

本原稿は SCRIPTS Asia 株式会社による録音・書き起こしを一部編集したものです。

日清食品ホールディングス株式会社

2026年3月期決算発表直後のCFOによるオンライン説明会

2026年5月13日

二宮：皆様、こんにちは。お時間になりましたので始めさせていただきます。

本日はお忙しい中、日清食品ホールディングス、2025年度通期決算報告にご参加いただきまして、ありがとうございます。私は、進行を務めさせていただきます IR 室の二宮でございます。よろしくお願いたします。

本日は、CFO の矢野から 2025 年度通期決算および 2026 年度通期業績予想についてご説明させていただいた後、質疑応答とさせていただきます。全体で約 1 時間を予定しております。では、矢野さん、お願いします。

目次



I . 2025年度 通期決算報告・2026年度 業績予想 …………… P3~

業績予想の重要な前提や、中長期成長戦略KPIの見直しを含む

執行役員・CFO 矢野 崇

II . 安定的な利益成長に向けた新しい取組 …………… P27~

代表取締役 取締役社長・CEO 安藤 宏基

代表取締役 取締役副社長・COO 兼 日清食品株式会社 代表取締役社長 安藤 徳隆

常務執行役員・CSO 西川 恭

Appendix

2

矢野：はい。CFO の矢野でございます。本日は、2025 年度通期決算報告の資料の 2 ページ目を、まずご覧いただければと思いますが、目次の一つ目である、2025 年度通期決算報告および 2026 年度業績予想を中心にご説明いたします。

目次の二つ目である、安定的な利益成長に向けた新しい取組につきましては、明日予定されている決算説明会で CEO、COO、CSO よりご説明をさせていただきます。なお、明日の決算説明会では時間を有効に活用していただくために、計数面については本日のご説明と重複することから割愛をさせていただきます。予定です。

本日のポイント



2025年度 実績

- 売上収益 7,881億円（前期比+1.5%）、既存事業コア営業利益 706億円（同△15.5%）：利益ベースでは修正予想（685億円）を上回って着地
- 国内：日清食品では、原材料影響等で減益も、価格改定・周年施策に向けた数量シェア拡大に成功
- 海外：2024年度下期からの米国事業減収が大部分。数量・単価とも回復傾向にはあるがカバーしきれず
- 株主還元：
 - 累進的配当政策のもと、減益となったが2024年度と同額の70円／株を維持、配当性向44%に相当
 - 実施済の自己株取得200億円と併せ、総還元性向は88%

2026年度 予想

- 中東情勢の影響：見通し不確実なため予想値には織り込まず、一定の前提に基づく参考値を説明
- 既存事業コア営業利益成長率：中東影響除きで+4.1%（償却前では1桁台後半相当）
 - 日清食品：周年施策と付加価値商品で、価格改定に伴う数量減を最小化
 - 米国事業：配荷の段階的回復、Premiumセグメントへの大型新商品、新工場の稼働

中期的な 成長

- 既存事業コア営業利益は2025年度を底に反転、ここからの中長期的なMid-single Digit成長に回帰
- ROE目標は現実的水準へと修正しつつ、既存事業の成長戦略（キャッシュ創出力強化）を一部Update
- 海外：日清食品グループの勝ちパターン横展開を加速。アジア市場拡大も受けて「日式麺」に注力
- 国内：海外同様、横展開先の拡大。大型設備投資も、スコープ厳選により投資単価高騰影響を緩和

1

それでは、1 ページ目にお戻りください。本日お伝えしたいポイントは、大きく 4 点です。

まず、1 点目、2025 年度の業績は売上収益 7,881 億円、既存事業コア営業利益 706 億円と増収減益での着地となりました。修正計画との比較では、売上収益はほぼ計画どおりで、利益については各段階および各事業セグメント、いずれも上回って着地をしております。

国内事業は、原材料価格の上昇影響等により減益となりましたが、日清食品では 2026 年 4 月の価格改定や主要ブランドの周年施策に向け、狙いどおり数量シェアの拡大を実現しました。海外事業は、米国事業において、2024 年度下期に発生した数量減少の影響が上期までの実績に及んだことを主因に減収減益となりましたが、下期以降は数量、単価ともに回復基調で推移しております。

続いて 2 点目、2026 年度の業績見通しについてです。まず、中東情勢影響については一定の前提の下、第 1 四半期で 25 億円前後のコスト増を想定していますが、不確実性が高いこと、および消費者動向の変化に伴う売上への影響や今後のコスト削減等の施策などを現段階で見積もることが難しいことから、予想の数値には織り込んでおりません。この点につきましては、詳細を後ほどご説明いたします。

この影響を勘案しないベースで、2026 年度は、売上収益は前期比プラス 9.1%、既存事業コア営業利益成長はプラス 4.1%となる見込みで、減価償却費の影響を除くと一桁台後半の利益成長見通しとなります。

国内の日清食品では、4月の価格改定効果を最大限取り込むべく、数量影響の抑制を図りながら周年施策や付加価値商品の拡充を進めていきます。米国事業では、配荷の段階的な回復に加え、6月より新工場で新たな Premium セグメントの大型商品の生産を開始し、成長軌道への回帰を目指します。

最後に3点目、中長期の成長に向けた考え方です。具体的な戦略の詳細は明日ご説明いたしますが、本日は財務 KPI の一部変更についてご説明をいたします。

以上が、本日本日お伝えしたいポイントです。

2025年度 連結決算サマリー



既存事業コア以下の利益指標は全て減益となったが、修正計画は上回って着地

修正値： 既存事業コア営業利益 685億円
営業利益 605億円、当期利益 430億円

単位：億円	決算開示 ベース	前期比	増減率	為替一定 ベース	前期比	増減率	前期
売上収益	7,881	+ 115	+ 1.5%	7,867	+ 102	+ 1.3%	7,766
既存事業コア営業利益	706	△ 129	△ 15.5%	701	△ 134	△ 16.1%	835
営業利益	623	△ 120	△ 16.2%	619	△ 125	△ 16.8%	744
親会社の所有者に帰属する 当期利益	454	△ 96	△ 17.5%	449	△ 101	△ 18.4%	550
既存事業コア営業利益率	9.0%	△ 1.8pt	-	8.9%	△ 1.8pt	-	10.8%
営業利益率	7.9%	△ 1.7pt	-	7.9%	△ 1.7pt	-	9.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益率	5.8%	△ 1.3pt	-	5.7%	△ 1.4pt	-	7.1%

5

それでは、5 ページをご覧ください。

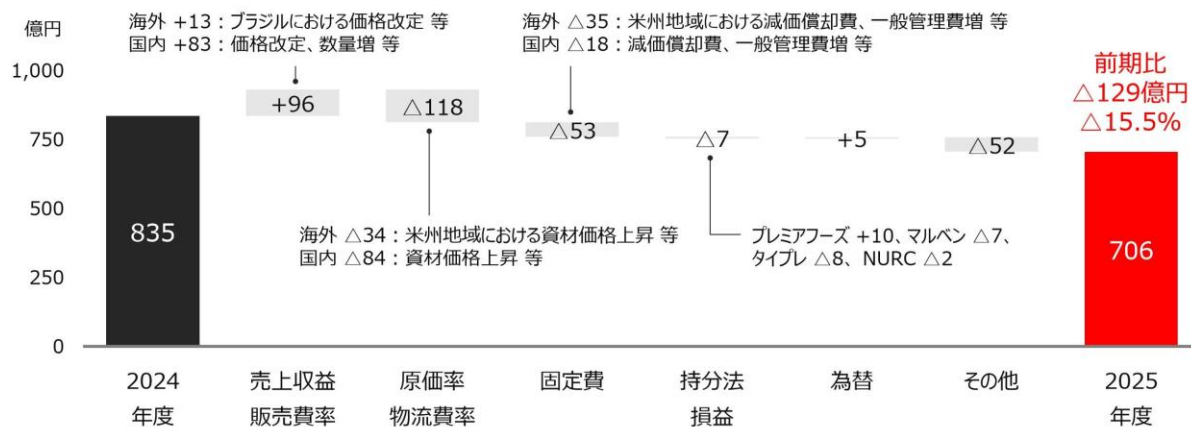
売上収益は、国内事業の増収が海外事業の減収をカバーし、過去最高となる 7,881 億円、前期比プラス 1.5%、115 億円の増収となりました。

既存事業コア営業利益については、米国事業の減益や原材料価格上昇、および人件費等の増加を主に前期比マイナス 15.5%、129 億円減益の 706 億円となりましたが、第 2 四半期決算の際に公表した修正計画は上回って着地をしております。

既存事業コア営業利益の増減要因



トップラインの成長がLow-single Digitとなったことにより、コストとのバランスが悪化



* 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

6

6 ページをご覧ください。通期の既存事業コア営業利益の増減要因を為替一定ベースでお示ししております。

左から 2 番目のグラフでお示ししている、売上収益変動による増益効果が原価率、物流比率の上昇や減価償却費、人件費などの固定費増を吸収しきれず、通期では減益となりました。

