



2025年度 Q1決算報告

2025年8月4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：2025年8月4日

- CFOの矢野でございます。
- 本日は、「2025年度第一四半期決算」についてご説明いたします。
- ページ番号は、資料の右下にある数字でお話しします。

本日のポイント

Point 1 : 2025年度Q1実績

売上収益は前期比△4.3%、既存事業コア営業利益は同△25.5%と、減収減益

➤ 国内即席めん事業 : 増収減益

日清食品は価格コンシャス品が堅調に推移し、売上収益はほぼ前年並み。資材高騰あり、減益
明星食品は主要ブランド好調、数量は前年同期比一桁後半%増、資材高騰をカバーし、増収増益

➤ 国内非即席めん事業 : 増収減益

冷凍事業及び菓子事業を主因に増収、資材高騰をカバーできず減益

➤ 海外事業 : 減収減益

米国事業中心に、円高影響も加わり、中国地域を除く全地域で減収
資材高騰及び円高影響により、為替実勢ベースでは全地域で減益

Point 2 : 足元の事業環境と今後の見通し

- 国内事業は、Q1概ね計画線、年間も計画インラインを見込む
- 海外事業は、米国事業での苦戦を主因に、不透明な事業環境が続く
- 資材価格は、計画インラインも、今後の関税や為替影響を注視

1

- 1ページをご覧ください。本日本お伝えしたいポイントです。
- まず、2024年度第1四半期業績についてご説明いたします。
- 売上収益は前期比マイナス4.3%、既存事業コア営業利益は前期比マイナス25.5%と減収減益となりました。
- 事業部門の動向について、それぞれご説明いたします。
- まず、国内即席めん事業です。
- インフレ環境が強まるなか、日清食品では価格コンシャス商品が、明星食品では手ごろな価格の主力商品が好調に推移し、事業全体で増収となりました。
- 資材費や物流費、人件費等のコスト上昇が続く中、明星食品は増収や固定費の抑制などでカバーし増益となる一方、日清食品は減益となり、事業全体で減益となりました。
- 続いて、国内非即席めん事業です。
- 2024年度からの価格改定効果に加え、ラーメン群が好調な日清冷凍、シリアルが好調な日清シスコを中心とする菓子事業が売上収益を牽引し、増収となりましたが、コスト増により、減益となりました。
- 最後に、海外事業です。
- 米国で昨年度下期に発生した、西海岸エリアにおける販売数量減の影響が続いていることを主因に減収となりました。
- コア営業利益は、減収要因に加え、各地域でのコスト増もあり、全地域で減益となりました。米国事業を含む各地域の詳細については、後ほど改めてご説明いたします。
- ポイントの2つ目として、足元の事業環境と今後の見通しについて、です。
- 国内事業は、全体として第1四半期計画を達成しており、年間計画インラインでの進捗を見込んでおります。なお、日清食品は後ほど詳しくご説明する通り、減収減益となっておりますが、5月以降、販売数量が前期比増加トレンドに転換しており、計画線へ回帰してくる確度は高いとみています。
- 海外事業については、米国事業の苦戦を主因に当面は厳しい事業環境が継続すると見込んでおりますが、米国では、後ほどご説明する通り底打ちを示す兆候がいくつか出てきているほか、7月以降に新商品の発売が順次スタートしておりますので、Q2以降にその効果が発現してくる見立てです。
- 資材コストは、前期比では増加しているものの、全体として計画インラインで推移しています。但し、米国の関税や為替影響については不安定な状況が続いておりますので、引き続き注視して参ります。

