比
フレーバー	43,018	85.2%	91,850	60.3%
フレグランス	7,474	14.8%	40,740	26.7%
合成香料・ケミカル	0	0.0%	18,419	12.1%
その他	0	0.0%	1,444	0.9%
小計	50,493	100.0%	152,455	100.0%
売上高総利益率	37.9%		28.0%	
売上高営業利益率	9.3%		1.7%	

※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2020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

・営業増益要因

売上原価率の改善、販管費の減少が主因

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	24,468	100.0%	24,462	100.0%	-5	-0.0%	米国子会社が増収 中国子会社、マレーシア子会社、インドネシア子会社が減収
売上原価	15,202	62.1%	15,114	61.8%	-88	-0.6%	売上構成の変化により海外子会社の売上原価率が改善
売上総利益	9,265	37.9%	9,348	38.2%	82	0.9%	
販売費及び 一般管理費	7,044	28.8%	6,878	28.1%	-165	-2.4%	前期の米国におけるのれん減損損失計上を受け、 米国子会社ののれん償却額なし（前第2四半期146百万円）
営業利益	2,221	9.1%	2,469	10.1%	248	11.2%	
経常利益	2,436	10.0%	2,688	11.0%	251	10.3%	
税引前当期純利益	2,422	9.9%	3,008	12.3%	586	24.2%	(特別利益) 当社単体 固定資産売却による特別利益 320百万円計上
当期純利益	1,761	7.2%	2,092	8.6%	330	18.8%	

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	56,620	56,268	△ 351	<ul style="list-style-type: none"> ・現金及び預金増加 2,684百万円 ・売掛債権の減少 △1,220百万円 ・投資有価証券売却（前期）の未収入金の減少 △1,686百万円
固定資産	57,243	55,046	△ 2,196	<ul style="list-style-type: none"> ・固定資産の売却/減価償却による減少 △949百万円 ・投資有価証券の時価下落による減少 △1,224百万円
資産合計	113,863	111,315	△ 2,548	
流動負債	11,709	9,039	△ 2,669	<ul style="list-style-type: none"> ・支払債務の減少 △1,442百万円 ・未払法人税等減少 △791百万円
固定負債	11,809	11,251	△ 558	<ul style="list-style-type: none"> ・繰延税金負債減少 △440百万円 （その他有価証券評価差額金の減少に伴う）
負債合計	23,519	20,290	△ 3,228	
純資産	90,344	91,024	680	<ul style="list-style-type: none"> ・四半期純利益 2,092百万円 ・剰余金の配当 △746百万円 ・その他有価証券評価差額金の減少 △869百万円
負債・純資産 合計	113,863	111,315	△ 2,548	

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	当期第2四半期の主要科目
営業活動による キャッシュ・フロー	3,979	2,179	△ 1,800	<ul style="list-style-type: none"> 税金等調整前四半期純利益 3,008百万円 減価償却費 1,413百万円 法人税等の支払額 △1,753百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 2,023	1,163	3,186	<ul style="list-style-type: none"> 定期預金の預入 △1,614百万円 定期預金の払戻 1,562百万円 有形固定資産の取得による支出 △987百万円 有形固定資産の売却による収入 588百万円 投資有価証券売却(前期)代金の入金 1,686百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 2,329	△ 753	1,576	<ul style="list-style-type: none"> 配当金の支払 △744百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	△ 19	16	36	—
現金及び現金同等物 の増減額	△ 392	2,606	2,999	—
現金及び現金同等物 の期首残高	17,221	20,898	3,677	—
現金及び現金同等物 の期末残高	16,828	23,505	6,676	—

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	2,563	757	29.5%
	単体	1,815	388	21.4%
減価償却費	連結	2,953	1,413	47.8%
	単体	2,007	956	47.6%
研究開発費	連結	4,654	2,200	47.3%
	単体	3,680	1,713	46.5%

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 (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	18,110	100.0%	18,147	100.0%	36	0.2%	48.2%
売上原価	11,198	61.8%	11,314	62.4%	116	1.0%	48.3%
売上総利益	6,912	38.2%	6,832	37.6%	-79	-1.2%	48.0%
販売費及び一般管理費	4,965	27.4%	4,951	27.3%	-13	-0.3%	47.4%
営業利益	1,946	10.8%	1,880	10.4%	-66	-3.4%	49.9%
経常利益	2,169	12.0%	3,100	17.1%	931	42.9%	59.3%
税引前当期純利益	2,156	11.9%	3,414	18.8%	1,258	58.3%	53.9%
当期純利益	1,604	8.9%	2,590	14.3%	985	61.4%	54.6%

