

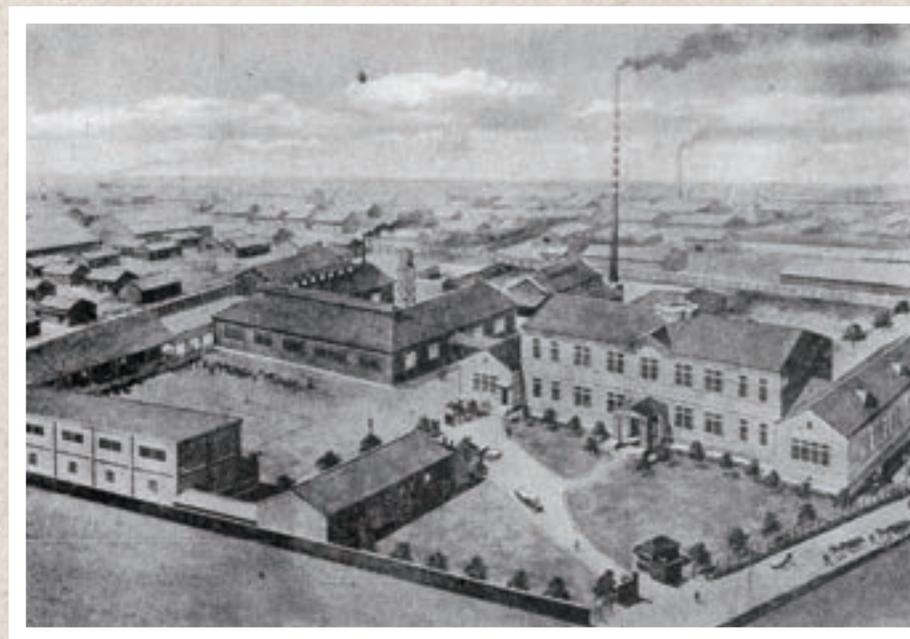
株主のみなさまへ

第94期 株主通信

2019年4月1日～2020年3月31日

Contents

中期経営計画	1
トップインタビュー	2
連結財務ハイライト	3
連結財務データ・事業概況	5
高砂香料100年のあゆみ	7
会社情報	9
株式情報／CSR	10
事業紹介	裏表紙



2020年2月9日、高砂香料工業は創業100周年を迎えました。

企業理念

技術立脚の精神に則り
社会に貢献する

経営基本方針

地球環境に配慮し、
地域社会を大切に
世界の人々から共感を得られる
企業を目指す

信頼される商品を
供給し続けることにより、
グローバル市場での
トップクラスの香料会社を目指す

表紙について



表紙の図版は、創業間もないころの当社蒲田本社の様子を伝えています。画面右半分を占める二階建ての建物は「本館」と呼ばれ、社長室や調合室がありました。第一次世界大戦中に財をなした船成金で作った私設の理化学研究所の建物だったものです。隣には松竹蒲田撮影所がありました。幸いなことに、100周年も同じ場所で迎えることができました。

中期経営計画

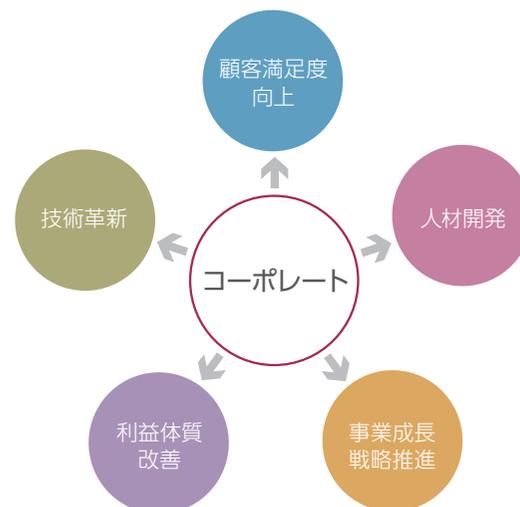
| MID-TERM GROWTH STRATEGY |

Vision 2020



中期経営計画One-T

高砂香料グループ一丸となって、創造的かつ革新的な価値を生み出していく必要があります。これを表すスローガンとして、「One-Takasago」から「One-T」としました。



- **顧客満足度向上:** 営業力、研究・開発力の強化、徹底した品質管理や迅速、柔軟な対応を通して顧客満足度向上を目指す。
- **事業成長戦略推進:** マーケットプレゼンスを高め、安定的な収益を確保しつつ事業基盤の拡充を図り、売上1,700億円を目指す。
- **技術革新:** 技術立脚の企業理念を念頭に、独自性・優位性のある技術や製品を開発し、その成果をグローバルで応用展開する。
- **利益体質改善:** グローバルでの業務改革やバリューチェーンの最適化を進め、営業利益率5.2%を目指す。
- **人材開発:** 「挑戦する人材」を育成し、グループの人的資源を最大限活用し、グローバルに活躍できる環境を整備する。

