2026年度 中間決算報告

2026年 11月 11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 11月 12日

本日のポイント

2026年上期実績

- 売上収益 4,087億円（前期比+9.5%）、既存事業コア営業利益 365億円（同+4.9%）と増収増益
  価格改定やコスト削減施策等の効果もあり、中東情勢影響を相殺し、3 事業すべてで増収増益
- 国内即席めん：増収増益
  - 主要ブランド中心に販売数量堅調、価格改定効果も寄与
- 国内非即席めん：増収増益
  - 2026年2月末から連結子会社化したセリア・ロイルが貢献、菓子事業好調
- 海外事業：増収増益
  - 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
  - 事業成長に加え、円安（USDJPY 前期上期 146.04、今期上期 159.37）も寄与

中東情勢影響と通期見込

- 中東情勢影響によるコスト増：上期では 61億円、通期では 170億円前後のグロス影響を見込む
- 事業戦略の進展、コストコントロールの徹底、価格改定の浸透により、この影響を最大限相殺し、
  期初の通期既存事業コア営業利益予想 735億円の達成を目指す

戦略進捗アップデート

- 国内即席めん・南米地域・中国地域を”Prime”事業と位置づけ、キャッシュ創出力をさらに強化
- 米国・ブラジル・欧州では”BOLD“シリーズを展開、新たなグローバルブランド構築を目指す
- 国内非即席めん事業では、組織・人材両面で体制を強化し、マーケティング改革を推進

