

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

2027 年 3 月期第 1 四半期 CFO によるオンライン説明会

2026 年 8 月 4 日

皆さん、こんにちは。お時間となりましたので、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株式会社 2026 年度第 1 四半期決算報告にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。私は、本日司会を務めさせていただきます IR 室の二宮でございます。

本日は、CFO の矢野から 2026 年度第 1 四半期決算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。

それでは矢野さん、お願いいたします。

本日のポイント



2026年度 Q1実績

- 売上収益は 1,947億円（前期比+10.0%）、既存事業コア営業利益は 197億円（同+13.5%）と増収増益
中東影響によるコスト増をカバーし、3 事業とも増収増益で着地
- 国内即席めん事業：増収増益
 - 価格改定（日清食品 4月～・明星食品 6月～）は計画通り浸透
- 国内非即席めん事業：増収増益
 - 26年2月末から連結子会社化したセリア・ロイルが貢献
- 海外事業：増収増益
 - 事業成長に加え、円安（USDJPY 前期Q1 144.59、今期Q1 159.49）も寄与
 - 前年実施の価格改定効果や堅調なブラジル・中国・欧州持分法適用会社が増益を牽引

中東情勢 影響及び 打ち返し策

- コスト増影響：Q1 18億円まで抑制（当初見込25億円前後）、Q2 40～50億円を見込む
- 価格改定：ヨーク 7月～、チルド・冷凍 9月～、シスコ 11月～
- コスト削減：サプライチェーン見直し等を順次実施

つくばみらい 工場（仮称） 建設

- 茨城県つくばみらい市にカップヌードル特化型工場の新設を決定、2029年の稼働開始を見込む
- 「高度化」と「選択と集中」により、投資額を約700億円まで抑え、資本効率を徹底追求

1

CFO の矢野でございます。本日は 2026 年度第 1 四半期決算についてご説明をいたします。ページ番号は資料の右下にある数字でお話いたします。

まず、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 1 四半期の連結業績についてです。売上収益は前期比プラス 10%、既存事業コア営業利益は前期比プラス 13.5%と、増収増益での着地となりました。中東情勢に伴うコスト増を吸収した上で、国内即席めん、国内非即席めん、海外の 3 事業全てで増収増益となりました。

事業部門の動向について、まず国内即席めん事業は、日清食品が 4 月から、明星食品が 6 月から実施した価格改定がおおむね計画通りに浸透しています。日清食品では、周年を迎えた主力ブランド

のレギュラー商品が堅調に推移しており、価格改定に伴う数量影響を抑えながら増収増益を確保しました。

国内非即席めん事業は、日清チルドや湖池屋が堅調であったことに加え、セリア・ロイルの新規連結も寄与し、増収増益となりました。海外事業は、ブラジル・中国地域が引き続き好調に推移しており、前年度に苦戦した米国では販売数量の回復も進んでいます。

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	2025年度					2026年度	
	Q1	Q2	Q3	Q4	累計	Q1	通期予想
米国	△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	+10% +1桁台後半	+1桁台後半 横這い圏
メキシコ	+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	+12% +10%台	+10%台 +1桁台半ば
ブラジル	+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	+6% +1桁台前半	+11% +1桁台半ば
海外全体	△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	+8% +1桁台半ば	+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

23

資料の後ろの方 23 ページに、海外事業会社の売上収益と数量の実績を示しておりますが、全般的に好調に推移しており、ビジネスのベースは堅調であると考えております。また、欧州の持分法適用会社の貢献もあり、増収増益となりました。

2 点目は、中東情勢の影響と打ち返し策です。第 1 四半期は、期初想定の 25 億円に対し、約 18 億円で着地しました。一方、第 2 四半期は 40 億円から 50 億円程度のコスト増を見込んでいますが、第 1 四半期と同様に様々な対策を講じて、この影響を緩和していきます。具体的には、各種コスト削減の継続に加え、国内では日清ヨーク、日清食品チルド、日清食品冷凍、日清シスコで価格改定を順次実施してまいります。

3 点目は、つくばみらい工場（仮称）の建設についてです。茨城県つくばみらい市に、「カップヌードル特化型工場」を新設し、2029 年度の稼働開始を目指すことを決定いたしました。「高度化」と「選択と集中」により投資額を圧縮し、資本効率を徹底追求する新工場となります。

2026年度 Q1連結決算サマリー



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	1,947	+ 176	+ 10.0%	1,854	+ 84	+ 4.7%	1,770
既存事業コア営業利益	197	+ 24	+ 13.5%	187	+ 14	+ 8.0%	174
営業利益	180	+ 21	+ 13.4%	170	+ 12	+ 7.6%	158
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	133	+ 21	+ 18.3%	124	+ 12	+ 10.4%	112
既存事業コア営業利益率	10.1%	+ 0.3pt	-	10.1%	+ 0.3pt	-	9.8%
営業利益率	9.2%	+ 0.3pt	-	9.2%	+ 0.2pt	-	9.0%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	6.8%	+ 0.5pt	-	6.7%	+ 0.3pt	-	6.3%

3

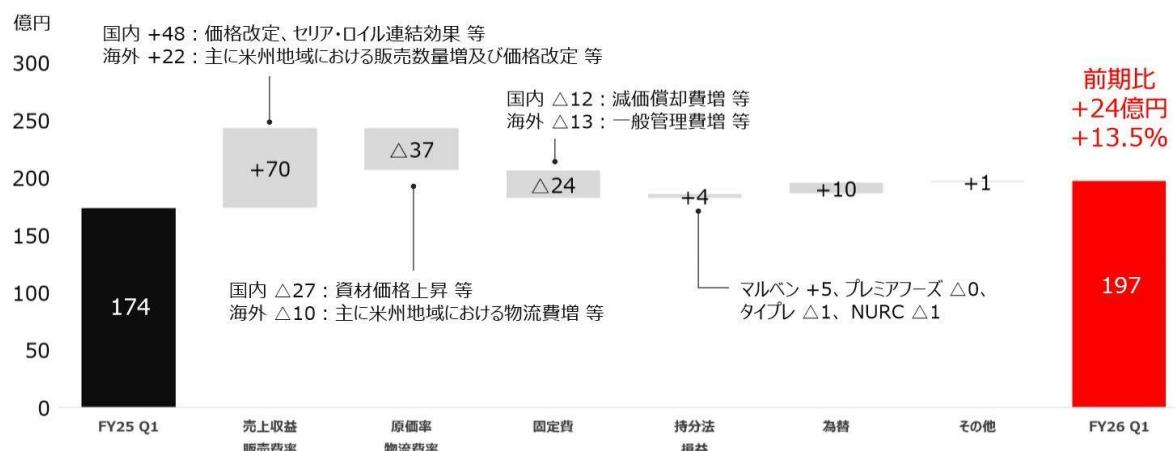
続いて 3 ページをご覧ください。

売上収益は、国内即席めん、国内非即席めん、海外の 3 事業全ての増収により、前期比プラス 10%、176 億円増収の 1,947 億円となりました。既存事業コア営業利益は、前期比プラス 13.5%、24 億円増益の 197 億円での着地となりました。国内での価格改定効果や新規連結、海外の販売数量増と価格改定効果に加え、欧州持分法適用会社の貢献などが、中東情勢の影響を含む資材価格の上昇、減価償却費や一般管理費の増加を上回りました。

なお、海外事業の売上収益およびコア営業利益には、円安に伴う為替影響がそれぞれ 92 億円、10 億円含まれております。これを除いたスライド右側の為替一定ベースでは、売上収益はプラス 4.7%、既存事業コア営業利益ではプラス 8%となり、こちらも増収増益で着地しました。

第 1 四半期は増益での着地となりましたが、円安に伴う為替影響に加え、費用の使用時期のズレなどの特殊要因も一部含まれており、中東情勢も不透明な状況が続いています。通期計画については変更せず、引き続き達成を目指してまいります。

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 ** その他事業セグメント、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

続いて 4 ページをご覧ください。

こちらのページは第 1 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、細目は前期為替一定ベースで表示をしております。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。

まず国内では、価格改定や新規連結効果などによる売上収益変動がプラス 48 億円と、増益に寄与しました。一方、資材価格上昇等による原価率の悪化がマイナス 27 億円、減価償却費の増加等による固定費増がマイナス 12 億円となりました。

海外では、主に米国・ブラジルを中心とする販売数量増および価格改定により、売上収益変動がプラス 22 億円の増益要因となりました。一方、物流費の上昇や一般管理費増等が減益要因となっています。

持分法損益は、マルベンの増益分が、プレミアフーズ、タイプレジデント、NURC の小幅な減益を吸収して、増益に寄与しています。これらの結果、既存事業コア営業利益は、前期比プラス 24 億円、13.5%の増益となりました。

Q1は約18億円のコスト増で着地、Q2は40~50億円のコスト増を想定

(億円)	Q1実績	Q2見込
原材料・包材	14	36~40
ユーティリティ	1	2~5
物流他	3	2~5
合計	18	40~50

現時点のステータスと打ち返し策

- 現時点では生産・販売活動への重大な支障なく、今後も見込んでいない
- 原油価格・為替・物流動向等の不確実性は依然高い
- コスト削減努力に加え、必要に応じて価格改定を実施

(Q2見込前提)

