食でつなぐ、人と笑顔を。

House

2027年３月期　中間期

決算説明会

2026年11月10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/

本日お伝えしたいこと

●27.3期中間期業績は増収増益

・販売数量増や一部製品の価格改定などが貢献
・香辛・調味加工食品事業、海外食品事業がけん引し堅調な進捗

●27.3期通期修正計画は売上高を上方修正、着実に達成めざす

・中間期業績進捗を踏まえ海外食品事業の売上高を上方修正
・下期は中東影響コスト増を見込むなかでも販売数量増と収益改善策に注力し
8月修正の営業利益計画175億円達成に向け着実に取り組む

●次期中長期計画を見据え構造改革を推し進める

・次期中長期計画は「構造改革」「グローバル成長加速」２フェーズで進行
30.3期までに構造改革を完遂しROE８％達成をめざす
・2027年10月事業持株会社体制に移行すべく、組織改革の詳細検討および準備を開始

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

2027年３月期中間期業績報告

2027年３月期通期修正計画

構造改革の進捗

補足

2027年３月期中間期業績報告

2027年３月期通期修正計画

構造改革の進捗

補足

連結業績

単位：億円	27.3期中間期 実績	前年同期増減	前年同期増減率
売上高	1,564	+28	+1.8%
営業利益	71	+12	+20.9%
EBITDA ※1	136	+10	+8.3%
経常利益	77	+13	+19.6%
中間純利益 ※2	98	+42	+75.7%

※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中間純利益

業績サマリー

中間期は増収増益
販売数量増や一部価格改定が貢献

- **売上高：1,564億円**（対前年同期+1.8%）
  - ・デリカシェフの事業譲渡影響を除くと約８％の増収
- **営業利益：71億円**（対前年同期+20.9%）
  - ・中東情勢によるコスト影響が２Qから発現するなか、増収効果で吸収
- **中間純利益：98億円**（対前年同期+75.7%）
  - ・投資有価証券売却益の計上（88億円）により大幅増益。
    ５月公表の政策保有株式の売却計画を上期で完了

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

セグメント別業績

単位：億円	売上高 実績	売上高 対前期
連結	1,564	+28
香辛・調味加工食品事業	648	+31
健康食品事業	87	＋0
海外食品事業	338	+33
外食事業	352	+32
その他食品関連事業	199	△64
調整（消去）	△61	△５

単位：億円	営業利益 実績	営業利益 対前期
連結	71	+12
香辛・調味加工食品事業	38	＋8
健康食品事業	9	＋0
海外食品事業	24	＋9
外食事業	14	△４
その他食品関連事業	6	＋1
調整（消去）	△21	△２

連結営業利益率	4.5%	+0.7pt

業績サマリー

香辛・調味加工食品事業

・価格帯別のブランド再構築や需要喚起策により販売数量は堅調に回復
2Qから中東情勢の影響でコスト増となるも増収効果などで増益

健康食品事業

・「ウコンの力」の価格改定や「C1000」瓶製品の販売伸長により増収
増収・価格改定効果で事業コスト上昇を吸収し増益転換

海外食品事業

・中国カレー事業とタイ機能性飲料事業がけん引し増収増益
米国大豆事業は一部工場閉鎖など損益構造改革を推進中

外食事業

・国内CoCo壱番屋の販売施策奏功と国内外子会社の事業拡大で増収も
米を始めとする食材の仕入価格の上昇などにより減益

その他食品関連事業

・総菜事業の譲渡影響により大幅減収も同取組による収益改善もあり増益

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

セグメント別業績（香辛・調味加工食品事業）

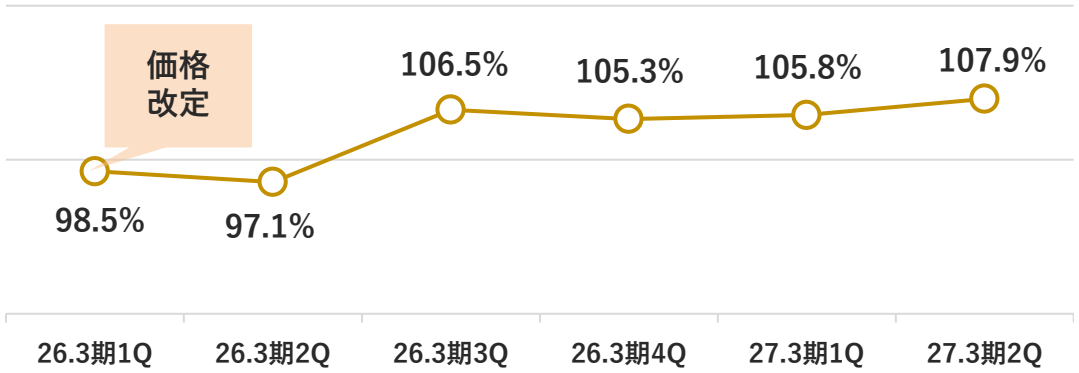
価格帯別のブランド再構築や需要喚起策により販売数量は堅調に回復。２Qから中東情勢の影響でコスト増となるも増収効果などで増益

- 家庭用：顧客ニーズ（値ごろ感・簡便・経済性）に即した施策が奏功
- 業務用：外食市場への提案強化や香辛料の価格改定に取り組み販売が堅調に推移

増収
（+5.0%）

増益
（+26.9%）

◇ルウカレー四半期別売上高前年比※1



◇顧客ニーズへの対応

値ごろ感：強いブランドの活用や新ブランドを展開



簡便　：ルウハヤシの煮込み時間を従来から5分短縮
経済性：タイパ・コスパに優れたキーマカレーの訴求



◇家庭用事業(※2)・業務用事業の売上高

	ルウカレー	ルウシチュー ルウハヤシ	スパイス	レトルト計 (※3)	ハウス ギャバン
売上高	213億円	72億円	122億円	101億円	150億円
前年期比	+6.8%	+8.5%	+2.2%	+2.3%	+4.9%

※1 出荷ベース参考値
※2 ハウス食品主要製品カテゴリー売上高
※3 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

◇業績トレンド

単位：億円	25.3期 上期	25.3期 前期増減	26.3期 上期	26.3期 前期増減	27.3期 上期	27.3期 前期増減
売上高	633	+28	617	△15	648	+31
営業利益	54	+17	30	△24	38	+8
売上高比(%)	8.5	+2.4pt	4.9	△3.7pt	5.9	+1.0pt
EBITDA	76	+15	52	△24	61	+9
売上高比(%)	12.0	+1.9pt	8.4	△3.6pt	9.4	+1.0pt

