

も
っ
と
い
い
と
と。

感
じ
る
チ
カ
ラ
で

わたしたちは、香りにとどまらず、
幅広い技術をもって
新たな価値と感動を生み出し、
より豊かな生活に
貢献する会社を目指します。

 **長谷川香料株式会社**

2026年9月期第2四半期 決算説明会

2026年5月21日

長谷川香料株式会社

I. 事業環境

II. 決算概要

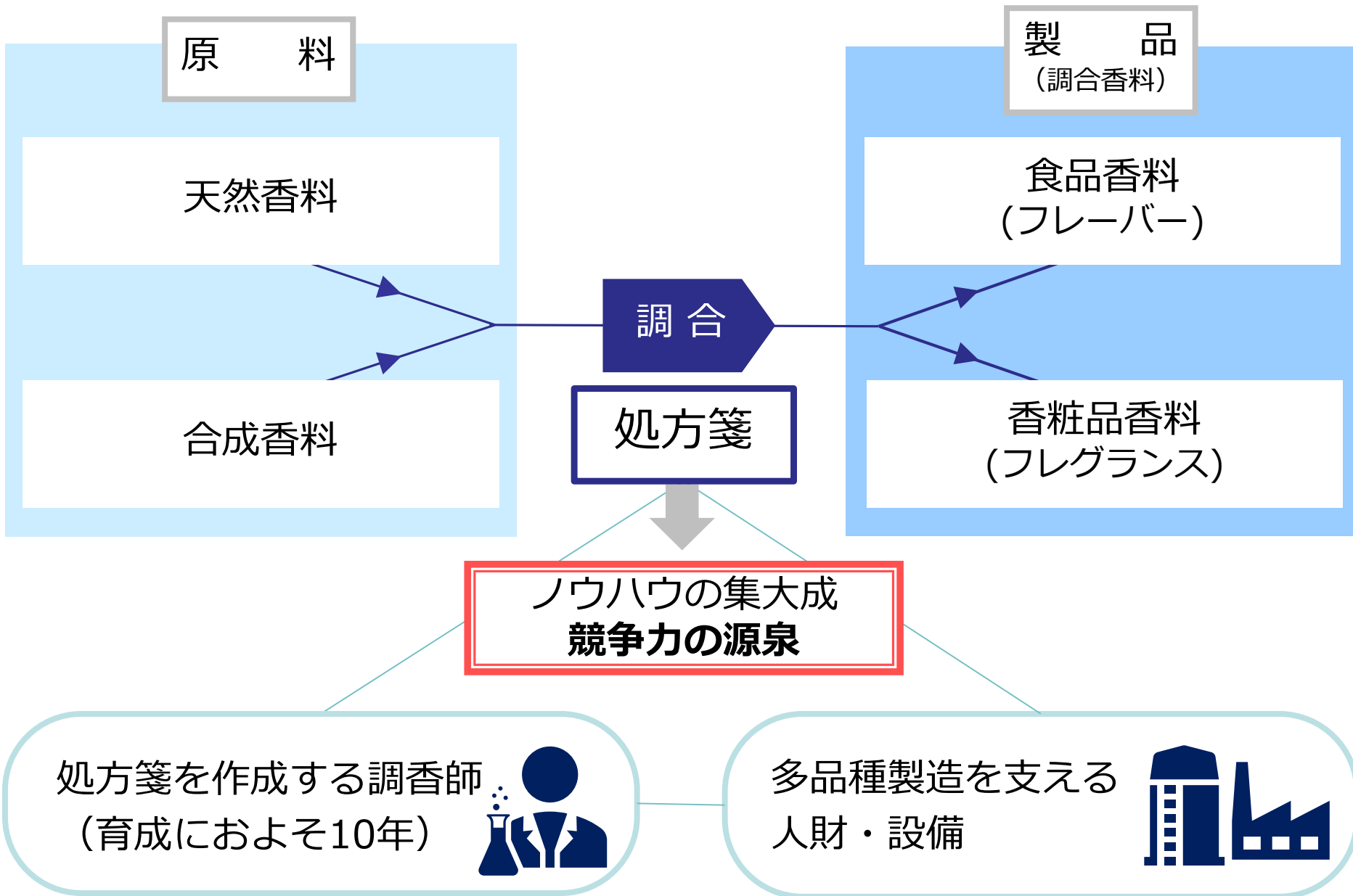
III. グローバル戦略

IV. 業績の見通し

V. 資本政策

VI. 添付資料

I . 事業環境



処方箋を作成する調香師
(育成におよそ10年)



多品種製造を支える
人財・設備



・世界全体の香料販売額 約343億ドル（約5.1兆円）

ヨーロッパ・アフリカ・中東

- 市場規模：約120億ドル（約18,000億円）
- 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86億ドル（約12,900億円）
- 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
- 2017年、2020年に現地香料会社を買収
- 2024年 ABELEI, INC. 買収
米国中西部を基盤とした、食品、飲料、菓子、乳製品など幅広い用途向けのフレーバー（食品香料）製造販売会社

アジア

- 市場規模：約105億ドル（約15,600億円）
- 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）、平湖（2024年）に子会社設立
- M&Aによりマレーシア（2014年）、ベトナム（2025年）に販売・製造拠点確保

南米

- 市場規模：約32億ドル（約4,800億円）
- 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

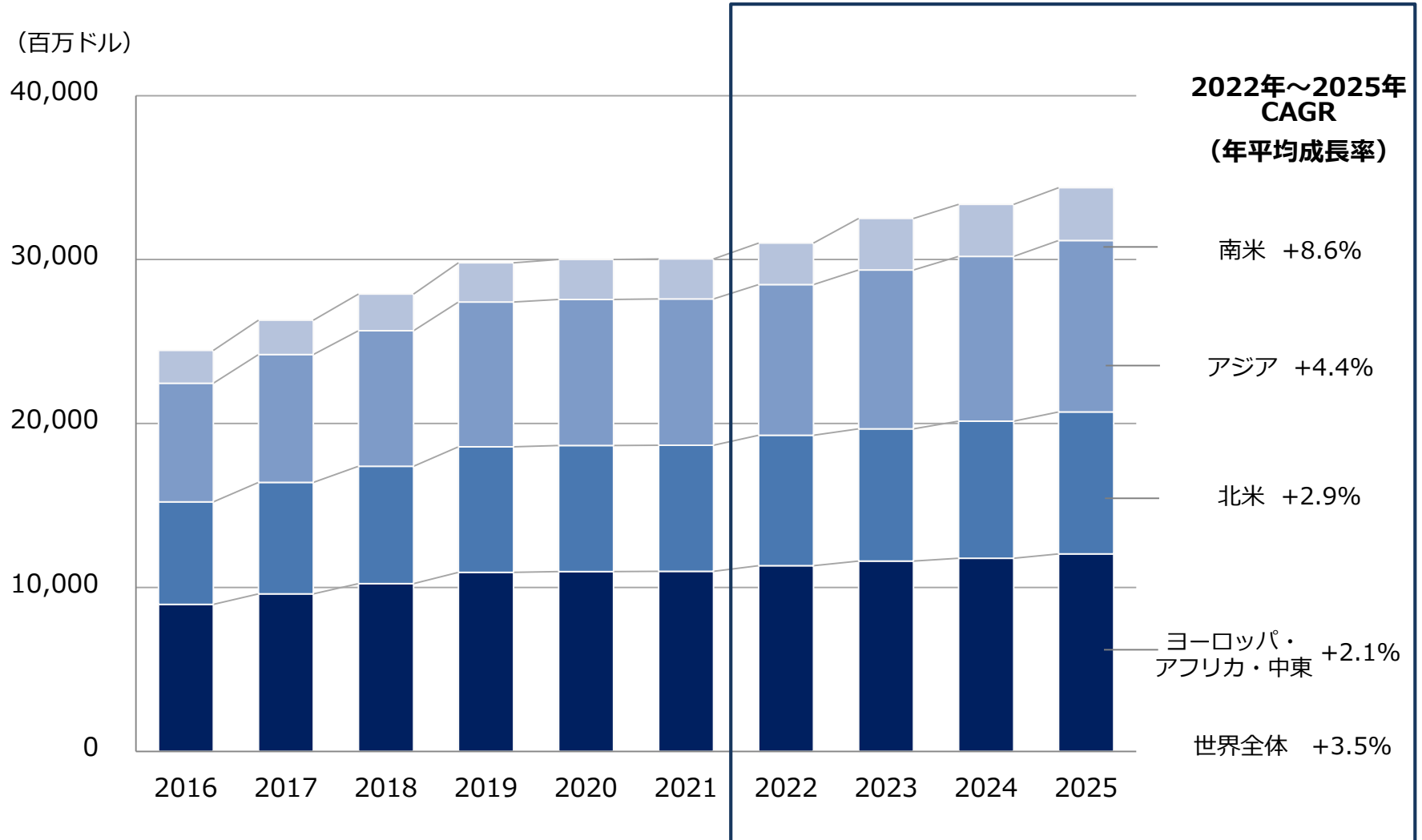
※地域別の市場規模は当社推計

※為替レート 1US\$ = 149.7円（2025年）

● = 当社拠点

・ 2025年の世界全体の香料市場 前年比約3%増加

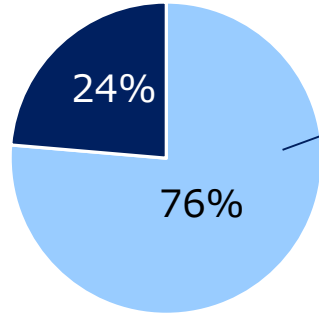
世界の香料市場の推移（当社推計）



- ・日本国内の香料販売額 約2,700億円
- ・フレーバー販売金額の成長率は1.6%

フレーバー、フレグランスの構成比 (2025年度)

- フレーバー
- フレグランス



カテゴリー別食品市場動向 (国内市場)

