



2025年度 第3四半期決算報告

2026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：2026年2月3日

- ・ CFOの矢野でございます。
- ・ 本日は、「2025年度第3四半期決算」についてご説明いたします。
- ・ ページ番号は、資料の右下にある数字でお話しします。

■ 本日のポイント

Point 1 第3四半期単体 : 3事業全てで増収、連結利益も海外事業が牽引し全体で増益

Point 2 第3四半期累計 : 連結全体で増収に転換、減益幅縮小

Point 3 通期見通し : 売上収益・既存事業コア営業利益とも通期修正予想インラインでの着地見込

国内即席めん事業

- ・ 日清食品は価格コンシャス品が堅調に推移し、増収継続
- ・ 資材高騰等を主因に第3四半期単体では減益となったが、修正予想インライン
- ・ 明星食品は主要ブランド好調、販売数量も前年比一桁後半%の伸長、増収・増益基調継続

国内非即席めん事業

- ・ 低温・飲料事業、菓子事業とも増収基調継続
- ・ 資材高騰や減価償却費の増加等により、全体では第3四半期累計・単体ともに減益

海外事業

- ・ 米国は一部チャネルでの販売数量減が一巡、地域拡大もあり、足許数量増加
- ・ 第3四半期単体では、増収・増益に転じた米国、好調を維持するブラジル・中国地域、欧州持分法適用会社の貢献等により、海外事業全体で増収・増益での着地

1

- ・ 1ページをご覧ください。本日お伝えしたいポイントです。
- ・ まず、第3四半期単体の決算は、上期までの実績と比べると改善傾向が鮮明になってきております。具体的には、国内即席めん・国内非即席めん・海外の3事業すべてで増収となり、連結全体でも前期第3四半期対比で91億円・4.5%の増収となりました。既存事業コア営業利益面、好調であった海外事業が牽引し、連結全体で7億円・3%の増益に転じました。
- ・ 2つ目は、好調であった第3四半期の結果として、累計ベースでも連結全体で前期比43億円・+1%の増収に転じております。既存事業コア営業利益は、累計ベースでは前期比でマイナスが続いていますが、前年度との乖離率は、第1四半期▲26%、第2四半期▲22%から、第3四半期▲13%へと着実に改善しており、通期修正予想も上回って推移しております。
- ・ 3つ目は、以上を踏まえた今期通期の見通しですが、売上収益・既存事業コア営業利益ともに、修正計画に対して順調に推移しておりますので、通期修正予想の必達を目指してまいります。
- ・ 各事業について、詳細は後ほど説明しますが、簡単にコメントさせていただきます。
- ・ まず、国内即席めん事業についてですが、日清食品は、インフレ環境が継続するなか、「あっさり」シリーズを中心とする価格コンシャス品が堅調に推移しており、増収が上期から継続している一方、資材高騰等を主因に第3四半期単体では減益となりましたが、修正予想との対比ではインラインで順調に推移しています。
- ・ また、明星食品は、ブランド力のある主要商品群の売り上げが好調で、販売数量も前年比一桁後半%で伸長しており、増収・増益基調が継続しています。
- ・ 国内非即席めん事業については、日清食品チルド・日清食品冷凍及び商品リニューアル等が奏功した湖池屋を中心とする菓子事業を中心に、増収基調が継続しています。利益面では、睡眠ブーム一巡に伴う日清ヨークの販売数量減・資材高騰等による利益減少などにより、事業全体では累計・Q3単体ともに減益となりましたが、こちらも修正予想との対比ではインラインです。
- ・ 海外事業については、課題であった米国は、昨年下半年から続いていた一部販売チャネルでの販売数量減が一巡し、戦略の一つでもある地域拡大が順調に進んでいることもあり、足許で数量増加基調に転換しています。こういった背景もあり、Q3単体では、増収・増益に転じた米国に加え、好調を維持するブラジル・中国地域、欧州持分法適用会社の貢献等により、海外事業全体では増収・増益での着地となりました。

