



# 日清食品HD 2021年度 第3四半期決算報告

2022年2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：2022年2月4日

- CFOの矢野と申します。
- 2021年度第3四半期の業績について、「第3四半期決算報告」資料に沿ってご説明しますので、よろしくお願いいたします。スライド1をご覧ください。

# 2021年度 通期の経営方針

**Reboot & Make A Fresh Start**  
**新経営計画元年として、3つの成長戦略と組織／人材変革のスタートダッシュを切る**

国内 既存事業	海外 既存事業	新規事業
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 即席めん事業：サプライチェーン構造の改革に加え、新カテゴリ／チャネルの創出と“新しい売り方”への転換を推進</li> <li>• 非即席めん事業：菓子事業を中心に需要・供給両面からのグループシナジーを加速させ、成長と収益性向上の基盤を整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• すでに成果をあげ始めているGlobal Brandingの深化を加速。成長ドライバーとしての競争優位性をより強固なものに</li> <li>• 中国やブラジルでは事業のレパレッジに向けたマルチカテゴリ・マルチエリア戦略を着実に推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「完全栄養食の普及」に向け、スピード感を持って事業をローンチし認知を獲得</li> <li>• 5つのタッチポイントでの事業立上げと実証実験の実施：①定期宅配便（D2C：インテンシブプログラム）、②社員食堂、③シニア、④小売販売、⑤スマートシティ</li> </ul>

**グループ全体**

- COVID-19からの学びを活かし、Digitalの最大活用によって働き方のみならず事業構造自体を“ニューノーマル”へとシフト
- 生活者の行動／意識変容に的確に対応していくことで、COVID-19禍で生じた需要増大を持続的な成長ドライバーへと転嫁させる

\* 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

- 2021年度は、こちらのスライドにあるように、「Make A Fresh Start」のコンセプトの下、新経営計画元年としてのスタートを切り9か月が経過しました。
- COVID-19を経て、世の中の環境は大きく変化し続けていますが、グローバルに見て、生活者の行動や意識は当社にとってポジティブな方向に変わりつつあると認識しており、こうしたニーズに的確に対応していくことで、足元の堅調な需要を持続的な成長ドライバーへと転嫁させて行きたいと考えています。

# 2021年度 第3四半期 決算ハイライト

## 第3四半期実績

	決算開示ベース	為替一定・前期C-19 控除後ベース <sup>*1,*2</sup>	今期目標水準
売上収益	4,248億円 + 13.6%	4,171億円 + 15.8%	Double Digit
<b>既存事業コア営業利益</b>	<b>435億円 △ 5.0%</b>	<b>429億円 + 16.8%</b>	<b>Double Digit</b>
国内即席めん事業	△ 3.9%	+ 18.5%	Mid single Digit
国内非即席めん事業	+ 6.5%	+ 26.8%	Double Digit
海外事業	△ 16.8%	△ 3.5%	Double Digit

### 当決算期のサマリー

#### 【決算開示ベース】

- 売上収益：C-19の影響控除前ながら、3事業いずれも増収を達成
- 既存事業コア営業利益：2019年度対比では堅調な成長を遂げるも<sup>\*3</sup>、前年同期のC-19影響の反動により、減益

#### 【為替一定・前期C-19控除後ベース】 Make a Fresh Start に向けて順調な進捗

- 売上収益：3事業いずれも増収、連結ベースで+15.8%の成長
- 既存事業コア営業利益：前年同期比成長率は連結ベースで+16.8%、中長期目標を超える水準で着地

\*1 連結時の円換算の影響を除く「現地通貨ベースでの実質的な増減/成長性」を重視する主旨にて、外貨金額を、前年同期の為替レートで円換算した場合の成長率

\*2 為替影響に加え、20年度業績に大きな影響（需要増大や販売費低減、経費未使用等）を及ぼしたC-19影響を除いた、実質的な前期比増減/成長率

\*3 2019年度対比 既存事業コア営業利益+83億円（+23.5%）

- スライド2は、2021年度第3四半期の決算ハイライトです。
- 左側が決算短信等で開示している「決算開示ベース」の数字ですが、第3四半期決算からは、以降のページも含めて、こちらの「決算開示ベース」の数字を中心に説明させていただきます。
- まず、売上収益は、昨年度はCOVID-19の影響が大きかったものの、そこを凌駕し、国内即席めん・国内非即席めん及び海外の3事業いずれも増収となり、連結全体で前期比13.6%増収の4,248億円となりました。
- 既存事業コア営業利益につきましては、昨年度のCOVID-19影響の反動や、主に海外における主要資材価格の高騰等により、国内即席めん事業・海外事業では減益となり、連結全体でも減益となっておりますが、第2四半期終了時点で前期比14.8%の減益であったところから大きく改善し、第3四半期終了時点では前期比5%減益の435億円となりました。
- 尚、今期のKPIとして掲げていた「為替一定・前期C-19控除後ベースでの計画+12.2%」に対しては、真ん中の列にある通り、+16.8%と、高い水準を堅持しています。

## 連結決算サマリー

- ・決算開示ベース：増収・減益となったが、19年度比では引き続き高成長を維持
- ・為替一定・前期C-19控除後ベース：全ての項目において、前年同期を上回る着地

単位：億円	決算開示ベース						為替一定・前期C-19控除後ベース			
	2021年度 第3四半期	2020年度 第3四半期	前期比		2019年度 第3四半期	前々期比 CAGR	2021年度 第3四半期	2020年度 第3四半期	前期比	
			増減	増減率					増減	増減率
	①	②	③=①-②	④=③÷②	⑤	⑥	⑦=①-為替影響	⑧=②-C19影響	⑨=⑦-⑧	⑩=⑨÷⑧
売上収益	4,248	3,739	+ 509	+ 13.6%	3,480	+ 10.5%	4,171	3,603	+ 568	+ 15.8%
既存事業コア営業利益	435	458	△ 23	△ 5.0%	352	+ 11.1%	429	367	+ 62	+ 16.8%
営業利益	426	500	△ 74	△ 14.8%	355	+ 9.5%	420	409	+ 11	+ 2.7%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	307	363	△ 55	△ 15.3%	256	+ 9.5%				
既存事業コア営業利益率	10.2%	12.2%	△ 2.0pt-		10.1%		10.3%	10.2%	+ 0.1pt	
営業利益率	10.0%	13.4%	△ 3.3pt-		10.2%		10.1%	11.4%	△ 1.3pt-	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	7.2%	9.7%	△ 2.5pt-		7.4%					