目次

Ⅰ. 2026年度上期業績報告と財務面のトピックス …… P3~

執行役員・CFO　矢野 崇

Ⅱ. 既存事業の戦略構造と進捗アップデート …… P13~

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

Ⅲ. 上期の全体総括と通期への見通し …… P26~

代表取締役 取締役社長・CEO　安藤 宏基

Appendix

目次

Ⅰ. 2026年度上期業績報告と財務面のトピックス …… P3~

執行役員・CFO　矢野 崇

Ⅱ. 既存事業の戦略構造と進捗アップデート …… P13~

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

Ⅲ. 上期の全体総括と通期への見通し …… P26~

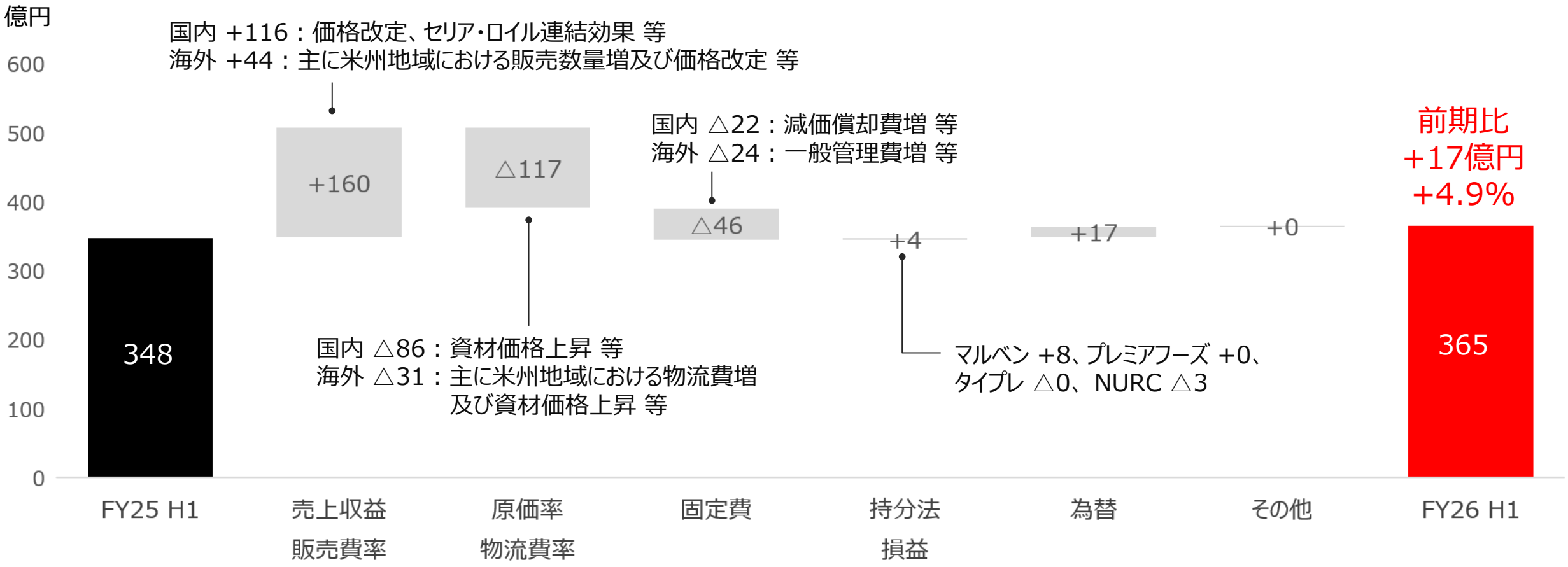
代表取締役 取締役社長・CEO　安藤 宏基

Appendix

2026年度 H1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	4,087	+ 355	+ 9.5%	3,922	+ 190	+ 5.1%	3,732
既存事業コア営業利益	365	+ 17	+ 4.9%	349	+ 1	+ 0.2%	348
営業利益	328	+ 9	+ 3.0%	312	△ 6	△ 2.0%	318
親会社の所有者に帰属する中間利益	220	△ 6	△ 2.5%	208	△ 18	△ 8.0%	226
既存事業コア営業利益率	8.9%	△ 0.4pt	-	8.9%	△ 0.4pt	-	9.3%
営業利益率	8.0%	△ 0.5pt	-	8.0%	△ 0.6pt	-	8.5%
親会社の所有者に帰属する中間利益率	5.4%	△ 0.7pt	-	5.3%	△ 0.8pt	-	6.1%

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

既存事業コア営業利益の増減要因（四半期別）



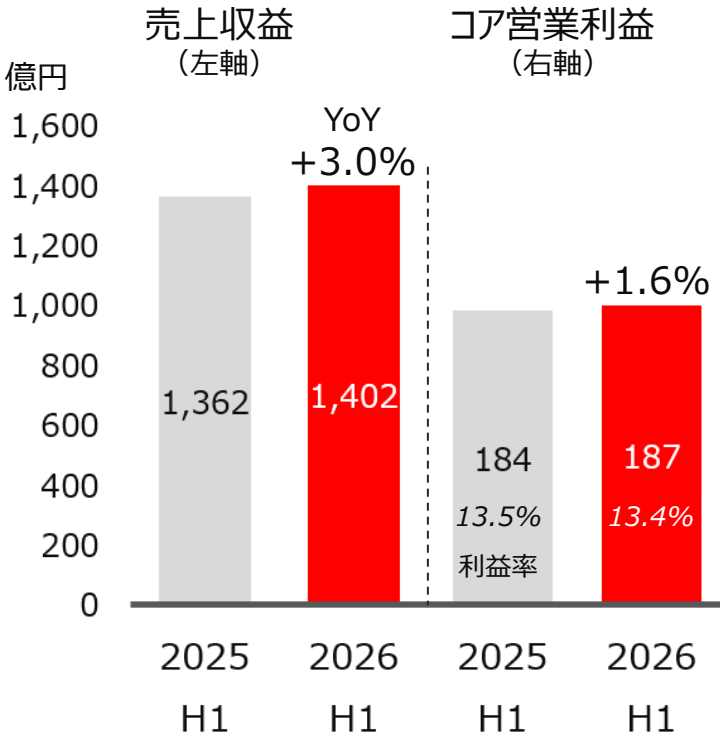
＊ 細目は前期為替一定ベース ＊＊ その他事業セグメント、その他連結調整及びグループ関連費用のコア営業利益増減は「その他」に含めて表示

セグメント別 決算サマリー

売上収益は、国内事業での価格改定、セリア・ロイルの純増、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、増収効果に加え、欧州持分法適用会社の貢献等により、中東影響を吸収して3事業で増益

