

2016年3月期（平成28年3月期）

上期決算報告

説明資料

2015年11月12日（木）



URL <http://www.nissin.com>

証券コード 2897

 日清食品ホールディングス株式会社

2016年3月期 上期決算報告 説明資料 目次

サイト番号

2. エグゼクティブサマリー

《上期レビュー》

4. 上期 実績サマリー
5. セグメント別 売上実績
6. セグメント別 営業利益実績
7. 2015年度 上期 営業利益 増減分析／連結
8. 営業外損益、特別損益
9. 価格改定の効果
10. 日清食品グループの新たな取り組み
11. フォーカスポイント① 日清食品のマーケティングー1
12. フォーカスポイント① 日清食品のマーケティングー2
13. フォーカスポイント② 中国事業アップデート
14. フォーカスポイント③ ブラジル事業 完全子会社化
15. 財務政策・資本政策 アップデート

《修正事業計画》

17. 修正事業計画（年間）

《APPENDIX》

20. 2015年度 上期 営業利益 増減分析／連結（国内・海外）
21. セグメント別定性情報（国内）① 即席めん事業
22. セグメント別定性情報（国内）② 低温事業
23. セグメント別定性情報（国内）③ 菓子・飲料事業
24. セグメント別定性情報（海外）① 米州地域
25. セグメント別定性情報（海外）② アジア地域
26. セグメント別定性情報（海外）③ EMEA地域

補足資料

目次

	ページ
修正計画概要	1
連結損益計算書	2
セグメント別業績	3
連結期間等	4
営業利益の増減要因	5
主要為替レート等	6
連結貸借対照表の増減	8
主要経営指標（年間）	9
中期経営計画（2013年4月発表）ダイジェスト及び進捗	10
ヒストリカルデータ	11
主な日清グループ海外進出企業	12
IR関連リリース・トピックス	13
即席めん業界資料	14～16
国内各事業の市場データ	17

2016年3月期
上期決算報告
(2015年11月12日)



EARTH FOOD CREATOR



(ご参考) 資料の表記について

1

- 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「決算説明会資料」に掲載しています。
<http://www.nissin.com/jp/ir/library/>
- この資料の金額は、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あわない場合があります。
- 国内事業会社は、2015年4月1日～2016年3月31日を「2015年度、今期」とします。
- 海外エリアは、2015年1月1日～2015年12月31日を「2015年度、今期」とします。
※米州地域(コロンビアを除く)は、2015年4月～2016年3月を「2015年度、今期」とします。
※中国地域は決算期変更に伴い、2014年1月～2014年12月を「2014年度、前期」、2015年4月～2016年3月を「2015年度、今期」とします。
- 新規連結等に関して
※中国地域の東莞日清包装有限公司、日清湖池屋有限公司、福建日清食品有限公司、日清食品(香港)管理有限公司の4拠点は、2014年度第1四半期から新規連結。味楽食品有限公司は、2014年度末より連結除外(日清食品有限公司への吸収合併による)。浙江日清食品有限公司は2015年度第1四半期から新規連結。
※コロンビア日清【NISSIN FOODS DE COLOMBIA S.A.S.】は2014年度 第4四半期から新規連結。
- 売上・利益の「増減率」は決算短信と同じ±%表記を適用しています。
- 資料中の三角表記について:絶対値のマイナスは△、増減のマイナスは▲で表記しています。
- 海外の関連会社の収益・費用は累計期間の期中平均為替レートを適用しています。
- 「スライドNo.」は右上に付記しています。

EARTH FOOD CREATOR



上期総括

- 連結業績 前期比、大幅な増収増益
- 「第2四半期連結累計期間の業績予想と実績値の差異」に関する適時開示
 - ✓ 国内事業 前期比 大幅な増収増益
 - ✓ 海外事業 前期比 増収増益（為替影響含む）
 - ✓ ブラジル事業の完全子会社化を発表（公表日 / 2015.8.27）

通期見通し

- 上期の好業績を受け、通期業績予想を見直し（営業利益、経常利益、当期純利益）
- ブラジル事業を完全子会社化
 - ✓ 味の素社の持分取得を完了（完了日 / 2015.10.30）
 - ✓ 第3四半期から連結子会社化
- 国内事業の一層の強化と海外事業の底上げを図る



上期レビュー

- 売上高 前期比 大幅増収
- 営業利益、経常利益、四半期純利益が、期初計画を30%以上超えたため適時開示

	2015年度			前期 上期実績	2015年度 上期計画
	上期実績	前期比	計画比		
売上高(億円)	2,179	+7.9%	△1.8%	2,020	2,220
営業利益(億円)	124	+31.8%	+31.9%	94	94
経常利益(億円)	161	+21.6%	+34.1%	132	120
親会社株主に帰属する 四半期純利益(億円)	108	+33.2%	+35.2%	81	80
営業利益率	5.7%	+1.0pt	+1.5pt	4.7%	4.2%
経常利益率	7.4%	+0.8pt	+2.0pt	6.6%	5.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	5.0%	+1.0pt	+1.4pt	4.0%	3.6%

セグメント別 売上実績

- 国内事業は、115億円の増収、前年比+7.1%で着地
- 海外事業は、45億円の増収、前年比+11.3%で着地(為替影響含む)

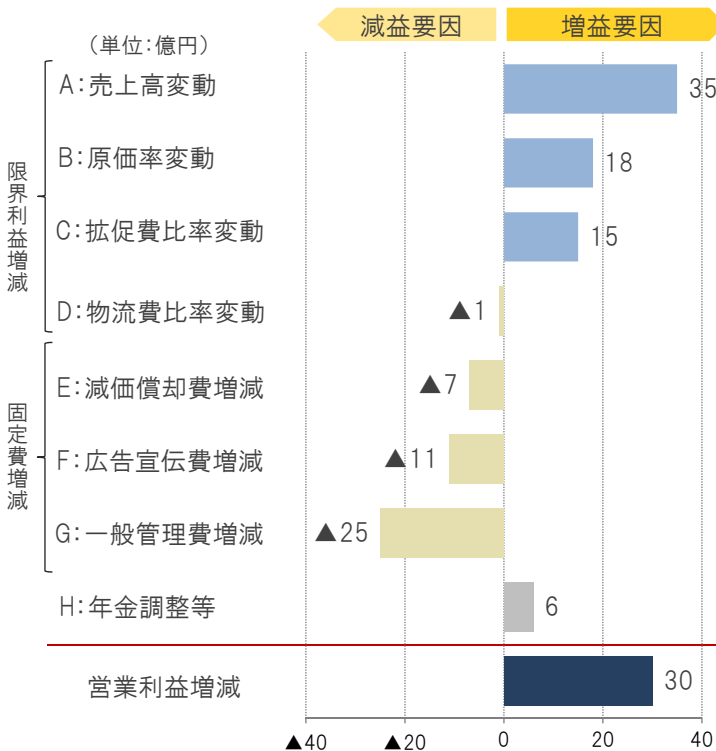
	2015年度 上期実績	2014年度 上期実績	対前期増減額/率	
日清食品	1,016	965	+51	+5.3%
明星食品	200	182	+19	+10.2%
即席めん事業計	1,217	1,147	+70	+6.1%
低温事業	300	280	+20	+7.2%
菓子・飲料事業	199	178	+21	+11.8%
その他	18	15	+4	+23.6%
国内 計	1,734	1,619	+115	+7.1%
米州地域	181	162	+19	+11.7%
中国地域	205	177	+28	+15.7%
アジア地域	38	37	+0	+1.2%
EMEA地域	22	24	▲2	▲9.1%
海外 計	446	400	+45	+11.3%

➤ 国内即席めん事業の営業利益が、連結営業利益を大きくけん引

	2015年度 上期実績	2014年度 上期実績	対前期増減額/率	
日清食品	103	88	+15	+16.8%
明星食品	12	4	+7	+158.2%
即席めん事業計	115	93	+22	+23.6%
低温事業	4	0	+4	+1497.7%
菓子・飲料事業	7	9	▲2	▲18.6%
その他	1	2	▲1	▲66.9%
国内計	127	104	+23	+21.8%
米州地域	2	3	▲1	▲22.3%
中国地域	19	16	+2	+13.7%
アジア地域	△9	△10	+1	-
EMEA地域	△1	△0	▲1	-
海外計	10	9	+1	+14.1%
調整額	△13	△20	+6	-
営業利益計	124	94	30	+31.8%
(退職給付費用の影響を除く)	115	90	24	+26.7%

2015年度 上期 営業利益 増減分析 / 連結

営業利益 124億円(前期比+30億円)



■ 売上高変動

- + 日清食品、明星食品の価格改定効果、販売数量増
- + 国内事業会社の売上増
- + 中国の売上増(為替効果)

- 日清食品 オープンプライス化による売上減

■ 原価率変動

- + 即席めん事業の価格改定効果による原価率改善
- + 明星食品 昨年稼働の埼玉第3工場の歩留まり改善
- + 米国、中国の原材料安

- 原材料高騰による影響

- 日清食品 オープンプライス化による原価率上昇

■ 拡促費比率変動

- + 日清食品 オープンプライス化による拡促費率減少

- 香港の拡販費増加

■ 減価償却費増減

- ERP費用の増加

■ 広告宣伝費増減

- 日清食品、日清シスコ、明星食品のCM費用増加

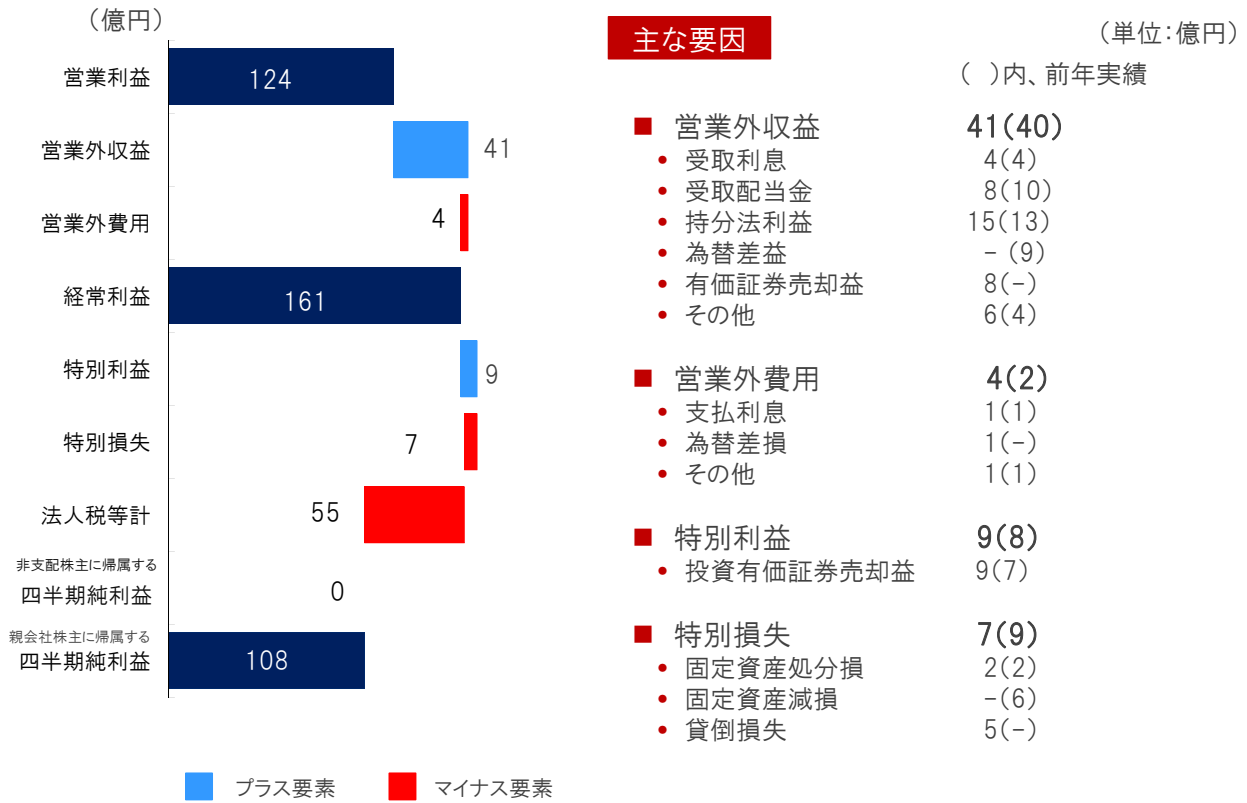
■ 一般管理費増減

- ホールディングの人員費増、経費の増加

- 米州地域(為替影響、人件費増等)

