



香りを言葉にする。 科学と感性。

香りは時として雄弁になり、数多くの情報を発信します。

コミュニケーションが多様になるとともに

香りも進化が求められています。

香料の可能性は無限です。そして、大きな期待がかけられています。

科学と感性が融合した高品位な技術力。

私たち長谷川香料は高レベルでの研究開発と製造技術を追求してきました。

分析、合成、調香など、長年積み重ねてきた

さまざまな分野の技術力を結集し、

多角的な視点で香りをカタチにしています。

ここには伝統の技術力と未来を見据えた先端技術があります。

香りに未来を描く。

香りに感動を込める。



2025年9月期第2四半期 決算説明会

2025年5月22日

長谷川香料株式会社

I． 決算概要

II． 事業環境

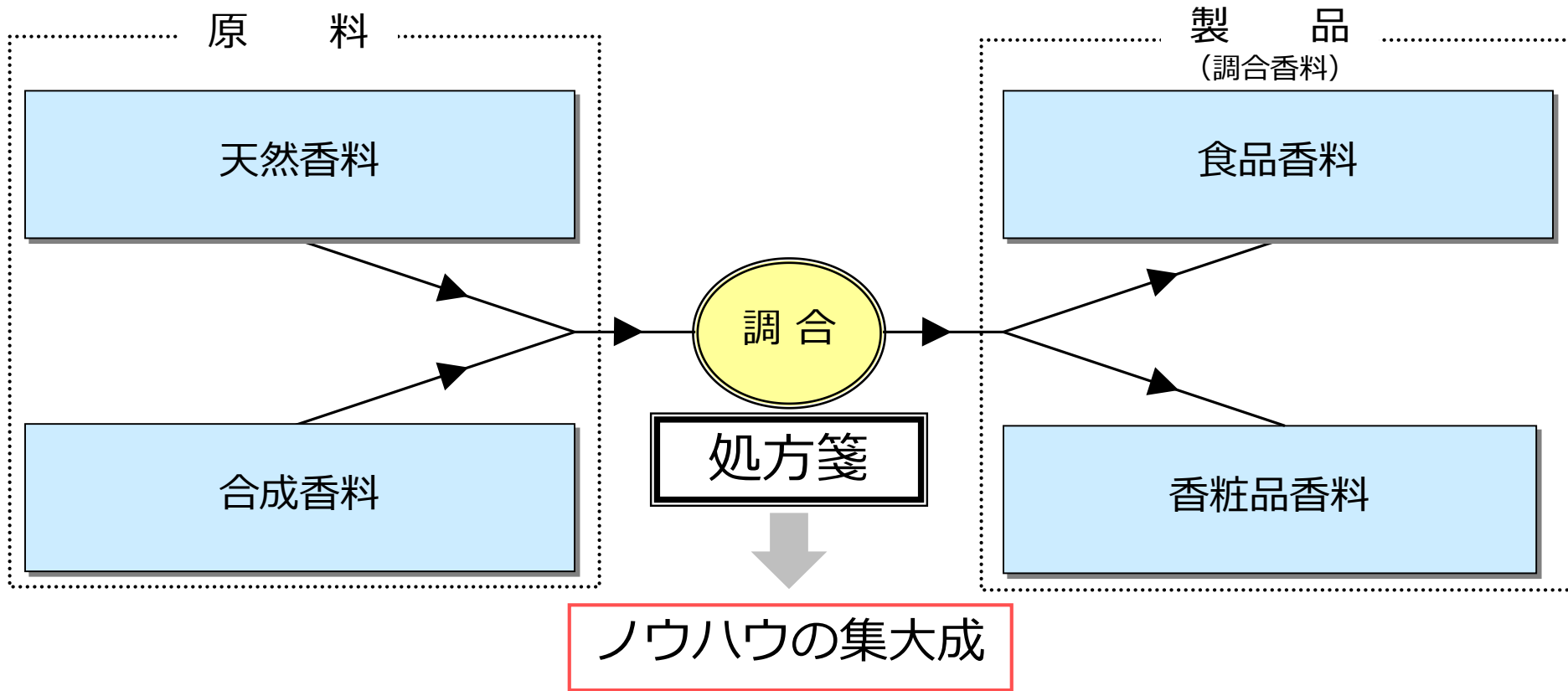
III． グローバル戦略

IV． 業績の見通し

V． 資本政策

VI． 添付資料

I . 決算概要



- ・ 食品香料を調香する研究者をFlavorist（フレーバリスト）、化粧品香料を調香する研究者をPerfumer（パフューマー）と呼ぶ
- ・ 食品香料と化粧品香料は各得意先の要求に基づいて対応

⇒ フレーバリスト、パフューマーが作成する処方箋が香料会社のノウハウの集大成

カテゴリー別動向（国内市場）

・ 2025年9月期第2四半期（2024年10月～2025年3月）

カテゴリー		動向		業績への影響
飲料		減少	・ 暖冬によるホット商材の不調、10月からの大型製品値上げにより、数量ベースで2～3%の減少。 ・ 世の中全体の物価高の影響で清涼飲料の購買意欲が落ちている様子。	
菓子	スナック	増加	・ スナック菓子全体で価格転嫁が進んだ。 ・ ポテト系は、袋タイプのポテトチップスは微増だったが、成型ポテトチップスやシューストリングが伸長。 ・ コーン系、小麦系はポテト系に比べ価格訴求が高いため特売頻度が上がったことで増加した。	
	チョコレート	増加	・ 板チョコは、値ごろ感の高さとバレンタインの手作り需要の復活により2ケタ増。 ・ 高カカオチョコは一部商品がカカオ豆高騰の影響で休売・出荷規制があったが健康志向の高まりで増加。 ・ ナッツチョコは特売が減ったことで減少。チョコスナックは各社定番商品が好調で増加した。	
冷菓		増加	・ 新商品と販促効果で前年超え。 ・ 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		増加	・ カップ麺、袋麺ともに堅調。令和の米騒動からの需要シフトも。 ・ カップ麺は各社の主力ブランド、袋麺は3食パックがそれぞれ好調。	

出典：日刊経済通信社

：プラス方向 ：マイナス方向

- 前年同期比で増収増益
全主要拠点で増収、特に中国の好調が増益に寄与
- 売上高：前期比2,370百万円（7.1%）増収
営業利益：前期比 223百万円（5.2%）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	33,453	35,823	2,370	7.1%
営業利益	4,295	4,518	223	5.2%
経常利益	4,555	4,924	369	8.1%
当期純利益	3,198	3,359	160	5.0%

EBITDA	6,715	7,235	520	7.8%
--------	-------	-------	-----	------

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を指す

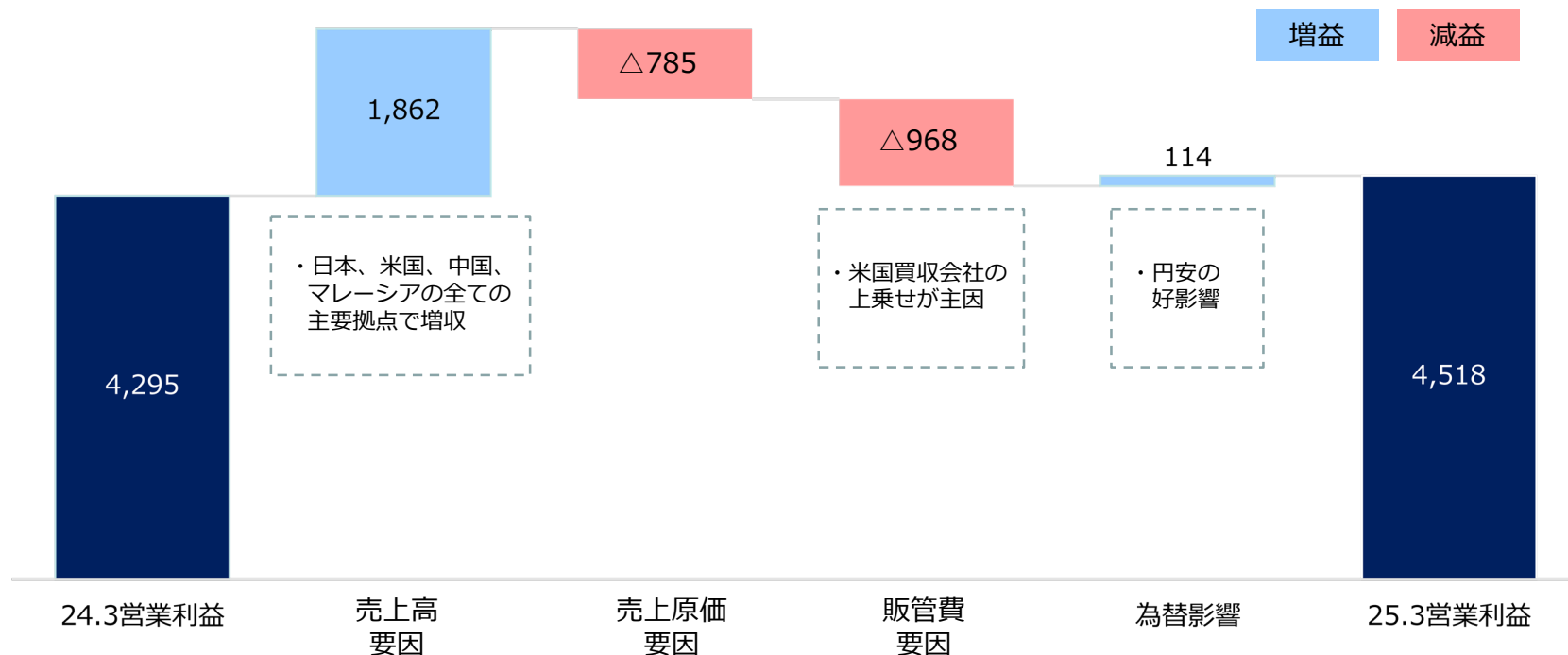
※EBITDA＝営業利益＋減価償却費（顧客関連資産の償却費を含む）＋のれん償却額