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

セグメント別業績（海外食品事業）

中国カレー事業とタイ機能性飲料事業がけん引し増収増益

- 米　国：生産ロス率の削減や固定費・生産体制の見直しなど損益構造改革を推進
- 中　国：家庭用･業務用ともに増収増益を継続。事業環境に即した営業活動や顧客開拓が奏功
- タ　イ：伝統チャネルでの販売注力やゼロシュガー品による顧客層拡大が奏功し増収増益

増収
（+10.8%）

増益
（+64.7%）

◇海外食品事業　27.3期中間期業績

単位：億円	売上高 実績	売上高 前期増減	売上高 前期比	営業利益 実績	営業利益 前期増減	営業利益 前期比
海外食品事業	338	+33	+10.8%	24	+9	+64.7%
米国事業	168	+3	+1.6%	△4	+1	—
現地通貨ベース			△5.5%			—
中国事業	78	+16	+25.8%	11	+4	+57.5%
現地通貨ベース			+10.7%			+38.5%
東南アジア事業	69	+13	+22.5%	13	+4	+44.9%
タイ機能性飲料事業	59	+10	+21.4%	13	+4	+44.2%
現地通貨ベース			+9.2%			+29.8%

◇中国：顧客接点拡大に向けた取組

<家庭用事業>
顧客基盤拡大に向けて
試食イベントを開催



<業務用事業>
他メーカーとのコラボ



※販売数量限定
※カレーパウダー使用

◇タイ：ゼロシュガー品拡充

26年３月発売の
「0%Sugar巨峰味」が好調



◇業績トレンド

単位：億円	25.3期 上期	25.3期 前期増減	26.3期 上期	26.3期 前期増減	27.3期 上期	27.3期 前期増減
売上高	308	+43	305	△2	338	+33
営業利益	17	+6	14	△2	24	+9
売上高比(%)	5.5	+1.4pt	4.7	△0.8pt	7.0	+2.3pt
EBITDA	40	+12	33	△6	40	+7
売上高比(%)	12.9	+2.3pt	10.9	△1.9pt	11.9	+1.0pt

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

セグメント別業績（健康食品事業・外食事業）

健康食品事業

「ウコンの力」の価格改定や「C1000」瓶製品の販売伸長により増収
増収・価格改定効果で事業コスト上昇を吸収し増益転換

- 「C1000」：バラエティ強化や顧客層拡大を意図した需要喚起策が奏功し販売が伸長
- 「ウコンの力」：６月価格改定後の需要喚起に注力し、着実に改定効果を獲得

増収
（+0.5%）

増益
（+0.4%）

外食事業

国内CoCo壱番屋の販売施策奏功と国内外子会社の事業拡大で増収も
米を始めとする食材の仕入価格の上昇などにより減益

- 国内：営業時間延長の推進や幅広い層のお客様に向けた販促･メニュー施策を展開
- 海外：米国展開に注力するほか、中国において新規出店を再始動

増収
（+10.1%）

減益
（△23.4%）

◇健康食品事業：業績トレンド

単位：億円	25.3期 上期	25.3期 前期増減	26.3期 上期	26.3期 前期増減	27.3期 上期	27.3期 前期増減
売上高	87	+1	87	△1	87	+0
営業利益	14	+2	9	△4	9	+0
売上高比(%)	15.9	+1.6pt	10.9	△5.0pt	10.9	△0.0pt
EBITDA	16	+2	12	△4	12	+1
売上高比(%)	18.3	+1.7pt	13.5	△4.8pt	14.0	+0.6pt