2025年度 Q3 実績

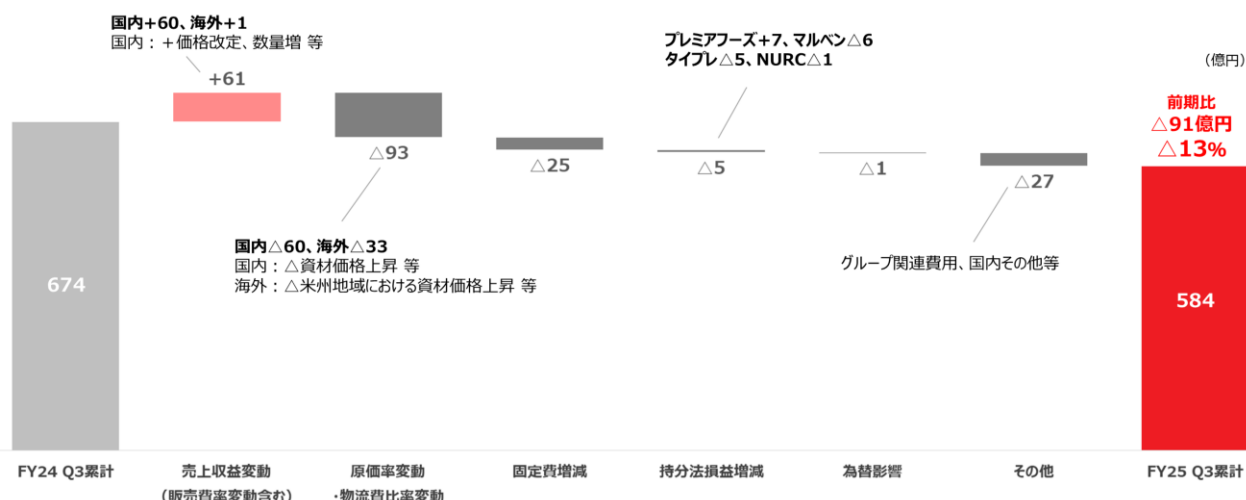
2025年度 Q3連結決算サマリー

単位：億円	2025年度 Q3累計 決算開示ベース			2025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	5,866	+ 43	+ 0.7%	5,903	+ 80	+ 1.4%
既存事業コア営業利益	584	△ 91	△ 13.4%	585	△ 89	△ 13.3%
営業利益	534	△ 71	△ 11.7%	535	△ 70	△ 11.5%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	390	△ 45	△ 10.4%	391	△ 45	△ 10.3%
既存事業コア営業利益率	10.0%	△ 1.6pt		9.9%	△ 1.7pt	
営業利益率	9.1%	△ 1.3pt		9.1%	△ 1.3pt	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	6.7%	△ 0.8pt		6.6%	△ 0.9pt	

3

- 3ページをご覧ください。第3四半期までの累計ベースの数字になります。
- 売上収益は、国内事業の増収が、海外事業の減収をカバーし、前期比プラス0.7%、43億円増収の、5,866億円での着地となりました。
- 既存事業コア営業利益は、上期までの減益が響き、前期比マイナス13.4%、91億円減益の、584億円での着地となりました。
- 尚、為替影響については、海外の既存事業コア営業利益に対する影響はほぼニュートラルでしたが、売上収益全体では、38億円の押し下がり圧力となっています。各事業会社に関する詳細については10ページ以降に記載があるので、ご参照ください。

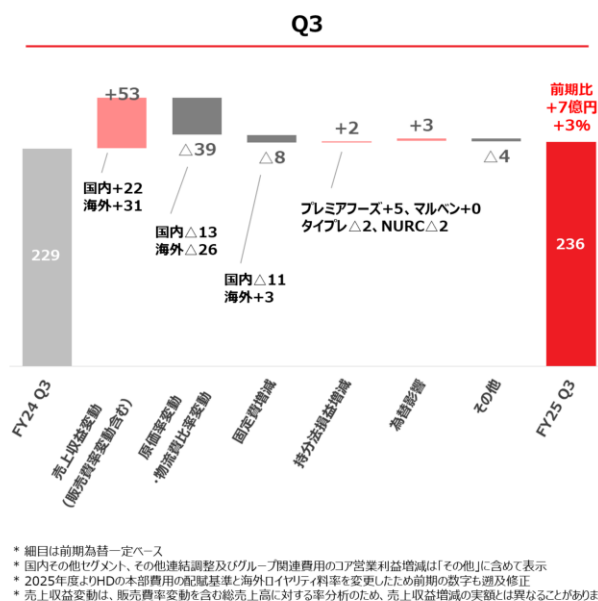
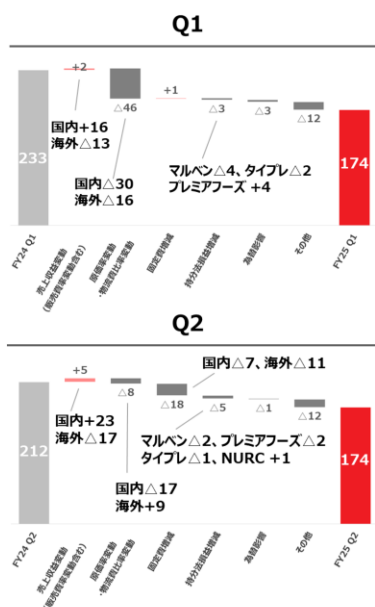
既存事業コア営業利益の増減要因



* 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
 * 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も遡及修正
 * 売上収益変動は、販売費率変動を含む総売上高に対する率分析のため、売上収益増減の実額とは異なることがあります

- 4ページをご覧ください。
- こちらのページは第3四半期累計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。
- なお、売上収益変動を含む変動コストの比率変動については、売上収益に拡販費を足し戻して算出した総売上高に基づいた比率分析になりますので、拡販費を控除した売上収益の増減実額とは整合しておりません。傾向値としてご確認ください。
- 累計では、左から2番目のピンクのグラフの売上収益変動が、海外事業のプラス転換により61億円の増益要因となり、その右のグレーのグラフの、原価率および物流費率の上昇による減益要因を一部補完する水準まで改善してきています。

既存事業コア営業利益の増減要因～四半期毎



* 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
 * 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も追及修正
 * 売上収益変動は、販売費率変動を含む総売上高に対する率分析のため、売上収益増減の実額とは異なることがあります

- こちらは、四半期ごとの既存事業コア営業利益の増減要因になります。
- 右側の第3四半期をご覧くださいと、売上収益変動による増益が、原価率と物流費率上昇による減益を上回り、前年同期比で7億円の増益となりました。
- 国内事業での価格改定効果と数量増に加え、海外事業では、米国が前年の一部チャネルでの数量減影響が一巡し市場全体も回復基調であったことから販売数量が回復したことに加え、ブラジル事業の堅調な売上が寄与しました。
- 加えて欧州の持分法適用会社プレミアフーズも増益に寄与しております。

