



# 2022年度 第2四半期決算報告

2022年11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：2022年11月11日

# 目次

<b>I.</b>	<b>2022年度 第2四半期 業績報告</b>	.....	<b>P2</b>
<b>II.</b>	<b>中長期成長戦略の達成に向けた今期の主な取り組み</b>	.....	<b>P10</b>

Appendix

# 2022年度 第2四半期 連結決算サマリー

- 売上収益：海外事業が全体を牽引し、連結で2桁増を達成、過去最高を更新
- 既存事業コア営業利益：コスト上昇を価格改定および商品ミックス改善等によりカバーし、増益
- 新規事業：完全メシの売れ行き好調、発売以降4ヵ月で400万食突破

	<u>第2四半期 実績</u>		<u>通期業績予想</u>	
		前期比		前期比
売上収益	3,170億円	+ 15.2%	5,950億円	+4.4%
<b>既存事業コア営業利益</b>	<b>283億円</b>	<b>+ 4.4%</b>	<b>520億円</b>	<b>+ 4.9%</b>
国内即席めん事業	165億円	△3.6%	340億円	+ 2.9%
国内非即席めん事業	30億円	△36.2%	71億円	+ 9.7%
海外事業	108億円	+ 56.8%	160億円	+17.2%

# 2022年度 第2四半期 連結決算サマリー

単位：億円	2022年度 第2四半期 決算開示ベース			2022年度 第2四半期 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	3,170	+ 419	+ 15.2%	2,976	+ 226	+ 8.2%
既存事業コア営業利益	283	+ 12	+ 4.4%	268	△ 3	△ 1.3%
営業利益	270	+ 2	+ 0.7%	254	△ 14	△ 5.3%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	174	+ 3	+ 1.5%	162	△ 9	△ 5.5%
既存事業コア営業利益率	8.9%	△ 0.9pt		9.0%	△ 0.9pt	
営業利益率	8.5%	△ 1.2pt		8.5%	△ 1.2pt	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	5.5%	△ 0.7pt		5.4%	△ 0.8pt	

# セグメント別：決算サマリー

海外が大幅増、国内も需要が底堅く推移し、3事業全てで増収。  
国内事業はコスト増をカバーしきれずに減益となるも、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  
資材高騰に加え円安によるコスト増を主因に、減益

## 国内非即席めん事業

冷凍・飲料・菓子事業により、増収を確保  
資材高騰に加え円安によるコスト増を主因に、減益

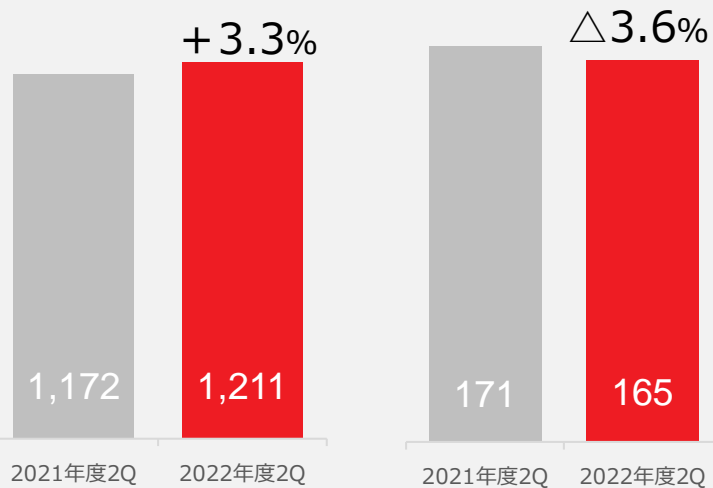
## 海外事業

全地域で2桁の増収（米州地域+56%）  
コスト増を吸収し、増益

(億円)

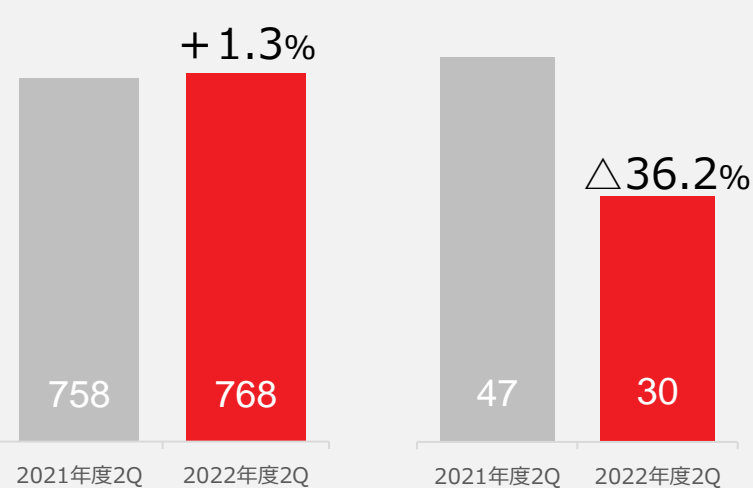
売上収益

コア営業利益



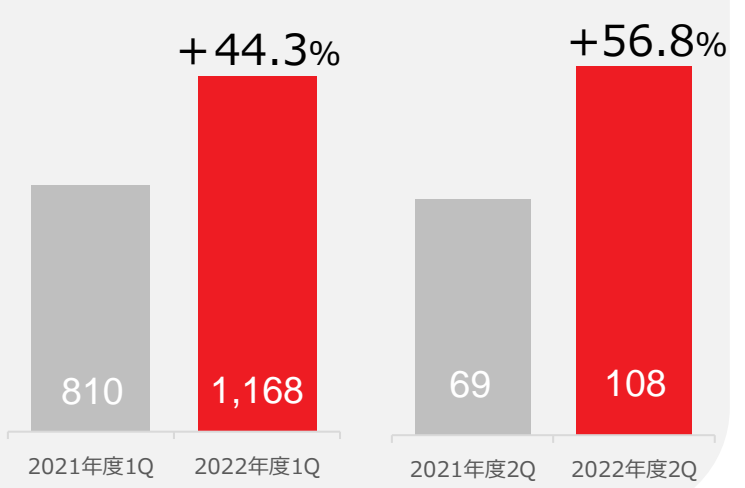
売上収益

コア営業利益



売上収益

コア営業利益



# セグメント別 売上収益実績

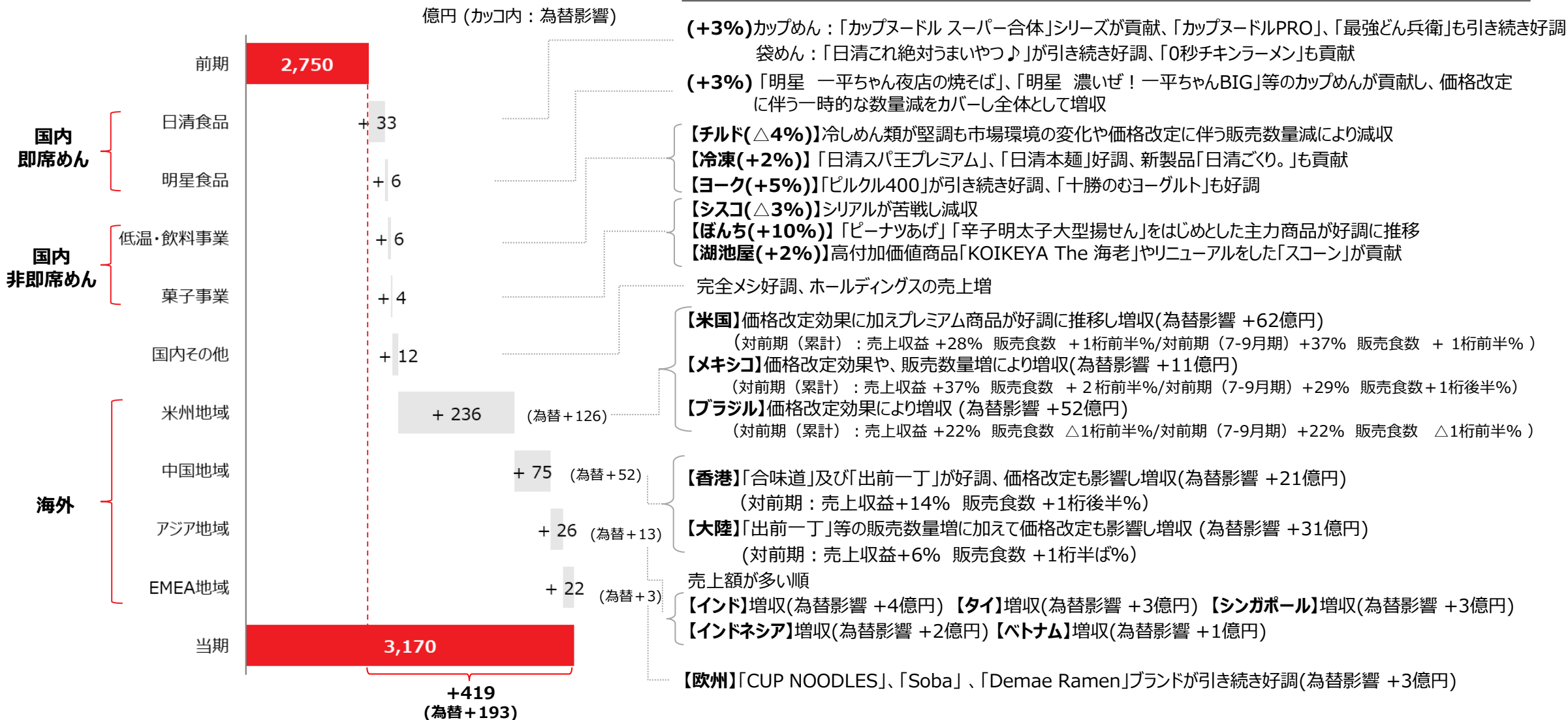
大幅増収となった海外事業を中心に、国内事業の底堅い需要もあり、全てのセグメントで増収