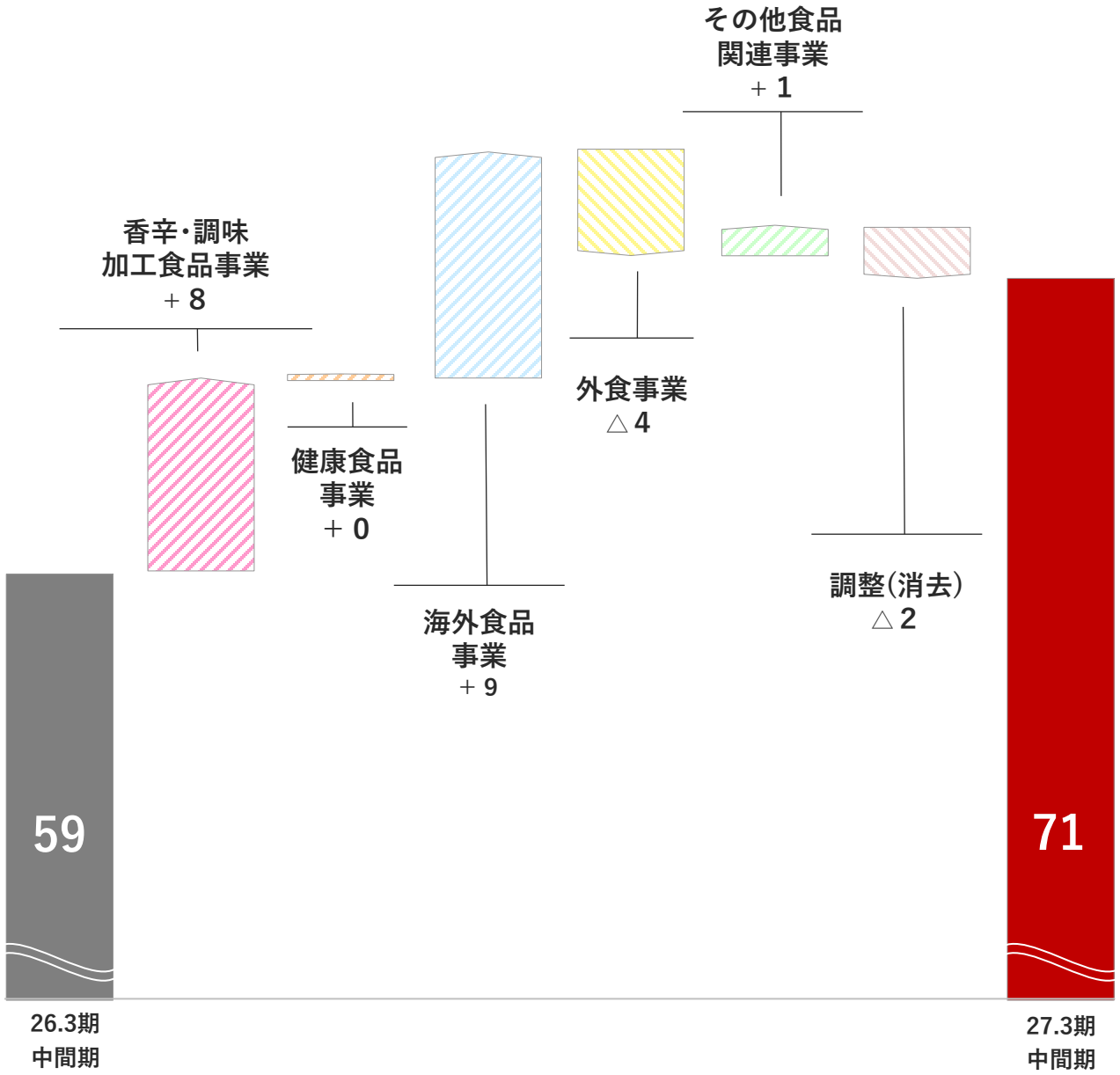
◇外食事業：業績トレンド

単位：億円	25.3期 上期	25.3期 前期増減	26.3期 上期	26.3期 前期増減	27.3期 上期	27.3期 前期増減
売上高	296	+28	320	+24	352	+32
営業利益	17	△1	19	+1	14	△4
売上高比(%)	5.9	△0.8pt	5.8	△0.0pt	4.0	△1.8pt
EBITDA	33	+0	36	+3	33	△3
売上高比(%)	11.3	△1.1pt	11.3	+0.1pt	9.5	△1.8pt

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

営業利益増減分析

◆事業セグメント別　増減要因　（単位：億円）



単位：億円	１Ｑ	２Ｑ	中間期
香辛･調味加工食品事業	＋５	＋３	＋８
売上高変動　※	＋８	＋４	＋12
原価率変動　※	＋１	＋１	＋２
マーケティングコスト　※	＋０	＋２	＋２
その他経費　※	△５	△３	△７
関連会社、調整	＋０	△０	△０
健康食品事業	＋２	△２	＋０
売上高変動	＋１	△０	＋１
原価率変動	△０	＋１	＋０
マーケティングコスト	△０	△１	△１
その他経費	＋１	△２	△０
海外食品事業	＋２	＋７	＋９
米国事業	△２	＋３	＋１
中国事業	＋３	＋１	＋４
東南アジア事業	＋２	＋２	＋４
貿易他	△１	＋１	＋０
外食事業	△２	△３	△４
その他食品関連事業	＋０	＋１	＋１
ヴォークス・トレーディング（連結）	△０	＋０	△０
調整（消去）	△１	△１	△２
連結営業利益増減	＋６	＋６	＋12

※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

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

2027年３月期中間期業績報告

2027年３月期通期修正計画

構造改革の進捗

補足

連結業績予想

単位：億円	27.3期通期 予想	対前期	８月公表値比
売上高	3,240	＋70	＋15
営業利益	175	△７	－
経常利益	187	△８	－
当期純利益 ※1	170	＋96	－
ROE	6.0%	＋3.5pt	－

※1　親会社株主に帰属する当期純利益

通期業績予想サマリー

８月公表値から売上高のみ上方修正

収益構造の再構築に注力し通期計画達成めざす

- 下期は中東情勢によるコスト増が本格化するなか、販売数量増による売上伸長や収益改善策の実行に加え、一部製品の価格を改定
- 並行して来期以降の事業環境変化や持続的成長に備える仕込みにも注力
- 財務戦略も含め期初目標ROE６％への改善をめざす

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

コストアップ影響

中東情勢の影響によるコスト増は下期に本格化

◇連結コストアップ利益影響額（為替影響含む）

※原材料、エネルギーコスト、物流費の合計

単位：億円	上期実績	下期見込み	通期見込み	（対期初予想増減）
	△18	△47	△65	(△15)
香辛・調味加工食品事業	△ 6	△ 34	△40	(△10)
健康食品事業	△ 1	△ 2	△ 3	(△ 0)
海外食品事業	△ 2	△ 5	△ 7	(△ 7)
外食事業	△ 9	△ 6	△16	(＋ 2)
その他食品関連事業	△ 0	△ 0	△ 0	(-)

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

セグメント別計画

2027年３月期通期修正計画

単位：億円	下期売上高		下期営業利益		通期売上高			通期営業利益		
	計画	対前年同期	計画	対前年同期	計画	対前期	対８月公表値	計画	対前期	対８月公表値
連結	1,676	+42	104	△20	3,240	+70	+15	175	△７	－
香辛・調味加工食品事業	732	+28	76	△22	1,380	+59	－	114	△14	－
健康食品事業	93	+11	9	＋３	180	+11	－	18	＋３	－
海外食品事業	339	+10	18	△１	677	+43	+17	42	＋８	＋３
外食事業	374	+39	22	＋６	726	+71	－	36	＋２	－
その他食品関連事業	196	△42	4	△０	395	△106	－	10	＋１	△１
調整（消去）	△57	△3	△24	△５	△118	△８	△２	△45	△７	△２

- **香辛・調味加工食品事業**
  - 販売数量増による売上伸長に加え、コスト管理の徹底により計画達成をめざす
    継続する事業コスト上昇に対し、一部製品の仕様変更など収益力強化策を加速
- **健康食品事業**
  - 「ウコンの力」は需要喚起による改定効果獲得、「C1000」は27年２月価格改定後
    早期の新売価定着に注力。乳酸菌事業は通期収益化をめざす
- **海外食品事業**
  - 中間期進捗を踏まえ通期計画を上方修正。各事業で持続的成長に向けた仕込みに注力
- **外食事業**
  - 国内CoCo壱番屋は営業時間延長の推進や顧客層の拡大などにより収益基盤を強化
    海外は下期に米国で４店舗を新規出店予定。米国でのブランド認知拡大を図る
- **調整（消去）**
  - 構造改革にともなうコスト増を見込む