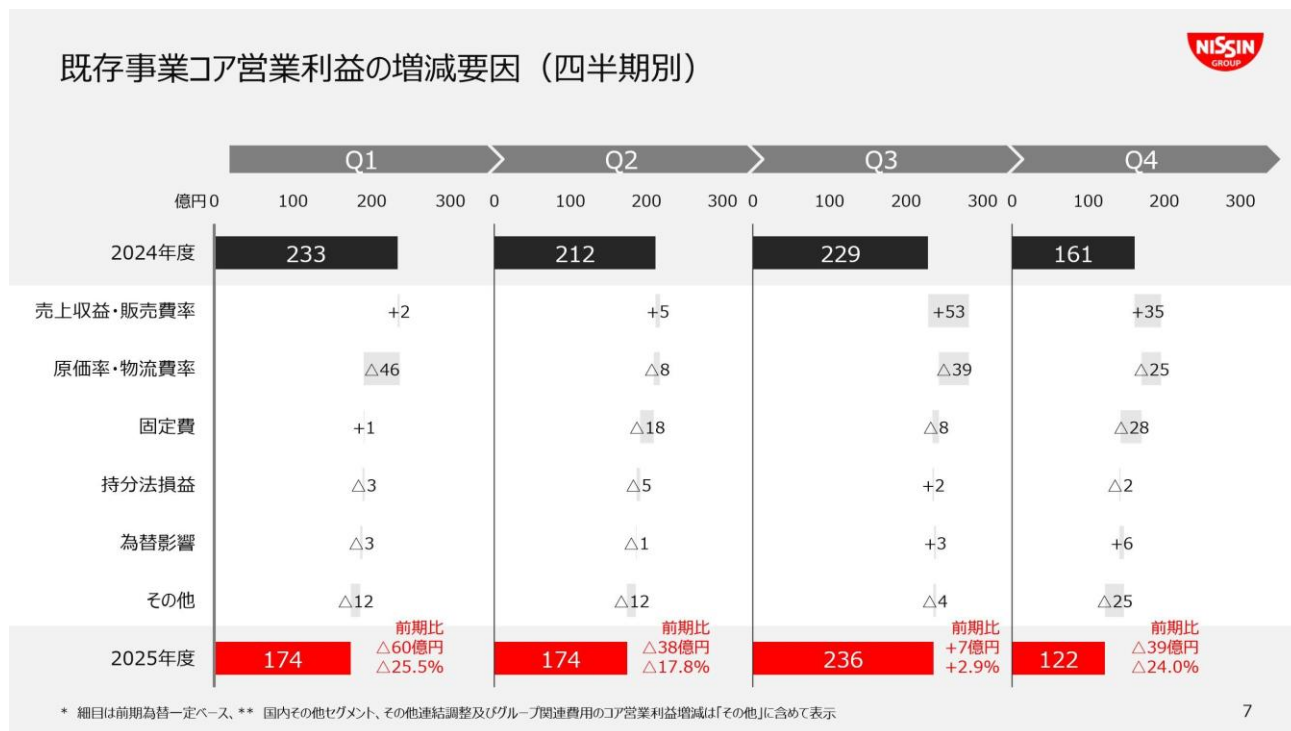
国内、海外に分けてご説明しますと、国内事業では即席めん事業、湖池屋、日清冷凍などのトップラインの伸長により、売上収益変動はプラス 83 億円の増収要因となりました。価格改定に加え、数量増も寄与しています。一方で、資材価格上昇による原価率の悪化や物流費の増加、新設備が下期に稼働したことに伴う減価償却費の増加などにより、コスト増が増収効果を上回りました。

海外事業では、売上収益変動はプラス 13 億円の増収要因となっています。米国事業では、上期を中心に数量減の影響があったものの、ブラジルの価格改定や中国の堅調な販売で補完しています。一方、米州を中心とした資材価格の上昇に加え、減価償却費や人件費などの販管費の増加により減益となりました。

持分法損益は、プレミアフーズの増益があったものの、マルベン、タイプレジデント、N-URC の減益により全体でマイナス 7 億円となりました。

また、その他は 52 億円のマイナスとなっておりますが、グローバルでの事業拡大に向けた基盤強化に必要となる人件費の増加、インオーガニック成長のための調査、デューデリジェンス費用や個人株主増加に伴う関連費用といった本部費用の増加に伴うものです。

以上の結果、既存事業コア営業利益は2024年度実績の835億円から706億円へ、前期比129億円、15.5%の減益となりました。



7ページは、四半期ごとの既存事業コア営業利益の増減要因です。

一番右側の第4四半期期間のグラフをご覧くださいと、売上収益変動は第3四半期に引き続き増益要因として寄与している一方、固定費および、その他項目の減益幅が拡大しています。

固定費については、日清食品において第3四半期より稼働を開始した資材工場、およびライスラインに関わる減価償却費の増加に加え、全社での人件費増が含まれています。

次に8ページから10ページまでは時間の関係もあり、本日は割愛させていただきますが、連結への影響が大きい日清食品および米国事業については、2025年度実績および足元の状況を後ほど補足させていただきます。

2026年度 連結業績予想



減益となった2025年度をボトムに反転、Mid-single Digit成長を計画

中東情勢の影響を含まず。詳細後出

2025年度実績比 増減率

売上収益	8,600 億円	+9.1%
既存事業コア営業利益	735 億円	+4.1%、償却前では1桁台後半に相当
→ 新規事業投資を、既存事業コア営業利益の5~10%で実施		
営業利益	660 ~ 695 億円	+5.9% ~ +11.5%
親会社の株主に帰属する 当期利益	455 ~ 480 億円	+0.3% ~ +5.8%
EPS	159 ~ 167 円/株	

前提とする為替レート：USDJPY = 155円（2026年度計画）、150.77円（2025年度実績）

12

それでは 12 ページ以降で、2026 年度の業績予想についてご説明いたします。

まず、繰り返しになりますが、中東情勢の影響については不確実性が高いため、今回の業績予想に織り込んでおりません。この前提の下、2026 年度は売上収益 8,600 億円、前期比プラス 9.1%の増収、既存事業コア営業利益 735 億円、前期比プラス 4.1%の増益を見込んでおります。

減価償却費の影響を除いたキャッシュベースでは、一桁台後半の利益成長見通しとなります。

また、中長期成長戦略 2030 を推進している中で、直近 2 年ほどと比べると利益水準は下がっているものの、中長期成長戦略 2030 の起点である 2020 年度の実績との比較では、26 年度計画までの成長率は CAGR で 9.8%と Mid-single Digit を上回る水準となる予定です。

なお、当社では四半期ごとの連結業績予想については開示していませんが、イメージをお伝えいたしますと、上期対下期でおおよそ 4 割強対 6 割弱の構成比となる計画で、特に第 1 四半期が低めに出る見通しです。これは主に、前年度後半から稼働した国内設備に関する減価償却費の増加影響や、人的投資に伴う人件費増の影響が、前年度比較で見ると上半期により大きく出ることなどによるものです。

中間決算時に言及した経費圧縮や、Inorganic投資の貢献を反映。
 中東情勢の影響については予想には含めず、“外数”として参考値を提示

	予想に反映した重要なポイント	反映していない要素 = 予想の外数
Organic	<ul style="list-style-type: none"> ● 30億円規模の経費圧縮 <ul style="list-style-type: none"> - HDでの一般経費の圧縮、人員計画の精緻化 - グローバルでの売上原価低減施策 など ● IR上の開示粒度変更・充実化 詳細後出 <ul style="list-style-type: none"> - 「米州地域」を分割表示する（粒度詳細化） - 「国内その他」を名称変更し、表示位置を変更 	<ul style="list-style-type: none"> ● 中東情勢の影響 <ul style="list-style-type: none"> - 現時点で通期の影響を特定し、コミットメント値である業績予想に反映するのは困難 - 特定できた場合、必要に応じ業績予想を修正 <div style="border: 1px solid red; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 詳細後出 今回は、「現時点で推定し得る影響額“試算”値」を参考情報として掲載 </div>
Inorganic (M&A)	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種M&Aによる経常的な損益影響 <ul style="list-style-type: none"> - N-URC：財務諸表全部連結影響（Q4～） - セリア・ロイル：同上（通期） 	<ul style="list-style-type: none"> ● N-URC連結子会社化に伴う段階取得差益の金額（IFRS営業利益内） <ul style="list-style-type: none"> - 影響額精査中・未確定のため - 判明した時点で個別開示予定。また、全体業績次第では必要に応じ業績予想を修正

今回の業績予想の前提として反映した重要なポイント、および反映していない要素を 13 ページに整理しております。

左側に対してのとおり、ホールディングスでの一般経費の圧縮、人員計画の精緻化や、グローバルでの売上原価低減施策などを進めており、これらに伴う約 30 億円以上の経費圧縮効果、そして M&A による経常的な損益貢献を反映しています。

一方、右側に記載しているのとおり、中東情勢の影響や、現時点で見通せない要素については予想の外数として整理しています。

また、3月13日に既に公表させていただいておりますが、在フィリピンの持分法適用会社である N-URC の株式を追加取得することにより、来年1月7日付で連結子会社化する予定となっております。これに伴う段階取得差益を 2027 年 1 月以降に計上する予定ですが、こちらは現時点では金額が確定できませんので、業績予想には織り込んでおりません。確定次第、必要に応じて開示させていただきます。

開示の充実の観点から、2つの粒度・名称・表示位置の変更を行う

	米州地域	「国内その他」
変更内容	細分化	名称の変更・表示位置の移動
具体	<p>「北中米地域」と「南米地域」に分割</p> <p>制度会計上は分割しないため 引き続き「米州地域」も表示</p>	<p>「その他事業」とし、 「国内非即席めん事業計」の下から 「国内事業・海外事業計」の下に移動</p>
理由	<ul style="list-style-type: none"> 「中長期成長戦略2030」を公表した2021年時点では800億円強（国内菓子事業セグメントと同規模）だったが、5年間で倍以上の1,800億円規模へと拡大したこと ブラジル事業が高成長を遂げ（後出）、単体で他セグメントと同等格規模になったこと 市場の競争構造と戦略展開単位が、北中米と南米で完全に分離していること 	<p>かつてはHD直営事業（カップヌードルミュージアム等）やアセットマネジメント事業など国内事業のみであったが、KANZEN MEAL (U.S.A.), INC. など、まだ規模は相対的に小さいが、「海外でのその他事業」運営が本格化し始めたこと</p>

14

14 ページに記載のとおり、今回開示の充実の観点から米州地域の区分見直し、および国内事業の表示変更を行いました。いずれも、事業実態をより正確にご理解いただくことを目的としています。

米州地域については、従来、一括開示としていた米国、メキシコ、ブラジルを見直し、米国、メキシコからなる北中米と、ブラジル単独の南米を分けて開示いたします。背景には、米州事業が約800億円規模から約1,800億円規模へと拡大し、ブラジル単体でも他セグメント並みの規模となってきたこと、また、北中米と南米で競争環境や戦略が大きく異なる点があります。ブラジルの今後の展開については、明日詳細をご説明いたします。