3

- ・ スライド3は2021年度第3四半期の決算サマリーです。
- ・ 第3四半期の実績はご覧の通りですが、営業利益率は10%を超える水準となっている他、COVID-19以前の2019年度との比較では、⑥の列の通り、売上収益と既存事業コア営業利益のCAGRは2桁の伸び、営業利益と親会社の所有者に帰属する四半期利益のCAGRはともに9.5%の伸びとなり、高い水準での成長を維持しております。

# 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）



【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差し戻した額を元に算定しています。  
 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) = 新規連結会社のコア営業利益増減

- 続きまして、今回決算の既存事業コア営業利益の増減要因の全体観について、スライド4でご説明させていただきます。
- まず国内の主要要因からご説明します。
- 売上収益変動については、国内即席めん、国内非即席めんいずれの事業においても、拡販費比率増加・前年同期のCOVID-19の反動等のマイナス影響があったものの、即席めん事業・低温事業を中心に販売ボリューム増・高付加価値化によりカバーし、7億円の増減要因となりました。
- 原価率変動については、資源価格は高水準にあった前年下期をさらに上回る状況が続いたものの、この影響を、プロダクトミックスの改善に加え、一部製品における容量の変更、及び記念館等の国内その他セグメントの回復などで吸収し、合計では4億円の増減要因となっています。
- 物流費比率変動については、継続する物流コスト上昇に対して物流効率の改善に取り組んでおり、さらにプロダクトミックスの良化により、物流費比率が相対的に下がったこと等から2億円の増減要因となりました。
- 減価償却費は、設備の更新等により6億円の費用増加要因に、広告宣伝費は、飲料事業における新商品の投入に伴う増加や前年同期のCOVID-19の反動増により、第3四半期では昨年対比4億円の費用増加要因に、一般管理費は、一部の営業活動が通常に戻り、前年同期のCOVID-19影響の反動等により5億円の費用増加要因になっています。
- 持分法損益ですが、2020年12月の湖池屋連結子会社化に伴い、前期計上されていた11か月分の持分法損益反動減により4億円の減益となっています。
- 一方、当該連結子会社化により、湖池屋の業績として前期は2020年12月の1か月分、当期は2021年4~12月の9か月分が連結決算に反映されています。この前期と当期の取り込み期間の差異8か月分を、H欄の「企業結合による影響」8億円として表示しています。
- 以上により、国内における既存事業コア営業利益は前年同期比2億円、0.6%増減の367億円となっています。
- 続いて海外についてご説明します。
- 売上収益変動では、米州地域、中国地域を中心とした海外全地域における増収により90億円の増減要因となっています。ここには米州地域における価格改定の影響も含まれています。
- 原価率変動については、小麦、パーム油をはじめとした世界的な資材価格高騰により、米州地域、中国地域をはじめとして全地域で費用増となっています。
- 昨年度下期から高水準が続いており、昨年度対比の影響は徐々に緩和されてきているものの、第3四半期累計では65億円の減減要因となっています。
- 足元1-3月期では更なる資材価格高騰の可能性も想定されていますが、これらに対しては価格改定その他、プロダクトミックスの改善、一部製品における容量の変更等に取り組むことで対応しています。
- 物流費比率変動については、主に米国において、労働力不足に起因する物流単価の上昇や海上運賃の上昇等、運送費の高騰が継続しており、12億円の減減要因となっています。

## セグメント別：決算サマリー

・決算開示ベース：1-3月期は更なる資材価格高騰や経費の期ズレなどの影響を見込むものの、10-12月期は国内事業に加え、海外事業も増益に転じた

### 決算開示ベース

### 為替一定・前期C-19控除後ベース

	決算開示ベース	為替一定・前期C-19控除後ベース
<b>連結全体</b>	売上収益：4,248億円 YoY：+509億円、+13.6% 既存事業コア営業利益：435億円 YoY：△23億円、△5.0%	既存事業コア営業利益は"Double Digit"+16.8%での成長 売上収益：4,171億円 YoY：+568億円、+15.8% 既存事業コア営業利益：429億円 YoY：+62億円、+16.8%
<b>国内即席めん事業</b>	日清食品、明星食品ともに好調で増収 前期C-19影響もあり減益（19年度比CAGR+7.3%と順調に成長） 売上収益：1,864億円 YoY：+35億円、+1.9% コア営業利益：285億円 YoY：△12億円、△3.9%	コア営業利益は"Mid single Digit"超え+18.5%での成長 売上収益：1,864億円 YoY：+69億円、+3.8% コア営業利益：285億円 YoY：+45億円、+18.5%
<b>国内非即席めん事業</b>	飲料事業は広告宣伝費増も、低温事業がカバーし、低温・飲料事業は増収増益 菓子事業は、20年12月に連結化した湖池屋の影響により増収増益（除外しても増収） 売上収益：1,132億円 YoY：+295億円、+35.2% コア営業利益：65億円 YoY：+4億円、+6.5%	コア営業利益は"Double Digit"+26.8%での成長 売上収益：1,132億円 YoY：+313億円、+38.2% コア営業利益：65億円 YoY：+14億円、+26.8%
<b>海外事業</b>	全地域で増収（米州地域と中国地域が大きく牽引） C-19反動、米州地域中心にコスト増を吸収できず減益（19年度比CAGR+2.8%） 売上収益：1,235億円 YoY：+187億円、+17.9% コア営業利益：109億円 YoY：△22億円、△16.8%	コア営業利益は米国や持分法適用会社などの減益をカバーできず減益 売上収益：1,158億円 YoY：+205億円、+21.5% コア営業利益：103億円 YoY：△4億円、△3.5%

