

食でつなぐ、人と笑顔を。



2025年3月期 通期

決算説明会

2025年5月12日

ハウス食品グループ本社株式会社

証券コード2810

<https://housefoods-group.com/>

2025年3月期通期業績報告

2026年3月期通期計画

第八次中期計画進捗

補足 1.第八次中期計画

2.事業概要

2025年3月期通期業績報告

2026年3月期通期計画

第八次中期計画進捗

補足 1.第八次中期計画

2.事業概要

単位：億円	25.3期		
	実績	対前期	2月21日 公表値
売上高	3,154	+158	△6
営業利益	200	+5	+0
EBITDA ※1	339	+9	-
経常利益	214	+3	△1
当期純利益 ※2	125	△51	+2

※1 営業利益（のれん償却前）+減価償却費

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

業績サマリー

● 売上高： **3,154億円**（対前期+5.3%）

香辛・調味加工食品事業、海外食品事業、外食事業を中心に拡大

● 営業利益： **200億円**（対前期+2.7%）

・香辛・調味加工食品事業のけん引により増益確保

・その他食品関連事業、海外食品事業は収益性に課題を残す

● 当期純利益： **125億円**（対前期△28.9%）

・前期に計上した退職給付制度改定益の反動

・米国キーストーン社ののれんに関する減損損失

営業外損益・特別損益の概要はP.7を参照ください

単位：億円	売上高	
	実績	対前期
連結	3,154	+158
香辛・調味加工食品事業	1,314	+51
健康食品事業	170	+2
海外食品事業	624	+60
外食事業	610	+59
その他食品関連事業	544	△6
調整（消去）	△108	△7

単位：億円	営業利益	
	実績	対前期
連結	200	+5
香辛・調味加工食品事業	128	+20
健康食品事業	24	△0
海外食品事業	30	△0
外食事業	36	+2
その他食品関連事業	12	△7
調整（消去）	△31	△9
連結営業利益率	6.3%	△0.2pt

業績サマリー

香辛・調味加工食品事業

【増収増益】

- ・需要喚起に注力し販売数量を回復。増収と改定効果でコスト増を吸収し増益
- ・コスト環境の厳しさが増すなか持続的な利益創出に向け収益改善策を推進

健康食品事業

【増収減益】

- ・ビタミン事業の販促強化と製品施策により増収。営業利益は前期並みを確保

海外食品事業

【増収減益】

- ・各エリアの事業基盤強化と課題解決に注力
- ・米国：増収減益。HFA社※1 TOFU事業は増収もKNH社※2 販売苦戦による収益性低下をカバーできず
- ・中国：増収減益。家庭用は社内外在庫の適正化と並行しチャネル変化適応を進行。業務用は提案力強化で外食の新規顧客開拓進む
- ・タイ：増収増益。主力製品「C-vitt」の売上が回復。下期は製品施策を強化

外食事業

【増収増益】

- ・国内店舗の価格改定や需要喚起策によりコスト増を吸収し増益確保

その他食品関連事業

【減収減益】

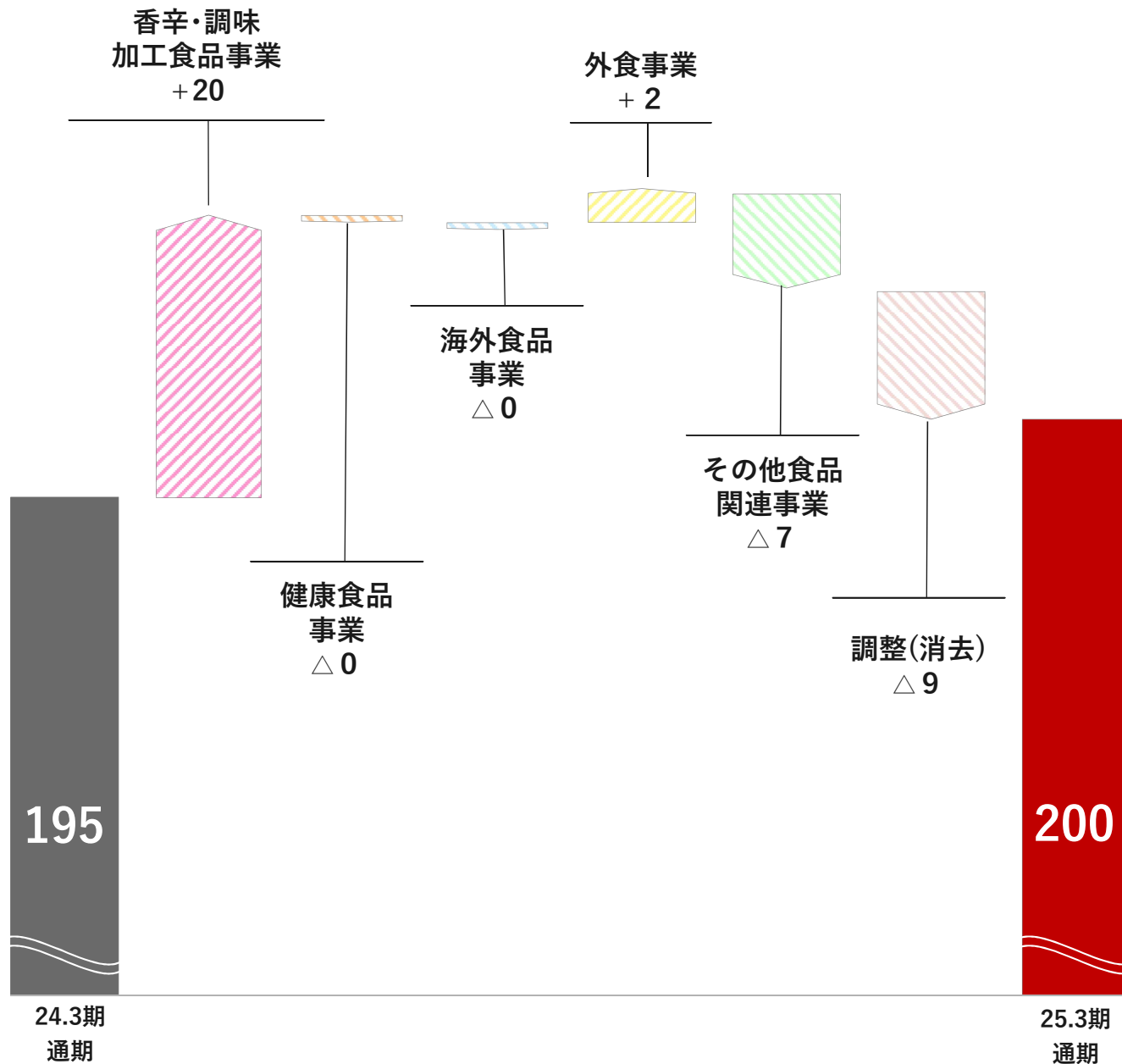
- ・総菜事業が販売苦戦に加え労務費の増加により大幅な減収減益

※1：ハウスフーズアメリカ社 ※2：キーストーン社

営業利益増減分析

2025年3月期通期業績報告

◆事業セグメント別 増減要因 (単位：億円)



単位：億円	増減額
香辛・調味加工食品事業	+20
売上高変動 ※	+17
原価率変動 ※	△0
マーケティングコスト ※	+7
その他経費 ※	△6
関連会社、調整	+2
健康食品事業	△0
売上高変動	+1
原価率変動	△1
マーケティングコスト	△0
その他経費	△0
海外食品事業	△0
米国事業	△3
中国事業	△1
東南アジア事業	+3
貿易他	+1
外食事業	+2
その他食品関連事業	△7
デリカシェフ	△7
ヴォクス・トレーディング(連結)	△1
調整(消去)	△9
連結営業利益増減	+5

※対象：ハウス食品・ハウスギャバン

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

営業外損益・特別損益の概要

2025年3月期通期業績報告

単位：億円	24.3期	25.3期	対前期
営業利益	195	200	+ 5
営業外損益	16	14	△ 2
経常利益	211	214	+ 3
特別損益	62	△12	△74
税引前利益	273	202	△71
法人税等	81	59	△22
非支配株主に帰属する 当期純利益	16	18	+ 2
親会社株主に帰属する 当期純利益	176	125	△51

● 米国キーストーン社ののれんに関する減損損失

50億円を計上

◇のれん・無形資産の残高

単位：百万円	25.3期末
残高	6,294
のれん	1,644
無形資産	4,650

◇償却額への影響 ※

単位：百万円	25.3期	26.3期～
償却費	1,206	555
のれん	855	204
無形資産	351	351

※ 償却スケジュールは変更なし

● 政策保有株式の売却

25.3期は政策保有株式売却益44億円を計上

● 前期計上の退職給付制度改定益の反動

前期に70億円の特別利益を計上

2025年3月期通期業績報告

2026年3月期通期計画

第八次中期計画進捗

補足 1.第八次中期計画

2.事業概要

単位：億円	26.3期	
	予想	対前期

売上高 3,330 +176

営業利益 215 +15

EBITDA ※1 355 +16

経常利益 224 +10

当期純利益 ※2 130 +5

※1 営業利益（のれん償却前）+ 減価償却費

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

業績予想サマリー

売上高：3,330億円(対前期+5.6%) 営業利益：215億円(対前期+7.5%)

26.3期連結業績予想のポイント

1

事業コスト上昇への対応

(香辛・調味加工食品事業)