また、従来、国内その他としていた区分は、その他事業に名称変更し、表示の場所も国内事業・海外事業、計の下に移動しています。KANZEN MEAL など新規事業の海外展開が本格化し、含まれる内容が国内に限定されなくなったことを踏まえたものです。

サプライチェーン系コストアップは、グループ全体で25億円前後と推計

また、現時点では事業活動への大きな制限や極端な売上動向の変化は見込んでいない



15

中東情勢の影響です。15 ページをご覧ください。

第1四半期については、原油100ドル、為替158円を前提にグループ全体で25億円前後のコスト増を見込んでおります。主に資材、ユーティリティー、物流コストの上昇によるもので、特に包材の影響が大きいとみています。なお、現時点で事業活動や消費行動への大きな影響は確認されておりません。

一方で、この数字につきましては不確実性が高いこと、および消費者動向の変化に伴う売上への影響や今後のコスト削減等の施策など、財務に影響を与え得る他の要素の影響を現段階で見積もることが難しいことから、業績予想には織り込んでおりません。

2026年度 セグメント別業績予想 中東情勢の影響を含まず

単位: 億円	売上収益	前期	前期比	増減率	為替一定	コア営業利益	前期	前期比	増減率	為替一定	
日清食品	2,490	2,419	+ 71	+ 2.9%	nm	340	326	+ 14	+ 4.3%	nm	
明星食品	500	483	+ 17	+ 3.5%	nm	35	34	+ 2	+ 5.4%	nm	
国内即席めん 計	2,990	2,902	+ 88	+ 3.0%	nm	375	360	+ 16	+ 4.4%	nm	
低温・飲料事業	1,060	1,042	+ 18	+ 1.8%	nm	81	78	+ 3	+ 4.3%	nm	
菓子事業	1,090	959	+ 131	+ 13.6%	nm	68	57	+ 11	+ 19.4%	nm	
国内非即席めん事業 計	2,150	2,001	+ 149	+ 7.4%	nm	149	135	+ 14	+ 10.7%	nm	
国内事業 計	5,140	4,904	+ 236	+ 4.8%	nm	524	494	+ 30	+ 6.1%	nm	
北中米地域	1,170	1,044	+ 126	+ 12.1%	+ 9.2%	61	61	+ 0	+ 0.7%	△ 2.6%	
南米地域	675	593	+ 82	+ 13.8%	+ 11.3%	54	45	+ 9	+ 21.3%	+ 16.8%	
米州地域 計	1,845	1,637	+ 208	+ 12.7%	+ 9.9%	115	105	+ 10	+ 9.4%	+ 5.6%	
中国地域	830	749	+ 81	+ 10.7%	+ 7.4%	90	90	+ 0	+ 0.5%	△ 2.8%	
アジア地域	335	226	+ 109	+ 48.1%	+ 43.6%	79	70	+ 9	+ 12.9%	+ 11.5%	
EMEA地域	305	271	+ 34	+ 12.6%	+ 8.9%	82	89	△ 7	△ 7.4%	△ 9.7%	
海外事業 計	3,315	2,884	+ 431	+ 15.0%	+ 11.8%	366	353	+ 13	+ 3.6%	+ 0.8%	
国内・海外事業 計	8,455	7,787	+ 668	+ 8.6%	+ 7.4%	890	847	+ 43	+ 5.1%	+ 3.9%	
その他事業	145	94	+ 51	+ 54.3%	nm	1	△ 9	+ 10	-	nm	
連結調整・グループ関係費用	-	-	-	-	-	△ 156	△ 133	△ 24	-	nm	
既存事業 計	8,600	7,881	+ 719	+ 9.1%	+ 8.0%	735	706	+ 29	+ 4.1%	+ 2.8%	
新規事業						△ 70	△ 69	△ 1	-	nm	
						~ △ 35	~ + 34	~ + 28	~ + 9.9%		
連結 計	8,600	7,881	+ 719	+ 9.1%	+ 8.0%	665	637	+ 28	+ 4.4%	nm	
						~ 700	~ + 63	~ + 9.9%			
						IFRS営業利益	660	623	+ 37	+ 5.9%	nm
						=コア営業利益 (Non-GAAP) -その他収支	~ 695	~ + 72	~ + 11.5%		

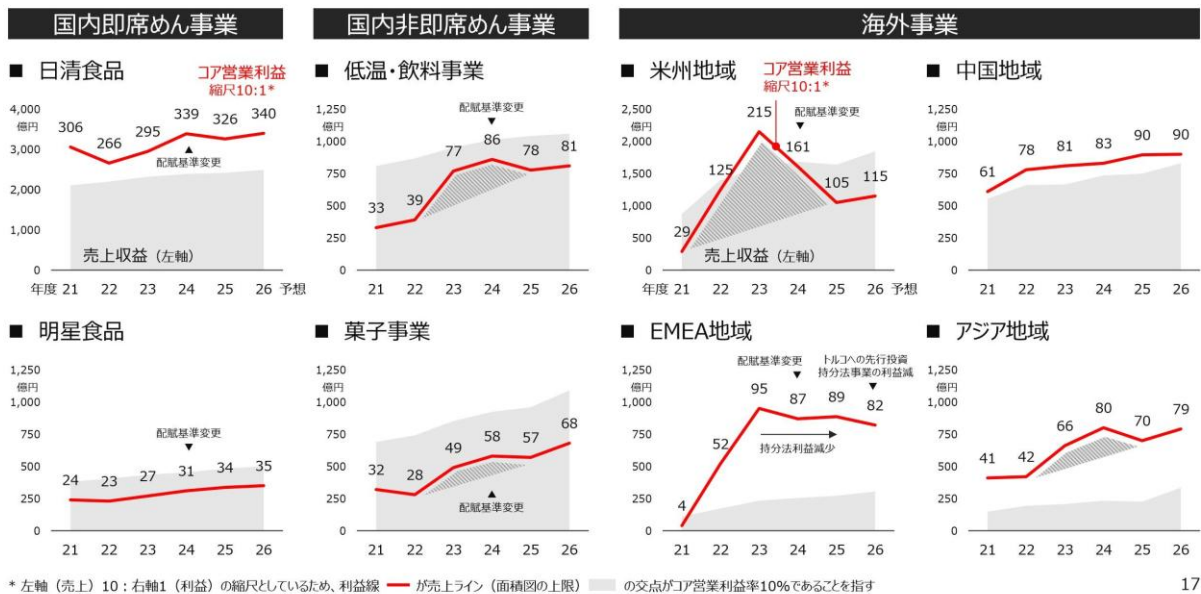
前提とする為替レート: USD/JPY = 155円 (2026年度計画)、150.77円 (2025年度実績)

16

セグメント別の2026年度業績予想について、16ページでご説明いたします。

全セグメントで増収増益を計画しています。

参考) セグメント別 2021年度以降の中期的な業績推移



17

国内即席めん事業では、日清食品が4月に価格改定を実施済み、明星食品は6月に2年ぶりの価格改定を実施いたしますが、競合他社も4月以降に価格改定を行う中、周年施策なども活用し、数量影響を抑えつつシェアの維持拡大を進めます。

コスト面では、原材料や減価償却費の増加など、厳しい状況は続きますが、販売施策の最適化とコストコントロールにより増益を確保する計画です。

次に、国内非即席めん事業です。低温・飲料事業は、価格対応を進めながら安定成長を図り、売上、収益ともに着実な伸長を見込んでいます。また、菓子事業は価格改定効果や主力ブランドの拡販に加え、2月末に連結子会社化したセリア・ロイルの寄与もあり、二桁パーセントの増収増益を計画しています。

以上により、国内全体では売上収益は5,140億円、前期比プラス4.8%、コア営業利益は524億円、プラス6.1%と増収増益を見込んでおります。

海外事業は、米国の回復やブラジルの成長に加え、2027年1月に連結子会社化予定のN-URCの寄与もあり、売上収益は3,315億円、前期比プラス15%、コア営業利益は366億円、プラス3.6%と、国内と同様に増収増益を計画しています。

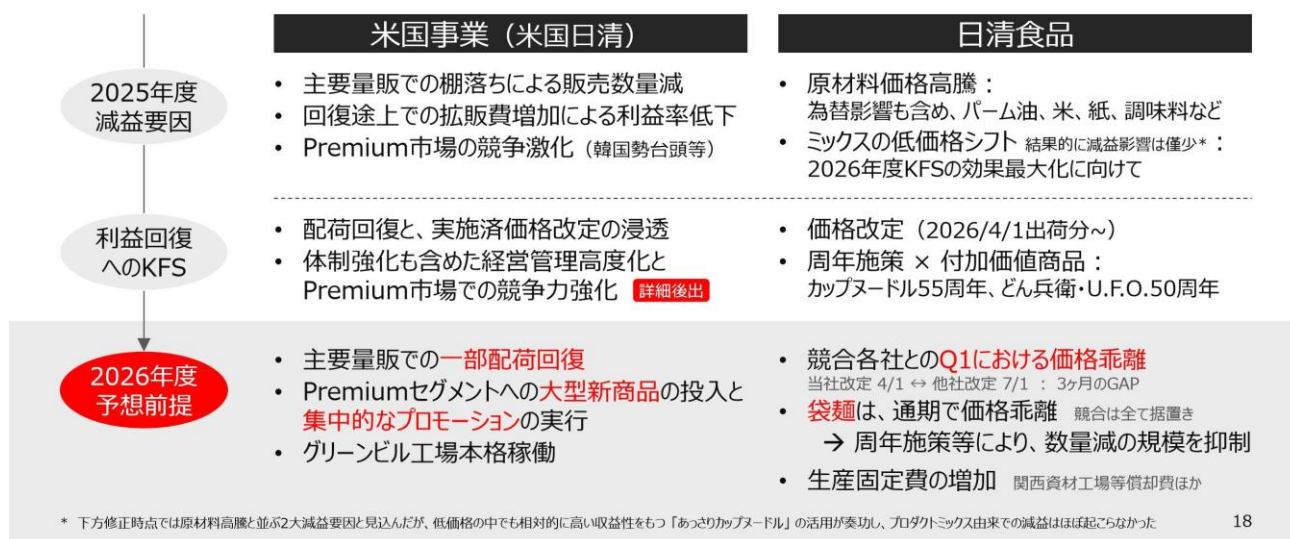
なお、新規事業投資は、引き続き既存事業コア営業利益の5から10%の範囲でコントロールする方針を継続しております。

