

食でつなぐ、人と笑顔を。



日興 Web IR Day 個人投資家様向け会社説明資料

ハウス食品グループ本社株式会社

証券コード：2810

01. ハウス食品グループについて

02. 事業概要

03. 中期計画

04. 業績概要

05. 株主還元

※2022年3月期以降は新基準として「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用

※2022年9月30日付での米国キーストーンナチュラルホールディングス社との企業結合について、2024年3月期第1四半期連結会計期間に同社取得原価の配分（PPA）が完了しました。当会計処理の完了に伴い、PPA完了の内容を反映させた金額を用いています。

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

01. ハウス食品グループについて

02. 事業概要

03. 中期計画

04. 業績概要

05. 株主還元

会社概要



(2023年3月末現在)

会社名

ハウス食品グループ本社株式会社
【証券コード：2810 東証プライム】

本社

東京本社 〒102-8560 東京都千代田区紀尾井町6番3号
大阪本社 〒577-8520 大阪府東大阪市御厨栄町1丁目5番7号

資本金

99億4,832万円

創業年月日

1913年11月11日

代表者

代表取締役社長 浦上 博史

従業員数

6,502名（連結）
※日本：4,303名 海外：2,199名

株主数

73,983名

グループ 会社数

43社（国内：17社 海外：26社） 持分法適用関連会社 5社
(2024年3月末現在)

創業理念・グループ理念



創業理念

グループ理念

ハウスの意 (こころ)

【グループCSR方針】

私たちは本業を通じて、健全な社会と
すこやかな暮らしに貢献するため、
3つの責任を果たします。

(お客様とともに、社員とその家族とともに、社会とともに)