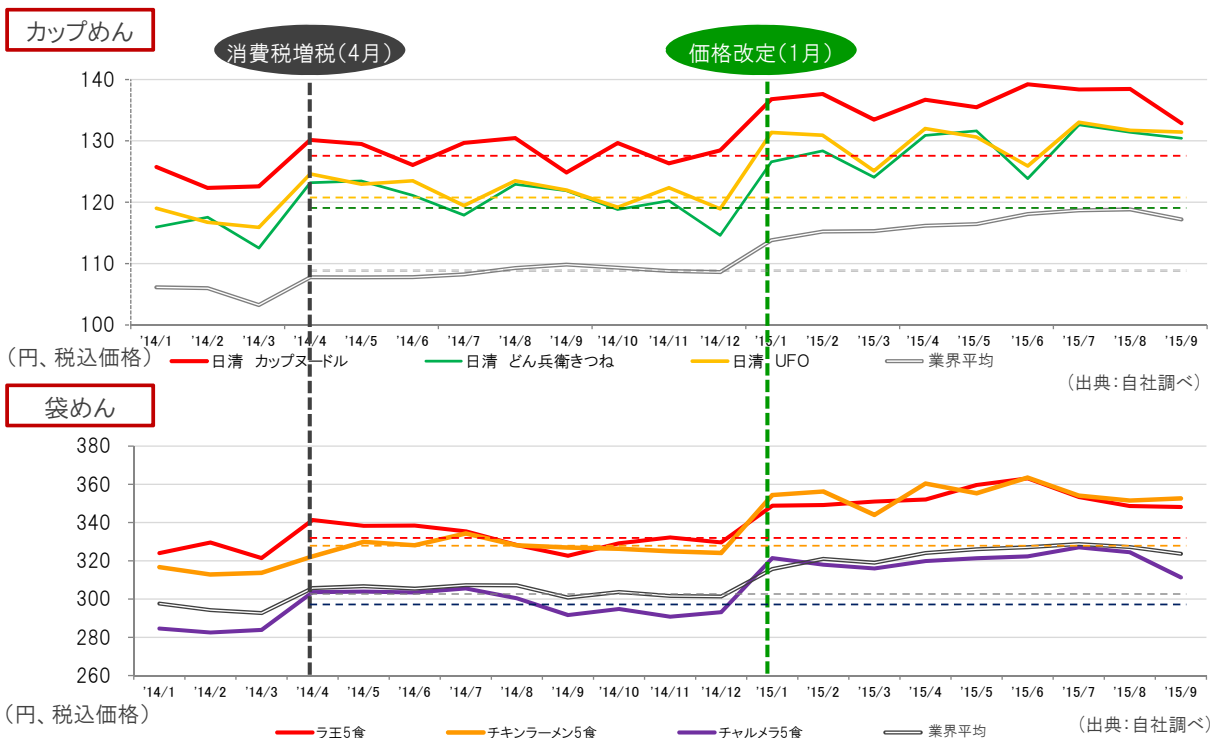
- 中国地域(為替影響、人件費増等)

【増減要因の算出法】 ①変動費(A,B,C,D)=(今期の売上× 前期の売上高比率) - 今期費用 ②固定費(E,F,G)=(前期-今期)費用



価格改定の効果

- 価格改定以降、スムーズに店頭平均価格が上昇
- 4月以降、当社即席めん事業は、大きく前年を上回って進捗



NEW TARGET

日本の人口ピラミッド

出典：平成22年国勢調査人口等基本集計(総務省統計局)

(女性・健康)

日清シスコ

食物繊維
栄養バランス
ザクザク食感

日清食品

野菜のおいしさ
食物繊維
短めヌードル
198kcal

明星食品

低糖質
糖質50%off
低糖質麺

日清食品

減塩
塩分30%off
低カロリー
178kcal
なだ万 和だしの麺

環境配慮

CUP NOODLESの紙容器化(新カップ)

- ごみの減量
- CO₂削減
- 電子レンジ調理

➔

アメリカ
大手流通でテスト販売スタート
(7月～)

カップヌードル ライトプラス

カップヌードル ライトプラス

カップヌードル ライトプラス

EARTH FOOD CREATOR

フォーカスポイント ① 日清食品のマーケティング - 1

100年ブランドカンパニーに向けて



57歳



44歳



39歳



39歳

Nextジェネレーションの育成	女性顧客の育成	アクティブシニア対策
ブランド価値の向上	新しい価値の提供	収益構造の強化

コミュニケーションプランの進化

TVCMプラン変更

STAY HOT
いいぞ、もっとやれ。

Nextジェネレーションの育成

SNSの活用

健康・シニア

健康

女性・健康

具材充実/価格改定
ブランド価値の向上・収益構造の強化

エスニック
海外現地法人との協業

CVSユーザーへの
提案強化

カップヌードル
ブランド
売上金額
約2割UP

TOPICS

日経リサーチアワード「企業ブランド大賞2015」大賞受賞

日清食品 = 挑戦し続ける実力者

※2015年10月27日 発表 大賞受賞社 7社
<http://www.nikkei-r.co.jp/award/co-brand/2015/index.html>

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

香港の収益性強化と大陸での合味道ブランドの強化と生産体制の確立

- 市場環境
- 中国経済の減速 / GDP成長率(第3四半期) 前年比+6.9% ※6年ぶりの低成長
- 沿岸都市(広東省、福建省、浙江省等)の中小企業の倒産、工場閉鎖による景気の後退、消費人口の減少
- 即席めん大手メーカーの減収基調

大陸地域 **ブランド戦略、エリア拡大戦略により、2桁台の売上成長を目指す**

- 既存エリアの成長性確保
- ✓ 「合味道BIG」の店頭カバー率の拡大と回転率の向上
- 上海地域で「出前一丁(袋)」の販売スタート(1食4.5元~5.5元)
- エリア拡大による売上増加(営業所新規開設 30都市(2014年度末) → 31都市(現在) / 年内33都市目標)



合味道BIG

香港地域 **域内の売上は前年を維持、大陸輸出の強化**

- 香港ドル高によりカナダ、豪州向け輸出減少
- 香港ブランドの輸出強化
- ✓ 「出前一丁(袋)」の上海向け輸出スタート
- 他カテゴリー(ポテトチップス等)の売上拡大



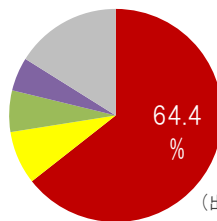
■ 業績

※2015年度から決算期を4月～3月に変更

(単位:千BRL)	2012年12月期	2013年12月期	2014年12月期
総資産	274,027	315,581	332,671
売上高	514,739	643,318	695,198
(参)平均レート	41.00円/BRL	45.38円/BRL	44.57円/BRL

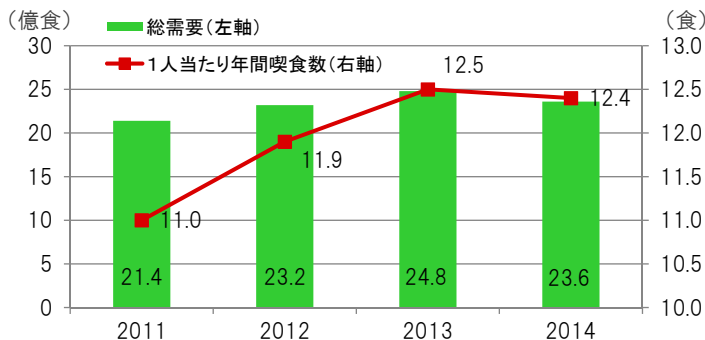
※ 営業利益率は安定的に8～9%を確保

■ マーケットシェア(2014年)

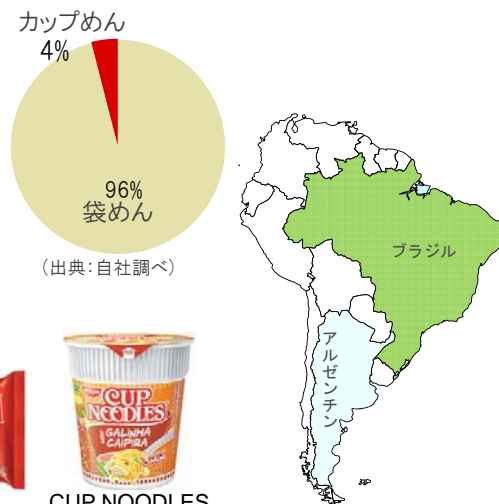


(出典:自社調べ)

■ 即席めん市場データ



■ 市場の袋・カップ構成比(2014年)



(出典:自社調べ)

■ 当社ラインナップ



EARTH FOOD CREATOR

(備考) 特別利益計上額・のれん代・のれん償却年数については監査中につき現時点で確定していません。



財務政策・資本政策 アップデート

投資計画

設備投資・事業投資は、中計期間3か年で総額1,150億円の範囲内でコントロールして使用

設備投資

中計3か年 着地見込 887億円

(実績) '13年度 275億円、'14年度 230億円
(計画) '15年度 382億円

(方針)

- 成長セグメント・成長エリアでの生産能力拡充
- 生産の効率化、コスト削減のための設備投資
- 安全安心を確立するための設備投資、グループインフラの強化

事業投資

中期3か年 実績合計 408億円

ブラジル事業の子会社化 325億円
その他 83億円(3年間累計)

(方針)

- グループ成長を加速するM&A案件など、国内・海外の競争力強化のための投資を適宜検討

減価償却費

2015年度(期初計画) 178億円

着地見込…ほぼ予定通り

株主還元施策

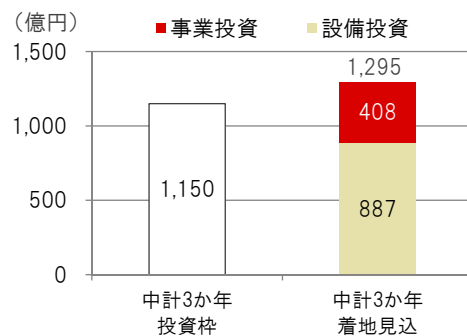
1株当たり配当金予想

上期 40円
下期 40円

(方針)

- ① 配当…連結配当性向40%以上
- ② 自己株式取得…必要に応じ適宜自己株式取得を検討。ROEを意識した経営

設備投資+事業投資の進捗(中計3か年)



(減価償却費)

億円

2012年度	2013年度	2014年度	2015年度(期初計画)
143	145	154	178

(配当性向)

2012年度	2013年度	2014年度	2015年度(期初計画)
43.8%	42.9%	44.7%	40%超

EARTH FOOD CREATOR





修正事業計画

修正事業計画（年間）

上期修正を受け、通期利益予想を修正（営業利益、経常利益、当期純利益）

- ブラジル事業を第3四半期から連結子会社化
- 売上高予想は期初計画を据え置き

	2015年度			2014年 前期実績	2015年 期初計画
	修正計画	前期比	期初計画比		
売上高(億円)	4,680	+8.4%	+0.0%	4,316	4,680
営業利益(億円)	260	+7.0%	+6.1%	243	245
経常利益(億円)	315	▲4.5%	+5.0%	330	300
親会社株主に帰属する 当期純利益(億円)	250	+35.1%	+25.0%	185	200
営業利益率	5.6%	▲0.1pt	+0.3pt	5.6%	5.2%
経常利益率	6.7%	▲0.9pt	+0.3pt	7.6%	6.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益率	5.3%	+1.1pt	+1.1pt	4.3%	4.3%



日清食品ホールディングス株式会社

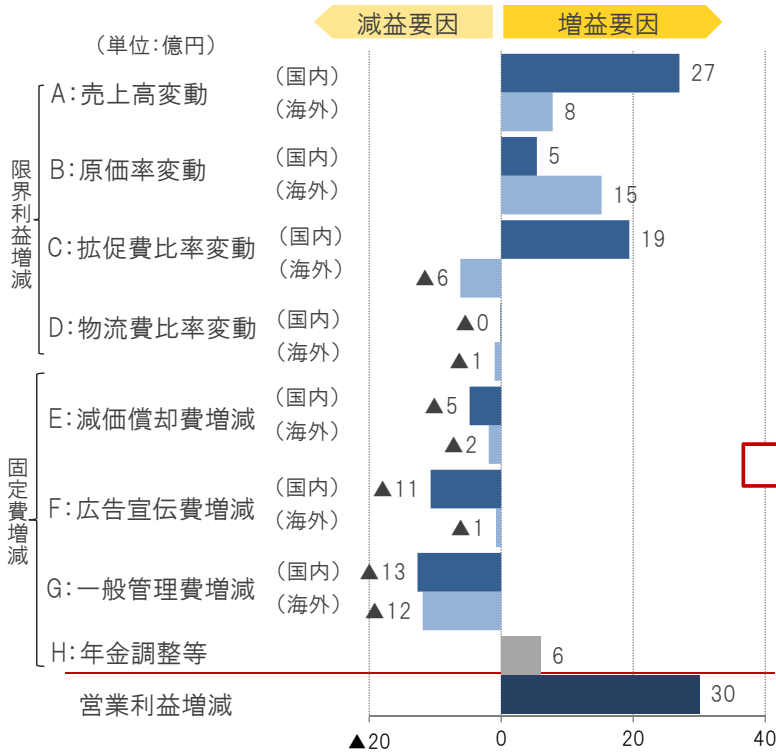
EARTH FOOD CREATOR



EARTH FOOD CREATOR



営業利益 124億円(前期比+30億円)