2

米国事業の損益構造改革

ポイント1 ～事業コスト上昇への対応～

2026年3月期通期計画

26.3期はスパイスや米などの原材料を中心に前期以上のコストアップ影響を見込む
加えて人件費・労務費なども含めた事業コスト上昇への対応が必要

連結コストアップ利益影響額（単位：億円）

※為替影響を含む。原材料・エネルギーコスト・物流費の合計

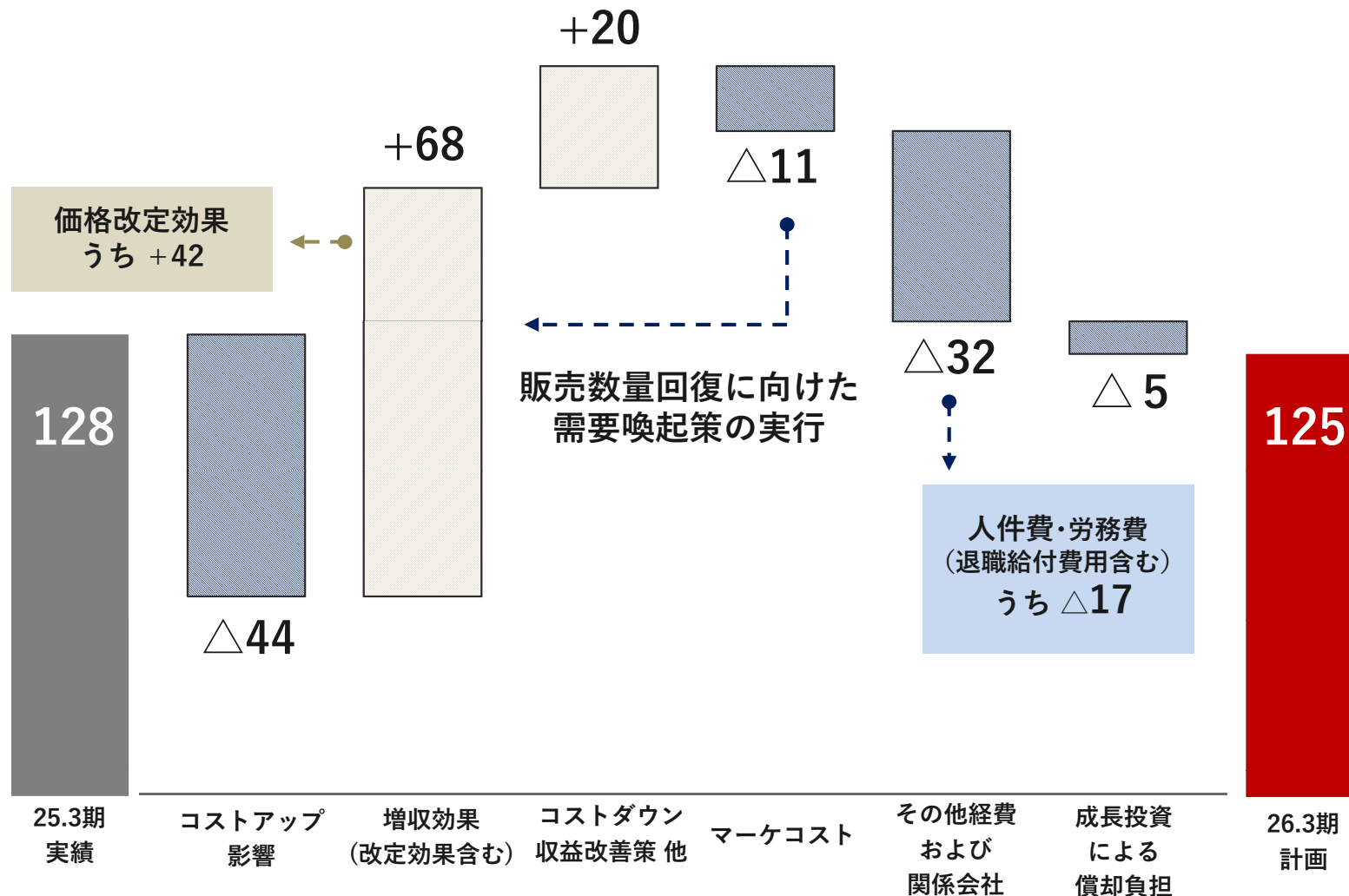
	24.3期実績	25.3期実績	26.3期予想
連結	△61	△45	△84
香辛・調味加工食品事業	△33	△26	△44
健康食品事業	△3	△1	△3
海外食品事業	△8	△1	△1
外食事業	△17	△16	△36
その他食品関連事業	+1	△0	△0

ポイント1 ～事業コスト上昇への対応（香辛・調味加工食品事業）～

2026年3月期通期計画

26.3期は減益計画。スパイスを中心とした原材料の高騰・各種事業コスト増・成長投資による償却負担が先行
短期・中長期視点双方で収益力強化を図る

● 26.3期 香辛・調味加工食品事業の営業利益増減要因（単位：億円）



● 今後の取組

短期視点

- ◎ 価格改定 (26.3期)
家庭用 25年5月・8月、業務用 25年6月
販売数量の回復に向けて積極的かつ
機動的な需要喚起策を実行
- ◎ 価格改定以外の収益改善策
-技術力を生かした製品設計の見直し
-各種コスト上昇抑制の取組 等

中長期視点

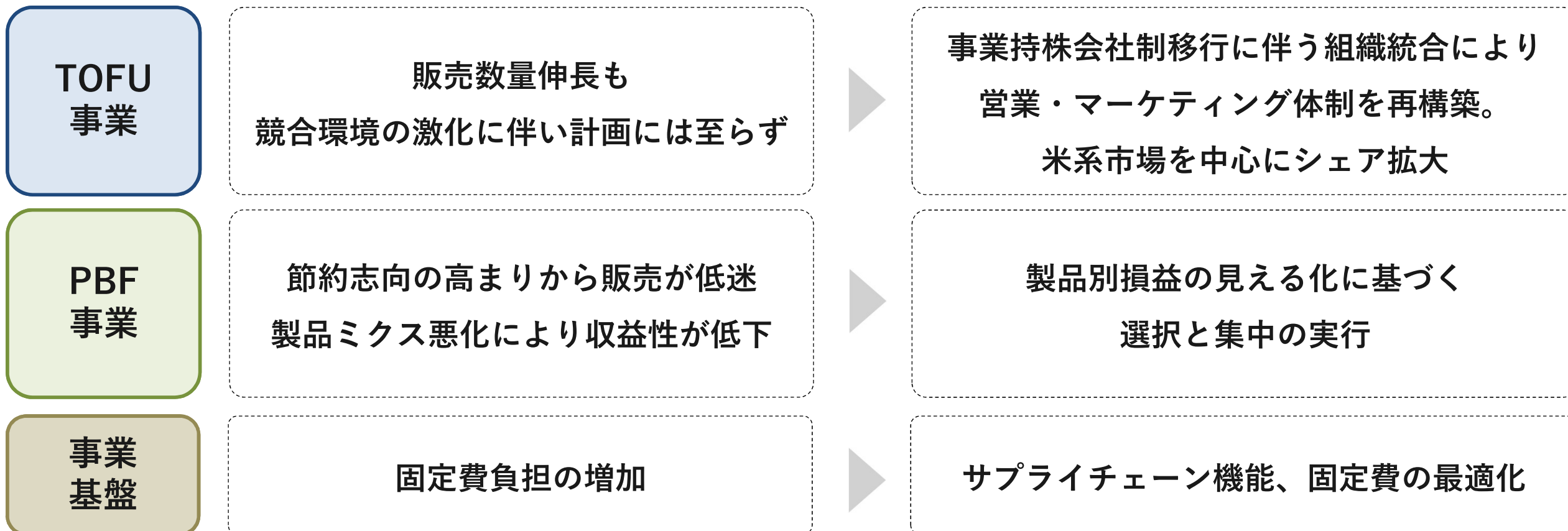
- ◎ グローバルな需要獲得による成長力強化
- ◎ スパイス系バリューチェーンを構築し
川上～川下で抜本的に収益力を強化

1. 損益構造改革の取組方向性

統合シナジー効果の最大化による市場競争力の発揮とコスト構造の改革

25.3期総括

今後の取組



2. 経営基盤強化に向けた事業管理区分の変更 ※事業別マネジメント体制の詳細はP.30を参照ください

米国事業の経営資源を最適に配分するべく25年1月より組織体制を再編。事業別マネジメント体制へシフト

単位：億円	売上高	
	予想	対前期
連結	3,330	+176
香辛・調味加工食品事業	1,355	+41
健康食品事業	195	+25
海外食品事業	678	+54
外食事業	673	+63
その他食品関連事業	541	△3
調整（消去）	△112	△4

単位：億円	営業利益	
	予想	対前期
連結	215	+15
香辛・調味加工食品事業	125	△3
健康食品事業	25	+1
海外食品事業	48	+18
外食事業	41	+5
その他食品関連事業	15	+3
調整（消去）	△39	△8
連結営業利益率	6.5%	+0.1pt

業績予想サマリー

■ 香辛・調味加工食品事業

- ・家庭用：製品設計の見直しなど収益改善策の実行、価格改定後の需要喚起により増益確保
- ・業務用：原材料価格の高騰と成長投資の償却負担先行により減益を見込む
価格改定に加え損益管理に基づくSKUの整理検討など収益力改善に注力

■ 健康食品事業

- ・ビタミン事業を中心とした事業成長と育成事業強化により利益額を拡大

■ 海外食品事業

- ・米国：損益構造改革によりTOFU事業の競争力強化とPBF事業の収益改善を推進
- ・中国：家庭用：チャネル別配荷型営業の定着と「百夢多」20周年を契機とした拡販に注力
業務用：外食チェーン展開に即したメニュー開発に注力し新規顧客開拓を加速
- ・タイ：前期に仕込んだ「C-vitt」の拡販と新製品育成に注力し収益力を拡大