新規事業については、決算説明会では割愛し、資料はAppendixに掲載をしております。併せて、4月7日に実施した説明会資料、および質疑応答をIRサイトに掲載をしておりますので、ご参照ください。

セグメント別 トピックス



特に2025年度減益寄与度の大きかった「米国事業」、「日清食品」について



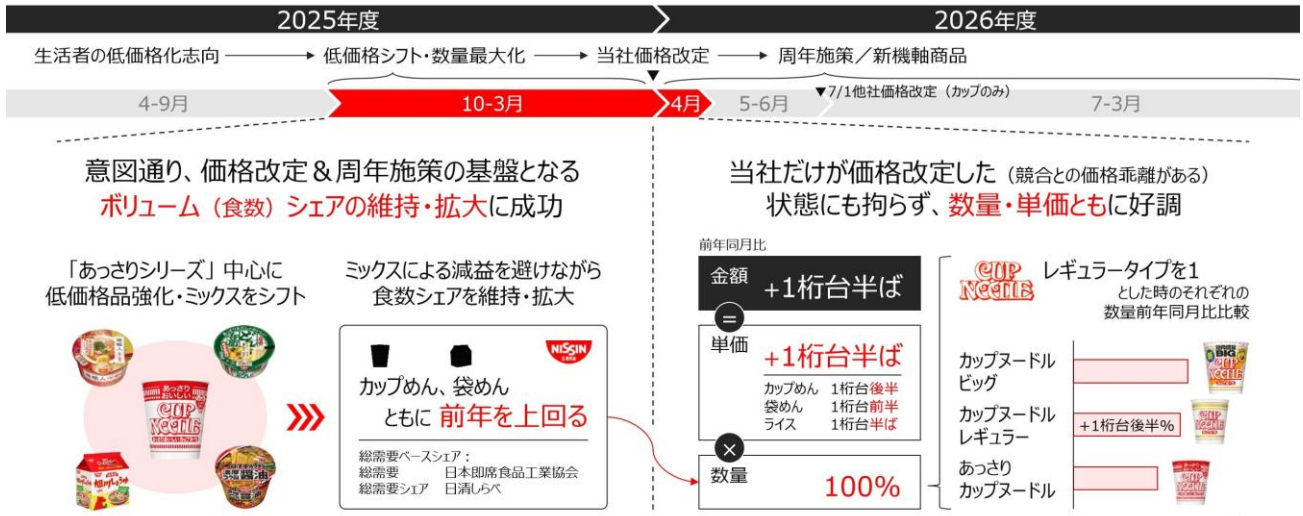
* 下方修正時点では原材料高騰と並ぶ2大減益要因と見込んだが、低価格の中でも相対的に高い収益性をもつ「あっさりカップヌードル」の活用が奏功し、フロダトミックス由来での減益はほぼ起こらなかった

18 ページ以降で、2025 年度業績に影響が大きかった、日清食品と米国事業について補足いたします。

足元の動向：日清食品



2025年度のシェア拡大も奏功し、価格改定後初月の4月は好調なスタートに



19

まず、日清食品です。19 ページをご覧ください。

2025 年度は、生活防衛意識の高まりを背景に低価格帯需要が拡大する中、あっさりシリーズの販売を強化した結果、プロダクトミックスは一時的に低価格帯に寄りましたが、数量シェアは拡大し、4月の価格改定に向けた数量最大化につなげています。

4月の出荷分から予定どおりメーカー希望小売価格を5から11%改定しておりますが、4月の業績は数量、単価、ともに順調に推移しています。

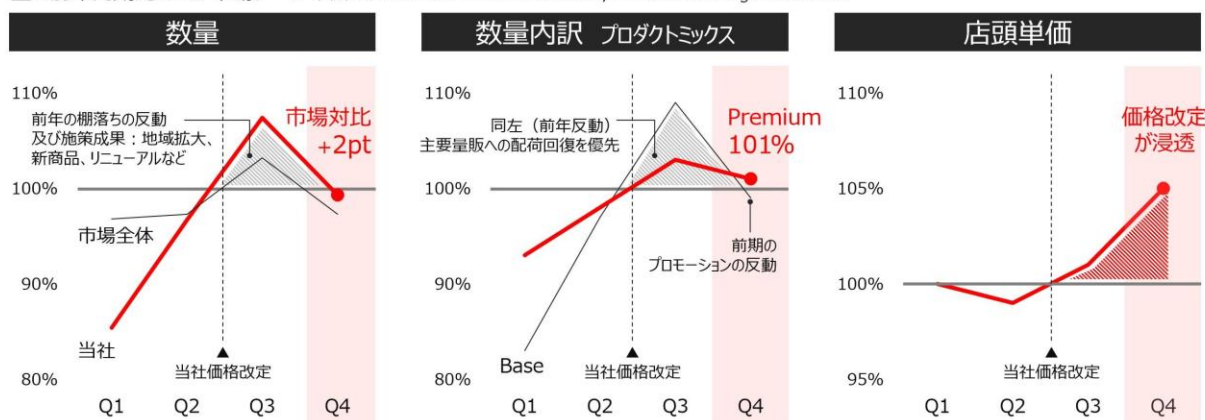
2026 年度は、カップヌードル 55 周年、どん兵衛、U.F.O.50 周年と、大型ブランドの周年を迎えます。商品戦略、マーケティング施策により価格改定化でも数量減を最小限に抑え、計画達成を目指します。

足元の動向：米国事業（米国日清）



価格改定以降、数量は引き続き市場を上回るペースで進捗。
ミックスもPremium系を着実に戻し、かつ10月の改定効果も浸透

全て前年同期比の%、市場データ 出所：Circana US MULO+ sales data, 52 Weeks Ending 03.22.2026



20

20 ページで、米国事業の足元の状況を、市場データのセルアウトベースでご説明をいたします。

まず、左側のグラフは、2025 年度の四半期ごとの数量推移です。2024 年下期の主要小売における棚卸影響や軟調な需要、競争激化等により上期は低迷しましたが、第 3 四半期以降は回復し、価格改定後となる第 4 四半期も市場を上回って推移をしております。

中央のグラフで、Base 商品と Premium 商品の内訳を示しておりますが、Base 商品、Premium 商品ともに回復基調です。新商品を投入した Premium 商品だけでなく、Base 商品も主要量販での販売地域拡大などもあり堅調な推移です。なお、Base 商品は昨年度の第 4 四半期で大型プロモーションを実施した反動もあり、第 4 四半期では前年を下回っておりますが、おおむね想定どおりです。

また、右側の店頭単価グラフのとおり、価格改定の効果も徐々に表れています。2026 年度は組織体制の強化とともに、大型新商品を含めた施策により回復を加速していきます。詳細は 30 ページ以降になりますが、明日の説明会でご説明をいたします。

中長期成長戦略KPI等の推移と見通し

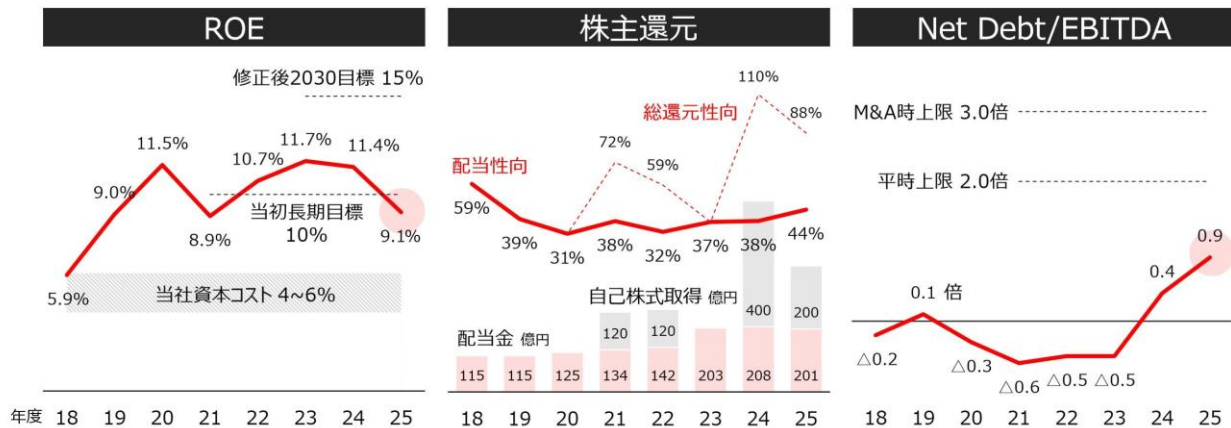
21

続いて 21 ページ以降では、中長期成長戦略で掲げている、KPI の状況や見通しについてご説明をいたします。

ROE・株主還元・財務規律



積極的な株主還元と負債有効活用を通じて、Equityコントロールを推進。
一方で、Returnサイドの減少のカバーには至らず、ROEは10%割れ水準に



22

ROE・株主還元・財務規律についてです。22 ページの左側のグラフで、ROE の推移をご覧ください。

当社は、成長投資を継続する中で資本効率の改善にも取り組んでおり、株主還元や負債の活用を通じてエクイティの抑制を進めた結果、ROEの分母側には一定の成果が表れてきています。一方で、足元の市況変動やコスト上昇、米国事業の落ち込みや成長ステージにおける減価償却費の増加影響などによりリターン側が低下し、さらには円安の影響で海外子会社株式の為替評価が膨らみ、自己資本が増加した、こういった影響もあり、ROEは10%を下回る水準となりました。

