



2024年度 第3四半期 決算報告

2025年2月5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2月5日

- ・ CFOの矢野でございます。
- ・ 本日は、当社の第3四半期決算の状況について、既に表示しております「2024年度第3四半期決算報告」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

既存事業コア営業利益は前期比減益も、社内計画を超過。通期では期初ガイダンス達成を見込む

Point 1 : 2024年度Q3累計実績

- 売上収益は前期比+6%で全事業増収、既存事業コア営業利益は△7%と減益での着地
- 国内即席めん事業：増収（+52億円、+2.5%）・微減益（△1億円、△0.3%）
 - ・2ブランドとも数量増、定番・価格コンシャス商品とも増収モメンタム継続
 - ・コア商品への戦略的な販促に注力したことで、コア営業利益は微減益
- 国内非即席めん事業：増収（+118億円、+8.7%）・増益（+8億円、+6.4%）
 - ・足許では、冷凍・シスコ・湖池屋が大幅増収、事業全体で一桁半ば%の増益
- 海外事業：増収（+153億円、+7.6%）・減益（△42億円、△11.5%）
 - ・トップラインはブラジル事業が牽引し、全ての地域で大幅増収となり、一桁後半%の成長
 - ・米国事業の一部チャネルでの数量減や米州事業の資材コスト増、持分法マルベンの利益減により減益

Point 2 : 対公表計画の達成を目指す

- 売上収益と既存事業コア営業利益とも、Q3累計ベースで計画インライン
- 米国事業の販売数量増トレンドへの回帰及び日清食品のコストコントロール強化により、通期計画の達成を目指す

1

- ・ 1ページをご覧ください。本日も伝えたいポイントです。
- ・ 最初に第3四半期までの決算を総括しますと、既存事業コア営業利益は前期比で減益となり、第3四半期単体では計画を下回りましたが、累計ベースでは社内計画を上回って推移しており、通期では期初ガイダンスの達成を見込んでおります。
- ・ では、ポイントの一つ目、第3四半期までの累計実績ですが、売上収益は前期比プラス6%と全事業で増収、既存事業コア営業利益は前期比マイナス7%と減益で着地しました。
- ・ 事業部門の動向についてそれぞれご説明します。
- ・ 最初に国内即席めん事業です。
- ・ 日清食品・明星食品ともに数量増となり、価格コンシャス商品での需要を着実に取り込みながら、コアブランドへの回帰を促す戦略が引き続き奏功しています。利益面では、足元で戦略的に拡販費を使用したこともあり、前年並みながら若干の減益となりました。
- ・ 次に国内非即席めん事業です。
- ・ 湖池屋が増収トレンドを維持した一方、足元の第3四半期単体では日清冷凍・日清シスコが大幅増収・増益となり、全体の増収・増益基調に寄与しています。特に利益面では、昨年来各社で実施してきた価格改定効果もあり、非即席めん事業全体で6.4%の増益となりました。
- ・ 最後に海外事業です。
- ・ まず、売上収益は世界的なダウントレーディングの環境下、各地域とも底堅い需要を確実に捉え、全ての地域で増加しました。数量については、18ページに記載の通り、海外事業全体で見ると、米国やメキシコにおける数量減はありましたが、ブラジル、中国地域、欧州などの食数の伸びが貢献し、全体で1桁%の増加となりました。これは、当社がグローバルに展開しているポートフォリオ効果が寄与していると捉えています。
- ・ 利益面では、中国・アジア地域は増益、米州・EMEA地域は減益となり、全体で減益となりました。主な減益要因は、米州地域での資材や物流費の増加、米国の販売数量の減少、一部の欧州持分法適用会社の減益になります。
- ・ 米国事業については、後ほど、詳細に説明いたします
- ・ 二つ目のポイントは今期の着地見通しです。売上収益・コア営業利益ともに第3四半期単体では社内計画対比でビハインドだったものの、累計では計画インラインで進捗しております。
- ・ 第4四半期は、米国における販路拡大や新製品投入等による販売数量回復や、費用配分を平準化した日清食品を中心にコストコントロールを行い、通期計画の達成を目指します。

