

感じるチカラで もっといいこと。

7% 長谷川香料株式会社

2026年2月17日
長谷川香料株式会社

長谷川香料、FOOD STYLE JAPAN 2026 <関西> 出展レポート

天然感あふれるフレーバーシリーズ「HASEAROMA®」と果汁代替香料の“効果感”をご提案

長谷川香料株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：長谷川研治）は、2026年1月28日（水）および29日（木）に開催された「FOOD STYLE JAPAN 2026 <関西>」に出展し、当社オリジナルの香料製品の展示・提案を行いました。会期中は多くの来場者にブースへお立ち寄りいただき、香料の“リアルな効果感”と、当社の分析・合成・調香技術、ならびにフレーバリストの感性を活かした開発姿勢に対して高い関心をお寄せいただきました。ご来場いただいた皆さまへ、心より御礼申し上げます。

本リリースでは、会場でお伝えしきれなかった各展示品の狙いと活用ポイントをあらためて整理し、当日ご来場が叶わなかった皆さまにも、当社の製品・提案価値を知っていただく機会としてお届けします。



感じるチカラで もっといいこと。

7h 長谷川香料株式会社



1) 天然感あふれるフレーバーシリーズ「HASEAROMA®」

コンセプト：「よりおいしく」

HASEAROMA®は、素材本来の香りを詳細に探索し、当社の分析・合成・調香技術を駆使して開発したフレーバーシリーズです。食品の香りをさまざまな切り口で解明し、そこへフレーバリストの感性を吹き込み、狙った“おいしさ”を設計しています。今回の展示では、用途別にアプリケーションをご紹介し、香りの立ち上がり・広がり・余韻までを体感いただきました。

HASEAROMA®紹介ページ：<https://www.t-hasegawa.co.jp/research/technique/1>



感じるチカラで もっといいこと。

7h 長谷川香料株式会社

だし・つゆ向けフレーバー

展示品：かつお出汁フレーバー、昆布出汁フレーバー

- ◆ 単に美味しさを高めるだけでなく、原料高騰によるコスト上昇への代替ソリューションとしての活用
- ◆ 出汁の“厚み”や“輪郭”の設計により、目指す味づくりに合わせたご提案のバリエーションを紹介
- ◆ 食品素材の選択肢を広げ、経済的にも環境的にも持続可能な調達をご支援



飲料向けフレーバー

展示品：アップルフレーバー

- ◆ 飲料の多様なニーズに対応し、香りの印象設計で味わいの豊かさを提案
- ◆ “天然感”や飲み口の印象づくりを重視する来場者から、具体的な用途・課題起点の相談へ発展

2) 果汁代替乳化香料（オレンジ果汁代替）

果汁代替乳化香料は、口腔内における風味発現や口当たりを解析して開発した乳化香料です。果汁が持つ「厚み」「飲みごたえ」を補い、果汁配合量を抑えた設計を行う際の果汁代替ソリューションとして提案しました。昨今の不安定な社会情勢や気候変動による果汁原料の調達不安を背景に、商品の安定供給と品質維持を両立したいというニーズに対し、現実的な選択肢としての位置付けとなります。

- ◆ 香りに由来する、“口の中での厚み・飲みごたえ”を含めた体感価値向上に向けた関心の高まり
- ◆ 商品の安定供給と品質維持を両立したいというニーズに対し、現実的な選択肢としての位置付け

感じるチカラで もっといいこと。

7% 長谷川香料株式会社

3) 大阪企画「たこ焼き風グミ」 ~遊び心を入口に、技術力を理解へつなげる~

大阪開催に合わせた「たこ焼き風グミ」は、足を止める話題性と、香りの表現力を直感的に伝える体験を両立した企画展示となり、大変ご好評をいただきました。来場者との会話のきっかけをつくりながら、当社が大切にしている感性・想像力／創造力、そして“香りの設計”の面白さを伝える役割を果たしました。今回の出展を通じて、私たちはより多くの企業様に、香りの新しい可能性とその価値を実感いただけると確信しております。



今後の展開

長谷川香料は、今回いただいた評価・ご相談をもとに、用途別の提案、評価サンプル提供、処方設計の伴走体制を強化し、展示会で生まれた接点を継続的な価値提供へつなげてまいります。

担当者コメント

「HASEAROMA®や果汁代替乳化香料の“効果感”を多くの方に体感いただけたことが大きな収穫でした。原料高騰や供給不安といった現場課題に対し、香りの技術で貢献できる可能性を改めて実感しています。ご来場への感謝とともに、会場でお会いできなかった皆さまにも当社の取り組みを知っていただければ幸いです。」