通貨	前期	当期	増減率
1US\$	¥148.25	¥152.52	2.9%円安
1人民元	¥20.54	¥21.05	2.5%円安
1MYR	¥31.48	¥34.52	9.7%円安

・ 営業利益 前年同期比223百万円（5.2%）増益の要因

（単位：百万円）

要因	影響額	詳細
売上高	1,862	全主要拠点で増収、特に中国の好調が寄与。
売上原価	△785	増収により売上原価増加。売上原価率は0.9%改善。
販管費	△968	米国において新たに連結したABELEI社分の上乗せ（547百万円）を主因とした販管費の増加。
為替	114	影響額は前期より小さいものの、第2四半期時点では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：192百万円）



増収要因

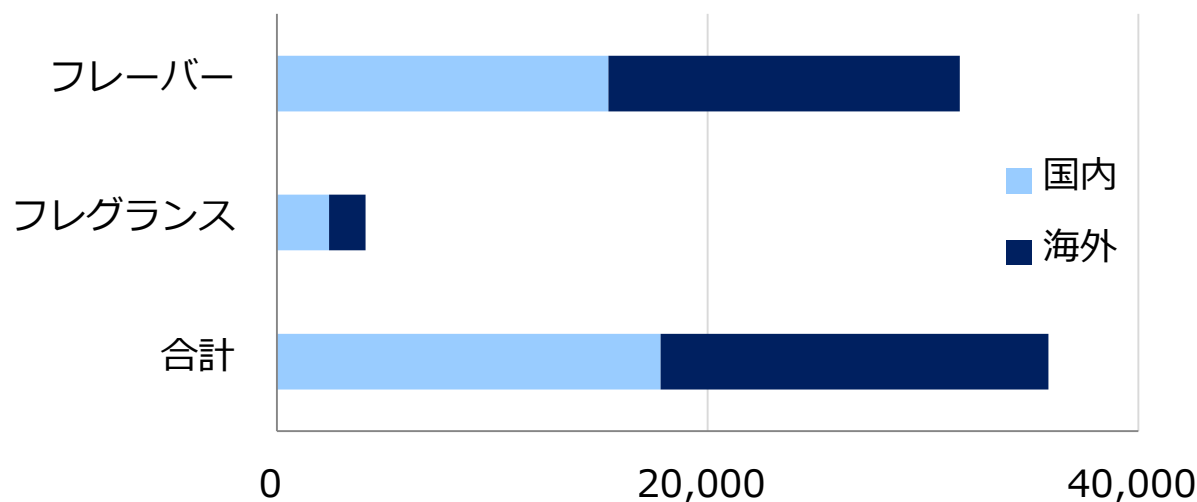
フレーバー：中国子会社の売上高が増加

フレグランス：インドネシア向け及び韓国向けの売上高が増加

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	29,526	31,711	2,184	7.4%	88.5%
フレグランス	3,926	4,112	185	4.7%	11.5%
合計	33,453	35,823	2,370	7.1%	100%

(百万円)

2025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

2025年9月期第2四半期
50.3%

(2024年9月期：48.5%)

- ・全主要拠点において増収
- ・中国は33.7%の大幅増益。米国は上半期時点では営業赤字を計上

(単位：億円)

単体

増収  減益 

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	198.1	205.8	7.6	3.9%
営業利益	24.3	23.4	△0.8	△3.7%

- ・フレーバー、フレグランスの両事業において増収
- ・原料費の値上がり、人件費の増加等により減益

米国

増収  減益 

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	72.0	78.8	6.7	9.4%
営業利益	0.6	△2.9	△3.6	－

- ・前期買収したABELEI社の増収が売上高に寄与
- ・人件費及びのれん償却費の増加により販売費及び一般管理費が増加。営業赤字計上

中国

増収  増益 

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	54.6	62.5	7.9	14.5%
営業利益	14.8	19.8	4.9	33.7%

- ・飲料向けの好調を主因に特にフレーバー事業において大きく増収
- ・増収及び利益率の上昇により大幅増益

マレーシア

増収  増益 

	前期	当期	増減額	増減率
売上高	9.3	10.8	1.5	16.6%
営業利益	1.7	2.1	0.4	25.5%

- ・インドネシア販売子会社向けの好調が寄与
- ・利益率の高い製品の売上が増加したことで営業利益は2桁増益



：前期比プラス



：前期比マイナス



：横ばい

米国は第2四半期累計で294百万円の営業損失

- 第1四半期で営業損失を計上、第2四半期の業績は回復
 - 米国 当期各四半期（3か月間）の業績

	当期 第1四半期 (百万円)	当期 第2四半期 (百万円)	当期累計 (百万円)
売上高	3,397	4,487	7,885
営業利益	△530	235	△294
EBITDA	163	926	1,090

※ 1ドル＝152.52円を適用（当期第2四半期累計期間期中平均レート）

- ABELEI社の連結開始に伴って生じた販管費の増加も減益要因
 - 連結開始による販管費増加額：547百万円
 - ABELEI社 当期累計売上高：779百万円
 - 売上高予算進捗率：50.5%

Ⅱ．事業環境

・世界全体の香料販売額 約333億ドル（約5.0兆円）

ヨーロッパ・アフリカ・中東

- 市場規模：約117億ドル（約17,800億円）
- 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83億ドル（約12,700億円）
- 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
- 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100億ドル（約15,200億円）
- 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によりマレーシアに製造拠点確保（2014年）

