食でつなぐ、人と笑顔を。

House

日興 Web IR Day
個人投資家向け会社説明会

ハウス食品グループ本社株式会社

証券コード：2810

2026年9月

https://housefoods-group.com/

本日お伝えしたいこと

食でつなぐ、人と笑顔を。

カレーやスパイスだけでなく、国内で培ったノウハウを生かして
様々な事業を**グローバル**に拡大していること

中期計画の進捗を踏まえた「**構造改革**」を断行し
経営計画を見直すことでグローバル成長と資本効率の向上を
めざしていること

株主のみなさまへの利益還元を経営の重要課題と位置づけ
株主還元をさらに強化していること

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 業績

04. 第八次中期計画の進捗を踏まえた構造改革

05. 株主還元・株主優待

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 業績

04. 第八次中期計画の進捗を踏まえた構造改革

05. 株主還元・株主優待

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

創業

1913年
薬種化学原料店
「浦上商店」を創業



創業者
浦上　靖介



薬種化学原料店「浦上商店」

1926年
カレーの製造を開始



1928年誕生
ハウスカレー

1960年
固形のルウカレーを発売



1963年
「バーモントカレー」発売



1970年
レトルト市場に参入



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

数字で見るハウス食品グループ

食でつなぐ、人と笑顔を。

(2026年3月末時点)

創業	連結売上高	証券コード（東証プライム）
1913年 (今年で創業113年)	3,170億円	2810

グループ会社数	連結営業利益	時価総額
50社	182億円	3,709億円

※2026年9月25日時点

従業員数	連結売上高営業利益率	株価
6,564人	5.8%	4,027円

※2026年9月25日時点

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

ハウス食品グループの構成

食でつなぐ、人と笑顔を。

ハウス食品グループ本社㈱

・2013年より持株会社体制へ
・グループ会社数は**50**社（国内21社、海外29社）

（2026年3月末時点）

香辛・調味加工食品事業（９社）
- ハウス食品㈱
- サンハウス食品㈱
- サンサプライ㈱
- ハウスあいファクトリー㈱
- 朝岡スパイス㈱
- ハウスギャバン㈱
- ギャバンスパイスマニュファクチャリング社
- マロニー㈱
- ハウス食品グループ東北工場㈱

健康食品事業（１社）
- ハウスウェルネスフーズ㈱

海外食品事業（18社）
- ハウスフーズホールディングUSA社
- ハウスフーズアメリカ社
- キーストーンナチュラルホールディングス社
- ネイチャーソイ社
- スーペリアナチュラル社
- ハウスビーナチュラ社
- エルブリトーメキシカンフードプロダクツ社
- ハウス食品（中国）投資社
- 上海ハウス食品社
- 大連ハウス食品社
- 浙江ハウス食品社
- ハウスフーズベトナム社
- ハウス食品グループアジアパシフィック社
- ハウスオソサファフーズ社
- ハウス＆ヴォークスインドネシア社
- ササハウスフーズインドネシア社
- ハウスフーズインドネシア社
- 台湾ハウス食品社

外食事業（15社）
- ㈱壱番屋
- ㈱大黒商事
- ㈱竹井
- ㈱LFD JAPAN
- ㈱KOZOU
- ㈱ITEカンパニー
- ㈱GAKU
- イチバンヤインターナショナルUSA社
- イチバンヤUSA社
- 壱番屋レストラン管理（中国）社
- 台湾壱番屋社
- 壱番屋国際台湾社
- 壱番屋国際香港社
- 壱番屋香港社
- イチバンヤUK社

共通（２社）
- ハウスビジネスパートナーズ㈱
- パッチワークキルト㈱

その他食品関連事業（5社）
- ㈱ヴォークス・トレーディング
- ティムフード社
- ジャワアグリテック社
- ㈱ハウス食品分析テクノサービス
- ハウス物流サービス㈱

他 持分法適用関連会社（4社）

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

創業理念、グループ理念

食でつなぐ、人と笑顔を。

◇創業理念

**日本中の家庭が幸福であり、
そこにはいつも温かい家庭の味ハウスがある。**

◇グループ理念

**食を通じて人とつながり、
笑顔ある暮らしを共につくる
グッドパートナーをめざします。**

◇ハウスの意（こころ）

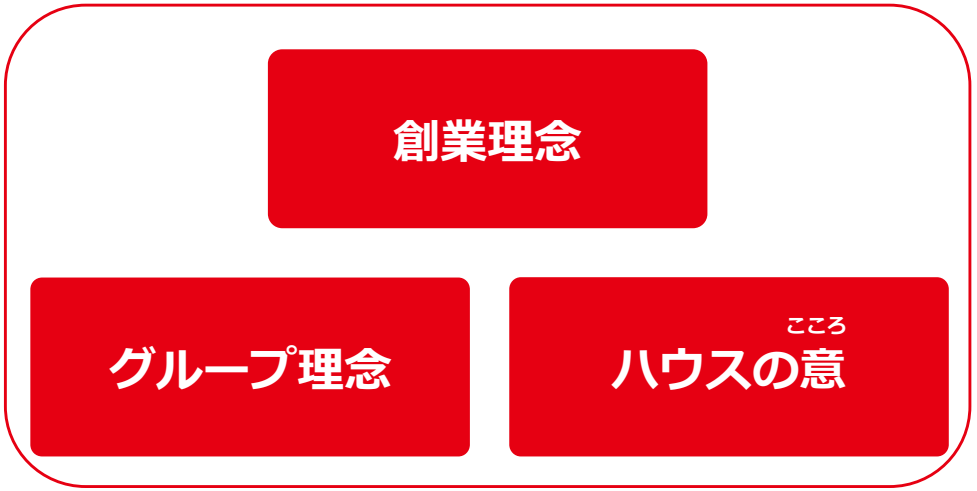
社是

誠意　創意　熱意　を持とう。

ハウス十論

－．自分自身を知ろう
－．謙虚な自信と誇りを持とう
－．創意ある仕事こそ尊い
－．ハウスの発展は我々一人一人の進歩にある
－．ハウスの力は我々一人一人の総合力である
－．給与とは社会に役立つ事によって得られる報酬である
－．世にあって有用な社員たるべし、又社たるべし
－．有用な社員は事業目的遂行の為の良きパートナーである
－．社会にとって有用な社である為には利潤が必要である
－．我々一人一人の社に対する広く深い熱意がハウスの運命を決める

グループ理念体系



【グループCSR方針】
**私たちは本業を通じて、健全な社会と
すこやかな暮らしに貢献するため、
３つの責任を果たします。**
（お客様とともに、社員とその家族とともに、社会とともに）