■ 外食事業

- ・壱番屋は客数回復に向けたメニュー施策強化により既存店売上高を拡大
- ・海外事業の展開および国内子会社による新業態強化を加速

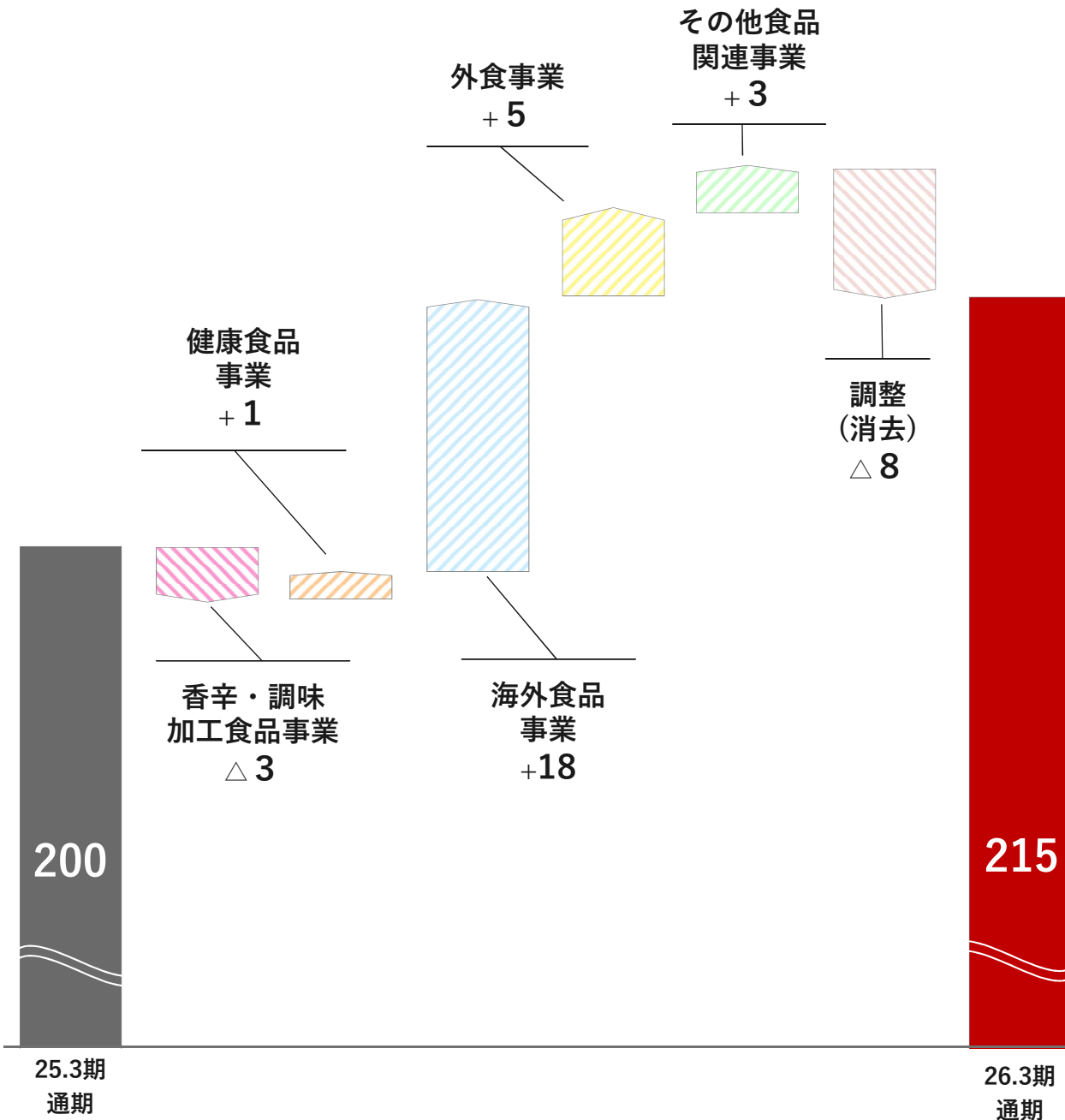
■ その他食品関連事業

- ・総菜事業：収益力回復に向けた商品提案力強化および生産性向上
- ・商社事業：冷凍商材など加工メーカーに対する提案力強化

営業利益増減分析

2026年3月期通期計画

◆事業セグメント別 増減要因 (単位：億円)



単位：億円	通期計画
香辛・調味加工食品事業	△3
売上高変動 ※	+18
原価率変動 ※	+27
マーケティングコスト ※	△11
その他経費 ※	△34
関連会社、調整	△3
健康食品事業	+1
売上高変動	+14
原価率変動	△3
マーケティングコスト	△2
その他経費	△8
海外食品事業	+18
米国事業	+12
中国事業	+2
東南アジア事業	+2
貿易他	+2
外食事業	+5
その他食品関連事業	+3
デリカシェフ	+2
ヴォクス・トレーディング(連結)	+2
調整(消去)	△8
連結営業利益増減	+15

※対象：ハウス食品・ハウスギャバン

2025年3月期通期業績報告

2026年3月期通期計画

第八次中期計画進捗

補足 1.第八次中期計画

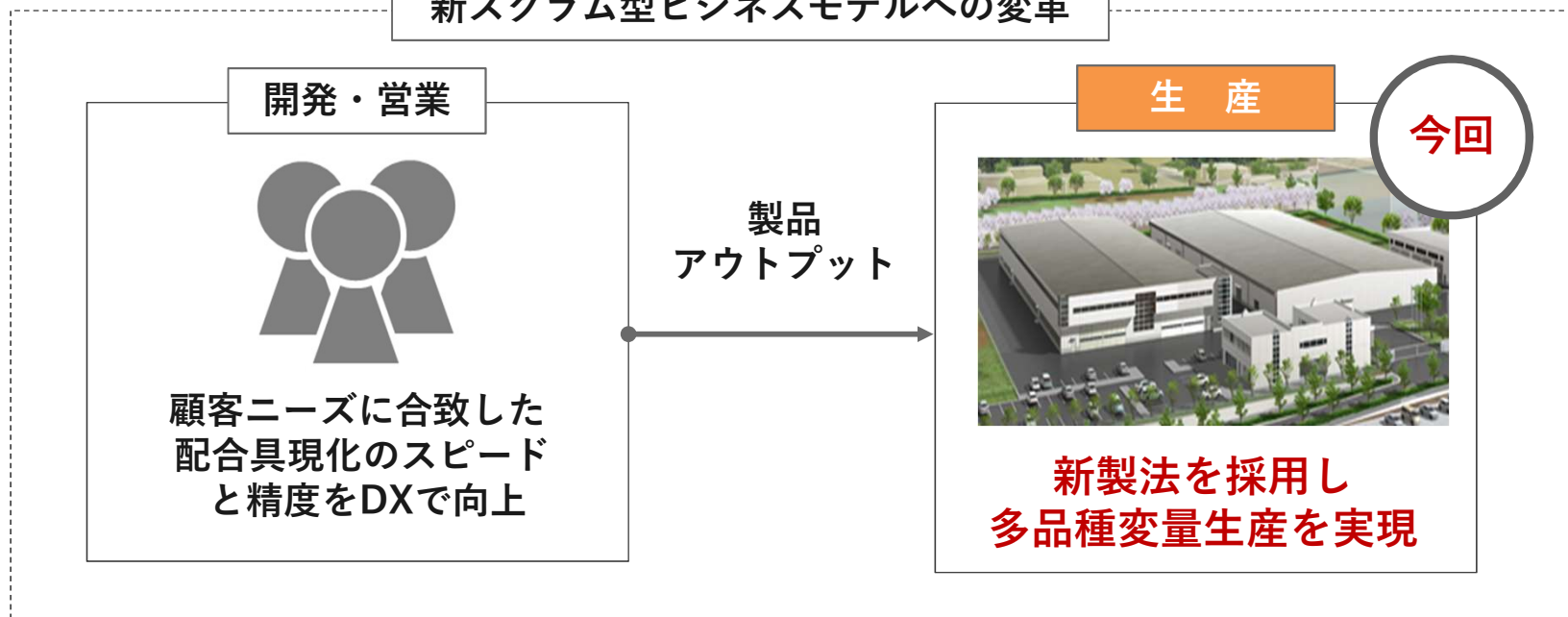
2.事業概要

外食産業におけるニーズの多様化と人手不足を背景に業務用レトルト食品の需要が拡大
事業環境変化に柔軟かつ迅速に対応するため新製法採用の新工場を設立

投資目的

BtoB事業に最適な生産体制構築

新スクラム型ビジネスモデルへの変革



製品開発・営業・生産まで一貫した体制を構築

個別ニーズへの提案力・生産性の向上につなげ事業拡大と収益力強化を推進

新工場の概要

- 名称
ハウス食品グループ東北工場
- 所在地
福島県福島市
- 稼働予定年月・投資額
2026年6月・68億円

インドネシアにおけるハラール認証を取得したカレールー製品（家庭用・業務用）の生産を担う子会社を設立
日本式カレーの需要拡大に対応するためカレールー工場を建設

子会社の概要

● 名称

PT. House Foods Indonesia (予定)

● 事業内容

・家庭用及び業務用ルー製品の製造 等

● 製造品



家庭用製品



業務用製品

● 設立年月 および 資本金

・25年5月末（予定）

・3,408億IDR(約32億円) ※

設立の背景

● 同国におけるカレー事業の状況

● 2016年：業務用ルー製品の発売

→事業会社：PT.House & Vox Indonesia

【事業環境の変化】

- ・ 外食市場における日本式カレーの広まり
- ・ 簡便な加工食品ニーズの高まり

● 2024年：家庭用ルー製品の発売

→事業会社：PT.Sasa HouseFoods Indonesia

● 2025年：生産子会社の設立

今後の計画

● カレールー工場を新たに建設
2027年稼働予定

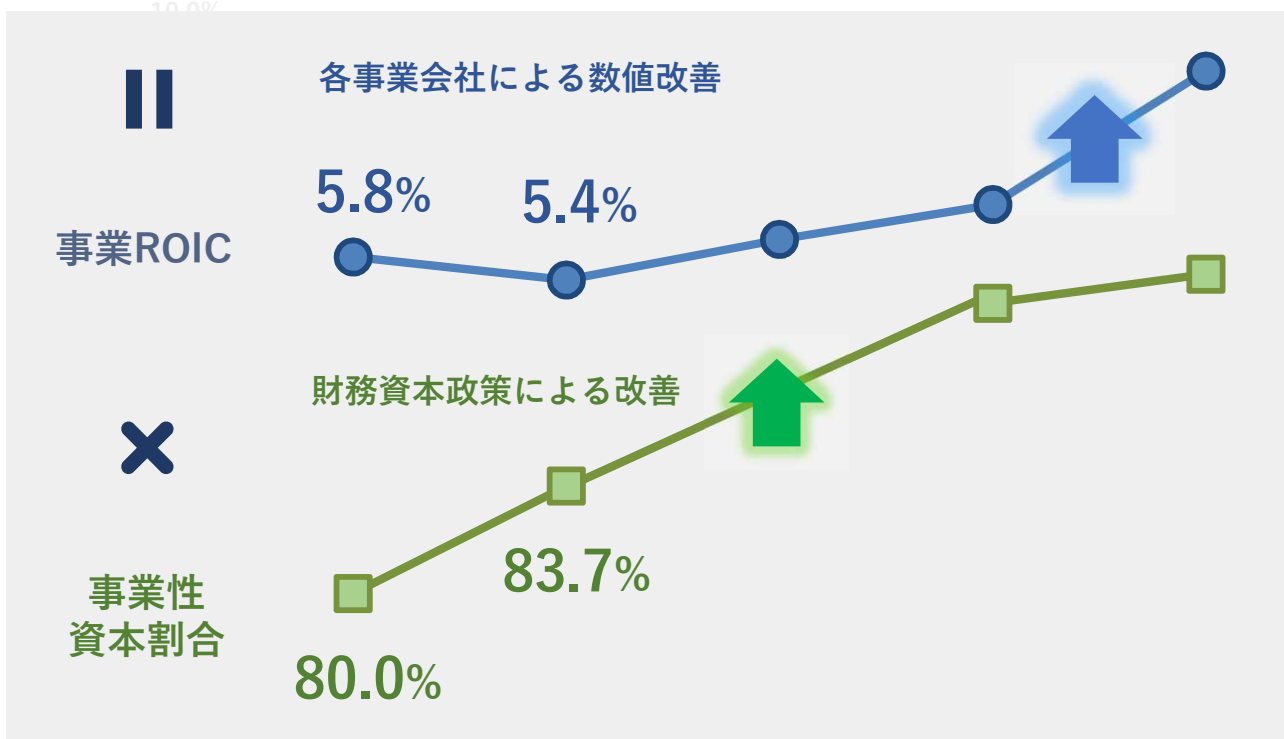
● インドネシア国内での販売
拡大に加え、世界のハラール
市場へも販売を広げる

売上高100億円規模の
事業創出へ

事業ROICは第九次中計での向上を確かなものにするべく、既存設備及び新規投資の投資収益性向上に着手
事業性資本割合は財務資本政策に基づき着実に改善

● ROIC推移イメージ

	24.3期 実績	25.3期 実績	26.3期 予想	27.3期 目標	30.3期 目標
全社ROIC	4.6%	4.5%	4.7%	6.0% 以上	8.0% 以上