国内

- 原価率変動
 - + 即席めん事業の価格改定効果による原価率改善
 - + 明星 昨年稼働した埼玉第3工場の歩留まり改善
 - 原材料高騰による影響
 - 日清食品 オープンプライス化による原価率上昇
- 拡促費比率変動
 - + 日清食品 オープンプライス化による拡促費率減少
- 減価償却費変動
 - ERP費用の増加
- 広告宣伝費増減
 - 日清食品、日清シスコ、明星食品のCM費増加
- 一般管理費増減
 - ホールディングの人件費増、経費の増加

海外

- 原価率変動
 - + 米国、中国の原材料安
- 拡促費比率変動
 - 香港の拡販費増加
- 一般管理費
 - 米州地域(為替影響、人件費増等)
 - 中国地域(為替影響、人件費増等)

【増減要因の算出法】 ①変動費(A,B,C,D)=(今期の売上× 前期の売上高比率) - 今期費用 ②固定費(E,F,G)=(前期-今期)費用

EARTH FOOD CREATOR



セグメント別定性情報(国内)① 即席めん事業

明星食品

主力ブランドの強化と提案型マーケティングの実践

上期

売上前期比 +10% 営業利益前期比 +158%

(明星食品単体:売上前期比 +12%、営業利益前期比 +150%)

- 価格改定の浸透
- 主力ブランドの強化
 - ✓ 「一平ちゃん 夜店の焼そば」の徹底強化
 - 広告宣伝によるコミュニケーション強化
 - フレーバーエクステンションによる売り場提案力の強化
 - ✓ 「チャルメラ(袋)」の販売強化
 - 広告宣伝によるコミュニケーション強化
- 提案型マーケティングの実践
 - ✓ アクティブシニア対策「低糖質麺 はじめ屋」販売スタート(5月)
- 埼玉第2工場稼働(8月)
 - ✓ 生産性の向上、安全安心管理の強化



一平ちゃん 夜店の焼そば



チャルメラ



低糖質麺 はじめ屋

下期

- 広告宣伝強化による更なるブランド強化
- 『低糖質ジャンル』の拡充



低糖質麺 ローカーボNoodles(11月発売)

(参考) 明星食品グループ売上高(セグメント間取引含む)

	2015年度 上期実績	15/14増減 額	15/14増減 率	2014年度 上期実績
明星食品グループ	228	+24	+11.7%	204
(セグメント間取引)	(28)	(+5)	(+23.5%)	(23)
明星食品G 消去後	200	+19	+10.2%	182

EARTH FOOD CREATOR



日清食品チルド

ブランドの育成と技術の活用

上期

売上前期比 +8% 営業利益 増益

- 「冷し中華」好調
 - ✓ 8月前半までの暑さを追い風に売上アップ



- 「行列のできる店のラーメン」の売上拡大
 - ✓ シニア層の購買金額増
- 「太麺焼そば」の市場浸透



下期

- 付加価値商品のさらなる強化・拡販
 - ✓ 「行列のできる店のラーメン」
 - ✓ 「太麺焼そば」
- 新技術商品の発売
 - ✓ 「日清ラ王」リニューアル(打ち粉いらず製法)



日清食品冷凍

成長カテゴリへの集中、戦略商品強化、新チャネル開拓

上期

売上前期比 +7% 営業利益 増益

- パスタカテゴリの強化 … 価格改定実施(3月)
- 「担々麺」の売上拡大
- 「上海焼そば」の躍進
- 「お好み焼」の成長



下期

- パスタカテゴリの強化
 - ✓ 「スパ王プレミアム」、「もちっと生パスタ」
- 季節に合わせた商品提案力の強化
- 米飯カテゴリの強化
- CVSルートの拡大



日清シスコ

成長事業(シリアル)と創業事業(菓子)の両輪による成長

上期

プロモーションによるブランド認知と体感の提供

売上前期比 +18% 営業利益 減益

- シリアル事業
 - ✓ 「ごろグラ」TVCMの投入、大規模なプロモーション
 - ✓ 生産能力のさらなる拡大による供給能力の強化
- 菓子事業
 - ✓ コナツツサプレの私立恵比寿中学とのコラボレーション企画(春、夏)
 - ✓ サプレカーの全国巡回(サプレのおいしさ啓蒙活動)



下期

プロモーションの継続と新価値提案

- シリアル事業
 - ✓ 「ごろグラ」の「ホットミルク」による食提案で秋冬の需要を喚起



- 菓子事業
 - ✓ コナツツサプレの私立恵比寿中学とのコラボレーション企画(秋、冬)



日清ヨーク

乳酸菌の新たな価値創造へのチャレンジ

上期

売上前期比 +5% 営業利益 増益

- ピルクル
 - ✓ 期間限定「ピルクル1.3倍」の売上寄与
 - ✓ 「ちょうどいいピルクル200ml」の発売
- 価格改定効果
 - ✓ 昨年10月価格改定
- PBの取り組み強化



下期

- 価格改定一巡
- 脱脂粉乳の供給の安定
 - ✓ 生産可能量の増加
 - ✓ 販促強化
- 「十勝のむヨーグルト1000g」の採用拡大



現地人社長による米国新経営体制と総代表による中南米のフォロー強化

アメリカ

市場のニーズに合った商品の投入、マーケティング投資の検討

- 通期計画達成を目指す
 - ✓ 市場の低迷の影響を受け上期の販売は振るわなかったが、足元は順調。通期目標達成を目指す。
- 「CUP NOODLES」紙容器(新カップ)テスト販売
 - ✓ 大手流通の店舗にてテスト導入

電子レンジ調理

好きな具材を入れて
自分流にカスタマイズ



ごみの減量化

- CO₂削減

A New Cup, Unwrapped.
Less plastic and paper wrap waste with
20% Reduction in Carbon Emissions*

*Compared to our original packaging.




メキシコ

販売の回復と利益の確保

- 昨年の税制改革の影響の反動増
- ペソ安による国内工場生産のメリット享受
- 「CUP NOODLES」の販売強化
- 新製品「RapiFideo」の販売強化



その他

- ブラジル日清 完全子会社化
 - ✓ ブラジル事業の味の素社持分50%を取得(2015.10.30完了)
 - ✓ 第3四半期から連結開始(予定)
 - ✓ 米州地域セグメントに編入(予定)(マネジメントアプローチ / 米州総代表管轄)

注カブランドの深耕と三菱商事とのアライアンス

インド

大都市における「CUP NOODLES」の売上拡大

- 15年1~5月では「CUP NOODLES」(レギュラーサイズ)は対前年売上が31%増と好調。8大都市からTier2の27都市へと販路拡大

※「Top Ramen」回収の影響軽減・回復へ注力

- 競合メーカーの安全性問題を機に業界全体に広がった消費者不安から「Top Ramen」も6月末から自主回収。8月末に販売再開し回復急ぐ



タイ

自社営業体制による店舗開拓強化

- 「CUP NOODLES」はCVSチャネル、並びに学校など中心に強化
- 主要都市に、販売代理店とは別に自社営業拠点を設置し、末端の取引店舗開拓を推進



シンガポール

収益基盤の安定

- 6月に「CUP NOODLES」をリニューアルし、コンポジットカップ化と共に新フレーバー2品を投入
- 12種のフレーバーを訴求するため12人のCUP NOODLES GIRLSを活用した各種イベントを実施(Face Book連動の人気投票、店頭プロモーション等)



ベトナム

普及価格帯の袋めん販促強化による売上拡大

- 男性向けの「強い味」をコンセプトに昨年発売した「Waxada」ブランドにチャーシュー味の新品(Mi Xa Xiu)を4月に投入
- (指名買いが多い市場でスイッチングを促すため)新製品への感度の高い都市部での営業を強化



欧州地域での収益力の維持、トルコへの新規参入

欧州

安定した経営基盤の構築

- 「Soba」、「CUP NOODLES」の売上拡大



- 新規マーケット拡大のためのマーケティング費用投入

トルコ

即席パスタ「MakarNeks」の育成

- 「MakarNeks(袋)」の適正な配荷率の維持
- 「MakarNeks」カップタイプの発売
 - ✓ 広告宣伝投入(2015年2月～)
- 店頭展示の強化



その他の情報

- 日清食品ビジネスサポート株式会社の日清食品ホールディングス株式会社への吸収合併(2015.10.1)
 - ✓ 間接業務の集約化・効率化を図ることにより、グローバル化を見据えた組織に変革し、当社グループの事業基盤強化を実現するため、本合併を実施。



日清食品ホールディングス株式会社

**2015年度（2016年3月期）
第2四半期累計（6ヵ月）決算
補足資料**

ページ

修正計画概要	
1.修正計画業績サマリー（期初計画比較）	1
2.修正計画業績サマリー（前年実績比較）	1
連結損益計算書（実績比較）	
1.連結損益計算書（2Q累計実績比較）	2
セグメント別業績	
1.セグメント別・四半期別 売上	3
2.セグメント別・四半期別 営業利益	3
連結期間等	
1.連結期間	4
2.主な連結対象となる国または事業会社	4
3.持分法適用会社の実績・四半期別	4
営業利益の増減要因	
1.営業利益の増減分析（四半期）	5
2.営業利益の増減予想（年度）	5
為替レート等	
1.各国為替レート（2Q累計）	6
2.為替レート影響を除外した海外事業の実績（2Q累計）	6
（参考）各国為替レート想定（年度）	7
（参考）退職給付会計の影響（年度）	7
連結貸借対照表の増減	8
主要経営指標（年間）	9
中期経営計画（2013年4月発表）ダイジェスト及び進捗	10
ヒストリカルデータ	
1.営業利益推移	11
2.親会社株主に帰属する当期純利益・EPS推移	11
3.自己資本と自己資本利益率（ROE）推移	11
主な日清食品グループ海外進出企業	12
IR関連リリース・トピックス	13
即席めん業界資料	
国内即席めん類の袋めん・カップめん 総生産数量推移	14
主要製品 レギュラー製品量販店平均売価（税込）推移	14
国内即席めん類の総生産数量・総生産額推移	15
即席めんの世界市場（地域別）	16
国内各事業の市場データ	17

修正計画概要

1.修正計画業績サマリー（期初計画比較）

単位：億円

項 目	期初計画			修正計画			増減額 (期初計画VS修正計画)			増減率 (期初計画VS修正計画)		
	上期	下期	通期	上期	下期残	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	2,220	2,460	4,680	2,179	2,501	4,680	▲ 41	41	-	-1.8%	1.8%	-
営業利益	94	151	245	124	136	260	30	▲ 15	15	31.9%	-9.9%	6.1%
経常利益	120	180	300	161	154	315	41	▲ 26	15	34.1%	-14.4%	5.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	80	120	200	108	142	250	28	22	50	35.2%	18.2%	25.0%

※修正計画に関して上記以外の項目は非公表です。

2.修正計画業績サマリー（前年実績比較）

単位：億円

項 目	2014年度(実績)			修正計画			増減額 (14年度実績VS修正計画)			増減率 (14年度実績VS修正計画)		
	上期	下期	通期	上期	下期残	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	2,020	2,296	4,316	2,179	2,501	4,680	160	205	364	7.9%	8.9%	8.4%
営業利益	94	149	243	124	136	260	30	▲ 13	17	31.8%	-8.7%	7.0%
経常利益	132	198	330	161	154	315	29	▲ 43	▲ 15	21.6%	-22.0%	-4.5%
親会社株主に帰属する四半期純利益	81	104	185	108	142	250	27	38	65	33.2%	36.5%	35.1%

※修正計画に関して上記以外の項目は非公表です。

連結損益計算書(実績比較)

1.連結損益計算書 (2Q累計実績比較)

