



2023年度 第1四半期決算報告

2023年8月3日

日清食品ホールディングス株式会社
(証券コード：2897)

決算説明会開催日：2023年8月3日

- ・ CFOの矢野でございます。
- ・ 本日は、当社の第1四半期決算の状況について、既に開示しております「2023年度第1四半期決算報告」の資料に基づき、ご報告させていただきます。

本日のポイント

Point 1: 2023年度1Q 実績

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

Point 2: 足元の事業環境について

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

1

- ・ 1ページをご覧ください。
- ・ 本日お伝えしたいポイントを2つにまとめています。
- ・ まず、2023年度第1四半期の業績ですが、昨年来実施してきた価格改定効果を主因に、売上収益は前期比11.5%、既存事業コア営業利益は前期比65.2%の増収増益となりました。
- ・ 売上収益は第1四半期としては過去最高、また、利益については、過去の実績と比較可能な営業利益でみても、第1四半期としては過去最高、四半期ベースでの比較でも、昨年の第3四半期に次ぐ水準となりました。
- ・ 事業部門別について、まず、海外事業です。
- ・ 米国を中心に損益改善が進み、海外事業の既存事業コア営業利益は、国内即席めん・国内非即席めん・海外事業の合計に対し5割弱を占めるまで拡大しています。
- ・ 次に国内即席めん事業ですが、6月に2年連続となる価格改定を実施しましたが、6月の数量は前期比横ばいを維持しています。
- ・ 国内非即席めん事業は、日清ヨーク・湖池屋が引き続き好調に推移し、コア営業利益は前期比2.4倍と大幅な増益を達成しています。
- ・ ポイント2つ目は、足元の事業環境と今後の見通しについての当社の見方です。
- ・ 食料品の値上げが続くなか、相対的に低価格である即席めんへの需要が高まっており、総需要は拡大しております。更に、即席めんカテゴリーの中でも、低価格商品と高付加価値商品への需要が高まる、2極化傾向にあると分析しています。
- ・ そういった市場環境において、当社は、高付加価値商品の市場はもともと当社が強みとするところですが、低価格商品の市場においてもブランドに対する信頼感により国内即席めん市場全体の中で優位性を高める事ができています。
- ・ これは、当社がこれまで培ってきたブランド戦略が奏功し、需要増にしっかり対応できていることが背景にあるものと評価しています。
- ・ 次にコスト面ですが、資材価格については、海外ではロシアのウクライナ進行以降高騰していた状況はピークアウトし、期初想定比低水準で安定しています。この状況が続けば、今後、利益のアップサイドが期待できると考えます。
- ・ 一方で、国内では、第1四半期は計画を若干下回りましたが、前期比では増加しており、7月以降の小麦価格上昇や、為替の円安傾向が継続していること、更にはエネルギーコストの高騰も継続していることなどを踏まえると、通期でも予断を許さない状況が続いています。

