

食でつなぐ、人と笑顔を。



2027年3月期 第1四半期

決算説明資料

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/>

単位：億円	27.3期第 1 四半期		
	実績	対前年同期	増減率
売 上 高	751	△ 6	△0.7%
営 業 利 益	40	+ 6	+17.1%
E B I T D A	72	+ 5	+7.9%
経 常 利 益	45	+ 8	+22.6%
四 半 期 純 利 益	51	+33	+185.3%
売 上 高 営 業 利 益 率	5.3%	+0.8pt	—
E B I T D A マ ー ジ ン	9.6%	+0.8pt	—

※ EBITDA ：営業利益（のれん償却前）＋減価償却費
四半期純利益：親会社株主に帰属する四半期純利益

業績サマリー

- 売上高：751億円
 - ・ 総菜事業の譲渡に伴う連結除外の影響を受け減収
当該影響を除く既存事業ベースでは+5.6%の増収
- 営業利益：40億円
 - ・ 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
- 四半期純利益：51億円
 - ・ 政策保有株式を縮減（売却益35億円を計上）

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

単位：億円	営業利益		
	実績	対前年同期	増減率
連結	40	+ 6	+17.1%
香辛・調味加工食品事業	16	+ 5	+39.7%
健康食品事業	5	+ 2	+52.1%
海外食品事業	16	+ 2	+17.1%
外食事業	8	△ 2	△19.3%
その他食品関連事業	2	+ 0	+10.7%
調整（消去）	△ 7	△ 1	—
連結売上高営業利益率	5.3%	+0.8pt	—

