

Q&A

[Q&A] 第2四半期決算のタイミングで増配した理由は？

- 株主還元方針は、配当を重視し、DOE 3%以上、配当性向（2024年度は50.5%）も併せて考慮するとしていましたが、2025年5月9日に公表した配当予想は、2024年度と同じ年間130円/株としておりました。
- 第2四半期の業績は、減収、増益でしたが、最終純利益においては計画を上回り、通期の実績見通しについても年度計画に沿った着地点が見えており、この機に当社の株主還元方針を具体的に示した方が望ましいと判断いたしました。
- ROE向上のためには、年次の利益による資本の増加の抑制や自社株買いによる資本の圧縮の必要性がありますので、今回は、資本の増加を抑制するために、従来のDOEや配当性向を上回る配当を行うこととしました。
- 今回の前年比+50円の増配予定により、2024年度（2025年3月期）比で3年間に約48億円の還元増となります。
- 2026年度以降、2025年度の配当性向を維持するかどうか、還元方針のDOE3%を変更するかどうか、などは現時点では結論を出しておりません。株主還元方針、キャッシュアロケーションなどは議論を進め、2026年3月期決算発表時に更新いたします。
- 原則として、2025年度配当予想額（180円/株）を下回らない配当を継続する考えです。
- 引き続き資本コストや株価を意識した経営に取り組んでまいります。

[Q&A] 国内売上不振の要因及び下期見通しは？

- 一番の要因はCVSの成長鈍化によるCVS向け製品の売上減です。
カテゴリー別増減のCVS・中食・スーパーは対前年比－6.3%となりました。
- 二番目の要因は、外食お客様向け製品で前年上期にあった製品（外販品）や期間メニューが今期なかったことによる売上減です。
- 下期に対前年上積みが集中しますが、期内寄与案件は十分ありますので、確実に成約できるように案件管理を強化し年度計画達成を目指します
- CVS向け製品は、提案頻度を増やしたことで採用件数も増え、改善の手ごたえを感じています。
- 外食向けは、期間変動要因がなくなり下期には順調な伸長が期待できます。
- 上期順調だったB2B2C製品は、さらに採用製品が増えたことにより下期も引き続き順調に伸長見込みです。

[Q&A] 中国の現状及び今後の見通しは？

- 不動産不況による消費低迷による影響で売上高は対前年-13.3%、対計画-14.0%減でした。前年は外食中心に不調でしたが、今期は外食もメーカーも業績が低迷しております。顧客の業績に連動して当社の売上も増減している状況です。
- 売上減を新規製品、新規顧客でカバーしています。伸長しているのは、即席麺メーカー、ラーメンチェーン、ローカルCVS、流通などです。
- 即席麺メーカーはアリアケジャパンとの共同開発による提案製品が多数採用になったことで売上増になりました。ラーメンチェーン、ローカルCVSには積極的に提案を続け、新規製品の採用が貢献しました。
- 流通向けには、スーパー向けに年初からレトルトカレーの供給を開始し、現在アイテム数の拡大を検討中です。さらに、同じくスーパー向けに日式的完成品ラーメン（麺、具材、スープのセット）に使用するスープが採用になり、稼働開始しました。今後拡大が期待されます。
- 消費の低迷は年内は続くと思われれます。今期は対前年並みの着地を目指して営業して参ります。
- 売上減に比例して、営業利益額も減となりましたが、コストダウン活動により営業利益率は前年並みを維持できております。今後も大きな変動は無いと考えております。
- 韓国市場への参入（輸出）を検討中です。