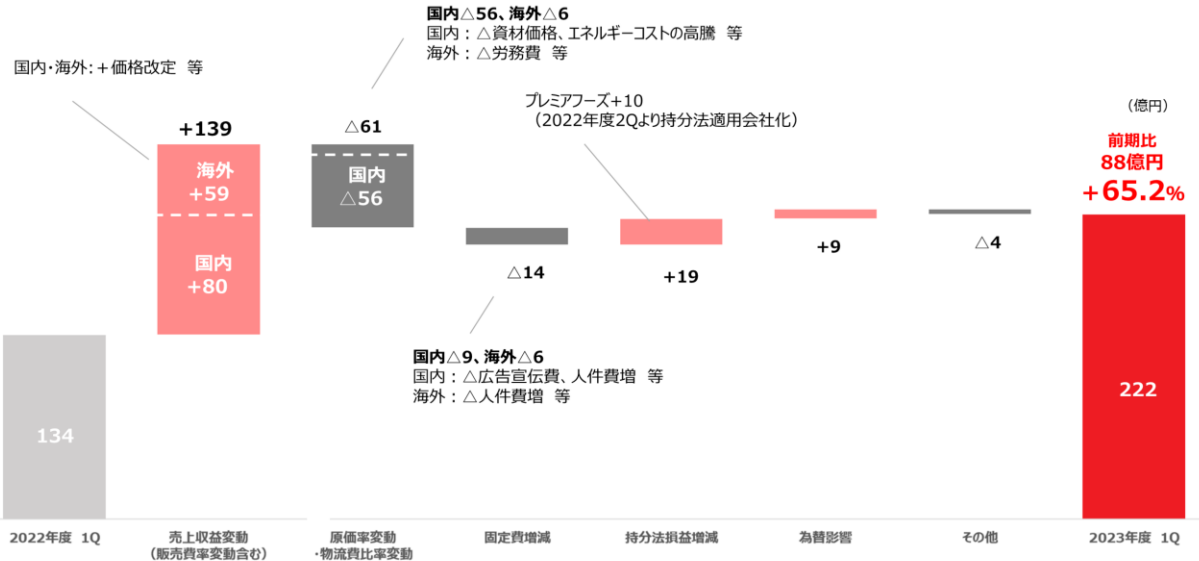
2023年度1Q 連結決算サマリー

単位：億円	2023年度1Q 決算開示ベース			2023年度1Q 為替一定ベース		
	実績	前期比		実績	前期比	
		増減額	増減率		増減額	増減率
売上収益	1,665	+ 172	+ 11.5%	1,632	+ 139	+ 9.3%
既存事業コア営業利益	222	+ 88	+ 65.2%	213	+ 79	+ 58.9%
営業利益	209	+ 76	+ 57.5%	200	+ 68	+ 51.1%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	140	+ 65	+ 86.3%	133	+ 58	+ 76.7%
既存事業コア営業利益率	13.3%	+ 4.3pt		13.1%	+ 4.1pt	
営業利益率	12.5%	+ 3.7pt		12.3%	+ 3.4pt	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	8.4%	+ 3.4pt		8.2%	+ 3.1pt	

2

- ・ 2ページをご覧ください。
- ・ 左側に決算開示ベースの第1四半期実績を記載しております。
- ・ 売上収益は、即席めん事業、非即席めん事業、海外事業の3事業いずれも増収となり、第1四半期としては、過去最高となる1,665億円、前期比プラス172億円、プラス11.5%の増収となりました。
- ・ 既存事業コア営業利益は、海外事業および、日清ヨークなどの牽引により、222億円、前期比プラス88億円、プラス65.2%の増益となりました。

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

3

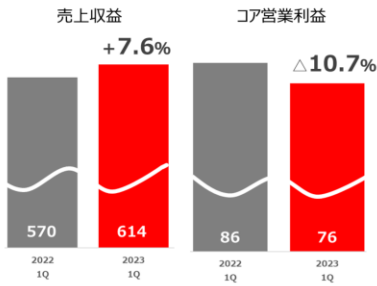
- 3ページをご覧ください。こちらのページは第1四半期の既存事業コア営業利益の増減要因を分析したもので、細目は「為替一定ベース」で表示しております。
- 左から2番目のピンクのバーでお示している売上収益の増加要因が、3番目および4番目のグレーのバーのコスト増加要因を上回ったことを主因に増益着地となりました。
- 国内事業・海外事業で分けて分析しますと、ご覧の通り、海外事業は主に増収要因がダイレクトに増益に寄与したかたちになりました。国内事業も増収要因で、資材・エネルギーを中心とするコスト増加要因を概ねカバーしています。
- また、直接的な為替影響は、円安の進行に伴いプラス方向で9億円となりましたが、国内の資材コスト上昇要因に為替要因が内包されておりますので、為替感応度といった観点ではニュートラルに近いレベルかと考えています。

セグメント別 決算サマリー

売上収益は、価格改定効果に加え、底堅い需要の取り込みを主因に、3事業すべて増収
 コア営業利益は、非即席めん事業の増益が寄与し、国内事業全体で増益に転換
 海外事業は大幅増益