原油 USD/bbl	65~85
為替 USD/JPY	155~165

5

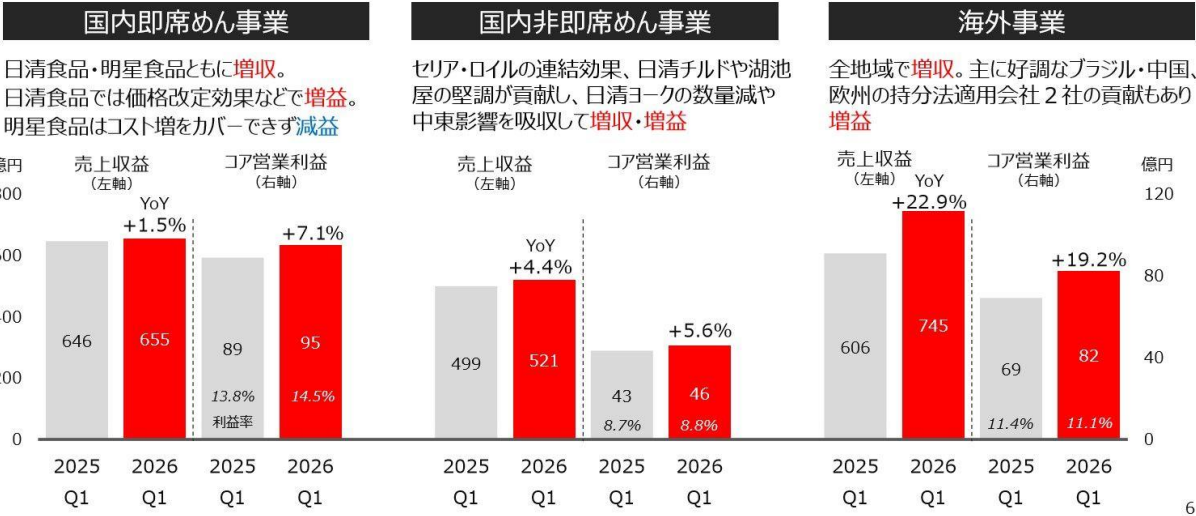
続いて 5 ページをご覧ください。

第 1 四半期中の中東情勢に伴うコスト増影響は、原材料・包材を中心に約 18 億円で着地となりました。5 月の通期決算発表時点では 25 億円前後を見込んでおりましたが、これを下回る水準に抑制できております。

第 2 四半期は、原材料・包材、ユーティリティ、物流等を合わせて 40 から 50 億円のコスト増を見込んでおりますが、サプライチェーンの見直し等によるコスト削減や価格改定などを通じて、第 1 四半期と同様、この影響を緩和していきます。なお、現時点で生産・販売活動への重大な支障は生じておりません。

セグメント別 決算サマリー

売上収益は、即席めん事業2社の価格改定、セリア・ロイルの貢献、好調な中国・ブラジル等により、3事業で増収
 コア営業利益は、欧州持分法適用会社の貢献、費用の期ずれもあり、中東影響を吸収して3事業で増益



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ご説明をいたします。

セグメント別 売上収益実績

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	532	+ 2	+ 0.4%	532	+ 2	+ 0.4%	529
明星食品	124	+ 7	+ 6.2%	124	+ 7	+ 6.2%	116
国内即席めん事業 計	655	+ 10	+ 1.5%	655	+ 10	+ 1.5%	646
低温・飲料事業	259	△ 2	△ 0.8%	259	△ 2	△ 0.8%	262
菓子事業	262	+ 24	+ 10.2%	262	+ 24	+ 10.2%	237
国内非即席めん事業 計	521	+ 22	+ 4.4%	521	+ 22	+ 4.4%	499
国内事業 計 **	1,176	+ 31	+ 2.7%	1,176	+ 31	+ 2.7%	1,145
北中米地域 **	256	+ 52	+ 25.2%	226	+ 22	+ 10.6%	205
南米地域 **	169	+ 40	+ 30.9%	137	+ 7	+ 5.8%	129
米州地域 計	425	+ 91	+ 27.4%	363	+ 29	+ 8.7%	334
中国地域 *	190	+ 23	+ 13.8%	173	+ 6	+ 3.5%	167
アジア地域	63	+ 13	+ 25.3%	59	+ 9	+ 17.0%	51
EMEA地域	67	+ 11	+ 20.6%	58	+ 3	+ 4.9%	55
海外事業 計	745	+ 139	+ 22.9%	653	+ 46	+ 7.7%	606
国内・海外事業 計	1,921	+ 170	+ 9.7%	1,829	+ 78	+ 4.4%	1,751
その他事業 **	25	+ 6	+ 32.7%	25	+ 6	+ 32.3%	19
連結 計	1,947	+ 176	+ 10.0%	1,854	+ 84	+ 4.7%	1,770

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく
 ** 当期より表示方法を変更しており、2026年3月期の数字は変更後の方法に組み替えて表示。なお、「その他事業」には新規事業も含む

7 ページは、セグメント別の売上収益実績です。

国内即席めん事業は前期比プラス 10 億円、1.5%の増収。国内非即席めん事業は前期比プラス 22 億円、4.4%の増収。海外事業は前期比プラス 139 億円、22.9%の増収。海外事業は為替の影響も一定程度あり、これを除いた為替一定ベースでは前期比プラス 46 億円、7.7%の増収でした。

セグメント別 コア営業利益実績



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	83	+ 7	+ 9.3%	83	+ 7	+ 9.3%	76
明星食品	12	△ 1	△ 5.7%	12	△ 1	△ 5.7%	13
国内即席めん事業 計	95	+ 6	+ 7.1%	95	+ 6	+ 7.1%	89
低温・飲料事業	25	△ 3	△ 9.2%	25	△ 3	△ 9.2%	27
菓子事業	21	+ 5	+ 30.7%	21	+ 5	+ 30.7%	16
国内非即席めん事業 計	46	+ 2	+ 5.6%	46	+ 2	+ 5.6%	43
国内事業 計**	141	+ 9	+ 6.6%	141	+ 9	+ 6.6%	132
北中米地域**	12	△ 1	△ 4.7%	11	△ 2	△ 15.2%	13
南米地域**	15	+ 6	+ 61.6%	12	+ 3	+ 30.5%	9
米州地域 計	27	+ 5	+ 23.2%	23	+ 1	+ 4.1%	22
中国地域*	16	+ 4	+ 28.3%	15	+ 2	+ 16.7%	13
アジア地域	17	△ 0	△ 1.8%	16	△ 2	△ 8.8%	17
EMEA地域	22	+ 5	+ 28.3%	19	+ 2	+ 12.3%	17
海外事業 計	82	+ 13	+ 19.2%	73	+ 4	+ 5.3%	69
国内・海外事業 計	223	+ 22	+ 10.9%	214	+ 12	+ 6.1%	201
その他事業**	5	△ 0	△ 8.0%	5	△ 0	△ 8.0%	6
その他連結調整	4	+ 5	-	4	+ 5	-	△ 1
グループ関連費用	△ 36	△ 3	-	△ 36	△ 3	-	△ 32
既存事業 計	197	+ 24	+ 13.5%	187	+ 14	+ 8.0%	174
新規事業	△ 18	△ 5	-	△ 18	△ 4	-	△ 13
連結 計	179	+ 19	+ 11.6%	170	+ 9	+ 5.9%	160
その他収支	1	+ 3	-				
IFRS営業利益 計	180	+ 21	+ 13.4%				

* 中国地域の実績は、日清食品 HD の連結方針に基づく

** 当期より表示方法を変更しており、2026年3月期の数字は変更後の方法に組み替えて表示

8

続きまして 8 ページは、セグメント別のコア営業利益の実績です。

国内即席めん事業は前期比プラス 6 億円、7.1%の増益。国内非即席めん事業は前期比プラス 2 億円、5.6%の増益。海外事業は前期比プラス 13 億円、19.2%の増益となっています。なお、海外事業における営業利益の為替影響を除いた為替一定ベースでは、前期比プラス 4 億円、5.3%の増益となりました。

国内即席めん事業

- 日清食品は4月から、明星食品は6月から価格改定を実施。価格改定効果及び好調な主力ブランドにより、増収
- 増収効果が原材料価格上昇等のコスト増を上回り、セグメント全体で増益

単位：億円		2026年度	増減要因	
		Q1		
売上収益				
日清食品		532	カップめん 周年を迎えた「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が順調に推移し、2026年6月発売の「日清 北中米トリオ」など新製品が貢献	
	前期比	+0.4%		
明星食品		124	袋めん 「日清焼そば」、「日清のラーメン屋さん」が堅調に推移、2026年3月発売の「辛ミソ」等が貢献も、袋めん全体では減収	
	前期比	+6.2%	カップめん 「一平ちゃん夜店の焼そば」シリーズが堅調に推移し、「ぶぶか油そば」が伸長継続	
			袋めん 4月に新発売した「明星 一平ちゃん夜店の焼そば 袋 からしマヨ付 5食パック」が貢献	
計		655		
	前期比	+1.5%		
コア営業利益				
日清食品		83	+)	価格改定効果による売上収益増に伴う利益増
	前期比	+9.3%	△)	原材料価格の上昇及び減価償却費の増等
	利益率	15.6%		
明星食品		12	+)	売上増加による利益増
	前期比	△5.7%	△)	原材料価格の上昇等
	利益率	9.9%		
計		95		
	前期比	+7.1%		
	利益率	14.5%		

10

10 ページから 16 ページまでは、セグメント別の事業の状況です。まず 10 ページをご覧ください。国内即席めん事業です。

消費者物価指数の上昇トレンドも一服し、実質賃金も 2026 年に入り 5 カ月連続でプラスとなった一方で、中東情勢の緊迫化に伴い、先行き不安を背景とした節約志向は継続しています。このような環境下、即席めんへの需要は相対的に底堅く、4 月から 6 月の即席めん市場は金額ベース前期比プラスで推移しました。

日清食品は、4 月に競合他社に先駆けて価格改定を実施した影響もあり、販売数量は低価格商品の数量減を主因に、前期比で 1 桁半ばの減少となりました。一方、売上収益は、価格改定効果により前期比プラス 0.4%と増収を確保しています。なお、販売数量、売上収益ともに概ね社内計画通りの進捗となりました。

ブランド別では、主力商品のレギュラー品の数量は前期並みを維持し、周年を迎えた「カップヌードル」、「日清のどん兵衛」、「日清焼そば U.F.O.」のコア 3 ブランドのレギュラー品は、前期比プラスとなりました。また、カップライス群は、定番の「日清カレーメシ」に加えて、4 月に新発売した「日清山盛カレーメシ」シリーズが貢献し、数量・金額ともに前期比 2 割増と好調に推移、成長が加速しています。周年事業の施策効果やリニューアルもあり、「日清のどん兵衛」・「日清焼そば U.F.O.」のレギュラーや「カップヌードル ビッグ」等の高付加価値商品への回帰が