【グループの目指す姿】

「食で健康」クオリティ企業への変革<第二章>
4 系列バリューチェーンへのチャレンジ

中期計画

◇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

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

3つの責任



お客様への責任

事業を通じて人々のお役に立つ

持続的に成長し、世の中に独自の価値を提供し続ける

社員とその家族への責任

社の事業は人が生み出し
社の価値は人が創造する

社員の成長＝企業の成長
社員本人はもちろん
その活躍を支える家族への
責任を果たす

社会への責任

社会の一員として
担うべき役割

独自の強みを活かした
社会課題解決により
社会に求められる存在へ

企業としてただ利益の極大化に邁進するのではなく、
様々なステークホルダーにとっての「グッドパートナーでありたい」
という想いを表したもの

事業概要



香辛・調味加工食品事業 42.1%



ルウカレー ルウシチュー レトルトカレー



スパイス その他製品群



ハウスギャバン マロニー

その他食品関連事業 17.9%

- ・食材の輸入販売
- ・総菜等の製造・販売
- ・食品の分析 等

※売上高構成比はセグメント間取引消去前

23.3期
セグメント別
売上高構成比

5.8% 健康食品事業



機能性スパイス ビタミン 乳酸菌

17.2% 海外食品事業



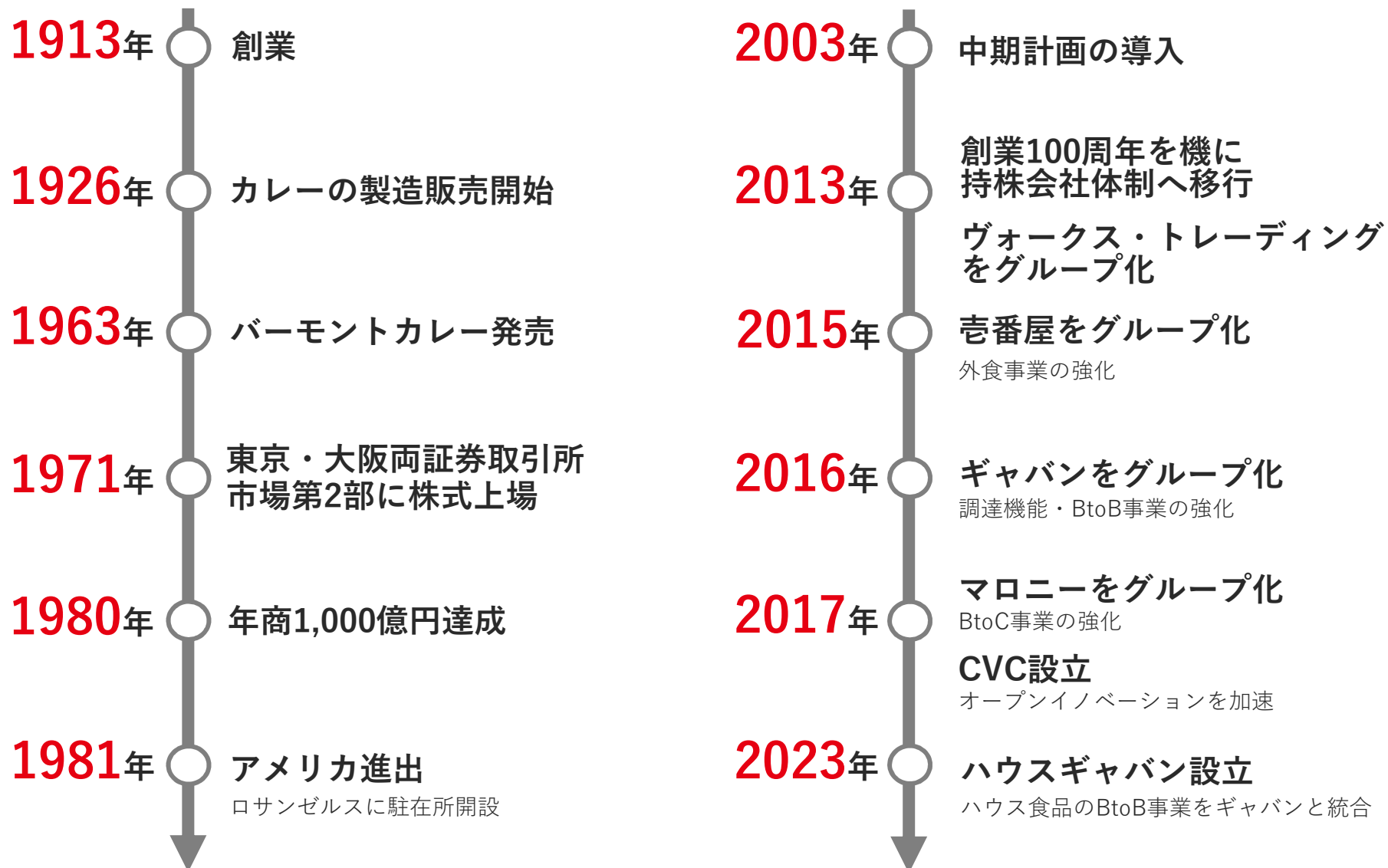
米国 中国



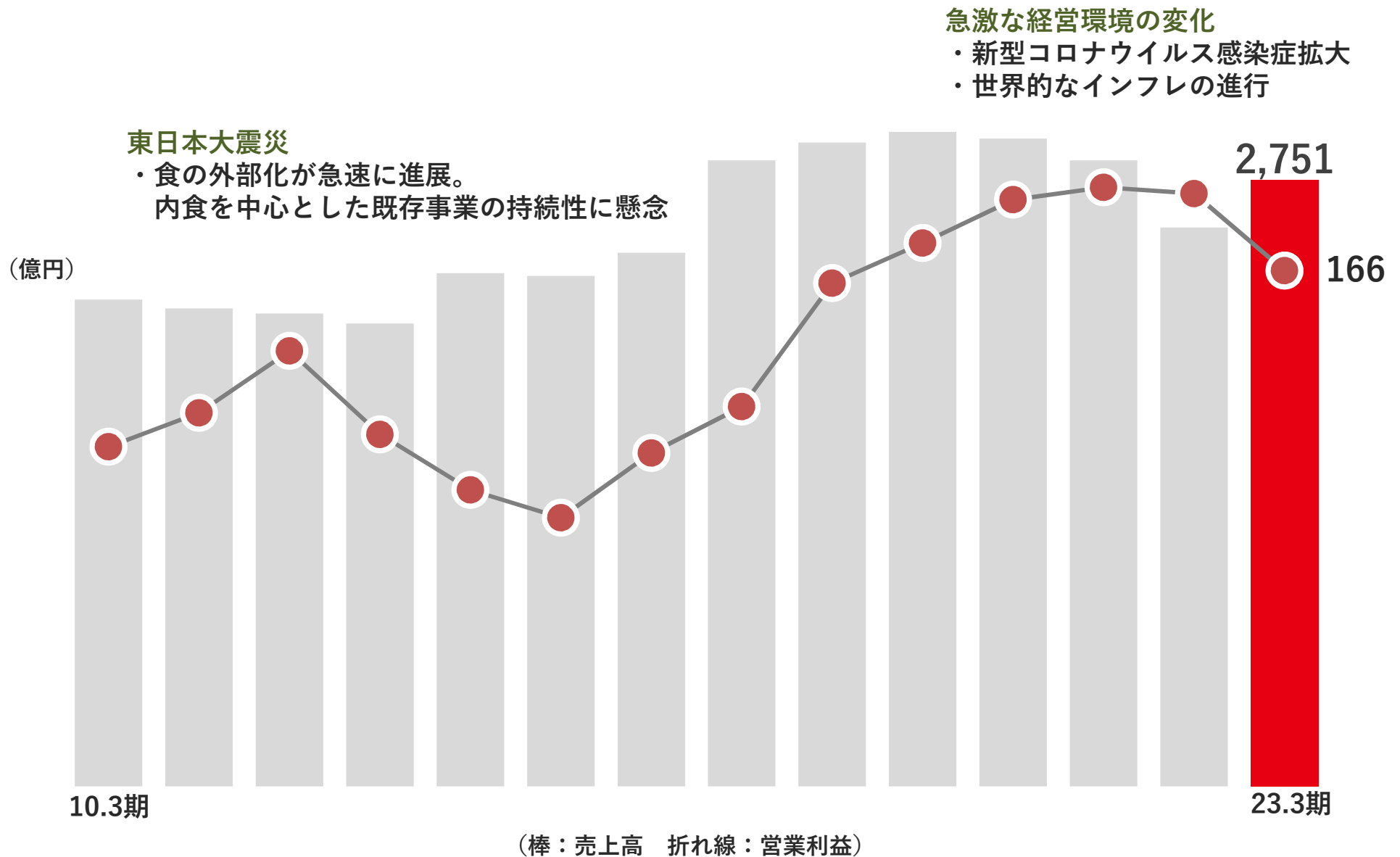
東南アジア

外食事業 17.0%





業績推移（連結）



01. ハウス食品グループについて

02. 事業概要

03. 中期計画

04. 業績概要

05. 株主還元