● 25.3期の取組・今後の方針

1.事業ROIC

- ①コア事業を中心とした既存資産の有効活用
→「限界利益率」「稼働率」「設備効率」を軸に
課題抽出を進め収益性及び生産効率を改善
- ②新規投資の判断基準見直し
→・設備効率視点を追加しROIC影響を可視化
・ハードルレートの見直し
- ③KPIマネジメントの強化
→ROICツリーを活用した事業会社単位のマネジメント

2.事業性資本割合

- ・政策保有株式縮減や固定資産売却を実施

グローバルなVC構築に向けた成長投資の実行と同時に資産縮減・株主還元強化により資本効率の改善を図る

25.3期実績

26.3期計画

投資

設備投資**150**億円

【成長投資】

- ・業務用レトルト食品新工場（東北工場）建設
- ・国内スパイス包装拠点再編 等

設備投資**232**億円

【成長投資】

- ・東北工場建設
- ・インドネシアカレールウ工場建設 等

【基盤強化投資】

- ・香辛・調味加工食品事業
- 販売物流システム再構築 等

株主還元

総還元性向**84.4%**
(KNH社減損除く63.7%)

- 【配当】1株あたり48円を予定
- 【自己株式取得】60億円取得

【配当】1株あたり48円を計画

- 【自己株式取得】2025年5月8日決議
- ・取得総額：100億円（上限）

2025年3月期通期業績報告

2026年3月期通期計画

第八次中期計画進捗

補足 1.第八次中期計画

2.事業概要

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VC構築で成長をめざす

お客様
に対して

「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

社会
に対して

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

社員とその家族
に対して

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

スパイス系

機能性素材系

大豆系

付加価値野菜系
(新価値創出)

財務資本政策

1-2.連結数値目標

補足1.第八次中期計画

◇連結目標	七次中計(24.3期)		八次中計(27.3期)		九次中計(30.3期)	
	実績	目標	対七次中計	目標	対八次中計	
売上高	2,996億円	3,600億円	+604億円	4,500億円	+900億円	
営業利益	195億円	270億円	+75億円	400億円	+130億円	

◇経営指標	七次中計(24.3期)		八次中計(27.3期)		九次中計(30.3期)		あるべき姿
	実績	目標	対七次中計	目標	対八次中計		
ROIC (投下資本利益率)	4.6%	6.0%以上	—	8.0%以上	—	—	—
ATO (総資本回転率)	0.72回	0.83回	+0.11回	0.96回	+0.13回	1.0回以上	1.0回以上
ROS (売上高営業利益率)	6.5%	7.5%	+1.0pt	8.9%	+1.4pt	10%以上	10%以上
EBITDAマージン	11.0%	11.4%	+0.4pt	12.7%	+1.3pt	—	—
ROA (総資産営業利益率)	4.7%	6.2%	+1.5pt	8.6%	+2.4pt	10%以上	10%以上
ROE (自己資本当期純利益率)	6.2%	7.0%	+0.8pt	—	—	10%確保	10%確保

1-3.ROIC推移イメージ

- 八次中計は成長分野への投資継続の為、事業ROIC改善は限定的も非事業性資本の縮減をより推進することで事業性資本割合を大きく改善させ、ROIC（全社）の向上をめざす
- 九次中計は成長分野への投資が一巡。投資から生み出される本業の資本収益性（事業ROIC）向上によりROIC（全社）の更なる向上を図る

ROIC

(全社)
(資本コスト)

||

**事業
ROIC**

(本業の資本収益性)

<計算式>

$$\frac{\text{NOPAT}}{\text{事業性資本}}$$

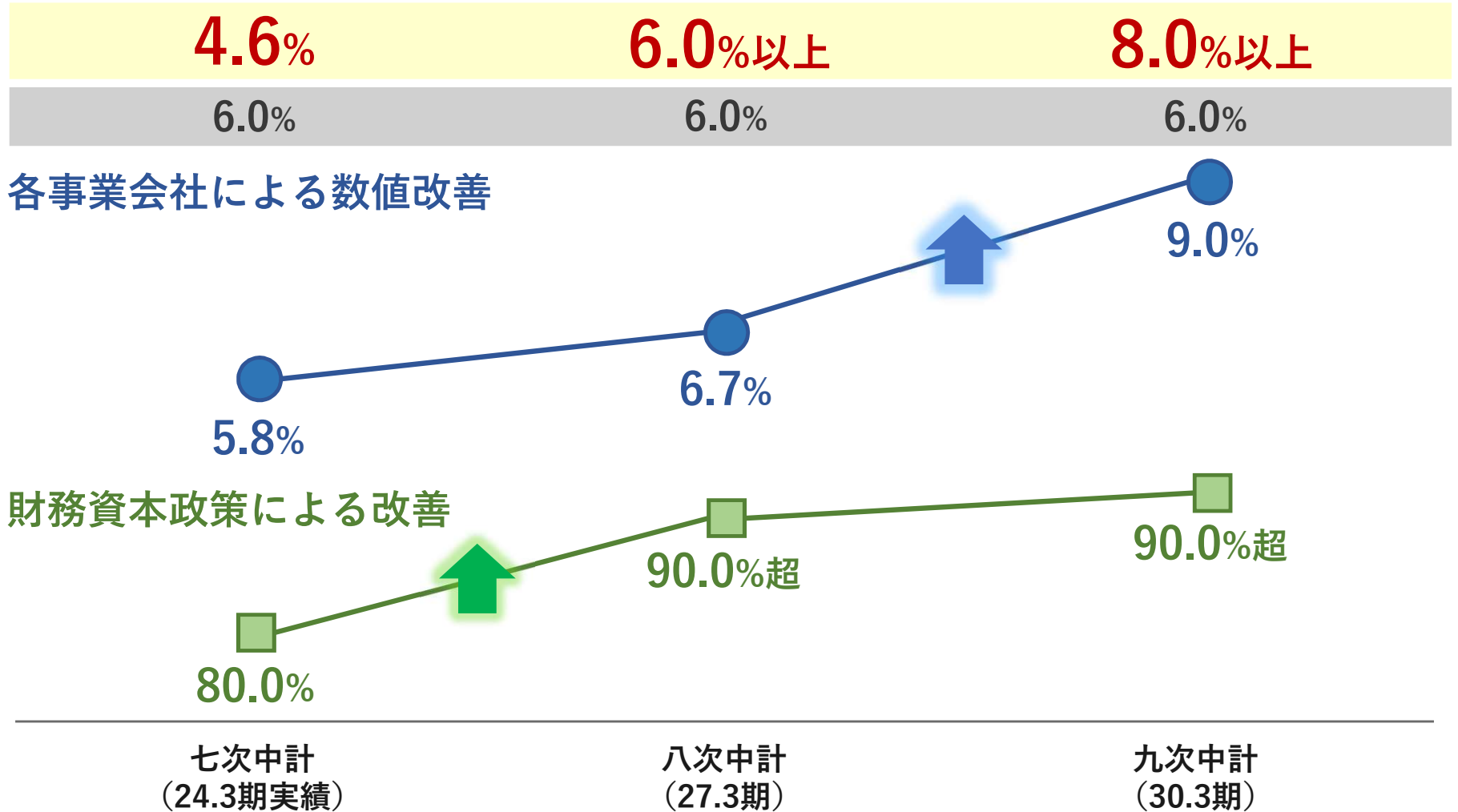
×

**事業性資本
割合**

(投下資本全体に占める
事業性資本の割合)

