



アリアケジャパン株式会社

2025年3月期 第2四半期

決算説明会資料

2024年11月8日

アリアケジャパン株式会社（証券コード2815）

目 次

02-04	第2四半期 決算のポイント
05-06	グループ別売上高（対前年実績比較）
07-08	グループ別営業利益（対前年実績比較）
09-10	海外グループ会社状況
11-15	アリアケジャパン単体状況
16	中国市場の成長戦略
17	米国市場への再進出
18	売上高推移（単体・連結）
19	営業利益推移（単体・連結）
20	経常利益推移（単体・連結）
21	親会社に帰属する当期純利益推移 （単体・連結）

22	設備投資の推移（連結・単体）
23	減価償却費の推移（連結・単体）
24	当期計画
25-28	中期3年事業計画
29-30	アリアケジャパン成長のビジョン
31	設備投資予定
32-34	資本コストや株価を意識した経営
35-37	サステナビリティへの取組
38	アリアケグループ「世界7極体制」

〔補足資料〕 決算のポイント

2024年度9月期決算ポイント（要約）

項目	実績	前年	前年増減	前年比
連結売上	315.2	278.7	+36.4	+13.1%
連結営業利益	47.2	37.1	+10.1	+27.2%
連結経常利益	34.7	49.2	-14.5	-29.4%
連結純利益	20.9	33.2	-12.2	-36.8%
単体売上	227.3	210.3	+17.0	+8.1%
単体営業利益	33.1	24.5	+8.6	+35.3%
単体経常利益	22.2	37.7	-15.5	-41.1%
単体純利益	15.6	27.0	-11.4	-42.3%

※単位は億円 四捨五入して記載 前年比は、%表記

2024年9月期決算のポイント（連結）

□ 売上、営業利益は、増収増益

売上高315.2億円（対前年＋36.4億円＋13.1％）

営業利益47.2億円（対前年＋10.1億円＋27.2％）

営業利益率15.0％（対前年＋1.7ポイント）

海外子会社87.8億円（対前年＋19.4億円＋28.3％）

海外子会社は、アジア及び欧州とも、増収増益・対計画超え、全子会社とも順調に伸長

海外子会社営業利益14.1億円（対前年＋1.5億円＋11.6％） 営業利益率16.1％

□ 経常利益・純利益

為替差益・デリバティブ評価損により、経常利益は34.7億円（対前年－14.5億円－29.4％）

純利益は20.9億円（対前年－12.2億円－36.8％）

□ 2025年3月期 業績予想（修正なし）

売上628億円（＋4.7％） 営業利益99億円（＋14％） 営業利益率15.8％

経常利益114億円（＋6.4％） 純利益78億円（＋6.1％）

2024年9月期決算のポイント（単体）

□ 売上、営業利益は、増収増益

売上高227.3億円（対前年＋17.0億円＋8.1％） 外食好調で売上牽引、CVSも復調

営業利益33.1億円（対前年＋8.6億円＋35.3％） 大幅利益改善

営業利益率14.6％（対前年3.0ポイント改善）

価格改訂、コストダウン効果により営業利益額・率が改善

□ 経常利益・純利益

経常利益は22.2億円（対前年－15.5億円－41.1％）

純利益は15.6億円（対前年－11.4億円－42.3％）

為替差損、デリバティブ評価損によるもの。期末には解消見込み

□ 2025年3月期 業績予想（修正なし）

売上460億円（＋2.9％） 営業利益69億円（＋17％） 営業利益率15.0％

[グループ別] 売上高（対前年実績）

※子会社は連結調整後

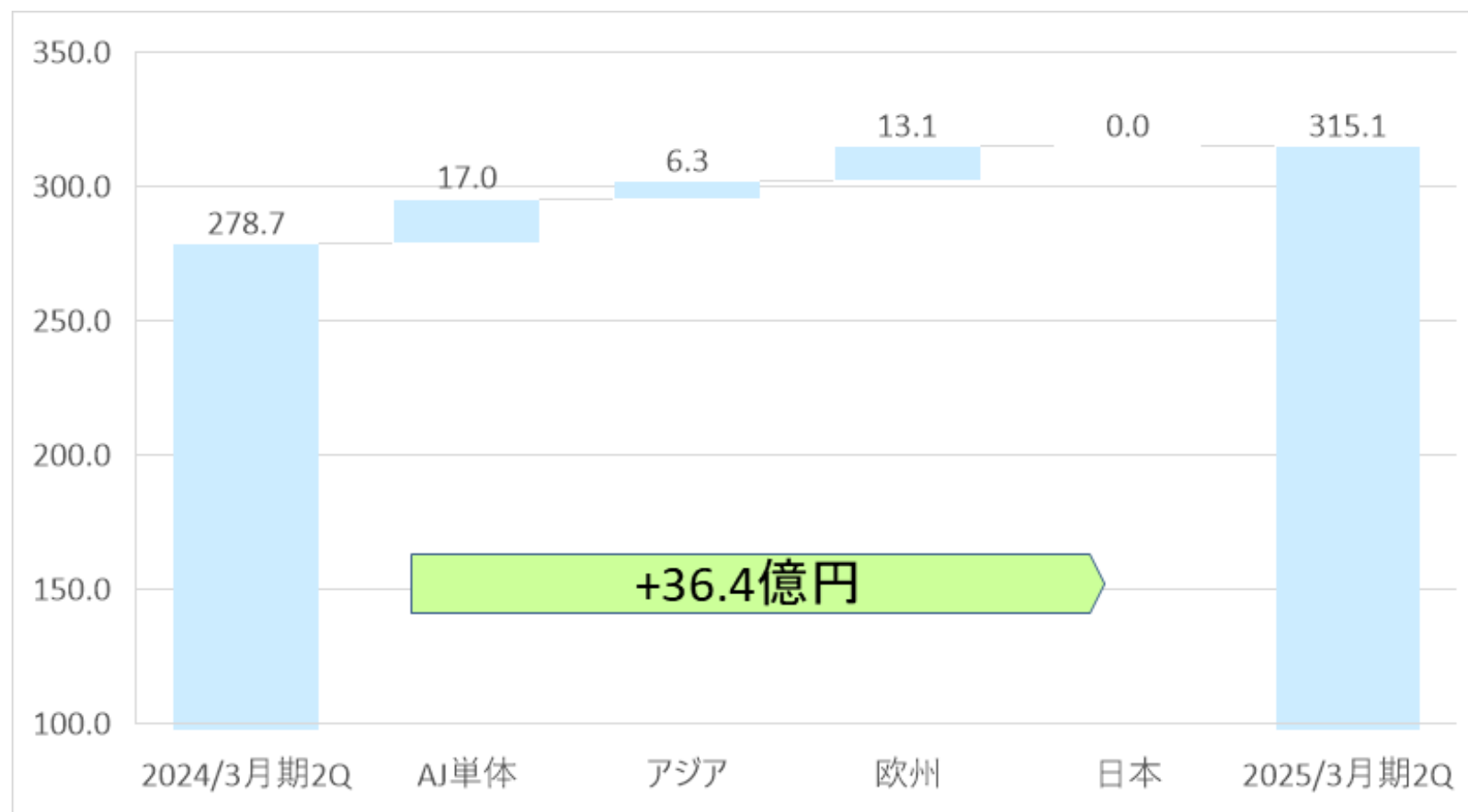
（単位：億円）

	2025/3期 2Q (A)	2024/3期 2Q (B)	増 減 (A-B)		
				%	為替中立
アリアケジャパン	227.3	210.3	17.0	8.1%	-
子会社 計 ※	87.8	68.4	19.4	28.3%	17.9%
アジア	50.0	43.7	6.3	14.4%	5.2%
欧州	36.2	23.2	13.1	56.3%	43.0%
日本	1.6	1.5	0.0	1.8%	-
連結	315.2	278.7	36.4	13.1%	10.5%

EUR	172.33	157.60	14.73
人民元	22.04	19.94	2.10
台湾ドル	4.95	4.66	0.29
ルピア	0.0099	0.0097	0.0002