香辛・調味加工食品事業①（製品の広がり）

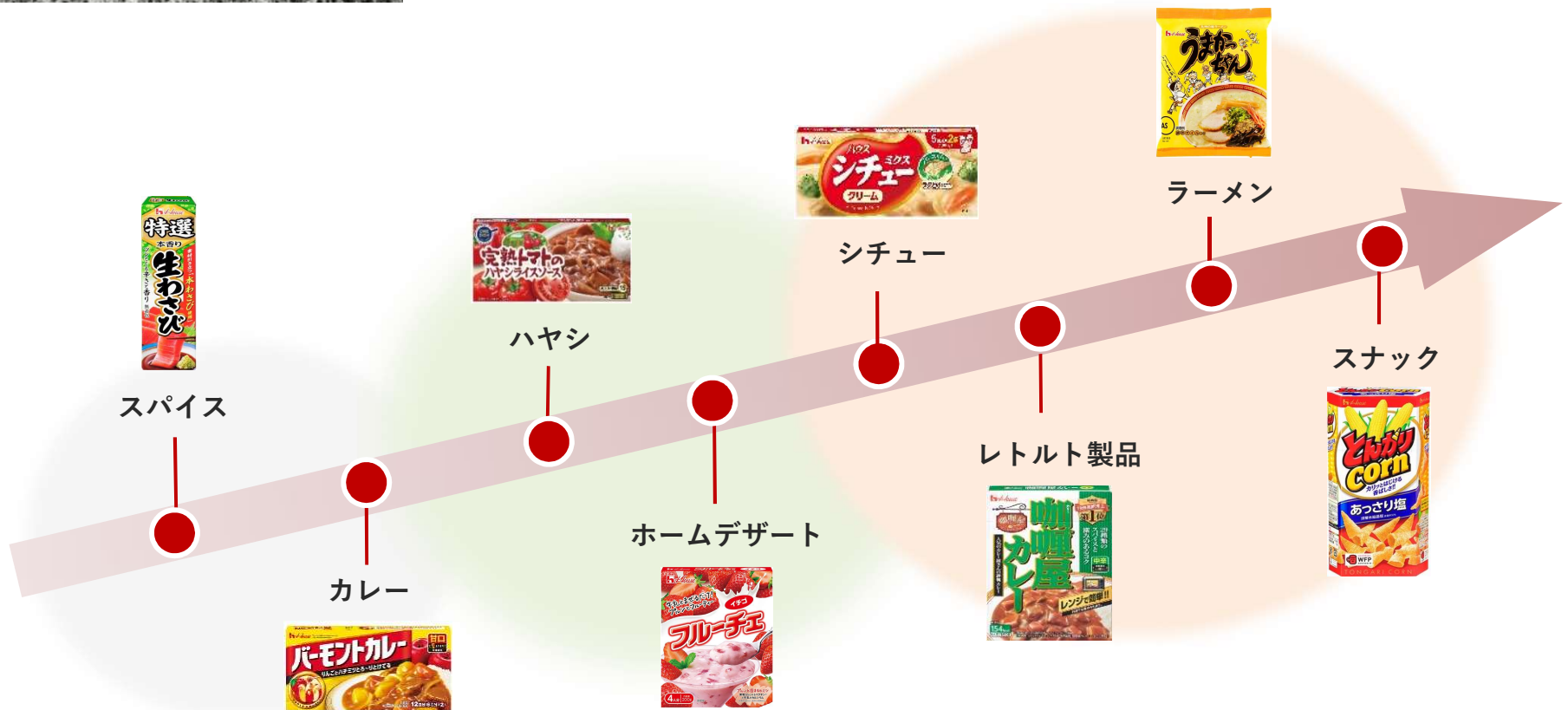


<創業理念>

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。

1913年 薬種化学原料店として創業

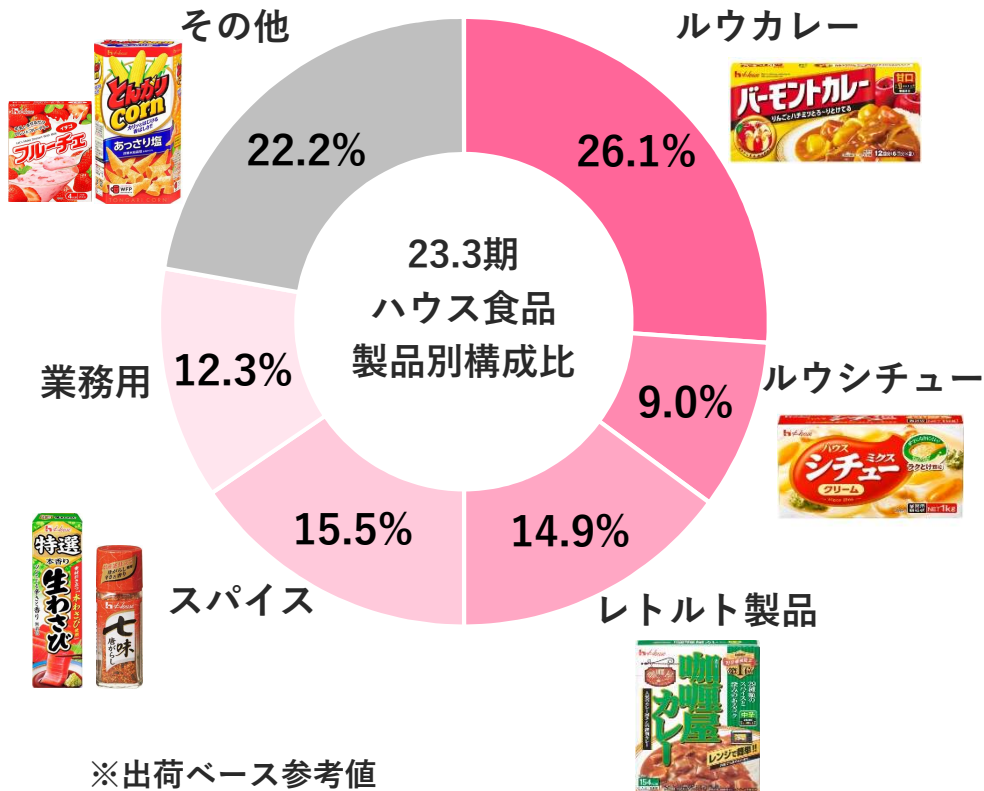
強みを生かした
食卓提案



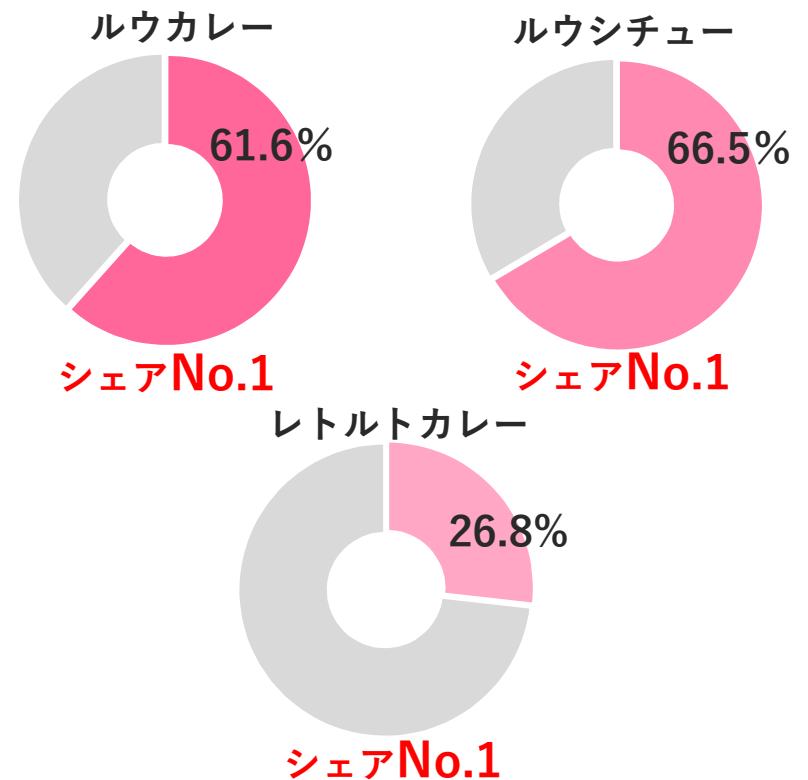
香辛・調味加工食品事業②（製品構成、国内シェア）

当社グループのコア事業。各カテゴリーでロングセラーブランドを展開。
ルウカレー・ルウシチュー・レトルトカレーはトップシェア

製品構成



国内シェア（販売金額シェア）



※出典：(株)インテージSRI+月次データ
ルウカレー・ルウシチュー・レトルトカレー市場
（期間：2022年4月～2023年3月）

香辛・調味加工食品事業③（製品施策）



お客様のニーズを的確にとらえた製品ラインアップの充実により
「カレー」を国民食に育成

変化するお客様ニーズへの対応



アレルギー対応



健康配慮型



味付カレーパウダー



レトルトタイプ



上質・簡便調理型
2024年2月発売

新たなブランド育成

約10年ぶりの大箱ルウカレーの新ブランド

「X-BLEND CURRY（クロスブレンドカレー）」



2023年8月発売

2024年2月発売

レトルト製品の拡充

レンジ対応

調理の簡便化
CO₂排出量削減

「プロ クオリティ」



2024年2月発売

ビタミン、機能性スパイス、乳酸菌を3つの柱とし、
それぞれの付加価値を追求することで製品へ展開

栄養

ビタミン
(ビタミンC)

ビタミンの
提供領域拡大

活力

機能性スパイス
(ウコンエキス等)

スパイスの機能を
製品に転換

維持

乳酸菌
(L-137)

