

おいしさ、けんこう、
つぎつぎ、わくわく。))



2026年3月期 第2四半期(中間期)

中間決算説明会資料

(2025年4月1日～2025年9月30日)

2025年11月13日

フジッコ株式会社

(証券コード2908)

<https://www.fujicco.co.jp/>

2026年3月期上期トピックス

ダイナミックに事業ポートフォリオを再構築

経営の効率化



成長戦略

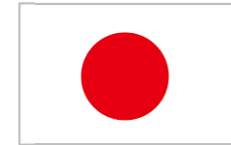
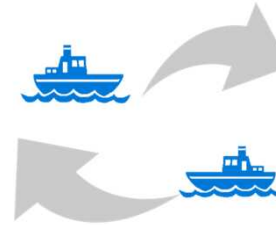
- 3月 ○ 製品の価格改定
- 4月 ○ 中期経営計画に基づく事業戦略の実行開始
経営判断のスピード化と、開発力を高める新組織体制開始
「FCR運動」の再展開
- 5月 ○ 「2025-2027中期経営計画」の公表
浜坂工場閉鎖の決定（2027年3月予定）
- 7月 ○ フジッコNEWデリカ(株)の吸収合併を決定（2025年10月）
- 8月 ○ (株)フーズパレットを譲渡（2025年8月）
- 9月 ○ FB Food Service社(タイ国企業)の買収（2025年12月予定）
「カスピ海ヨーグルト リッチモ」新発売

資本・経営リソースの効率配分を推進する

- **浜坂工場閉鎖の決定 (2027年3月予定)**
 - ➔ 浜坂工場生産品目は他工場へ順次集約で生産性を向上
(昆布は鳴尾工場へ、豆は関東・境港工場へ etc.)
- **(株)フーズパレットの譲渡 (2025年8月)**
- **フジッコNEWデリカ(株)の吸収合併 (2025年10月1日)**
 - ➔ おかず関連事業にかかる経営リソースを効率配分
(管理部門、販売部門、開発部門の機能集約)

タイ国を、今後のグローバル事業拡大のための拠点に

FB Food Service社



タイ国進出の目的・メリット

- フジッコグループ海外売上比率の向上
- Seaweed Salad(茎ワカメ)のグローバル展開
- 国内デリカ事業とのシナジー
(仕掛品の生産受託)

“Seaweed Salad”



“豆腐ハンバーグ”



(ご参考) FB Food Service社について

商品



- 和洋様々な業務用冷凍惣菜を製造・販売
 - 茎ワカメ、中華クラゲ
 - 和惣菜(ひじき、きんぴら、蓮根煮、牛肉煮、さつま芋煮物、等)
 - とんかつ、チキンカツ、カレー、スープ

生産

- 小回りの利く、
低コストでの生産体制



物流



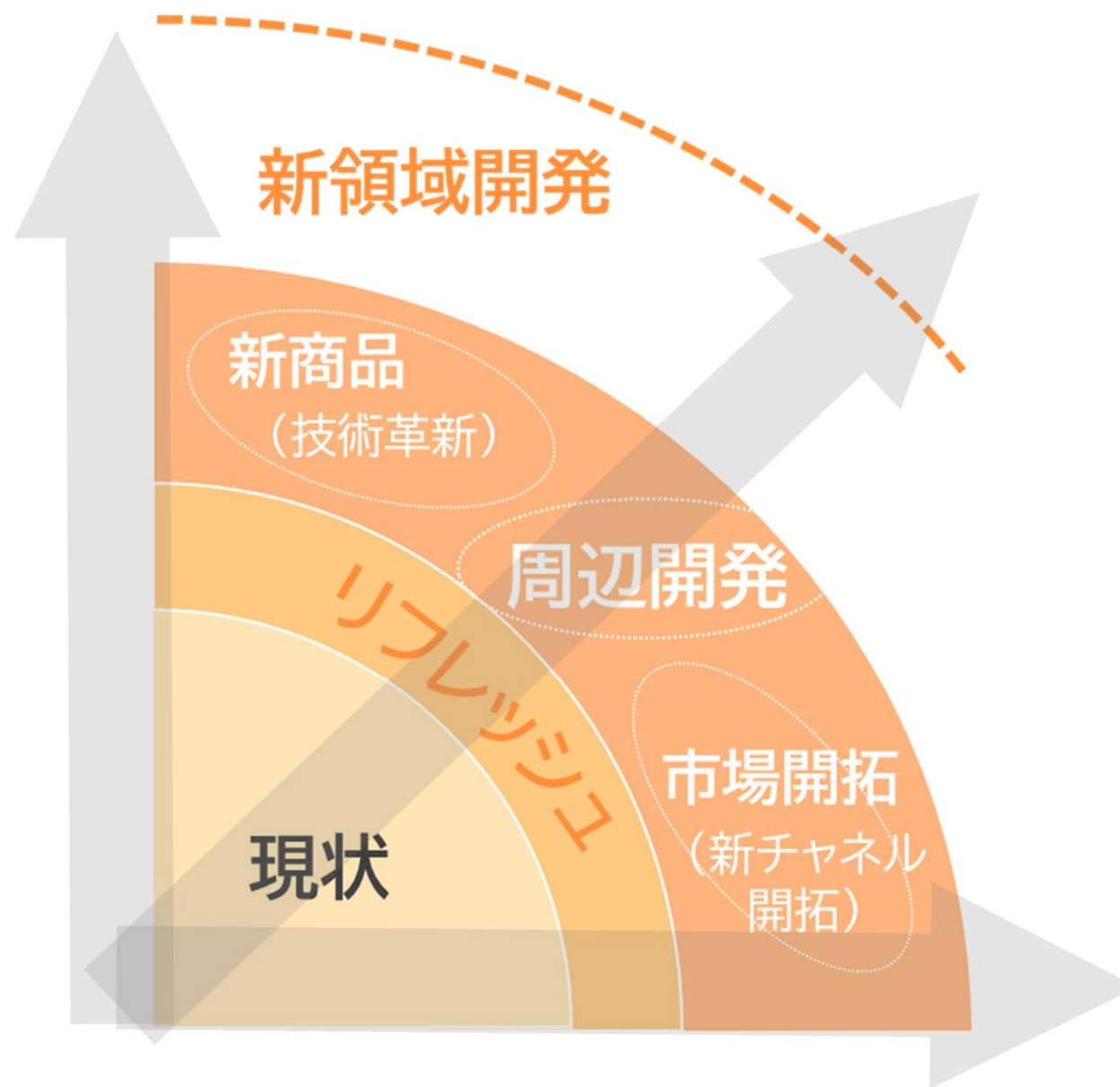
- 自社直販(冷蔵トラックを保有)
- 低コストな物流費

営業



- 多様な業務用販売チャネルを保有
 - モダントレード(スーパー・コンビニ)
 - 日系外食チェーン
 - 有名ホテル/ケータリング
 - 大手航空会社機内食 etc.

