

株主のみなさまへ
第68期 営業のご報告(第2四半期)



2013年4月1日～2013年9月30日

HOUSE FOODS GROUP REPORT

ANNIVERSARY

100th

おかげさまで100周年





ハウス食品グループ本社

取締役社長 **浦上 博史**

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。

グループメッセージ

食でつなぐ、人と笑顔を。

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。お陰さまで当社は、本年創業100周年を迎えました。ここまで歩み続けることができましたのは、株主のみなさまをはじめ、各方面の方々のご支援の賜物と、深く感謝申しあげます。

2014年3月期第2四半期の事業の概況をご報告させていただきまますので、ご高覧賜りますようお願い申しあげます。

海外事業の拡大や連結子会社の追加により、
増収となりました。

当第2四半期連結累計期間における経営環境は、政権交代や日本銀行の金融緩和を背景に、景気回復への期待感が広がるほか、過度な円高も修正局面に入り、輸出関連企業を中心に業績が改善するとともに、個人消費の一部にも持ち直しの動きが見られましたものの、内需産業である食品業界においては、食シーンやお客さまニーズが多様化するなか、消費動向は依然厳しいものがあり、原材料・燃料コストの上昇など、予断を許さない状況が続いております。

このような状況のなか、当社グループは、前連結会計年度からスタートした第四次中期計画で掲げる「国内コア事業の収益力強化および海外コア育成事業の展開加速」「開発力・コスト競争力の強化推進」に向けた取組を進めてまいりました。また、「各事業が成長戦略を描くための最適な組織体制の構築」については、本年10月より持株会社体制に移行し、組織体制の整備を行いました。

売上面におきましては、コア育成事業の海外事業が引き続き拡大していることに加え、本年5月に食材の輸入・販売等を営む㈱ヴォークス・トレーディングの株式を追加取得し、新たに連結子会社としたことなどから、当第2四半期連結累計期間の売上高は1,145億71百万円、前年同期比10.3%の増収となりましたが、目標に対しては4億29百万円の未達となりました。

海外での先行投資等を積極的に行いましたが、
利益は前年同期と同水準を確保しました。

利益面では、香辛・調味加工食品事業が成熟市場内での競争激化の影響により、健康食品事業が「C1000」の苦戦やウコン市場への競合他社の新規参入により、また海外事業では米国大豆価格の影響や東南アジアの事業基盤構築のためのマーケティングコストの投入などにより、全般的に収益環境は厳しい状況にありました。このようななか、ルウカレーの生産拠点再編に備えるために在庫を積み増しいたしましたことや、ハウスウェルネスフーズ株式会社取得時ののれん償却負担がなくなりましたことなどから、連結営業利益は46億60百万円と前年同期並みの実績を確保いたしました。目標に対しては12億400百万円の未達となりました。

期末に1株につき5円の
創業100周年記念配当を予定しております。

当社グループは、株主のみなさまへの利益還元を経営上重

要なテーマの一つとして位置付け、収益性の向上と財務体質の強化に努めるとともに、業績・事業計画などを総合的に勘案し、連結配当性向30%以上を基準とした安定的な配当を継続することを基本方針としております。

2014年3月期の中間配当金は、当初予定どおり、1株につき15円とさせていただきます。また、期末配当につきましては、1株につき5円の創業100周年記念配当を予定しております。

通期の業績予想を修正いたしました。

2014年3月期の見通しでございますが、アベノミクスや東京五輪招致決定による景気回復期待が広がる一方で、原材料価格の高騰やデフレ傾向の継続等、経営環境は引き続き厳しいものと予想されます。

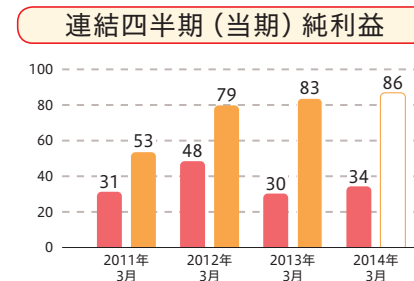
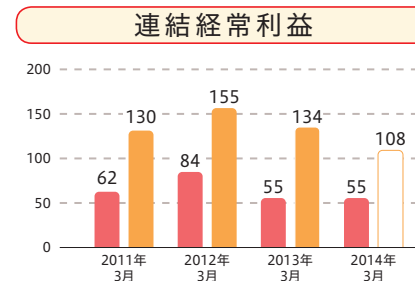
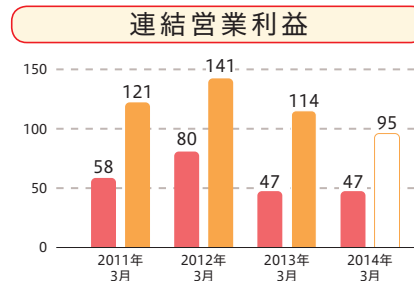
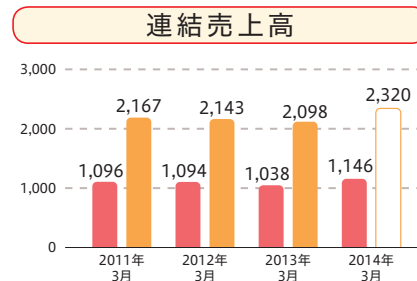
下半期は、売上・利益の一層の改善に努めてまいります。目標を下回った当第2四半期連結累計期間の業績を補うことは難しいと予想されることから、期初の通期業績予想を修正し、連結売上高は2,320億円(前期比10.6%増)、連結営業利益は95億円(前期比17.0%減)、連結経常利益は108億円(前期比19.7%減)、連結当期純利益は86億円(前期比4.2%増)を予定しております。