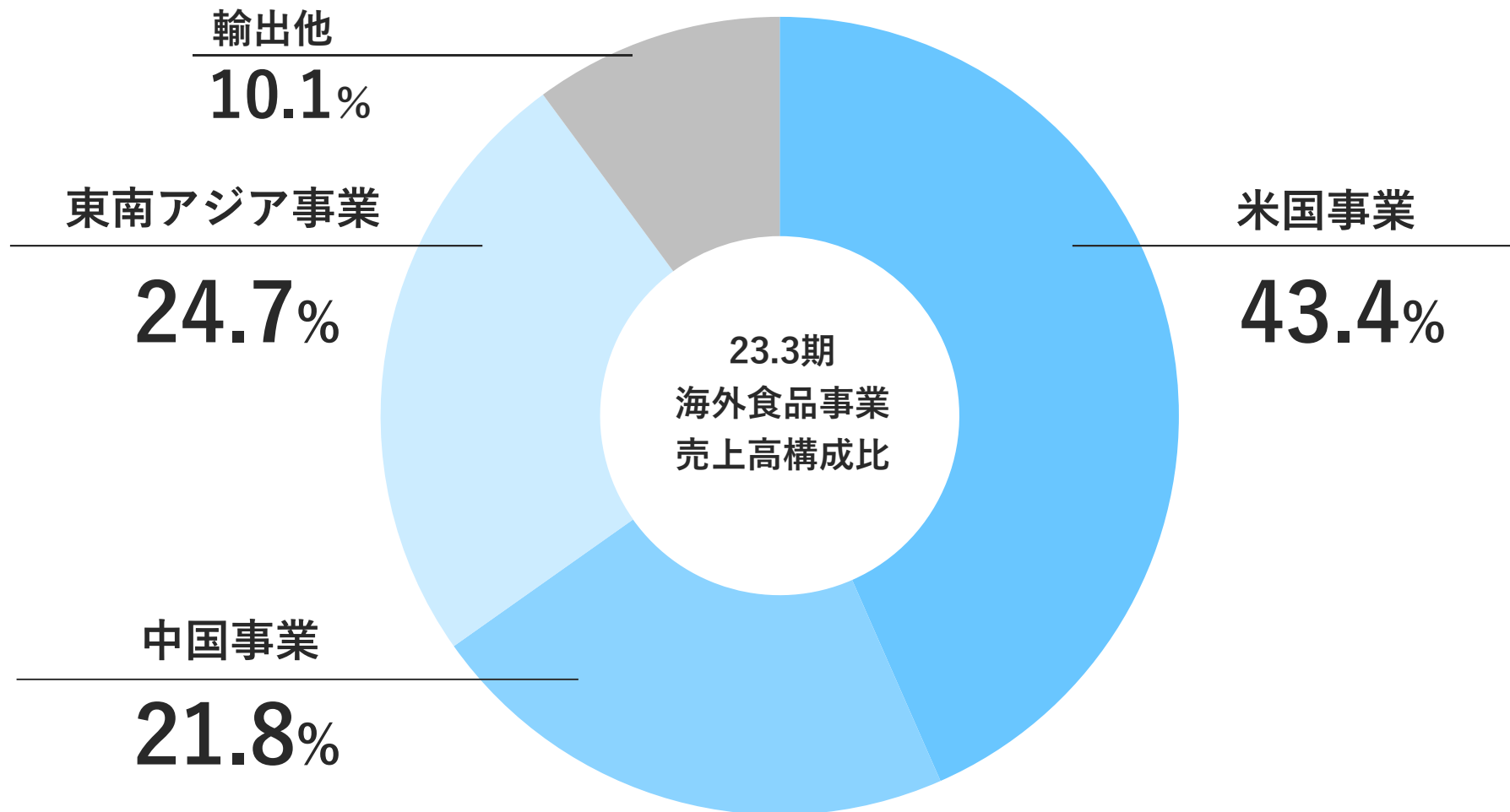
健康を維持する作用に
注目した研究



海外食品事業①



米国、中国、東南アジアを重点エリアに位置付け、
国内で培った強みを生かした海外展開



海外食品事業②（米国）



TOFUを中心とするプラントベースフード領域でのプレゼンス拡大を目指す

1983年 米国での豆腐事業開始



Tofu Stir Fry
(豆腐の野菜炒め)

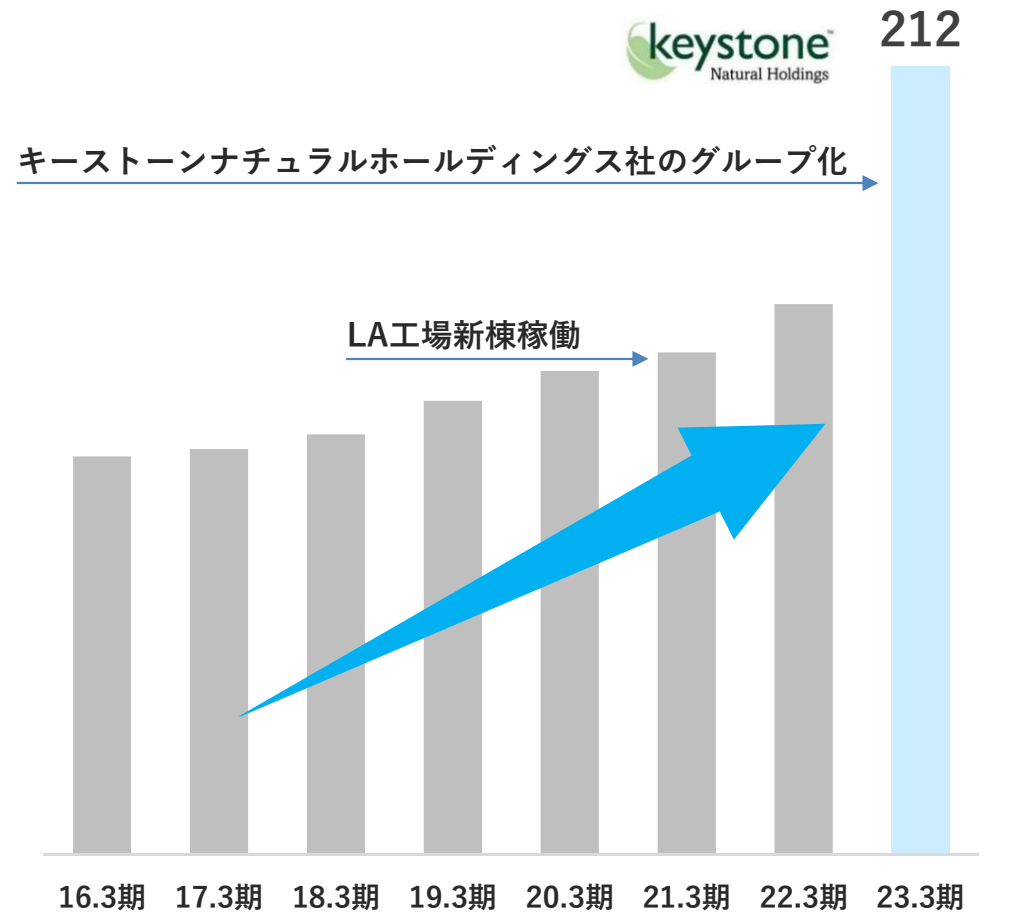
柔らかい豆腐から硬い豆腐まで
現地に合わせて硬さをカスタマイズ

<< 製造拠点 >>



<< 米国事業 売上高推移 >>

(億円)