単位:億円

項 目	2014年度2Q累計実績		2015年度2Q累計実績		前年同期比		
	金額	売上比%	金額	売上比%	金額	比率	
1 売上高	2,020	100.0%	2,179	100.0%	+160	+7.9%	
2 売上原価	1,151	57.0%	1,220	56.0%	+68	+5.9%	
	退職給付費用影響額(原価分)	△ 1	-0.1%	△ 3	-0.2%	▲2	-
売上原価計	1,150	57.0%	1,216	55.8%	+66	+5.7%	
3 売上総利益	869	43.0%	963	44.2%	+94	+10.8%	
4 販売費	361	17.9%	374	17.2%	+14	+3.8%	
	広告宣伝費	67	3.3%	78	3.6%	+11	+17.3%
	物流費	126	6.2%	137	6.3%	+11	+9.1%
	退職給付費用影響額(販管費)	△ 2	-0.1%	△ 6	-0.3%	▲4	-
	一般経費	225	11.1%	255	11.7%	+31	+13.7%
	販管費計	775	38.4%	839	38.5%	+64	+8.2%
5 営業利益	94	4.7%	124	5.7%	+30	+31.8%	
6 受取利息	4	0.2%	4	0.2%	▲0	-9.9%	
	受取配当金	10	0.5%	8	0.4%	▲2	-20.0%
	有価証券売却益	-	-	8	0.4%	+8	-
	持分法投資利益	13	0.7%	15	0.7%	+2	+13.7%
	為替差損益	9	0.4%	△ 1	-0.1%	▲10	-
	支払利息	△ 1	-0.1%	△ 1	-0.1%	▲0	-
	その他	3	0.1%	5	0.2%	+2	+55.5%
	営業外収支	38	1.9%	37	1.7%	▲1	-3.5%
7 経常利益	132	6.5%	161	7.4%	+29	+21.6%	
8 固定資産処分損益	△ 1	-0.1%	△ 1	-0.1%	▲0	-	
	投資有価証券売却益	7	0.4%	9	0.4%	+2	+22.4%
	減損損失	△ 6	-0.3%	-	-	+6	-
	貸倒損失	-	-	△ 5	-0.2%	▲5	-
	その他	△ 1	-0.0%	△ 0	-0.0%	+1	-
	特別収支	△ 1	-0.0%	3	0.1%	+4	-
9 税金等調整前四半期純利益	132	6.5%	164	7.5%	+32	+24.5%	
10 法人税等	50	2.5%	55	2.5%	+5	+9.7%	
11 四半期純利益	81	4.0%	109	5.0%	+27	+33.4%	
12 非支配株主に帰属する四半期純利益	0	0.0%	0	0.0%	+0	+64.3%	
13 親会社株主に帰属する四半期純利益	81	4.0%	108	5.0%	+27	+33.2%	
14 四半期包括利益	88	4.3%	66	3.0%	▲21	-24.3%	

注:記載金額については、億円未満を四捨五入で表示。前年同期比については、千円単位で算出し小数点第2位を四捨五入。

セグメント別業績

1. セグメント別・四半期別 売上 (1Q=第1四半期、各事業会社の子会社(HDからは孫会社)を含む)

単位: 億円

事業概要	2014年度					2015年度			2Q(7-9月)VS前年同期		2Q累計VS前年同期		年間 期初 計画 ^{※4}	期初計画VS14実績		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	累計	金額	比率	金額	比率		金額	比率	
日清食品	即席種	461	504	664	529	2,158	485	532	1,016	+28	+5.6%	+51	+5.3%	2,227	+69	+3.2%
明星食品	即席種	92	89	110	101	392	99	101	200	+12	+13.7%	+19	+10.2%	416	+24	+6.1%
日清食品チルド [*]	チルド															
日清食品冷凍	冷食	136	144	150	137	566	148	152	300	+9	+5.6%	+20	+7.2%	572	+6	+1.0%
日清シスコ ^{※1}	菓子															
日清ヨーグ ^{※1}	飲料	91	86	82	83	343	100	98	199	+12	+5.6%	+21	+11.8%	387	+44	+12.9%
国内その他 ^{※1,2}		8	7	9	6	30	10	9	18	+1	+19.7%	+4	+23.6%	31	+1	+4.9%
国内計		789	830	1,014	855	3,488	842	892	1,734	+62	+7.5%	+115	+7.1%	3,633	+145	+4.2%
米州地域	即席種	75	87	97	99	357	80	100	181	+13	+15.3%	+19	+11.7%	413	+56	+15.5%
中国地域	即席種	88	89	79	89	345	97	108	205	+19	+21.8%	+28	+15.7%	469	+124	+35.9%
アジア地域 ^{※1}	即席種	18	19	20	21	78	19	18	38	▲0	-2.1%	+0	+1.2%	106	+28	+35.6%
EMEA地域 ^{※1,3}	即席種	14	10	10	12	47	12	10	22	▲0	-1.5%	▲2	-9.1%	59	+12	+26.0%
海外計		195	206	206	222	828	208	238	446	+32	+15.7%	+45	+11.3%	1,047	+219	+26.5%
グループ計		984	1,036	1,220	1,076	4,316	1,049	1,130	2,179	+94	+9.1%	+160	+7.9%	4,680	+364	+8.4%

※1:「決算短信」のセグメント情報におきましては「その他」に含めています。

※2:日清食品HD、日清食品アセットマネジメント等

※3:2013年度よりセグメントの名称を「欧州地域」から「EMEA」へ変更しています。

※4:修正計画に関してセグメント別の内容を公表していませんので、期初計画を表示しています。

2. セグメント別・四半期別 営業利益

単位: 億円

事業概要	2014年度					2015年度			2Q(7-9月)VS前年同期		2Q累計VS前年同期		年間 期初 計画 ^{※4}	期初計画VS14実績		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	累計	金額	比率	金額	比率		金額	比率	
日清食品	即席種	44	44	101	47	236	46	58	103	+13	+30.1%	+15	+16.8%	206	▲30	-12.8%
明星食品	即席種	2	2	8	1	14	8	3	12	+1	+60.9%	+7	+158.2%	8	▲6	-43.8%
日清食品チルド [*]	チルド															
日清食品冷凍	冷食	1	△0	1	△3	△2	3	1	4	+2	-	+4	+1,497.7%	3	+5	-
日清シスコ ^{※1}	菓子															
日清ヨーグ ^{※1}	飲料	5	4	3	2	13	5	3	7	▲1	-34.0%	▲2	-18.6%	17	+4	+29.2%
国内その他 ^{※1,2}		△0	2	△0	△2	△1	△0	1	1	▲1	-53.0%	▲1	-66.9%	14	+15	-
国内計		52	52	113	44	261	61	66	127	+14	+26.8%	+23	+21.8%	248	▲13	-5.0%
米州地域	即席種	0	2	2	2	7	△2	4	2	+2	+69.4%	▲1	-22.3%	5	▲2	-24.5%
中国地域	即席種	11	5	10	7	33	9	10	19	+5	+89.4%	+2	+13.7%	41	+8	+25.1%
アジア地域 ^{※1}	即席種	△4	△6	△6	△6	△22	△4	△5	△9	+1	-	+1	-	△18	+4	-
EMEA地域 ^{※1,3}	即席種	1	△1	△0	△1	△1	△0	△1	△1	+0	-	▲1	-	△2	▲1	-
海外計		8	1	6	1	16	2	8	10	+8	+953.4%	+1	+14.1%	26	+10	+61.7%
退職給付関係費用 ^{※4}		2	2	2	6	11	5	5	9	+3	+158.4%	+6	+160.9%	19	+8	+72.9%
のれん償却及び セグメント間取引消去等 ^{※4}		△2	△1	△3	△0	△6	△1	△1	△2	+0	-	+1	-	△6	+0	-
グループ関連費用 ^{※4}		△10	△10	△10	△10	△39	△10	△10	△20	▲1	-	▲0	-	△41	▲2	-
		51	44	108	41	243	56	68	124	+24	+56.1%	+30	+31.8%	245	+2	+0.8%

※1:「決算短信」のセグメント情報におきましては「その他」に含めています。

※2:日清食品HD、日清食品アセットマネジメント等

※3:2013年度よりセグメントの名称を「欧州地域」から「EMEA」へ変更しています。

※4:「決算短信」においては「調整額」に含めています。

※5:修正計画に関してセグメント別の内容を公表していませんので、期初計画を表示しています。

連結期間等

1. 連結期間

	2013年		2014年			2015年			2016年	
	3月	4月	3月	4月	3月	4月	3月	4月	3月	4月
日本	2013年度		2014年度			2015年度				
米州地域 ^{※1}	12月	1月	12月	1月	3月	4月	3月	4月	3月	4月
	2013年度		2014年度			2015年度				
中国地域 ^{※2}	2013年度		2014年度			2015年度				
			↑ 決算対象外			12月	1月	3月	4月	
アジア地域	2013年度		2014年度			2015年度				
						↑ 決算対象外			12月	1月
EMEA地域	2013年度		2014年度			2015年度				

※1 米州地域は、2014年度より、決算期間の変更(1月～12月 → 4月～3月) (コロンビア除く)
 ※2 中国地域は、2015年度より、決算期間の変更(1月～12月 → 4月～3月)

2. 主な連結対象となる国または事業会社

日本

日清食品 明星食品 日清食品チルド 日清食品冷凍 日清シスコ 日清ヨーク
 国内その他(日清食品HD、日清食品アセットマネジメント等)^{※1}
 ※1 日清食品HDは2015年10月に日清食品ビジネスサポートの吸収合併を実施

米州地域

米国 メキシコ コロンビア(2014年度第4四半期より連結子会社化)

中国地域

香港
 中国大陸 2014年度第1四半期から、中国大陸の東莞日清包装有限公司、日清湖池屋有限公司
 福建日清食品有限公司、日清食品(香港)管理有限公司の4拠点を、連結子会社化。
 2014年度末に味楽食品有限公司は連結除外(日清食品有限公司への吸収合併による。)
 2015年第1四半期から、浙江日清食品有限公司を連結子会社化

アジア地域

シンガポール ベトナム インド タイ(2013年度第4四半期より連結子会社化)

EMEA地域

欧州各国(拠点はドイツ) トルコ(2012年度第4四半期より連結子会社化)

3. 持分法適用会社の実績・四半期別

単位: 億円

	拠点国	持分比率	2013年度					2014年度					2015年度		
			1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	累計
(株)フレンテ ^{※1}	日本	34.53%	0	0	△0	1	0	0	0	△0	△2	△2	△0	0	0
ぼんち(株) ^{※2}	日本	30.00%						1	0	0	0	1	0	0	1
BNA ^{※3}	ブラジル	50.00%	2	5	1	1	9	2	3	3	5	13	2	2	4
タイプレゼンツ ^{※4}	タイ	21.13%	2	2	3	3	9	2	3	2	3	10	2	3	6
NURC ^{※5}	フィリピン	49.00%											1	0	1
マルベン ^{※6}	ロシア	33.50%	1	1	1	1	3	1	2	4	0	7	1	2	3
合計			5	7	4	5	22	6	7	10	6	29	6	9	15

※1: 2015年8月25日の追加取得により持分比率は33.41%から34.53%へ増加

※2: 2013年度4Qより持分法適用会社化

※3: 正式名: ニッソ・アジノモト・アリエントス Ltda.(2015年度第3Qより連結子会社化)

※4: 正式名: タイプレゼンツファーズPub. Co., Ltd.

※5: 正式名: ニッソ・ユニバーサルピナ Corporation(2015年度1Qより持分法適用会社化)

※6: 正式名: マルベンフード・ホールディングス Ltd.

