



2026 年 9 月 10 日

各 位

会 社 名	ベ ー ス フ ード 株 式 会 社
代 表 者 名	代表取締役 CEO 橋 本 舜 (コード番号:2936 東証グロース市場)
問 合 せ 先	執行役員 COO 川南 圭一郎 (TEL:03-6416-8905)

パンパン食品グループとの業務提携に関するお知らせ

当社は、2026 年 9 月 10 日付プレスリリース「盼盼食品グループとの業務提携を通じ、盒馬鮮生にて『多栄養
面包』シリーズを中国現地製造・販売開始」(別添1)のとおり、中国現地での製造・販売を開始したことを、お知
らせいたします。

なお、本提携は、2026 年 7 月 15 日付「2027 年2月期 第1四半期決算説明資料」(別添2)にて、公表しており
ます海外戦略に関するものです。

本提携による業績予想への影響は、2026 年 4 月 14 日付「2026 年 2 月期 通期決算説明資料」において公表
した業績予想に織り込み済みであることから、修正はございません。本提携の詳細につきましては、2026 年 10
月 15 日開催予定の 2027 年 2 月期第 2 四半期決算説明会にてご説明を予定しております。なお、今後、業
績に重要な影響を及ぼす事項が生じた場合には、速やかにお知らせいたします。

(注)システム上の制約により「盼盼食品」を「パンパン食品」と表題で記載しております。

以 上



報道関係者各位

2026年9月10日
ベースフード株式会社

盼盼食品グループとの業務提携を通じ、盒馬鮮生にて「多栄養面包」シリーズを中国現地製造・販売開始

完全栄養の主食[※]「BASE FOOD」等を開発・販売するベースフード株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：橋本舜、<https://basefood.co.jp>）は、盼盼食品グループと業務提携し、2026年9月10日より、当社「BASE BREAD」を中国市場向けに最適化した「多栄養面包」シリーズを、中国のEC大手、阿里巴巴集团（アリババグループ、Alibaba Group）傘下の生鮮スーパーマーケット「盒馬鮮生（フーマー）」にて販売を開始します。なお、中国市場で展開する「多栄養面包」シリーズは、現地市場のニーズおよび法規制に合わせ、高たんぱく・高食物繊維等の栄養設計とした製品であり、日本国内で販売している完全栄養のパン「BASE BREAD」とは仕様が異なる商品となります。



中国の健康ニーズに、栄養設計した主食で健康をサポート。

当社は日本国内において完全栄養食という新たなカテゴリーを切り拓き、これまで国内累計販売数は3億袋を突破し、また香港、台湾、韓国へと展開を広げてきました。

中国では健康意識の高まりとともに、食の選択において栄養バランスへの配慮が重視されるようになっていきます。パン・主食カテゴリーにおいても「おいしさに加えて栄養が摂れる」主食への需要が広がっており、日本で生まれた栄養設計の主食が受け入れられる環境が整いつつあります。

この度、盼盼食品グループとの提携により、ベースフードが独自に開発した配合技術と製造ノウハウを活用した「多栄養面包」シリーズを中国現地にて製造すると共に、中国大陸における最初の小売販売チャネルとなる盒馬鮮生にて販売を開始することで、中国の「健康をあたりまえに。」を実現させていきたいと考えています。

■商品概要

商品名	「多栄養面包（多營養パン）」シリーズ：チョコレート（巧克力）／メープル（枫糖）／あずき（紅豆）
内容量	1個あたり各70g
価格	1個あたり各9.9元

【取材・掲載に関するお問い合わせ先】

「BASE FOOD」PR事務局（株式会社アンティル内） 担当： 植村・村田・村岡・山下
TEL：03-6821-7863 MAIL：basefood_pr@vectorinc.co.jp



賞味期限	60日
発売日時	2026年9月10日（木）
販売方法	中国全国の盒馬鮮生（フーマー）※配荷店舗網は約600店規模を計画

■盼盼食品グループについて

盼盼食品グループは1996年に設立され、本社を福建省泉州市晋江に構える、農産物の高度加工を主要事業とする「農業産業化国家級重点龍頭企業（国家認定のリーディングカンパニー）」です。

盼盼食品は「中国馳名商標（中国政府認定の著名商標）」および「アジアブランド500強」に選ばれており、傘下に17カ所の大型デジタル・スマート生産拠点と、先進的な大型輸入設備1,200台（セット）を有しています。グリーン食品・飲料の高度加工を主要事業とし、製品は世界50以上の国・地域に輸出されています。同社はグリーン食品・飲料の高度加工産業に従事しており、主な製品は以下のとおりです。

- ペカリー製品：盼盼フランス風ブリパン、盼盼ちぎりパン、盼盼スイスロール、「領鮮」短期賞味期限（短保）ペカリー製品

- スナック菓子：麦香チキン風味スナック、「艾比利（アイビリー）」ポテトチップス、「味滋客（カズカ）」シリーズ

- ビスケット製品：「梅尼耶（メニエ）」シリーズビスケット

- ナッツ・海産加工品：「毎日ナッツ（デイリーナッツ）」、タラのソーセージなど

- 低GI食品：低GI高タンパク全粒粉パン、低GI無糖オーツ麦高食物繊維ビスケット など

また、飲料市場にも展開しており、機能性飲料シリーズ、生搾りココナッツジュースシリーズ、乳酸菌飲料などの健康飲料に加え、梨と枇杷（びわ）のシロップドリンク、りんごと黄耆（おうぎ）のドリンクといった「薬食同源」飲料を生産しています。