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

3つの責任

企業として様々なステークホルダーにとっての
「グッドパートナーでありたい」
という想いを表した、すべての活動の根幹にある考え方

お客様への責任

事業を通じて
人々のお役に立つ

持続的に成長し、
世の中に独自の価値を
提供し続ける

社員とその家族への責任

社の事業は人が生み出し
社の価値は人が創造する

社員の成長＝企業の成長
社員本人はもちろん
その活躍を支える家族への
責任を果たす

社会への責任

社会の一員として
担うべき役割

独自の強みを生かした
社会課題解決により
社会に求められる存在へ

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

価値創造の源泉



1 マーケティング力

- ✓ ニーズの半歩先を捉えた徹底的なお客様視点
- ✓ 日本で培ったノウハウによる海外展開を推進



2 クオリティマネジメント力

- ✓ 創業以来の消費者志向経営を通じた
  食の安全・安心への取組による多くのロングセラー製品
- ✓ 新規事業・海外事業においてもバリューチェーン全体の
  クオリティ向上を推進



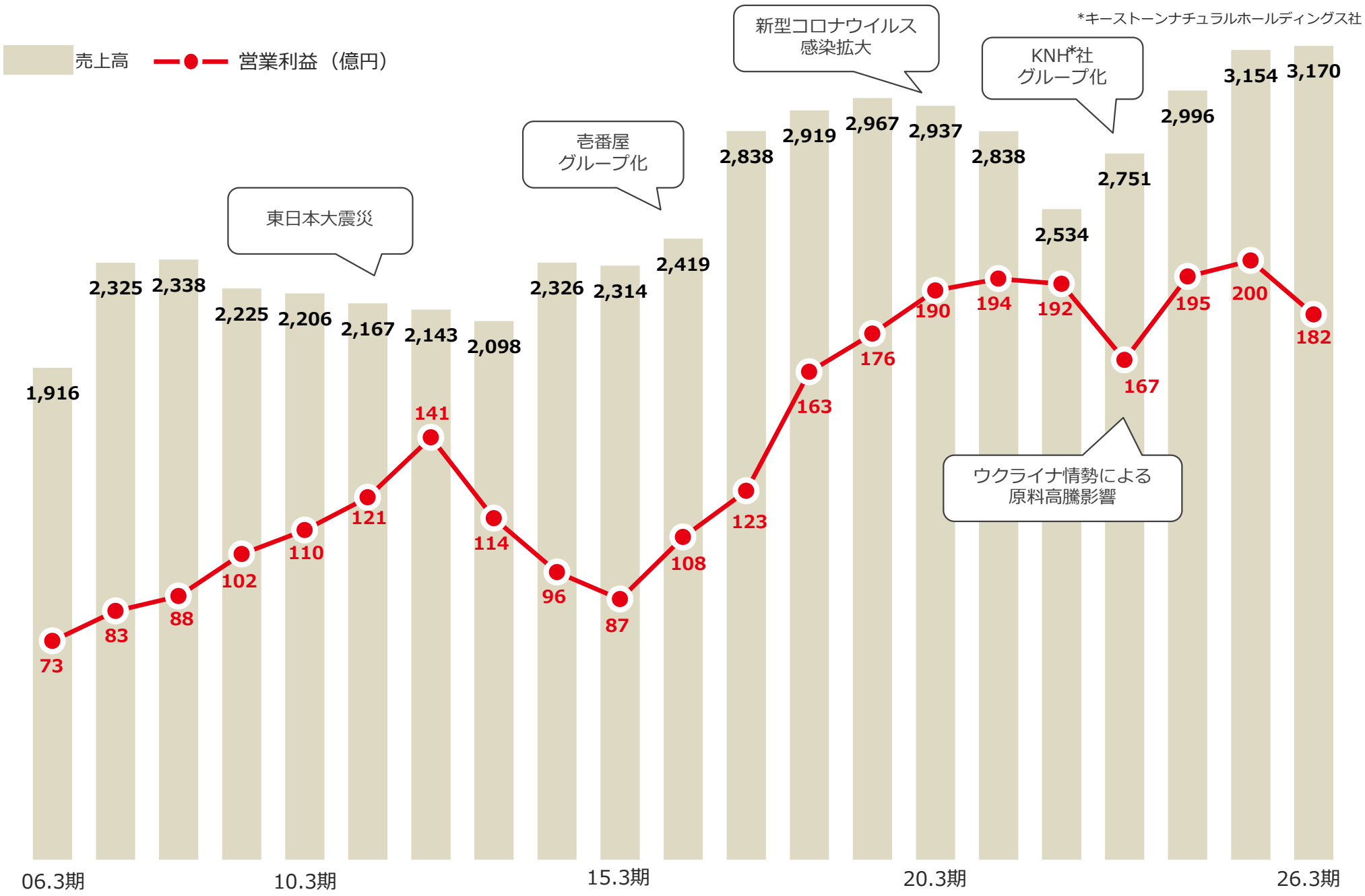
3 イノベーション力

- ✓ 飽くなき探求心を源泉に新たな価値を創出
- ✓ 川上～川下のバリューチェーン視点、個人や組織の多様な視点

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

業績推移（連結）

食でつなぐ、人と笑顔を。



※2022年３月期以降は新基準として「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 第八次中期計画の進捗を踏まえた構造改革

