



2024年度 第1四半期決算報告

2024年8月6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：2024年8月6日

- ・ CFOの矢野でございます。「2024年度 第1四半期決算」についてご報告します。
- ・ ページ番号は、資料の右下にある数字でお話します。

本日のポイント

Point 1 : 2024年度Q1実績

売上収益は前期比 + 11.2%、既存事業コア営業利益は同 + 5.1%と、増収増益

➤ 国内即席めん事業 : 増収増益

日清食品は戦略的なプロモーション効果もあり、レギュラー商品への回帰が前進
明星食品は主要ブランドが好調、商品ミックスの改善などにより、大幅増益着地

➤ 国内非即席めん事業 : 増収増益

全事業会社において増収、日清ヨーク・湖池屋が増収を牽引。冷凍事業で収益改善進む

➤ 海外事業 : 増収増益

生産体制強化が進むブラジルや資材価格の低下、米国・アジア・欧州での底堅い需要の捕捉等により、増収増益を確保

Point 2 : 足元の事業環境

➤ 売上収益は計画インライン、既存事業コア営業利益は計画超

➤ 国内は引き続き市場ニーズにも柔軟に対応しつつ、海外はプレミアム商品の強化を継続

➤ 資材価格については、国内は概ね計画線も今後の為替影響を注視、海外は期初想定比低水準で推移

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。
- ・ まず、2024年度第1四半期業績ですが、売上収益は前期比 + 11.2%、既存事業コア営業利益は前期比 + 5.1%と増収増益を達成しました。
- ・ 事業部門の動向についてそれぞれご説明します。
- ・ まず、国内即席めん事業です。日清食品は、2023年6月に2年連続となる価格改定を実施しましたが、数量は前期比横ばいを維持し、増収増益となりました。価格コンシャス商品で需要を着実に取り込みながら、レギュラー商品への回帰を狙った施策が前進しています。
- ・ 明星食品も、日清食品と同様に価格改定を実施したこと・プライベートブランド商品の価格改定が貢献したことに加え、手頃な価格帯の主力商品が堅調に推移し、増収・増益で着地しました。
- ・ 次に国内非即席めん事業です。
- ・ 国内非即席めん事業は、昨年度から引き続き日清ヨーク・湖池屋が好調を維持しております。湖池屋は主力品が堅調に推移したこと及び新製品の発売が貢献しました。日清ヨークはミラクルケアやピルクル400を含むピルクルシリーズ全体で好調に推移しました。また、ヨーグルト飲料の十勝シリーズも足元で大きく伸長しています。利益については、宣伝費等の増加があったものの、冷凍事業における利益改善も進み、非即席めん事業全体で増益となりました。
- ・ 最後に海外事業です。
- ・ 海外事業は為替実勢ベースで増収増益となりました。グローバルでの資材価格低下に加え、ブラジルにおいて生産体制の強化を行い、販売数量は前期比2桁%増まで回復しました。米国・アジア・EMEA地域の底堅い需要を確実に捉えました。
- ・ 販売数量は、海外事業全体でも、17ページにお示ししている通り、1桁後半%増と高い伸びを達成しております。
- ・ これらの状況から、売上収益は計画通りに推移し、既存事業コア営業利益は計画超えとなりました。引き続き、国内は市場ニーズにも対応した商品展開・販売施策を実施し、海外ではプレミアム商品の強化を継続してまいります。
- ・ なお、資材価格については、海外は期初想定していた水準より低い価格で推移しているものの、国内は具材や包材など為替による影響を楽観視できない状況が続いています。