何卒株主のみなさまにおかれましては、引き続きご理解とご協力を賜りますようお願い申しあげます。

2013年12月

[単位：億円]

■ 第2四半期累計
(中間期)
■ 通期
□ 通期目標



香辛・調味加工食品事業

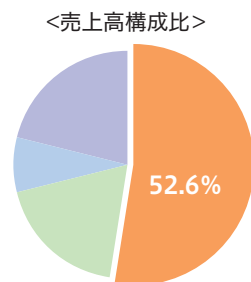
ルウカレー製品は、「パーモントカレー」発売50周年記念キャンペーンや新製品の投入、価格帯別のフルライン戦略の推進により、カテゴリ内シェアを拡大いたしました。メニュー間競争の影響などにより、前年同期を下回る売上となりました。

スパイス製品においては、取扱い拡大に向けた営業活動に継続して注力していることに加え、パンにふりかけて食べるという新しい価値・おいしさを提供した「パパン」シリーズが好調に推移したことなどから増収となりました。

レトルト製品は、本格的な味わいを追求した「ザ・ホテル」シリーズが着実にマーケットに浸透してきております。

その他、新製品では、簡便な調理が魅力のメニュー専用調味料「三ツ星食感」シリーズなど、お客さまの変化を捉えた製品の市場導入が順調に進みました。

以上の結果、香辛・調味加工食品事業の売上高は602億62百万円、前年同期比0.5%の増収、営業利益は27億7百万円、前年同期比0.7%の増益となりました。

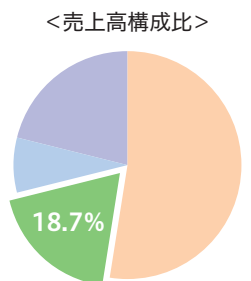


健康食品事業

主力の「ウコンのカ」シリーズは、テレビコマーシャルと連動した店頭露出活動に注力しましたものの、成長魅力のあるカテゴリーにおいて、他社競合製品とのシェアの奪い合いが激しさを増し、苦戦を強いられました。一方育成ブランド「メガシャキ」は、積極的な販売促進活動に加え、バラエティ製品を市場投入するなど、ブランド力向上および市場拡大に継続的に取り組んでおります。

ハウスウェルネスフーズ㈱の「C1000」シリーズは、他飲料メーカー・カテゴリーとの厳しい競争環境のなかで、「ビタミンレモン」が取扱いを拡大し順調に推移いたしました。PET飲料の競争激化の影響を受ける「レモンウォーター」が低調な動きとなり、トータルでは減収となりました。

以上の結果、健康食品事業の売上高は213億93百万円、前年同期比7.4%の減収、営業利益はハウスウェルネスフーズ㈱ののれん償却がなくなりましたことなどにより、14億27百万円、前年同期比42.3%の増益となりました。



海外事業

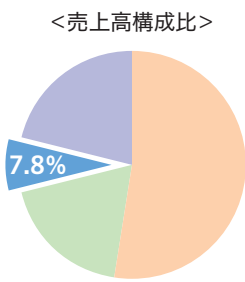
米国の豆腐事業は、引き続き新規顧客拡大が進み増収となりましたが、大豆価格が高騰していることなどから赤字となりました。10月に価格改訂を実施しており、収益改善を図っております。

中国のカレー事業は、継続的な市場開拓や啓発活動により、家庭用・業務用製品ともに好調に推移した結果、増収となりました。また、利益面でもコストダウンや販促費の効果的な運用により増益となりました。

