# 2023年度 第１四半期決算報告

2023年8月3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8月3日

# 本日のポイント

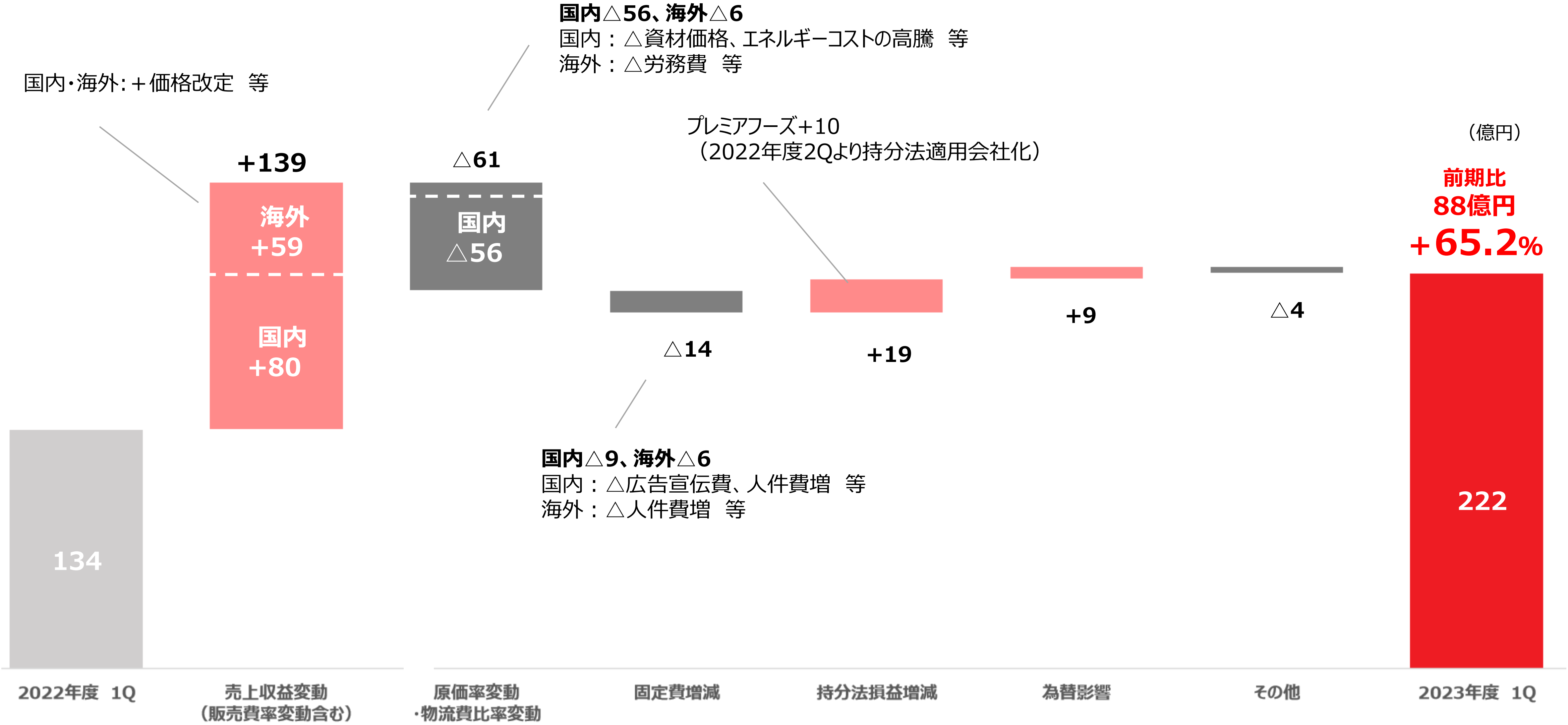
- **Point 1: 2023年度1Q 実績**
  - ➢ 売上収益は前期比＋11.5%、既存事業コア営業利益は同＋65.2%と、増収増益を達成
  - ➢ 海外事業：米国を筆頭に損益改善が進み、3事業合算の既存事業コア営業利益の5割弱まで拡大
  - ➢ 国内即席めん事業：6月に2年連続となる価格改定実施も、数量維持
  - ➢ 国内非即席めん事業：日清ヨーク・湖池屋が好調持続。コア営業利益は前期比2.4倍に

- **Point 2: 足元の事業環境について**
  - ➢ 食料品の値上げが続くなか、相対的に低価格である即席めんへの需要は高まっている状況
    低価格商品と高付加価値商品への需要が高まる2極化傾向のなか、ブランド力が勝敗を分ける展開に
  - ➢ 資材価格については、海外は期初想定比低水準で安定、国内は概ね期初想定線の動き

# 2023年度1Q 連結決算サマリー

| 単位：億円 | 2023年度1Q 決算開示ベース | | | 2023年度１Q 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** | 1,665 | + 172 | + 11.5% | 1,632 | + 139 | + 9.3% |
| **既存事業コア営業利益** | 222 | + 88 | + 65.2% | 213 | + 79 | + 58.9% |
| **営業利益** | 209 | + 76 | + 57.5% | 200 | + 68 | + 51.1% |
| 親会社の所有者に帰属する **四半期利益** | 140 | + 65 | + 86.3% | 133 | + 58 | + 76.7% |
| **既存事業コア営業利益率** | 13.3% | + 4.3pt | | 13.1% | + 4.1pt | |
| **営業利益率** | 12.5% | + 3.7pt | | 12.3% | + 3.4pt | |
| 親会社の所有者に帰属する **四半期利益率** | 8.4% | + 3.4pt | | 8.2% | + 3.1pt | |