2024年度 Q3連結決算サマリー

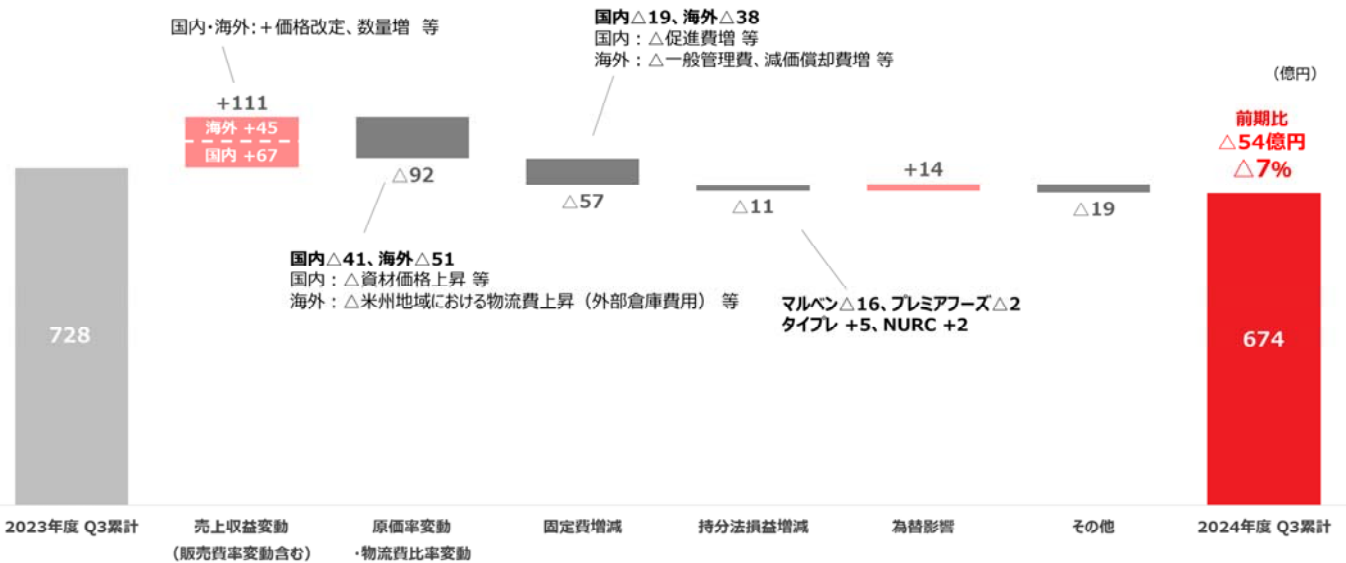
単位：億円	2024年度 Q3累計 決算開示ベース			2024年度 Q3累計 為替一定ベース		
	実績	前期比		実績	前期比	
		増減額	増減率		増減額	増減率
売上収益	5,823	+ 334	+ 6.1%	5,752	+ 263	+ 4.8%
既存事業コア営業利益	674	△ 54	△ 7.4%	660	△ 68	△ 9.3%
営業利益	605	△ 81	△ 11.8%	592	△ 93	△ 13.6%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	436	△ 55	△ 11.2%	426	△ 64	△ 13.1%
既存事業コア営業利益率	11.6%	△ 1.7pt		11.5%	△ 1.8pt	
営業利益率	10.4%	△ 2.1pt		10.3%	△ 2.2pt	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	7.5%	△ 1.5pt		7.4%	△ 1.5pt	

* 営業利益には、中国大陸における固定資産等に対する減損損失を第3四半期会計期間にて27億円計上した影響を含む

2

- 2ページをご覧ください。
- 2024年度第3四半期決算実績です。
- 売上収益は、第3四半期としては過去最高となる5,823億円、前期比プラス6.1%、334億円の増収となりました。
- 既存事業コア営業利益は、674億円と、前期比マイナス7.4%、54億円の減益となりました。
- 海外の利益には円安に伴う為替影響が14億円含まれておりますが、これを除いた「為替一定ベース」では前期比マイナス9.3%、当第3四半期の社内計画をわずかながら上回る水準です。
- 営業利益は、605億円と、前期比マイナス11.8%、81億円の減益となりました。既存事業コア営業利益の減益額から27億円ほど減益幅が拡大しておりますが、これは中国地域で、固定資産等に対する減損損失を計上したことによるものです。
- 営業利益率は10.4%、当期利益率は7.5%で着地しました。

既存事業コア営業利益の増減要因

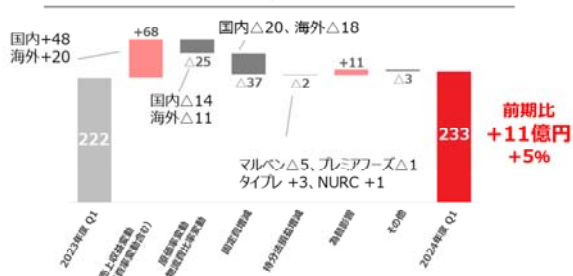


* 細目は前期為替一定ベース
 * 国内その他セグメント、その他連結調整及びグループ関連費用のコア営業利益増減は「その他」に含めて表示

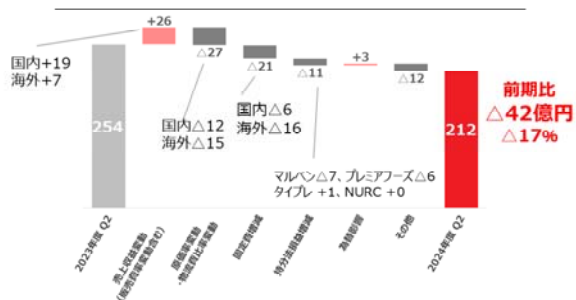
- 3ページをご覧ください。
- こちらのページは第3四半期の既存事業コア営業利益の増減要因を分析したもので、細目は「為替一定ベース」で表示しております。
- 左から2番目のピンクのグラフでお示ししている売上収益変動の増加要因がありましたが、グレーのグラフのコスト増加要因が上回ったことを主因に、減益での着地となりました。
- 国内事業・海外事業で分けて分析しますと、国内事業は価格改定及び販売数量の増加が資材・物流費・促進費といったコスト増加要因をカバーし、増益で着地しております。海外事業は、米州における資材費の増加や、物流費の一時的なコスト増に加え、欧州地域の持分法適用会社の減益に伴い、減益となりました。
- この結果、既存事業コア営業利益は、前期比マイナス54億円、7%減益で着地しております。