基本方針の中心に「コーポレート」という概念を据え、グローバル企業として必要な基準や仕組みを全社的に統一、整備していきます。



代表取締役社長 **榑村 聡**

変化を乗り越えた100年の歩みを受け継ぎ 次の100年に向けて飛躍します。

中期経営計画「One-T」のもと、グローバル市場での拡大を遂げつつある高砂香料グループ。
創業100年の歴史を超え、これからも守り続けていくもの、進化させていくものについてお伝えします。

Q. 2019年度を振り返り、営業状況の総括をお聞
かせください。

A. 2019年度、フレーバー部門においてはシンガポール子会社の飲料用フレーバーや日本国内のコーヒー関連製品が好調に推移しました。また、フレグランス部門においては米国子会社が芳香剤向けの販売を伸ばしたことなどから、売上高は前期比1.3%増となりました。しかしながら利益面では、事業全般で原料価格の高騰の影響を受け、期初予想値は上回ったものの、営業利益は同54.4%減となり、経常利益および親会社株主に帰

属する当期純利益も減益となりました。

当社の売上高は、海外が全体の5割以上を占めていますが、2019年度は成長著しいアジアにおける増収が大きく寄与しました。利益面では日本事業が厳しい収益環境下、苦戦する中、米州が黒字転換を果たした他、欧州・アジアも利益貢献し、海外での成長が更に進んだと言えます。

2020年度は、原料価格が落ち着きつつある状況から、売上高は当期比0.7%増とほぼ横ばいを見込み、利益面は増益を予想しています。現在、新型コロナウイルス感染症の拡大により、世界経済全体の成長が大きく

落ち込むと見られており、当社事業においても一部の
カテゴリーに影響が出る可能性があります。主力の食
品香料や日用品向け香料は、生活必需品に関わる製品と
して堅調を維持できるものと考えています。

**Q. 最終年度を迎えた中期経営計画について
ご説明願います。**

A. 当社は、2009年より長期ビジョン「TAKASAGO
GLOBAL PLAN」を推進し、創業100周年に向けて
世界トップクラスの香料会社を目指す取り組みを進
めてきました。2020年度は、その長期ビジョンを締
め括る3か年中期経営計画「One-T」の最終年度とな
ります。

本計画は、基本方針として「顧客満足度向上」「事
業成長戦略推進」「技術革新」「利益体質改善」「人材
開発」の5項目を掲げ、創造的かつ革新的な価値の創
出に取り組むものです(基本戦略の詳細は1ページを
ご参照ください)。

これまでの2年間を通じて、バニラ事業の拡大や米
国CIT社を介した天然香料素材の拡充、インドネシア
工場の稼働による東南アジア・南アジア展開の強化
など「事業成長戦略」を着実に推進してきました。また、
「技術革新」についても、バイオ技術を活用した新素
材の開発、ファインケミカル事業における連続フロー
技術の深化といった取り組みを進めてきました。

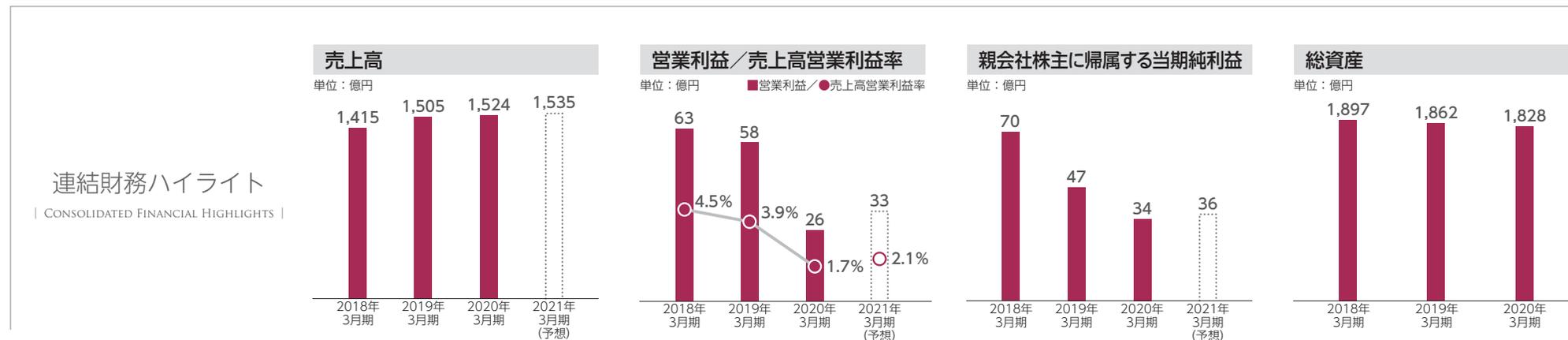
それらの結果、売上高は海外を中心に伸長しまし
た。一方で「利益体質改善」の取り組みについては、