04. 業績

05. 株主還元・株主優待

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

事業概要

香辛・調味加工食品事業 40.3%



ルウカレー



ルウシチュー





レトルトカレー





スパイス







その他製品群



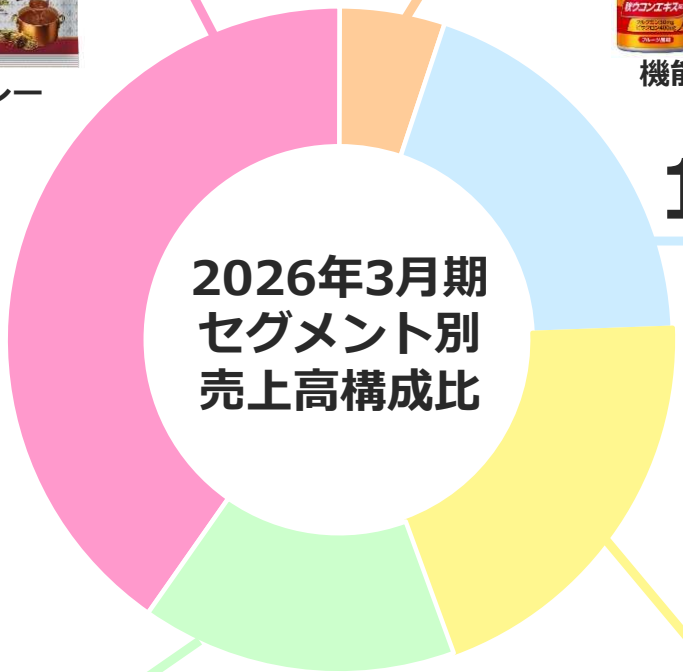
ハウスギャバン



マロニー

その他食品関連事業 15.3%

・食材の輸入販売
・食品の分析　　等



外食事業 20.0%





5.1% 健康食品事業



機能性スパイス



ビタミン



乳酸菌

19.3% 海外食品事業





米国



中国



東南アジア

※売上高構成比はセグメント間取引消去前

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

香辛・調味加工食品事業

食でつなぐ、人と笑顔を。

国内でカレー、スパイスを中心とした家庭用、業務用製品を販売

■主な製品群

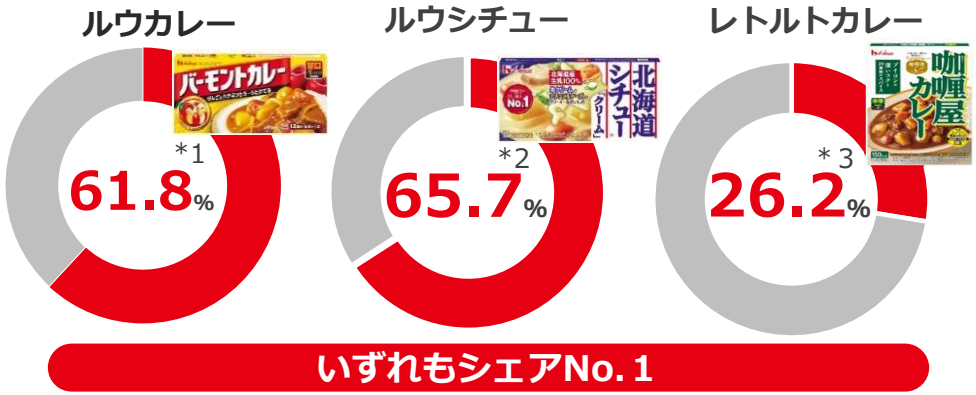


ルウカレー　ルウシチュー　レトルトカレー　スパイス



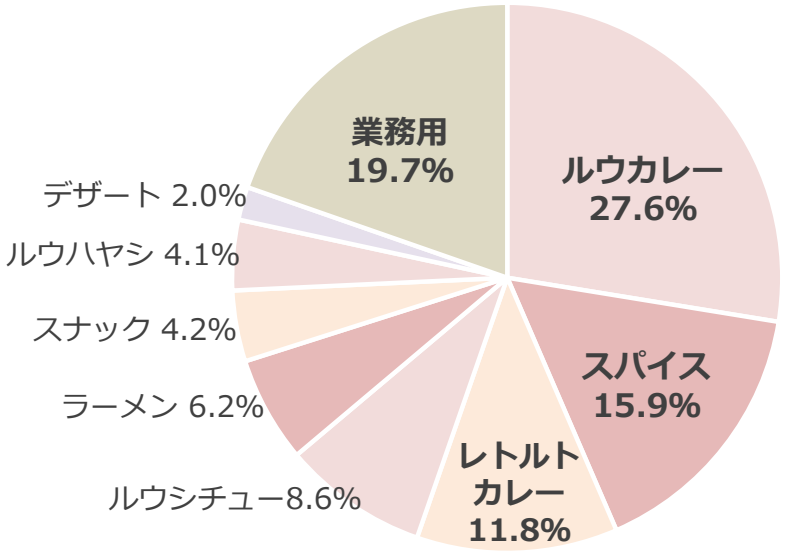
その他製品群　マロニー　ハウスギャバン(業務用)

■市場シェア

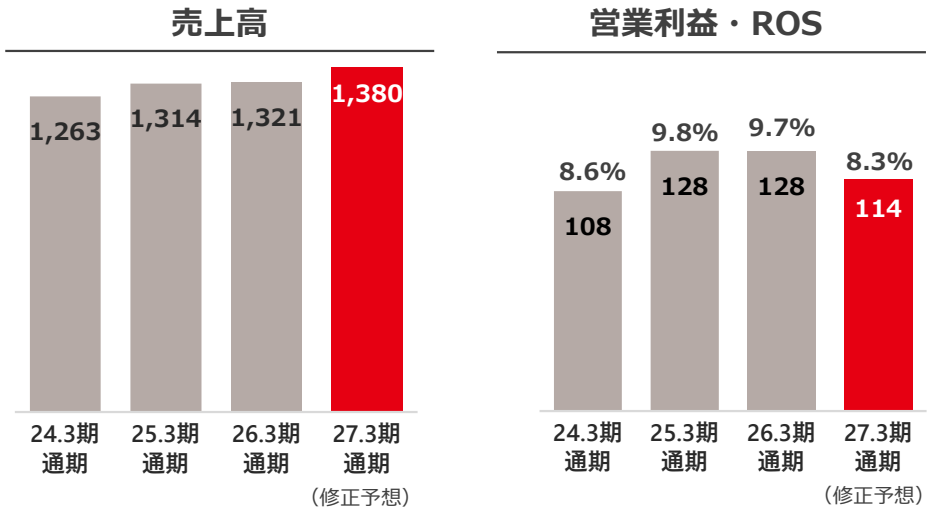


※出典：
*1 ㈱インテージSRI＋ ルウカレー市場（2025年4月～2026年3月）販売金額シェア
*2 ㈱インテージSRI＋ ルウシチュー市場（2025年4月～2026年3月）販売金額シェア
*3 ㈱インテージSRI＋ レトルトカレー市場（2025年4月～2026年3月）販売金額シェア

（2026年3月期　製品別構成比）　※ 製品別構成比は出荷ベースの参考



■過去4年間業績推移（億円）



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

健康食品事業

食でつなぐ、人と笑顔を。

ビタミン、機能性スパイス、乳酸菌を3つの柱とし、それぞれの付加価値を追求し製品へ展開

■主な製品群

栄養	活力	維持
ビタミン（ビタミンC）	機能性スパイス（ウコンエキス等）	乳酸菌（L-137）
おいしさと機能性を両立した栄養を提供	長年のスパイス研究を新価値へ転換	健康を維持する作用に注目した研究







