

ハウスの こころ

2026年3月期 2025年4月1日→2026年3月31日



【インドネシア】

東南アジアに位置する世界有数の新興国。多様な民族や文化が共存し、活気あふれる経済成長を遂げています。

株主のみなさまへ



ハウス食品グループ本社株式会社
代表取締役社長

浦上 博史

株主のみなさまには、日頃より格別のご支援を賜り、厚く御礼申しあげます。

2026年3月期の業況を報告いたします。当社グループは、第八次中期計画2年目の当連結会計年度において、原材料を中心としたコスト上昇や、インフレによる国内外の消費者の節約志向の高まりに対応するため、一部製品・サービスの価格改定と消費行動の変化に即した需要喚起に注力しました。

香辛・調味加工食品事業は、価格改定直後に販売数量が一時的に減少するも徐々に回復し前期並みの業績を確保。健康食品事業は、ゼリー市場の競争激化により事業コストの上昇を吸収するには至らず苦戦。海外食品事業は、中国カレー事業が牽引し増収増益。なお、育成領域のインドネシアカレー事業では第2工場建設に着手し生産増強を図るとともに、日本式カレーの認知拡大を推進しています。外食事業は、価格改定後の販売施策強化などで増収も事業コストの上昇が重く減益。これらの結果、グループ連結売上高は増収も、営業利益・経常利益は事業コスト上昇の影響で減益となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、米国事業関連の減損損失などにより減益となりました。

第八次中期計画2年目を終えて、当初計画に対して大きなギャップが生じており、資本コストを上回る投資収益性を確保できていないことから、この状況を打破して投資収益性を向上させていくために、これまでの経営計画を見直して『成長領域への集中』、『組織改革の実行』、『財務戦略の強化』を柱とする3つの「構造改革」を実行し、スパイス系バリューチェーンを中心にグローバル成長の加速と投資収益性の向上をめざすことといたしました。

その『財務戦略の強化』の一環として、期末配当はさらなる利益還元を進めるため、1株につき46円(前期比22円増配)とし、中間配当とあわせて年間配当は1株につき70円としました。また、2027年3月期より資本効率向上に向けて利益配分に関する基本方針を変更します。新指標としてDOE(純資産配当率)を導入し、配当はDOE3%以上を目安とし、原則として累進配当を実施します。新しい基本方針に則り、次期の配当は、30円増配の年間1株あたり100円を予定しています。あわせて上限260億円の自己株式の取得・消却を実施するなど機動的な株主還元を加速します。

株主のみなさまにおかれましては、今後ともご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申しあげます。

利益配分に関する基本方針の変更

第八次中期計画

- 総還元性向：40%以上(第八次中計50%以上)
- 年間配当：46円以上を継続的に配当
- 自己株式取得：160億円(第八次中計2年間)

総還元性向 P/L目線

当期純利益に対する配当金と自己株式取得をつうじて株主さまに還元した割合を示す指標

配当金+自己株式取得

当期純利益

P/L

売上高	売上原価
	販管費
	営業外損益
	特別損益
	法人税等
	当期純利益

2027年3月期以降

- DOE(純資産配当率)：3%以上を目安
- 年間配当：累進配当による継続的な維持・増配
- 追加自己株式取得：260億円(2026.5~2027.4)

DOE(純資産配当率)

B/S目線

株主資本等に対してどの程度配当金を支払っているかを示す指標

配当金

株主資本+
その他の包括利益累計額

B/S

負債	流動負債
	固定負債
純資産	株主資本
	その他の包括利益累計額
	非支配株主持分

2.8億人市場、その中心へ —インドネシア事業のご紹介—

インドネシア市場の魅力

多様性と成長力をあわせ持つ東南アジア最大級の国



インドネシアってどんな国？

- 世界最大の「群島国家」で、赤道をまたいで東西に国土が広がる
- 多民族及び多文化国家で、民族数は約1,300、言語の種類は700以上

圧倒的な人口規模と若い消費者層

- 人口約2.8億人と、世界第4位の人口大国
- 平均年齢は約30歳と若く、今後も消費拡大が長期的に見込める市場
- 都市部を中心に核家族化・共働き世帯が進展

人口の約87%がイスラム教徒

- インドネシアは世界最大のイスラム教徒人口を背景に、ハラール食品が定着した市場

ハラールとは

ハラールとは、イスラム教の教えにおいて「許されている」という意味で、反対にノンハラール(ハラム)は「禁じられている」という意味です。ハラール認証を取得した食品には、ハラールマークが付いており、これによりイスラム教徒が安心して摂取できることが保証されています。ハウス食品では、ハラール認証を取得した製品を展開し、イスラム食文化へ対応しています。