5

- 減価償却費は主に中国地域および米州地域において増加したことで7億円の減益要因となっています。
- 一般管理費は、前年同期のCOVID-19影響の反動や人件費の増加等により海外全地域で増加、14億円の減益要因となっています。
- 持分法損益については、持分法適用会社においても前年同期のCOVID-19影響の反動や資材価格高騰の影響を受け減益となっていること、またマルベンフードホールディングス社において7-9月期に取り込んだ追徴課税の影響等により、14億円の減益となっており、海外における減益の大きな要因となっています。
- 以上により、海外における既存事業コア営業利益は前年同期比22億円、16.8%減益の109億円となっています。
- また、調整額として前年同期比3億円の減益となっていますが、これは主にグループ関連費用が増加したことによるものです。
- 調整額を加味した連結ベースでの既存事業コア営業利益は、前年同期比23億円、5%減益の435億円となっています。
- スライド5は2021年度第3四半期のセグメント別の決算サマリーです。
- こちらも、左側の「決算開示ベース」の数字にもとづき説明します。
- 連結全体では、ここに記載のある通りの結果ですが、特筆すべきこととして、第3四半期単体で見ると、第2四半期に前期比プラスに転じた国内事業に加え、第2四半期まで減益となっていた海外事業も増益に転じています。
- 具体的には、国内が第2四半期の+11億円から+14億円へ改善した他、海外は第2四半期の△18億円から+11億円へ改善し、国内・海外合計で25億円の対前年度比増益となっています。
- これは、海外において、6ページにお示ししている通り、全ての地域で売上収益が2ケタで伸びていることに加え、価格改定が浸透し、利益面でも着実に貢献していることの証左であると考えています。
- 尚、各事業セグメントの売上収益・コア営業利益の実績詳細、および主な増減要因については、7ページから9ページにかけて記載しておりますので、後ほど、または適宜のタイミングでご覧頂ければと思います。
- 国内即席めん事業では日清食品セグメント、明星食品セグメントいずれも売上好調であり、売上収益は1,864億円、前年同期比35億円、1.9%の増収だった一方、利益面では前年同期のCOVID-19影響の反動に加え、資材価格の高騰による原材料費の増加等によりコア営業利益は285億円、前年同期比12億円、3.9%減益となっています。
- なお、COVID-19以前の2019年度第3四半期コア営業利益実績247億円からのCAGRは7.3%であり、順調に成長していると考えています。
- 国内非即席めん事業では、低温事業、菓子事業において売上が引き続き好調に推移していることに加えて、2020年12月の湖池屋の連結子会社化が影響し、売上収益は1,132億円、前年同期比で295億円・35.2%の増収となりました。また、コア営業利益は65億円となり、前年同期比4億円、6.5%の増益と、引き続き順調に推移しています。

(次ページへ続く)

## セグメント別 売上収益実績

・決算開示ベース / 為替一定・前期C-19控除後ベース : 国内その他を除く全セグメントで増収

単位: 億円	決算開示ベース						為替一定・前期C-19控除後ベース			
	2021年度 第3四半期 ①	2020年度 第3四半期 ②	前期比		2019年度 第3四半期 ⑤	前々期比 CAGR ⑥	2021年度 第3四半期 ⑦=①-為替影響	2020年度 第3四半期 ⑧=②-C19影響	前期比	
			増減額 ③=①-②	増減率 ④=③÷②					増減額 ⑨=⑦-⑧	増減率 ⑩=⑨÷⑧
日清食品	1,581	1,549	+ 32	+ 2.1%	1,508	+ 2.4%	1,581	1,525	+ 56	+ 3.7%
明星食品	283	280	+ 2	+ 0.8%	270	+ 2.4%	283	270	+ 13	+ 4.7%
<b>国内即席めん事業</b>	<b>1,864</b>	<b>1,830</b>	+ 35	+ 1.9%	<b>1,777</b>	+ 2.4%	<b>1,864</b>	<b>1,795</b>	+ 69	+ 3.8%
低温・飲料事業	612	586	+ 26	+ 4.5%	543	+ 6.2%	612	574	+ 39	+ 6.7%
菓子事業	520	252	+ 269	+ 106.8%	195	+ 63.1%	520	246	+ 274	+ 111.6%
<b>国内非即席めん事業</b>	<b>1,132</b>	<b>837</b>	+ 295	+ 35.2%	<b>738</b>	+ 23.9%	<b>1,132</b>	<b>820</b>	+ 313	+ 38.2%
国内その他	17	24	△ 8	△ 31.4%	32	△ 28.0%	17	35	△ 19	△ 52.9%
<b>国内事業 計</b>	<b>3,013</b>	<b>2,691</b>	+ 322	+ 12.0%	<b>2,547</b>	+ 8.8%	<b>3,013</b>	<b>2,650</b>	+ 364	+ 13.7%
米州地域	638	533	+ 105	+ 19.8%	485	+ 14.7%	604	451	+ 154	+ 34.1%
中国地域	400	353	+ 47	+ 13.3%	312	+ 13.3%	368	348	+ 20	+ 5.7%
アジア地域	112	95	+ 17	+ 18.0%	85	+ 14.9%	107	93	+ 14	+ 14.6%
EMEA地域	85	67	+ 18	+ 27.1%	52	+ 27.6%	79	61	+ 18	+ 29.2%
<b>海外事業 計</b>	<b>1,235</b>	<b>1,047</b>	+ 187	+ 17.9%	<b>933</b>	+ 15.0%	<b>1,158</b>	<b>953</b>	+ 205	+ 21.5%
<b>連結 計</b>	<b>4,248</b>	<b>3,739</b>	+ 509	+ 13.6%	<b>3,480</b>	+ 10.5%	<b>4,171</b>	<b>3,603</b>	+ 568	+ 15.8%