海外食品事業③（中国）



家庭用、業務用での事業展開を進め、日本式カレーを中国の国民食にする

<< 中国事業 売上高推移 >>

1997年

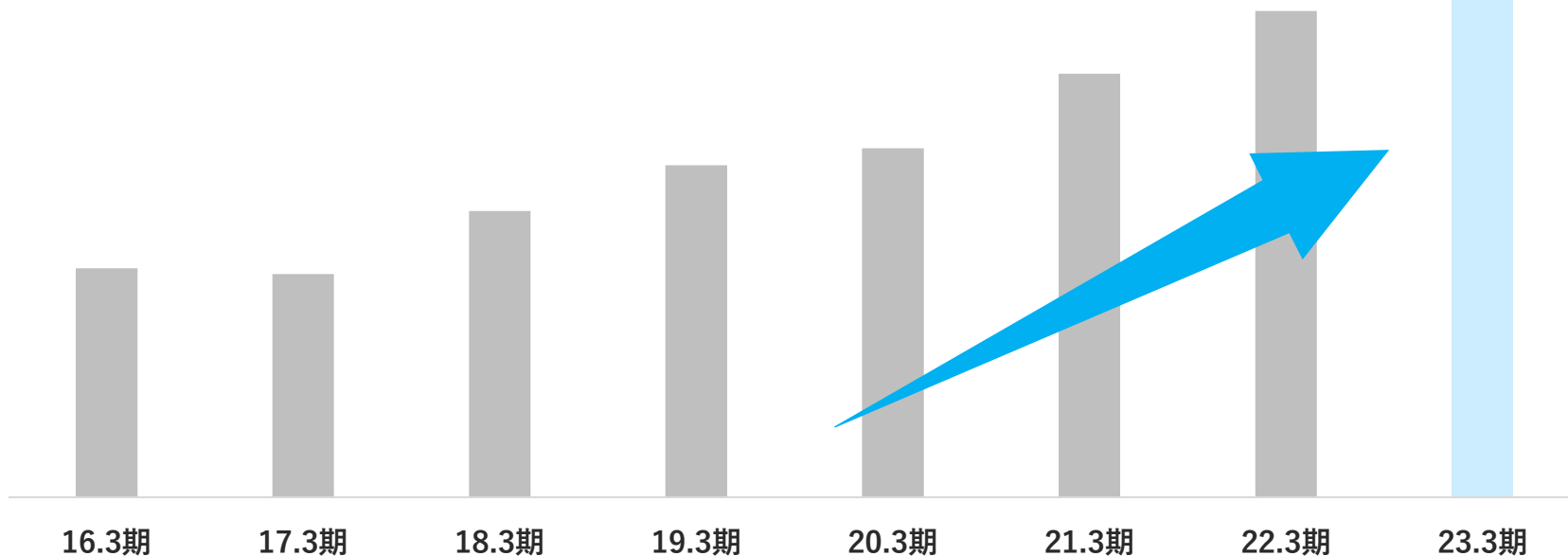
上海にカレーレストラン出店

2005年

ルウカレーの製造販売を開始



107 (億円)