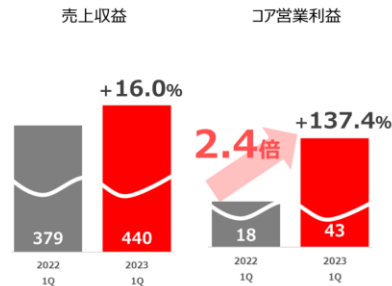
国内即席めん事業

価格改定により日清食品、明星食品共に増収
 資材価格上昇によるコスト増を主因に、減益



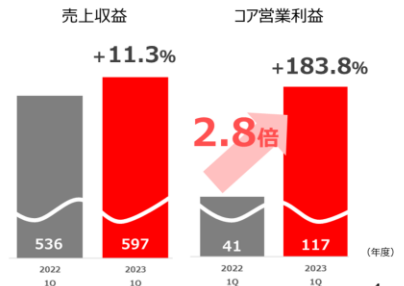
国内非即席めん事業

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



海外事業

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



(億円)

(年度)

- ・ 続きまして、4ページはセグメント別の決算サマリーです。
- ・ 売上収益については、価格改定効果と底堅い需要の取り込みを主因に3事業すべて増収となりました。
- ・ コア営業利益については、国内即席めん事業はコスト増を主因に減益となりましたが、国内非即席めん事業では日清ヨーク・湖池屋が貢献し、前期比約2.4倍の増益となりました。また、海外事業は米国の価格改定が順調に推移していることなどを背景に、前期比2.8倍と、大幅な増益となりました。

セグメント別 売上収益実績

国内事業、海外事業ともDouble-Digitの増収

単位：億円	2023年度1Q 決算開示ベース			2023年度1Q 為替一定ベース		
	実績	前期比		実績	前期比	
		増減額	増減率		増減額	増減率
日清食品	514	+ 37	+ 7.7%	514	+ 37	+ 7.7%
明星食品	100	+ 7	+ 7.6%	100	+ 7	+ 7.6%
国内即席めん事業	614	+ 44	+ 7.6%	614	+ 44	+ 7.6%
低温・飲料事業	232	+ 29	+ 14.0%	232	+ 29	+ 14.0%
菓子事業	208	+ 32	+ 18.2%	208	+ 32	+ 18.2%
国内非即席めん事業	440	+ 60	+ 16.0%	440	+ 60	+ 16.0%
国内その他	14	+ 7	+ 105.8%	14	+ 7	+ 105.8%
国内事業 計	1,068	+ 112	+ 11.7%	1,068	+ 112	+ 11.7%
米州地域	344	+ 45	+ 15.2%	321	+ 22	+ 7.2%
中国地域	149	△ 9	△ 5.5%	145	△ 12	△ 7.6%
アジア地域	52	+ 6	+ 14.1%	50	+ 4	+ 9.8%
EMEA地域	52	+ 17	+ 50.8%	48	+ 13	+ 39.4%
海外事業 計	597	+ 61	+ 11.3%	564	+ 28	+ 5.2%
連結 計	1,665	+ 172	+ 11.5%	1,632	+ 139	+ 9.3%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく

* 「国内その他」には新規事業も含む

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

- ・ 5ページをご覧ください。こちらはセグメント別売上収益実績のブレイクダウンです。
- ・ 全てのセグメントで増収となりましたが、特に伸長しているのが、国内非即席めん事業と海外事業です。
- ・ 国内非即席めん事業は、低温・飲料・菓子事業の増収により、前年比16.0%の増収となりました。特に日清ヨークと、湖池屋の貢献が大きい状況です。
- ・ 海外事業は、中国を除く全地域で増収となりました。米国の増益が、増益要因の大宗を占めています。

セグメント別 コア営業利益実績

海外事業・日清ヨーク・湖池屋が全体を牽引し、連結全体で前期比1.6倍の増益

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

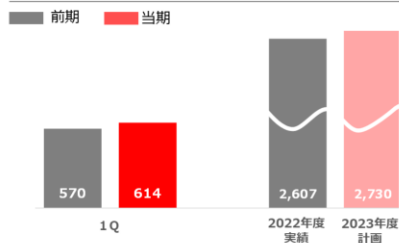
* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく
 * 2023年度1Qより、ベトナム日清が中国地域セグメントに移管したため、前期の数字も溯及修正