単位：億円	2022年度 第2四半期 決算開示ベース			2022年度 第2四半期 為替一定ベース		
	業績	前期比		業績	前期比	
		増減額	増減率		増減額	増減率
日清食品	1,019	+ 33	+ 3.4%	1,019	+ 33	+ 3.4%
明星食品	193	+ 6	+ 3.1%	193	+ 6	+ 3.1%
<b>国内即席めん事業</b>	<b>1,211</b>	+ 39	+ 3.3%	<b>1,211</b>	+ 39	+ 3.3%
低温・飲料事業	416	+ 6	+ 1.5%	416	+ 6	+ 1.5%
菓子事業	352	+ 4	+ 1.2%	352	+ 4	+ 1.2%
<b>国内非即席めん事業</b>	<b>768</b>	+ 10	+ 1.3%	<b>768</b>	+ 10	+ 1.3%
国内その他	22	+ 12	+ 109.6%	22	+ 12	+ 109.6%
<b>国内事業 計</b>	<b>2,002</b>	+ 61	+ 3.1%	<b>2,002</b>	+ 61	+ 3.1%
米州地域	660	+ 236	+ 55.6%	535	+ 110	+ 26.0%
中国地域	333	+ 75	+ 28.8%	282	+ 23	+ 8.8%
アジア地域	98	+ 26	+ 35.4%	86	+ 13	+ 17.7%
EMEA地域	76	+ 22	+ 41.0%	73	+ 19	+ 35.2%
<b>海外事業 計</b>	<b>1,168</b>	+ 358	+ 44.3%	<b>975</b>	+ 165	+ 20.4%
<b>連結 計</b>	<b>3,170</b>	+ 419	+ 15.2%	<b>2,976</b>	+ 226	+ 8.2%

\* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結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

# セグメント別 売上収益貢献度 (前期比・決算開示ベース)

## 主な要因\*



\* 海外に関するコメント及び前期比は、すべて現地通貨ベースの売上収益に基づいて記載しております

# セグメント別 コア営業利益実績

## 米州地域が海外事業を牽引、増益幅拡大

単位：億円	2022年度 第2四半期 決算開示ベース					2022年度 第2四半期 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	151	△ 0	151	△ 3	△ 1.9%	151	△ 3	△ 1.9%
明星食品	14	0	14	△ 3	△ 18.6%	14	△ 3	△ 18.6%
<b>国内即席めん事業</b>	<b>165</b>	<b>△ 0</b>	<b>165</b>	<b>△ 6</b>	<b>△ 3.6%</b>	<b>165</b>	<b>△ 6</b>	<b>△ 3.6%</b>
低温・飲料事業	16	△ 2	17	△ 8	△ 31.1%	17	△ 8	△ 31.1%
菓子事業	13	0	13	△ 9	△ 41.9%	13	△ 9	△ 41.9%
<b>国内非即席めん事業</b>	<b>28</b>	<b>△ 2</b>	<b>30</b>	<b>△ 17</b>	<b>△ 36.2%</b>	<b>30</b>	<b>△ 17</b>	<b>△ 36.2%</b>
国内その他	13	0	13	+ 1	+ 4.2%	13	+ 1	+ 4.2%
<b>国内事業 計</b>	<b>206</b>	<b>△ 2</b>	<b>207</b>	<b>△ 22</b>	<b>△ 9.7%</b>	<b>207</b>	<b>△ 22</b>	<b>△ 9.7%</b>
米州地域	43	△ 0	43	+ 22	+ 101.3%	34	+ 13	+ 60.5%
中国地域	39	5	34	+ 10	+ 39.7%	29	+ 4	+ 18.4%
アジア地域	19	△ 0	19	△ 3	△ 12.5%	18	△ 4	△ 18.0%
EMEA地域	10	△ 1	11	+ 10	+ 1,005.1%	11	+ 10	+ 973.4%
<b>海外事業 計</b>	<b>111</b>	<b>4</b>	<b>108</b>	<b>+ 39</b>	<b>+ 56.8%</b>	<b>92</b>	<b>+ 24</b>	<b>+ 34.3%</b>
<b>国内・海外事業 計</b>	<b>317</b>	<b>2</b>	<b>315</b>	<b>+ 17</b>	<b>+ 5.6%</b>	<b>300</b>	<b>+ 1</b>	<b>+ 0.4%</b>
その他連結調整	△ 1	△ 0	△ 1	△ 1	-	△ 1	△ 1	-
グループ関連費用	△ 31	-	△ 31	△ 4	-	△ 31	△ 4	-
<b>既存事業 計</b>	<b>285</b>	<b>2</b>	<b>283</b>	<b>+ 12</b>	<b>+ 4.4%</b>	<b>268</b>	<b>△ 3</b>	<b>△ 1.3%</b>
新規事業	△ 15	△ 0	△ 15	△ 8	-	△ 15	△ 8	-
<b>連結 計</b>	<b>270</b>	<b>2</b>	<b>268</b>	<b>+ 4</b>	<b>+ 1.5%</b>	<b>253</b>	<b>△ 11</b>	<b>△ 4.3%</b>

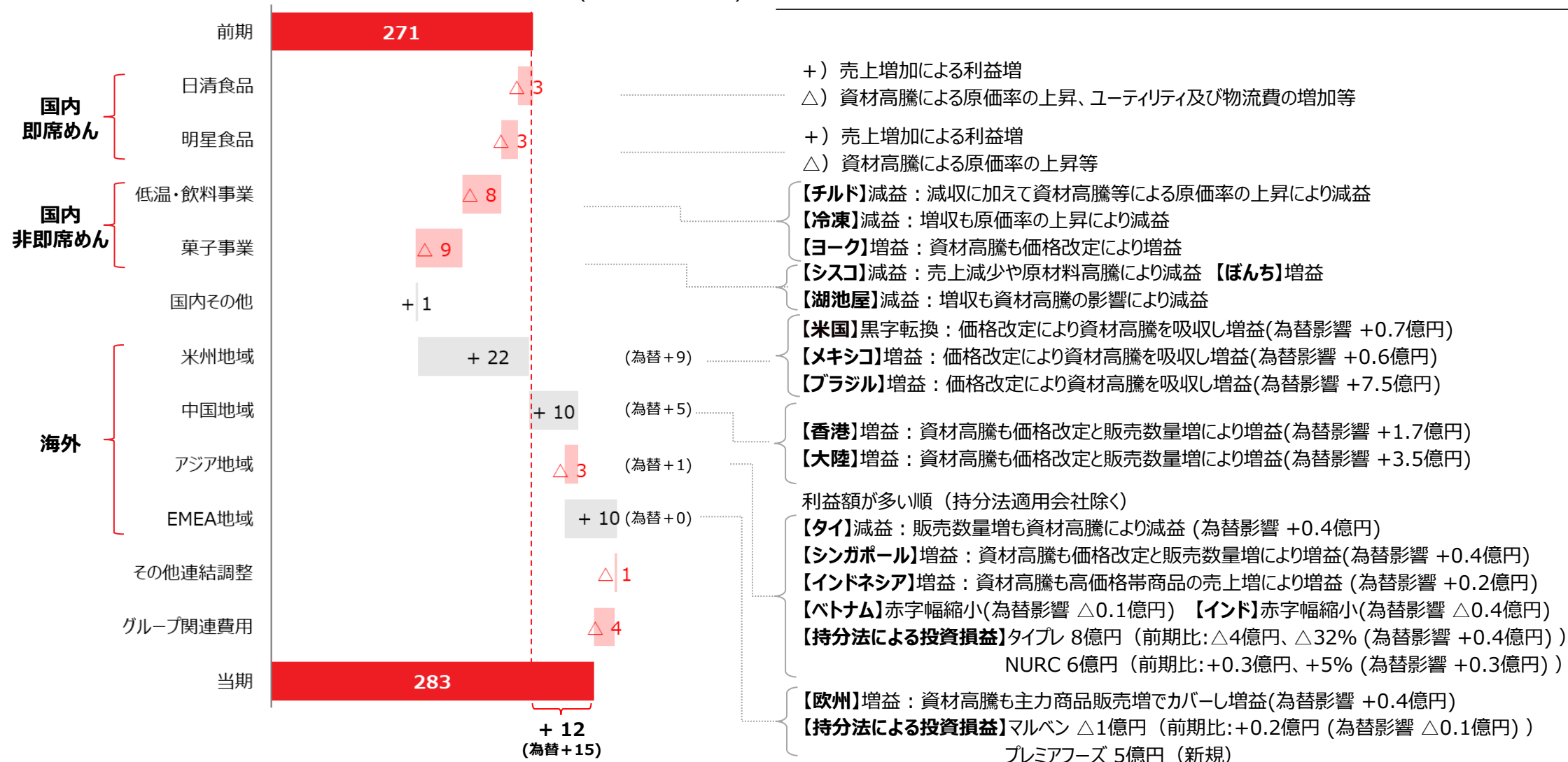
\* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります



