

# HOUSE FOODS GROUP REPORT

株主のみなさまへ 第69期 営業のご報告

2014年4月1日～2015年3月31日





株主のみなさまには日頃より格別のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

2015年3月期の事業の概況をご報告させていただきますので、ご高覧賜りますようお願い申し上げます。

ハウス食品グループ本社 取締役社長

上野 博史

- 海外事業が事業規模を拡大し、香辛・調味加工食品事業も減収ながら増益を確保しましたが、健康食品事業とその他食品関連事業のコスト増加により、全体では減収減益となりました。

当連結会計年度における経営環境は、株価の上昇や所得環境の改善がみられるなど緩やかな回復基調が続きました。食品業界におきましては、円安や新興国需要の拡大を背景にコスト上昇圧力が継続する一方、消費税増税もあり消費動向の不透明感は依然強く、予断を許さない状況が続きました。

このような環境下におきまして、当社グループは2013年3月期からの3カ年を対象とした第四次中期計画の最終年度を迎え、アクションプランの仕上げに向けた取組と並行して、第五次中期計画への仕込みを進め、企業価値の向上に努めました。

売上面につきましては、コア育成事業と位置づける海外事業が展開エリア毎に事業規模を拡大いたしました。香辛・調味加工食品事業、健康食品事業の国内コア2事業が減収となり、当連結会計年度の売上高は2,314億48百万円、前期比0.5%の減収となりました。

利益面につきましては、香辛・調味加工食品事業、海外事業は増益となりましたが、運送・倉庫事業における物流コストの大幅増や健康食品事業のマーケティングコスト増加などにより、営業利益は86億86百万円、前期比9.4%の減益となりました。経常利益は109億57百万円、前期比0.0%の減益（前期から5百万円の減益）、当期純利益は特別利益が大幅に減少しましたことから69億71百万円、前期比20.7%の減益となりました。

- 期末配当は、当初予定どおり1株15円といたしました。
- また、自己株式300万株の取得と消却を実施いたしました。

当社グループは、株主のみなさまへの利益還元を経営の最重要課題の一つと位置づけ、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、連結ベースで配当性向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。

当期の配当金につきましては、期末の普通配当は前期と同額の1株当たり15円とし、年間では、中間配当1株当たり15円と合わせて、1株当たり30円（前期は創業100周年記念配当5円を実施したため、前期比5

円減）といたしました。

次期の配当につきましては、1株当たり年間30円（中間配当15円・期末配当15円）を予定しております。

なお、2014年5月8日の取締役会決議に基づき、当期中に3,000,000株の自己株式を取得するとともに、2014年7月7日に3,003,073株の自己株式の消却を実施しました。自己株式取得につきましては、事業環境や資金需要、株価、市場動向などを勘案するなかで、今後も検討してまいります。

- 「食で健康」クオリティ企業への変革」をテーマに掲げ、第五次中期計画を推進してまいります。

当社グループを取り巻く経営環境は、国内成熟市場における消費の変化や原材料価格の上昇など、依然不透明な状況が続くものと思われま

す。本年4月よりスタートした第五次中期計画では、「食で健康」クオリティ企業への変革」をテーマに掲げ、重点領域にフォーカスした研究開発や、新規事業のチャレンジにより、お客さまに新しい価値をご提供し続ける企業となるよう、具体的取組を策定、実行してまいります。

次期につきましては、国内コア事業の香辛・調味加工食品事業は、本年2月に実施した一部製品の価格改定の市場定着に努め、既存製品のブランド力、コスト競争力の強化を図るとともに、お客さまの食の変化への迅速な対応を進めてまいります。同じくコア事業である健康食品事業は、「ウコンの力」[C1000]のブランド価値を高めて事業基盤を再構築するとともに、次の柱の育成に向けた取組を進めてまいります。

コア育成事業と位置づける海外事業においては、成長市場における事業拡大のスピードアップと収益力の強化という2つのテーマを遂行してまいります。また、2015年3月期の連結業績に大きな影響を及ぼしたその他食品関連事業においては、各々の事業基盤の安定化とグループ間シナジーの追求により、収益力を向上してまいります。