本計画の策定時には想定していなかった世界的な原
料逼迫および価格高騰が生じたこともあり、調達・製
造・販売の各分野で対応を進めてはいるものの苦戦
を強いられています。このような状況を踏まえ、本計
画の最終年度目標である「売上高1,700億円」「営業
利益率5.2%」の達成は、難しいと予想しています。

2021年度から始動する次期中期経営計画では、
外部環境の悪化局面においても持続的に利益を生み
出せる企業体質づくりが継続テーマの一つになると
考えています。

Q. 次の100年に向けた想いをお聞かせください。

A. 甲斐荘楠香が会社を創業した1920年は、第一次



世界大戦後の政治的・経済的混乱が続き、恐慌が迫る厳しい時代でした。100年の時を経て、今は新型コロナウイルス感染症という災厄が世界を襲い、私たちはかの時代に匹敵する厳しさに見舞われています。

人々の働き方や余暇の過ごし方などは、今後数年のうちに大きく変化し、産業界における製品開発のプロセスや手法も様変わりしていくでしょう。しかし、社会がどのように変化しても、人々の日常生活に彩りや喜びを添え、広く社会の豊かさを支えていくという香料の果たすべき役割に変わりはありません。高砂香料工業は、香料による社会価値を実現するために、企業理念「技術立脚の精神に則り社会に貢献する」を守り続けてまいります。

同時に大きく変化していく社会の流れに、臨機応変

に対応し、高い技術力を維持・向上させながら、それを可能とする利益の確保に一層注力していく方針です。

高砂香料グループは、現在約3,500名の従業員を擁しています。そのうち海外の従業員は、全体の6割近くを占めるまでになりました。国籍を超えて多様な人材が活躍し、全員が一つとなって成長する会社を目指すべく、私たちは新たなビジョンの共有を必要としています。今後その策定を進め、20年後の2040年における「ありたい姿」を示した「Vision 2040」として発表する予定です。

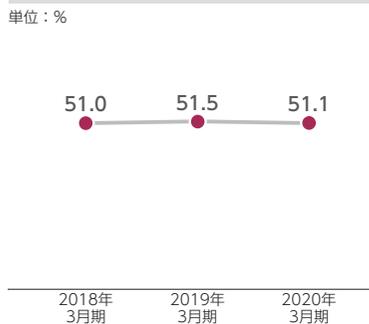
株主の皆様におかれましては、当社グループのさらなる発展にご期待いただき、これからも長期的なご支援を賜りますようお願い申し上げます。



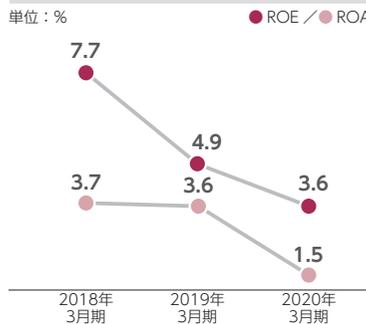
純資産



自己資本比率



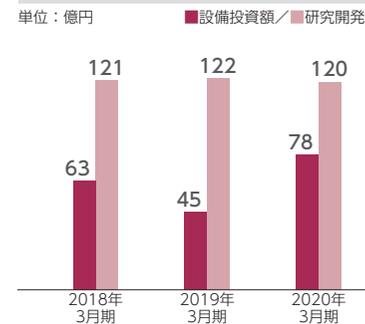
ROE(自己資本当期純利益率)/ROA(総資産経常利益率)



EPS(1株当たり当期純利益)/BPS(1株当たり純資産)



設備投資額/研究開発費



経営成績

単位：億円

科目	2016年3月期 (第90期)	2017年3月期 (第91期)	2018年3月期 (第92期)	2019年3月期 (第93期)	2020年3月期 (第94期)
売上高	1,416	1,367	1,415	1,505	1,524
売上原価	963	925	967	1,047	1,098
売上総利益	452	442	448	457	426
販売費及び一般管理費	386	370	384	398	399
営業利益	66	71	63	58	26
経常利益	60	77	67	67	28
親会社株主に帰属する当期純利益	48	63	70	47	34

