

2014年3月期（平成26年3月期）
第2四半期(上期)決算報告
説明会資料
2013年10月31日（木）



URL <http://www.nissinfoods-holdings.co.jp/>
証券コード 2897

 **日清食品ホールディングス株式会社**

2014年3月期 第2四半期(上期)決算報告 説明会資料 目次

タイトル NO	ページ
1. 2013年度 日清食品グループ 上期総括/通期事業方針	1
2. 2013年度 上期 決算実績	2
3. 2013年度 上期 営業利益 増減分析 / 国内	2
4. 2013年度 上期 営業利益 増減分析 / 海外	3
5. 2013年度 上期 営業利益 増減分析 / 海外 (為替影響を考慮)	3
7. 国内即席めん事業 - 上期の状況	4
8. 日清食品 - 通期の方針	5
9. 日清食品 - 通期の方針	5
10. 明星食品 - 通期の方針	6
11. 低温事業 - 上期の状況	6
12. 低温事業 - 通期の方針	7
13. 国内その他事業 - 上期の状況	7
14. 国内その他事業 - 通期の方針	8
15. 新研究所 - 世界の麺の発信基地	8
17. 海外事業 - 上期の状況	9
18. (参考) 海外事業 - 上期実績 (為替影響を考慮)	10
19. 海外事業 - 中期経営計画の実現に向けたグローバル展開の推進	10
20. 米州地域 - 通期の方針	11
21. 中国地域 - 通期の方針	11
22. アジア地域 - 通期の方針	12
23. EMEA地域 - 通期の方針	12
24. 2013年度 通期 業績予想	13
補足資料	
目次	15
連結損益計算書	17
各社連結期間	18
持分法投資損益	18
セグメント別業績	19
営業利益の増減要因	20
主要為替レートについて	21
連結貸借対照表の増減	22
新・中期経営計画ダイジェスト	23
IR関連リリース	24
即席めん業界資料	
目次	25
国内即席めん類の総生産量推移 (2003年～2012年:10年間)	26
主要製品 レギュラー製品量販店平均売価 推移(2008/1-2013/8)	26
国内即席めん類の総生産数量・総生産額推移 (2011/4～2013/9)	27
世界の主要即席めん市場 (2010-2012年度) (※1-12月期の集計)	28
主な海外日清グループ進出企業 (2013年3月末時点)	29

ご説明は右上のスライド番号に従って進めさせていただきます。

2014年3月期
第2四半期(上期)決算報告
(2013年10月31日)

 **日清食品ホールディングス株式会社**
(2897)

もっと「食」を動かそう。



2013年度 日清食品グループ 上期総括/通期事業方針

1

上期総括

- 国内即席めん事業：「ラ王(袋)」の大ヒットにより、増収・増益
- 中国地域：「カップヌードル(合味道)」の躍進とエリア展開の効果により、大幅増収
- アジア地域：海外事業の新規連結により、増収・減益(先行投資期間)
- 営業利益・営業外収益の増加による経常利益 大幅増 (適時開示情報2013.10.21)
- 円安による原材料価格への影響(7月から小麦粉仕入価格上昇)

通期事業方針

- 生めん風袋麺NO.1シェアを目指し、国内即席袋麺の売上拡大
- 中国地域の売上拡大とエリア拡大戦略の加速
- 中期経営計画に沿った海外戦略の推進と加速
- 原材料価格上昇の影響を最小限化するコストダウンへの取り組み

外部環境の変化

- 円安による原材料価格の高騰
- 消費税増税による消費行動の変化
- TPP交渉による原材料価格への影響

もっと「食」を動かそう。



(億円)

	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績	対前年増減額/率	
国内 事業会社計	1,513	1,572	59	+3.9%
国内 その他	13	12	▲ 1	+9.3%
国内 計	1,526	1,584	58	+3.8%
海外 計	258	349	91	+35.2%
売上高	1,784	1,933	149	+8.3%
国内 事業会社計	97	111	14	+14.2%
国内 その他	1	▲ 3	▲ 5	-
国内 計	98	108	9	+9.3%
海外 計	13	11	▲ 3	▲ 19.0%
調整額 等	▲ 22	▲ 18	4	-
営業利益	89	100	11	+12.0%
持分法損益	9	12	3	+36.7%
その他営業外収支	13	24	11	+79.4%
経常利益	111	136	25	+22.1%
特別損益	▲ 6	▲ 1	5	-
税引前四半期純利益	106	135	30	+28.0%
四半期純利益	62	85	23	+37.7%

国内即席めん事業と中国事業がトップラインを牽引

売上高

- 国内：「ラ王(袋)」の日清食品、日清食品冷凍が売上を牽引
- 海外：中国地域が売上を牽引、新規連結による売上増
為替要因による売上増

営業利益

- 国内：「ラ王(袋)」の日清食品の増収効果による増益
- 海外：新規連結の影響による増益

営業外収支

- 有価証券売却益 4億円(前期 - 億円) +4億円
- 持分法損益 12億円(前期 9億円) +3億円
- 為替差益 3億円(前期 -3億円) +5億円
- 受取利息 6億円(前期 4億円) +1億円
- その他 12億円(前期 12億円) +0億円

経常利益

- 営業利益増、営業外収支増により、前期比 +25億円
- 事業計画100億円に対し、35%以上オーバー
⇒ 適時開示(2013.10.21発表)

(退職給付費用の影響を除く) (億円)

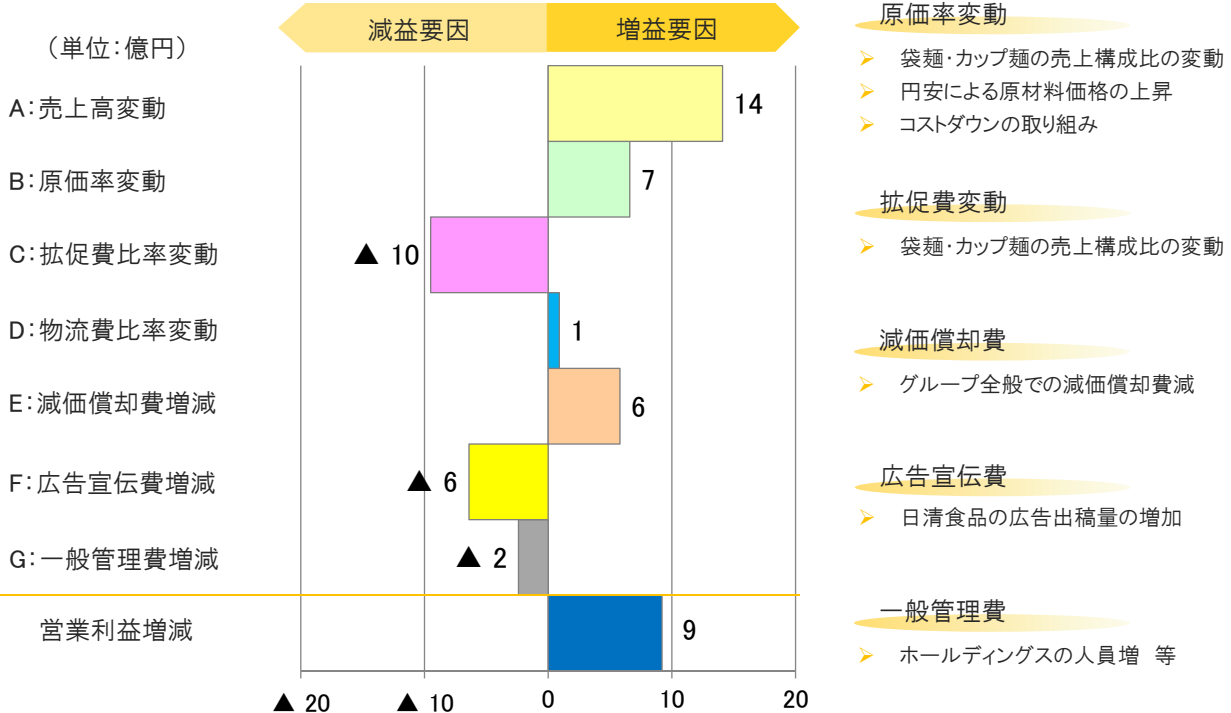
	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績	対前年増減額/率	
営業利益	93	98	5	5.5%

もっと「食」を動かそう。



2013年度 上期 営業利益 増減分析 / 国内

営業利益108億円(対前年同期9億円増)