OK **ハラール**
牛肉、鶏肉、魚など
イスラムの適切な方法で処理されたものは食べてOK

NG **ノンハラール(ハラム)**
豚肉、アルコール類
禁じられているもの

インドネシア進出のあゆみ

カレー事業第3の柱を目指す！

インドネシアの外食市場での日本式カレーの広まり、都市部への人口流入や人口構造の変化、そして共働き世帯の増加に伴った調理の簡便化や付加価値を重視する食品需要の高まりを機会と捉え、2025年4月にハウスフーズインドネシア社を設立しました。同社が進めるインドネシア国内2拠点目となる生産工場の建築・生産増強から同国における事業拡大を進め、日本・中国に次ぐカレー事業第3の柱としての確立を目指しています。

各社のあゆみ

- 1994年 ジャワアグリテック社 設立
- 2010年 ヴォークストレーディングインドネシア社 設立
※両社ともに2013年にグループ子会社化
- 2013年 カレーハウスCoCo壱番屋がインドネシア初出店
※2026年3月末現在 インドネシアで11店舗を展開
- 2016年 ハウス&ヴォークスインドネシア社 社名変更(旧ヴォークストレーディングインドネシア社)
・ハラール認証の業務用ルウカレー製品の販売を開始
- 2022年 ササハウスフーズインドネシア社 設立
・ハラール認証の家庭用ルウカレー製品の販売を開始(2024年)、家庭用ルウカレーで初めてハラール認証取得！
- 2025年 ハウスフーズインドネシア社 設立
・新たに家庭用・業務用の生産を担う新会社を設立
・インドネシア国内2拠点目の生産工場を建築(2027年稼働予定)し、現地での生産増強を目指す



ハウス食品グループの製品展開

業務用製品と家庭用製品の両輪で展開

製品展開

カリアラジュパン(日本食レストラン向けの業務用製品)

インドネシアは東南アジアの中でもトップクラスの日本食レストラン数を誇る国です。ハラール認証を取得した業務用ルウカレーを品揃えし、現地レストラン向けの製品として取扱いを拡大中。



アジア各国の日本食レストラン店舗数*

国・地域	店舗数
中国	63,500
韓国	19,800
台湾	7,100
インドネシア	6,580
タイ	5,920
マレーシア	2,200
ベトナム	1,820
香港	1,480
シンガポール	1,140
フィリピン	940
インド	630

※資料出典元:農林水産省HP「海外における日本食レストランの国・地域別概数(令和7年)」

カリジュパン(家庭用製品)

スパイスや調味料がバランス良く配合されたオールインワン調味料。短時間で、失敗することなく、日本式カレーを楽しむことができる製品です。インドネシアでは家庭内備蓄をせず、必要量を都度買い足すのが主流のスタイルであることから、少量タイプの製品展開をしています。



棚陳列用(左)とカレンダータイプ(右)の2種類を使い分けて、市場で展開

現地マーケット



MT(モダントレード)…近代小売

急速に出店拡大する、ミニマーケット
急速に数を伸ばす日本のコンビニ的な役割を担う小売店。生活圏内に複数あり、主に嗜好品、日用品、調味料等を販売する。都会に住む若い世帯などが好んで使う。



小売店売り場に専用什器を活用し陳列。

TT(トラディショナルトレード)…伝統小売

日常生活にかかせない、伝統的市井の市場
地域ごとの生活に根付いた小規模な小売店や地元市場のことで、店舗数は100万軒を超えとも言われている。販売は少量タイプの低単価な製品が中心で、店先に小分けの製品が天井から連なる様子が見られる。



現地マーケットの店頭で、試食販売を実施したときの様子。

インドネシアで日本式カレー文化の定着へ

新しい食文化を提案

レストラン向けの業務用製品の拡大はもちろん、家庭用製品も試食やイベントでのPRなどを通じて認知度を高めています。また、日常の購買市場であるトラディショナルトレードでの製品陳列も強化するなど、お客様との接点づくりに注力した認知拡大から、日本式カレー文化の定着を進めています。

ハウス「ジャワカレー®」はインドネシアと深い関係が!?

1968年(昭和43年)に発売された「ジャワカレー®」は、南国インドネシアのジャワ島のイメージにふさわしい爽やかな辛さと刺激のある味わいの大人向けのカレーとして登場。新発売時の広告は、ジャワ島でロケを行い、海辺で夫婦がカレーを食べるCMでした。



発売当時の「ジャワカレー®」

スパイス系バリューチェーン戦略の大きな1つであるインドネシア事業は、2016年に業務用事業を開始し、2024年から家庭用事業を開始いたしました。今後10年で売上高約100億円を目指せる事業に成長させたいと考えております。インドネシアでは女性の社会進出により、家庭内で簡単に料理を作るニーズが増えていることが背景にあります。幅広い方々にとって購入しやすい価格帯で販路を進めており、需要を掴めると期待しております。