南米

- 市場規模：約32億ドル（約5,000億円）
- 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

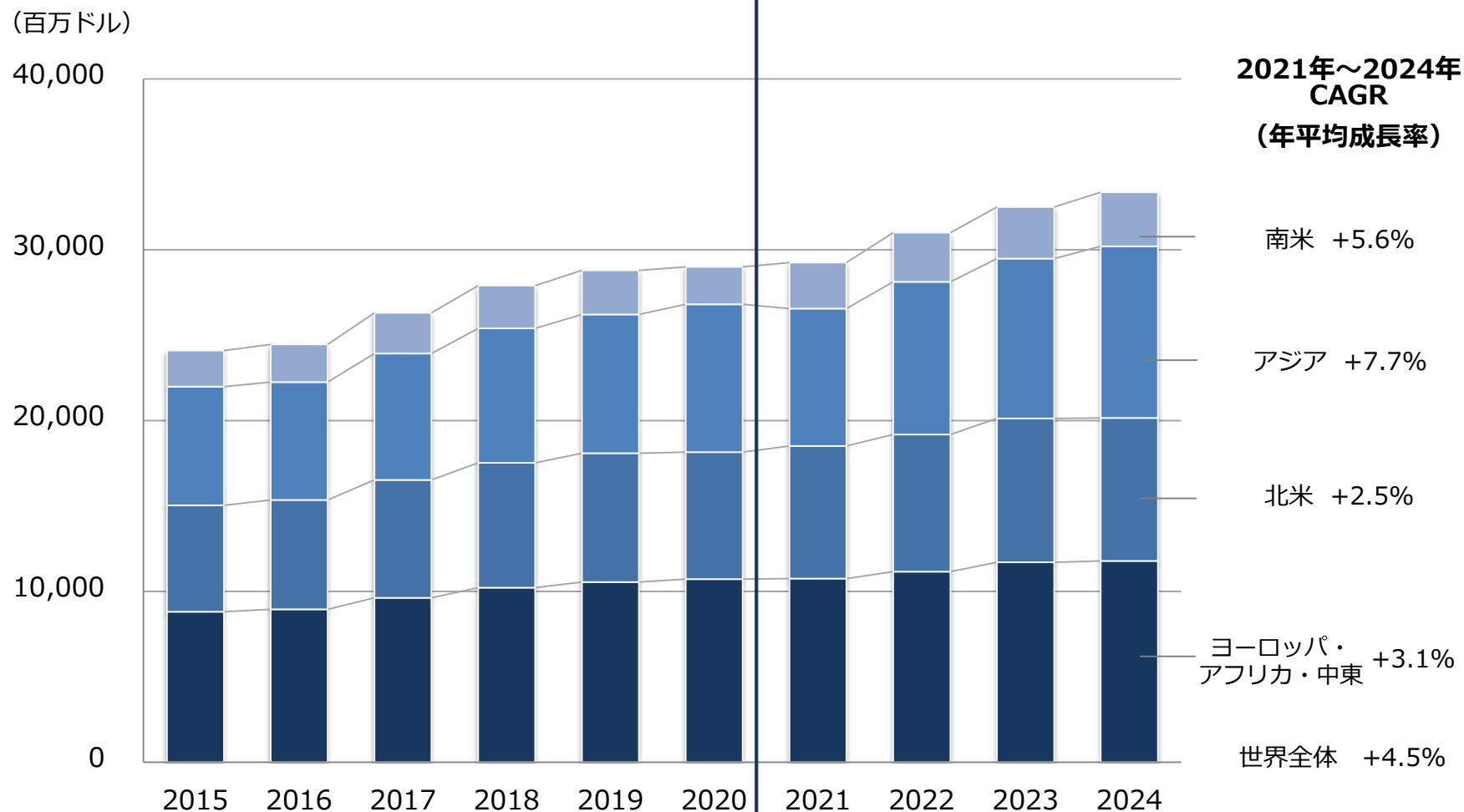
※地域別の市場規模は当社推計

※為替レート 1US\$ = 151.6円（2024年）

● = 当社拠点

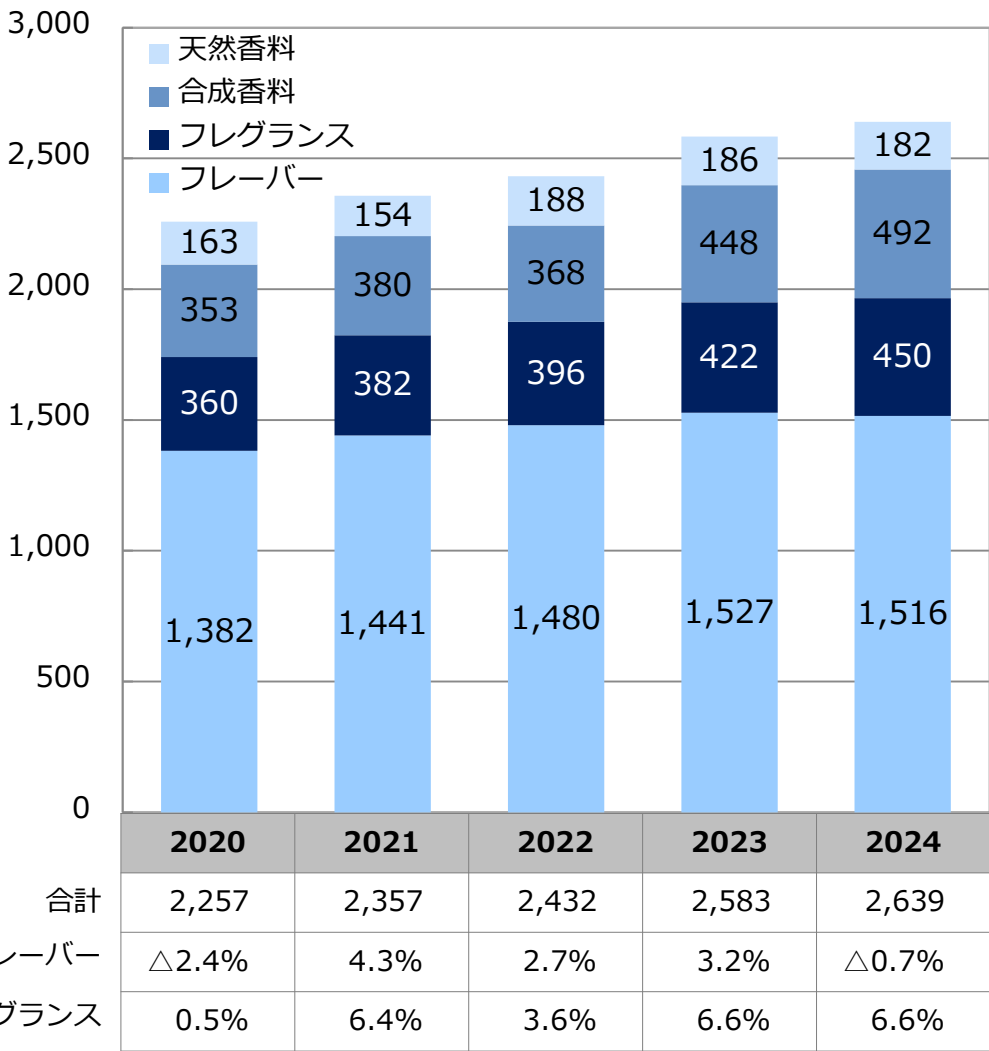
- ・ 2024年の世界全体の香料市場 前年比約3%増加

世界の香料市場の推移（当社推計）

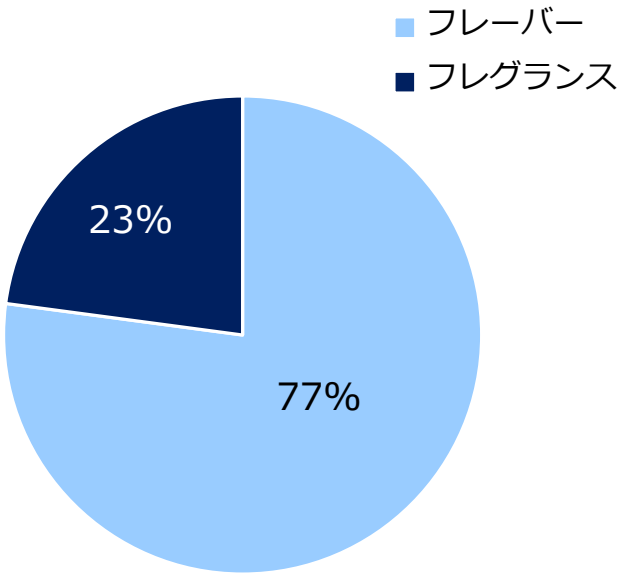


- 国内香料市場（フレーバー、フレグランス合計）に占める
フレーバーの割合は約80%（世界全体では約50%）

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
（2024年度）



2021年～2024年

CAGR
3.8%
1.7%
5.6%

出典：日本香料工業会会報

Ⅲ. グローバル戦略

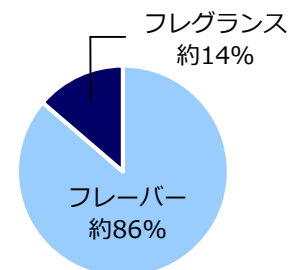
基本戦略：少子高齢化、健康志向による新しいマーケット需要を先取りし、シェア拡大

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
⇒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
- ・ 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
- ・ 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に注力 ⇒ カスタマーサクセス及びSDGs対応強化

	2023	2024	2025 (計画)	2026 (計画)	2027 (計画)
売上高	397.1	423.6	431.0	444.0	457.0
営業利益	45.3	49.1	50.7	50.7	48.8
EBITDA	62.3	67.5	70.1	74.3	78.5
売上高 増減率	1.4%	6.7%	1.7%	3.0%	2.9%
売上高 営業利益率	11.4%	11.6%	11.8%	11.4%	10.7%
売上高 EBITDA比率	15.7%	15.9%	16.3%	16.7%	17.2%

億円



	25/9期第2四半期			
	金額 (億円)	増減額	増減率	進捗率
売上高	205.8	7.6	3.9%	47.7%
営業利益	23.4	△0.8	△3.7%	46.2%
EBITDA	32.2	△0.7	△2.3%	45.9%

基本戦略：セイボリー分野、健康分野、飲料分野の売上拡大

※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

米国

- ・ **米国イリノイ州の香料会社 ABELEI社を買収。シナジー創出を目指す**
⇒PMI（買収後統合プロセス）は予定通り進捗（2025年9月末までに完了予定）
⇒**ABELEI社予算進捗率 50.5%**
- ・ 生産体制強化に向け第2工場（カリフォルニア州）の第3期工事を計画
- ・ 得意先に好評の日本技術の活用・展開を推進

百万ドル

	2023	2024	2025 (計画)	2026 (計画)	2027 (計画)
売上高	91.5	100.6	114.1	118.9	124.9
営業利益	△1.2	2.1	2.2	3.6	4.8
EBITDA	13.1	16.8	19.8	22.1	24.0
売上高 増減率	△6.3%	10.0%	13.3%	4.3%	5.0%
売上高 営業利益率	—	2.2%	1.9%	3.1%	3.9%
売上高 EBITDA比率	14.4%	16.7%	17.4%	18.6%	19.3%

フレーバー
100%

売上構成比

	25/9期第2四半期						
	現地通貨ベース（百万ドル）				円ベース（億円）		
	金額	増減額	増減率	進捗率	金額	増減額	うち為替 以外
売上高	51.6	3.0	6.4%	45.2%	78.8	6.7	4.5
営業利益	△ 1.9	△2.3	-	-	△ 2.9	△3.6	△3.5
EBITDA	7.1	△0.6	△8.0%	35.9%	10.9	△0.6	

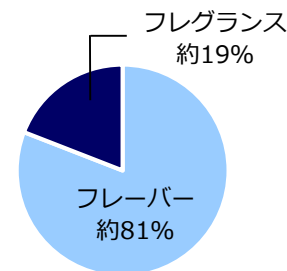
基本戦略：強化した組織基盤のもと、各種施策により業績拡大

中国

- ・キャパシティ増強のため、中国の第3の生産拠点となる新工場建設にむけて製造子会社を設立（2024年12月）
- ・研究所組織の見直し、日本の研究部門との技術共有による、研究体制の強化
- ・営業体制強化のため、マーケティング機能活用、営業活動管理の徹底

百万円

	2023	2024	2025 (計画)	2026 (計画)	2027 (計画)
売上高	542.3	576.2	604.5	631.1	658.8
営業利益	139.2	163.0	180.4	189.6	188.3
EBITDA	172.5	197.1	213.1	224.2	236.3
売上高 増減率	4.6%	6.3%	4.9%	4.4%	4.4%
売上高 営業利益率	25.7%	28.3%	29.9%	30.0%	28.6%
売上高 EBITDA比率	31.8%	34.2%	35.3%	35.5%	35.9%



	25/9期第2 四半期						
	現地通貨ベース（百万円）				円ベース（億円）		
	金額	増減額	増減率	進捗率	金額	増減額	うち為替 以外
売上高	297.0	31.1	11.7%	49.1%	62.5	7.9	6.3
営業利益	94.1	21.9	30.5%	52.2%	19.8	4.9	4.5
EBITDA	111.1	22.4	25.3%	52.1%	23.4	5.1	

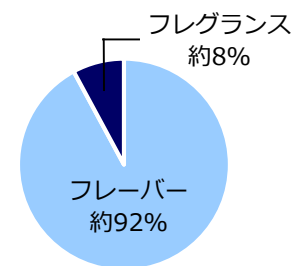
基本戦略：マレーシア製販拠点（THKL）とタイ、インドネシアの販売拠点が連携し、売上拡大

東南 アジア

- ・マレーシアのエンステック工業団地に新工場建設予定（工場用地取得済）
⇒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効率化
⇒顧客対応のスピードアップ
- ・業務のシステム化による効率的な研究開発促進