# 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

**売上収益は、価格改定効果に加え、底堅い需要の取り込みを主因に、3事業すべて増収**
**コア営業利益は、非即席めん事業の増益が寄与し、国内事業全体で増益に転換**
**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
資材価格上昇によるコスト増を主因に、減益

## 国内非即席めん事業

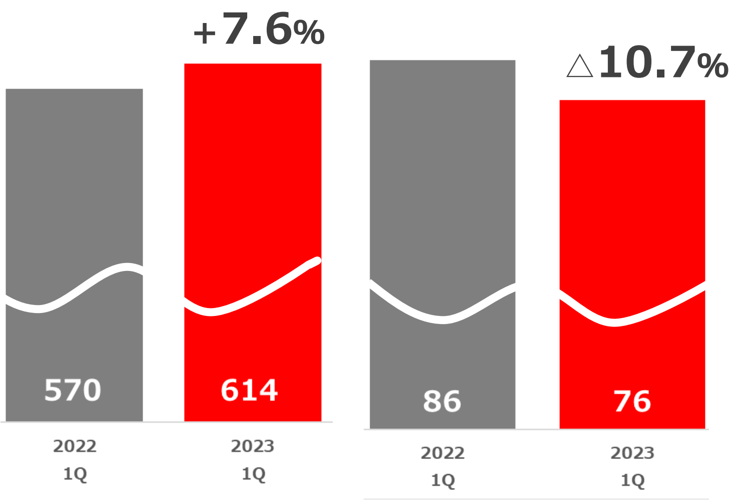
高付加価値製品の好調、価格改定もあり増収
日清ヨーク・湖池屋の増益が大きく貢献、大幅増益

## 海外事業

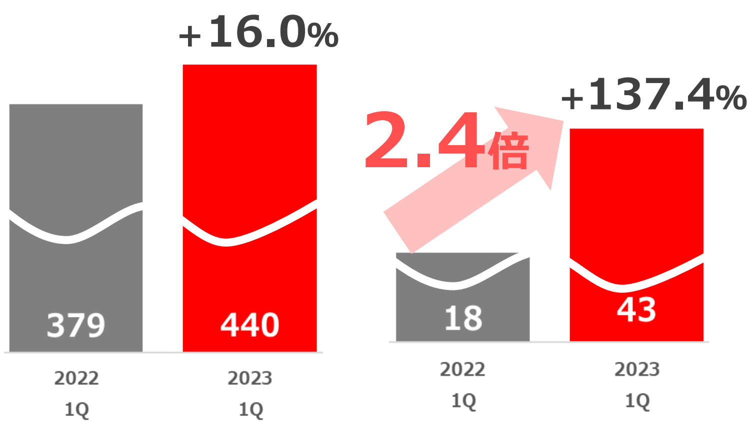
米国の価格改定効果および昨年2Qから持分法適用会社化したプレミアフーズの影響もあり、大幅増益