[Q&A] 台湾現状及び今後見通しは？

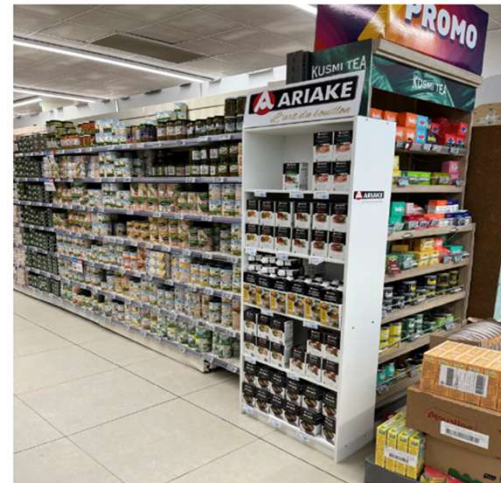
- 台湾有明の売上のほとんどが外食です。顧客の好不調で当社の業績も左右されます。伸長している顧客と売上が減っている顧客に2分されます。好、不調が相殺されて対前年－2.5%、対計画－2.4%の減収になりました。
- 伸長している会社は、現地ラーメン、現地火鍋、日系うどんなどのチェーン店で主に店舗数増によるものです。
- 逆に減収となっているのは、上記とは別の現地火鍋、日系ラーメン、現地牛肉麺などのチェーン店です。順に、店舗オペレーション不備による集客力低下、高価格による売上不振、値上げによる客離れなど当社でコントロールできない要因によるものです。
- ラーメン市場は飽和感で出てきており、当社顧客の間でのシェア争奪になっております。ラーメン以外の外食への営業に注力して参ります。日系のうどん、ファミレス、しゃぶしゃぶ、焼肉、新規うどん店などラーメン以外の日系外食が出店を加速していますので、今後の成長の機会と捉えております。
- 外食以外の顧客として、食品メーカーの開拓を進めて参ります。
- 売上減に比例して、営業利益額も減となりましたが、営業利益率は前年度並みの水準を維持できております。今後も大きな変動は無いと考えております。
- 台湾市場の飽和を考慮して、将来的に東南アジアの輸出拠点としての確立を構想しております。
(ハラル圏はインドネシアから、その他は台湾から、高度品は日本からの供給体制)

[Q&A] インドネシアの現状及び今後の見通しは？

- 2026年3月期第2四半期の売上高、営業利益は、対前年、対計画ともに想定通りに進んでいます。
- 日本向けが増え、ASEAN輸出が減っています。今後ASEAN輸出増が課題です。当社グループ（日本、台湾）、当社グループ以外の売上比率は57：43です。
- インドネシア国内は、外食、インダストリーともに引き合いが増え、順調に伸びております。
- 日本の外食企業のインドネシア国内、東南アジア、中東への進出が増え、引き合いを多く頂いております。特にハラール圏の進出の場合は、ハラール認証が有効になりますので、ハラール認証を取得しているインドネシア工場の優位性は活かされます。東南アジア、中東はまだ日本外食の進出余地は十分あると考えられます。
- 日本向けとして、インドネシアの特性を活かしたパーツやメニューの提案、ハラール認証の優位性を活かせる製品の検討を行っております。まずは増加しているインバウンドの中のムスリム対応として、ハラール認証ラーメンスープの輸入を進めております。2026年から販売開始見込みです。

[Q&A] フランスの現状及び今後の見通しは？

- 日本向けに輸出が増えましたが、前年好調だった新規顧客が減速し、連結では対前年約－10%の減収となりました。連結調整前の売上高は対前年20%を超える伸長です。
- 営業利益は稼働率が上がり固定費が吸収できたこと、ユーティリティコストが正常化したことなどにより、連結調整前で対前年＋745%、未実現利益の調整を含む連結調整後は、対前年＋98%と大幅に利益改善できました。
- 欧州圏内の売上回復のために積極的に営業を展開しており、チキンフォン、オーガニックチキンストックなどが採用になり、今後売上増が期待できます。
- ベルギー、フランスともにオーガニックの認証を得ており、今後のインダストリー向けにおいてはオーガニックを差別化要素として拡販いたします。欧州のオーガニック市場は2023年約12兆円、世界の44%を占め、今後のCAGRは約14%とされ、非常に有望な市場です。
- スプレー品は、日本向けのチキンストックパウダーの輸出を9月から開始しました。欧州圏内では、大口インダストリー向けにチキンストックパウダーが内定するなど、来期から販売が本格化します。
- ベルギーのUHT製品の拡販に合わせてフランスの小売業にAriake専用棚を設け既存のインフュージョンブイヨン（だしパック）も同時に拡販しております。



