



2022年度 通期決算報告

2023年5月10日

日清食品ホールディングス株式会社

(証券コード：2897)

決算説明会開催日：2023年5月11日

I. 2022年度 通期業績報告、2023年度計画	P 2 ~
執行役員・CFO 矢野 崇	
II. 中長期成長戦略の進捗	P15 ~
代表取締役 取締役社長・CEO 安藤 宏基	
代表取締役 取締役副社長・COO 兼 日清食品株式会社 代表取締役社長 安藤 徳隆	

Appendix

本日のポイント

Point 1: 2022年度 実績

- 売上収益、各段階利益とも過去最高を更新。前期比、2桁%（連結）の増収増益
- 米国を筆頭に海外事業が好調。3事業合計に占めるコア営業利益比率は46%まで拡大
日清ヨーク・湖池屋の増益が、コスト増で苦戦する国内事業の利益を下支え
- 「完全メシ」の売上は、通期目標30億円に到達。発売後1年（22/6~23/5）で1,000万食販売

Point 2: 2023年度 計画

- 売上収益、既存事業コア営業利益は、前期比+6%超の増加計画。売上は7,000億円突破
- コア営業利益は、国内事業+5%超、海外事業+10%超を計画
国内事業は価格改定後の数量維持、海外事業は持続的成長に向けた基盤整備に力点

Point 3: 資本政策

- 2023年度年間配当は、前期比20円増配となる160円を予想。増配は4年連続

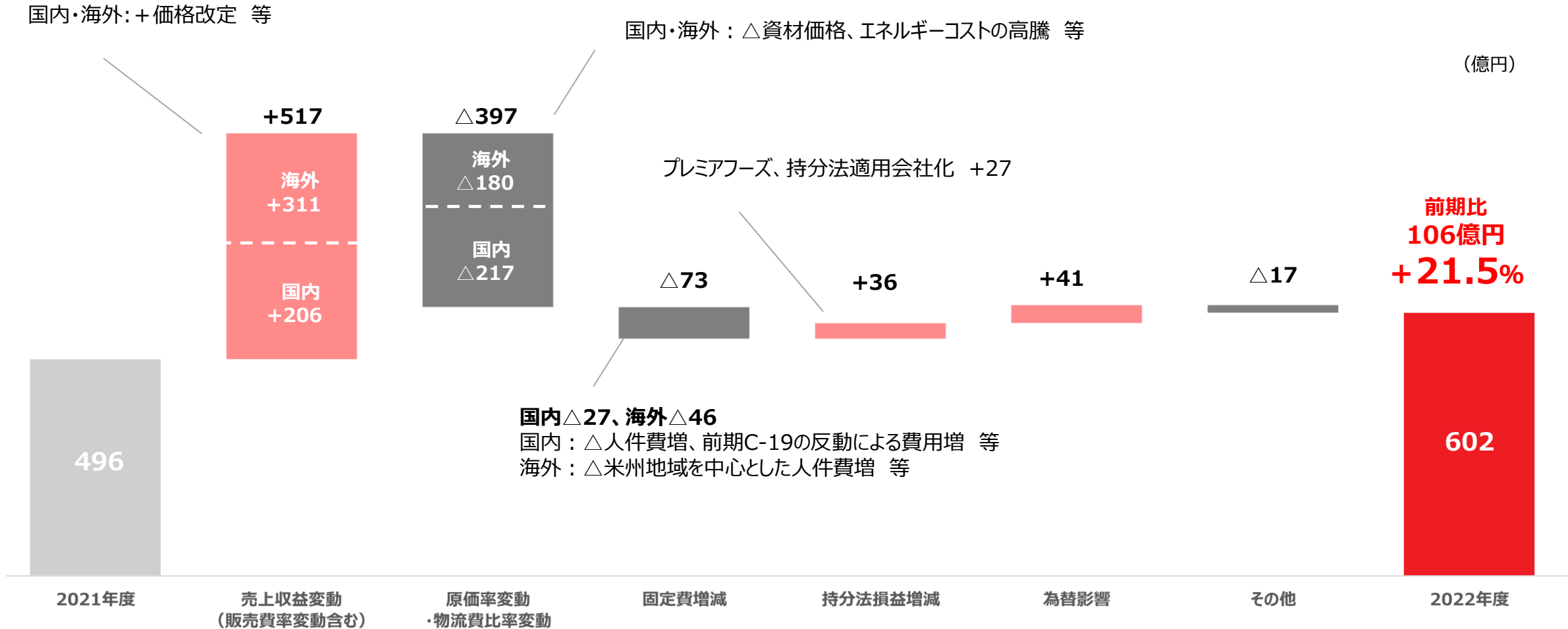
2022年度実績

2022年度 通期 連結決算サマリー

単位：億円	2022年度 決算開示ベース			2022年度 為替一定ベース		
	実績	前期比		実績	前期比	
		増減額	増減率		増減額	増減率
売上収益	6,692	+ 995	+ 17.5%	6,317	+ 619	+ 10.9%
既存事業コア営業利益	602	+ 106	+ 21.5%	561	+ 65	+ 13.1%
営業利益	556	+ 90	+ 19.4%	514	+ 48	+ 10.4%
親会社の所有者に帰属する 当期利益*	448	+ 93	+ 26.4%	408	+ 54	+ 15.2%
既存事業コア営業利益率	9.0%	+ 0.3pt		8.9%	+ 0.2pt	
営業利益率	8.3%	+ 0.1pt		8.1%	△ 0.0pt	
親会社の所有者に帰属する 当期利益率	6.7%	+ 0.5pt		6.5%	+ 0.2pt	

*米国日清における税効果会計適用等による約44億円の影響含む（当期利益の増加要因）

既存事業コア営業利益の増減要因



* 細目は前期為替一定ベース

* 国内その他セグメント、その他連結調整及びグループ関連費用のコア営業利益増減は「その他」に含めて表示

セグメント別 決算サマリー

海外の大幅増に加え、国内も需要が底堅く推移し、3事業すべて増収
 日清ヨーク・湖池屋がコスト増で苦戦する国内事業利益を下支え、海外事業は大幅増益

国内即席めん事業

価格改定により日清食品、明星食品共に増収
 資材高騰によるコスト増を主因に、減益

国内非即席めん事業

高付加価値製品の好調、価格改定もあり増収
 日清ヨーク・湖池屋の増益が貢献、増益

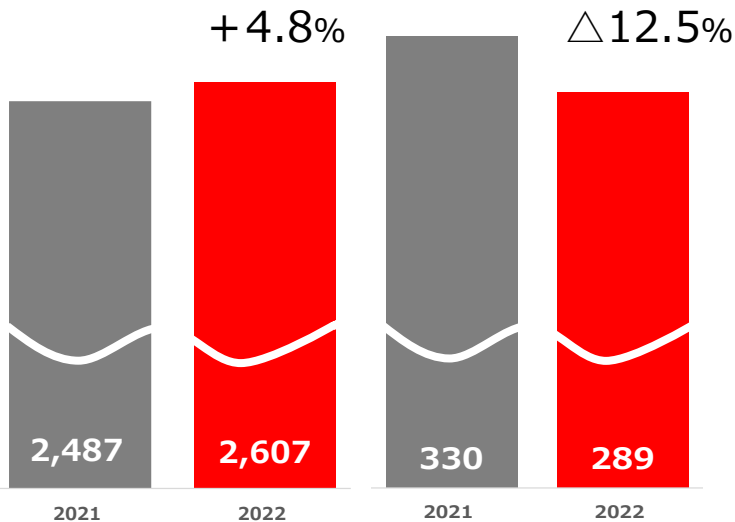
海外事業

為替影響も加わり、全地域で2桁の増収
 米国の価格改定とプレミアム製品好調、プレミアムフーズの持分法会社化もあり、大幅増益

(億円)

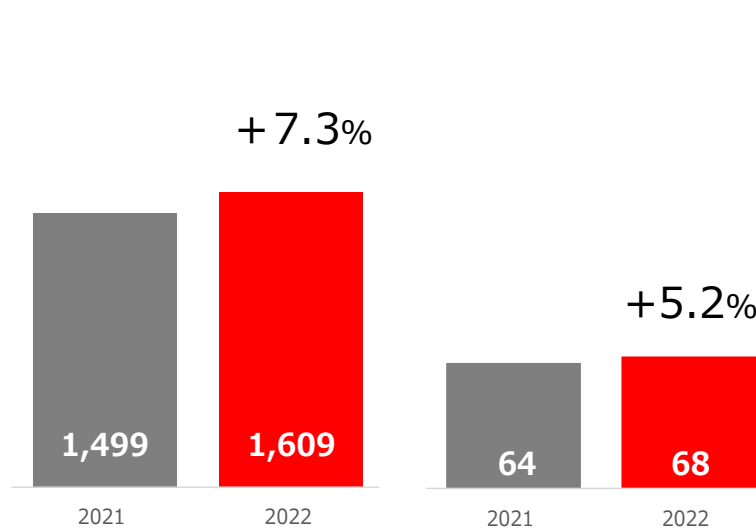
売上収益

コア営業利益



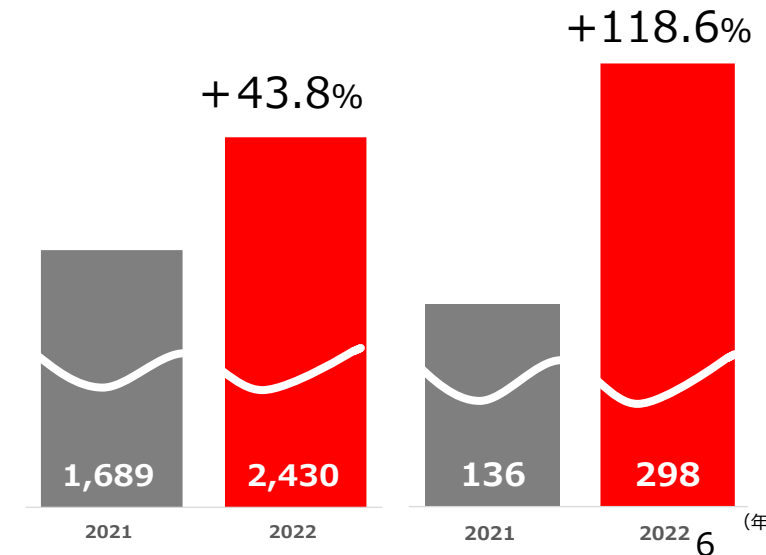
売上収益

コア営業利益



売上収益

コア営業利益



(年度)

セグメント別 売上収益実績

海外事業は為替一定ベースでも前期比+21.6%と高成長、国内事業も価格改定により増収

単位：億円	2022年度 決算開示ベース			2022年度 為替一定ベース		
	実績	前期比		実績	前期比	
		増減額	増減率		増減額	増減率
日清食品	2,202	+ 94	+ 4.5%	2,202	+ 94	+ 4.5%
明星食品	405	+ 26	+ 6.8%	405	+ 26	+ 6.8%
国内即席めん事業	2,607	+ 120	+ 4.8%	2,607	+ 120	+ 4.8%
低温・飲料事業	868	+ 60	+ 7.4%	868	+ 60	+ 7.4%
菓子事業	741	+ 50	+ 7.3%	741	+ 50	+ 7.3%
国内非即席めん事業	1,609	+ 110	+ 7.3%	1,609	+ 110	+ 7.3%
国内その他	47	+ 25	+ 115.5%	47	+ 25	+ 115.5%
国内事業 計	4,263	+ 255	+ 6.4%	4,263	+ 255	+ 6.4%
米州地域	1,400	+ 527	+ 60.4%	1,145	+ 272	+ 31.1%
中国地域	661	+ 107	+ 19.2%	574	+ 19	+ 3.5%
アジア地域	194	+ 47	+ 31.5%	171	+ 24	+ 15.9%
EMEA地域	173	+ 60	+ 52.6%	163	+ 49	+ 43.5%
海外事業 計	2,430	+ 740	+ 43.8%	2,054	+ 364	+ 21.6%
連結 計	6,692	+ 995	+ 17.5%	6,317	+ 619	+ 10.9%

* 「国内その他」には新規事業も含む
 * 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく

セグメント別 コア営業利益実績

前期比、Double-Digit成長を実現。海外事業、日清ヨーク、湖池屋が貢献

単位：億円	2022年度 決算開示ベース					2022年度 為替一定ベース		
	営業利益	その他収支	コア営業利益	前期比		コア営業利益	前期比	
				増減額	増減率		増減額	増減率
日清食品	268	2	266	△ 40	△ 13.2%	266	△ 40	△ 13.2%
明星食品	24	1	23	△ 1	△ 3.9%	23	△ 1	△ 3.9%
国内即席めん事業	292	3	289	△ 41	△ 12.5%	289	△ 41	△ 12.5%
低温・飲料事業	39	△ 0	39	+ 7	+ 20.0%	39	+ 7	+ 20.0%
菓子事業	28	△ 1	28	△ 3	△ 10.1%	28	△ 3	△ 10.1%
国内非即席めん事業	67	△ 1	68	+ 3	+ 5.2%	68	+ 3	+ 5.2%
国内その他	12	0	11	△ 7	△ 38.6%	11	△ 7	△ 38.6%
国内事業 計	370	2	368	△ 45	△ 10.9%	368	△ 45	△ 10.9%
米州地域	125	△ 0	125	+ 96	+ 324.2%	102	+ 73	+ 247.0%
中国地域	84	6	78	+ 17	+ 27.5%	68	+ 7	+ 11.2%
アジア地域	40	△ 1	42	+ 1	+ 2.2%	38	△ 3	△ 6.9%
EMEA地域	51	△ 2	52	+ 48	+ 1,130.0%	48	+ 43	+ 1,018.3%
海外事業 計	300	3	298	+ 161	+ 118.6%	256	+ 120	+ 88.3%
国内・海外事業 計	670	5	665	+ 116	+ 21.2%	624	+ 75	+ 13.7%
その他連結調整	△ 3	△ 1	△ 2	△ 2	-	△ 2	△ 2	-
グループ関連費用	△ 61	-	△ 61	△ 8	-	△ 61	△ 8	-
既存事業 計	606	4	602	+ 106	+ 21.5%	561	+ 65	+ 13.1%
新規事業	△ 50	△ 0	△ 49	△ 20	-	△ 49	△ 20	-
連結 計	556	4	553	+ 86	+ 18.5%	511	+ 45	+ 9.6%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく

2023年度計画

2023年度 通期連結業績計画

売上収益は7,000億円超、既存事業コア営業利益は前期比+6.3%、640億円を目指す
 当期利益は、前年の税効果会計適用等による影響（約44億円）を除いた実質ベースでは増益

	前期比
売上収益	7,100 億円 +6.1%

Mid-single Digitでの成長を継続

	前期比
既存事業コア営業利益	640 億円 +6.3%

新規事業投資を既存事業コア営業利益5~10%で実施

	+3.3~+8.7%
営業利益	575 ~ 605 億円
親会社の所有者に帰属する	
	△5.1~△0.6%
当期利益	425 ~ 445 億円
	419 ~ 439 円/株
EPS	