- 6ページをご覧ください。セグメント別コア営業利益の実績です。
- 連結全体としては、国内即席めん事業の減益を、海外事業および国内非即席めん事業がカバーするかたちで、既存事業合計で前期比88億円、65.2%増益の 222億円となりました。
- 引き続き海外事業が好調で、前期比+183.8%と非常に高い水準での利益成長が続いています。
- 特に、前年度第2四半期以降黒字転換した米国日清の伸長が際立っており、引き続き黒字体質への定着を図ることにより、海外事業の柱に育ててまいります。
- その他、EMEA地域および、国内非即席めん事業の日清ヨーク、湖池屋の好調が全体の利益に貢献しました。

国内即席めん事業

数量は引き続き前期比増で推移、需要は底堅くトップラインは好調に推移するも、原材料・包材・エネルギーコスト上昇の影響を受け、減益で着地

売上収益 (億円)



日清食品(+8%)

カップめん：新製品「カップヌードルねぎ塩」、「カップヌードル塩分控えめPRO」シリーズや「あっさりおいしいカップヌードル」シリーズなどが貢献

袋めん：「ゆでるからうまい！日清のどん兵衛」、「0秒チキンラーメンミニ」が好調

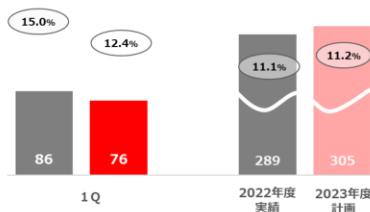
明星食品(+8%)

カップめん：「一平ちゃん 夜店の焼そば」、「ロカボNOODLESおいしさプラス」が好調

袋めん：「チャルメラ」が好調

コア営業利益 (億円)

%：コア営業利益率



日清食品(△7%)

+) 売上増加による利益増

△) 資材価格上昇、エネルギーコストの増加等

明星食品(△42%)

+) 売上増加による利益増

△) 資材価格上昇等

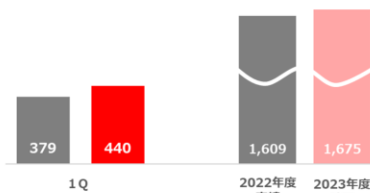
- ・ 7ページをご覧ください。ここから12ページまでは、各セグメント別の状況です。
- ・ まず、国内即席めん事業ですが、概ね計画線での順調な滑り出しであったと評価しています。
- ・ 市場全体では、数量は前年同期と同水準、金額は2年連続の価格改定効果もあり、前年同期を上回って推移しています。これは、国内においても様々な食料品価格が 上昇するなか、相対的に低価格の即席めんの需要が伸びていることが背景にあると考えています。
- ・ 当社グループにつきましては、日清食品では「カップヌードルねぎ塩」等の新商品や「カップヌードル塩分控えめPRO」、明星食品では「ロカボNOODLES」などの高付加価値商品の販売が高水準を維持していることに加え、日清食品の「あっさり」シリーズなどの価格コンシャス商品の拡販により、二極化する消費者ニーズにしっかり対応できている状況です。この結果、数量・金額とも市場を上回る販売実績となりました。
- ・ 昨年は、価格改定月である6月に数量が一時的に減少し、9月にかけて前年並に戻しましたが、今年は対照的に6月から前年並みをキープしており、7月に入っても同様の傾向を維持しています。
- ・ 資材・エネルギー価格の動向については予断を許さない状況ではあるものの、足許の環境は堅調であり、今後の需要拡大期にむけた拡販戦略などを考えますと、明るい 兆しがでてきたと感じています。

国内非即席めん事業

乳酸菌飲料「ピルクル ミラクルケア」、「ピルクル400」が好調であったヨーク、定番商品が好調であった湖池屋が貢献し、増収増益

売上収益 (億円)

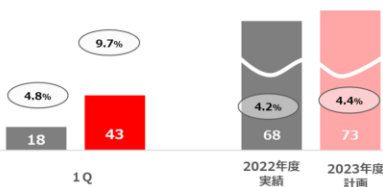
■ 前期 ■ 当期



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

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



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

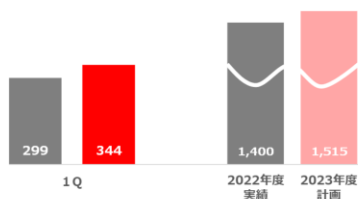
- ・ 8ページをご覧ください。
- ・ 非即席めん事業も、即席めんと同様に、順調なスタートとなりました。
- ・ ピルクルシリーズが引き続き好調な日清ヨークと、「湖池屋ポテトチップス」などの主力商品の販売が拡大している湖池屋が、セグメント全体を押し上げています。
- ・ 特に、昨年9月に発売を開始した「ピルクルミラクルケア」が好調を維持しており、日清ヨークの損益構造の改善が急ピッチで進んでいる状況です。
- ・ また、前年度下期以降苦戦していた日清チルドも、価格改定効果などにより増益転換しました。