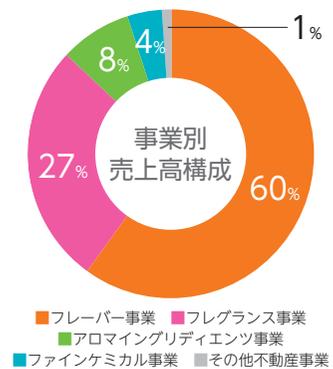
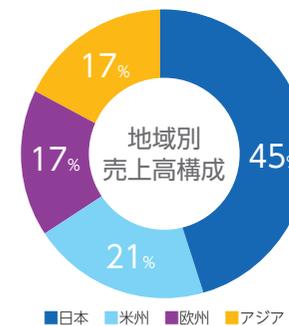
Point 売上高 フレーバー事業、フレグランス事業の売上が増加し、対前期比19億円増の1,524億円となりました。

Point 営業利益 原料価格の高騰等により、対前期比32億円減の26億円となりました。

財政状態

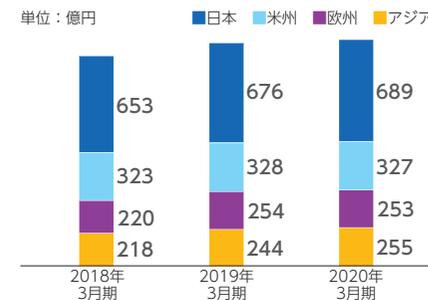
単位：億円

科目	2016年3月期 (第90期)	2017年3月期 (第91期)	2018年3月期 (第92期)	2019年3月期 (第93期)	2020年3月期 (第94期)
流動資産	868	880	918	943	909
固定資産	865	891	979	918	918
流動負債	508	480	527	529	554
固定負債	409	418	386	358	326
純資産	816	872	984	973	947
(うち株主資本)	(685)	(736)	(796)	(834)	(853)
総資産	1,734	1,771	1,897	1,862	1,828

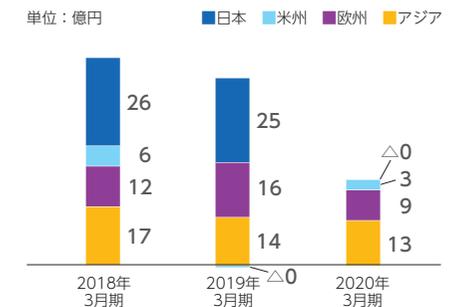


地域別概況

地域別売上高



地域別営業利益



■ 日本

国内子会社が堅調に推移したことにより増収となったものの、利益面では当社における原料高騰の影響等により減益となりました。

■ 米州

米国子会社においてファインケミカル部門が一部得意先の在庫調整の影響を受け、販売が伸び悩み減収となりました。一方、主幹事業であるフレグランス部門等の利益が改善したことにより増益となりました。

■ 欧州

フランス子会社及びドイツ子会社が好調に推移したものの、為替変動の影響を受け減収となりました。フランス子会社における原料高騰が響いた他、ドイツ子会社の事業基盤強化に伴うコスト増等により減益となりました。

■ アジア

シンガポール子会社等においてフレーバー部門が好調に推移し増収となったものの、フレグランス部門における原料高騰が響いて減益となりました。

事業別概況



フレーバー事業

売上高 **918**億円 [前期比1.3%増 ↑]

事業内容

飲料やデザート、菓子、乳製品、調理食品などに、優れた香りと風味を付与するフレーバーを提供し、さらに果汁やコーヒー、お茶といった食品原料も提供しています。

売上高 単位：億円



- シンガポール子会社において飲料向け等が好調に推移した他、当社及び国内子会社においてコーヒー関連製品等が堅調に推移し増収となりました。



フレグランス事業

売上高 **407**億円 [前期比4.1%増 ↑]

事業内容

香水や化粧品やシャンプー、洗剤、芳香剤、入浴剤といった商品に使用される香りを、残香性や拡散性、安定性にも優れたかたちでクリエーションし、提供しています。

売上高 単位：億円



- 米国子会社において芳香剤向け等が好調に推移し、増収となりました。



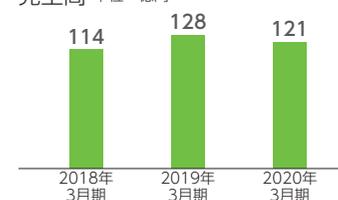
アロマイングリディエーツ事業

売上高 **121**億円 [前期比5.1%減 ↓]