(参考) 連結対象外および持分法対象外の主な進出国

インドネシア、ケニア、マグレブ(モロッコ、アルジェリア、チュニジア)

営業利益の増減要因

1. 営業利益の増減分析(四半期)

単位: 億円

1Q(3ヵ月)

国内外	14年度 営業 利益	変動費				固定費				営業 利益 増減計	15年度 営業 利益
		売上高 変動	原価率 変動	拡促費 比率変動	物流費 比率変動	減価 償却費 増減	広告 宣伝費 増減	一般 管理費 増減	退職給付 費用の 影響		
国内 計	52	+13	▲ 1	+7	▲ 0	▲ 1	▲ 5	▲ 4	-	+9	61
海外 計	8	+2	+3	▲ 3	▲ 0	▲ 1	▲ 1	▲ 6	-	▲ 6	2
調整額	△ 10	▲ 0	+0	▲ 0	+0	-	-	▲ 0	+3	+3	△ 7
※1 計	51	+15	+2	+4	▲ 0	▲ 2	▲ 6	▲ 10	+3	+6	56

2Q(3ヵ月)

国内 計	52	+14	+7	+12	▲ 0	▲ 4	▲ 6	▲ 8	-	+14	66
海外 計	1	+5	+12	▲ 3	▲ 1	▲ 1	+1	▲ 6	-	+8	8
調整額	△ 9	+1	▲ 3	+2	▲ 0	-	-	+0	+3	+3	△ 6
※1 計	44	+20	+16	+11	▲ 1	▲ 5	▲ 6	▲ 14	+3	+24	68

3Q(3ヵ月)

国内 計											
海外 計											
調整額											
※1 計											

4Q(3ヵ月)

国内 計											
海外 計											
調整額											
※1 計											

年度(2Q累計)

国内 計	104	+27	+5	+19	▲ 0	▲ 5	▲ 11	▲ 13	-	+23	127
海外 計	9	+8	+15	▲ 6	▲ 1	▲ 2	▲ 1	▲ 12	-	+1	10
調整額	△ 19	+1	▲ 2	+2	▲ 0	-	-	▲ 0	+6	+6	△ 13
※1 計	94	+35	+18	+15	▲ 1	▲ 7	▲ 11	▲ 25	+6	+30	124

2. 営業利益の増減予想(年度)【期初計画】

国内外	14年度 営業 利益	変動費				固定費				営業 利益 増減計	15年度 営業 利益 計画※2
		売上高 変動	原価率 変動	拡促費 比率変動	物流費 比率変動	減価 償却費 増減	広告 宣伝費 増減	一般 管理費 増減	退職給付 費用の 影響		
国内 計	261	+34	+7	▲ 19	+1	▲ 19	▲ 6	▲ 10	-	▲ 13	248
海外 計	16	+39	+11	▲ 5	+4	▲ 4	▲ 8	▲ 27	-	+10	26
調整額	△ 34	+8	▲ 26	+17	▲ 1	-	-	▲ 0	+8	+5	△ 29
※1 計	243	+81	▲ 9	▲ 7	+4	▲ 23	▲ 14	▲ 38	+8	+2	245

※1 分析手法が前期との率による比較のため、各セグメントの利益の増減要因の変動費と小計(国内・海外)・総計は一致しないので「調整額」を使用しています。

※2 修正計画に関して詳細な内容は非公表のため、期初計画を表示しています。

各国為替レート等

1. 各国為替レート(2Q累計)

単位:円

実績は期中平均(対象期間日割りレートの平均値)

使用通貨国	単位	2011年度 2Q累計	2012年度 2Q累計	2013年度 2Q累計	2014年度 2Q累計	2015年度 2Q累計	
連結子会社							
米州	米国	USD	82.04	79.74	95.59	103.04	121.80
	メキシコ	MXN	6.90	6.03	7.62	7.90	7.69
	コロンビア	COP					0.05
中国	香港	HKD	10.54	10.28	12.32	13.21	15.71
	中国	CNY	12.54	12.63	15.34	16.65	19.44
アジア	シンガポール	SGD	65.18	63.10	76.86	81.28	89.08
	インド	INR	1.85	1.55	1.76	1.70	1.93
	タイ	THB	2.70	2.56	3.21	3.15	3.65
	ベトナム	VND			0.00457	0.00485	0.00558
EMEA	欧州	EUR	114.98	103.45	125.50	140.43	134.17
	トルコ	TRY			52.75	47.42	47.06
持分法適用会社							
米州	ブラジル	BRL	50.32	42.90	47.06	45.76	37.10
アジア	フィリピン	PHP					2.72
EMEA	ロシア	RUB	2.87	2.62	3.08	2.93	2.10

2. 為替レート影響を除外した海外事業の実績(2Q累計)

単位:億円

	14年度 2Q累計 実績	15年度 2Q累計 実績①	2014年度 2Q累計比		為替 影響額	15年度 2Q累計 実績②	2014年度 2Q累計比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
米州地域	162	157	▲5	-3.0%	24	181	+19	+11.7%
中国地域 ^{※1}	177	174	▲3	-1.7%	31	205	+28	+15.7%
アジア地域	37	33	▲4	-10.2%	4	38	+0	+1.2%
EMEA地域	24	23	▲1	-5.3%	△1	22	▲2	-9.1%
売上高 計	400	388	▲13	-3.2%	58	446	+45	+11.3%
米州地域	3	2	▲1	-31.4%	0	2	▲1	-22.3%
中国地域 ^{※1}	16	16	▲0	-2.6%	3	19	+2	13.7%
アジア地域	△10	△8	+2	-	△1	△9	+1	-
EMEA地域	△0	△1	▲1	-	△0	△1	▲1	-
営業利益 計	9	9	▲0	-4.2%	2	10	+1	14.1%

15年度2Q累計実績①=15年度2Q累計現地通貨実績×14年度2Q累計実績レート
但し、新規連結会社においては前年実績がないため今期レートを使用

15年度2Q累計実績②(公表値)=15年度2Q累計現地通貨実績×15年度2Q累計実績レート

※1 中国地域は決算期の変更により、14年度1-6月と15年度4-9月を比較しています。

(参考)各国為替レート想定(年度)

単位:円

実績は期中平均(対象期間日割りレートの平均値)

使用通貨国		単位	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度 年間 期初想定
連結子会社							
米州	米国	USD	79.84	79.82	97.65	109.93	120
	メキシコ	MXN	6.46	6.08	7.66	8.01	8
	コロンビア	COP				0.05	0.05
中国	香港	HKD	10.26	10.29	12.59	13.65	16
	中国	CNY	12.35	12.65	15.79	17.19	19
アジア	シンガポール	SGD	63.54	63.91	78.03	83.51	91
	インド	INR	1.74	1.51	1.69	1.75	1.9
	タイ	THB	2.62	2.57	3.18	3.26	3.7
	ベトナム	VND			0.00464	0.00499	0.006
EMEA	欧州	EUR	111.12	102.63	129.68	140.42	147
	トルコ	TRY			51.38	48.43	52
持分法適用会社							
米州	ブラジル	BRL	47.85	41.00	45.38	44.57	37
アジア	フィリピン	PHP					3
EMEA	ロシア	RUB	2.73	2.58	3.07	2.79	2

(参考)退職給付会計の影響(年度)

単位:億円

	営業利益	退職給付会計 の影響	退職給付会計 の影響 を除いた営業利益
2000年度	273	△ 5	278
2001年度	248	△ 25	273
2002年度	264	△ 14	278
2003年度	232	△ 55	287
2004年度	290	△ 15	305
2005年度	320	3	317
2006年度	337	40	297
2007年度	277	△ 1	278
2008年度	236	△ 67	303
2009年度	273	△ 72	346
2010年度	345	40	305
2011年度	262	△ 6	268
2012年度	240	△ 5	245
2013年度	277	7	270
2014年度	243	11	232
2015年度※	245	19	226

退職給付会計の影響とは

当社及び国内子会社は確定給付型年金制度及び退職一時金制度を採用しています。期初に想定していた運用による収益に対して、実績との乖離が発生した場合に、数理計算上の差異が発生します。当社は、この数理計算上の差異を残さないようにする為、翌年度に一括して費用処理しています。従いまして、その運用状況次第では損益に影響が出る可能性があります。上記の「退職給付会計の影響を除いた営業利益」というのはその影響を除いたベースの営業利益です。

※2015年度は期初の予測値

連結貸借対照表の増減

単位: 億円

連結貸借対照表	2015/3月末	2015/9月末	増減額	主な増減要因
資産の部				
流動資産				
現金及び預金	944	876	▲68	運用資産の取得・売却
有価証券	192	184	▲8	運用資産の償還・振替等
商品及び製品	120	127	+7	
その他	760	793	+33	
流動資産合計	2,015	1,979	▲36	
固定資産				
有形固定資産	1,472	1,555	+83	機械装置等の増加
無形固定資産	82	79	▲3	
投資有価証券	1,354	1,363	+8	投資有価証券の取得等
その他の資産	203	190	▲13	
固定資産合計	3,112	3,187	+75	
資産合計	5,127	5,166	+39	
負債の部				
流動負債				
支払手形及び買掛金	449	461	+12	
未払法人税等	52	62	+10	
その他	530	489	▲41	
流動負債合計	1,030	1,012	▲19	
固定負債				
長期借入金	95	122	+27	子会社における借入金増
退職給付に係る負債	34	30	▲4	
その他	270	258	▲12	
固定負債合計	399	410	+11	
負債合計	1,429	1,422	▲7	
資本の部				
株主資本				
資本金	251	251	-	
資本剰余金	484	484	+0	
利益剰余金	2,733	2,814	+81	
自己株式	△ 217	△ 217	+0	
株主資本合計	3,252	3,333	+81	
その他の包括利益累計額				
その他有価証券評価差額金	351	334	▲17	保有有価証券の時価評価による
為替換算調整勘定	60	43	▲17	為替変動による
その他	△ 45	△ 52	▲7	
その他の包括利益累計額合計	366	325	▲41	
新株予約権	15	19	+3	
非支配株主持分	66	68	+2	
純資産合計	3,699	3,744	+46	
負債純資産合計	5,127	5,166	+39	

※記載金額につきましては、億円未満を四捨五入して表示しております。

主要経営指標

指 標	年度 3月期 単位	2010	2011	2012	2013	2014	2015
		2011/3	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3	2016/3 (期初計画)
国内売上	百万円	322,349	329,676	329,248	343,931	348,821	363,300
海外売上	"	52,582	50,998	53,544	73,689	82,755	104,700
売上高	百万円	374,932	380,674	382,793	417,620	431,575	468,000
(伸率)	%	1.0	1.5	0.6	9.1	3.3	8.4
(海外売上比率)	"	14.0	13.4	14.0	17.6	19.2	22.4
売上原価	百万円	203,202	213,707	211,346	231,309	242,915	264,100
売上原価率	%	54.2	56.1	55.2	55.4	56.3	56.4
広告宣伝費比率	"	3.5	2.9	2.9	2.8	2.9	2.9
物流費比率	"	5.8	6.0	5.8	5.8	6.3	6.2
拡促費比率	"	17.1	17.3	18.4	18.2	18.1	18.3
営業利益	百万円	34,537	26,211	23,954	27,705	24,300	24,500
営業利益(退職給付会計影響額除く)	"	30,494	26,789	24,461	27,028	23,203	22,600
売上高営業利益率	%	9.2	6.9	6.3	6.6	5.6	5.2
経常利益	百万円	36,418	28,099	30,964	34,840	32,980	30,000
親会社株主に帰属する四半期純利益	"	20,756	18,538	18,855	19,268	18,505	20,000
包括利益	"	13,238	18,540	34,883	37,410	37,955	-
純資産額	百万円	277,595	286,657	315,026	342,300	369,852	-
総資産額	"	409,748	414,717	446,132	479,469	512,743	-
自己資本比率	%	66.3	67.6	68.7	69.4	70.6	-
自己資本利益率(ROE)	"	7.7	6.7	6.4	6.0	5.3	5.4
総資産利益率(ROA)	"	5.1	4.5	4.4	4.2	3.7	-
EBITDA(営業利益+減価償却費)	百万円	47,365	41,167	38,299	42,222	39,741	42,300
営業活動によるキャッシュ・フロー	"	29,258	32,604	32,045	30,213	30,353	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	"	△ 33,440	△ 12,831	△ 31,251	△ 9,507	△ 4,840	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	"	△ 4,710	△ 9,442	△ 10,070	△ 8,525	△ 8,022	-
期末発行済株式数	千株	110,668	110,172	110,191	110,221	110,231	-
1株当たり純資産(BPS)	円	2,454.67	2,545.31	2,782.25	3,018.82	3,282.02	-
1株当たり当期純利益(EPS)	"	187.56	167.97	171.12	174.83	167.88	181.44
期末(3月末)株価	円	2,932	3,095	4,385	4,655	5,910	-
株価収益率(PER)	倍	15.6	18.4	25.6	26.6	35.2	-
年間配当金	円	70	75	75	75	75	80
配当性向	%	37.3	44.7	43.8	42.9	44.7	40%超
設備投資	百万円	30,810	18,936	21,582	27,527	22,959	38,200
減価償却費	"	12,827	14,955	14,344	14,516	15,440	17,800
試験研究費(旧研究開発費)	"	4,081	4,384	4,320	5,313	6,431	-

※ 記載金額については、百万円未満を切り捨てて表示しております。

期末発行済株式数は自己株式数を除いております。

「国内売上」と「海外売上」は決算短信や有価証券報告書上の販売先の地域に基づき区分しており、

「セグメント別業績」とは基準が異なります。

下記の当社HPサイトにおきまして、2015年3月期までの10年分の貸借対照表・損益計算書(通期)をExcel形式でダウンロードいただけますので、どうぞご利用下さい。