見られます。また、「カップヌードル」については、第2四半期以降に周年施策を強化していく予定であり、今後もこのトレンドを継続していきたいと考えています。

利益面では、中東影響を含む資材価格の上昇や減価償却費増加などのコスト増加がありましたが、価格改定効果に加えて、一時的な要因もあり、コア営業利益は83億円、前期比プラス9.3%、コア営業利益率は15.6%となりました。対計画でも固定費予算等の使用時期のズレもあり、増益での着地です。

次に、明星食品です。6月に価格改定を実施しておりますが、4月から5月の好調な売上が6月の数量減を吸収して、数量は前期比1桁半ばの増で着地し、売上収益は前期比プラス6.2%の増収となりました。利益面では、価格改定が6月実施だったこともあり、包材を中心とした原材料コストの増加をカバーしきれず、減益となりました。

今後については、価格改定ラッシュが進む中でも、相対的に安価な即席めんへの需要が引き続き底堅く推移するとみています。現時点で、日清食品の価格改定後の販売数量・販売金額は計画インライン、明星食品は計画を上回って推移しており、足元の7月も両社とも前年を上回って推移しております。

2026年度は両社のコアブランドの周年イヤーであり、各ブランドの周年施策や付加価値商品の販売強化により、価格改定に伴う数量減を最小限に抑え、諸計画の達成を目指します。

国内非即席めん事業－低温・飲料事業



- チルドはラーメン群の販売伸長により増収増益。一方、ヨークで「ピルクルミラクルケア」シリーズが低調に推移したことに加え、ヨーク・冷凍を中心とした資材・物流コスト増の影響により、事業全体では減収減益

単位：億円		2026年度 Q1		増減要因	
売上収益					
低温・飲料事業	259	チルド	+2%	商品ラインナップを拡充した「麺の達人」「スープの達人」が好調に推移したほか、今年発売30周年を迎える「行列のできる店のラーメン」や、「つけ麺の達人」「まぜ麺の達人」といった高付加価値商品も貢献し、増収 「冷凍 日清中華」「冷凍 日清まぜ麺亭」「冷凍 日清スバ王喫茶店」シリーズが堅調に推移。売上収益は前年同期並み。 睡眠ブームのダウントレンドによる「ピルクルミラクルケア」シリーズの販売減に加え、昨秋の新製品「ピルクル免疫スタイル」「ピルクルエイジングライフ」や「十勝のもろぎルト」リニューアルの貢献も限定的にとどまり、減収	
前期比	△0.8%	冷凍	△0%		
		ヨーク	△4%		
コア営業利益					
低温・飲料事業	25	チルド	増益	増収効果により、増益	
前期比	△9.2%	冷凍	減益	原材料価格や物流費の上昇等により、前年同期比で減益。	
利益率	9.5%	ヨーク	減益	減収に加え、関西工場増築に伴う減価償却費の増加および原材料費・物流費の増加により、減益	

11 ページをご覧ください。低温・飲料事業です。

売上収益については、ラーメン群が好調だった日清食品チルドは増収、「ピルクル ミラクルケア」シリーズの販売低調が響いた日清ヨークおよび日清食品冷凍が減収となり、低温・飲料事業全体としてはマイナス 0.8%の微減収で着地しました。

利益面では、各社、中東影響で資材コストや物流コストが増加したこともあり、事業全体で前期比マイナス 9.2%と、減益となりました。ただし、この 3 社は価格改定を既に発表しており、日清ヨークは 7 月から、日清食品チルド・日清食品冷凍は 9 月から実施することで、コスト増への対応を着実に進めてまいります。

国内非即席めん事業－菓子事業



■ 湖池屋の増収増益やセリア・ロイルの連結寄与により、菓子事業は増収増益

単位：億円		2026年度		増減要因
		Q1		
売上収益				
菓子事業		262	シスコ +3%	「ごろグラ」シリーズ等のシリアルおよび「コナッツサブレ」シリーズが堅調に推移し、増収
前期比	+10.2%	ぼんち △14%		価格改定の影響による販売数量の減少が続き、減収
		湖池屋 +2%		コーン系ブランドが好調に推移したことに加え、価格改定効果もあり、増収
		セリア・ロイル -		「ブラックサンダーアイス」「ひとくちアイス」シリーズが好調に推移。2026年2月27日より連結子会社化し、純増
コア営業利益				
菓子事業		21	シスコ 減益	販売促進費の積極的な投入等により、減益
前期比	+30.7%	ぼんち 増益		コメ価格や物流費率の低下等によるコスト改善により、増益
利益率	8.1%	湖池屋 増益		馬鈴薯の歩留まり改善に加え、中部工場の稼働に伴う物流効率化により、増益
		セリア・ロイル -		連結効果（3カ月分）により、純増

12

12 ページをご覧ください。菓子事業です。

売上収益については、シリアル等が好調な日清シスコ、コーン系ブランドが好調な湖池屋で増収の一方、昨年来、コメ価格上昇に伴い断続的に価格改定を行ってきた影響で数量が減少したぼんちで減収となりました。昨年 2 月末に連結子会社化したセリア・ロイルの貢献もあり、前期比プラス 10.2%の増収で着地しました。

コア営業利益では、販売促進費を積極導入した日清シスコ以外では増益で着地しており、セリア・ロイルの貢献もあって、事業全体で前期比プラス 30.7%の増益となりました。

米州地域



- 北中米地域は数量増および価格改定効果もあり増収も、コスト増加に伴い減益
- ブラジルは堅調に推移し増収増益

単位：億円		2026年度 Q1		増減要因	
売上収益					
北中米地域		256	米国*	+22%	大手量販向け販売好調による数量増に加え、価格改定効果もあり増収（為替影響 +18億円） 数量増加および価格改定効果もあり増収（為替影響 +11億円）
	前期比	+25.2%	メキシコ	+39%	
南米地域 （ブラジル）		169	数量増加および価格改定効果もあり増収（為替影響 +32億円）		
	前期比	+30.9%			
計		425			
	前期比	+27.4%			
コア営業利益					
北中米地域		12	米国**	減益	物流費等のコスト上昇やRHQ-A設立関連費用の計上もあり、減益（為替影響 +1億円）
	前期比 利益率	△4.7% 4.8%	メキシコ	増益	
南米地域 （ブラジル）		15	販売数量増加や価格改定効果が各種コスト増を上回り増益（為替影響 +3億円）		
	前期比 利益率	+61.6% 9.0%			
計		27			
	前期比 利益率	+23.2% 6.5%			
* 米国日清、明星USAの合計値 ** 米国日清、明星USA、RHQ-Americasの合計値					

* 米国日清、明星USAの合計値
** 米国日清、明星USA、RHQ-Americasの合計値

13

13 ページをご覧ください。米州地域です。今期より、北中米地域と南米地域を分けて開示しております。

まず、米国事業です。米国の市場環境は、食品市場全体は力強さを欠く展開が続いていますが、インフレの進行が継続する中、相対的に安価な即席めんの市場は数量ベースで1桁前半のプラス、金額ベースではプラス10%台前半で成長しており、食品カテゴリーの中では相対的に堅調です。

当社においては、昨年度来、継続している大手量販店での配荷地域拡大や、既存地域での販売施策による数量増等の効果により、ベース商品を中心に販売数量が増加しました。また、昨年10月に実施した価格改定の浸透も進み、為替影響もあって、前期比プラス22%と大幅増収となりました。

一方、利益面は、中東情勢の影響による物流費等のコスト上昇に加え、前期に設立した米州地域統括会社であるRHQ-Americasの関連費用もあり、減益となりました。

次に、メキシコの事業は、販売数量増および価格改定効果により、増収増益となりました。主に中米向け輸出が堅調に推移しており、軟調の国内市場をカバーして、販売数量で前期比プラス10%台半ばとなりました。

続いて、南米事業です。ブラジルは、人口が2億人を超える大国で人口の増加基調が続いていること、所得水準も順調に向上していることなどから、今後の更なる消費拡大が期待できる有望な市場

です。足元、経済は堅調に推移していることもあり、需要は底堅く、売上収益は 169 億円、前期比プラス 30.9%、コア営業利益は 15 億円、前期比プラス 61.6%となりました。

利益の伸び率は全事業会社の中でも最も高く、絶対金額でも米国を抜き中国地域とほぼ同水準となっています。主力の袋めんに加え、所得向上に伴い伸びが加速しているカップめんの販売も堅調に推移しており、成長を牽引しています。利益面では、販売数量増と価格改定効果に加えて、コストダウンも順調に進んでいることから、原材料等のコスト増を吸収して、大幅な増益となりました。

当社は、ブラジル市場において金額シェアで 75%以上を有する No.1 即席めんメーカーです。2027 年に稼働する予定の新工場も活用し、今後の市場全体の成長を着実に取り込むことにより、更なる成長を目指していきたいと考えています。

中国地域



- 香港の即席めん事業が堅調に推移するとともに、大陸では販路拡大の進展に伴い主力商品の販売が伸長、増収
- 主力即席めんの販売伸長による増収効果に加え、販売構成の改善や原材料価格の低下も寄与し、増益

単位：億円		2026年度		増減要因	
		Q1			
売上収益					
中国地域		190	香港 他*	増収	北上消費が進む中、「合味道」や「北海道一丁」などの高価格帯商品が堅調に推移（為替影響 +7億円）
	前期比	+13.8%			現地通貨ベース（HKドル）+5%、 数量 横ばい圏 管理ベース、非即席めん除く
			大陸	増収	内陸部への販路拡大の進展を背景に、「合味道」や「合味道BIG」などの主力商品の販売が伸長（為替影響 +10億円） 現地通貨ベース（人民元）+3%、 数量 +1桁台後半 管理ベース、非即席めん除く
コア営業利益					
中国地域		16	香港 他*	減益	即席めん事業が堅調だった一方、一部の非即席めん事業が伸び悩み減益（為替影響 +0億円）
	前期比	+28.3%	大陸	増益	即席めん事業の増収効果に加え、高価格帯商品の販売伸長、原材料価格の低下等により増益（為替影響 +1億円）
	利益率	8.6%			