\* 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

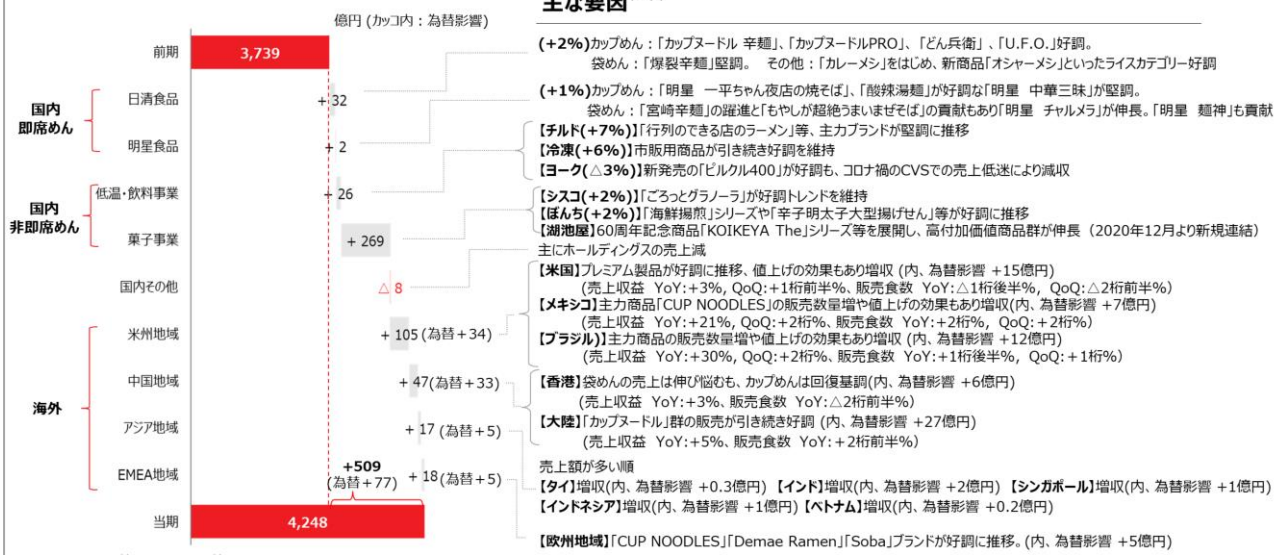
6

- 海外事業については、全地域で販売が増加していますが、中でも販売数量の増加や価格改定の影響等により米州地域と中国地域で売上が大きく増加し、海外事業全体として増収となりました。
- 一方、利益面では、前年同期のCOVID-19影響の反動に加え、世界的な資材価格の高騰、米国における物流費の増加等のマイナス要因を増収効果で吸収することができず、減益となりました。
- 海外の主要な地域の概要ですが、まず、米州地域は、米国は既存商品の収益力の向上に加え、プレミアム商品の提案強化に取り組んでおり、トップライン及びシェア・プレゼンスを拡大している中、プレミアム製品が好調に推移し、また値上げの効果もあり+3%の増収となりました。
- メキシコでは主力商品「CUP NOODLES」の販売数量増加や値上げ効果により+21%の増収となりました。
- また、ブラジルでも、主力商品の販売数量増加に値上げの影響も加わり、+30%と大幅な増収となっています。
- 一方で、コア営業利益は、売上増や価格改定による販売単価増・プレミアム商品の販売増等の増収効果があったものの、主要原材料費の高騰や、主に米国における物流費、人件費の増加等を吸収できず、前年同期比14億円、34.5%減益の26億円となりました。
- 米国では資材価格高騰による原材料費の増加のほか、ドライバー不足による物流費単価や海上運賃の上昇による物流費の増加、労働力不足による人件費増加といったマイナス要因を、プレミアム製品好調によるプロダクトミックス良化や価格改定による売上増加でカバーできず、一時的に赤字になりましたが、価格改定の効果も出てきており、昨年度との較差は着実に縮まってきています。
- メキシコではCUP NOODLES販売増や価格改定、生産効率の改善等により原材料高をカバーし、増益となりました。
- ブラジルでも、主要原材料高を販売数量増や価格改定効果が上回り、増益となりました。
- 中国地域の売上収益は、前年同期比47億円、13.3%増収の400億円となりました。
- 香港では袋めんの売上は伸び悩みもカップめんは回復基調にあり、3%の増収となりました。
- 大陸では「カップヌードル」群の販売が引き続き好調で、5%の増収となっています。
- 利益面については、中国地域のコア営業利益は前年同期比+4億円、+10.5%増益の43億円となりました。
- 香港では資材価格高騰等の影響が増収効果等を上回り、減益となった一方、大陸でも同様に資材価格高騰の影響をカップめんの販売ボリューム増加や、口径変更によるコスト削減等により吸収し、増益となりました。
- なお、今回の資料より、米州地域及び中国地域のエリア別売上収益及び販売食数に関して、前年度対比及び前四半期対比を記載しておりますので、詳しくは7ページをご覧ください。

(スライド10へ続く)

# セグメント別 売上収益貢献度 (前期比・決算開示ベース)

## 主要要因\*\*



・ YoY=前期比 QoQ=前四半期比  
 \* 日清食品、明星食品のメーカー出荷額ベースの前期比については補足資料をご確認ください  
 \*\* 海外に関するコメント、前期比及び前四半期比は、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