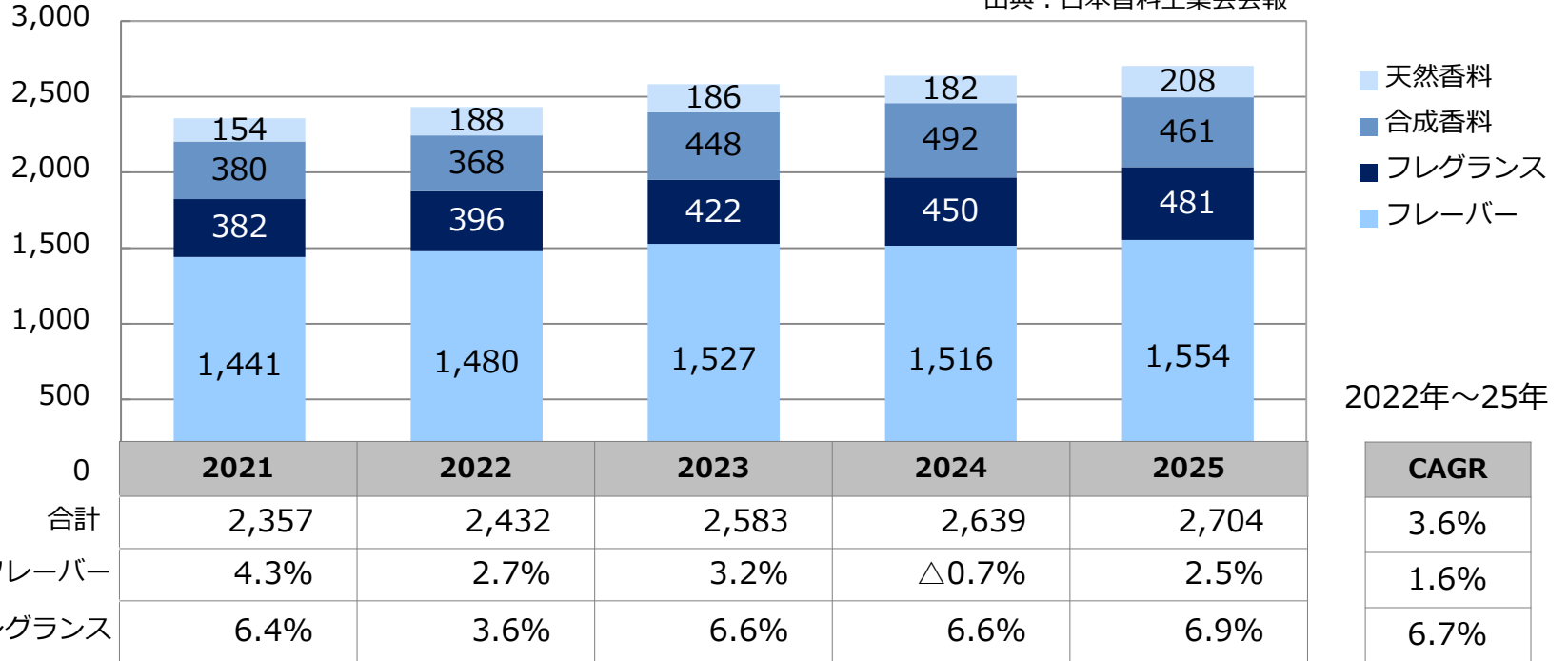
・2026年9月期第2四半期 (2025年10月～2026年3月)

	飲料	菓子	冷菓	即席麺
動向	減少(数量)	微増	増加	増加
業績への影響	↓	↑	↑	↑

出典：日刊経済通信社

国内香料市場 販売金額の推移 (億円)

出典：日本香料工業会会報



Ⅱ. 決算概要

- 前年同期比で増収増益
- 売上高：前期比1,761百万円（4.9%）増収
営業利益：前期比 9百万円（0.2%）増益

(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)	前期比増減	
			金額	%
売上高	35,823	37,585	1,761	4.9%
営業利益	4,518	4,528	9	0.2%
経常利益	4,924	4,936	11	0.2%
当期純利益	3,359	3,749	390	11.6%
EBITDA	7,235	7,347	111	1.5%

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を指す

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（顧客関連資産の償却費を含む） + のれん償却額

通貨	前期	当期	増減率
1US\$	¥152.52	¥155.51	2.0%円安
1人民元	¥21.05	¥22.20	5.5%円安
1MYR	¥34.52	¥38.38	11.2%円安

- 売上増のうち、671百万円(38%)が為替の好影響による増加
- 営業利益は、ベトナム子会社の買収費用等の一過性要因で為替を除くと158百万円の減益も、為替影響により相殺され営業黒字を確保

売上高への為替影響

(百万円)

	為替要因	為替以外	増減額
日本	43	421	464
米国	161	305	466
中国	328	△258	70
その他 連結子会社	223	353	576
調整	△84	267	183
連結	671	1,090	1,761

営業利益への為替影響

(百万円)

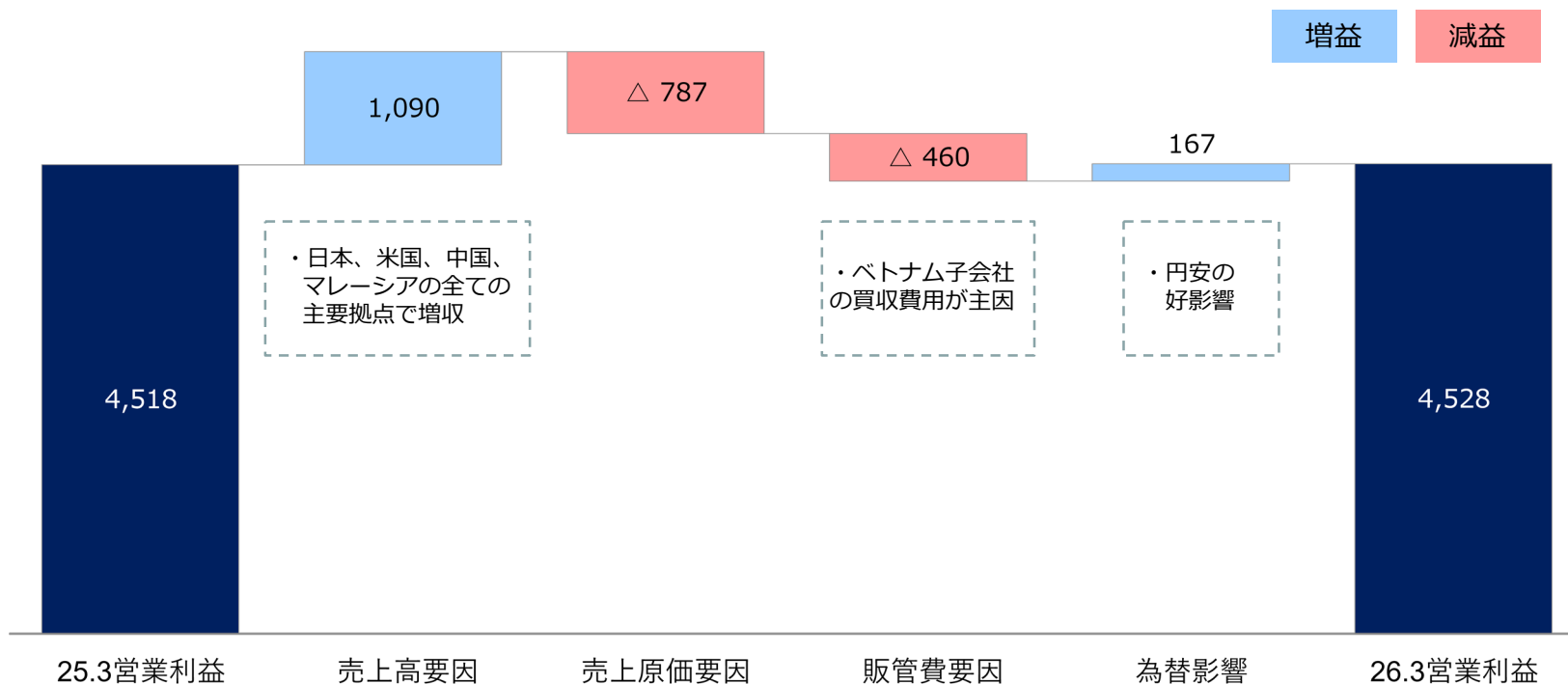
	為替要因	為替以外	増減額
日本	11	91	102
米国	△4	97	93
中国	95	△243	△148
その他 連結子会社	45	125	170
調整	20	△229	△209
連結	167	△158	9

※その他連結子会社の為替以外には、当期第2四半期より連結開始したベトナム子会社の純増分（売上：350百万円 営業利益：94百万円）を含む

・ 営業利益 第1四半期減益から増益へ転じた要因

（単位：百万円）

要因	影響額	詳細
売上高	1,090	全主要拠点で増収、Hoang Anh社連結が寄与
売上原価	△787	増収により売上原価増加。単体と中国で原価率微増
販管費	△460	ベトナムにおいて新たに連結したHoang Anh社の取得関連費用（223百万円）を主因とした販管費の増加
為替	167	円安の好影響を受けた （前期第2四半期 営業利益への為替影響額：114百万円）



・増収要因

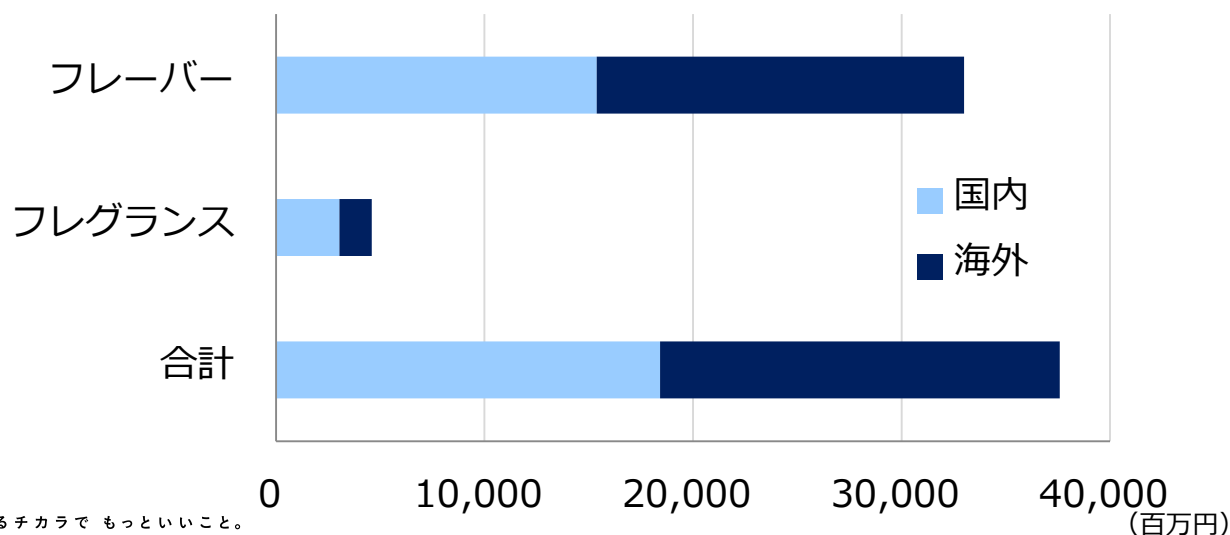
フレーバー：米国子会社、マレーシア子会社の売上増加、ホアンアン社連結開始

フレグランス：当社単体の売上高が増加し、2桁増収に転じた

(百万円)

部門	前期 第2四半期 (実績)	当期 第2四半期 (実績)	増減		当期 第2四半期 売上高比率
			金額	増減率	
フレーバー	31,711	32,990	1,278	4.0%	87.8%
フレグランス	4,112	4,595	483	11.8%	12.2%
合計	35,823	37,585	1,761	4.9%	100.0%

2026年9月期第2四半期実績（連結）



連結売上高に占める
海外売上高の割合



2026年9月期第2四半期
51.0%

(2025年9月期：49.6%)

- 全主要拠点において増収
- 単体は第1四半期の減収減益から増収増益に転じた
- 米国は赤字幅縮小、中国は減益。マレーシアは2桁増益



(単位：億円)

単体

 増収  増益 



	前期	当期	増減額	増減率
売上高	205.8	210.4	4.6	2.3%
営業利益	23.4	24.4	1.0	4.4%

米国

 増収  赤字幅縮小 

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	78.8	83.5	4.6	5.9%
営業利益	△2.9	△2.0	0.9	-