事業内容

光学活性で革新的かつユニークな香りの素材を開発し、高品質のフレーバー、フレグランスのクリエーションに用いています。

売上高 単位：億円



- 当社における在庫調整等の影響により、主力品メントールが低調に推移し減収となりました。



ファインケミカル事業

売上高 **62**億円 [前期比3.0%減 ↓]

事業内容

独創的な触媒・不斉合成技術を核に、フロー連続技術による医薬品中間体、電子写真感光体などの機能性素材を提供しています。

売上高 単位：億円



- 医薬品中間体において一部得意先の在庫調整の影響が続いたこと等により減収となりました。

※上記の他に、その他不動産事業の売上高14億円がございます。

高砂香料

100年の あゆみ

10のエピソードで綴る 高砂百年

2020年2月9日、高砂香料工業は創業100周年を迎えました。それを記念して、特徴的なエピソードをもとに当社100年の歴史を振り返ってみました。

その1 「石鹼会社から転身、香料会社を興した創業者」

高砂香料を創業した甲斐荘楠香^{かひのしょうたけか}は京都帝国大学の理工科で助教授を務めていましたが、香料について学ぶため1910年にヨーロッパに渡りました。3年ほど香料会社で合成や調合の研修をした後に帰国すると、1914年に第一次世界大戦が始まり、合成香料の輸入がストップします。



ミツワ化学研究所(丸見屋)

石鹼会社に就職していた楠香は欧州で学んだ技術をもとに合成香料の製造に取り組みます。輸入品が欠乏する中でよく売れたのですが、大戦が終結すると石鹼会社は香料製造を止めることに。そこで自ら会社を興して事業を継続することにしました。

その2 「高砂香料設立の原動力となったのは『京都人脈』」

石鹼会社を辞した楠香に香料会社を設立するよう勧めたのは、京都帝大の先輩岸喜鑑^{きましのり}という人です。楠香は会社設立を決意しますが、資金があるわけではありません。ふたりは母校のある京都に出かけて出資を募ることにしました。

京都出身の楠香は、母校である京都一中(現洛北高校)や三高、京都帝大の同窓生や関係者に合成香料を製造する会社の意義を説いて回ります。幸い出資者を得て、高砂香料は設立に至りますが、初期の役員9名中、実に5名が京都一中出身者となりました。まさに、同志的な結びつきによって生まれた会社だったのです。



会社創立直前の甲斐荘(1919年頃)

その6 「盛んに祝った五十周年」

1970年2月、高砂香料は創立50周年を迎えました。記念式典では千人の出席者を前に、中西社長が「50年後にもっと繁栄した輝かしい100周年の記念日を迎えなければならない」と述べました。大きな節目としての気合が感じられます。

この年は大阪万博が開かれた他、蒲田の総合研究所の竣工など、新しい時代の幕あけを感じさせることが続きました。この年の当社の動きを追った映画「高砂に生きる人々」が制作されたことから、当時の経営陣がいかに50周年を大切なものと考えていたかがわかります。映画からは、50周年を盛大に祝う様子が見てとれます。



創業50周年記念式典

その7 「オイルショックと高砂香料」

1971年8月に発生したドルショックにより、1ドル360円の固定相場から変動相場に移行しました。その結果、当社も円高による輸出不振に陥りました。73年には、追い討ちをかけるようにオイルショックが発生し、燃料および原料費の高騰につながります。

日本国内でも物価が高騰し、長らく続いた高度成長も終焉となりました。当社も業績悪化に苦しみましたが、1976年頃から回復し始めました。適切な在庫を持っていたことや、合成メントールの製造が軌道に乗って販売が伸び、また合成香料の製造合理化に成功したことによるとされています。



磐田工場メントール製造プラント

その8 「夢のまた夢—ファインフレグランスでの成功」

今でこそ高砂香料のフレグランスが欧米の一流ブランドの香水に採用されることは珍しいことではなくなりました。しかし、そこに至るまでのハードルはとてつもなく高いものでした。高砂パリが本格的にファインフレグランスに取り組むのは1980年代になってからのことです。著名なフランス人パフューマーを雇い入れますが、当初は連戦連敗でした。香水会社の担当者はTAKASAGOの名前など聞いたこともなかったからです。それでも、現地スタッフの努力により1986年ぐらいから一流ブランドに採用されるようになり、1990年代にはTAKASAGOもファインフレグランスを手掛ける会社として認知され始めました。