# セグメント別 既存事業コア営業利益貢献度（前期比・決算開示ベース）

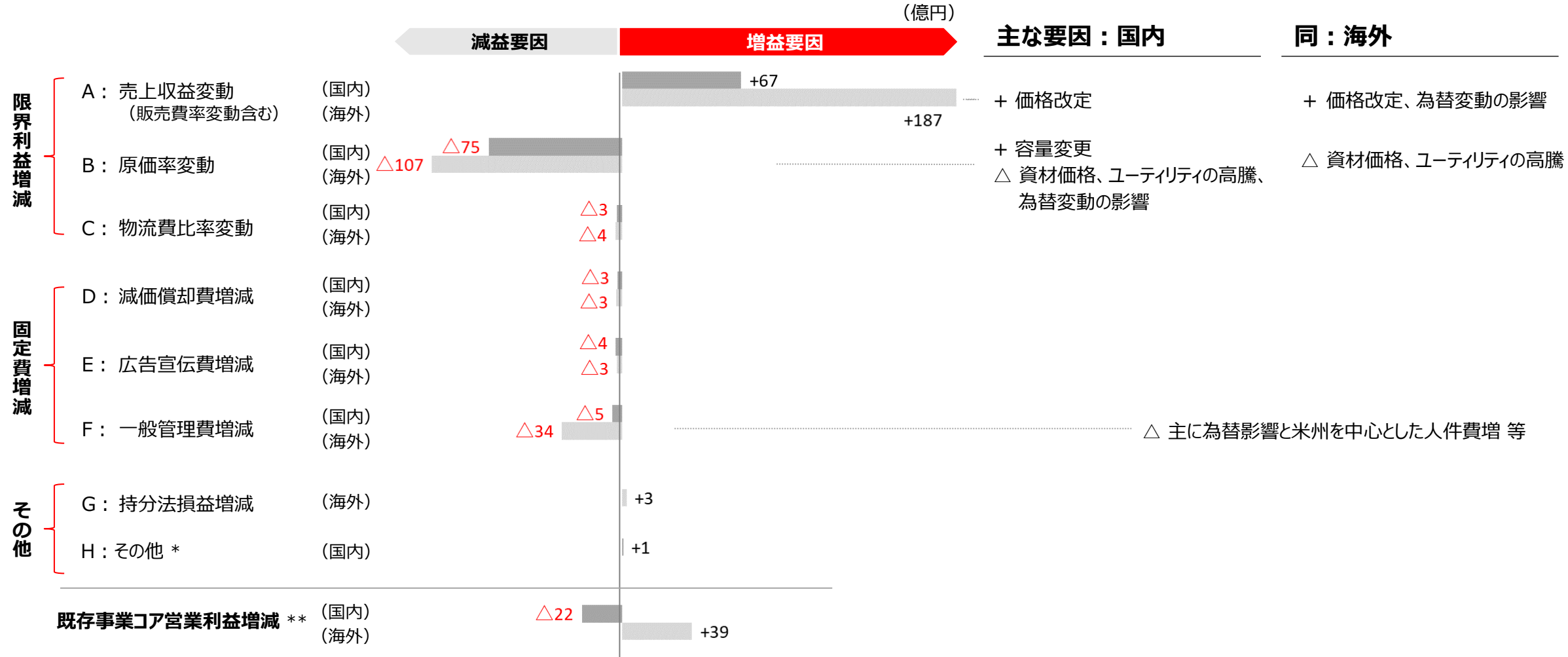
億円（カッコ内：為替影響）

主な要因\*



\* 海外に関するコメント及び前期比は、すべて現地通貨ベースのコア営業利益に基づいて記載しております

# 既存事業コア営業利益の増減要因（前期比・決算開示ベース）



\* 国内その他セグメントのコア営業利益増減は「H：その他」に含めて表示

\*\* 別途「調整額」として前期比△5億円の差異発生

【増減要因の算出法】

① 限界利益 (A,B,C)	= (当期の売上収益 × 前期の売上収益比率) - 当期費用	* 売上収益に販売費控除額を足し戻した額を元に算定
② 固定費 (D,E,F)	= 前期費用 - 当期費用	
③ その他 (G)	= 前期実績 - 当期実績	
(H)	= 国内その他セグメントのコア営業利益増減	

# 中長期成長戦略の達成に向けた 今期の主な取り組み

# 2022年度 上半期総括と今後の展望

## レジリエンスに富む当社ビジネス

- コロナ禍で世界的に高まった即席めんへのベース需要は、急ピッチで進む物価高騰下、強い状況が継続
- 当社商品については、ブランド力と相対的な値ごろ感から、価格改定がグローバルに浸透

## 商品・価格戦略の考え方

- 当社固有の技術力、ブランド力を梃子に高付加価値商品市場の開拓を進め、収益率改善を継続
- 原材料価格の上昇等、企業努力でカバーできない部分は、引き続き、価格に反映する方向性

## EFC2030の取り組み

- 2050年までにカーボンネットゼロをコミット、EFC2030の取り組みを加速

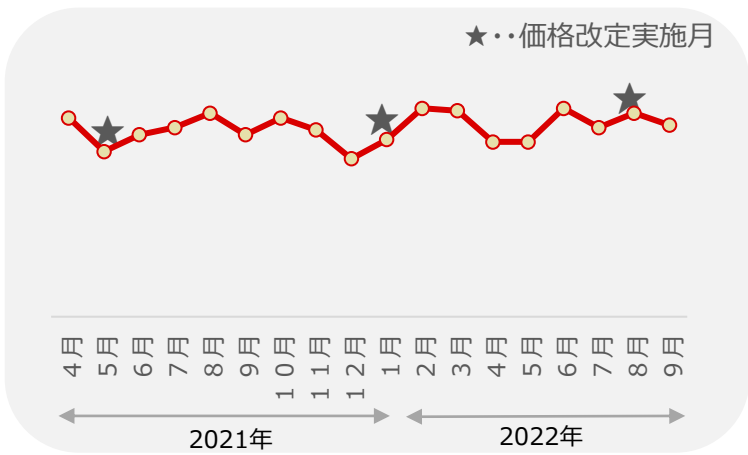
# 米州地域

米国は8月の価格改定後も強い需要が続き、数量は前年を上回って推移。想定よりも早く黒字転換。ブラジルではマーケットリーダーとして即席めんの需要を創出。新カップカテゴリーとなる「U.F.O.」を発売し、カップめん市場の拡大を目指す

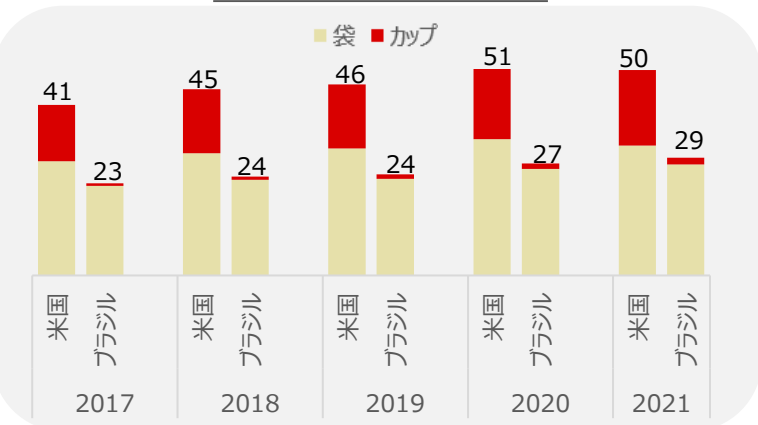
## 上半期の成果

## 下半期以降の取り組み

米国日清の販売食数推移  
(月別出荷ベース)



即席めん需要 (億食)



※世界ラーメン協会 (WINA) より当社作成

### 米国

- コスト上昇への対応。黒字転換に向けた取り組み
  - 平均36%の価格改定を実施
- プレミアム商品比率の拡大

CUP NOODLES STIR FRYを発売後  
プレミアム品群は急速に拡大  
2022年度 2Q (累計) プレミアム品  
売上 対前期 2桁% UP  
数量 対前期 1桁% UP

- さらなる安定収益基盤の強化
- プレミアム商品の販売拡大  
今後数年以内に売上構成比50%へ拡大



Hot & Spicy Fire Wok



CN STIR FRY Rice with Noodles

### ブラジル

- 価格改定の浸透、コストインパクトの低減
- 新商品導入による新たなカップめん喫食提案
  - マーケティング戦略と営業戦略の連動による需要喚起
  - 「U.F.O.」を発売。新たなカップ市場創出



CUP NOODLES



NISSIN Yakisoba U.F.O.