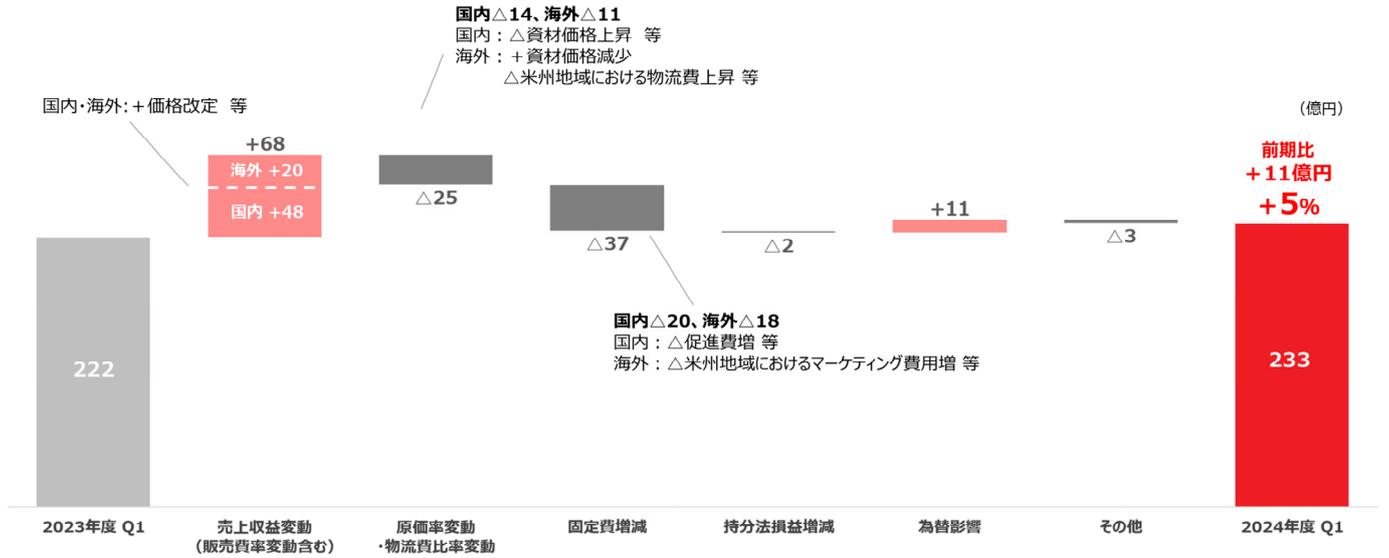
2024年度 Q1連結決算サマリー

単位：億円	2024年度 Q1 決算開示ベース			2024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	1,850	+ 186	+ 11.2%	1,778	+ 113	+ 6.8%
既存事業コア営業利益	233	+ 11	+ 5.1%	222	+ 1	+ 0.3%
営業利益	219	+ 10	+ 4.7%	208	△ 1	△ 0.4%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	159	+ 18	+ 13.1%	151	+ 10	+ 7.5%
既存事業コア営業利益率	12.6%	△ 0.7pt		12.5%	△ 0.8pt	
営業利益率	11.8%	△ 0.7pt		11.7%	△ 0.9pt	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	8.6%	+ 0.2pt		8.5%	+ 0.1pt	

2

- 2ページをご覧ください。
- 2024年度第1四半期の実績です。
- 売上収益は、第1四半期としては過去最高となる1,850億円、前期比プラス11.2%、186億円の増収となりました。
- 既存事業コア営業利益は、233億円となり、前期比プラス5.1%、11億円の増益となりました。
- 海外の利益には円安に伴う為替影響が11億円含まれておりますが、これを除いた「為替一定ベース」では前期比横ばいを維持し、当第1四半期の社内計画を上回る水準となりました。
- 営業利益率は11.8%、当期利益率は8.6%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

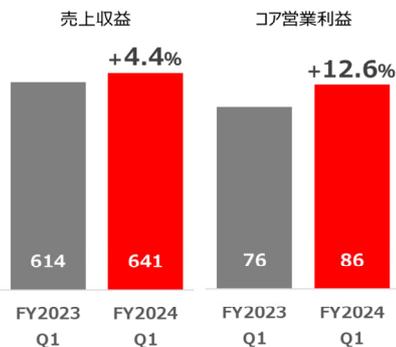
- 3ページをご覧ください。
- こちらのページは通期の既存事業コア営業利益の増減要因を分析したもので、細目は「為替一定ベース」で表示しております。
- 左から2番目のピンクのグラフでお示している売上収益変動の増加要因が、グレーのグラフのコスト増加要因を上回ったことを主因に、増益で着地しました。
- 国内事業・海外事業で分けて分析しますと、海外事業は資材価格の上昇トレンドが落ち着きましたが、米国における物流費やマーケティング費用の増加に伴い、減益。国内事業は価格改定が資材・物流費・促進費といったコスト増加要因をカバーし、増益で着地しております。
- この結果、既存事業コア営業利益は、前期比プラス11億円、5.1%増益の233億円で着地しております。