[グループ別] 売上高（対前年実績）

（単位：億円）



[グループ別] 営業利益（対前年実績）

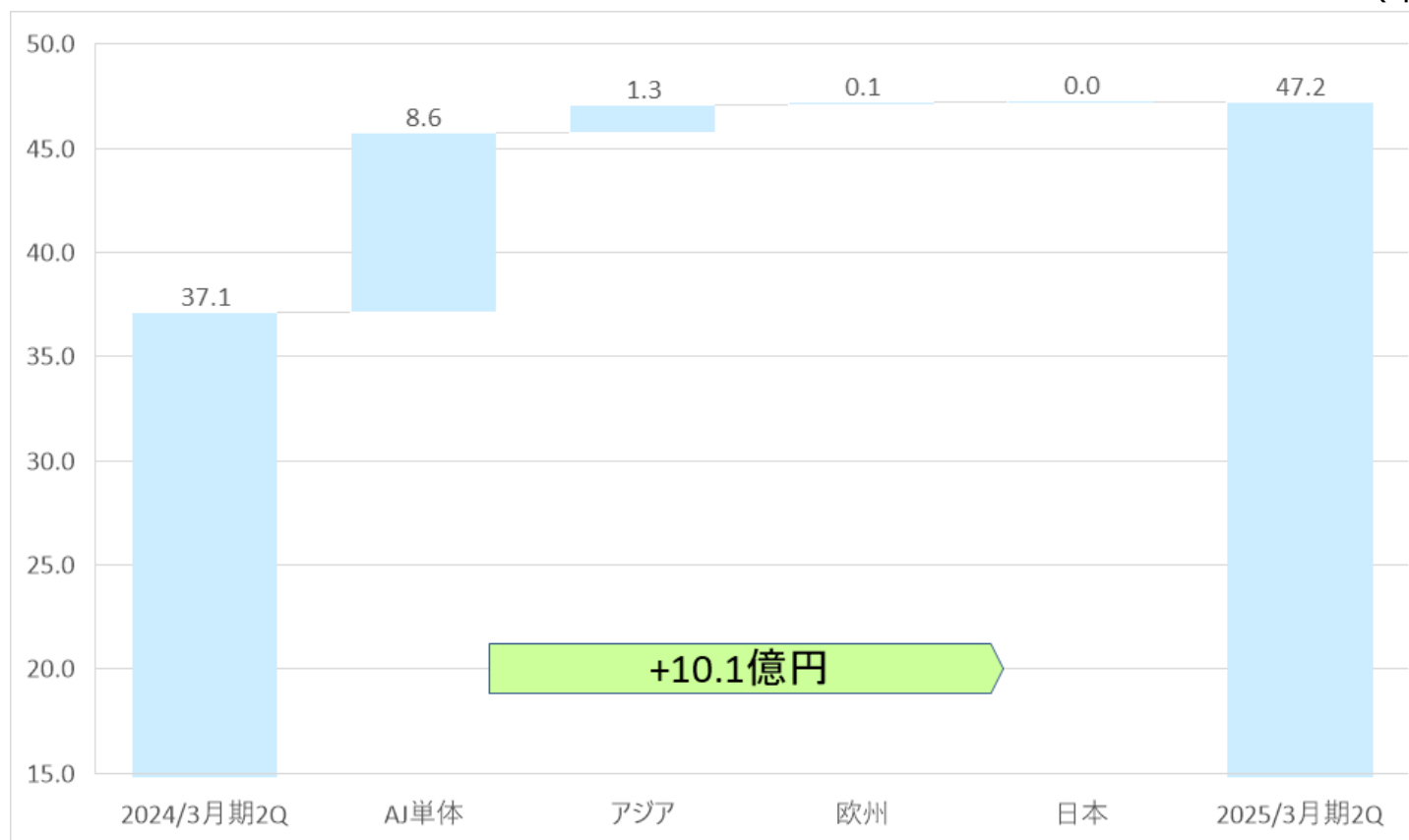
※子会社は連結調整後

（単位：億円）

	2025/3期 2Q (A)	2024/3期 2Q (B)	増 減 (A-B)		
				%	為替中立
アリアケジャパン	33.1	24.5	8.6	35.3%	-
子会社 計 ※	14.1	12.6	1.5	11.6%	2.7%
アジア	11.7	10.4	1.3	12.8%	3.9%
欧州	2.3	2.2	0.1	6.2%	-2.8%
日本	0.1	0.1	0.0	0.0%	-
連結	47.2	37.1	10.1	27.2%	24.2%

[グループ別] 営業利益（対前年実績）

（単位：億円）



海外グループ会社の状況（アジア）

□中国：増収増益

- 前年のコロナ禍による大幅減から回復し、売上は対前年12.8%増、営業利益は同じく22.0%増となりました。足元で消費控えによる全般的な売上減の傾向があり今後の懸念材料です。
- 新規顧客、新規案件の開拓に取り組みます。特に、最終B2C製品の販売に注力すべく流通向け調理製品（予製菜）を開発し、製品化が進行しています。（11月から生産開始）

□台湾：増収増益

- 売上は対前年11.7%増、営業利益は10.5%増となりました。
- 外食企業の中での勝ち組の伸長、外食企業が手掛けるB2C用製品の伸長により順調な売上増となっております。

□インドネシア：増収減益

- 売上は対前年95.2%増、一方営業利益は46%減となりました。
- アリアケジャパン向け輸出を調整した一方、インドネシア国内、ASEANへの輸出に注力しました。グループ外売上比率は、前年2Qの28%から53%へ大幅に伸長致しました。今後国内製品の価格改訂、コストダウン等による利益改善に取り組みます。

海外グループ会社の状況（欧州）

□ベルギー：増収減益

- 既存製品のEU圏内での販売増により売上は対前年250%増、一方で営業利益はUHT設備の減価償却増により、3.0億円の営業赤字（対前年－1.6億円）となりました。
- 2023年末から、UHT製品の販売を開始致しましたが、まだ認知が不足しており、販売・管理体制の強化と製品の追加を進めます。（ビーフ・野菜）

□フランス：増収増益

- EU圏内での販売促進により、売上は対前年53.7%増、営業利益は同じく16.7%増となりました。
- ユーティリティコスト増は緩和されましたが、日本向け輸出量の調整により、固定費率が上昇し利益減要因となっております。期の後半は増産予定ですので、徐々に解消されます。
- スプレー粉末製品の販売は、販売ルートを有するオランダ（ヘニングセン）との販売提携を行い、グループシナジー効果を期待しています。

□オランダ（ヘニングセン）：増収増益

- 長年の実績をベースに堅調な売上と営業利益です。売上は対前年20.0%増、営業利益は51.2%増となりました。

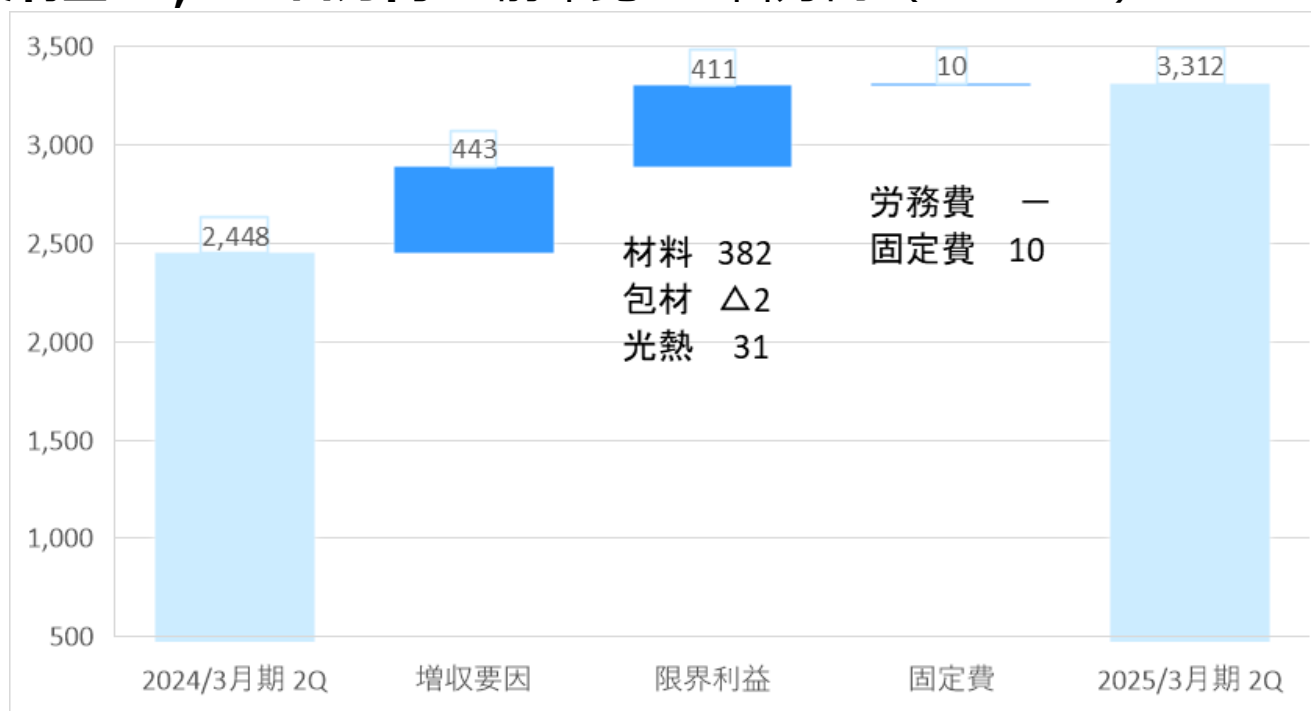
[アリアケジャパン単体]カテゴリー別売上比率及び増減

カテゴリー	売上比率	前年比増減
食品メーカー	20%	+7%
外食	46%	+13%
CVS	33%	+3%
輸出	1%	0%
合計	100%	+8.1%

[アリアケジャパン単体] 利益変動要因（対前年比較）

■ **営業利益 3,312百万円** 前年比864百万円（+35.3%）

（単位：百万円）



■ **経常利益 2,219百万円** 前年比 △1,547百万円（△41.1%）

（単位：百万円）

増加要因	営業利益増加	864
	受取配当金他	143
減少要因	為替差損	△ 784
	デリバティブ評価損	△ 1,770
	合計	△ 1,547

アリアケジャパン単体の状況

□売上

- 人流回復、人手不足需要、インバウンド効果などにより、外食需要は引き続き活発で、対前年同時期比13%増となりました。
- 加工食品メーカー向けは値上げ効果および節約志向などによる需要増で同7%増となりました。
- CVS向けは、当社の強みを活かした製品の提案により売上が回復し、同3%増となりました。
- 引き続き、提案営業を継続し、売上拡大を図ります。B2C製品、外食企業の海外進出に対するフォロー、スーパー業態への拡販など行います。