原価率変動

- 袋麺・カップ麺の売上構成比の変動
- 円安による原材料価格の上昇
- コストダウンの取り組み

拡促費変動

- 袋麺・カップ麺の売上構成比の変動

減価償却費

- グループ全般での減価償却費減

広告宣伝費

- 日清食品の広告出稿量の増加

一般管理費

- ホールディングスの人員増 等

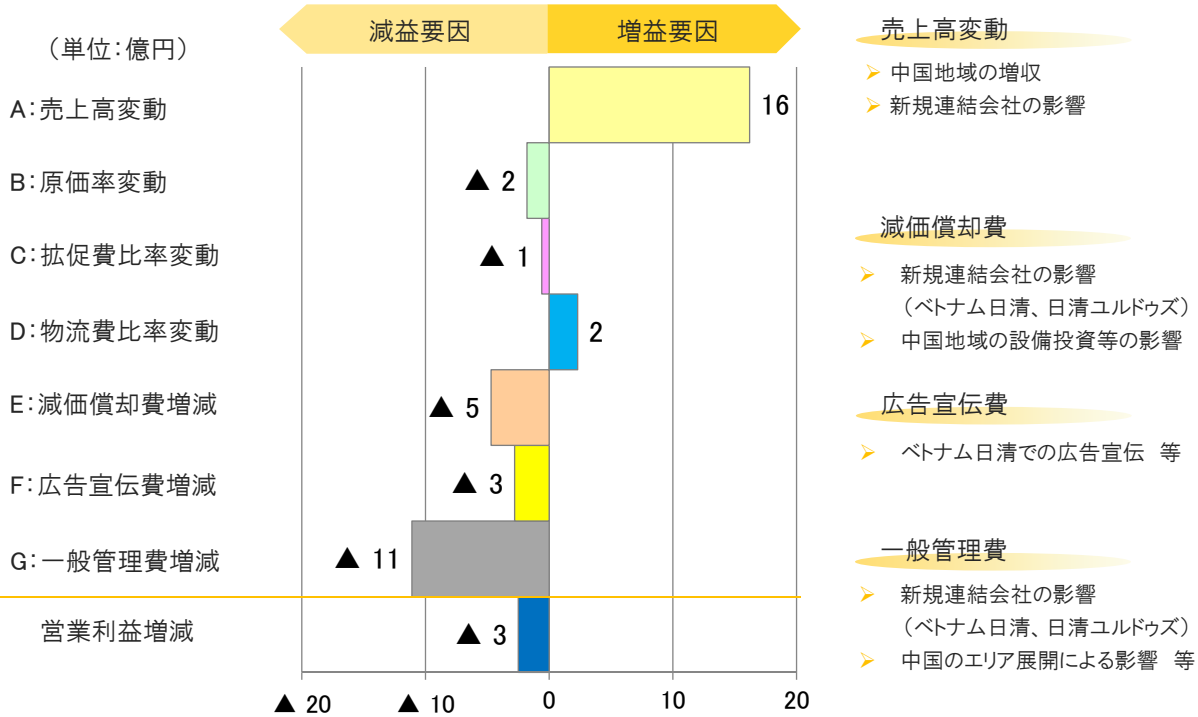
【増減要因の算出法】

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

もっと「食」を動かそう。



営業利益11億円(対前年同期3億円減)



売上高変動

- ▶ 中国地域の増収
- ▶ 新規連結会社の影響

減価償却費

- ▶ 新規連結会社の影響 (ベトナム日清、日清ユルドゥズ)
- ▶ 中国地域の設備投資等の影響

広告宣伝費

- ▶ ベトナム日清での広告宣伝 等

一般管理費

- ▶ 新規連結会社の影響 (ベトナム日清、日清ユルドゥズ)
- ▶ 中国のエリア展開による影響 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

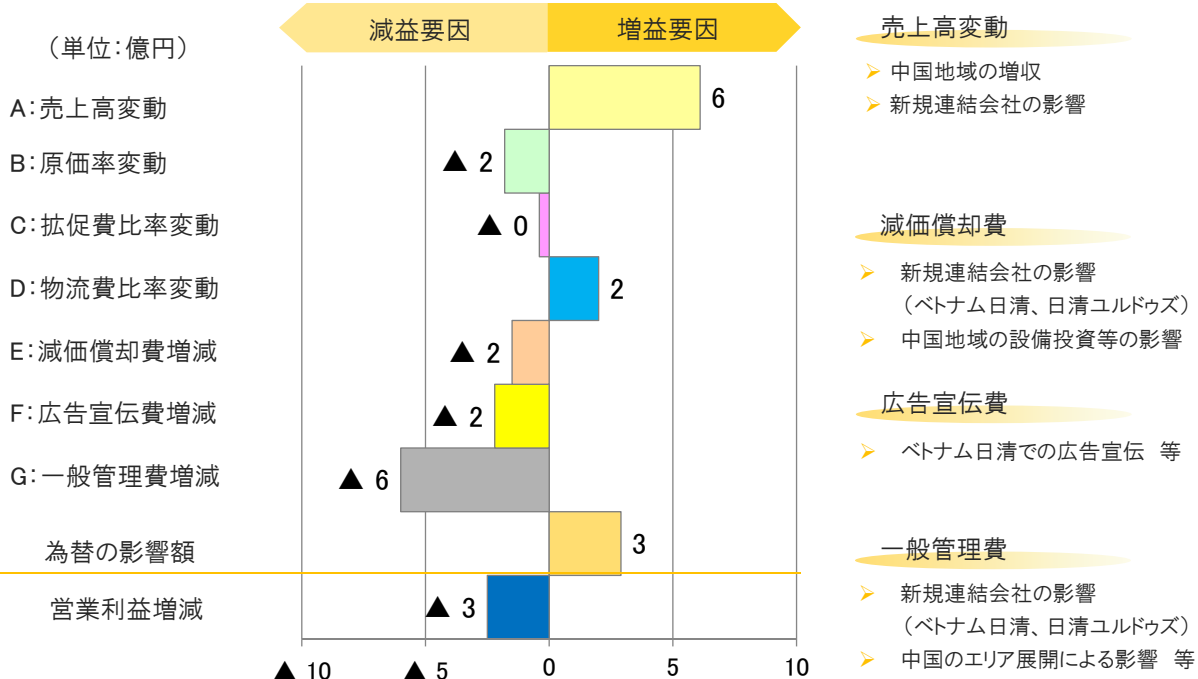
もっと「食」を動かそう。



為替影響を考慮

営業利益11億円(対前年同期3億円減)

※今期の現地通貨実績を前年レートで円貨換算し分析
※為替の影響額は円換算実績との差額



売上高変動

- ▶ 中国地域の増収
- ▶ 新規連結会社の影響

減価償却費

- ▶ 新規連結会社の影響 (ベトナム日清、日清ユルドゥズ)
- ▶ 中国地域の設備投資等の影響

広告宣伝費

- ▶ ベトナム日清での広告宣伝 等

一般管理費

- ▶ 新規連結会社の影響 (ベトナム日清、日清ユルドゥズ)
- ▶ 中国のエリア展開による影響 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

もっと「食」を動かそう。



国内事業

もっと「食」を動かそう。



国内即席めん事業 - 上期の状況

7

■ 市場環境

- ◆ 生めん風袋麺市場の飛躍的拡大による袋麺の総需要の拡大
- ◆ 円安による原材料価格の上昇
- ◆ 市場データ 生産食数前年比

出典：日本即席食品工業協会

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	4-9月
全体	+0.0%	+8.4%	+4.9%	-1.4%	-8.2%	+4.2%	+1.3%
袋めん	+14.7%	+22.9%	+27.7%	+15.2%	-1.0%	+7.8%	+14.0%
カップ麺	-7.0%	+1.2%	-5.4%	-9.3%	-11.9%	+2.3%	-5.0%

■ 当社の状況

日清食品

- 袋麺：「ラ王(袋)」「チキンラーメン(55th)」が売り上げを大きく牽引し、前年比+37%で着地
生めん風袋麺の生産体制を3億食/年に増強
- カップ麺：1Qは前年-2%の減収となったが、2Qに入り主力品が堅調で前年水準に回復
- カップごはんカテゴリーに「CUP CURRY RICE」を投入

(億円)

明星食品

- 袋麺：1Qは生めん風袋麺の台頭の影響を受け減収
2Q以降、「究麺」の全国展開、「チャルメラ」リニューアル等が奏功し、上期前年比+4%で着地
- カップ麺：1Qは前期売り上げを牽引したコラボ企画の反動で-4%、2Qは前年水準を維持

	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績	対前年増減額/率	
日清食品	888	933	+45	+5.0%
明星食品	190	187	▲3	▲1.5%
売上高 計	1,078	1,120	+42	+3.9%
日清食品	85	94	+10	+11.6%
明星食品	6	5	▲1	▲9.1%
営業利益 計	90	100	+9	+10.2%

もっと「食」を動かそう。



生めん風袋麺市場NO. 1を目指す

➤ 2014年春 4億食/年 生産体制の確立

日清のどん兵衛
新・袋麺 誕生
(2013年11月)



日清ラ王 醤油・味噌発売
(2012年8月)



日清ラ王
全国展開完了
(2013年3月)