以上により、次期連結会計年度の売上高は2,460億円（前期比+6.3%）、営業利益は115億円（前期比+32.4%）、経常利益は129億円（前期比+17.7%）、当期純利益は89億円（前期比+27.7%）を予定しております。

2015年6月

#### 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。

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健康をお届けし、  
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して、  
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  
共につく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～

## 事業セグメント別概況

Segment Information

### 香辛・調味加工食品事業

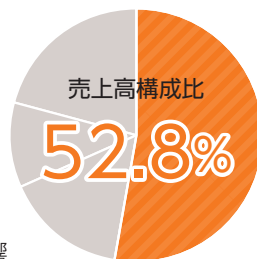
売上高 **1,221** 億円(前期比97.3%) | 営業利益 **75.4** 億円(前期比108.6%)

ルウカレー・シチュー製品は、ブランド力の維持強化に向け販促費の運用見直しに注力する一方、新しい切り口のメニュー提案による市場活性化に努めたことで、減収ではありますが収益力を若干改善する結果となりました。また、発売35周年を迎えた「うまかつちゃん」などのラーメン製品も好調に推移しております。

一方レトルト製品は、中価格帯製品育成に向けた取組を進めたものの、消費税増税や売価は正への取組の影響により厳しい状況となりました。

以上の結果、香辛・調味加工食品事業の売上高は1,221億2100万円、前期比2.7%の減収となりました。利益面では、

原材料・エネルギーコストの上昇影響は大きいものの、マーケティングコストの効果的運用やコスト競争力強化の取組効果もあり、営業利益は75億3600万円、前期比8.6%の増益となりました。



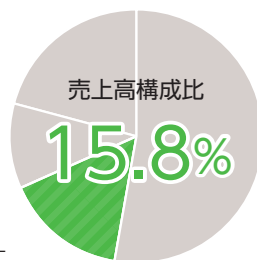
### 健康食品事業

売上高 **366** 億円(前期比92.7%) | 営業利益 **9.3** 億円(前期比58.9%)

「ウコンの力」シリーズは、他社製品との競合が激化する中、高機能バラエティ製品の投入によるヘビーユーザーの支持拡大を狙いましたが、期待通りの成果を実現するには至らず低調に推移いたしました。

「C1000」シリーズは、瓶製品に注力する一方でPET製品の収益構造改善に取り組み、収益力の改善に努めております。また、新製品「サムライド」を発売して積極的にマーケティングコストを投入いたしましたが、市場への定着には至っておりません。

以上の結果、健康食品事業の売上高は366億4100万円、前期比7.3%の減収となりました。利益面では、新製品・バラエティ製品へのマーケティングコストが高み、営業利益は9億3300万円、前期比41.1%の減益となりました。



### 海外事業

売上高 **247** 億円(前期比125.1%) | 営業利益 **10.9** 億円(前期比176.4%)

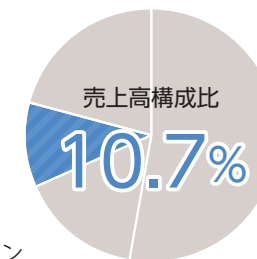
米国豆腐事業は、取扱い店舗の拡大や大豆関連製品の拡充などの取組が奏功したことに加え、一昨年10月に実施した価格改定効果や大豆価格の安定も寄与し、増収増益となりました。

中国カレー事業は、第2生産拠点の稼働に加え、マーケティングコストの積極投下や営業体制の拡充など、事業拡大に向けた先行投下を進めたことで、減益ではありますが大幅な増収となりました。

カレーレストラン事業は、エリア毎の経営基盤整備や多店舗化に向けた業態開発を進め増収を確保いたしました。上海地区での飲食店の競合激化や出店コスト上昇などにより、減益となりました。

東南アジア事業は、タイのビタミン機能飲料事業が、CVSチャネルでの販促企画や伝統的チャネルでの取扱い拡大により、事業開始3期目で初の黒字化を達成するなど順調な立ちあがりを見せております。