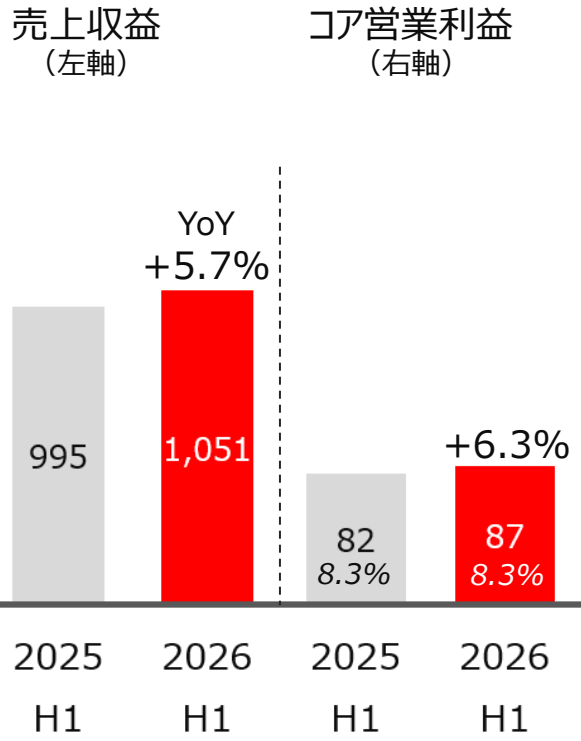
国内即席めん事業

日清食品・明星食品ともに増収。
日清食品では価格改定効果などで増益。
明星食品はコスト増をカバーできず減益



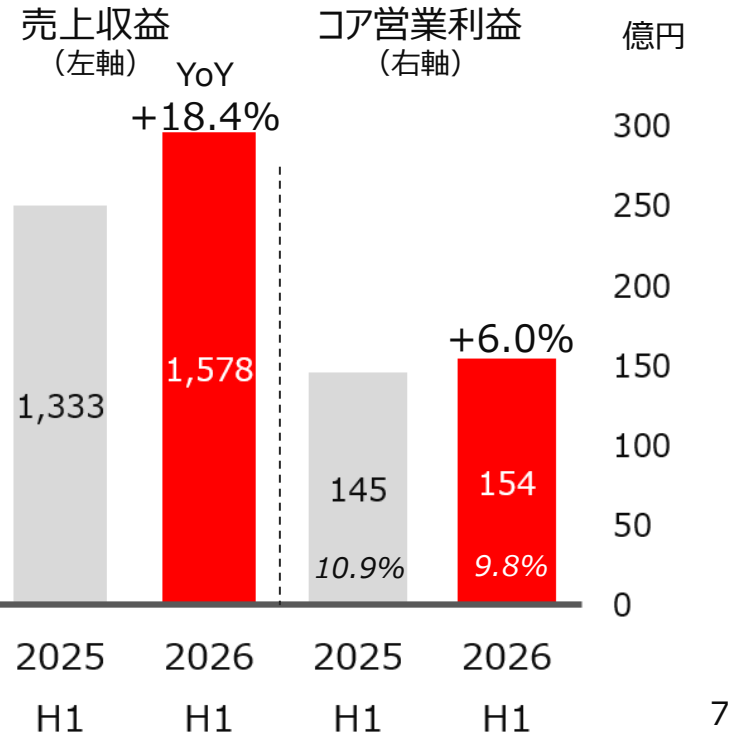
国内非即席めん事業

セリア・ロイルの連結効果、堅調な日清チルドや湖池屋が貢献し、日清ヨークの数量減及び中東影響を吸収して増収・増益



海外事業

全地域で増収。Q1から好調継続しているブラジル・中国のほか、欧州の持分法適用会社２社の貢献もあり増益



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	1,149	+ 19	+ 1.7%	1,149	+ 19	+ 1.7%	1,130
明星食品	253	+ 21	+ 9.3%	253	+ 21	+ 9.3%	232
国内即席めん事業　計	1,402	+ 40	+ 3.0%	1,402	+ 40	+ 3.0%	1,362
低温・飲料事業	518	△ 5	△ 0.9%	518	△ 5	△ 0.9%	523
菓子事業	534	+ 62	+ 13.1%	534	+ 62	+ 13.1%	472
国内非即席めん事業 計	1,051	+ 57	+ 5.7%	1,051	+ 57	+ 5.7%	995
国内事業　計 **	2,453	+ 97	+ 4.1%	2,453	+ 97	+ 4.1%	2,356
北中米地域 **	541	+ 78	+ 16.8%	486	+ 23	+ 4.9%	464
南米地域 **	352	+ 71	+ 25.5%	296	+ 15	+ 5.4%	281
米州地域　計	894	+ 149	+ 20.1%	782	+ 38	+ 5.1%	744
中国地域 *	418	+ 59	+ 16.6%	384	+ 26	+ 7.2%	359
アジア地域	131	+ 24	+ 22.0%	124	+ 17	+ 16.0%	107
EMEA地域	135	+ 12	+ 10.1%	122	△ 1	△ 0.9%	123
海外事業　計	1,578	+ 245	+ 18.4%	1,413	+ 79	+ 6.0%	1,333
国内・海外事業　計	4,031	+ 342	+ 9.3%	3,866	+ 177	+ 4.8%	3,690
その他事業 **	56	+ 13	+ 30.6%	56	+ 13	+ 30.3%	43
連結　計	4,087	+ 355	+ 9.5%	3,922	+ 190	+ 5.1%	3,732