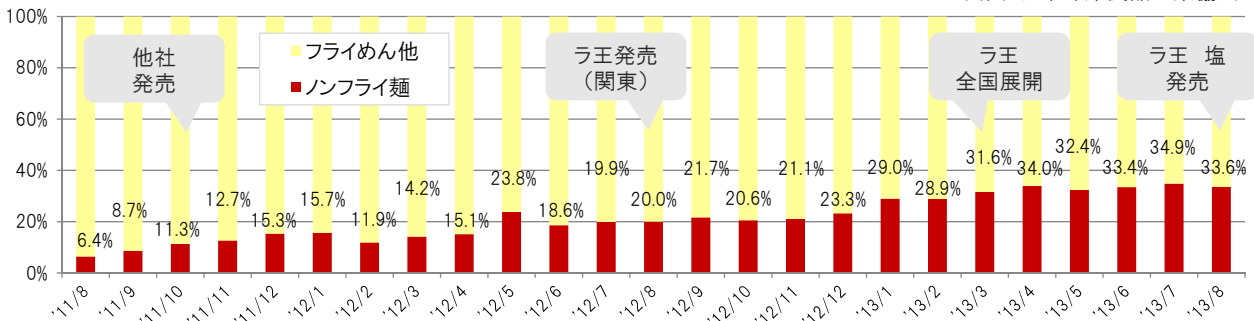
日清ラ王 塩 発売
(2013年8月)

日清ラ王 豚骨 発売
(2013年10月)



袋麺総生産量に占めるノンフライ麺の生産比率(%)

出典：日本即席食品工業協会



もっと「食」を動かそう。



ライスカテゴリーの創出

CUP CURRY RICE
発売
(2013年9月)



ラーメンと並ぶ国民食
カレーライスへの挑戦！



マーケティング

- 日清食品にしかできないこと
- カップ麺のユーザーをレンジ食品カテゴリーに誘引
- カップヌードル味の再現
- カップヌードルごはん 誕生



カップヌードルごはん発売
(2010年)



GoFan 発売
(2009年)

ごはんシリーズ
リニューアル(2013年3月)



イノベーション

- 調理の簡便化
- 価格の見直し

1



フタをはずし、水を入れる。
(仕上げ香味油も取る)

2



レンジで調理
(500Wで約5分)

3



仕上げ香味油を入れて
完成!

もっと「食」を動かそう。



袋麺の提案強化とブランドシナジーの創出

- 袋麺は4つの価格ゾーンで提案力・販促を強化

<p>評判屋</p>  <p>LOW PRICE</p>	<p>チャルメラ</p>  <p>9月 リニューアル MID PRICE</p>	<p>究麺</p>  <p>7月 全国展開完了 HIGH PRICE</p>	<p>中華三昧</p>  <p>PREMIUM PRICE</p>
			

コアブランドの収益向上と新ブランドの育成

- 「一平ちゃん」の収益向上と「クイックワン」の育成
- 土着マーケティングの推進
- エリアに根差した商品の展開



もっと「食」を動かそう。



低温事業 - 上期の状況

■ 市場環境

チルド市場

- 大手、中堅、PBのカテゴリー内での競争が激化
- 生めん風袋麺の台頭による影響
- 家庭用チルドめん市場は2年連続で食数、金額とも前年割れ

市販用チルドめん市場 日清推定 / 上段:金額 下段:数量 (4-9月前年比)

全体	うどん	ラーメン	焼そば	冷し中華	そば	パスタ
-5.0%	-5.7%	-5.8%	-5.7%	-5.9%	-1.0%	+8.2%
-1.6%	-3.6%	+0.8%	-2.3%	-3.9%	1.9%	+22.9%

冷凍市場

- 市販用冷凍食品市場は相変わらず堅調
- 特に冷凍めんは大きく市場を牽引
- 冷凍市販用スパゲティ市場は2012年度に300億円を突破

市販用調理冷食市場 日清推定 / 上段:金額 下段:数量 (4-9月前年比)

全体	米飯	冷凍麺	うどん	ラーメン	パスタ	焼そば
+5.7%	+6.2%	+10.9%	-0.7%	+0.8%	+24.3%	+6.0%
+6.6%	+8.3%	+11.4%	+0.7%	-2.8%	+24.5%	+4.4%

■ 当社の状況

日清食品チルド 売上前年比 -4.7%

- 「ラーメン」「3食焼そば」の伸び悩み
- 発売30thの「中華風涼麺」が好調
- 主力ブランド「つけ麺の達人」が好調

日清食品冷凍 売上前年比 +10.0%

- 「スパ王Premium」「スパ王BIG」が売り上げを大きく牽引
- 「お好み焼」が好調で売上を牽引
- 昨秋発売の「おにぎり」群が純増

低温事業 売上・利益

(億円)

	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績	対前年増減額/率	
売上高 計	260	270	+10	+3.8%
営業利益 計	3	4	+1	+51.6%

もっと「食」を動かそう。



日清食品チルド

価値訴求をテーマに既存品、育成商品のプレゼンスを向上

- 「行列のできる店のラーメン」のテコ入れ
- 「つけ麺の達人」の活性化
若年層の活性化+高年層の掘り起こし
- スープ・つゆ市場への商品投入



日清食品冷凍

冷凍めんNO.1ポジションの堅持と米飯カテゴリの育成・拡大

- スパゲティジャンルの売上拡大
中価格帯でNO.1シェアを目指す
- 米飯の定着
「カップヌードルおにぎり」、「チキンラーメンおにぎり」の定着と拡大
- 戦略商品の拡大
「具多」、「鴨南蛮そば」、「お好み焼」など重点商品の売上拡大



もっと「食」を動かそう。



国内その他事業 - 上期の状況

■ 市場環境

シリアル市場

- コーンフレーク市場は停滞傾向がみられるがグラノーラ市場の成長が市場を大きく牽引

乳酸菌市場

- 脱脂粉乳の市場価格の高止まり

■ 当社の状況

日清シスコ 売上前年比 +2.3%

- コーンフレークはNBが足踏み
- グラノーラの成長が貢献し、シリアル部門大幅増収
- 菓子部門は市場の低迷の影響を受け減収

日清ヨーク 売上前年比 +5.4%

- 20th企画「ピルクルWhite」(期間限定)が売り上げに貢献
- 「十勝」フルーツが売り上げに貢献
- PBの取り組み強化

味の民芸FS 売上前年比 +5.9%

- 期間限定メニューの充実を図り、再来店を促進
- 抽選会などの企画を充実し、再来店を促進
- 客数・客単価がアップし増収

シリアル市場 日清推定 / 上段:金額 下段:数量 (12年/11年)

全体	コーンフレーク	グラノーラ	米・小麦	玄米・ブラン
+12.4%	+1.6%	+55.1%	-3.1%	+6.2%
+15.5%	+3.6%	+49.4%	+4.6%	+4.4%

乳酸菌飲料市場 日清推定 / 金額ベース (4-9月/前年比)

全体
+1.3%

ファミリーレストラン市場/ 金額ベース (前年比)

4月	5月	6月	7月	8月	9月
-0.3%	+3.1%	+5.8%	+1.7%	+4.0%	+1.3%

出典:一般社団法人日本フードサービス協会

国内その他事業 売上・利益 (億円)

	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績	対前年増減額/率	
売上高 計	175	182	+7	+4.0%
営業利益 計	4	7	+3	+79.5%

もっと「食」を動かそう。



日清シスコ

シリアルカテゴリーの深耕と菓子カテゴリーの収益強化

- グラノーラ市場に「GooTa」大容量パックを投入しボリュームゾーンに対応
- コーンフレークはバリエーションの強化を図り活性化
- ロングセラー商品(サブレ、チョコフレーク、クリスピーチョコ)を確実に拡販



日清ヨーグ

事業ドメインを生かした商品戦略と周年記念の販促強化

- トクホの「ピルクル」、「十勝のむヨーグルト」65mlの販売強化
- 「ピルクル」20周年企画で評価の高かった「ピルクルWhite」を「白いピルクル」と名称を変えレギュラー品として発売
- 65mlラインを増強し需要拡大に対応(関西工場/10月/投資6億円)



味の民芸FS

「商品価値の向上」を通じて集客アップを図る

- 期間限定メニューの充実による季節提案の強化
- 店内抽選企画の充実による再来店策の強化



もっと「食」を動かそう。



新研究所 - 世界の麺の発信基地

新研究所の設置目的

機能強化

- 現在の研究機関(食品総合研究所、食品安全研究所)の約2倍の規模
- ラボスケールからプラントスケールまでの一貫した研究開発が可能
- 事業展開の迅速化・高度化

機能集約

- 国内グループ各社の研究所・開発部門を順次集約し商品開発の効率化を図る
- 開発コスト低減

安心安全

- 最新の品質検査基準、品質検査体制でグローバルの安心安全を保証

新研究所の概要

- 竣工予定: 2013年11月
- 所在地: 東京都八王子市戸吹町472-1
- 敷地面積: 86,768㎡(当社所有地)
- 延べ床面積: 16,600㎡
- 総工費: 約63億円



もっと「食」を動かそう。





もっと「食」を動かそう。



海外事業 - 上期の状況

17

■ 当社の状況

米州地域

- ▶ 北米: 'BIG CUP NOODLES' がカバー率向上により売上貢献
'CUP NOODLES' 'Top Ramen' は前年水準を維持
- ▶ 南米: コロンビアで販売開始、ブラジル北東部で展開拡大