□利益改善

- 原料、包材、運賃値上がり、円安の進行など利益悪化要因が引き続きありますが、今期計画営業利益率15%の達成に向けて、工場におけるVA、工程改善によるコストダウン、営業における利益改善（価格改訂、リニューアル）を推進いたします。
- 営業の利益改善計画約22億円（今期内寄与額）に対し達成見込額20.5億円（91%）です。2Q売上増に占める価格改訂の効果は約30%でした。（販売価格対前年比較）
- 工場のコストダウン計画約26億円に対し、9月までの達成額は20.8億円（79%）です。
- 2Qにおける対前年比、販売数量の増減は+3.2%、販売単価の増減は+4.8%でした。
- 4～9月単月の営業利益率は、すべての月で対前年を上回っております。

[アリアケジャパン単体] 売上利益比較

売上(百万円)

期	1q	2q	2q累計	3q	3q累計	4q	4q累計
2024年3月期	10,098	10,934	21,031	12,706	33,737	10,963	44,701
2025年3月期計画	10,375	11,530	21,905	12,988	34,893	11,107	46,000
2025年3月期実績	10,829	11,906	22,734				

営業利益(百万円)

2024年3月期	1,198	1,250	2,448	1,896	4,345	1,579	5,924
2025年3月期計画	1,381	1,697	3,078	2,240	5,318	1,582	6,900
2025年3月期実績	1,510	1,803	3,313				

営業利益率(%)

2024年3月期	11.9	11.4	11.6	14.9	12.9	14.4	13.3
2025年3月期計画	13.3	14.7	14.1	17.2	15.2	14.2	15.0
2025年3月期実績	13.9	15.1	14.6				

幼児食「あむむ」の取り組み

■家庭用新ブランド“あむむ”（冷凍幼児食）販売開始

フードクリエイターたがみまき氏監修

うまみ調味料など無添加、国産野菜使用、8種類以上の具材を厳選

クラウドファンディング“Makuake”にて先行販売（10月25日～11月15日）

2024年12月から一般発売予定（EC中心）



中国市場の成長戦略

□新工場の建設

- 青島政府の方針転換により、青島有明の立ち退き要請の撤回と既存工場周辺土地の提供が示されたため、約24000m²の土地を購入予定です。それに伴い2000万\$の増資を行います。
- 既存第二工場に隣接する形で新工場の建設するよう設計中です。2026年度後半稼働を見込んでおります。投資額は約50億円を予定しております。
- 新工場は中国における労務費の上昇と少子化を念頭に、これまで蓄積した経験と最新技術を基にさらに先進的な自動化工場とし、生産性を飛躍的に向上させます。

□販売戦略

- 現在の主要顧客である外食、食品メーカー、CVSを中心にB2B製品を主体に売上増を図ります。11月から、日系流通向けにレトルトカレー4種類の製造を開始いたします。
- 新工場では、消費者向け最終製品の製造が可能なラインを設置し、天然調味料をベースにした調理加工品（日式・中式予製菜）を製造・販売いたします。販売先は、日系大手流通、現地EC企業、外食顧客などを予定しております。
- 日本との人口比から、今後も中国市場の拡大は期待でき、2026年度には100億円、2030年には200億円の売上を目指しております。

米国市場への再進出

□米国市場への再進出

- 東海岸バージニア州チェサピークに53000m²の候補地を選定致しました。1期工事として、8000m²程度のR&D 含む工場の建設を計画中です。
- 2024年7月1日Ariake U.S.A.,Inc.を設立いたしました。資本金は1000万 \$ です。2025年度土地購入・設計～着工、2027年度稼働開始を予定しております。
- 2027年度から販売を開始し、2030年度には40億円の売上を見込んでおります。