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

セグメント別計画（海外食品事業）

2027年３月期通期修正計画

単位：億円	27.3期上期				27.3期下期				27.3期通期					
	売上高		営業利益		売上高		営業利益		売上高			営業利益		
	実績	対前年	実績	対前年	修正	対前年	修正	対前年	修正	対前年	対当初	修正	対前年	対当初
海外食品事業	338	+33	24	＋9	339	+10	18	△1	677	+43	+17	42	＋8	＋3
米国事業	168	＋3	△4	＋1	174	＋6	△2	＋3	342	＋8	－	△6	＋5	△2
中国事業	78	+16	11	＋4	72	＋5	7	△1	150	+21	+10	18	＋3	＋2
東南アジア事業	69	+13	13	＋4	65	＋5	10	＋1	134	+18	+12	23	＋5	＋5
タイ機能性飲料事業	59	+10	13	＋4	56	＋5	10	＋1	115	+15	+12	23	＋5	＋5

下期計画のポイント

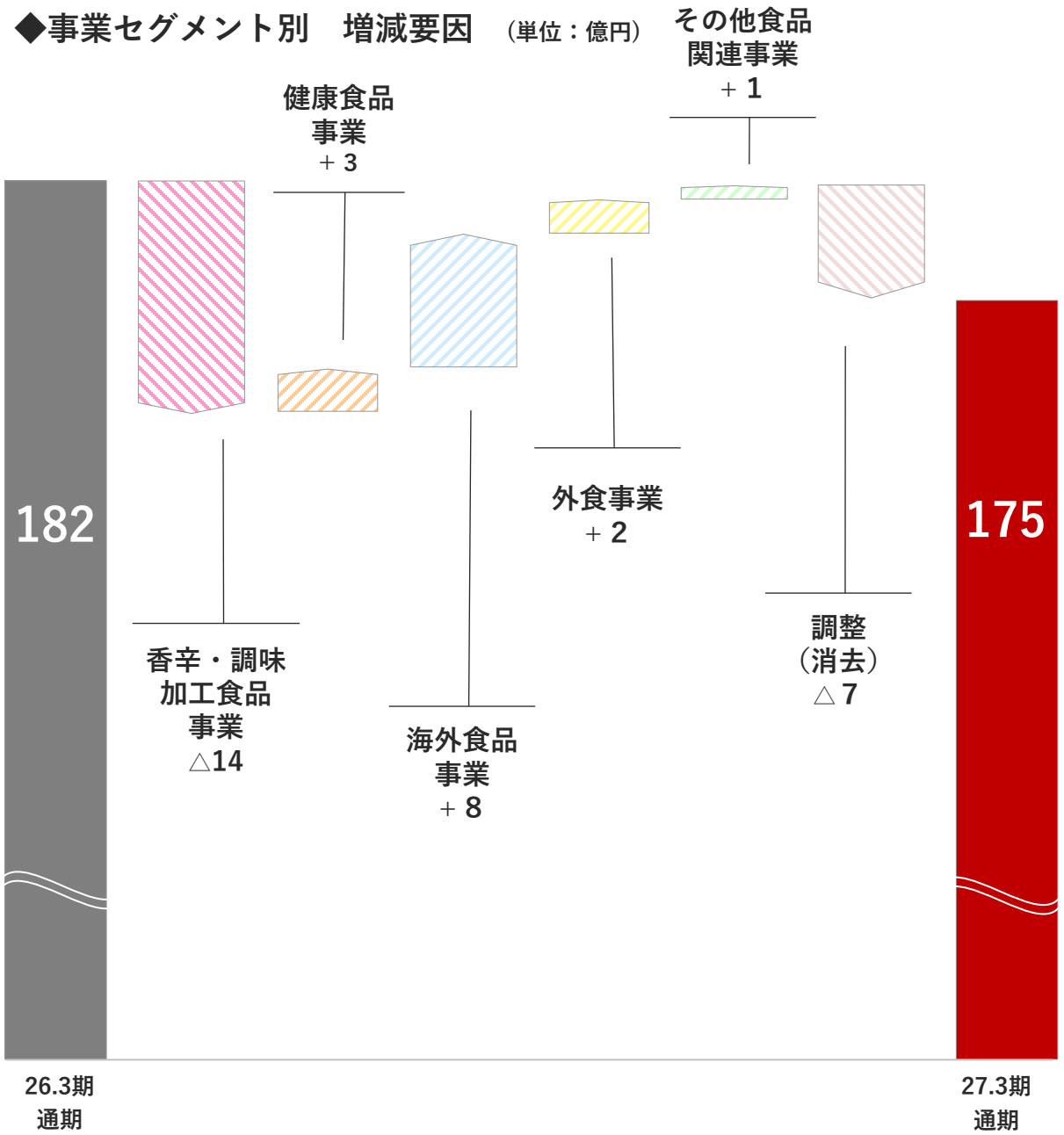
米国 大豆事業	・TOFU製品の価格改定を実施。需要喚起による新売価定着に注力 ・28.3期黒字化に向けて収益構造を変える取組を推し進める
中国 カレー事業	・流通・外食環境が厳しさを増すなか、家庭用は好調チャネルとの取組強化や第２ブランド「咖王」の拡販に注力。業務用は大手外食へのメニュー導入などを加速。 ・開発・販促コストの先行投下により持続的成長を図る
東南 アジア事業	・機能性：主力製品の拡売に加え、マルチビタミン新製品上市の仕込みを進行 ・カレー：ブランド認知と販路拡大に注力。インドネシアでのハラルカレー生産体制を強化

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

営業利益増減分析

2027年３月期通期修正計画

◆事業セグメント別　増減要因　（単位：億円）



単位：億円	上期実績	下期計画	通期計画
香辛･調味加工食品事業	＋８	△22	△14
売上高変動　※	+12	＋15	＋27
原価率変動　※	＋２	△23	△20
マーケティングコスト　※	＋２	△１	＋0
その他経費　※	△７	△12	△20
関連会社、調整	△０	△０	△１
健康食品事業	＋０	＋３	＋３
売上高変動	＋１	＋５	＋６
原価率変動	＋０	＋０	＋１
マーケティングコスト	△１	＋１	＋１
その他経費	△０	△３	△４
海外食品事業	＋９	△１	＋８
米国事業	＋１	＋３	＋５
中国事業	＋４	△１	＋３
東南アジア事業	＋４	＋１	＋５
貿易他	＋０	△５	△５
外食事業	△４	＋６	＋２
その他食品関連事業	＋１	△０	＋１
ヴォークス・トレーディング（連結）	△０	△０	△１
調整（消去）	△２	△５	△７
連結営業利益増減	+12	△20	△７