中国地域

- ▶ 大陸: '合味道(中国版カップヌードル)' の牽引により増収
- ▶ 香港: '福' ブランドの買収、'出前一丁' の販売増により増収

アジア地域

- ▶ タイ: 麺で差別化した袋麺 'NISSIN' を普及価格帯で上市
- ▶ ベトナム: 「ベトナム日清」を連結
- ▶ シンガポール: 日本式ラーメン 'Tokyo Shoyu' 'Kyushu Black' を上市

EMEA地域

- ▶ 欧州: 大手量販との条件見直しによる収益改善、高付加価値商品 'Soba' の売上拡大
- ▶ トルコ: 「日清ユルドウズ」(合併会社)を連結

(億円)

	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績	対前年増減額/率	
			額	増減率
米州地域	124	151	+27	+22.0%
中国地域	101	142	+40	+39.5%
アジア地域	19	24	+5	+27.1%
欧州地域	13	32	+18	+137.3%
売上高 計	258	349	+91	+35.2%
米州地域	1	1	+0	+7.1%
中国地域	12	14	+2	+16.3%
アジア地域	▲ 1	▲ 6	▲ 5	-
EMEA地域	2	2	+1	+30.9%
営業利益	13	11	▲ 3	▲ 19.0%

もっと「食」を動かそう。



(億円)

	2012年度 上期実績	2013年度 上期実績①	対前年増減額/率		為替 影響額	2013年度 上期実績②	対前年増減額/率	
			額	増減率			額	増減率
米州地域	124	125	+1	+1.0%	26	151	+27	+22.0%
中国地域	101	118	+16	+16.1%	24	142	+40	+39.5%
アジア地域	19	21	+2	+9.1%	3	24	+5	+27.1%
欧州地域	13	29	+15	+112.4%	3	32	+18	+137.3%
売上高 計	258	292	+34	+13.3%	57	349	+91	+35.2%
米州地域	1	1	▲0	▲19.3%	0	1	+0	+7.1%
中国地域	12	11	▲0	▲3.6%	2	14	+2	+16.3%
アジア地域	▲1	▲6	▲5	—	0	▲6	▲5	—
EMEA地域	2	2	▲0	▲2.4%	1	2	+1	+30.9%
営業利益	13	8	▲5	▲41.2%	3	11	▲3	▲19.0%

2013年度上期実績① = 2013年度上期現地実績×前期レート

※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

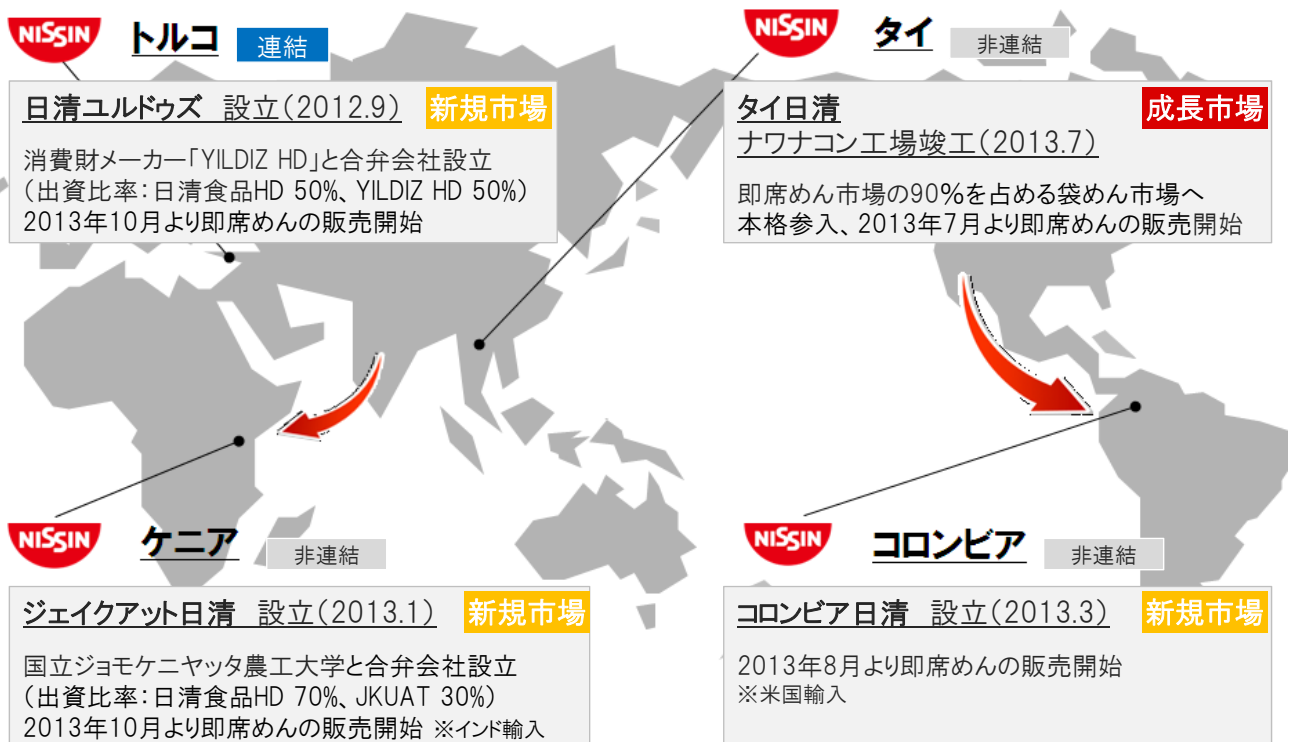
2013年度上期実績② = 2013年度現地実績×今期レート

もっと「食」を動かそう。



海外事業 - 中期経営計画の実現に向けたグローバル展開の推進

成長市場での基盤強化と、新規市場へ先行参入




もっと「食」を動かそう。



北米でのシェア拡大と、南米即席麺市場への先行参入

アメリカ 成熟市場

- 形状で差別化したCHOP麺 'BIG CUP NOODLES'での新セグメントの創造と、シェアの拡大
- 大手流通との取り組み強化




コロンビア【非連結】 新規市場

- 市場がまだ形成されていない即席めん市場へ、CHOP麺で先行参入




メキシコ 成熟市場

- BIG & CHOP麺による新セグメントの創造
- 'MAXI SOPA NISSIN'のカバー率向上によるシェアの拡大



ブラジル 成長市場
【持分法適用会社/日清味の素アリメントス】

- グロリア・ド・ゴイタ工場を稼働し、成長エリアである北東部でのシェア拡大
- アルゼンチン等、南米諸国への先行参入によるブランドの確立



もっと「食」を動かそう。



香港市場での更なるシェア拡大、中国本土でのエリア拡大戦略の継続




大陸地域 成長市場

- '合味道'へのカップヌードルブランド統一によるマーケティングの効率化

おいしさ × Fashionable =

合味道の30%成長を持続




- 80后、90后をターゲットとした、集中的なコミュニケーション戦略の展開
- 300万人都市(60都市)へのエリア拡大を加速

香港地域 成長市場

- 買収した'福'ブランドによる売上と利益の拡大
- 香港NO.1'出前一丁'のブランド強化による販売拡大

圧倒的No.1企業としての存在感を示す




もっと「食」を動かそう。



特定のセグメント/地域に注力したブランディングによるシェアの拡大

インド **成長市場**

- エリア集中戦略による「勝ちパターン」の創出と横展開
- ターゲットを絞った、新規性の高い袋麺を投入予定



ベトナム **成長市場**

- ノンフライ袋麺‘NISSIN’による新セグメントの創造と、ブランドの確立
- ‘NISSIN’で確立した販売網を活用し、普及価格帯へ横展開予定




タイ【非連結】 **成長市場**

- 麺で差別化した袋麺‘NISSIN’の普及価格帯でのシェア拡大とブランド確立
- 周辺国への輸出も検討中



- フレンテ‘カラムーチョ’の展開強化


もっと「食」を動かそう。



欧州での収益性の向上と、中東/アフリカでの中核拠点の立上げ

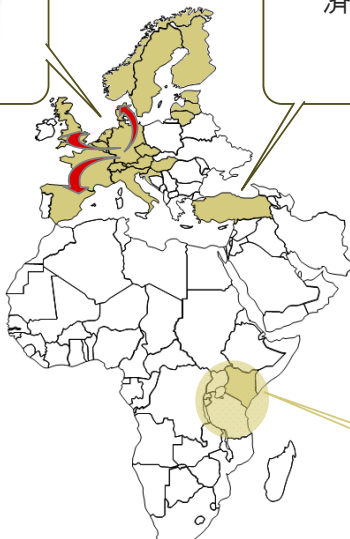
欧州 **成熟市場**

- 大手流通との販売条件改善による収益性の向上
- 焼そばブランド‘Soba’の展開エリアの拡大(14か国への拡大を予定)



トルコ **新規市場**

- 即席パスタ‘MakarNeks’による新規市場への先行参入
- YILDIZ社販売網を活用した展開(中大型スーパーの8割への供給体制を整備済み)

ケニア【非連結】 **新規市場**

- 経済成長に伴う需要拡大が見込まれる、東アフリカ市場へ‘NISSIN Noodles’で先行参入
- 現地生産体制の整備、東アフリカ共同体(EAC)へのエリア拡大も検討中