* ベトナム、台湾、韓国、豪州を含む

14

14 ページをご覧ください。中国地域です。

中国地域では、デフレ環境下、商品の選別化が進行してチャネル構造の変化が進んでいます。まず、香港ですが、北上消費が続く一方で、大陸からの旅行客など人流回復に伴う需要増の追い風もあり、香港域内では高価格帯カップめんの販売が堅調に推移しました。一方で、冷凍食品事業については、競争環境激化により苦戦し、香港全体では増収減益となりました。

中国大陸においては、当社にとっては新規のエリアである内陸部への販路拡大を進めることで、引き続き売上を拡大しており、主力のカップめんの販売が順調に伸長しています。

この結果、中国地域全体では、売上収益 190 億円、前期比プラス 13.8%、コア営業利益は 16 億円、同プラス 28.3%と、増収増益となりました。

アジア地域



■ 各国で販売数量が増加し増収も、持分法適用会社を主因に減益

単位：億円		2026年度 Q1	増減要因			
売上収益			売上収益額の大きい順			
アジア地域	前期比	63 +25.3%	タイ	増収	(為替影響 +2.5億円)	
			インド	増収	(為替影響 -1億円)	
			シンガポール	増収	(為替影響 +1.1億円)	
			インドネシア*	増収	(為替影響 +1.0億円)	
コア営業利益						
アジア地域	前期比 利益率 **	17 △1.8% 5.1%	タイ	増益	(為替影響 +0.3億円)	
			インド	赤字	(為替影響 -1億円)	
			シンガポール	増益	(為替影響 +0.1億円)	
			インドネシア*	赤字	(為替影響 △0.1億円)	
持分法適用会社：						
タイプレ			9億円	YoY +0.3億円、	(為替影響 +0.9億円)	
N-URC			5億円	YoY △0.5億円、	(為替影響 +0.0億円)	

* マレーシア事業含む
** 利益率は持分法損益を含まない

15 ページをご覧ください。アジア地域です。

アジア地域では、昨年、卸店の切り替えが完了し売上が安定したタイを中心に、各国で販売数量が増加し、売上収益は前期比プラス 25.3%の増収となりました。一方、コア営業利益は、資材コストの上昇や持分法適用会社などを主因に、全体としては小幅な減益となっています。

EMEA地域



- Soba Cup BigやDemaе Ramenが貢献し、一桁半ばの数量増。為替影響もあり増収
- 中東影響による原材料コストの増加、為替変動等により欧州日清は苦戦も、持分法適用会社の貢献もあり増益

単位：億円		2026年度 Q1		増減要因	
売上収益					
EMEA地域*	67	欧州日清	+20%	数量回復及び為替影響により増収 (為替影響 +9億円)	
前期比	+20.6%				
コア営業利益					
EMEA地域*	22	欧州日清	赤字	(為替影響 △0億円)	
前期比	+28.3%				
利益率**	-	持分法適用会社：			
		マルベン	8億円	YoY +6億円	(為替影響 +1億円)
		プレミアフーズ	16億円	YoY +1億円	(為替影響 +2億円)

* トルコ事業も含む
2025年11月にNISSIN FOODS TURKEY GIDA ANONİM 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
** 利益率は持分法損益を含まない

16

16 ページをご覧ください。EMEA 地域です。

欧州日清は、国別では、イギリスや大型プロモーションを実施したドイツで売上が好調に推移した結果、数量増および為替影響により増収となりました。一方、中東情勢による原材料コストの増加や為替変動等の影響を受け、欧州日清単体ではわずかに赤字で着地しています。

EMEA 地域全体では、売上収益は前期比プラス 20.6%の増収、コア営業利益は、持分法適用会社マルベンの貢献により、プラス 28.3%の増益となりました。

日清食品「つくばみらい工場（仮称）」概要

- 大消費地・首都圏に隣接し、圏央道沿いの好立地に、カップヌードル特化型工場を建設
- 新工場建設により、カップヌードルの供給リスクを長期にわたり低減するとともに、東西供給バランスを改善
- これまで培った生産技術の活用による生産効率の向上、製造時CO₂排出量の削減に取り組み環境負荷を低減

概要	
名称	日清食品株式会社 つくばみらい工場（仮称）
所在地	茨城県つくばみらい市福岡工業団地76番5
工事開始年月	2027年5月（予定）
稼働予定年月	2029年度操業開始予定
生産品種	カップ麺
敷地面積	約331,000㎡
工場延床面積	約41,000㎡
生産能力（年間）	最大5億食
設備投資額	約700億円

主な生産予定品



新工場完成イメージ及び建設予定地



圏央道沿いの好立地
首都圏へのアクセスも抜群



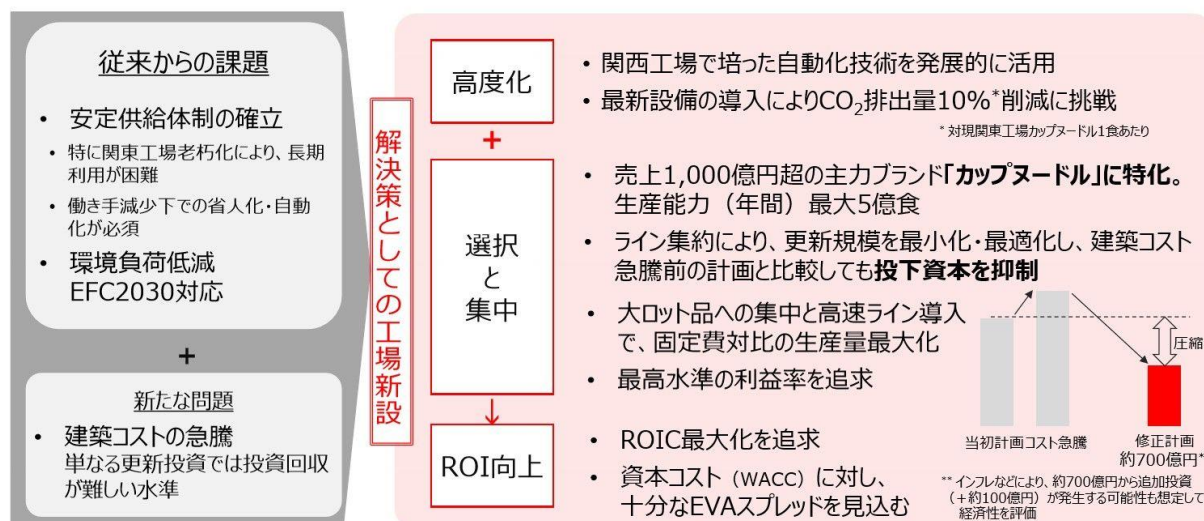
18

18 ページをご覧ください。

日清食品は、茨城県つくばみらい市に「カップヌードル特化型工場」を新設することを決定いたしました。着工は2027年5月、稼働開始は2029年度を予定しております。

年間最大5億食の生産能力を持ち、設備投資額は約700億円を見込んでいます。大消費地である首都圏に隣接し、圏央道沿いという好立地を生かし、主力ブランドである「カップヌードル」の供給リスクを長期にわたり低減するとともに、東西の供給バランスを改善してまいります。また、これまで培ってきた生産技術も活用することで、生産効率の向上と製造時のCO₂排出量削減にも取り組んでまいります。

「高度化」と「選択と集中」により、資本効率を徹底追求



19

19 ページをご覧ください。

本工場のコンセプトは、「高度化」と「選択と集中」による資本効率の徹底追求です。左側に記載の通り、従来、日清食品の関東工場の老朽化や人手不足への対応に加えて、環境負荷の低減といった課題がありました。さらに、用地取得後に急激に進んだ建築コストの高騰もあり、投資規模と経済合理性を一から見直す必要がありました。

この解決策として打ち出したのが、関西工場で培った自動化技術の活用と、CO₂ 排出量 10%削減による高度化、そして国内年間売上 1,000 億円超のトップブランドである「カップヌードル」特化による、投下資本の抑制と高利益率の追求です。

この結果、投資額については、製造ラインの最小化・最適化を設計思想に織り込み、当初計画を大幅に下回る約 700 億円を展望できる状況となり、最も採算性の高い「カップヌードル」ブランドを大量生産することで、投資効率を追求いたします。

私からのご説明は以上となります。

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。ご質問につきましては、お1人様2問ということでご協力いただければと思います。

それでは、最初のご質問をお願いいたします。

[Q]：まず1問目ですが、第1クォーターの利益が計画に対してどのような進捗だったのか、全体感を教えていただけますか。

例えば、国内の日清食品単体については通期の利益計画に対する進捗がよく見えますが、セグメントごとに濃淡があるように思いますので、その点を教えていただきたいです。また可能であれば、億円単位で、どのような上振れ・下振れがあったのかというところまで教えていただければありがたいです。これが1問目です。よろしくお願いします。

[M]：計画対比ということですね。

[Q]：はい、そうですね。

[A]：全体として、第1クォーターの期初計画対比では大体40から50億円ぐらい上振れをしております。これに中東影響によるコスト増が18億円ありましたので、実質的には60億円前後上振れている状況です。この中でいうと、大体半分ぐらいが日清食品の上振れ要因だと考えていただければと思います。

それ以外に大きいところでは、国内ですと明星食品とか湖池屋。ここは数億円単位で上振れている感じです。あと海外ですと、大きいところはブラジル。ここは少し大きめになります。1桁後半億円程度の上振れ。あとマルベン、プレミアムフーズというところも、1桁半ば億円程度の上振れということで、これが比較的大きなところということになります。

[Q]：ありがとうございます。中東情勢の影響は、今回第1クォーターで18億円出ていて、第2クォーター40から50億円を見込んでいるのですが、これは計画に織り込まれていないわけですよね。

[A]：そうですね。

[Q]：今のコミュニケーションだと、40 から 50 億円の第 1 クォーター上振れということですが、中東影響 18 億円はどのように計算されているのですか。

[A]：そういう意味では、18 億円に、先ほど申し上げた 40 から 50 億円を足したもので大体 60 億円になるという、そういうことなので。中東影響は元々の計画に入っていないので分かりづらいのですが、実態的に、われわれが想定していたものが上振れ幅としてはそのぐらいになるということになります。