※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

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

2027年３月期中間期業績報告

2027年３月期通期修正計画

構造改革の進捗

補足

次期中長期計画における企業価値向上の考え方

「構造改革フェーズ」を完遂し、30.3期にROE８％を達成
その後「グローバル成長加速フェーズ」に移行しさらなる企業価値向上をめざす

	27.3期	30.3期
次期中長期計画 ２つのフェーズ	構造改革フェーズ	グローバル成長加速フェーズ

重点施策

スパイス系VCへの経営資源集中投下によるグローバルな成長加速

構造改革の実行

【１】成長領域への集中
（事業ポートフォリオの見直し）

【２】組織改革の実行

【３】財務戦略の強化

ROE 8％ の達成

- 国内基盤領域の収益力強化
- 海外事業の成長加速
- 強みを生かした国内外の新領域事業拡大

ROE向上ドライバー

- ■ 事業ポートフォリオの見直し
- ■ 全社的なコスト構造の見直し
- ■ 自己資本の早期最適化

→ ■ 事業利益成長の加速

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

【組織改革の実行】新組織体制移行の基本方針

第1四半期に組織改革PJを立ち上げ、新組織体制案の議論を開始
組織改革の狙いを果たす為の基本方針を策定

基本方針

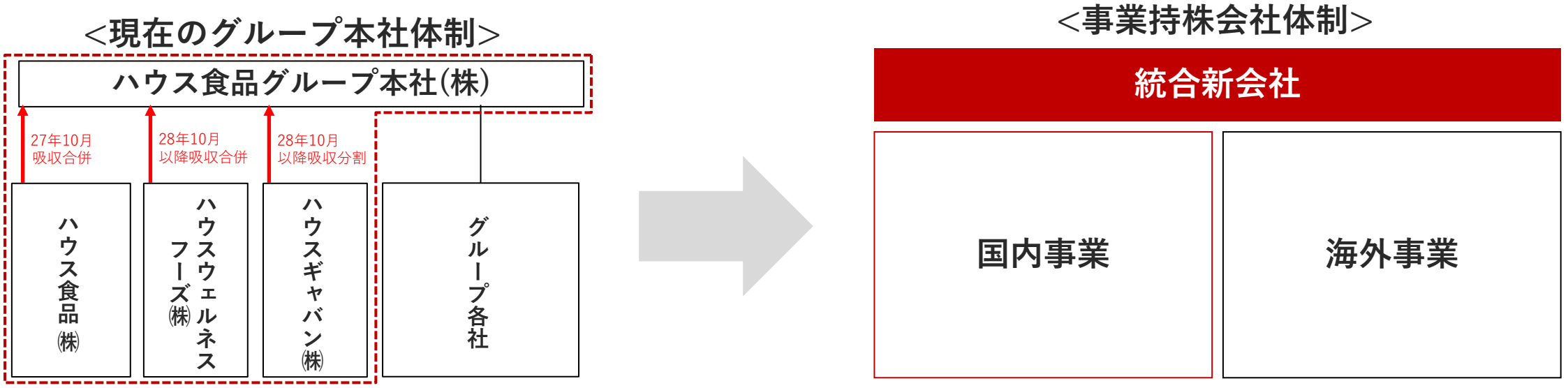
組織改革の狙い（26年5月開示）	新組織体制移行の基本方針
成長領域へのリソースの集中	1 **事業結合** グループ本社と各事業会社の統合を通じて グループ最適な戦略立案・資源投下による成長をめざす
意思決定スピード・実行力の向上	2 **ガバナンス変革** 執行責任の明確化と適切な権限委譲により 質高く・スピーディーな意思決定から成長を加速
組織のスリム化による生産性の向上	3 **機能統合** 共通機能を集約し、生産性向上を図る

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

【組織改革の実行】体制変更の概要

事業持株会社体制に移行。統合新会社がスパイス系VCのコントロールタワーとなり「*One House*」で国内外事業の成長戦略を一体的に推進

体制変更の概要



想定スキーム

- 以下２Stepでの新組織体制移行を想定

＜１＞2027年10月　　：グループ本社へのハウス食品の吸収合併により事業持株会社体制に移行
　　ハウスウェルネスフーズ、ハウスギャバンの部分統合により戦略機能を一体化
＜２＞2028年10月以降：ハウスウェルネスフーズの吸収合併、ハウスギャバンの吸収分割(生産機能会社化)を実施

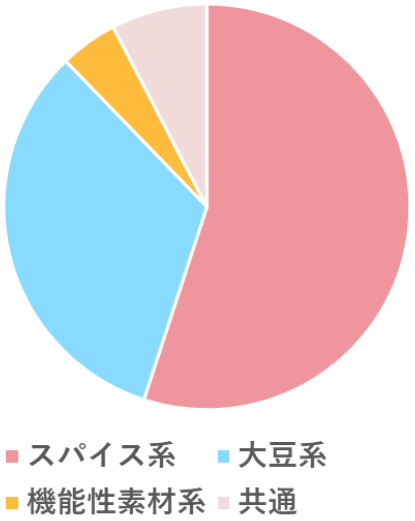
Copyright (c) House Foods Group Inc. All rights reserved.