もっと「食」を動かそう。



2013年度通期予想は、期初の計画から変更なし

(億円)

	2012年度 通期実績	2013年度 通期予想	対前年増減額/率	
売上高	3,828	4,100	+272	+7.1%
営業利益	240	255	+15	+6.5%
退職給付費用の影響を 除いた営業利益	245	249	+4	+1.8%
持分法損益	19			
その他	51			
経常利益	310	300	▲ 10	▲ 3.1%
当期純利益	189	192	+3	+1.8%

下期のポイント

- 国内 生めん風袋麺 NO.1戦略の執行
- 円安による原材料価格への影響
- 海外戦略の執行の前倒し
- ベトナム日清、日清ユルドゥズの新規連結
- 八王子への研究所移転

もっと「食」を動かそう。



もっと「食」を動かそう。



日清食品ホールディングス株式会社

もっと「食」を動かそう。



- このプレゼンテーション資料は、PDF形式で当社HP「決算説明会資料」に掲載しています。
<http://www.nissinfoods-holdings.co.jp/ir/library/article/index.html>
- 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2013年4月1日～2014年3月31日を「2013年度」(当期)とします。
- 国内事業会社は2013年4月1日～2013年9月30日を「上期」とします。
- 海外エリアは2013年1月1日～2013年12月31日を「2013年度」(当期)とします。
- 海外エリアは2013年1月1日～2013年6月30日を「上期」とします。
- 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。
- 海外の関連会社の収益・費用は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。

- 「日清食品ホールディングス」を「ホールディングス」と略する場合があります。
- 国内事業会社：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、味の民芸フードサービス
- 国内その他事業：日清シスコ、日清ヨーク、味の民芸フードサービス
- 国内その他：日清食品ホールディングス、日清ビジネスサポート、日清アセット、宇治開発、
日清ネットコム
- EMEA: Europe, the Middle East and Africa

2013年度（2014年3月期）

第2四半期（上期）決算報告

補足資料

ページ

連結損益計算書	
1.業績ハイライト	17
2.連結損益計算書	17
各社連結期間	
1.連結子会社	18
2.関連会社(持分法適用会社)	18
持分法投資損益	
セグメント別業績	
1.セグメント別・四半期別 売上	19
2.セグメント別営業利益	19
営業利益の増減要因	
1.営業利益の増減推移	20
2.営業利益の増減予想	20
為替レートについて	
1.主要為替レートについて	21
連結貸借対照表の増減	22
新・中期経営計画ダイジェスト	23
IR関連リリース	24

上期＝1H

連結損益計算書

1.業績ハイライト

単位:億円

期初時計画

項 目	2012年度(2013年3月期)			2013年度(2014年3月期)計画		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期
1 売上高	1,784	2,044	3,828	1,900	2,200	4,100
5 営業利益	89	151	240	80	175	255
7 経常利益	111	198	310	100	200	300
12 当期純利益	62	127	189	65	127	192

2. 連結損益計算書(2013年4月～2013年9月:6ヵ月間)

項 目	2012年9月期(6ヵ月間)		2013年9月期(6ヵ月間)		2013年/2012年 前年比%	
	金額	売上比%	金額	売上比%		
1 売上高	1,784	100.0%	1,933	100.0%	8.3%	
2 売上原価	1,002	56.2%	1,086	56.2%	8.4%	
	退職給付費用影響額(原価分)	1	0.1%	△ 1	-0.1%	-
	売上原価計	1,003	56.2%	1,085	56.1%	8.1%
3 売上総利益	781	43.8%	848	43.9%	8.6%	
4 売上総利益	拡促費	319	17.9%	347	18.0%	8.7%
	広告宣伝費	55	3.1%	65	3.3%	16.5%
	物流費	106	5.9%	112	5.8%	6.1%
	退職給付費用影響額(販管費)	2	0.1%	△ 1	-0.0%	-
	一般経費	209	11.7%	226	11.7%	7.8%
	販管費計	692	38.8%	748	38.7%	8.1%
5 営業利益	89	5.0%	100	5.2%	12.0%	
6 営業利益	受取利息	4	0.2%	6	0.3%	30.1%
	受取配当金	10	0.6%	11	0.6%	6.1%
	有価証券売却益	-	-	4	0.2%	-
	持分法投資利益	9	0.5%	12	0.6%	36.7%
	為替差損益	△ 3	-0.1%	3	0.1%	-
	支払利息	△ 1	-0.1%	△ 1	-0.1%	-
	その他	3	0.1%	2	0.1%	-19.6%
	営業外収支	22	1.2%	36	1.9%	62.4%
7 経常利益	111	6.2%	136	7.0%	22.1%	
8 経常利益	固定資産処分損益	△ 0	-0.0%	△ 4	-0.2%	-
	投資有価証券売却益	4	0.2%	4	0.2%	10.8%
	投資有価証券評価損	△ 9	-0.5%	△ 0	-0.0%	-
	その他	0	0.0%	△ 1	-0.0%	-
	特別収支	△ 6	-0.3%	△ 1	-0.0%	-
9 税金等調整前当期純利益	106	5.9%	135	7.0%	28.0%	
10 法人税等計	43	2.4%	49	2.5%	13.7%	
11 少数株主利益	1	0.0%	1	0.1%	37.1%	
12 四半期純利益	62	3.5%	85	4.4%	37.7%	
13 包括利益	71	4.0%	182	9.4%	156.1%	

※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。
前年比については、千円単位で算出し小数点第2位を四捨五入してあります。

各社連結期間

1. 連結子会社

国内(決算期は4~3月)	2013年												2014年		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
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 日清ヨーケ 味の民芸				2013年度/国内 /1H 決算期間 (2013年4~9月)											
海外(決算期は1~12月)	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
米州地域 中国地域 アジア地域 EMEA※1	2013年度/海外 /1H 決算期間 (2013年1~6月)														
アジア地域 (新規)ベトナム EMEA※1 (新規)ユルバース※2															

※1.EMEA="Europe, the Middle East and Africa"の略で欧州、中東及び アフリカを指します。前期までの欧州地域から呼称変更しました
 ※2.2012年度末は貸借対照表のみ連結しています。

2. 関連会社(持分法適用会社)

国内 フレンテ	2013年												2014年		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	2013年度/1H寄与 2013年1~6月														
海外 持分法適用 会社3社	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
	2013年度/海外 /1H寄与 (2013年1~6月)														

持分法投資損益

単位: 億円

企業名	拠点国	持分 比率	持分法投資損益	
			2012/1-6	2013/1-6
(株)フレンテ	日本	20.00%	-	0
ニッシン・アジノモト・アリメントス LTDA.	ブラジル	50.00%	6	7
タイプレゼンテントフードCO.,LTD.	タイ	21.13%	3	4
マルペンフード・ホールディングス LTD.	ロシア	33.50%	△ 0	1
合 計			9	12

持分法投資損益について

持分法投資損益とは、持分法適用会社(原則として当社の株式所有比率が20%以上50%以下の関連会社)から得られる損益のことです。連結決算への影響は(持分法適用会社の当期純利益×持分割合)を当社の連結決算上では<営業外収支>の中の「持分法による投資損益」で計上します。のれん代の償却も<営業外収支>で処理します(子会社の場合は営業費用で処理)。また、日清食品HDで計上される「受取配当金」は相殺消去されます。(上記の持分法損益に含まれるため)

セグメント別業績

1. セグメント別・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	2013/3						2014/3					累計 前期比	2014/3 計画	通期 計画 前期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計				
日清食品	即席めん	440	448	608	513	2,008	452	481			933	5.0%	2,059	2.5%
明星食品	即席めん	102	88	102	101	393	96	92			187	-1.5%	409	4.0%
日清食品チルド*	チルド													
日清食品冷凍	冷食	129	131	139	127	526	131	139			270	3.8%	543	3.3%
日清シスコ ※1	菓子													
日清ヨーク ※1	飲料	88	87	83	83	340	93	89			182	4.0%	360	5.7%
味の民芸 ※1	外食													
国内その他 ※1 ※2		7	6	6	6	25	5	6			12	-9.3%	24	-2.4%
国内計		765	761	937	829	3,292	776	808			1,584	3.8%	3,395	3.1%
米州地域	即席めん	64	60	65	70	259	78	74			151	22.0%	308	18.8%
中国地域	即席めん	51	50	55	52	208	66	75			142	39.5%	263	26.2%
アジア地域 ※1	即席めん	10	10	10	11	40	12	12			24	27.1%	67	66.1%
EMEA ※4	即席めん	7	6	6	8	27	16	15			32	137.3%	67	144.0%
海外計		131	126	136	141	535	172	176			349	35.2%	705	31.7%
グループ計		896	888	1,074	970	3,828	949	984			1,933	8.3%	4,100	7.1%

※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、日清食品ビジネスサポート、日清食品アセットマネジメント等