セグメント別 決算サマリー

- 国内事業は増収、10%台の増益。海外事業は増収、為替影響により増益を確保

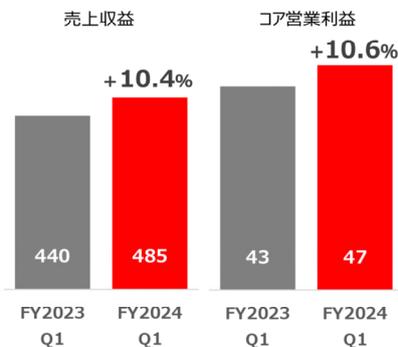
国内即席めん事業

昨年6月実施の価格改定効果に加え、日清食品はレギュラー品への回帰、明星食品は主要ブランド好調を主因に増収。コスト増をカバーし増益



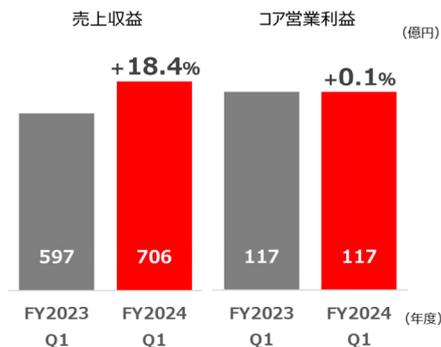
国内非即席めん事業

ヨーク・湖池屋のトップラインが好調。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

ブラジルの生産体制強化もあり、増収。為替要因もあり、増益確保



(億円)

- 続きまして、4ページ、3セグメント別の決算サマリーです。全セグメントで、増収増益となっています。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

- 国内非即席めんと海外事業が10%台成長により売上を牽引し、連結全体で増収

単位：億円	2024年度 Q1 決算開示ベース			2024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	534	+ 19	+ 3.7%	534	+ 19	+ 3.7%
明星食品	108	+ 8	+ 7.9%	108	+ 8	+ 7.9%
国内即席めん事業	641	+ 27	+ 4.4%	641	+ 27	+ 4.4%
低温・飲料事業	255	+ 22	+ 9.7%	255	+ 22	+ 9.7%
菓子事業	231	+ 23	+ 11.2%	231	+ 23	+ 11.2%
国内非即席めん事業	485	+ 46	+ 10.4%	485	+ 46	+ 10.4%
国内その他	18	+ 3	+ 22.1%	18	+ 3	+ 22.1%
国内事業 計	1,144	+ 76	+ 7.1%	1,144	+ 76	+ 7.1%
米州地域	420	+ 75	+ 21.9%	376	+ 32	+ 9.1%
中国地域	165	+ 16	+ 10.8%	148	△ 1	△ 0.5%
アジア地域	60	+ 8	+ 15.5%	55	+ 3	+ 5.7%
EMEA地域	62	+ 10	+ 19.9%	55	+ 4	+ 7.3%
海外事業 計	706	+ 110	+ 18.4%	634	+ 38	+ 6.3%
連結 計	1,850	+ 186	+ 11.2%	1,778	+ 113	+ 6.8%

* 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

5

- 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27億円、プラス4.4%の増収となりました。2023年6月に2年連続となる価格改定を実施しましたが、数量は前期比同水準で堅調に推移しております。
- 昨年度から引き続き、価格コンシャス商品からレギュラー商品へのシフトを狙い、新商品や拡販費の投入といった施策を戦略的に行ったことで、レギュラー商品の数量は回復しています。
- 国内非即席めん事業は、前期比プラス46億円、プラス10.4%の増収となりました。「ピルクルシリーズ」や「十勝のむヨーグルト」といった幅広い商品構成で貢献した日清ヨークと、新商品の「ランチパイ」や主力商品の「湖池屋ポテトチップス」が好調に推移した湖池屋が増収に大きく寄与しました。
- 海外事業は、前期比プラス110億円、プラス18.4%、全地域で増収となりました。昨年生産面で課題があったブラジルについても生産強化を進め、海外事業を牽引しました。他、米国・アジア地域・EMEA地域も底堅い成長となりました。
- なお、売上収益および数量の四半期別推移につきましては、17ページに参考資料を添付しておりますが、米国の数量は1桁前半%の伸び、ベース商品もプレミアム商品も堅調に推移しています。

