

香料製造業界を巡る最近の注目点

主席研究員 藤島義之

香料は様々な食品・トイレットリー製品などへ使われる香り成分で、香り、匂いを付与することで商品の魅力を向上させる。香料には、フレグランスといった食品以外の用途もあるが、加工食品向けは、バニラやシトラスといったものが代表的で、アイスクリームや飲料などの香りづけに利用されている。また国外でFlavor/Flavourと表現される場合、スパイスなど風味を示すものでありながら口腔での感覚要素も含むこととされる。

国内の香料製造企業の多くは、原料となる香料を欧米やアジアから輸入に頼る香料を自社開発しているのは一部の大手企業に限られる。国内企業はこれら原料と添加物を調合することで製品化し、フレーバーは食品製造業者に、フレグランスは香水やトイレットリー・コスメ等の市場に販売している。

1 海外企業はM&A等で急成長

世界の香料市場は、長谷川香料の推計によると2024年時点で約5兆円で(注1)、ジボダン(シェア・24.6%)、シムライズ(16.4%)、DSMフィルムニッヒ(13.0%)、ADM(12.2%)、IFF(7.6%)とトップ5社で世界シェアの7割を占めるとされる。国内では高砂香料がシェア5.4%で7位、長谷川香料が1.7%で10位である(第1図)。

こうした世界大手の香料製造企業は、2000年以降、M&A等を経て、現在の寡占市場を形成してきた。例えば、世界トップのジボダンは、スイスのロッシュから2000年に独立し、オランダのクエスト、ネスレ香料部門のFood Ingredients Specialities、フランスのNaturex、Albert Vieille、Aldery等を買収して成長した。

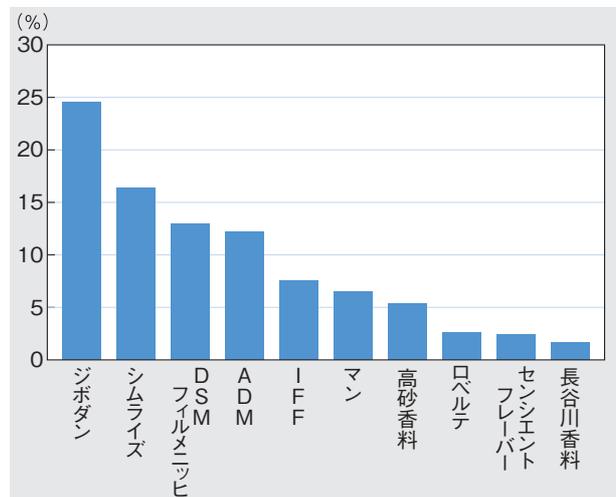
売り上げ規模は、2020年の63億スイスフラン(7,200億円)から2025年の74億スイスフラン(1兆3,000億円)へと拡大した(注2)。第2位のシムライズはドイツ化学大手のバイエル子会社から出発し、Dragoco社との統合、フランスDiana社、米国のPinovaやRenessenzらを買収し、デンマークのエポディアバイオ株の取得などで規模を急激に拡大している。

最近の欧米を中心とした諸外国での特徴的な動きとして、主力である合成香料(アーティフィシヤル)だけでなく、自然志向を受けて、天然香料(ナチュラルフレーバー)、サステナブルな原料から製造されるバイオ香料へのニーズが高まっていることが注目される。

2 国内の業界構造の特徴

一方、国内の香料製造企業の業界構造を概観すると、国内企業の業歴は長く、飛鳥・奈良時代の香木や薫香の輸入までさかのぼる

第1図 香料業界の世界シェア



資料 ディールラボのデータをもとに作成
<https://deallab.info/flavor-fragrance/> (2026年2月19日 アクセス)

第1表 日本における香料取扱量の推移(2020~2024)

種別	数量/金額	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
国内生産	数量(トン)	64,583	64,322	64,383	68,349	70,187
	金額(百万円)	185,670	187,736	199,266	205,596	214,713
輸入	数量(トン)	159,127	180,977	160,564	140,639	160,520
	金額(百万円)	87,742	101,411	117,048	111,450	111,892
輸出	数量(トン)	40,305	39,714	54,092	31,946	28,927
	金額(百万円)	44,702	48,231	54,092	53,726	62,099

資料 日本香料工業会ホームページ「過去5年間香料統計資料」
<https://www.jffma-jp.org/profile/overview/> (2026年2月19日 アクセス)
 原注1 国内生産は日本香料工業会会員からの香料統計資料の製造の合計
 原注2 輸出入は財務省の貿易統計に記載されているもの

(注3)。先ほど紹介した長谷川香料(1903年設立)、高砂香料工業(1920年)は創業から長い歴史を持つ。

現在、日本香料工業会(香料製造等を行う企業が会員の任意団体に属する会員数は122社に上る。上場企業は、高砂香料、長谷川香料、日本ゼオン、日本精化のみである。非上場企業が多数を占め、そのなかでも小川香料、曾田香料、長岡香料、高田香料は比較的企業規模が大きいとされる。大手企業は海外への事業展開も活発で、直近の海外売上比率は、高砂香料68%、長谷川香料48%、曾田香料35%となっている。また、非上場でデータ開示はないものの、小川香料、長岡香料、高田香料はアジアに拠点を有している。

日本香料工業会によると、2024年度の市場規模(国内生産+輸入-輸出)は2,639億円で、ここ数年は変わらない傾向にある(第1表)。

筆者実施の業界関係者へのヒアリングによ

ると、国内の香料市場は上位3社で6割を占めるとされる。ただし、香料は多様な用途に応じて少量多品種の製品製造が求められることから、小規模な香料製造企業が、地域ごとに古くから存在し、地元の食品製造業者等と結びつきながら、生業に近い形で事業継続しているケースも少なくないものとみられる。したがって、仮に、小規模事業者で経営者の世代交代で跡継ぎがない場合、近隣の同業者に引き継いでもらう等により、これまで大きな業界構造の変化がなかったものと考えられる。

3 世界市場拡大は国内企業に追い風

世界的には今後も途上国の需要拡大を軸に年7%程度成長すると見込まれている(注4)。また、国内でも高級フレグランスなどの分野が牽引して微増することが見込まれている(注4)。

市場拡大とともに注目されるのが、欧州中心に関心が高まるバイオ香料である。バイオ由来のフレーバー・フレグランスの世界市場は2022年時点で21億ドルだが、2032年には2倍以上と見込まれる(注5)。既に欧米市場に参入している高砂香料、長谷川香料は、生合成による香料生産を確立し、小川香料もNEDOプロジェクトで有用香料化合物の研究を推進している。海外に拠点を持つ企業にとってはバイオ由来香料が重要になってくるものとみられる。

他方、国内の大手以外の香料製造企業にとっては、天然香料に付加価値を置いた拡大が模索可能だと思われる。特に海外の需要はアジアをはじめとして今後も伸びるとされているので、大手のみならず香料各社の活躍が望まれる。

(ふじしま よしゆき)

(注1) <https://www.t-hasegawa.co.jp/files/ir/market.pdf> (2026年2月19日 アクセス)

(注2) <https://www.givaudan.com/media/media-releases/2025/2024-full-year-results> (2026年2月19日 アクセス)

(注3) <https://kaoritotabishite.com/kiso18/> (2026年2月19日 アクセス)

(注4) <https://www.gii.co.jp/report/grvi1908612-flavors-fragrances-market-size-share-trends.html> (2026年2月19日 アクセス)

(注5) <https://tomoruba.eiicon.net/blogs/2436> (2026年2月19日 アクセス)