2. セグメント別・営業利益

単位:億円

事業概要	2013/3						2014/3					累計 前期比	2014/3 計画	通期 計画 前期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計				
日清食品	即席めん	41	43	99	54	238	53	42			94	11.6%	232	-2.6%
明星食品	即席めん	5	0	6	5	17	5	1			5	-9.1%	21	22.6%
日清食品チルド*	チルド													
日清食品冷凍	冷食	1	2	4	1	8	2	3			4	51.6%	12	46.6%
日清シスコ ※1	菓子													
日清ヨーク ※1	飲料	1	3	1	1	6	5	2			7	79.5%	14	147.9%
味の民芸 ※1	外食													
国内その他 ※1 ※2		△ 0	2	△ 4	0	△ 2	△ 3	△ 1			△ 3	-	6	-
国内計		49	50	107	61	267	61	46			108	9.3%	285	6.7%
米州地域	即席めん	1	0	2	△ 0	2	2	△ 1			1	7.1%	3	27.1%
中国地域	即席めん	7	5	6	1	18	7	6			14	16.3%	19	3.5%
アジア地域 ※1	即席めん	△ 1	△ 1	△ 2	△ 1	△ 5	△ 3	△ 3			△ 6	-	△ 14	-
EMEA ※4	即席めん	1	1	1	△ 0	2	2	1			2	30.9%	△ 1	-
海外計		8	5	6	△ 1	18	7	3			11	-19.0%	7	-61.4%
退職給付関係費用		△ 2	△ 2	△ 2	0	△ 5	1	1			2	-	6	-
※3 のれん償却及びセグメント間取引 消去等		△ 1	△ 2	△ 1	△ 5	△ 10	△ 2	△ 2			△ 5	-	△ 10	-
グループ関連費用		△ 8	△ 8	△ 8	△ 8	△ 30	△ 8	△ 8			△ 17	-	△ 33	-
		46	43	103	48	240	59	40			100	12.0%	255	6.5%

※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、日清食品ビジネスサポート、日清食品アセットマネジメント等

※3:「決算短信」の「調整額」に含めています。

※4: 今回よりセグメントの名称を「欧州地域」から「EMEA」と呼称を変更しています。

営業利益の増減要因

単位:億円

1. 営業利益の増減推移

国内外	2012/9 営業利益	変動費				固定費				営業利益 増減計	2013/9 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		
1Q											
国内 計	49	3	10	△ 3	0	3	△ 0	△ 0	-	13	61
海外 計	8	8	1	△ 2	1	△ 2	△ 1	△ 5	-	△ 1	7
調整額	△ 11	2	△ 6	4	△ 0	-	-	△ 1	3	2	△ 9
※ 計	46	12	4	△ 0	1	1	△ 1	△ 6	3	14	59
2Q											
国内 計	50	11	△ 3	△ 7	1	2	△ 6	△ 2	-	△ 3	46
海外 計	5	9	△ 3	1	2	△ 3	△ 2	△ 6	-	△ 2	3
調整額	△ 12	3	△ 6	5	△ 0	-	-	△ 1	3	2	△ 9
※ 計	43	23	△ 11	△ 1	2	△ 0	△ 8	△ 10	3	△ 3	40
3Q											
国内 計											
海外 計											
調整額											
※ 計											
4Q											
国内 計											
海外 計											
調整額											
※ 計											
上記計											
国内 計	98	14	7	△ 10	1	6	△ 6	△ 2	-	9	108
海外 計	13	16	△ 2	△ 1	2	△ 5	△ 3	△ 11	-	△ 3	11
調整額	△ 22	5	△ 12	9	△ 1	-	-	△ 2	6	4	△ 18
※ 計	89	35	△ 7	△ 1	2	1	△ 9	△ 16	6	11	100

2. 営業利益の増減予想

国内外	2013/3 営業利益	変動費				固定費				営業利益 増減計	2014/3 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	267	26	5	△ 6	△ 4	6	△ 8	△ 1	-	18	285
海外 計	18	29	△ 22	0	5	△ 8	△ 9	△ 6	-	△ 11	7
調整額	△ 46	-	-	-	-	-	-	△ 3	11	8	△ 37
※ 計	240	55	△ 17	△ 6	1	△ 2	△ 17	△ 10	11	15	255

※ 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。

主要為替レートについて

1. 主要為替レートについて

単位:円

使用通貨国		単位	2012年度/1H ※期中平均	2013年度/1H ※期中平均	変動率	2013年度 想定
連結子会社						
米州	米国	USD	79.74	95.59	19.9%	87
	メキシコ	MXN	6.03	7.62	26.4%	7
中国	香港	HKD	10.28	12.32	19.8%	11
	中国	CNY	12.63	15.34	21.5%	14
アジア	シンガポール	SGD	63.10	76.86	21.8%	70
	インド	INR	1.55	1.76	13.5%	1.6
	ベトナム	VND	-	0.00457	-	0.004
欧州	欧州	EUR	103.45	125.50	21.3%	115
	トルコ	TRY	-	52.75	-	48
持分法適用会社						
米州	ブラジル	BRL	42.90	47.06	9.7%	42
欧州	ロシア	RUB	2.62	3.08	17.6%	3
アジア	タイ	THB	2.56	3.21	25.4%	3

※期中平均レート=対象期間の日割レートの平均値

連結貸借対照表の増減

単位:億円

連結貸借対照表	2013年3月末	2013年9月末	増減額	増減要因
資産の部				
流動資産				
現金及び預金	644	694	51	
受取手形及び売掛金	471	450	△ 20	
有価証券	61	94	34	運用資産の取得・売却/償還・振替等
商品及び製品	100	103	2	
その他	192	227	35	
流動資産合計	1,467	1,568	102	
固定資産				
有形固定資産	1,338	1,414	77	研究所建設、海外子会社新規連結化等
無形固定資産	47	59	12	
投資有価証券	1,386	1,257	△ 129	運用資産の取得・売却/償還・振替等
その他の資産	224	224	0	
固定資産合計	2,995	2,954	△ 41	
資産合計	4,461	4,522	61	

負債の部

流動負債				
支払手形及び買掛金	437	380	△ 56	
未払法人税等	71	47	△ 25	前期法人税の納付
その他	470	463	△ 7	
流動負債合計	978	890	△ 88	
固定負債				
長期借入金	76	82	6	
※退職給付に係る負債	75	89	14	
その他	182	184	2	
固定負債合計	333	355	22	
負債合計	1,311	1,245	△ 66	

資本の部

株主資本				
資本金	251	251	-	
資本剰余金	484	484	-	
利益剰余金	2,571	2,591	20	
自己株式	△ 218	△ 217	1	
株主資本合計	3,088	3,109	21	
その他の包括利益累計額				
その他有価証券評価差額金	123	135	12	
為替換算調整勘定	△ 79	0	80	為替変動による
その他	△ 66	△ 65	1	
その他の包括利益累計額合計	△ 22	71	93	
新株予約権	9	12	3	
少数株主持分	75	85	10	
純資産合計	3,150	3,277	127	
負債純資産合計	4,461	4,522	61	

※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。

※退職給付に係る負債:前期「退職給付引当金」の呼称変更

新・中期経営計画ダイジェスト

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

2013/3	2015年度(2016/3)	2020年度(2021/3)	2025年度(2026/3)
現状	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	2012年度実績 (2013年3月期)	2015年度計画 (2016年3月期)	伸長率
売上高	3,828 億円	4,500 億円	18 %
うち海外売上高	535 億円	985 億円	84 %
営業利益	240 億円	310 億円	29 %
営業利益(年金費用控除)	245 億円	— 億円	%
経常利益	310 億円	360 億円	16 %
当期純利益	189 億円	230 億円	22 %
営業利益率	6.3 %	6.9 %	
経常利益率	8.1 %	8.0 %	
ROE	6.4 %	7.2 %	

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	2,520 億円	5 %
営業利益	255 億円	272 億円	7 %
チルド・冷凍事業売上	526 億円	580 億円	10 %
営業利益	8 億円	14 億円	71 %
菓子・飲料・外食事業売上	340 億円	400 億円	17 %
営業利益	6 億円	19 億円	236 %

4-3. 本中期経営計画の達成目標【海外エリア】

米州事業/売上	259 億円	378 億円	46 %
営業利益	2 億円	8 億円	239 %
中国・香港事業売上	208 億円	322 億円	54 %
営業利益	18 億円	27 億円	49 %
アジア事業売上	40 億円	180 億円	345 %
営業利益	△5 億円	1 億円	- %
欧州・中東・アフリカ事業売上	27 億円	105 億円	289 %
営業利益	2 億円	10 億円	413 %
海外事業売上合計	535 億円	985 億円	84 %
営業利益	18 億円	46 億円	156 %

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
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・自社環境勘案して検討
効率性指標	ROE重視の経営	