2025年度 Q1実績

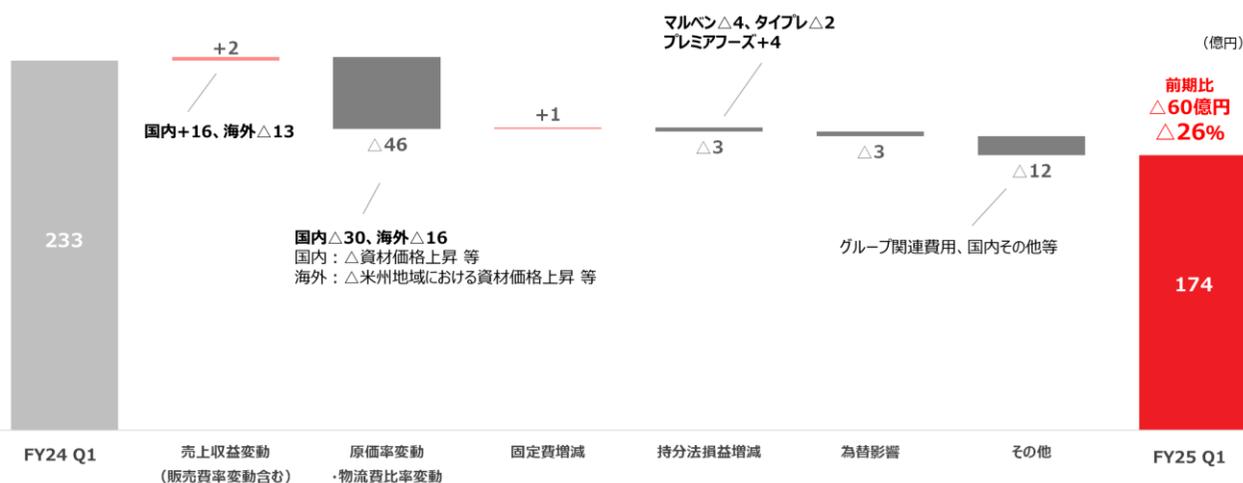
2025年度 Q1連結決算サマリー

単位：億円	2025年度 Q1 決算開示ベース			2025年度 Q1 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	1,770	△ 80	△ 4.3%	1,831	△ 19	△ 1.0%
既存事業コア営業利益	174	△ 60	△ 25.5%	177	△ 57	△ 24.3%
営業利益	158	△ 60	△ 27.5%	161	△ 57	△ 26.1%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	112	△ 47	△ 29.3%	114	△ 45	△ 28.0%
既存事業コア営業利益率	9.8%	△ 2.8pt		9.6%	△ 3.0pt	
営業利益率	9.0%	△ 2.9pt		8.8%	△ 3.0pt	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	6.3%	△ 2.2pt		6.2%	△ 2.3pt	

3

- 3ページをご覧ください。
- 売上収益は、国内即席めん事業、国内非即席めん事業は増収となった一方で、海外事業の減収により、前期比マイナス4.3%、80億円減収の、1,770億円での着地となりました。
- 既存事業コア営業利益は、米国を中心とした減収影響及びコスト増要因により、全事業部門で減益となり、前期比マイナス25.5%、60億円減益の、174億円での着地となりました。
- なお、海外事業の売上収益および利益には、円高に伴う為替影響がそれぞれ61億円、3億円含まれております。これを除いた「為替一定ベース」では、売上収益は前期比マイナス1.0%、既存事業コア営業利益はマイナス24.3%の減収減益です。

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
 * 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も遡及修正
 * 売上収益変動は、販売費率変動を含む総売上高に対する率分析のため、売上収益増減の実額とは異なることがあります

4

- 4ページをご覧ください。
- こちらのページは通期の既存事業コア営業利益の増減要因を分析したもので、細目は「為替一定ベース」で表示しております。
- なお、売上収益変動を含む変動コストの比率変動については、売上収益に拡販費を足し戻して算出した総売上高に基づいた比率分析になりますので、拡販費を控除した売上収益の増減実額とは整合しておりません。傾向値としてご確認ください。
- 左から3番目のグレーのグラフで示している通り、原価率および物流費率の上昇が主な減益要因となっております。
- 国内事業と海外事業に分けてご説明いたします。
- まず国内事業では、価格改定や販売費用の効果的な使用などの効果もあり、左から2番目のピンクのグラフで示している売上収益変動が増益要因となりました。一方、パーム油、包材、調味料などの資材コスト、物流費、人件費の上昇により、減益での着地となっております。
- 海外事業では、米国を中心とした減収に加え、ブラジルおよび中国大陸でのパーム油の高騰、持分法適用会社であるマルベンおよびタイヤレジデントの減益、さらに円高による為替影響などが重なり、減益となりました。
- これらの結果、既存事業コア営業利益は、前期比マイナス60億円、マイナス26%の減益で着地しております。

セグメント別 決算サマリー

- 国内事業は堅調に推移した一方、海外セグメントは中国地域を除き減収
- 利益は資材高騰の影響に加え、米州事業を主因に減益

国内即席めん事業

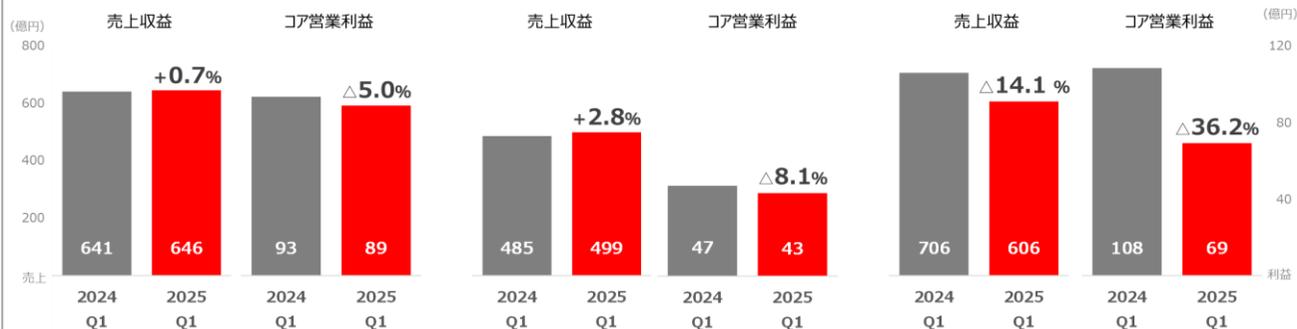
日清食品は価格コンシャス品中心に堅調。明星食品も主要ブランド好調により増収。コスト増をカバーできず減益

国内非即席めん事業

価格改定効果もあり、日清ヨークを除き増収。コスト増をカバーできず減益

海外事業

中国地域を除き、全地域で減収。主に米国事業の数量減、各地域での資材コストの増加により減益



* 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- 続きまして、5ページはセグメント別の決算サマリーです。
- 次ページ以降で詳しく、説明いたします。