- カップめんの市場開拓
- より一層の生産体制の強化へ



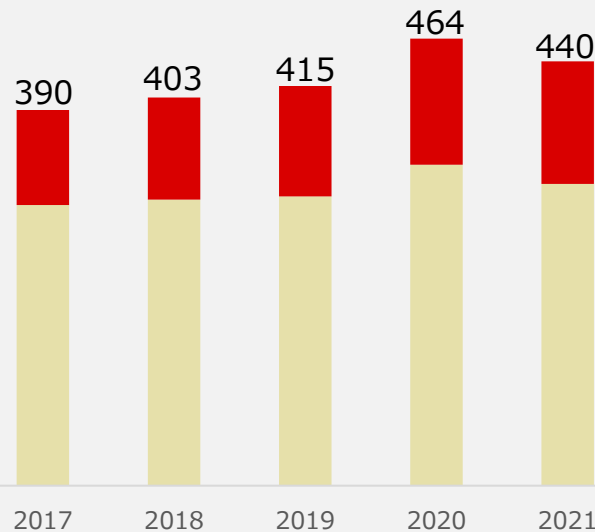
# 中国地域

不安定な市場環境が続く中、独自のプレミアムポジションを確立した「合味道」が好調に推移  
引き続き、即席めん事業のブランド強化・非即席めん事業の拡大による収益機会の最大化を目指す

即席めん需要（億食）

## 大陸・香港

■ 袋 ■ カップ



※世界ラーメン協会（WINA）より当社作成

## 上半期の成果

- 大陸での高付加価値商品市場が拡大する中販売エリアの拡大と「合味道」ブランドを強化
- 大陸では3月の価格改定以降も「出前一丁」ブランドなどを中心に販売が伸長
- 香港では4月の価格改定以降も需要は強く、「合味道」ブランドなどの即席めん事業に加え、冷凍を中心とした非即席めん事業が収益に貢献



## 下半期以降の取り組み

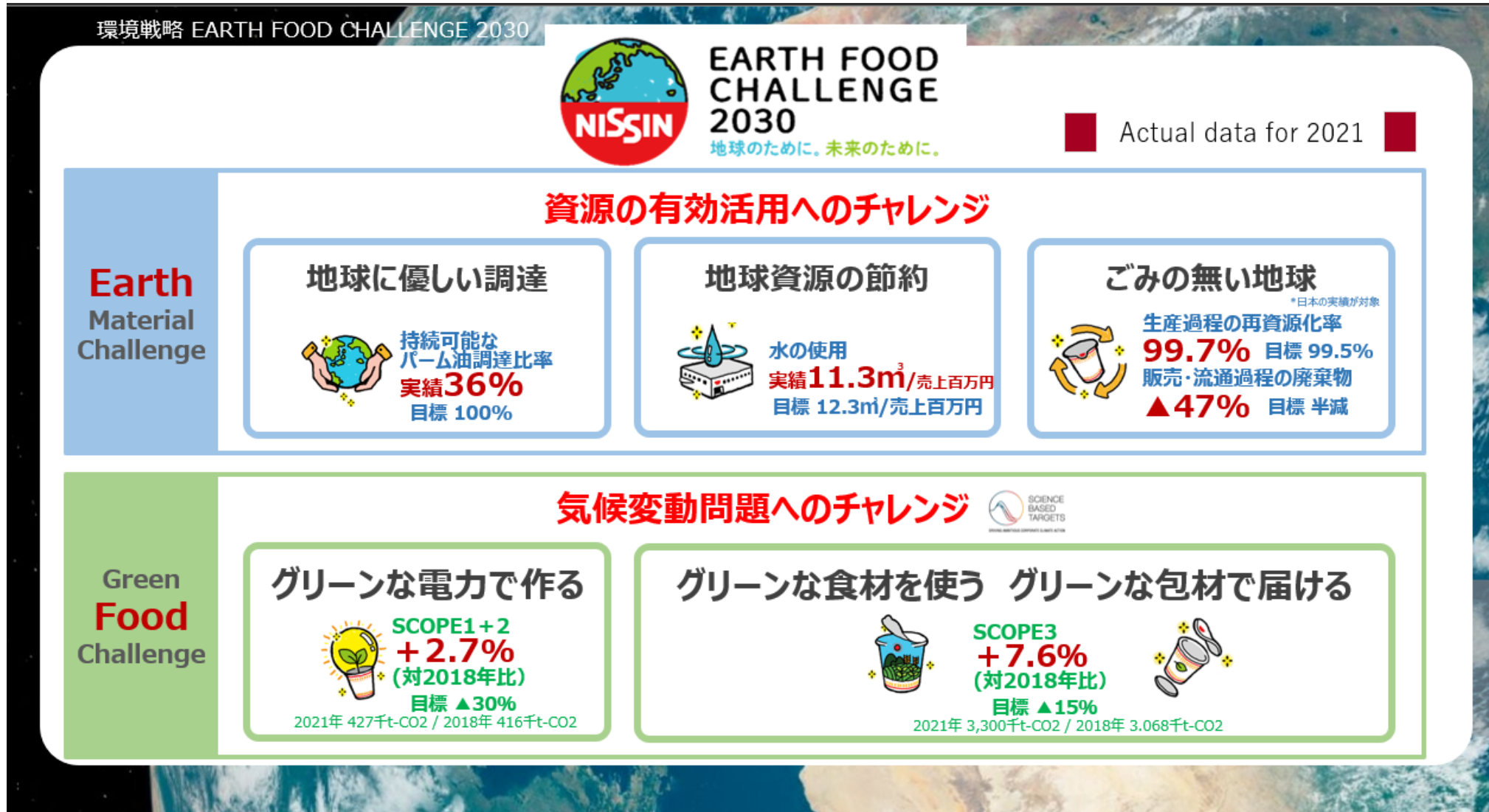
- 販売網、販売エリアの拡大
- プレミアム即席めんの拡充
- 菓子・飲料・冷凍食品事業などマルチカテゴリー化の推進、ライフスタイルの変化に対応した新商品の投入
- 包装資材の内製化によるコスト競争力強化

# EFC2030の取り組み



# EARTH FOOD CHALLENGE 2030 実績

見込み通りに推移、CO<sub>2</sub>は2018年比では事業成長もありプラスとなったが、2020年比で絶対値は減少した





# 日清食品グループのカーボンニュートラル 宣言

**持続可能な社会に向けた日清食品グループの新たな挑戦！**

**「ネイチャーポジティブ」を推進し、2050年「カーボンニュートラル」を目指す**

**生物多様性を回復させながら、CO<sub>2</sub>排出量を“プラスマイナスゼロ”に**

日清食品グループは、2020年4月に策定した環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」においてCO<sub>2</sub>排出量の削減目標を定め、再生可能エネルギーの使用をはじめとした取り組みを進めています。

近年、企業におけるCO<sub>2</sub>排出量削減の取り組みは、サプライチェーン全体を巻き込んで強化していくことが求められています。また、生物多様性が重視される中、「ネイチャーポジティブ」は「カーボンニュートラル」に続く国際的なテーマとして、次の世界目標に位置づけられようとしています。

日清食品グループは、商品に使用する植物性食品\*1の割合を拡大するなど、原材料に関する環境負荷の低減や、生産工程で廃棄される食材のアップサイクル\*2による資源の有効活用、即席麺の製造に使用するパーム油の生産地における森林再生活動\*3など、「ネイチャーポジティブ」に向けたさまざまな活動に取り組み、2050年までにCO<sub>2</sub>排出量を実質ゼロにする「カーボンニュートラル」の達成を目指すことを宣言します。

日清食品グループは、気候変動対策に加え、生物多様性の保全と回復を重要な経営課題に位置づけ、これからも持続可能な社会の実現に努めていきます。

\*1 植物に由来する食品で、穀類、芋、豆、野菜、キノコ、果実、海藻類や、それらを加工した食品のこと。動物に由来する食品に比べ、生産過程での環境負荷が少ないといわれている。