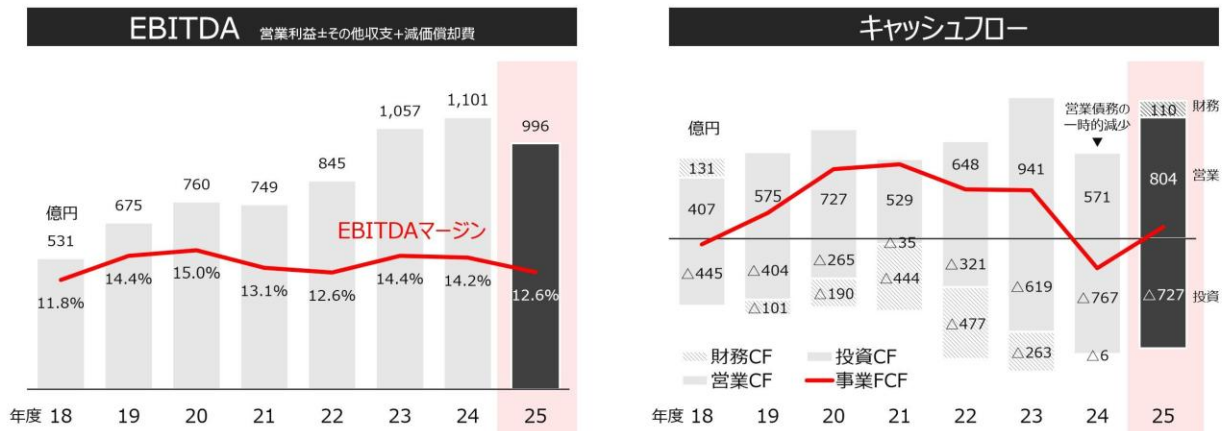
株主還元につきましては、中央のグラフのとおり、2025年度は一株あたり70円、総額201億円の配当に加え、200億円の自己株取得を実施いたしました。総還元性向は、前年を下回ったものの、高水準を維持しております。

また、Net Debt/EBITDAの比率はレバレッジの活用を積極的に進めた結果、0.9倍まで上昇いたしました。上限目途値として設定している2倍を下回る水準で推移しており、財務規律の枠内で資本コントロールは計画どおりに進んでいます。



EBITDA・キャッシュフロー

EBITDAマージンも既存事業コア営業利益率と同様の傾向で1.6pt低下。
 将来に向けた成長投資を進め高水準の設備投資が継続する中、FCFはプラスに転換



23

EBITDA およびキャッシュフローです。23 ページをご覧ください。

EBITDA マージンは、既存事業コア営業利益率と同様の傾向で、前年対比で1.5ポイント低下したものの、EBITDAの絶対水準としては1,000億円レベルを維持しております。また、積極投資を継続する中でも、営業キャッシュフローの巡航化により、2025年度のフリーキャッシュフローはプラスに転じています。

足元のReturn減少 及び 不確実性が極大化した経営環境 を踏まえ、
2021年5月に公表した「中長期成長戦略2030」へと原点回帰



24 ページには、中長期成長戦略 2030 の戦略テーマと財務 KPI をお示ししております。

右側をご覧ください。2023 年度決算では海外事業の成長背景に一部の KPI を引き上げましたが、足元の事業環境および成長に向けた投資ステージで減価償却費が今後増加していく中、キャッシュフローは売上とともに成長していくものの、利益面には当面の期間、一定の制約が出ることなど不確実性が増している経営環境を踏まえ、改めて見直しを行うこととしました。

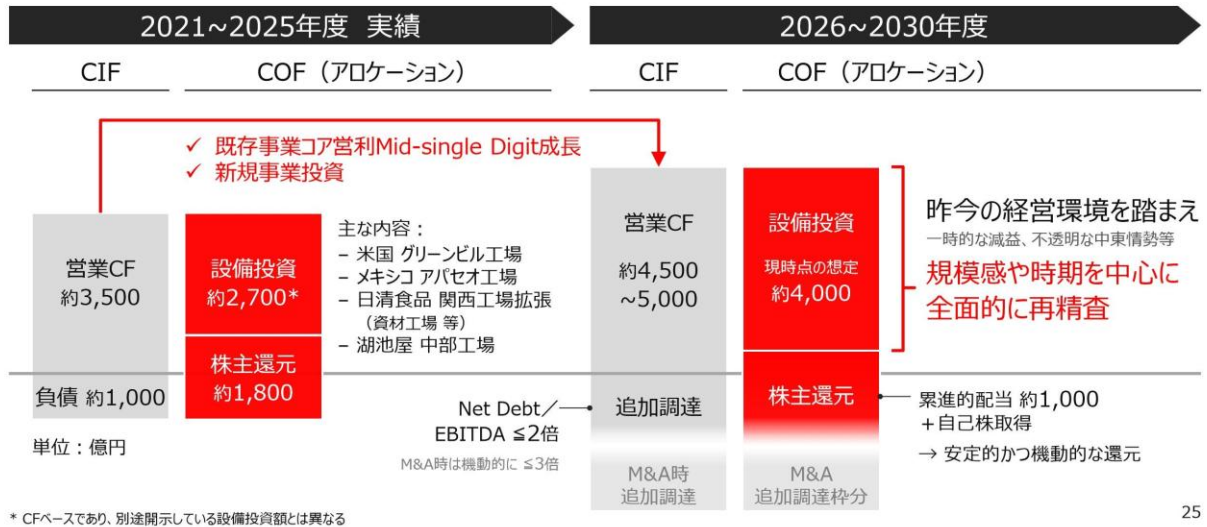
ROE の目標は 15% という目標水準自体は変更いたしません。2030 年度までに 15% から長期的に 15%、2030 年度までに 10% 以上に變更し、まずは基盤強化を優先します。また、中長期成長戦略 2030 の起点である、2020 年度実績からの平均成長率として、Mid-single Digit での安定的な成長を引き続き目指してまいります。

なお、最重要テーマである、既存事業のキャッシュ創出力強化に関する具体的な政策は 38 ページ以降になりますが、グローバル戦略を中心に明日の説明会でご説明いたします。

キャピタルアロケーションの考え方



安定的かつ機動的な株主還元を追求しつつ、設備投資は全面的に再精査する



25

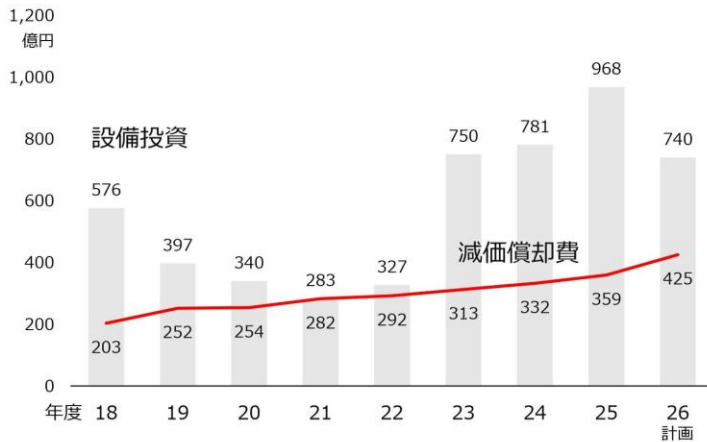
25 ページの右側では、今後 5 年間のキャピタルアロケーションのイメージを掲載しております。2030 年までに生み出される営業キャッシュフローと、起債調達を原資にオーガニックグロースを支える設備投資 4,000 億円、株主還元 1,000 億円超を現時点では想定していますが、足元の利益の状況やインフレ環境を踏まえ、設備投資については、規模感や事業を中心に全面的に再精査を進めます。

また、株主還元につきましては、累進的配当をベースに引き続き、安定的かつ機動的な還元を行ってまいります。

なお M&A については、Net Debt と EBITDA の比率が 3 倍以内となる範囲内まで負債を活用する前提で、案件の検討を進めてまいります。

設備投資・減価償却費

安全・安心投資（老朽化拠点更新等。一部後出）や成長投資への手は緩めないが、
足元の経営環境に鑑み「投資の規模感や時期」を中心に全面的に再精査していく



2026年度 設備投資計画

- 海外 | ブラジル日清 ポンタグロッサ工場 (27年稼働予定)
- 国内 | 即席めん・非即席めん事業の既存製造拠点の強化

中期的な見通し

- 海外 | 大型新規投資は一巡、各拠点での新工場を活用した効率化追求フェーズへ
- 国内 | 日清食品の更新投資（新関東工場）、非即席めん事業の能力強化

足元の内外経営環境を踏まえて
全面的に再精査

26

最後に、設備投資と減価償却費です。26 ページをご覧ください。

2025 年度の設備投資は、968 億円と計画の 1,000 億円を下回りましたが、これは計画の一部が 2026 年度に繰り越されたためです。この繰り越された分も含め、2026 年度は約 740 億円となる計画です。

私からのご説明は以上となります。

二宮：ありがとうございました。

質疑応答

※[Q]は質問者、[A]は回答者（矢野）、[M]はモデレーター（二宮）

[M]：それでは、質疑応答に移ります。ご質問は、お一人につき2問まででお願いいたします。

それでは、最初のご質問をお願いいたします。

[Q]：ありがとうございます。2点お伺いします。

まず1点目として、今年度計画の考え方について改めて伺います。昨年度は減益幅が大きく、原油高の影響も計画に織り込まれていない中で、全社ベースの利益成長率がプラス4%程度にとどまっています。

米国における減価償却負担の影響があることは理解していますが、値上げ効果が見込まれる日清食品においても利益成長率はプラス4%程度にとどまっています。この前提として、どのような要因を織り込んでいるのか、ご説明をお願いいたします。

[A]：2026年度については、ご指摘のとおり、既存事業コア営業利益の成長率は4.1%となっておりますが、減価償却費の影響が大きく出ています。米国ではグリーンビル工場が新製品の発売を踏まえて稼働する予定であり、国内でも昨年秋に日清食品の資材工場が稼働したことから、こうした影響を織り込んだ結果、この伸び率となっております。

したがって、12ページに記載のとおり、既存事業コア営業利益の成長率はプラス4.1%ですが、減価償却費を除いたベースでは一桁台後半の利益成長を見込んでいます。減価償却費の影響を除けば、売上成長に見合う高い利益成長が可能であると想定しています。

[Q]：承知しました。国内事業については、原材料高の影響も一定程度の重しになるという理解でよいでしょうか。

[A]：そのとおりです。明星食品は6月から、湖池屋も7月から値上げ効果が順次表れてくる見込みです。このため、利益の出方としては下期に厚くなる方向を想定しています。