セグメント別 決算サマリー

- ・ 売上収益は、国内事業が堅調に推移した一方、海外事業は減収
- ・ コア営業利益は、資材高騰や為替影響をカバーできず、3事業とも減益

国内即席めん事業

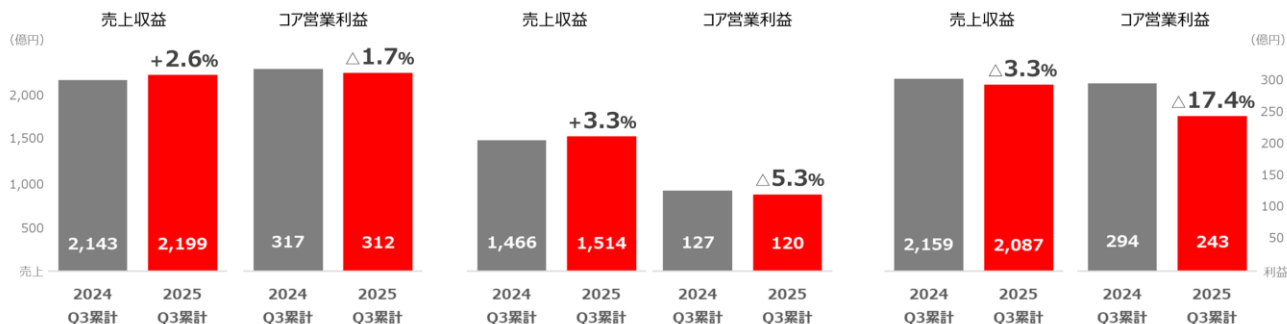
日清食品は価格コンシャス品中心に堅調。
明星食品も主要ブランド好調により増収。
コスト増をカバーできず減益

国内非即席めん事業

価格改定効果もあり、増収継続。資材
高騰や減価償却費の増加等により、
減益

海外事業

米州およびアジア地域で減収。
主に米国事業の数量減、各地域での資材コ
ストの増加などにより減益



* 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- ・ 続きまして、6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

単位：億円	2025年度 Q3累計 決算開示ベース			2025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	1,836	+ 35	+ 1.9%	1,836	+ 35	+ 1.9%
明星食品	363	+ 22	+ 6.3%	363	+ 22	+ 6.3%
国内即席めん事業	2,199	+ 57	+ 2.6%	2,199	+ 57	+ 2.6%
低温・飲料事業	792	+ 25	+ 3.2%	792	+ 25	+ 3.2%
菓子事業	721	+ 23	+ 3.4%	721	+ 23	+ 3.4%
国内非即席めん事業	1,514	+ 48	+ 3.3%	1,514	+ 48	+ 3.3%
国内その他	66	+ 10	+ 18.6%	66	+ 10	+ 18.6%
国内事業 計	3,779	+ 115	+ 3.1%	3,779	+ 115	+ 3.1%
米州地域	1,190	△ 66	△ 5.2%	1,220	△ 36	△ 2.9%
中国地域	535	+ 0	+ 0.0%	549	+ 14	+ 2.7%
アジア地域	167	△ 9	△ 5.2%	168	△ 8	△ 4.5%
EMEA地域	194	+ 2	+ 1.3%	187	△ 5	△ 2.6%
海外事業 計	2,087	△ 72	△ 3.3%	2,124	△ 35	△ 1.6%
連結 計	5,866	+ 43	+ 0.7%	5,903	+ 80	+ 1.4%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づき
 * 「国内その他」には新規事業も含む

- 7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57億円、2.6%の増収、
- 国内非即席めん事業は、前期比プラス48億円、3.3%の増収、
- 海外事業は、前期比マイナス72億円、3.3%の減収となりました。海外事業は為替の影響を除いた為替一定ベースではマイナス1.6%となりました。
- 連結全体では、米州地域のマイナス幅が縮小したこともあり、上期の減収から第3四半期累計で増収に転換しています。

セグメント別 コア営業利益実績

単位：億円	2025年度 Q3累計 決算開示ベース					2025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	278	△ 1	279	△ 10	△ 3.5%	279	△ 10	△ 3.5%
明星食品	33	1	32	+ 5	+ 16.6%	32	+ 5	+ 16.6%
国内即席めん事業	312	△ 0	312	△ 6	△ 1.7%	312	△ 6	△ 1.7%
低温・飲料事業	71	△ 1	72	△ 1	△ 2.0%	72	△ 1	△ 2.0%
菓子事業	46	△ 3	48	△ 5	△ 9.9%	48	△ 5	△ 9.9%
国内非即席めん事業	117	△ 3	120	△ 7	△ 5.3%	120	△ 7	△ 5.3%
国内その他	7	△ 0	7	△ 9	△ 56.8%	7	△ 9	△ 56.8%
国内事業 計	435	△ 3	439	△ 21	△ 4.6%	439	△ 21	△ 4.6%
米州地域	83	1	83	△ 40	△ 32.4%	85	△ 38	△ 30.8%
中国地域	57	△ 0	57	+ 3	+ 6.5%	59	+ 5	+ 9.3%
アジア地域	53	0	53	△ 11	△ 16.9%	51	△ 12	△ 19.2%
EMEA地域	49	△ 2	51	△ 4	△ 7.7%	50	△ 5	△ 9.1%
海外事業 計	242	△ 1	243	△ 51	△ 17.4%	245	△ 50	△ 16.9%
国内・海外事業 計	678	△ 4	682	△ 72	△ 9.6%	683	△ 71	△ 9.4%
その他連結調整	△ 2	△ 1	△ 2	△ 0	-	△ 2	△ 0	-
グループ関連費用	△ 96	-	△ 96	△ 18	-	△ 96	△ 18	-
既存事業 計	579	△ 5	584	△ 91	△ 13.4%	585	△ 89	△ 13.3%
新規事業	△ 45	△ 0	△ 45	△ 3	-	△ 45	△ 3	-
連結 計	534	△ 5	539	△ 93	△ 14.8%	540	△ 92	△ 14.6%