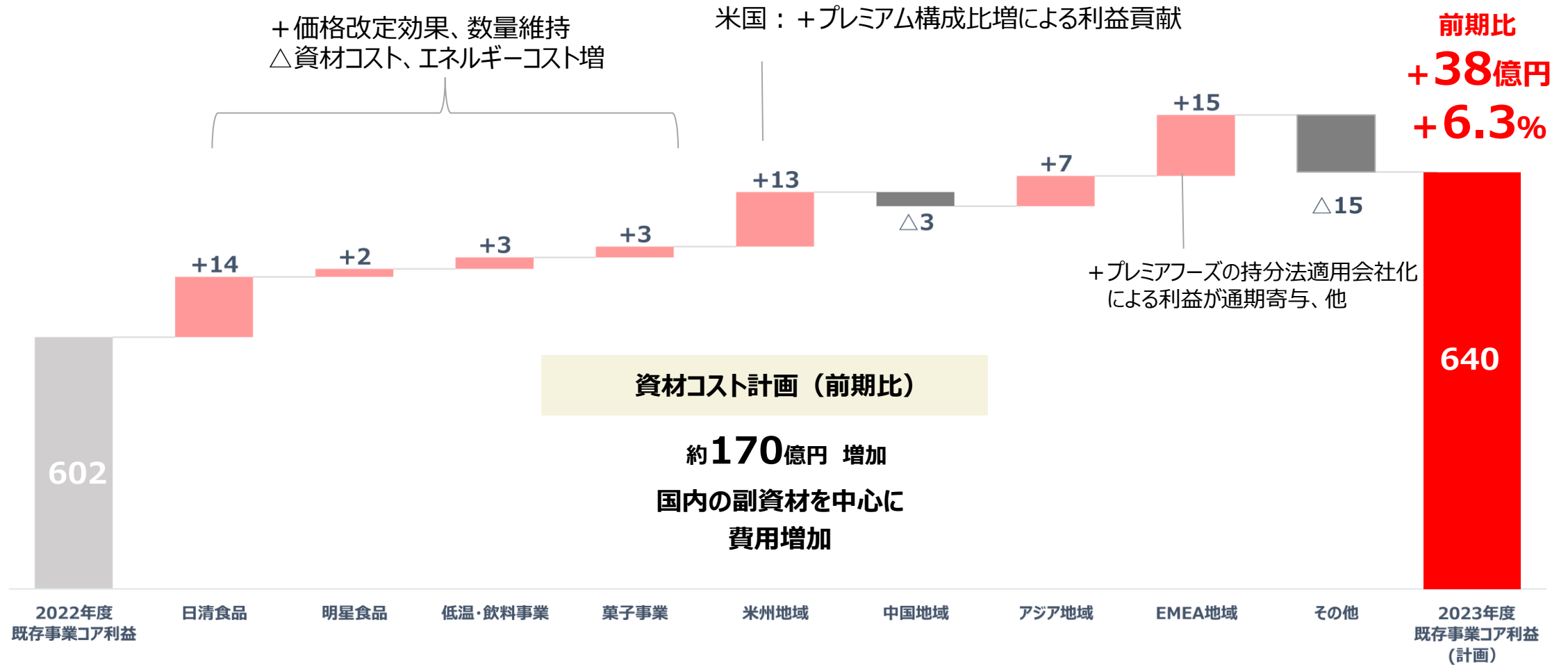
* 計画に係る円表示数値は全て22年度実績レート

2023年度 セグメント別計画

億円	売上収益 (IFRS)				コア営業利益 (Non-GAAP)			
	2023年度 計画	前期 (2022年度 実績)		前期比	2023年度 計画	前期 (2022年度 実績)		前期比
		売上収益	前期比			コア営業利益	前期比	
日清食品	2,310	2,202	+ 108	+ 4.9%	280	266	+ 14	+ 5.4%
明星食品	420	405	+ 15	+ 3.7%	25	23	+ 2	+ 8.1%
国内即席めん事業	2,730	2,607	+ 123	+ 4.7%	305	289	+ 16	+ 5.7%
低温・飲料事業	895	868	+ 27	+ 3.1%	42	39	+ 3	+ 7.0%
菓子事業	780	741	+ 39	+ 5.3%	31	28	+ 3	+ 9.1%
国内非即席めん事業	1,675	1,609	+ 66	+ 4.1%	73	68	+ 5	+ 7.9%
国内その他	70	47	+ 23	+ 49.6%	10	11	△ 1	△ 12.8%
国内 計	4,475	4,263	+ 212	+ 5.0%	388	368	+ 20	+ 5.5%
米州地域	1,515	1,400	+ 115	+ 8.2%	138	125	+ 13	+ 10.4%
中国地域	700	661	+ 39	+ 5.9%	75	78	△ 3	△ 4.3%
アジア地域	210	194	+ 16	+ 8.0%	49	42	+ 7	+ 17.3%
EMEA地域	200	173	+ 27	+ 15.3%	67	52	+ 15	+ 27.9%
海外 計	2,625	2,430	+ 195	+ 8.0%	329	298	+ 31	+ 10.6%
国内・海外 計	7,100	6,692	+ 408	+ 6.1%	717	665	+ 52	+ 7.8%
その他連結調整	-	-	-	-	△ 77	△ 2	△ 14	-
グループ関連費用	-	-	-	-		△ 61		
既存事業 計	7,100	6,692	+ 408	+ 6.1%	640	602	+ 38	+ 6.3%
新規事業	-	-	-	-	△ 60 ~ △ 30	△ 49	△ 11 ~ + 19	- -
連結 計	7,100	6,692	+ 408	+ 6.1%	580 ~ 610	553	+ 27 ~ + 57	+ 5.0% ~ + 10.4%

* 中国地域の戦略、それに基づく各種目標ならびに業績計画数値は、日清食品HDが独自に設定したもの

セグメント別 既存事業コア営業利益の増減

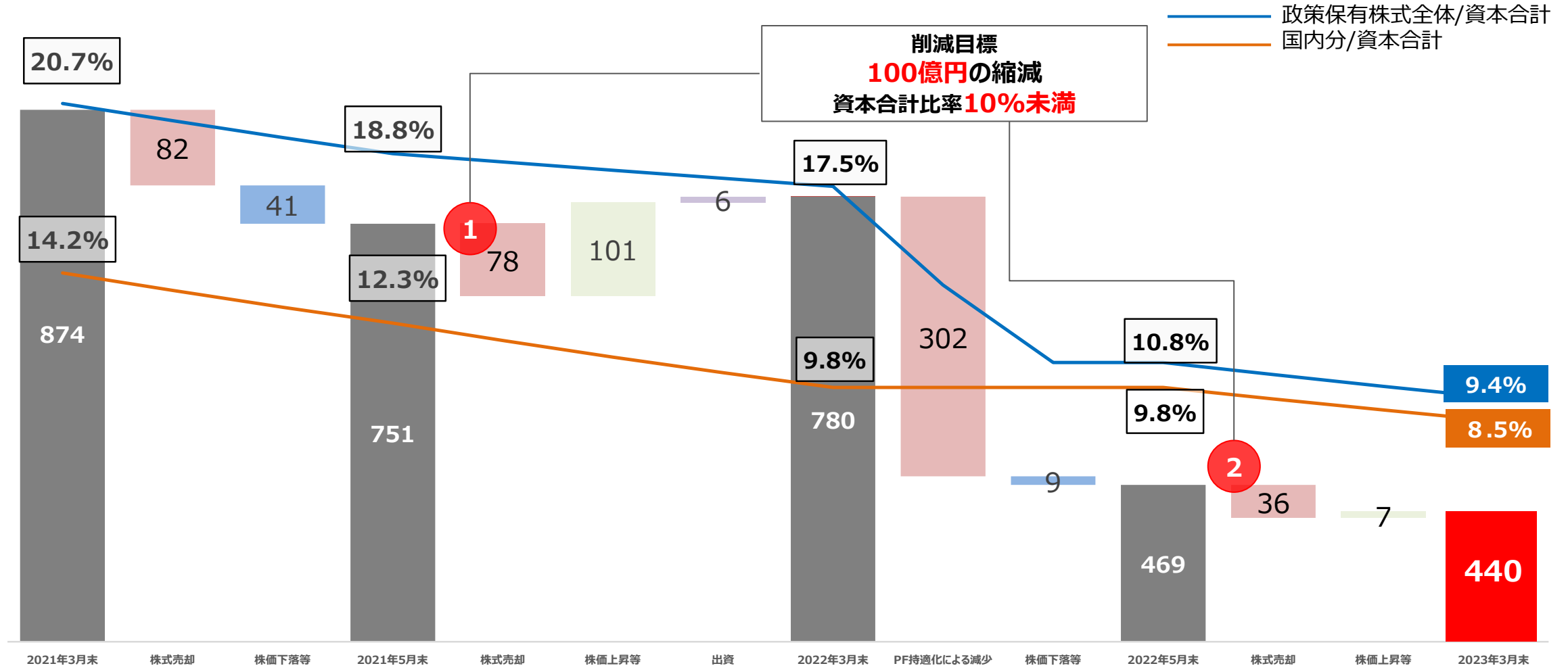


* 国内その他セグメント、その他連結調整及びグループ関連費用のコア営業利益増減は「その他」に含めて表示
 * 計画に係る円表示数値は全て22年度実績レートベース

政策保有株の縮減推移

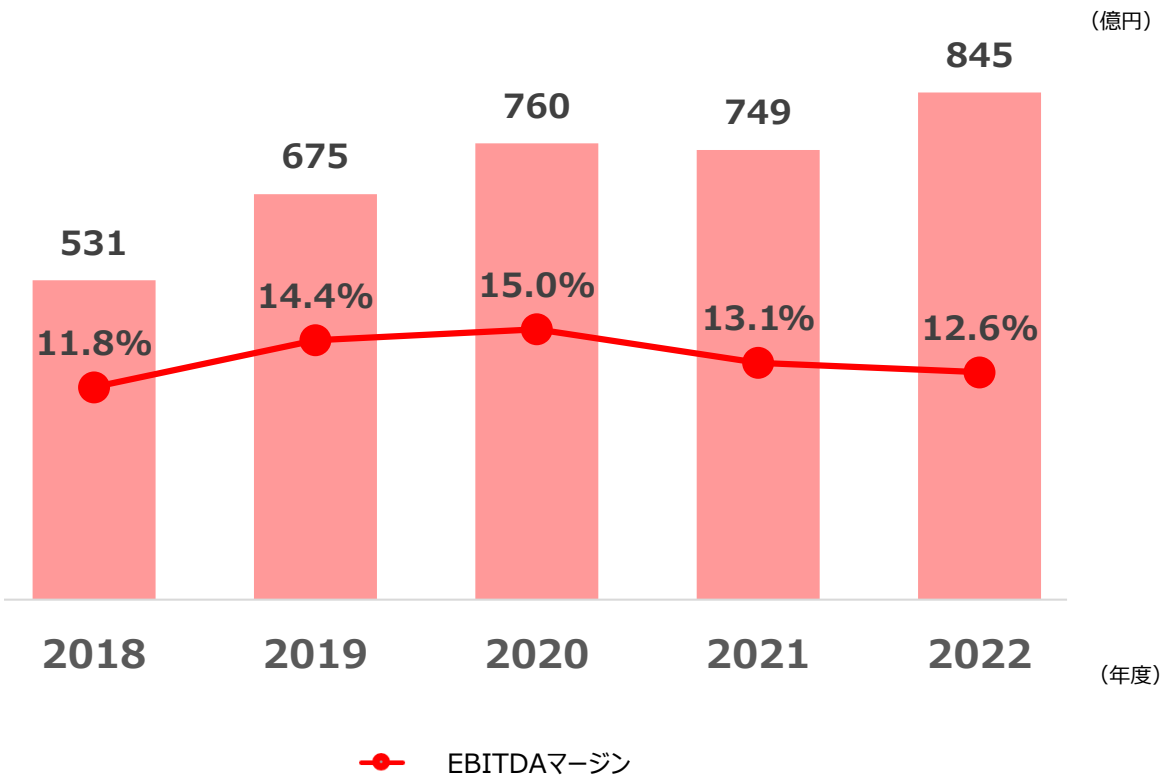
株式売却（①・②）により2021年5月公表の縮減目標「2年で100億円の縮減」を達成
 海外出資先の持分法適用会社化により、3月末時点の資本合計比率は10%を下回る

(億円)

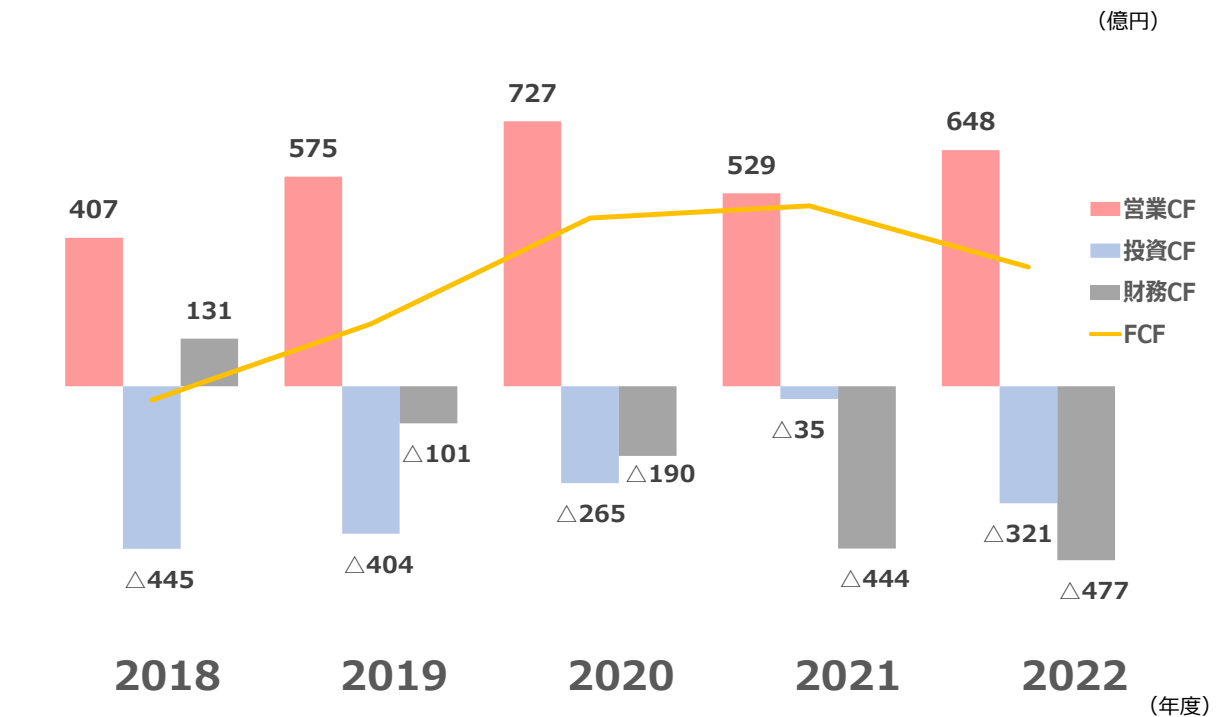


EBITDA及びキャッシュフローの推移

EBITDA



キャッシュフロー



EBITDA = (営業利益±その他収益及び費用+減価償却費)