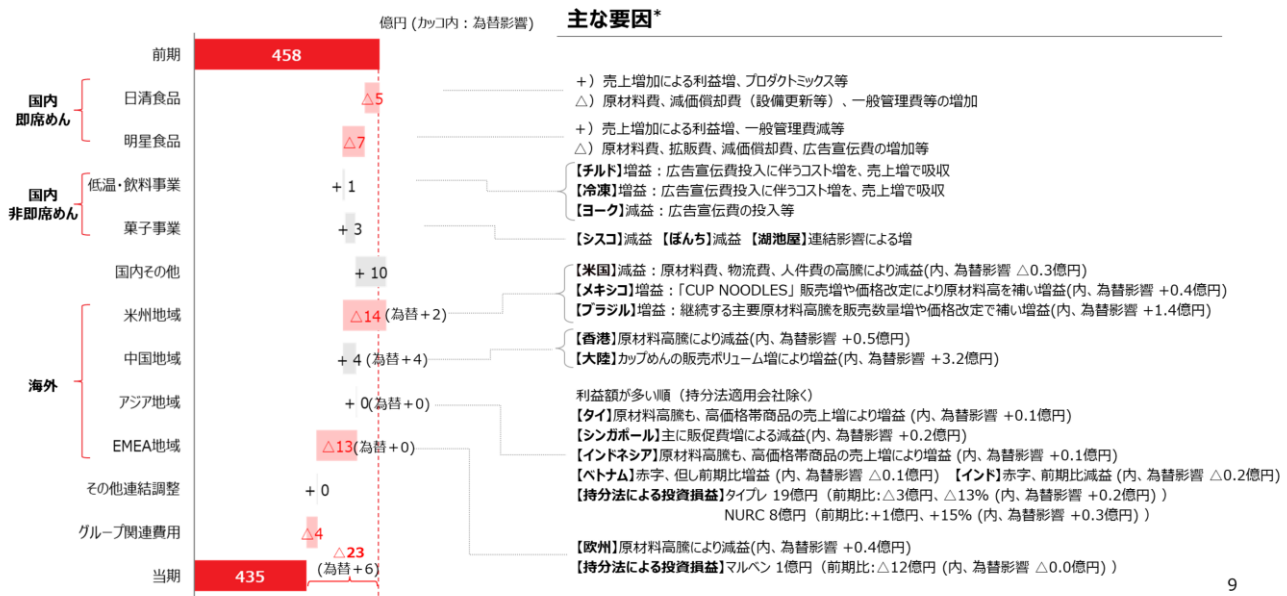
## セグメント別 コア営業利益実績

- ・決算開示ベース：国内事業は増益に転じ、海外事業は減益幅の縮小で着地
- ・為替一定・前期C-19控除後ベース：国内好調、既存事業全体は今期の計画水準を超え着地

単位：億円	決算開示ベース								為替一定・前期C-19控除後ベース			
	営業利益 ①	その他 収支 ②	2021年度 第3四半期 コア営業利益 ③=①-②	2020年度 第3四半期 コア営業利益 ④	前期比		2019年度 第3四半期 コア営業利益 ⑦	前々期比 CAGR ⑧	2021年度 第3四半期 コア営業利益 ⑨=③-為替影響	2020年度 第3四半期 コア営業利益 ⑩=④-C-19影響	前期比	
					増減額 ⑤=③-④	増減率 ⑥=⑤÷④					増減額 ⑪=⑨-⑩	増減率 ⑫=⑪÷⑩
日清食品	263	1	262	266	△ 5	△ 1.7%	224	+ 8.1%	262	219	+ 43	+ 19.7%
明星食品	24	0	23	30	△ 7	△ 22.9%	23	△ 0.3%	23	22	+ 1	+ 6.5%
<b>国内即席めん事業</b>	<b>286</b>	<b>1</b>	<b>285</b>	<b>297</b>	<b>△ 12</b>	<b>△ 3.9%</b>	<b>247</b>	<b>+ 7.3%</b>	<b>285</b>	<b>240</b>	<b>+ 45</b>	<b>+ 18.5%</b>
低温・飲料事業	36	2	35	34	+ 1	+ 2.0%	14	+ 54.9%	35	26	+ 8	+ 30.5%
菓子事業	31	1	30	27	+ 3	+ 12.3%	11	+ 64.9%	30	25	+ 6	+ 22.8%
<b>国内非即席めん事業</b>	<b>68</b>	<b>3</b>	<b>65</b>	<b>61</b>	<b>+ 4</b>	<b>+ 6.5%</b>	<b>26</b>	<b>+ 59.4%</b>	<b>65</b>	<b>51</b>	<b>+ 14</b>	<b>+ 26.8%</b>
国内その他	17	0	17	7	+ 10	+ 144.9%	14	+ 9.5%	17	6	+ 10	+ 163.9%
<b>国内事業 計</b>	<b>371</b>	<b>4</b>	<b>367</b>	<b>364</b>	<b>+ 2</b>	<b>+ 0.6%</b>	<b>287</b>	<b>+ 13.0%</b>	<b>367</b>	<b>298</b>	<b>+ 69</b>	<b>+ 23.0%</b>
米州地域	26	0	26	40	△ 14	△ 34.5%	35	△ 14.4%	24	23	+ 1	+ 4.4%
中国地域	42	△ 2	43	39	+ 4	+ 10.5%	29	+ 21.6%	39	34	+ 6	+ 17.1%
アジア地域	34	0	34	33	+ 0	+ 1.4%	27	+ 12.0%	33	33	+ 1	+ 1.7%
EMEA地域	6	0	6	19	△ 13	△ 66.8%	12	△ 26.5%	6	17	△ 11	△ 64.6%
<b>海外事業 計</b>	<b>108</b>	<b>△ 1</b>	<b>109</b>	<b>131</b>	<b>△ 22</b>	<b>△ 16.8%</b>	<b>103</b>	<b>+ 2.8%</b>	<b>103</b>	<b>107</b>	<b>△ 4</b>	<b>△ 3.5%</b>
<b>国内・海外事業 計</b>	<b>479</b>	<b>3</b>	<b>476</b>	<b>495</b>	<b>△ 20</b>	<b>△ 4.0%</b>	<b>390</b>	<b>+ 10.4%</b>	<b>470</b>	<b>405</b>	<b>+ 65</b>	<b>+ 16.0%</b>
その他連結調整	△ 1	△ 1	△ 0	△ 1	+ 0	-	△ 0	-	△ 0	△ 1	+ 0	-
グループ関連費用	△ 40	-	△ 40	△ 37	△ 4	-	△ 38	-	△ 40	△ 37	△ 4	-
<b>既存事業 計</b>	<b>437</b>	<b>2</b>	<b>435</b>	<b>458</b>	<b>△ 23</b>	<b>△ 5.0%</b>	<b>352</b>	<b>+ 11.1%</b>	<b>429</b>	<b>367</b>	<b>+ 62</b>	<b>+ 16.8%</b>
新規事業	△ 11	1	△ 12	△ 8	△ 5	-	△ 1	-	△ 12	△ 8	△ 5	-
<b>連結 計</b>	<b>426</b>	<b>3</b>	<b>423</b>	<b>450</b>	<b>△ 28</b>	<b>△ 6.2%</b>	<b>351</b>	<b>+ 9.7%</b>	<b>417</b>	<b>360</b>	<b>+ 57</b>	<b>+ 15.8%</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)