*　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

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	170	+ 4	+ 2.6%	170	+ 4	+ 2.6%	166
明星食品	17	△ 1	△ 6.7%	17	△ 1	△ 6.7%	18
国内即席めん事業　計	187	+ 3	+ 1.6%	187	+ 3	+ 1.6%	184
低温・飲料事業	47	△ 5	△ 9.8%	47	△ 5	△ 9.8%	52
菓子事業	40	+ 10	+ 34.8%	40	+ 10	+ 34.8%	30
国内非即席めん事業　計	87	+ 5	+ 6.3%	87	+ 5	+ 6.3%	82
国内事業　計 **	275	+ 8	+ 3.1%	275	+ 8	+ 3.1%	266
北中米地域 **	12	△ 13	△ 52.1%	11	△ 14	△ 56.8%	25
南米地域 **	31	+ 11	+ 53.0%	26	+ 6	+ 28.6%	20
米州地域　計	43	△ 2	△ 5.0%	37	△ 8	△ 18.5%	45
中国地域 *	45	+ 8	+ 21.6%	42	+ 4	+ 11.8%	37
アジア地域	34	△ 1	△ 3.2%	32	△ 4	△ 10.4%	35
EMEA地域	31	+ 4	+ 14.9%	27	△ 0	△ 0.5%	27
海外事業　計	154	+ 9	+ 6.0%	137	△ 8	△ 5.4%	145
国内・海外事業　計	429	+ 17	+ 4.1%	412	+ 0	+ 0.1%	412
その他事業 **	4	+ 2	+ 79.3%	4	+ 2	+ 79.3%	2
その他連結調整	5	+ 6	-	5	+ 6	-	△ 1
グループ関連費用	△ 72	△ 7	-	△ 72	△ 7	-	△ 65
既存事業　計	365	+ 17	+ 4.9%	349	+ 1	+ 0.2%	348
新規事業	△ 38	△ 10	-	△ 37	△ 9	-	△ 28
連結　計	328	+ 7	+ 2.3%	312	△ 8	△ 2.5%	320
その他収支	0	+ 2	-				
IFRS営業利益　計	328	+ 9	+ 3.0%				

*　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

既存事業コア営業利益に対する中東情勢の影響

■ Q2実績は43億円、通期では170億円前後の影響と分析

単位：億円	Q1	Q2		上期	通期
前期 2025年度	174	174		348	706
今期 2026年度	197	168		365	**735
前期比	*+13.5%*	*△3.7%*		*+4.9%*	*+4.1%*
内、中東影響	実績	実績	前回見込	実績	見込
原材料・包材	14	32	36~40	46	125前後
ユーティリティ	1	5	2~5	6	20前後
物流費	3	5	2~5	8	25前後
計	18	43	40~50	61	170前後
中東影響を除いた場合*	215	211		426	
前期比	*+24.0%*	*+20.7%*		*+22.3%*	

原油 USD/bbl 90
為替 USD/JPY 158

* 中東影響がなければ、多くの地域／事業で実施した価格改定の実施有無・時期・内容は異なったものになっていた（コア営業利益実績も異なるものとなっていた）ことから、あくまで参考値
** 期初に公表した通期連結業績予想を修正しないとの意味合いであり、下期・通期の新たな計画値を示すものではない

米国事業の状況と今後見通し

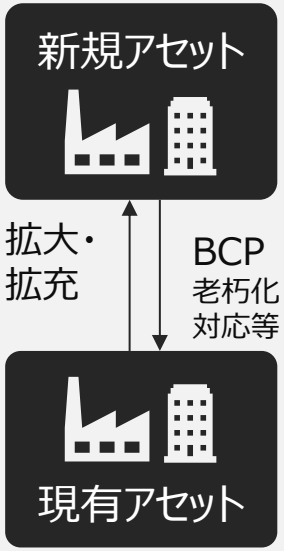
消費環境が厳しい中、日本式 “BOLD” を軸とした成長戦略を着実に推進
一方、収益性には課題が残っており、構造改革に取り組む