[Q]：なるほど、分かりました。ありがとうございます。それを踏まえて 2 点目ですが、第 1 クォーターは中東情勢の影響で 18 億円のコスト増となり、想定を下回った一方、第 2 クォーターには 40 億円から 50 億円のコスト増を見込んでいるとのこと。この影響が急拡大する背景を教えてください。また、今回は下期の中東情勢影響の開示がなく、この 40 億円から 50 億円の影響が今後拡大するのか縮小するのかが分かりづらいと感じています。コストの現状の前提と今後の見通しを教えてください。

[A]：まず、この第 1 クォーターから第 2 クォーターにかけて金額が大きくなる背景というのは、そもそも中東情勢の問題が起こったのが 3 月から 4 月ということで、その影響が第 1 クォーターはそれほど大きく出なかったのですが、第 2 クォーターから本格化するというので、これが大きくなると想定をしています。ですので、金額的には 18 億円から、40 から 50 億円ということで、倍以上ということになるわけです。

第 3 クォーター以降に影響がさらに拡大するかどうかは、中東情勢、端的に言えば原油価格の動向次第です。非常に読みづらいため、具体的な数字はお示ししておりません。ただし、第 2 クォーターに想定している相場水準が続くのであれば、第 3 クォーターから第 4 クォーターにかけて、影響がさらに大きくなることはない想定しています。

影響はほぼ第 2 クォーターに出ているものというのが、おおよそわれわれが想定している最大の金額ということになります。

[Q]：分かりました。プレゼン資料のスライド 5 ページ目に、Q2 の見込み前提で、原油 65 から 85 ドル、為替で 155 円から 165 円という記載がありますが、この前提が続いた場合、第 3 クォーターからこの利益はフラットになるということをおっしゃったのですか。利益が悪化しないということをおっしゃったのですか。

[A]：中東影響が同じぐらいではないかと見ている、ということです。

[Q]：それでは 40~50 億円ぐらいが第 3 クォーター以降も続くというイメージ。

[A]：そうですね。第 1 クォーターから第 2 クォーターは中東情勢が始まったタイミングがあるので、タイミングのズレと言いますか、われわれが買う製品の価格転嫁のタイムラグというのは、第 2 クォーターにかけては高くなります。中東情勢次第で、必ずしもこの状況が続くということではないと思いますけれども、仮に続いた場合には同じぐらいになる。逆に言うと、第 3 クォーター、第 4 クォーターにかけて、これがさらに大きくなるという想定はあまりしてないということです。

[Q]：なるほど。規模感的には、同じ第 2 クォーターの 40~50 億円ぐらいのインパクトが、この前提であれば続いて、下期もクォーターごとに出てくるという。

[A]：そうですね。中東影響だけを取り出せば、そのような見方になります。ただし、この影響がすべて当社の収益にマイナスになるとは想定しておらず、さまざまな打ち返し策を進めています。特に、第 2 クォーターよりも第 3 クォーターから本格的に効果が表れると考えています。一部の事業会社ではすでに価格改定を発表しているほか、自助努力によるコスト削減、サプライチェーンや資材の見直しも進めています。こうした施策を通じて、影響をできるだけ緩和していく方針です。

[Q]：ありがとうございます。この原油の 65 から 85 ドル/bbl という Q2 の前提なのですが、5 月時点に出されている食品メーカー各社の前提では、100 ドル前提でインパクトは御社未満だった印象があります。65 から 85 ドル/bbl の保守的な今の相場前提をおいているのに、結構インパクトが大きいなという印象です。相対感が難しいかもしれませんが、これは何でだと思いますか。

[A]：他社がどのような前提で算出しているかにもよるため、単純な比較は難しいと考えています。当社では、資材納入業者との交渉を踏まえ、現時点で見えている影響から、第 2 クォーターはこの程度になると見込んでいます。

[Q]：もちろんです。分かりました。これは、価格改定が現在発表されているところで吸収するのでしょうか。第 2 クォーターから、もし仮にこれが続いた下期ではコストプッシュになってしまうと思うのですけど。それが吸収できるレベルの価格改定が今、現地で行われているという理解なのか。追加的にやっていく必要があるのか、どういう状況ですか。

[A]：そこは、日清食品と明星食品は既に第 1 クォーターにやっておりますけれども、価格改定を発表しているのは、チルド、冷凍、ヨークと、あとシスコですかね。あと湖池屋も発表しています。これで全て中東影響をカバーできるかというところは、何とも言えないところもあります。当然これ以外に、コスト削減努力というのをやっておりますので。

今見えているものだけでなく、まだ見えていないものや不確定要因も多くあります。これらを踏まえながら、期初計画である既存事業コア営業利益 735 億円の達成に向けて、全社一丸となって取り組んでいる状況です。

[Q]：承知いたしました。ありがとうございます。

[M]：ありがとうございます。では、次のご質問、お願いいたします。

[Q]：よろしくお願いします。私も二つあって、一つは先ほどの質問の続きで、もう一つが北中米の話です。

まず、ファーストクォーターは、中東影響を含めると大体 60 億円上振れたという話なのですが、このうち、持続性のある部分はどれぐらいなのかというのを、ぜひ教えていただきたいのですが、いかがですか。

[A]：まず一時的な要因としては、例えば日清食品では、当初想定していた資材工場の建設が、建設需要の逼迫などにより若干遅れています。そのため、想定していた減価償却費や固定費がまだ発生していません。これは通期には影響しますが、建設が始まれば想定の水準に戻ると考えています。

一部、これはいくつかの会社にまたがりますけれども、マーケティング費用ですとか、そういった経費の期ズレみたいなのもあって。それが、場合によっては第 2 四半期以降に入ってくるかもしれませんし、実際の利益の状況を見ながら、もう今期は使わないと判断するかもしれない、というものが入っています。

あとは為替影響ですね。計画に比べると大体 4 億円ぐらい上振れている結果になっております。

マルベンやプレミアムフーズなどが、合わせて 10 億円弱ぐらい上振れているとか、そういった要因もあります。そういったものを除くと、大体 30 億円前後ぐらいがインオーガニック部分も含めた実質的な増益だったのかなと考えています。

[Q]：日清食品のところの上振れは、ほぼ期ズレで説明できる話で、持分のところはちょっとよく分からないので実質ベースだと数十億円ぐらい上振れている、と理解したらいいですかね。

[A]：そうですね、インオーガニックも含めてです。

[Q]：なるほど。結局、やはり今期計画を修正してないというのは、中東情勢でもしかしたら年間で 100 数十億円コストが上がるかもしれないと。そこに対して、ファーストクォーターでは数十

億円ぐらいしか上振れていないので、そこでネットして修正する必要がないだろうと思ったという、そう理解していいですかね。

[A]：足元のビジネス、売上は国内外全般的に非常に好調ではあるのですよね。特に足元、国内の即席めんは日清食品も明星食品も非常に好調で、いろいろと災害の事情ということもあるのかもしれませんが、そういう意味でも、まだわれわれとして旗を下ろすタイミングではないだろうと考えております。

[Q]：なるほど。ちなみにファーストクォーターで結構大きく増益したので、そのまま通期計画に向けて頑張っていくますとなると、セカンドクォーター以降の利益は前年並みか、もしくは減益してくる局面もあるのではないのかなと思ったりするのですけど。そういう理解で正しいですかね。

[A]：第2クォーターについては、40から50億円程度の中東影響があるという話をしております、そういう意味では18億円に比べるとだいぶ増える想定です。したがって、第2クォーターはおそらく、われわれとして一番厳しくなると見込んでいます。価格改定をする会社というのは、大体7月か9月以降なので、そういう意味では、第2クォーターについてはちょっと厳しいと想定しています。もちろん50億円がそのまま、前期比マイナスになるというのは想定していませんけれども。この第2クォーターで50億円をカバーできることには多分ならないだろうなという想定です。

第3クォーター以降もこの中東影響による今の相場が続くのであれば、いろんな施策をわれわれ考えておりますので、そういったことで何とかカバーしていきたいと考えています。

[Q]：イメージでは、セカンドクォーターでガクッと減益した後、サードクォーター、フォースクォーターでは、微増益とか1桁前半・中盤の増益に回帰していった数字を作っていくと。コストを打ち返して数字を作っていくみたいなイメージを持っておけばよいということですよ。

[A]：はい、そういう想定でいます。

[Q]：分かりました。次に、二つ目の質問です。北中米のところなのですけど。

まず米国とメキシコの既存事業で、コア営業利益率がそれぞれ何%だったのかというのを確認してもいいですか。二つ合わせて5%ぐらいだったというのは見ていて思うのですけど。米国とメキシコとすると、どうだったのかなと思って。

[A]：米国が1桁半ばちょっとです。メキシコは1桁前半パーセントです。

[Q]：なるほど、分かりました。米国はやや QonQ で改善して、メキシコはやや QonQ で悪化しているみたいな感じになっているのですけれども。この数字に何か意味はありますか。

[A]：そういう意味では、メキシコの売上は好調なのですからけれども利益を押し下げたのは減価償却費です。新しい工場が稼働している関係です。メキシコは、MT と輸出も結構伸びてカバーしております、実は数量は結構伸びています。ただ、利益の方がそういった影響もあって若干伸び悩んでいるという状況です。利益率としては、去年第 1 クォーターとほぼ同じ水準ではあります。

[Q]：分かりました。あと米国ですが、ファーストクォーターの数量が 1 桁後半増でしたと。一方で、去年はクラブストアでプロモーションの反動で大体 2 割ぐらい落ちている中での 1 桁後半増なので、正直あまり伸びてないと思うのですが、この足元の状況はどう捉えたらいいのでしょうか。

[A]：われわれだけということではないと思うのですけれども、アメリカの即席めん市場全体がそんなに強くないという印象を持っています。全体のインフレがまだ進んでいるという中で、これがどうなるかというのを注視しています。

想定以上にインフレが進んで、例えばガソリン価格が上がって、低所得者の方たちの生活を直接的に痛めます。そういったこともあって、今むしろベース商品の方が伸びているという印象があります。そのような環境下、われわれのプレミアム商品が若干苦戦している中で、結果としてミックスが悪化し、売上収益ほどに利益が伸びないという環境にあります。