（億円）

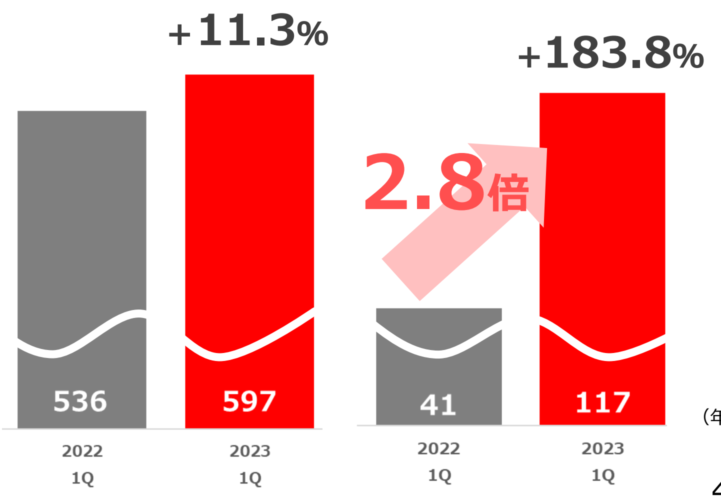
売上収益　コア営業利益




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

## 国内事業、海外事業ともDouble-Digitの増収

| 単位：億円 | 2023年度1Q 決算開示ベース | | | 2023年度1Q 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 | 514 | + 37 | + 7.7% | 514 | + 37 | + 7.7% |
| 明星食品 | 100 | + 7 | + 7.6% | 100 | + 7 | + 7.6% |
| **国内即席めん事業** | **614** | + 44 | + 7.6% | **614** | + 44 | + 7.6% |
| 低温・飲料事業 | 232 | + 29 | + 14.0% | 232 | + 29 | + 14.0% |
| 菓子事業 | 208 | + 32 | + 18.2% | 208 | + 32 | + 18.2% |
| **国内非即席めん事業** | **440** | + 60 | + 16.0% | **440** | + 60 | + 16.0% |
| 国内その他 | 14 | + 7 | + 105.8% | 14 | + 7 | + 105.8% |
| **国内事業　計** | **1,068** | + 112 | + 11.7% | **1,068** | + 112 | + 11.7% |
| 米州地域 | 344 | + 45 | + 15.2% | 321 | + 22 | + 7.2% |
| 中国地域 | 149 | △ 9 | △ 5.5% | 145 | △ 12 | △ 7.6% |
| アジア地域 | 52 | + 6 | + 14.1% | 50 | + 4 | + 9.8% |
| EMEA地域 | 52 | + 17 | + 50.8% | 48 | + 13 | + 39.4% |
| **海外事業　計** | **597** | + 61 | + 11.3% | **564** | + 28 | + 5.2% |
| **連結　計** | **1,665** | + 172 | + 11.5% | **1,632** | + 139 | + 9.3% |

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく
* 「国内その他」には新規事業も含む
* 2023年度１Qより、ベトナム日清が中国地域セグメントに移管したため、前期の数字も遡及修正

# セグメント別 コア営業利益実績

## 海外事業・日清ヨーク・湖池屋が全体を牽引し、連結全体で前期比1.6倍の増益

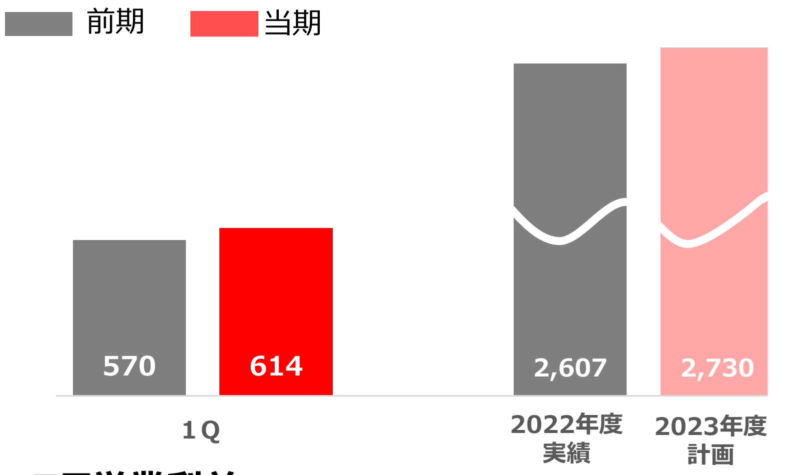
| 単位：億円 | 2023年度1Q 決算開示ベース | | | | | 2023年度1Q 為替一定ベース | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 営業利益 | その他収支 | コア営業利益 | 前期比 増減額 | 前期比 増減率 | コア営業利益 | 前期比 増減額 | 前期比 増減率 |
| 日清食品 | 72 | 0 | 71 | △ 6 | △ 7.2% | 71 | △ 6 | △ 7.2% |
| 明星食品 | 5 | 0 | 5 | △ 4 | △ 41.7% | 5 | △ 4 | △ 41.7% |
| **国内即席めん事業** | 77 | 1 | **76** | △ 9 | △ 10.7% | **76** | △ 9 | △ 10.7% |
| 低温・飲料事業 | 27 | 0 | 27 | + 17 | + 168.0% | 27 | + 17 | + 168.0% |
| 菓子事業 | 16 | 0 | 16 | + 8 | + 98.7% | 16 | + 8 | + 98.7% |
| **国内非即席めん事業** | 43 | 0 | **43** | + 25 | + 137.4% | **43** | + 25 | + 137.4% |
| 国内その他 | 6 | 0 | 6 | △ 0 | △ 4.1% | 6 | △ 0 | △ 4.1% |
| **国内事業 計** | 126 | 1 | **125** | + 15 | + 14.1% | **125** | + 15 | + 14.1% |
| 米州地域 | 63 | △ 0 | 63 | + 50 | + 398.4% | 59 | + 46 | + 366.2% |
| 中国地域 | 14 | 1 | 13 | △ 2 | △ 14.0% | 13 | △ 2 | △ 15.3% |
| アジア地域 | 17 | 0 | 17 | + 8 | + 95.6% | 15 | + 7 | + 80.9% |
| EMEA地域 | 24 | △ 1 | 24 | + 19 | + 387.2% | 21 | + 16 | + 325.9% |
| **海外事業 計** | 117 | 0 | **117** | + 76 | + 183.8% | **108** | + 67 | + 163.0% |
| **国内・海外事業 計** | 243 | 1 | **242** | + 91 | + 60.4% | **233** | + 82 | + 54.7% |
| その他連結調整 | △ 2 | △ 2 | △ 0 | + 1 | - | △ 0 | + 1 | - |
| グループ関連費用 | △ 20 | - | △ 20 | △ 4 | - | △ 20 | △ 4 | - |
| **既存事業 計** | 221 | △ 1 | **222** | + 88 | + 65.2% | **213** | + 79 | + 58.9% |
| 新規事業 | △ 12 | 0 | △ 13 | △ 7 | - | △ 13 | △ 7 | - |
| **連結 計** | 209 | △ 0 | **209** | + 80 | + 62.5% | **200** | + 72 | + 55.8% |