\* 海外に関するコメントは、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

## 価格改定の状況について

### 原材料価格の高騰等に対応するため、国内事業および海外事業ともに、価格改定を実施

#### 国内事業

- ◆ 日清食品
  - ・ 価格改定実施日: 2022年6月1日出荷分から
  - ・ 価格改定率: 希望小売価格の5~12%の値上げ
  - ・ 主な対象製品: 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
- ◆ 日清食品チルド
  - ・ 価格改定実施日: 2022年3月1日 納品分から
  - ・ 価格改定率: メーカー希望小売価格の6~12%アップ
  - ・ 主な対象製品: チルドめん各種  
一部製品は価格を据え置く
- ◆ 日清食品冷凍
  - ・ 価格改定実施日: 2022年3月1日 納品分から
  - ・ 価格改定率: 出荷価格の6~13%アップ
  - ・ 主な対象製品: 冷凍めん製品の一部
- ◆ 湖池屋
  - ・ 価格改定実施日: 2022年2月1日及び4月1日
  - ・ 価格改定率: 想定改定率: 6~11%程度
  - ・ 主な対象製品: ポテトチップス系製品各種  
一部の製品を除く

#### 海外事業

- ◆ 米州地域
  - 米国
    - ・ 価格改定実施日: ①2021年5月 ②2022年1月
    - ・ 主な対象製品: ①②袋めん、カップめん
  - メキシコ
    - ・ 価格改定実施日: ①2021年5月 ②2021年6月
    - ・ 主な対象製品: ①輸出②MT\*
  - ブラジル
    - ・ 価格改定実施日: ①2021年7月 ②2022年2月
    - ・ 主な対象製品: ①袋めん ②袋めん、カップめん
- ◆ 中国地域
  - 大陸
    - ・ 価格改定実施日: 2022年3月から
    - ・ 主な対象製品: 出前一丁、合味道等
- ◆ アジア地域
  - インドネシア
    - ・ 価格改定実施日: 2021年4月
    - ・ 主な対象製品: 激辛、CUP NOODLES、U.F.O.
  - インド
    - ・ 価格改定実施日: ①2021年10月 ②2022年1月
    - ・ 主な対象製品: ①Top Ramen ②CUP NOODLES mini

10

\* MT(Modern Trade):スーパー、コンビニなど

- ・ スライド10は、国内事業および海外事業における価格改定の実施状況をまとめたものです。
- ・ パーム油や小麦といった主な資材価格は、2021年度計画策定時を上回るペースで上昇しています。
- ・ 海外事業においては、P4でお示したように、第3四半期で原価率変動は昨年度対比▲65億円の悪化となっており、この太宗が資源価格高騰によるものですが、高付加価値戦略の推進や価格改定を適宜実施することで、このコスト増を吸収してまいります。
- ・ 価格改定の効果は、コスト増の後追いになる傾向があるものの、最終的には、このコスト増をカバーできると考えています。
- ・ 国内事業では、小麦価格上昇の影響は1月以降に本格化しますが、実際にその影響が出てくるのは2022年度からとなります。
- ・ そのため、2021年12月に既に発表しております日清食品チルドおよび日清食品冷凍に加え、昨日、2月3日に発表しておりますとおり、日清食品に関しても、6月1日出荷分から、希望小売価格の5~12%の価格改定を実施させて頂くことといたしました。
- ・ 現時点では、足元の売上は順調に伸びており、1月以降のコスト増の影響は自助努力含め、コントロール可能な範囲であり、2021年度事業計画については当初どおりの着地を見込んでいます。
- ・ 以上を通じて、連結での2021年度事業計画は、売上収益・コア営業利益ともに期初計画の達成を見込んでいます。
- ・ 尚、2022年度通期計画については、現在策定中で詳しいことはお話しできませんが、足元の原材料コストは、企業努力を上回るペースで上昇しており、国内・海外ともに、価格改定や製造原価低減等の対策をしっかり講じ、足元のコスト高を吸収し、中長期成長戦略で掲げている既存事業全体の「利益成長水準Mid-single Digit」での持続的な成長を達成していく計画です。

# サステナビリティ関連トピックス

## ウェルネス

「東京栄養サミット2021」\*に合わせ"栄養改善"と"持続可能な食料システム"の実現に向けたコミットメントを発表

## ESG評価

「Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) World Index」の構成銘柄に2年連続で選定

**1** **ウェルネス製品** 全製品の健康・栄養性の向上  
および ウェルネス製品の販売拡大

— 創業者精神 —

**食 足 世 平**

Peace will come to the world  
when there is enough food

「DJSI」は世界的なESG投資の株価指数  
財務とESGの側面から調査・分析し、持続可能性に  
優れた企業を評価

**2** **食物アレルギー検査** アレルゲン推奨表示品目の  
一斉検査法の開発

**食 創 為 世**

Create foods to serve society

“健康と栄養” “環境報告” “気候変動戦略”  
“社会貢献・慈善活動”などが特に高評価

**3** **代替肉** 即席めんの植物性たんぱく質使用量の  
引き上げ

**美 健 賢 食**

Eat wisely for beauty and health

「DJSI Asia Pacific Index」アジア・太平洋地域の  
主要企業から構成。2018年から4年連続で選定

**4** **食品廃棄物** 日本での流通・販売領域の  
廃棄物総量の半減

**食 為 聖 職**

Food related jobs are sacred profession

Member of  
**Dow Jones  
Sustainability Indices**

Powered by the S&P Global CSA

\* 国政府、国際機関、企業、市民団体などのリーダーが、健康・食・強靱性をテーマに世界の人の栄養改善について幅広く議論し、今後の行動の方向性について共通認識を深め、世界の栄養課題解決に向けた取り組みを推進することを目的とした国際会議。第三回となる「東京栄養サミット2021」が12月7日(火)と8日(水)に東京で開催。東京栄養サミット2021 公式サイト <https://img-tokyo2021.jp/>