以上の結果、海外事業の売上高は246億8900万円、前期比25.1%の増収、営業利益は10億8800万円、前期比76.4%の増益となりました。



### その他食品関連事業

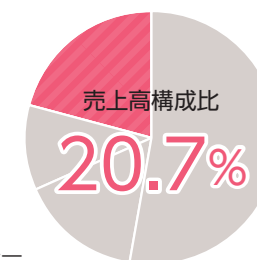
売上高 **480** 億円(前期比100.4%) | 営業利益  $\Delta$  **8.7** 億円(前期比 - )

運送・倉庫事業を営むハウス物流サービス(株)は、エネルギー・備前コストの上昇に加え、グループ外物流業務の新規受託に伴う一時的コストの発生が利益を大きく押し下げ、通期営業損失となりました。しかしながら、物流拠点の集約や抜本的なコストダウン活動により損失幅は縮小傾向にあります。

コンビニエンスストア向けの総菜等製造事業を営む(株)デリカシェフは、拡大する中食市場における事業展開力の強化を図り、2月より新工場の稼働を開始しましたが、新工場立ちあげコストにより、通期営業損失となりました。

食材の輸入・販売等を営む(株)ヴォークス・トレーディングは、当期より決算期を12月に変更しており、当期は10カ月の変則決算となっております。

以上の結果、その他食品関連事業の売上高は479億9700万円、前期比0.4%の増収、利益面では運送・倉庫事業のコスト増や総菜新工場立ちあげに伴う一時的なコストの発生などにより、8億7000万円の営業損失(前期は営業利益4億5100万円)となりました。



# 連結財務諸表

Consolidated Financial Statements

## ■ 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	当期 (2015年3月31日現在)	前期 (2014年3月31日現在)
<b>資産の部</b>		
流動資産	123,134	117,551
固定資産	163,016	155,817
有形固定資産	66,616	62,534
無形固定資産	3,478	3,482
投資その他の資産	92,922	89,802
資産合計	286,149	273,368
<b>負債の部</b>		
流動負債	46,303	49,230
固定負債	18,390	14,041
負債合計	64,693	63,272
<b>純資産の部</b>		
株主資本	191,150	194,579
資本金	9,948	9,948
資本剰余金	23,868	23,868
利益剰余金	157,338	160,767
自己株式	△ 5	△ 4
その他の包括利益累計額	28,777	14,222
その他有価証券評価差額金	20,402	11,665
繰延ヘッジ損益	47	△ 5
為替換算調整勘定	2,878	1,053
退職給付に係る調整累計額	5,450	1,509
少数株主持分	1,530	1,296
純資産合計	221,456	210,097
負債純資産合計	286,149	273,368

## ■ 連結損益計算書

(単位:百万円)

	当期 (2014年4月～ 2015年3月)	前期 (2013年4月～ 2014年3月)
売上高	231,448	232,610
売上原価	137,557	135,080
売上総利益	93,891	97,530
販売費及び一般管理費	85,204	87,942
営業利益	8,686	9,589
営業外収益	2,937	2,287
営業外費用	667	913
経常利益	10,957	10,962
特別利益	1,543	3,240
特別損失	607	778
税金等調整前当期純利益	11,893	13,424
法人税等	4,875	4,559
少数株主利益	47	74
当期純利益	6,971	8,792

## ■ 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

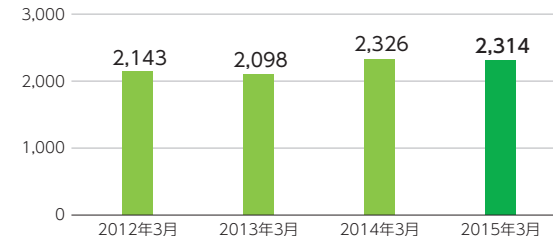
	当期 (2014年4月～ 2015年3月)	前期 (2013年4月～ 2014年3月)
営業活動によるキャッシュ・フロー (うち減価償却費)	8,428 (5,789)	8,818 (5,056)
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,679	△ 7,471
財務活動によるキャッシュ・フロー (うち配当金の支払額)	△ 10,588 (△ 3,658)	△ 68 (△ 3,171)
現金及び現金同等物に係る換算差額	1,085	593
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△ 5,754	1,871
現金及び現金同等物の期首残高	49,586	47,715
現金及び現金同等物の期末残高	43,832	49,586