セグメント別 コア営業利益実績

- 国内事業が全体を牽引し、連結全体でMid-single digitでの利益成長

単位：億円	2024年度 Q1 決算開示ベース					2024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	+ 5	+ 6.4%	76	+ 5	+ 6.4%
明星食品	10	0	10	+ 5	+ 98.6%	10	+ 5	+ 98.6%
国内即席めん事業	87	1	86	+ 10	+ 12.6%	86	+ 10	+ 12.6%
低温・飲料事業	29	0	29	+ 2	+ 7.0%	29	+ 2	+ 7.0%
菓子事業	16	△ 3	18	+ 3	+ 16.6%	18	+ 3	+ 16.6%
国内非即席めん事業	45	△ 2	47	+ 5	+ 10.6%	47	+ 5	+ 10.6%
国内その他	8	△ 0	8	+ 2	+ 40.7%	8	+ 2	+ 40.7%
国内事業 計	140	△ 2	141	+ 16	+ 13.2%	141	+ 16	+ 13.2%
米州地域	61	△ 0	61	△ 2	△ 3.1%	54	△ 9	△ 13.6%
中国地域	13	△ 0	13	+ 0	+ 3.2%	12	△ 1	△ 6.6%
アジア地域	21	△ 0	21	+ 5	+ 29.0%	20	+ 3	+ 19.6%
EMEA地域	21	△ 0	21	△ 3	△ 12.9%	20	△ 4	△ 18.2%
海外事業 計	117	△ 0	117	+ 0	+ 0.1%	106	△ 11	△ 9.1%
国内・海外事業 計	256	△ 2	258	+ 17	+ 6.9%	248	+ 6	+ 2.4%
その他連結調整	△ 0	△ 0	△ 0	△ 0	-	△ 0	△ 0	-
グループ関連費用	△ 25	-	△ 25	△ 5	-	△ 25	△ 5	-
既存事業 計	231	△ 2	233	+ 11	+ 5.1%	222	+ 1	+ 0.3%
新規事業	△ 12	△ 0	△ 12	+ 0	-	△ 12	+ 0	-
連結 計	219	△ 2	221	+ 12	+ 5.6%	210	+ 1	+ 0.5%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく

- 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が、国内事業は全て増益、また、海外事業も為替影響もあり、前年並みでの着地となりました。
- 国内即席めん事業については価格改定効果による増収効果および明星食品が好調に推移し、前期比プラス10億円、12.6%の増益となりました。
- 国内非即席めん事業は、日清ヨーク・湖池屋がドライバーとなり、前期比プラス5億円、10.6%の増益となりました。
- 海外事業は主に持分法適用会社の減益や、米州地域の物流費・マーケティング費用の増加によるコスト上昇があったものの、為替影響が加わり横ばいで着地しています。

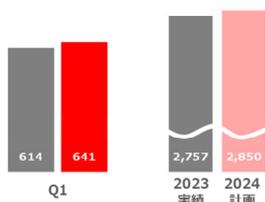
事業の状況

国内即席めん事業

- ・ コアブランドの好調に加えて、新製品が売上に貢献。資材価格等上昇するも増収増益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



日清食品 (Q1 +4%)

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.」ブランドの主力商品の売上が堅調に推移。加えて新製品「カップヌードル 和風魚介ぶしカレー」「日清の辛どん兵衛 特盛きつねうどん」「日清焼そば U.F.O.爆盛バーレル」が売上に貢献

袋めん：新商品「日清ラ王 3食パック」が順調に推移

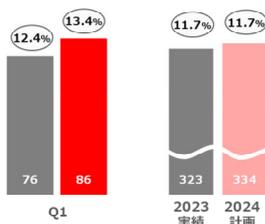
明星食品 (Q1 +8%)

カップめん：「一平ちゃん夜店の焼そば」「ぶぶか油そば」好調、新商品「一杯満足」も貢献

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 (Q1 +6%)

+) 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 (Q1 +99%)

+) 売上増加による利益増

△ 資材価格の上昇 等

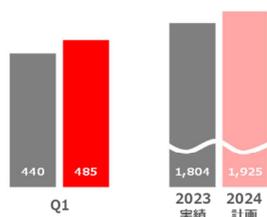
- ・ 8ページをご覧ください。14ページまでは、各セグメント別の「事業の状況」です。
- ・ まず、国内即席めん事業ですが、概ね計画線での順調な進捗でスタートしました。
- ・ 日清食品では、2023年6月に実施した価格改定前の需要増がありハードルは高かったものの、定番レギュラー品への回帰を狙った販促費投入により、数量は前年並みと堅調に推移し、プロダクトミックスも改善傾向にあります。
- ・ 明星食品では、PB商品の価格改定が貢献したことに加え、「一平ちゃん夜店の焼きそば」や「チャルメラ」など主力ブランドが好調に推移しました。新商品の「一杯満足」も売上に貢献しています。比較的手ごろな価格帯の商品を幅広く揃えていることが好調の要因となりました。
- ・ 利益につきましては、足許の資材価格や物流費の上昇を価格改定効果や販売数量増加でカバーし増益となりました。資材価格については、期初予想通りで推移しているものの、為替影響など引き続き注視していく必要があると考えております。