IR関連リリース

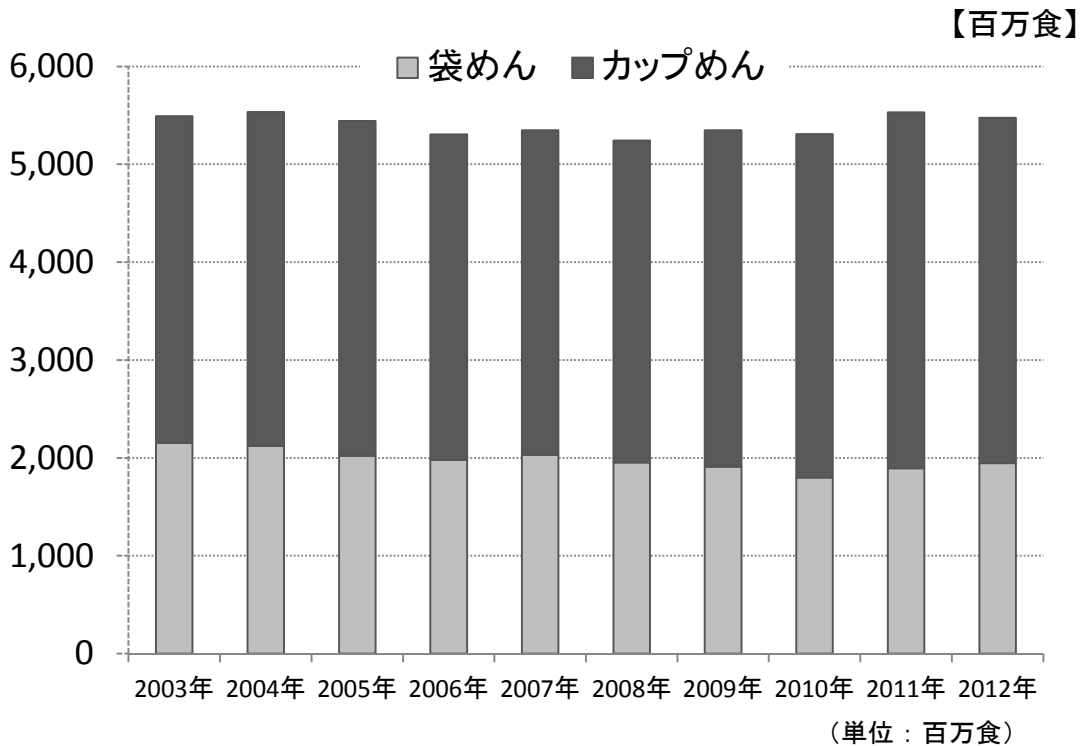
	発表日	内 容
2013年	4月1日	日清食品ビジネスサポートプラス株式会社「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づく特例子会社の認定を取得
	4月30日	日清食品グループ「中期経営計画2015」について
	5月21日	～日本の即席麺メーカー初のアフリカ進出～ ケニア共和国での合弁事業開始について
	5月24日	当社株式の大規模買付行為に関する対応策(買収防衛策)の更新について
	6月26日	当社定時株主総会における「当社株式の大規模行為に関する対応策(買収防衛策)の更新に関するお知らせ
	6月28日	(訂正)『当社定時株主総会における「当社株式の大規模行為に関する対応策(買収防衛策)の更新に関するお知らせ』の一部訂正について
	7月31日	2014年(平成26年)3月期 第1四半期決算発表
	8月1日	グローバルブランド「NISSIN」で袋麺市場に本格参入 タイ日清 ナワナコン工場竣工
	8月22日	コロンビア現地法人設立及び製品販売開始に関するお知らせ
	9月5日	世界最大のアニュアルレポート・コンペティション「International ARC Awards」において世界最優秀部門賞を2部門で受賞
	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
	10月21日	業績予想の修正に関するお知らせ

2013年度（2014年3月期）
第2四半期（上期）決算報告
即席めん業界資料

ページ

国内即席めん類の総生産量推移(2003年～2012年：10年間)	26
主要製品 レギュラー製品量販店平均売価 推移(2008/1-2013/8)	26
国内即席めん類の総生産数量・総生産額推移(2011/4～2013/9)	27
世界の主要即席めん市場(2010-2012年度)（※1-12月期の集計）	28
主な海外日清グループ進出企業（2013年3月末時点）	29

国内即席めん類の総生産量推移（2003年～2012年：10年間）



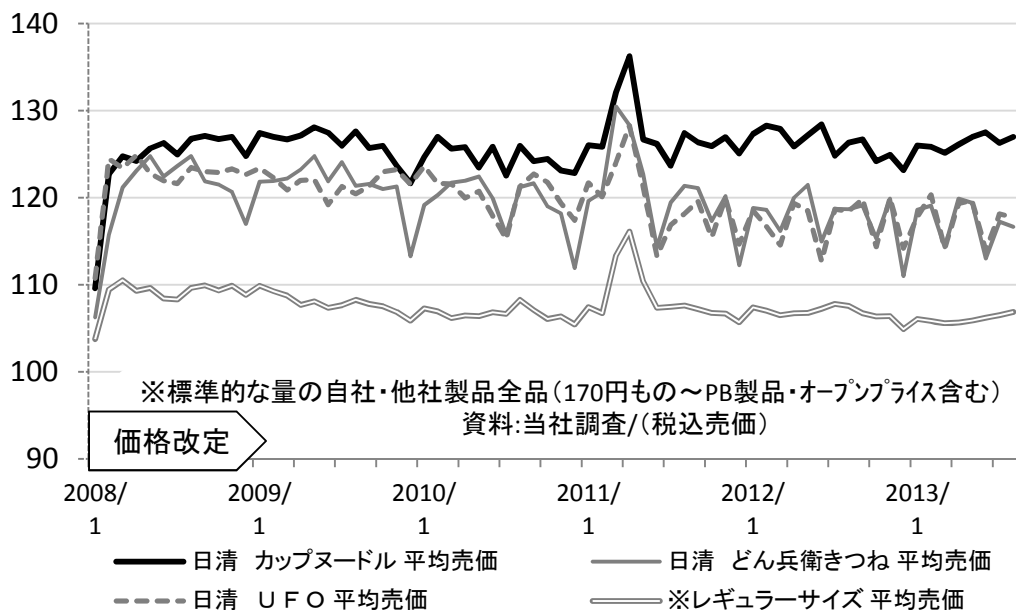
年度	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
袋めん	2,153	2,124	2,023	1,979	2,031	1,955	1,911	1,799	1,895	1,948
カップめん	3,337	3,408	3,419	3,327	3,319	3,290	3,438	3,510	3,635	3,527
合計	5,490	5,533	5,442	5,305	5,349	5,245	5,349	5,309	5,530	5,476

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

年間の数量は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 推移(2008/1-2013/8)

【単位：円】



国内即席めん類の総生産数量・総生産額推移（2011/4～2013/9）

【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)	2013年度		485	436	361	390	357	445							2,475
	前年比		100.0	108.4	104.9	98.6	91.8	104.2							101.3
	2012年度		485	402	344	396	389	427	530	554	557	436	458	496	5,476
	前年比		81.2	87.5	86.3	118.0	105.5	96.0	102.8	102.2	103.1	109.5	102.0	103.6	99.0
	2011年度		598	459	399	335	369	445	516	542	541	399	449	479	5,530
	前年比		118.3	119.0	102.5	93.5	103.7	113.7	105.0	94.8	97.6	105.4	105.1	96.0	104.2
総生産額 (百万円)	2013年度		46,880	42,163	35,163	38,103	34,977	43,350							240,636
	前年比		97.4	105.5	101.6	95.7	90.3	103.1							98.9
	2012年度		48,150	39,984	34,625	39,835	38,755	42,066	51,023	53,514	54,815	42,455	44,296	47,280	536,798
	前年比		83.3	88.6	87.8	119.8	106.0	96.1	102.5	100.2	101.5	107.8	99.5	99.9	98.6
	2011年度		57,833	45,132	39,432	33,258	36,564	43,792	49,786	53,382	53,998	39,372	44,537	47,314	544,400
	前年比		117.4	120.2	105.0	94.4	104.2	113.0	103.3	95.4	98.2	104.4	105.2	95.7	104.3

【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)	2013年度		181	163	137	147	132	164							923
	前年比		114.7	122.9	127.7	115.2	99.0	107.8							114.0
	2012年度		158	133	108	127	133	152	205	206	199	159	169	199	1,948
	前年比		69.8	82.4	79.3	109.6	109.6	97.6	105.6	114.1	116.2	119.7	119.1	126.6	102.8
	2011年度		226	161	136	116	121	156	194	181	171	133	142	158	1,895
	前年比		134.5	127.2	105.9	90.0	95.9	120.9	109.0	89.5	90.0	113.9	104.4	93.2	105.3
総生産額 (百万円)	2013年度		12,666	11,574	9,894	10,694	9,544	11,547							65,920
	前年比		113.0	120.6	126.8	113.8	98.2	106.7							112.6
	2012年度		11,210	9,599	7,805	9,399	9,720	10,822	14,367	14,460	14,021	11,112	11,716	13,935	138,166
	前年比		70.2	84.3	80.1	111.0	111.1	98.0	105.7	115.5	116.0	119.4	117.9	125.2	103.2
	2011年度		15,960	11,391	9,743	8,467	8,749	11,046	13,594	12,522	12,082	9,308	9,934	11,129	133,927
	前年比		135.8	128.3	113.5	90.4	95.6	121.6	107.2	87.9	87.6	111.9	102.8	92.6	105.0