中国


 増収  減益 


	前期	当期	増減額	増減率
売上高	62.5	63.2	0.7	1.1%
営業利益	19.8	18.3	△1.4	△7.5%

マレーシア

 増収  増益 

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	10.8	12.2	1.4	12.9%
営業利益	2.1	2.5	0.3	18.6%

 : 前期比プラス

 : 前期比マイナス

中国は第2四半期累計で、増収・減益

- 第1四半期は減収、第2四半期の3カ月は増収増益も、第2四半期累計では減益となり、計画未達。通期での計画達成を図る

(百万円)

	第1四半期 (10月～12月)		第2四半期 (1月～3月)		累計 (10月～3月)	
	前期	当期	前期	当期	前期	当期
売上高	3,341	2,870	2,911	3,451	6,252	6,322
営業利益	1,064	715	916	1,117	1,981	1,833
営業 利益率	31.9%	24.9%	31.5%	32.4%	31.7%	29.0%

第1四半期は、

春節時期のずれ（前期：1/28～2/4 当期：2/15～2/23）に加え、顧客事情の大型商品終売や2社購買推進の影響で減収。

第2四半期は、

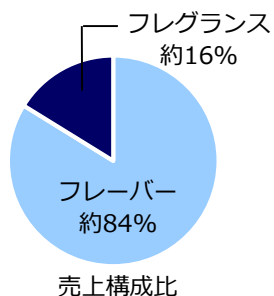
新規パイプラインの積み上げ、為替によるプラス要因もあり大きく挽回。

Ⅲ. グローバル戦略

計画比進捗：売上高は計画通り、営業利益・EBITDAは計画を上回るペース。

日本

- ・ 深谷工場プロジェクト推進、生産部門のDXによる生産体制の強化
- ・ 人的資本経営推進
- ・ ビジネスソリューション本部のもと、営業、研究、マーケティングの連携強化
 - ⇒未開拓分野および新規得意先の採用獲得にもアプローチ
 - ⇒研究開発のスピードアップ、新しい価値の創造を推進
 - ⇒食品原料代替香料の開発・提案に注力



	26/9期第2四半期				通期計画 (億円)
	金額 (億円)	増減額	増減率	進捗率	
売上高	210.4	4.6	2.3%	47.9%	439.0
営業利益	24.4	1.0	4.4%	53.9%	45.3
EBITDA	33.3	1.1	3.7%	51.3%	64.9

	2024	2025	2026 (計画)	2027 (計画)	2028 (計画)
売上高	423.6	425.4	439.0	450.0	461.3
営業利益	49.1	39.3	45.3	47.5	49.5
EBITDA	67.5	57.9	64.9	67.1	68.9
売上高 増減率	6.7%	0.4%	3.2%	2.5%	2.5%
売上高 営業利益率	11.6%	9.3%	10.3%	10.6%	10.7%
売上高 EBITDA比率	15.9%	13.6%	14.8%	14.9%	14.9%

億円

計画比進捗：営業利益は計画通り第3四半期から黒字化の予定。通期で計画を上回る落着を目指す。

米国

- ・ 複数工場の生産効率化に向けた体制見直し、強化を実施
- ・ 新たな設備投資により製造キャパシティを増強
- ・ **検査、輸送、包材の原価コスト低減プロジェクトを推進中**
⇒2026年9月度下期以降に効果があらわれる見込み
- ・ 得意先に好評の日本技術の活用・展開を推進（Bridge to Tokyo Phase 3）



百万ドル

	2024	2025	2026 (計画)	2027 (計画)	2028 (計画)
売上高	100.6	106.4	110.0	114.9	120.1
営業利益	2.1	△1.9	0.1	2.3	3.3
EBITDA	16.8	16.2	19.5	22.0	22.9
売上高 増減率	10.0%	5.8%	3.3%	4.5%	4.5%
売上高 営業利益率	2.2%	-	0.2%	2.0%	2.8%
売上高 EBITDA比率	16.7%	15.3%	17.8%	19.1%	19.1%

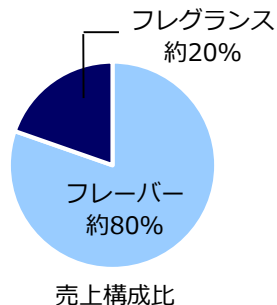
	円ベース (億円)			現地通貨ベース (百万ドル)			通期 計画
	26/9期第2 四半期			26/9期第2 四半期			
	金額	増減額	うち 為替以外	金額	増減率	進捗率	
売上高	83.5	4.6	3.0	53.7	3.9%	48.8%	110.0
営業利益	△2.0	0.9	0.9	△1.2	-	-	0.1
EBITDA	12.2	1.3		7.8	10.0%	40.0%	19.5

※米国で買収した3社は米国子会社(T. HASEGAWA U.S.A., INC.)の100%子会社であり、米国業績には3社の業績およびのれん等償却額（13.1百万ドル/年）等を含む

計画比進捗：売上・利益ともに計画未達。パイプライン積み上げで、通期では計画達成を目指す

中国

- ・ **キャパシティ増強のため、中国第3生産拠点となる新工場建設と蘇州での粉末香料設備新設に着手**
⇒**2027年9月期の稼働を予定**
- ・ 提案頻度アップによる案件獲得と、依頼増加に対応するための体制整備を推進
- ・ 当第2四半期は市場環境により出遅れたが、**新規パイプラインの積み上げにより通期では計画達成を目指す**



百万元

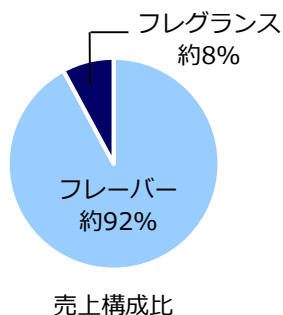
	2024	2025	2026 (計画)	2027 (計画)	2028 (計画)
売上高	576.2	608.6	637.5	665.3	695.0
営業利益	163.0	190.7	192.5	193.6	177.0
EBITDA	197.1	224.6	223.4	228.7	233.6
売上高増減率	6.3%	5.6%	4.8%	4.3%	4.5%
売上高営業利益率	28.3%	31.3%	30.2%	29.1%	25.5%
売上高EBITDA比率	34.2%	36.9%	35.0%	34.4%	33.6%

	円ベース (億円)			現地通貨ベース (百万元)			通期計画
	26/9期第2 四半期			26/9期第2 四半期			
	金額	増減額	うち為替以外	金額	増減率	進捗率	
売上高	63.2	0.7	△2.5	284.7	△4.1%	44.7%	637.5
営業利益	18.3	△1.4	△2.4	82.5	△12.3%	42.9%	192.5
EBITDA	22.0	△1.4		99.0	△10.9%	44.3%	223.4

計画比進捗：売上高は計画通り、営業利益・EBITDAは計画を上回るペースで推移。

東南 アジア

- ・ Hoang Anh社のPMIを推進し、東南アジア地域の製販ネットワークの連携強化を加速
- ・ マレーシアのエンステック工業団地での新工場建設を推進（2027年9月期稼働予定）
⇒アジア市場・ハラル市場の需要拡大に対応
- ・ アプリケーションラボラトリー活用推進、ライブラリー拡充、フレーバーキット活用による提案活動の効率化⇒顧客対応の迅速化と提案力向上
- ・ 研究管理機能の強化と業務のシステム化・運用高度化により、研究開発の効率化を図る



	26/9期第2四半期				通期 計画 (億円)
	円ベース (億円)				
	金額	増減額	増減率	進捗率	
売上高	29.0	4.3	17.4%	46.7%	62.1
営業利益	5.1	1.2	30.4%	52.0%	9.8
EBITDA	6.2	1.4	28.7%	52.1%	11.9

	2024	2025	2026 (計画)	2027 (計画)	2028 (計画)
売上高	46.5	49.7	62.1	68.9	74.1
営業利益	7.8	8.0	9.8	6.4	7.4
EBITDA	9.6	9.8	11.9	13.1	14.0
売上高 増減率	14.4%	6.8%	24.8%	11.0%	7.5%
売上高 営業利益率	16.8%	16.1%	15.8%	9.4%	10.1%
売上高 EBITDA比率	20.7%	19.8%	19.3%	19.0%	19.0%

※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

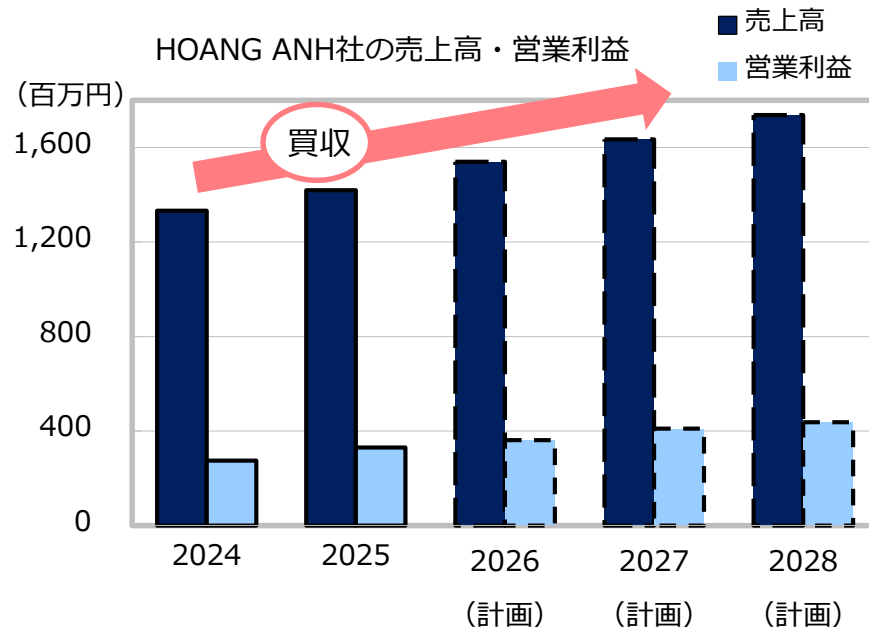
Hoang Anh社は2026年1月より連結開始

- PMIは当初の想定通り2026年12月に完了見込み
- のれん償却費の61百万円を差し引いても33百万円の営業黒字と利益に貢献

	当期第2四半期(1月~3月)	
	金額(百万円)	構成比(%)
売上高	350	100.0%
営業利益	94	26.9%
EBITDA	106	30.2%

売上高は、前年同期比増収で堅調に推移

	金額(百万円)	
取得関連費用	223	第1四半期に計上
のれん総額	3,682	暫定値
のれん償却費	245	/年 (暫定値)



※取得関連費用、のれん償却費は
いずれも連結調整として計上

IV. 業績の見通し

- ・ 2025年11月7日公表の業績予想から変更なし
- ・ 2Q標準を上回る進捗で推移しており、連結ベースで業績予想を上回る落着を目指す

百万円

	前期 (実績)	当期 (予想)	増減		当期 第2四半期 (実績)	進捗率	
			金額	%		2Q 対計画	2Q 標準
売上高	73,495	76,500	3,004	4.1%	37,585	49.1%	47.8%
営業利益	8,515	9,430	914	10.7%	4,528	48.0%	46.9%
経常利益	9,288	10,050	761	8.2%	4,936	49.1%	46.6%
当期純利益	6,921	7,320	398	5.8%	3,749	51.2%	43.7%
(参考) EBITDA	13,938	15,157	1,219	8.7%	7,347	48.5%	