セグメント別 売上収益実績

単位：億円	2025年度 Q1 決算開示ベース			2025年度 Q1 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	529	△ 4	△ 0.8%	529	△ 4	△ 0.8%
明星食品	116	+ 9	+ 8.2%	116	+ 9	+ 8.2%
国内即席めん事業	646	+ 5	+ 0.7%	646	+ 5	+ 0.7%
低温・飲料事業	262	+ 7	+ 2.7%	262	+ 7	+ 2.7%
菓子事業	237	+ 7	+ 2.9%	237	+ 7	+ 2.9%
国内非即席めん事業	499	+ 14	+ 2.8%	499	+ 14	+ 2.8%
国内その他	19	+ 1	+ 8.3%	19	+ 1	+ 8.3%
国内事業 計	1,164	+ 20	+ 1.7%	1,164	+ 20	+ 1.7%
米州地域	334	△ 86	△ 20.5%	378	△ 42	△ 10.0%
中国地域	167	+ 2	+ 1.4%	180	+ 15	+ 9.2%
アジア地域	51	△ 9	△ 15.7%	53	△ 7	△ 11.8%
EMEA地域	55	△ 7	△ 10.8%	57	△ 5	△ 8.0%
海外事業 計	606	△ 100	△ 14.1%	667	△ 39	△ 5.5%
連結 計	1,770	△ 80	△ 4.3%	1,831	△ 19	△ 1.0%

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

- 6ページをご参照ください。
- こちらはセグメント別の売上収益のブレイクダウンです。
- 国内即席めん事業は前期比プラス5億円、0.7%の増収、
- 国内非即席めん事業は、前期比プラス14億円、2.8%の増収、
- 海外事業は、前期比マイナス100億円、14.1%の減収となりました。海外事業は為替の影響が大きく、これを除いた為替一定ベースではマイナス5.5%となり、連結全体では前期比ほぼ横ばいの水準となります。

セグメント別 コア営業利益実績

単位：億円	2025年度 Q1 決算開示ベース					2025年度 Q1 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	76	△ 0	76	△ 7	△ 8.9%	76	△ 7	△ 8.9%
明星食品	13	0	13	+ 3	+ 27.5%	13	+ 3	+ 27.5%
国内即席めん事業	89	0	89	△ 5	△ 5.0%	89	△ 5	△ 5.0%
低温・飲料事業	27	0	27	△ 1	△ 5.0%	27	△ 1	△ 5.0%
菓子事業	14	△ 2	16	△ 2	△ 12.8%	16	△ 2	△ 12.8%
国内非即席めん事業	41	△ 2	43	△ 4	△ 8.1%	43	△ 4	△ 8.1%
国内その他	6	0	6	△ 5	△ 45.1%	6	△ 5	△ 45.1%
国内事業 計	136	△ 2	138	△ 13	△ 8.7%	138	△ 13	△ 8.7%
米州地域	23	0	22	△ 31	△ 58.0%	25	△ 28	△ 52.7%
中国地域	13	0	13	△ 1	△ 4.9%	14	+ 0	+ 2.4%
アジア地域	17	0	17	△ 4	△ 20.3%	16	△ 5	△ 23.3%
EMEA地域	17	△ 0	17	△ 3	△ 16.8%	17	△ 4	△ 17.6%
海外事業 計	69	0	69	△ 39	△ 36.2%	72	△ 36	△ 33.5%
国内・海外事業 計	205	△ 2	207	△ 52	△ 20.2%	210	△ 49	△ 19.0%
その他連結調整	△ 1	△ 0	△ 1	△ 1		△ 1	△ 1	-
グループ関連費用	△ 32	-	△ 32	△ 7		△ 32	△ 7	-
既存事業 計	172	△ 2	174	△ 60	△ 25.5%	177	△ 57	△ 24.3%
新規事業	△ 13	△ 0	△ 13	△ 1		△ 13	△ 1	-
連結 計	158	△ 2	160	△ 60	△ 27.4%	163	△ 57	△ 26.1%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づき

* 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- 7ページをご覧ください。
- こちらはセグメント別のコア営業利益のブレイクダウンです。
- 国内即席めん事業については前期比マイナス5億円、5.0%の減益、
- 国内非即席めん事業は、前期比マイナス4億円、8.1%の減益、
- 海外事業は前期比マイナス39億円、36.2%の減益と、全地域で減益となりました。

事業の状況

- 9ページから14ページまでは、各セグメント別の「事業の状況」です。

国内即席めん事業

- 明星食品は主力商品中心に好調に推移するも、日清食品の売上減により、セグメント全体では増収減益

(億円)

FY25 売上収益	Q1	YoY	増減要因
日清食品	529	△4 △1%	カップめん : 「あっさりおだしがおいしいどん兵衛」シリーズ、「あっさりおいしいカップヌードル」シリーズが好調に推移したことに加え、新商品「だし仕込 カップヌードル」シリーズなどが売上に貢献したものの、カップめん全体ではほぼ前年並み 袋めん : 「チキンラーメン」、「出前一丁」、「日清焼そば」が堅調に推移したものの、袋めん全体では減収
明星食品	116	+9 +8%	カップめん : 「一平ちゃん夜店の焼そば」シリーズが好調に推移したことに加えて、「ぶぶか油そば」が大きく伸長 袋めん : 「チャルメラ」シリーズが新商品「チャルメラ油そば」の貢献もあり好調に推移
国内即席めん事業	646	+5 +1%	

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	Q1	YoY	増減要因
日清食品	76 (14.3%)	△7 △9%	+) 即席カップライス製品の価格改定効果及び販売費用の効率的使用 等 △) 資材価格及び物流費の上昇 等
明星食品	13 (11.1%)	+3 +28%	+) 売上増加による利益増 △) 資材価格の上昇 等
国内即席めん事業	89 (13.8%)	△5 △5%	