顧客セグメントごとの丁寧なニーズ探索とマッチング商品の開発



昆布・豆事業は、個々のニーズに対応した商品を、“つぎつぎ”発売

減塩ニーズ

「ふじっ子煮MIRAI」
減塩ごま生昆布
減塩しそ生昆布

(2025年3月発売)



ビギナー・
少量ニーズ

塩こんぶ
トライアルパック
(2025年9月発売)



食感ニーズ

(仮)おまめさん
新かため炊き丹波黒黒豆
(2025年12月限定発売予定)



Coming-soon

「カスピ海ヨーグルト リッチモ プレーン 900g」 もっちり&リッチなミルク感が楽しめる 期待の新商品



パウチ容器&独自の菌で発酵*する からもっちり食感

*嫌気性のあるパウチ容器で「カスピ海乳酸菌(クレモリス菌FC株)」を発酵させることで、発酵過程でねばり成分EPSの産生量が増加、粘性が増大します。(特許取得)

「カスピ海乳酸菌(クレモリス菌FC株)」と相性のいい
乳酸菌を選び抜き、独自でブレンドして使用

クリームを配合しているので、
リッチなミルクの奥深いハーモニーが味わえる

酸味も控えめでクリームの代用にしても◎

口栓付きパウチ入りなので、取り出し時にスプーン要らず
手が汚れにくい、酸素に触れにくい、保管もしやすい!

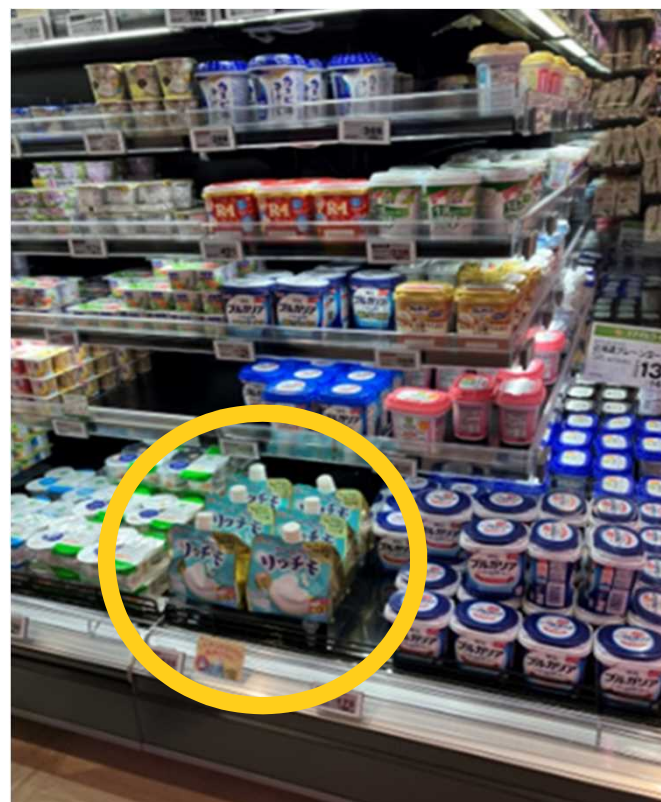
お客様の声

- 食べたとたん美味しく食感が楽しく1人で笑顔で笑ってしまいました。食べるのが幸せとはこういう事なんだと思いました。(50代・女性)
- 重厚感のある口どけ(30代・女性)
- 冷蔵庫から出してキャップを開けたらすぐに好きな量を絞り出せるのが楽だし、空気に触れる瞬間が少ないから衛生的(30代・女性)
- パッケージを捨てるのが簡単(50代・女性)

「カスピ海ヨーグルト」に比べて
若年層(20-40代)の購入が多い

販売状況

全国配荷率: **35%**(10月20日頃時点)
➔ 現在も順次配荷拡大中



「カスピ海ヨーグルト リッチモ プレーン」のお披露目と、 「カスピ海乳酸菌健康フォーラム」を同日開催

発売20周年



(ご参考) カスピ海ヨーグルト 年表

1986年

家森先生がWHO疫学調査において
長寿地域コーカサス地方のグルジアで
ヨーグルトを発見、研究のため日本に持ち帰る

1992年頃

同ヨーグルトを家森先生が身近な人々に株分け
したことをきっかけに、全国に広がり始める

2002年

家森先生の依頼から、
フジッコで「クレモリス菌FC株」の単離を行う

→ **純正種菌の頒布を開始**

フジッコは安全な品質の種菌を届けるため凍結乾燥技術を開発。
NPO法人「食の安全と健康ネットワーク」を窓口、純正種菌の
頒布と啓蒙活動を開始



2003年

オフィシャルショップ「カスピア」1号店オープン

2005年

・純正種菌の頒布数100万セット突破

100万セット突破を記念して、
11月18日を『カスピ海ヨーグルトの日』に制定
NPO法人「食の安全と健康ネットワーク」より頒布活動を引き継ぐ

・**「カスピ海ヨーグルト プレーン400g」発売**

量販店での販売を開始



2012年

種菌を南極地域観測隊へ寄贈(現在も継続)

2013年

・良質な資源を求めて北海道工場を新設
「カスピ海ヨーグルト プレーン400g」
北海道産生乳100%にリニューアル

・量販用「**手づくり カスピ海ヨーグルト種菌セット**」発売

・北海道食品機能性表示制度「ヘルシーDo」認定(プレーン)



2015年

・**「カスピ海ヨーグルト 脂肪ゼロ400g」発売**



2018年

・オリジナル容器“ぴったりフィットカップ”開発(400g製品)

・北海道食品機能性表示制度「ヘルシーDo」認定(脂肪ゼロ)

2019年

「カスピ海ヨーグルト 脂肪ゼロ400g」が
北海道産生乳100%にリニューアル

2021年

「カスピ海ヨーグルト」ファンコミュニティ立ち上げ

2022年

「カスピ海乳酸菌のさわやか発酵バター」発売(限定販売品)

2023年

・**「まるごとSOYカスピ海ヨーグルト400g」発売**

シリーズ初の植物性ヨーグルト



2025年

・**「カスピ海ヨーグルト プレーン400g」発売20周年**

・**「カスピ海ヨーグルト リッチモ無糖 900g」発売**

シリーズ初の大容量スパウトパウチ入りヨーグルト



東南アジアでヨーグルト事業を拡大中

台湾向け 大豆ヨーグルト
(個食タイプ 110g)
(蜂蜜柚子ソース付き)



インドネシア向け カスピ海ヨーグルトプレーン
(加糖タイプ)



» NEXT STEP

- 「販売⇒検証」を繰り返しながら商品ブラッシュアップ
- ローカライズした商品ラインアップの強化を推し進める

より手軽なレンジ対応品を、7月から自社ECサイトで販売中

乾燥タイプ
(炊飯が必要)



ラインアップを追加!