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を指す

※EBITDA = 営業利益 + 減価償却費（顧客関連資産の償却費を含む） + のれん償却額

※標準進捗率は、過去10期の平均進捗率（最大値、最小値を除く）

通貨	前期	当期予想	増減率
1US\$	¥149.28	¥145.00	2.9%円高
1人民元	¥20.68	¥20.50	0.8%円高
1MYR	¥34.38	¥34.00	1.1%円高

- 直接的な影響

当該地域との直接的な取引はなし

- サプライチェーン(調達・物流)への想定リスク

仕入価格の高騰：物流網の混乱や原油市況上昇に伴う調達コスト増を懸念

調達リスクへの対応：溶剤・包材等を含め、原材料の入手困難化リスクを精査中
代替調達先の確認など安定供給に向けた対策を推進

- 業績への影響見通し

原材料の仕入価格高騰により、売上原価が数億円増加するリスクを想定

直接的な取引はないものの、仕入れや調達におけるリスクは想定
引き続き動向を注視し、影響の極小化に努める

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

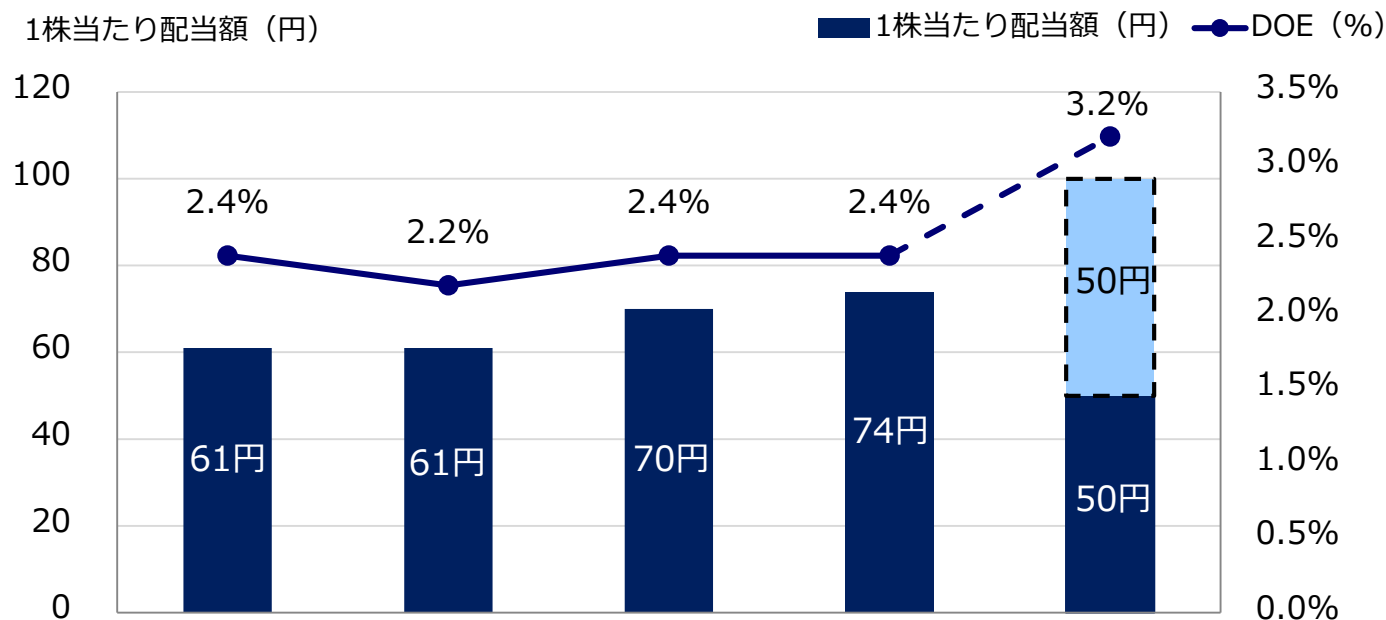
- ・健全な財務体質の維持、資本効率の向上等を勘案し、資金を適切に活用
 - － **配当**
グループ経営基盤のより一層の強化と今後の事業展開のために必要な内部留保を確保しつつ、株主の皆様へ安定的な利益還元を図る
中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を実施
 - － **設備投資**
成長に向けた増産化投資、既存設備の更新・メンテナンス
 - － **M&A**
積極的に検討し、市場規模やビジネスリスク、買収金額等の観点から総合的に判断
顧客網、技術面、人材面等でシナジー効果が期待できるM&Aの実現
 - － **自己株式取得**
当社が設定した条件（PBR等）に合致する場合に検討

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（今期約6億円売却済み、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

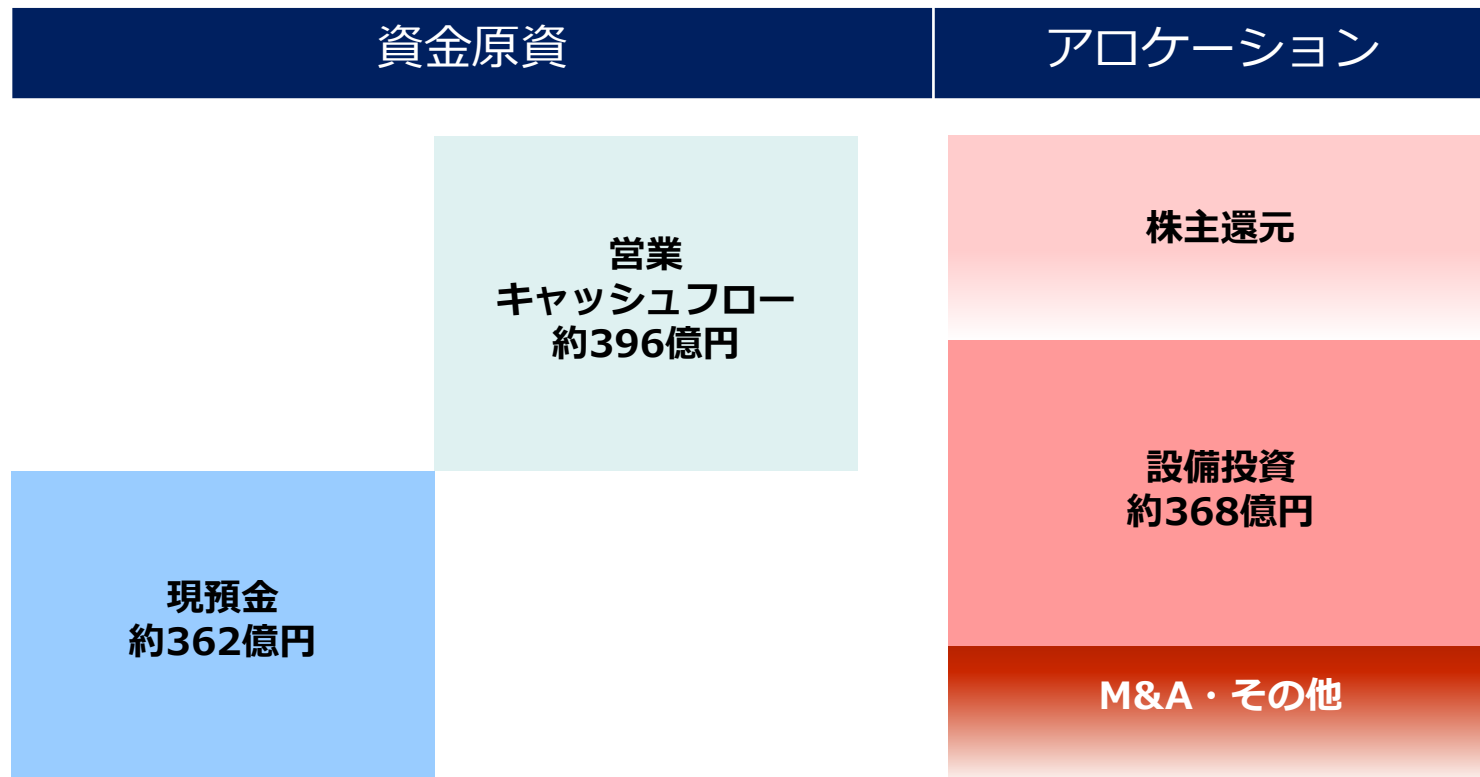
- ・ 高水準で安定的な配当を行うため、配当方針を見直し、従来の連結配当性向40%程度から連結株主資本配当率（DOE）3%以上を基準とする（2026年9月期中間配当より適用）
- ・ 2026年9月期の1株当たり配当額は100円を計画。中間配当は50円。