億円

	2023	2024	2025 (計画)	2026 (計画)	2027 (計画)
売上高	40.7	46.5	48.0	51.4	55.0
営業利益	6.7	7.8	8.0	8.5	4.7
EBITDA	8.3	9.6	9.6	10.4	11.2
売上高 増減率	10.2%	14.4%	3.2%	7.1%	6.9%
売上高 営業利益率	16.5%	16.8%	16.6%	16.5%	8.5%
売上高 EBITDA比率	20.6%	20.7%	20.1%	20.2%	20.4%



	25/9期第2四半期			
	円ベース（億円）			
	金額	増減額	増減率	進捗率
売上高	24.7	3.2	15.1%	51.5%
営業利益	3.9	0.4	13.0%	48.8%
EBITDA	4.8	0.5	11.7%	50.0%

※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

- ・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	
フレーバー事業 食品に美味しさをもたらしフレーバーを提供	➢ 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	➢ 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	➢ 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圈拡大	➢ 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 ➢ 拠点周辺国開拓 ・ベトナム、フィリピン等開拓	
フレグランス事業 生活の様々な場面で彩りを添えるフレグランスを提供	➢ 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	当社グループ未参入	➢ 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	生産	➢ 日本からの輸出で対応 ⇒現地生産は事業展開に応じ検討
				販売	➢ ボディケア向けを中心に展開 ➢ 新規顧客開拓に注力

IV. 業績の見通し

- ・ 経済環境の変化の影響は限定的

米国の関税政策

- ・ 当社連結の想定関税影響額：90百万円
 - － 米国拠点と中国拠点の輸入原料の一部に影響あり
 - － 関税増による仕入額増は全て価格転嫁する方針
 - － 他の拠点においては影響は限定的

為替変動

- ・ 2025年9月期下半期は円高方向への為替の動きが見受けられる
- ・ 為替感応度（2025年9月期上半期実績）
 - － 対米ドル ※当期上半期：1ドル=152.52円、当期計画：1ドル=145円
為替が1円動くと連結売上は年換算額で110百万円（半期55百万円）、
連結営業利益は年換算額で5.6百万円（半期2.8百万円）変動する。
 - － 対人民元 ※当期上半期：1人民元=21.05円、当期計画：1人民元=20.50円
為替が1円動くと連結売上は年換算額で582百万円（半期291百万円）、
連結営業利益は年換算額で204百万円（半期102百万円）変動する。

- ・ 2024年11月8日公表の業績予想から変更なし
- ・ 米国の営業利益の下振れを、中国、東南アジアがカバーする見込み
- ・ 連結ベースで増収増益を見込む

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	71,645	74,300	2,654	3.7%	35,823	48.2%	47.5%
営業利益	9,371	9,970	598	6.4%	4,518	45.3%	45.5%
経常利益	9,723	10,450	726	7.5%	4,924	47.1%	45.5%
当期純利益	7,201	7,580	378	5.2%	3,359	44.3%	42.5%
(参考) EBITDA	14,392	15,254	862	6.0%	7,235	47.4%	

※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\$	¥150.44	¥145.00	3.6%円高
1人民元	¥20.84	¥20.50	1.6%円高
1MYR	¥32.37	¥32.00	1.1%円高

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

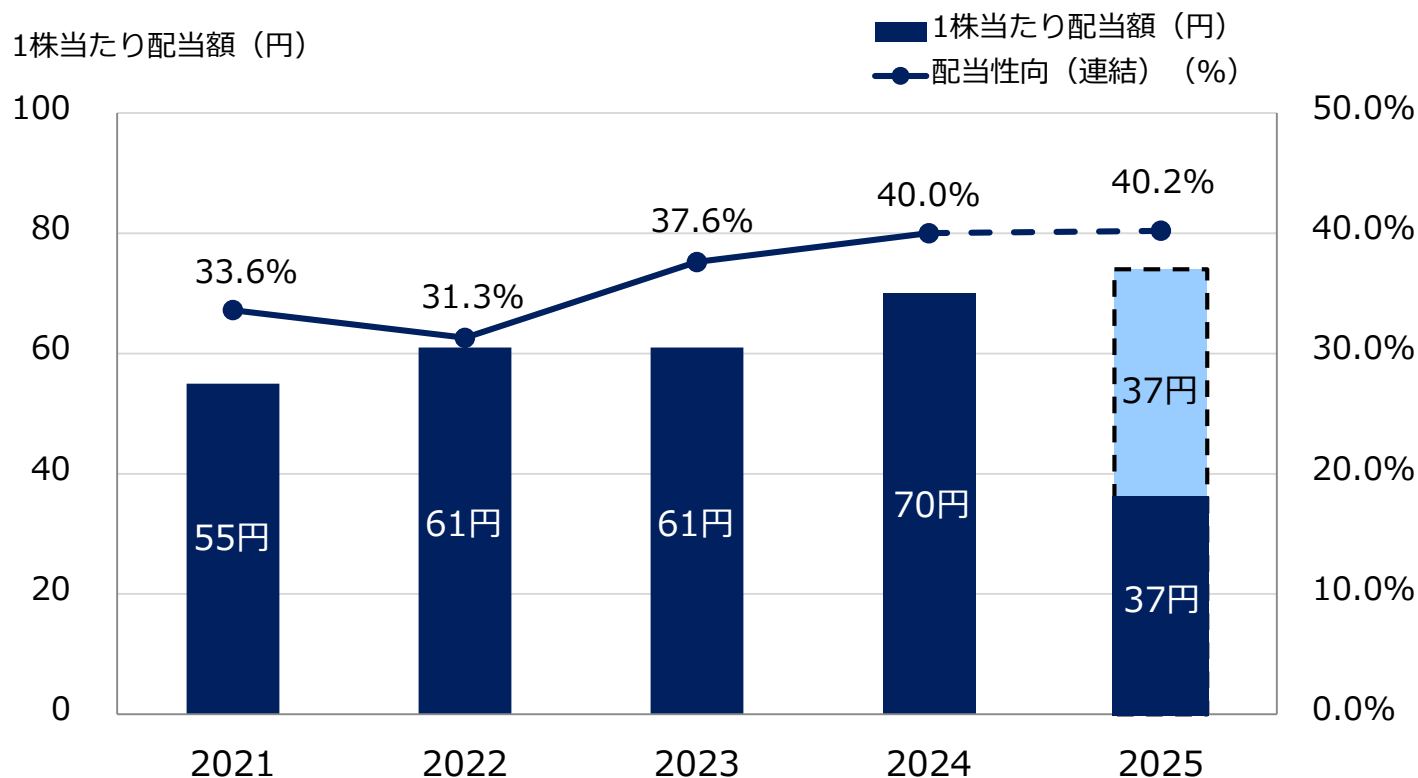
- ・健全な財務体質の維持、資本効率の向上等を勘案し、資金を適切に活用
 - － **配当**
グループ経営基盤のより一層の強化と今後の事業展開のために必要な内部留保を確保しつつ、株主の皆様にご業績に応じた利益還元を図る
中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を実施
 - － **設備投資**
成長に向けた増産化投資、既存設備の更新・メンテナンス
 - － **M&A**
積極的に検討し、市場規模やビジネスリスク、買収金額等の観点から総合的に判断
顧客網、技術面、人材面等でシナジー効果が期待できるM&Aの実現
 - － **自己株式取得**
当社が設定した条件（PBR等）に合致する場合に検討

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（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

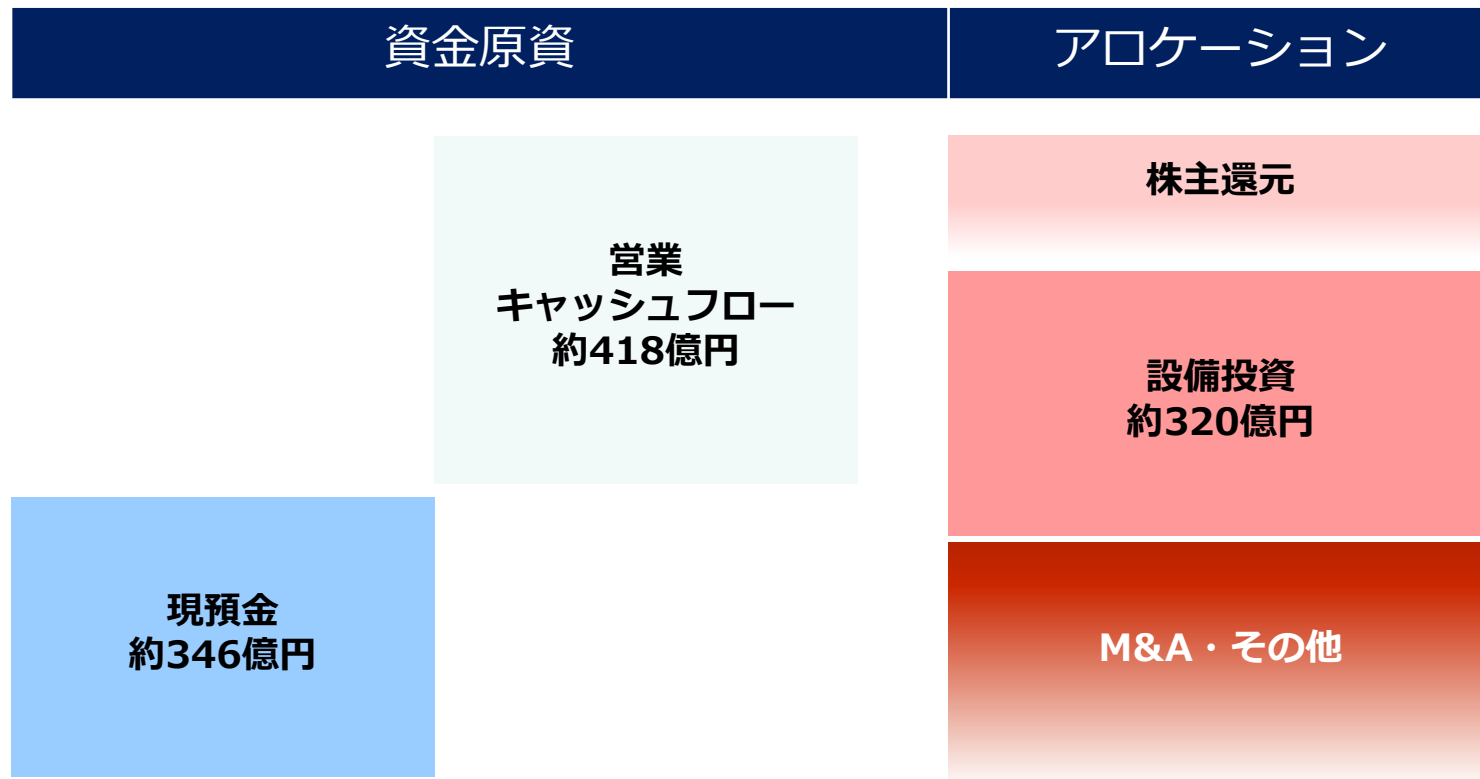
株主還元

- ・連結配当性向の方針を見直し、従来の35%程度から40%程度を目途とした
- ・2025年9月期の1株当たり配当額は74円と増配を見込む
- ・2024年12月23日「自己株式の取得状況及び取得終了に関するお知らせ」発表
約10億円の自己株の取得を実施した