\*2 本来捨てられるはずだった物に新たな付加価値を与え、別の物として再利用すること。

\*3 森林破壊や森林伐採により減少しつつある森と林を、森に光を入れるための間伐や、林木育苗や植林などを通じて意図的に回復させること。

# ■ ネイチャーポジティブとカーボンニュートラルの関係性

ネイチャーポジティブの推進は、生物多様性の保全だけでなくCO<sub>2</sub>の削減・吸収に大きく繋がる

## Nature Positive

自然の損失を食い止め、  
(2020年比で) 自然を純増させる



## Carbon Neutral

CO<sub>2</sub>の排出量を全体としてゼロにする

ネイチャーポジティブ  
への貢献効果

農林水産業に  
依存する食品企業は  
特に取り組み可能な  
領域が大きい

(森林保全・管理により)  
天然林が健やかに成長する

(植林により)  
森林面積が増加する

(再生型農業・カーボンファーム<sup>\*1</sup>により)  
土壌が回復する

カーボンニュートラル  
への貢献効果

森林がより多くのCO<sub>2</sub>を吸収する

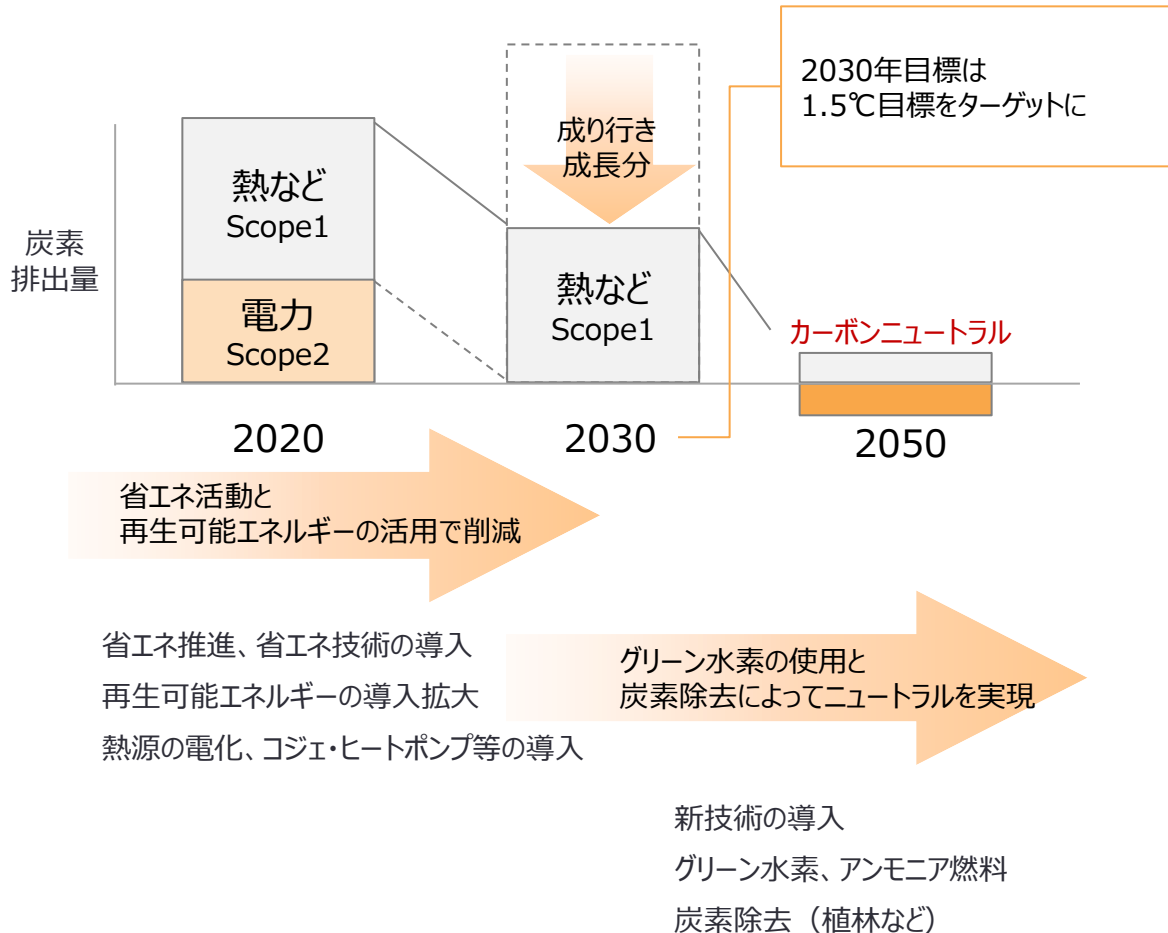
地面により多くのCO<sub>2</sub>を蓄積する

\*1:カーボンファームとは、気候変動を緩和する目的で、農場レベルで炭素貯留、フロー、GHGフラックス（単位時間当たりに単位面積から大気中に入り出す炭素の量）を管理する農業の仕組みを指す