カップタイプ
「いつでもどこでもダイズライス」



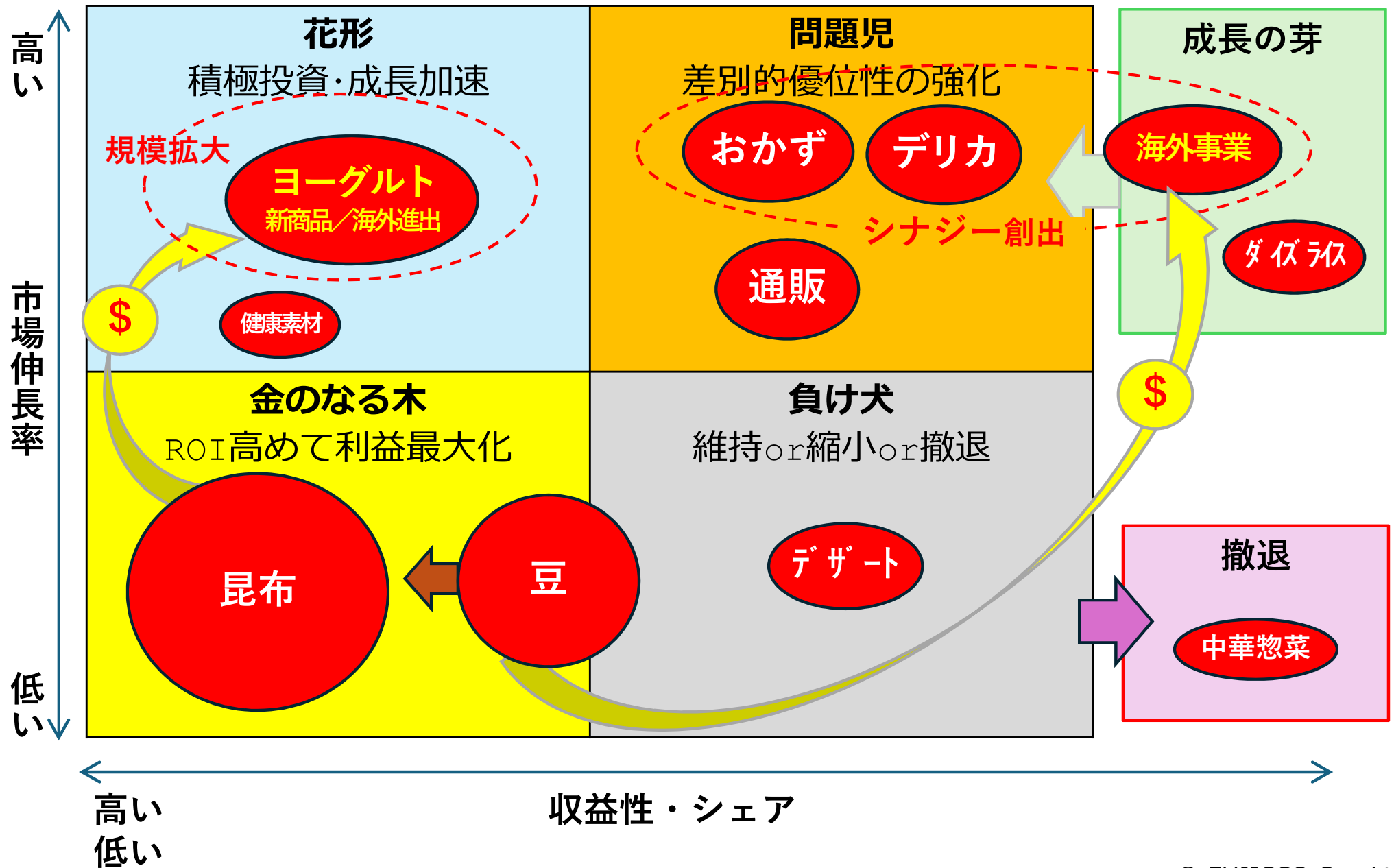
水を注いで
レンジ調理



» NEXT STEP

- 更なるおいしさの向上(品質リニューアル)を来夏予定
- もっと便利な「湯戻しタイプ」の開発に取り組み

成長戦略 | 事業ポートフォリオの最適化で資本効率の向上実現



DX推進

データ活用とAI活用

- 商品情報の一元管理
- 工場稼働モニタリングシステム
- 自社専用AIエージェント

FCR運動※

効率的な企業体質への転換

コスト削減

1/2

時間短縮

1/2

※「Fujicco Cost Reduction(コスト削減活動)」と、
「Fujicco Creative Revolution(創造的業務革新活動)」
の2つの改善活動を指します。