<計算式>

$$\frac{\text{事業性資本}}{\text{投下資本}}$$



1-4.第八次中計セグメント別目標

補足1.第八次中期計画

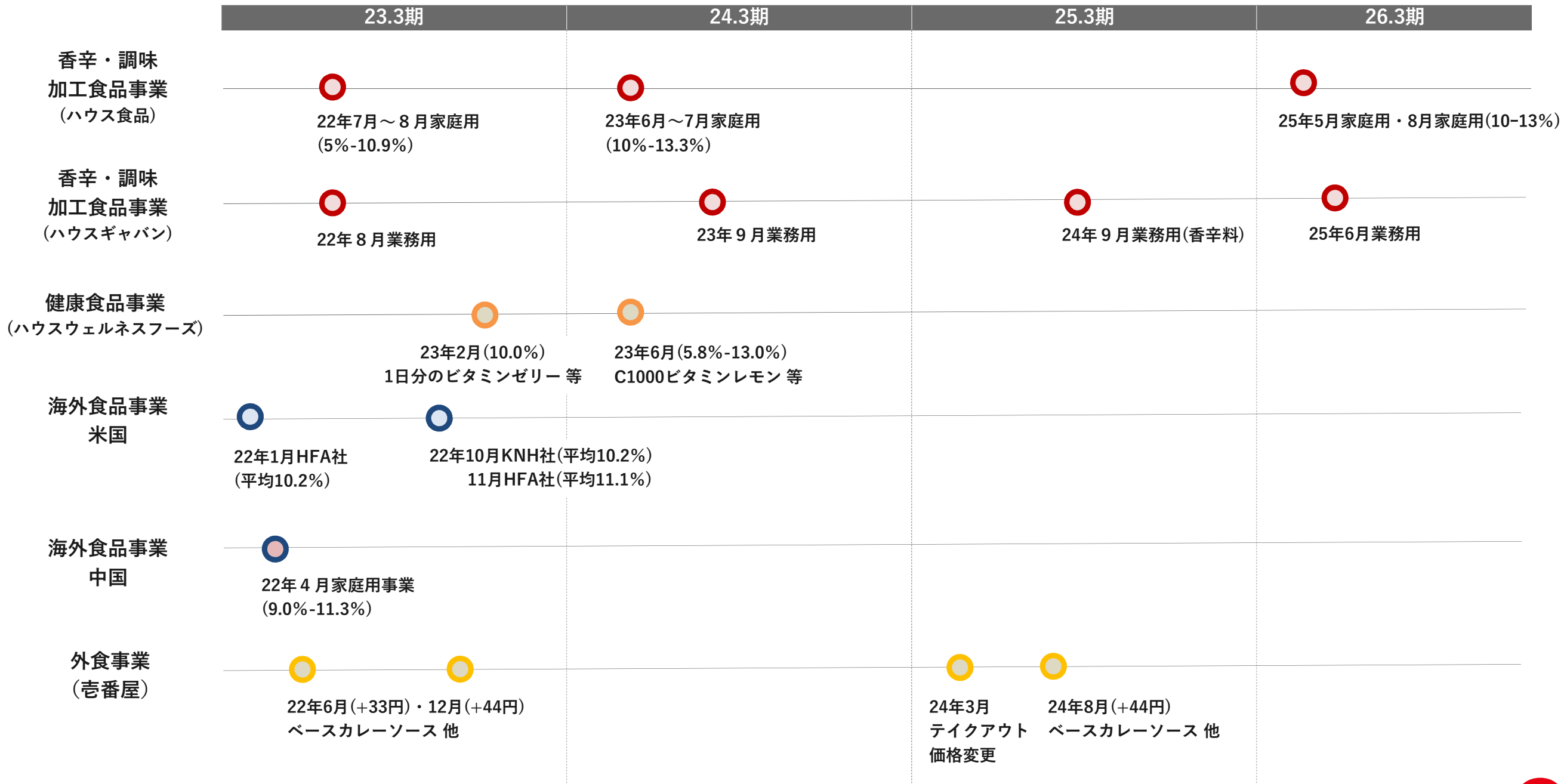
単位：億円	売上高			営業利益			ROS		EBITDAマージン	
	目標	対七次中計 (24.3期)		目標	対七次中計 (24.3期)		目標	対七次中計 (24.3期)	目標	対七次中計 (24.3期)
連結	3,600	+604	+20.2%	270	+75	+38.7%	7.5%	+1.0pt	11.4%	+0.4pt
香辛・調味 加工食品事業	1,400	+137	+10.9%	145	+37	+33.9%	10.4%	+1.8pt	13.6%	+1.0pt
健康食品事業	210	+41	+24.5%	28	+3	+13.6%	13.3%	△1.3pt	15.7%	△1.3pt
海外食品事業	740	+176	+31.3%	48	+17	+56.5%	6.5%	+1.1pt	12.8%	+0.6pt
米国 TOFU事業	394	+78	+24.8%	10	+10	+1992.8%	2.6%	+2.4pt	11.7%	+2.1pt
中国 カレー事業	148	+38	+34.5%	18	+7	+62.6%	12.0%	+2.1pt	19.1%	+1.4pt
東南アジア 機能性飲料事業	104	+26	+32.6%	17	+3	+19.2%	16.5%	△1.9pt	16.6%	△1.9pt
外食事業	740	+189	+34.2%	57	+23	+67.9%	7.7%	+1.5pt	11.8%	+0.1pt
その他 食品関連事業	620	+70	+12.6%	26	+7	+34.7%	4.2%	+0.7pt	5.0%	+0.6pt
調整（消去）	△110	△9	—	△34	△12	—	—	—	—	—

セグメント	メインテーマ
香辛・調味 加工食品事業	<ul style="list-style-type: none"> ● コア事業としての成長力・収益力強化およびスパイス系VCの構築推進 ● VC全域で聖域のない収益構造変革を進め収益力を向上 <ul style="list-style-type: none"> ・ 家庭用：ハウス食品が国内コアから展開領域を拡大しスパイス系VCをリード カレー・スパイス領域を中心に高付加価値化を推進すると共に国内外の顧客接点を拡大 ・ 業務用：BtoB事業成長実現に向けた最適なビジネスモデルを構築し、事業領域を拡大
健康食品事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 戦略素材をキーとした機能性素材系VC視点のグローバルシフトを推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ ビタミン：東南アジアビタミン飲料事業の拡大 乳酸菌：欧米でBtoBソリューション事業モデルを確立 ・ 国内事業の収益構造改革の継続とグローバル展開に向けた先進事例作り
海外食品事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 各VC事業における売上成長加速と収益基盤の再確立 <ul style="list-style-type: none"> ・ 米 国：PBF※市場におけるプレゼンス拡大と対競合戦略の実行 ・ 中 国：市場停滞を乗り越えCAGR10%の成長を実現 ・ 東南アジア：インドネシアBtoCカレールウ製品の市場導入と定着、浸透
外食事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 壺番屋 2030年「食のエンターテイメント企業」に向けた事業拡大と収益力の向上 <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内の収益基盤強化、海外事業・M&Aによる新業態の利益成長加速 ・ 新カレーソースの計画具体化による当社、壺番屋、FCオーナー3者のメリット創出
その他 食品関連事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ デリカシェフ：安定的な収益体質の実現 ・ ヴォークス：川上機能強化・付加価値商材開発と海外事業拡大による持続的成長の実現

※PBF(Plant Based Food)植物由来食品

2-1.主要事業および製品群に関する価格改定一覧

補足2.事業概要



2-2.セグメント別業績（香辛・調味加工食品事業）

補足2.事業概要

増収

(前期比+4.1%)

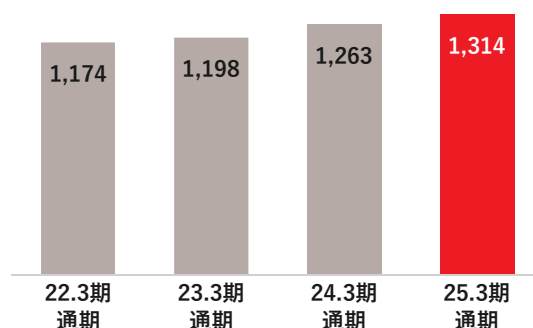
増益

(前期比+18.3%)

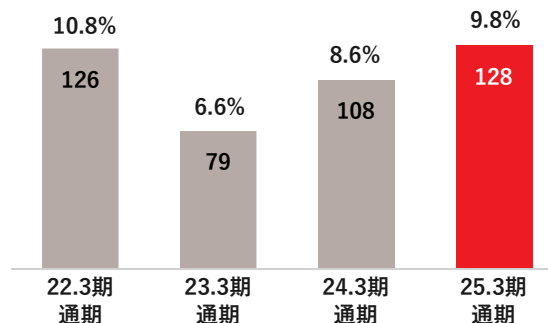
厳しいコスト環境下で数量ベースの需要回復に注力。価格改定効果もあり増益

- ・家庭用：従来アプローチできていなかった顧客層の獲得に向けた製品・プロモーション施策を強化
事業基盤強化へ、川上～川下のすべてで抜本的な収益力向上の取組を進める
- ・業務用：顧客ニーズへの提案力強化と顧客接点拡大に注力。価格改定効果で原料高騰を吸収

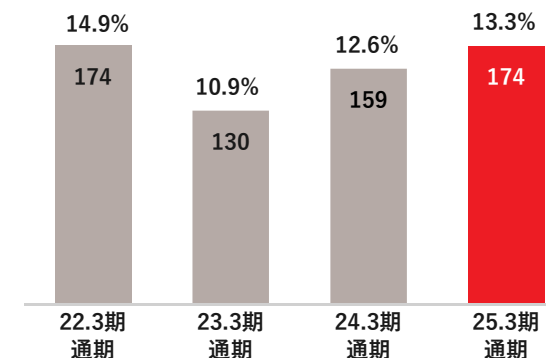
■売上高（億円）



■営業利益（億円）・ROS



■EBITDA（億円）・EBITDAマージン



家庭用事業 <ハウス食品 主要製品カテゴリー売上高> ※1

業務用事業

<家庭用：製品・プロモーション施策の強化事例>



ルウカレー

売上高 401億円

前期比 +5.0%



ルウシチュー
ルウハヤシ

186億円

+5.5%



スパイス

230億円

+2.9%



レトルト計※2

216億円

+4.2%



ハウスギョバン計

280億円

+6.1%



ホワイトカレー
ブラックカレー
24年8月発売



カレーでニクル。
25年2月発売



マスタードソース
バーベキューソース
25年2月発売

※1 出荷ベース参考値

※2 レトルトカレー、レトルトシチュー、レトルトハヤシ、レトルトパスタの合計

2-3.セグメント別業績（健康食品事業）

補足2.事業概要

増収

(前期比+1.1%)

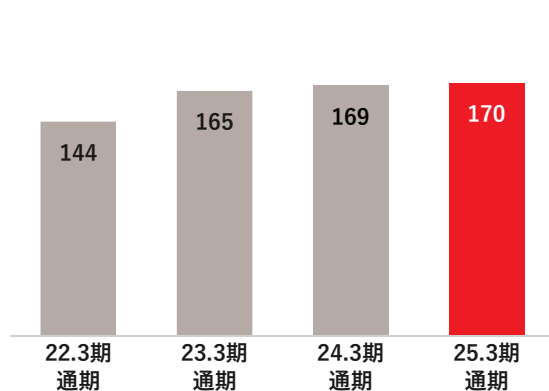
減益

(前期比△1.1%)

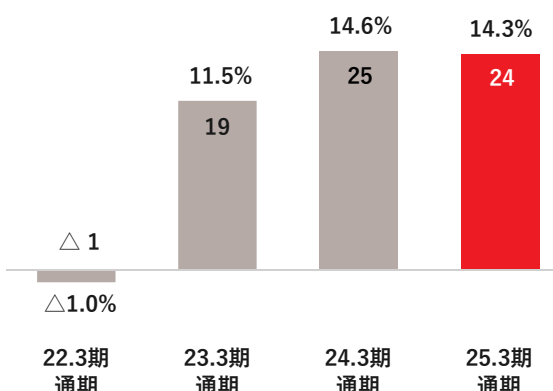
ビタミン事業の販促強化と製品施策により増収。営業利益は前期並みを確保

- ・ビタミン事業：「C1000」は需要喚起策の強化や第4四半期の製品上市もあり販売が堅調に推移。「1日分のビタミンゼリー」は国内ゼリー市場の競争激化もあり前期並みに留まる
- ・機能性スパイス事業：売上高は前期並み。「ウコンの力」はコロナ前比70%後半で落ち着く
- ・乳酸菌事業：欧米有力企業への食品向け原料素材の採用や取扱いが進み売上拡大