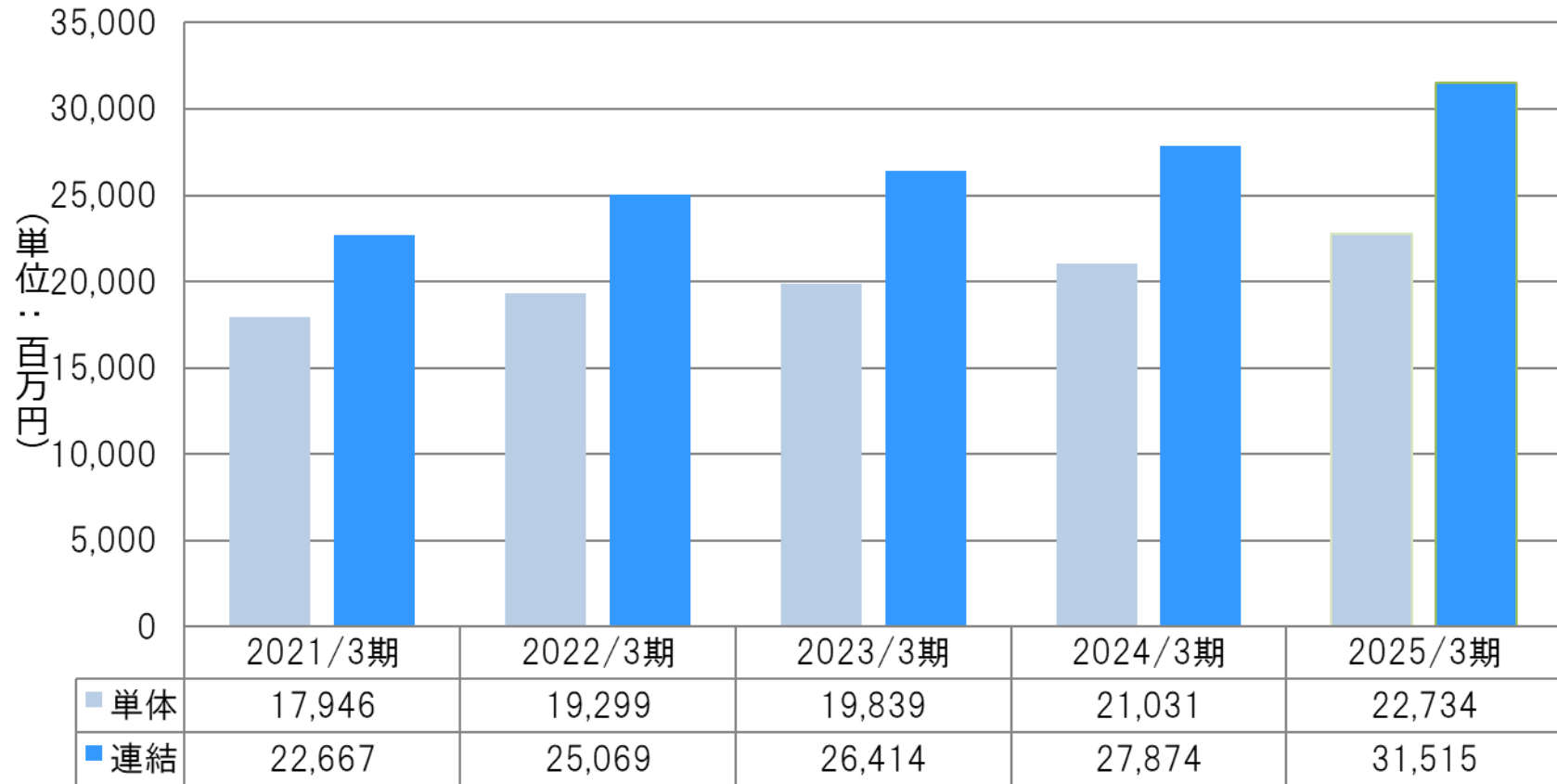
□製造・販売予定製品

- プラントベースの新規開発製品群
- 既存技術を活用したレトルト製品などの加工食品

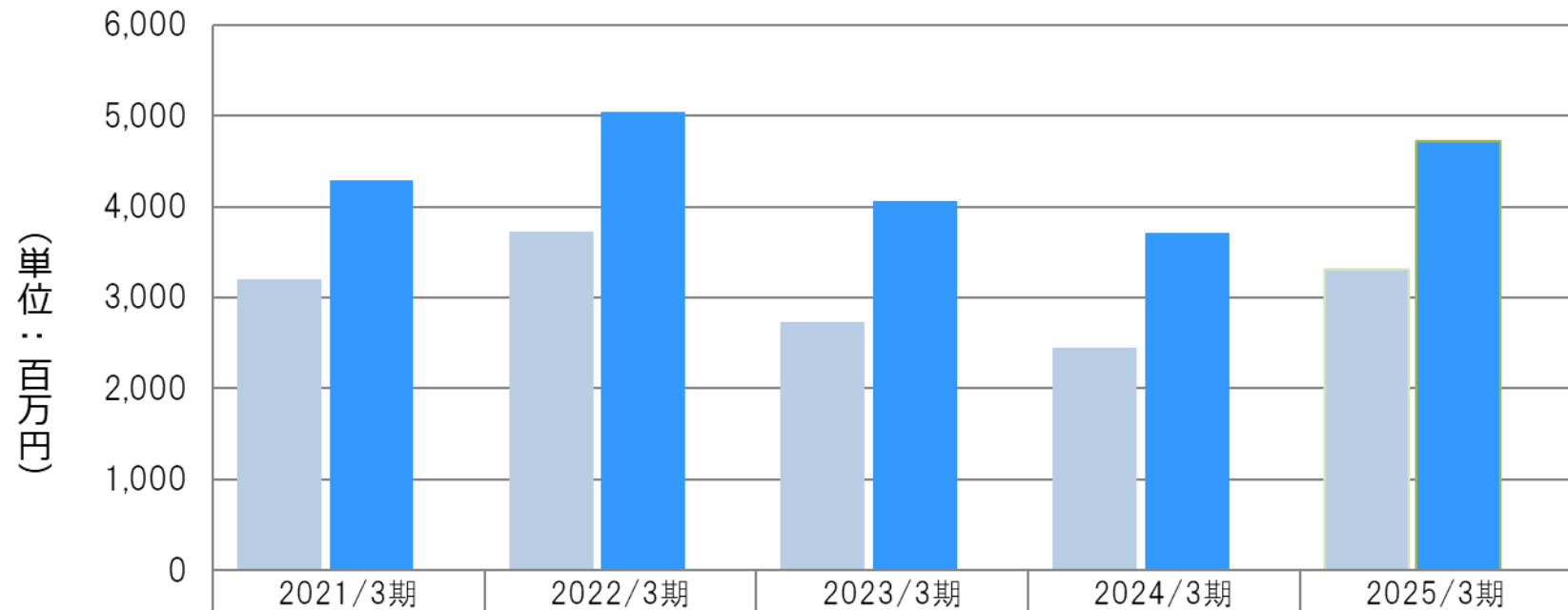
□販売先

- B2C スーパーマーケット、CVS
- B2B フードサービス、CVSベンダー、食品メーカー

第2四半期 売上高の推移（単体・連結）

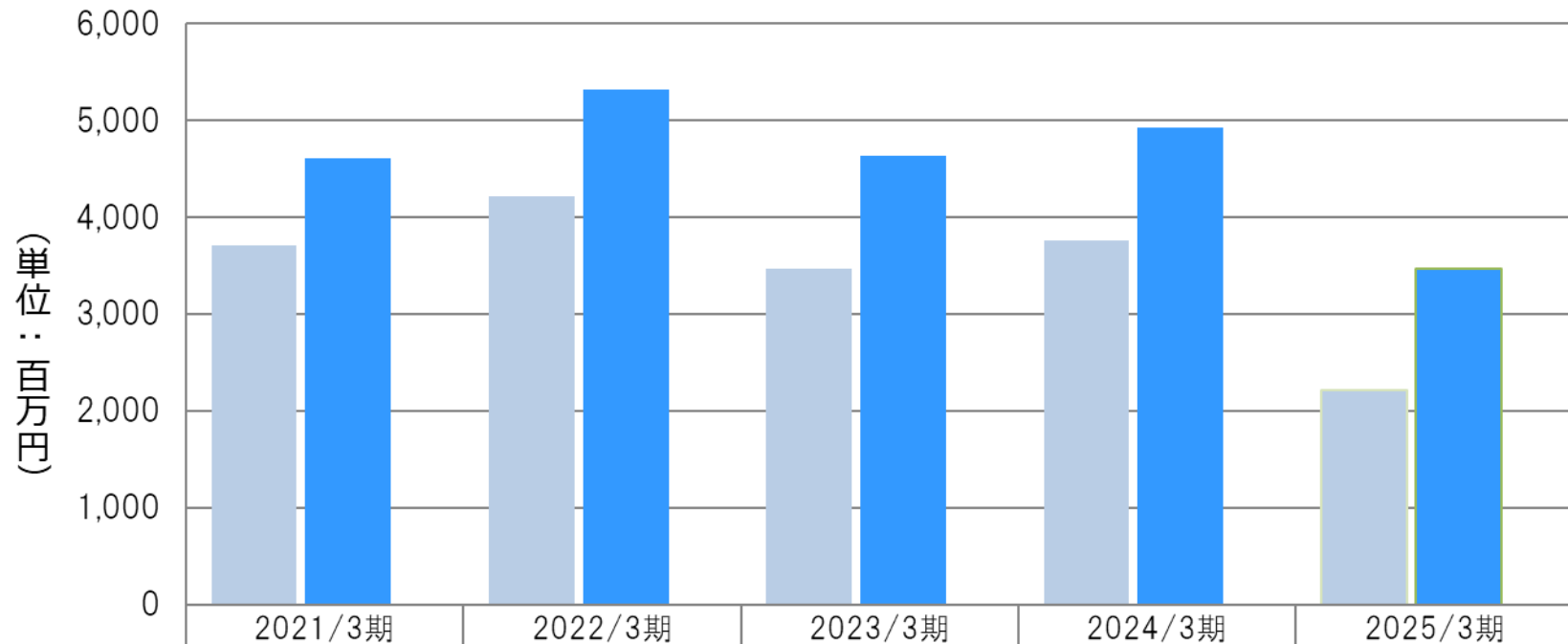


第2四半期 営業利益の推移（単体・連結）



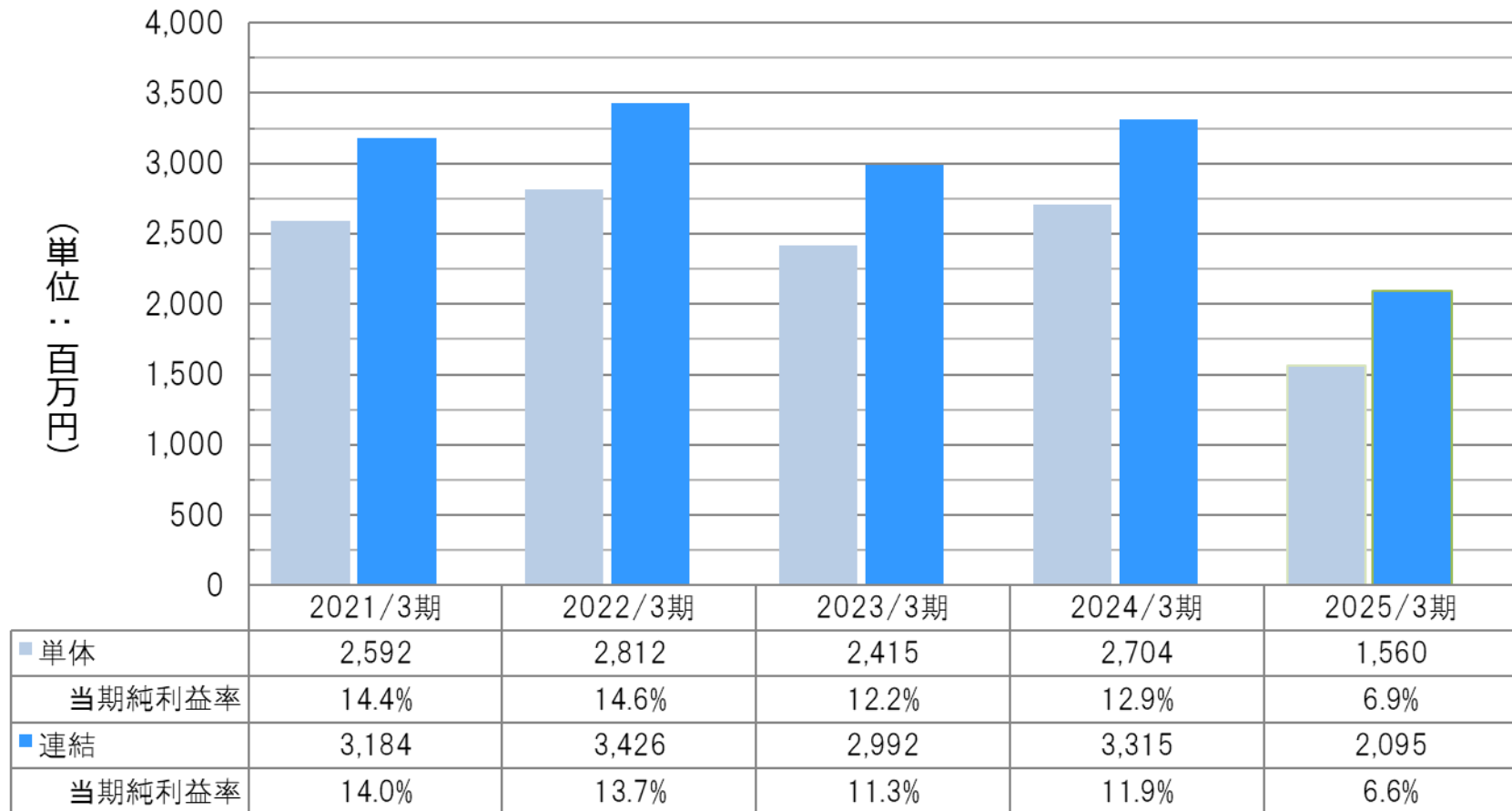
■ 単体	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期
営業利益率	3,196	3,725	2,725	2,448	3,313
■ 連結	4,288	5,047	4,057	3,713	4,724
営業利益率	18.9%	20.1%	15.4%	13.3%	15.0%