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づき

* 2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- 8ページをご覧ください。
- こちらはセグメント別のコア営業利益のブレイクダウンです。
- 国内即席めん事業については、前期比マイナス6億円、1.7%の減益、
- 国内非即席めん事業は、前期比マイナス7億円、5.3%の減益、
- 海外事業は前期比マイナス51億円、17.4%の減益と、全地域で減益となりました。
- なお、海外事業は、上期までの前期比64億円の減益から13億円改善しております。

事業の状況

- 10ページから15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

- 2ブランド共に増収も、資材コストなどの上昇により日清食品減益。セグメント全体も減益

(億円)

FY25 売上収益	業績				前期比	Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計	Q3累計	
日清食品	529	601	706	1,836	+35 +2%	カップめん : 「あっさりおいしいカップヌードル」シリーズが好調に推移したことに加えて、2025年9月リニューアルした「カップヌードル BIG」なども売上に貢献 袋めん : 「チキンラーメン」、「出前一丁」、「日清焼そば」が堅調に推移
明星食品	116	115	131	363	+22 +6%	カップめん : 「一平ちゃん夜店の焼そば」シリーズの好調に加えて、「ぶぶか油そば」が大きく伸長 袋めん : 「チャルメラ」シリーズが好調
国内即席めん事業	646	716	837	2,199	+57 +3%	

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	業績				前期比	Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計	Q3累計	
日清食品	76 (14.3%)	90 (15.0%)	113 (16.0%)	279 (15.2%)	△10 △4%	+) 即席カップライス製品の価格改定効果及び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	13 (11.1%)	5 (4.5%)	14 (10.9%)	32 (8.9%)	+5 +17%	+) 売上増加による利益増 △) 資材価格及び物流費の上昇 等
国内即席めん事業	89 (13.8%)	95 (13.3%)	127 (15.2%)	312 (14.2%)	△6 △2%	

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- 10ページをご覧ください。まず国内即席めん事業です。
- まず、市場環境について、実質賃金のマイナスが続く中、食品メーカー各社で値上げが実施され、食品の消費者物価指数は上昇トレンドが継続しています。この環境下、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、食品全体の中では相対的に高い状況が続いています。
- しかしながら、即席めん市場のなかでも、ダウントレーディング傾向がみられ、結果的に低価格帯商品の需要増が市場全体をけん引しています。
- こうした環境下、日清食品では、あっさりシリーズなどの低価格帯商品により消費者ニーズにしっかり対応する戦略が奏功し、売上収益は前期比プラス1.9%の増収となり、シェアもプラスに転じております。
- 明星食品は、値ごろ感がありつつ、ブランド力のある主要商品である、チャルメラ・一平ちゃん・ぶぶかなどが伸長し、前期比6.3%の増収となりました。
- 利益面では、日清食品は、パーム油やライス商品の原料となる米・調味料を中心とした資材コストや物流費などの増加により、前期比で10億円の減益となりましたが、修正計画との比較ではインラインで推移しています。
- 明星食品は、増収による増益効果で、各種コスト増を吸収し、5億円の増益となりました。

国内非即席めん事業

- ・ パスタ・ラーメンが好調な日清冷凍、シリアルが好調な日清シスコなどにより増収も、日清ヨークの数量減および資材価格等上昇の影響により、事業全体で減益

(億円)

FY25 売上収益	業績				前期比 Q3累計			Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計				
低温・飲料事業	262	261	270	792	+25 +3%	チルド 冷凍	+4% +8%	： 「麺の達人」「スープの達人」等のラーメン群好調に加え、CVS向け調理めんの販売も貢献 ： 「冷凍 日清中華」「冷凍 日清スバ王喫茶店」シリーズが引き続き好調、2025年9月発売の「冷凍 今日ほこってり」「冷凍 今日ほ旨辛」の貢献や、価格改定効果もあり増収
菓子事業	237	235	249	721	+23 +3%	ヨーク	△7%	： CVSでの売上低調、「ピルクルミラクルケア」シリーズの数量減、秋の新製品「ピルクル免疫スタイル」「ピルクルエイジングライフ」の発売及び「十勝のヨーグルト」のリニューアルも期待したほど寄与せず減収
						シスコ	+5%	： 「ごろグラ」シリーズや「コナッツサブレ」シリーズが好調、価格改定も増収に寄与
						ぼんち	△0%	： 原料米など原材料価格高騰に伴う価格改定後の需要鈍化により数量減
国内非即席めん事業	499	496	519	1,514	+48 +3%	湖池屋	+3%	： リニューアルした「ピュアポテト」やマーケティング施策が奏功したコーンブランドが好調、増収に寄与

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	業績				前期比 Q3累計			Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計				
低温・飲料事業	27 (10.4%)	25 (9.6%)	20 (7.3%)	72 (9.1%)	△1 △2%	チルド 冷凍	増益 増益	： 原価率上昇も売上増加により増益 ： 原価率上昇も売上増加により増益
菓子事業	16 (6.8%)	14 (5.8%)	19 (7.4%)	48 (6.7%)	△5 △10%	ヨーク	減益	： 売上減少およびマーケティング費用増等により減益
						シスコ	増益	： 原材料コスト増も売上増加等により増益
						ぼんち	減益	： 売上減少・原価率上昇等により減益
国内非即席めん事業	43 (8.7%)	39 (7.8%)	38 (7.3%)	120 (7.9%)	△7 △5%	湖池屋	減益	： 増収も馬鈴薯の品質低下による歩留まり悪化等のコスト増をカバーできず減益