# カーボンニュートラル実現に向けた戦略方向性

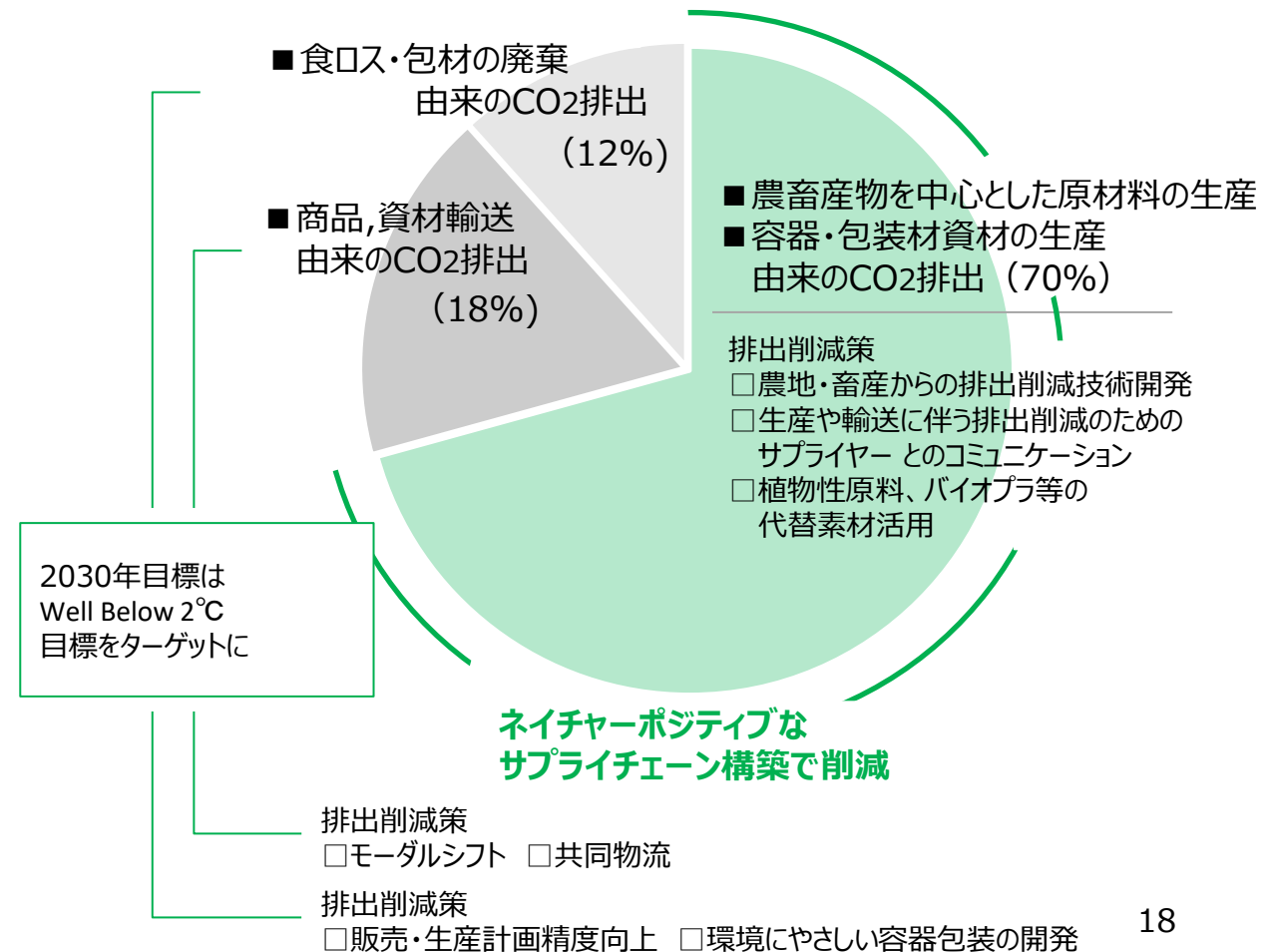
## Scope1+2 生産工場での取り組み

利用可能な炭素削減技術から段階的に導入



## Scope3 サプライチェーンでの取り組み

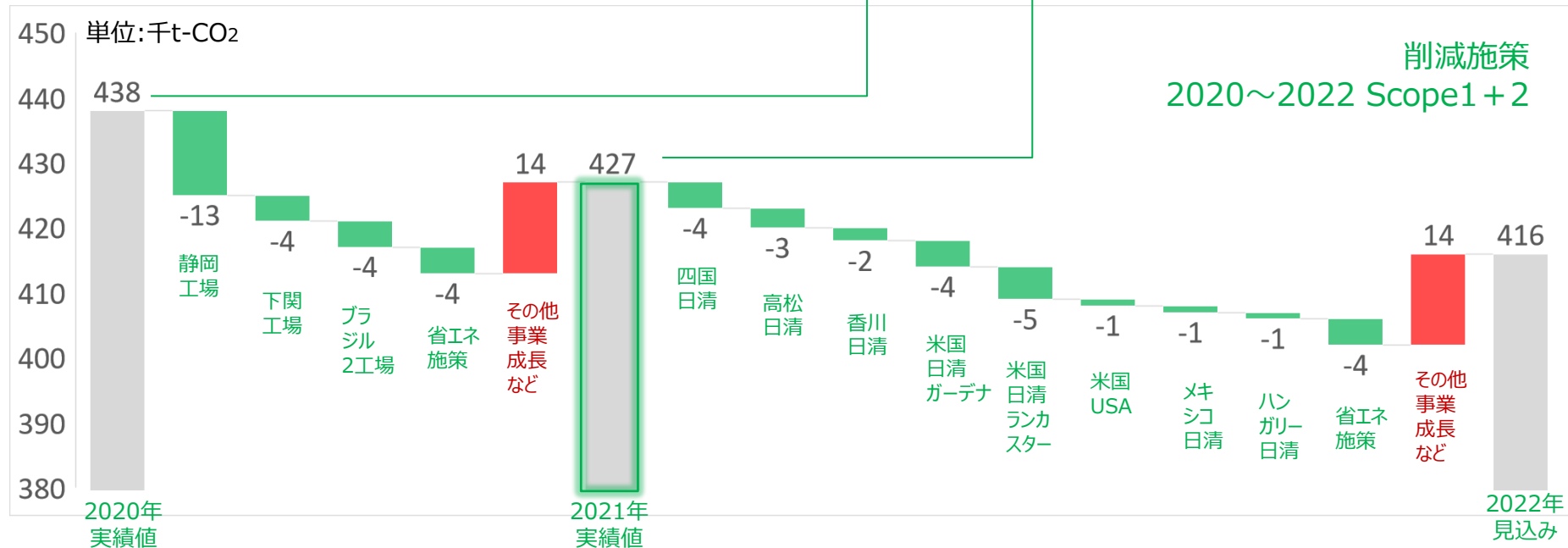
大きな割合を占める調達に関する排出を中心に  
ネイチャーポジティブなサプライチェーンの構築を目指す



# Scope1 + 2 進捗

再エネメニュー切り替えを主とするCO<sub>2</sub>削減トレンドよりも、事業成長ペースが上回り、  
2021年実績は基準年2018年と比較し+2.7%となった。2022年は改善する見込み

会社名	Scope	単位	2018	2019	2020	2021	CAGR	2021 vs 2018年比
日清食品 グループ (日本・海外)	Scope1	千t-CO <sub>2</sub>	237	254	266	269	4.3%	13.5%
	Scope2		179	174	172	158	-4.1%	-11.7%
	Scope1+2		416	428	438	427	0.9%	2.7%
	Scope3		3,068	3,092	3,329	3,300	2.5%	7.6%



# Scope3進捗

Scope3はバイオマスECOカップの取り組みなど、製品を象徴する取り組みを中心に、共同輸送、海洋プラスチックを使用したパレットの導入など幅広く取り組む

会社名	Scope	単位	2018	2019	2020	2021	CAGR	2021 vs 2018年比
日清食品グループ (日本・海外)	Scope1	千t-CO2	237	254	266	269	4.3%	13.5%
	Scope2		179	174	172	158	-4.1%	-11.7%
	Scope1+2		416	428	438	427	0.9%	2.7%
	Scope3		3,068	3,092	3,329	3,300	2.5%	7.6%

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

バリューチェーン全体にわたる包括的な取り組み

植物由来のバイオマスECOカップの活用

バイオマス度 81%~

フタ止めプラスチックの廃止

33t

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→36%

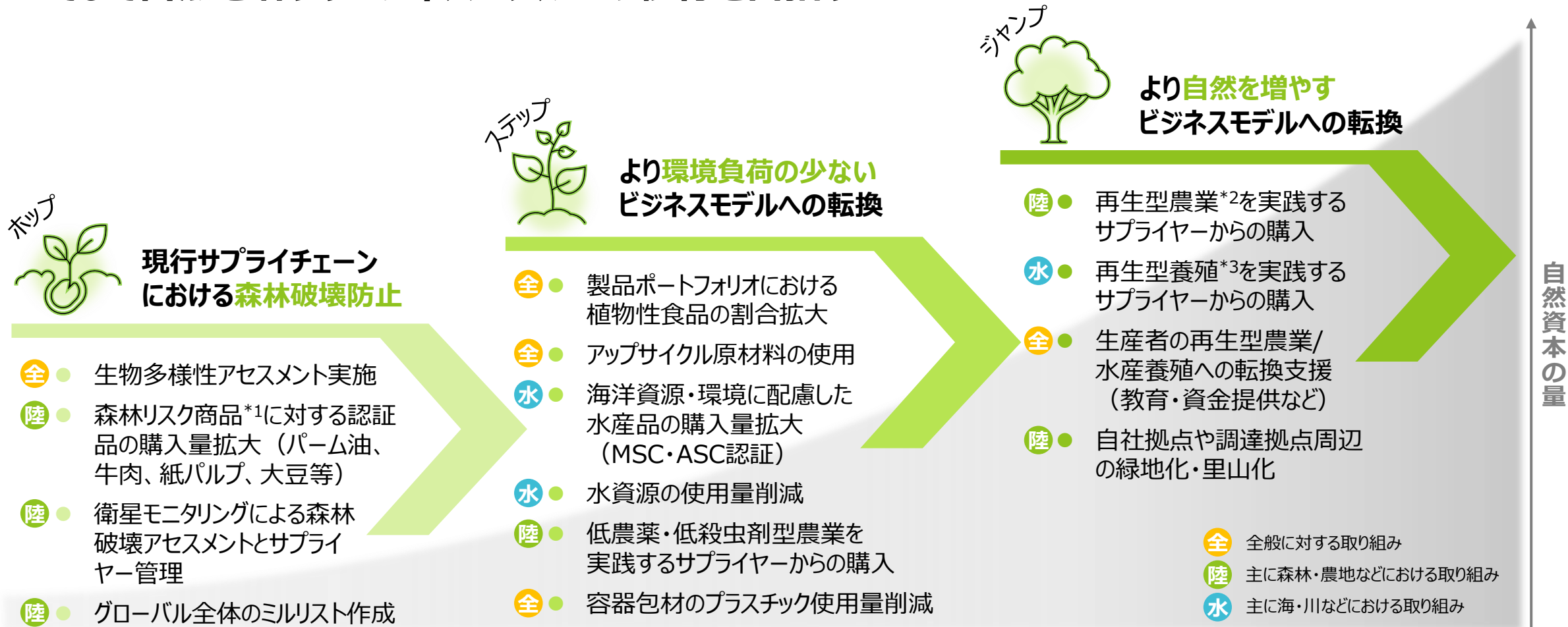
他企業との共同輸送

“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

# 「ネイチャーポジティブ」実現に向けた取り組み方向性

まずはサプライチェーン上の森林破壊防止に注力し、徐々に環境負荷の少ないビジネスモデル、そして自然を増やすビジネスモデルへの移行を目指す



\*1：森林リスク商品とは、世界的に取引されており、森林減少の原因となる商品および原材料を指す。

\*2：再生型農業とは、土壌とその生態系を保全・回復しながら農業を行うモデルを指す。

\*3：再生型養殖とは、海洋資源や淡水資源を回復させながら養殖を行うモデルを指す。



# パーム油の取り組み進捗

日本調達分のパーム油ミル（搾油工場）の情報を整理・公開、ミルの位置情報を元に衛星モニタリングを開始、高リスクエリアにある農家に対しダイアログを実施。持続可能なパーム油調達を起点にネイチャーポジティブを目指す