既存事業コア営業利益の増減要因～四半期毎

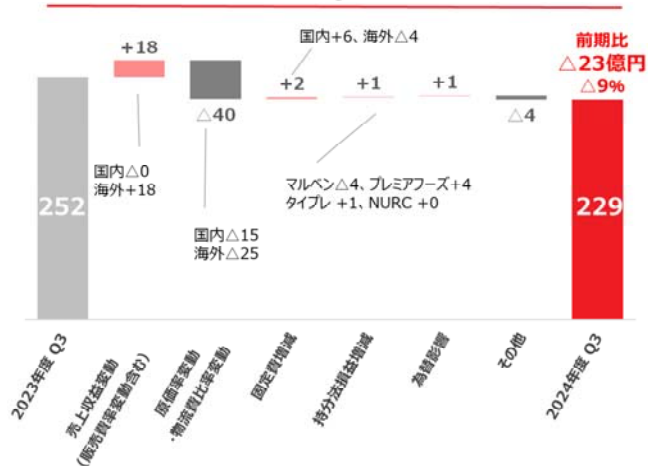
Q1



Q2



Q3



* 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

- 4ページは四半期毎の既存事業コア営業利益の前期比増減要因で、右側に第3四半期単体の増減をお示ししています。
- 第3四半期は、コスト増加を主因に前期比減益となりました。
- 国内は資材価格と物流費の上昇で前期比15億円のコスト増になっていますが、ここ数年のコスト増傾向と比較すると、増加幅はかなり緩やかになってきています。この中で、小麦粉価格は政府売渡価格引き下げの効果もあり減少傾向である一方、今期は、主に米・具材・調味料・カカオ・馬鈴薯などの価格が上昇していますが、これらを多く使用するカップライスや菓子類は、既に公表している通り、価格改定により対応していきます。
- 海外のコスト増は、米州における資材コスト上昇及び物流費の増加が主因です。米国では、小麦やパーム油を期初早いタイミングで年間使用分を確保したことから、直近の価格上昇に影響は受けていませんが、紙カップ化の影響が今期まで前年対比で残ること、および第2四半期からフレート費用が急騰した影響が残っていることが要因です。一方で、外部倉庫使用に伴う物流費については、在庫減少に伴い減少トレンドに転じています。また、パーム油の直近の高騰の影響を一番大きく受けたのはブラジルでしたが、コスト上昇分をカバーする為に2月に価格改定を実施しました。

セグメント別 決算サマリー

- ・ 売上収益は前期比+6%成長、全ての事業で増収
- ・ 国内事業はコスト増をカバーし増益、海外事業は米州事業を起因に減益

国内即席めん事業

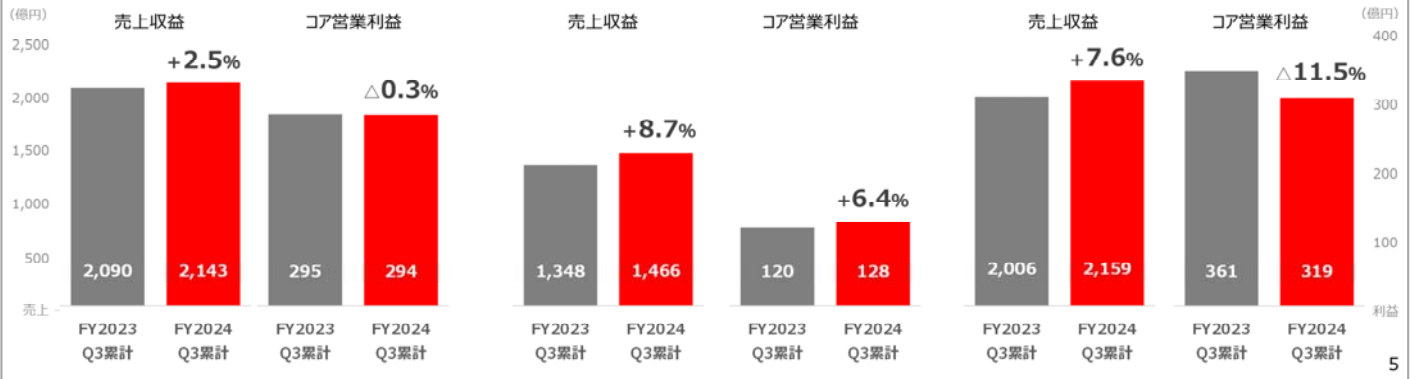
2ブランドとも数量増。日清食品はコア商品と価格コンシャス品とも好調。明星食品も主要ブランド好調により増収。コスト増により微減益

国内非即席めん事業

ヨーク・湖池屋のトップラインが2桁成長。足許では冷凍とシスコも販売好調に推移。価格改定効果もあり、全事業会社で増収。コスト増をカバーし増益

海外事業

ブラジル事業が牽引し、全地域で増収。米州事業の資材コストの増加、米国事業の数量減や持分法マルベンの利益減により減益



- ・ 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

- 全事業増収を達成、好調

単位：億円	2024年度 Q3累計 決算開示ベース			2024年度 Q3累計 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	1,801	+ 30	+ 1.7%	1,801	+ 30	+ 1.7%
明星食品	341	+ 22	+ 6.8%	341	+ 22	+ 6.8%
国内即席めん事業	2,143	+ 52	+ 2.5%	2,143	+ 52	+ 2.5%
低温・飲料事業	768	+ 52	+ 7.3%	768	+ 52	+ 7.3%
菓子事業	698	+ 65	+ 10.3%	698	+ 65	+ 10.3%
国内非即席めん事業	1,466	+ 118	+ 8.7%	1,466	+ 118	+ 8.7%
国内その他	56	+ 11	+ 23.7%	56	+ 11	+ 23.7%
国内事業 計	3,664	+ 180	+ 5.2%	3,664	+ 180	+ 5.2%
米州地域	1,256	+ 64	+ 5.4%	1,237	+ 45	+ 3.8%
中国地域	535	+ 47	+ 9.6%	504	+ 15	+ 3.1%
アジア地域	176	+ 19	+ 12.4%	166	+ 10	+ 6.3%
EMEA地域	192	+ 23	+ 13.5%	181	+ 12	+ 7.4%
海外事業 計	2,159	+ 153	+ 7.6%	2,088	+ 83	+ 4.1%
連結 計	5,823	+ 334	+ 6.1%	5,752	+ 263	+ 4.8%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づ
* 「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52億円、2.5%の増収
- 国内非即席めん事業は、前期比プラス118億円、8.7%の増収
- 海外事業は、前期比プラス153億円、7.6%の増収と全地域で増収となりました。