海外食品事業④（東南アジア）



タイでの機能性飲料事業を中心にベトナムやインドネシアでも事業展開
2023年11月よりフィリピンでの機能性飲料事業を開始し更なる事業拡大を図る

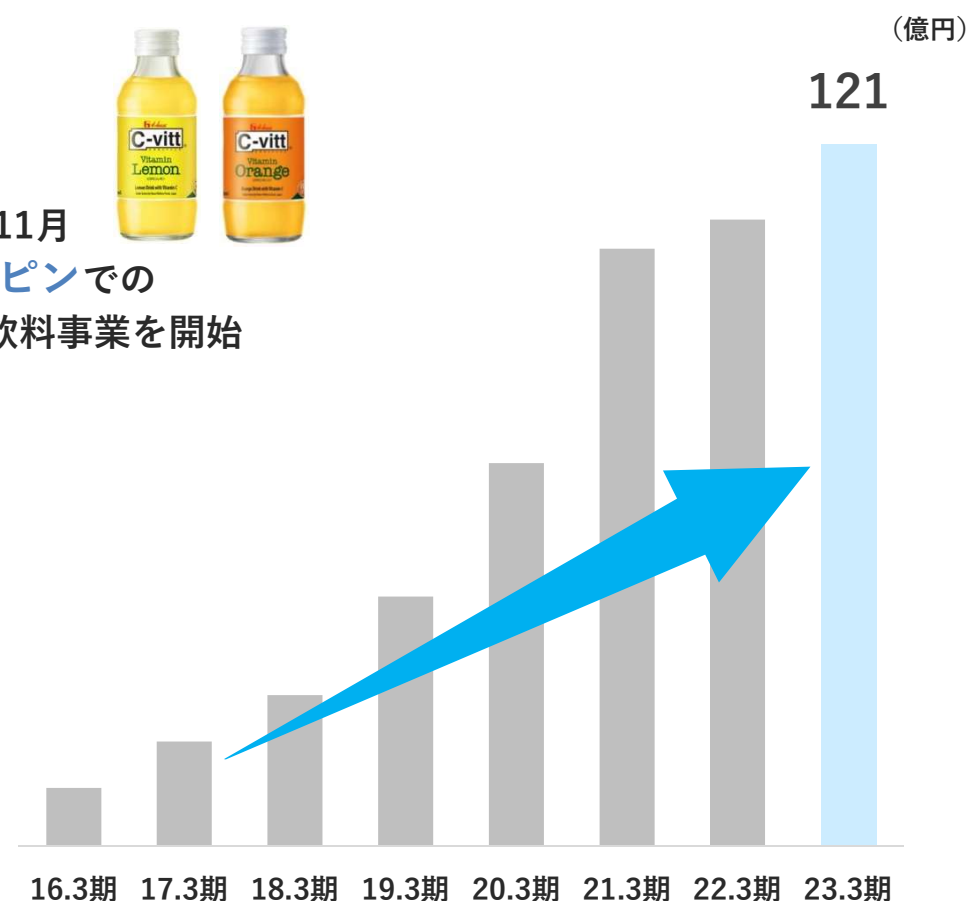
<<東南アジアでの事業展開>>



2024年2月
家庭用ルウカレー製品の
販売開始



<<東南アジア事業 売上高推移>>



主力業態「カレーハウス CoCo壱番屋」ブランドに磨きをかけるとともに
海外展開やM&Aを通じて事業拡大を図る

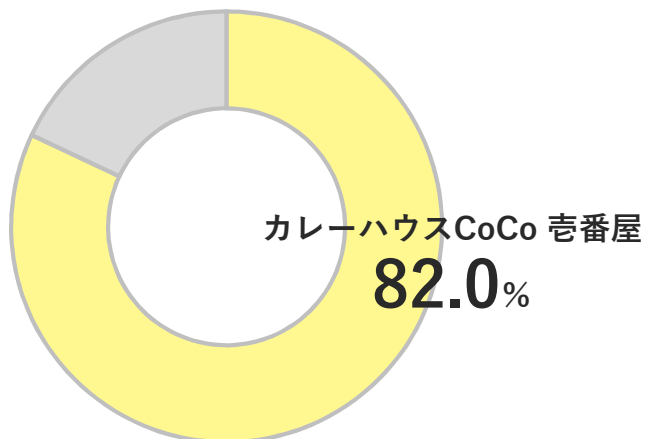
国内外への店舗展開

国内グループ
店舗数

1,247

※2023年2月末

(参考) カレーショップにおける売上高シェア



※出典：(株)富士経済
「外食産業マーケティング便覧2023 No.1」 2022年実績

海外店舗数

208

※2023年2月末

1994年 ハワイに海外拠点1号店を出店
2004年 中国・上海市への出店
⇒海外進出加速
2020年 インドへの出店

M&Aを活用した新規業態への展開

- ・ 2020年12月 (有)大黒商事 ⇒ ジンギスカン
- ・ 2023年3月 (株)竹井 ⇒ つけ麺
- ・ 2023年12月 (株)LFD JAPAN ⇒ もつ鍋

01. ハウス食品グループについて

02. 事業概要

03. 中期計画

04. 業績概要

05. 株主還元

ハウス食品グループのめざす姿
「食で健康」クオリティ企業への変革＜第二章＞

4 系列バリューチェーンへのチャレンジ ～質の変革とともに成長をめざす～

「3つの責任」重要テーマ

お客様 に対して

グローバルに「食で健康」
をお届けする

4系列VCによる成長実現

3つのGOT具現化

共創による新価値創出

社員とその家族 に対して

ダイバーシティの実現

働きがい変革の実行

個性の発揮と融合の支援

社会 に対して

人と地球の健康

循環型モデルの構築

健康長寿社会の実現

コーポレート・ガバナンスの強化



第七次中期計画

4 系列バリューチェーンとは



資源投下領域を4系列のバリューチェーン（VC）にフォーカス
当社グループ独自の強みを磨き上げ、グローバルに「食で健康」をお届けする

当社グループの提供価値 「食で健康」

スパイス系VC	スパイス・カレーを取扱うグループ各社が共創、シナジー創出を目指す
機能性素材系VC	乳酸菌、ビタミン、スパイスをグループ素材として活用の幅を広げる
大豆系VC	米国豆腐事業だけでなく、米国外での大豆活用を検討
付加価値野菜系VC	アグリ領域での新たなVC構築にチャレンジ