[Q]：ありがとうございます。次に、中東情勢の影響について伺います。第1四半期で25億円程度を想定しているとのことですが、これを年間ベースで単純に4倍して考えるべきなのか、あるいは別の見方が必要なのか、ご説明ください。また、コストが顕在化する中で、どのような対策を講じる方針かも併せてお聞かせください。

[A]：現時点では、第1四半期について把握できている要素が比較的多いため、いったん25億円前後と試算しています。ただし、年間計画に換算した場合の影響は、どのような前提を置くかによって大きく異なるため、現段階では確定的な見通しを示すことは困難です。

同様の状況が継続する場合、単純計算では4倍程度の影響が想定されますが、遅行して表れるコストもあるため、それを上回る可能性もあります。現時点で見通せるのはその程度です。

対策としては、まず価格改定が挙げられます。例えば、日清ヨークは今週月曜日に価格改定を公表しており、同社はグループ内でも石油由来資材の影響を受けやすい事業です。特に容器などの資材影響が大きいため、そうした分野から対応を進めています。海外についても、この状況が継続する場合には、必要な対応を検討していくことになると考えています。

また、インク溶剤に関する報道もありますが、現時点で当社グループの調達面に具体的な問題が生じているとは認識していません。そのため、現段階でインク溶剤に関して決定している事項はありません。ただし、ナフサ市況の動向も踏まえ、中東情勢については引き続き注意深く見極め、適時適切に判断していく方針です。

[Q]：ありがとうございます。国内の日清食品では、すでに4月から価格改定を実施していますが、今回の中東情勢に伴うコスト増は、その価格改定で吸収可能でしょうか。それとも、追加的な価格改定が必要となる可能性があるのでしょうか。考え方をお聞かせください。

[A]：4月からの価格改定は、主として昨年度に進んだ円安に伴う資材価格上昇への対応を目的としたものであり、今回の中東情勢を直接的に想定したものではありません。

ただし、説明会資料19ページに記載のとおり、4月の価格改定以降の足元の販売は非常に順調に推移しています。そのため、当初想定していたシナリオよりも良好な着地が可能ではないかと考えています。

[Q]：ありがとうございます。こうした状況を踏まえ、国内の日清食品として、中東情勢に対応するために現在想定している施策があれば教えてください。

[A]：現時点で、価格改定を含め、公表できる具体策が決まっているわけではありません。ただし、全社レベルで経費削減やサプライチェーンの見直しを進めており、こうした取り組みを通じて影響を吸収していく方向で対応していく考えです。

[A]：承知しました。ありがとうございます。以上です。

[M]：ありがとうございました。続いて、ご質問をお願いいたします。

[Q]：米州事業について伺います。実績として、北中米の利益が61億円、南米が45億円だったと
のことですが、米国とメキシコの売上および利益の内訳イメージについてご説明ください。

[M]：ご質問は、北中米の61億円と売上1,044億円の内訳について、という理解でよろしいで
しょうか。

[Q]：はい。売上1,044億円についても併せてお願いします。

[A]：売上1,044億円の構成比は、概ね米国が8割、残りがメキシコです。利益60億円について
も、ほぼ同様に米国が8割、残りがメキシコという構成です。

[Q]：米国が8割、残りがメキシコという理解でよろしいですね。

[A]：そのとおりです。

[Q]：分かりました。そうすると、米国が第4四半期、あんまり振るわなかったことになるんでし
ょうか。

[A]：そうですね。米国については、一つは想定よりもマーケット全体が弱かったというところ
がございます。特にガソリン価格が相当上がっていて、昨日もCPIが3.8%という非常に高い水準
になっていたこともあるので、そこで、これは即席めんだけではないんですけれども、消費喚起が
相当悪いと認識をしております。

当社のデータを見ると、スーパーマーケット売上は数量ベースでほぼ全ての分野が前年割れとなっ
ています。そのような環境下で、価格改定を実施しながら売上を伸ばせるかが重要なポイントにな
ると考えています。

われわれの即席めんが入るグロッサリーですと、いくつかの分野については売上をプラスできてい
るのがありますけれども、それ以外、マイナスになっているということがございます。

実際、ニールセンデータでも、数量がマイナスでも売上ベースではプラスとなっている分野が見ら
れます。その意味で、即席めんは米国市場の中では相対的に強いカテゴリーであると認識していま
す。

このように、市場環境自体は想定以上に弱かったと見ています。加えて、2026年度に向けた新施
策の準備として、商品ラインアップや在庫水準の見直しを進めた結果、一時費用が発生しました。

この一時費用がなければ、前年と大きく変わらない水準で着地できたと考えています。したがっ
て、利益水準の低下は、主としてこうした一時費用の影響によるものです。

[Q]：ありがとうございます。一時費用の内容について、改めてご説明いただけますか。

[A]：終売予定商品の整理や不要在庫の処理に関する費用に加え、組織変更に伴う人件費などが含まれています。

[Q]：もう1点、北中米について伺います。米国新工場では6月頃からPremiumの新商品を生産するとのことですが、これは当初計画どおりの立ち上げなのか、それとも戦略的な見直しの結果なのか、ご説明ください。また、中東情勢によるコスト増を踏まえ、米国で追加的に単価を引き上げる必要性があるのかも併せて教えてください。

これは、中東情勢によるコストアップというのはグローバルでも生じることなのかなと思うので、ちょっと米国でさらに単価を高めていくことが、この新工場の稼働とは別に必要になりそうかという部分を、追加で確認させていただけないでしょうか。お願いいたします。

[A]：新工場については、当初はBase商品の需要拡大を前提に立ち上げる想定でした。地域的にもBase商品が強い市場であるため、その方向での活用を見込んでいましたが、大手小売の棚卸や消費環境の変化を踏まえ、方針を大きく見直しました。

米国では戦略全体を見直した結果、Base商品よりも、新たなカテゴリーとして日式ラーメンを確立し、Premium袋めんとして明確なポジションで展開していく方針を固めました。

これに基づき、グリーンビル工場の役割も見直しました。この半年ほどで、同工場の活用方針は大きく変化しています。

コスト面では、米国でもガソリン価格上昇などに伴うコストアップ要因があります。そのため、全体を見ながら、価格改定に加え、サプライチェーンや資材調達の見直しも進め、コスト低減と価格の適正化の両面から対応していく考えです。

[A]：はい、分かりました。ありがとうございます。

[M]：ありがとうございます。では次のご質問、お願いいたします。

[Q]：よろしく申し上げます。私からも2点伺います。

1点目は、海外即席めん事業の第4四半期の販売数量についてです。一桁台半ばの減少となっておりますが、米国、メキシコ、ブラジルの弱さが主因であり、その他地域も総じて販売数量は弱含みだったと理解してよいでしょうか。

[A]：国によりますが、まずブラジルと米国では、マーケット全体が弱かったと認識しています。

[Q]：ブラジルも弱含みだったという理解ですね。

[A]：ブラジルでは、政策金利が高止まりしていた影響で、卸売業者が在庫を積み増しにくい状況が続いていました。

それでセルアウトも前年並み、ないしは、それ以上で推移しているのですけれども、セルイン、われわれが、卸のグループが伸びなかったということがあるのと、あと、ここは政策的にあまり卸の在庫を増やさないように、ちょっとわれわれも抑えた部分がございます。

[Q]：その他の地域はいかがでしょうか。

[A]：香港・中国エリアは総じてプラスです。輸出はやや弱いものの、中国国内および香港は堅調に推移しています。

あと、インドがちょっと落ちてるように見えるんですけども、これはいわゆる安い商品、10ルピーとかで売っている安めの袋めんから、より高付加価値が袋めんに今、シフトしていて、というのは政策的に不採算製品を落としているということがあります。

また、インドネシアの下落の理由ですが、ここはラマダン、レバランの関係で、競合が辛い商品を出していて、いったんシェアが伸びました。その影響があって、ちょっとわれわれ、シェアを落としたんですけども、今は戻ってきているので、そういう意味では来年度に向けてはあまり心配しないでいいかなという状況でございます。

[Q]：タイは、いかがですか？

[A]：タイは、ここは例の卸店の見直しもあって上期、ちょっと数量落としましたが、これはすでに徐々にプラスになってきておりますので、ここは利益面も増収増益できちんときており、通期でも増収増益になっています。そういう意味では、ここもあまり心配はしていません。

[Q]：確認したいのは、海外即席めんの数量がやや弱い中でも、今後の値上げを実施できる事業環境にあるのか、需要の強さをどう見ているかという点です。

[A]：需要が極端に弱いという認識はありません。中国や香港については、原油調達環境の違いもあり、直ちにコスト上昇圧力が高まる環境ではないと見ています。ブラジルについては、直近では1月から値上げをしているので、そういう意味では、その効果がこれから出てくるということだと思っています。

[Q]：承知しました。米国では足元で追加値上げの議論が出てきているのでしょうか。

[A]：まずは昨年秋に実施した値上げの浸透を着実に進める方針です。

[M]：そうですね。

[A]：そのため、Premium 商品の構成比を高めていく方針です。

[Q]：現時点では、業界全体で追加値上げに動いている状況ではない、という理解でよいでしょうか。

[A]：現時点で、直ちに追加値上げが実施される状況ではないと見ています。

[Q]：承知しました。もう1点、米州について確認です。第4四半期単独で見した場合、米国、ブラジル、メキシコの営業利益率はどの程度だったのでしょうか。

[A]：単体でいうと、まず米国が一桁半ばを若干切るぐらいですね。

[Q]：かなり低下したということですね。

[A]：そうですね。その前に一時費用がございましたので、それがなければ一桁後半ぐらいだったと思います。

[Q]：なるほど。構造的に利益率が低下しているわけではない、という理解でよいですね。

[A]：ブラジルも、ここもほぼ、この4四半期を通じて変わらないですね。一桁後半で、むしろこの第4クォーターが一番高かったんですね。メキシコも一桁半ばをちょっと超えるぐらいってところ。