中長期成長戦略の進捗

中長期成長戦略2030の骨子

既存事業の キャッシュ創出力強化

海外+非即席めん事業の
アグレッシブな成長により、
利益ポートフォリオを大きくシフト
させながら持続的成長を追求

EARTH FOOD CHALLENGE 2030

有限資源の有効活用と
気候変動インパクト軽減
へのチャレンジ

新規事業の推進

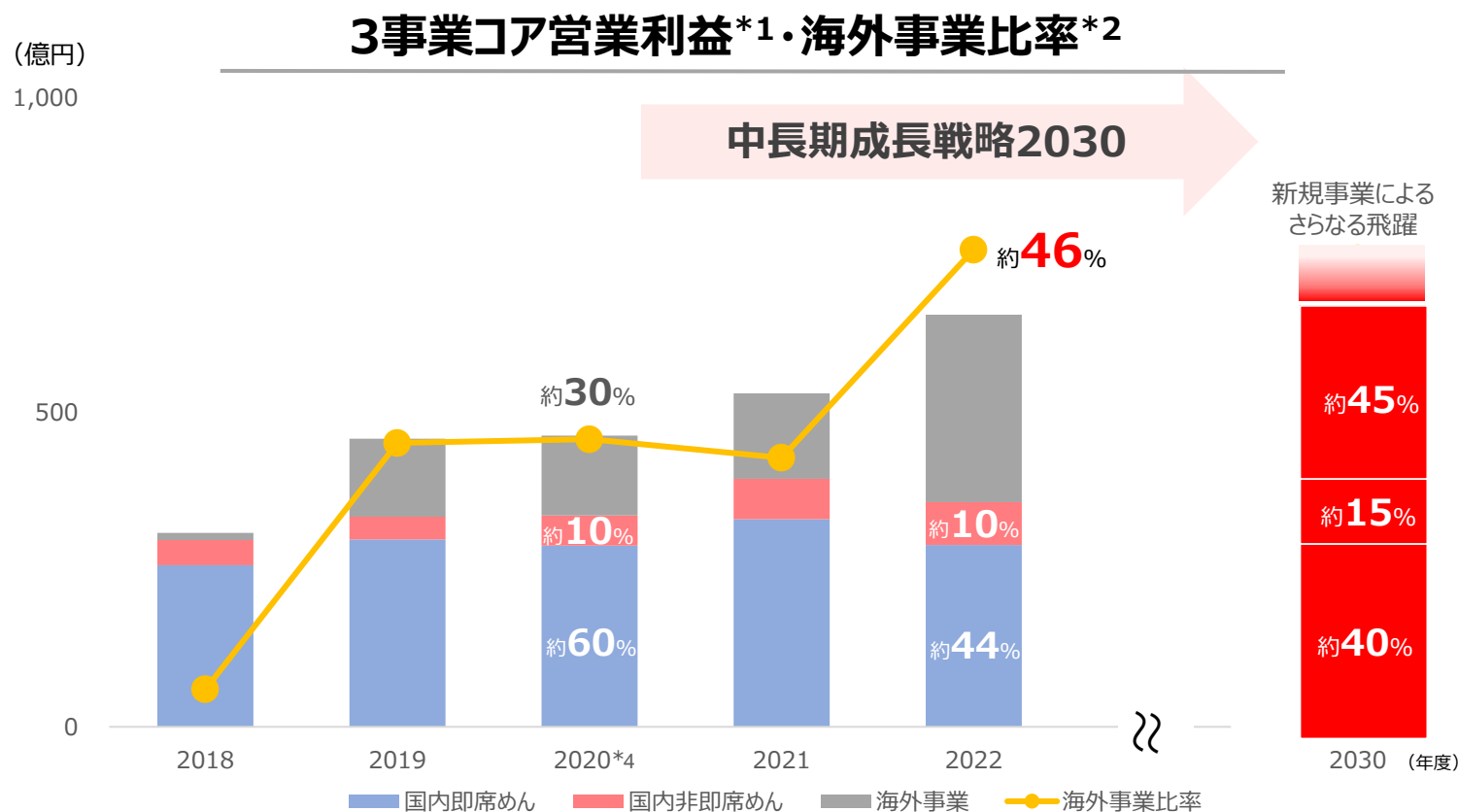
フードサイエンスとの共創による
“未来の食”
テクノロジーによる
食と健康のソリューション企業へ

経済価値ターゲット

- 持続的な利益成長
- 効率的な資本活用
- 安全性のある負債活用
- 安定的な株主還元

中長期成長戦略2030の進捗～利益成長とポートフォリオの変化

コロナ禍でグローバルに拡大した即席めんへの需要が、インフレ下で加速・定着
米州地域を中心に海外事業が全体を牽引、コア営業利益に占める海外事業の割合は46%に



進捗状況

既存事業コア営業利益*3
CAGR

+ 約20%
2020-2022実績

+ 1桁台半ば%
2020-2030目標

コア営業利益に占める
海外事業比率

約46%
2022実績

45%
2030目標

*1. 3事業コア営業利益 = 国内即席めん事業 + 国内非即席めん事業 + 海外事業のコア営業利益

*2. 海外事業比率 = 海外事業コア営業利益 ÷ (国内即席めん事業コア営業利益 + 国内非即席めん事業コア営業利益 + 海外事業コア営業利益)

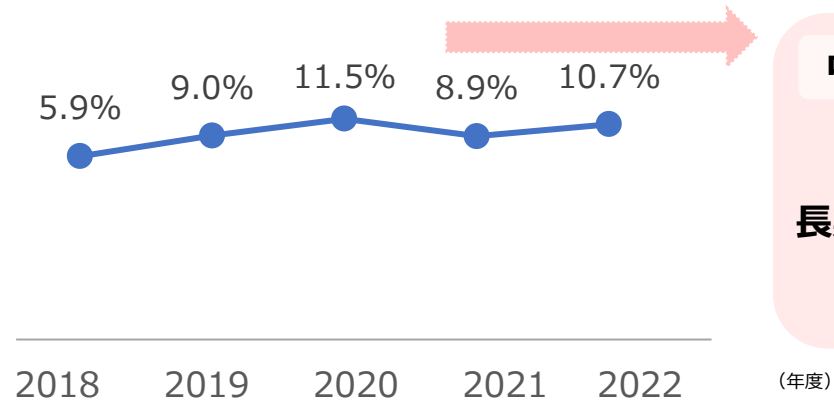
*3. 既存事業コア営業利益：営業利益-その他収益及び費用-新規事業損益

*4. 2020年度はCOVID-19影響を除く

中長期成長戦略2030の進捗～主要KPI（財務）

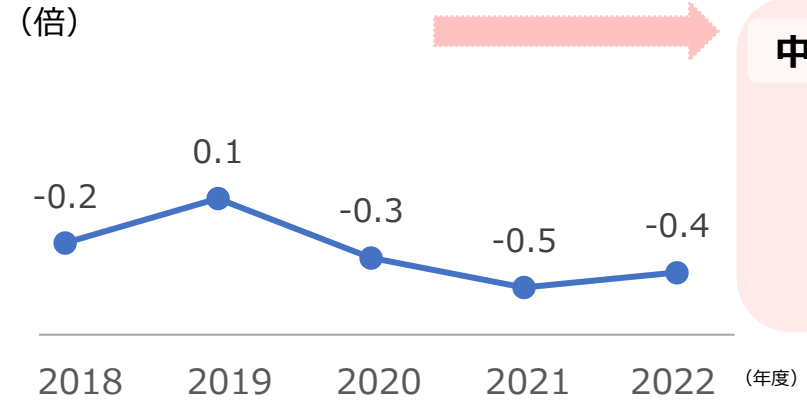
【効率性指標】

ROE



中長期的目標
長期的に **10%**

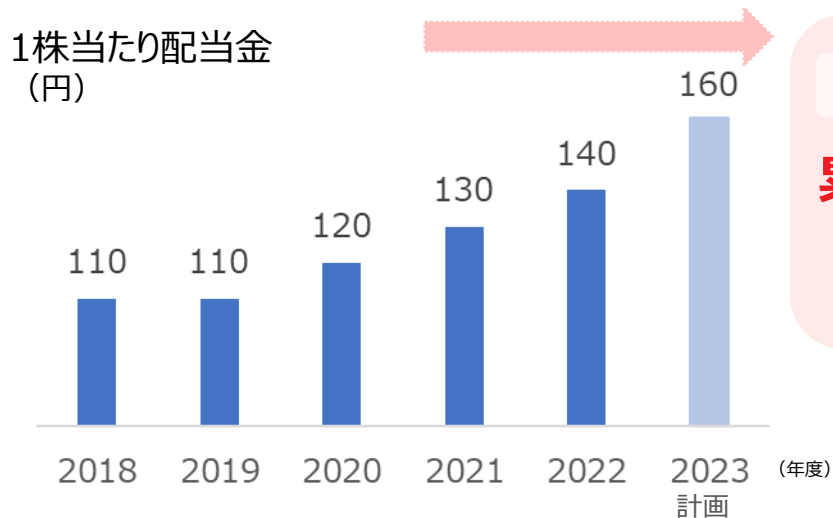
【安全性指標】純有利子負債/EBITDA（倍率）



中長期的目標
 \leq **2**倍

【株主還元】

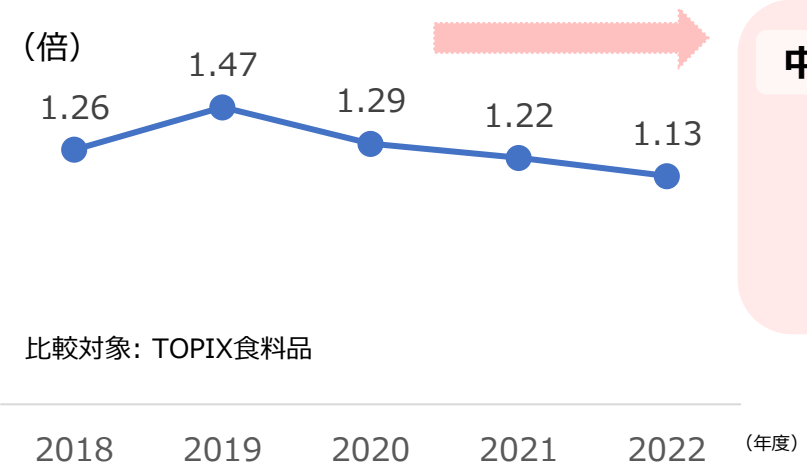
配当政策



中長期的目標
累進的配当
配当性向
40%を目安

【株主還元】

相対TSR*

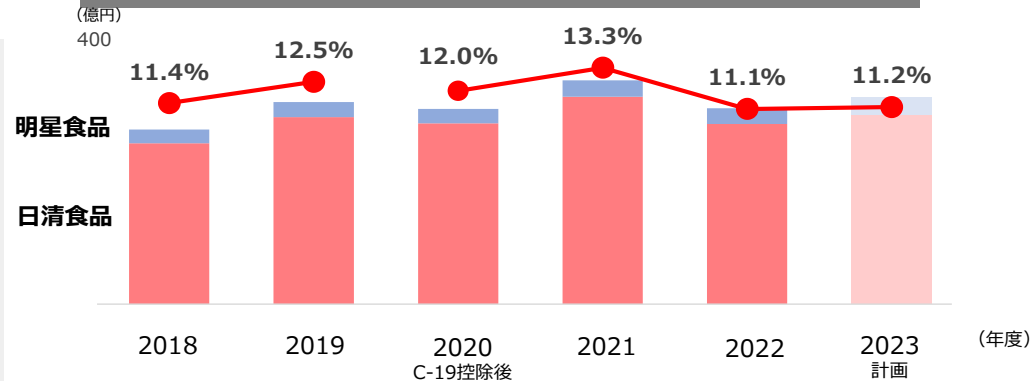


中長期的目標
 $>$ **1**倍

*株価：当該事業年度と3事業年度前の各1～3月における3か月間の株価・指標の終値平均を比較
配当：当該事業年度を含む過去3事業年度における1株当たり配当額の累計

中長期成長戦略2030の進捗～事業部門別コア営業利益（率）推移

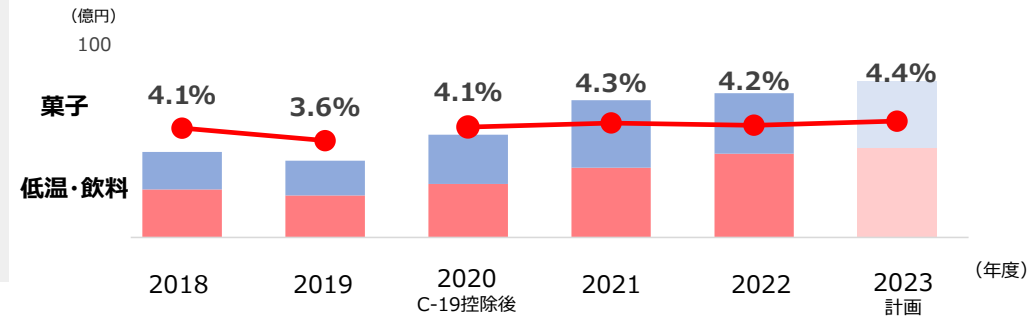
コア営業利益推移*



国内
即席めん
事業

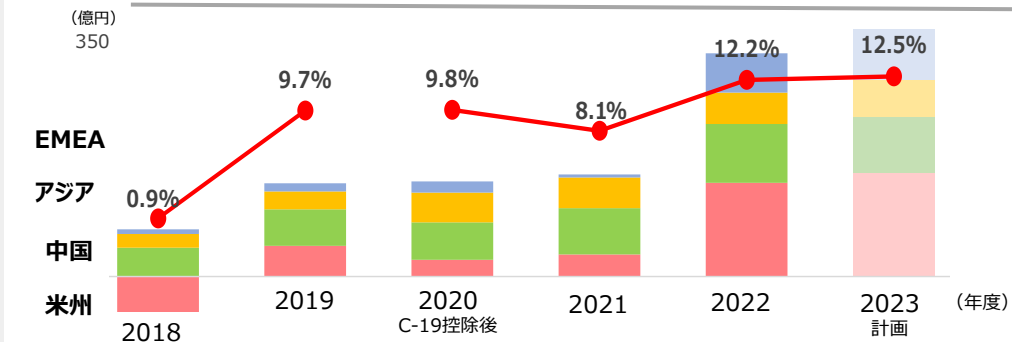
今後の方向性

- ✓ 適正価格の定着、数量維持
- ✓ 高付加価値製品の拡充
- ✓ 生産体制強化、効率性向上



国内
非即席めん
事業

- ✓ 適正価格の定着、数量維持
- ✓ 高付加価値戦略のシフトを加速
- ✓ 生産体制強化、効率性向上



海外事業

コア営業利益
には、持分法
損益含む

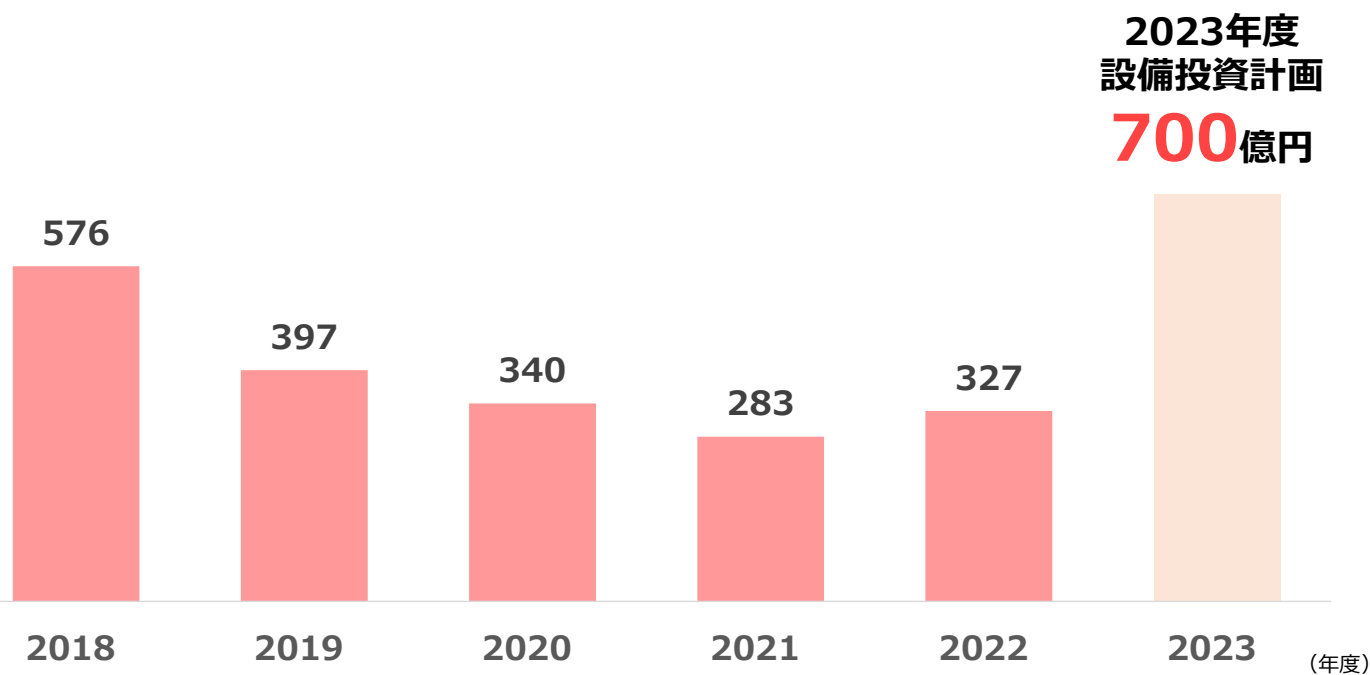
- ✓ グローバルブランディングの強化
- ✓ 高付加価値戦略の継続
- ✓ 生産体制強化、効率性向上