# 業績推移

Transition of Achievements

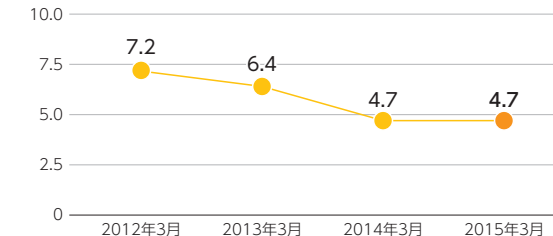
## ■ 連結売上高

(単位:億円)



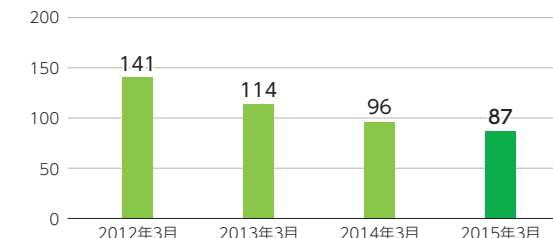
## ■ 売上高経常利益率

(単位:%)



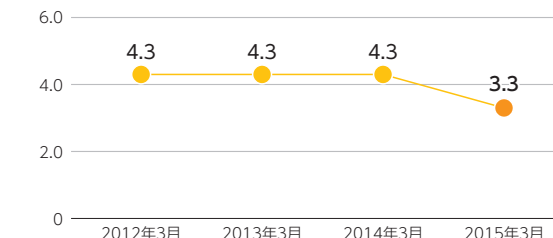
## ■ 連結営業利益

(単位:億円)



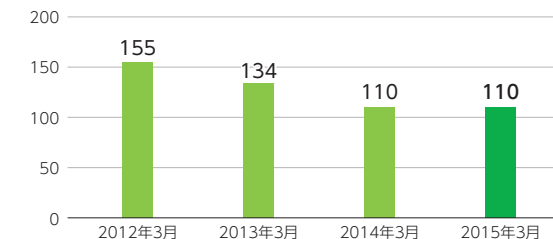
## ■ ROE(自己資本当期純利益率)

(単位:%)



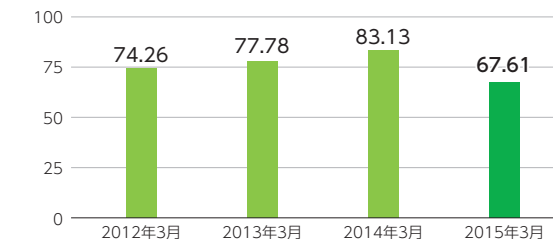
## ■ 連結経常利益

(単位:億円)



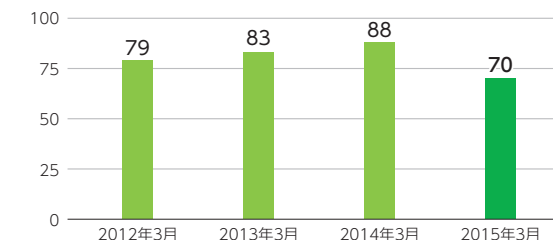
## ■ 1株当たり当期純利益

(単位:円)

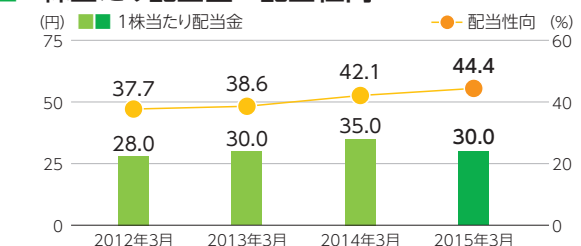


## ■ 連結当期純利益

(単位:億円)



## ■ 1株当たり配当金・配当性向



※2014年3月期は、創業100周年記念配当5円を実施

特集 「食で健康」クオリティ企業への変革に向けて

# ハウス食品グループ 第五次中期計画がスタート

当社グループでは、本年4月より第五次中期計画がスタートいたしました。第五次中期計画の概要を、株主のみなさまへご説明させていただきます。



今回3カ年の第五次中期計画を策定するにあたり、中期計画2つ分である2020年にめざす姿として、『「食で健康」クオリティ企業への変革』というテーマを設けました。ハウス食品グループは2020年に向け、「食で健康」という付加価値を強化し、クオリティ企業への変革に取り組みます。クオリティ企業とは、内部から価値を創り出すことができる企業をいいます。「食で健康」という領域で、独自の競争力や価値を自ら創出していきたくと考えております。