東南アジアでは、タイで展開する機能性飲料事業が計画どおりに推移しているほか、ベトナムでも粉末デザート製品、粉末機能性飲料製品の発売を開始いたしました。

カレーレストラン事業は、新規出店に伴い事業拡大は進んでいるものの、中国および韓国での新店の一部が苦戦したことなどから、増収減益となりました。

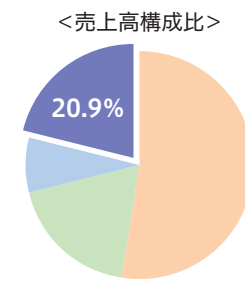
以上の結果、海外事業の売上高は89億85百万円、前年同期比35.0%の増収、営業利益は米国大豆価格の高騰や、東南アジア事業構築のためのマーケティングコストを先行投資したことなどにより、1億26百万円、前年同期比76.4%の減益となりました。



運送事業他

運送・倉庫事業を営むハウス物流サービス㈱は、グループ外企業の物流業務の受託拡大が進みましたほか、コストダウンの取組が奏功し、増収増益となりました。コンビニエンスストア向けの総菜等製造事業を営む㈱デリカシェフは、デザート類の売上が好調だったものの、焼成パン類が低調に推移し、増収減益となりました。また、新たに連結子会社となりました㈱ヴォークス・トレーディングが売上・利益の増加に寄与しました。

以上の結果、運送事業他の売上高は239億31百万円、前年同期比70.0%の増収、営業利益は3億98百万円、前年同期比7.0%の減益となりました。



○事業セグメント別 連結売上高・連結営業利益
単位:百万円

事業セグメント	連結売上高	連結営業利益
香辛・調味加工食品事業	60,262 (100.5)	2,707 (100.7)
健康食品事業	21,393 (92.6)	1,427 (142.3)
海外事業	8,985 (135.0)	126 (23.6)
運送事業他	23,931 (170.0)	398 (93.0)

()内は前年同期比%



「おかげさまで創業100周年」

2013年11月11日、当社は創業100周年を迎えました。

世の中のニーズをくみとり、また、その一步先を読みながら生み出された商品は、日本の成長とともに多様化したそれぞれの時代の食卓を演出してきました。そして“ハウス”は世界へ。海外での新しい食文化の創造に向けて、一步一步前進していきます。



「合名会社浦上靖介商店」時代の店構え

創業

- 1913 ● 「浦上商店」創立
- 1926 ● カレー業界進出



朝日新聞に
広告を掲載

復興

- 1947 ● 「浦上糧食工業所」設立
- 1949 ● 「ハウスカレー浦上商店」に改称
- 1954 ● 東京営業所設置
- 1959 ● 東大阪工場竣工
- 1960 ● 「ハウス食品工業」に改称
- 「印度カレー」



ハウスカレーの宣伝カー



東京営業所

発展

- 1963 ● 「バーモントカレー」
- 
- 1966 ● 奈良工場竣工
- 「シチューミクス」
- 
- 1968 ● 「ジャワカレー」
- 1970 ● レトルト食品発売
- 1971 ● 株式上場
- 1974 ● 東京本部設置

事業拡充

- 1976 ● 福岡工場竣工
- 1978 ● 「とんがりコーン」
- 1979 ● 「うまかつちゃん」
- 1981 ● ロスアンゼルス駐在所設置
- 1982 ● 静岡工場竣工



静岡工場

- 1983 ● 「カレーマルシェ」
- 1989 ● カレーハウスアメリカ設立
- 1993 ● ソマテックセンター竣工
- 「ハウス食品」に改称
- 1996 ● 「こくまるカレー」「北海道シチュー」



グローバル

- 1997 ● 東京本社ビル竣工
- 上海カレーハウス設立
- 1999 ● 「咖喱屋カレー」
- 2000 ● 台湾カレーハウス設立
- 2003 ● ハウスフーズホールディングUSA設立
- 2004 ● 上海ハウス食品設立
- ギャバンと業務提携
- 「ウコンの力」
- 2006 ● ハウスウェルネスフーズ設立
- 2007 ● 韓国カレーハウス設立
- 2011 ● ハウス食品(上海)商貿設立
- ハウスオソサファフーズ設立
- 2012 ● ハウスフーズベトナム設立
- 2013 ● 大阪本社ビル竣工
- 持株会社体制へ移行
- グループ理念創設



東京本社



大阪本社

創業・復興・発展

1913年(大正2年)、当社は大阪に、後の繁栄の礎となるカレー粉の原料を扱う薬種化学原料店「浦上商店」として産声を上げました。

今では、こどもから大人までみんなが大好きなカレー。そんなカレーが日本の国民食となるまでには、地道な活動の積み重ねがありました。



ハウスカレーのパッケージをかたどった宣伝カー

創業のストーリー

1892年、創業者・浦上靖介は、徳島で5人兄弟の末っ子として誕生、1902年から大阪船場の薬種問屋で10年間奉公し、大阪商人としての心構えや商売の基礎をみっちり仕込まれました。その後、1913年に、現在の大阪・松屋町筋に薬種化学原料店「浦上商店」を創立しました。