[Q]：ちなみに、ファーストクォーターだけ取った時、プレミアムとベース品の伸び率はどうか。

[A]：ベースの方は 1 桁の後半伸びています。ただ、プレミアムの方は若干の減少です。これはチャネル別でいうと、いわゆるグロッサリーなど、少し単価の高いチャネル、そちらの方が、われわれだけではなく、アメリカ全般的に苦戦しています。その影響もあり、グロッサリーで売れているプレミアム商品が伸びづらい環境になっています。

[Q]：なるほど分かりました。セルアウトベースで見た時も、御社は市場に対してキャッチアップできている、ややアウトパフォームできている認識なのですが。

[A]：そうですね、すごく強いというわけではないと思いますが、マーケット並みです。

[Q]：なるほど。分かりました。これで最後の質問ですが、6月からの工場は稼働しているのでしょうか。また、「BOLD TASTES of TOKYO」については、6月からいろいろキャンペーンに取り組んでいると思うのですが、足元、手応えがあればぜひ教えてください。

[A]：工場については、実は当社要因ではないのですが、当局からご指摘事項があって、残念ですがまだ稼働はしていません。われわれとしては必要な対応を行っているのですが、許可が取れ次第、生産を始めるということになります。

おそらくわれわれだけではなくて、いくつかの会社で同じような状況があり得るのではないかと思います。

[Q]：なるほど。「BOLD TASTES of TOKYO」の手応えや、新工場が稼働しない中でも、既に販促をスタートしているのか等、そのあたりはどうですか。

[A]：本格的な販促はもう少し後からということで、今、限定的にやっております。そういう意味では、数量は多くないですが、グリーンビルが稼働するまで、応急処置的に他の代替生産ということで、別の工場で同じクオリティのものを作る態勢を整えております。順次、そこは出荷をしていきます。許可が下り次第、グリーンビルの方で本格的に生産をするということで、今、態勢を整えているところになります。

[Q]：なるほど。今、テストマーケティングしていて、手応えどうですか。

[A]：非常に良いですね。元々小売の反応は良かったのですが、日本のIPを使っていくという話をしていたと思いますが、そういったところへのエクスポージャーも増やしたりしています。そこに対する引きは強いと聞いています。これが実際の購買にどれだけ繋がるかというのは、やってみないと分からないところですけども。

[Q]：分かりました。最後に、IPは何を使っているのですか。

[A]：そこは契約の関係で申し上げられないです。

[Q]：分かりました。私からは以上です。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、お願いします。

[Q]：私も2点、クイックに教えてください。

まず1点目が国内日清食品のところですか。ここの増減要因を確認させてください。あと、先ほど来からお話いただいておりますが、本当にここが全部期ズレでご説明がなされるのでしょうか。20～

30 億円ですかね、日清食品で上振れているところに対しての中身をもう少し教えていただいていいでしょうか。よろしくお願いいたします。

[A]：それでは、いつもご説明しているブレイクダウンで、利益の増減要因をご説明させていただきます。まず、売上増に伴う要因がプラス 13 億円。2 番目に原価率変動、物流費等の影響がマイナスの 5 億円。プロダクトミックス等、これはほぼフラットですけどもマイナスの 1 億円。設備投資など償却費の増加がマイナス 4 億円。一般管理費は、こちらプラスに働いていて、プラス 4 億円。で正味の 7 億円という形になっています。

[Q]：分かりました。ありがとうございます。その中でおっしゃっていただいたような費用の期ズレというのは、どこに影響してくる形ですか。

[A]：先ほどお伝えしたのは前期比での説明ですが、日清食品では中東影響が数億円規模で発生した一方、費用の期ズレなどの特殊要因もあり、両者がおおむね相殺されたイメージです。そのため、価格改定の効果はそれなりにあったと考えています。なお、この売上増には、当然ながら価格改定の影響も含まれています。

[Q]：分かりました。ありがとうございます。日清食品の今後の利益を考えた際に、本当にそれが計画並みに落ち着くのか。その辺りの考え方をもう少し教えていただいていいですか。

[A]：そういう意味では、第 2 クォーター以降はやはり中東影響です。全体で 18 億円だったのが 50 億円に増えるということは 2 倍以上になるということなので、やはりその影響というのはあると思います。ただ、第 2 クォーター以降は周年施策で、今期好調だった「カップヌードル」のコアの商品、こういったものを拡販していきますので。中東影響を何とかそういった営業努力でカバーし、期初計画を達成できるように、いろいろな策を練っているところです。

[Q]：その中東影響を考えた場合に、やはり国内の日清食品に関わる場所は結構大きいと思います。おっしゃっていただいたキャンペーンとかだけの施策で本当に足りてくるのかと思うと、今年 4 月に値上げされたばかりではありますが、更なる追加の値上げとか、その辺りの考え方は国内日清食品でいかがでしょうか。

[A]：そこについては、まだ 4 月に価格改定をしたばかりであることと、あと競合他社もこの 7 月に価格改定をしたばかりなので、その影響を見定めているというところです。ただ、6 月に明星食品が価格改定をして、4 月から競合他社はじめ他の会社さんも価格改定されていますが、7 月の売上を見ると非常に好調です。こういったことを踏まえて、決して日本の国内の状況は悪くないなという印象を持っています。

[Q]：分かりました、ありがとうございます。2点目は、USの数量状況に関して、私もお伺いしたいです。

先ほどお話いただいたような、新工場の稼働のタイミングもまだ見えてないという点や、ベース商品の状況も含めて弱いとなると、今見てらっしゃる年間計画の数量はプレミアムが1桁後半増、ベースが微減という状況だったと思うのですが、そこに対しての見方が変わっているのかとか。その辺りいかがでしょうか。

[A]：このマーケット全体が、やはり期初想定していたよりも弱いというのは事実です。あと、「BOLD TASTES of TOKYO」が場合によっては想定ほど伸ばせないというか、作れない可能性がありますので、数量については少し厳しい、少し弱めの結果になるかなと想定をしています。

ただ一方で、当然販売が遅れたりすればマーケティングコストも減るわけですし、全体としてコストは削減努力をして、利益については当然こだわっていくと考えております。売上が仮に伸びなかったとしても、利益面は何とか達成できるようにやるということで、いろいろと議論をしているところです。

[Q]：分かりました、ありがとうございます。最後に、新工場のところの稼働の時期で、何か目安が立っていないのか。もちろん許可が取れ次第という状況だと思うのですが、それがいつ頃になりそうとか、その辺りの目処はいかがでしょうか。

[A]：これはわれわれとしても少しでも早くと考えているのですが、あくまでも相手次第ということなので。そこについては今のところ情報は得ていない状況になります。

[Q]：分かりました。私から以上です。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、お願いします。

[Q]：1点目が、中東コストの確認で恐縮なのですが、1Qは18億円で抑制とご説明いただきましたが、この意味について教えてください。25億円と見ていたのが、たまたま想定がずれたために少なく済んだという意味合いなのか、調達先の切り替えとかさまざまな施策を打った結果、コストの悪化分を抑えることができたのか。どういう意味合いになるのですか。

[A]：そこはいろいろな要因が入っていると思いますけれども。当然交渉をしたこともありますし、調達のタイミング、やはり原油相場も結構動きましたので、いいところで買えたとか、そういうことも含めて、抑制できたということになります。

包材の調達先を急に変えるというわけにはいかないのです、どちらかというとも相場のいい所で買えたとか、交渉の結果というところが大きいと思います。

[Q]：分かりました。ありがとうございます。その辺りの交渉次第では、お示しいただいている 2Q 以降の数字も、もう少し抑制できるのではないかと見ていいですね。

[A]：はい。一時は 100 ドル台を前提に交渉していて、向こうが相当値上げという話が出てきたのが、今 70～80 ドル/bbl 台まで、WTI が落ちていますので、交渉は日々行っています。

[Q]：分かりました。1Q の進捗も大変良かったですので、日清食品の価格改定なしでも計画は達成で大丈夫そうだと、というご認識でよろしいですか。

[A]：大丈夫と明言できるかどうかと言うと、やはり、いろいろこれからの努力が入ってくるとは思っています。そこを目指していくということです。

[Q]：分かりました。ありがとうございます。2 点目が北中米で、数量・売上は良かったのですが、利益がマイナス。物流費ですとか RHQA 関連の費用がと書いてあったのですが。これは続きそうなのですか。増益に転換はなさそうなのでしょうか。

[A]：そこは今後、当然コスト削減等を今やっております。

[Q]：北中米の米国について伺います。米国だけ切り取ると減益と書いているのですが、トップラインが伸びている割には、と思いました。

[A]：それで、通期でどうなるかというお話ですね。

[Q]：そうですね、はい。

[A]：コストの見直しもやっておりますので、そういったところも含めて、一応何とか増益を達成しようということで進めています。

[Q]：分かりました。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。では、次のご質問、お願いいたします。

[Q]：よろしくお願いします。一つが、つくばみらいの新工場について伺います。これによってどれぐらいのメリットを上げていける見通しなのか。5 億食作ればそれなりの売上規模にはなると思うのですが、他のところのコストを減らすのかとか、この工場で新しい売上を作ってその利益でどれぐらいの年月で回収できるのかとか。その辺どう考えているのか教えていただけますか。

[A]：これから即席めんの需要が急激に増えるということについては、当然人口も減っている中で、そこは想定していません。どちらかというとも既存の関東工場で作っている「カップヌードル」のラインがそのままこちらに移ってくるという想定になりますので、数量増でそれをカバーしていくという想定では必ずしもないです。ただ、ライン効率化とか、そういったことを進めますので、今よりは低コストで作れるようななどのメリットが出てくると考えています。

[Q]：固定費が、新しい工場の償却ということで増えてくるけれども、固定費とか変動費とかが下がっていくことによって、リターンが大きくなるということなのでしょうか。

[A]：そうですね。当初は減価償却費が増加するため、すぐにその負担をカバーできるわけではありません。ただし、工場は40年から50年という長期間の使用を想定しています。その期間で見れば、既存工場から新工場へ移行し効率化を図ることで、十分なメリットを得られると考えています。社内の投資委員会を含めて採算性を検討した結果、この判断に至りました。