- ・ スライド11でサステナビリティ関連について説明させていただきます。
- ・ 2021年11月実施の第2四半期決算説明会では、主に全社の環境戦略EARTH FOOD CHALLENGE2030の進捗状況についてお話しさせていただきました。今回は、前回の決算説明会以降の主要なトピックス2つを紹介させていただきます。
- ・ まず2021年12月に行われました「東京栄養サミット」に合わせ日清食品グループの「栄養改善」と「持続可能な食料システム」の実現に向けたコミットメントを発表いたしました。
- ・ 「過栄養」「低栄養」といった栄養と健康にまつわる課題は特に注目を集めており、従来取り組んできた食品安全に加え、当社にとっても極めて重要な課題と認識しております。
- ・ これらの重要課題を踏まえ、この度日清食品グループは創業時からの“4つの創業者精神”のもと、「ウェルネス製品」、「食物アレルギー検査」、「代替肉」、「食品廃棄物」についてコミットメントを策定いたしました。
- ・ 当社グループでは、食を通じたウェルネスについて多角的な取り組みを行っていくことで、世界の栄養不良の二重負荷の解決に寄与したいと考えております。
- ・ 過栄養の問題については、過剰摂取が健康に悪影響を与える成分を削減することで、そして低栄養の問題については、ビタミン・ミネラル・食物繊維等の健康に良い成分を強化することで、健康価値・栄養性を高めます。
- ・ これまではいくつかの健康に配慮した製品の販売はしていますが、今後はさらにウェルネスのカテゴリーでの展開を積極的にしていきたいと考えております。
- ・ また、アレルギー検査の精度や検査数を高めていくことで、食品アレルギーをお持ちの方でも、幅広い選択肢の中から安心して食品を選んでいただき、栄養バランスの良い食事が摂れるようサポートしてまいります。
- ・ これらの取り組みを中心に、日清食品グループは様々なステークホルダーと協働しながら、世界中の人々のウェルネスに多角的にアプローチし、栄養不良の二重負荷をはじめとする栄養・健康課題の解決を目指してまいります。
- ・ 次に、右側にお示ししておりますESG関連ですが、日清食品グループは「Dow Jones Sustainability index」のアセスメントスコアを改善KPIとして活用しており、2021年度についても前年に引き続きワールドindexに選定頂くことが出来ました。
- ・ 食品カテゴリーは世界で7社が構成銘柄として選定されております。
- ・ “健康と栄養” “環境報告” “気候変動戦略” “社会貢献・慈善活動”などが評価されています。日清食品グループは、これからも持続可能な社会の実現と企業価値の向上に努めていきます。
- ・ 以上にて、2021年度第3四半期の決算報告といたします。

# Appendix

I. 2021年度 第3四半期：セグメント別 売上収益・既存事業コア営業利益貢献度	……	P13
(前期比・為替一定・C-19控除後ベース)		
II. 2021年度計画：既存事業コア営業利益の増減要因	……	P15~16
III. サステナビリティ関連情報	……	P18

# セグメント別売上収益・既存事業コア営業利益貢献度 (前期比・為替一定・C-19控除後ベース)

## 売上収益

## 既存事業コア営業利益

前期：C-19控除後		3,603	億円
国内 即席めん	日清食品	+ 56	
	明星食品	+ 13	
国内 非即席めん	低温・飲料事業	+ 39	
	菓子事業	+ 274	
	国内その他	△ 19	
海外	米州地域	+ 154	
	中国地域	+ 20	
	アジア地域	+ 14	
	EMEA地域	+ 18	
当期：為替一定		4,171	
為替影響		+ 77	
当期：決算開示ベース		4,248	

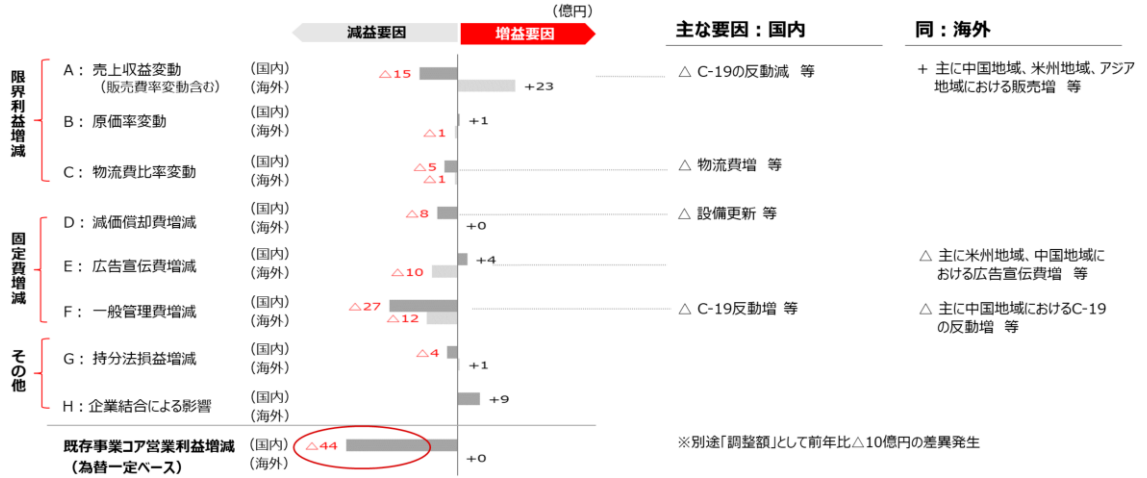
前期：C-19控除後		367	億円
国内 即席めん	日清食品	+ 43	
	明星食品	+ 1	
国内 非即席めん	低温・飲料事業	+ 8	
	菓子事業	+ 6	
	国内その他	+ 10	
海外	米州地域	+ 1	
	中国地域	+ 6	
	アジア地域	+ 1	
	EMEA地域	△ 11	
	その他連結調整	+ 0	
	グループ関連費用	△ 4	
当期：為替一定		429	
為替影響		+ 6	
当期：決算開示ベース		435	

・ 増減要因については、P7およびP9をご確認ください

# Appendix

I.	2021年度 第3四半期：セグメント別 売上収益・既存事業コア営業利益貢献度	……	P13
	(前期比・為替一定・C-19控除後ベース)		
II.	<b>2021年度計画：既存事業コア営業利益の増減要因</b>	………	<b>P15~16</b>
III.	サステナビリティ関連情報	……………	P18

## 既存事業コア営業利益予想に関する増減要因 (20年度比・計画為替一定ベース・C-19影響含む)



【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しています。  
 ② 固定費 (D,E,F) = 前期費用 - 当期費用  
 ③ その他 (G) = 前期実績 - 当期予想  
 (H) = 新規連結会社の当期コア営業利益予想 - 新規連結会社の企業結合時点からの前期コア営業利益実績