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

9

- 9ページをご覧ください。まず国内即席めん事業です。
- 市場環境としては、実質賃金のマイナスが続く中、消費者の価格コンシャス志向が根強く、即席めんに対する需要は相対的に高いと捉えています。第1四半期においては、食品価格の上昇が継続し、実質賃金低下も重なったことで、即席めん市場内でのダウントレーディング傾向が鮮明になりました。
- この様な環境下、日清食品は、主力商品の販売に加え、価格コンシャスニーズに応える、「あっさりシリーズ」などの低価格帯商品で需要を取り込みましたが、前期比で若干の減収となりました。
- 月別の売上の動向を見ると、2024年3月の新商品発売およびリニューアル実施による売上増の反動により、2025年4月の販売はやや低調となりましたが、5月・6月は前年比プラスで堅調に推移し、足元の7月もこの堅調さを維持しております。足元、コア商品に加え、低価格帯商品も拡大して行く戦略は有効に機能しておりますので、早晚キャッチアップできるとみています。
- 明星食品は、値ごろ感のある主力ブランドが好調に推移し、前期比8.2%の増収となり、セグメント全体での増収に寄与しています。
- 利益面では、日清食品は、減収要因に加え、具材や調味料を中心とした資材コスト、物流費などの増加により、前期比で8億円の減益となりました。
- 明星食品は、増収による増益効果で、各種コスト増を吸収し、3億円の増益となりました。年度計画達成へ向け、順調なスタートとなっています。
- 結果として、国内即席めん事業全体では前期比マイナス5%の減益となりました。

国内非即席めん事業

- ラーメン類が好調な日清冷凍、シリアルが好調な日清シスコなどにより増収も、資材価格等上昇の影響により、事業全体で減益

(億円)

FY25 売上収益	Q1	YoY	増減要因	
低温・飲料事業	262	+7 +3%	チルド 冷凍	+6% : 「麺の達人」「スープの達人」等のラーメン群好調に加え、CVS向け調理めんの販売も貢献 +10% : 「冷凍 日清中華 辣椒担々麺」「冷凍 日清中華 汁なし担々麺 大盛り」などラーメン類の好調に加え、新商品「冷凍 日清スパ王喫茶店」が貢献、価格改定効果も増収に寄与
菓子事業	237	+7 +3%	シスコ ぼんち 湖池屋	+5% : 「シスコ」シリーズ、「ごろぐら」シリーズなどシリアルが好調、価格改定効果も増収に寄与 +6% : 65周年を迎えた「ぼんち揚」を中心に大阪・関西万博のコラボ商品が好調 +2% : 「ムーチョ」シリーズや「スコーン」シリーズが好調、価格改定効果も増収に寄与
国内非即席めん事業	499	+14 +3%		

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	Q1	YoY	増減要因	
低温・飲料事業	27 (10.4%)	△1 △5%	チルド 冷凍	増益 : 原価率上昇も売上増加により増益 減益 : 売上増加も原価率上昇等により減益
菓子事業	16 (6.8%)	△2 △13%	シスコ ぼんち 湖池屋	増益 : 資材価格等上昇も売上増加やマーケティング費用等の効率的な利用等により増益 減益 : 売上増加も原価率上昇等により減益 減益 : 売上増加も原価率上昇等により減益
国内非即席めん事業	43 (8.7%)	△4 △8%		

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も遡及修正

10

- 10ページをご覧ください。国内非即席めん事業です。
- 売上収益については、24年度から実施している価格改定効果もあり、日清ヨークを除く全ての事業会社で増収となりました。
- 特に日清食品冷凍は、価格改定後も数量を維持し、増収を牽引する結果となりました。加えてシリアルが好調なシスコを中心とする菓子事業も増収に貢献しました。
- 一方、利益面では、湖池屋における馬鈴薯の価格上昇や、具材・調味料などの資材コスト増などが影響し、低温・飲料事業、および菓子事業ともに減益となりました。
- ただし、すでに公表していますが、今期も日清冷凍や湖池屋などで価格改定を実施する予定であり、コスト増への対応を進めてまいります。
- 日清ヨークについては、減収減益での着地となりましたが、営業利益率は前期と同等の高い水準を維持しております。6月より乳製品の取引価格上昇に伴う価格改定を実施しており、第2四半期以降、その効果が徐々に出てくるとみえています。23年度以降、睡眠ブームの広がりにより急成長を遂げてきましたが、今期は新製品の展開も含め、次なる成長に向けた「種まきの期間」と位置付けております。

米州地域

米国の販売食数減が大きく影響し、セグメント全体で減収減益

(億円)

FY25 売上収益	Q1	YoY	増減要因	
米州地域	334	△86 △20%	米国	△29% : 引き続き一部エリアの店舗において数量減(為替影響 △13億円)
			メキシコ	△7% : 昨年度より数量は回復したものの、為替影響により円貨ベースでは減収(為替影響 △9億円)
			ブラジル	△11% : 前期末の流通在庫増により販売数量減。為替影響により円貨ベースでは減収(為替影響 △22億円)

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	Q1	YoY	増減要因	
米州地域	22 (6.7%)	△31 △58%	米国	減益 : 数量減に伴い減益(為替影響 △1億円)
			メキシコ	増益 : 資材価格上昇を数量増及び価格改定でカバーし増益(為替影響 △0億円)
			ブラジル	減益 : 資材価格上昇により減益も社内計画通りに着地(為替影響 △2億円)