<http://www.nissin.com/jp/ir/library/download/>

※ 修正計画に関して詳細な内容は非公表のため、期初計画を表示しています。

中期経営計画(2013年4月発表)ダイジェスト及び進捗

1. 日清食品グループ理念 「EARTH FOOD CREATOR」 グローバルに「食」の楽しみや喜びを提供することで、社会や地球に貢献する。

2. 「EARTH FOOD CREATOR」の体現

2015年度(2016/3)	2020年度(2021/3)	2025年度(2026/3)
グローバルカンパニー推進	グローバルカンパニー評価獲得	EARTH FOOD CREATOR 体現
海外売上比率:20%超	海外売上比率:30%超	海外売上比率:50%超
ROE:7%超	ROE:8%超	ROE:10%超

3. グローバルカンパニー推進に向けた全体戦略

- ▶ 国内事業の収益力強化 : 新収益モデル確立「ハイスピードブランディングシステムの導入、共同購入・物流によるコスト削減」
- ▶ 海外事業での成長加速 : 市場にあった事業モデル確立「成熟市場・成長市場・新規市場の各事業モデル」
- ▶ 全社共通の戦略的取り組み : プラットフォーム機能の強化「M&A、ROE重視経営、グローバル人材制度の確立」

4-1. 本中期経営計画の達成目標

項目	中期計画 対象期間(3年間)				中期計画 (2016年3月期)	2015計画 vs中計
	2012年度実績 (2013年3月期)	2013年度実績 (2014年3月期)	2014年度実績 (2015年3月期)	2015年度期初計画 (2016年3月期)		
売上高	3,828 億円	4,176 億円	4,316 億円	4,680 億円	4,500 億円	+4 %
うち海外売上高	535 億円	737 億円	828 億円	1,047 億円	985 億円	+6 %
営業利益	240 億円	277 億円	243 億円	245 億円	310 億円	-21 %
営業利益利益(退職給付会計影響額除く)	245 億円	270 億円	232 億円	226 億円	— 億円	- %
経常利益	310 億円	348 億円	330 億円	300 億円	360 億円	-17 %
親会社株主に帰属する四半期純利益	189 億円	193 億円	185 億円	200 億円	230 億円	-13 %
営業利益率	6.3 %	6.6 %	5.6 %	5.2 %	6.9 %	-24 %
経常利益率	8.1 %	8.3 %	7.6 %	6.4 %	8.0 %	-20 %
ROE	6.4 %	6.0 %	5.3 %	5.4 %	7.2 %	-25 %

4-2. 本中期経営計画の達成目標【国内エリア】

即席めん事業/売上	2,402 億円	2,505 億円	2,550 億円	2,643 億円	2,520 億円	+5 %
営業利益	255 億円	277 億円	251 億円	215 億円	272 億円	-21 %
チルド・冷凍事業売上	526 億円	548 億円	566 億円	572 億円	580 億円	-1 %
営業利益	8 億円	5 億円	△ 2 億円	3 億円	14 億円	-77 %
菓子・飲料事業売上※1	340 億円	361 億円	343 億円	387 億円	400 億円	-3 %
営業利益	6 億円	12 億円	13 億円	17 億円	19 億円	-9 %

※1: 2013年実績時までは、「外食」含む

4-3. 本中期経営計画の達成目標【海外エリア】

米州売上	259 億円	322 億円	357 億円	413 億円	378 億円	+9 %
営業利益	2 億円	5 億円	7 億円	5 億円	8 億円	-39 %
中国地域売上	208 億円	299 億円	345 億円	469 億円	322 億円	+46 %
営業利益	18 億円	28 億円	33 億円	41 億円	27 億円	+50 %
アジア売上	40 億円	55 億円	78 億円	106 億円	180 億円	-41 %
営業利益	△ 5 億円	△ 16 億円	△ 22 億円	△ 18 億円	1 億円	- %
EMEA売上	27 億円	60 億円	47 億円	59 億円	105 億円	-43 %
営業利益	2 億円	△ 2 億円	△ 1 億円	△ 2 億円	10 億円	- %
海外事業売上合計	535 億円	737 億円	828 億円	1,047 億円	985 億円	+6 %
営業利益合計	18 億円	16 億円	16 億円	26 億円	46 億円	-45 %

4-4. 設備投資額

設備投資額	3年間合計(13年度実績+14年度実績+15年度期初計画)				3年間合計(中期計画)
	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度(期初計画)	500 億円
	216 億円	275 億円	230 億円	382 億円	

5. 財務政策

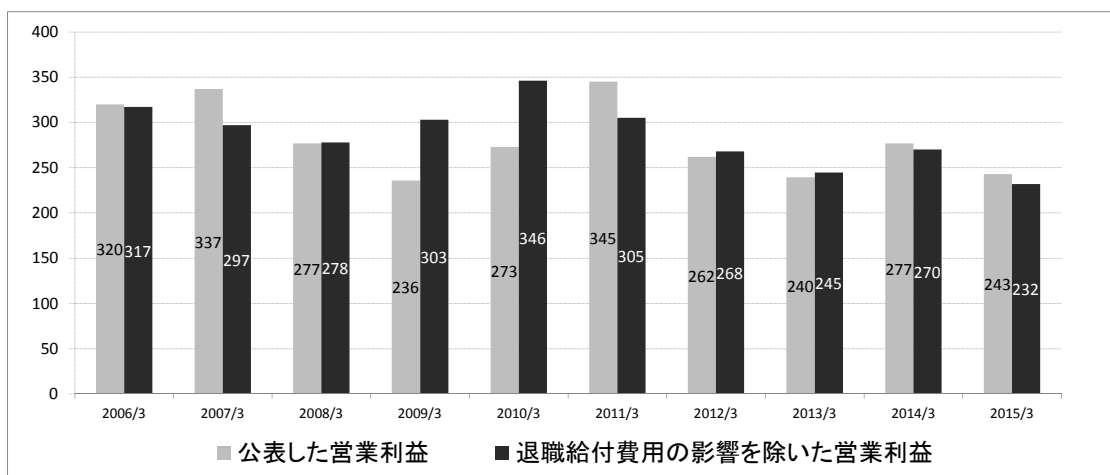
3年間の投資予算	設備投資額:~500億円/事業投資枠:~650億円 ⇒ 変更:合計総額1,150億円の枠とする。
株主還元方針	配当性向:40%以上を目指す/自社株式取得:市場環境・自社環境を勘案して検討
効率性指標	ROE重視の経営

※修正計画に関してセグメント別等の内容を公表していませんので、期中計画を表示しています。

ヒストリカルデータ

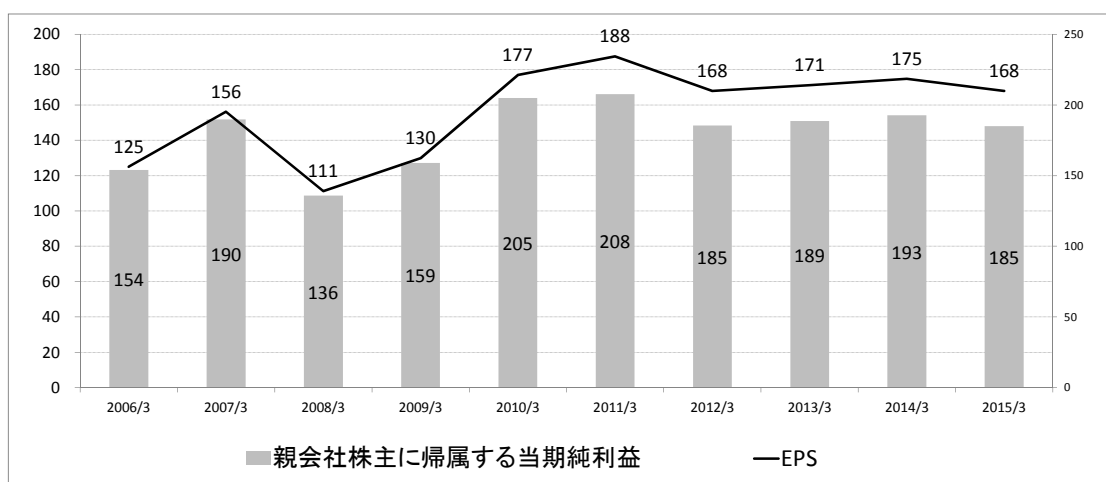
1. 営業利益推移

単位: 億円



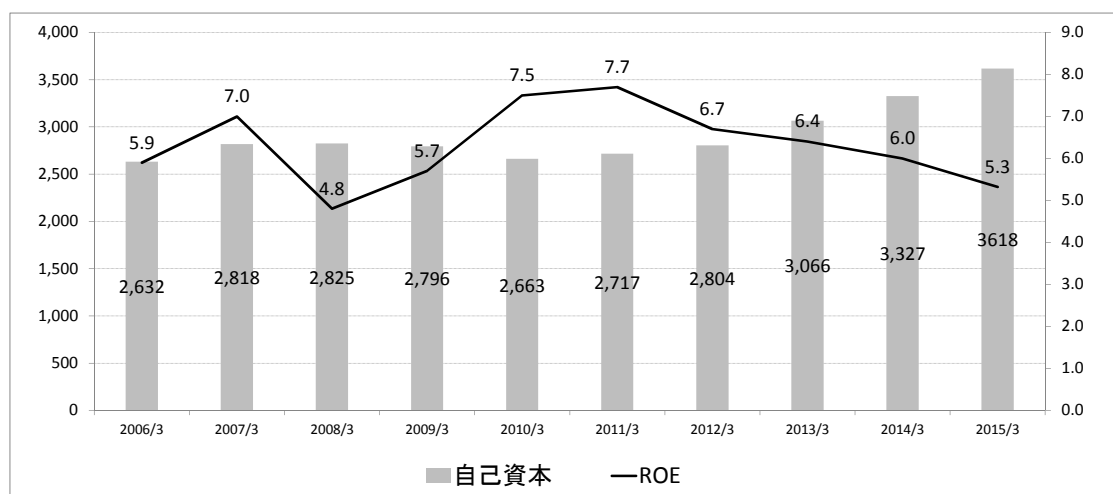
2. 親会社株主に帰属する当期純利益・EPS (=Earnings Per Share/一株当たり当期純利益) 推移

単位: 億円/円(右目盛/折れ線グラフ)



3. 自己資本と自己資本当期純利益率(ROE) 推移

単位: 億円/%(右目盛/折れ線グラフ)



主な日清食品グループ海外進出企業(2015年9月末現在)

【連結子会社】

地域	名称	設立	住所	主要な事業の内容
中国	日清食品有限公司	1984/10	中国・香港 タイポー地区	即席めんの製造販売
	永南食品有限公司	1989/3	中国・香港 タイポー地区	即席めん・冷凍食品の製造販売
	日清食品(中国)投資有限公司	2001/10	中国上海市	中国事業に対する投資会社
	上海日清食品有限公司	1995/2	中国上海市	即席めんの製造販売
	廣東順徳日清食品有限公司	1994/11	中国広東省佛山市	即席めんの製造販売
	珠海市金海岸永南食品有限公司	1993/7	中国広東省珠海市	即席めんの製造販売
	港永南食品(深圳)有限公司	1999/3	中国広東省深圳市	冷凍食品の製造販売
	日清食品(香港)管理有限公司	2001/7	中国・香港 タイポー地区	グループ間間接業務 サポート事業
	東莞日清包装有限公司	2013/11	中国広東省東莞市	即席めん包装資材の製造
	日清湖池屋(中国・香港)有限公司	2013/10	中国・香港 タイポー地区	スナック菓子の販売
	福建日清食品有限公司	2014/3	中国福建省廈門市	即席めんの製造販売
	浙江日清食品有限公司	2015/1	中国浙江省平湖市	即席めんの製造販売
	米州	ニッシンフーズ(U.S.A.) Co., Inc.	1970/7	米国 カリフォルニア州ガーデナ市
明星U.S.A. ,Inc.		1991/4	米国 カリフォルニア州チノ市	チルド食品の製造販売
ニッシンフーズメキシコS.A. de C.V.		2005/10	メキシコ メキシコ州レルマ市	即席めんの製造販売
ニッシンフーズデコロンビアS.A.S.		2013/3	コロンビア共和国 ボゴタ市	即席めんの販売
アジア	ニッシンフーズ(アジア)PTE. LTD.	1970/9	シンガポール ジュロン	即席めんの製造販売及び アジアにおける統括会社
	インドニッシンフーズLTD.	1990/5	インド バンガロール市	即席めんの製造販売
	ニッシンフーズインドIA LTD.	2009/2	インド バンガロール市	即席めんの販売
	ニッシンフーズ ベトナムCO., LTD.	2011/3	ベトナム ヒンズン省	即席めんの製造販売
	ニッシンフーズ(タイランド)CO., LTD.	1994/1	タイ バトゥムタニー県	即席めんの製造販売
EMEA	ニッシンフーズKft.	2004/4	ハンガリー ケチュケメット市	即席めんの製造販売
	ニッシンフーズGmbH	1993/2	ドイツ フランクフルト市	即席めんの販売
	ニッシンユルドウズ	2012/9	トルコ サカルヤ県	即席めんの製造販売