米州地域

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

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



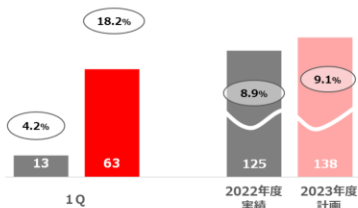
米国 : 付加価値商品の販売強化、価格改定効果により増収(為替影響 +11億円)
メキシコ : 価格改定効果や、数量増により増収(為替影響 +7億円)
ブラジル : 一時的な生産設備メンテナンスによる販売数量減により減収 (為替影響 +5億円)

4-6月 前期比

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

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



米国 : 増益
 価格改定により資材価格上昇を吸収し、増益(為替影響 +3億円)
メキシコ : 増益
 販売数量増及び価格改定により資材価格上昇を吸収し、増益(為替影響 +1億円)
ブラジル : 減益
 販売数量減に伴い減益(為替影響 +0億円)

* 米国の売上収益の増減は、米国日清、明星USAの合計
 * 数量は管理ベースで記載

9

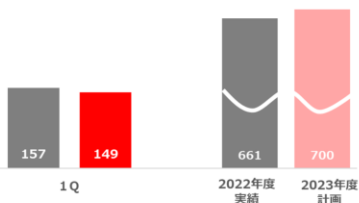
- 9ページをご覧ください。
- 海外事業も、マクロ経済環境の影響を受けた中国地域を除き、好調な出だしとなっています。
- まず、米州地域です。米国市場全体は、各社の価格改定後も強い需要環境が続いていますが、足元では少し落ちつきつつある状況で、数量ベースでは概ね前年横這い圏の水準となっています。但し、米国内の他の食品と比べると、相対的な需要の強さは維持されているとの認識です。
- 当社につきましては、米国日清の第1四半期の数量実績は、前年の価格改定前の駆け込み需要に伴う一時的な販売量増加の反動などの要因もあり、前年同期比で1桁台後半の減少となっていますが、概ね社内計画に沿った内容です。
- 収益面をみますと、昨年8月の平均36%の価格改定効果が数量減の要因を上回っていること、プレミアム商品群の利益への寄与度が高まっていることなどを背景に、収益額・率ともに構造的な改善が進んでいる状況です。
- 第2四半期以降については、日清ブランド定着と数量維持に向け、拡販費やマーケティング費用などをしっかり使っていく予定ですが、資材の中で、パーム油・小麦粉については、市況の低下局面で期初計画よりも安い価格水準でのブッキングがある程度できている状況にあることも踏まえ、第1四半期の利益率水準に近づけるよう、期初計画を超える収益水準へチャレンジしていきたいと思っております。
- メキシコは、袋めん市場が拡大基調にあるなど、堅調な需要を背景に数量が伸びていること、また、価格改定効果もあり増収増益となりました。
- ブラジルは、計画的メンテナンスの実施および一時的な生産トラブルによる減産により、数量が前年割れとなり、減収・減益となりました。市場全体の需要は底堅い状況が続いていますので、安定的な生産体制を構築し、早期のキャッチアップを目指していきます。なお、今年の6月に、価格改定を実施しております。

中国地域

マクロ経済環境の悪化が消費センチメントに影響し、減収減益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



香港他：販売数量減により減収
(為替影響 +3億円)

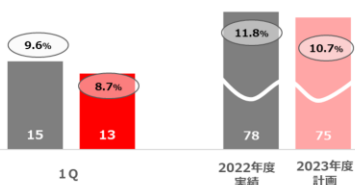
大陸：販売数量減に伴い減収
(為替影響 △0億円)

4-6月 前期比

	売上収益 (前増為前一定ベース)	数量*
香港他	△9%	△2桁前半%
大陸	△6%	△1桁後半%

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



香港他：減益
販売数量減に伴い減益
(為替影響 +0億円)