[Q]：なるほど、なるほど。だから、構造的に利益率が下がってるみたいな話が出てるわけじゃないってことですね。

[A]：そういうことですね、はい。

[Q]：最後に確認です。最近の市場動向を見ると、従来競合として存在感のあった韓国勢の販売数量がピークアウトし、やや弱含んでいるように見えます。こうした変化は、御社の競争環境や販売環境に何らかのプラス影響を及ぼしているのでしょうか。第4四半期には市場を上回って推移しているとのこと説明もありましたので、その点を教えてください。

[A]：韓国勢の販売動向が現時点でどの程度直接的に影響しているかを定量的に捉えるのは難しいものの、韓国勢自体は依然として成長を続けており、伸び率が鈍化しているという見方です。

[M]：そうですね。

[A]：一方で、中間層を中心に、自宅で即席めんを調理し、食事として楽しむ消費者が増えているのは事実だと見ています。当社が展開しようとしている本格的な日式 Premium 袋めんは、まさにそうした層をターゲットとしており、市場育成の観点ではポジティブに働くと考えています。

[M]：承知しました。ありがとうございます。以上です。

[M]：ありがとうございます。

[M]：ありがとうございます。次のご質問、お願いします。

[Q]：ありがとうございます。私からも 2 点お願いします。

1 点目は米州についてです。16 ページの計画内訳を見ると、為替一定ベースでも売上は 10%近い伸びを見込んでいます。この達成確度をどのように見ているか、ご説明ください。

去年からずっと取り組んでいるエリア拡大等々、しっかりやっていたら十分達成できるというような数字感なのか。あるいは、Premium の何か大型新商品、もう検討されているっていう話もあったので、この辺りの出方次第では達成できるかどうか、見極めなきゃいけないというような感触なのか、いかがでしょうか。

[A]：この計画には、秋以降に投入する Premium 商品の寄与も織り込んでいます。まだ不確定な部分はありますが、すでに商談は始まっており、大手小売との協議も進んでいます。初年度で寄与額が極端に大きい前提ではないため、全体としては十分に達成可能な水準と見ています。

[Q]：ありがとうございます。新商品などの売れ行き次第では上振れだったり、来期も継続して好調というのも期待できるかもというような、そんな位置づけになりますかね。

[A]：少なくとも、小売バイヤーからの評価は非常に高いと認識しています。今後は、それをどのように市場へ浸透させるかがポイントになります。資料にも記載のとおり、日本的な IP も活用しながら、従来とは異なる形で消費者に訴求する戦略を検討しています。

[Q]：2 点目は、国内日清食品の価格改定後の動きについてです。19 ページ右下の数値は、直近 4 月の実績という理解でよいでしょうか。

[A]：おっしゃるとおりです、はい。

[Q]：そうですね。競合との価格の乖離がある中で、御社としてはしっかり手応えのある滑り出しができたっていう、うまくいってる理由でありますとか、5 月、6 月、そして競合も価格改定してくる 7 月以降に向けての手応えや意気込み等あれば教えていただけますか。

[A]：背景の一つとして、食品全体の価格上昇があります。例えばコンビニのおにぎりも 200 円前後が一般的になっており、相対的に当社商品は引き続き手取りやすい価格帯にあります。

当社商品は値上げ後も、カップヌードルであれば依然として 200 円未満で購入できる価格帯にあります。一方、右側のグラフではカップヌードルビッグが伸長しており、少し価格が上がっても量や価値を重視する消費者ニーズを捉えられていると見ています。こうした点が、全体として数量が好調に推移している背景の一つと考えています。

[Q]：競合各社が 7 月以降に価格改定を進めた場合、御社にとってはさらに追い風になると見てよいでしょうか。

[A]：当社としては、そこに向けてシェアをしっかりと獲得することを 4 月までの戦略として進めてきました。今後も各種施策を展開していく予定であり、競合の価格改定後が本格的に勝負をかけるタイミングになると考えています。

[M]：なるほど、承知いたしました。どうもありがとうございます。以上です。

[M]：ありがとうございます。

[M]：ありがとうございます。次のご質問、お願いいたします。

[Q]：よろしく申し上げます。私からも 2 点伺います。

まず、国内の日清食品における今期 14 億円の増益要因について、計画の内訳があれば教えてください。

[M]：今期の。少々お待ちください。

[M]：はい。

[A]：まず、売上増が 100 億円、原価変動がマイナス 66 億円、プロダクトミックスはニュートラルと見ています。設備更新などに伴う減価償却費増がマイナス 16 億円、一般管理費等がマイナス 4 億円で、差し引きプラス 14 億円という計画です。

[Q]：原価変動については、中東情勢の影響を除いたベースという理解でよいでしょうか。

[A]：はい、含んでいません。

[Q]：どのような項目を前提に見込んでいるのでしょうか。

[A]：パーム油のほか、具材や添加物を見込んでいます。また、包材では特に紙を中心に、昨年秋以降上昇しているため、そうした項目を織り込んでいます。

[M]：なるほど。どうぞ。

[A]：米ですかね。ライス製品も上がっているのです。

[Q]：売上 100 億円について、価格と数量の前提はどのように見えていますか。

[A]：数量は若干減少する前提です。その分を価格上昇でカバーしていく想定です。

[Q]：なるほど。ほぼ値上げ効果を見てらっしゃるということですかね。

[A]：そうですね、はい。

[Q]：15 ページの中東情勢の織り込み方について確認させてください。第 1 四半期で一定のコスト増が見えている一方で、今期計画には織り込んでいない、という理解でよいでしょうか。

[A]：そのとおりです。現時点の試算では第 1 四半期で 25 億円程度のコスト増を見込んでいますが、今後、原油価格の急変など不確実性が高いため、実際の影響額を正確に見通すことは困難です。

また、これはコスト面の試算に限った話であり、当社では別途、社内でコスト削減策も進めています。一方で、競合各社の価格改定に伴う消費行動の変化により、当社の売上が変動する可能性もあります。こうした要素を現時点で全て織り込むことは難しいため、財務影響としては見通しにくく、今期業績には反映していません。

[Q]：次に米国について伺います。10 月の値上げ後、第 3 四半期は単価が十分に上がらず、第 4 四半期から改善してきたように見えます。この要因を改めてご説明ください。また、新工場に関する戦略転換は、単に生産品目を切り替えるという話なのか、それとも工場の稼働方針そのものを見直すような変化なのか、その点も教えてください。

[A]：あと、この新工場で戦略転換ですってということなんですけど、これは単純に作ったラインで作るものを変えますよというだけなのか。もう少し何か根本的な新工場の動かし方、その改修の考え方とか、何か根本的に変わるものなのか。そこについて、もしご示唆があれば教えてください。以上です。

[A]：まず価格面については、20 ページ中央のプロダクトミックスの数量内訳をご覧いただくと、第 3 四半期は Base 商品の比率が大きく高まっていました。その結果、全体の平均価格は Base 商品に引っ張られ、値上げ後であっても上昇が見えにくい状況となっていました。

第4四半期にかけてその構成が平常化し、Premium商品の比率が高まったことで、平均単価も改善しました。したがって、平均単価はBase商品の構成比変動の影響を大きく受けたということです。

[Q]：つまり、ミックスが変化したという理解でよいですね。

[A]：そのとおりです。特に第3四半期はBase商品に大きく寄っていたため、値上げ後であっても単価が上昇していないように見えていました。

[Q]：3カ月前には、セルイン価格は上昇している一方で、店頭価格はまだ十分に上がっていないとのお話がありましたが、その点も改善してきているという理解でよいでしょうか。

[A]：Base商品では依然として上げにくさはあるものの、状況は徐々に改善しています。

[Q]：なるほど。分かりました。

[A]：ここは工場のお話ですよ。

[Q]：はい。

[A]：まず6月頃から新しいPremium袋めんの生産を開始する予定です。その後も、複数あるラインを活用しながら他製品の生産や、逼迫している他工場からの移管も進め、全体最適を図っていく考えです。

[Q]：戦略転換とは、Premium商品の比率を高める方向への見直しという理解でよいでしょうか。

[A]：そのとおりです。昨年時点では具体化していなかった本格的な日式ラーメンを、戦略を抜本的に見直す中で商品化しました。夏から秋の商戦に間に合うよう商談も進めており、一定の進捗が見られています。

[Q]：最後に、北米計画に織り込んでいる減価償却費の水準について教えてください。

[A]：ラインがフル稼働した場合は20億円程度とご説明していましたが、現時点の計画ではその半分程度を見込んでいます。

[Q]：半分ぐらい。理解しました。ありがとうございます。

[A]：先ほどは日清食品の2026年度計画の内訳をご説明しましたが、2025年度実績についても必要であればお伝えできます。

[A]：通期ベースでは、売上増がプラス 12 億円、原価率変動と物流費等でマイナス 40 億円、ミックスがプラス 5 億円、減価償却費増がマイナス 9 億円、一般管理費等がプラス 19 億円で、ネットではマイナス 13 億円となっています。

[Q]：なるほど、分かりました。ありがとうございます。

[A]：よろしく申し上げます。

[M]：ありがとうございます。では次のご質問、よろしいですか。お願いいたします。

[Q]：よろしく申し上げます。まず、中東情勢に伴うコストアップについて、日本と海外で分けるとどのように理解すべきでしょうか。

[A]：どちらかといえば、日本のほうが影響は大きいと考えています。

[Q]：他社では第 2 四半期や下期以降の影響として説明されることも多い印象ですが、御社では第 1 四半期から比較的大きく影響が出るという理解でよいでしょうか。

[A]：当社では、現時点で想定可能な範囲を幅広く織り込んで試算しています。他社がどの範囲まで含めているかは分かりませんが、その違いもあるかもしれません。

[Q]：了解です。確認ですけど、これはもう出てくる費用なんですか、それともちょっとバッファを持って揺らぎがある数字なんですか。

[A]：まだ第 1 四半期には 2 カ月程度残っているため確定値ではありませんが、現在の価格水準がある程度継続すると仮定した場合、この程度の影響が出る可能性があるという数字です。