■R&D

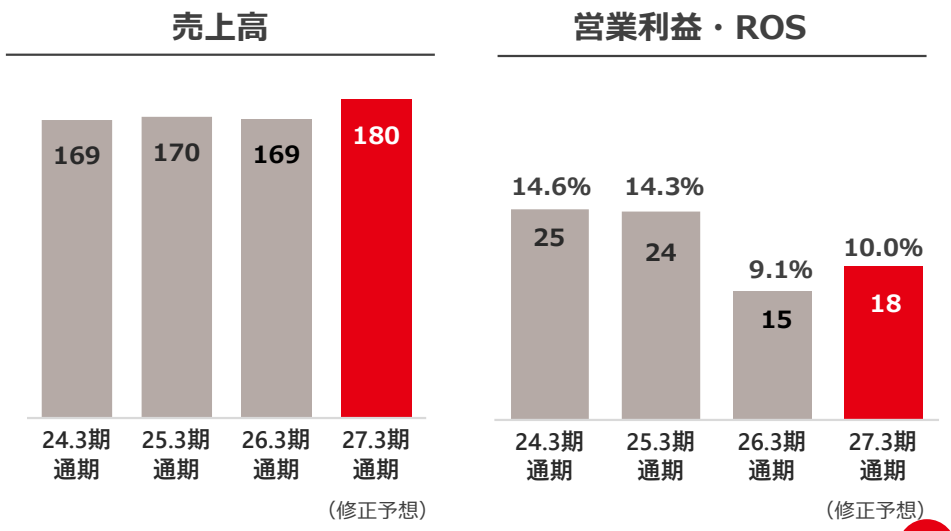
ウコン（ターメリック）

- スパイス研究の知見を生かし2004年に「ウコンのカ」発売
- ウコン(ターメリック)の健康成分の研究

乳酸菌（L-137）

- 1994年に研究がスタート
- 「乳酸菌 L-137株」は東南アジアの発酵保存食「なれずし」から発見
- 加熱処理で熱や加工に強い特徴を持つ

■過去4年間業績推移（億円）



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

海外食品事業

食でつなぐ、人と笑顔を。

米国・中国・東南アジアを重点エリアに位置付け、国内で培った強みを生かした事業を展開

■各エリアでの事業概要

米国大豆事業

TOFUとPBF*領域でのプレゼンス拡大





中国カレー事業

日本式カレーを中国の国民食へ



東南アジア事業

各エリアのお客様ニーズに即した製品展開

<タイ>
ビタミン飲料

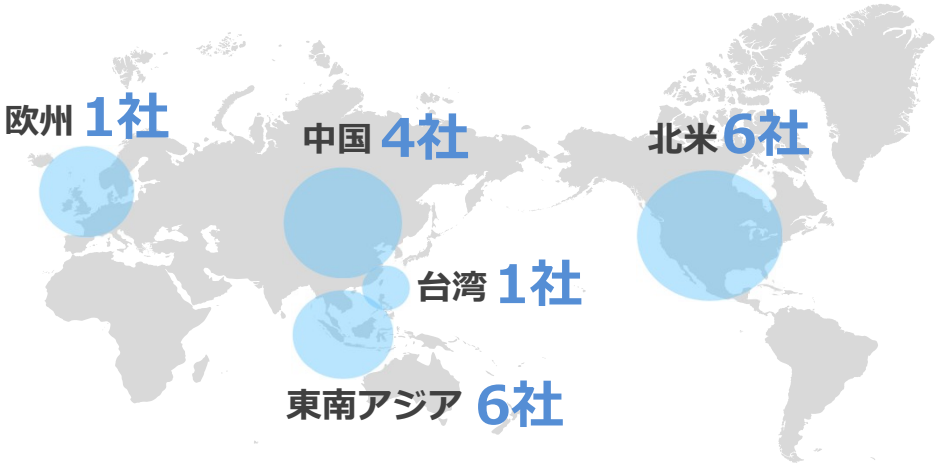


<インドネシア>
ハラルカレー



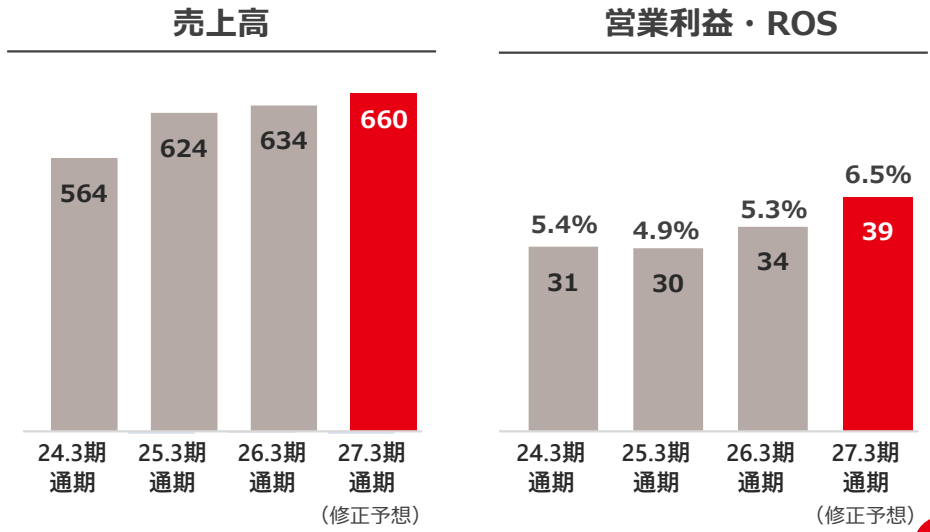
＊Plant Based Food：植物由来食品

■海外事業会社数



（2026年3月末時点の海外食品事業セグメントに属する事業会社のみ）

■過去4年間業績推移（億円）



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

外食事業・その他食品関連事業・調整額

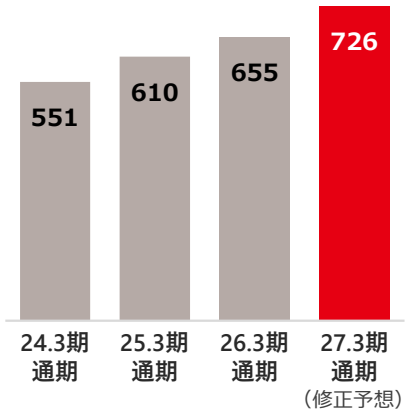
食でつなぐ、人と笑顔を。

外食事業

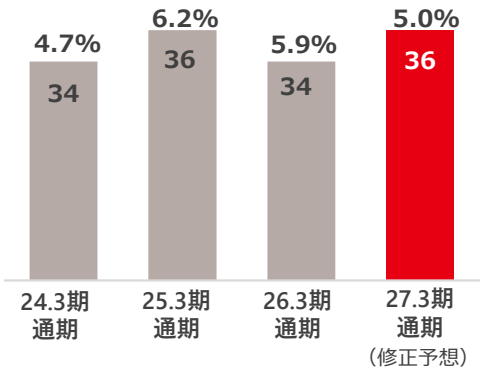
「カレーハウスCoCo壱番屋」を始め、
世界中でレストランの企画・運営を行う事業