国別の現地通貨ベース売上収益・数量の前年比

Q1 YoY	売上収益 (現地通貨ベース)	数量
	△24%	△20%台
	+13%	+1桁前半%
	+4%	△1桁半ば%

・ 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

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

11

- 11ページをご覧ください。続いて、米州地域です。
- まず、米国事業についてご説明いたします。
- 米国事業は、売上収益が現地通貨ベースで前期比マイナス29%の減収、コア営業利益も減益となりました。
- 足元の米国は、二極化した消費動向が進んでいると分析しています。即席めん市場は特にベース市場を中心に軟調な動きとなっています。背景として、長期にわたるインフレ進行や関税問題などの先行き不透明感から、今までベース商品を食べていた一部の消費者が、即席めんから、より安価なパスタやパン、その他食材に移行している可能性があるのではないかと捉えています。
- 一方で、プレミアム市場は、外食産業の業績が厳しい環境からみても、外食の機会が減少した消費者層を取り込むことができていると思われ、堅調に推移しています。実際にセルアウトデータでは、ポウルタイプの商品は唯一第1四半期に前期比プラスとなったカテゴリーであり、韓国勢が数量をのばしているだけでなく、当社も前年比増で推移しています。量が多く高価格帯の商品が、ミールとして外食需要を肩代わりしている側面があるとも言えます。
- このように「安価さ」を重視するベース商品の消費者が即席めんからパスタや米にシフトする動きと、外食志向層の消費者による、「外食からプレミアム即席めんへ」といった消費者動向の変化が、足許の環境では起こっている可能性があると考えています。
- このような市場環境のもと、当社の第1四半期の販売数量は前年比20%程度の減少となりました。これは、昨年度下期に発生した、当社商品の配荷率が高い、西海岸エリアにおける販売数量減の影響が続いていることが主な要因ですが、昨年度第4四半期に講じた販売強化策による流通在庫の高止まりの影響で、期初のセリンが低調であったことも影響しました。
- 利益については、昨年度に発生した外部倉庫費用等のコストが剥落したものの、減収影響が大きく、減益での着地となりました。
- 今後については、この7月から第3四半期にかけて、新商品の全国展開などを予定しております。また、ポジティブな要因もいくつか出てきており、セルアウトのデータを見ると、Groceryでの売り上げが前年を超えてきていることもあり前年比のマイナス幅は着実に減少傾向にあること、さきほどご説明した通り当社が得意とするプレミアム商品であるポウルタイプの商品が即席めん全体の数量が伸び悩む中でも伸びていること、大手流通から新たに獲得した地域の一部では当社の売上数量がプラスに転じていること、主要な小売での配荷率がかなり高い水準になってきており当社製品のプレゼンスが確実に高まっている状況が確認されていることなど、底打ちの兆候も見えてきており、大手流通の棚落ちの対前年度影響がなくなる下期以降は数量が前年比プラスに転じてくると見込んでいます。
- ただし、第1四半期に販売が想定以上に苦戦したことに加え、米国関税がもたらす消費者心理の変化などもあり、事業環境は依然として不透明です。このため、2025年度期初に発表した米国の計画については、第2四半期の動向を精査しつつ、実態に即した、しっかりとした数値計画に修正していきます。
- 今後の利益については、売上動向に左右される部分もありますが、昨年度使用した外部倉庫費用の剥落など、確実にプラスに働く要因に加え、値上げについてもどのようなタイミングでどのような形態で行うのが最適なのか議論しており、関税影響は十分にカバーできる水準として行く方向ですので、利益の下振れを可能な限り抑える施策を順次実行していきます。
- 続いて、ブラジル事業についてもご説明いたします。
- 昨年度末に卸向けの在庫を増やした流通在庫の影響もあり、数量は1桁前半のマイナスとなりました。一方で、昨年度実施した価格改定の効果により、為替実勢ベースでは減収ですが、現地通貨ベースの売上収益は4%の増加となりました。昨年は需要増に対応するため、生産体制の増速化・効率化に取り組んでまいりましたが、安定稼働を継続しており、通期では計画達成を見込んでおります。
- また、ブラジルの即席めん市場は、袋めん中心ですが、当社が得意とするカップめんが足元で好調に数量を伸ばしており、徐々に構成比を高めています。日本ブームの追い風やライフスタイルの変化もあり、また付加価値の高いカップめんをブラジルで製造できるメーカーは実質当社のみであることから、当社のプレゼンス向上に向けた施策を進めております。また、5月の決算説明会でお話した、クロックチョコについては、6月に販売を開始しています。
- 利益面は、パーム油を中心とした資材コスト上昇により減益となりましたが、これらは年度計画に織り込み済みであり、計画通りに推移しています。
- メキシコについても、昨年は中米への輸出を中心に数量減が続いていましたが、今期第1四半期は輸出も回復基調・TTチャネルも好調に推移し、数量1桁増となりました。ブラジルと同様、為替実勢ベースでは減収ですが、現地通貨ベースの売上収益は13%の増加で、昨年及び今年の5月に実施した価格改定も貢献し、増収・増益となりました。

中国地域

・ 即席めんの販売増およびインオーガニック効果により、現地通貨ベースで増収増益

(億円)

FY25 売上収益	Q1	YoY	増減要因	
中国地域	167	+2 +1%	香港 他	: 増収 主力袋めんの販売数量回復とインオーガニック売上増による貢献 (為替影響 △5億円)
			大陸	: 増収 主力カップめんやプレミアム袋めんの販売数量増および内陸部への販路拡大 (為替影響 △8億円)