＊ 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１Qより、ベトナム日清が中国地域セグメントに移管したため、前期の数字も遡及修正

# 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

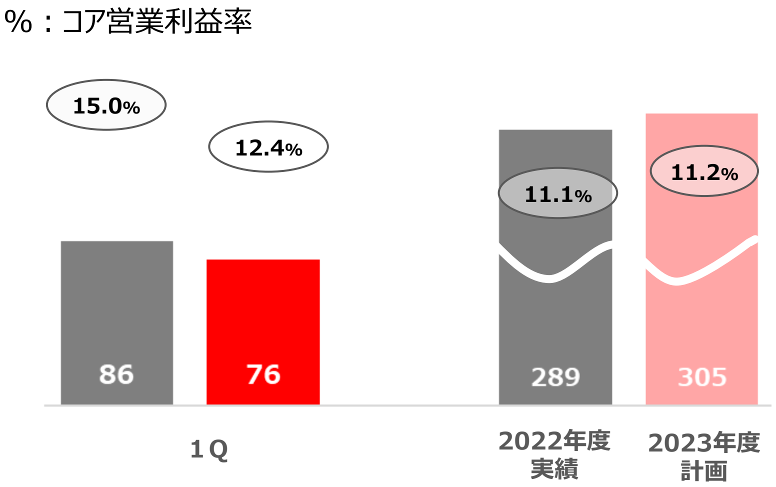
### 売上収益 （億円）




**日清食品**(+8%)
カップめん：新製品「カップヌードルねぎ塩」、「カップヌードル塩分控えめPRO」シリーズや「あっさりおいしいカップヌードル」シリーズなどが貢献
袋めん　：「ゆでるからうまい！日清のどん兵衛」、「０秒チキンラーメンミニ」が好調

**明星食品**(+8%)
カップめん：「一平ちゃん 夜店の焼そば」、「ロカボＮＯＯＤＬＥＳおいしさプラス」が好調
袋めん　：「チャルメラ」が好調

### コア営業利益 （億円）



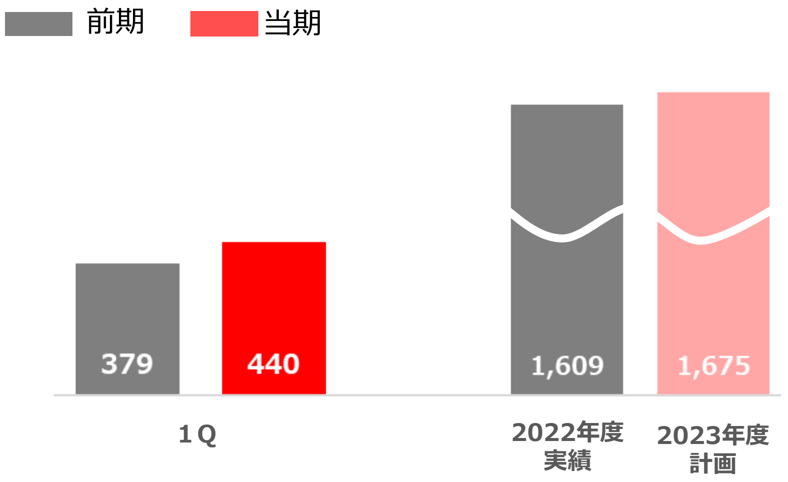

**日清食品**(△7%)
＋）売上増加による利益増
△）資材価格上昇、エネルギーコストの増加等

**明星食品**(△42%)
＋）売上増加による利益増
△）資材価格上昇等

# 国内非即席めん事業

## 乳酸菌飲料「ピルクル ミラクルケア」、「ピルクル400」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

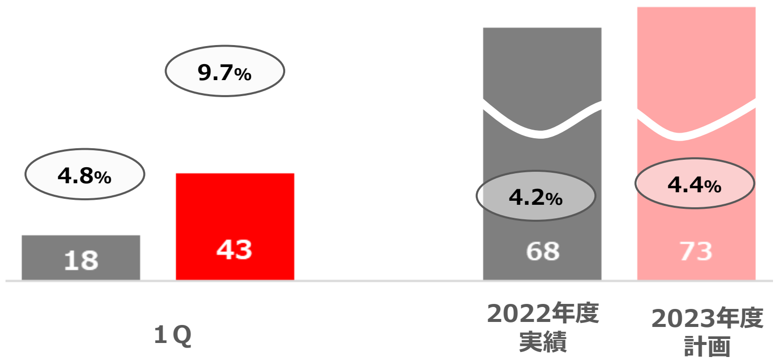
**売上収益** （億円）




| | | |
|---|---|---|
| **チルド** | （+2%） | ：冷やし中華、焼きそば、パスタが好調 |
| **冷凍** | （+5%） | ：「冷凍　日清まぜ麺亭」などラーメンの他、うどん好調 |
| **ヨーク** | （+55%） | ：乳酸菌飲料「ピルクル400」好調、「ピルクル ミラクルケア」プラスオン |
| **シスコ** | （+7%） | ：「シスコーン」シリーズが好調、プライベートブランドも堅調に推移 |
| **ぼんち** | （+4%） | ：「ピーナツあげ」をはじめとした主力商品が好調 |
| **湖池屋** | （+27%） | ：「湖池屋ポテトチップス」シリーズ、「スコーン」シリーズなど主力商品の他、「湖池屋プライドポテト」シリーズ等の高付加価値商品が好調 |