「商売は信用が第一、信用こそが資本であり、商売の命である」という靖介の仕事ぶりに、商売は順調に拡大していきました。

1921年頃には、瓶詰カレー粉の委託販売をきっかけに、本格的なカレー粉の研究に没頭し始めました。そして1926年、薬種化学問屋としての感覚と嗅覚を活かし、オリジナル粉末即席カレー「ホームカレー」を完成させ、食卓で家族がカレーを食べる姿を想像し、その後「ハウスカレー」と名付けたのでした。



創業者 浦上靖介



発売初期のハウスカレーの包装紙

積極的な広告宣伝活動

カレーを食べたことのない人が多かった時代に、簡単な調理法とそのおいしさを実際に知ってもらうため、実演販売員を小売店店頭へ派遣、お客さまの目の前で調理し、試食してもらうという食品業界初の試みである実演宣伝販売を開始しました。また「ハウスカレー」の名前を広めるため、新聞や電車の車内広告など、さまざまな広告手段を積極的に活用し、「ハウス」の名前は、少しずつお客さまに浸透していきました。

戦後、民間のラジオ局やテレビ局が開局すると、いち早くCMをスタートさせ、売上は急伸、事業拡大を進めていきました。また、パッケージをかたどった宣伝カーを日本全国に巡回させて大評判となるなど、宣伝やメディアの力を最大限に活かし、「ハウスカレー」は戦後の日本へ浸透していきました。



初のテレビCM (1957年頃)



店頭での実演宣伝販売風景



発売初期のバーモントカレー

家業から企業へ 「バーモントカレー」発売

創業者・浦上靖介の二男で、当時副社長だった浦上郁夫は、新しい商品として“大人から子供までいっしょに食べられるマイルドなカレー”を発売したいと考えました。そして、アメリカ東部のバーモント州に伝わるリングとハチミツを使ったバーモント健康法にヒントを得て、1年6カ月間におよぶ研究の末、1963年にハウス食品の代名詞とも言える「バーモントカレー」が誕生しました。

その後は、研究所・研修所・営業所・工場を次々と設置し事業展開を加速、1971年には東京・大阪の両証券取引所に株式上場を行いました。



浦上郁夫



事業拡充・グローバル

1980年に年商1,000億円を達成。翌年には海外への事業展開を開始しました。

“ハウス”は世界の多くのお客さまへ、おいさと健康をお届けし、食を通じて人と笑顔をつなげます。世界の食卓に“ハウス”を発信していきます。

新しいシンボルマーク誕生

1980年、会社のシンボルマークを、それまでの「家」のマークから、Humanity（人間性）、Health（健康）、Happiness（幸福）の3つの意味を込めた「h」マークに変更し、企業スローガンを「楽しい家庭料理の世界をひろげるハウス食品」に設定。お客さまのお役に立つ価値をともに創る企業をめざしました。



製造業から創造業への転換

1985年、浦上郁夫社長が日航機事故により急逝。当社は大きな試練を迎えましたが、「大きな会社というより、いい会社と呼ばれるようにしたい」という浦上郁夫社長の遺志を継ぎ、チャンスに変えるべく新たな一歩を踏み出しました。1993年には、単に「モノを造る企業」ではなく、「お客さまに役立つ生活価値を創る企業」をめざして「製造業から創造業への転換」を宣言、社名から「工業」の2文字を外し、ハウス食品株式会社に社名を変更しました。またこの年、マーケティングと製品開発技術の融合を具現化する場として、ソマテックセンター（現：千葉研究センター）を千葉県四街道市に開設しました。



ソマテックセンター（現：千葉研究センター）

“ハウス”は世界へ

1981年、海外初の拠点である「ロスアンゼルス駐在所」を設置したことが、ハウス食品の海外展開のスタートとなりました。国内で培った技術力や開発力を海外でも展開することで、「世界中の食卓の幸せ」に貢献したいという想いのもと、現地の食文化に浸透していくため、文化の壁を越えて新たな喜び・驚きと信頼を合わせ持った製品・サービスを提供したいと考えています。

《中国》

2000年代に入ると、飛躍が期待できる中国市場において、“カレーを中国の国民食に”を合言葉にルウカレーの現地生産を開始。地道な試食宣伝や広告展開により、日本式カレーが中国のお客さまに着実に浸透してきています。いつの日かカレーが中国のご家庭で人気ナンバーワンメニューになることを願って、引き続き注力していきます。



中国で製造・販売しているルウカレー



上海ハウス食品社 設立記念式典

《米国》

1983年、現地の豆腐製造メーカーに出資し、豆腐事業を開始しました。現在では「ハウスフーズアメリカ社」と2012年に現地企業を買収し設立した「エルプリトーメキシカンフーズプロダクト社」が、アメリカ全土に大豆関連食品を広めるため、日々活動しています。