セグメント別 コア営業利益実績

- 米国での先行投資及び欧州持分法会社の減益を主因に減益

単位：億円	2024年度 Q3累計 決算開示ベース					2024年度 Q3累計 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	267	1	266	△ 5	△ 2.0%	266	△ 5	△ 2.0%
明星食品	28	1	28	+ 4	+ 19.2%	28	+ 4	+ 19.2%
国内即席めん事業	295	2	294	△ 1	△ 0.3%	294	△ 1	△ 0.3%
低温・飲料事業	75	1	74	+ 2	+ 2.1%	74	+ 2	+ 2.1%
菓子事業	50	△ 3	54	+ 6	+ 13.1%	54	+ 6	+ 13.1%
国内非即席めん事業	125	△ 3	128	+ 8	+ 6.4%	128	+ 8	+ 6.4%
国内その他	10	0	10	△ 2	△ 19.9%	10	△ 2	△ 19.9%
国内事業 計	430	△ 1	431	+ 4	+ 1.0%	431	+ 4	+ 1.0%
米州地域	145	△ 0	145	△ 36	△ 20.1%	141	△ 40	△ 22.2%
中国地域	28	△ 25	54	+ 0	+ 0.2%	51	△ 3	△ 5.6%
アジア地域	64	0	64	+ 11	+ 20.0%	60	+ 7	+ 13.1%
EMEA地域	56	△ 1	57	△ 16	△ 21.8%	54	△ 19	△ 26.6%
海外事業 計	293	△ 26	319	△ 42	△ 11.5%	305	△ 56	△ 15.4%
国内・海外事業 計	723	△ 27	750	△ 37	△ 4.7%	736	△ 51	△ 6.5%
その他連結調整	△ 2	△ 0	△ 2	△ 1	-	△ 2	△ 1	-
グループ関連費用	△ 74	-	△ 74	△ 15	-	△ 74	△ 15	-
既存事業 計	647	△ 27	674	△ 54	△ 7.4%	660	△ 68	△ 9.3%
新規事業	△ 42	△ 0	△ 42	△ 3	-	△ 42	△ 3	-
連結 計	605	△ 27	632	△ 57	△ 8.2%	618	△ 71	△ 10.3%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づ

* 中国地域の営業利益は、主に中国大陸において固定資産等に対する減損損失を27億円計上したことにより減益

- 7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。
- 国内即席めん事業については前期比マイナス1億円、0.3%と微減益、
- 国内非即席めん事業は、前期比プラス8億円、6.4%の増益、
- 海外事業は前期比マイナス42億円、11.5%の減益となりました。

事業の状況

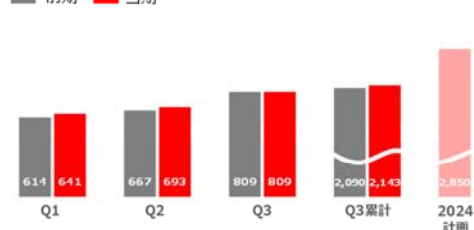
- 9ページをご覧ください。14ページまでは、各セグメント別の「事業の状況」です。

国内即席めん事業

- ・ コアブランドが好調に推移するも、資材価格等上昇などもあり微減益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



日清食品 (Q3累計 +2%)

カップめん：「カップヌードル」「日清のどん兵衛」「日清焼そば U.F.O.」ブランドなど主力商品の売上が堅調に推移。加えて新商品「日清の利きどん兵衛」シリーズや「カップヌードル」「クセ旨」シリーズ冬季限定商品が売上に貢献

袋めん：新商品「日清王 3食パック」が順調に推移

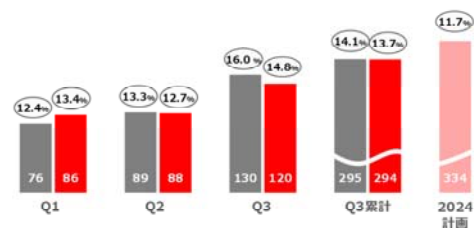
明星食品 (Q3累計 +7%)

カップめん：「一平ちゃん夜店の焼そば」「ぶぶか油そば」が伸長

袋めん：「チャルメラ」が引き続き好調を維持

コア営業利益 (億円)

%：コア営業利益率



日清食品 (Q3累計 △2%)

+) 売上増加による利益増

△) 資材価格及び物流費の上昇等

明星食品 (Q3累計+19%)

+) 売上増加による利益増

△) 資材価格の上昇等

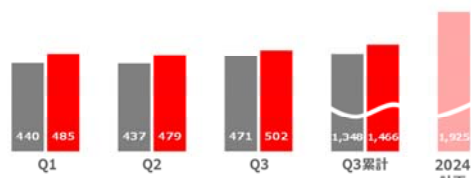
- ・ まず、国内即席めん事業です。
- ・ 市場環境としては、実質賃金のマイナスが続くなか、消費者の価格コンシャス志向は根強く、即席めんに対する需要は相対的に高いと捉えています。一方、賃上げトレンドや消費者の節約疲れもあり、消費者ニーズは多様化しています。
- ・ このような環境下で、日清食品・明星食品ともに数量増となり、日清食品は価格コンシャス品・コアブランド商品の双方が堅調に推移しました。特に明星食品は、主力の中・高価格帯のコア商品や新製品が好調だったこともあり、足許でも数量増以上の売上収益増加が続いています。
- ・ 利益面では、日清食品は拡販費の戦略的な投下に加え、2023年6月に実施した価格改定効果が一巡したこと、また、具材や調味料を中心とした資材や物流費等の増加の影響により、前期比で5億円の減益となりました。
- ・ 一方、明星食品は4億円の増益となり、セグメント全体では前期比ほぼ横ばい水準となりました。