**コア営業利益** （億円）

%：コア営業利益率

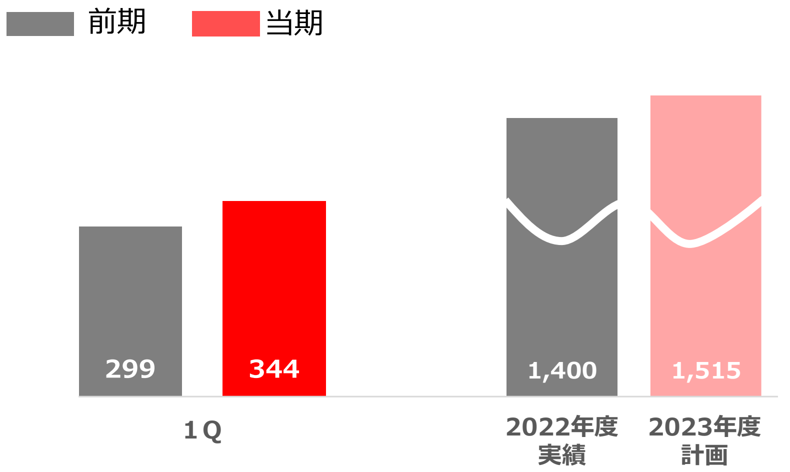



| | | |
|---|---|---|
| **チルド** | 増益 | ：資材価格上昇も価格改定により増益 |
| **冷凍** | 減益 | ：増収も資材価格上昇により減益 |
| **ヨーク** | 増益 | ：資材価格上昇も増収により増益 |
| **シスコ** | 増益 | ：資材価格上昇も販売拡大により増益 |
| **ぼんち** | 減益 | ：増収も資材価格上昇により減益 |
| **湖池屋** | 増益 | ：資材価格上昇も販売拡大、価格改定効果により増益 |

# 米州地域

## 米州地域全体での高付加価値商品の提案強化・導入推進に加えて、価格改定効果により、増収増益

### 売上収益 （億円）




**米国** ：付加価値商品の販売強化、価格改定効果により増収(為替影響 +11億円)

**メキシコ** ：価格改定効果や、数量増により増収(為替影響 +7億円)

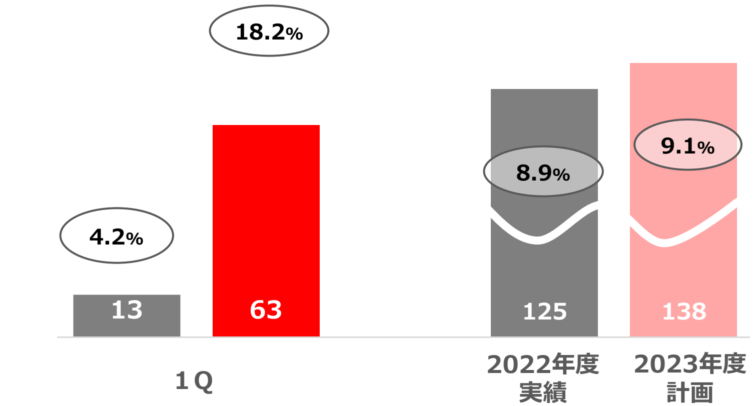
**ブラジル** ：一時的な生産設備メンテナンスによる販売数量減により減収 (為替影響 +5億円)

**4-6月　前期比**

| | 売上収益<br>（前期為替一定ベース） | 数量 |
|---|---|---|
| 米国 | +27% | △1桁後半% |
| メキシコ | +13% | +1桁前半% |
| ブラジル | △19% | △２桁前半% |

### コア営業利益 （億円）

%：コア営業利益率




**米国** ：増益
価格改定により資材価格上昇を吸収し、増益(為替影響 +3億円)

**メキシコ** ：増益
販売数量増及び価格改定により資材価格上昇を吸収し、増益(為替影響 +1億円)

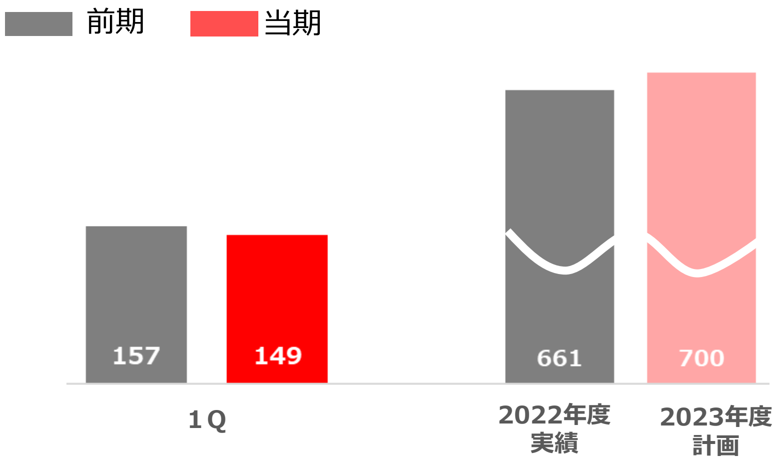
**ブラジル** ：減益
販売数量減に伴い減益(為替影響 +0億円)