高砂パリの香料が採用された男性用フレグランスの広告

その3 「かつて、高砂香料の本社は台北にあった」

1920年の創業時から問題となっていたのは原料の確保でした。当時の高砂合成品の原料として重要なものは、樟脳副産油とシトロネラ油でした。ともに台湾に産し、特に樟脳副産油は台湾が主たる産地です。セルロイドの原料として当時需要の多かった樟脳は台湾専売局が管轄する専売品でした。当社としては樟脳副産油の払い下げを受けられるよう、専売局と協力関係が密になるよう努め、1935年に台北に工場を開設しました。さらに、1938年には本社を台北に移します。原料確保の重要さを物語るエピソードと言えましょう。



台北工場全体

その4 「海外へ—高砂香料は何より合成香料の会社であった」

1957年くらいから、当社役員の海外視察が頻繁になります。海外の販売代理店や原料仕入れ先だけでなく、競合香料会社なども視察しています。その結果、高砂の技術や設備が世界レベルに達しているとの確信を得て、海外進出へと一気に舵を切ります。



パリ駐在所が入居したビル

1960年にニューヨークとパリに駐在所を設置して本格的なセールスに取り組み始めます。当社は合成香料の会社として始まったこともあり、海外進出といっても最初は合成香料の輸出拠点でした。高収益を目指してフレンチ、次いでフレーバーの海外進出が進むのは、これより少し後になります。

その5 「苦難を乗り越えて成功—メントール製造」

当社の代表的な製品にメントールがありますが、安定生産に至るまでには幾多の困難がありました。シトロネラ油を原料としていましたが、価格が高騰したため1970年代にチモールへの原料転換を図りました。ところが、新しい工程で数々のトラブルが発生し、うまく行きません。徹底的に精査して原因を突きとめ、現場の凄まじい奮闘により予定より2年遅れでプラントは稼動し始めますが、そのチモールが石油ショックで高騰して採算がとれなくなります。幾つか原料を変えた後、現行のミルセン法に辿り着くのは1980年代のことになります。



シトロネラ油連続蒸留装置

その9 「バブルとミレニアム」

いわゆるバブル期から、その崩壊後の20世紀末にかけて、国内経済の浮き沈みにかもかわらず、高砂香料の業績はグローバルに見ると極端によくも、絶望的に落ち込むこともありませんでした。単体では1990～91年がピークとなりますが、その後は海外の伸びがカバーするようになります。その間、1993年に平塚の新研究所、1998年にアロマスクエアが完成して、21世紀の始まる前にイメージが一新されました。また、海外拠点の整備が進み事業が拡大するもこの時期です。今ある当社の姿は、この時期にほぼ確立したものと言えるでしょう。



アロマスクエア

その10 「『グローバル』に追いついた百年」

100年前に当社が設立されるずっと以前から、香料はグローバルな商品でした。アジアからヨーロッパへ運ばれたスパイス貿易と同じように、香料は世界中から集められ、そして世界中で用いられてきたものだからです。

欧州の香料産業に触れて帰国した創業者甲斐荘楠香は、日本の香料会社が世界と戦うために何が必要かを常に考えていました。「グローバル」な会社になった高砂香料にとって、今や香りで世界にどのような貢献ができるかを考える時代になったように思われます。それを考える手段として、あらためて高砂香料が歩んできた100年の歴史を振り返って貰えたらと思います。

2020年2月7日(朝刊)掲載



2020年2月6日(朝刊)掲載



日本経済新聞に掲載された100周年記念広告

グローバルネットワーク



ヨーロッパ・中東・アフリカ

フランス	Takasago Europe Perfumery Laboratory S.A.R.L.
ドイツ	Takasago Europe G.m.b.H. Takasago International (Deutschland) G.m.b.H.
イタリア	Takasago International (Italia) S.R.L.
スペイン	Takasago International Chemicals (Europe), S.A. Takasago International (España) S.L.
イギリス	Takasago (U.K.) Ltd.
トルコ	Takasago International Turkey Esans Ve Aroma San. TIC. A.S.
南アフリカ	Takasago International Corporation South Africa (Pty) Ltd.
マダガスカル	Takasago Madagascar S.A.
モロッコ	STE Cananga S.A.R.L.

アメリカ大陸

アメリカ	Takasago International Corporation (U.S.A.) Centre Ingredient Technology, Inc.
メキシコ	Takasago De Mexico S.A. De C.V.
ブラジル	Takasago Fragrâncias E Aromas Ltda.