2020年のめざす姿に向けた最初の3年間である「第五次中期計画」の事業面でのポイントは、成熟する国内市場での「新規事業」の立ちあげと、成長市場である「海外事業」の事業拡大・収益基盤の強化です。

新規事業は、ビジネスモデルが既存事業とは異なる面もあると思われませんが、固定概念にとらわれず、お客さまの変化が見込まれる領域や新しい価値をご提供できる領域に対して、グループ会社の知恵を結集して、ビジネスの立ちあげにチャレンジします。

海外事業は、重点3エリアに設定している米国・中国・東南アジアを中心に、これまで日本で得た知見を海外で最大限活用し、ハウス食品グループが育んできた食のおいしさを世界に広げることで、スピードを緩めることなく事業規模を

拡大すると共に、収益力を強化してまいります。

また、ハウス食品グループでは、事業を推進するなかで、「グループ理念」の意味する企業市民として果たすべき「お客さま」「社員とその家族」「社会」に対する3つの責任を具体的取組に反映すべく、第五次中期計画では、これらを束ねる包括的指針を明確にして、一貫性のある企業活動をグループで展開します。

ハウス食品グループがこれからも社会で役立つ企業でありつづけ、株主のみなさまのご期待にお応えできるよう、第五次中期計画を推進してまいります。

取締役社長 浦上 博史

●第五次中期計画の目標(2018年3月期)●

売上高 **2,740**億円

営業利益 **150**億円

ROS\* **5.5**%

※ROS…売上高営業利益率(営業利益 ÷ 売上高)

## 2020年のめざす姿

### 「食で健康」クオリティ企業への変革

— 「食で健康」という付加価値を強化し、クオリティ企業への変革に取り組む —

## 第5次中期計画の連結数値目標

(単位：億円)

	2015年3月期 実績	2018年3月期 目標	対2015年3月期比 (%)
売上高	2,314	2,740	+426 (118.4)
香辛・調味加工食品事業	1,221	1,360	+139 (111.4)
健康食品事業	366	380	+ 14 (103.7)
海外事業	247	420	+173 (170.1)
その他食品関連事業	480	580	+100 (120.9)
営業利益	87	150	+ 63 (172.7)
香辛・調味加工食品事業	66	100	+ 34 (151.1)
健康食品事業	6	20	+ 14 (333.3)
海外事業	11	30	+ 19 (275.6)
その他食品関連事業	△ 8	8	+ 16 (—)
調整額	12	△ 8	△ 20 (—)

※2016年3月期より、持株会社であるハウス食品グループ本社の利益を各事業セグメントに配分せず、「調整額」として表示するよう変更しております。上表の2015年3月期実績の事業セグメント別営業利益は、変更後の表示によるものです。

## 海外事業の考え方

ハウスが育んできた食のおいしさを世界に広げる

米国	中国	東南アジア	外食
全米の人々に “TOFU”を提供する	カレーライスを中国人民食に 健康未病ニーズへの新価値提供	新興市場での 食の豊かさによるこびを提供	展開各国での No.1カレーレストランチェーン

## 新規事業の考え方・重点領域 — 2020年プロポーション：新規事業売上構成比10% —

### ●事業創出に向けた考え方

- ・ROS10%以上を狙える高付加価値型の新規事業の立ちあげに注力
- ・不確定要素の高いなかで、試行錯誤して成長モデルを探求するスキームを構築 (KPI\*→黒字化→成長モデルの発見)
- ・グループ企業の知恵を結集し、新しい可能性を追求

### ●重点領域

川上領域(素材の価値)

食の外部化

超高齢化社会

※KPI…目標や戦略を実現すべく定めた具体的な業務プロセスをモニタリングするために設定される指標



## 製品トピックス



### 香辛・調味加工食品事業

#### フレッシュアップ『プライムカレー』シリーズ

2006年の発売以来、カロリーオフのルウカレーとしてお客さまからご支持いただいている「プライムカレー」シリーズが、カロリー50%\*オフはそのままに、「マイクロ粉碎ルウ」でより溶かしやすく、使い勝手の良い袋入りの新パッケージにリニューアルしました。