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ率を変更したため前期の数字も適及修正

11

- ・ 11ページをご覧ください。国内非即席めん事業です。
- ・ 売上収益については、24年度から実施している価格改定効果もあり、低温・飲料事業及び菓子事業が共に増収となりました。
- ・ 特に日清食品冷凍は価格改定後も数量を維持、また、日清食品チルドもコンビニ向けの販売が好調でセグメントの増収を牽引しました。
- ・ 加えて、シリアルが好調な日清シスコや、「ピュアポテト」およびコーンブランドが堅調な湖池屋も増収に寄与しております。
- ・ 一方で、日清ヨークについては、睡眠ブームが一巡したことによる「ピルクルミラクルケア」の販売数量減に加え、10月に発売した新商品の寄与が現時点では限定的な水準に留まることから、減収傾向が続いています。
- ・ 利益面について、日清ヨークの売上収益の減少や、主に上期に発生した湖池屋における馬鈴薯の品質低下による歩留まり悪化が影響しました。また、原材料・包材等のコストが上昇したことも響き、セグメント全体では減益となりました。

米州地域

- Q3単体では、米国の販売数量減が一巡し、増収増益へ転換。ただし、上期の影響により、セグメント全体では減収減益で着地

(億円)

FY25 売上収益	業績				前期比 Q3累計	Q3累計 増減要因	
	Q1	Q2	Q3	Q3累計			
米州地域	334	410	446	1,190	△66 △5%	米国	△11% : 前年下期に発生した一部流通での販売数量減影響が一巡し、Q3単体では数量増へ転換も、拡張費増や上期の数量減が影響し、Q3累計で減収（為替影響 △16億円）
						メキシコ	△3% : 数量減を価格改定でカバーし現地通貨ベースで増収も、為替影響により円貨ベースでは減収（為替影響 △5億円）
						ブラジル	+4% : Q3単体では数量増も前期末の流通在庫増の影響でQ3累計で数量減。価格改定効果もあり増収（為替影響 △10億円）

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	業績				前期比 Q3累計	Q3累計 増減要因	
	Q1	Q2	Q3	Q3累計			
米州地域	22 (6.7%)	23 (5.6%)	37 (8.3%)	83 (6.9%)	△40 △32%	米国	減益 : 数量減、拡張費増に伴い減益(為替影響 △1億円)
						メキシコ	減益 : 数量減および原材料コスト増の影響により減益(為替影響 △0億円)
						ブラジル	増益 : 資材価格上昇も価格改定効果により増益(為替影響 △1億円)

国別の現地通貨ベース売上収益・数量の前年比

YoY	Q1		Q2		Q3		Q3 累計	
	売上収益 (現地通貨ベース)	数量	売上収益 (現地通貨ベース)	数量	売上収益 (現地通貨ベース)	数量	売上収益 (現地通貨ベース)	数量
米国	△24%	△20%台	△8%	△1桁前半%	+5%	+1桁後半%	△9%	△1桁半%
メキシコ	+13%	+1桁前半%	△6%	△1桁後半%	△5%	△1桁後半%	+1%	△1桁半%
ブラジル	+4%	△1桁半%	+8%	横ばい	+5%	+1桁前半%	+6%	横ばい

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も遡及修正

・米国の売上収益の増減は、米国日清、明星USAの合計
・米国のコア営業利益の増減は、米国日清、明星USA、RHQ Americasの合計
・数量は管理ベースで記載

12

- 12ページをご覧ください。続いて、米州地域です。
- まず、米国事業についてご説明いたします。
- 米国事業は、第3四半期累計で減収減益となりましたが、下の部分にお付けしている表の通り、第3四半期単体では現地通貨ベースでプラス5%の増収となり、利益も増加に転じています。
- 10-12月期の米国即席めん市場全体も、数量・金額ともにプラスに推移し、当社の第3四半期単体の販売数量は、前年下期に発生した西海岸エリアにおける販売数量減の影響が一巡し、ベース商品を中心に地域展開が順調に拡大していること・西海岸でも昨年減少した数量が回復していること・新たに発売したプレミアム商品も貢献し始めていることなどを主因とし、前年比で、市場の伸びを上回る一桁半ば%の数量増加となりました。
- 価格改定後の販促費の投入などもあり、増収効果は限定的となりましたが、通期修正計画達成に向け、着実なステップを踏むことができたと評価しています。
- 第4四半期は、各種プロモーションやLTO（期間限定商品）の投入などにより、通期修正計画をしっかりと達成していきたいと思っています。
- 次に、ブラジルです。
- 第3四半期は、2024年7月と2025年2月に実施した価格改定効果もあり、累計・第3四半期単体とも増収増益となりました。売上収益に対する為替影響は、昨年度に比べてブラジルレアルが弱含みで推移しているため、▲10億円と比較的大きな金額となっています。
- 数量は、上期までは期初の流通在庫増加の影響や高金利を背景とした流通在庫圧縮の動きなどもあり伸び悩みましたが、第3四半期単体では、前期比一桁前半の増加となりました。これは、2024年度第3四半期から稼働している新カップラインによる寄与は一巡したものの、当社が販売するカップ麺の比率が安定して10%を超える水準を維持するようになってきたこと、および主力の袋めんの数量が流通在庫調整の一巡に伴い増加に転じたことによるものです。
- なお、2026年1月より平均一桁前半%の価格改定を実施しております。今後もインフレ率に応じて、適宜価格改定を行っていく方針です。
- 最後に、メキシコですが、メキシコ国内での販売数量の減少による減収影響を中米への輸出増加と価格改定による増収効果でカバーし、現地通貨ベースでは第3四半期累計で増収となりましたが、原材料コスト増の影響もあり、減益着地となりました。
- メキシコ国内では、一部商品でスリープレス化に切り替えるとともに、電子レンジ調理対応・味の改良・増量といった取り組みを実施しており、利便性向上に加え、味・ボリュームによる価値の向上により、他社との差別化の取り組みを進めてまいります。