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	Q1	YoY	増減要因	
中国地域	13 (7.6%)	△1 △5%	香港 他	: 増益 香港域内での即席めん販売増およびインオーガニック効果により増益 (為替影響 △0億円)
			大陸	: 減益 販売数量増も資材コスト増および販促費増により減益 (為替影響 △1億円)

国別の現地通貨ベース売上収益・数量の前年比

Q1 YoY	売上収益 (現地通貨ベース)	数量*
香港他	+8%	△1桁半ば%
大陸	+10%	+1桁前半%

* 数量は管理ベースで記載し、非即席めん事業を除く
 ** 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づくもの
 *** 香港他にはベトナム事業 等を含む
 2024年9月より「Gaemi Food」を連結子会社化し、韓国におけるスナック事業を開始
 2024年12月より「ABC Pastry」を連結子会社化し、オーストラリアにおける冷凍食品事業を開始
 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適正

12

- ・ 12ページをご覧ください。中国地域です。
- ・ 中国地域では、米中貿易摩擦の激化するなかで景気の先行き不透明に加え、人口動態の変化や 市場構造の変化など、注視すべき要素が多くあります。一方で、中国政府による景気刺激策の効果や、トレーディングダウン傾向の継続など、マーケット全体として即席めん需要は回復基調にあると捉えています。
- ・ 香港では、主力ブランドである「出前一丁」や「合味道」を中心に、国内向けの販売が回復しています。加えて、2024年度下期に新たに連結対象となった韓国や豪州での非即席めん事業の真水での寄与もあり、売上にプラスオンとなりました。
- ・ 大陸では、「合味道BIG」や「出前一丁」などの主力商品の販売が好調に推移したほか、「カップヌードル」をはじめとする主力商品の内陸部への浸透も進んでおります。
- ・ 利益面では、パーム油などの資材コスト上昇により、中国大陸で減益となった結果、セグメント全体でも減益となりました。ただし、為替一定ベースでは前期比プラス2.4%の増益となっております。

アジア地域

• 各国の販売数量減により、減収減益

売上額が多い順 (億円)

FY25 売上収益	Q1	YoY	増減要因	
アジア地域	51	△9 △16%	インド	: 減収 (為替影響 △1.8億円)
			タイ	: 減収 (為替影響 +0.4億円)
			シンガポール	: 減収 (為替影響 △0.3億円)
			インドネシア*	: 減収 (為替影響 △0.5億円)

() 内は持分法損益含まないコア営業利益率

FY25 コア営業利益	Q1	YoY	増減要因	
アジア地域	17 (6.5%)	△4 △20%	インド	: 減益 (為替影響 △0.0億円)
			タイ	: 減益 (為替影響 +0.1億円)
			シンガポール	: 減益 (為替影響 △0.0億円)
			インドネシア*	: 減益 (為替影響 +0.0億円)
			持分法適用会社	
			タイプレ	: 9億円 YoY △1億円、(為替影響 +0.6億円)
			NURC	: 5億円 YoY △0億円、(為替影響 △0.1億円)

* マレーシア事業含む

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も選及修正

- 13ページをご覧ください。
- アジア地域では全地域で減収減益となりました。
- 但し、この中には、メイン市場であるタイにおいて、販売体制の最適化を実施しているなかで、一時的にセルインが前年比で減少している影響も含まれており、通期では計画達成を目指して参ります。

EMEA地域

- 販売数量減より、減収減益。ただし、持分法利益の貢献により、コア営業利益はQ1社内計画超え

(億円)

FY25 売上収益	Q1	YoY	増減要因	
EMEA地域	55	△7 △11%	欧州日清	: 販売数量減により減収 (為替影響 △2億円)

() 内は持分法損益含まないコア営業利益率

FY25 コア営業利益	Q1	YoY	増減要因	
EMEA地域	17 (1.3%)	△3 △17%	欧州日清	: 減益 (為替影響 △0億円)

持分法適用会社

マルベン : 1億円 YoY △4億円、(為替影響 -1億円)

プレミアフーズ : 15億円 YoY +4億円、(為替影響 +0億円)

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も選及修正

14

- 14ページをご覧ください。
- 最後にEMEA地域です。
- 欧州日清はプロモーションの月ずれ等もあり、イギリス・ドイツ・フランスなど主要国中心に数量が減少したことにより減収となりましたが、今期は増収を見込んでいます。
- 利益については、数量減および環境対応のパーム油などの価格上昇、原材料高により減益となりました。
- また、持分法投資会社のマルベンが、小麦を中心とする資材コスト高騰で減益ですが、数量は好調に推移しています。プレミアフーズについても、数量を伸ばしており、増益となっています。
- 私からのご説明は以上となります。

Appendix

2025年度計画

2025年度 通期連結業績予想

- 売上収益は2024年度比+4.3%、既存事業コア営業利益は2024年度比+0.1%、836億円を計画

		2024年度比
売上収益	8,100 億円	+4.3%

既存事業コア営業利益	836 億円	+0.1%
------------	--------	-------

新規事業投資を既存事業コア営業利益5~10%で実施

営業利益	756 ~ 796 億円	+1.7~+7.0%
------	--------------	------------

親会社の所有者に帰属する 当期利益	530 ~ 560 億円	△3.7~+1.8%
----------------------	--------------	------------