【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)	2013年度		305	273	224	244	225	281							1,552
	前年比		93.0	101.2	94.6	90.7	88.1	102.3							95.0
	2012年度		328	269	237	269	256	275	325	348	358	277	289	297	3,527
	前年比		88.1	90.3	89.9	122.5	103.5	95.1	101.1	96.3	97.0	104.3	94.1	92.3	97.0
	2011年度		372	298	263	219	247	289	321	361	370	266	307	322	3,635
	前年比		110.2	115.0	100.8	95.4	108.0	110.1	102.6	97.7	101.5	101.6	105.4	97.4	103.6
総生産額 (百万円)	2013年度		34,214	30,589	25,269	27,408	25,433	31,803							174,716
	前年比		92.6	100.7	94.2	90.1	87.6	101.8							94.5
	2012年度		36,940	30,385	26,820	30,436	29,035	31,244	36,656	39,054	40,795	31,343	32,579	33,345	398,632
	前年比		88.2	90.1	90.3	122.8	104.4	95.4	101.3	95.6	97.3	104.3	94.2	92.2	97.1
	2011年度		41,873	33,741	29,689	24,791	27,814	32,746	36,192	40,860	41,916	30,064	34,603	36,185	410,473
	前年比		111.6	117.7	102.5	95.8	107.2	110.3	101.9	97.9	101.7	102.2	105.9	96.7	104.0

【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)	2013年度		61	53	46	51	44	42							298
	前年比		257.6	167.1	230.7	201.6	166.2	128.9							185.6
	2012年度		24	32	20	25	27	33	42	44	46	46	49	63	450

【出所】 一般社団法人 日本即席食品工業協会

世界の主要即席めん市場（2010-2012年度）（※1-12月期の集計）

地域	国名	人口 (百万人) ※1	GDP (10億ドル) ※2	一人当たり GDP(ドル) ※3	総需要(億食) ※4			一人当たり 年間消費量 (食) ※5
					2010年	2011年	2012年	
アジア	日本 (Japan)	126.5	5,870	46,407	52.9	55.1	54.1	42.8
	中華人民共和国 (PRC)	1341.3	7,204	5,439				
	香港 (Hong Kong)	7.1	243	34,161	423.0	424.7	440.3	32.8
	インドネシア (Indonesia)	239.9	847	3,495	144.0	145.3	141.0	58.8
	韓国 (Republic of Korea)	48.2	1,116	23,067	34.1	35.9	35.2	73.1
	フィリピン (Philippines)	93.3	225	2,370	27.0	28.4	27.2	29.2
	ベトナム (Vietnam)	87.8	124	1,392	48.2	49.0	50.6	57.6
	タイ (Thailand)	69.1	370	5,318	27.1	28.8	29.6	42.8
	台湾 (Taiwan)	22.2	466	20,085	10.2	10.1	10.1	45.5
	マレーシア (Malaysia)	28.4	288	9,977	12.2	13.2	13.0	45.8
	インド (India)	1,224.6	1,898	1,528	29.4	35.3	43.6	3.6
	カンボジア (Cambodia)	14.1	13	897	3.3	2.6	2.6	18.4
	シンガポール (Singapore)	5.1	260	50,087	1.2	1.3	1.3	25.6
	ミャンマー (Myanmar)	48.0	55	1,144	2.4	2.4	3.0	6.3
	ネパール (Nepal)	30.0	19	607	7.3	8.2	8.9	29.7
	バングラディッシュ人民共和国 (People's Republic of Bangladesh)	148.7	106	706	0.9	1.0	1.6	1.1
	アジア計	-	-	-	823.2	841.3	862.1	-
北米	アメリカ (USA)	310.4	14,991	47,882	41.8	42.7	43.4	14.0
	カナダ (Canada)	34.0	1,737	50,565	2.1	2.1	2.1	6.2
北米計	-	-	-	43.9	44.8	45.5	-	
中南米	メキシコ (Mexico)	113.4	1,155	10,063	8.3	8.5	8.9	7.8
	ブラジル (Brazil)	194.9	2,477	12,594	20.0	21.4	23.2	11.9
	コスタリカ共和国 (Costa Rica)	4.7	41	8,676	0.2	0.1	0.1	4.7
中南米計	-	-	-	28.5	30.0	32.2	-	
欧州	イギリス (UK)	62.0	2,429	38,918	2.6	3.0	3.4	5.5
	ドイツ (Germany)	82.3	3,604	43,865	1.8	1.8	1.8	2.2
	フランス (France)	62.8	2,776	42,642	0.4	0.5	0.5	0.8
	ベルギー (Belgium)	10.7	514	47,807	0.2	0.1	0.1	0.9
	オランダ (Netherlands)	16.6	837	50,215	0.2	0.2	0.2	1.2
	ロシア (Russia)	143.0	1,858	13,006	19.0	20.6	20.9	14.6
	ウクライナ (Ukraine)	45.4	165	3,657	5.4	5.4	5.6	12.3
	東欧 ポーランド (Poland)	38.3	514	13,424	3.0	3.0	3.0	7.8
	ハンガリー (Hungary)	10.0	139	13,919	0.2	0.2	0.2	2.0
	チェコ (Czech)	10.5	217	20,607	0.5	0.5	0.6	5.7
	北欧 デンマーク (Denmark)	5.6	332	59,581	0.2	0.2	0.2	3.6
	スウェーデン (Sweden)	9.4	539	57,134	0.0	0.2	0.2	2.1
フィンランド (Finland)	5.4	263	48,887	0.2	0.2	0.2	3.7	
欧州計	-	-	-	33.7	35.9	36.9	-	
その他	オーストラリア (Australia)	22.3	1,515	67,039	3.4	3.4	3.5	15.7
	ニュージーランド (New Zealand)	4.4	163	36,874	0.7	0.7	0.8	18.3
	南アフリカ (South Africa)	50.1	408	8,090	0.9	1.0	1.2	2.4
	サウジアラビア (Kingdom of Saudi Arabia)	27.4	597	21,262	5.6	5.9	5.8	21.1
	カザフスタン (Kazakhstan)	16.0	186	11,503	1.2	1.2	1.5	9.4
	パキスタン (Pakistan)	173.5	209	1,182	1.1	1.2	1.4	0.8
	ウズベキスタン (Uzbekistan)	27.4	46	1,641	1.0	1.1	1.0	3.6
	エジプト (Egypt)	81.1	231	2,801	0.7	0.9	1.0	1.2
	ナイジェリア (Nigeria)	158.4	245	1,509	16.7	17.9	19.0	12.0
	トルコ (Republic of Turkey)	72.8	775	10,524	-	-	-	-
その他	-	-	-	3.1	2.2	2.3	-	
その他計	-	-	-	34.4	35.5	37.5	-	
総合計	-	-	-	963.7	987.4	1,014.2	-	

【主な参考資料】

※1、※2、※3：参照：国連HP

※4 参照：WINA (World Instant Noodles Association)を当社にて参照。http://instantnoodles.org/jp/

台湾、アメリカ、オランダ、オーストラリアについては総需要を遡及して作成しており、前回の発表数値と異なります。

※5 一人当たり消費量：2012年の総需要を人口で割って計算しております。

主な日清グループ海外進出企業（2013年3月末時点）

【連結子会社】


地域	名称	進出年月	住所	主要な事業の内容	関係内容
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	技術援助、製品の販売等 役員の兼任等…無
	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	技術援助、原材料の販売等 役員の兼任等…無
	味楽食品有限公司	1985/10	中国・香港 タイポー地区	容器の製造販売	原材料の販売等 役員の兼任等…無
	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	役員の兼任等…有
	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	技術援助、原材料の販売等 役員の兼任等…無
	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	技術援助、原材料の販売等 役員の兼任等…無
	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	原材料の販売 役員の兼任等…無
	港永南食品(深圳)有限公司	1993/3	中国広東省深圳市	冷凍食品の製造販売	役員の兼任等…無
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	即席めんの製造販売	技術援助、製品倉庫及び土地の賃貸、 運転資金の貸付等、役員の兼任等…有
	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	役員の兼任等…無
	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	技術援助、設備投資資金の貸付等 役員の兼任等…無
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	技術援助 役員の兼任等…有
	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	技術援助 役員の兼任等…有
	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	役員の兼任等…無
欧州	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	技術援助、原材料の販売等 役員の兼任等…無
	ニッシンフーズGmbH	1993/2	ドイツ ケルクハイム市	即席めんの販売	役員の兼任等…有
	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	役員の兼任等…有

【2013年度 連結子会社】

アジア	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	役員の兼任等…有
-----	---------------------	--------	---------------	-----------	----------

【持分法適用関連会社】

地域	名称	進出年月	住所	主要な事業の内容	関係内容
米州	ニッシン・アジノモト アリメントスLtda.	1975/5	ブラジル サンパウロ市	即席めんの製造販売	役員の兼任等…無
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	役員の兼任等…無
ロシア	マルペンフード 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	役員の兼任等…有

 **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 財務本部 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@nissinfoods-holdings.co.jp