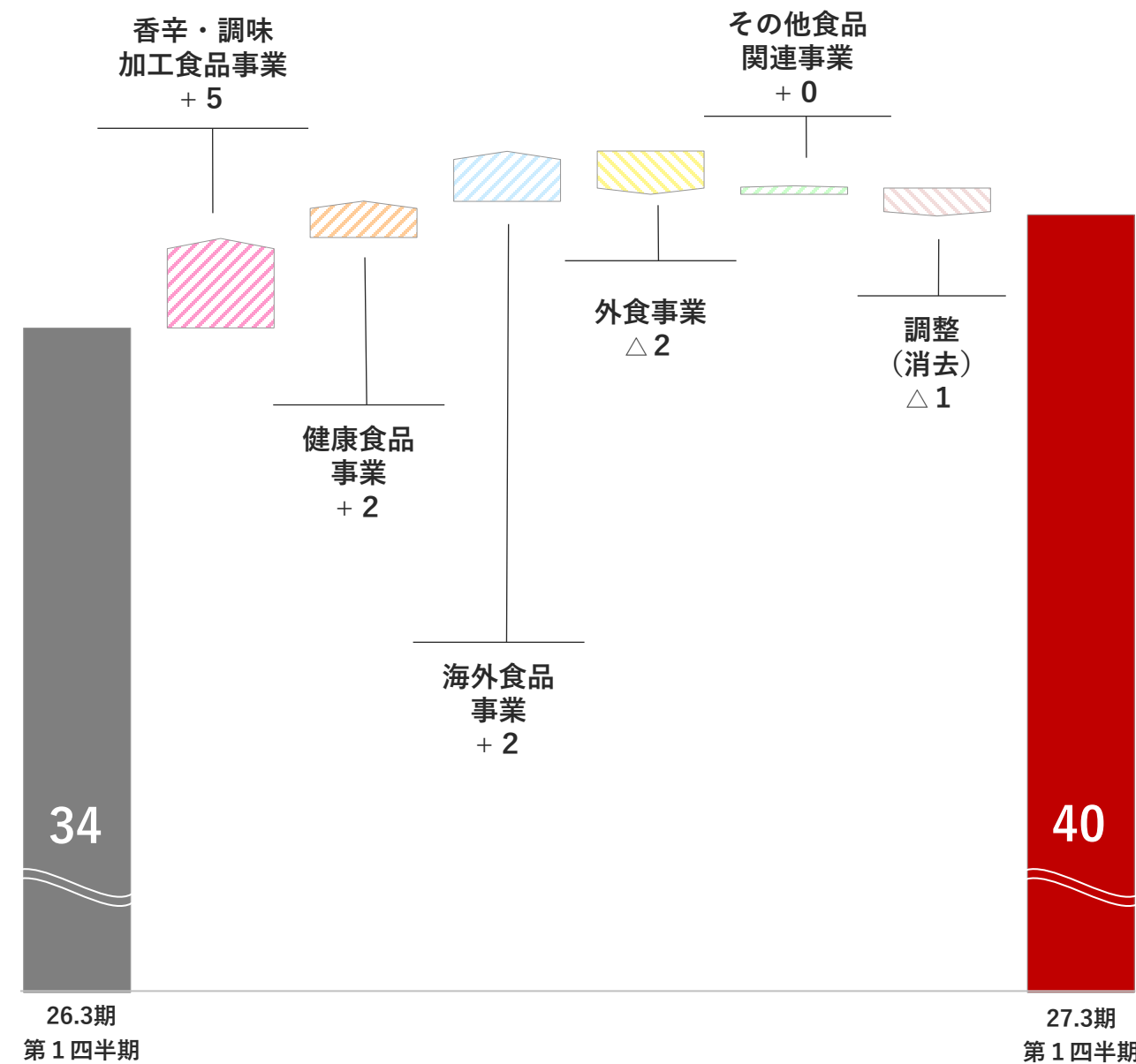
業績サマリー

- 香辛・調味加工食品事業
 - ・ ルウ・レトルトともに主力ブランドの需要喚起に注力。販売数量の回復が進み増収増益
- 健康食品事業
 - ・ 売上高は「C1000」が好調を維持、乳酸菌事業も継続伸長。「ウコンの力」の改定効果等でコスト増を吸収し増収増益
- 海外食品事業
 - ・ 中国カレー事業は好調維持、タイ機能性飲料事業の前期末からの回復により増収増益
- 外食事業
 - ・ 営業施策強化で国内既存店客数は回復傾向も原価コスト増が先行
- その他食品関連事業
 - ・ 総菜事業の連結除外により減収もセグメントの収益性は改善
 - ・ 商社事業は販売好調も海外子会社の収益性低下の影響から減益

営業利益増減分析

2027年 3 月期第 1 四半期業績報告

◆事業セグメント別 増減要因 (単位：億円)



単位：億円		第 1 四半期
香辛・調味加工食品事業		+ 5
売上高変動 ※		+ 8
原価率変動 ※		+ 1
マーケティングコスト ※		+ 0
その他経費 ※		△ 5
関連会社、調整		+ 0
健康食品事業		+ 2
売上高変動		+ 1
原価率変動		△ 0
マーケティングコスト		△ 0
その他経費		+ 1
海外食品事業		+ 2
米国事業		△ 2
中国事業		+ 3
東南アジア事業		+ 2
貿易他		△ 1
外食事業		△ 2
その他食品関連事業		+ 0
ガォクス・トレーディング (連結)		△ 0
調整 (消去)		△ 1
連結営業利益増減		+ 6

※対象：ハウス食品・ハウスギャバン・ハウス食品グループ東北工場

単位：億円	第1四半期		
	実績	対前年同期	増減率
売上高	313	+16	+5.3%
営業利益	16	+5	+39.7%
ROS	5.2%	+1.3pt	—

事業別動向（売上高前年比）	第1四半期 実績
家庭用事業 ※ハウス食品	
ルウカレー	105.8%
レトルトカレー	102.9%
スパイス	103.1%
業務用事業	
ハウスギャバン	104.8%

※製品別実績は出荷ベースの参考値

ルウカレー市場動向		第1四半期
マーケット全体	平均売価	260円
	前年差	+17円
ハウス食品	平均売価	271円
	前年差	+15円
	金額シェア	61.8%