DX と FCR運動 を統合

DX推進とFCR運動を統合して
稼ぐ力の復元を支える基盤を構築する

今後の課題

フジッコが目指す「新・日本型の食生活」

豆、海藻、野菜、果物
からとれる多種多様な
プレバイオティクス

食物繊維、レジスタントスターチ
オリゴ糖、ペプチド等



長寿型腸内フローラの育成

カスピ海乳酸菌
プロバイオティクス



多種多様な食材摂取で栄養バランスと腸内フローラ
を改善し、健康長寿な社会の実現を目指します。

大豆プラントベースフード
植物性たんぱく質

丸大豆をまるごと微粉碎してから美味しく食べやすく加工した、
植物性たんぱく質リッチな食品



良質な植物性
たんぱく質

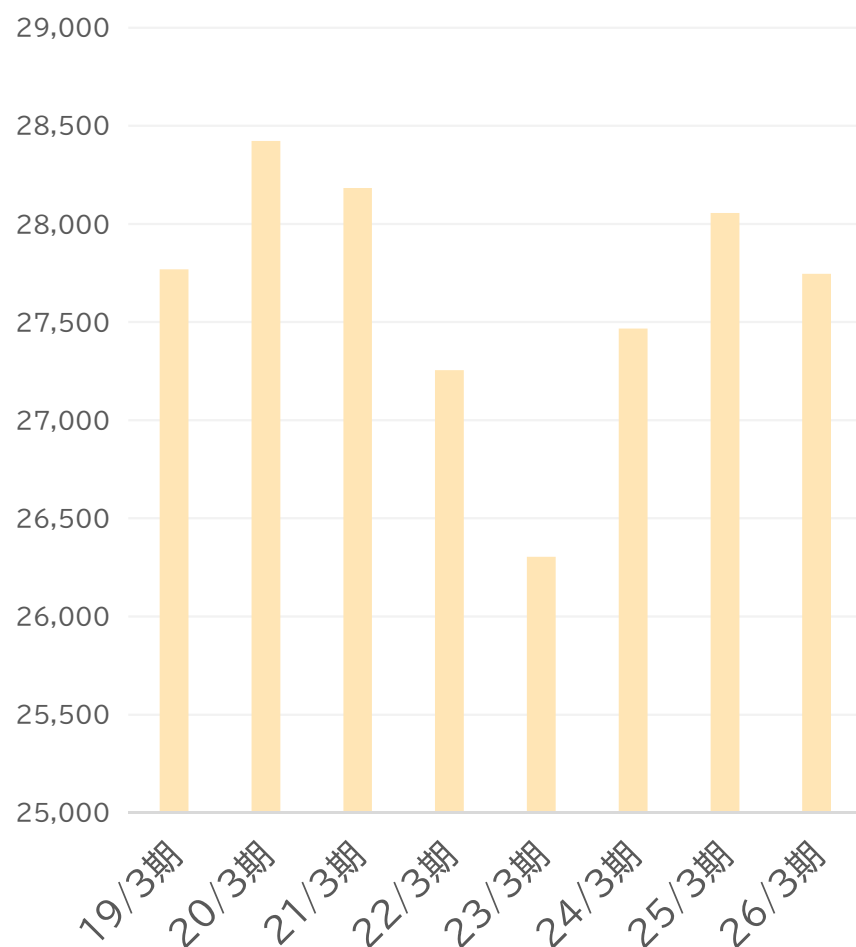


© DR. SIGNALIKE

売上高・営業利益の推移(上期ベース)

経営環境に左右されず、
恒常的に稼ぐ力を持続させるための構造改革が継続課題

▼ 売上高(百万円)



▼ 営業利益(百万円)



再浮上へ!

中長期的視点での経営課題

- ① 更なる事業ポートフォリオの再編
- ② ヨーグルトを「第3の柱」へ成長
- ③ 東南アジアを起点とした海外事業の軌道化
- ④ 工場統廃合プラン策定と実行

2026年3月期中間決算の概要

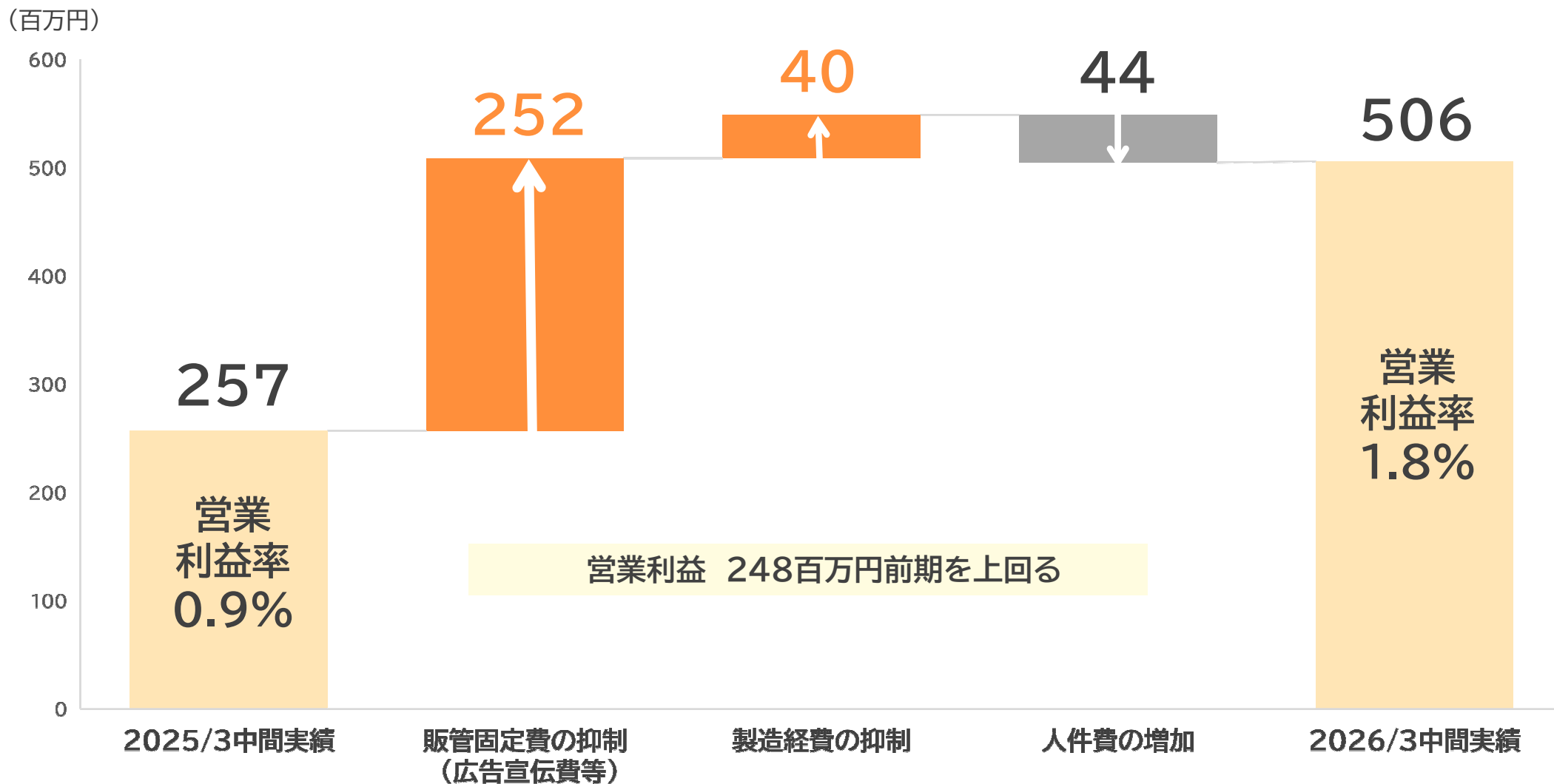
連結損益計算書(前年との比較)