[Q&A] ベルギーの現状及び今後の見通しは？

- 日本向け輸出、欧州圏内向け製品ともに順調に伸長しております。売上高は連結調整前で対前年+32.0%、連結調整後で同+7.5%でした。
- 稼働率向上による効率化、ユーティリティコスト安定化、コストダウンによる経費の削減により、計画を上回る利益改善が進み、営業利益は連結調整前で対前年+91%、連結調整後で+61%でした。今期後半は単月での営業黒字が継続しており、来期は通期で黒字化の見込みです。
- 欧州では、現在日本食がブームとなっており、日本外食企業の欧州進出、日本からの輸出（プラントベース）などが進み、市場は活性化しております。当社としては、現地日本食卸との関係強化、現地生産の優位性で差別化（畜産原料使用）、日系外食企業のフォロー、東欧市場の開拓などを戦略的に実行し売上拡大を図ります。
- UHTブイオンはB2C専任の営業マネージャーを採用し、パリ近郊の販売店舗の開拓を実施、フランスの粉末製品も合わせたAriakeコーナーを設置し、さらには、インスタデモを行うなどして拡販中です。来年から、形態を従来の1ℓに加え、500mlを追加、チキンに加え、ビーフ、ベジタブルのアイテムを追加します。
- UHTブイオンのOEM生産受託を検討中です。フランス、UK、ノルウェー、ドイツの販売先とPBブイオンやストレートラーメンスープの商談進行中です。

[Q&A] オランダの現状及び今後の見通しは？

- オランダ（ヘニングセン）は、2013年にM&Aした会社で欧州圏内にミートパウダーを主体としたスプレー乾燥品を製造、販売しております。
- インダストリー中心で、主な販売先は、欧州内の大手食品メーカー、調味料メーカー、フレーバーメーカーなどになります。長年の取引、販売実績により、安定的な売上が維持できております。
- 2026年3月期第2四半期も、売上高対前年+5.5%、営業利益は対前年+10.4%と順調です。また安定的に高営業利益率を維持しております。
- 設備の老朽化及び生産キャパの不足が懸念されますので、段階的に更新、新設・増強を計画中です。それに伴い、更なる売上増を図ります。

[Q&A] 今期年度計画は達成できるか？

- 国内は想定以上に上期が厳しい結果になりましたが、490億円達成を前提に営業しています。期内寄与案件は十分ありますので、確実に成約できるように個別案件管理を強化します。
- 上期厳しかったCVSの復調、外食向け期間要因の解消とともに、流通向けB2B2C製品販売開始など、好材料が揃ってきました。
- 海外子会社は、引き続きアジアは年内は厳しい見込みですので、好調な欧州でアジアをカバーします。

[Q&A] 中期計画の見直しは？

- アジアの景気低迷が今後どうなるか不透明な点がありますが、現時点では、今期の実績を踏まえた上で、グループ内での配分を見直し、連結での計画は維持する方向で考えております。
- 好調な欧州の伸びをより加速させることによりアジアの低迷を補完致します。
- 国内は、既存の深耕とともに新規顧客の開拓、新規製品の開発を進めて、中期計画に沿った売上増を図ります。
- 特に60周年を迎える2026年度（2027年3月期）には、国内売上500億円超、連結売上700億円超を達成させたいと考えております。
- 営業利益については、ベルギーの黒字化は想定より早く進んでおります。国内は新製品の営業利益率を堅持することにより、新製品への置き換わりによる良化と低利益率製品の個別の利益改善（価格改定、リニューアル）に取り組めます。

[Q&A] 業績に対する為替の影響は？

- 製品の輸出の比率は少ないので、売上高に対する為替の影響はありません。
- US\$は原材料(牛肉、中国、台湾のエキス類)の調達に使用しております。足元は前年より円安に推移しておりますが、通期で見ると前年より円高となる見込みですので、調達コストは対前年より下がる見込みです。
- ユーロは、ベルギー、フランスからのエキス、オイル類の輸入に使用しております。上期は前期に比べ円高でコスト押し下げ要因となっておりますが、足元のユーロ高が継続すれば前年よりコスト押し上げ要因となります。12月末レートが現状で推移すれば連結決算時の売上高、利益額の押し上げ要因になります。
- ルピアは、インドネシアからのエキス類の調達に使用しております。前期に比べ円高基調ですので調達コスト押し下げ要因となります。12月末レートが現状で推移すれば連結決算時の売上高、利益額の押し下げ要因になります。
- 人民元、台湾\$は、調達には使用しておりませんので、連結決算時の売上高、利益額の変動要因になります。足元のレートでの影響は軽微です。