（単位：億円）

売上高



営業利益・ROS



壱番屋の国内外への展開

国内グループ店舗数	1,285店
海外店舗数	218店
海外展開国・地域数	12か国・地域

（参考）国内カレーショップにおける売上高シェア



カレーハウス
CoCo壱番屋
80.5%

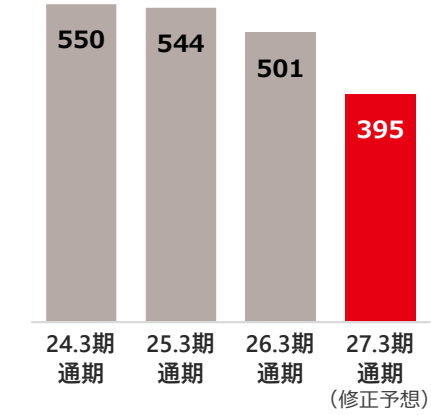
※出典：㈱富士経済「外食産業マーケティング便覧2026 No.1」 2025年実績

その他食品関連事業

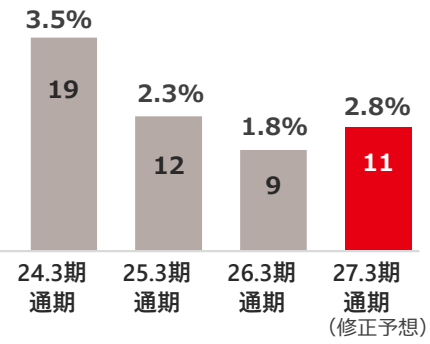
食材の輸入販売、食品の分析などを通じて、
グループ間のシナジー強化に貢献する事業

（単位：億円）

売上高



営業利益・ROS



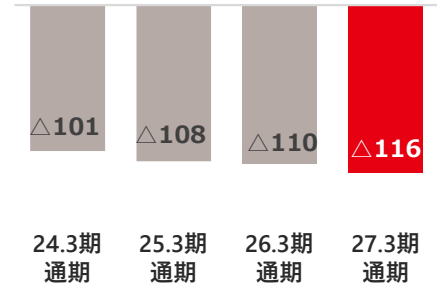
※2026年1月総菜事業を担っていた㈱デリカシェフを事業譲渡

調整額

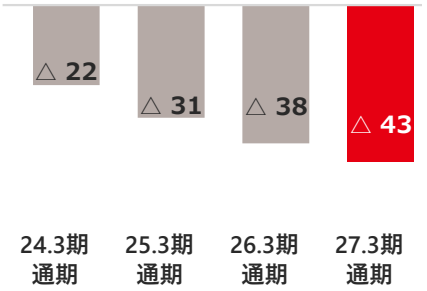
セグメントに配分していない損益および
セグメント間取引に係る相殺消去

（単位：億円）

売上高



営業利益



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 業績

04. 第八次中期計画の進捗を踏まえた構造改革

05. 株主還元・株主優待

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

2027年3月期　第1四半期業績/通期業績修正予想（連結）

食でつなぐ、人と笑顔を。

第1四半期概要

- 総菜事業の譲渡に伴う連結除外の影響で減収(当該影響を除くと＋5.6%の増収)
- 販売数量増や一部製品の価格改定効果で事業コスト上昇を吸収し増益
- 政策保有株式を縮減（売却益35億円を計上）

通期業績予想

- 中東情勢影響を業績予想に織り込み、営業利益および経常利益を下方修正
- ROEは今期当初目標6.0%達成をめざす

単位：億円	27.3期第１四半期 実績			27.3期通期修正予想		
	実績	対前年同期	増減率	修正予想	対前期	対当初
売上高	751	△6	△0.7%	3,225	+55	–
営業利益	40	+6	+17.1%	175	△7	△10
経常利益	45	+8	+22.6%	187	△8	△10
四半期(当期)純利益	51	+33	+185.3%	170	+96	–
ROS 売上高営業利益率	5.3%	+0.8pt	—	5.4%	△0.3pt	△0.3pt
ROE 自己資本当期純利益率	—	—	—	6.0%	+3.5pt	–

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

2027年3月期　第1四半期業績/通期業績修正予想（セグメント別）

■第1四半期実績

単位：億円	売上高			営業利益		
	実績	対前年同期	増減率	実績	対前年同期	増減率
連結	751	△6	△0.7%	40	+6	+17.1%
香辛・調味加工食品事業	313	+16	+5.3%	16	+5	+39.7%
健康食品事業	42	+2	+4.2%	5	+2	+52.1%
海外食品事業	166	+7	+4.4%	16	+2	+17.1%
外食事業	170	+12	+7.8%	8	△2	△19.3%
その他食品関連事業	89	△39	△30.6%	2	+0	+10.7%
調整（消去）	△29	△3	–	△7	△1	–

■通期業績修正予想 ※当初予想は5/11に、修正予想は8/4に公表

単位：億円	売上高			営業利益		
	修正予想	対前期	対当初	修正予想	対前期	対当初
連結	3,225	+55	–	175	△7	△10
香辛・調味加工食品事業	1,380	+59	–	114	△14	△10
健康食品事業	180	+11	–	18	+3	–
海外食品事業	660	+26	–	39	+5	–
外食事業	726	+71	–	36	+2	–
その他食品関連事業	395	△106	–	11	+2	–
調整（消去）	△116	△6	–	△43	△5	–

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 業績

04. 第八次中期計画の進捗を踏まえた構造改革

05. 株主還元・株主優待

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

第八次中期計画（当初計画）＜25.3期-27.3期＞

グループ理念　To Be

**食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを
共につくるグッドパートナーをめざします。**

第八次中期計画　To Do

「食で健康」クオリティ企業への変革＜第二章＞
グローバルなバリューチェーン（VC）構築で成長をめざす

事業戦略

お客様
に対する責任

「食で健康」を
グローバルに届けるため
VC経営の実現をめざす

人材戦略

社員とその家族
に対する責任

多様性を力に変え
クオリティ企業への
取組を強力に支える

環境戦略

社会
に対する責任

グローバルな企業活動で生じる
環境負荷は企業の責任として
取り組む

スパイス系VC

機能性素材系VC

大豆系VC

新価値創出
(付加価値野菜系VC)