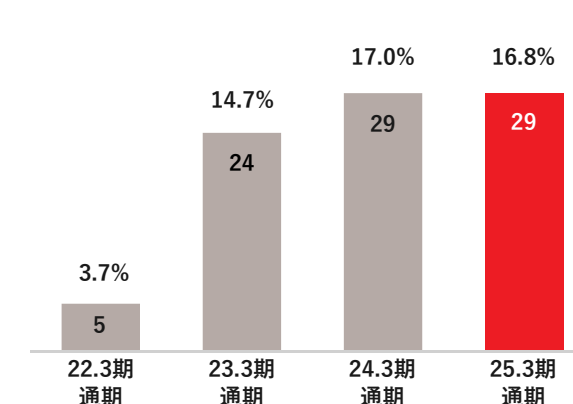
■売上高（億円）



■営業利益（億円）・ROS



■EBITDA（億円）・EBITDAマージン



<事業別売上高> ※



ビタミン事業

売上高 97億円
前期比 +2.3%



機能性スパイス事業

86億円
△0.5%

L-137

乳酸菌事業

5億円
+16.3%

<ビタミン事業：製品上市>



<乳酸菌事業：食品素材採用事例>



※ 出荷ベース参考値

2-4.セグメント別業績（海外食品事業）

補足2.事業概要

増収

(前期比+10.7%)

減益

(前期比△0.8%)

事業環境変化に即した基盤強化と課題解決に注力。事業拡大も営業利益は前期並みに留まる

米 国：増収もKNH社の苦戦に伴う収益性低下をカバーできず大幅減益。HFA社は顧客開拓が進み販売数量が拡大。一方KNH社は節約志向から高価格帯製品を中心に販売苦戦

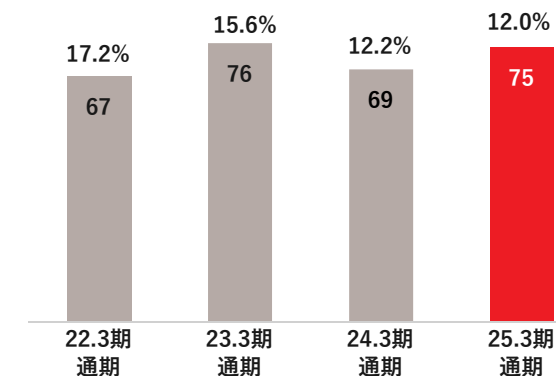
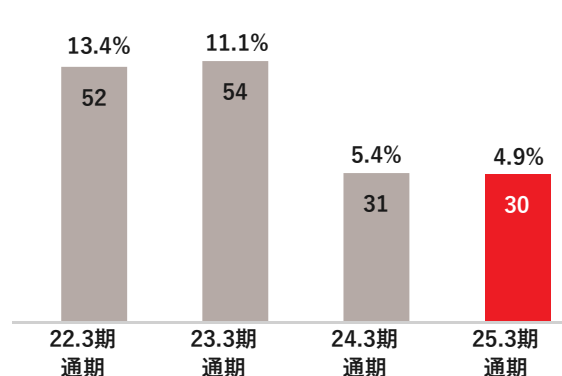
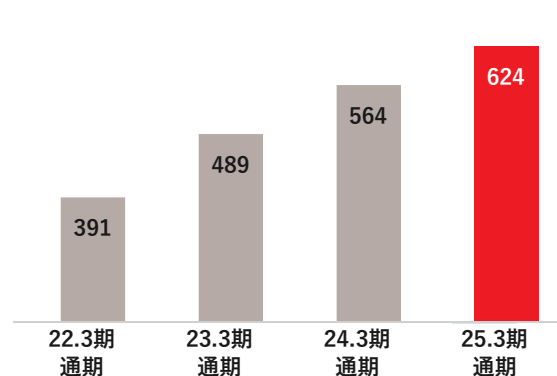
中 国：業務用がけん引し増収も家庭用の一時的要因により減益。家庭用はコロナ禍で膨らんだ社内外在庫の適正化に努めた結果、減収減益。業務用は新規開拓が進展し増収増益。

タ イ：お客様行動変化を受けた前期に対し、ビタミン飲料市場の再構築に注力。「C-vitt」の販売回復で増収増益。下期は更なる需要創出に向け製品施策を展開

■売上高（億円）

■営業利益（億円）・ROS

■EBITDA（億円）・EBITDAマージン



事業別売上高

米国事業

中国事業

東南アジア事業

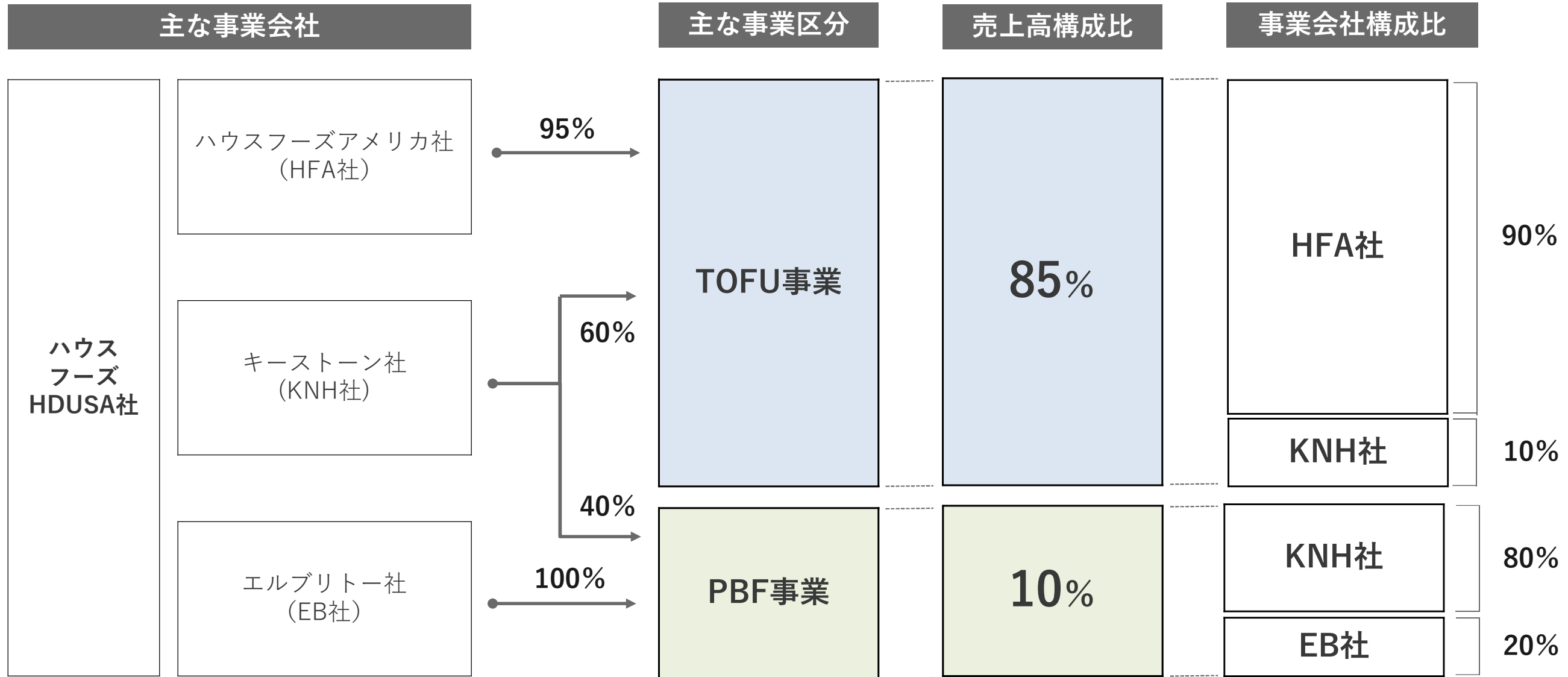
	米国事業		中国事業		東南アジア事業	
	全体	ハウスフーズアメリカ社 TOFU事業	全体		全体	タイ機能性飲料事業
売上高	348億円	246億円	115億円		113億円	97億円
前期比	+10.1%	+16.2%	+4.3%		+30.0%	+23.4%
現地通貨ベース	+2.1%	+7.7%	△1.9%		—	+15.7%



2-5.26.3期～米国事業 事業管理区分の変更

変更前（～2025年3月期） 個社別管理

変更後（2026年3月期～） 今後は主たる2事業(TOFU・PBF)について対話



※上記記載の構成比は25.3期売上高をベースにしております

2-6.セグメント別業績（外食事業）

補足2.事業概要

増収

(前期比+10.6%)

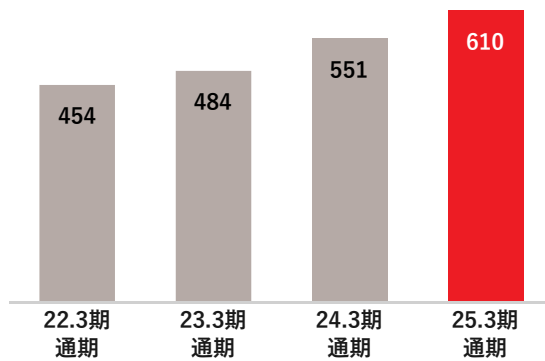
増益

(前期比+6.2%)

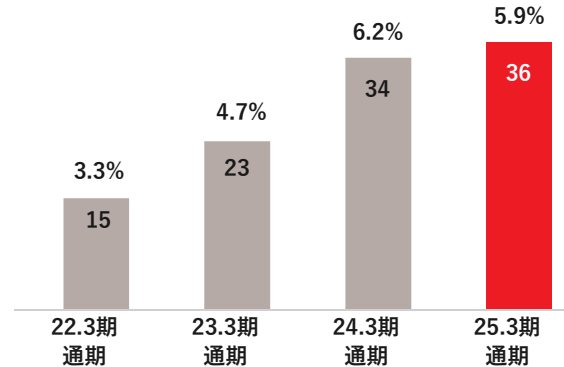
国内店舗の価格改定や需要喚起策によりコスト増を吸収し増益確保

- ・国内：壱番屋は8月に価格改定を実施。客数は前期を下回るも、幅広い顧客層の獲得に向け需要喚起策を継続展開しコスト増を吸収。新業態は新規出店強化により事業規模を拡大
- ・海外：米国を中心に堅調に推移し増収

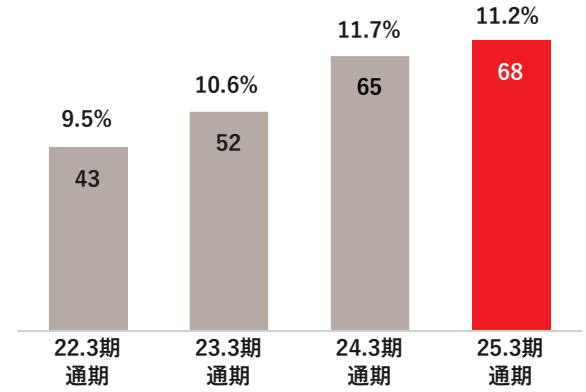
■売上高（億円）



■営業利益（億円）・ROS



■EBITDA（億円）・EBITDAマージン



<壱番屋 売上高・店舗数推移>

前期比	全店		既存店		店舗数	
	売上高	売上高	客数	客単価	全業態	前期末増減
国内※1	+7.6%	+8.2%	△1.5%	+9.9%	1,264	+19
海外※2	+3.0%	△1.7%	-	-	216	+4