中国地域

- 大陸中心に主力即席めんの販売増、セグメント全体で増収増益

(億円)

FY25 売上収益	業績				前期比 Q3累計	Q3累計 増減要因	
	Q1	Q2	Q3	Q3累計			
中国地域	167	192	177	535	+0 +0%	香港 他	増収
						大陸	減収

香港域内での主力袋めんの販売数量は回復傾向
その他周辺国のインオーガニック売上増による貢献 (為替影響 △6億円)
主力即席めんの販売数量増、内陸部への販路も拡大しカバー率上昇
為替実勢では減収も、一定ペースでは増収 (為替影響 △8億円)

() 内はコア営業利益率

FY25 コア営業利益	業績				前期比 Q3累計	Q3累計 増減要因	
	Q1	Q2	Q3	Q3累計			
中国地域	13 (7.6%)	25 (12.8%)	20 (11.2%)	57 (10.7%)	+3 +6%	香港 他	増益
						大陸	増益

コスト抑制およびその他地域のインオーガニック効果により増益 (為替影響 △0億円)
販売数量増により増益 (為替影響 △1億円)

国別の現地通貨ベース売上収益・数量の前年比

YoY	売上収益 (現地通貨ベース)	数量*
香港他	+3%	△1桁前半%
大陸	+2%	+1桁前半%

* 数量は管理ベースで記載し、非即席めん事業を除く
** 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
2024年9月より「Gaemi Food」を連結子会社化し、韓国におけるスナック事業を開始
2024年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
2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- 13ページをご覧ください。中国地域です。
- 中国地域では景気の先行き不透明感が続いているものの、政府の景気刺激策や郊外から都市部への人流の戻りが、即席めん需要には追い風となっております。また、香港から深圳に向かう、いわゆる「北上消費」が続いている一方で、香港政府も様々な誘致策を推進し、中国本土からの観光客増加が増加していることを背景に、香港・大陸間の双方向の人流増に伴い、消費センチメントが改善基調にあります。
- 香港では香港式の大衆食堂（チャチャンテン）やレストラン等の業務向け即席麺の需要が底堅く、主力の出前一丁を中心に、域内の売上は堅調です。一方、輸出は関税問題等による混乱や欧米での消費低迷による数量前年割れが続いていますが、台湾やオーストラリアでの現地法人設立による販売体制強化や周辺国での事業拡大を進めています。
- 中国大陸では主力の合味道や出前ブランド中心に需要が好調で、苦戦していた東区でも数量が回復しております。主に都市部におけるコストコやサムズクラブのような会員制スーパーを中心とする新規チャネルの拡大に加え、内陸部での卸店との連携強化を進めたことで、販売カバー率が向上しております。
- 利益面では、一般管理費を中心に各種コストコントロールを進めたことに加え、前年度に実施した固定資産の減損による償却負担の軽減もあり、第3四半期累計では増収・増益で着地しました。
- 尚、売上収益が、Q3累計で+0%となっていますが、中国地域は為替レートの影響が大きく、香港で▲6億円・大陸で▲8億円と、合計で14億円分の影響がありました。

アジア地域

- 各国で販売数量が減少したことにより、減収・減益。持分法適用会社においても減益

売上額が多い順 (億円)

FY25 売上収益	業績				前期比 Q3累計	Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計		
アジア地域	51	57	59	167	△9 △5%	タイ : 減収 (為替影響 +2.9億円) インド : 減収 (為替影響 △3.6億円) シンガポール : 減収 (為替影響 +0.2億円) インドネシア* : 減収 (為替影響 △0.7億円)

() 内は持分法損益含まないコア営業利益率

FY25 コア営業利益	業績				前期比 Q3累計	Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計		
アジア地域	17 (6.5%)	18 (8.2%)	17 (9.6%)	53 (8.2%)	△11 △17%	タイ : 減益 (為替影響 +0.5億円) インド : 増益 (為替影響 △0.1億円) シンガポール : 減益 (為替影響 +0.0億円) インドネシア* : 減益 (為替影響 +0.0億円)
持分法適用会社						
タイブレ : 25億円 YoY △3億円、(為替影響 +1.3億円)						
NURC : 14億円 YoY △2億円、(為替影響 △0.3億円)						

* マレーシア事業含む

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も適及修正

- 14ページをご覧ください。
- アジア地域について、第3四半期累計では上期の減収・減益が響き、減収減益となりました。
- 但し、売上規模の大きいタイ及びインドについては、第3四半期単体では増収・増益に転じております。アジア地域のメイン市場であるタイにおいて、販売体制の最適化の過程で生じた在庫調整も終了し、通期では計画達成を目指して参ります。
- 持分法適用会社の2社の第3四半期累計について、タイレジデント・N-URCともに減益で着地しております。タイブレジデントについては、引き続き隣国との国境紛争による輸出向け販売数量の減とパーム油高騰を主因に減益となりました。

EMEA地域

- 為替影響により増収だが、イギリス・ドイツ・フランスなど主要国における販売数量減により、現地通貨ベースで減収減益

(億円)

FY25 売上収益	業績				前期比	Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計	Q3累計	
EMEA地域	55	68	71	194	+2 +1%	欧州日清 : 為替影響により増収も、販売数量減により現地通貨ベースで減収 (為替影響 +7億円)

() 内は持分法損益含まないコア営業利益率

FY25 コア営業利益	業績				前期比	Q3累計 増減要因
	Q1	Q2	Q3	Q3累計	Q3累計	
EMEA地域	17 (1.3%)	10 (2.1%)	23 (1.2%)	51 (1.5%)	△4 △8%	欧州日清 : 減益 (為替影響 △0億円)