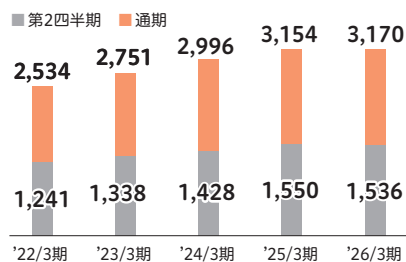


宮奥 美行
取締役 国際事業本部担当

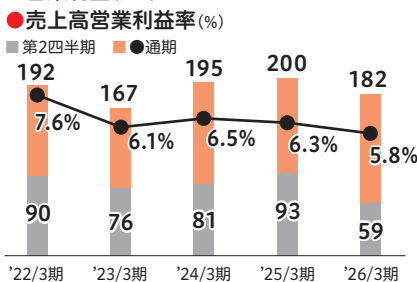


連結業績ハイライト

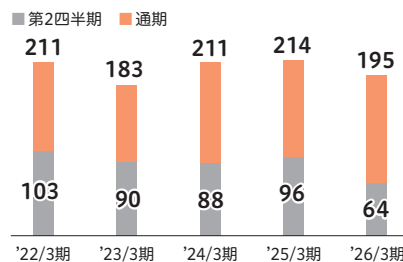
●売上高(億円)



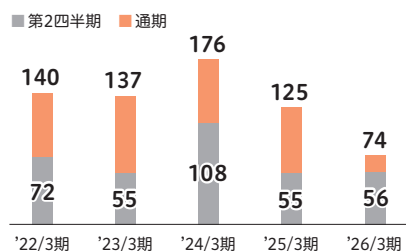
●営業利益(億円)



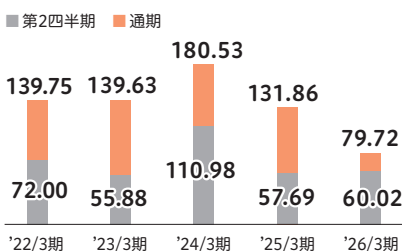
●経常利益(億円)



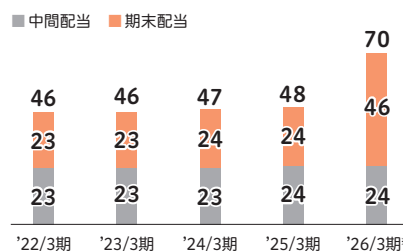
●親会社株主に帰属する当期純利益(億円)



●1株当たり当期純利益(円)

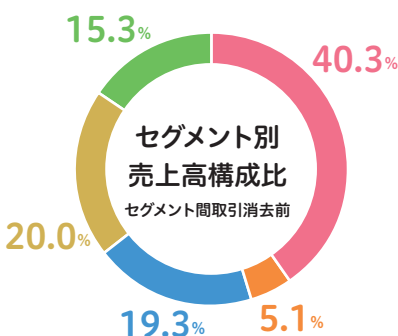


●1株当たり配当金(円)



*'26/3期に実施した自己株式3,473千株、100億円の取得を踏まえた総還元性向は223.2%となります。

セグメント別業績ハイライト



●香辛・調味加工食品事業

売上高 **1,321** 億円 (前期比 100.6%)
 営業利益 **128** 億円 (前期比 100.2%)

●健康食品事業

売上高 **169** 億円 (前期比 98.9%)
 営業利益 **15** 億円 (前期比 62.6%)

●その他食品関連事業

売上高 **501** 億円 (前期比 92.0%)

営業利益 **9** 億円 (前期比 73.3%)

●海外食品事業

売上高 **634** 億円 (前期比 101.6%)
 営業利益 **34** 億円 (前期比 110.4%)

●外食事業

売上高 **655** 億円 (前期比 107.4%)
 営業利益 **34** 億円 (前期比 94.0%)

各種IR資料など

- 第八次中期計画
- 統合レポート
- コーポレートガバナンス
- 決算説明会
- サステナビリティ情報



株式に関するお手続きのお問い合わせ先

お手続き内容	口座の種類	証券会社の口座に記録された株式	特別口座に記録された株式*
住所変更、単元未満株式買取請求、配当金の受領方法・振込先のご変更などの各種手続		口座を開設されている証券会社	三井住友信託銀行 証券代行部 ☎ 0120-782-031
郵送物の発送と返戻に関するご照会		三井住友信託銀行 証券代行部	
支払期間経過後の配当金に関するご照会		☎ 0120-782-031	
株式事務に関する一般的なお問合せ			

*株券電子化実施(2009年1月5日)に際し、証券会社等に口座を開設し、証券保管振替機構(ほふり)に株券を預託されなかった株主さまのお名前、ご住所などのデータは、当社が三井住友信託銀行に開設した「特別口座」に記録されております。

株式に関するその他のお問い合わせ先

ハウス食品グループ本社株式会社 総務部 電話06-6788-1214
 受付時間 平日9時~17時(夏期休暇・年末年始休暇および創業記念日(11月11日)を除く)