第2四半期 経常利益の推移（単体・連結）

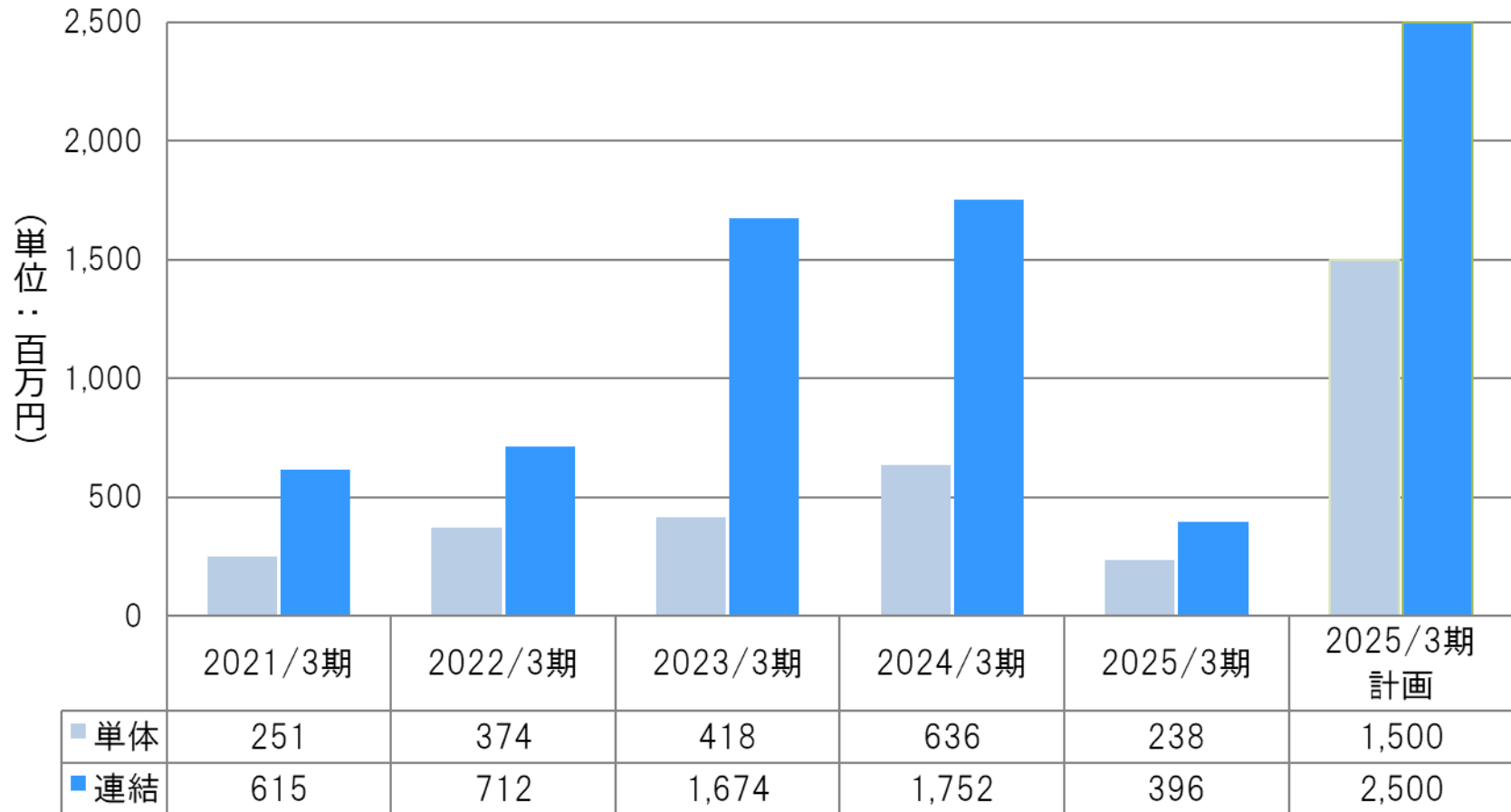


	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期
■ 単体	3,710	4,216	3,463	3,766	2,219
経常利益率	20.7%	21.8%	17.5%	17.9%	9.8%
■ 連結	4,614	5,319	4,637	4,921	3,472
経常利益率	20.4%	21.2%	17.6%	17.7%	11.0%

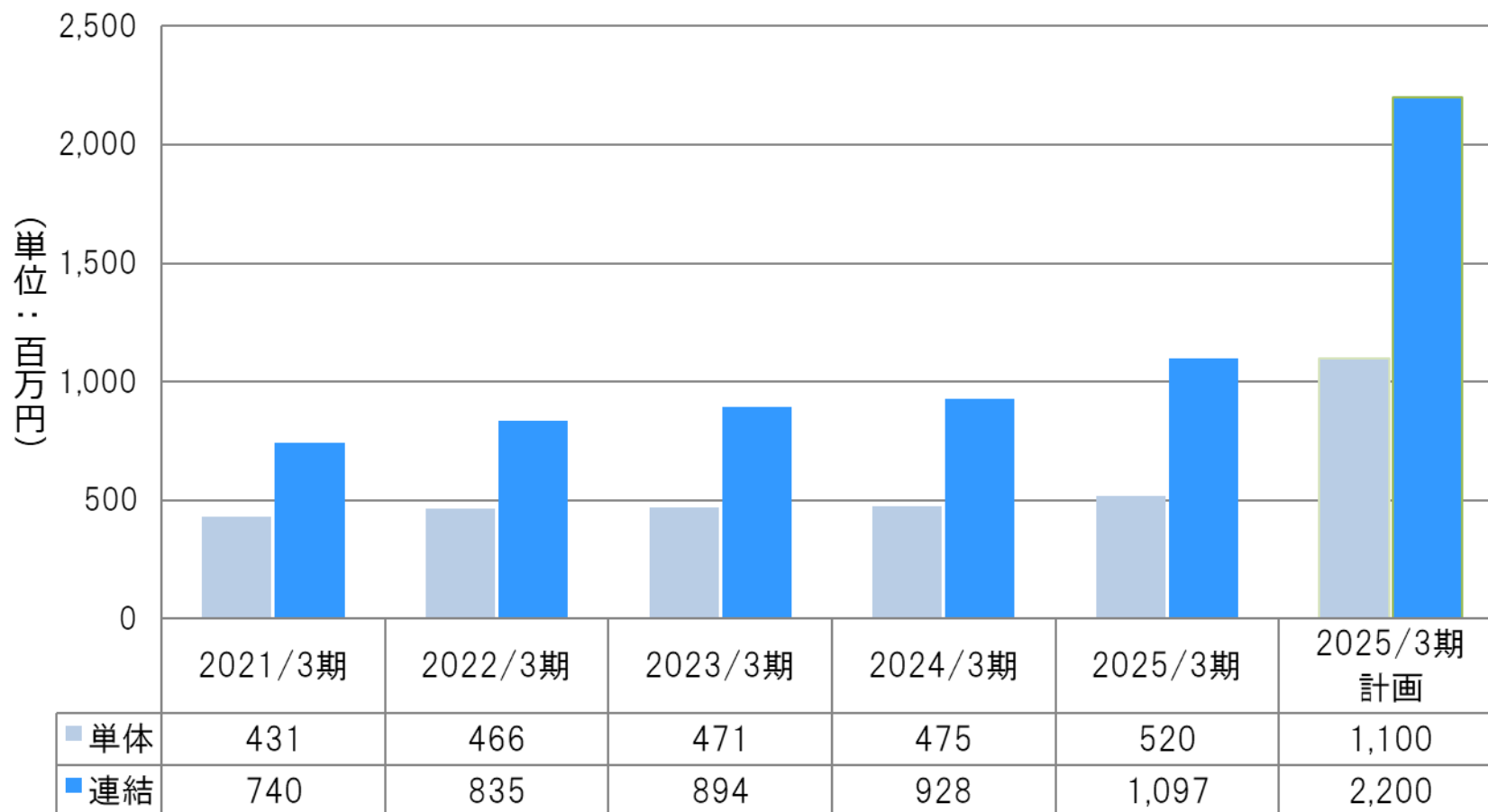
第2四半期 親会社株主に帰属する 当期純利益の推移（単体・連結）



第2四半期 設備投資の推移（連結・単体）



第2四半期 減価償却費の推移（連結・単体）



当期計画（地域別）

※子会社は連結調整後

（単位：億円）

	売上高			営業利益		
	2025/3期 計画（A）	2024/3期 実績（B）	増減 A-B	2025/3期 計画（A）	2024/3期 実績（B）	増減 A-B
アリアケジャパン	460	447	13	69	59	10
子会社 計 ※	168	147	22	30	27	3
アジア	109	95	13	26	23	3
欧州	57	54	2	4	4	△ 1
日本	3	3	△ 0	0	0	△ 0
連結	628	600	28	99	87	12

EUR	157.12	157.12	0.00
人民元	19.93	19.93	0.00
台湾ドル	4.62	4.62	0.00
ルピア	0.009	0.009	0.000