	2025/3期中間		2026/3期中間		前年差	増減率
	百万円	%	百万円	%		
売上高	28,055	100.0	27,745	100.0	△310	△1.1%
売上原価	19,885	70.9	19,660	70.9	△225	
売上総利益	8,169	29.1	8,085	29.1	△84	
販管費	7,912	28.2	7,578	27.3	△333	
営業利益	257	0.9	506	1.8	248	96.4%
営業外損益	191	0.7	206	0.7	14	
経常利益	449	1.6	713	2.6	263	58.6%
特別損益	90	0.3	23	0.1	△67	
税引前利益	540	1.9	736	2.7	195	
当期純利益	378	1.3	763	2.8	385	101.8%
1株当たり純利益	13円29銭		26円82銭		13円53銭	

※ 当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益になります。

営業利益の増減要因分析(前年との比較)

値上げ直後は広告宣伝を控えるなど、徹底した経費コントロールにより増益となった。



連結製品分類別売上高(前年との比較)

(百万円)	前期 実績	構成比 %	当期 実績	構成比 %	前期差	前期比 %
惣菜製品	9,447	33.7	9,357	33.7	△90	99.0
昆布製品	7,803	27.8	7,866	28.4	63	100.8
豆製品	4,590	16.4	4,494	16.2	△95	97.9
ヨーグルト製品	3,427	12.2	3,474	12.5	47	101.4
デザート製品	1,781	6.3	1,366	4.9	△415	76.7
その他製品	1,004	3.6	1,185	4.3	180	118.0
合計	28,055	100.0	27,745	100.0	△310	98.9

【品群別コメント】

惣菜製品では、包装惣菜が堅調に推移したが、関係会社の譲渡による中華惣菜の売上減の影響で前年を下回った。

昆布製品では、塩こんぶの大容量タイプが大きく伸長。後半にかけては、佃煮「ふじっ子煮」の物量が回復した。

豆製品では、「おまめさん豆小鉢」のTVCMを放映し堅調に推移したが、袋入り煮豆や水煮・蒸し豆は苦戦した。

ヨーグルト製品では、「カスピ海ヨーグルト」シリーズが堅調に推移し、中でも「まるごとSOYカスピ海ヨーグルト」が大きく売上を伸ばした。

デザート製品では、価格改定後の物量確保が進まず、前年を下回った。

連結損益計算書(期初予想との比較)

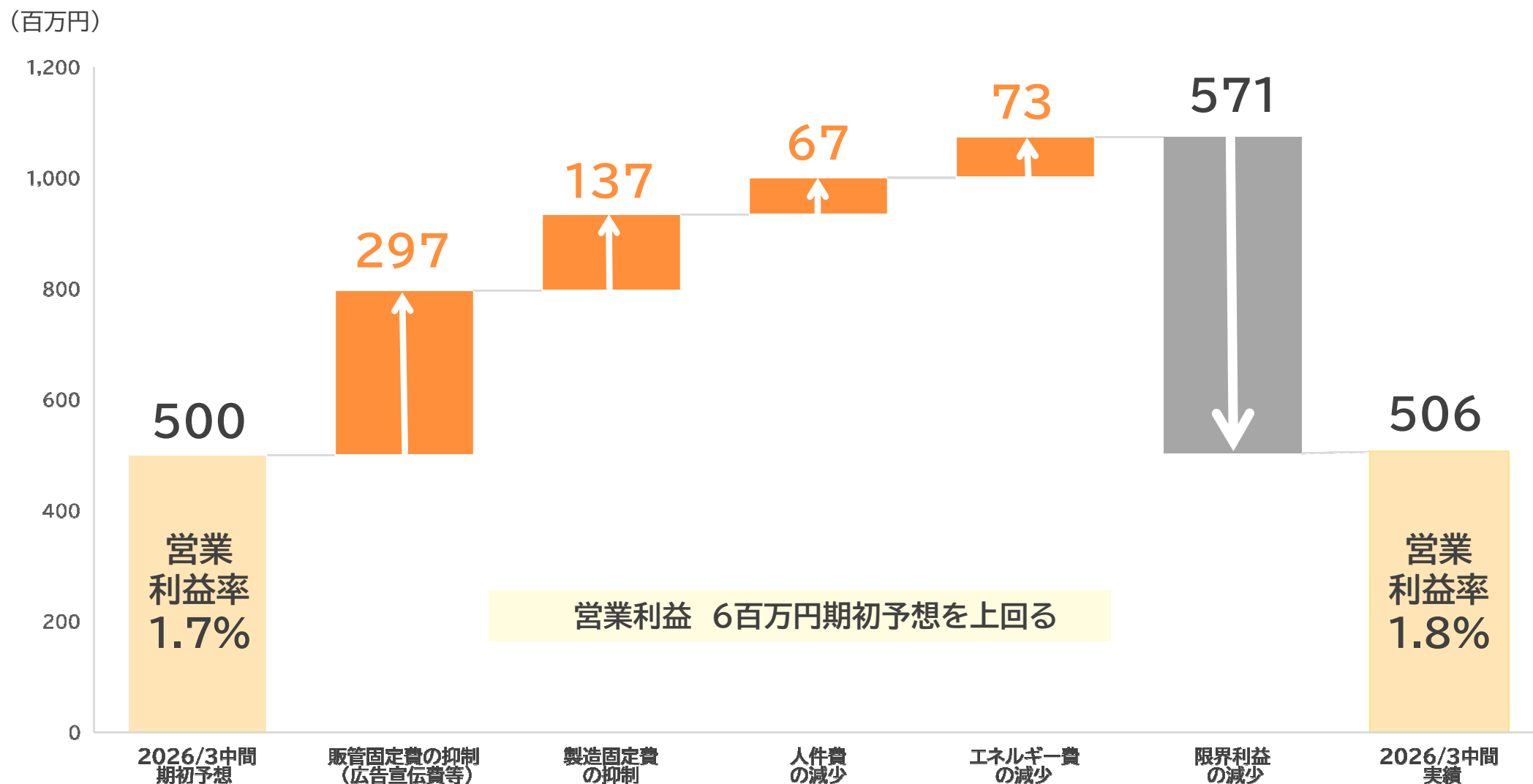
	期初予想		当期実績		予想差	増減率
	百万円	%	百万円	%		
売上高	28,590	100.0	27,745	100.0	△844	△3.0%
売上原価	20,050	70.0	19,660	70.9	△389	
売上総利益	8,540	30.3	8,085	29.1	△454	
販管費	8,040	28.6	7,578	27.3	△461	
営業利益	500	1.7	506	1.8	6	1.3%
営業外損益	150	0.5	206	0.7	56	
経常利益	650	2.3	713	2.6	63	9.8%
特別損益	0	0.0	23	0.1	23	
税引前利益	650	2.3	736	2.7	86	
当期純利益	450	1.6	763	2.8	313	69.7%
1株当たり純利益	15円81銭		26円82銭		11円01銭	