財務資本政策

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

バリューチェーン経営とは

グローバルなバリューチェーン(VC)構築

グループで保有する川上~川下の事業・知見・技術を融合
新たなビジネスチャンスの獲得や競争力強化につなげる

当社グループの提供価値 **「食で健康」**

～第八次中期計画

- **香辛・調味加工食品事業**
- **健康食品事業**
- **海外食品事業**
- **外食事業**
- **その他食品関連事業**

スパイス系VC
スパイス・カレーを取り扱うグループ各社が共創、シナジー創出をめざす

機能性素材系VC
日常の食事で補いづらい**栄養の摂取・補給**をグローバルにサポート

大豆系VC
TOFU・PBF※を通じて健康的な食習慣を提供
※PBF:植物由来食品（Plant Based Food）

新価値創出
（付加価値野菜系VC）
次の**「グループの成長力」**へ変換するフェーズへの移行をめざす

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

第八次中期計画2年間の振り返り

食でつなぐ、人と笑顔を。 House

売上・利益成長、資本効率改善が想定通りに進まず中計当初目標比でギャップが発生
課題を捉えた経営計画の見直しと実行加速が必要

業績進捗

単位：億円	八次中計進捗			八次中計修正目標
	26.3期 実績	27.3期 中計当初目標	ギャップ	27.3期 修正予想
売上高	3,170	3,600	△430	3,225
営業利益	182	270	△88	175
ROS（売上高営業利益率）	5.8%	7.5%	△1.7pt	5.4%
ROIC（投下資本利益率）	4.1%	6.0%	△1.9pt	4.1%
ROE（自己資本当期純利益率）	2.5%	7.0%	△4.5pt	6.0%

八次中計で見えてきた課題

主要テーマ	課題
VC経営による成長加速	● スパイス系VCのマネジメント一体化による成長加速 ● 大豆系VCの損益構造改革 ● 機能性素材系VCの東南アジア新領域製品育成、エリア開拓
VC体制の構築	● 本社コスト上昇への対応 ● 意思決定スピード向上
財務資本政策	● B/Sマネジメントへのもう一段の踏み込み

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

構造改革の実行

食でつなぐ、人と笑顔を。

八次中計進捗・今後の事業環境を踏まえ、「構造改革」を実行
グローバル成長の加速と資本効率の向上をめざす

【1】成長領域への集中

スパイス系VCに経営資源投下を集中
カレー・スパイス事業のグローバルな成長を加速
独自の加熱加工技術を軸に競争優位性を磨き、
カレーを世界に広げる

【2】組織改革の実行

社長直轄の組織改革PJを立ち上げ、持株会社体制を見直し
成長加速を実現する新組織体制案を2027年3月期中に策定

【3】財務戦略の強化

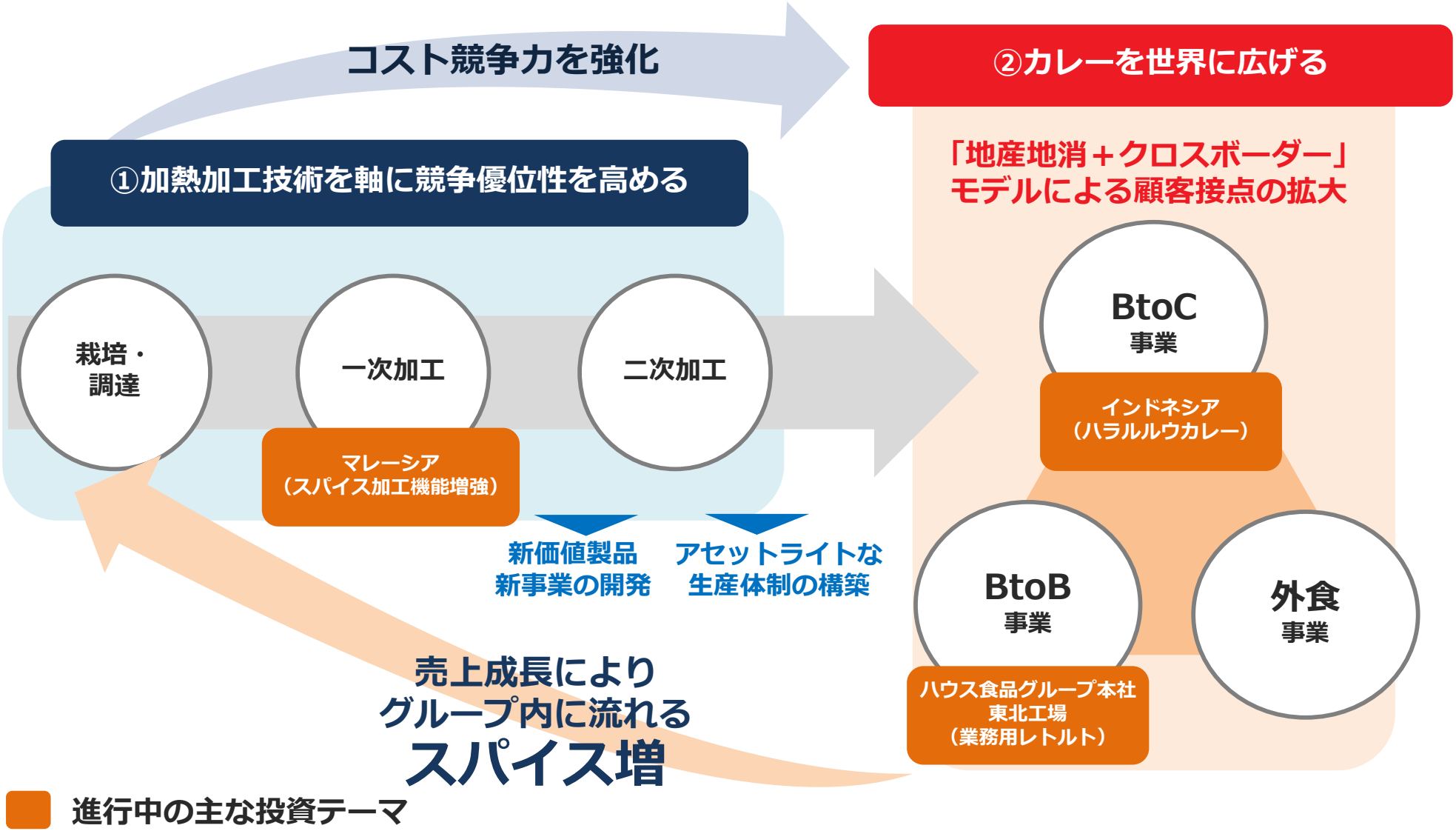
利益成長と自己資本マネジメントの両輪でROEを向上させる
2027年3月期～ 利益配分に関する基本方針を変更