＊ 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

# 中国地域

## マクロ経済環境の悪化が消費センチメントに影響し、減収減益

### 売上収益 （億円）




**香港他** :販売数量減により減収
(為替影響 +3億円)

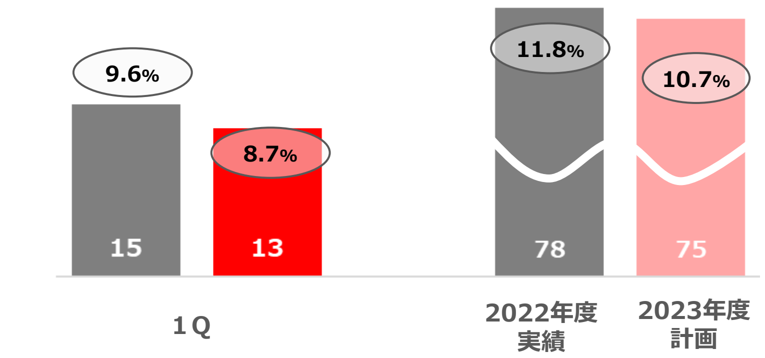
**大陸** :販売数量減に伴い減収
(為替影響 △0億円)

**4-6月 前期比**

| | 売上収益<br>（前期為替一定ベース） | 数量* |
|---|---|---|
| 香港他 | △9% | △2桁前半% |
| 大陸 | △6% | △1桁後半% |

### コア営業利益 （億円）

%：コア営業利益率




**香港他** ：減益
販売数量減に伴い減益
(為替影響 +0億円)

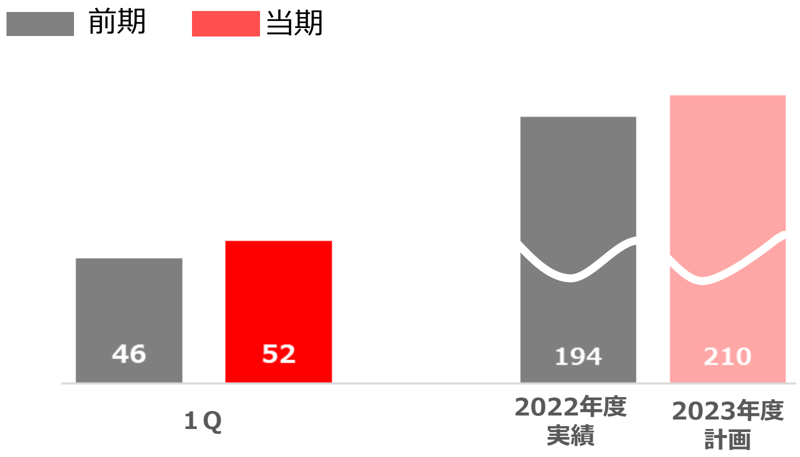
**大陸** ：減益
販売数量減に伴い減益
(為替影響 △0億円)

*　数量は香港・大陸の管理ベースで記載。
**　中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づくもの
***　2023年度１Qより、ベトナムが日清中国地域（香港他）セグメントに移管したため、前期の数字も遡及修正