国内非即席めん事業

- 「ピルクル400」「十勝のむヨーグルト」が好調であった日清ヨーク、主力商品が引き続き好調であった湖池屋が増収に貢献。一部マーケティング費用増加の影響あるも、事業全体として増益

売上収益 (億円)

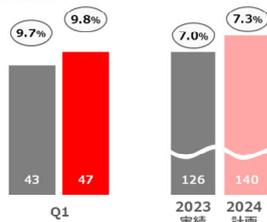
■ 前期 ■ 当期



- チルド** (Q1 +5%) : 新商品「チルド 日清焼そばU.F.O.」貢献、「日清Spa王」喫茶店シリーズや冷し中華群が好調
- 冷凍** (Q1 +5%) : 「冷凍 日清中華」などラーメン、「冷凍 日清もっちり生パスタ」などパスタが好調
- ヨーク** (Q1 +23%) : 「ピルクル400」シリーズ、「十勝のむヨーグルト」シリーズが好調
- シスコ** (Q1 +6%) : 「シスコーン」「ごろグラ」などのシリアルや「ココナッツサブレ」が好調
- ぼんち** (Q1 +6%) : 「ボンスケ」等の商品が堅調に推移
- 湖池屋** (Q1 +14%) : 「湖池屋ポテトチップス」「湖池屋プライドポテト」シリーズが好調

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



- チルド** Q1 減益 : 売上増加も原価率の上昇により減益
- 冷凍** Q1 増益 : 売上増加により増益
- ヨーク** Q1 減益 : 売上増加もマーケティング費用の増加により減益
- シスコ** Q1 減益 : 売上増加も先行使用したマーケティング費用の増加により減益
- ぼんち** Q1 増益 : 資材価格上昇も売上増加等により増益
- 湖池屋** Q1 増益 : 資材価格等上昇も売上増加等により増益

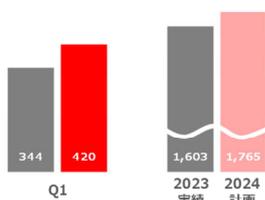
- 9ページをご覧ください。
- 日清ヨーク・湖池屋のビジネスが引き続き好調に推移し、全ての事業会社で増収となりました。
- 日清ヨークは、十勝飲むヨーグルトが数量ベースでも増加が継続しているほか、ピルクルシリーズについても、関東工場の新ラインが稼働したことから、従来供給不足から出荷を停止していた一部商品を復活させたことに伴い、ピルクルシリーズ全体では数量増を継続しており、昨年6月末に実施した価格改定効果と相俟って、大幅な増収となっています。
- 湖池屋は、昨年7月に実施した価格改定と、定番品・新商品が共に順調に数量ベースでも伸びていることの相乗効果に加え、海外事業における収益性の高い商品の拡販や輸出の拡大も寄与し、2桁の増収を達成しています。
- 利益については、日清ヨークやシスコにおける宣伝費の増加等があるものの、非即席めん事業全体で増益となりました。

米州地域

- 高付加価値商品の提案強化・導入推進、ブラジルにおける生産回復もあり増収。費用増加により減益も、Q1計画比増益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



米国 : Q1 販売施策の強化により増収(為替影響 +27億円)

メキシコ : Q1 流通在庫増や輸出減により減収(為替影響 +7億円)

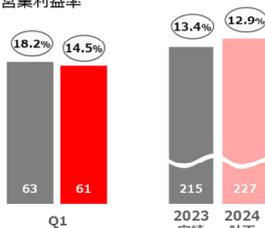
ブラジル : Q1 生産体制強化に伴い生産数量回復。大幅増収(為替影響 +10億円)

4-6月 前期比

	売上収益 (前期前年一定ベース)	数量
米国	+1%	+1桁前半%
メキシコ	△6%	△10%台
ブラジル	+31%	+20%台

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



米国 : Q1 減益
労務費・物流費・マーケティング費用増に伴い減益
ただし、Q1社内計画インライン(為替影響 +5億円)

メキシコ : Q1 減益
販売数量減により減益(為替影響 +0億円)