持分法適用会社
 マルベン : 10億円 YoY △6億円 (為替影響 +0億円)
 プレミアフーズ : 38億円 YoY +8億円 (為替影響 +0億円)

* EMEA地域にはトルコ事業も含む
 2025年11月にNISSIN FOODS TURKEY GIDA ANONIM ŞİRKETİ (トルコ日清) を設立し、トルコにおける即席めん事業を開始

2025年度よりHDの本部費用の配賦基準と海外ロイヤリティ料率を変更したため前期の数字も遡及修正

- 15ページをご覧ください。
- 最後にEMEA地域です。
- 欧州の主要市場では、低価格帯製品の需要が高まるなど、市場環境が変化しております。そのような環境下で、欧州日清はイギリス・ドイツ・フランスなど主要国を中心に数量が減少し、為替影響を除く現地通貨ベースで減収減益となりました。欧州では全般的に消費環境が弱い中、相対的に好調な袋めんの活性化や一層の経費削減も含め、利益水準の改善に努めてまいります。
- 一方で、持分法適用会社の2社について、直近の10～12月期でいずれも業績が改善しております。マルベンは、販売数量の増加に加え、小麦価格の下落傾向が寄与し、増益に転じました。プレミアフーズは、お菓子カテゴリーが好調に推移したこと等により、第3四半期単体で6億円の増益となりました。
- 私からのご説明は以上となります。

Appendix

2025年度通期 修正計画



2025年度通期連結業績予想の修正

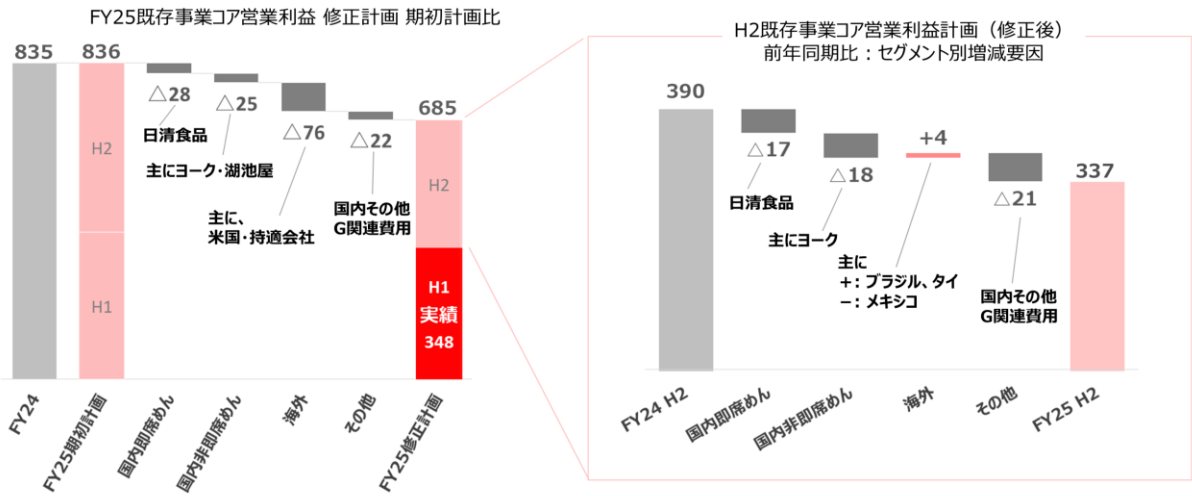
単位：億円	通期修正予想（2025年11月10日発表）				
	2025年度 予想	vs.期初予想		vs.前期	
		増減額	増減率	増減額	増減率
売上収益	7,920	△ 180	△ 2.2%	+ 154	+ 2.0%
既存事業コア営業利益	685	△ 151	△ 18.1%	△ 150	△ 18.0%
営業利益	605	△ 191 ～ △ 151	△ 24.0% ～ △ 20.0%	△ 139	△ 18.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	430	△ 130 ～ △ 100	△ 23.2% ～ △ 18.9%	△ 120	△ 21.8%
既存事業コア営業利益率	8.6%	△ 1.7pt		△ 2.1pt	
営業利益率	7.6%	△ 2.2pt ～ △ 1.7pt		△ 1.9pt	
親会社の所有者に帰属する 当期利益率	5.4%	△ 1.5pt ～ △ 1.1pt		△ 1.7pt	



セグメント別 2025年度通期連結業績予想の修正

単位：億円	通期修正予想（2025年11月10日発表）				
	2025年度 予想	vs. 期初予想		vs. 前期	
		増減額	増減率	増減額	増減率
売上収益	7,920	△ 180	△ 2.2%	+ 154	+ 2.0%
国内即席めん事業	2,920	△ 65	△ 2.2%	+ 78	+ 2.8%
国内非即席めん事業	1,970	△ 60	△ 3.0%	+ 32	+ 1.7%
海外事業	2,935	△ 55	△ 1.8%	+ 27	+ 0.9%
その他	95	-	-	+ 17	+ 21.9%
既存事業コア営業利益	685	△ 151	△ 18.1%	△ 150	△ 18.0%
国内即席めん事業	347	△ 28	△ 7.5%	△ 23	△ 6.2%
国内非即席めん事業	121	△ 25	△ 17.1%	△ 23	△ 15.7%
海外事業	351	△ 76	△ 17.8%	△ 60	△ 14.7%
その他	△ 134	△ 22	-	△ 45	-