「プライムバーモントカレー」は、加熱したオニオンを追加することで、より厚みのある旨みに。乳原料を調整することで、「バーモントカレー」らしいまろやかさもアップしました。「プライムジャワカレー」は、フライドガーリックの追加や加熱したオニオンの増量で、より風味豊かになりました。おいしさでカロリー50%オフを両立させた新しい「プライムカレー」をお楽しみください。

\* 1皿当たり、当社製品比



#### 新製品『スパイスクッキング 和彩菜(わさいさい)』



ご家庭にある調味料や身近な素材だけで、ごはんに合う和風メニューを手軽に作ることができる、和風シーズニング「スパイスクッキング 和彩菜」全8種類を新発売いたしました。

「手軽にバラエティー豊かな和食を楽しみたい」というお客さまの声にお応えし、薬味や和風香辛料がほどよくきいた、しっかりとした味付けの和食メニューを、フライパンを使って短時間で調理することができます。

メニューにあわせた使い切りサイズのシーズニングスパイス「スパイスクッキング」シリーズは39種類。「スパイスのハウス」が、毎日の献立作りをお手伝いします。

### 健康食品事業

#### フレッシュアップ『1日分のビタミン』シリーズ

手軽にビタミンを補給できる「C1000 1日分のビタミン」、「C1000 1日分のビタミンゼリー」を、リニューアルして発売いたしました。

グレープフルーツ感をアップし、より飲みやすく、すっきりとした味わいに仕立てております。また、ビタミンが栄養素等表示基準値に基づき1日分量入っていることをお伝えするため、パッケージに新たに“全13種類”の記載を追加いたしました。

「C1000 1日分のビタミン」は、ビタミンCはもちろん、1日に必要な全13種類のビタミンをギュッと1本に配合した、毎日の食生活をサポートするカロリーオフの栄養機能食品です。「C1000 1日分のビタミンゼリー」は、「C1000 1日分のビタミン」のゼリータイプで、おやつや夜食にもぴったりです。