※1 売上高推移はカレーハウスCoCo壱番屋店舗が対象。店舗数推移は国内子会社含む

※2 為替影響除く

<メニュー施策強化>



<新業態育成>

(株)KOZOUをグループ化



2-7.セグメント別業績（その他食品関連事業・調整(消去)）

補足2.事業概要

減収

(前期比△1.2%)

減益

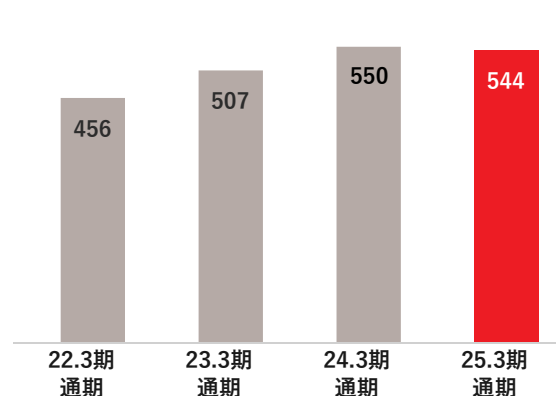
(前期比△36.0%)

総菜事業が販売苦戦に加え労務費の増加により大幅な減収減益

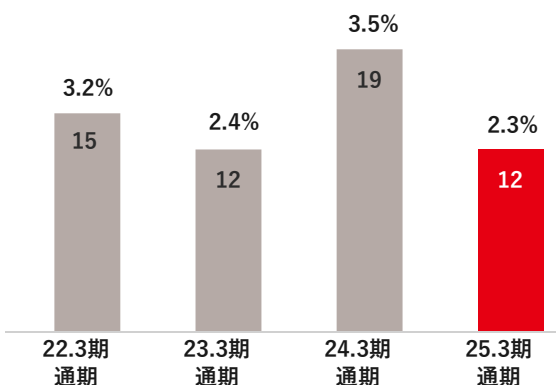
- ・総菜事業：総菜およびデザートの販売が苦戦。効果的な労務費投下など生産性改善を図るも減益
- ・商社事業：新規顧客開拓に注力も、上期に発生した一部商材のコスト増加影響が響き減収減益

<その他食品関連事業>

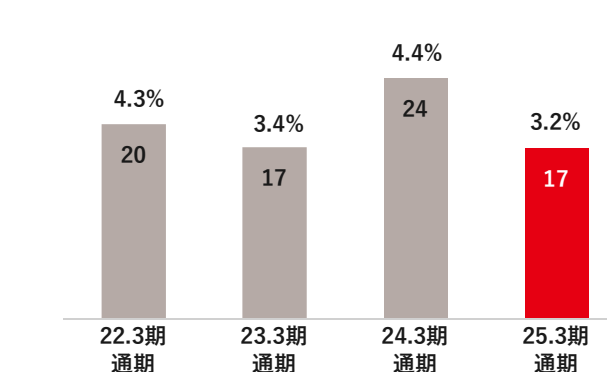
■売上高（億円）



■営業利益（億円）・ROS



■EBITDA（億円）・EBITDAマージン



<事業会社別売上高>



デリカシェフ

売上高 188億円

前期比 △2.9%



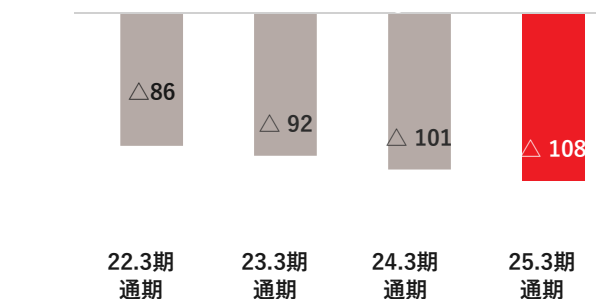
VOX (連結)

売上高 337億円

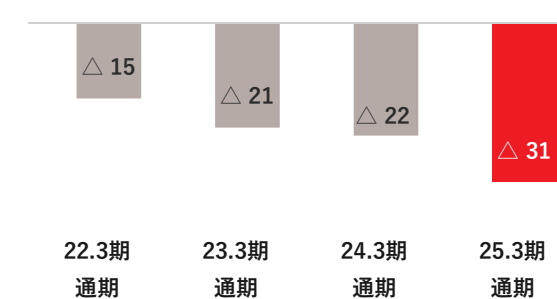
前期比 △0.3%

<調整(消去)>

■売上高（億円）



■営業利益（億円）



本社コスト：バリューチェーン構築に向けた人員拡充等によるコスト増

2-8.セグメント業績 (25.3期 上期・下期・通期)

補足2. 事業概要

単位：億円

		上期		下期		通期	
		実績	対前年同期	実績	対前年同期	実績	対前期
連結	売上高	1,550	+121	1,605	+37	3,154	+158
	営業利益	93	+12	107	△7	200	+5
	ROS (%)	6.0	+0.3pt	6.7	△0.6pt	6.3	△0.2pt
	EBITDA	161	+16	179	△6	339	+9
香辛・調味 加工食品事業	売上高	633	+28	681	+23	1,314	+51
	営業利益	54	+17	74	+3	128	+20
	ROS (%)	8.5	+2.4pt	10.9	+0.0pt	9.8	+1.2pt
	EBITDA	76	+15	98	+1	174	+15
健康食品事業	売上高	87	+1	83	+1	170	+2
	営業利益	14	+2	11	△2	24	△0
	ROS (%)	15.9	+1.6pt	12.6	△2.3pt	14.3	△0.3pt
	EBITDA	16	+2	13	△2	29	+0
海外食品事業	売上高	308	+43	316	+17	624	+60
	営業利益	17	+6	13	△6	30	△0
	ROS (%)	5.5	+1.4pt	4.3	△2.3pt	4.9	△0.6pt
	EBITDA	40	+12	35	△5	75	+6
外食事業	売上高	296	+28	314	+31	610	+59
	営業利益	17	△1	19	+3	36	+2
	ROS (%)	5.9	△0.9pt	6.0	+0.4pt	5.9	△0.2pt
	EBITDA	33	+0	35	+4	68	+4
その他 食品関連事業	売上高	281	+23	263	△30	544	△6
	営業利益	6	△4	6	△3	12	△7
	ROS (%)	2.3	△1.9pt	2.2	△0.6pt	2.3	△1.2pt
	EBITDA	9	△5	9	△3	17	△7
調整 (消去)	売上高	△54	△2	△54	△5	△108	△7
	営業利益	△16	△8	△15	△1	△31	△9

2-9.事業別動向（25.3期 上期・下期・通期）

補足2. 事業概要

売上高前年比推移（億円・％）			上期			下期			通期		
			実績	対前年同期		実績	対前年同期		実績	対前期	
香辛・調味 加工食品事業	ルウカレー	※	204	+12	+6.4%	197	+7	+3.7%	401	+19	+5.0%
	レトルトカレー	※	97	+7	+7.4%	89	+1	+1.7%	187	+8	+4.6%
	ハウス食品	※	118	+7	+6.7%	111	△1	△0.8%	230	+6	+2.9%
健康食品事業	C1000	※	24	+0	+0.7%	22	+3	+14.7%	46	+3	+7.0%
	1日分のビタミン	※	25	△1	△3.9%	20	+0	+0.3%	45	△1	△2.1%
	ハウス ウェルネスフーズ	※	30	△0	△0.1%	33	△0	△1.3%	63	△0	△0.7%
海外食品事業	米国事業		177	+24	+16.0% (+2.8%)	171	+7	+4.5% (+1.3%)	348	+32	+10.1% (+2.1%)
	前期比 上段：円ベース 下段：現地通貨		55	△1	△1.8% (△9.7%)	60	+6	+10.6% (+6.4%)	115	+5	+4.3% (△1.9%)
	東南アジア 機能性飲料事業		48	+17	+55.5% (+45.9%)	49	+1	+2.4% (△4.8%)	97	+18	+23.4% (+15.7%)
外食事業	壱番屋（連結）		296	+28	+10.4%	314	+31	+10.9%	610	+59	+10.6%
	壱番屋		233	+13	+5.8%	246	+20	+8.8%	479	+33	+7.3%
その他 食品関連事業	デリカシェフ		95	△2	△2.5%	94	△3	△3.4%	188	△6	△2.9%
	ヴォクス・トレーディング（連結）		177	+25	+16.9%	160	△26	△14.1%	337	△1	△0.3%

※製品別実績は出荷ベースの参考値です

25.3期は期末24円、年間48円を予定。26.3期は年間48円を計画

◆配当金・配当性向の推移（17.3期～26.3期計画）

【利益配分の基本方針】25.3期より

- ・総還元性向40%以上とすること、安定配当として年間配当金額46円以上を継続的に配当すること
- ・第八次中計期間は、政策保有株式縮減を原資とした自己株式取得を進めることから総還元性向50%以上をめざす

単位：円・%		17.3期	18.3期	19.3期	20.3期	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期
年間配当金	中間	15	18	22	23	23	23	23	23	24	24(予)
	期末	17	20	22	23	23	23	23	24	24(予)	24(予)
	合計	32	38	44	46	46	46	46	47	48(予)	48(予)
連結配当性向		37.9	41.7	32.8	40.4	53.1	32.9	32.9	26.0	36.4(予)	34.8(予)
総還元性向		—	—	—	—	—	—	—	37.4	84.4(予)	—