キャピタルアロケーション

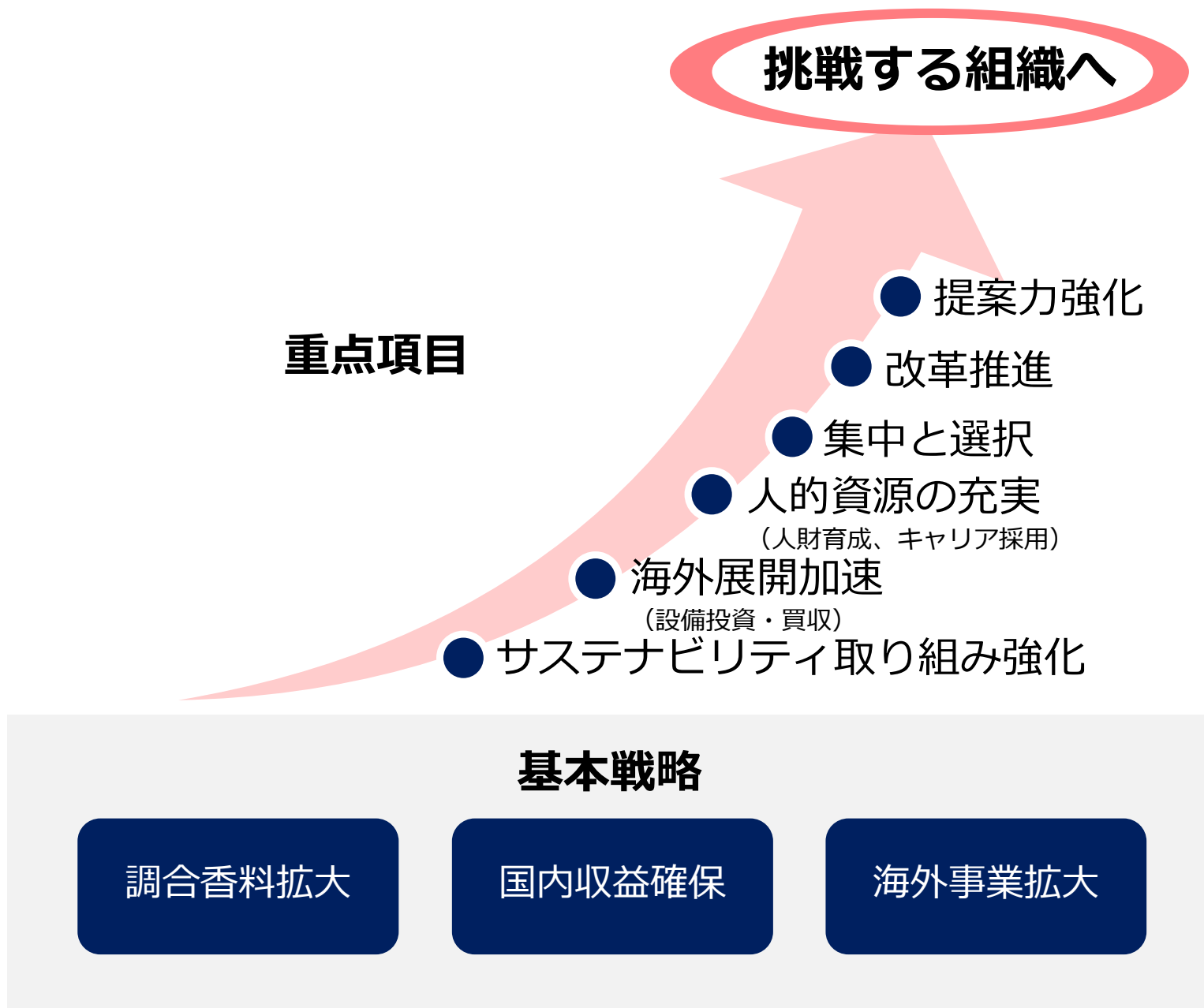
営業キャッシュフローと現預金を資金原資として、
2025年9月期から2027年9月期の3カ年累計で約320億円の設備投資を予定
また、積極的な株主還元、M&Aに資金を活用する



* 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：2025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

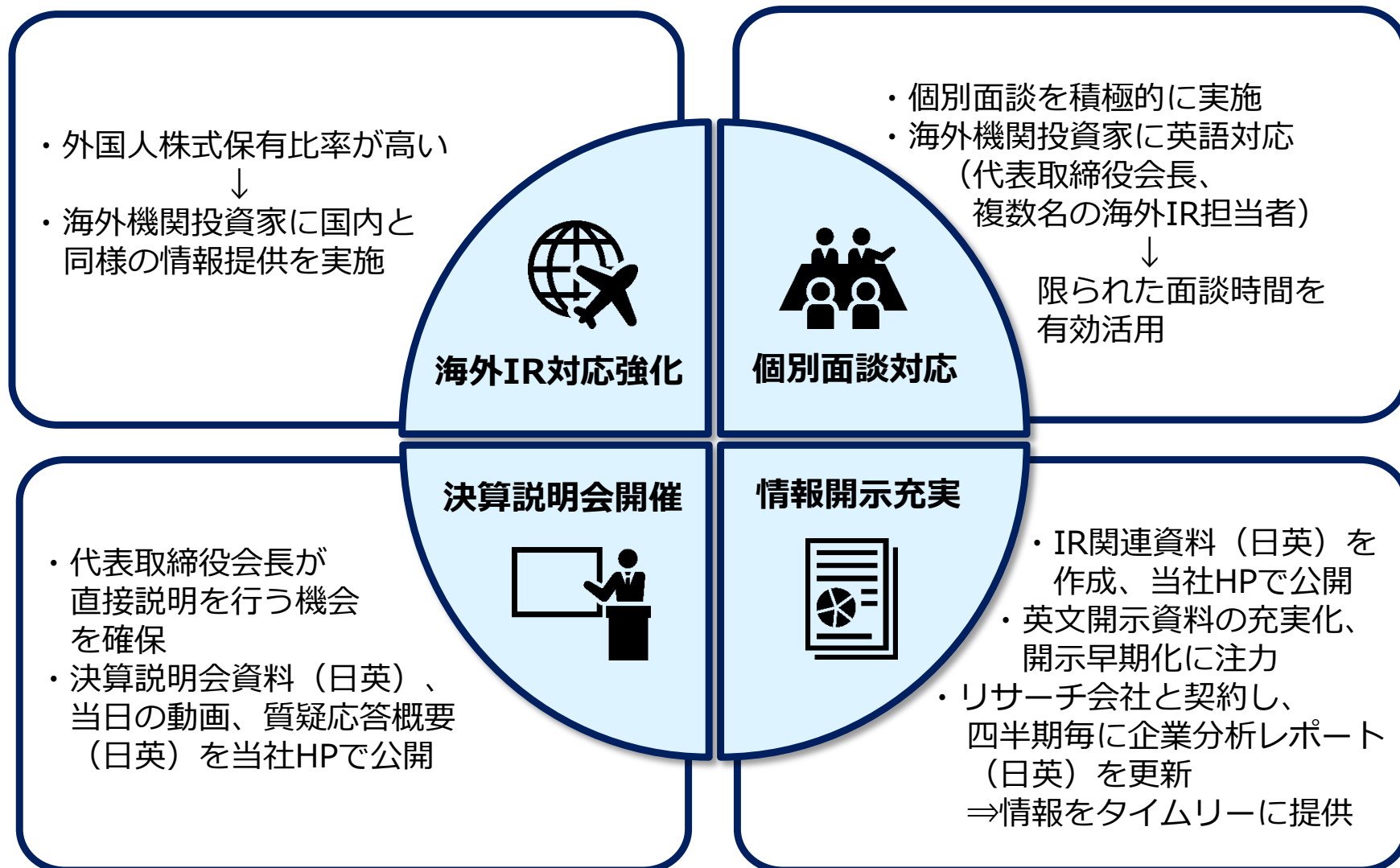
※KPI

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



				百万ドル
	会 社 名	国 名	2024年売上高	シェア
1	Givaudan	スイス	8,422	21.4%
2	IFF	米国	8,311	21.1%
3	dsm-firmenich	スイス・オランダ	7,822	19.8%
4	Symrise	ドイツ	5,423	13.7%
5	ADM	米国	3,944	10.0%
6	Mane SA	フランス	2,110	5.3%
7	高砂香料工業	日本	1,294	3.3%
8	Robertet SA	フランス	854	2.2%
9	Sensient Technologies	米国	794	2.0%
10	長谷川香料	日本	476	1.2%
合計			39,449	100.0%