### 海外事業

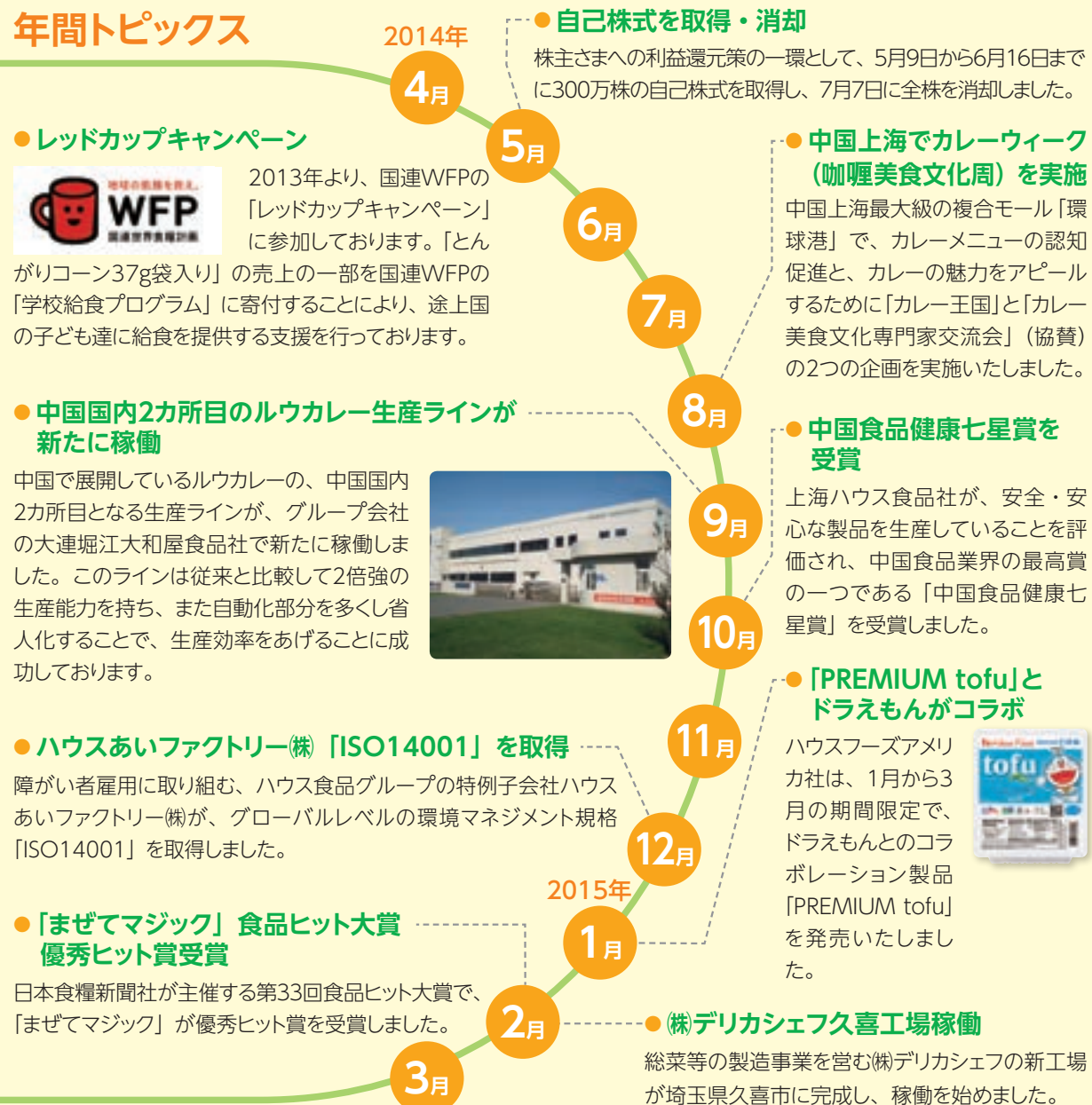
#### 新製品『C-vitt “Aqua Lemon”』



グループ会社ハウスオソサファーズ社（本社：タイ）では、2012年よりレモン6個分のビタミンCを手軽においしく摂っていただけるヘルシードリンク「C-vitt」の製造・販売事業を行っております。

2015年2月には、140mlビン飲料「C-vitt」に加え、より広いシーンでお飲みいただける機能性飲料として、レモン6個分のビタミンCが入った、砂糖控えめで程良い酸味をアカシアハチミツの風味とともにお楽しみいただける320mlペットボトル飲料「C-vitt “Aqua Lemon”」を新発売しました。より多くのタイのお客さまに「C-vitt」シリーズをお楽しみいただいております。

## 年間トピックス



## デリカシェフ久喜工場が稼働を始めました

2013年12月より建設を進めておりました、グループ会社の（株）デリカシェフ 久喜工場（埼玉県久喜市）が完成し、2015年2月より稼働を始めました。

コンビニエンスストア向けの総菜製品を製造する（株）デリカシェフでは、安全・安心な食品の製造を365日行っております。新工場では、野菜の鮮度保持や異物除去の設備を更新し、1日合計15万食のサラダやおかず、パスタ等のチルド総菜を、さらに安全・安心にお届けする体制を整えました。また、敷地内に配送センターを併設し、コスト競争力の高い工場となっております。

（株）デリカシェフは今年で30周年を迎え、新工場と共に、新たなスタートを切っております。



## 中国ルウカレー事業が10周年を迎えます

中国ルウカレー事業が今年で10周年を迎えます。「カレーライスを中国人民食に」を合言葉として、店頭での試食活動や大量陳列などの営業活動・カレー文化普及活動を重ねることで、少しずつ中国のお客さまに受け入れていただけてまいりました。中国ルウカレー事業は近年では、毎年25%以上の成長を遂げ、設立初年と比べて約20倍以上の売上になり、2012年には中国事業トータルでの黒字化を達成しました。また、2014年9月には、中国国内で2番目となるルウカレー生産ラインを、大連市に設けました。

「カレーウィーク上海（咖喱美食文化周）」等のイベントの実施、営業フォローエリアの拡充などを通じて、もっと多くのお客さまにカレーライスを知っていただけるよう、広大な市場を開拓してまいります。