中期3年事業計画

□ 連結

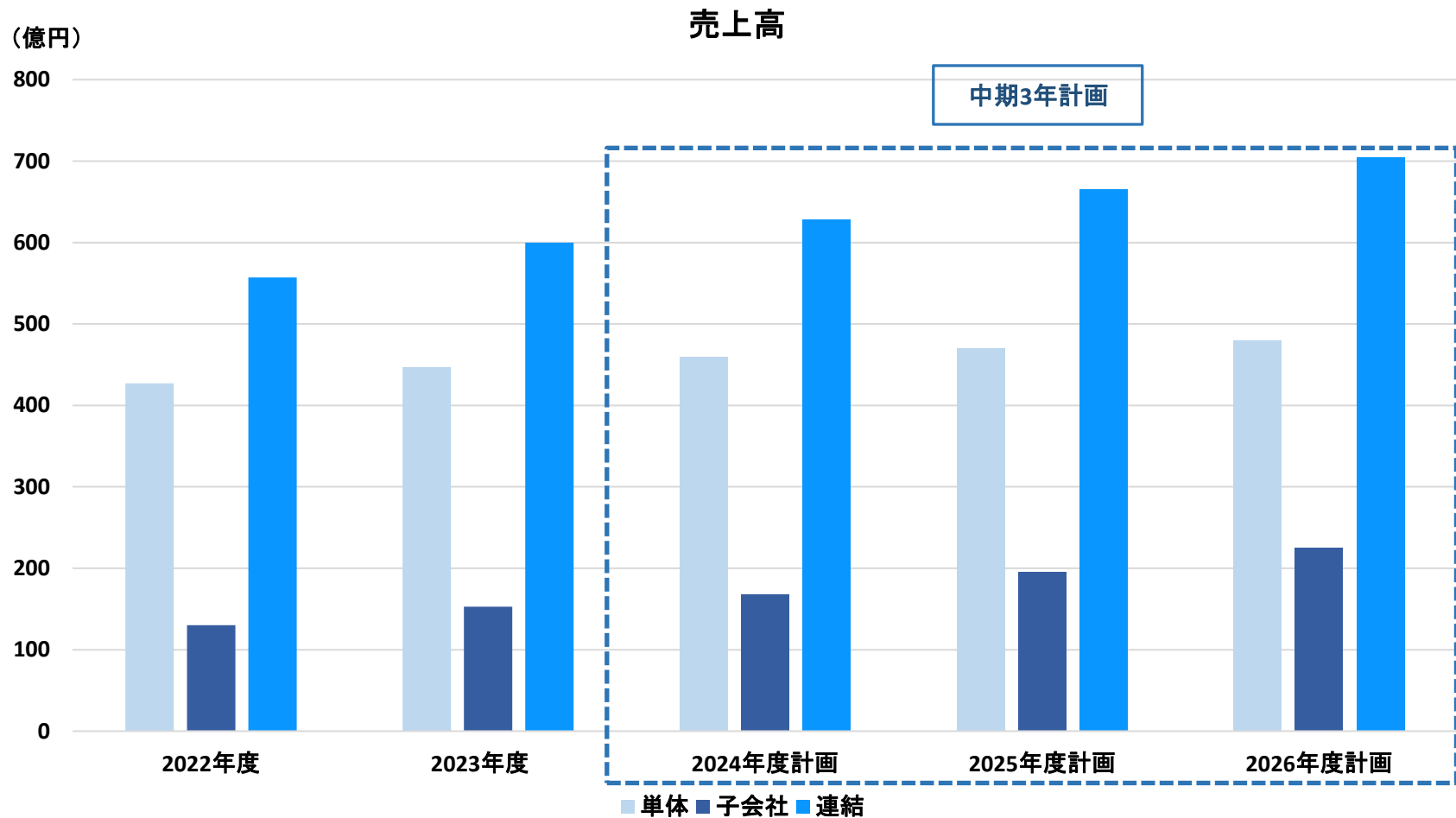
3年後の2026年度（2027年3月期）の連結売上高は705億円（海外売上高比率32%）、営業利益率19.5%を目指します。従来のB2B事業に加え、中国、ベルギーを主体に消費者向けのB2C製品の販売を強化し、売上増を図ります。

2026年度の営業利益率は19.5%を計画しております。

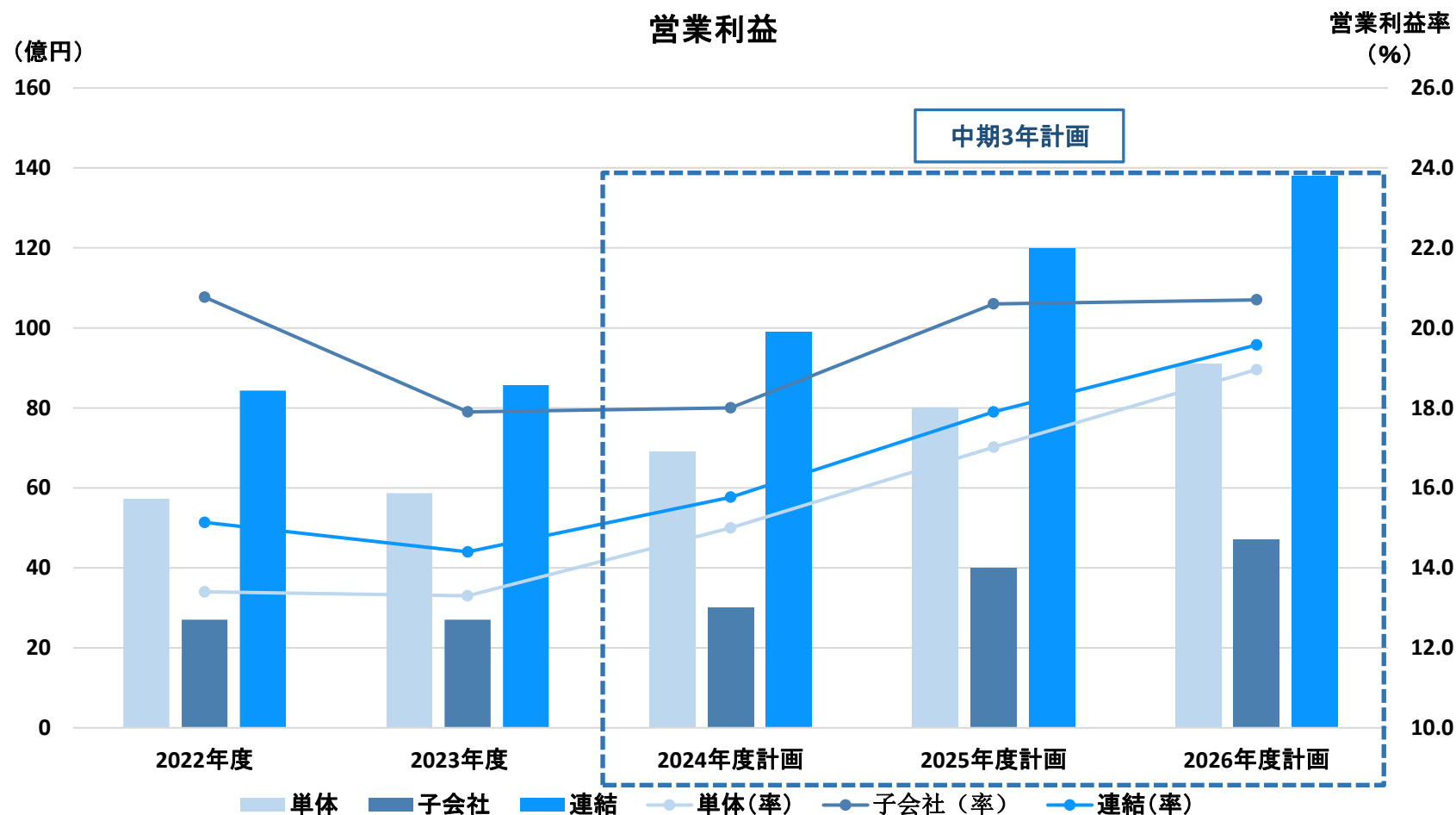
□ 単体（アリアケジャパン）

国内は、外食産業を中心とした人流回復による需要増、それに伴う人手不足需要を取り込むとともに、当社の強みを活かした製品の積極的な提案営業を行い、着実な売上増を図ります。製品の価格改訂、リニューアル、原材料費、水道光熱費等のコストダウンを着実に実行し、段階的に営業利益率の改善を図ります。2026年度の営業利益率は19.0%を計画しております。

中期3年事業計画 売上



中期3年事業計画 営業利益



中期3年事業計画

(単位：億円)

		実 績		計 画		
		2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期
売上高	単 体	427	447	460	470	480
	連 結 子会社	169	192	203	233	267
	連 結 調 整	△ 39	△ 39	△ 35	△ 40	△ 42
	連結売上高	557	600	628	663	705
営業利益	単 体	57	59	69	80	91
	連 結 子会社	27	27	30	40	47
	連結営業利益	84	87	99	120	138

アリアケグループ成長のビジョン

□ 連結

成長戦略を推進し、特に成長余地の大きい海外グループ会社の売上を伸長させ、2030年には、2023年度の1.7倍の連結売上1000億円を目指します。

□ 海外

海外グループ売上を2030年度に2023年度153億円の3倍以上を目指します。中国、ベルギーは、従来のインダストリー、フードサービス向けB2B事業に加え、消費者向けB2C製品の販売を強化致します。さらに新たに米国工場の建設を行い、B2C製品を主体とした新規開発品の製造販売を行います。