アジア・パシフィック

日本	Takasago International Corporation
シンガポール	Takasago International (Singapore) Pte. Ltd.
フィリピン	Takasago International (Philippines), Inc.
タイ	Takasago Import and Export (Thailand) Ltd.
インドネシア	PT. Takasago International Indonesia PT. Takasago Indonesia
インド	Takasago International (India) Pvt. Ltd.
パキスタン	Takasago International (Pakistan) Pvt. Ltd.
中国	上海高砂香料有限公司 上海高砂・鑑田香料有限公司 廈門華日食品有限公司 高砂香料(広州)有限公司
韓国	Takasago International Corporation (Korea)

会社概要

会社名	高砂香料工業株式会社 (TAKASAGO INTERNATIONAL CORPORATION)
本社	〒144-8721 東京都大田区蒲田5丁目37番1号 ニッセイアロマスクエア 17F
TEL	03-5744-0511
国内事業所	大阪支店、名古屋支店、福岡支店、 平塚研究所、平塚工場、磐田工場、鹿島工場、 三原工場
海外事業所	世界27の国と地域に事業拠点がございませ
創業	1920年2月9日
資本金	92億4,853万8,972円
従業員数	1,024名 (高砂香料グループ3,572名)

取締役および監査役 (2020年6月24日現在)

代表取締役社長	梶村 聡
取締役	野依 良治
取締役	藤原 久也
取締役	山形 達哉
取締役	染川 健一
取締役	谷中 史弘
取締役	松田 浩明
取締役	水野 直樹
取締役	川端 茂樹
常勤監査役	近藤 仁哲
常勤監査役	小野 哲男
常勤監査役	中江 康

(注) 1. 取締役野依良治氏、松田浩明氏は社外取締役であります。
2. 監査役小野哲氏、中江康氏は社外監査役であります。

執行役員 (2020年6月24日現在)

社長執行役員	梶村 聡
常務執行役員	藤原 久也
常務執行役員	山形 達哉
常務執行役員	染川 健一
常務執行役員	谷中 史弘
常務執行役員	水野 直樹
常務執行役員	川端 茂樹
執行役員	隈元 浩孝
執行役員	佐藤 文則
執行役員	川野 明彦
執行役員	平田 裕康

国内事業所一覧

本社	平塚研究所
大阪支店	平塚工場
名古屋支店	磐田工場
福岡支店	鹿島工場 三原工場

国内子会社

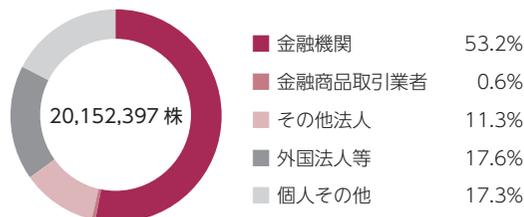
株式会社高砂ケミカル	高米産業株式会社
高砂スパイス株式会社	高和産業株式会社
高砂フードプロダクツ株式会社	有限会社高砂保険サービス
高砂珈琲株式会社	南海果工株式会社
株式会社高砂インターナショナルコーポレーション	高砂香料西日本工場株式会社
株式会社高砂アロマス	

株式の状況

発行可能株式総数	60,000,000株
発行済株式の総数	20,152,397株
株主数	5,600名

株式の分布状況

所有者別構成比



(注)個人その他には、自己株式としての保有分(2.7%)が含まれております。

大株主

株主名	所有株式数(千株)	持株比率
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,620	13.4%
日本生命保険相互会社	1,468	7.5%
株式会社三菱UFJ銀行	947	4.8%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	869	4.4%
共栄火災海上保険株式会社	780	4.0%
中江産業株式会社	720	3.7%
MLI FOR CLIENT GENERAL OMNI NON COLLATERAL NON TREATY-PB	680	3.5%
株式会社みずほ銀行	486	2.5%
株式会社紀陽銀行	471	2.4%
高砂香料従業員持株会	454	2.3%

(注) 1. 当社は自己株式548,073株を保有しておりますが、上記大株主から除外しております。また、持株比率は発行済株式の総数から自己株式を控除して計算しております。
 2. 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)、日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)の持株数には信託業務に係る株式数が含まれております。

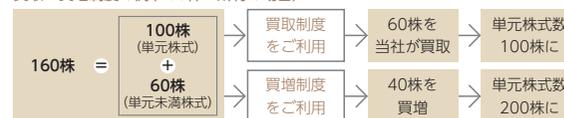
株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月
基準日	定時株主総会 3月31日 期末配当金 3月31日 中間配当金 9月30日
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
特別口座 口座管理機関	同
(同連絡先)	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号 電話 0120-232-711 (通話料無料)
上場証券取引所	東京証券取引所第1部(化学)
証券コード	4914
単元株式数	100株
公告の方法	電子公告により行う
公告掲載URL	https://www.takasago.com/ja/ir/e_announce.html ※ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