	2022	2023	2024	2025	2026
(参考) 配当性向	31.3%	37.6%	40.0%	43.7%	55.3%

キャッシュアロケーション

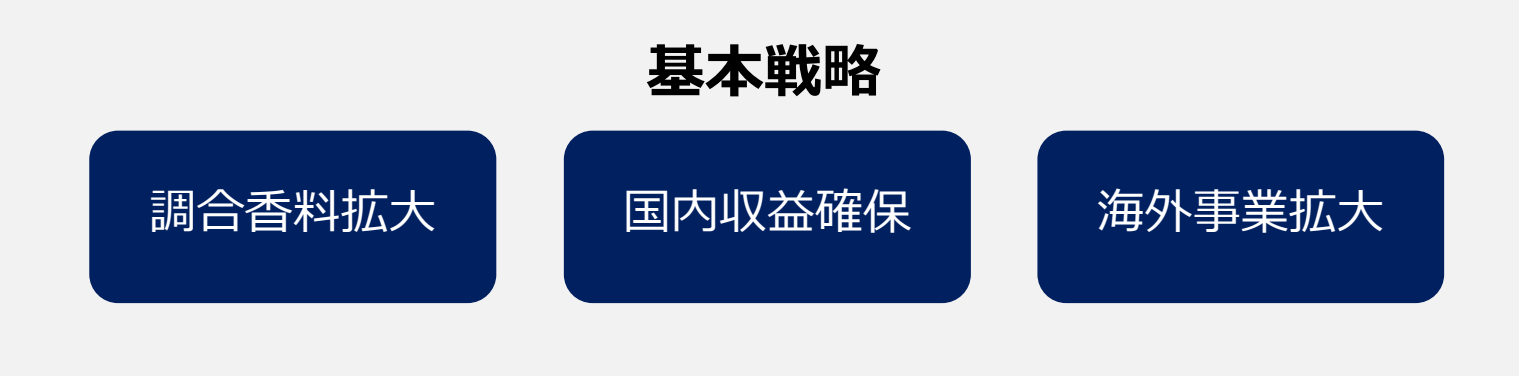
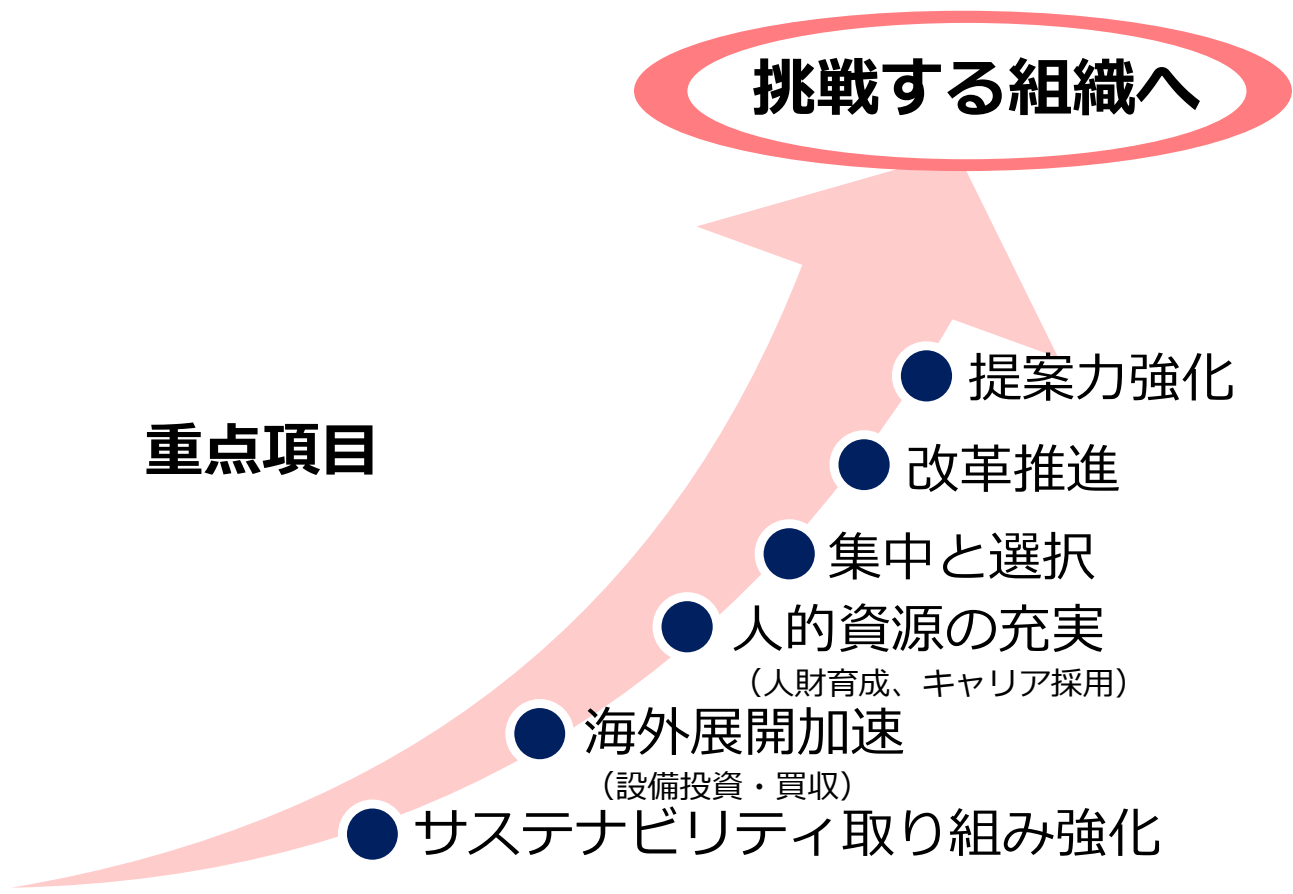
営業キャッシュフローと現預金を資金原資として、
2026年9月期から2028年9月期の3カ年累計で約368億円の設備投資を予定
また、積極的な株主還元、M&Aに資金を活用する



* 営業キャッシュフロー：当期純利益、減価償却費、のれん償却費の合計

* 現預金：2026年3月末時点 現金及び預金、有価証券の合計

VI. 添付資料



人財を「資本」と捉え、継続的に改善施策を検討・実行

⇒人財の価値を最大限引き出し、**中長期的な企業価値の向上**を目指す

経営戦略と人事戦略の連動

- ・ 人事制度改革実施
⇒ 2023年9月期に導入した新人事制度による人材育成・評価を運用
- ・ エンゲージメントサーベイを実施
⇒現状を把握し対策を検討

人財教育プログラム推進

- ・ 海外人財育成プログラムの実施
⇒人材の選抜、育成を推進
- ・ 各階層に合った研修を計画的に実施
- ・ 社内ビジネススクール開講
- ・ OJT、ジョブローテーションの実施

人的資本経営推進

働きやすい職場環境整備

- ・ 全社的なリスク調査実施、
⇒人権に関わるリスクを特定し対策実施
- ・ 働きやすさ向上のため各種制度の導入
検討、実施（在宅勤務制度導入）
- ・ 労働安全衛生の取り組み推進

情報開示の充実

- ・ CSR方針に「人権労働」を掲げ、KPI設定
⇒サステナビリティレポートで開示

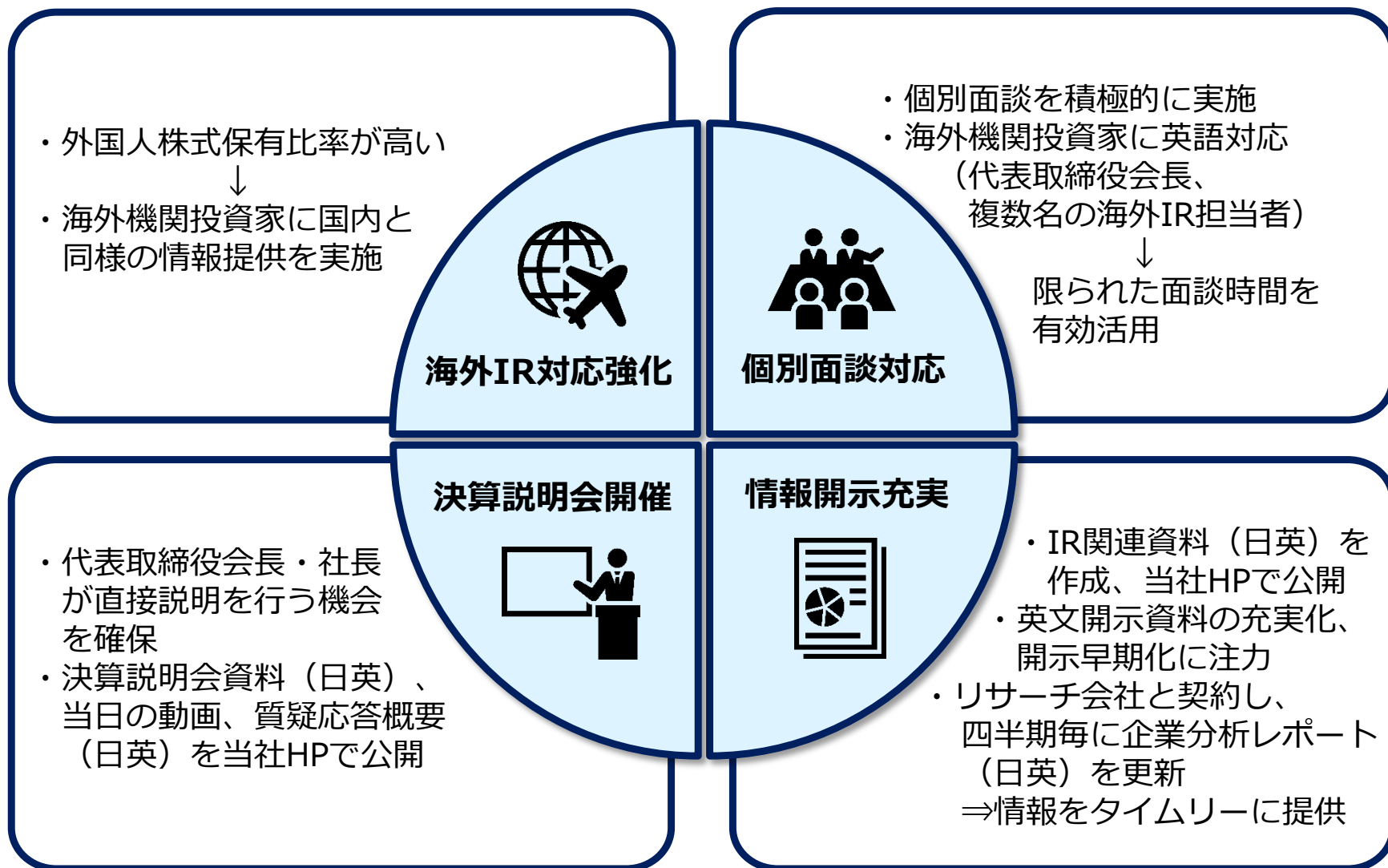
※KPI

女性管理職比率、キャリア採用者管理職比率、
外国人従業員に占める管理職比率、
業務目標における評価面談実施率

基本方針






IR活動の強化を目的に経営企画部にIR室を設置し、積極的に対話の機会を確保

当社の取り組み



カテゴリー別動向（国内市場）

・2026年9月期第2四半期（2025年10月～2026年3月）

カテゴリー		動向	業績への影響
飲料		<ul style="list-style-type: none"> ・値上げによる購買意欲の鈍化等で、数量ベースで2%程度の減少。 ・全体的な傾向として大型PETが強い茶系、水ブランドが値上げで逆風。 ・1～3月は堅調に推移した。 	
菓子	スナック	<ul style="list-style-type: none"> ・昨年生産実績（1～12月）では数量微増。金額は前年並み。 ・6割弱を占めるポテトチップは、北海道産じゃがいも不作の影響で特売が減少。 ・成型ポテトチップスや小麦系スナックは伸長した。 	
	チョコレート	<ul style="list-style-type: none"> ・前年同期に比べてカカオ豆の価格は下がったものの、コスト高は続いており、小売価格の上昇の影響が出始めている。チョコ全体で数量は2ケタ減、金額では微増。 ・ソリッドチョコは板チョコ中心に堅調に推移した。 ・チョコスナックも原材料の変更で対応するが、センターアソートチョコ、ナッツチョコは2ケタ近い減少。 	
冷菓		<ul style="list-style-type: none"> ・「冬アイス」の定着を背景に前年を上回って推移した。 ・代替品が限られ、メーカー各社の努力もあり離反が少ない市場を構築。 	
即席麺		<ul style="list-style-type: none"> ・カップ麺は、ロングセラー品の展開を強化し、数量ベースで増加。 ・低価格品、和風カップ麺も伸長した。 ・袋麺は5食・3食パック共に、主力ブランドで新商品が次々と上市され、しょうゆ味、家系商品を中心に好調。 	

出典：日刊経済通信社

 : プラス方向
  : マイナス方向

				百万ドル
	会社名	国名	2025年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	9,041	22.1%
2	IFF	米国	8,238	20.2%
3	dsm-firmenich	スイス・オランダ	7,820	19.1%
4	Symrise	ドイツ	5,582	13.7%
5	ADM	米国	4,187	10.2%
6	Mane SA	フランス	2,278	5.6%
7	高砂香料工業	日本	1,494	3.7%
8	Robertet SA	フランス	934	2.3%
9	Sensient Technologies	米国	787	1.9%
10	長谷川香料	日本	491	1.2%
合計			40,852	100.0%