● 営業利益率、コア営業利益率 *2018、2019年度は営業利益、営業利益率を表示

設備投資計画

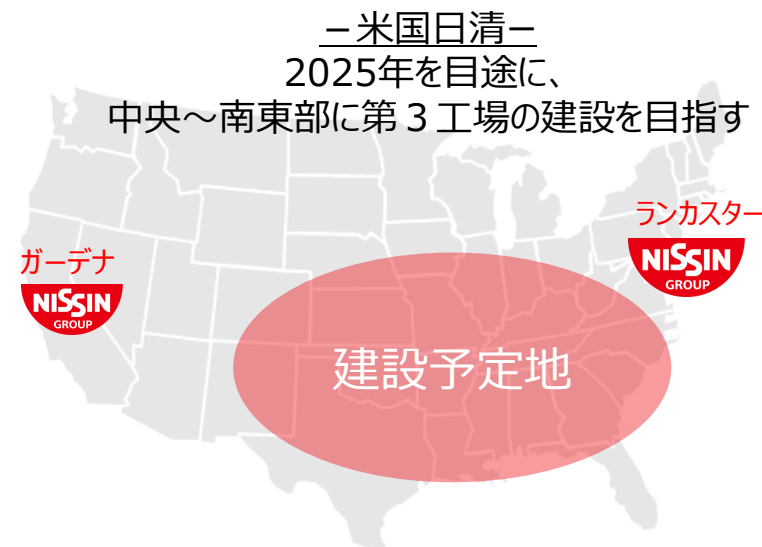
グローバルな即席めんへの需要が高まる中、生産能力増強によりボトルネックを解消、更なる成長軌道へ米州地域を中心とする海外事業に加え、国内即席めん事業、日清ヨークにて設備投資増を計画

設備投資推移 (億円)



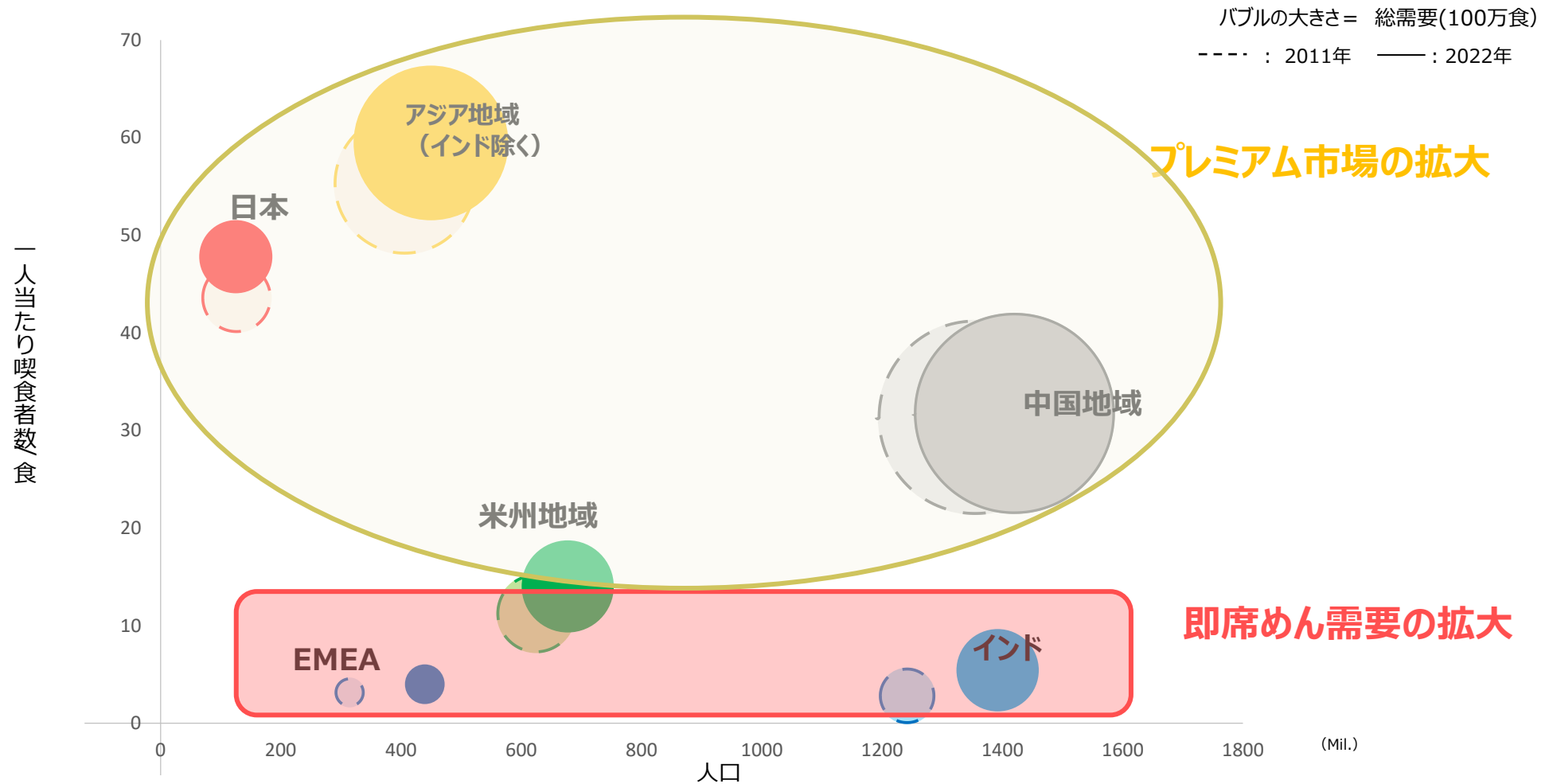
2023年度の主な投資

- 日清食品新関東工場：土地取得
- 米国日清：第3工場設立
- ブラジル日清：更新投資等
- 日清ヨーク：ピルクルブランド増産対応
- その他、国内外工場ライン増設など



各国の需要動向

世界の即席めん総需要と当社の戦略



出所: International Monetary Fund (IMF)、世界ラーメン協会 (WINA) 人口と2022年の総需要に基づき算出

米州地域: 米国・ブラジル・メキシコ

アジア地域: タイ・ベトナム・シンガポール・インドネシア

EMEA地域: (2022年) イギリス、ドイツ、フランス、スペイン、イタリア、スイス、フィンランド、オランダ、デンマーク、ハンガリー、スウェーデン、チェコ、ポーランド、セルビア、ベルギー、(2011年) イギリス、ドイツ、フランス、フィンランド、オランダ、デンマーク、ハンガリー、スウェーデン、チェコ、ポーランド、ベルギー

EARTH FOOD CHALLENGE 2030

環境戦略 EARTH FOOD CHALLENGE 2030



EARTH FOOD CHALLENGE 2030

地球のために。未来のために。

2022年1～12月実績

資源の有効活用へのチャレンジ

Earth
Material
Challenge

地球に優しい調達



持続可能な
パーム油調達比率
実績**37.7%**
目標 100%

地球資源の節約



水の使用
実績**10.5m³/売上百万円**
目標 12.3m³/売上百万円

ごみの無い地球

*2021年実績

*日本の実績が対象



生産過程の再資源化率
実績**99.8%** 目標 99.5%
販売・流通過程の廃棄物
削減率**▲47%** 目標 半減

気候変動問題へのチャレンジ



Green
Food
Challenge

グリーンな電力で作る



SCOPE1+2
実績**▲4.0%**
(対2018年比)
目標 **▲30%**

2022年 399千t-CO2 / 2018年 416千t-CO2

グリーンな食材を使う グリーンな包材で届ける



SCOPE3
実績**+0.4%**
(対2018年比)
目標 **▲15%**

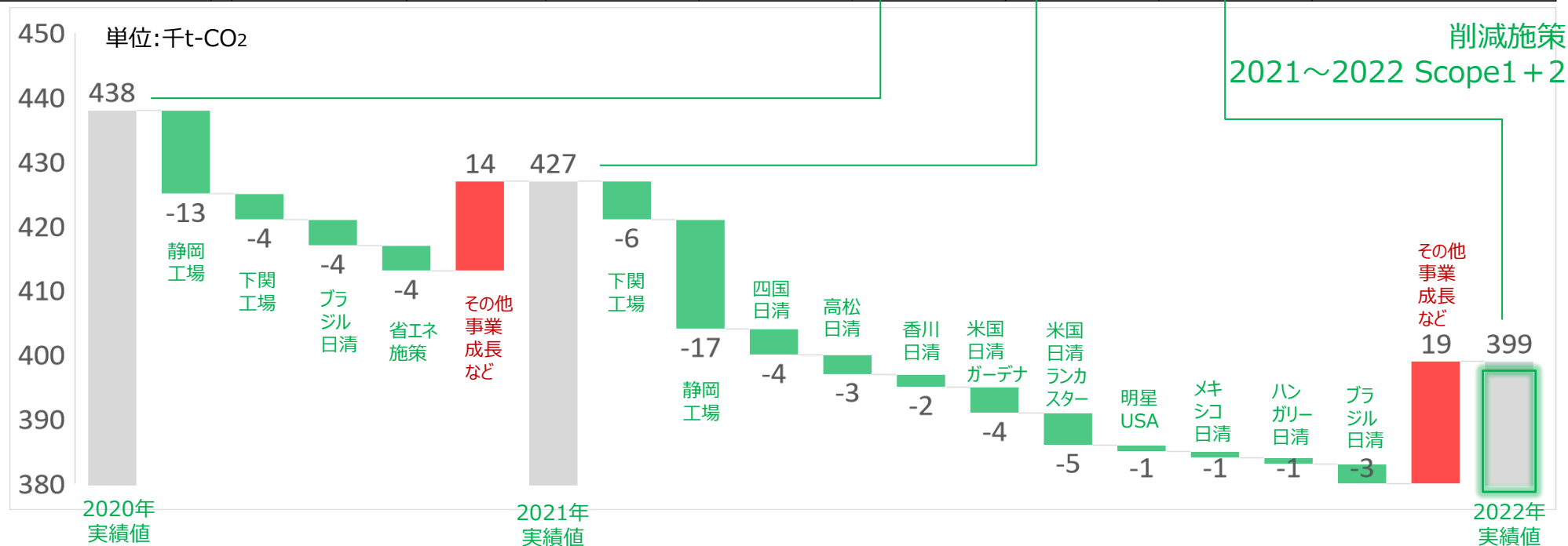


2022年 3,081千t-CO2 / 2018年 3,068千t-CO2

Scope1 + 2 進捗

再エネメニュー切り替えを主とするCO₂削減が順調に進み計画基準値（2018年）を下回る

会社名	Scope	単位	2018	2019	2020	2021	2022	2018 vs 2022
日清食品 グループ (日本・海外)	Scope1	千t-CO ₂	237	254	266	269	273	15.2%
	Scope2		179	174	172	158	126	-29.6%
	Scope1 + 2		416	428	438	427	399	-4.0%
	Scope3		3,068	3,092	3,329	3,138	3,081	0.4%



Scope3進捗

Scope3 は環境に配慮したRSPOパーム油の使用拡大が大きく寄与し、CO2の排出はダウントレンドで推移

会社名	Scope	単位	2018	2019	2020	2021	2022	2018 vs 2022
日清食品 グループ (日本・海外)	Scope1	千t-CO2	237	254	266	269	273	15.2%
	Scope2		179	174	172	158	126	-29.6%
	Scope1 + 2		416	428	438	427	399	-4.0%
	Scope3		3,068	3,092	3,329	3,138	3,081	0.4%

カップヌードルを中心とした、Scope3の削減に貢献する取り組み

植物由来の
バイオマスECO
カップの活用



フタ止め
プラスチック
の廃止



代替食技術
の活用



謎肉

持続可能な
パーム油の
使用拡大
26→37.7%

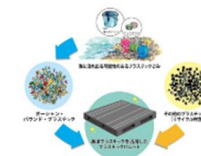


バリューチェーン全体にわたる包括的な取り組み

他企業との
共同輸送



“海洋プラスチック”
を素材の一部に
使用した
パレットを導入

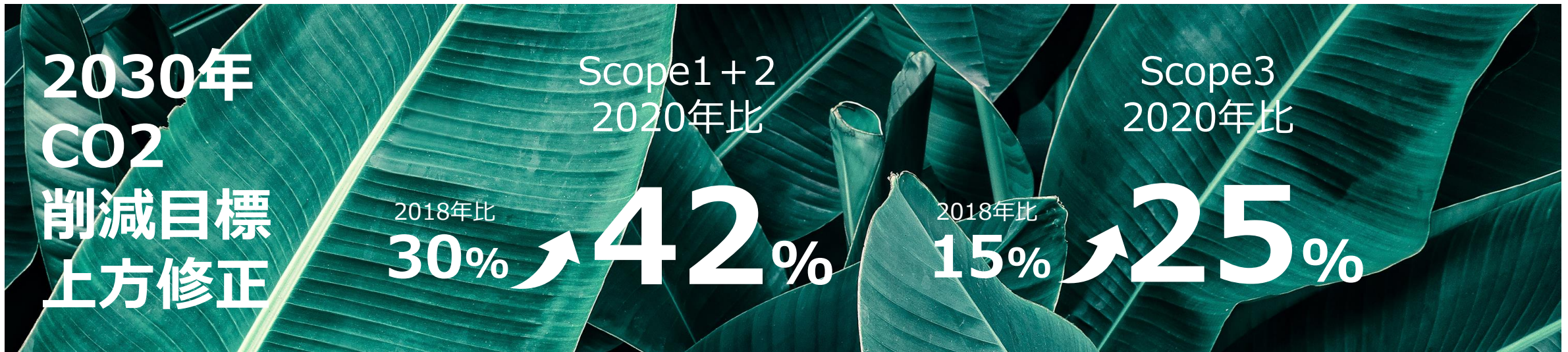


「おいしいveco麺」
プロジェクト
「エコ包装」の対象
商品を拡大



Carbon Neutral を目指した2030年目標の上方修正

1.5°C目標を意識し、2030年の削減目標を上方修正。インターナルカーボンプライシング制度を導入することで新目標への取り組みを更に加速



*社内炭素価格は、CO₂排出量削減の進捗や外部環境の変化などを踏まえて適宜見直す

現代の社会課題と新規事業のビジョン

オーバーカロリー



肥満など生活習慣病
に関連のある病気によ
る死亡率と医療費の増
加

隠れ栄養失調



間違ったダイエット
方法によって
カロリーや栄養が
不足した状態

フレイル



加齢により心身が
衰えた状態で、
低栄養が原因の
一つとされる

見た目やおいしさはそのままに、カロリーや塩分、糖質、脂質などをコントロールし、必要な栄養素を整えた食事を実現

日清食品独自のフードテクノロジーで社会課題の解決を目指します!!