米国で展開する豆腐製品

《東南アジア》

成長著しい東南アジアにおいて、2012年にタイで、2013年からはベトナムで事業を開始し、現地のお客さまの嗜好やニーズを素早く取り入れ、現地で生産する製品をご提供しています。また、同エリアにおける事業基盤を早期に構築するため、本年4月、シンガポールにアセアンセンターを設立しました。ここを起点に東南アジア諸国へのビジネス拡大を進めていきます。



タイで製造・販売している機能性飲料「C-vitt(シービット)」



ハウスフーズベトナム社工場

新しい100年に向けて

～ハウス食品グループ本社 浦上社長に聞く～

創業者・浦上靖介が1913年に大阪に薬種化学原料店「浦上商店」を開業してから、お陰さまで今年で創業100周年を迎えることができました。ここまで100年間歩みを続けてくることができたのは、株主のみなさまをはじめ、当社製品をご愛用いただいているお客さまや、お取引先のみなさまのご支援の賜物と感謝いたしております。誠にありがとうございます。

持株会社体制へ

10月1日より、ハウス食品グループは持株会社体制に移行しました。創業100周年という節目の年にこの組織変革を行いましたのは、今後のさらなる成長のためには、グループ企業それぞれが自らの役割機能を果たすことでグループとしての総合力を向上させる必要があるとの強い想いからです。今回の持株



会社体制移行により、ハウス食品グループは、カレー・シチュー・スパイスなどの香辛・調味加工食品事業を担う「ハウス食品株式会社」と、「ウコンの力」や「C1000」などの健康食品事業を担う「ハウスウェルネスフーズ株式会社」という中核事業会社2社をコア事業とし、また中国・米国・アセアンの3つのエリアセンターを中心に展開を進めている海外事業をコア育成事業とする事業本位の組織体制となりました。私たちグループ社員一人ひとりが、よりお客さま視点、より事業視点で、意識と行動を変革していきたいと考えております。

グループ理念の制定

また、今回の持株会社体制移行を機に、新しくグループ理念を制定しました。持株会社体制移行後も、事業会社は事業会社としての企業理念を持ちますが、それらを包括するグループとしての1つの理念を制定する必要性が生じてまいりました。よき企業市民として社会において果たすべき3つの責任、“お客さまに対して”“社員に対して”“社会に対して”これを1つのステートメントで表現するものとして、今回新たにグループ理念を制定しました。

不易流行

私は社内で、“不易流行”という言葉をよく口にします。不易とはいつまでも変わらないことを、流行とは時代に応じて変化



することを意味します。今回の組織変革やグループ理念の制定は、私たちにとっては大きな変化ですが、一方で、今日まで脈々と受け継いできた「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」というハウス食品の創業理念は、変わることのない不易なものとして、これからもグループ全体で共有していきます。

本年9月には、メーカーとしての発祥の地である東大阪市に大阪本社新社屋が竣工いたしました。“日本中の家庭を幸福にしたい”という願いを込めて、この地でカレー作りを始めた創業者や諸先輩方の想いを、グループ社員全員がしっかりと受け止め、新しい100年に引き継いでいきたいと思っております。

グッドパートナーをめざして

私たちハウス食品グループは、食を通じて、笑顔のある暮らしを、また笑顔のある社会をともに作るグッドパートナーをめざして、新しい100年をみなさまとともに歩んでいきたいと考えております。より良い会社になれるよう、これからも努力を続けてまいります。株主のみなさまには、変わらないご支援を賜りますようお願い申し上げます。

■ 新グループ理念

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

時代によって食のカタチが変化しても、
変わらない食のチカラがあります。
食のチカラは、人を育み、人をつなぎ、人を笑顔にします。

私たちハウス食品グループは、
食を通じておいしさとお届けし、
人とつながり、人と人をつなげたい。
絆やぬくもりを大切に、
すべてのステークホルダーと共に
笑顔ある暮らしをつくりたい。

常に新しい価値を創造しながら。

家庭の食卓はもちろん、外での食事、さらに世界でも。
食に関わるすべてのシーンへ。

お客さまの笑顔を、
社員とその家族の笑顔を、
そして笑顔あふれる社会を
共に作るグッドパートナーをめざします。

■ 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。
～幸せな家庭のマーク～

■ ハウスの意

社は 誠意 創意 熱意 を持とう。

三ツ星の食感をご家庭で

三ツ星食感シリーズ

〈衣サクサク
ミルフィーユ風カツ〉

〈皮目パリパリ
照焼きチキン〉

〈やわらか
豚の生姜焼き〉

〈衣サクサク
揚げないトンカツ〉

パリパリ、サクサク、カリカリなど、おいしい食感の定番メニューが、フライパンで簡単に作れるメニュー専用調味料シリーズです。手抜き感のない「おいしい食感の料理」をお手軽にお楽しみいただける5つの味をラインアップいたしました。