大陸：減益
販売数量減に伴い減益
(為替影響 △0億円)

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

10

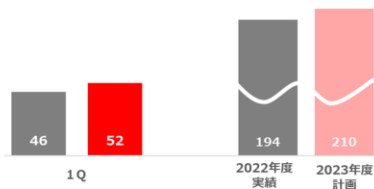
- 10ページをご覧ください。
- 中国地域は、昨年度の第1四半期が、コロナ需要が高まった時期であったことの反動に加え、景気回復の遅れ・消費センチメントの悪化や若年層の失業率拡大などによる主力購買層の購買力低下などにより、販売数量が減少し、減収減益となりました。
- 香港、大陸共に、厳しい状況ではありますが、資材コストの上昇は落ち着いてきております。ブランドイメージの維持・向上や消費者の掘り起こしのため、販売促進活動を継続し、中長期的な顧客層の拡大を目指します。

アジア地域

各国の価格改定により全地域で増収増益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期

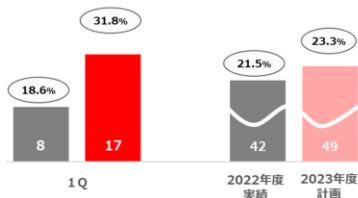


売上額が多い順

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

コア営業利益 (持分法損益含む) (億円)

% : コア営業利益率



利益額が多い順 (持分法適用会社除く)

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

持分法による投資損益

タイフレ : 6億円 (前期比: +2億円 (為替影響 +1億円))
 NURC : 3億円 (前期比: +1億円 (為替影響 +0億円))

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

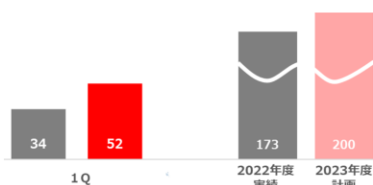
- 11ページをご覧ください。
- アジア地域は、全ての事業会社で増収増益となりました。従来苦戦していたインドも、資材コスト低下の恩恵もあり、今期黒字転換しています。
- アジア地域全体として、コロナが明け、観光客が戻ってきたことが追い風となっている他、価格改定効果や資材高騰の鎮静化などが、利益の持ち上げ材料となりました。

EMEA地域

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

売上収益 (億円)

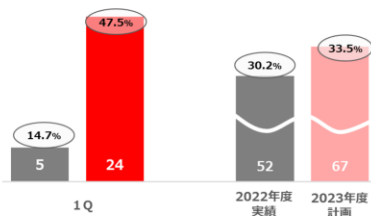
■ 前期 ■ 当期



- 「CUP NOODLES」、「Soba」、「Demae Ramen」ブランドが引き続き好調に推移
- イギリス、ドイツ、フランスを中心に増収 (為替影響 +4億円)

コア営業利益 (持分法損益含む) (億円)

% : コア営業利益率



欧州 : 減益

数量増もコスト増をカバーできず前年並み(為替影響 +0億円)

持分法による投資損益

マルベン : 11億円 (前期比: +10億円 (為替影響 +3億円))

プレミアフーズ : 10億円 (2022年度2Qより持分法損益を計上)

12

- 12ページをご覧ください。
- EMEA地域は、引き続き即席めん市場の成長が著しく、欧州日清の売上収益が前期比約1.5倍と高成長で推移しています。
- 利益面では、プレミアフーズが今期第一四半期からフルに寄与するようになったことと、マルベンが好調であることにより、持分法利益の増加額21億円が、増益に寄与しています。

私からの説明は以上となります。

Appendix

2023年度 通期連結業績計画

売上収益は7,000億円超、既存事業コア営業利益は前期比+6.3%、640億円を目指す
 当期利益は、前年の税効果会計適用等による影響（約44億円）を除いた実質ベースでは増益

売上収益	7,100 億円	前期比 +6.1%
------	----------	--------------

Mid-single Digitでの成長を継続

既存事業コア営業利益	640 億円	+6.3%
------------	--------	-------

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	575 ~ 605 億円	+3.3~+8.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	425 ~ 445 億円	△5.1~△0.6%
EPS	419 ~ 439 円/株	