おいしく食べて
しっかり摂れる
33種類の栄養素



即席めん で培った加工技術やうまみ素材などを
駆使することで、栄養素が持つ独特のエグみや
苦味を感じることなく、普段の食事と変わらない
おいしさを実現

カロリーや脂質を
コントロール
**バランスのとれた
三大栄養素**



麺や米に栄養素や食物繊維を配合する技術や
油分をカットする独自製法で、見た目やおいしさ
はそのままに、三大栄養素（たんぱく質、炭水化物、
脂質）のバランスを最適化

少ない量でもちゃんと
おいしい
3.0g未満の塩分量



世界中から約170の塩を集めて研究を重ね、
ミネラルやアミノ酸などを配合することにより、塩
が少なくてもおいしく感じられる当社独自の減
塩技術を確立

完全メシブランドについて

33種類の栄養素とおいしさの完全なバランスを追求した「完全メシ」ブランド

完全メシとは



33種類の栄養素とおいしさの 完全なバランスを追求しました!

例「完全メシ カレーメシ」の場合

カレーメシのおいしさそのまま!

ビタミン
ミネラルなど
**33種類
の栄養素**

たんぱく質
20.9g

レタス
2.5個分
相当の食物繊維
11.2g*

たんぱく質、
炭水化物、脂質の
**三大栄養素
のバランス**
が整っています

たまねぎの旨みと甘みドドーン!



「完全メシ」は、「日本人の食事摂取基準」で設定された 33 種類の栄養素とおいしさのバランスを追求したブランドです。

日清食品の最新フードテクノロジーを駆使することで栄養素独特の苦味やエグみを抑え、普段の食事と変わらないおいしさと栄養との理想的なバランスを追求しました。

※商品にレタスは入っておりません。※レタスの栄養成分値は八訂食品栄養成分表を参照、重量は「食品の栄養とカロリー辞典第3版/女子栄養大学出版社」を参照。

「完全メシ」 2022年度好発進→2023年度の更なるラインアップ拡大



栄養とおいしさの 完全なバランスを追求しました！

2022年5月30日 日清食品グループオンラインストアにて販売開始



2023年4月3日よりラインアップ拡大！



「完全メシ」 販売拡大

「完全メシ」シリーズは、販売食数が1年間で、1000万食を突破しました！ 2022年度は数々の賞を受賞！

完全メシ
KANZEN MEAL

発売1年で **1000万食** を突破!!
約 **3秒に1食** が売れています! *1

売れてます

Rakuten
総合ランキング **1位** 獲得!!

amazon
カテゴリランキング **1位** 獲得!!
ベストセラー入り

日清オンラインストア
高いリピート率!

5人に1人が
リピーター *2

2022.06.27 グランドオープン!
売上 **200,000,000** 点以上の中から1!
楽天総合ランキング **NO.1**
デイリーランキング
リアルタイムランキング

【完全メシ】日清食品 カレーメシ 炊飯カレー 8食セット たんぱく質20.9g PFV(パランス) 食物繊維11.1g
★☆☆☆ 78
2,229円

【完全メシ】日清食品 カレーメシ 炊飯カレー 12食セット たんぱく質20.9g PFV(パランス) 食物繊維11.1g
★☆☆☆ 32
¥4,375 (¥365/食)
送料別途見積り
残り19食 ご注文はお早めに

2022年5月30日より販売開始

*1 2022年5月30日(土)~2023年4月30日(日)の「完全メシ」シリーズ累計出荷数から算出 (弊社調べ)

*2 2022年5月~2023年3月。日清食品グループオンラインストアで「完全メシ」シリーズを購入したことのある人数のうち、2回以上購入したことがある人の割合で算出。(弊社調べ)

2022年度は、多数の賞を受賞!!

TRENDY 2022年 業界別ヒット大賞
食品部門

日経トレンドイ
「2022年ヒット商品ベスト30」
食品部門では大賞(総合5位)

食品産業新聞
「第52回(2022年度)
食品産業技術功労賞」

第41回
優秀ヒット賞
受賞
日本食糧新聞社

日本食糧新聞
「令和4年度(第41回)
食品ヒット大賞」優秀ヒット賞

日経優秀製品・サービス賞2022
最優秀賞

日本経済新聞社
「日経優秀製品・サービス賞2022」最優秀賞

「冷凍完全メシ」も2022年度好発進→2023年度も続々新メニュー追加

栄養とおいしさの**完全なバランス**を追求しました！



主な商品特徴

カロリー
500kcal
前後

たんぱく質
20g以上*

食物繊維
6g以上

食塩相当量
3g未満

*たらこパスタは除く



かつ丼



牛丼



欧風カレーライス



デミオムライス



チキンドリア



ボロネーゼ



汁なし担々麺



ナポリタン



たらこパスタ

2022年9月26日 日清食品グループオンラインストアにて販売開始

リピート率 23.7%**！

**2023年3月時点。日清食品オンラインストアで「冷凍 完全メシ」を
購入したことがある人数のうち、2回以上購入したことがある人の割合で算出。(弊社調べ)

「完全メシ」 更なる飛躍に向けて

広がる「完全メシ」の世界



Bto C

完全メシ シリーズ

2023年4月3日よりラインアップ拡大！



冷凍 完全メシ

オンラインストア向けシリーズ 4月より9品に！！



BtoBtoC

デリカ（おにぎり・お弁当）・菓子等

おにぎり



お弁当



パン



菓子



健康経営の実現

社員食堂



自販機



「完全メシ」100億円へ

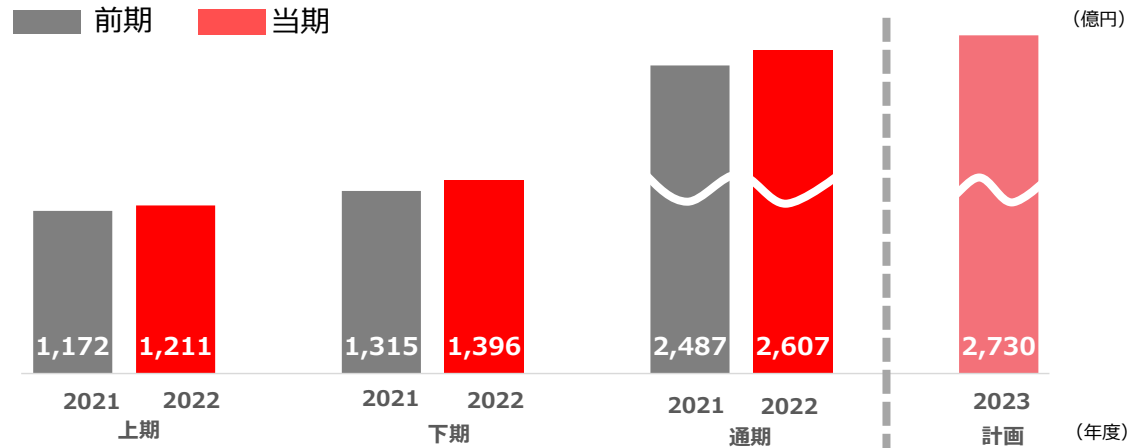


事業の状況

国内即席めん事業

数量は引き続き前期比増で推移、需要は底堅くトップラインは好調に推移するも、
原材料・包材・エネルギーコスト上昇の影響を受け、減益で着地

売上収益



日清食品(+4%)

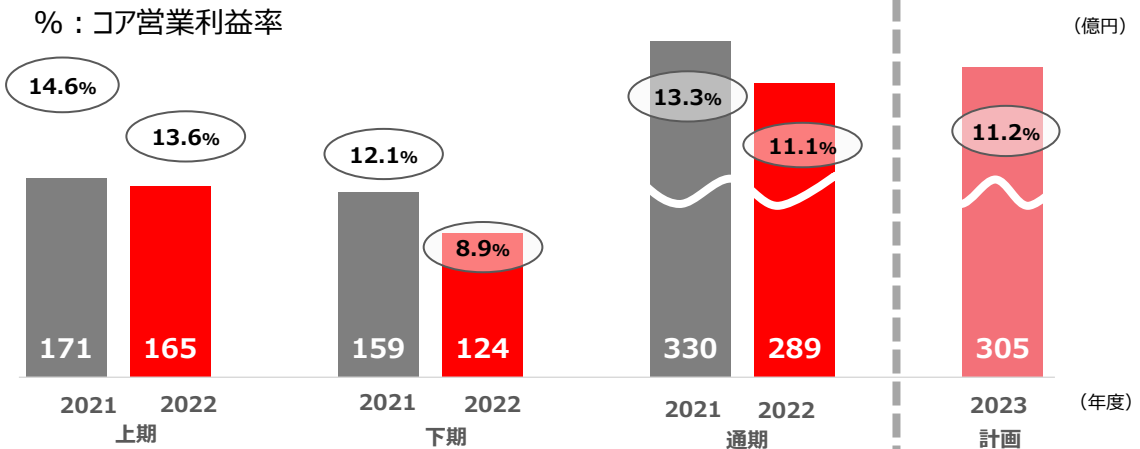
カップめん：新製品「カップヌードルねぎ塩」が貢献、「カップヌードルPRO」シリーズが好調
袋めん：「0秒チキンラーメン」や「日清これ絶対うまいやつ♪」が引き続き好調

明星食品(+7%)

カップめん：「一平ちゃん 夜店の焼そば」が好調、「濃いぜ！一平ちゃんBIG」も貢献
袋めん：「チャルメラ」が好調

コア営業利益

%：コア営業利益率



日清食品(△13%)

+) 売上増加による利益増
△) 資材高騰による原価率の上昇、エネルギーコスト及び物流費の増加等

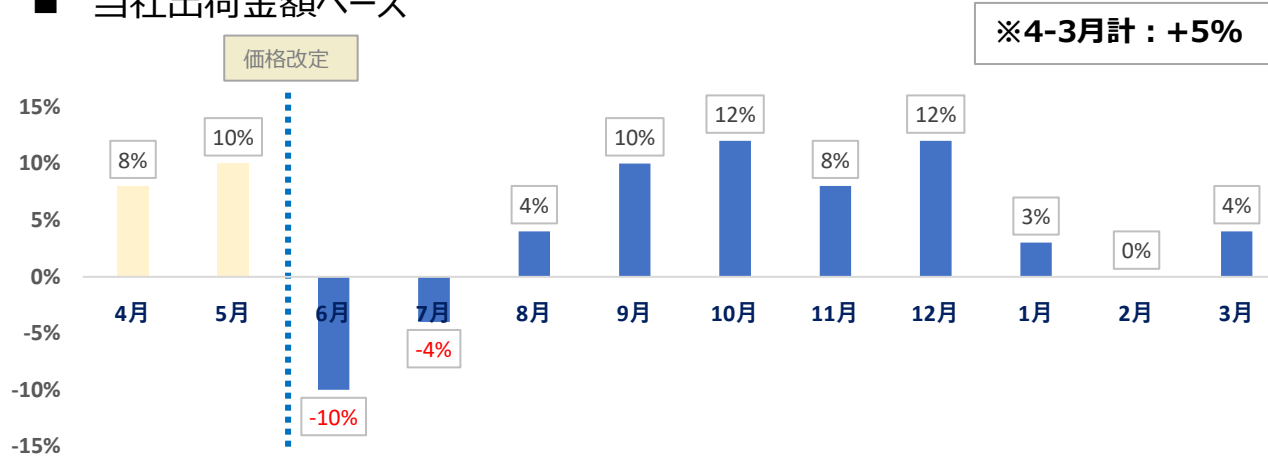
明星食品(△4%)

+) 売上増加による利益増
△) 資材高騰による原価率の上昇、エネルギーコストの増加等

国内即席めん事業（日清食品）

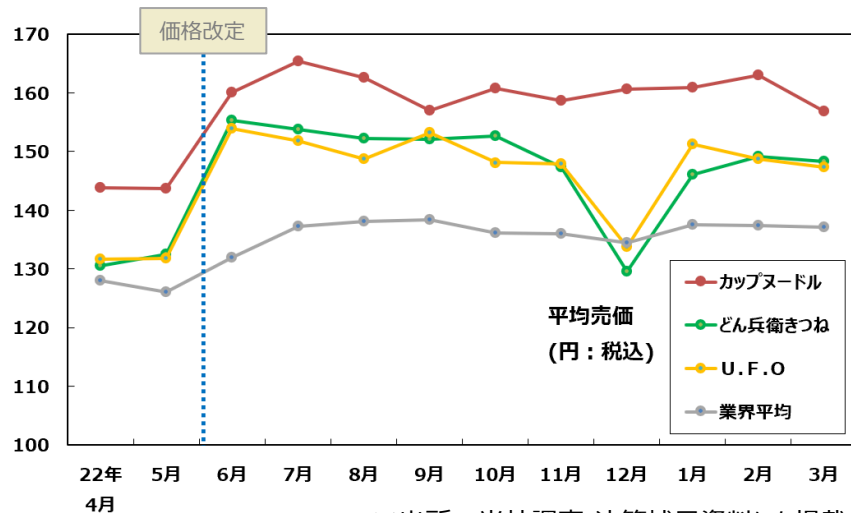
22年度までの市場動向

■ 当社出荷金額ベース



- 8月以降前年を超え、価格改定効果も寄与し年間計+5%
- 市場全体で低価格帯への消費移行が見られる中で、価格コンシャス商品や付加価値型製品が継続して伸長
- 6月の価格改定のタイミングで主力品平均売価も上昇、業界平均を上回って推移