重点テーマ	取り組み	上期	下期以降
BOLD を軸とした 成長戦略	日本式 新ブランドを軸とした 成長戦略への転換	**8月 ローンチ（詳細後述）**	**認知・トライアル拡大** プロモーション・試食等
		体制強化した “RHQ” との連携で推進	
収益性改善 に向けた 構造改革	商品 ポートフォリオ改革	重点商品への集中	ブランド・SKUの整理
	原価低減	原材料・資材の見直し（グローバルコストダウン）	
	SCM最適化		新工場稼働に伴う 生産・物流最適化
	価格適正化		27年価格改定(予定)

投下資本コントロールの取組進捗

- 先般公表の「つくばみらい工場（仮称）」に引き続き、設備投資の全面的再精査を継続
- さらに2件・200億円規模の投下資本圧縮プランを実施済、さらに複数の案件を具体進行中

新規アセット／既存アセットの両面から、投下資本圧縮へのあらゆる手段を検討



- 投資スコープの厳選
- ゼロベースでのスペック見直し
- 自前投資以外のオプション追求
  - OEM調達、パートナーシップ
  - M&A：企業or資産・事業買収

- 最大活用 メンテ・改造・稼働率Up…
- クローズによる工場固定費消滅
- 売却による現金化

具体案件

打ち手概要と圧縮インパクト　順不同

- 日清食品 つくばみらい工場 仮称
  関東工場の更新投資案件。更新スコープをカップヌードルに集中することでROICを最大化
  ▼2～300億円規模圧縮

- 日清シスコ 大阪工場
  更新投資案件。❶商品ポートフォリオ見直しと❷東京工場への集約を通じてクローズすることで多額のBCP投資を避けつつ、簿価も圧縮

- 欧州日清 ハンガリー工場
  拡張投資オプションの変更：
  - 当初：第2工場＋自動倉庫の自前投資
  - 変更後：トルコでのM&A（資産買収）

  2件合計 ▼200億円規模圧縮

- 他各種
  売却案件中心にさらに5件以上具体化中

目次

Ⅰ．2026年度上期業績報告と財務面のトピックス …… P3~
執行役員・CFO　矢野 崇

Ⅱ．既存事業の戦略構造と進捗アップデート …… P13~
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