- ・売上高は、フレグランス部門のトイレタリー製品向けの売上が減少したものの、フレーバー部門の飲料向けの売上が増加し、前期並み。
- ・営業利益は、売上原価率の悪化により減益。
- ・経常利益は、中国子会社からの受取配当金を営業外収益に計上したことを主因に増益。

※2020年5月8日発表の修正計画に対する進捗率

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	2,784	100.0%	3,075	100.0%	291	10.5%
売上原価	1,730	62.1%	1,827	59.4%	97	5.6%
売上総利益	1,054	37.9%	1,248	40.6%	193	18.4%
販管費	1,072	38.5%	964	31.4%	-107	-10.0%
営業利益	-18	-	283	9.2%	301	-
経常利益	-21	-	283	9.2%	305	-
当期純利益	-16	-	226	7.4%	243	-

1US\$ = 111.55円

1US\$ = 108.84円

(2.4%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	24,963	100.0%	28,258	100.0%	3,295	13.2%
売上原価	15,513	62.1%	16,792	59.4%	1,278	8.2%
売上総利益	9,449	37.9%	11,466	40.6%	2,016	21.3%
販管費	9,613	38.5%	8,864	31.4%	-749	-7.8%
営業利益	-164	-	2,602	9.2%	2,766	-
経常利益	-193	-	2,604	9.2%	2,798	-
当期純利益	-152	-	2,077	7.4%	2,229	-

- ・売上高は、外食向け及び飲料分野の売上増加を主因に増収。
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、売上原価率の改善及びのれん償却額の減少に伴う販管費の減少により増益。

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	3,341	100.0%	3,067	100.0%	-273	-8.2%
売上原価	2,310	69.1%	2,038	66.4%	-271	-11.8%
売上総利益	1,031	30.9%	1,029	33.6%	-2	-0.2%
販管費	775	23.2%	708	23.1%	-66	-8.6%
営業利益	255	7.6%	320	10.4%	64	25.4%
経常利益	290	8.7%	366	12.0%	75	26.0%
当期純利益	214	6.4%	273	8.9%	58	27.4%

1人民元 = 16.33円

1人民元 = 15.52円

(5.0%円高)

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	204,611	100.0%	197,647	100.0%	-6,964	-3.4%
売上原価	141,459	69.1%	131,329	66.4%	-10,129	-7.2%
売上総利益	63,152	30.9%	66,317	33.6%	3,165	5.0%
販管費	47,512	23.2%	45,680	23.1%	-1,832	-3.9%
営業利益	15,640	7.6%	20,637	10.4%	4,997	32.0%
経常利益	17,818	8.7%	23,618	12.0%	5,800	32.6%
当期純利益	13,165	6.4%	17,650	8.9%	4,485	34.1%

- ・売上高は、新型コロナウイルスの影響によるフレーバー部門の売上減少を主因に減収。
- ・営業利益は、売上原価率の改善及び販管費の減少により増益。

※T HASEGAWA FLAVOURS (KUALA LUMPUR) SDN. BHD.の損益計算書

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	468	100.0%	431	100.0%	-36	-7.8%
売上原価	277	59.3%	249	57.8%	-28	-10.2%
売上総利益	190	40.7%	182	42.2%	-8	-4.3%
販管費	154	33.0%	161	37.4%	6	4.2%
営業利益	35	7.6%	21	4.9%	-14	-41.1%
経常利益	43	9.2%	27	6.3%	-15	-37.0%
当期純利益	31	6.7%	18	4.3%	-12	-40.9%

1MYR = 27.01円

1MYR = 26.13円

(3.3%円高)

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	17,333	100.0%	16,520	100.0%	-813	-4.7%
売上原価	10,283	59.3%	9,544	57.8%	-738	-7.2%
売上総利益	7,049	40.7%	6,975	42.2%	-74	-1.1%
販管費	5,728	33.0%	6,170	37.4%	442	7.7%
営業利益	1,321	7.6%	805	4.9%	-516	-39.1%
経常利益	1,600	9.2%	1,042	6.3%	-558	-34.9%
当期純利益	1,160	6.7%	709	4.3%	-450	-38.9%

- ・売上高は、周辺国のロックダウンや入国制限の影響等により輸出が減少したことを主因に減収。
- ・営業利益は、売上高の減少及び販管費の増加により減益。

このプレゼンテーション資料は、2020年5月8日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び2020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。