[Q]：分かりました。ありがとうございます。あと、メキシコですが、数量増は輸出によるものというお話だと思うのですが、輸出とメキシコ国内と合わせて、数量が10%台というのが10%台のどのあたりでしょうか。売上がプラス12%なので、例えば15%だと単価がマイナスということになると思うのですが。単価も値上げはしていると思うので、どういう推移なのか、このメキシコの内訳を教えてくださいませんか。

[A]：一番売上が伸びているのは輸出です。元々、TT、MT、輸出の3つがあります。大体1対1対1ぐらいだったところが、この1、2年で輸出がちょっと厳しくて、MTも伸び悩んでいたということがあり、そのバランスは逆に今、崩れています。ただ、この第1四半期を見ると、MTの方が1桁後半、輸出はもう2桁台で伸びておりますので、だいぶそのバランスが戻ってきたというのが全体感であって、全体としては10%ぐらいの伸びになっているということです。

[Q]：10%台というのは、本当10%ちょい上ぐらいって思っておけばよいですか。

[A]：10%台の前半です。

[Q]：輸出が増えているから平均単価としてはむしろ下がってしまっている、というメッセージなのですか。この売上12%増に対して価格効果をどう見ればいいのかというのが、ちょっと悩んでいるので。

[A]：単価については、ほぼ横ばいです。競合他社は4月から価格改定を実施していますが、当社はメキシコ国内では価格改定をしていないため、大きな変化はありません。

主な価格改定推移（海外）

2026年8月4日時点

地域	2019-21年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
米州地域	米 国 19年4月 袋・カップ	21年5月 袋・カップ	22年1月 袋・カップ	8月 平均36% 袋・カップ	10月 袋・カップ	
	ブラ ジ ル	段階的実施 5月 袋・カップ	6月 袋・カップ	7月 袋のみ	2月 袋・カップ	1月 袋・カップ
	メ キ シ コ * チャンネル毎に実施	段階的実施 5~6月	3月	10月	9~10月	5月 一部チャンネル 10月 一部チャンネル
他の海外地域	中 国 地 域	19年7月 カップ, 香港	22年3月 袋・カップ 大陸	4月 袋・カップ 香港	9月 袋, 香港	
	ア ジ ア 地 域	一部地域 で実施	各地域 で実施	一部地域 で実施	一部地域 で実施	一部地域 で実施
	E M E A 地 域	段階的に実施	1~4月 袋・カップ	10月~ 袋・カップ		4月 一部地域で実施

25

[Q]：25 ページを見ると、去年の5月と10月に一部チャンネルでやっていると思うのですが、そこはどうなっているのでしょうか。

[A]：価格改定はしていますが、売上、数量と売上金額の伸びがほぼ同じということですね。

[Q]：ミックスが、輸出とMTとTTのバランスで、ASPとしては横ばいくらいと思っておけばいいということですね。

[A]：やはりそこは、輸出の影響が多少出ているという。

[Q]：よく分かりました。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、お願いします。

[Q]：私も二つ質問させてください。しつこいのですが、もう一度、今期の業績の考え方を整理したいです。ファーストクォーターで40~50億円上振れましたと。ただ、中東情勢の影響でセカンドクォーターが40から50億円、これが下期も続くとなると、120から150億円の織り込んでないコストアップはこれからありますと、そういうことで整理してよいのでしょうか。

[A]：われわれも正式な数字として出しているわけではないのですが、この情勢が続けばそのぐらいになるだろうと想定はしているということです。

[Q]：なるほど、分かりました。120 から 150 億円、2Q の 40 から 50 億円でもいいですけど、中東情勢を国内と海外に分けるとどんなイメージでしょうか。

[A]：中東情勢の出方ですか。

[Q]：はい。

[A]：確か国内の方が大きかった。3 分の 2 ぐらいが国内ですね。

[Q]：これはやはり 4 月から実施した値上げだけでは吸収が難しいと考えるべきですか。

[A]：日清食品が価格改定した分だけでは吸収しきれないため、他の子会社も順次、価格改定をしているということも含めて、コストやいろいろな見直しを昨年から進めているということになります。

[Q]：なるほど、分かりました。日清のポイントだと思うのですが、実際どういった背景で値上げ後に高価格帯の主力品が伸びていると考えればいいですか。

[A]：逆に言うと、低価格帯の商品は減少しています。いわゆる「あっさりおいしい」シリーズです。以前は特売時に 100 円を切る水準でしたが、現在は 100 円を下回らなくなっています。そのため、100 円未満の価格帯を求めるお客様が一定数いることを、改めて認識しています。実際、この価格帯の商品は減少している一方、それ以外の商品は減っておらず、低価格帯を求めるお客様にとっては、価格が重要だったのだと考えています。

一方、当社のコアブランドを求めるお客様は、価格よりも商品そのものを重視しているのだと考えています。商品バリエーションを増やしており、直近では「冷しカップヌードル」なども発売しています。こうした取り組みにより、高価格帯の商品を維持できている面があると考えています。

[Q]：分かりました。あと 1 点、簡単にブラジルだけ教えてください。利益率が 9%、年間の計画 8%だと思うのですが。ここは上振れということでしたけど、アップサイドを見てよい状況なのでしょうか。数量は 1 桁前半ということですけど。ここの考え方を教えてください。

[A]：足元は非常に堅調です。ただ、もちろんブラジル経済が非常に良いが故に、過熱感というのが出てくる可能性があるので、そういうところも含めて、今のところでは期初計画は変えていないということになっています。

ただ、やはり結構効いてきているのはコスト削減のところですよ。ブラジルのイビウナ工場は、実は生産数量というと社内で一番大きいです。国内の関東とか関西よりも、実は生産量が多い工場なの

で。そこでサプライチェーンの見直しとか資材の見直しとか、あと生産効率の見直しをすると意外に効果が出てくるので。そこを日本からも人を送って、今、徹底的にやっております。

そういうところも含めて、数量が仮に相当伸びなかったとしても、コスト削減の方で何とかしっかりやっていこうということもやっております。

[Q]：すみません、過熱感とはどういうことですか。

[A]：過熱感というのは、非常に金利が高止まりしているというところですね。結果として皆さん、例えばローン借りている方からすると、可処分所得は増えないですね。むしろ減る方も出てきます。そういう中で、これから消費動向がどうなるかというのを見ていく必要があると思っています。

[Q]：なるほど。消費動向はちょっと見ておく必要があるということ。

[A]：そうですね。その辺ぜひ 10 月に来られた時に、含めてご覧いただければと思います。

[Q]：分かりました。ありがとうございました。

[M]：ありがとうございます。ちょっとお時間超過していますけど。あとご質問 3 名様いただいていますので、延長して対応させていただきたいと思います。次のご質問をお願いいたします。

[Q]：メインで 1 点、お願いしたいのですけれども。先ほど来お話しになっている 1Q の上振れの 60 億円の考え方を教えていただきたいです。結局、2 クォーター以降の中東情勢の影響が厳しく出てくるので、年間 735 億円を達成するために、あえて 1 クォーターからちょっと利益を取りに行ったと。こういう文脈で捉えるべきですか。

[A]：ここは、われわれが企図してやった部分とやってない部分があるということですかね。例えば減価償却費が少なく済んでいるというところは、これは別にわれわれが建設を遅らせている訳ではなくて、なかなか業者さんの手が回らない、機材が来ないとか、いろんな理由があって遅れているというところもございます。

[Q]：そんなに額大きくないですよ、減価償却費の話とか。多分、持分も 10 億円とおっしゃられたけど、その部分も意図的ではないと思うのですが。

[A]：減価償却費とかの固定費の部分も数億円の規模ではあります。

[Q]：半ばぐらいですか。

[A]：前半ぐらいですかね。あと比較的大きかったのが各社での期ズレです。これも合計すると10億円近くなる。ただ、これは期ズレと言っていますけれども、例えばマーケティング費用と広告宣伝費用の期ズレなどがあります。これは元々、Q1に使うと思っていたものをやめてQ2以降に使うということで、取ってある状況です。これは状況を見ながら、もう今期は使わないという判断をするかもしれないというものになります。

あと一部、前期末に計上していた引当金を多少戻した部分の影響というのも、この数億円規模ではあります。これは一時的な要因になります。

あとはやはり、おっしゃったプレミアムフーズ、マルベンといった持分法適用の影響が全体で、先ほどおっしゃった10億円弱の金額などでそれなりにあると。あと為替が少し出ているということですかね。

[Q]：今、会社別ではなくて要因分解で聞いていくと、60億円ちょっと足りないですけど、マーケティング費用のズレが10億円ちょっと、減価償却費が1桁前半、持分が10億円、あと去年止めていた引当金云々のところが1桁半ばぐらいなのですかね。その様に考えていくと、30億円弱ぐらいは理解できたのですけれど、残り30億円ぐらいは何かあるのですか。

[A]：あとは、われわれの例えば人件費のところで、想定よりも採用が進まなかった部分で人件費がかからなかったとか。いろいろと細かいところで、費用が想定より減っている部分というのがあります。加えて、もちろんわれわれ自身でコスト削減努力していますので。こういったことなどということです。

[Q]：了解しました。伺いたいのは、さっきおっしゃられた意図的ではない部分というのはもちろんあるのは理解しているのですけれども。大半が意図的に抑制されているはずですから、マーケティング費用とか人件費とか。ここの部分は、将来のコストアップに対する備え、735億円を頑張っでやるぞという貯金と言ったら変だけれど、こういうイメージなのですかね。

[A]：そのようには想定してないですけど、第1クォーターに想定していたものは結果的にそうなる可能性があるということです。もちろん営業は必ずしもクォーターごとに予算を管理しているわけではないので、やはり売上を見ながらその使い方を決めるということもあります。例えば日本の日清食品ですと、想定よりも販売が好調なので今はコストを使わない、とかそういったものもあったりはします。なので、この状況が続けば、結果的に年を通じて使わないものも当然出てくると思います。

[Q]：これは四半期で管理されていないので、議論がかみ合わないのはよく理解しているのですが。結局 735 億円に対して、リスクはあるけどしっかりやっていきたい、そういう感じですよ。今回上振れたからといって、735 億円に対してそんなに楽観的なコメントもできないという、そんなニュアンスで理解しておけばよいのですかね。