## 『涙の出ないタマネギ』の作出に成功しました

当社中央研究所の研究グループは、切った時の催涙成分生成が極端に少ないため、調理時に涙が出ることなく、生食時に辛味をほとんど感じない“新しいタマネギ”の作出に成功しました。これまでのタマネギはオニオンスライスとして生食する場合、その辛味を抜くために水さらしするのが一般的でした。今回作出したタマネギは辛味成分の生成反応を根本的に抑えておりますので、辛味がほとんどありません。

涙の出ない、辛味がないタマネギで、食の楽しさを広げ、お客さまの涙を減らすだけでなく、笑顔を増やすことに繋がりたいと考えております。



	普通のタマネギ	所謂 新タマネギ	当社作出タマネギ
特徴	一般的なタマネギ ※2	1月～4月中心にのみ販売される生食向きとされるタマネギ	辛味をほとんど感じない新しいタマネギ
辛味 ※1	強い	弱い	ほぼ感じない
甘味 ※1	(辛味に隠れて)感じない	(辛味が弱いので)少し感じる	(辛味ゼロなので)感じる
おおよその水分量	90%	95%	90%

※1…生食時

※2…春～夏は北海道以外の地域産、秋～春は北海道産のタマネギ

## 第69期 定時株主総会のご報告

平成27年6月25日にリーガロイヤルホテルで開催された当社第69期定時株主総会におきまして、次のとおり報告・決議されました。

### ◆ 報告事項

第69期(自平成26年4月1日至平成27年3月31日)事業報告、連結計算書類ならびに会計監査人および監査役会の連結計算書類監査結果報告の件

本件は、上記事業報告の内容、連結計算書類の内容およびその監査結果を報告いたしました。

第69期(自平成26年4月1日至平成27年3月31日)計算書類報告の件

本件は、上記計算書類の内容を報告いたしました。

### ◆ 決議事項

第1号議案 剰余金の処分の件

本件は、原案のとおり承認可決され、当期の期末配当金は、1株につき15円と決定いたしました。

第2号議案 取締役9名選任の件

本件は、原案のとおり承認可決され、浦上 博史、松本 恵司、広浦 康勝、井上 始、工東 正彦、藤井 豊明、田口 昌男、小池 章、山本 邦克の9氏が選任され、それぞれ就任いたしました。

第3号議案 監査役1名選任の件

本件は、原案のとおり承認可決され、蒲野 宏之氏が選任され、就任いたしました。

### ● 会社概要

(2015年3月31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 226名(連結:5,416名)

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

(2015年6月25日現在)

代表取締役社長 浦上 博史

代表取締役専務 松本 恵司

専務取締役 広浦 康勝

常務取締役 井上 始

(ハウスウェルネスフーズ株式会社 代表取締役社長兼務)

常務取締役 工東 正彦

(ハウス食品株式会社 代表取締役社長兼務)

取締役 藤井 豊明

取締役 田口 昌男

取締役 小池 章

取締役(社外) 山本 邦克

監査役 加藤 智一

監査役 塩田 昇司

監査役(社外) 仁瓶 眞平

監査役(社外) 進藤 大二

監査役(社外) 蒲野 宏之

## 株主優待制度

6月・12月の年2回、半年以上継続して単元株(100株)以上の株式を保有の株主さまを対象に、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。

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



※写真は、2015年6月上旬に贈呈した株主優待製品です。



# 株式情報

Stock Information

## ●株式の状況 (2015年3月31日現在)

発行済株式総数 102,758,690株  
発行可能株式総数 391,500,000株  
株主総数 64,321名  
1単元の株式数 100株

### 2015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	15円 (前期比-5円)
年 間	30円 (前期比-5円)

※前期(2014年3月期)は、普通配当(30円)に加え、創業100周年記念配当(5円)を実施

### 2016年3月期予想配当金

	1株当たり配当金
第2四半期末	15円 (前期比±0円)
期 末	15円 (前期比±0円)
年 間	30円 (前期比±0円)

## ●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

郵便物送付先および  
株主さま窓口 〒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  
☎ 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

## 株式に関するお手続きのお問合せ先

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	
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	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。

## 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  
<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。