※出典 (株)インテージSRI+ 月次データ (2026.4-2026.6)

◇第1四半期業績

- ・家庭用：値ごろ感のあるブランドの展開を強化し消費の節約志向に対応。数量回復をけん引
- ・業務用：外食市場伸長のなか販売が堅調に推移

<家庭用>
レトルト新ブランド
「とけうまカレー」



<業務用>
外食新トレンド「ラーカレ」の発信



「ラーメン屋さんのスープを使って作る、スパイス香るカレーライス＝ラーカレ」
新たな食文化を盛り上げるプロジェクトを立ち上げ

◇第2四半期以降の取組

- ・家庭用：価格帯別の施策強化に加え、中東情勢を契機とした事業基盤強化策をテーマ化
- ・業務用：香辛料価格改定による原価高騰吸収

<家庭用：26年8月発売新製品>



「こくまろシチュー」
カレーを含めた
ブランドトータル
での訴求強化



「咖喱屋カレー EX」
独自の加熱加工技術
を活用し、より上質
なおいしさを実現

単位：億円	第1四半期		
	実績	対前年同期	増減率
売上高	166	+7	+4.4%
営業利益	16	+2	+17.1%
ROS	9.4%	+1.0pt	—

単位：億円	売上高			営業利益		
	実績	前期増減	前期比	実績	前期増減	前期比
米国事業	87	△3	△3.0%	0	△2	△79.1%
現地通貨ベース			△6.2%			△79.8%
中国事業	38	+9	+29.3%	8	+3	+64.6%
現地通貨ベース			+18.5%			+50.8%
東南アジア事業	32	+3	+11.1%	7	+2	+38.7%
タイ機能性飲料事業	28	+3	+13.4%	6	+2	+37.6%
現地通貨ベース			+2.8%			+24.8%

※為替影響：売上高+9億円（米国+3 中国+3 タイ+3） 営業利益+1億円（中国・タイ）

◇第1四半期業績

- ・米国：固定費削減進めるも販売停滞により減収減益
- ・中国：前期の好調を維持し増収増益
家庭用：生鮮EC等好調チャネルの販売が伸長し増収
業務用：カレーメニューを広げる取組に注力。
新規顧客を開拓し増収
- ・タイ：伝統チャネルへの販売注力により増収増益
ゼロシュガー品による顧客層拡大は継続
(26年3月にフレーバー追加)

◇第2四半期以降の取組

- ・米国：収益性を意識した営業戦略、コスト削減の実行。
中東情勢の影響はTOFU価格改定等で吸収(8月~)
- ・中国：前期に奏功した好調チャネルとの取組注力に加え
将来顧客獲得に向けてカレーの認知拡大を推進

中国カレー事業

全国10都市で
試食イベント開催



- ・タイ：伝統チャネルとゼロシュガー品への注力強化

【健康食品事業】

単位：億円	第1四半期	
	実績	対前年同期
売上高	42	+2
営業利益	5	+2
ROS	12.8%	+4.0pt

事業別動向（売上高前年比）	第1四半期 実績
ハウスウェルネスフーズ	
ウコンの力	99.9%
C1000	107.8%
1日分のビタミン	94.6%

※製品別実績は出荷ベースの参考値

【外食事業】

単位：億円	第1四半期	
	実績	対前年同期
売上高	170	+12
営業利益	8	△2
ROS	4.4%	△1.5pt

事業別動向（売上高前年比）	第1四半期 実績
壱番屋	
国内全店売上高	103.1%
国内既存店売上高	102.5%
客数	100.5%
客単価	101.9%

◇第2四半期以降の取組

- ・ビタミン事業は需要期の製品・販促施策強化
- ・「ウコンの力」は価格改定後の需要喚起に注力。
そのほか新製品による需要創出を図る

< 2026年発売主な新製品 26年8月4日現在 >



- ①「C1000 ビタミンアップル」
- ②「1日分のビタミン&Wミネラルゼリー」
- ③「イラリセット」
→冷涼刺激でスカッと爽快！
シトラス風味の瞬間刺激が特徴
- ④「クルビサプラス 腹部の脂肪対策」