ブラジル : Q1 増益
生産数量増により大幅増益(為替影響 +1億円)

* 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

10

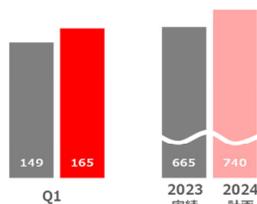
- 10ページをご覧ください。海外事業も好調に進捗しております。まず、米州地域です。
- 米国の市場環境は、相対的に手頃な価格帯である即席めんのニーズが引き続き高く、数量・金額ともに前年同期比増で推移しています。
- 米国日清の数量実績は、全体で前期比1桁前半%増の水準となりました。インフレが継続している環境下、手頃な価格のベース商品は引き続き好調に推移しています。また、プレミアム商品は前期第4四半期に積極的なプロモーションや販促活動を実施したことによる流通在庫の増加もあったため、当第1四半期は前期比横ばいで推移していますが、通期では期初計画の10%台の伸びを目指して行きます。
- なお、単価につきましては、このページの表記では、「売上収益は+1%・数量は+1桁前半%」となっているので、表面的には価格が下落しているように見えますが、先ほどお話しした取り、ベース商品の構成比が増えてミックスが変化していることが主な要因です。前期第4四半期では、プロモーションもあり、レポートを相応に使用したことにより一時的に低下していましたが、当第1四半期においては、ベース商品・プレミアム商品とも、消費者層拡大のためのレポートは使用しつつも、前年比では微減、ほぼ同水準まで戻しています。
- 利益については、米国日清におけるペーパーカップ化に伴う資材コストの増加がありましたが、小麦やパームといった資材価格の低下により吸収することができました。一方で、戦略的マーケティング費用の増加や、今後販売強化を進めていく中で生産キャパシティを増強していることにより、労務費の増加や一時的な外部倉庫費用が発生し、減益ではありますが、第1四半期の期初計画は上回っており、コア営業利益も高水準を維持しています。
- メキシコは、前期第2四半期の新ライン稼働後の一時的な流通在庫の増加、またペソ高に伴う中南米への輸出減が影響し、減収・減益となりましたが、sell-out水準は安定しているため、在庫は巡行水準に戻りつつあり、足元の販売数量も回復基調にあります。
- ブラジルでは、生産体制の強化に向けた各種施策により、生産数量が回復しました。また、前期6月に実施した価格改定の効果もあり大幅な増収・増益となりました。第1四半期の原材料コストは前期比で低下したものの、現在ブラジル産のパーム油が高騰しているため、7月に価格改定を実施しています。

中国地域

- 香港は消費行動の変化も影響したことで苦戦。一方で大陸のカップめんが売上を牽引し、増収増益

売上収益 (億円)

■ 前期 ■ 当期



香港他 : Q1 袋めんの販売数量は回復傾向、為替影響により増収 (為替影響 +8億円)

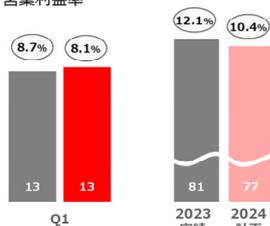
大陸 : Q1 販売数量増に伴い増収 (為替影響 +9億円)
主力のカップめんの販売数量は新規開拓もあり改善

4-6月 前期比

	売上収益 (前期為替一定ベース)	数量*
香港他	△9%	△1桁前半%
大陸	+5%	+1桁半ば%

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



香港他 : Q1 減益

販売数量減により減益 (為替影響 +0億円)

大陸 : Q1 増益

カップめんの販売数量増に伴い増益 (為替影響 +1億円)

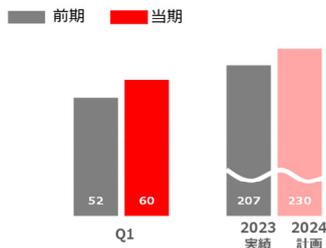
* 数量は香港・大陸の管理ベースで記載
** 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づくもの
*** 香港他にはベトナム事業等を含む

- 11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好調に推移しておりますが、香港の住民が週末などを深圳で過ごすライフスタイルを指す「北上消費」の傾向が続き、香港内での消費行動の変化はネガティブな影響となり、数量は前期比1桁前半%減の水準となりました。
- 大陸については、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、主力の合味道ブランドの販売も堅調に推移し、数量ベースで1桁半ばの増加となりました。
- 利益面は、大陸の数量増がけん引し、セグメント全体では増益となりました。今後も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