■ 平均売価推移



※出所：当社調査 決算補足資料にも掲載

23年度以降の市場動向、取り組み方針

消費行動が変化

- 買い物に行く頻度を抑える
- 買うモノの価値を考えるようになる
- 生活に必要なものだけを買う

①「非計画購買の増加」へのアプローチ

- ・豊富な打ち手による店頭エンタメ化
- ・即席めんの相対的価値「コスパ&タイパ」の店頭訴求

②「購買単価の増加」へのアプローチ

- ・袋めん：付加価値袋めんカテゴリの充実化
- ・カップめん：付加価値型製品の継続投入

国内即席めん事業（日清食品）

<カップヌードルブランド>

- **6年連続**最高売上更新！
- 「カップヌードルPRO」前期比**+44%**※2
- 「塩分控えめPRO」も好発進！

「塩分控えめPRO」
23年3月発売！



「カップヌードル」
ブランド計
“6年連続”
最高売上更新！

<どん兵衛ブランド>

- **8年連続**最高売上更新！
- 丼型和風カテゴリー**売上No.1**※3
- 「最強どん兵衛」引き続き好調！



「最強どん兵衛」
22年3月発売から
好調維持！

<U.F.O.ブランド>

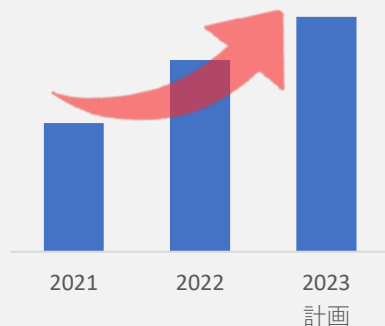
- 焼そばカテゴリー**売上No.1**※4

「どん兵衛」
ブランド計
“8年連続”
最高売上更新！

<高付加価値製品>※1

- **安定した成長を継続中**
- 前期比**+49%**※2

高付加価値製品売上



<カップライス>

- 商品認知拡大、女性ターゲティング製品の成功



※2
カップ即席ライス計
前期比
+14%

※1 主な対象商品：「カップヌードルPRO」、「最強どん兵衛」、「0秒チキンラーメン」、「これ絶対うまいやつ♪」等

※2 出荷金額ベース

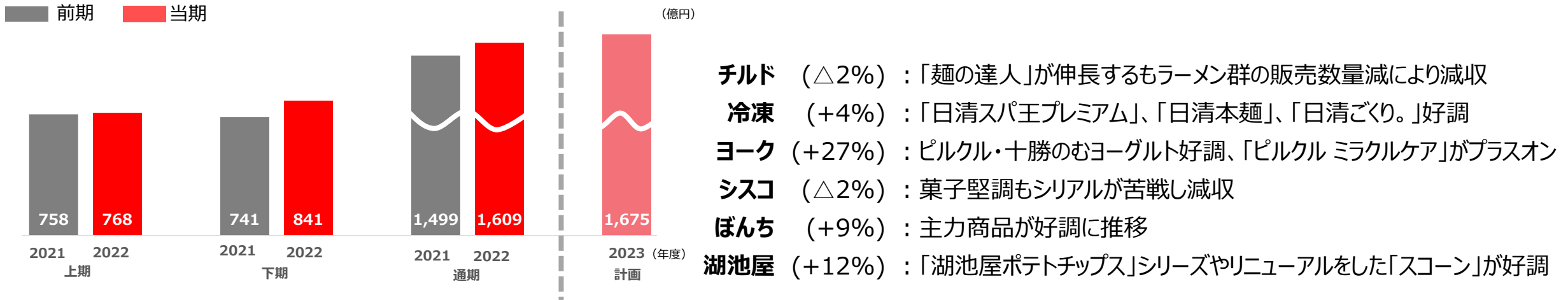
※3 インテージSRIカップインスタント麺市場 丼型うどん・そばカテゴリー、2022年1月～12月、「日清のどん兵衛」ブランド累計販売金額（全国、全業態）

※4 インテージSRIカップインスタント麺市場 焼そば+油そばカテゴリー、2022年1月～12月、「日清焼そばU.F.O.」ブランド累計販売金額（全国、全業態）

国内非即席めん事業

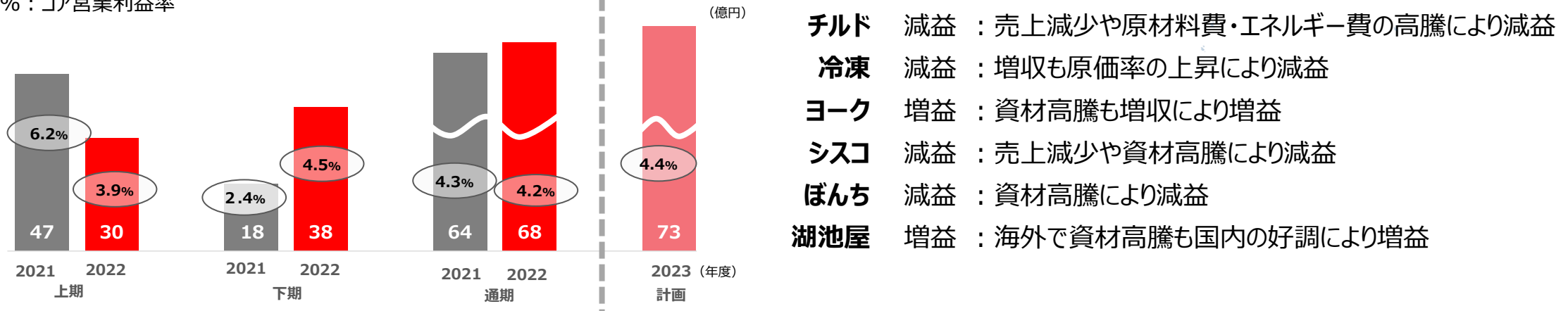
「ピルクル ミラクルケア」が好調であったヨーク、定番商品が好調であった湖池屋が貢献し、増収増益

売上収益



コア営業利益

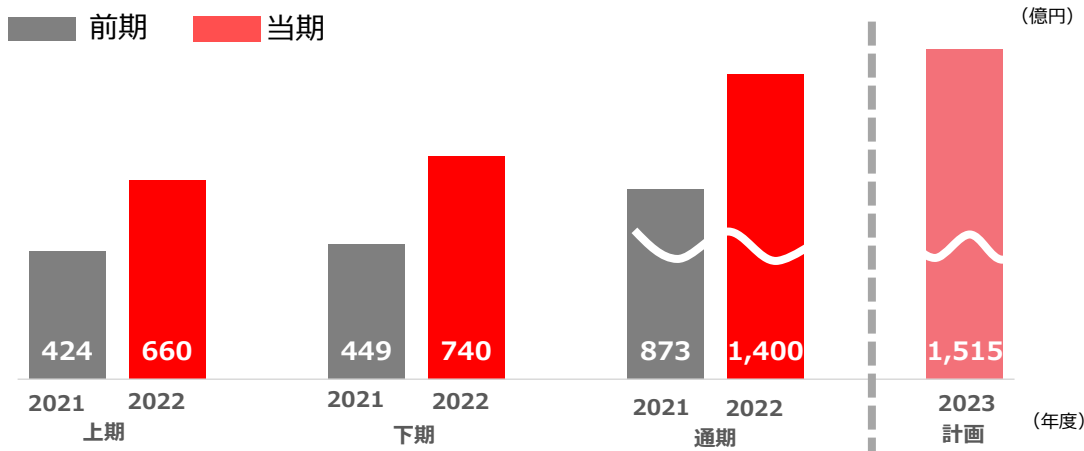
% : コア営業利益率



米州地域

米国の価格改定効果が奏功。数量も好調に推移し、大幅な増収増益で着地

売上収益



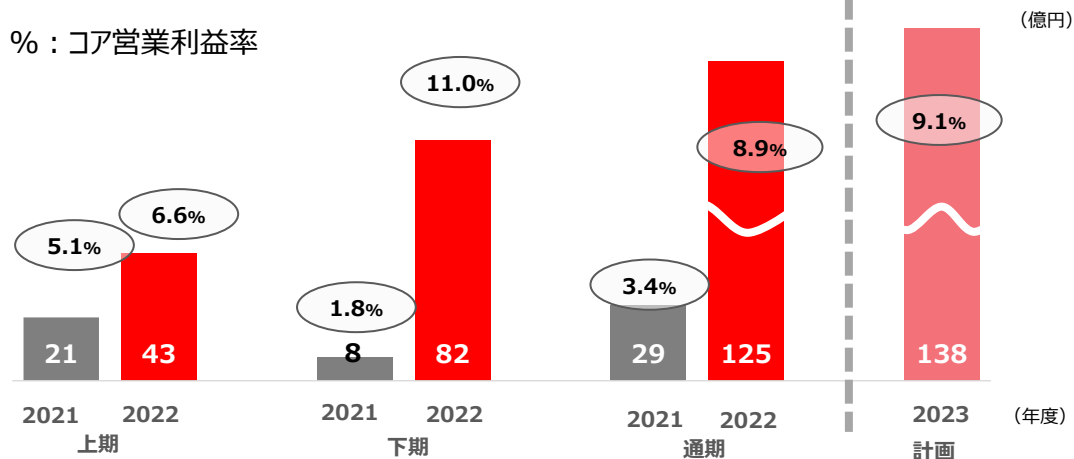
米国 : 高い需要が継続し、価格改定後も数量を落とすことなく前年をキープ
プレミアム商品を中心に好調に推移し、増収 (為替影響 +135億円)

メキシコ : 価格改定効果や、数量増により増収 (為替影響 +28億円)

ブラジル : 価格改定効果により増収 (為替影響 +93億円)

	1-3月 前期比		22年度通期 前期比	
	売上収益 (前期為替一定ベース)	数量	売上収益 (前期為替一定ベース)	数量
米国	+37%	△1桁前半%	+38%	+1桁前半%
メキシコ	+21%	△1桁前半%	+32%	+1桁後半%
ブラジル	+21%	△1桁前半%	+20%	△1桁前半%

コア営業利益



米国 : 2Q黒字転換後、大幅増益
価格改定により資材高騰を吸収し増益 (為替影響 +12億円)

メキシコ : 増益
販売数量増及び価格改定により資材高騰を吸収し増益 (為替影響 +2億円)

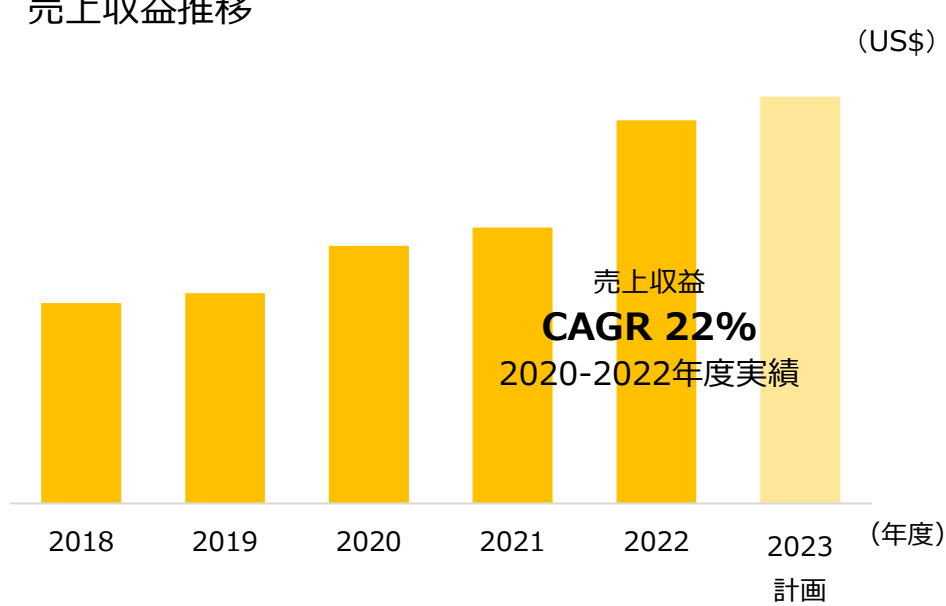
ブラジル : 増益
価格改定により資材高騰を吸収し増益 (為替影響 +8億円)

* 米国の売上収益の増減は、米国日清、明星USAの合計
* 数量は管理ベースで記載

米州地域 (米国日清)

36%の価格改定後も好調に推移。高い即席めん需要に応えるため、第3工場を建設予定

■ 売上収益推移



(US\$) 米国

- コスト上昇への対応。価格改定を実行し、収益構造が大幅に改善
価格改定後も販売食数を落とすことなく、好調に推移
- プレミアム商品の販売促進

2023年度の取り組み方針

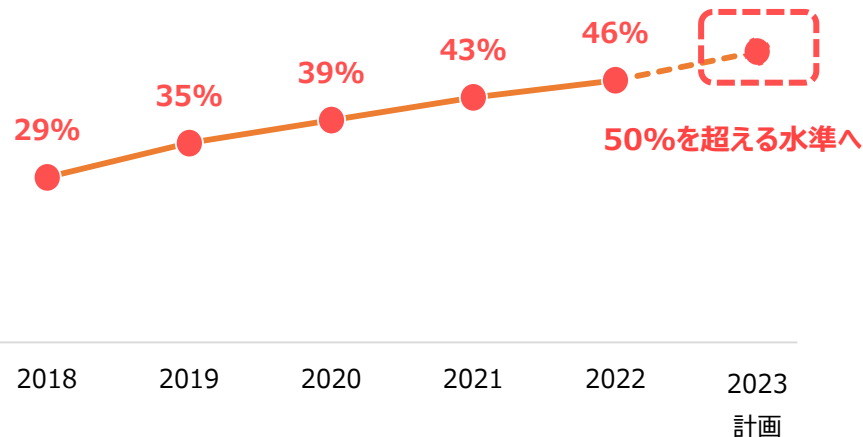
- 2023年度にプレミアム製品の売上構成比50%の拡大を目指す
積極的なマーケティングを実施し、プレミアム製品をさらに強化

プレミアム商品



- 正社員化・人材教育を進め、人材の定着を図る

■ プレミアム構成比 (金額ベース)



持続的な成長へ向けた基盤整備

- 2025年を目途に第3工場を中央～南東部に建設予定

米州地域 (ブラジル、メキシコ)

ブラジル：絶対的なマーケットリーダーとして、袋めんに加え、カップめんにて新しい喫食文化を醸成
メキシコ：需要拡大に加え、積極的な営業活動により新規顧客開拓を推進、好調な販売を継続

■ 売上収益推移 (ブラジル)

(R\$)

ブラジル

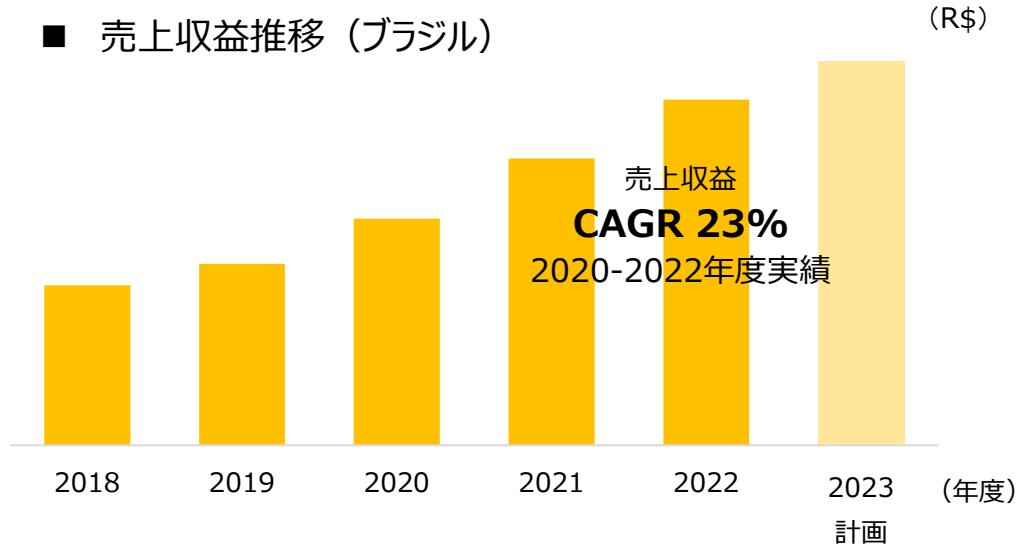
- マーケティング戦略と営業戦略の連動による販売強化
- 新商品投入による新たなカップめん市場の開拓



22年8月より、「U.F.O.」を発売、当初計画を上回る好調な販売が継続

2023年度の取り組み方針

- ✓ 袋めんに加え、カップめんにも注力、新たな市場拡大へ
- ✓ 安定的な生産体制の構築



■ 売上収益推移 (メキシコ)

(Mex\$)