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

成長領域への集中<スパイス系VC>

食でつなぐ、人と笑顔を。

カレー・スパイス事業のグローバルな成長を加速
独自の加工技術を軸に競争優位性を磨き、カレーを世界に広げる



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

成長領域への集中：スパイス系VCの取組事例

食でつなぐ、人と笑顔を。

国内外問わず、カレーを世界に広げスパイス系VCの成長を目指す

国内 ルウ製品の提供価値向上

【プライムシリーズ】

- ✓ 「クラッシュルウ」技術で溶かしやすい顆粒状のルウ
- ✓ カロリー・脂質50%※オフ





※：1皿当たり、当社バーモントカレー・ジャワカレー比

【完熟トマトハヤシライスソース】
【こくまろハヤシ】

- ✓ 煮込み時間の短縮
  →簡単・時短調理に対応





海外 インドネシアカレー事業の育成

2035年に売上高100億円規模の事業創出を目指す





Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

成長領域への集中：機能性素材系VC・大豆系VC

各VCの特徴や事業状況に照らしながら、資源投下をコントロールし事業を展開

機能性素材系VC



戦略素材へのR&D・マーケティング投資でアセットライトに成長

- ビタミン、乳酸菌のグローバルな顧客接点拡大に注力
- 国内事業のブランドを強化し収益基盤を再構築
- R&Dでターメリックの素材価値を高め
  中期成長ドライバーを構築