EPS	180 ~ 191 円/株	
-----	---------------	--

・ 24年度為替レート US\$1=152.58円、25年度計画為替レート US\$1=145円

2025年度から実施の管理会計変更影響

- 海外事業の成長など、グループ事業構造の変化に対応するため、25年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率の変更を実施。2024年度実績を配賦基準変更後に組み替え、前年度との比較可能性を担保する

配賦基準変更前

億円	2024年度 実績（配賦基準変更前）		
	売上収益	コア営業利益	コア営業利益率
日清食品	2,388	306	12.8%
明星食品	454	31	6.8%
国内即席めん事業	2,842	337	11.9%
低温・飲料事業	1,013	87	8.6%
菓子事業	924	58	6.2%
国内非即席めん事業	1,938	144	7.5%
国内その他	78	11	14.0%
国内計	4,857	492	10.1%
米州地域	1,686	190	11.3%
中国地域	735	83	11.3%
アジア地域	233	80	34.4%
EMEA地域	255	90	35.3%
海外計	2,908	444	15.3%
国内・海外計	7,766	936	12.1%
既存事業計	7,766	835	10.8%
連結計	7,766	769	9.9%

配賦基準変更後

億円	2024年度 実績（配賦基準変更後）		
	売上収益	コア営業利益	コア営業利益率
日清食品	2,388	339	14.2%
明星食品	454	31	6.8%
国内即席めん事業	2,842	370	13.0%
低温・飲料事業	1,013	86	8.5%
菓子事業	924	58	6.2%
国内非即席めん事業	1,938	144	7.4%
国内その他	78	18	23.5%
国内計	4,857	532	10.9%
米州地域	1,686	161	9.5%
中国地域	735	83	11.3%
アジア地域	233	80	34.4%
EMEA地域	255	87	34.2%
海外計	2,908	411	14.1%
国内・海外計	7,766	943	12.1%
既存事業計	7,766	835	10.8%
連結計	7,766	769	9.9%

2025年度 セグメント別業績予想（配賦基準変更後）

(単位：億円)	売上収益 (IFRS)				コア営業利益 (Non-GAAP)			
	2025年度 予想	2024年度実績			2025年度 予想	2024年度実績 (配賦基準変更後)		
		売上収益	前年比			コア営業利益	前年比	
為替前値	USD 145.00円	USD 152.58円	増減額	増減率	USD 145.00円	USD 152.58円	増減額	増減率
日清食品	2,525	2,388	+ 137	+ 5.7%	343	339	+ 4	+ 1.1%
明星食品	460	454	+ 6	+ 1.4%	32	31	+ 1	+ 4.2%
国内即席めん事業	2,985	2,842	+ 143	+ 5.0%	375	370	+ 5	+ 1.4%
低温・飲料事業	1,055	1,013	+ 42	+ 4.1%	86	86	+ 0	+ 0.0%
菓子事業	975	924	+ 51	+ 5.5%	60	58	+ 2	+ 4.1%
国内非即席めん事業	2,030	1,938	+ 92	+ 4.8%	146	144	+ 2	+ 1.7%
国内その他	95	78	+ 17	+ 21.9%	12	18	△ 6	△ 34.6%
国内事業 計	5,110	4,857	+ 253	+ 5.2%	533	532	+ 1	+ 0.2%
米州地域	1,700	1,686	+ 14	+ 0.9%	173	161	+ 12	+ 7.7%
中国地域	775	735	+ 40	+ 5.5%	82	83	△ 1	△ 1.6%
アジア地域	245	233	+ 12	+ 5.3%	80	80	△ 0	△ 0.1%
EMEA地域	270	255	+ 15	+ 5.7%	92	87	+ 5	+ 5.4%
海外事業 計	2,990	2,908	+ 82	+ 2.8%	427	411	+ 16	+ 3.8%
国内・海外事業 計	8,100	7,766	+ 334	+ 4.3%	960	943	+ 17	+ 1.8%
その他連結調整	-	-	-	-	△ 124	△ 1	△ 16	-
グループ関連費用	-	-	-	-	-	△ 106	-	-
既存事業 計	8,100	7,766	+ 334	+ 4.3%	836	835	+ 1	+ 0.1%
新規事業	-	-	-	-	△ 80	△ 66	△ 14	-
					~ △ 40	~ + 26	~ + 1.8%	-
連結 計	8,100	7,766	+ 334	+ 4.3%	756	769	△ 13	△ 1.8%
					~ 796	~ + 27	~ + 3.4%	
為替一定ベースの2025年度連結損益（2024年度期中平均レート 1\$ 152.58円で試算）								
既存事業 計	8,300	7,766	+ 534	+ 6.9%	855	835	+ 20	+ 2.3%

為替一定ベース 前年比		
	売上収益	コア営業利益
米州地域	+ 8%	+ 15%
中国地域	+ 12%	+ 3%
アジア地域	+ 13%	+ 2%
EMEA地域	+ 11%	+ 8%
海外 計	+ 10%	+ 8%