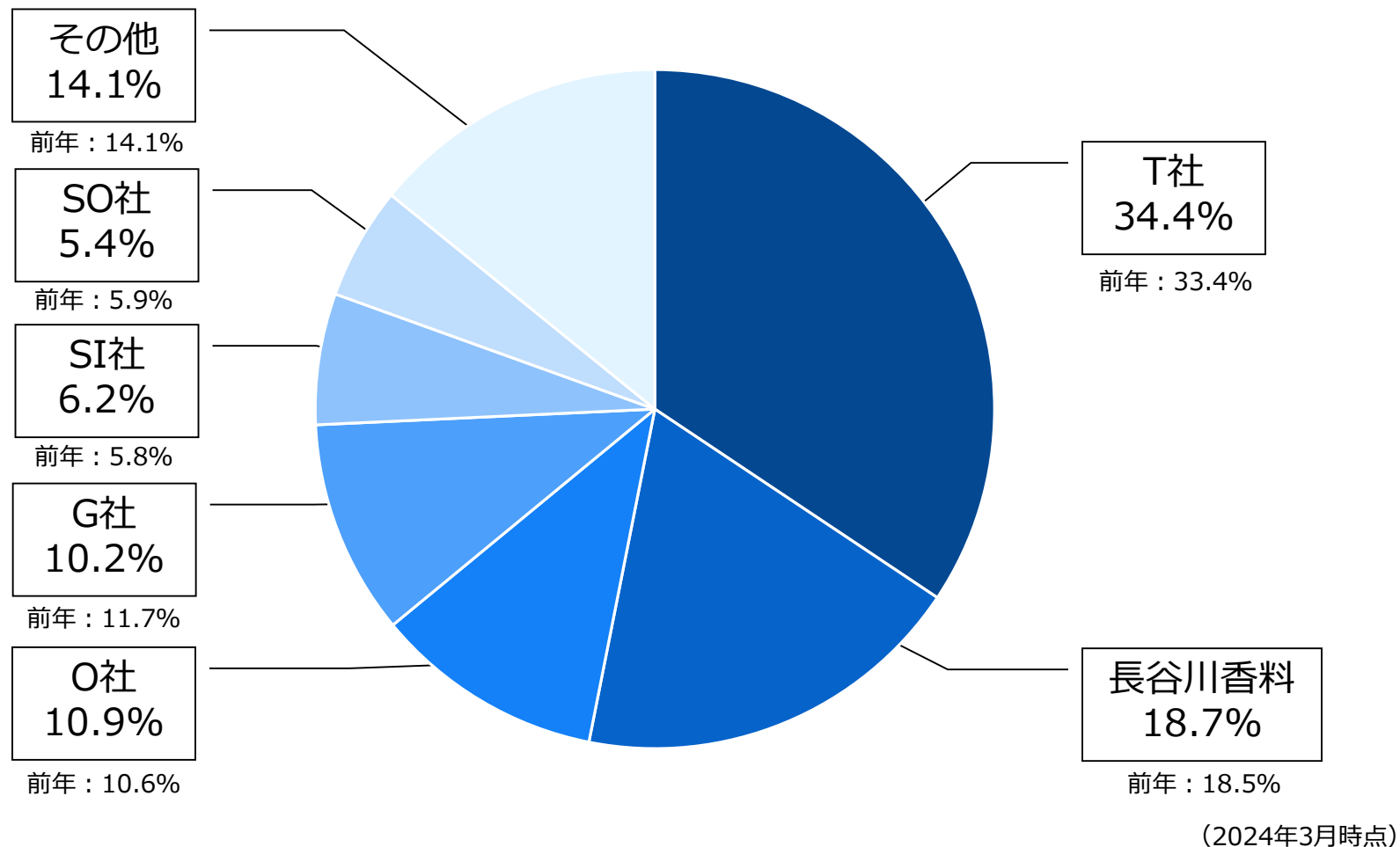
※ 各社の開示資料を参考に当社推計

※ 以下のセグメントを除外

dsm-firmenich : Health Nutrition & Care、Animal Nutrition & Health、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



※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

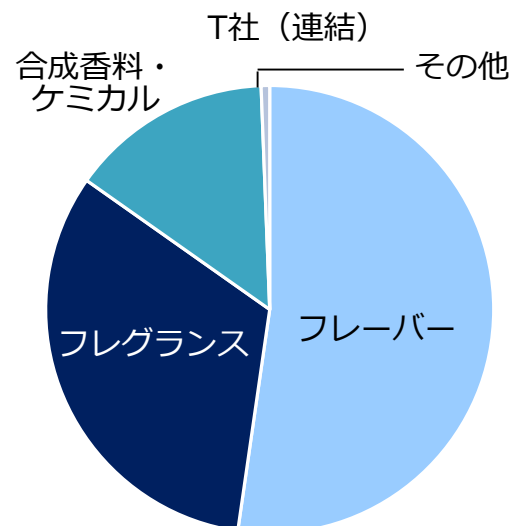
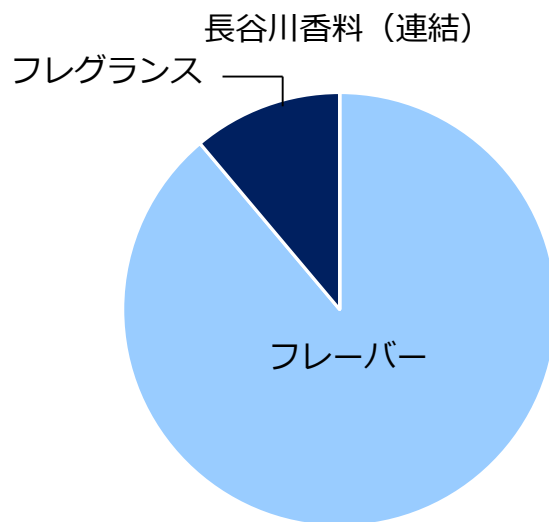
なお、上記グラフでの当社売上高は2023年4月～2024年3月の期間で算出しています

- ・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

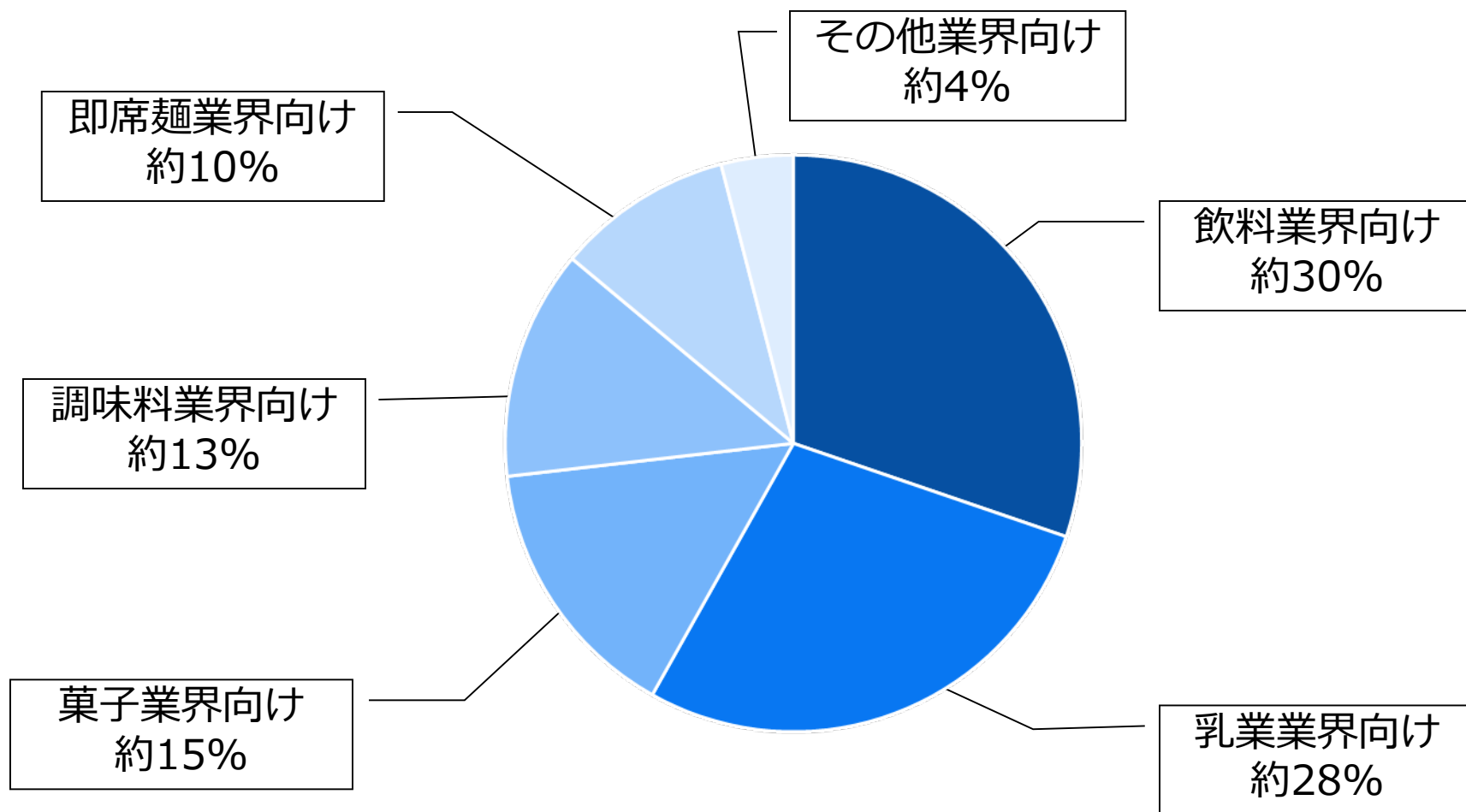
百万円

	長谷川香料(連結)		T社(連結)	
	2024.9		2025.3	
	売上高	構成比	売上高	構成比
フレーバー	63,669	88.9%	119,834	52.3%
フレグランス	7,975	11.1%	74,471	32.5%
合成香料・ケミカル	—	—	33,492	14.6%
その他	—	—	1,408	0.6%
小計	71,645	100.0%	229,207	100.0%
売上高総利益率	41.4%		33.8%	
売上高営業利益率	13.1%		6.7%	