国内非即席めん事業

- 「ピルクル400」が好調な日清ヨーク、高付加価値商品が好調な湖池屋、シリアルが好調な日清シスコが貢献。資材価格およびマーケティング費用増加の影響あるも、事業全体で増益

売上収益 (億円)

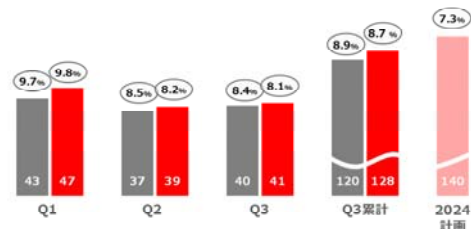
■ 前期 ■ 当期



- チルド** Q3累計 +4%：新商品「チルド 日清焼そばU.F.O.」貢献、「名店シリーズ」、「麺の達人」も好調
- 冷凍** Q3累計 +5%：新商品「冷凍 日清スバ王喫茶店」が貢献、「冷凍 日清中華 汁なし担々麺」も好調
- ヨーク** Q3累計 +15%：「ピルクル400」シリーズ、「十勝のもよグルト」シリーズが好調
- シスコ** Q3累計 +9%：「シスコーン」シリーズ、「ごろグラ」シリーズなどシリアルが好調
- ほんち** Q3累計 +9%：「ほんち揚」「ボンスケ」等のファミリーパックやバリュープライスアイテムが好調
- 湖池屋** Q3累計 +11%：「湖池屋プライドポテ」シリーズが好調、価格改定効果も増収に寄与

コア営業利益 (億円)

%：コア営業利益率



- チルド** Q3累計 減益：売上増加も原価率上昇等により減益
- 冷凍** Q3累計 増益：資材価格等上昇も売上増加により増益
- ヨーク** Q3累計 増益：資材価格等上昇も売上増加により増益
- シスコ** Q3累計 増益：資材価格等上昇も価格改定等により増益
- ほんち** Q3累計 増益：資材価格等上昇も売上増加等により増益
- 湖池屋** Q3累計 増益：資材価格上昇や広告宣伝費増も、価格改定効果や海外事業の収益改善により増益

10

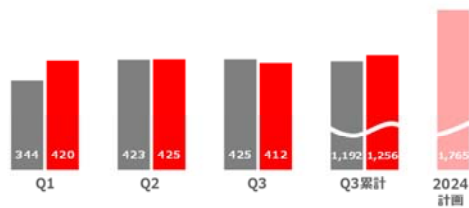
- 10ページをご覧ください。非即席めん事業です。
- ほぼ全ての事業会社で増収・増益となっていますが、特に日清ヨーク・日清シスコ・湖池屋が好調で、資材価格の上昇をカバーし、増益で着地しています。
- 日清ヨークはピルクルシリーズが堅調であり、足元で資材や物流費の上昇があるなか、高収益体質を維持しています。
- 湖池屋は好調な高付加価値商品に加え、10月の価格改定後も、数量は前年比プラス圏を維持しております。
- 足元の第3四半期単体では、日清冷凍はラーメン・パスタが好調、日清シスコはシリアル市場成長の追い風とともに価格改定効果もあり、プロダクトミックスが改善。この結果、両社とも増収・増益となっております。

米州地域

米国の販売食数減を、生産回復が順調に進むブラジルがカバーし、Q3累計で増収。費用増加により、減益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



米国 : Q3累計 販売施策を強化するも一部エリアの店舗において数量減。為替影響もあり円貨ベースでは増収(為替影響 +42億円)

メキシコ : Q3累計 価格改定効果などあるも輸出向け数量減の影響により減収(為替影響 △1億円)

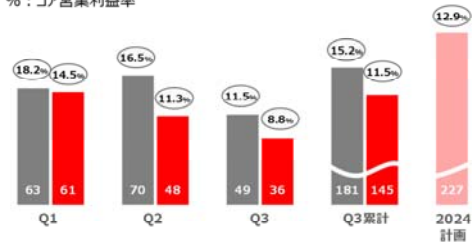
ブラジル : Q3累計 生産体制強化に伴い生産数量回復。増収(為替影響△22億円)

Q3 YoY YTD YoY

	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	△8%	△1桁後半%	△1%	△1桁前半%
メキシコ	△2%	△2桁前半%	△2%	△1桁後半%
ブラジル	+18%	+2桁前半%	+14%	+1桁後半%

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



米国 : Q3累計 減益
数量減、物流費・原材料費用増加に伴い減益(為替影響 +6億円)

メキシコ : Q3累計 減益
主に輸出向け販売数量減の影響が大きく、減益(為替影響 △0億円)

ブラジル : Q3累計 減益
数量増も原材料コスト増の影響に伴い減益(為替影響 △2億円)

* 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

11ページをご覧ください。まず米国事業についてご説明します。

米国の足元の市場環境は、相対的に手頃な価格帯である即席めん需要は堅調に推移していると捉えていますが、当社の第3四半期累計の販売食数は前期比で1桁前半%減となりました。これは、第3四半期単体の数量が、前年比で1桁後半%減少したことが主因です。

この背景についてご説明させていただきます。

まず、一部の大手小売りの秋に行われる棚替えのタイミングで、当社の配荷率が高い西海岸エリアにおいて当社のベース商品のスペースが減少しました。今回のスペースの減少は、ここ数年で急激に数量を増加させてきたことや、エリア拡大が順調に進んでいる中での短期的な反動減であると考えています。

一方で、当該大手小売においては、即席めん需要が高く当社のカバレッジがこれまで薄かった地域を中心に、配荷店舗数は順調に増えており、今期は戦略通りにエリア拡大が実現していると捉えています。今後はこのエリアにおいてもビジネスの拡大を目指してまいります。