Ⅲ．上期の全体総括と通期への見通し …… P26~
代表取締役 取締役社長・CEO　安藤 宏基

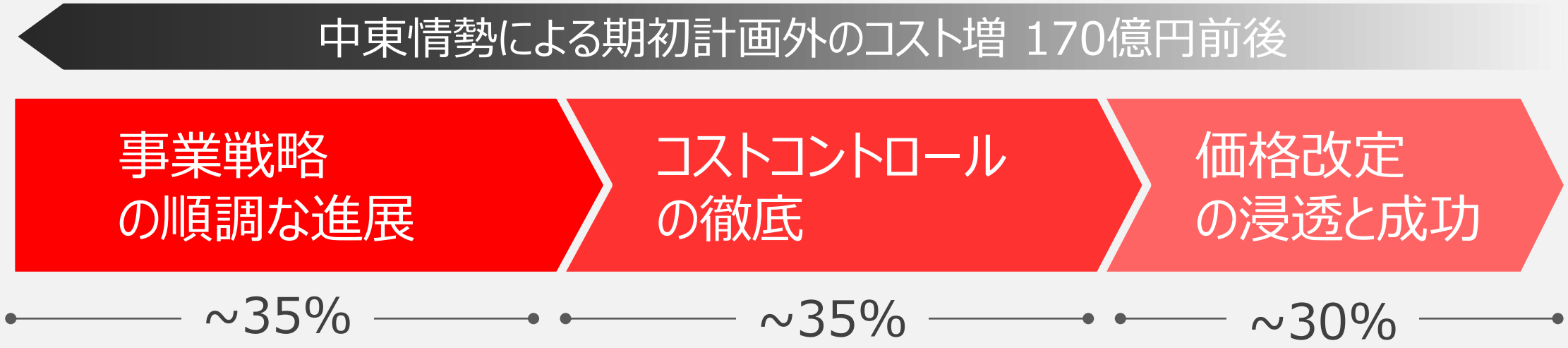
Appendix

本日お伝えしたいこと

今期最大の計画外因子：中東情勢によるコスト増 170億円前後／年

▲

上期は中東影響を乗り越え増益を達成、
下期も期初公表値の達成に向けて各種取り組みを継続

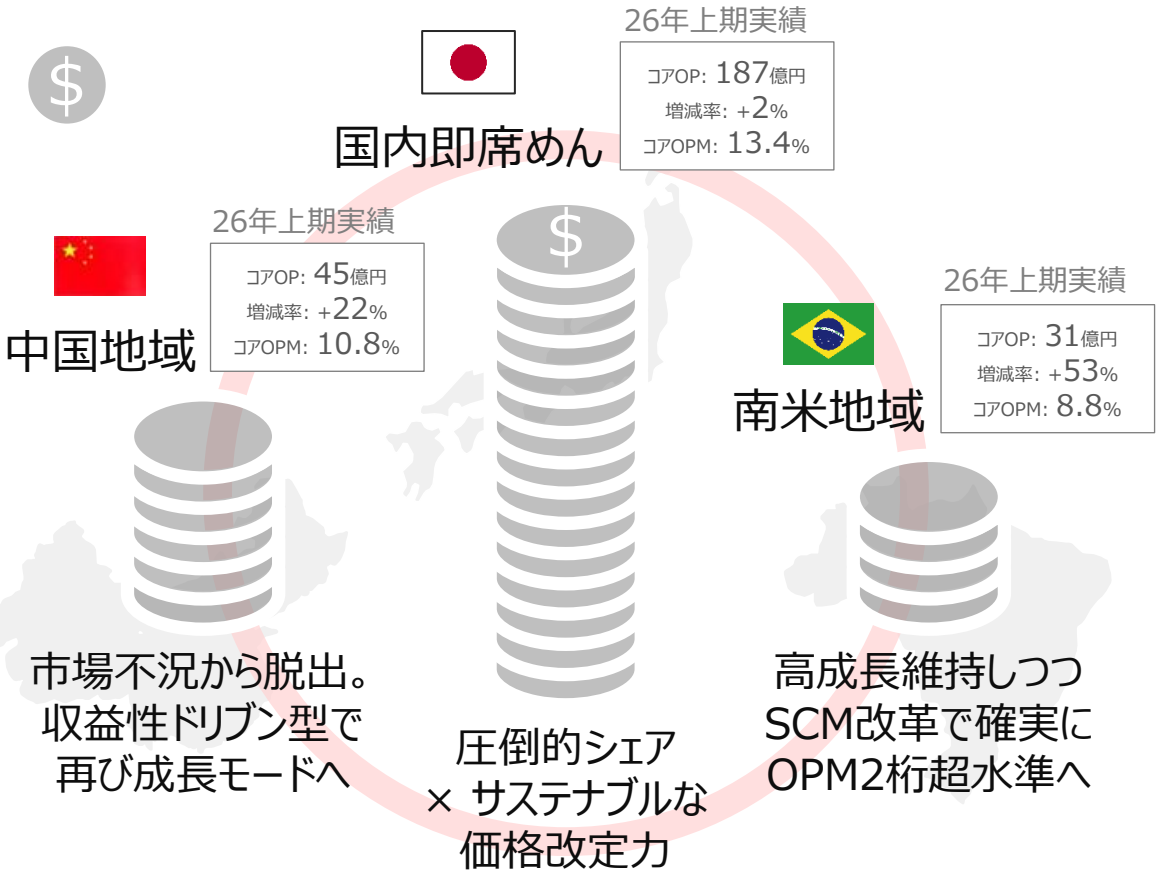


既存事業の戦略構造

Prime事業

3つの絶対的キャッシュジェネレーター

規模と、2桁台の高収益性を兼ね備える安定事業



Growth事業／プロダクト

中期的な “高” 成長ドライバー

日清らしさ（勝ちパターン）をHD主導で徹底横展開

■ 2軸で展開するグローバルブランディング

Cup Noodles × 日本式 -BSOJ-



米国・ブラジル・欧州 へ
2026年度中に展開

その後、Noodleとしてのバラエティ拡充や、BOLDコンセプトと親和性の高い他カテゴリーへの展開も検討

※ 中長期的な再成長に向けて、戦略・収益構造の転換に取り組み中
日本式（Soba）は堅調だが、全体的な収益構造にテコ入れ

■ 国内非即席めんのマーケティング改革

組織・人材両面でリソース強化 →

湖池屋 日清ヨーク	日清食品 冷凍	日清シスコ セリア・ロイル	…
改革済	今期優先	来期以降本格化	

進捗アップデート：Prime事業

国内即席めん、南米地域、中国地域

国内即席めん＞日清食品㈱

計画以上の戦略成果＋徹底したコストコントロールで、中東影響相殺の見込み