\* 計画為替一定ベースは20年度の4-3月実績平均為替レートを使用。  
 \* 第2四半期より、減価償却費増減、一般管理費増減の数値を変更しています。



## 2021年度 セグメント別予想

多くのセグメントで、COVID-19影響を除く2020年度実績からの大きな成長を目指す

単位：億円	売上収益 (IFRS)							コア営業利益 (Non-GAAP)						
	2021年度 予想	前期 (2020年度 実績)					2021年度 予想	前期 (2020年度 実績)						
		売上収益	C-19影響	C-19控除後	前期比	営業利益		その他収支	コア営業利益	C-19影響	C-19控除後	前期比		
日清食品	2,070	2,056	28	2,028	+ 42	+ 2.1%	280	322	2	320	53	266	+ 14	+ 5.1%
明星食品	375	376	14	362	+ 13	+ 3.6%	24	32	1	31	10	21	+ 3	+ 13.5%
<b>即席めん事業</b>	<b>2,445</b>	<b>2,432</b>	<b>42</b>	<b>2,390</b>	<b>+ 55</b>	<b>+ 2.3%</b>	<b>304</b>	<b>354</b>	<b>3</b>	<b>351</b>	<b>63</b>	<b>288</b>	<b>+ 16</b>	<b>+ 5.7%</b>
低温・飲料事業	770	777	18	759	+ 11	+ 1.5%	30	36	2	34	9	25	+ 5	+ 19.7%
菓子事業	650	411	6	405	+ 245	+ 60.4%	31	26	0	26	2	23	+ 8	+ 34.0%
国内その他	25	33	△ 14	47	△ 22	△ 46.8%	10	8	0	8	2	6	+ 4	+ 60.2%
<b>国内計</b>	<b>3,890</b>	<b>3,653</b>	<b>52</b>	<b>3,601</b>	<b>+ 289</b>	<b>+ 8.0%</b>	<b>375</b>	<b>425</b>	<b>5</b>	<b>419</b>	<b>77</b>	<b>342</b>	<b>+ 33</b>	<b>+ 9.6%</b>
米州地域	740	709	96	613	+ 127	+ 20.8%	39	40	0	40	18	22	+ 17	+ 75.3%
中国地域	550	482	5	476	+ 74	+ 15.5%	55	58	2	55	5	50	+ 5	+ 9.9%
アジア地域	135	127	1	125	+ 10	+ 7.9%	46	41	1	40	1	40	+ 6	+ 16.0%
EMEA地域	85	91	10	81	+ 4	+ 4.6%	15	19	0	18	4	15	+ 0	+ 2.1%
<b>海外計</b>	<b>1,510</b>	<b>1,408</b>	<b>113</b>	<b>1,295</b>	<b>+ 215</b>	<b>+ 16.6%</b>	<b>155</b>	<b>157</b>	<b>3</b>	<b>155</b>	<b>28</b>	<b>127</b>	<b>+ 28</b>	<b>+ 22.4%</b>
<b>国内・海外計</b>	<b>5,400</b>	<b>5,061</b>	<b>165</b>	<b>4,896</b>	<b>+ 504</b>	<b>+ 10.3%</b>	<b>530</b>	<b>582</b>	<b>8</b>	<b>574</b>	<b>105</b>	<b>469</b>	<b>+ 61</b>	<b>+ 13.1%</b>
その他連結調整							△ 60	40	41	△ 1	0	△ 1	△ 10	-
グループ関連費用								△ 49	0	△ 49	0	△ 49		
<b>既存事業</b>	<b>5,400</b>	<b>5,061</b>	<b>165</b>	<b>4,896</b>	<b>+ 504</b>	<b>+ 10.3%</b>	<b>470</b>	<b>573</b>	<b>49</b>	<b>524</b>	<b>105</b>	<b>419</b>	<b>+ 51</b>	<b>+ 12.2%</b>
新規事業							△ 25	△ 18	0	△ 18	0	△ 18	△ 7	-
							~ △ 45					~ △ 27		-
<b>連結計</b>	<b>5,400</b>	<b>5,061</b>	<b>165</b>	<b>4,896</b>	<b>+ 504</b>	<b>+ 10.3%</b>	<b>445</b>	<b>555</b>	<b>49</b>	<b>506</b>	<b>105</b>	<b>401</b>	<b>+ 44</b>	<b>+ 11.0%</b>
							~ 425					~ 24	~ + 6.0%	

\* 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






$$=470-524+10=\triangle 44$$

# Appendix

I.	2021年度 第3四半期：セグメント別 売上収益・既存事業コア営業利益貢献度 (前期比・為替一定・C-19控除後ベース)	……	P13
II.	2021年度計画：既存事業コア営業利益の増減要因	………	P15~16
III.	<b>サステナビリティ関連情報</b>	……………	<b>P18</b>

# 日清食品グループの主なサステナビリティ関連の取り組み

包括的な取り組みで企業運営のレジリエンス強化を図る

<p><b>1</b> 環境にやさしい、を意識した「カップヌードル」</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>容器</b> バイオマス・プラスチックの活用</li> <li><b>包材</b> フタ止めプラスチックの廃止</li> <li><b>具材</b> “謎肉”“ほほイカ”代替食技術の活用</li> <li><b>めん</b> 持続可能なパーム油の活用</li> <li><b>スープ</b></li> </ul>	<p><b>2</b> 環境問題の解決を目指すアライアンス、イニシアチブへの参加</p>   <p>SCIENCE BASED TARGETS DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION</p>
<p><b>3</b> ESG投資の代表的指標、“DJSI” “FTSE”への選定</p> <p>*DJSI_Dow Jones Sustainability index **“FTSE4Good Index Series”、“FTSE Blossom Japan Index”の構成銘柄に選定</p>   	<p><b>4</b> TCFDフレームワークの開示</p> <p>気候変動が当社に与えるインパクトを開示 <a href="https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/policy/risk/">https://www.nissin.com/jp/sustainability/environment/policy/risk/</a></p> 

本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～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。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HD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