※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



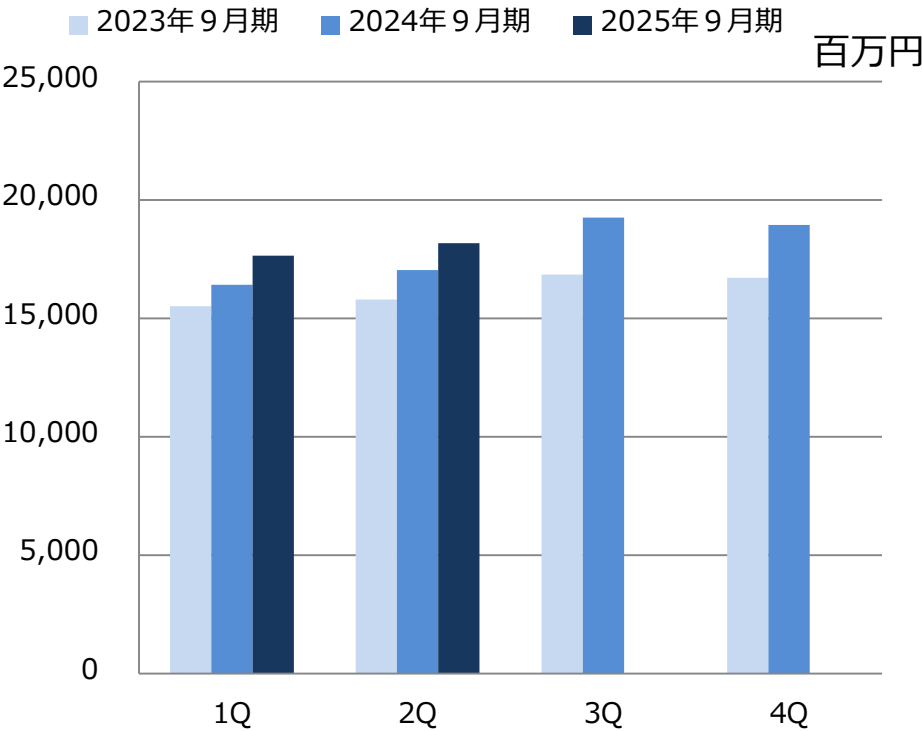
- ・飲料業界向け売上が多く、売上に季節性あり



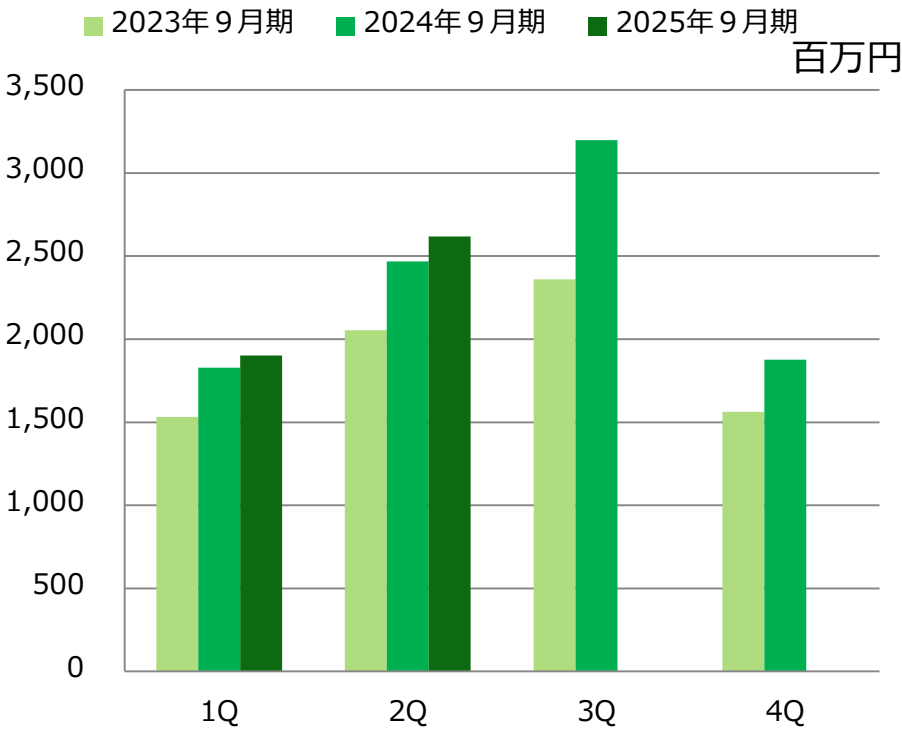
(注) 業界別区分が可能な販売先の2025年9月期第2四半期累計売上高（単体）合計を100として算出した参考データです。

- ・ 当社業績は下半期に伸びる傾向
- ・ 当期の売上高及び営業利益は直近の第2四半期時点を上回る

四半期連結売上高



四半期連結営業利益



	1Q	2Q	3Q	4Q
23年9月期	15,515	15,798	16,852	16,709
進捗率	23.9%	48.3%	74.2%	100%
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	—	—
進捗率(対計画)	23.7%	48.2%	—	—

	1Q	2Q	3Q	4Q
23年9月期	1,532	2,053	2,360	1,562
進捗率	20.4%	47.8%	79.2%	100%
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	—	—
進捗率(対計画)	19.1%	45.3%	—	—

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	33,453	100.0%	35,823	100.0%	2,370	7.1%	日本・北米・アジアの全セグメントにおいて売上増加 米国で買収したABELEI社の純増分は7.8億円
売上原価	19,617	58.6%	20,681	57.7%	1,064	5.4%	売上構成の変化等により中国やマレーシア子会社の原価率が低下し、 全体の売上原価率は0.9%改善 (食品部門は7.4%、フレグランス部門は4.7%の増収)
売上総利益	13,835	41.4%	15,142	42.3%	1,306	9.4%	
販売費及び 一般管理費	9,540	28.5%	10,623	29.7%	1,083	11.4%	ABELEI社の買収による純増分や、のれんの償却費及び統合関連費用が合計で547百万円
営業利益	4,295	12.8%	4,518	12.6%	223	5.2%	
経常利益	4,555	13.6%	4,924	13.7%	369	8.1%	(為替差益) 前期第2四半期 10百万円の為替差益 当期第2四半期 96百万円の為替差益 ※その他、受取利息・受取配当金が合計で41.7百万円増加
税引前当期純利益	4,532	13.5%	4,807	13.4%	275	6.1%	(特別損失項目) 投資有価証券評価損100百万円
当期純利益	3,198	9.6%	3,359	9.4%	160	5.0%	

※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	72,241	72,250	8	・現金及び預金の増加 5,204百万円 ・短期有価証券の減少 △4,998百万円
固定資産	72,262	71,526	△ 736	・建設仮勘定（有形固定資産）の増加 642百万円 ・のれんの減少 △202百万円 ・投資有価証券の減少 △1,053百万円
資産合計	144,504	143,777	△ 727	
流動負債	14,771	12,485	△ 2,285	・賞与引当金の減少 △852百万円 ・未払法人税等の増加 △261百万円
固定負債	10,051	9,788	△ 262	・繰延税金負債の減少 △185百万円
負債合計	24,822	22,274	△ 2,548	
純資産	119,681	121,502	1,820	・中間純利益 3,359百万円 ・為替換算調整勘定の増加 1,688百万円 ・剰余金の配当 △1,605百万円 ・自己株式の取得 △999百万円 ・有価証券評価差額金の減少 △677百万円
負債・純資産合計	144,504	143,777	△ 727	

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	5,295	4,631	△ 663	・税金等調整前四半期純利益 4,807百万円 ・減価償却費 2,036百万円 ・売上債権の減少額 1,837百万円 ・のれん償却額 681百万円 ・法人税等の支払額 △1,416百万円 ・棚卸資産の増加額 △1,136百万円 ・賞与引当金の減少額 △882百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 5,577	△ 4,218	1,358	・定期預金の預け入れ差額 △2,314百万円 ・有形固定資産の取得 △1,423百万円 ・無形固定資産の取得 △442百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 1,355	△ 2,676	△ 1,321	・配当金の支払 △1,605百万円 ・自己株式の取得 △999百万円
現金及び現金同等物 に係る換算差額	169	215	46	
現金及び現金同等物 の増減額	△ 1,467	△ 2,047	△ 579	
現金及び現金同等物 の期首残高	29,957	31,952	1,995	
現金及び現金同等物 の期末残高	28,489	29,905	1,415	

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	10,673	1,793	16.8%
減価償却費	4,209	2,036	48.4%
のれん償却額	1,892	681	36.0%
研究開発費	5,875	2,812	47.9%

※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320億円の設備投資を計画

・大型設備投資

億円

	地域	～24/9期 (実績)	25/9 (計画)	26/9 (計画)	27/9 (計画)	3カ年計画 合計	～27/9期 累計
DX推進・IT改革	単体	17	21	9	9	39	56
深谷工場	単体	-	-	32	24	56	56
米国第2工場	米国	34	12	7	0.4	19	53
中国第3工場（平湖）	中国	-	18	15	15	48	48
マレーシア新工場	東南アジア	-	13	42	3	58	58
その他		-	42	29	27	98	-
合計		-	106	134	78	320	-