米州地域および海外地域全体の売上収益・数量 前期比

25年度 期初計画
 ベース商品：+1桁前半%
 プレミアム商品：+10%台

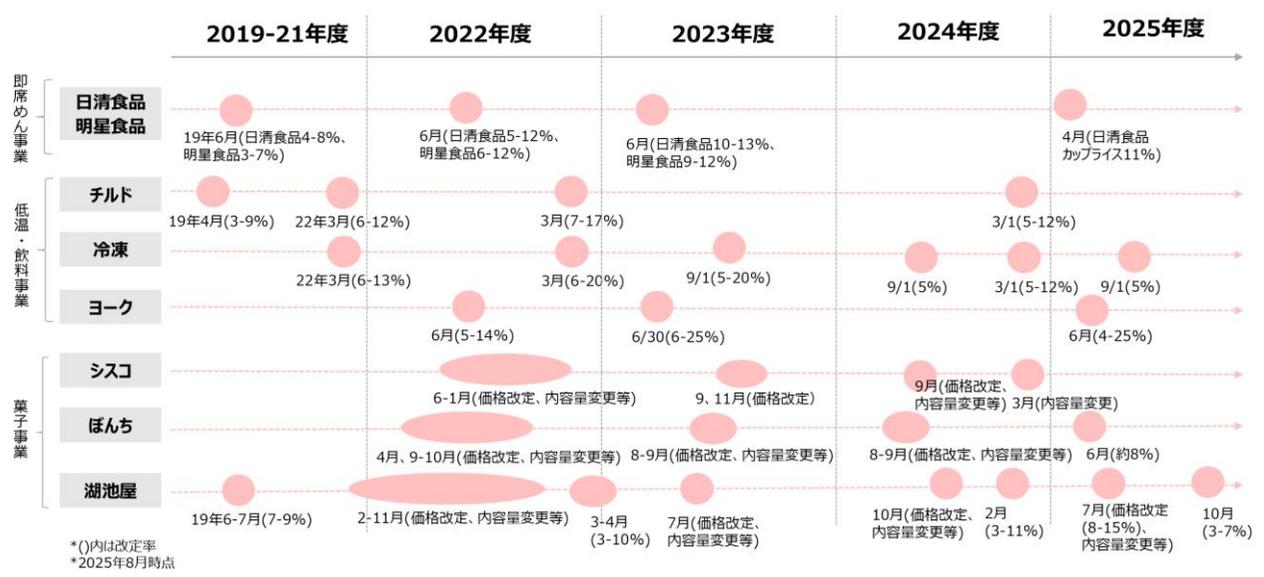
YoY	2024年度								2025年度			
	Q1(4-6月)		Q2(7-9月)		Q3(10-12月)		Q4(1-3月)		Q1 (4-6月)		2025年度 通期 期初計画	
	売上収益 現地通貨 ベース	数量										
米国	+1%	+1桁前半%	+4%	+1桁前半%	△8%	△1桁後半%	△4%	△1桁半ば%	△24%	△20%台	+1桁前半%	+1桁前半%
メキシコ	△6%	△10%台	+0%	△1桁半ば%	△2%	△10%台	+7%	+1桁前半%	+13%	+1桁前半%	+20%台	+10%台
ブラジル	+31%	+20%台	+0%	△1桁半ば%	+18%	+10%台	+38%	+30%台	+4%	△1桁半ば%	+10%台	+1桁前半%
海外全体	+6%	+1桁後半%	+2%	横ばい圏	+4%	+1桁前半%	+9%	+1桁後半%	△5%	△1桁後半%	+10%	+1桁半ば%

ご参考
**2025年度
 通期計画**
 (計画為替ベース)

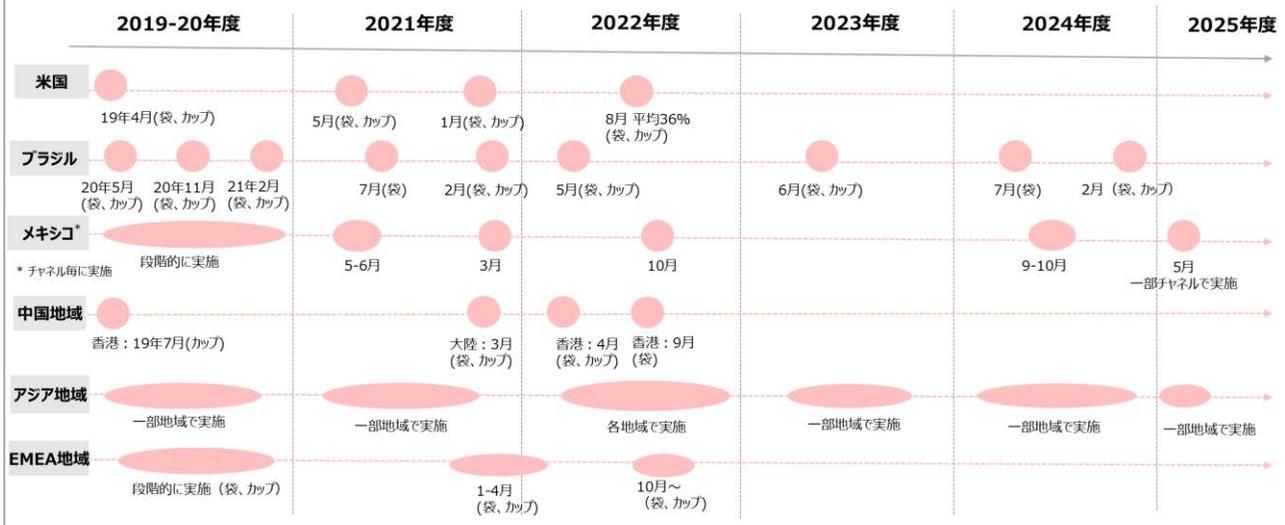
YoY	売上収益 (計画為替ベース)
米国	△1桁前半%
メキシコ	+1桁後半%
ブラジル	+1桁前半%

* 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)



主な価格改定推移（海外）



*2025年8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せ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日からの1年間を「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