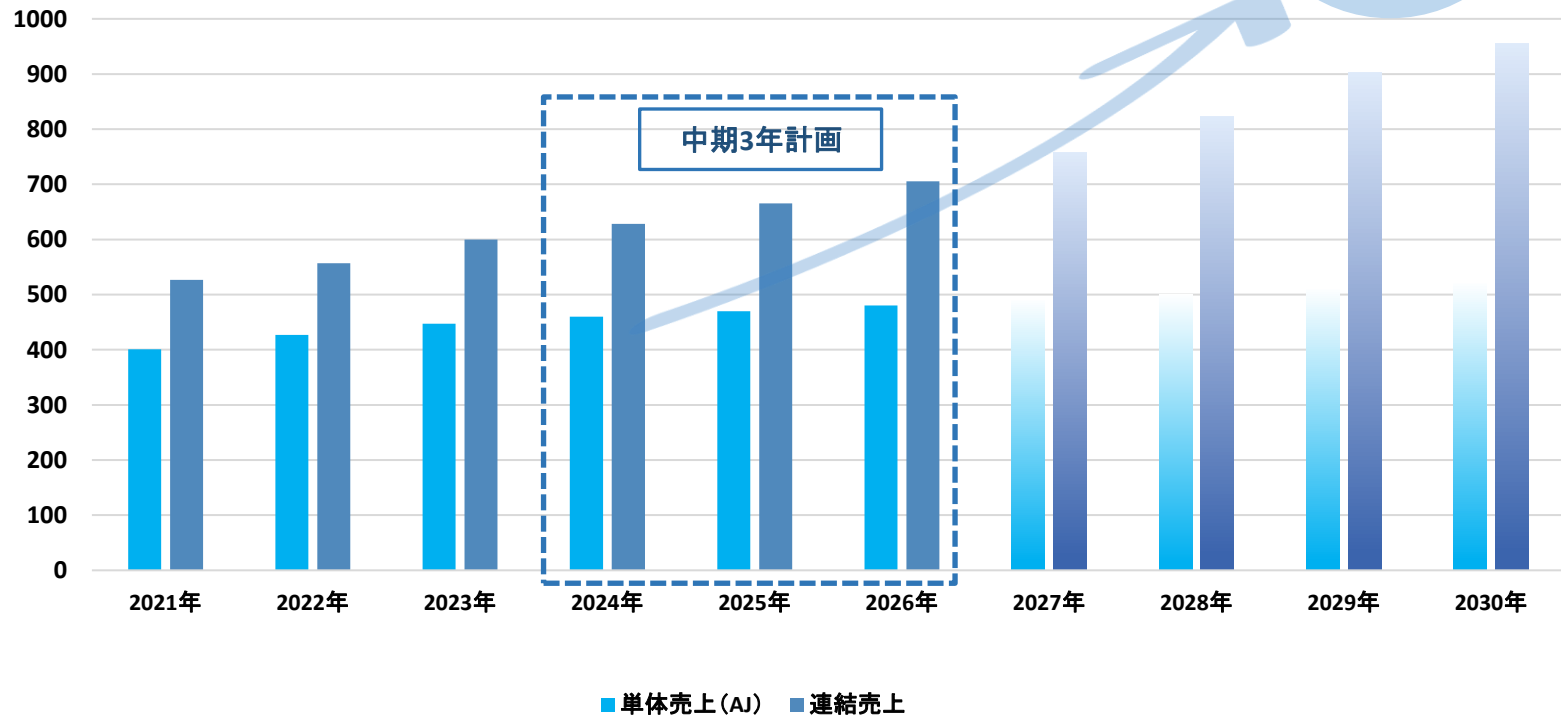
□ 単体（アリアケジャパン）

外食産業を中心とした人流回復による需要増、それに伴う人手不足需要を取り込むとともに、積極的な提案営業を行うことでシェアを拡大し着実な売上増を図ります。

アリアケグループ成長のビジョン

- 中国、ベルギー工場のB2C展開
- 米国工場再進出
- 国内は、人手不足需要と強みを活かした提案営業でシェア拡大

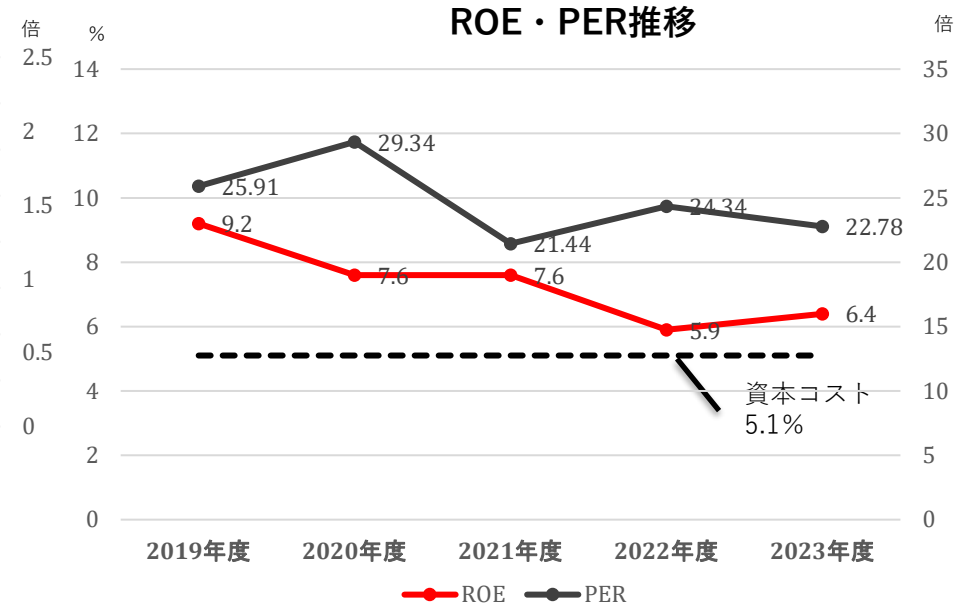
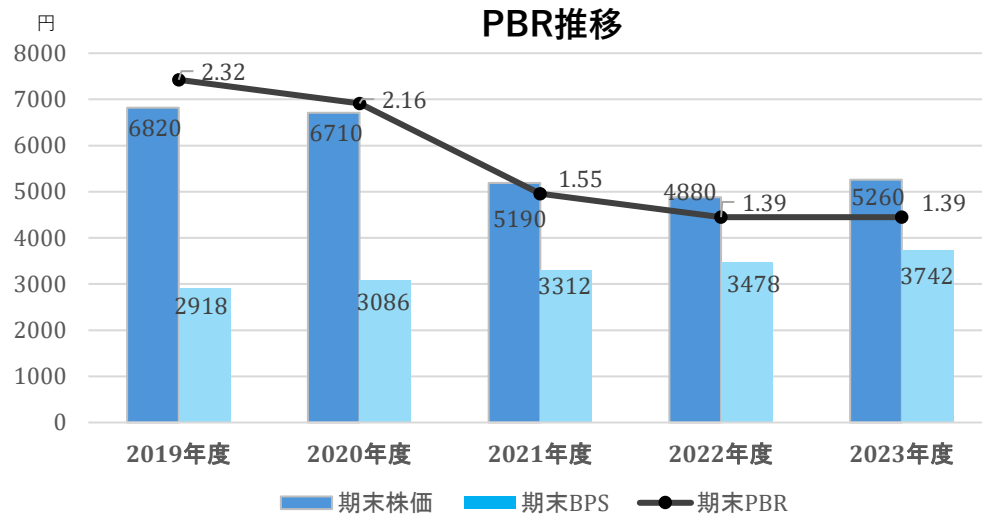
(億円)



設備投資予定

区分	2024年～2026年	2027年～2030年
中国 新工場建設・増設	50億円	50億円
米国 新工場建設・増設	50億円	200億円
台湾 工場増設	—	30億円
ベルギー 設備増設	—	40億円
アリアケジャパン 工場増設	—	—
アリアケジャパン(年次増強)	50億円	70億円
海外グループ(年次増強)	40億円	60億円
合計	190億円	450億円

資本コストや株価を意識した経営 現状分析

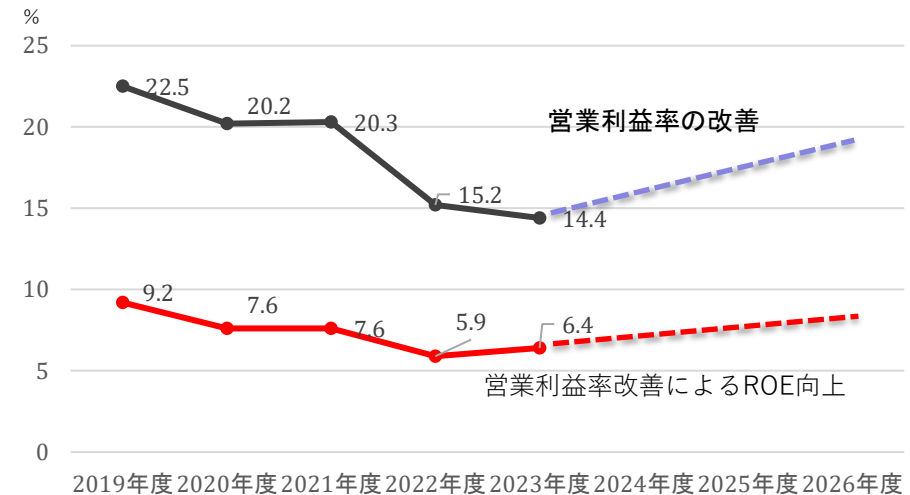
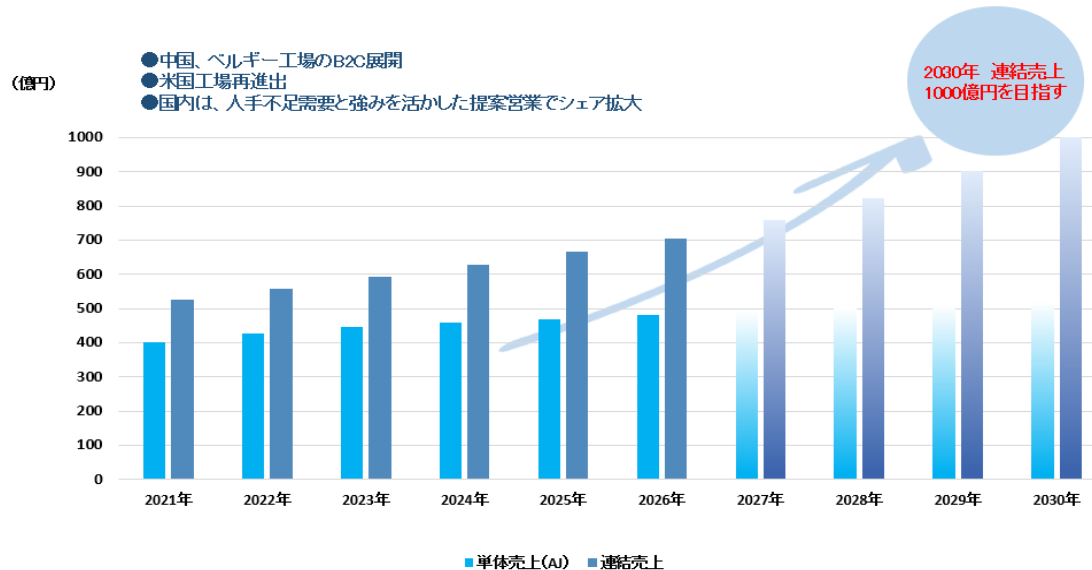