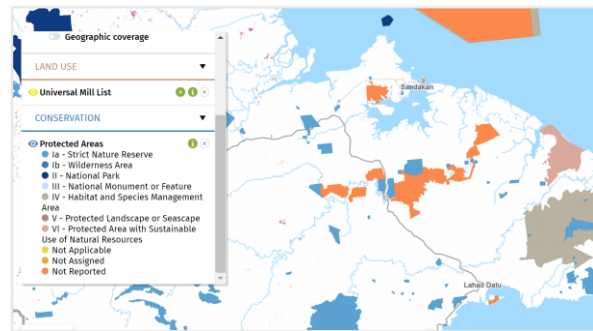


日本調達分のミル（搾油工場）723 箇所 の情報を整理し、開示

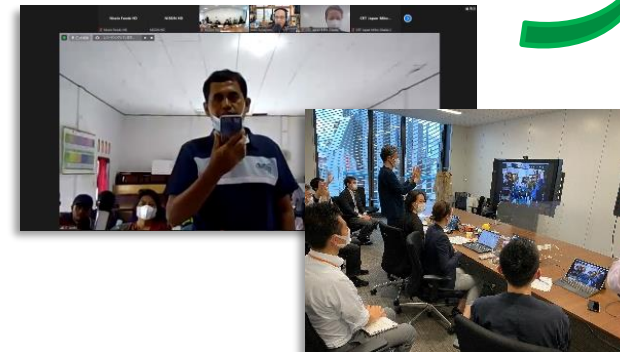
NISSIN FOODS Group  
Palm Oil Mills (2021) [https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/business/procurement/pdf/PalmOilMills\\_2021.pdf](https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/business/procurement/pdf/PalmOilMills_2021.pdf)

No.	Parent Company	Mill Name	Country	Latitude	Longitude	UMLID
1	epa management	sedenak	malaysia	1.730858	103.538323	PO1000000019
2	inti indosawit subur	buatan i	indonesia	0.434444	101.825	PO1000000021
3	pamol estates (sabah)	pamol sabah	malaysia	6.002431	117.398389	PO1000000052
4	musim mas	batang kulim	indonesia	0.077043	102.030838	PO1000000054
5	sime darby plantation	binuang (sou 28)	malaysia	4.704457	118.060186	PO1000000063
6	sime darby plantation	merotai (sou 30)	malaysia	4.369347	117.832905	PO1000000064
7	sime darby plantation	sandakan bay (sou 26)	malaysia	5.641362	118.166868	PO1000000065
8	sabahmas plantation	sabahmas	malaysia	5.179162	118.405246	PO1000000066
...	...	...	...	...	...	...
720	merlung inti lestari	merlung inti lestari	indonesia	-1.328637	103.273717	PO1000011556
721	surya sawit sejahtera	surya sawit sejahtera	indonesia	-2.59769	120.56726	PO1000011557
722	kasmar matano persada	kasmar matano persada	indonesia	-2.541361	120.303444	PO1000011558
723	kalimantan agro nusantara	kalinusa rantau pulung	indonesia	0.676288	117.227312	PO1000011591

ミルリストの情報を元に衛星モニタリング



環境リスクの高い箇所エリアにある  
パーム油農家とのダイアログ実施 2022年3月



World Resources Institute (WRI) が提供する衛星モニタリングツールを用いて、ミルや周辺のアブラヤシ農園が位置するエリアの森林・泥炭地破壊リスクを検証

**中長期成長戦略の達成に向けた  
今期の主な取り組み  
日清食品・新規事業**



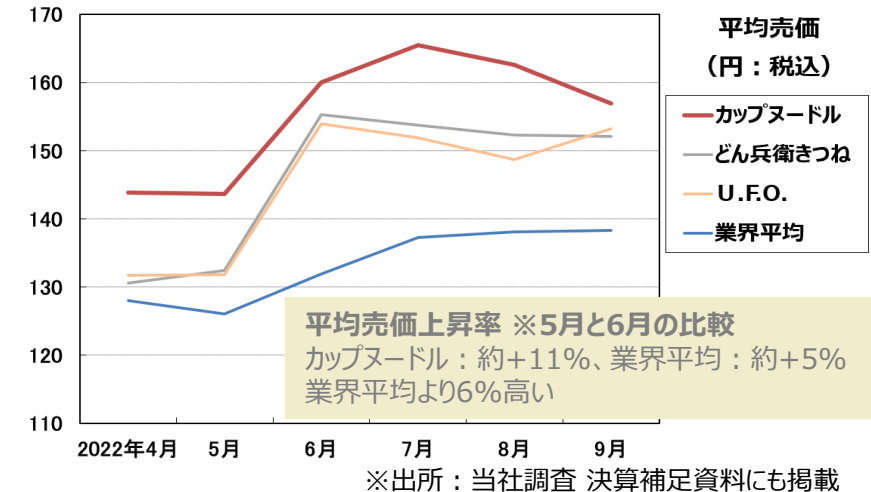
# 国内即席めん事業 (日清食品) (1)

## 上半期までの市場動向

- 6月の価格改定後、他社に先駆けて当社の店頭価格が上昇したことや、気温要件もあり数量・金額は一旦減少
- 数量は8月に前年比横ばいまで回復、9月に前年超えとなり、売上収益の増加に貢献、Q2の増収幅はQ1対比で拡大
- 9月のカップヌードルバースデー月において、ブランドコミュニケーションの成功により、発売50周年であった昨年を上回る実績(カップヌードル群販売数量)
- 前回価格改定(2019年)より需要回復が早い傾向

前年比	4月	5月	6月	7月	8月	9月
当社出荷金額	+8%	+10%	△10%	△4%	+4%	+10%

- 当社は6月時点で平均売価が上昇

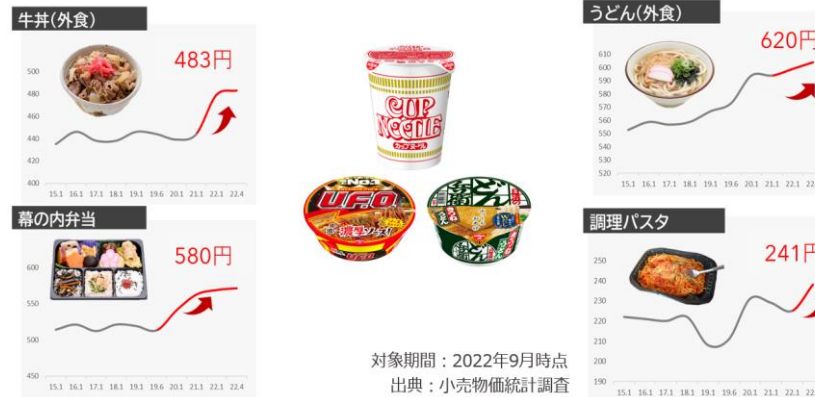


## 下半期以降の市場動向

-消費者インサイト・消費動向の変化-  
 巣ごもり消費志向の低下と物価上昇

- 買い物頻度の減少
- 生活に必要なものだけを買う
- 買うモノの価値を考えるようになる
- ...

節約意識が高まる中で、外食・弁当類より  
 マーケットにおけるカップ麺の相対的な価値が高まる



## 取り組み方針

-ブランド価値の更なる向上へ、即席めん  
 の多様な価値訴求-

ターゲットのインサイトに合わせて分かりやすく  
 商品価値を訴求

- 売り場エンタメ化×データドリブン
- 付加価値型製品による価値創出

# 国内即席めん事業 (日清食品) (2)

## 上半期の成果

### <コアブランド>

- 「カップヌードル」ブランド計(上半期前年比)+5% ※出荷金額  
・低価格帯への一時的なシフトも、レギュラー帯も回復基調+高価格帯の寄与
- 「どん兵衛」ブランド計(上半期前年比)+5% ※出荷金額



21年4月発売  
22年3月：フリットト発売

### <付加価値型>

- 「カップヌードルPRO」(上半期前年比)+24% ※出荷金額
- 「カップヌードルPRO」、「最強どん兵衛」  
価格改定影響を受けず好調な推移、新価値を訴求
- 「0秒チキンラーメン」：即席めんの新たな喫食オケージョン



### <データドリブン×エンタメ企画>

- 消費者販売データに基づいた、店頭販売プロモーションの推進  
※「カップヌードルPRO」と健康系酒類との親和性に着目した施策など

### <カップライス>

- カップ即席ライス計(上半期前年比)+20% ※出荷金額



## 下半期以降の取り組み

6年連続 最高売上更新へ！



8年連続 最高売上更新へ！



どんぎつね“アニメ化”プロジェクト始動！



昨年大好評だった「東西だし比べ」を  
話題化パッケージとTVCMで更に強化







# 医療連携・高齢者対応における完全栄養食の展開

## 第29回 国際高血圧学会

### 完全栄養食プロジェクトについて 講演を実施

国内外の研究者や医師などの専門家から完全栄養食への高い関心が向けられた



特別講演



ブース展示

## 医療連携

### 糖尿病・高血圧患者等のQOL改善 に向けた取り組みを推進中

糖尿病患者、高血圧患者等計137名が完全栄養食を試食  
クリニックへのPoCも推進中

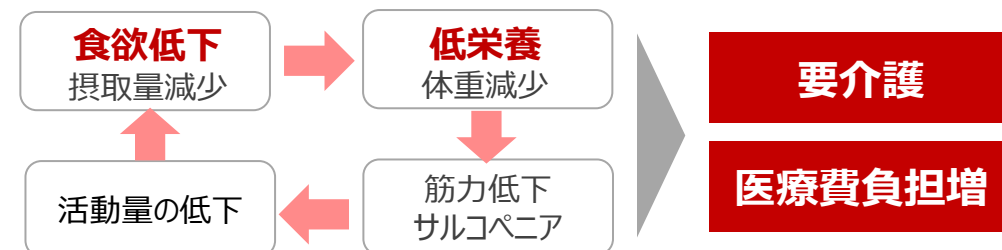


- ・塩分やカロリーを抑えたい自分にとっては、最高の食です。
- ・ジャンクなメニューを食べていても健康で生きられるという驚きがある。
- ・栄養バランスに優れ、カロリーも抑えめで味、見た目、調理方法ともに良かった。