2025年度通期連結業績予想修正の背景



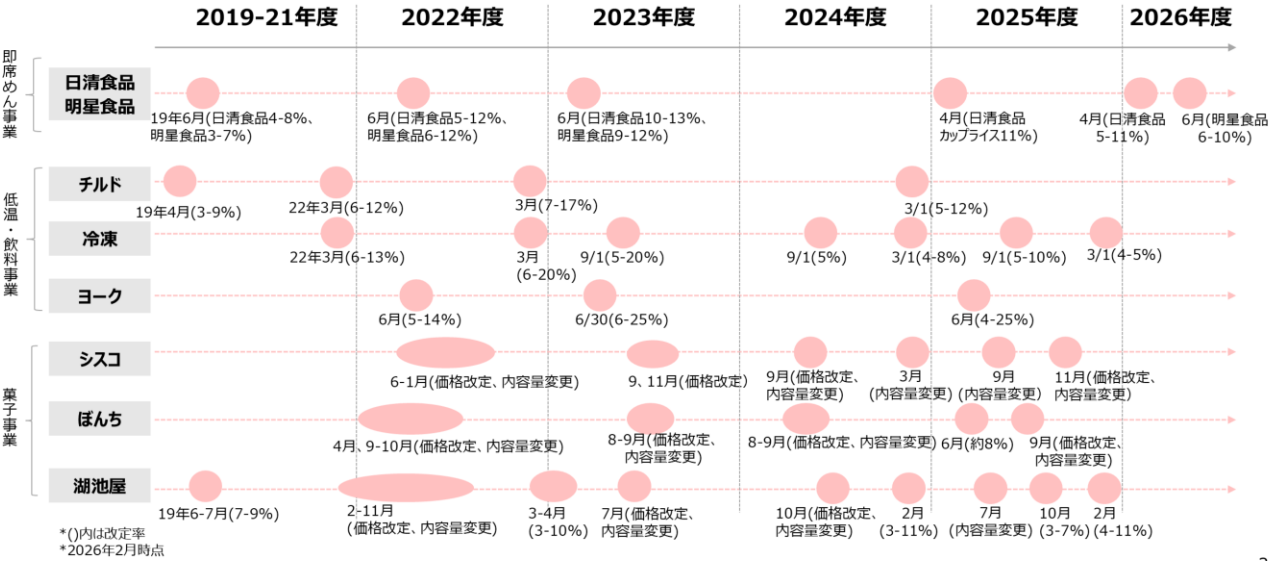
米州地域および海外地域全体の売上収益・数量 前期比

ベース：△1桁後半%
プレミアム：前年並み

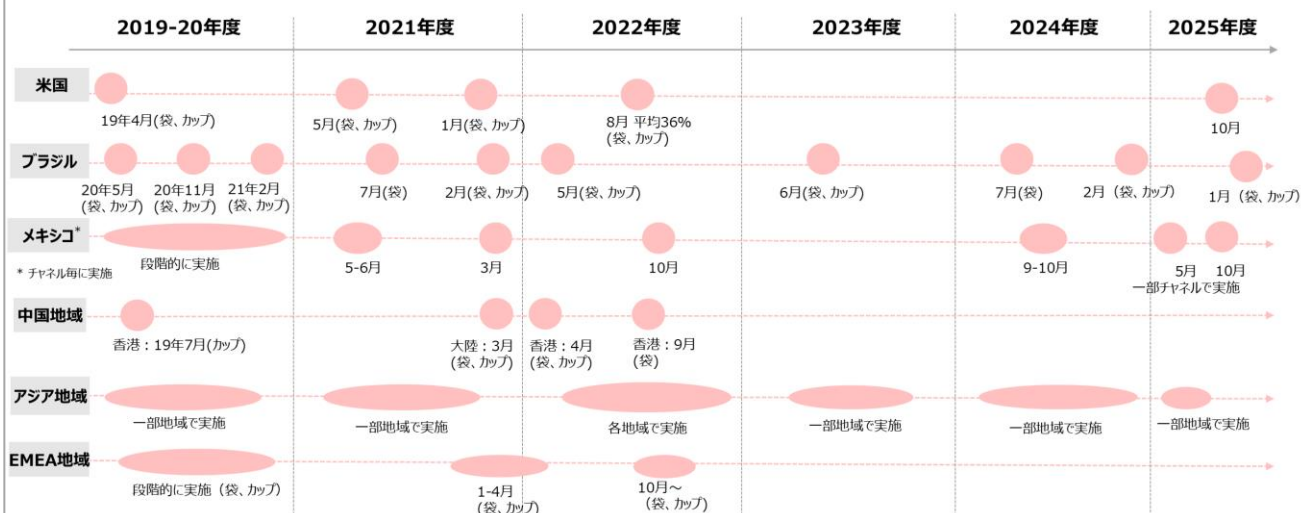
YoY	2024年度				2025年度							
	Q3(10-12月)		Q4(1-3月)		Q1(4-6月)		Q2 (7-9月)		Q3(10-12月)		2025年度 通期 修正計画	
	売上収益 現地通算 ベース	数量	売上収益 現地通算 ベース	数量	売上収益 現地通算 ベース	数量	売上収益 現地通算 ベース	数量	売上収益 現地通算 ベース	数量	売上収益 現地通算 ベース	数量
米国	△8%	△1桁後半%	△4%	△1桁半ば%	△24%	△20%台	△8%	△1桁前半%	+5%	+1桁後半%	△1桁後半%	△1桁後半%
メキシコ	△2%	△10%台	+7%	+1桁前半%	+13%	+1桁前半%	△6%	△1桁後半%	△5%	△1桁後半%	+1桁前半%	△1桁半ば%
ブラジル	+18%	+10%台	+38%	+30%台	+4%	△1桁半ば%	+8%	横ばい圏	+5%	+1桁前半%	+10%台	+1桁前半%
海外全体	+4%	+1桁前半%	+9%	+1桁後半%	△5%	△1桁後半%	△1%	△1桁前半%	+1%	+1桁前半%	+2%	前年超え

* 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）



*2026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