【持分法適用関連会社】

地域	名称	設立	住所	主要な事業の内容
米州	ニッシン・アジノモトアリメントLtda.	1975/5	ブラジル サンパウロ市	即席めんの製造販売
アジア	タイブレジデントフーズPub. Co., Ltd.	2006/12	タイ バンコク市	即席めんの製造販売
アジア	ニッシン・ユニバーサルロピナCorp.	1994/10	フィリピン パシッグ市	即席めんの製造販売
ロシア	マルベンフードホールディングスLtd.	2009/1	キプロス共和国	即席めん事業を営む企業集団の持株会社

ニッシン・ユニバーサルロピナコーポレーション(本社:フィリピン)の業績は2015年度1Qより当社持分法損益へ反映(持分比率:49.00%)されています。
ニッシン・アジノモトアリメントLtda.は2015年度3Qより連結子会社となります。

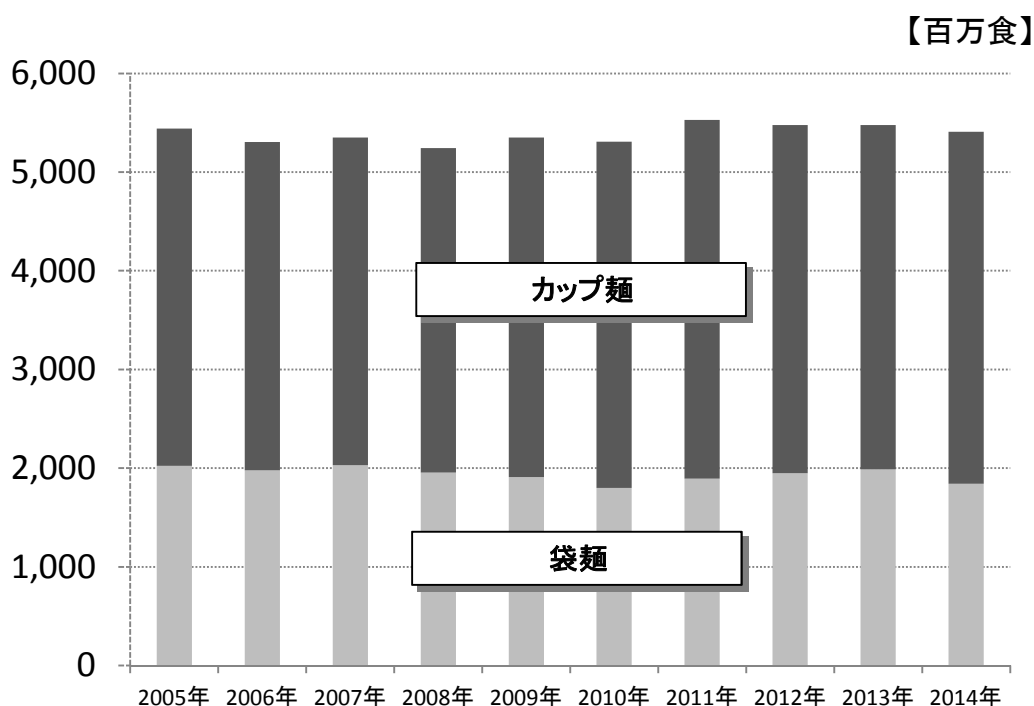
IR関連リリース

	発表日	内 容
2013年	10月10日	即席パスタで市場を開拓 トルコで初となる即席麺事業を開始
	12月4日	子会社株式(味の民芸フードサービス)の譲渡に関するお知らせ
	12月20日	中国生産子会社設立に関するお知らせ
	12月20日	香港での新工場建設に関するお知らせ
2014年	1月16日	高成長市場開拓のため、新コンセプト即席麺を供給 インド日清、同国東部に新工場を稼働
	2月1日	香港での事業開始に関するお知らせ
	2月4日	ぼんち株式会社との資本業務提携に関するお知らせ
	3月7日	「株主優待制度」の変更に関するお知らせ
	3月14日	モロッコ現地法人設立及び製品販売 開始に関するお知らせ
	8月6日	中国生産子会社設立に関するお知らせ
	8月20日	PT NISSINMASの株式取得に関するお知らせ
	10月30日	株式会社フレンテ株式追加取得に関するお知らせ
	12月2日	NURC(フィリピン)の株式追加取得および持分法適用関連会社化に関するお知らせ
2015年	2月4日	会社人事について(日清食品(株)代表取締役社長、日清シスコ(株) 代表取締役社長)
	2月18日	アジア4ヶ国における三菱商事(株)との戦略的アライアンス契約締結に関するお知らせ
	3月4日	会社人事・機構改革について(米国総代表、米国日清(株)代表取締役社長)
	4月2日	会社人事について(独立社外取締役、独立社外監査役)
	5月7日	完全子会社(日清食品ビジネスサポート株式会社)との吸収合併(簡易合併・略式合併)に関するお知らせ
	8月27日	NISSIN-AJINOMOTO ALIMENTOS LTDA.(日清味の素アリメントス(ブラジル))の追加持分取得並びに連結子会社化に関するお知らせ
	10月7日	連結子会社の異動に関するお知らせ(NISSIN TECHNOLOGY ALIMENTOS DO BRASIL LTDA.)
	10月30日	NISSIN-AJINOMOTO ALIMENTOS LTDA.(日清味の素アリメントス(ブラジル))に関する 持分取得手続完了のお知らせ

トピックス

2014年	7月16日	マンチェスター・ユナイテッドとグローバル・パートナーシップ契約を締結
	9月16日	(日清ヨーク)乳製品乳酸菌飲料、はっ酵乳を2014年10月1日(水)より価格改定
	9月29日	(日清食品)価格改定のお知らせ～2015年1月出荷分から～
	10月3日	(明星食品)価格改定のお知らせ 2015年1月1日(木)出荷分から
	11月10日	「HUNGRY TO WIN ～世界に、食ってかかれ～」マンチェスター・ユナイテッドとのグローバル・キャンペーンを本格始動!
	12月3日	(日清食品冷凍)出荷価格の改定のお知らせ～2015年3月1日(日)出荷分から～
	12月10日	(日清食品冷凍)冷凍パスタ商品の回収に関するお詫びとお知らせ
2015年	4月13日	(日清食品)「カップヌードル」シリーズ6品(4月下旬よりリニューアル発売)
	5月14日	(日清シスコ)「ごろっとグラノーラ」リニューアル 及び 生産ライン増設
	7月13日	プロテニスプレーヤー 錦織圭選手と所属契約を2020年まで更新
	8月25日	グローバル食品安全研究所(the WAVE)に「究理棟」新設
	11月4日	コーポレート・ガバナンスに関する報告書を東証TDnetにて公表

国内即席めん類の袋めん・カップめん 総生産数量推移 (2005年～2014年)



(単位：百万食)

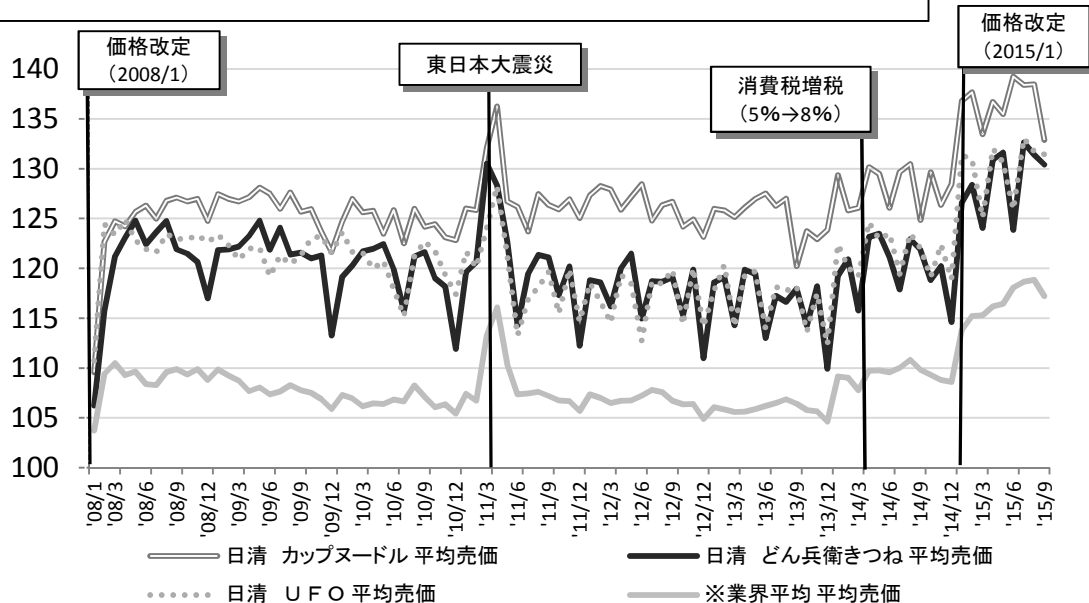
年度	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
カップ麺	3,419	3,327	3,319	3,290	3,438	3,510	3,635	3,527	3,487	3,566
袋麺	2,023	1,979	2,031	1,955	1,911	1,799	1,895	1,948	1,988	1,844
合計	5,442	5,305	5,349	5,245	5,349	5,309	5,530	5,476	5,475	5,410

【出所】一般社団法人 日本即席食品工業協会 (<http://www.instantramen.or.jp>)

年間の食数は4～3月ベースです。

主要製品 レギュラー製品量販店平均売価(税込) 推移 (2008/1～2015/9)

【単位：円】



※標準的な量の自社・他社製品全品(180円もの～PB製品・オープンプライス含む)

資料:当社調査/(税込売価)

国内即席めん類の総生産数量・総生産額推移 (2013/4~2015/9)

【袋めん・カップめん合計】

(単位:百万食、%、百万円)

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	期間累計
総生産数量 (百万食)	2015年度	468	389	408	427	412	495							2,600
	前年比	100.6	95.0	108.0	106.5	111.8	101.9							103.6
	2014年度	466	410	378	401	368	486	583	543	512	397	417	449	5,410
	前年比	95.9	94.1	104.6	102.8	103.1	109.1	103.6	97.1	96.9	102.4	94.4	86.3	98.8
	2013年度	485	436	361	390	357	445	563	559	528	388	441	521	5,475
	前年比	100.0	108.4	104.9	98.6	91.8	104.2	106.2	101.0	94.8	88.9	96.2	104.9	100.0
総生産額 (百万円)	2015年度	47,189	39,097	41,805	43,758	42,045	50,341							264,235
	前年比	104.6	98.0	112.4	110.5	116.8	107.7							108.1
	2014年度	45,119	39,909	37,192	39,582	35,994	46,726	57,161	53,734	50,932	40,177	41,535	45,078	533,141
	前年比	96.2	94.7	105.8	103.9	102.9	107.8	104.1	98.3	97.7	106.1	97.3	89.6	100.0
	2013年度	46,880	42,163	35,163	38,103	34,977	43,350	54,908	54,653	52,106	37,874	42,706	50,333	533,217
	前年比	97.4	105.5	101.6	95.7	90.3	103.1	107.6	102.1	95.1	89.2	96.4	106.5	99.3

【袋めん】

(単位:百万食、%、百万円)

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	期間累計
総生産数量 (百万食)	2015年度	150	135	127	137	133	161							842
	前年比	89.4	91.9	97.2	97.6	98.6	85.5							92.7
	2014年度	168	147	130	140	135	188	199	175	153	132	130	148	1,844
	前年比	92.8	90.0	95.0	95.5	102.6	114.6	96.7	90.5	85.2	98.2	81.3	76.7	92.7
	2013年度	181	163	137	147	132	164	206	193	180	134	160	192	1,988
	前年比	114.7	122.9	127.7	115.2	99.0	107.8	100.4	93.6	90.5	84.3	94.2	96.5	102.1
総生産額 (百万円)	2015年度	10,944	10,011	9,418	10,192	9,967	11,794							62,326
	前年比	90.4	94.0	98.7	99.0	102.0	88.4							94.9
	2014年度	12,105	10,654	9,537	10,299	9,772	13,343	14,055	12,416	10,789	9,578	9,149	10,617	132,315
	前年比	95.6	92.0	96.4	96.3	102.4	115.6	96.6	90.8	84.0	100.2	81.2	77.3	93.5
	2013年度	12,666	11,574	9,894	10,694	9,544	11,547	14,547	13,669	12,840	9,558	11,273	13,741	141,549
	前年比	113.0	120.6	126.8	113.8	98.2	106.7	101.3	94.5	91.6	86.0	96.2	98.6	102.4