## 高齢者対応

### 高齢者へ栄養面から効果的にアプローチ 健康寿命の延伸を目指す

完全栄養食による高齢者への臨床試験の実施



フレイルサイクル

※1

# 「圏央道インターパークつくばみらい」工場用地取得

新たな食文化を発信する「フラッグシップ拠点」となる新工場建設に向けて茨城県に用地を取得  
国内最大規模の生産拠点の建設を予定、最先端のフードテクノロジーの研究・開発も目指す

新たな挑戦と  
フラッグシップ拠点



茨城県・つくばみらい市の魅力

## 概要

- 国内最大規模の生産能力を有する新たな製造工場の建設
- 最先端のフードテクノロジーの研究・開発拠点の建設など

- 面積：33ヘクタール
- 操業開始予定：2026年度

## 場所

つくばエクスプレス線沿い、首都圏へのアクセスも抜群



# Appendix

## 2022年度 通期連結業績予想（ロシア・ウクライナ情勢を含まず）

既存事業コア営業利益ベースで520億円を目指す。IFRS営業利益は、引き続き積極的な新規事業投資を行っていくことにより470~495億円の水準となる見通し

売上収益	5,950 億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>原則として既存事業からあがる売上収益を指す</li> </ul>
<b>既存事業コア営業利益</b>	<b>520 億円</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ロシア・ウクライナ情勢を含まず</li> <li>Mid-single Digit中位である+5%成長に相当</li> <li>新規事業投資を既存事業コア営業利益の5~10%にて実施</li> <li>減損や特別利益等のその他収支は見込まず</li> </ul>
営業利益	470 ~ 495 億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規事業投資を既存事業コア営業利益の5~10%にて実施</li> <li>減損や特別利益等のその他収支は見込まず</li> </ul>
親会社の所有者に帰属する 当期利益	310 ~ 330 億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業利益と同様、レンジベースでの予想</li> </ul>
EPS	303 ~ 322 円/株	<ul style="list-style-type: none"> <li>自己株式控除後株式数1.02億株前提</li> <li>ただし機動的な自己株式取得を継続的に検討</li> </ul>

\* 業績予想に係る円表示数値は全て21年度実績為替一定ベース

# 2022年度 セグメント別予想

全ての事業セグメントで、2021年度実績と比較し増収増益を目指す

億円	売上収益 (IFRS)				コア営業利益 (Non-GAAP)			
	2022年度 予想	前期 (2021年度 実績)		2022年度 予想	前期 (2021年度 実績)			
		売上収益	前期比		コア営業利益	前期比		
日清食品	2,180	2,108	+ 72	+ 3.4%	315	306	+ 9	+ 3.0%
明星食品	390	379	+ 11	+ 2.8%	25	24	+ 0	+ 1.8%
<b>国内即席めん事業</b>	<b>2,570</b>	<b>2,487</b>	<b>+ 83</b>	<b>+ 3.3%</b>	<b>340</b>	<b>330</b>	<b>+ 10</b>	<b>+ 2.9%</b>
低温・飲料事業	830	809	+ 21	+ 2.6%	35	33	+ 2	+ 5.5%
菓子事業	715	690	+ 25	+ 3.6%	36	32	+ 4	+ 14.0%
<b>国内非即席めん事業</b>	<b>1,545</b>	<b>1,499</b>	<b>+ 46</b>	<b>+ 3.1%</b>	<b>71</b>	<b>64</b>	<b>+ 6</b>	<b>+ 9.7%</b>
国内その他	25	22	+ 3	+ 15.1%	10	19	△ 9	△ 46.5%
<b>国内 計</b>	<b>4,140</b>	<b>4,008</b>	<b>+ 132</b>	<b>+ 3.3%</b>	<b>420</b>	<b>413</b>	<b>+ 7</b>	<b>+ 1.7%</b>
米州地域	935	873	+ 62	+ 7.1%	35	29	+ 6	+ 18.8%
中国地域	590	555	+ 35	+ 6.3%	65	61	+ 4	+ 5.7%
アジア地域	170	148	+ 22	+ 15.0%	46	41	+ 5	+ 11.3%
EMEA地域	115	114	+ 1	+ 1.2%	14	4	+ 10	+ 228.6%
<b>海外 計</b>	<b>1,810</b>	<b>1,689</b>	<b>+ 121</b>	<b>+ 7.1%</b>	<b>160</b>	<b>136</b>	<b>+ 23</b>	<b>+ 17.2%</b>
<b>国内・海外 計</b>	<b>5,950</b>	<b>5,697</b>	<b>+ 253</b>	<b>+ 4.4%</b>	<b>580</b>	<b>549</b>	<b>+ 31</b>	<b>+ 5.6%</b>
その他連結調整						△ 54		
グループ関連費用					△ 60	0	△ 6	-
<b>既存事業 計</b>	<b>5,950</b>	<b>5,697</b>	<b>+ 253</b>	<b>+ 4.4%</b>	<b>520</b>	<b>496</b>	<b>+ 24</b>	<b>+ 4.9%</b>
新規事業					△ 25 ~ △ 50	△ 29	+ 4 ~ △ 21	-
<b>連結 計</b>	<b>5,950</b>	<b>5,697</b>	<b>+ 253</b>	<b>+ 4.4%</b>	<b>470</b> ~ 495	<b>466</b>	<b>+ 4</b> ~ + 29	<b>+ 0.8%</b> ~ + 6.1%

\* 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数値は、日清食品HDが独自に設定したものです



# 2022年度の価格改定の状況について（国内）

会社名	主な対象製品	価格改定実施日	価格改定率
日清食品	即席袋めん、即席カップめん 即席カップライス、即席カップスープ	2022年6月1日出荷分から	希望小売価格の5～12%アップ
明星食品	即席袋めん、即席カップめん 即席カップスープ	2022年6月1日出荷分から	希望小売価格の6～12%アップ
	オープンプライス商品		出荷価格の11%～14%アップ
日清食品チルド	チルドめん各種（一部製品は価格を据え置く）	2022年3月1日納品分から	希望小売価格の6～12%アップ
日清食品冷凍	冷凍めん製品の一部	2022年3月1日納品分から	出荷価格の6～13%アップ
日清ヨーク	乳酸菌飲料およびドリンクヨーグルト	2022年6月5日出荷分から	出荷価格の5～14%アップ
日清シスコ	「ごろグラ」シリーズ	2022年6月13日発売分から	内容量7～14%程度減
	「ココナッツサブレ」シリーズ等	2022年9月5日・9月20日・ 10月3日発売分から	内容量13～47%減
	「シスコーン」シリーズ	2022年11月1日納品分から	出荷価格の10～20%アップ
湖池屋	ポテトチップス系製品各種（一部の製品を除く）	2022年2月1日及び4月1日	6～11%程度アップ
	スリムバッグシリーズ等	2022年6月6日発売分から	内容量6～9%減
	ポテトチップス系製品各種（一部の製品を除く）	2022年9月1日以降	改定率4～9%
	いつでもチャックシリーズ等	2022年11月1日以降	改定率4～9%
ぼんち	「綱揚あられ」「ボンスケ」ブランド	2022年4月1日出荷分から	内容量6～11%減
	米菓商品（全19品目）	2022年9月5日及び10月3日 出荷分から	改定率3～17%

# 2022年度の主な価格改定の状況について（海外）

米州地域	主な対象製品	価格改定実施日
米国	袋めん、カップめん	2022年8月
ブラジル	袋めん、カップめん	2022年5月
中国地域	主な対象製品	価格改定実施日
香港	出前一丁、合味道、U.F.O.	2022年4月
	袋めんの一部	2022年9月
アジア地域	主な対象製品	価格改定実施日
シンガポール	袋めん、カップめん	2022年7月
インド	袋めん	2022年4月
ベトナム	袋めん	2022年6月
	袋めん	2022年7月
タイ	袋めん	2022年9月
インドネシア	袋めん、カップめん	2022年6月
	袋めん、カップめん	2022年9月
EMEA地域	主な対象製品	価格改定実施日
欧州	袋めん、カップめん	2022年1月～4月

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