※ 各社の開示資料を参考に当社推計

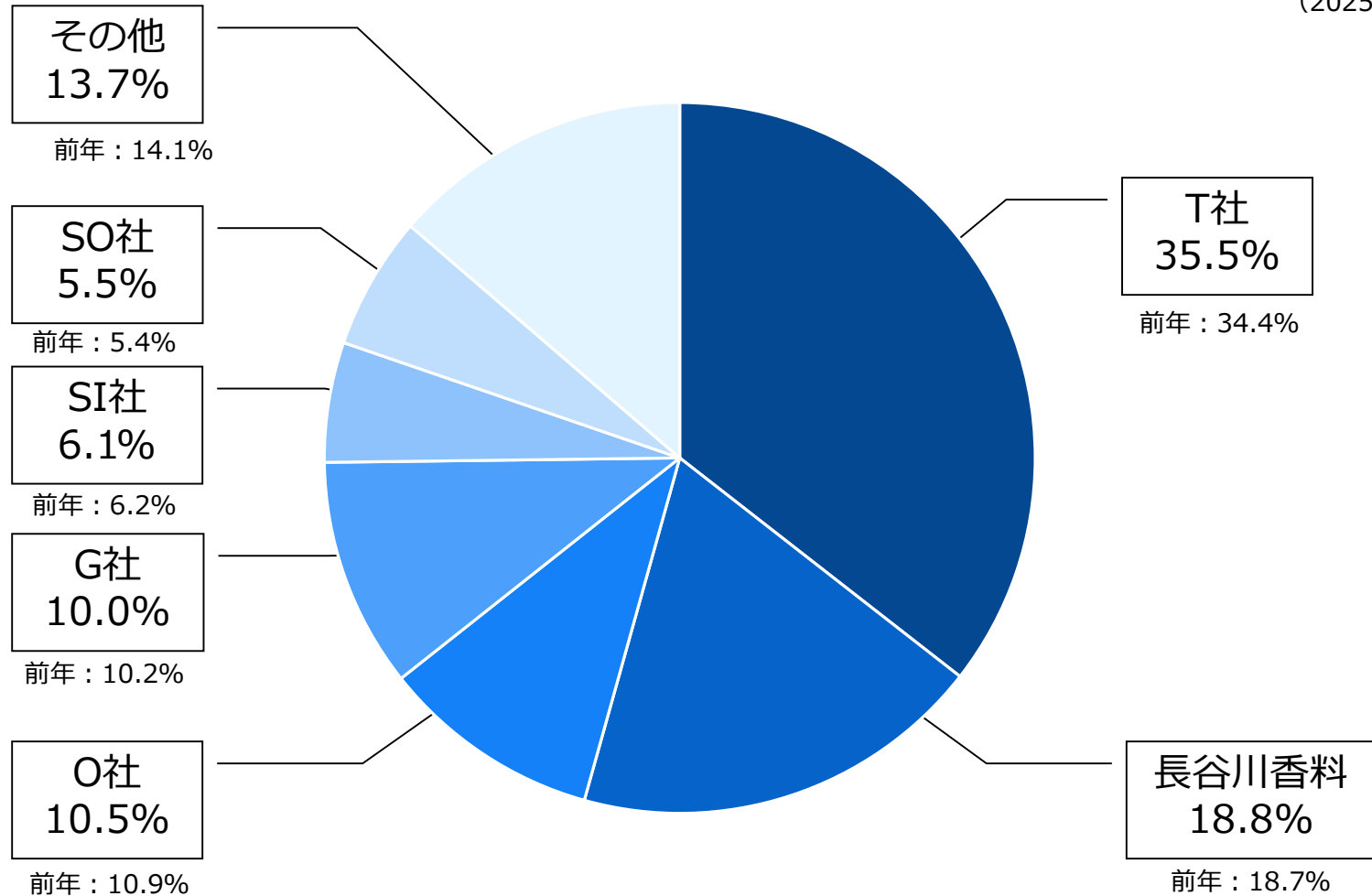
※ 以下のセグメントを除外

dsm-firmenich : Health Nutrition & Care、Corporate

高砂香料工業 : 不動産部門、Robertet : Les actifs、Sensient Technologies : ColorGroup・AsiaPacificGroup

※ IFFはNourish Segment・Scent Segment、ADMはHuman Nutritionのみ

(2025年3月時点)



※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

※当社は9月決算、T社、SO社、SI社は3月決算、G社、O社は12月決算です

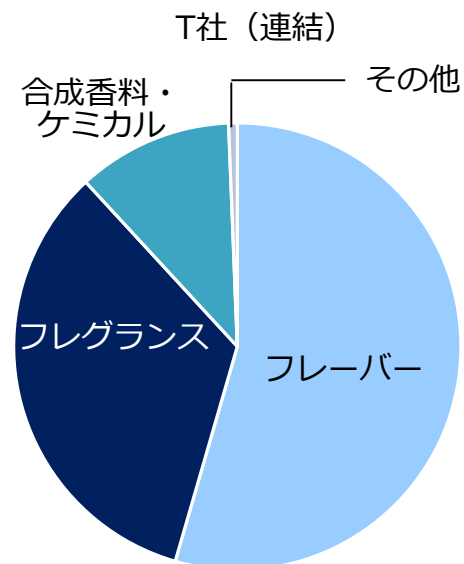
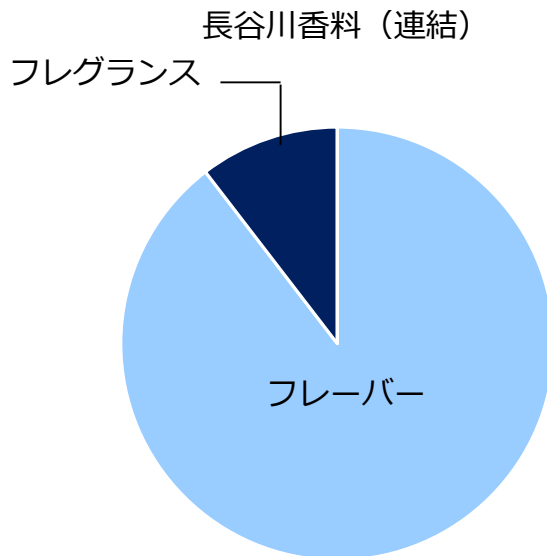
なお、上記グラフでの当社売上高は2024年4月～2025年3月の期間で算出しています

- ・ 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

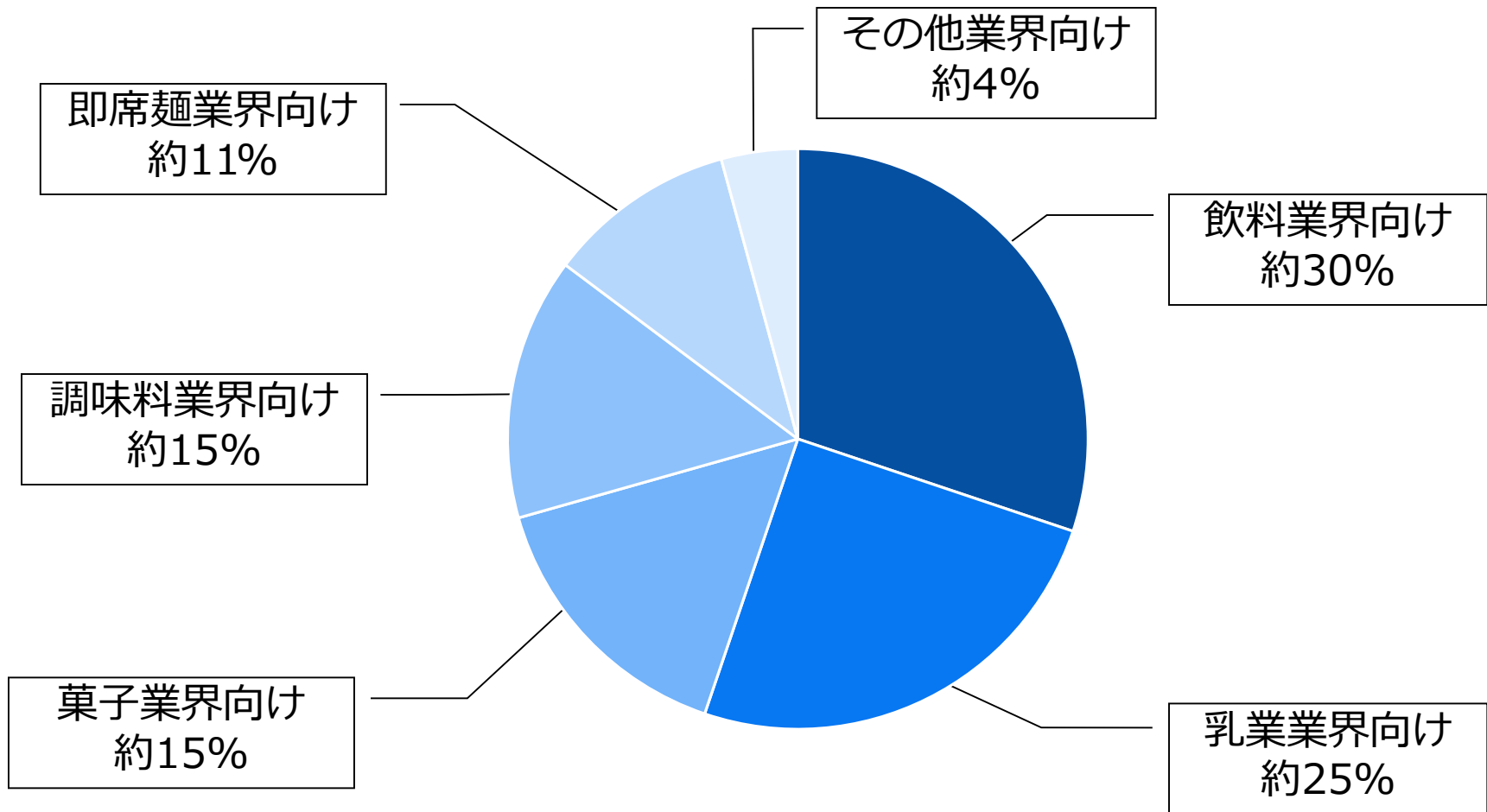
百万円

	長谷川香料(連結)		T社(連結)	
	2025.9		2026.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比
フレーバー	65,828	89.6%	122,626	54.5%
フレグランス	7,666	10.4%	75,784	33.7%
合成香料・ケミカル	-	-	25,274	11.2%
その他	-	-	1,406	0.6%
小計	73,495	100.0%	225,092	100.0%
売上高総利益率	41.3%		32.4%	
売上高営業利益率	11.6%		3.6%	

※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



- ・ 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販売先の2026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。