【財務戦略の強化】次期中長期計画の資源配分の考え方

・投資　　：スパイス系VCの成長領域・基盤領域に投資を集中させる
・株主還元：利益成長と並行して自己資本の最適化を意識した還元計画を検討

投資方針

22.3期-26.3期
投資配分（比率）



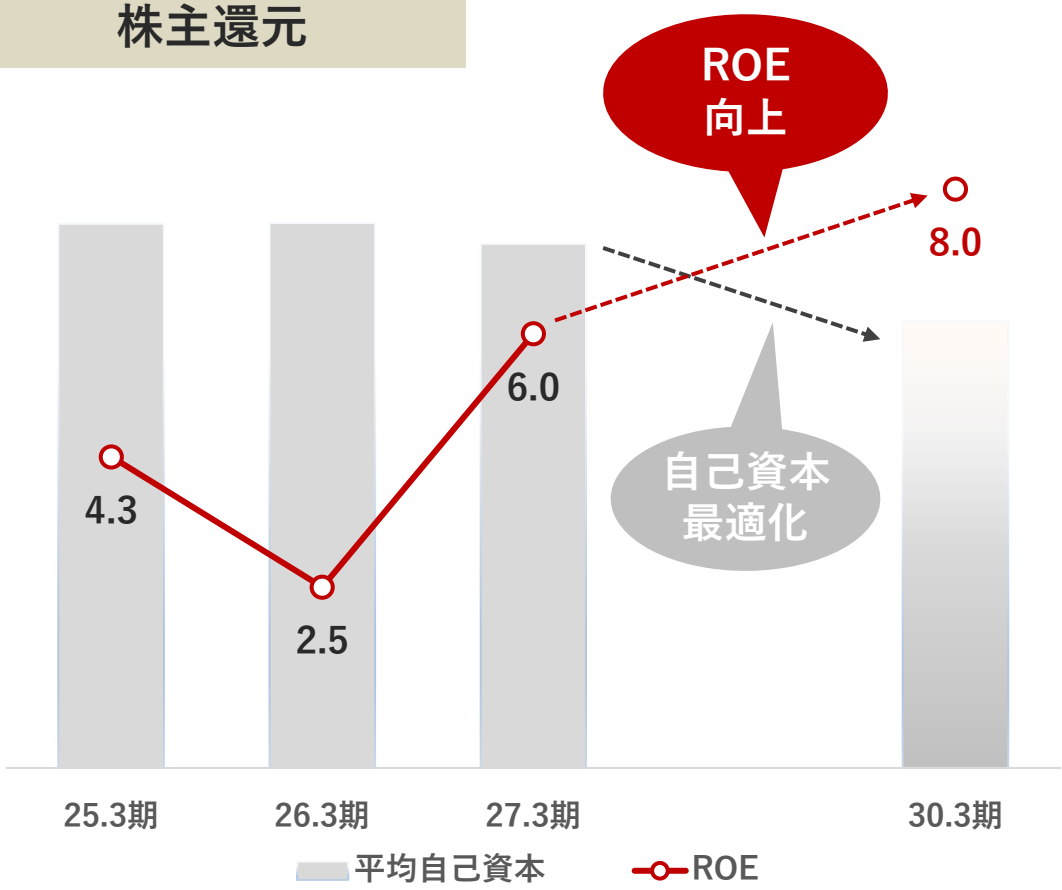
次期中長期計画

スパイス系VCへの
投資集中

【海外】
グローバル
成長の加速

【国内】
基盤領域の
生産性向上

株主還元



次期中長期計画は27.3期通期決算発表時に開示を予定

以上

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

2027年３月期中間期業績報告

2027年３月期通期修正計画

構造改革の進捗

補足

主要事業および製品群に関する価格改定一覧

補足：事業概要



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

配当について

27.3期配当金は年間100円を予定

◆配当金・配当性向の推移（18.3期～27.3期計画）

【利益配分の基本方針】25.3期～26.3期

・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

【新利益配分方針】27.3期より変更

・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

・市場環境やキャッシュ・フロー等を勘案したうえで、機動的な自己株式取得等の株主還元を実施

単位：円・％		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	27.3期
年間配当金	中　間	18	22	23	23	23	23	23	24	24	50
	期　末	20	22	23	23	23	23	24	24	46	50(予)
	合　計	38	44	46	46	46	46	47	48	70	100(予)
連結配当性向		41.7	32.8	40.4	53.1	32.9	32.9	26.0	36.4	87.8	51.4(予)
総還元性向		—	—	—	—	—	—	37.4	84.4	223.2	—

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

27.3期中間期セグメント業績（クール別）

補足：2027年３月期中間期業績報告

単位：億円

		1Q		2Q		上期	
		実績	対前年同期	実績	対前年同期	実績	対前年同期
連結	売上高	751	△6	813	+34	1,564	+28
	営業利益	40	+6	31	+6	71	+12
	EBITDA	72	+5	64	+5	136	+10
香辛・調味加工食品事業	売上高	313	+16	335	+15	648	+31
	営業利益	16	+5	22	+3	38	+8
	EBITDA	27	+5	33	+4	61	+9
健康食品事業	売上高	42	+2	45	△1	87	+0
	営業利益	5	+2	4	△2	9	+0
	EBITDA	7	+2	5	△2	12	+1
海外食品事業	売上高	166	+7	172	+26	338	+33
	営業利益	16	+2	8	+7	24	+9
	EBITDA	24	+1	17	+6	40	+7
外食事業	売上高	170	+12	183	+20	352	+32
	営業利益	8	△2	7	△3	14	△4
	EBITDA	17	△0	16	△2	33	△3
その他食品関連事業	売上高	89	△39	110	△25	199	△64
	営業利益	2	+0	4	+1	6	+1
	EBITDA	3	△0	4	+0	7	△0
調整（消去）	売上高	△29	△3	△32	△1	△61	△5
	営業利益	△7	△1	△14	△1	△21	△2

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

地域別売上高

補足：2027年３月期中間期業績報告

			旧会計基準ベース			新会計基準ベース						
			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	27.3期上期
連結		億円	2,967	2,937	2,838	2,501	2,534	2,751	2,996	3,154	3,170	1,564
日本		億円	2,586	2,528	2,388	2,065	2,030	2,134	2,282	2,368	2,355	1,126
海外	北米	億円	149	152	148	148	169	238	350	387	377	189
	東アジア	億円	148	149	157	151	178	204	220	225	251	139
	東南アジア	億円	73	94	134	125	141	158	125	149	158	93
	その他	億円	11	14	11	10	16	17	18	25	28	18
海外売上高比率		%	12.9	13.9	15.8	17.4	19.9	22.4	23.8	24.9	25.7	28.0