- 指標 株主資本コスト（CAPMベース） 資本収益性＝ROE 市場評価＝株価、PBR、PER
- ROEはCAPMベースの株主資本コスト（4.4%）を上回り、PBRは1倍を超えているが、低下傾向にある。
資本コストに対する超過（エクイティ・スプレッド）を拡大し、継続的にROEを向上させる必要がある。
- 原材料高、円安等の影響を受け、収益性が低下している。
- 資本の活用と成長戦略の外部アピールが不足、資本市場、ステークホルダーの期待感が不足。

資本コストや株価を意識した経営 方針・目標と取り組み

$$\text{PBR} = \text{ROE (収益率)} \times \text{PER (成長期待)}$$

収益性の改善と資本市場の成長期待感を向上

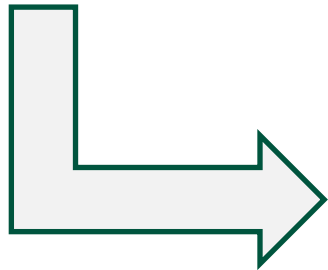


- ☐ 中長期的に収益性（営業利益率）の改善に取り組む。価格改訂、リニューアル、コストダウン、VAなどによる利益改善実施。
- ☐ 収益性改善によるROEの向上。中期的にはROE8%、長期的には10%を目標とする。
- ☐ 資本市場との丁寧な対話と情報開示の充実を図る。中長期的な成長戦略の発信強化。
- ☐ 成長余地の大きい海外グループ会社に資源を集中。設備投資を行い売上を伸長させ、2030年に連結1000億円を目指す。
- ☐ 将来に向けた成長投資として、DX、人的資本、研究開発に投資。M & A、2030年以降の国内事業展開の資金確保。
- ☐ DOE3%の基本方針を維持し、純資産に見合う株主還元を実施。
- ☐ 政策保有株の中長期的な企業価値向上への貢献度を検証、保有量の縮減を推進。

資本コストや株価を意識した経営 キャッシュアロケーション

7年間の営業CF
約800億円
＋
2024年3月31日
ネットキャッシュ
(現預金＋有価証券)
660億円

合計1460億円



成長戦略と株主還元(2024～2030年)
2024年～2026年:利益改善フェーズ
2027年～2030年:成長投資フェーズ

項目	内容	金額
株主還元	配当DOE3%以上 (併せて配当性向も考慮)	300億円
設備投資	海外子会社設備大型投資(～2026):100億円 海外子会社設備大型投資(～2030):320億円 アリアケジャパン年次増強(～2030):120億円 海外子会社年次増強(～2030):100億円	640億円
成長投資	DX投資 人的資本投資・研究開発投資 M&A投資 2030年以降国内成長投資	220億円
運転資金	売上高増加、環境変化・リスク対応	300億円

サステナビリティへの取組

- サステナビリティ経営戦略の策定（基本方針、ビジョン、経営方針）、サステナビリティ委員会の設置、マテリアリティ（重要課題）の特定プロセスの整備、マテリアリティの特定及び主要な取組指標KPIの設定などを行い、具体的な取り組み事例とともに、当社ホームページ上に開示致しております。
- 脱炭素にも積極的に取り組み、2021年4月より、九州第一・第二工場で使用する全電力を再生可能エネルギーへ変換、2022年5月より、自家消費型太陽光発電システム（オンサイトPPA）による再生可能エネルギー電気の使用を開始致しました。
- その他、LNG気化器の空温化、ボイラー設備からの廃熱利用、野菜原料の再利用等に取り組み、2023年度は2020年度比55%のCO₂削減を達成致しました。

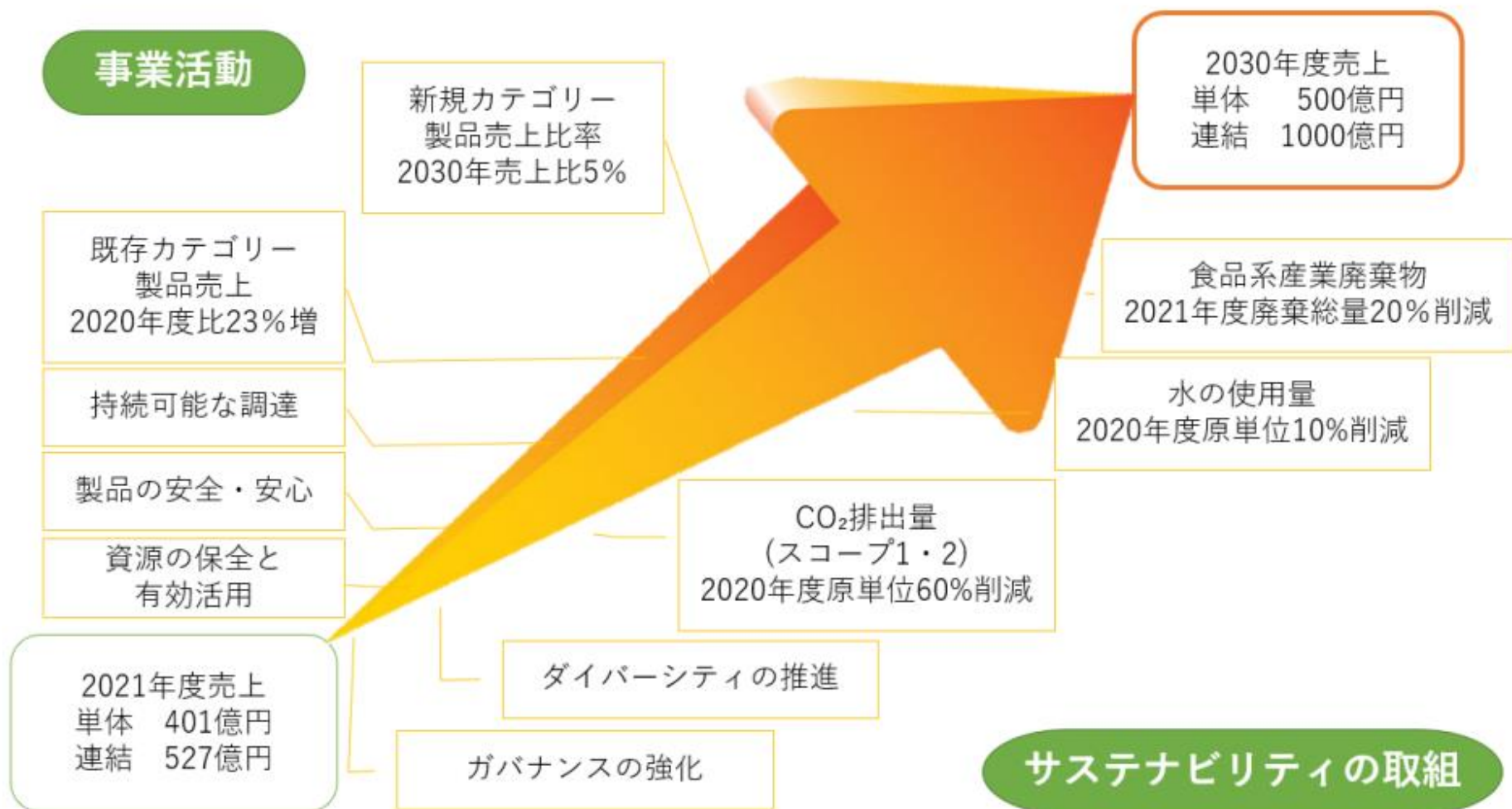


九州第二工場 自家消費型太陽光発電システム



LNG気化器空温式変換及び冷熱再利用

事業活動とサステナビリティの調和



アリアケファーム 循環型農業への取り組み

1 有機栽培による野菜の栽培 ※無農薬・無化学肥料

1. 玉ネギ（2,500 t）、ニンジン（300 t）、白ネギ（160 t）等を自家栽培
2. 全量天然調味料原料として使用



■諫早湾干拓地(中央干拓) 全面積：587ha



2 スープガラを発酵肥料化による

循環型農業の実践



◀認定証

水耕栽培実証プラント
化学肥料を使わない水耕栽培野菜工場

設備概要

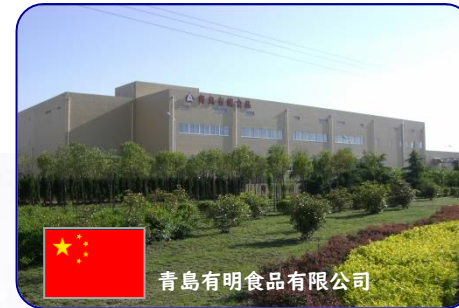
建築面積
約300坪 (1,135㎡)



栽培ベッド
定植パネル
月間生産能力

34.5m×1.1m×15レーン
60枚/レーン
こまつな2,100kg
ほうれんそう900kg

アリアケグループ「世界7極体制」



Henningesen Nederland B.V.

Ariake Europe NV

F. P. Natural Ingredients SAS

青島有明食品有限公司

アリアケジャパン株式会社

台湾有明食品股份有限公司



PT. Ariake Europe Indonesia



- 本資料は、会社内容をご理解いただくための資料であり、投資勧誘を目的とするものではありません。
- 本資料に記載されている業績予想（計画）及び、将来の予測につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものです。これには為替や金利、国際情勢、市場動向や経済状況、競争環境、生産能力、将来における売上、収益性、設備投資、その他の財務指標の状況、法的、政治的、または規制上の状況、疫病や健康問題の影響など、さまざまな不確定要素が内在しており、実際の業績は異なる場合があります。当社はこうした情報の正確性または完全性を保証しません。