# アジア地域

## 各国の価格改定により全地域で増収増益

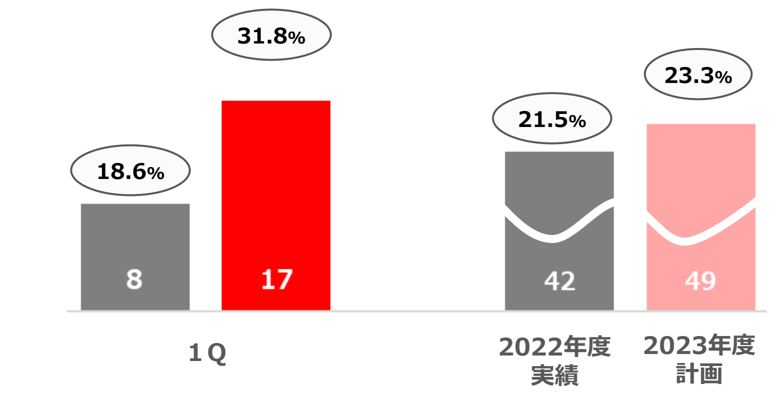
### 売上収益 （億円）




売上額が多い順

**タイ** :増収 (為替影響 +1億円)
**インド** :増収 (為替影響 △0億円)
**シンガポール** :増収 (為替影響 +1億円)
**インドネシア** :増収 (為替影響 +0億円)

### コア営業利益（持分法損益含む） （億円）




利益額が多い順（持分法適用会社除く）

**タイ** :増益 (為替影響 +0億円)
**シンガポール** :増益 (為替影響 +0億円)
**インドネシア** :増益 (為替影響 +0億円)
**インド** :黒字転換(為替影響 △0億円)

持分法による投資損益

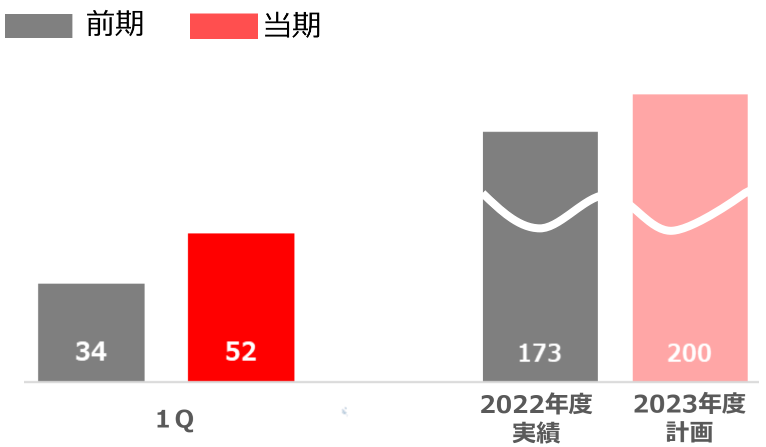
**タイプレ** :6億円（前期比:+2億円 (為替影響 +1億円) ）
**NURC** :3億円（前期比:+1億円 (為替影響 +0億円) ）

＊ 2023年度１Qより、ベトナム日清が中国地域セグメントに移管したため、前期の数字も遡及修正

# EMEA地域

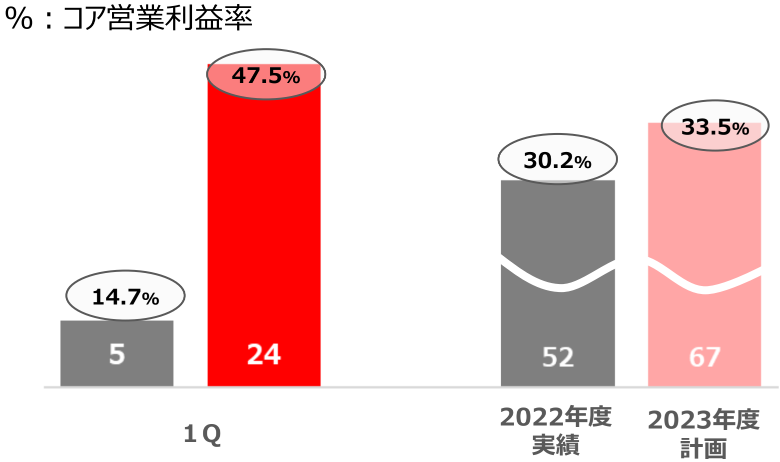
## 成長著しい即席めん市場において、売上収益は前期比約1.5倍まで成長
## プレミアフーズが加わり、10億円の利益貢献

### 売上収益 （億円）




- 「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 +4億円)

### コア営業利益（持分法損益含む） （億円）




**欧州** ：減益

数量増もコスト増をカバーできず前年並み(為替影響 +0億円)

持分法による投資損益

**マルベン** ：11億円（前期比:+10億円 (為替影響 +3億円) ）

**プレミアフーズ** ：10億円（2022年度2Qより持分法損益を計上）

# Appendix

# 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% |
| 既存事業コア営業利益<br>（Mid-single Digitでの成長を継続） | 640 億円 | +6.3% |
| 営業利益<br>（新規事業投資を既存事業コア営業利益5~10%で実施） | 575 ~ 605 億円 | +3.3～+8.7% |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 425 ~ 445 億円 | △5.1～△0.6% |
| EPS | 419 ~ 439 円／株 | |

* 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） | | | 2023年度 計画 | 前期（2022年度 実績） | | |
| | | 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<br>~ △ 30 | △ 49 | △ 11<br>~ + 19 | -<br>- |
| **連結　計** | **7,100** | **6,692** | **+ 408** | **+ 6.1%** | **580<br>~ 610** | **553** | **+ 27<br>~ + 57** | **+ 5.0%<br>~ + 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

# 米州地域および海外地域全体の売上収益・数量　前期比

| | 2022年度 4-6月 売上収益 前期為替一定ベース | 2022年度 4-6月 数量 | 2022年度 7-9月 売上収益 前期為替一定ベース | 2022年度 7-9月 数量 | 2022年度 10-12月 売上収益 前期為替一定ベース | 2022年度 10-12月 数量 | 2022年度 1-3月 売上収益 前期為替一定ベース | 2022年度 1-3月 数量 | 2023年度 4-6月 売上収益 前期為替一定ベース | 2023年度 4-6月 数量 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 米国 | ＋18% | ＋1桁前半% | ＋37% | ＋1桁前半% | ＋59% | ＋1桁前半% | ＋37% | △1桁前半% | ＋27% | △1桁後半% |
| メキシコ | ＋45% | ＋2桁前半% | ＋29% | ＋1桁後半% | ＋34% | ＋1桁前半% | ＋21% | △1桁前半% | ＋13% | ＋1桁前半% |
| ブラジル | ＋21% | △1桁前半% | ＋22% | △1桁前半% | ＋18% | △1桁前半% | ＋21% | △1桁前半% | △19% | △2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%** | **＋5%** | **△2桁前半%** |