【カップめん】

(単位:百万食、%、百万円)

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	期間累計
総生産数量 (百万食)	2015年度	318	255	281	291	279	335							1,758
	前年比	106.9	96.7	113.7	111.3	119.5	112.3							109.8
	2014年度	298	263	247	261	233	298	384	368	359	265	287	302	3,566
	前年比	97.8	96.5	110.5	107.2	103.5	105.8	107.5	100.6	103.0	104.6	101.9	91.9	102.3
	2013年度	305	273	224	244	225	281	357	366	348	254	282	328	3,487
	前年比	93.0	101.2	94.6	90.7	88.1	102.3	109.9	105.4	97.2	91.5	97.4	110.6	98.9
総生産額 (百万円)	2015年度	36,245	29,086	32,388	33,566	32,078	38,547							201,910
	前年比	109.8	99.4	117.1	114.6	122.3	115.5							112.9
	2014年度	33,014	29,255	27,655	29,283	26,222	33,383	43,106	41,318	40,143	30,600	32,386	34,461	400,827
	前年比	96.5	95.6	109.4	106.8	103.1	105.0	106.8	100.8	102.2	108.1	103.0	94.2	102.3
	2013年度	34,214	30,589	25,269	27,408	25,433	31,803	40,362	40,984	39,266	28,316	31,433	36,592	391,668
	前年比	92.6	100.7	94.2	90.1	87.6	101.8	110.1	104.9	96.3	90.3	96.5	109.7	98.3

【ノンフライ麺(袋めん)】 ※JAS格付製品のみ

(単位:百万食、%)

年度		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	期間累計
ノンフライ麺 (非油処理) (百万食)	2015年度	42	30	31	34	38	35							211
	前年比	87.5	69.3	83.3	71.4	104.4	81.9							82.2
	2014年度	48	44	38	48	36	43	42	47	35	30	31	33	475
	2013年度	61	53	46	51	44	42	71	69	55	46	54	66	660

【出所】 一般社団法人 日本即席食品工業協会

即席めんの世界市場（地域別）（2011-2014年） ※1-12月期の集計

地域	国名／地域	人口 (100万人)	GDP (10億ドル)	一人当たり (米ドル)	総需要(億食)				2014年 一人当たりの 消費量/年
					(1-12月累計)				
					2011年	2012年	2013年	2014年	
アジア	中国	1,339.7	9,181	6,070	424.7	440.3	462.2	444.0	33.0
	香港	7.0	274	36,827					
	インドネシア	237.6	868	3,557	145.3	147.5	149.0	134.3	56.5
	日本	128.0	4,898	46,838	55.1	54.1	55.2	55.0	43.0
	インド	1210.8	868	1,516	35.3	43.6	49.8	53.4	4.4
	ベトナム	85.8	171	1,716	49.0	50.6	52.0	50.0	58.3
	韓国	48.5	1,304	23,052	35.9	35.2	36.3	35.9	74.0
	タイ	65.9	420	5,775	28.8	29.6	30.2	30.7	46.6
	フィリピン	92.3	272	2,587	28.4	27.2	27.2	28.0	30.3
	マレーシア	28.3	312	10,422	13.2	13.0	13.5	13.4	47.3
	ネパール	26.4	18	656	8.2	8.9	10.2	11.1	42.1
	台湾	23.4	489	20,386	7.6	7.8	7.5	7.1	30.3
	サウジアラビア	27.1	748	25,136	6.2	6.4	6.6	6.9	25.4
	ミャンマー	50.2	63	1,126	2.4	3.0	3.4	4.1	8.2
	バングラデシュ	144.0	153	822	1.0	1.6	2.2	2.5	1.7
	カンボジア	13.3	15	944	2.6	2.6	2.4	2.5	18.4
	パキスタン	130.5	225	1,201	1.2	1.3	1.3	1.5	1.1
カザフスタン	16.0	224	12,455	1.3	1.3	1.4	1.4	8.5	
シンガポール	3.7	295	52,141	1.2	1.3	1.3	1.3	34.9	
ウズベキスタン	19.8	57	1,801	1.0	1.1	1.1	1.1	5.8	
小計	-	-	-	-	849.4	877.2	913.2	884.1	-
オセアニア	オーストラリア	21.7	1,531	67,869	3.4	3.5	3.5	3.6	16.7
	ニュージーランド	4.1	1,720	38,399	0.7	0.8	0.7	0.8	19.1
	小計	-	-	-	-	4.1	4.3	4.3	4.4
北米	アメリカ	308.7	16,768	51,163	42.7	43.4	43.5	42.8	13.9
	カナダ	33.4	1,838	52,283	2.1	2.1	2.1	1.9	5.7
	小計	-	-	-	-	44.8	45.5	45.6	44.7
中南米	ブラジル	190.7	2,243	11,347	21.4	23.2	24.8	23.6	12.4
	メキシコ	112.3	1,259	9,795	8.5	8.9	9.2	8.9	7.9
	ペルー	27.4	200	6,825	0.6	0.7	0.8	1.7	6.2
	グアテマラ	11.2	53	3,340	-	-	0.8	1.5	13.4
	チリ	15.1	277	15,363	0.2	0.2	0.3	0.4	2.4
小計	-	-	-	-	30.7	33.0	35.9	36.1	-
ヨーロッパ	ロシア	143.4	2,096	14,178	20.6	20.9	21.2	19.4	13.6
	ウクライナ	48.2	188	3,872	5.4	5.6	5.8	5.8	12.0
	イギリス	63.3	2,678	39,367	3.4	3.5	3.7	3.8	6.0
	ポーランド	38.0	525	12,820	2.9	2.7	2.6	3.0	7.9
	ドイツ	80.2	3,730	41,376	1.8	1.8	1.8	1.8	2.2
	チェコ	10.4	208	18,428	1.0	0.9	0.9	0.9	8.4
	フランス	62.7	2,806	39,617	0.5	0.5	0.6	0.6	0.9
	スウェーデン	9.4	579	55,072	0.2	0.2	0.3	0.3	3.1
	ハンガリー	9.9	133	12,490	0.2	0.2	0.2	0.2	2.3
	デンマーク	5.5	336	56,253	0.2	0.2	0.2	0.2	3.0
	オランダ	16.1	853	46,073	0.2	0.2	0.2	0.2	1.4
フィンランド	5.3	267	45,741	0.2	0.2	0.2	0.1	2.6	
小計	-	-	-	-	36.2	36.9	37.7	36.4	-
アフリカ	ナイジェリア	140.4	514	1,555	12.6	13.4	14.3	15.2	10.8
	エジプト	72.7	255	3,155	1.2	1.5	1.7	2.0	2.8
	南アフリカ	51.7	366	7,336	1.5	1.7	1.7	1.9	3.6
	小計	-	-	-	-	14.4	15.5	16.8	19.1
その他	-	-	-	-	2.2	2.3	2.5	2.7	-
合計	-	-	-	-	982.0	1,014.9	1,056.5	1,027.4	-

【出典】世界ラーメン協会(WINA)

※人口：United Nations "National Accounts Main Aggregates Database (国民経済計算データベース)"、2015年データ(2015年1月1日ダウンロード)

台湾は台湾行政院ホームページ「The Republic of Yearbook 2014」を参照。

※GDP/一人当たりGDP：United Nations "National Accounts Main Aggregates Database (国民経済計算データベース)"、2014年データ(2015年4月10日ダウンロード)

台湾は台湾行政院ホームページ「The Republic of Yearbook 2013」を参照。

【注釈】

※一人当たりの消費量：人口と2014年の総需要に基づき算出

※一部、遡及修正している国・地域があります。

国内各事業の市場データ

■国内即席麺

国内即席麺市場・生産数量・前年同月比【出所】一般社団法人 日本即席食品工業協会

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	期間累計
2015年度	即席麺 計	+0.6%	-5.0%	+8.0%	+6.5%	+11.8%	+1.9%							+3.6%
	袋麺 生産数量	-10.6%	-8.1%	-2.8%	-2.4%	-1.4%	-14.5%							-7.3%
	カップ麺 生産数量	+6.9%	-3.3%	+13.7%	+11.3%	+19.5%	+12.3%							+9.8%
2014年度	即席麺 計	-4.1%	-5.9%	+4.6%	+2.8%	+3.1%	+9.1%	+3.6%	-2.9%	-3.1%	+2.4%	-5.6%	-13.7%	-1.2%
	袋麺 生産数量	-7.2%	-10.0%	-5.0%	-4.5%	+2.6%	+14.6%	-3.3%	-9.5%	-14.8%	-1.8%	-18.7%	-23.3%	-7.3%
	カップ麺 生産数量	-2.2%	-3.5%	+10.5%	+7.2%	+3.5%	+5.8%	+7.5%	+0.6%	+3.0%	+4.6%	+1.9%	-8.1%	+2.3%
2013年度	即席麺 計	+0.0%	+8.4%	+4.9%	-1.4%	-8.2%	+4.2%	+6.2%	+1.0%	-5.2%	-11.1%	-3.8%	+4.9%	-0.0%
	袋麺 生産数量	14.7%	+22.9%	+27.7%	+15.2%	-1.0%	+7.8%	+0.4%	-6.4%	-9.5%	-15.7%	-5.8%	-3.5%	+2.1%
	カップ麺 生産数量	-7.0%	+1.2%	-5.4%	-9.3%	-11.9%	+2.3%	+9.9%	+5.4%	-2.8%	-8.5%	-2.6%	+10.6%	-1.1%

■低温セグメント

市販用チルド麺市場 日清推定 前年度比

年度	全体	うどん	ラーメン	焼そば	冷し中華	そば	スパ
2014年度	金額	-4.6%	-5.0%	-3.2%	-2.1%	-11.6%	-6.2%
	数量	-3.1%	-3.5%	-2.2%	-1.0%	-10.5%	-5.0%
2013年度	金額	-5.4%	-5.7%	-6.3%	-4.8%	-6.4%	+10.0%
	数量	-2.2%	-3.5%	-2.7%	-1.6%	-4.3%	+25.6%
2012年度	金額	-5.9%	-7.0%	-0.9%	-7.3%	-2.4%	+3.0%
	数量	-3.8%	-5.6%	-7.9%	-2.9%	+0.1%	-5.3%

市販用 調理冷蔵市場 日清推定 前年度比

年度	冷蔵全体	米飯	麺類
2014年度	金額	-0.4%	+1.3%
	数量	-0.2%	+2.4%
2013年度	金額	+4.0%	+7.0%
	数量	+4.0%	+8.0%
2012年度	金額	+3.5%	+4.8%
	数量	+5.0%	+6.1%

冷凍麺のみ(弁当含まず)

年度	冷凍麺合計	冷凍麺				
		ラーメン	うどん	そば	焼そば	スパ
2014年度	金額	+2.1%	+2.3%	-1.6%	-17.9%	+0.3%
	数量	+2.6%	+2.9%	-0.5%	-18.6%	+0.4%
2013年度	金額	+7.0%	-3.0%	-1.0%	+9.0%	-4.0%
	数量	+8.0%	-7.0%	+0.0%	+2.0%	-4.0%
2012年度	金額	+6.2%	+2.6%	-2.0%	+13.5%	-3.3%
	数量	+7.9%	+0.5%	+0.4%	+10.8%	-5.8%


■菓子・飲料セグメント

シリアル市場 日本スナック・シリアルフーズ協会 前年比(1月-12月)

年度	全体	コーンフレーク	玄米フレーク	グラノーラ	その他
2014年	金額	+25.5%	-6.4%	-15.8%	+68.0%
	数量	+29.7%	-3.5%	-14.6%	+69.1%
2013年	金額	-14.5%	-6.4%	+10.6%	+55.2%
	数量	+16.3%	-5.7%	+12.0%	+53.4%
2012年	金額	+12.4%	+1.7%	-5.9%	+54.1%
	数量	+15.5%	+3.6%	-4.5%	+49.4%

乳酸菌飲料市場 参照:富士経済 前年比(4月-3月)

年度	金額	乳酸菌飲料	ドリンクヨーグルト
2014年	金額	-0.6%	+11.3%
2013年	金額	+2.0%	+13.9%
2012年	金額	-0.7%	+27.9%

 **日清食品ホールディングス株式会社**
(2897)

この資料に掲載しております当社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すようお願い申し上げます。

< お問い合わせ先 >

日清食品ホールディングス株式会社 IR室
〒160-8524 東京都新宿区新宿6-28-1
TEL : (03) 3205-5027 FAX : (03) 3205-5179
e-mail : ir.jp@nissin.com