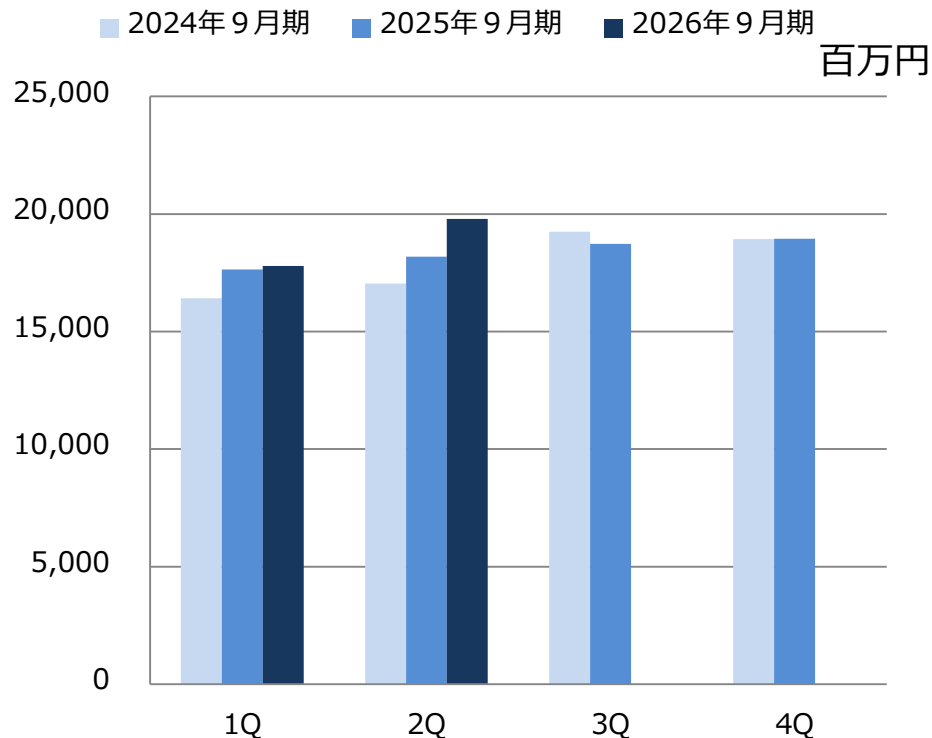
- ・ 3つの基本戦略①調合香料拡大、②国内収益確保、③海外事業拡大のもと、事業を展開
- ・ 香りを通じて豊かで健やかな暮らしを実現、サステナブルな社会の構築に貢献

□ 参入済 ■ 未参入

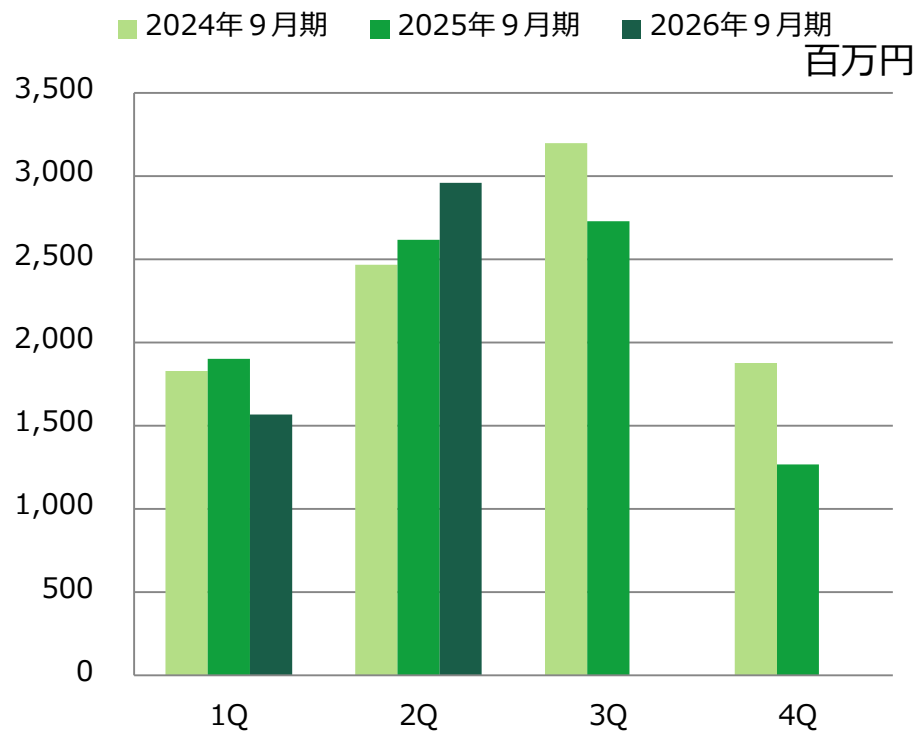
	収益基盤		成長ドライバー	
	日本	米国	中国	東南アジア
<p>フレーバー事業</p> <p>食品に美味しさをもたらすフレーバーを提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 飲料、食品業界向けに幅広く展開 ▶ SDGs対応強化 ・ 食品原料代替香料開発 ▶ 新分野対応強化 ・ 健康食品、医療関係食品等 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ セイボリー、飲料、健康分野向けを中心に展開 ▶ 地場企業を中心に取引 ▶ M&Aにより事業拡大 ・ 2020年のM&Aによりスイート系フレーバー強化 ・ 2024年のM&Aにより米国中西部地域強化 ▶ 日本研究部門との連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 飲料、即席麺向けを中心に展開 ▶ 国際企業、地場企業を中心に取引 ▶ 未参入分野や潜在需要開拓 ・ 地場大手企業、中堅企業に注力 ・ 代理店の活用により商圏拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ フレーバーパウダー、飲料向けフレーバー等を展開 ・ 飲料向けの更なる拡大を目指す ▶ 拠点間の連携強化 ・ マレーシア、タイ、インドネシア売上拡大 ・ ベトナムPMIを実施 ▶ 拠点周辺国開拓 ・ フィリピン等開拓
<p>フレグランス事業</p> <p>生活の様々な場面で彩りを添えるフレグランスを提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日用品、化粧品業界向けに幅広く展開 ▶ 新分野対応強化 ・ 生活臭のマスクングニーズ等への対応 ・ 不快感を香料で解決する手段の提案 ▶ SDGs対応強化 ・ 環境に配慮した香料開発 	<p>当社グループ未参入</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日用品業界向けを中心に展開 ▶ 地場企業を中心に取引 ▶ トイレタリー向けの拡大に注力 ▶ 日本研究部門との連携強化 	<p>生産</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本からの輸出で対応 ⇒ 現地生産は事業展開に応じ検討 <p>販売</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ボディケア向けを中心に展開 ▶ 新規顧客開拓に注力

- ・ 当社業績は下半期に伸びる傾向
- ・ 当期第2四半期の売上高、営業利益はともに直近2期を上回って進捗

四半期連結売上高



四半期連結営業利益



	1Q	2Q	3Q	4Q
24年9月期	16,414	17,039	19,252	18,939
進捗率	22.9%	46.7%	73.6%	100%
25年9月期	17,643	18,181	18,724	18,947
進捗率	23.7%	48.2%	74.2%	100%
26年9月期	17,793	19,793	-	-
進捗率(対計画)	23.3%	49.1%	-	-

	1Q	2Q	3Q	4Q
24年9月期	1,828	2,467	3,198	1,878
進捗率	19.5%	45.8%	80.0%	100%
25年9月期	1,901	2,617	2,729	1,267
進捗率	22.3%	53.1%	85.1%	100%
26年9月期	1,568	2,960	-	-
進捗率(対計画)	16.6%	48.0%	-	-

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	35,823	100.0%	37,585	100.0%	1,761	4.9%	日本・北米・アジアの全セグメントにおいて売上増加 ベトナムHoang Anhの純増分は3.5億円
売上原価	20,681	57.7%	21,795	58.0%	1,113	5.4%	単体・中国における原価率の上昇。第1四半期の59.2%からは 改善
売上総利益	15,142	42.3%	15,790	42.0%	648	4.3%	
販売費及び 一般管理費	10,623	29.7%	11,262	30.0%	639	6.0%	Hoang Anhの買収による純増分や同買収関連費用、のれんの償 却費が合計で3.4億円。円安による円換算額の増加が1.8億円
営業利益	4,518	12.6%	4,528	12.0%	9	0.2%	
経常利益	4,924	13.7%	4,936	13.1%	11	0.2%	
税引前当期純利益	4,807	13.4%	5,535	14.7%	727	15.1%	(特別損益項目) 投資有価証券売却益608百万円と前年同期における投資有価証 券評価損100百万円を通算した7億円が、税引前中間純利益の増 益要因
当期純利益	3,359	9.4%	3,749	10.0%	390	11.6%	

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を指す

百万円

	前期末	当期 第2四半期末	増減	要因
流動資産	74,997	76,735	1,738	<ul style="list-style-type: none"> 現金及び預金の増加 1,416百万円 棚卸資産の増加 1,533百万円 短期有価証券の減少 △2,000百万円
固定資産	72,154	79,995	7,841	<ul style="list-style-type: none"> 建設仮勘定の増加 1,571百万円 のれんの新規計上 (Hoang Anh) 3,681百万円
資産合計	147,151	156,731	9,579	
流動負債	14,611	14,389	△ 221	<ul style="list-style-type: none"> 賞与引当金の減少 △775百万円
固定負債	9,215	10,065	850	<ul style="list-style-type: none"> 繰延税金負債の増加 393百万円 長期未払金の増加 355百万円
負債合計	23,826	24,455	628	
純資産	123,324	132,276	8,951	<ul style="list-style-type: none"> 中間純利益 3,749百万円 為替換算調整勘定の増加 6,176百万円 有価証券評価差額金の増加 381百万円 自己株式の減少 (純資産は増加) 302百万円 剰余金の配当 △1,496百万円
負債・純資産合計	147,151	156,731	9,579	

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	4,631	5,240	608	<ul style="list-style-type: none"> ・税金等調整前中間純利益 5,535百万円 ・減価償却費 2,158百万円 ・のれん償却額 660百万円 ・賞与引当金の減少 △826百万円 ・棚卸資産の増加 △970百万円 ・法人税等の支払額 △1,156百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 4,218	△ 5,972	△ 1,754	<ul style="list-style-type: none"> ・投資有価証券の売却 1,069百万円 ・有形固定資産の取得 △2,793百万円 ・Hoang Anhの株式取得 △4,370百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 2,676	△ 1,570	1,105	<ul style="list-style-type: none"> ・配当金の支払 △1,493百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	215	1,789	1,573	
現金及び現金同等物 の増減額	△ 2,047	△ 513	1,533	
現金及び現金同等物 の期首残高	31,952	31,267	△ 684	
現金及び現金同等物 の期末残高	29,905	30,753	848	

連結

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	13,541	3,207	23.7%
減価償却費	4,360	2,159	49.5%
のれん償却額	1,909	661	34.6%
研究開発費	6,010	2,942	49.0%

※減価償却費には顧客関連資産の償却費を含む

オーガニックな業績拡大のために3年間で約368億円の設備投資を計画

・大型設備投資

億円

	地域	~25/9期 (実績)	26/9 (計画)	27/9 (計画)	28/9 (計画)	3カ年計画 合計
DX推進・IT改革	単体	28	19	11	11	41
深谷工場	単体	-	-	39	39	78
米国第2工場	米国	35	7	5	12	24
中国第3工場	中国	6	20	45	-	65
マレーシア新工場	東南 アジア	13	45	2	1	48
その他		-	44	39	29	112
合計		-	135	141	92	368