VC構築の狙い

- 関連性のある事業をVC視点でつなぎ直すことによる**経営資源のスムーズな活用**
- シナジーによる価値創出を通じた**グループトータルの強靱さ向上**

環境への取り組み



2050年のカーボンニュートラル実現を目指す

温室効果ガス削減への取り組み例

JFEエンジニアリング様が提供する
「多拠点一括エネルギーネットワークサービス」
グループ8社17拠点にて運用へ（2024年4月予定）



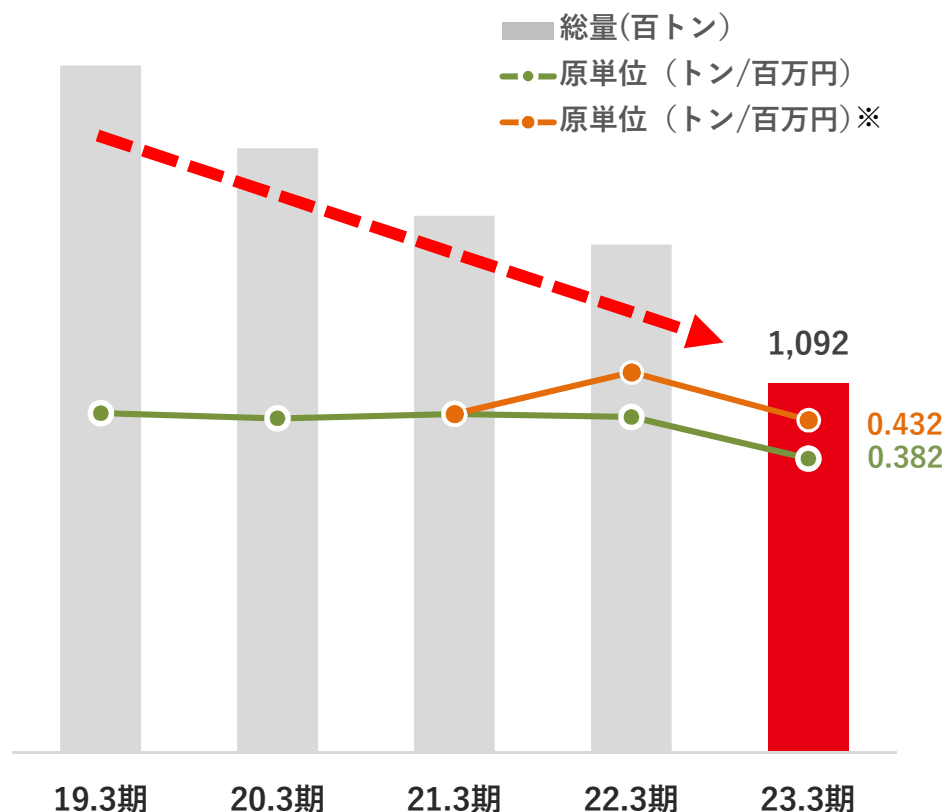
太陽光等の再生可能エネルギーの活用



年間CO₂排出削減効果
約700t-CO₂

※ハウス食品静岡工場での削減効果

CO₂排出量



原単位：売上あたりの環境負荷量

集計対象：国内14社 海外7社

※収益認識基準を適用した場合（22.3期・23.3期）

ダイバーシティへの取り組み



「属性」「経験」「適性」の切り口で多様性を高める取組の推進、
多様性を受け入れ、チャレンジを後押しする組織風土づくりにより
ダイバーシティの実現を目指す

新人事制度の導入

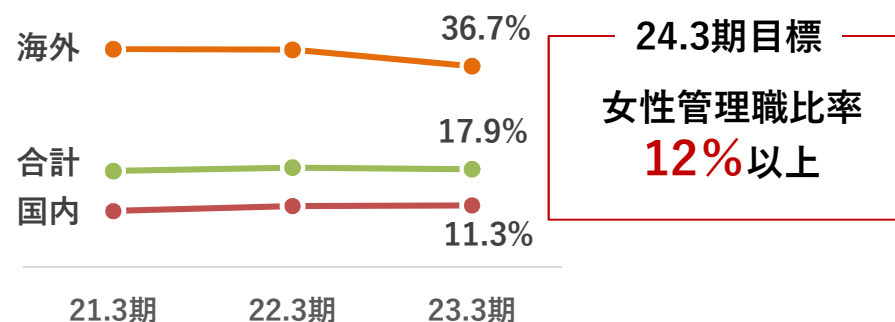
役割に基づく客観的でオープンな制度へ



- ・キャリア採用の促進
- ・個人のキャリア志向に沿った人材の流動化

※2023年4月 ハウス食品(株)にて実施

女性活躍の推進



社外からの評価

※2023年7月末現在

活動に対する評価



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

2023



Sompo Sustainability Index

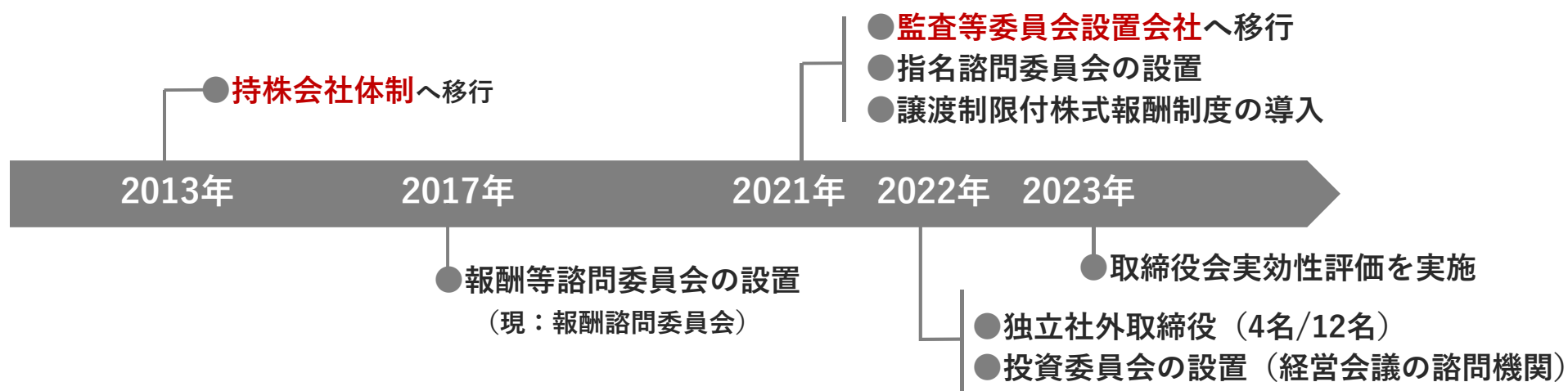


ガバナンスへの取り組み



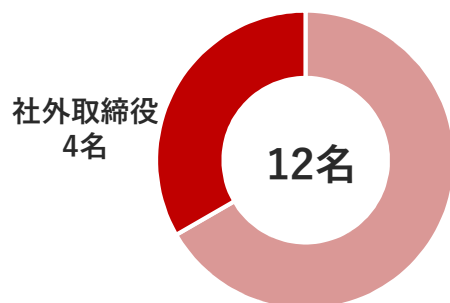
持株会社体制、監査等委員会設置会社への移行等を通じて
コーポレート・ガバナンス体制の更なる強化を図る

コーポレート・ガバナンス強化の変遷

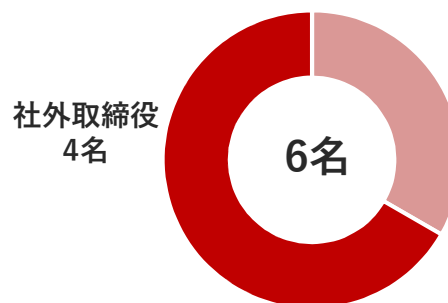


コーポレート・ガバナンス体制

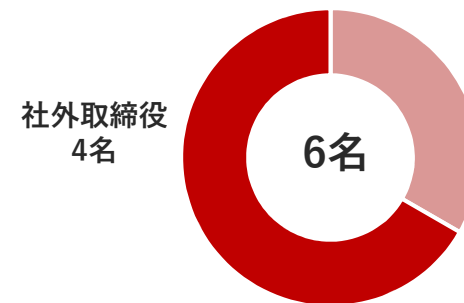
(2024年3月現在)



取締役会



報酬諮問委員会



指名諮問委員会

01. ハウス食品グループについて

02. 事業概要

03. 中期計画

04. 業績概要

05. 株主還元

24.3期第3四半期 決算概要



海外食品事業は各展開エリアでの市場環境変化により大幅減益。コストアップ圧力に対して国内外グループ各社が価格改定や効果的なコスト運用を実施し、連結では増収増益

連結売上高

2,257 億円
(前年同期比 + 9.7%)

連結営業利益

167 億円
(前年同期比 + 16.4%)

単位：億円	23.3期第3四半期		24.3期第3四半期		対前年同期	
	実績	売上比	実績	売上比	増減	率
売上高	2,058	—	2,257	—	+ 199	+ 9.7%
営業利益	143	7.0%	167	7.4%	+ 23	+ 16.4%
経常利益	155	7.6%	176	7.8%	+ 21	+ 13.2%
四半期純利益 ※	116	5.6%	164	7.2%	+ 48	+ 41.0%

※ 親会社株主に帰属する四半期純利益

24.3期 業績予想



海外食品事業セグメントの苦戦を他のセグメントで補完。
グループ総合力で増収増益を目指す

連結売上高

3,028億円
(前期比 + 10.1%)

連結営業利益

200億円
(前期比 + 19.9%)

単位：億円	売上高			営業利益			ROS	
	23.3期 実績	24.3期 予想	対前期 増減	23.3期 実績	24.3期 予想	対前期 増減	24.3期 予想	対前期
連結	2,751	3,028	+ 277	167	200	+ 33	6.6%	+ 0.5pt
香辛・調味 加工食品事業	1,198	1,280	+ 82	79	107	+ 28	8.4%	+ 1.8pt
健康食品事業	165	172	+ 7	19	21	+ 2	12.2%	+ 0.7pt
海外食品事業	489	573	+ 84	54	40	△14	7.0%	△4.1pt
外食事業	484	551	+ 67	23	36	+ 13	6.5%	+ 1.8pt
その他 食品関連事業	507	556	+ 49	12	19	+ 7	3.4%	+ 1.0pt
調整（消去）	△92	△104	△12	△21	△23	△ 2	—	—