醤油溶け実感！口溶け実感！
風味や辛さが際立ち、わさびが
もっとおいしくなりました。

無果汁
ギガシャキ

スパイスの力で
強力刺激！

ギガシャキ

〈特選本香り
生わさび〉

〈おろし
生わさび〉

〈おろし生わさび
(お徳用)〉

〈料亭
生わさび〉

〈本きざみ
生わさび〉

※ハウスのチューブ入りねりスパイスは全品無着色

「メガシャキ」シリーズから「ギガシャキ」を新発売しました。リフレッシュした状態がもっと続いてほしいというご要望にお応えし、香辛料抽出物(ショウガ、トウガラシ)に加え、刺激成分のクロシンを配合したジンジャーレモン味の非炭酸リフレッシュ飲料です。スパイスの刺激で眠気がスッキリし、残業・長距離運転・受験勉強などのシーンでもシャキッと頑張ることができます。

新たに2社をグループ化し 海外事業展開の加速と原料・素材ビジネスを強化

当社は、持分法適用関連会社の(株)堀江大和屋の全株式を昨年12月に、(株)ヴォークス・トレーディングの株式を本年5月に追加取得し、新たにグループ化(連結対象子会社)いたしました。

(株)堀江大和屋は、日本において松茸等のきのこ類、山菜等を使った農産物加工品の輸入卸を営んでおります。また、中国大連市に敷地面積約4万㎡の工場を有し、きのこ類、山菜、水産物のレトルト食品等の製造を行っているほか、中国で店舗展開している上海ハウスカレーココ壱番屋レストラン社のセントラルキッチン機能も担っています。

(株)ヴォークス・トレーディングは、米・麦・豆類等の穀類から、わさびや洋風スパイス等の香辛料、マンゴーや白桃等のフルーツ、オクラ・モロヘイヤ等の生鮮野菜といった多彩な「食」の輸出入を行う商社です。また、海外に圃場や生産拠点を有し、農産物の育成・収穫・加工・出荷までを一元管理できる体制を整えていることが大きな強みです。

両社が持つ食品原材料調達力や海外における生産拠点を活用し、ハウス食品グループ内でシナジーをより一層生み出し、グループトータルとして企業力向上に取り組んでまいります。

**株式会社
堀江大和屋**

中国 大連工場

● 創業	1973年
● 本社	大阪市浪速区
● 資本金	3,700万円
● 代表者	松浪 隆

**株式会社
ヴォークス・
トレーディング**

● 創業	2002年
● 本社	東京都中央区
● 資本金	5億円
● 代表者	川邊 晴樹

連結貸借対照表

単位:百万円

	当第2四半期末 (2013年9月30日現在)	前期末 (2013年3月31日現在)
資産の部		
流動資産	122,156	107,135
固定資産	139,739	143,645
有形固定資産	57,677	56,112
無形固定資産	2,809	1,787
投資その他の資産	79,253	85,746
資産合計	261,895	250,780
負債の部		
流動負債	48,545	39,515
固定負債	11,606	11,938
負債合計	60,151	51,452
純資産の部		
株主資本	190,791	188,963
資本金	9,948	9,948
資本剰余金	23,868	23,868
利益剰余金	156,977	155,148
自己株式	△ 3	△ 1
その他の包括利益累計額	9,703	9,768
その他有価証券評価差額金	9,597	10,840
繰延ヘッジ損益	△ 5	-
為替換算調整勘定	112	△ 1,072
少数株主持分	1,250	596
純資産合計	201,744	199,328
負債純資産合計	261,895	250,780

連結損益計算書

単位:百万円

	当第2四半期 累計期間 (2013年4月～ 2013年9月)	前第2四半期 累計期間 (2012年4月～ 2012年9月)
売上高	114,571	103,831
売上原価	66,462	56,922
売上総利益	48,109	46,909
販売費及び一般管理費	43,449	42,251
営業利益	4,660	4,658
営業外収益	1,095	975
営業外費用	230	175
経常利益	5,525	5,458
特別利益	37	13
特別損失	175	411
税金等調整前四半期純利益	5,386	5,060
法人税等	1,904	2,024
少数株主利益	66	22
四半期純利益	3,416	3,014