株式に関する手続きについて

● 単元未満株式(100株未満の株式)買取・買増制度について
 当社株式の証券市場での取引は100株単位(1単元)となっておりますため、単元未満株式(100株未満)を市場で売買することはできません。このため、当社では「単元未満株式買取・買増制度」をご用意しております。単元未満株式をご所有の株主さまは、ぜひ買取・買増制度のご利用についてご検討くださいますようお願い申し上げます。

買取・買増制度の例(160株ご所有の場合)



「環境・衛生・安全」への取り組み



当社グループは、持続的な(サステナブル)社会の実現に向けて、環境保全に対しグローバルに取り組んでおります。詳細については、当社ホームページ「サステナビリティ」をご参照ください。

高砂香料工業株式会社
「社会・環境報告書 2019」



URL <https://www.takasago.com/ja/sustainability/index.html>

高砂コレクションは、香りや香料が歩んできた長い歴史とその地理的な広がりを反映して、古代エジプトの香油瓶から現代の香水瓶に至る「器」のほか、日本の香道具や香木、さらには香りに関する絵画やポスターといった、多様な時代と地域、形態のものから構成される多彩なコレクションで、当社の文化活動の中核をなすものとなっています。これらは美術館の企画展に協力して出展するほか、本社内ロビーに設けたギャラリーでご覧いただけます。

(新型コロナウイルス感染拡大防止のため、当面の間、臨時休館いたします。再開時期につきましてはHPでご確認ください)



バカラ
 香水瓶「僕はミス・ディオールのものです
 (J'appartiens à Miss Dior)」

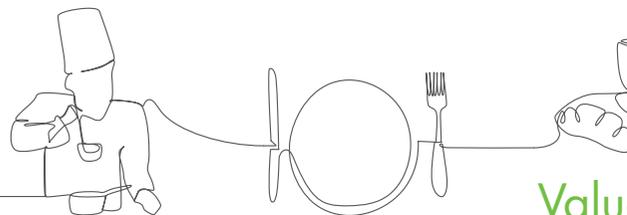
(クリスチャン・ディオール社)
 1957年 フランス

1946年にクリスチャン・ディオールが創立したブランド。メゾン創立10周年を記念し、ディオールの愛犬をモデルに限定生産された稀少な香水瓶。

毎日の生活に欠かせない様々なシーンに、我々の事業は関わっています。その中から今回はフレーバー事業を紹介します。



私たちは、美味しさがもたらす
“しあわせの力”を信じ、
価値あるテイストをデザインしています。



Valuable

価値あるテイストで
日常に彩りを添えるフレーバー

フレーバーと一口に言っても
その範囲は幅広く、朝起きてから夜寝るまで
フレーバーに触れない一日はないかもしれません。

ハミガキをして爽やかなミントの香りで目覚め、
焼き立てのパンとコーヒーの香りで一日がはじまる。

料理という分野にフォーカスすると、
本格的な味わいをおうちで手軽に楽しめる製品が
年々増えてきていますが、それらにおいても
香りの力が大きく影響していると考えています。

全ての製品に香料が関わっているわけではありませんが
しあわせな時間を過ごすための
価値あるテイストを生活者に届けることが私たちの使命です。

Feel

目には見えず、感じるからこそ面白い
奥深い香りの世界

20万種類とも40万種類とも言われる香気成分。

食品の香りは、数百種類とされる
多くの香気成分からなる複雑な混合物で、
単一の香気成分で再現することは
非常に難しいとされています。

一方、人間の嗅覚受容体は約400種類知られており、
無数の香気成分の違いを識別することができます。

このように、香りの世界は非常に複雑で繊細です。
フレーバリストは、経験・知識・記憶力・創造力を
駆使してフレーバーを開発しています。

Sustainability

サステナビリティが求められる
現代のフレーバービジネス

天然原料と合成原料で構成されている香料。
天然原料には限りがあり、自然災害や天候の問題など
コントロールできない要素が多々あります。

だからこそ私たちは、シトラス・コーヒー・ミント・バニラなど
素材の第一歩から関わり、様々な角度から
フレーバーの可能性を探索し続けています。

安定した品質・供給が第一の目的ではありませんが、
フロリダのグレープフルーツ植樹
プロジェクトへの参画や
マダガスカルバニラに関する研究への支援など
自然との共存を目指しています。