今回の棚替えでは、店舗における即席めん全体のスペースが拡大するとともに、従来、アジア棚に置かれていた韓国系の即席めんがメイン棚の即席めんに置かれ始めたこともあり、即席めん市場全体の販売量は増加しており、市場が拡大している点をポジティブにとらえています。

すでに商品施策や営業施策など様々な角度から対策を取っており、予定通り進捗している一方、第3四半期の数量減の主因である当該大手小売においても、中長期的な成長に向けた種まきを進めている状況です。

また、今回の大手小売りの減少分を除くと、第3四半期単体では、数量のセルインベースの減少幅は1桁半ば程度です。当社のシェアが高いチャンネルでのプロモーションの初期出荷もあり、12月は前年比増となり、第4四半期の反転に向け、順調な滑り出しと評価しています。

第3四半期単体の販売食数減の内訳ですが、ボリュームの大きいベース商品が二桁%の減少、プレミアム商品が一桁後半%の減少となりました。ベース商品は、先ほどお伝えしました、第4四半期からスタートするキャンペーンや配荷先拡大にかかる初期出荷分などもあり持ち直しています。なお、プレミアム商品はほぼ全てのブランドで単価は維持できている状況です。

第4四半期は新規取引開始や既存販路でのプロモーションによる販売数量増を目指し、すでに、1月のセルインは過去最高レベルで順調にスタートしています。ただし、今回の第3四半期の数量減は、少なからず第4四半期も影響が続くとみているので、今期の数量増のレベルは、期初計画Mid-single digitから下方修正し、Low-single digitの水準で着地するとみています。

利益については、第3四半期では販売数量の減少と原材料費用の増加、外部倉庫費用の増加により減少しました。ただし、第4四半期単体では販売数量の増加と資材コスト増加に伴う費用増の一巡を予定しており、増益を見込んでいます。

上記から、米国の通期業績見通しは前期比増収、コア営業利益はコストコントロールなども進め、期初計画から大幅な乖離がないレベルでの着地を見込んでいます。

当社では韓国勢が米国即席めん市場全体の拡大に寄与していると考えています。韓国勢のモメンタムについては、今後精緻に分析していきますが、①当社はベースとプレミアムと幅広い商品群を有していること、②幅広い販売チャンネルを有していること、③新工場の稼働により効率化が進みかつ安定した供給能力を獲得できることから、中長期的には米国市場でトッププレイヤーを狙えると考えています。

メキシコでは、第3四半期単体の販売数量が前期比で2桁前半%の減少となりました。主な要因は、中南米諸国に対する輸出数量の減少です。利益面でも販売数量減に伴う減収が響き、価格改定を9月から前倒しで実施したものの、減益で着地しました。

減収の主因となっている輸出について、販売体制を再整備して巻き返しを図り、数量の回復を目指していきます。

ブラジルでは、生産体制の強化に向けた各種施策が奏功し、販売数量は第3四半期単体で前期比2桁%の増加となりました。7月の価格改定後も販売数量は順調に推移しています。

利益面では、主にパーム油の高騰、メンテナンス費用、為替影響等により、減益となりました。

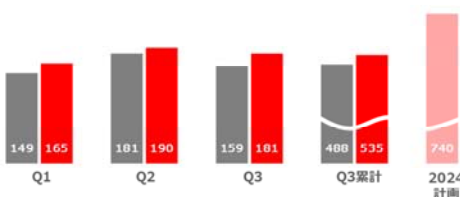
なお、この原材料費の高騰を補うため、今月2月に価格改定を行います。また、足元で政策金利の引き上げによりリアル高に転換しつつあり、為替レートのポジティブな影響も含め、Q4以降は増益トレンドに戻るとみています。

中国地域

- セグメント全体で増収増益、大陸のカップめんが売上を牽引、香港の主力袋めんも回復傾向

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



香港他：Q3累計 袋めんの販売数量回復に伴い、数量前期比は1桁前半%の増加
新規連結の純増も売上増に貢献 (為替影響 +13億円)

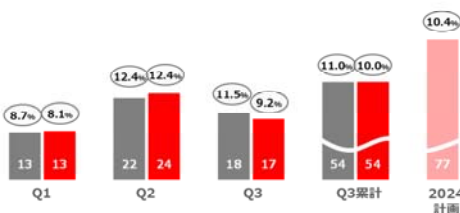
大陸：Q3累計 販売数量増に伴い増収 (為替影響 +18億円)
主力のカップめんの販売数量は内陸エリアへの販路拡大により改善

YTD YoY

	売上収益 (前期為替一定ベース)	数量*
香港他	+4%	+1桁前半%
大陸	+3%	+1桁半ば%

コア営業利益 (億円)

%：コア営業利益率



香港他：Q3累計 増益

新規連結の純増に加え、即席めん事業も償却負担をカバーし増益 (為替影響 +1億円)

大陸：Q3累計 減益

カップめんの販売数量増も資材価格上昇に伴い減益 (為替影響 +2億円)