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

セグメント別上期実績、下期・通期計画

補足：2027年３月期通期修正計画

単位：億円

		上期			下期			通期		
		実績	対前年同期	増減率	修正計画	対前年同期	増減率	修正計画	対前期	増減率
連結	売上高	1,564	+28	+1.8%	1,676	+42	+2.6%	3,240	+70	+2.2%
	営業利益	71	+12	+20.9%	104	△20	△15.9%	175	△7	△4.1%
	EBITDA	136	+10	+0.5pt	174	△19	△1.4pt	310	△8	△0.5pt
香辛・調味加工食品事業	売上高	648	+31	+5.0%	732	+28	+4.0%	1,380	+59	+4.4%
	営業利益	38	+8	+26.9%	76	△22	△22.8%	114	△14	△11.2%
	EBITDA	61	+9	+1.0pt	100	△21	△3.5pt	161	△12	△1.4pt
健康食品事業	売上高	87	+0	+0.5%	93	+11	+13.5%	180	+11	+6.8%
	営業利益	9	+0	+0.4%	9	+3	+46.3%	18	+3	+17.9%
	EBITDA	12	+1	+0.6pt	12	+3	+2.2pt	24	+4	+1.3pt
海外食品事業	売上高	338	+33	+10.8%	339	+10	+3.0%	677	+43	+6.8%
	営業利益	24	+9	+64.7%	18	△1	△5.2%	42	+8	+25.0%
	EBITDA	40	+7	+1.0pt	36	△3	△1.2pt	76	+4	△0.1pt
外食事業	売上高	352	+32	+10.1%	374	+39	+11.6%	726	+71	+10.8%
	営業利益	14	△4	△23.4%	22	+6	+42.4%	36	+2	+6.2%
	EBITDA	33	△3	△1.8pt	42	+8	+1.2pt	75	+5	△0.3pt
その他食品関連事業	売上高	199	△64	△24.3%	196	△42	△17.6%	395	△106	△21.1%
	営業利益	6	+1	+26.2%	4	△0	△6.8%	10	+1	+10.5%
	EBITDA	7	△0	+0.8pt	5	△1	+0.0pt	13	△1	+0.4pt
調整（消去）	売上高	△61	△5	−	△57	△3	−	△118	△8	−
	営業利益	△21	△2	−	△24	△5	−	△45	△7	−

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

事業別動向

補足：2027年３月期通期修正計画

売上高前年比推移（億円・％）

			上期			下期			通期		
			実績	対前年同期		修正計画	対前年同期		修正計画	対前期	
香辛・調味加工食品事業 ハウス食品	ルウカレー	※	213	+14	+6.8%	211	+2	+1.1%	424	+16	+3.9%
	レトルトカレー	※	90	+3	+3.6%	100	+12	+13.6%	190	+15	+8.6%
	スパイス	※	122	+3	+2.2%	123	+6	+5.5%	245	+9	+3.8%
健康食品事業 ハウス ウェルネスフーズ	ウコンの力	※	30	+1	+4.5%	34	+3	+7.8%	65	+4	+6.2%
	C1000	※	25	△1	△3.9%	22	△1	△3.1%	48	△2	△3.6%
	１日分のビタミン	※	22	△1	△4.0%	19	△0	△0.6%	41	△1	△2.4%
海外食品事業 前期比 上段：円ベース 下段：現地通貨	米国事業		168	+3	+1.6% (△5.5%)	174	+6	+3.4% (△0.8%)	342	+8	+2.5% (△3.2%)
	中国事業		78	+16	+25.8% (+10.7%)	72	+5	+8.2% (+0.1%)	150	+21	+16.7% (+5.3%)
	東南アジア 機能性飲料事業		59	+10	+21.4% (+9.2%)	56	+5	+8.8% (+4.6%)	115	+15	+14.9% (+6.9%)
外食事業 壱番屋	壱番屋（連結）		352	+32	+10.0%	374	+39	+11.6%	726	+71	+10.8%
	壱番屋（単体）		263	+11	+4.4%	273	+19	+7.6%	536	+30	+6.0%
その他食品関連事業	ヴォークス・トレーディング（連結）		189	+26	+15.8%	187	+9	+5.2%	376	+35	+10.3%

※製品別実績は出荷ベースの参考値です

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

海外食品事業・グループ会社（27.3期 上期・下期・通期）

補足：2027年３月期通期修正計画

《海外食品事業》

		上期		下期		通期		
		実績	対前年同期	修正計画	対前年同期	修正計画	対前期	対８月公表値
海外食品事業	売上高	338	+33	339	+10	677	+43	+17
	営業利益	24	＋9	18	△1	42	＋8	＋3
	ROS（%）	7.0	+2.3pt	5.4	△0.5pt	6.2	+0.9pt	+0.3pt
米国事業	売上高	168	＋3	174	＋6	342	＋8	－
	営業利益	△4	＋1	△2	＋3	△6	＋5	△2
	ROS（%）	—	+0.7pt	－	+2.1pt	－	+1.4pt	△0.6pt
中国事業	売上高	78	+16	72	＋5	150	+21	+10
	営業利益	11	＋4	7	△1	18	＋3	＋2
	ROS（%）	14.5	+2.9pt	9.3	△1.9pt	12.0	+0.6pt	+0.6pt
東南アジア事業	売上高	69	+13	65	＋5	134	+18	+12
	営業利益	13	＋4	10	＋1	23	＋5	＋5
	ROS（%）	18.9	+2.9pt	15.3	+0.2pt	17.2	+1.6pt	+2.4pt
タイ機能性飲料事業	売上高	59	+10	56	＋5	115	+15	+12
	営業利益	13	＋4	10	＋1	23	＋5	＋5
	ROS（%）	21.3	+3.4pt	18.6	+1.2pt	20.0	+2.3pt	+2.5pt

《グループ会社》

		上期		下期		通期	
		実績	対前年同期	修正計画	対前年同期	修正計画	対前期
ヴォークス・トレーディング（連結）	売上高	189	+26	187	+9	376	+35
	営業利益	6	△0	4	△0	10	△1
	ROS（%）	3.0	△0.6pt	2.3	△0.3pt	2.7	△0.5pt