上期　各社価格改定日：日清食品 4/1、明星食品 6/1、その他 7/1（カップ）　→　**下期**

アニバーサリーイヤー：55th & 50th

高密度な企画 × **ヒット商品の投入** = **戦略通り* レギュラーが増**

周年3ブランドの全てで、
ほぼ毎月ペースで企画を投入



- 「露出」を最大化
- 販促枠の確保（改定対策としても）
- 店頭回転維持・向上

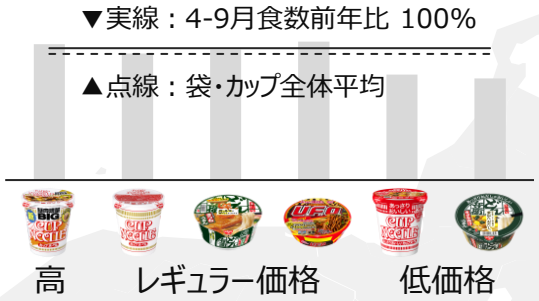
SKU数ベースで前年比
130%~相当の新商品を投入



↑バリエーション系
イノベーション系→
（新機軸・新付加価値）



改定直後 かつQ1は当社Gのみ にも拘らず、食数ベース前年並を実現



→ 引き続き高密度に展開

＋

好材料の上乗せ
- ✓ 他社との価格乖離解消
- ✓ ポイントプログラム始動
- ✓ さらなる新商品投入

＝

販売計画の引き上げ

＋

努力による純粋なコスト削減
- 販売費（拡販費・マーケ費）
- スペック変更、調達の工夫
- 生産歩留改善、一般経費

優先度再考による投資時期調整
- 一部マーケティング費用
- プロジェクト系費用
- 安全性に影響ない工場設備

→ **上期取組の深化**
（削減＆時期調整）

* 2025年度下期は、上期の即席めん平均価格の下落とその背景となる低価格志向の拡大を踏まえ、2026年度の周年取組みや予定していた冷やしカップヌードルなど高付加価値商品の投入、そして価格改定効果を最大化することを目的に、あくまで一時的に、意図的に「あっさり」シリーズの比率を高めブランドトータルボリュームを拡大する戦略をとった。詳細は2025年度第2四半期決算報告資料参照