[Q]：ちょっと上めに丸めてる、そんなこともない。

[A]：社内では一定の前提に基づいて試算しており、現時点で極端に大きな振れを見込んでいるわけではありません。

[Q]：了解です。半分ぐらいは日本だって感じなんですね。

[A]：売上構成比で見ると日本が約 58%、海外が約 42%であり、国内の影響が相対的に大きい構造です。また、海外では国によって原油を比較的安価に調達できるケースもあるため、その点も日本の影響が大きく見える要因です。

[Q]：承知しました。価格転嫁については、4 月の価格改定直後であることを踏まえても、今後どのタイミングで次の対応を検討することになるのか、現時点の考え方を教えてください。

[A]：この情勢がどの程度続くのか、またどこまで悪化するのか次第であり、現時点で社内に具体的な方針が固まっているわけではありません。

情勢がさらに悪化すれば影響は拡大する可能性があり、現時点では見通しが難しいというのが実情です。

[Q]：逆に言うと、まだ価格改定に対する議論は始めてないんですね。

[A]：まずは4月の価格改定を着実に浸透させることが優先です。4月の動向は順調に推移しているため、その進捗を見極めながら、今後の展開や競合各社の動きも踏まえて判断していくことになると思っています。

[Q]：了解です。ありがとうございます。これ次、アメリカなんですけど、今回計画のご前提ってボリューム横ばいになってると思うんですけど。ここの内訳のイメージというか、新商品効果はほとんど入れてないでいいんですたっけ、さっきのお話だと。

[A]：全体としては、Base商品はやや弱めで推移すると見えています。足元の状況を踏まえると大きくプラスに転じる前提ではなく、若干のマイナスを想定しています。一方、Premium商品はプラスを見込んでおり、ネットではほぼ横ばいという考え方です。

[Q]：Premiumで、どのくらいの何かインパクトをイメージされてるんですか。今回のご計画の中で。

[A]：Premium商品全体では一桁台後半の数量成長を見込んでいます。

[Q]：パーセンテージぐらいは意識してるんだってことですね。

[A]：その中には、新商品も一定程度含まれています。

[Q]：なるほど。一桁後半ぐらいの数量パーセンテージを、この新商品で、日式ラーメンでとるぞって感じだから。

[A]：新商品だけで全てを担うわけではありません。既存のPremium商品に加え、新たに投入するPremium袋めんも含めて、一桁台後半の伸びを見込んでいます。

[Q]：数量は横ばいですよね、ご計画の前提って。

[A]：はい。ただ、それは。

[Q]：新商品全体で構成比を一桁後半に持っていきたいというお話をされた。

[A]：新商品単体ではなく、Premium商品全体の伸びを一桁台後半と見込んでいます。

[Q]：Premium で一桁後半ということですね。

[A]：全体数量はほぼ横ばいを見込んでいますが、Base 商品が構成比の大半を占めるため、その若干の減少と Premium 商品の一桁台後半の伸びが概ね相殺されるイメージです。

[Q]：了解です。今、数量って7、3でいいんですか。

[A]：いや、8、2ですね。

[Q]：8、2ですか。了解です。この日式ラーメンというのは価格帯がいくらで、何かノンフライとか、こういったところに特徴がある商品になるのでしょうか。

[A]：価格帯については現時点で具体的にはお示しできませんが、韓国系商品の2ドル前後に近い水準感を想定しています。詳細は明日の説明会で、もう少し具体的にご説明できる見込みです。

[Q]：了解です。基本的に今年の大きなポイントは、これがアメリカ含めてグローバルで売れるかどうかってところですよ。

[A]：この新しいコンセプトは米国を皮切りに、今後グローバル展開も視野に入れています。市場ごとの受容性には差があるとしても、米国は市場規模が大きいので、まずはここでしっかり成長させたいと考えています。

[Q]：分かりました。最後に、アメリカの市場、もし何か4月、足元のイメージなんかあれば、ちょっと競合が新工場が立ち上げて、改めてちょっとシェアを取りにアクセルを踏んでるのかどうかとか。何か変化の兆し等々を感じられてることがもしあれば教えてください。

[A]：外部データを見る限り、市場全体はほぼ横ばいで、若干のマイナスという状況です。競合各社の動きを見ても、大きく伸びているわけではなく、むしろ減少しているデータも確認されています。韓国勢についても、依然プラスではあるものの、過去と比べると伸びは鈍化しています。

[Q]：じゃ、まだ本格的に動きはないって感じですね。5月以降ですね。

[A]：その点は、競合各社の決算発表などで明らかになる可能性があります。

[Q]：あるのかもしれないけど。

[A]：現時点ではその程度の認識です。

[Q]：承知しました。ありがとうございます。

[M]：ありがとうございます。では、お受けしている最後のご質問になります。

セグメント別 コア営業利益実績



明星食品・中国・EMEAを除く全事業・地域で減益、減益額の4割が米州地域に起因

単位：億円	決算開示ベース	前期比	増減率	為替一定ベース	前期比	増減率	前期
日清食品	326	△ 13	△ 3.9%	326	△ 13	△ 3.9%	339
明星食品	34	+ 3	+ 9.6%	34	+ 3	+ 9.6%	31
国内即席めん 計	360	△ 10	△ 2.8%	360	△ 10	△ 2.8%	370
低温・飲料事業	78	△ 8	△ 9.6%	78	△ 8	△ 9.6%	86
菓子事業	57	△ 1	△ 1.2%	57	△ 1	△ 1.2%	58
国内非即席めん事業 計	135	△ 9	△ 6.2%	135	△ 9	△ 6.2%	144
国内その他	△ 9	△ 27	-	△ 9	△ 27	-	18
国内事業 計	485	△ 46	△ 8.7%	485	△ 46	△ 8.7%	532
米州地域	105	△ 56	△ 34.6%	105	△ 56	△ 34.8%	161
中国地域	90	+ 6	+ 7.5%	91	+ 7	+ 8.9%	83
アジア地域	70	△ 10	△ 12.6%	67	△ 13	△ 15.7%	80
EMEA地域	89	+ 1	+ 1.4%	86	△ 2	△ 2.0%	87
海外事業 計	353	△ 58	△ 14.1%	348	△ 63	△ 15.3%	411
国内・海外事業 計	839	△ 104	△ 11.1%	834	△ 109	△ 11.6%	943
その他連結調整	△ 2	△ 0	-	△ 2	△ 0	-	△ 1
グループ関係費用	△ 131	△ 25	-	△ 131	△ 25	-	△ 106
既存事業 計	706	△ 129	△ 15.5%	701	△ 134	△ 16.1%	835
新規事業	△ 69	△ 2	-	△ 69	△ 2	-	△ 66
連結 計	637	△ 132	△ 17.1%	633	△ 136	△ 17.7%	769
その他収支	△ 14	+ 11	-				
IFRS営業利益 計	623	△ 120	△ 16.2%				

** 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づき

10

[Q]：最後に、今年度の数字について確認します。10 ページのコア営業利益を見ると、国内事業の利益動向について、上期は中東情勢の影響もあり、前年同期比ではかなり減益になると見ておくべきでしょうか。これはあれですかね、そうすると前半は 25 億円のコストアップが日本のところが重いとなると、ちょっとやっぱり前半はいわゆる YoY で見るとかなり減益になるとある程度、考えておいたほうがいいってことですかね。

[A]：そのとおりです。上期全体では 4 割強、下期は 6 割弱の構成を見込んでおり、その中でも会計期をまたぐ第 1 四半期が最も弱くなる想定です。

[Q]：なるほど。だから、このコストアップは完全には吸収できないということですよ。

[A]：はい。第 1 四半期は減価償却費の影響を最も受けやすく、加えて価格改定効果もこれから本格化する段階であるため、コスト増を完全に吸収するのは難しいと見ています。

[Q]：なるほど、ありがとうございます。あともう一つ、20 ページの一番左のところの、これ、数量、これ、セルアウトでよろしいんですね、この数字は。

[A]：はい、セルアウトベースです。

米州地域および海外地域全体の売上収益・数量



前期比増減率

上段：現地通貨ベース売上収益、下段：数量

地域	2024年度		2025年度				累計	2026年度 通期予想
	Q4	累計	Q1	Q2	Q3	Q4		
米国	△4% △1桁台後半	△2% △1桁台前半	△24% △20%台	△8% △1桁台前半	+5% +1桁台後半	△4% △1桁台後半	△8% △1桁台半ば	+1桁台後半 横這い圏
メキシコ	+7% +1桁台前半	+0% △1桁台半ば	+13% +1桁台前半	△6% △1桁台後半	△5% △1桁台後半	△1% △1桁台半ば	+0% △1桁台半ば	+10%台 +1桁台半ば
ブラジル	+38% +30%台	+20% +10%台	+4% △1桁台半ば	+8% 横這い圏	+5% +1桁台前半	△6% △1桁台後半	+3% △1桁台前半	+11% +1桁台半ば
海外全体	+9% +1桁台後半	△5% +1桁台半ば	△5% △1桁台後半	△1% △1桁台前半	+1% +1桁台前半	△1% △1桁台半ば	△1% △1桁台前半	+15% +1桁台前半

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の合計値

100

[Q]：Appendix の数値では一桁台後半のマイナスとなっており、こちらはセルインベースと理解しています。セルインとセルアウトのギャップや在庫水準の違いが、第1四半期に影響を与える可能性はありますか。

[A]：昨年第4四半期は、プロモーションの影響もあり、特にクラブ系チャンネルを中心に積極的に配荷を行いました。セルアウトはそれなりに伸びてきたんですけども、その影響もあって25年度の第1四半期、セルインがあまり伸びなかったというのがございました。そういう意味で今期については一応、セルインはプラスできておりますので、そういう意味ではそういう影響はあるということになると思います。

[Q]：なるほど。去年が落ちているんで、そういった面で言うと、そこがちょっと反動増になる可能性があるってということですかね。

[A]：そうですね。逆に、セルアウトのほうがセルインの関係なく若干マイナスでしたけど、そこまで大きく落ちていないので、セルアウトのもう少しアベレージアウトされているところですね。

[Q]：なるほど、分かりました。ありがとうございます。

[A]：ありがとうございます。

[M]：ありがとうございます。お時間になりましたので、本日はこちらで終了したいと思います。

以上