・研究開発費は連結売上高に対して8%の水準で推移

百万円

	25/9期 (実績)	26/9 (計画)	27/9 (計画)	28/9 (計画)	3カ年計画 合計
設備投資額	5,164	13,541	14,146	9,169	36,856
減価償却費	4,226	4,360	4,952	5,360	14,672
研究開発費	5,744	6,010	6,228	6,463	18,701

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	20,585	100.0%	21,049	100.0%	464	2.3%	47.9%
売上原価	12,537	60.9%	12,886	61.2%	349	2.8%	47.7%
売上総利益	8,048	39.1%	8,162	38.8%	114	1.4%	48.4%
販売費及び一般管理費	5,705	27.7%	5,717	27.2%	11	0.2%	46.3%
営業利益	2,342	11.4%	2,445	11.6%	102	4.4%	54.0%
経常利益	7,813	38.0%	2,772	13.2%	△5,040	△64.5%	57.1%
税引前当期純利益	7,697	37.4%	3,372	16.0%	△4,324	△56.2%	65.1%
当期純利益	6,458	31.4%	2,428	11.5%	△4,030	△62.4%	63.1%

- ・売上高は、第1四半期の減収から転じ、フレーバー、フレグランスの両事業において増収
- ・前期は中国子会社2社から配当金を受け取っていたことなどから、経常利益は減益

※当社の米国連結子会社（T. HASEGAWA U.S.A., INC. (ABELEI社含む））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	7,885	100.0%	8,352	100.0%	466	5.9%
売上原価	4,929	62.5%	5,145	61.6%	215	4.4%
売上総利益	2,955	37.5%	3,206	38.4%	251	8.5%
販管費	3,250	41.2%	3,407	40.8%	157	4.8%
営業利益	△294	-	△200	-	93	-
経常利益	△238	-	△105	-	132	-
当期純利益	△190	-	△93	-	96	-

1US\$ = 152.52円

1US\$ = 155.51円

(2.0%円安)

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	51,699	100.0%	53,707	100.0%	2,007	3.9%
売上原価	32,319	62.5%	33,086	61.6%	766	2.4%
売上総利益	19,379	37.5%	20,621	38.4%	1,241	6.4%
販管費	21,312	41.2%	21,913	40.8%	600	2.8%
営業利益	△1,932	-	△1,291	-	640	-
経常利益	△1,563	-	△681	-	881	-
当期純利益	△1,248	-	△601	-	647	-

- ・ 既存主要顧客が好調に推移したため、売上は円ベース・現地通貨ベースともに増収
- ・ 原価率は前期比0.9 pt改善したものの、ABELEI社ののれん償却負担もあり赤字継続
赤字幅は縮小しており、計画通り第3四半期以降の黒字化を目指す

※当社の中国連結子会社3社（長谷川香料（上海）有限公司、長谷川香料（蘇州）有限公司、長谷川香料（平湖）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	6,252	100.0%	6,322	100.0%	70	1.1%
売上原価	3,178	50.8%	3,271	51.7%	93	2.9%
売上総利益	3,074	49.2%	3,050	48.3%	△23	△0.8%
販管費	1,092	17.5%	1,217	19.3%	124	11.4%
営業利益	1,981	31.7%	1,833	29.0%	△148	△7.5%
経常利益	2,042	32.7%	1,903	30.1%	△139	△6.8%
当期純利益	1,532	24.5%	1,418	22.4%	△113	△7.4%

1人民元 = 21.05円

1人民元 = 22.20円

(5.5%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	297,023	100.0%	284,797	100.0%	△12,226	△4.1%
売上原価	150,985	50.8%	147,380	51.7%	△3,604	△2.4%
売上総利益	146,038	49.2%	137,416	48.3%	△8,621	△5.9%
販管費	51,887	17.5%	54,826	19.3%	2,939	5.7%
営業利益	94,151	31.7%	82,590	29.0%	△11,561	△12.3%
経常利益	97,044	32.7%	85,722	30.1%	△11,322	△11.7%
当期純利益	72,788	24.5%	63,907	22.4%	△8,881	△12.2%

- ・フレーバー、フレグランス事業ともに現地通貨ベースで減収も、為替の好影響を受けて円ベースでは増収
- ・新規パイプラインを積み上げており、通期では計画達成を目指す

※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	1,088	100.0%	1,229	100.0%	140	12.9%
売上原価	560	51.5%	605	49.2%	44	8.0%
売上総利益	528	48.5%	624	50.8%	95	18.1%
販管費	313	28.8%	369	30.0%	55	17.8%
営業利益	215	19.8%	254	20.7%	39	18.6%
経常利益	279	25.6%	277	22.6%	△1	△0.4%
当期純利益	203	18.7%	202	16.5%	△0	△0.4%

1MYR = 34.52円

1MYR = 38.38円

(11.2%円安)

千マレーシアリンギット

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	31,537	100.0%	32,030	100.0%	493	1.6%
売上原価	16,227	51.5%	15,768	49.2%	△459	△2.8%
売上総利益	15,309	48.5%	16,262	50.8%	953	6.2%
販管費	9,079	28.8%	9,619	30.0%	539	5.9%
営業利益	6,230	19.8%	6,643	20.7%	413	6.6%
経常利益	8,084	25.6%	7,240	22.6%	△843	△10.4%
当期純利益	5,903	18.7%	5,287	16.5%	△616	△10.4%

- ・液体フレーバーの販売増加によるプロダクトミックスの変化が寄与し、前期比2桁増益（円ベース）
- ・ドル安リンギット高のマイナス影響により、経常利益以下は減益となった

当社単体	営業、研究、マーケティングの連携強化によるソリューション営業推進による売上拡大を見込む。需要増に対応する生産体制の強化を推進する。
米国	セイボリー分野、健康分野、飲料分野の売上拡大、及び買収したABELEI社とのシナジー効果による米国中西部への販路拡大を見込む。第2工場プロジェクトの推進により生産体制を強化する。
中国	研究体制・生産体制の強化を推進。また、マーケティング機能活用、営業・研究・マーケティングの協働深化等により営業体制を強化し、未参入分野や潜在需要の開拓による売上拡大を見込む。
東南アジア	マレーシアの新工場建設を推進。マレーシア及び買収したベトナムの製販拠点と、タイ・インドネシアの販売拠点が連携し、売上拡大を見込む。

百万円

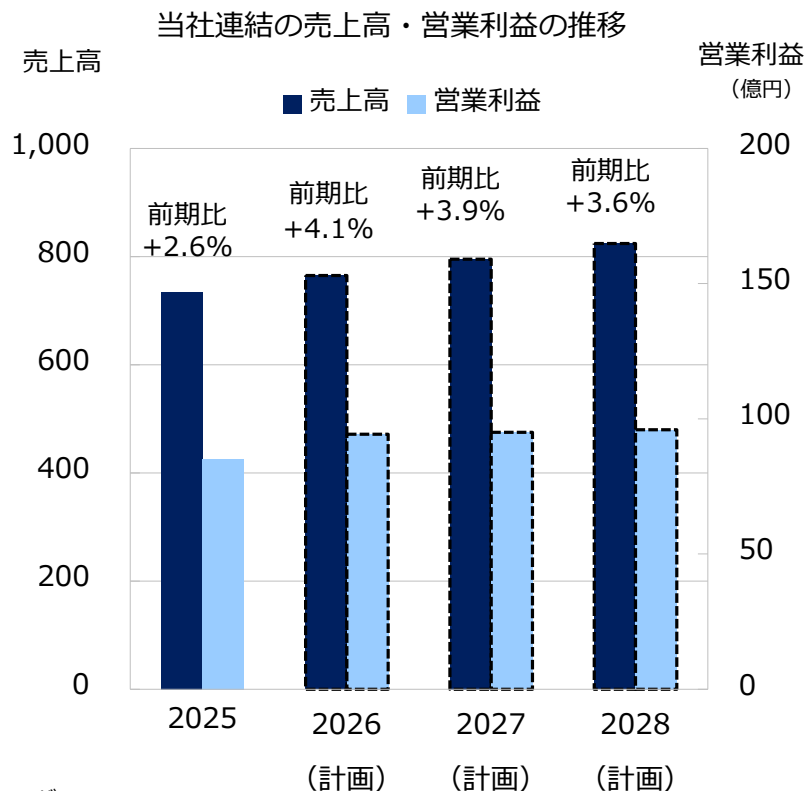
	25/9 (実績)	26/9 (計画)	27/9 (計画)	28/9 (計画)
売上高	73,495	76,500	79,500	82,400
売上原価	43,147	44,190	46,400	48,440
営業利益	8,515	9,430	9,500	9,600
経常利益	9,288	10,050	9,860	9,910
当期純利益	6,921	7,320	7,100	7,150
EBITDA	13,938	15,157	15,869	16,377
為替レート	¥149.28/\$ ¥20.68/元	¥145.00/\$ ¥20.50/元	¥145.00/\$ ¥20.50/元	¥145.00/\$ ¥20.50/元

売上高伸長率	2.6%	4.1%	3.9%	3.6%
売上原価率	58.7%	57.8%	58.4%	58.8%
売上高営業利益率	11.6%	12.3%	11.9%	11.7%
売上高経常利益率	12.6%	13.1%	12.4%	12.0%
売上高当期純利益率	9.4%	9.6%	8.9%	8.7%
売上高EBITDA比率	19.0%	19.8%	20.0%	19.9%
連結売上高に占める 海外売上高の割合	49.6%	50.3%	50.5%	51.2%

※当社グループの中期3カ年計画は毎期洗い替え、詳細については48ページご参照

※表中の当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を指す

※セイボリーフレーバー：スナック菓子、ドレッシング、調味料等の塩味の効いた食品に使用されるフレーバー



百万円

	25 / 9（実績）			26 / 9（計画）			27 / 9（計画）			28 / 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	73,495	100.0%	2.6%	76,500	100.0%	4.1%	79,500	100.0%	3.9%	82,400	100.0%	3.6%
売上原価	43,147	58.7%	2.7%	44,190	57.8%	2.4%	46,400	58.4%	5.0%	48,440	58.8%	4.4%
売上総利益	30,347	41.3%	2.4%	32,310	42.2%	6.5%	33,100	41.6%	2.4%	33,960	41.2%	2.6%
販売費及び 一般管理費	21,832	29.7%	7.7%	22,880	29.9%	4.8%	23,600	29.7%	3.1%	24,360	29.6%	3.2%
営業利益	8,515	11.6%	△9.1%	9,430	12.3%	10.7%	9,500	11.9%	0.7%	9,600	11.7%	1.1%
経常利益	9,288	12.6%	△4.5%	10,050	13.1%	8.2%	9,860	12.4%	△1.9%	9,910	12.0%	0.5%
税引前当期純利益	9,794	13.3%	△3.7%	10,350	13.5%	5.7%	10,220	12.9%	△1.3%	10,270	12.5%	0.5%
当期純利益	6,921	9.4%	△3.9%	7,320	9.6%	5.8%	7,100	8.9%	△3.0%	7,150	8.7%	0.7%

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を指す

このプレゼンテーション資料は、2026年5月8日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び2026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。

感じるチカラで もっといいこと。

 **長谷川香料株式会社**