◇第2四半期以降の取組

- ・国内：顧客層拡大に向け販促施策を継続展開
- ・海外：アメリカ国内でのブランド認知拡大に挑戦

<カレーハウスCoCo壱番屋 ペトコ・パーク店>



- ・(株)壱番屋は米国での新規出店を推進
- ・26年3月にMLBサンディエゴ・パドレスの本拠地「ペトコ・パーク」へ出店

中東情勢の影響および通期業績予想の変更

◇中東情勢の影響

現状が不透明のため27.3期計画には織り込まず
15～30億円程度の調達コスト増の可能性



26年8月4日開示

27.3期 コスト増影響 ：▲24億円
27.3期 打ち返し・吸収 ：+14億円

◇27.3期通期業績予想の変更

- ・ 上記影響を業績予想に織り込み、営業利益および経常利益を10億円下方修正
- ・ ROEは今期当初目標の6.0%達成をめざす

単位：億円	27.3期通期		
	修正予想	対前期	対当初
売上高	3,225	+55	—
営業利益	175	△7	△10
経常利益	187	△8	△10
当期純利益	170	+96	—
売上利益率	5.4%	△0.3pt	△0.3pt
自己資本 当期純利益率	6.0%	+3.5pt	—

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	—

【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

- スパイス系VC：業務用レトルト東北工場の本格稼働開始（26年6月～）
- 大豆系VC：PBM（肉代替）製品生産工場の閉鎖
 - ・ PBF事業のうち売上回復が見込めない肉代替製品を終売し生産工場を閉鎖することを決定
 - ・ TOFU事業の損益構造改革に集中

<工場・閉鎖概要>

工場名 パシパニー工場(ニュージャージー州)

製品 ベジバーガーパテ等のPBM製品

閉鎖時期 26年9月生産終了・閉鎖完了予定

【2】組織改革の実行

成長加速を実現する新組織体制案を27.3期中に策定

- 第1四半期に組織改革PJを立ち上げ、新組織体制案の策定を開始

以上

主要事業および製品群に関する価格改定一覧

事業概要補足



主な秋冬向け新製品・バラエティ製品

事業概要補足

ハウス食品

※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			
ルウシチュー	こくまろシチュー クリーム・ビーフ	(各267円)	8月10日
レトルト	咖喱屋カレー EX 中辛・辛口	(各262円)	8月10日
スパイス	背徳ブースター マシマシにんにく唐がらし	(398円)	8月10日
スパイス	GABANチポトレペパー・ソルティグリーンペパーホール	各698円	8月10日
◆バラエティ			
グラタン	マカロニグラタン クイックアップチーズ 4皿分	238円	8月10日
レトルト	地球のカレー タイ風マッサマンカレー	(409円)	8月10日
スパイス	特選本香りきざみわさび	230円	8月10日
スパイス	おかづまみの逸品 揚げ出し豆腐・ちくわの磯辺揚げ	(各100円)	8月10日
スパイス	スパイスクッキング ガパオ	(138円)	8月10日
デザート	フルーチェ ブルーベリーブドウ	236円	8月10日
デザート	ご当地くだものフルーチェ 「栃木県産にっこり梨」果汁使用	236円	8月10日
◆リニューアル			
ハンバーグの素	ハンバーグヘルパー	250円	8月10日
スパイス	料亭 生わさび・生しょうが・生にんにく・からし	各288円	8月10日
スパイス	唐がらし族 大辛	398円	8月10日
スパイス	スパイスクッキング チキンのハーブ焼き・おつまみきゅうり・たたききゅうり・バルメニュー アヒージョ	(各138円)	8月10日
スパイス	HAPPYSAUCE バーベキューソース HAPPYSAUCE マスタードソース HAPPYSAUCE てりやき風ソース	(各360円)	8月10日

(新製品)



(バラエティ)



(リニューアル)



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。