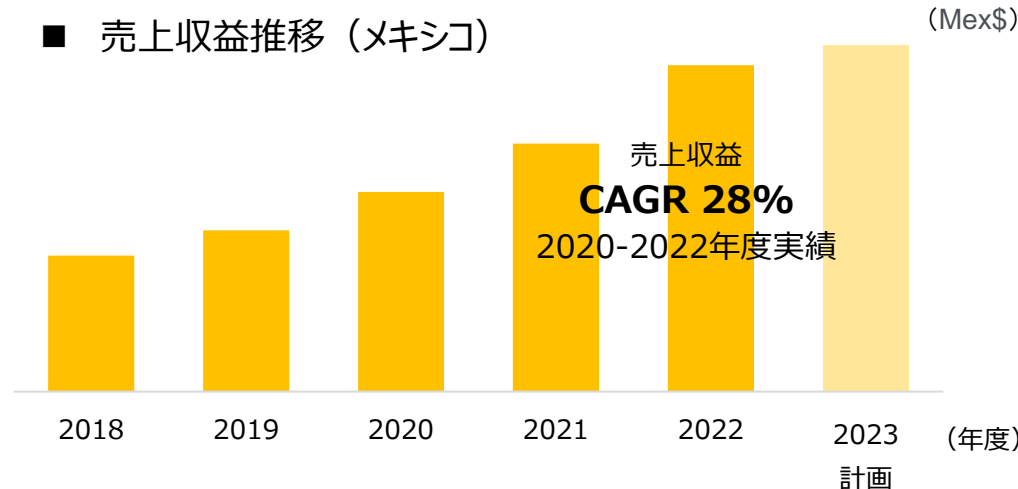
メキシコ

- 主力のカップヌードルに加え、袋めんも販売好調
- 22年に実施した価格改定で資材高騰を吸収



2023年度の取り組み方針

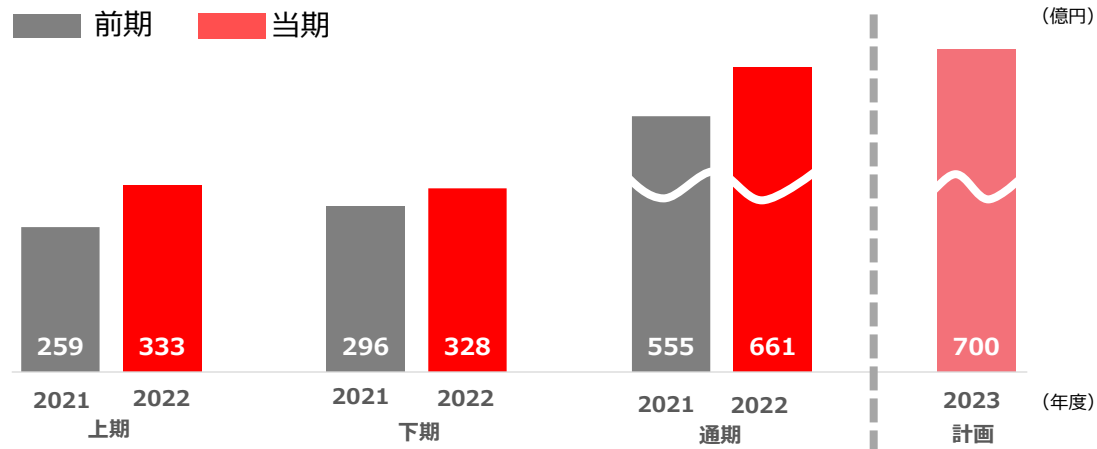
- ✓ マーケティング活動、営業活動の強化で顧客開拓を継続、さらなる販売拡大を目指す
- ✓ 需要拡大を支える生産体制の強化を図る



中国地域

資材高騰の影響を受けながらも、価格改定により増益

売上収益



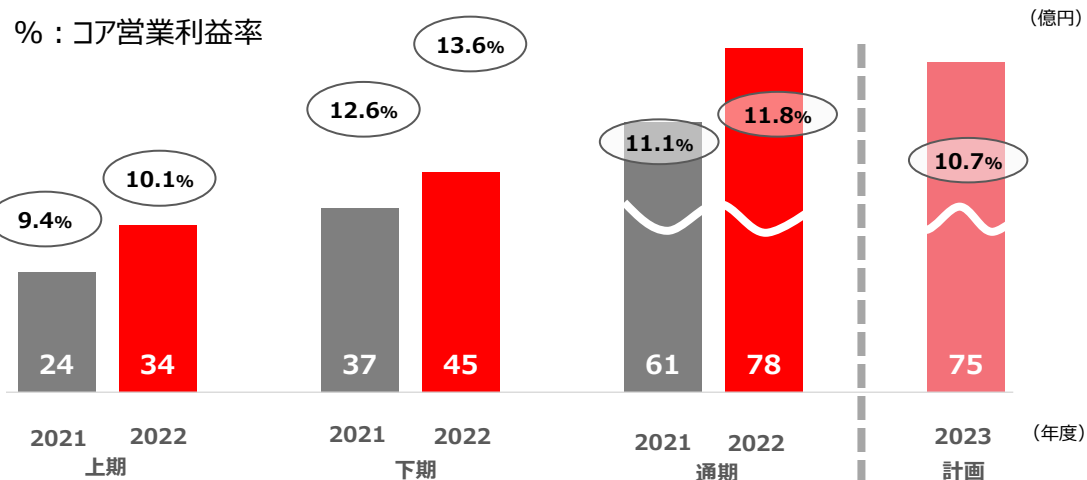
香港 : 価格改定効果により増収
(為替影響 +40億円)

大陸 : 厳しい市場環境でも価格改定により増収
(為替影響 +48億円)

22年度通期 前期比

	売上収益 (前期為替一定ベース)	数量
香港	+2%	横ばい圏
大陸	+4%	横ばい圏

コア営業利益



香港 : 増益

資材高騰も価格改定により増益
(為替影響 +4億円)

大陸 : 増益

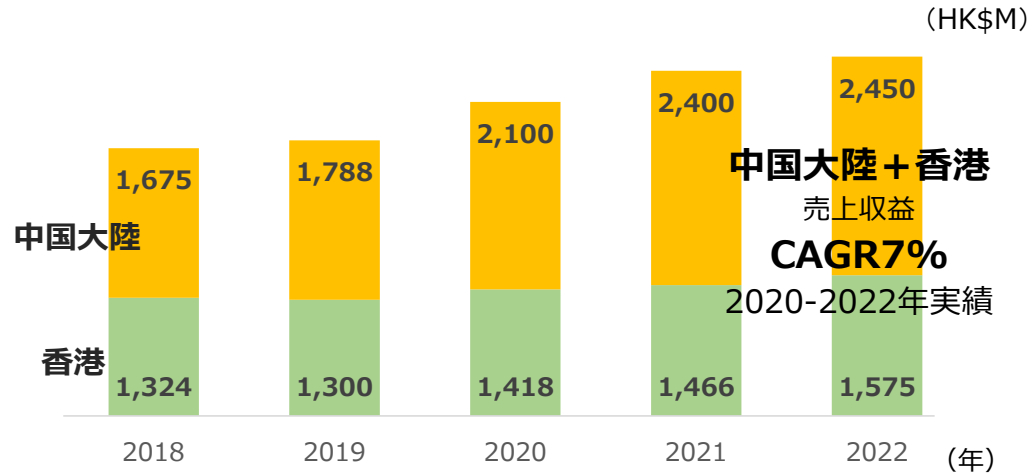
資材高騰も価格改定により増益
(為替影響 +6億円)

* 数量は管理ベースで記載

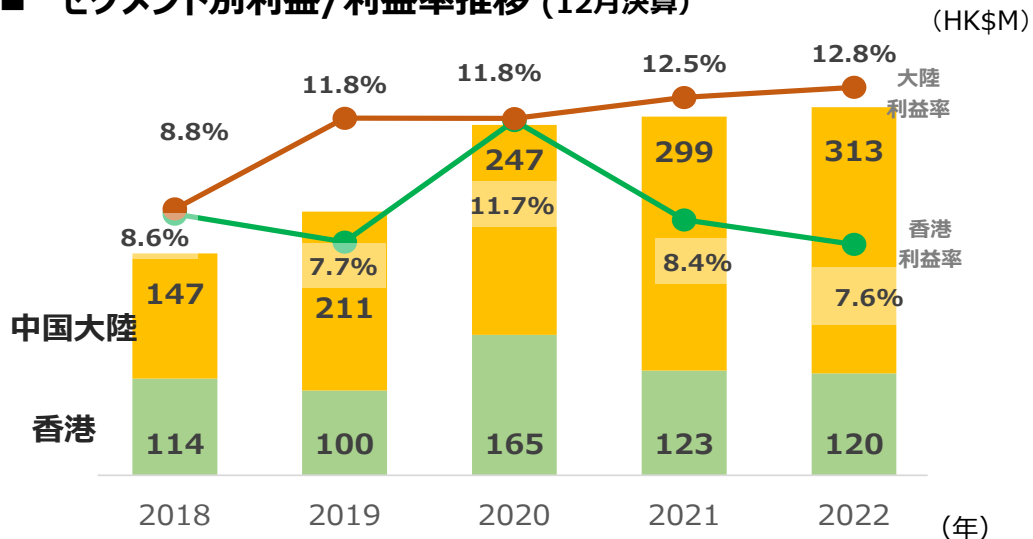
** 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づくもの

中国地域 (香港日清開示ベース)

■ 売上収益推移 (12月決算)



■ セグメント別利益/利益率推移 (12月決算)



* 当ページの中国地域の実績は、香港日清の開示方針に基づく

★ 香港

- 即席めん事業：高付加価値袋めんが好調
- 非即席めん事業の拡大 -マルチカテゴリー化による収益機会の拡大-
冷凍事業における新製品の投入、自社生産による収益基盤の確立

2023年度の取り組み方針

- ✓ プレミアム商品、高付加価値商品の構成比を高める
- ✓ 菓子・飲料・冷凍食品といった非即席めんのマルチカテゴリー化の推進



中国大陸

- 即席めん事業の成長 -高付加価値商品の販売拡大-
大陸での販売エリア拡大による「合味道」ブランドの浸透

2023年度の取り組み方針

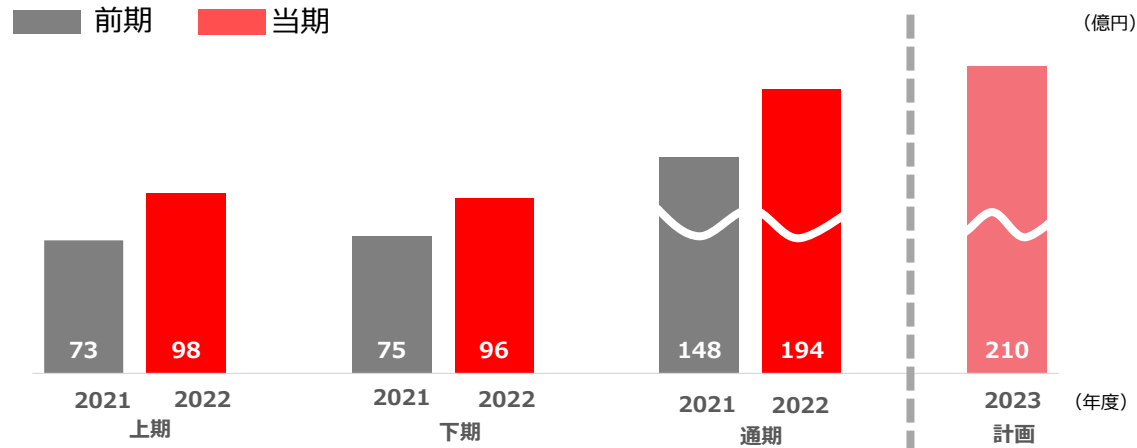
- ✓ 販売網および販売エリアの拡大
- ✓ 小売店などでプロモーション活動を再開し、さらなるブランド力の向上
- ✓ 高級袋めんの販売拡大



アジア地域

資材高騰の影響を受けながらも、各国の価格改定により増益

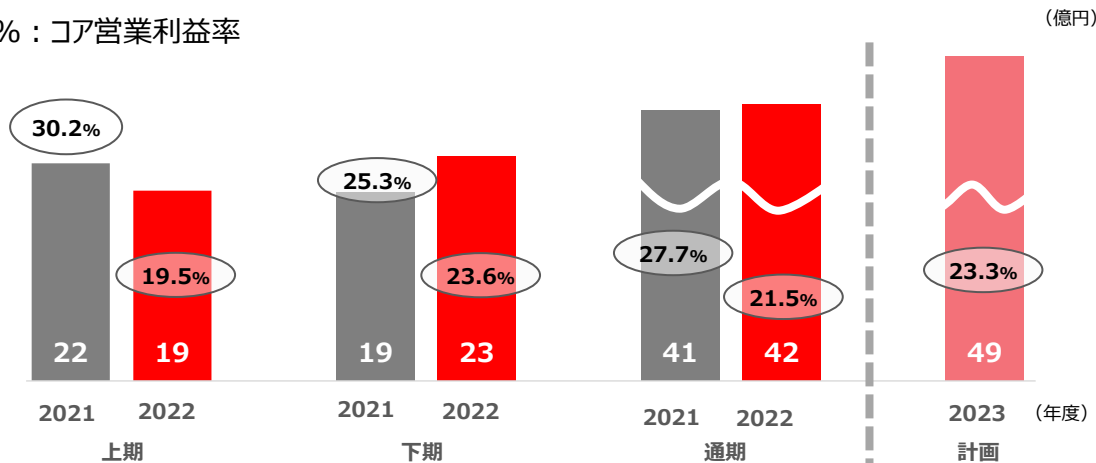
売上収益



- 売上額が多い順
- タイ : 増収 (為替影響 +6億円)
 - インド : 増収 (為替影響 +6億円)
 - シンガポール : 増収 (為替影響 +6億円)
 - インドネシア : 増収 (為替影響 +4億円)
 - ベトナム : 増収 (為替影響 +1億円)

コア営業利益 (持分法損益含む)

% : コア営業利益率



- 利益額が多い順 (持分法適用会社除く)
- タイ : 減益 価格改定・販売数量増も資材高騰により減益 (為替影響 +0.7億円)
 - シンガポール : 増益 (為替影響 +0.6億円)
 - インドネシア : 増益 (為替影響 +0.3億円)
 - ベトナム : 赤字幅縮小 (為替影響 Δ 0.1億円)
 - インド : 赤字幅縮小 (為替影響 Δ 0.5億円)

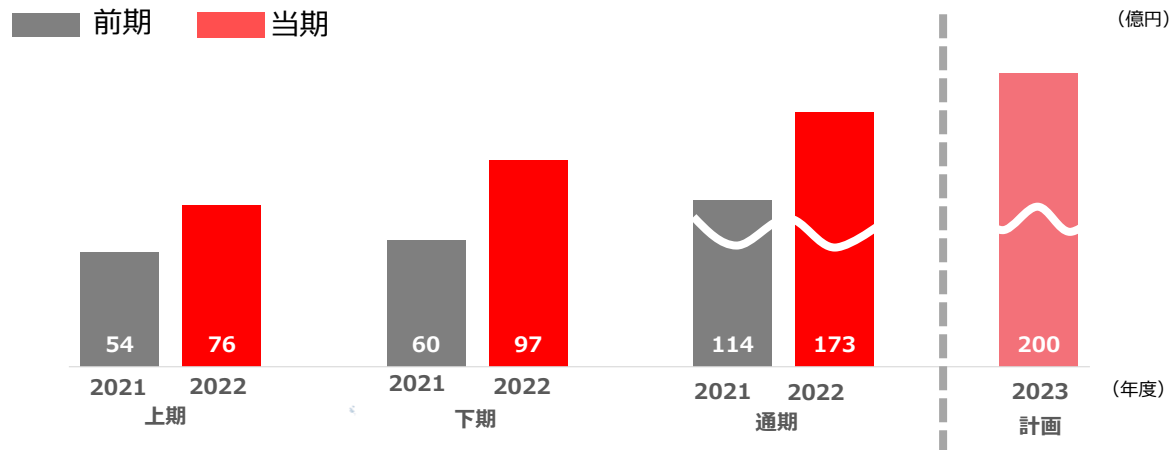
持分法による投資損益

- タイプレ : 21億円 (前期比: Δ 4億円 (為替影響 +1.7億円))
- NURC : 13億円 (前期比: +2億円 (為替影響 +0.9億円))