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

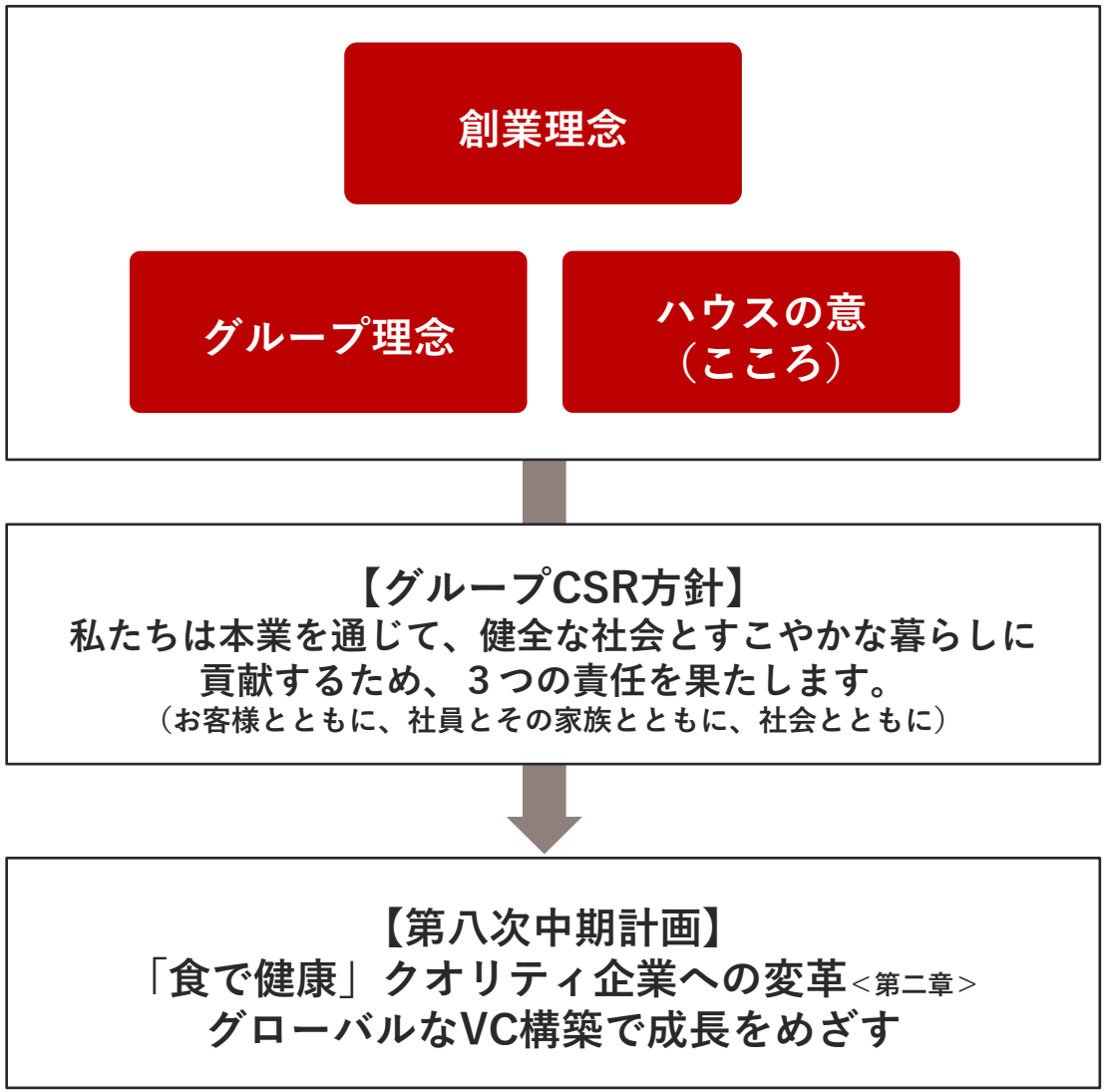
主要財務データ

補足：2027年３月期通期修正計画

		旧会計基準ベース →			新会計基準ベース →								
		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 上期	26.3期 通期	27.3期 上期	27.3期 修正予想
売上高	億円	2,967	2,937	2,838	2,501	2,534	2,751	2,996	3,154	1,536	3,170	1,564	3,240
営業利益	億円	176	190	194	194	192	167	195	200	59	182	71	175
経常利益	億円	191	208	198	198	211	183	211	214	64	195	77	187
親会社株主帰属当期純利益	億円	138	115	87	88	140	137	176	125	56	74	98	170
EBITDA	億円	302	323	311	311	301	285	330	339	126	318	136	310
設備投資	億円	113	163	113	113	124	152	147	134	63	164	72	165
減価償却費	億円	93	99	100	100	109	116	127	129	65	132	64	130
営業CF	億円	209	242	232	232	161	195	256	266	43	245	60	－
投資CF	億円	△10	△64	△86	△86	△104	△215	△23	△123	18	3	29	－
財務CF	億円	△173	△76	△62	△62	△101	△127	△74	△91	△103	△194	△172	－
総資産	億円	3,710	3,672	3,692	3,963	3,820	3,969	4,316	4,351	4,241	4,373	4,223	4,137
純資産	億円	2,791	2,809	2,873	2,869	2,986	3,013	3,216	3,229	3,184	3,227	3,142	3,003
自己資本	億円	2,473	2,488	2,581	2,578	2,690	2,723	2,922	2,928	2,892	2,928	2,848	2,706
１株当たり当期純利益	円	134.32	113.73	86.68	86.87	139.75	139.63	180.53	131.86	60.02	79.72	110.09	194.55
１株当たり配当金	円	44	46	46	46	46	46	47	48	24	70	50	100
＜当社が重視する経営指標＞													
ROIC	%	－	－	－	－	－	－	4.6	4.5	－	4.1	－	4.1
ATO	回	0.79	0.80	0.77	0.68	0.67	0.71	0.72	0.73	－	0.73	－	0.76
ROS	%	5.9	6.5	6.8	7.8	7.6	6.1	6.5	6.3	3.8	5.8	4.5	5.4
EBITDAマージン	%	10.2	11.0	10.9	12.4	11.9	10.4	11.0	10.8	8.2	10.0	8.7	9.6
ROA	%	4.7	5.1	5.3	5.3	5.1	4.3	4.7	4.6	－	4.2	－	4.1
自己資本比率	%	66.6	67.7	69.9	69.8	70.4	68.6	67.7	67.3	68.2	67.0	67.4	65.4
ROE	%	5.5	4.6	3.4	3.5	5.3	5.1	6.2	4.3	－	2.5	－	6.0

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

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
一．自分自身を知ろう
一．謙虚な自信と誇りを持とう
一．創意ある仕事こそ尊い
一．ハウスの発展は我々一人一人の進歩にある
一．ハウスの力は我々一人一人の総合力である
一．給与とは社会に役立つ事によって得られる
　報酬である
一．世にあって有用な社員たるべし、又社たるべし
一．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
一．社会にとって有用な社である為には
　利潤が必要である
一．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

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

セグメント別主要製品・サービス

補足：事業概要

香辛・調味加工食品事業

＜ハウス食品＞

ルウカレー



ルウシチュー



レトルトカレー



スパイス



マロニー



その他製品群



＜ハウスギャバン＞



健康食品事業

＜ハウスウェルネスフーズ＞

機能性スパイス



ビタミン



乳酸菌



海外食品事業

＜米国＞



＜中国＞



＜東南アジア＞



外食事業

＜壱番屋＞



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

主な秋冬向け新製品・バラエティ製品

補足：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
ウェルネス食品	ネルノダ 睡眠＋疲労感ケア 粒タイプ<10袋入>	（1,480円）	10月26日

（新製品）



（バラエティ）



（リニューアル）



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

食でつなぐ、人と笑顔を。

House

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。