* 計画に係る円表示数値は全て22年度実績レート

2023年度 セグメント別計画

億円	売上収益 (IFRS)				コア営業利益 (Non-GAAP)			
	2023年度 計画	前期 (2022年度 実績)		2023年度 計画	前期 (2022年度 実績)			
		売上収益	前期比		コア営業利益	前期比		
日清食品	2,310	2,202	+ 108	+ 4.9%	280	266	+ 14	+ 5.4%
明星食品	420	405	+ 15	+ 3.7%	25	23	+ 2	+ 8.1%
国内即席めん事業	2,730	2,607	+ 123	+ 4.7%	305	289	+ 16	+ 5.7%
低温・飲料事業	895	868	+ 27	+ 3.1%	42	39	+ 3	+ 7.0%
菓子事業	780	741	+ 39	+ 5.3%	31	28	+ 3	+ 9.1%
国内非即席めん事業	1,675	1,609	+ 66	+ 4.1%	73	68	+ 5	+ 7.9%
国内その他	70	47	+ 23	+ 49.6%	10	11	△ 1	△ 12.8%
国内 計	4,475	4,263	+ 212	+ 5.0%	388	368	+ 20	+ 5.5%
米州地域	1,515	1,400	+ 115	+ 8.2%	138	125	+ 13	+ 10.4%
中国地域	700	661	+ 39	+ 5.9%	75	78	△ 3	△ 4.3%
アジア地域	210	194	+ 16	+ 8.0%	49	42	+ 7	+ 17.3%
EMEA地域	200	173	+ 27	+ 15.3%	67	52	+ 15	+ 27.9%
海外 計	2,625	2,430	+ 195	+ 8.0%	329	298	+ 31	+ 10.6%
国内・海外 計	7,100	6,692	+ 408	+ 6.1%	717	665	+ 52	+ 7.8%
その他連結調整	-	-	-	-		△ 2	△ 14	-
グループ関連費用	-	-	-	-	△ 77	△ 61		
既存事業 計	7,100	6,692	+ 408	+ 6.1%	640	602	+ 38	+ 6.3%
新規事業	-	-	-	-	△ 60	△ 49	△ 11	-
					~ △ 30	~ + 19		
連結 計	7,100	6,692	+ 408	+ 6.1%	580	+ 27	+ 5.0%	
					~ 610	~ + 57	~ + 10.4%	

* 中国地域の戦略、それに基づく各種目標ならびに業績計画数値は、日清食品HDが独自に設定したもの

米州地域および海外地域全体の売上収益・数量 前期比

	2022年度								2023年度	
	4-6月		7-9月		10-12月		1-3月		4-6月	
	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量	売上収益 前期為替一定 ベース	数量
米国	+18%	+1桁前半%	+37%	+1桁前半%	+59%	+1桁前半%	+37%	△1桁前半%	+27%	△1桁後半%
メキシコ	+45%	+2桁前半%	+29%	+1桁後半%	+34%	+1桁前半%	+21%	△1桁前半%	+13%	+1桁前半%
ブラジル	+21%	△1桁前半%	+22%	△1桁前半%	+18%	△1桁前半%	+21%	△1桁前半%	△19%	△2桁前半%
海外全体	+17%	+1桁前半%	+23%	+1桁前半%	+25%	+1桁前半%	+20%	△1桁前半%	+5%	△2桁前半%