* 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

*** 香港他にはベトナム事業 等を含む

9月より「Geemi Food」を連結子会社化し、韓国におけるスナック事業を開始

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

**** 中国地域の営業利益は、主に中国大陸において固定資産等に対する減損損失を27億円計上したことにより減益

12

- 12ページをご覧ください。
- 中国地域についてご説明いたします。
- 香港は、主力袋めん「出前一丁」の輸出取引が引き続き好調で、国内販売向けも、「北上消費」が続く一方で、中国から香港への人の流れも戻りつつあることなどから、足元第3四半期は回復傾向にあり、全体の期初来累計で販売数量が前期比プラスに転じました。また、新たに連結を開始した子会社3社も増収に貢献しています。
- 大陸は、中国沿岸都市部では主力購買層の購買力低下により苦戦していますが、西部地区を中心とした内陸において新たな販路開拓が徐々に進んできたことで、カップ麺の合味道ブランドの販売も堅調に推移し、第3四半期も引き続き販売数量は前期比プラスを維持、累計でも前期比一桁半ば%の増加となりました。
- 利益面では、パーム油等資材価格の高騰もあり大陸では減益となったものの、香港が好調であったこと、および数量増や新たな連結子会社分の純増もあり、セグメント全体は増収・増益で着地しています。
- なお、前述のとおり、今回、減損損失を合計27億円程計上しておりますが、これは大陸のノンフライ麺ラインや、香港の冷凍事業の製造ライン、一部卸事業の無形資産等の減損です。主力であるフライ麺の即席めん事業は堅調であり、今回の減損対象の資産には含まれておりません。なお、当該資産の減損損失を計上したことにより、来期以降に関しましては、固定資産の償却負担が軽減される見通しとなります。

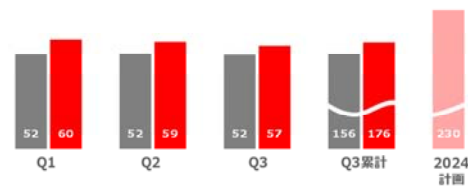
アジア地域

・ 持分法損益も貢献し、アジア全体で増収増益。タイでは高付加価値袋めんが好調に推移

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期

売上額が多い順



タイ：Q3累計 増収 (為替影響 +4億円)
 インド：Q3累計 増収 (為替影響 +3億円)
 シンガポール：Q3累計 増収 (為替影響 +2億円)
 インドネシア^{*}：Q3累計 増収 (為替影響 +1億円)

コア営業利益 (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：Q3累計 増益 (為替影響 +0.7億円)
 シンガポール：Q3累計 減益 (為替影響 +0.3億円)
 インドネシア^{*}：Q3累計 増益 (為替影響 +0.1億円)
 インド：Q3累計 減益 (為替影響 +0.0億円)

* 持分法損益含まないコア営業利益率

持分法による投資損益



タイフレ：Q3累計 28億円 (YoY:+6億円 (為替影響 +1.5億円))

NURC：Q3累計 16億円 (YoY:+3億円 (為替影響 +1.0億円))

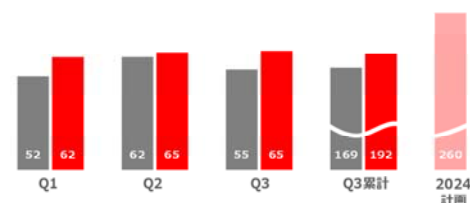
* マレーシア事業含む

EMEA地域

- 成長著しい即席めん市場において、欧州日清は増収トレンド継続。持分法マルベンの利益減を主因に減益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期

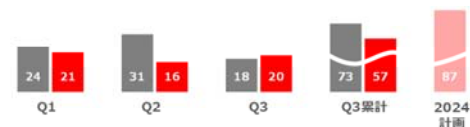


欧州：Q3累計 増収 (為替影響 +10 億円)

- 主要3ブランド「Cup Noodles」「Soba」「Demae Ramen」とも好調に推移
- イギリスを中心に増収

コア営業利益 (億円)

%：コア営業利益率



欧州：Q3累計 減益 (為替影響 +0億円)

持分法による投資損益

マルベン：Q3累計 16億円 (YoY:△16億円 (為替影響△0 億円))

プレミアフーズ：Q3累計 30億円 (YoY:+1億円 (為替影響 +3億円))

* 持分法損益含まないコア営業利益率



- 14ページをご覧ください。最後にEMEA地域についてご説明いたします。
- 欧州日清は、カップめんに加え、袋めん市場の拡大も著しく、主要3ブランドとも好調に推移しており、数量も第3四半期で二桁の伸びとなり、増収が続いています。中でもイギリスでの販売数量の増加が目立っております。
- 利益面では、第3四半期単体では売り上げが好調で増益となっていますが、累計ベースでは、第2四半期までの物流費や減価償却の増加などにより、若干の減益での着地となりました。
- 持分法適用会社の2社について、マルベンは一部地域での売上収益の減少と、小麦を中心とする原材料価格の高騰により減益が続いていますが、秋に価格改定を実施しました。
- 一方、プレミアフーズは、足元の第3四半期が好調に推移し大幅増益となったことから、累計ベースで増益となり、また通期でも期初計画から大きく上振れる見通しです。
- 私からのご説明は以上となります。

Appendix

2024年度 通期連結業績計画

- ・ 売上収益は2023年度比+7.1%、既存事業コア営業利益は2023年度比+5.0%、846億円を計画
- ・ 売上収益、各段階利益とも過去最高更新を目指す

売上収益	7,850 億円	2023年度比 +7.1%
------	----------	------------------

既存事業コア営業利益	846 億円	+5.0%
------------	--------	-------

Mid-single Digitでの成長を継続

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	760 ~ 800 億円	+3.6~+9.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	545 ~ 575 億円	+0.6~+6.1%
EPS	179 ~ 189 円/株	