[A]：当然、中東影響もこれから大きくなっていきますので。第 1 クォーターが上振れたからといって、第 2 クォーターについて必ずしもそうではないというのは、先ほどお話あったと思います。そういったリスクも当然考えていますし。逆に、秋からまたさらに食品の価格改定が進む中で、われわれの商品がどのように売れていくのかとか、あと本当に中東影響がこれからどうなるか、など。

あと為替の問題もあります。これが本当にどこで着地するのか。結構いろんな要因がある中で、先を見通すのは非常に難しいのですが、ただ、この円高要因についても、為替レートとして 155 円ぐらいつけたところで、今、ドル円のスプレッドでディスカウント効きますので、いいレートで取るとか。そういった取り組みの積み重ねになっていくと思っています。

[Q]：実質的に上振れた部分を 30 億円とおっしゃられていたけれど、その実質的な上振れ部分というのは、さっきマーケティング費用云々とかいろいろおっしゃられていたけど、何を取って実質的とおっしゃられていた感じですか。

[A]：例えば持分法のところですね。こちらの利益増であるとか。あとは価格改定とかですね。あと為替影響があったところとか経費の削減分ですね。

[Q]：了解です。あとベースとしてトップラインはしっかり思った以上に上に来ているのですよね。国内、ブラジル中心に。

[A]：そうですね、為替の影響もありますけれども。計画に比べれば、全般的にプラスで来ているので。

[Q]：このところも、地合いは良いという理解ですね。

[A]：そうですね。計画比で言うと、国内も海外も両方ともプラス。

[Q]：了解です。売上はこんなものですか。やはり経費面でのブレが大きいのですね。承知しました。

あと、国内の「冷しカップヌードル」、探して食べようと思ったのですが全然見つからないのですが。いつ頃、もうちょっと出荷するのかということ、これは生産面で結構ボトルネックがあるのでしょうか。どのくらいの売上貢献を期待できそうなのでしょう。思った以上にすごいなと思っています。この「冷しカップヌードル」のポテンシャルについて、コメントいただけないですか。

[A]：これは実際に、こういう商品が売れるのかどうかということについてはわれわれもすごく自信を持って出したわけではないです。ただ、いろいろ技術開発している中で、麺の成分を変えとか油を変えとか、いろんな努力、あとはコールドリハイド製法とか、新しい製法を生み出して、できるようになったということで、試験的に出したということになります。

なので、元々想定していた数量もそれほど多くないです。かつ、この夏だけの販売ということで。当然、調達している資材も限られているので、これからさらに増産してどんどん出していくという状況にはないです。

[Q]：えー、じゃあ食べられないじゃないですか。これは冗談ですけど。

[A]：もちろん店頭もそうなのですが。今回、地震で熊本の要請がございまして、そちらに結構回す想定になっています。なかなか一般の方に回りづらいかもしれません。そういう意味では、すみません、消費者の方にはご迷惑をおかけすることになるかもしれないです。

[Q]：ある意味、これで手応えはつかめたのですよね。多分、来年以降にはなと思うのですが、再生産した場合、どのくらいのポテンシャルがある商品のイメージですか。

[A]：そこは実際のフィードバックを含めて分析している状況です。今回は元々小さいロットで作る想定でしたが、本格的に作るとなると、当然、生産体制を整えなければいけないです。おっしゃる通り、想定以上に反響が良く、かつ他社さんでは絶対に作れない商品でもあります。これを今後、来年の夏に向けてどのように生かしていくかというのは、まさにこれから議論していこうという話になっております。想定以上に売れているというのが実態です。

[Q]：100億円商品ぐらいになってもおかしくなさそうですね。ちょっと言い過ぎかな。

[A]：これだけ実際にニーズもありますし、味も非常に評価が高いですからね。

[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。では次のご質問、お願いします。

[Q]：まず日清の売上なのですけど、売上がほぼフラットではないですか。先ほどからそれで計画通りっておっしゃられていて、価格改定も順調とおっしゃられていますが、ちょっと数字の整合性がよく分からないです。これは、そもそもトップライン、Q1の日清食品も前期並みの売上というのはどう考えればいいのですか。

[A]：数量については、先ほど申し上げたあっさりを中心に減収したのは、1桁半ばぐらいの数量減になっています。それを価格でカバーして、トータルの売上収益ではほぼ計画通り、前期比で若干プラスという形になっています。

[Q]：数量は前期比マイナス。実際に数量はどのぐらいのマイナスなのですか。

[A]：1桁半ばぐらいです。

[Q]：では、それで1桁半ばの価格改定効果が載ってきましたと。それが、この売上高のプラスの13億円というところ。

[A]：13億円というのは売上高ではないです。

[Q]：ネットネットですよ。要するに数量減、限界利益の減と増益効果の値上げ価格の分が載ってきましたと。それで、あっさりシリーズの販売は減って、レギュラー品というか、メインの販売が増えたのに、ミックスはマイナス1億円なのですか。

[A]：そこは、「カップヌードル」の中の主力商品だけで言うとなのではすけれども。他の商品もそれなりの量ありますので、そちらとのミックス全体で見ると、若干ほぼフラットで見ていただいていると思うのですけれども。

[Q]：そうすると、これはご計画30億円上振れたというところに戻ると、元々Q1はどう分解して見ておられたのですか。やはり原価変動がマイナス5億円しか出てないという、ここの部分が一番大きいのですか。30億円上振れているわけですよ、日清で。

[A]：計画対比ですよ。

[Q]：そうです、計画対比で。30億円上振れていて。ただ正直、堅調だけど売上が想定線で、償却はどちらかというとすごくプラスなのだけど、原価変動のところで大きくマイナスを見ていたのだけど、ここが計画に対してはそんなに出なかった、ということでもいいですか。それとも、この管理費のプラス4億円というのが元々マイナス15億円とかで見ていたということで、これは今後出てくるよと考えればいいですか。

[A]：減価償却などの要因もあります。

[Q]：それは数億円ですよ。

[A]：そうですね、再度整理してお話します。

[Q]：分かりました。あとは、在庫が増えているのですが、これは US の分ですか。営業キャッシュフローがこのファーストクォーター全然出ていないから。そこも時間があればなので、分かったら教えてください。よろしくお願いします。失礼します。

[A]：ありがとうございました。

[M]：では最後のご質問、お願いします。

[Q]：関東の新工場の 700 億円というのは、これはもう既に投資されて土地取得した 130 億円というのを含んだ数字ですか。それとも含まずにプラス 700 億円。

[A]：はい。今後のいわゆる建物とか機械とか、そちらにかかる費用です。

[Q]：そういうことですね。土地含めて 830 億円ということですね。そういうようなイメージか。

[A]：そうです。

[Q]：なるほど。元々、研究開発拠点とかもそこに作るみたいな話があったと思うのですが、やはり CAPEX の膨れ方というのを見直して、製造に基本集中する工場という形になるのかな。

[A]：そうですね。当初想定していたよりも建築工事費が上昇したため、計画を必要最小限に絞りました。キャッシュアロケーションや利益への影響も勘案し、今回は製造機能に集中する方針としています。

[Q]：なるほど。あと、つくばみらい工場（仮称）も、中期の CAPEX のプランに入っていると思うのですが、今回、改めてこういう形で数字を発表されて、フリーキャッシュフローも若干出づらくなるタイミングが、ここから数年訪れるかなと思うのですが、それを踏まえての、株主還元の考えというのはいかがですか。

[A]：今の段階では、そこを何か変えるということは考えていません。当然、ROE のコントロールをしていかなければいけないので、そちらを一定程度やっていく想定でいます。ただ、タイミングについては、株式マーケットも非常にボラタイルで、なかなか AI・半導体株がリードするマーケ

ットになっていて、どういうタイミングでやるのがいいか、そこも見ながらということになります。

あと、外部から調達が必要になってくるので、金利がどのくらいになるかの影響も考える必要があります。それでも株主還元をやった方がいいのかやらない方がいいのか、その辺の議論を社内で行っているところなのです。

ただ、当初想定していた投資金額よりも少なくなっておりますので、その分、多少予算ができたと言えばできた部分もあるので、どのようにこれからそれをうまく使っていくか、そういう話だと思っています。

[Q]：なるほど。ただ、キャッシュアウトはこれから 700 億円増えるので、そういう意味でいくとキャッシュフロー的になかなか出づらいですね。配当を加味すると、多分、配当控除後のフリーキャッシュフローはほとんど出なくなるかと思います。おっしゃる通りで、多分これは借金してバイバックという形になるのかだと思います。そこは金利環境も踏まえてという感じですかね。なるほど、分かりました。

あと、北中米の売上と利益の構成比は、アメリカとメキシコの構成比は、去年と今年でどんな感じか、改めて教えていただいていいですか。

[A]：売上 256 億円の 8 割がアメリカで、残りメキシコです。利益も同じで、8 割アメリカで、残りがメキシコになります。

[Q]：なるほど。去年はどれぐらいですか。去年 205 億円ですけど。

[A]：去年の実績ですね。今確認します。

[A]：計算している間に、6 月の在庫増については、ほぼ季節要因によるもので、日清食品では例年 3 月末から在庫がやや増加する傾向にありますので、特段問題のあるものではないと思います。

[Q]：あともう一点、現地通貨ベースでいくと、アメリカは減益、メキシコは増益という認識でよろしいでしょうか。

[A]：そうですね。

[Q]：なるほど。すみません、さっきの前年度の売上と利益のブレイクダウンだけ教えていただければ、それで大丈夫です。

[A]：前年の 200 億円の内訳については、8 割ぐらいがアメリカです。そういう意味では、あんまり変わってないです。

[Q]：なるほど。利益構成も同様でしょうか。去年の 13 億円ぐらいですけど。

[A]：そうです。同じぐらいですね。

[Q]：8 対 2 の構成比でそんなに変わってはないということですね。分かりました。ありがとうございます。

[M]：以上で全ての回答させていただきました。お時間延長にお付き合いいただきましてありがとうございました。

こちらをもちまして、本日の第 1 クォーターの説明会については終了させていただきます。ご参加いただきまして、ありがとうございました。