※ 当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益になります。

※ 本資料に記載の期初予想の数値には、関係会社の連結除外後の数値は含まれておりません。

営業利益の増減要因分析(期初予想との比較)

豆製品、デザート製品の売上不足の影響で、限界利益が571百万円減少したが、徹底した経費コントロールで利益確保に努めた。



連結製品分類別売上高(期初予想との比較)

(百万円)	期初予想	構成比 %	当期実績	構成比 %	予想差	予想比 %
惣菜製品	9,387	32.8	9,357	33.7	△30	99.7
昆布製品	7,985	28.0	7,866	28.4	△119	98.5
豆製品	5,001	17.5	4,494	16.2	△507	89.9
ヨーグルト製品	3,567	12.5	3,474	12.5	△93	97.4
デザート製品	1,694	5.9	1,366	4.9	△328	80.6
その他製品	957	3.3	1,185	4.3	228	123.8
合計	28,590	100.0	27,745	100.0	△844	97.0

※ 本資料に記載の期初予想の数値には、関係会社の連結除外後の数値は含まれておりません。

【品群別コメント】

惣菜製品では、「おばんざい小鉢」をはじめとする包装惣菜が好調に推移し計画を上回ったが、日配惣菜は計画をわずかに下回った。

昆布製品では、大容量タイプの塩こんぶが大きく伸長したが、カップ佃煮「ふじっ子煮」が値上げによる物量ダウンの影響が大きく、昆布製品計では計画を下回った。

豆製品では、「おまめさん豆小鉢」の販売に注力するも計画未達。水煮・蒸し豆においても苦戦を強いられ計画を大きく下回った。

ヨーグルト製品では、「まるごとSOYカスピ海ヨーグルト」が伸長したが、通販商品の減少もありヨーグルト製品計では計画を下回った。

デザート製品では、3月の値上げによる物量確保が想定どおりに進まず、計画から大きく下回った。

四半期会計期間の売上・営業利益の増減推移(前期比)

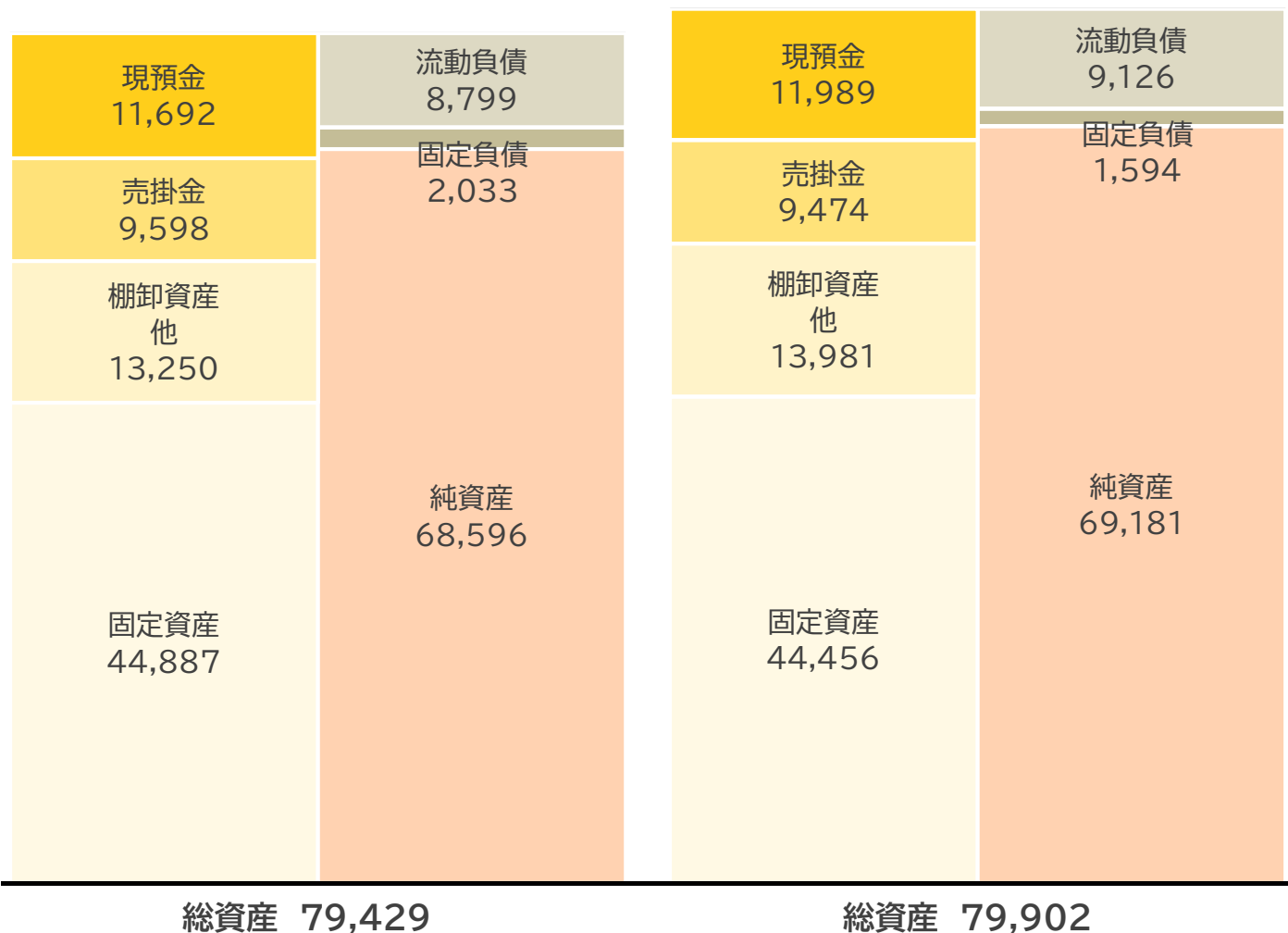
(単位:百万円)		売上高	営業利益	営業利益率
第1Q (4-6月)	前第1Q	13,931	6	0.0%
	実績	13,836	242	1.8%
	増減	△94	235	-
	前同四半期比	99.3%	-%	-
第2Q (7-9月)	前第2Q	14,124	251	1.8%
	実績	13,908	264	1.9%
	増減	△215	13	-
	前同四半期比	98.5%	105.3%	-
累計 (4-9月)	前期(上期)	28,055	257	0.9%
	実績	27,745	506	1.8%
	増減	△310	248	-
	前同期比	98.9%	196.4%	-