大豆系VC



- TOFU事業は損益構造改革を加速
  28.3期に黒字化し再成長をめざす
- PBF事業は製品群毎に可能性を早期に見極め

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

組織改革の実行

社長直轄の組織改革PJを立ち上げ、持株会社体制を見直し
成長加速を実現する新組織体制案を2027年3月期中に策定

■グループ本社体制の見直し

・2013年10月に現行の持株会社体制へ移行

・海外事業成長、国内収益基盤強化が各々進んだ一方、
更なる成長に向けては本社（機能）と事業の一体化に課題



■組織改革の狙い

- 成長領域へのリソースの集中
- 意思決定スピード実行力の向上
- 組織のスリム化による生産性の向上

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

財務戦略の強化

利益成長と自己資本マネジメントの両輪でROEを向上させる

■27.3期～利益配分に関する基本方針の変更

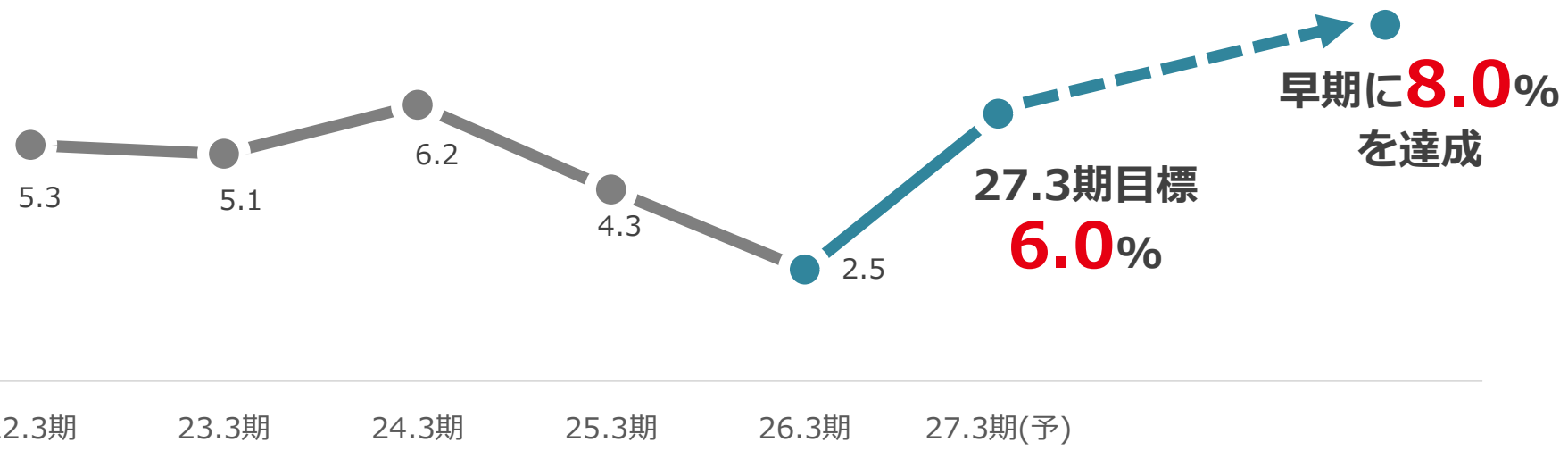
【新利益配分方針】 B/Sベースの配当方針に変更

・DOE(純資産配当率)3%以上を目安とし、 原則として累進配当を実施

・機動的な自己株式取得等の株主還元実施

■ROE向上に向けて

構造改革を進め「成長加速」と「資本効率改善」により企業価値向上を実現



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

01. 会社概要

02. 事業内容

03. 業績

04. 第八次中期計画の進捗を踏まえた構造改革

05. 株主還元・株主優待

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

株価推移（月足）

食でつなぐ、人と笑顔を。



Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

株主還元方針

食でつなぐ、人と笑顔を。

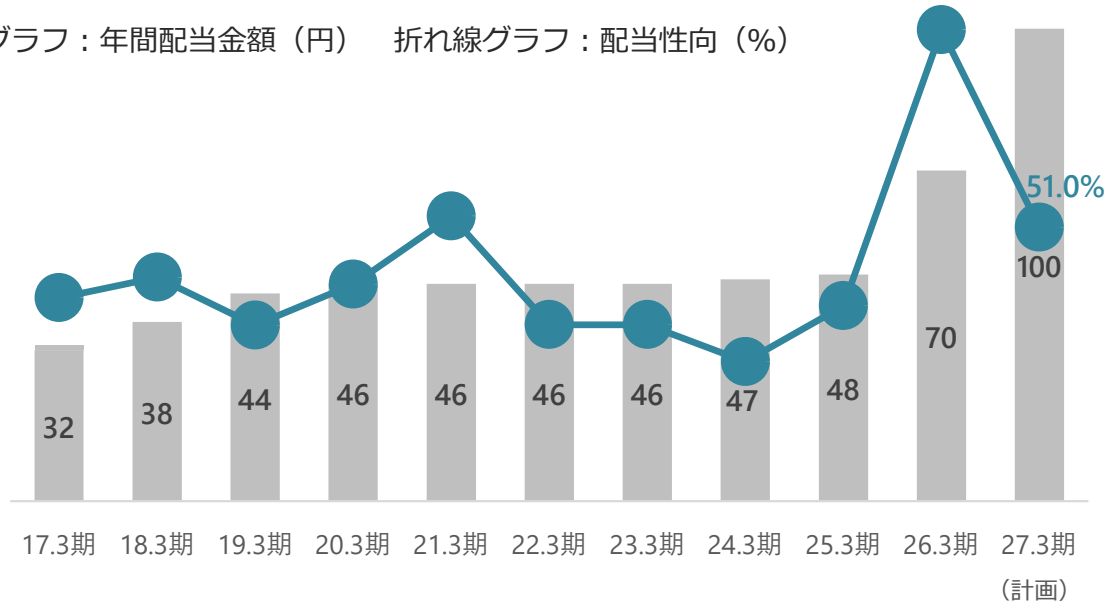
2027年3月期より新たな利益配分方針を導入し、株主還元の充実を図る

【新利益配分方針】 B/Sベースの配当方針に変更

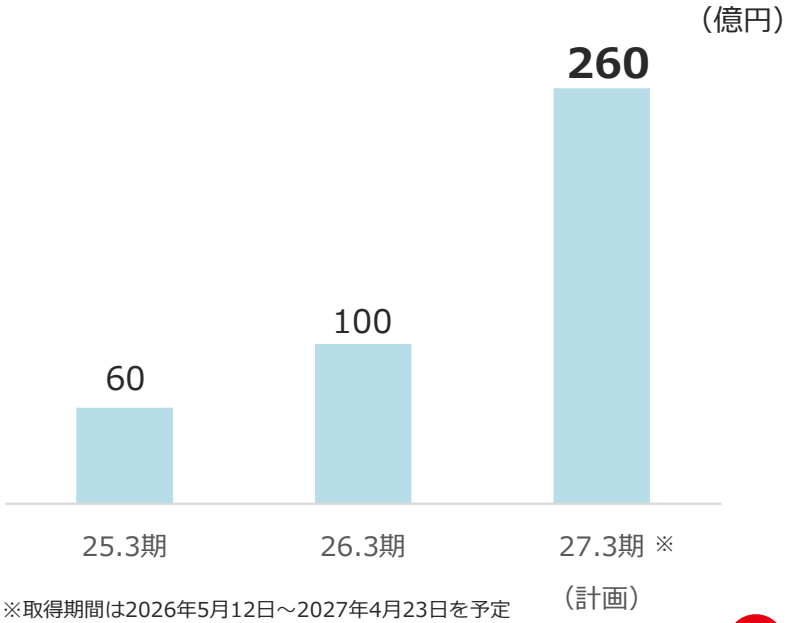
- DOE(純資産配当率)3%以上を目安とし、 原則として累進配当を実施
- 機動的な自己株式取得等の株主還元実施

◆配当推移（17.3期～27.3期計画）

棒グラフ：年間配当金額（円）　折れ線グラフ：配当性向（%）



◆自己株式取得金額（25.3期～27.3期計画）



※取得期間は2026年5月12日～2027年4月23日を予定

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

株主優待

食でつなぐ、人と笑顔を。

■贈呈基準・内容

保有株式数	株主優待内容
100株以上200株未満 保有の株主さま	グループ製品詰合せ、寄付などからの選択 1,000円相当
200株以上1,000株未満 保有の株主さま	グループ製品詰合せ、寄付などからの選択 2,000円相当
1,000株以上 保有の株主さま	グループ製品詰合せ、寄付などからの選択 3,000円相当

■株主優待（1,000円相当一例）

製品詰合せ



※詰め合わせ内容は変更になる場合がございます

寄付（社会貢献）

認定NPO法人 全国こども食堂支援センター
むすびえ

3月31日および9月30日の株主名簿に、同じ株主番号で2回以上連続して、
100株（1単元）以上の株式保有が記載された株主さまを対象

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

HP・SNSのご紹介

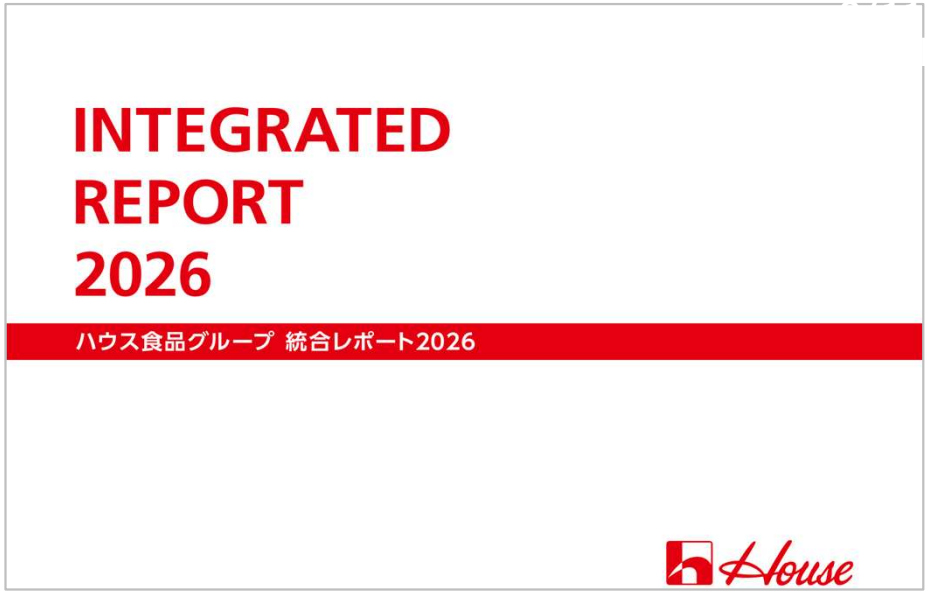
食でつなぐ、人と笑顔を。

※画像をクリックいただくと
ページへ遷移します

企業サイト※



統合レポート2026※



「Come on House(カモンハウス)」※

食や健康、子育てや趣味など、暮らしに役立つたくさんの情報に
出会えるハウス食品グループのコミュニティーサイト



公式SNS

レシピ情報やお料理に役立つ情報、イベント情報をご紹介
X(Twitter)限定のキャンペーンも実施しています！

@housefoods_now

新製品、レシピ、キャンペーンなど
楽しい情報をお届けします！

@housefoodsgroup

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

本日お伝えしたいこと（再掲）

カレーやスパイスだけでなく、国内で培ったノウハウを生かして
様々な事業を**グローバル**に拡大していること

中期計画の進捗を踏まえた「**構造改革**」を断行し
経営計画を見直すことでグローバル成長と資本効率の向上を
めざしていること

株主のみなさまへの利益還元を経営の重要課題と位置づけ
株主還元をさらに強化していること

ご視聴いただき、ありがとうございました。

Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.