- ・ 持分法損益も貢献し、アジア全体で増収増益

売上収益 (億円)



売上額が多い順

- インド : Q1 増収 (為替影響 +2億円)
- タイ : Q1 増収 (為替影響 +1億円)
- シンガポール : Q1 増収 (為替影響 +1億円)
- インドネシア* : Q1 増収(為替影響 +0.3億円)

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 : Q1 横ばい (為替影響 +0.2億円)
- シンガポール : Q1 減益 (為替影響 +0.2億円)
- インドネシア* : Q1 減益 (為替影響 +0.0億円)
- インド : Q1 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

- タイプレ : Q1 10億円 (前期比: +3億円 (為替影響 +0.6億円))
- NURC : Q1 5億円 (前期比: +2億円 (為替影響 +0.5億円))

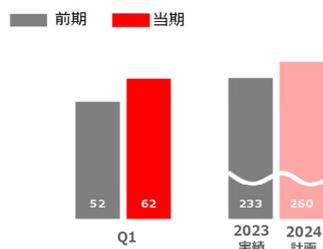
* マレーシア事業含む

- ・ 12ページをご覧ください。
- ・ アジア地域は、市場でのプレゼンスが着実に拡大しているタイを筆頭に、全ての地域で増収となりました。利益については、持分法適用会社の収益貢献もあり増益で着地しています。

EMEA地域

- 成長著しい即席めん市場において、増収トレンド継続

売上収益 (億円)



欧州：Q1 増収

- 「Soba」「Demae Ramen」ブランドが引き続き好調に推移
- イギリスを中心に増収 (為替影響 +6 億円)

コア営業利益 (億円)

% : コア営業利益率



欧州：Q1 増益

売上増により増益 (為替影響 +0 億円)

持分法による投資損益

マルベン：Q1 6億円 (前期比: △5億円 (為替影響 △1億円))

プレミアムフーズ：Q1 11億円 (前期比: +1億円 (為替影響 +2億円))

* 持分法損益含まないコア営業利益率



- 13ページをご覧ください。
- EMEA地域についてご説明します。欧州日清は増収・増益となりましたが、持分法適用会社であるマルベンの販売数量の減少や資材コスト高の影響による減益にともない、セグメント全体では減益となりました。

Appendix

- 15ページ以降は、2024年5月13日に公表した24年度の通期連結業績計画を掲載しておりますが、内容に変更はございません。私からの説明は以上となります。

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	Mid-single Digitでの成長を継続 +5.0%
------------	--------	----------------------------------