連結貸借対照表(前期末との比較)

2025/3末

2025/9末

単位:百万円



【増減】

■現預金は297百万円の増加となり、主な増減は以下のとおり

税引前利益	736百万円
減価償却費	1,751百万円
退職給付信託拠出	△512百万円
棚卸資産増加	△572百万円
法人税等の支払	△252百万円
固定資産の取得等	△1,179百万円
長期借入による収入	1,000百万円
配当金	△656百万円

■自己資本比率

(2025/3末) (2025/9末)
86.4% ⇒ 86.6%

2026年3月期通期業績の見通し

徹底的にトップラインの拡大に取り組む

- ① 「丹波黒黒豆」の拡販で年末商戦を成功させる
TVCMと店頭施策の徹底した連動
- ② 「カスピ海ヨーグルト リッチモ」の認知向上と拡販
- ③ 消費者キャンペーンで購入を促進する



キャンペーン期間：
2025年10月1日～2026年1月15日

- ④ おかずの「新コンセプト売場」づくりで
店舗扱いアイテムの増加を図る

おかずの 新コンセプト売場
(※イメージ)



連結業績予想(前年との比較)

	2025/3期		2026/3期予想		前年差	増減率
	百万円	%	百万円	%		
売上高	57,077	100.0	56,600	100.0	△477	△0.8%
売上原価	40,591	71.1	39,700	70.1	△891	
売上総利益	16,486	28.9	16,900	29.9	413	
販売費	15,355	26.9	15,250	26.9	△105	
営業利益	1,131	2.0	1,650	2.9	518	45.9%
営業外損益	423	0.7	250	0.4	△173	
経常利益	1,554	2.7	1,900	3.4	345	22.2%
特別損益	△295	△0.5	0	-	295	
税引前利益	1,258	2.2	1,900	3.4	641	
当期純利益	951	1.7	1,350	2.4	398	41.8%
1株当たり当期純利益	33円44銭		47円42銭		13円98銭	

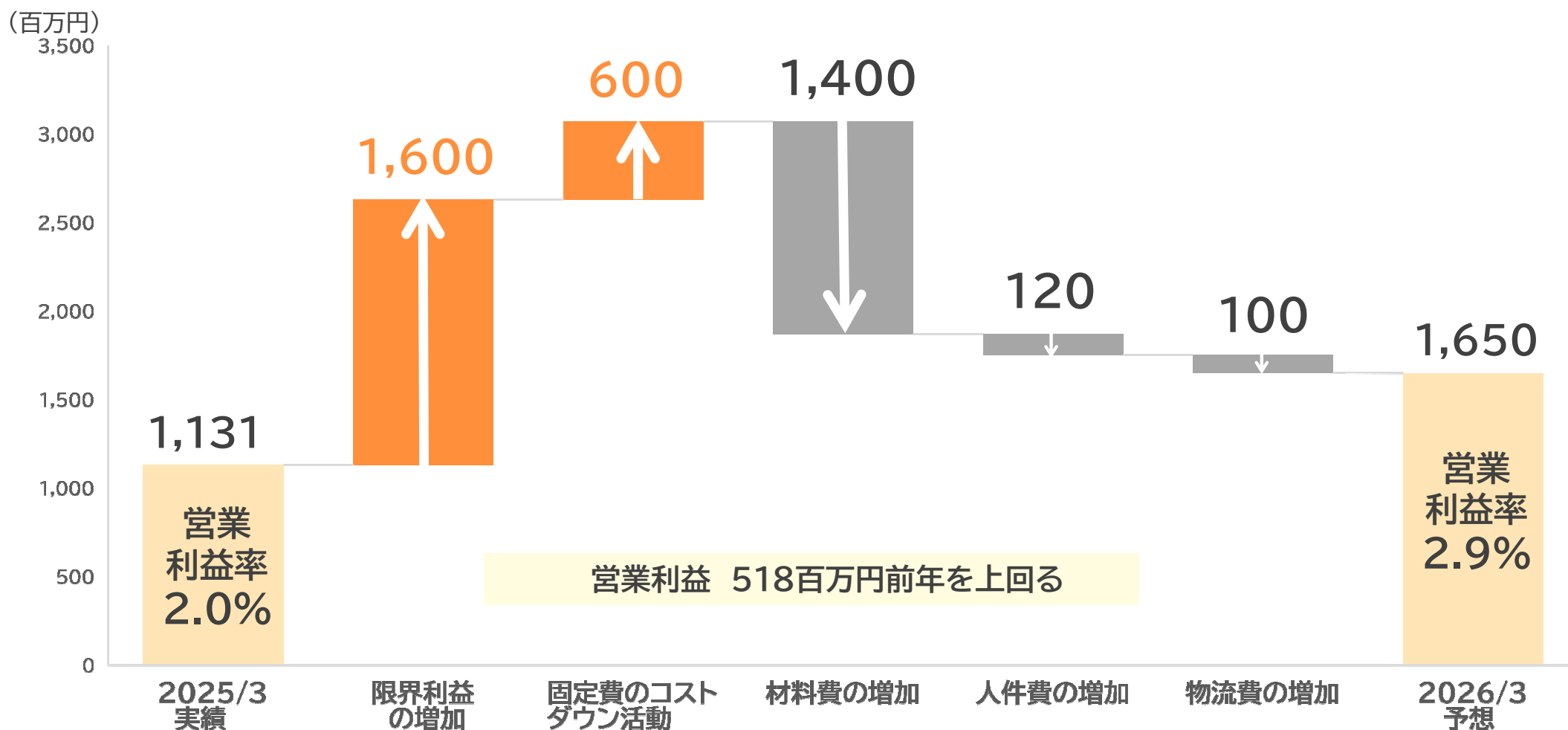
1株当たり配当金	46円(中間23円)	46円(中間23円)	±0	
----------	------------	------------	----	--