盼盼食品グループは、福建省晋江・長汀、遼寧省瀋陽、四川省成都、河南省漯河（らくが）、山東省臨沂（りんぎ）・済寧、湖北省漢川・襄陽、広西チワン族自治区南寧、甘肅省白銀、安徽省滁州（じょしゅう）・鳳陽小崗、吉林省松原、貴州省貴陽の各地に17カ所の大型現代化生産拠点を構築し、「東西南北中、至る所に盼盼あり」という全国戦略網を形成しています。

■盒馬鮮生（フーマー）について

盒馬鮮生（フーマー／Freshippo）は、アリババ集団傘下の生鮮スーパーマーケットです。2016年に第1号店を開業し、実店舗とアプリを一体で運営して店舗を物流拠点とし、周辺エリアへ短時間で届けるOMO（オンラインとオフラインの融合）モデルの先駆けとして知られます。中国連鎖経営協会（CCFA）「2026年 中国チェーンストアTop100」（2025年実績）では、売上規模 約1,070億元で中国チェーンストア第2位です。

■ベースフード株式会社 概要

当社は、「主食をイノベーションし、健康をあたりまえに。」をミッションに掲げ、2016年にスタートしたフードテック企業です。日本における完全栄養食のパイオニアとして、「かんたん・おいしい・からだにいい」のすべてをかなえるあたらしい主食を提案し、すべての人が食事をたのしみながら、健康があた

【取材・掲載に関するお問い合わせ先】

「BASE FOOD」PR事務局（株式会社アンティル内） 担当： 植村・村田・村岡・山下
TEL：03-6821-7863 MAIL：basefood_pr@vectorinc.co.jp



りまえになる社会の実現を目指しています。

設立 : 2016年4月5日
本社 : 東京都港区芝公園二丁目3番6号
代表者 : 橋本舜
事業内容 : 完全栄養食等の開発・販売
URL : <https://basefood.co.jp>

*1 1食分 (BASE BREADは2袋、BASE Cookiesは4袋、BASE YAKISOBAは2個、BASE RAMENは2個／1個あたり調理後スープ約110gを含む、BASE Pancake Mixは1袋と卵Mサイズ1つ、牛乳(成分無調整)100mlを使用して調理した場合) で、栄養素等表示基準値に基づき、脂質・飽和脂肪酸・炭水化物・ナトリウム以外のすべての栄養素で1日分の基準値の1/3以上を含む。

【取材・掲載に関するお問い合わせ先】

「BASE FOOD」PR事務局（株式会社アンティル内） 担当： 植村・村田・村岡・山下
TEL：03-6821-7863 MAIL：basefood_pr@vectorinc.co.jp

海外事業売上高

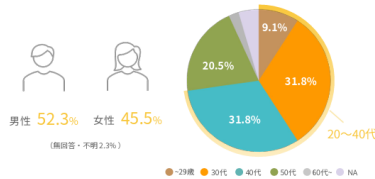
Q2に予定している中国での販売開始に向けた準備に注力した。戦略的に広告出稿を抑制した結果、前年同期比で減収となった。

四半期毎の販売袋数推移

単位：万袋



働き盛りの年代層を中心に人気*1



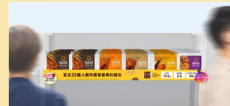
注
1. 香港自社ECにおける定期便購入後のユーザーアンケート結果による

Summary

香港

拡大フェーズ

- 現地CVSで圧倒的シェアを誇るセブン-イレブンの合計500店舗に導入されている
- アジア圏へのリソース集中により、自社ECサイトのUX改善を中心としたシステム開発を強化しており、顧客体験の向上を通じて、定期購入者の増加を目指す



中国

準備フェーズ

- 現地大手食品企業とレベニューシェア方式での製造・販売の業務提携に関する基本合意書を締結済み
- 2027年2月期第2四半期の販売開始に向けて最終調整中

台湾・韓国

検証フェーズ

- 小売店での導入を図るため、ECモールでの販売で検証を推し進めている

(出所)2026年7月15日公表 当社「2027年2月期 第1四半期決算説明資料」P.10より抜粋

海外戦略

オムニチャネル展開による効率的な認知拡大、製造拠点と販路を有する現地パートナーとの提携等により、立ち上げ期の大規模な投資を抑えながら進出する。

輸出戦略

越境ECと小売店のオムニチャネルによる効率的な認知の拡大

- ✓ 越境ECを通じて現地顧客の意見を直接収集し、**効率的な検証を実現**
- ✓ 国内の販売実績や小売店ネットワークを活かし、**現地小売店での導入と効率的な認知拡大を目指す**
 - 香港セブン-イレブンの導入店舗数は500店舗を達成した

現地製造戦略

現地パートナーとの提携

- ✓ 現地の製造拠点や販売網を有しているパートナーと組むことで、**立ち上げ時の先行投資が限定的**となる
- ✓ 現地の規制・商慣習に即しているのパートナーに依頼することで、**比較的短期間で立ち上げが可能**

(出所)2026年7月15日公表 当社「2027年2月期 第1四半期決算説明資料」P.27より抜粋