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

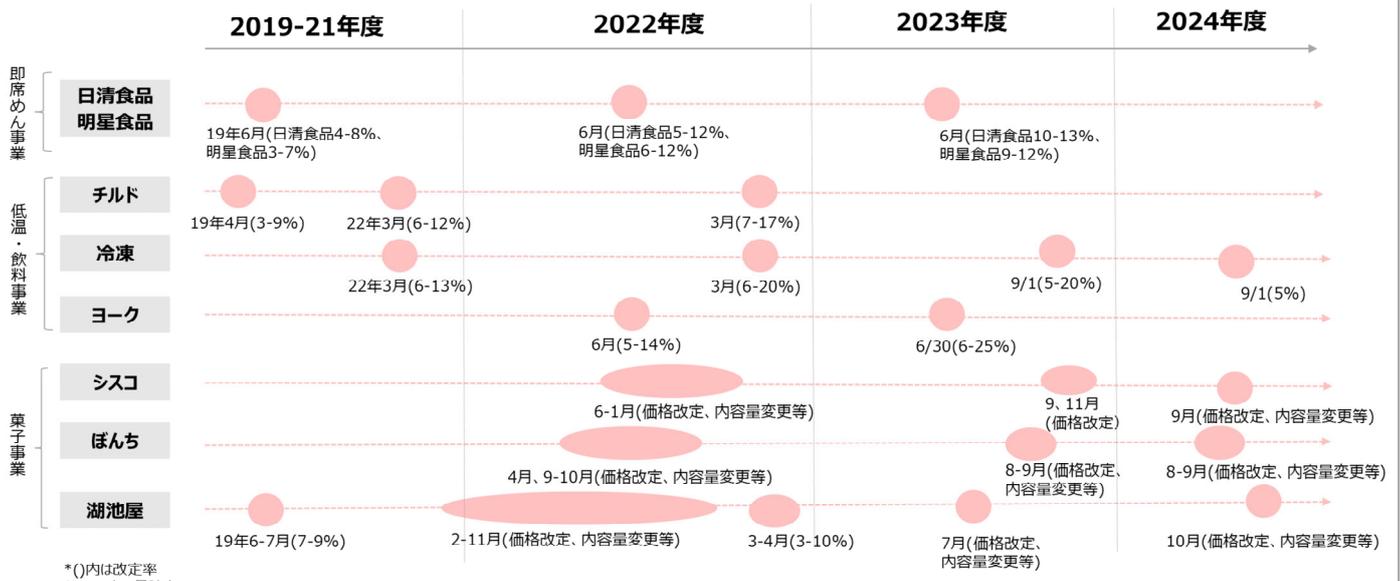
2023年度

2024年度

前年比	4-6月		7-9月		10-12月		1-3月		4-6月		2024年度 通期計画	
	売上収益 前期為替一定 ベース	数量										
米国	+27%	△1桁後半%	+5%	△1桁前半%	△1%	+1桁前半%	+0%	+1桁後半%	+1%	+1桁前半%	+1桁半ば%	+1桁半ば%
メキシコ	+13%	+1桁前半%	+29%	+2桁前半%	+19%	+2桁前半%	+14%	+2桁前半%	△6%	△10%台	+10%台	+10%台
ブラジル	△19%	△2桁前半%	+5%	△1桁前半%	+2%	△1桁後半%	△2%	△2桁前半%	+31%	+20%台	+10%台	+10%台
海外全体	+5%	△2桁前半%	+6%	△1桁前半%	△0%	△1桁前半%	+1%	横ばい圏	+6%	+1桁後半%	+11%	+10%台

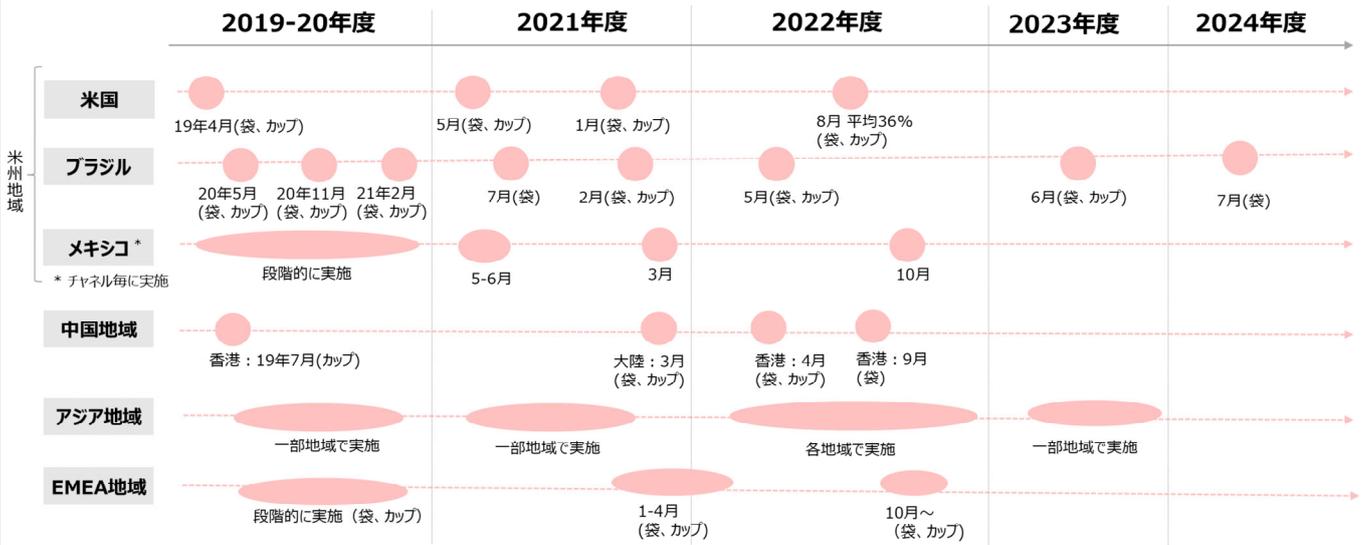
* 数量は管理ベースで記載
* 米国の売上収益の増減は、米国日清、明星USAの合計

主な価格改定推移 (国内)



*()内は改定率
*2024年8月時点

主な価格改定推移 (海外)



* 2024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あります。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