01. ハウス食品グループについて

02. 事業概要

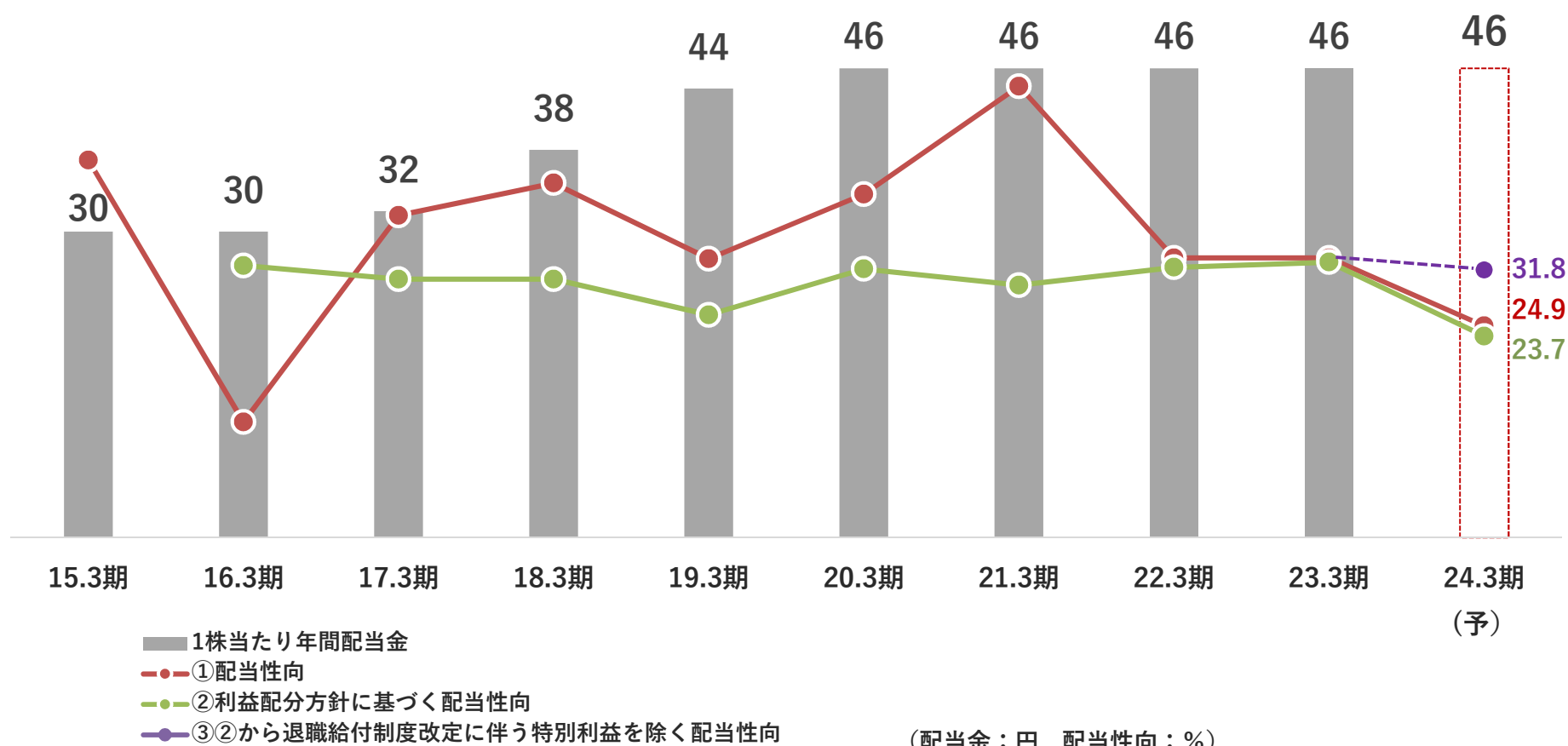
03. 中期計画

04. 業績概要

05. 株主還元

利益配分方針（配当の考え方）

企業結合に伴い発生する特別損益やのれん償却の影響を除く
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



株主優待



対象の
株主さま

3月31日および9月30日の株主名簿に、同じ株主番号で2回以上連続して
100株（1単位）以上の株式保有が記載された株主さま

〇贈呈基準・内容

※選択制のため、下記の一例以外にも複数の選択肢がございます。

保有株式数	株主優待内容	株主優待内容一例＜2023年9月30日現在の株主さま対象＞
100株以上200株未満 保有の株主さま	グループ製品詰合せ、 寄付などからの選択 1,000円相当	
200株以上1,000株未満 保有の株主さま	グループ製品詰合せ、 寄付などからの選択 2,000円相当	
1,000株以上 保有の株主さま	グループ製品詰合せ、 寄付などからの選択 3,000円相当	

当社ホームページのご紹介



最新のニュースリリースやIR情報など当社をご理解いただくための
様々な情報をホームページに掲載しています。

詳細は

ハウス食品グループ本社

検索

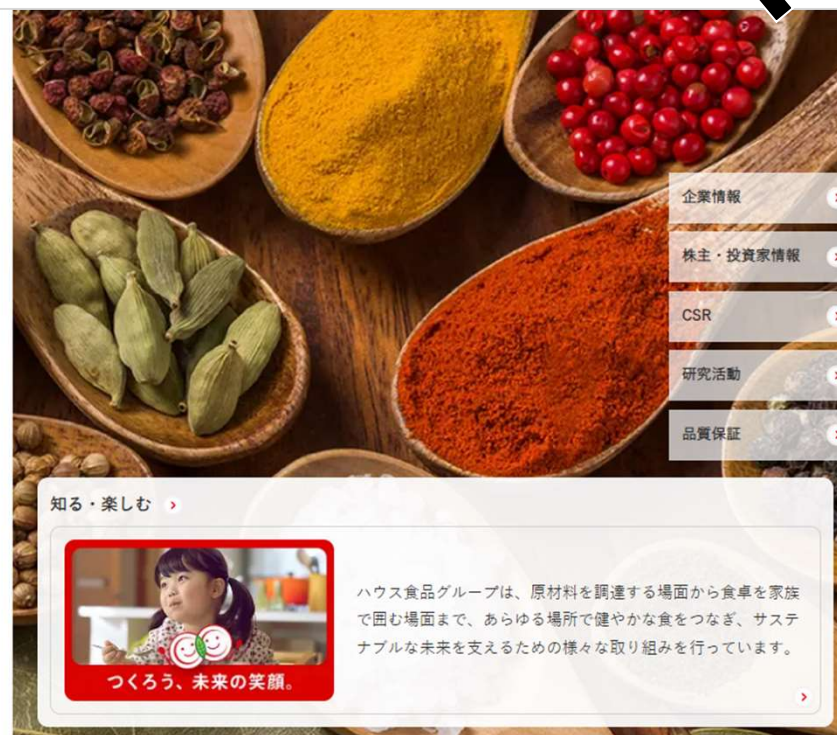


食でつなぐ、人と笑顔を。



ハウス食品グループ

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。



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。

食でつなぐ、人と笑顔を。



<IR担当窓口>

ハウス食品グループ本社株式会社
コーポレートコミュニケーション本部 広報・IR部
〒102-8560 東京都千代田区紀尾井町6番3号
TEL 03-5211-6039