※ 当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益。

※ 本資料に記載の2026/3期予想の数値には、関係会社の連結除外後の数値は含まれておりません。

営業利益の増減要因分析(前年との比較)

高騰する材料費には、今春実施済みの値上げと計画通りの販売量確保で対処する。コスト削減活動にも積極的に取り組み、継続する賃金の引き上げや物流費の高騰に対応し、増益に持ち込む。



連結製品分類別売上高(前年との比較)

(単位:百万円)	2025/3 実績	構成比 %	2026/3 予想	構成比 %	前期差	前期比 %
惣菜製品	19,064	33.4	17,885	31.6	△1,179	93.2
昆布製品	15,917	27.9	15,929	28.1	12	100.1
豆製品	10,483	18.4	11,034	19.5	551	105.3
ヨーグルト製品	6,759	11.8	7,166	12.7	407	106.0
デザート製品	2,715	4.8	2,551	4.5	△164	94.0
その他製品	2,138	3.7	2,035	3.6	△103	95.2
合計	57,077	100.0	56,600	100.0	△477	99.2

※ 本資料に記載の2026/3期予想の数値には、関係会社の連結除外後の数値は含まれておりません。

予想の根拠

惣菜製品 : おかずの「新コンセプト売場」づくりで店頭扱い品目の増加を図り、安定的な売上を確保する。

昆布製品 : 佃煮「ふじっ子煮」の安定的な量的売上を確保する。

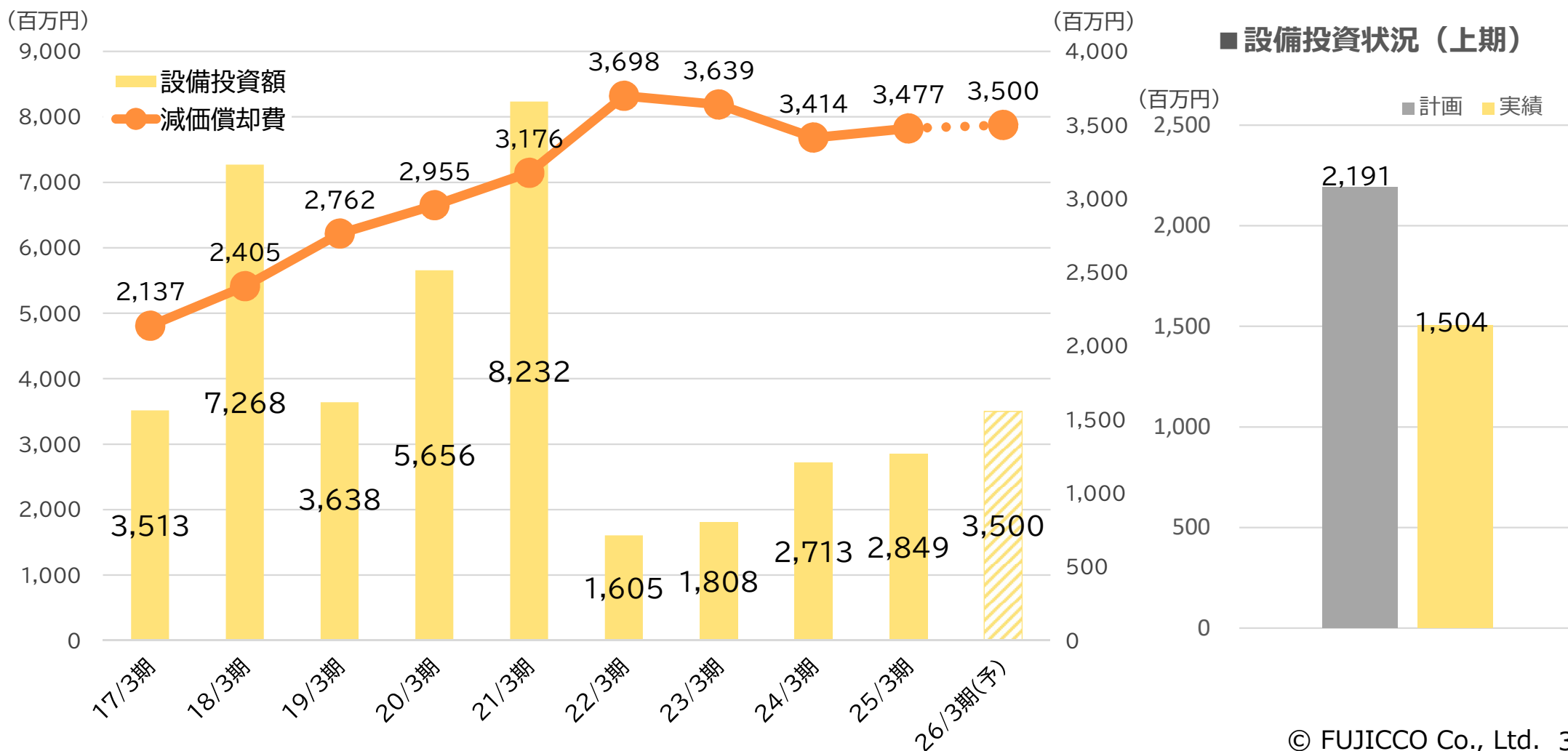
豆製品 : 「おかず畑」シリーズとのブランド合同大型キャンペーンにより反転攻勢を仕掛ける。
年末商戦での「丹波黒黒豆」の集中拡売に取り組む。

ヨーグルト製品 : 新商品「カスピ海ヨーグルト リッチモ」をキー商品としてカスピ海ヨーグルトシリーズの販売拡大に取り組む。

デザート製品 : 「フルーツセラピー」の価値販売を継続する。

連結設備投資額と減価償却費の推移

「カスピ海ヨーグルト リッチモ」の生産ラインを新設する大型投資を実行した。通期では期初設定とおりの35億円を見込む。減価償却費は前期並みでの推移を見込む。



この資料には、当社の現在の業績見通しなどが含まれております。それら将来の予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が予測したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの予想などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

～ お問い合わせ先 ～

経営企画部

TEL 078-303-5921