* 計画に係る円表示数値は全て23年度実績レート

2024年度 セグメント別計画

(単位：億円)	売上収益 (IFRS)				コア営業利益 (Non-GAAP)			
	2024年度 予想	2023年度			2024年度 予想	2023年度		
		売上収益	2023年度比			コア営業利益	2023年度比	
日清食品	2,415	2,322	+ 93	+ 4.0%	305	295	+ 10	+ 3.2%
明星食品	435	435	+ 0	+ 0.1%	29	27	+ 2	+ 5.9%
即席めん事業	2,850	2,757	+ 93	+ 3.4%	334	323	+ 11	+ 3.4%
低温・飲料事業	1,010	952	+ 58	+ 6.1%	85	77	+ 8	+ 10.4%
菓子事業	915	852	+ 63	+ 7.5%	55	49	+ 6	+ 11.5%
非即席めん事業	1,925	1,804	+ 121	+ 6.7%	140	126	+ 14	+ 10.8%
国内その他	80	61	+ 19	+ 31.5%	9	△ 21	+ 30	-
国内計	4,855	4,621	+ 234	+ 5.1%	483	428	+ 55	+ 12.9%
米州地域	1,765	1,603	+ 162	+ 10.1%	227	215	+ 12	+ 5.4%
中国地域	740	665	+ 75	+ 11.4%	77	81	△ 4	△ 4.4%
アジア地域	230	207	+ 23	+ 11.0%	71	66	+ 5	+ 8.3%
EMEA地域	260	233	+ 27	+ 11.6%	87	95	△ 8	△ 8.9%
海外計	2,995	2,708	+ 287	+ 10.6%	462	457	+ 5	+ 1.1%
国内・海外計	7,850	7,329	+ 521	+ 7.1%	945	885	+ 60	+ 6.8%
その他連結調整	-	-	-	-	△ 99	△ 0	△ 20	-
グループ関連費用	-	-	-	-	-	△ 78	-	-
既存事業計	7,850	7,329	+ 521	+ 7.1%	846	806	+ 40	+ 5.0%
新規事業	-	-	-	-	△ 80 ~ △ 40	△ 62	△ 18 ~ + 22	-
連結計	7,850	7,329	+ 521	+ 7.1%	766 ~ 806	744	+ 22 ~ + 62	+ 2.9% ~ + 8.3%

* 中国地域の戦略、それに基づき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と

米州地域および海外地域全体の売上収益・数量 前期比

ベース商品 : +1桁前半%
プレミアム商品 : +10%台

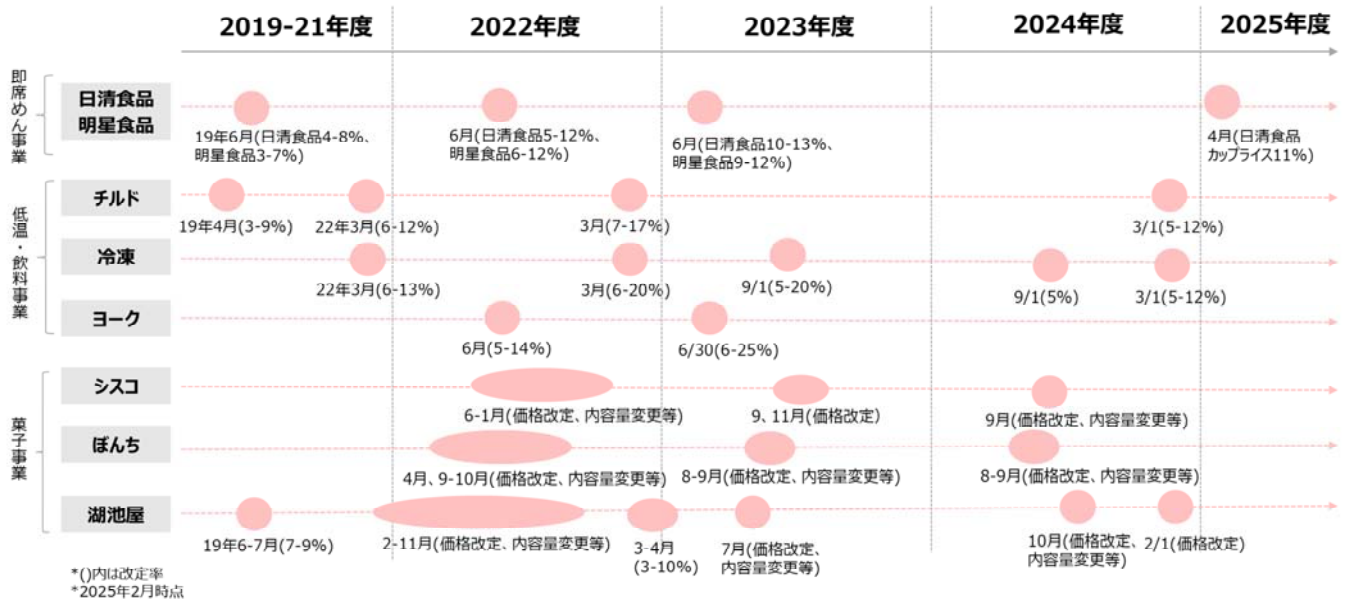
2023年度

2024年度

YoY	Q3(10-12月)		Q4(1-3月)		Q1(4-6月)		Q2(7-9月)		Q3(10-12月)		2024年度 逸期計画	
	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	売上収益 前期為替一定 ベース	数量
米国	△1%	+1桁前半%	+0%	+1桁後半%	+1%	+1桁前半%	+4%	+1桁前半%	△8%	△1桁後半%	+1桁半ば%	+1桁半ば%
メキシコ	+19%	+2桁前半%	+14%	+2桁前半%	△6%	△10%台	+0%	△1桁半ば%	△2%	△2桁前半%	+10%台	+10%台
ブラジル	+2%	△1桁後半%	△2%	△2桁前半%	+31%	+20%台	+0%	△1桁半ば%	+18%	+2桁前半%	+10%台	+10%台
海外全体	△0%	△1桁前半%	+1%	横ばい圏	+6%	+1桁後半%	+2%	横ばい圏	+4%	+1桁前半%	+11%	+10%台

* 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2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直し、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、予めご承知おさください。

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