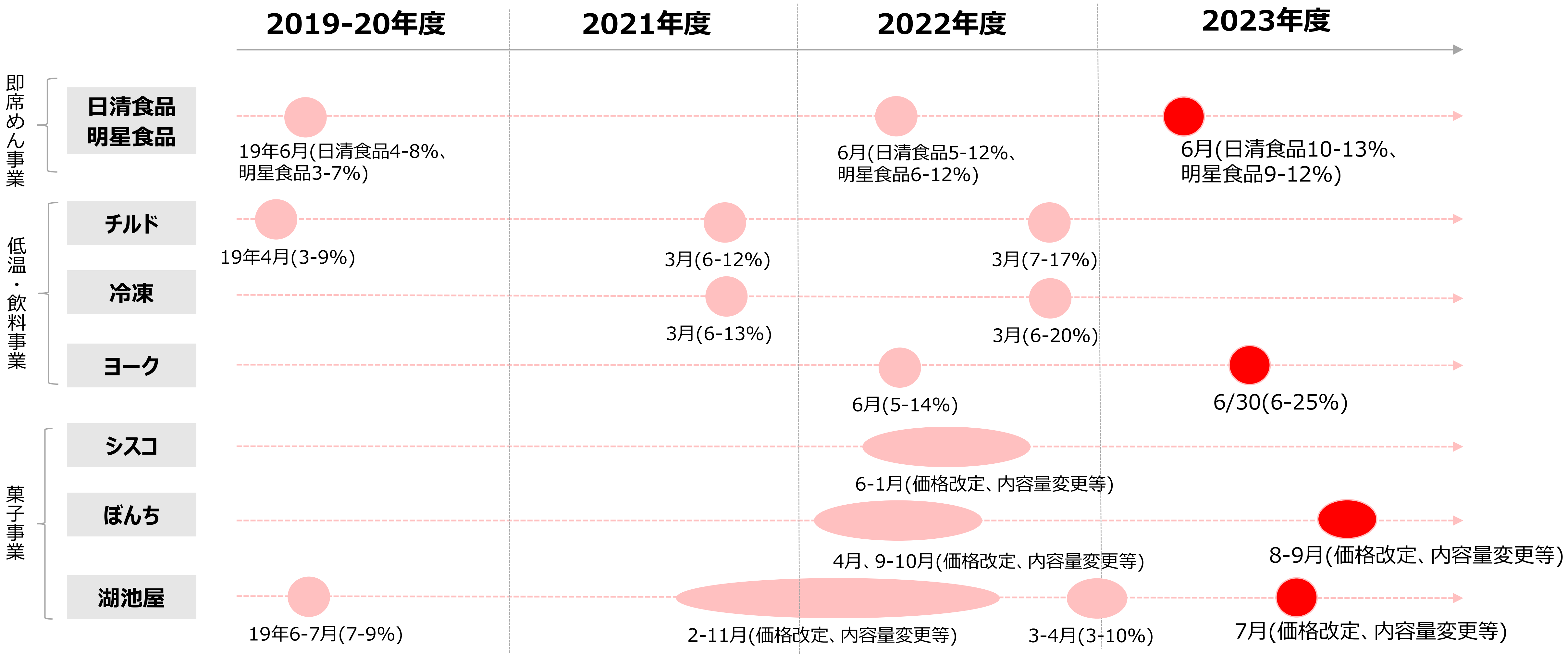
**2023年度　1Q**
**参考情報**

| | 売上収益<br>前期為替一定ベース | 数量 |
|---|---|---|
| 米州地域 | ＋7.2% | △2桁前半% |
| 中国地域 | △7.6% | △2桁前半% |
| 他、海外地域　計 | ＋22.5% | ＋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、日清ヨーク、ぼんち、湖池屋にて6-9月にかけて価格改定を実施




*()内は改定率
*2023年７月時点

# 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

| | | 2019-20年度 | 2021年度 | 2022年度 | 2023年度 |
|---|---|---|---|---|---|
| 米州地域 | 米国 | 19年4月(袋、カップ) | 5月(袋、カップ)<br>1月(袋、カップ) | 8月 平均36%(袋、カップ) | |
| | ブラジル | 20年5月(袋、カップ)<br>20年11月(袋、カップ)<br>21年2月(袋、カップ) | 7月(袋)<br>2月(袋、カップ) | 5月(袋、カップ) | 6月(袋、カップ) |
| | メキシコ * | 段階的に実施 | 5-6月<br>3月 | 10月 | |
| 中国地域 | | 香港：19年7月(カップ) | 大陸：3月(袋、カップ) | 香港：4月(袋、カップ)<br>香港：9月(袋) | |
| アジア地域 | | 一部地域で実施 | 一部地域で実施 | 各地域で実施 | 一部地域で実施 |
| EMEA地域 | | 段階的に実施（袋、カップ） | 1-4月(袋、カップ) | 10月～(袋、カップ) | |

* チャネル毎に実施

*2023年７月時点

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の大幅な変動」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