[Q&A] 国内人口減少の下、中期的成長戦略は？

- 食品業界全体は、人口減により緩やかに成長が鈍化すると考えられます。当社の強みを活かし、エキス調味料を主体とした川下製品を含む既存事業の更なるシェア拡大と、隣接・飛地領域への事業展開を行います。
- 成熟期の外食産業は競争が激化すると予想され、ヒト・モノ・カネ・データーなど資源に勝る大手外食のシェアが拡大すると考えられます。注力すべき顧客を選択し、効率的な営業を行い売上増を図ります。特に節約志向下でも消費が安定しているラーメンの成長企業は最重要顧客との認識をしております。
- 提案営業を推進し、顧客価値の向上につながる価格以上の価値のある製品を提案します。
- 高齢化が進むことで健康志向が更に高まり、健康で安全性の高い天然素材を活かした当社製品の存在価値も高まります。健康や機能性を意識した製品の開発を進めて参ります。
- 家庭内調理の減少、ソロ世帯の増加、人手不足などによりHMR（ホームミールリプレイスメント）食品や業務用製品の需要は高まります。加工食品、冷凍食品、スーパー惣菜などの高品質化が進み、食品メーカーやスーパー（バックヤード、CK、PC）の当社製品の使用機会が増加すると思われるので営業を強化します。
- 国内エキス調味料業界は、畜産原料の枯渇、設備老朽化、人手・後継者不足など事業継続リスクが高まると考えられます。海外ネットワークを活用し、安定的・圧倒的な供給能力と品質・価格でシェア拡大を図ります。
- 畜産原料に拘らず、大豆やその他植物性原料、水産資源などを活用し、あらたな事業領域を開拓いたします。（大豆利用製品、ペットフードなど）

[Q & A]アリアケグループ成長のビジョンは？

□2030年連結売上高1000億円

- 2025年を起点とした2027年までの3年間は、利益改善フェーズとして、2022年度以降低下している営業利益率の改善に取り組み、連結営業利益率20%を目指します。
- 2028年から2030年に向けては、成長投資フェーズとして、2030年連結売上高1000億円達成に向けて、特に既存海外グループへの積極投資と米国工場稼働に向けての投資を行います。この期間の投資には、2030年以降の売上増のための投資も含まれます。
- アリアケジャパン単体は、現行路線を継続し、2025年を起点とした中期3年計画期間内に売上高500億円を達成し、2030年には550億円を目指します。
- 海外グループは、中国の景気低迷、UHTの販売不振など想定より厳しい事業環境ですが、既存、新規顧客双方に注力し、目標に向けて売上増を進めて参ります。

□創業60周年をあらたな出発点として

- アリアケジャパンは2026年6月に創業60周年を迎えます。この機にこれまでの歴史を振り返るとともに、あらたな価値創造の出発点と位置づけ、さらなる企業価値向上に向けて取り組みます。
- 社員の個の力、組織風土の向上のため、人材育成、インナーブランディングに注力します。
- 人口減、市場縮小により伸びが鈍化すると予想される国内市場においては、2030年以降の成長の基盤となる、隣接領域、飛び地領域での事業の探索、具現化を行います。

[Q&A] 資本コストや株価を意識した経営についての変化は？

- 基本的に2025年3月期の決算発表において開示した内容に変更はございません。
- キャッシュアロケーション、設備投資計画も現時点では従来通りです。中国の経済成長が鈍化しておりますので、売上増スピードに合わせて工場建設時期を調整する可能性があります。
- 株主還元方針は、配当を重視し、DOE 3%以上、配当性向（2024年度は50.5%）も併せて考慮して参ります。
ROE向上を考慮し、資本の増加の抑制を図ります。
- 2026年3月期は増配の予想です。内容は当該Q&Aをご参照ください。
→[Q&A] 第2四半期決算のタイミングで増配した理由は？
- 自社株買いは機動的に実施する方針です。
- 自社株買いに際しては、株の流動性についての配慮が必要と考えております。
- 政策保有株式については、引き続き縮減の方向で検討を進めます。

[Q&A] 社外取締役新任によりガバナンスに変化は生じたか？

- 2025年6月の株主総会において、新任の社外取締役を2名加え、社内4名、社外4名（内3名が監査等委員）の新体制をスタートいたしました。
- 定例の取締役会においては、社外取締役の発言が増え、あらたな見地から様々な意見を頂戴し議論が活性化しております。