2-11.主要財務データ

補足2. 事業概要

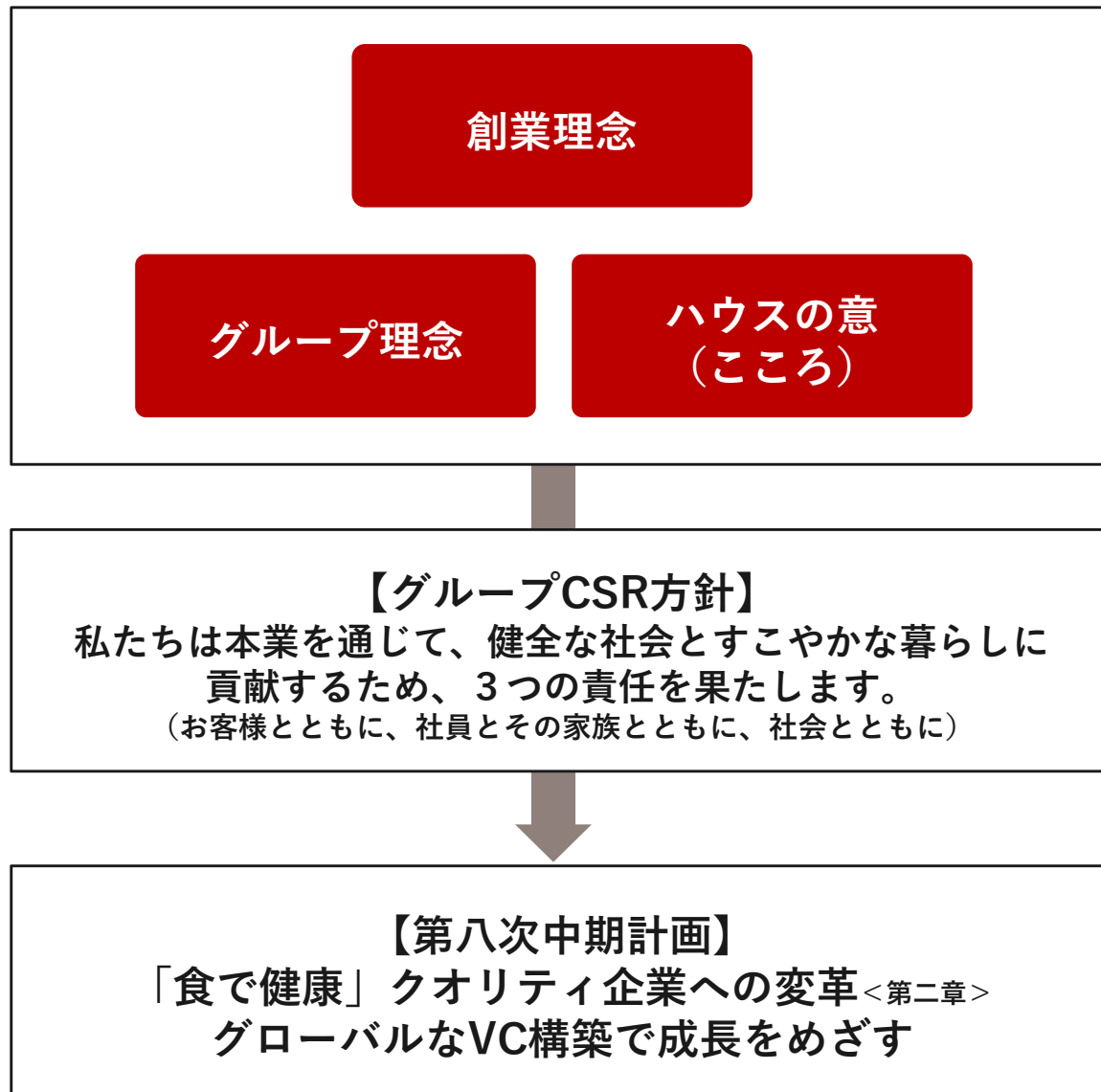
	旧会計基準ベース					新会計基準ベース						八次中計 目標	
	17.3期	18.3期	19.3期	20.3期	21.3期	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期 予想		
売上高	億円	2,838	2,919	2,967	2,937	2,838	2,501	2,534	2,756	2,996	3,154	3,330	3,600
営業利益	億円	123	163	176	190	194	194	192	167	195	200	215	270
経常利益	億円	140	172	191	208	198	198	211	183	211	214	224	—
親会社株主帰属 当期純利益	億円	87	94	138	115	87	88	140	137	176	125	130	—
EBITDA	億円	252	290	302	323	311	311	301	285	330	339	355	—
設備投資	億円	77	102	113	163	113	113	124	152	147	134	230	—
減価償却費	億円	93	91	93	99	100	100	109	116	127	129	132	—
営業CF	億円	213	236	209	242	232	232	161	195	256	266	—	—
投資CF	億円	△22	△137	△10	△64	△86	△86	△104	△215	△23	△123	—	—
財務CF	億円	△74	△53	△173	△76	△62	△62	△101	△127	△74	△91	—	—
総資産	億円	3,539	3,789	3,710	3,672	3,692	3,963	3,820	3,969	4,318	4,351	4,465	—
純資産	億円	2,666	2,837	2,791	2,809	2,873	2,869	2,986	3,013	3,216	3,229	3,321	—
自己資本	億円	2,352	2,518	2,473	2,488	2,581	2,578	2,690	2,723	2,922	2,928	3,019	—
1株当たり当期純利益	円	84.53	91.02	134.32	113.73	86.68	86.87	139.75	139.63	180.53	131.86	137.98	—
1株当たり配当金	円	32	38	44	46	46	46	46	46	47	48	48	—
<当社が重視する経営指標>													
ROIC	%	—	—	—	—	—	—	—	—	4.6	4.5	4.7	6.0以上
ATO	回	0.81	0.80	0.79	0.80	0.77	0.68	0.67	0.71	0.72	0.73	0.76	0.83
ROS	%	4.3	5.6	5.9	6.5	6.8	7.8	7.6	6.1	6.5	6.3	6.5	7.5
EBITDAマージン	%	8.9	9.9	10.2	11.0	10.9	12.4	11.9	10.4	11.0	10.8	10.7	11.4
ROA	%	3.5	4.4	4.7	5.1	5.3	5.3	5.1	4.3	4.7	4.6	4.9	6.2
自己資本比率	%	66.5	66.5	66.6	67.7	69.9	69.8	70.4	68.6	67.7	67.3	67.6	—
ROE	%	3.7	3.8	5.5	4.6	3.4	3.5	5.3	5.1	6.2	4.3	4.4	7.0

2-12.地域別売上高

補足2. 事業概要

		旧会計基準ベース					新会計基準ベース				
		17.3期	18.3期	19.3期	20.3期	21.3期	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期
連結	億円	2,838	2,919	2,967	2,937	2,838	2,501	2,534	2,751	2,996	3,154
日本	億円	2,542	2,572	2,586	2,528	2,388	2,065	2,030	2,134	2,282	2,368
海外											
北米	億円	132	140	149	152	148	148	169	238	350	387
東アジア	億円	121	142	148	149	157	151	178	204	220	225
東南アジア	億円	38	55	73	94	134	125	141	158	125	149
その他	億円	5	10	11	14	11	10	16	17	18	25
海外売上高比率	%	10.4	11.9	12.9	13.9	15.8	17.4	19.9	22.4	23.8	24.9

2-13.ハウス食品グループの理念体系



- ◇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

2-14.セグメント別主要製品・サービス

補足2. 事業概要

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



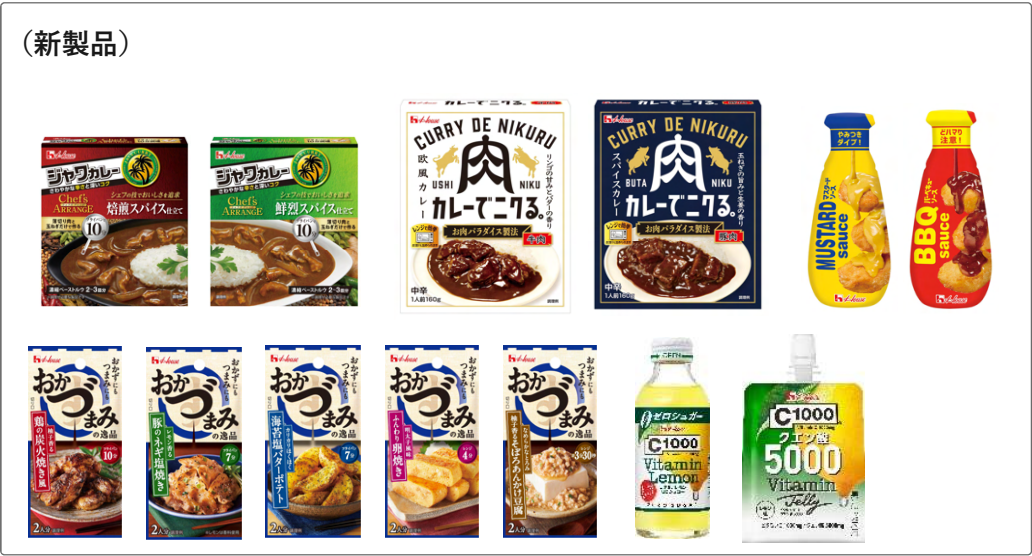
2-15.主な春夏向け新製品・バラエティ製品

補足2. 事業概要

ハウス食品、ハウスウェルネスフーズ

※以下記載製品がすべてではありません

カテゴリー	製品名	希望小売価格 (参考価格)	店頭化日
◆新製品			
ルウカレー	ジャワカレーシェフズアレンジ 焙煎スパイス仕立て 鮮烈スパイス仕立て	(270円)	2月10日
レトルトカレー	カレーでニくる。牛肉 豚肉	(438円)	2月10日
ペースト	マスタードソース バーベキューソース	(360円)	2月10日
スパイス	おかづまみの逸品 鶏の炭火焼き 豚のネギ塩焼き 海苔塩バターポテト ふんわり卵焼き 柚子香るそばろあんかけ豆腐	(100円)	2月10日
ウェルネス飲料	C1000 ビタミンレモンゼロシュガー	130円	3月10日
ウェルネス飲料	C1000 ビタミンゼリークエン酸5000	210円	3月10日
◆バラエティ			
ルウハヤシ	完熟トマトのハヤシライスソース 香ばしスパイシーハヤシ	(345円)	2月10日
スパイス	香りソルト メキシカンミックス	368円	2月10日
レトルトカレー	選ばれし人気店 スパイス織りなすビーフカレー	(361円)	2月10日
デザート	ご当地くだものフルーチェ 福島県産あかつき桃 瀬戸内広島レモン	209円 209円	1月13日
ウェルネス飲料	PERFECT VITAMIN 1日分のビタミン キウイ味	181円	3月10日
◆フレッシュアップ			
ルウカレー	クロスブレンドカレー 甘口・中辛・辛口	(各258円)	2月10日
レトルトカレー レトルトハヤシ	プロクオリティ各種	(各594円)	2月10日
ウェルネス飲料	C1000 ビタミンレモン	130円	3月10日
ウェルネス飲料	C1000 ビタミンゼリーレモン	198円	3月10日



食でつなぐ、人と笑顔を。



本資料には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する見通しの記述が含まれています。これらの記述は発表日時点で把握可能な情報から得られた当社の経営判断に基づいており、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。実際の業績は、さまざまな要因により、見通しとは異なる結果となる可能性がございますことをご承知おきください。

本資料の金額は、百万円単位で計算し、四捨五入して表示しています。