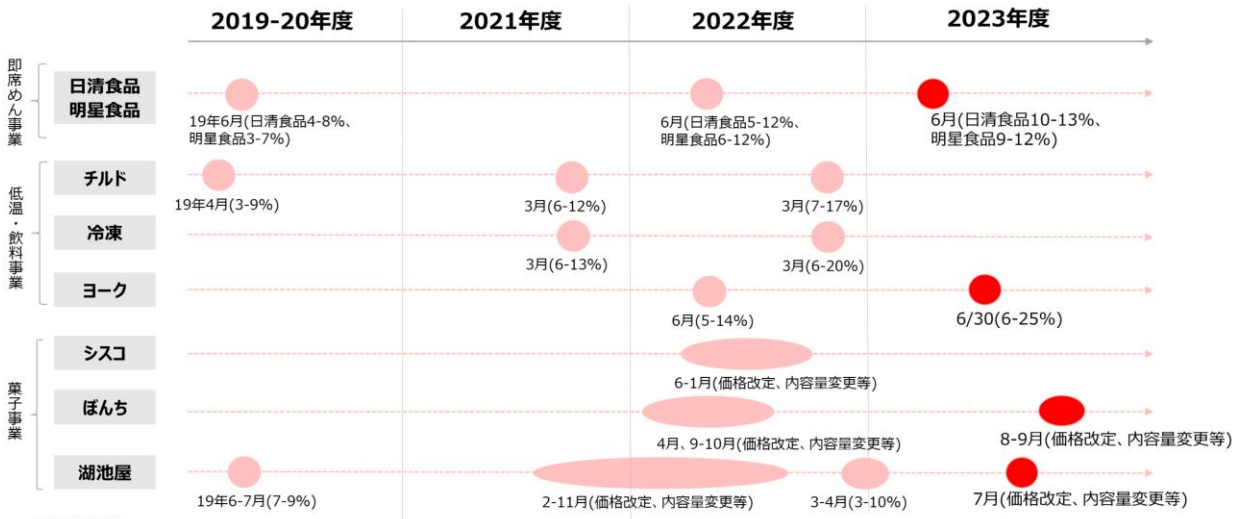
2023年度 1Q 参考情報

	売上収益 前期為替一定ベース	数量
米州地域	+7.2%	△2桁前半%
中国地域	△7.6%	△2桁前半%
他、海外地域 計	+22.5%	+1桁前半%

- * 数量は管理ベースで記載
- * 米国の売上収益の増減は、米国日清、明星USAの合計

主な価格改定推移（国内）

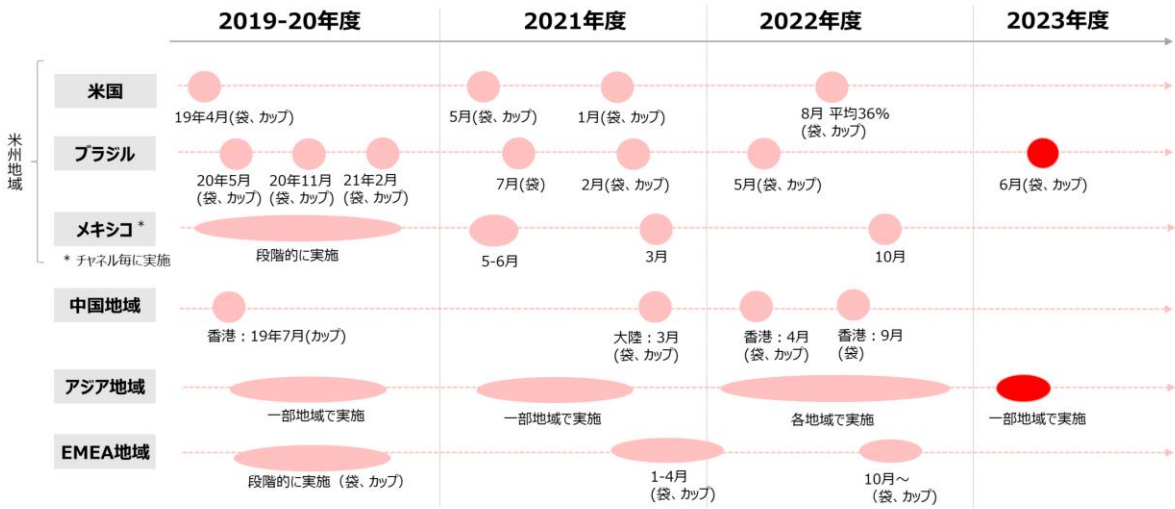
国内即席めん事業、日清ヨーク、ほんち、湖池屋にて6-9月にかけて価格改定を実施



*()内は改定率
*2023年7月時点

主な価格改定推移（海外）

各地域の状況に合わせて随時価格改定を実施する方針を維持



*2023年7月時点

本資料に掲載しております当社グループの計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、「市場における価格競争の激化」、「事業環境をとりまく経済動向の変動」、「為替の変動」、「資本市場における相場の大幅な変動」他、様々なリスク及び不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予め承知おきください。

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