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円

	当第2四半期 累計期間 (2013年4月～ 2013年9月)	前第2四半期 累計期間 (2012年4月～ 2012年9月)
営業活動によるキャッシュ・フロー (うち減価償却費)	5,270 (2,438)	3,552 (2,396)
投資活動によるキャッシュ・フロー	3,535	△ 6,817
財務活動によるキャッシュ・フロー (うち配当金の支払額)	△ 1,659 (△ 1,587)	△ 3,111 (△ 1,599)
現金及び現金同等物に係る換算差額	326	△ 35
現金及び現金同等物の増減額	7,472	△ 6,411
現金及び現金同等物の期首残高	47,715	41,190
現金及び現金同等物の四半期末残高	55,187	34,779

貸借対照表

単位:百万円

	当第2四半期末 (2013年9月30日現在)	前期末 (2013年3月31日現在)
資産の部		
流動資産	94,872	92,178
固定資産	156,087	159,256
有形固定資産	31,313	30,521
無形固定資産	920	711
投資その他の資産	123,855	128,024
資産合計	250,960	251,434
負債の部		
流動負債	39,125	39,404
固定負債	5,506	6,221
負債合計	44,631	45,625
純資産の部		
株主資本	196,743	194,943
資本金	9,948	9,948
資本剰余金	23,815	23,815
利益剰余金	162,982	161,180
自己株式	△ 3	△ 1
評価・換算差額等	9,585	10,867
その他有価証券評価差額金	9,585	10,867
純資産合計	206,329	205,809
負債純資産合計	250,960	251,434

損益計算書

単位:百万円

	当第2四半期 累計期間 (2013年4月～ 2013年9月)	前第2四半期 累計期間 (2012年4月～ 2012年9月)
売上高	69,497	70,025
売上原価	33,553	34,241
売上総利益	35,944	35,784
販売費及び一般管理費	32,336	32,226
営業利益	3,609	3,559
営業外収益	1,811	2,313
営業外費用	160	276
経常利益	5,259	5,595
特別利益	11	10
特別損失	62	379
税引前四半期純利益	5,208	5,227
法人税、住民税及び事業税	1,820	1,760
四半期純利益	3,389	3,467

会社概要

(2013年10月1日現在)

- ◆創業年月日 1913年11月11日
- ◆設立年月日 1947年6月7日
- ◆資本金 9,948,323,523円
- ◆事業内容 グループ戦略立案、事業会社(国内・海外)への経営サポートならびに国際事業統括
- ◆従業員数 215名(連結:5,344名※9月30日現在)
- ◆所在地 大阪本社/〒577-8520
大阪府東大阪市御厨栄町一丁目5番7号
TEL 06-6788-1231 (大代表)

東京本社/〒102-8560
東京都千代田区紀尾井町6番3号
TEL 03-3264-1231 (大代表)

役員

(2013年10月1日現在)

- | | | | |
|---------|-------|---------|-------|
| 代表取締役会長 | 小瀬 昉 | 監査役 | 伊藤 研三 |
| 代表取締役社長 | 浦上 博史 | 監査役 | 加藤 智一 |
| 代表取締役専務 | 松本 恵司 | 監査役(社外) | 由本 泰正 |
| 専務取締役 | 広浦 康勝 | 監査役(社外) | 仁瓶 眞平 |
| 常務取締役 | 井上 始 | 監査役(社外) | 進藤 大二 |
| 常務取締役 | 工東 正彦 | | |
| 取締役 | 藤井 豊明 | | |
| 取締役 | 田口 昌男 | | |
| 取締役(社外) | 山本 邦克 | | |

株式の状況

(2013年9月30日現在)

- 発行済株式総数 105,761,763株
- 発行可能株式総数 391,500,000株
- 株主総数 64,387名
- 1単元の株式数 100株

《2014年3月期配当金》

	1株当たり配当金
第2四半期末	15円(前期比±0円)
期末(予想)	20円(前期比+5円)※
年間(予想)	35円(前期比+5円)※

※創業100周年記念配当:5円

大株主

(2013年9月30日現在)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
ハウス興産株式会社	12,585,616	11.90
株式会社HKL	6,400,000	6.05
株式会社三井住友銀行	3,668,027	3.47
公益財団法人浦上食品・食文化振興財団	2,872,200	2.72
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,740,600	2.59
味の素株式会社	2,693,543	2.55
日清食品ホールディングス株式会社	2,463,400	2.33
浦上 節子	2,325,569	2.20
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,212,900	2.09
日本生命保険相互会社	2,075,410	1.96

(注)持株比率は、自己株式(1,919株)を控除して算出しております。

グループ会社

(2013年10月1日現在)