EMEA地域

成長著しい即席めん市場において、売上収益は前期比約1.5倍まで成長
 プレミアフーズが加わり、27億円の利益貢献

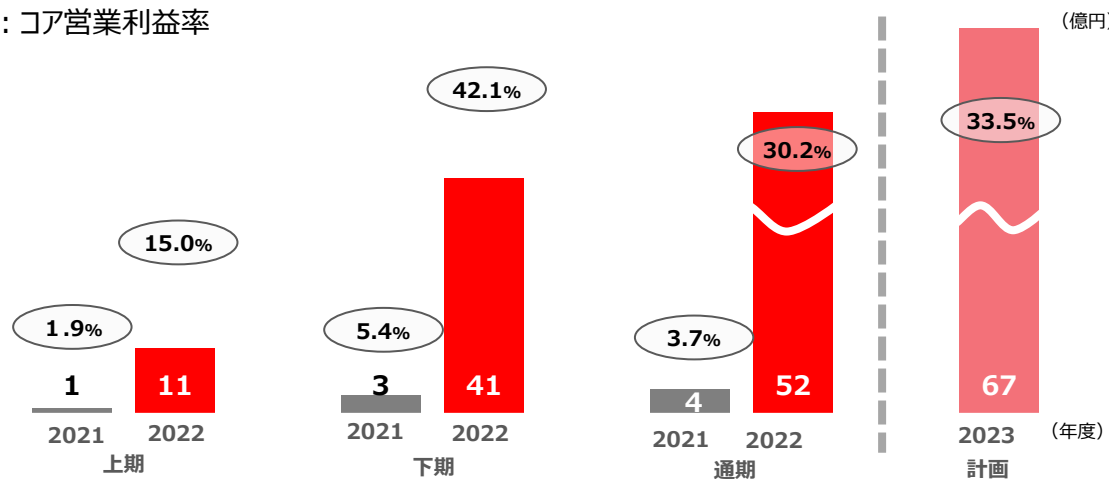
売上収益



- 「CUP NOODLES」、「Soba」、「Demae Ramen」ブランドが引き続き好調に推移
- イギリス、ドイツ、フランスを中心に増収 (為替影響 +10億円)

コア営業利益 (持分法損益含む)

% : コア営業利益率



欧州 : 増益

生産効率の向上、主力商品の販売増加、価格改定等により
 資材高騰をカバーし増益(為替影響 △0.1億円)

持分法による投資損益

マルベン : 19億円 (前期比: +18億円 (為替影響 +5億円))
プレミアムフーズ : 27億円 (2022年度2Qより持分法損益を計上)

Appendix

(参考) 米州地域および海外地域全体の売上収益・数量 前期比

4-6月

7-9月

10-12月

1-3月

2022年度
(4-3月)

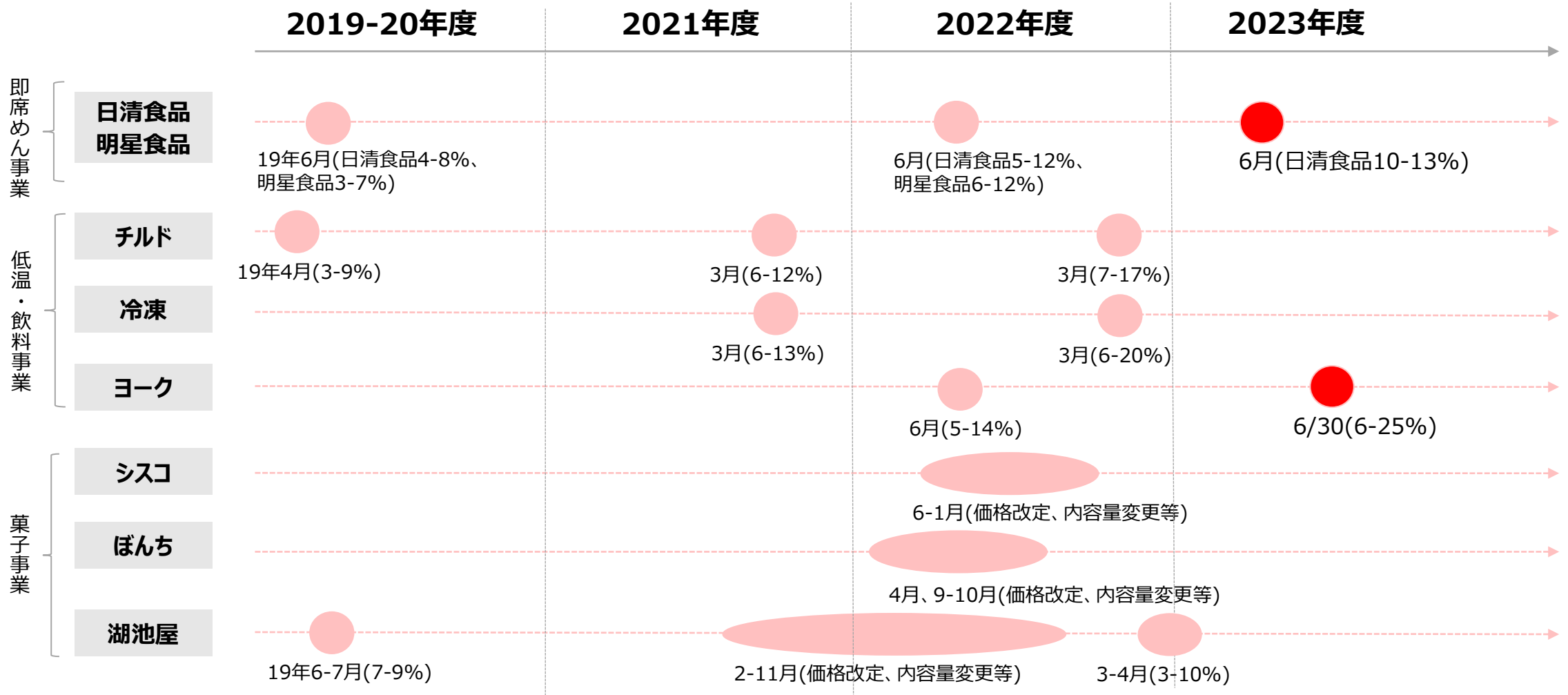
	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量
米国	+18%	+1桁前半%	+37%	+1桁前半%	+59%	+1桁前半%	+37%	△1桁前半%	+38%	+1桁前半%
メキシコ	+45%	+2桁前半%	+29%	+1桁後半%	+34%	+1桁前半%	+21%	△1桁前半%	+32%	+1桁後半%
ブラジル	+21%	△1桁前半%	+22%	△1桁前半%	+18%	△1桁前半%	+21%	△1桁前半%	+20%	△1桁前半%
海外全体	+17%	+1桁前半%	+23%	+1桁前半%	+25%	+1桁前半%	+20%	△1桁前半%	+22%	+1桁前半%

* 数量は管理ベースで記載

* 米国の売上収益の増減は、米国日清、明星USAの合計

主な価格改定推移（国内）

国内即席めん事業は6月1日出荷分から、日清ヨークは6月30日出荷分から価格改定実施

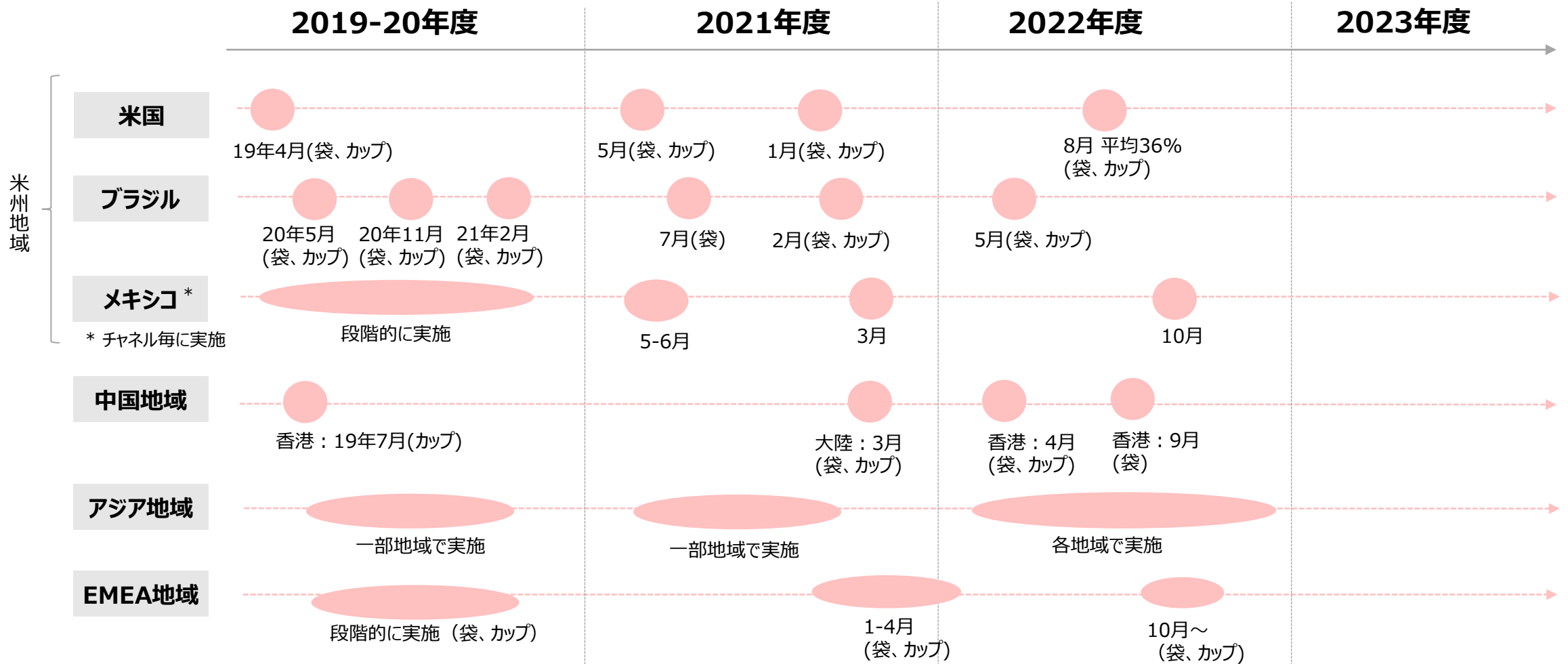


*()内は改定率

*2023年5月現在発表済みのもの

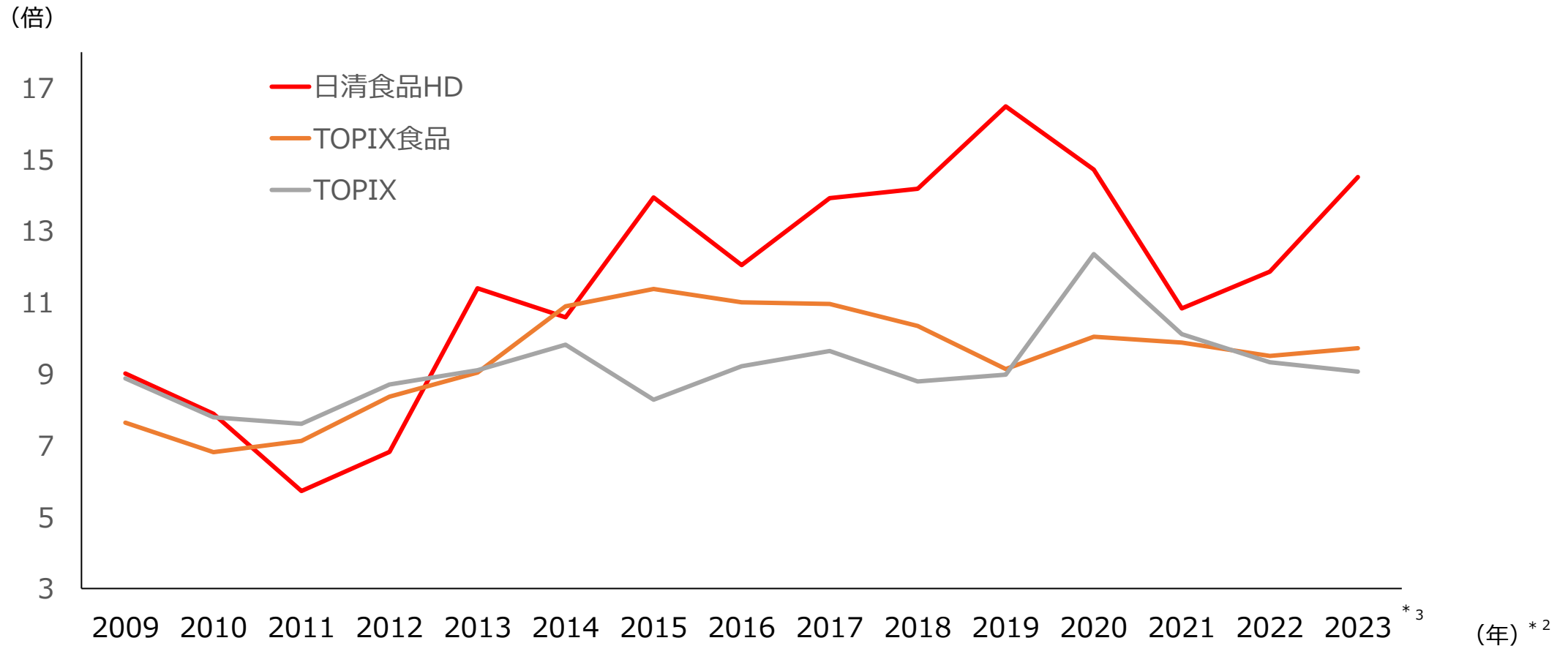
主な価格改定推移（海外）

各地域の状況に合わせて随時価格改定を実施する方針を維持



*2023年5月現在発表済みのもの

(参考) EV/EBITDA倍率推移^{*1}



*1. FACTSETのデータを元に当社IR室が作成

*2. 当社数値は会計年度、他は暦年数値

*3. 2023：当社数値は23/3期実績値、他は2023/4時点のアナリスト予想値

本資料に掲載しております当社グループの計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、「市場における価格競争の激化」、「事業環境をとりまく経済動向の変動」、「為替の変動」、「資本市場における相場的大幅な変動」他、様々なリスク及び不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予めご承知おきください。

また、本資料は投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。銘柄の選択、投資の最終決定は、ご自身の判断でなさっていただきますようお願い申し上げます。

- このプレゼンテーション資料は、PDF形式で当社ウェブサイト「決算短信・補足資料・決算説明会関連資料」に掲載しています
<https://www.nissin.com/jp/ir/library/>
- この資料の金額は、千円単位で算出し、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が一致しない場合があります
- 当該資料の決算期は原則として、20YY年4月1日～20YY年3月31日を「20YY年度」または「YY年度」とします
- 中国地域の実績は、日清食品ホールディングス連結の方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。また、中国地域の戦略、それに基づく各種目標ならびに業績予想は日清食品ホールディングスが独自に設定したものです



日清食品ホールディングス株式会社