・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

	24/9期 (実績)	25/9 (計画)	26/9 (計画)	27/9 (計画)	3カ年計画 合計
設備投資額	3,658	10,673	13,482	7,842	31,997
減価償却費	4,038	4,209	4,782	6,204	15,195
研究開発費	5,550	5,875	6,047	6,238	18,160

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	19,819	100.0%	20,585	100.0%	766	3.9%	47.8%
売上原価	12,033	60.7%	12,537	60.9%	503	4.2%	48.3%
売上総利益	7,785	39.3%	8,048	39.1%	262	3.4%	46.9%
販売費及び一般管理費	5,353	27.0%	5,705	27.7%	352	6.6%	47.2%
営業利益	2,432	12.3%	2,342	11.4%	△89	△3.7%	46.2%
経常利益	6,990	35.3%	7,813	38.0%	822	11.8%	74.3%
税引前当期純利益	6,981	35.2%	7,697	37.4%	715	10.2%	71.3%
当期純利益	5,796	29.2%	6,458	31.4%	661	11.4%	73.9%

- ・売上高は、フレーバー、フレグランスの両事業において増収。
- ・増収及び原料費の値上がりにより売上原価が増加。
- ・人件費の増加を主因として販売費及び一般管理費が増加。

※当社の米国連結子会社（T. HASEGAWA U.S.A., INC.）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	7,205	100.0%	7,885	100.0%	679	9.4%
売上原価	4,517	62.7%	4,929	62.5%	411	9.1%
売上総利益	2,687	37.3%	2,955	37.5%	268	10.0%
販管費	2,619	36.4%	3,250	41.2%	631	24.1%
営業利益	68	0.9%	△294	-	△363	-
経常利益	111	1.6%	△238	-	△350	-
当期純利益	89	1.2%	△190	-	△279	-

1US\$ = 148.25円

1US\$ = 152.52円

(2.9%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	48,603	100.0%	51,699	100.0%	3,095	6.4%
売上原価	30,475	62.7%	32,319	62.5%	1,844	6.1%
売上総利益	18,128	37.3%	19,379	37.5%	1,250	6.9%
販管費	17,667	36.4%	21,312	41.2%	3,644	20.6%
営業利益	460	0.9%	△1,932	-	△2,393	-
経常利益	753	1.6%	△1,563	-	△2,317	-
当期純利益	601	1.2%	△1,248	-	△1,849	-

- ・ ABELEI社の連結を開始したことで売上高に寄与した一方で、人件費及びのれん償却費の増加により販売費及び一般管理費が増加し、営業赤字を計上。
- ・ ABELEI社は売上予算進捗率50.5%と好調の一方、米国市場の停滞もあり、第1四半期はABELEI社分以外が減収減益となった。米国連結第2四半期の3か月間は増収増益である。

※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（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	5,461	100.0%	6,252	100.0%	790	14.5%
売上原価	2,941	53.9%	3,178	50.8%	236	8.0%
売上総利益	2,520	46.1%	3,074	49.2%	553	22.0%
販管費	1,037	19.0%	1,092	17.5%	54	5.3%
営業利益	1,482	27.1%	1,981	31.7%	499	33.7%
経常利益	1,534	28.1%	2,042	32.7%	508	33.1%
当期純利益	1,133	20.8%	1,532	24.5%	398	35.2%

1人民元 = 20.54円

1人民元 = 21.05円

(2.5%円安)

千円

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	265,916	100.0%	297,023	100.0%	31,107	11.7%
売上原価	143,221	53.9%	150,985	50.8%	7,763	5.4%
売上総利益	122,694	46.1%	146,038	49.2%	23,343	19.0%
販管費	50,521	19.0%	51,887	17.5%	1,366	2.7%
営業利益	72,173	27.1%	94,151	31.7%	21,977	30.5%
経常利益	74,710	28.1%	97,044	32.7%	22,333	29.9%
当期純利益	55,193	20.8%	72,788	24.5%	17,595	31.9%

- ・フレーバー事業、特に飲料向けの好調により増収。
- ・増収及び売上原価率・販管費率の改善により、営業利益30.5%の大幅な増益（現地通貨ベース）

※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	933	100.0%	1,088	100.0%	155	16.6%
売上原価	501	53.7%	560	51.5%	58	11.6%
売上総利益	431	46.3%	528	48.5%	96	22.4%
販管費	260	27.9%	313	28.8%	52	20.3%
営業利益	171	18.4%	215	19.8%	43	25.5%
経常利益	184	19.8%	279	25.6%	94	51.2%
当期純利益	134	14.4%	203	18.7%	69	51.8%

1MYR = 31.48円

1MYR = 34.52円

(9.7%円安)

千マレーシアリンギット

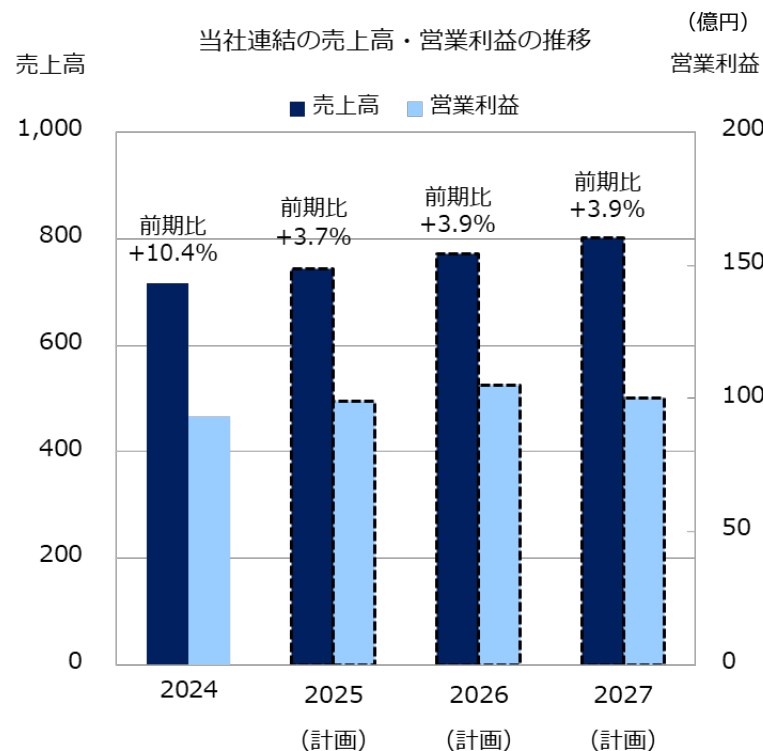
現地通貨ベース	前期第2四半期		当期第2四半期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	前期比	%
売上高	29,656	100.0%	31,537	100.0%	1,880	6.3%
売上原価	15,938	53.7%	16,227	51.5%	289	1.8%
売上総利益	13,717	46.3%	15,309	48.5%	1,591	11.6%
販管費	8,275	27.9%	9,079	28.8%	803	9.7%
営業利益	5,442	18.4%	6,230	19.8%	788	14.5%
経常利益	5,862	19.8%	8,084	25.6%	2,221	37.9%
当期純利益	4,264	14.4%	5,903	18.7%	1,638	38.4%

- ・売上高は、東南アジア（インドネシア等）向けの売上増加を主因に増収。
- ・利益率の高い製品の売上が増加したことで増益となった。

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
マレーシア	マレーシアの新工場建設を推進 。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効率化による売上増加を見込む

百万円

	24/9（実績）	25/9（計画）	26/9（計画）	27/9（計画）
売上高	71,645	74,300	77,200	80,200
売上原価	42,001	42,830	44,350	46,640
営業利益	9,371	9,970	10,510	10,040
経常利益	9,723	10,450	11,000	10,550
当期純利益	7,201	7,580	8,150	7,820
EBITDA	14,392	15,254	16,325	17,279
為替レート	¥150.44/\$ ¥20.84/元	¥145.00/\$ ¥20.50/元	¥145.00/\$ ¥20.50/元	¥145.00/\$ ¥20.50/元
売上高伸長率	10.4%	3.7%	3.9%	3.9%
売上原価率	58.6%	57.6%	57.4%	58.2%
売上高営業利益率	13.1%	13.4%	13.6%	12.5%
売上高経常利益率	13.6%	14.1%	14.2%	13.2%
売上高当期純利益率	10.1%	10.2%	10.6%	9.8%
売上高EBITDA比率	20.1%	20.5%	21.1%	21.5%
連結売上高に占める 海外売上高の割合	48.5%	49.3%	49.7%	50.2%



※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45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

	24 / 9（実績）			25 / 9（計画）			26 / 9（計画）			27 / 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	71,645	100.0%	10.4%	74,300	100.0%	3.7%	77,200	100.0%	3.9%	80,200	100.0%	3.9%
売上原価	42,001	58.6%	7.2%	42,830	57.6%	2.0%	44,350	57.4%	3.5%	46,640	58.2%	5.2%
売上総利益	29,643	41.4%	15.4%	31,470	42.4%	6.2%	32,850	42.6%	4.4%	33,560	41.8%	2.2%
販売費及び 一般管理費	20,272	28.3%	11.5%	21,500	28.9%	6.1%	22,340	28.9%	3.9%	23,520	29.3%	5.3%
営業利益	9,371	13.1%	24.8%	9,970	13.4%	6.4%	10,510	13.6%	5.4%	10,040	12.5%	△4.5%
経常利益	9,723	13.6%	18.8%	10,450	14.1%	7.5%	11,000	14.2%	5.3%	10,550	13.2%	△4.1%
税引前当期純利益	10,170	14.2%	9.1%	10,730	14.4%	5.5%	11,360	14.7%	5.9%	10,910	13.6%	△4.0%
当期純利益	7,201	10.1%	7.9%	7,580	10.2%	5.3%	8,150	10.6%	7.5%	7,820	9.8%	△4.0%

※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、2025年5月9日現在のデータに基づき、今後の経営計画及び2025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。複写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**