〈連結子会社〉

香辛・調味加工食品事業

- ハウス食品株式会社
- サンハウス食品株式会社
- サンサプライ株式会社
- ハウスあいファクトリー株式会社
- 朝岡スパイス株式会社

健康食品事業

- ハウスウェルネスフーズ株式会社

海外事業

- 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
- エルプリトーメキシカンフードプロダクト社
- 上海ハウス食品社
- 上海ハウスカレーココ壱番屋レストラン社
- ハウス食品(上海)商貿社
- ハウスレストラン管理(北京)社
- 台湾カレーハウスレストラン社
- 韓国カレーハウス社
- ハウスフーズベトナム社
- ハウスオンソファフーズ社

運送事業他

- 株式会社デリカシェフ
- ハウス物流サービス株式会社
- ハイネット株式会社
- 株式会社ハウス食品分析テクノサービス
- ハウスビジネスパートナーズ株式会社
- 株式会社ヴォークス・トレーディング
- ティムフード社
- ジャワアグリテック社
- 株式会社堀江大和屋
- 大連堀江大和屋食品社

〈持分法適用関連会社〉

- 株式会社壱番屋
- サンヨー缶詰株式会社
- イチバンヤUSA社
- 株式会社ヴォークス・トレーディングタイ
- 壱番屋香港社

株主優待制度

6月・12月の年2回、下記の基準により当社グループの製品詰合せを「株主優待」として贈呈しております。写真は、2013年12月上旬に贈呈した株主優待製品です。

100株以上1,000株未満

[1,000円相当の詰合せ]



1,000株以上

[3,000円相当の詰合せ]



2013年12月上旬に贈呈した株主優待には、創業100周年記念として、「パーモントカレー発売当時の復刻版パッケージ品」をお届けさせていただきました。

毎年3月末および9月末現在の株主名簿に単元株(100株)以上、かつ2回以上連続して記載された株主さまが対象となります。

株主メモ

- **事業年度** 4月1日から翌年3月31日
- **中間配当制度** あり
- **定時株主総会** 毎年6月開催
- **株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関** 三井住友信託銀行株式会社
東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
- **株主名簿管理人事務取扱場所** 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
大阪市中央区北浜四丁目5番33号
- **【郵便物送付先】** 〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号
三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
- **【電話照会先】** ☎ 0120-782-031
- **公告の方法** 電子公告により、当社ホームページ
<http://housefoods-group.com>に掲載して行います。
ただし、電子公告を行えない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載いたします。
- **上場証券取引所** 東京
- **証券コード** 2810
- **株主さま窓口** ハウス食品グループ本社株式会社 総務部 総務課
〒577-8520
大阪府東大阪市御厨栄町一丁目5番7号
電話(06)6788-1214

○『復興特別所得税』に関するご案内

2013年1月1日より「東日本大震災からの復興のための施策を実施するために必要な財源の確保に関する特別措置法」(平成23年法律第117号)が施行され、**2013年1月1日から2037年12月31日までの間(25年間)に生じる所得には、その所得税額の2.1%が『復興特別所得税』として課税されることとなりました。**

株式等の配当金等も『復興特別所得税』の対象となり、源泉所得税を徴収する際、復興特別所得税が併せて徴収されます。

〈上場株式等の配当等に係る源泉徴収税率について〉

配当等の支払開始日	2013年1月1日 ～2013年12月31日	2014年1月1日 ～2037年12月31日	2038年1月1日～
	10.147%	20.315%	20%
上場株式等の配当等の税率	内訳 所得税 ^(※1) + 復興特別所得税 7.147% ^(※2) 住民税 ^(※1) 3%	内訳 所得税 ^(※1) + 復興特別所得税 15.315% ^(※3) 住民税 5%	内訳 所得税 15% 住民税 5%

(※1) 上場株式等の配当等に係る所得税率・地方税率は、2013年12月31日までは租税特別措置法により所得税7%・住民税3%に軽減されています(本則:所得税15%・住民税5%)。

(※2) 当該期間の所得税率(軽減税率) 7% + 復興特別所得税に係る追加分0.147%(7% × 復興特別所得税率2.1%)

(※3) 当該期間の所得税率(本則税率)15% + 復興特別所得税に係る追加分0.315%(15% × 復興特別所得税率2.1%)
(本ご案内は2013年11月時点の情報をもとに作成しています)

その他ご留意事項等については、所轄の税務署へご確認ください。

○株式に関する手続きについて

株式に関する手続きのお問い合わせ先は、下記のとおりです。

口座の種類 お手続き内容	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 ☎ 0120-782-031	
○支払期間経過後の 配当金に関するご照会		
○株式事務に関する 一般的なお問い合わせ		

※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。

ハウス食品グループ本社株式会社

〒577-8520 大阪府東大阪市御厨栄町一丁目5番7号
電話 (06) 6788-1231 (大代表)
<http://housefoods-group.com>



見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。



この報告書は、FSC®認証紙と、環境に優しい植物油インキを使用して印刷しています。