南米地域

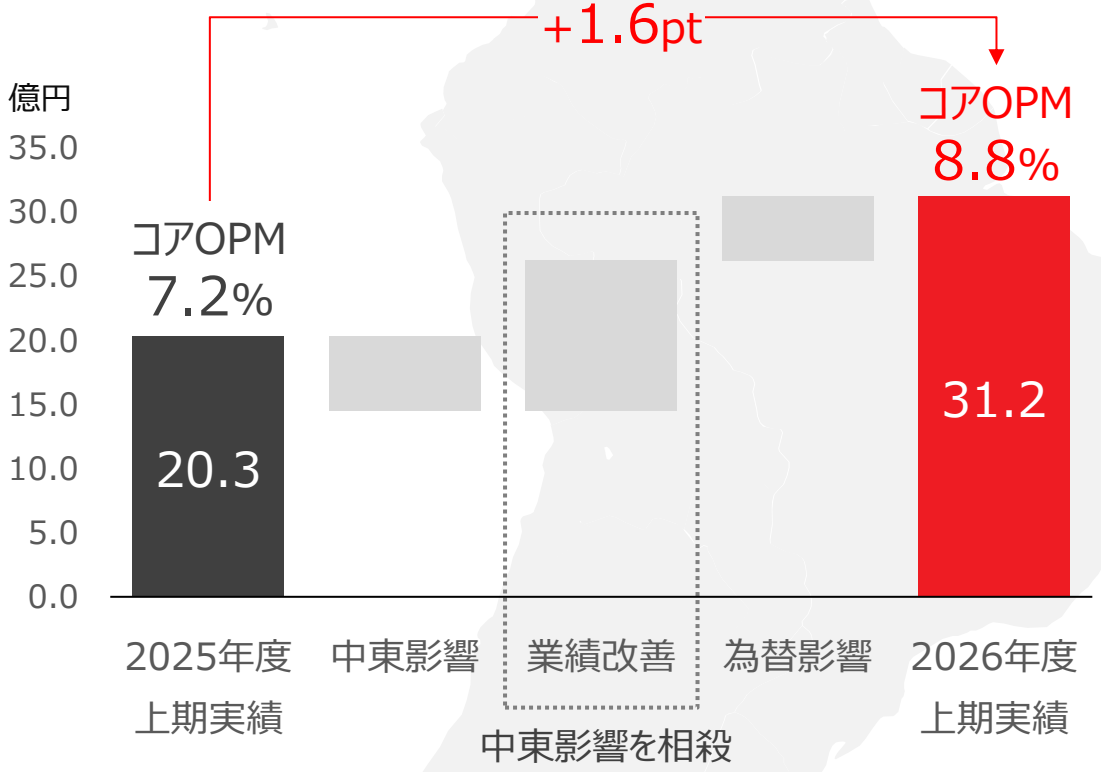
収益性改善の取り組みが順調に進捗し、中東影響を含めてもコア営業利益率改善
SCMを中心としたオペレーション改革を推進し、3～4年以内にコア営業利益率2桁台を目指す

収益性改善に向けた取り組み

- 効率化によるコスト低減×ブランド力を活かした価格改定
  - 売上増も含む業績改善効果により、中東影響を相殺
  - 収益性改善を着実に進め、成長と収益性の両立

商品企画	低収益商品の整理によるポートフォリオ改善
資材調達	価格競争力のある現地サプライヤーへの切替
生産	ロス削減・生産性向上による製造原価低減
物流	最適化による在庫圧縮、廃棄削減
販売	ブランド力を活かした価格改定（26年1月／10月）

上期 コア営業利益



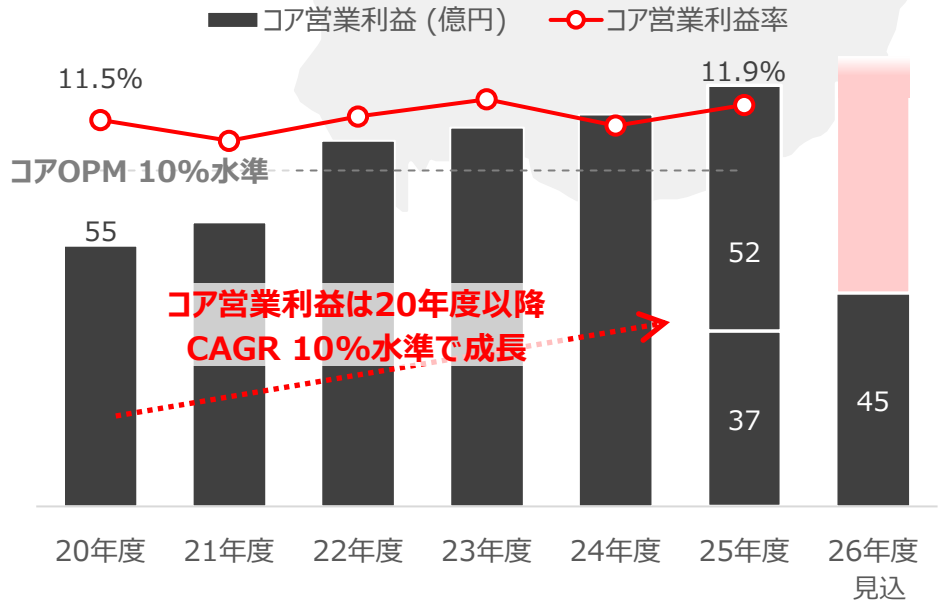
中国地域

新たな販売チャネル・内陸都市の新規開拓強化による「面の拡大」を推進

当社にとって「ホワイトスペース」である内陸部への新規展開を通じ、持続的な利益成長を実現

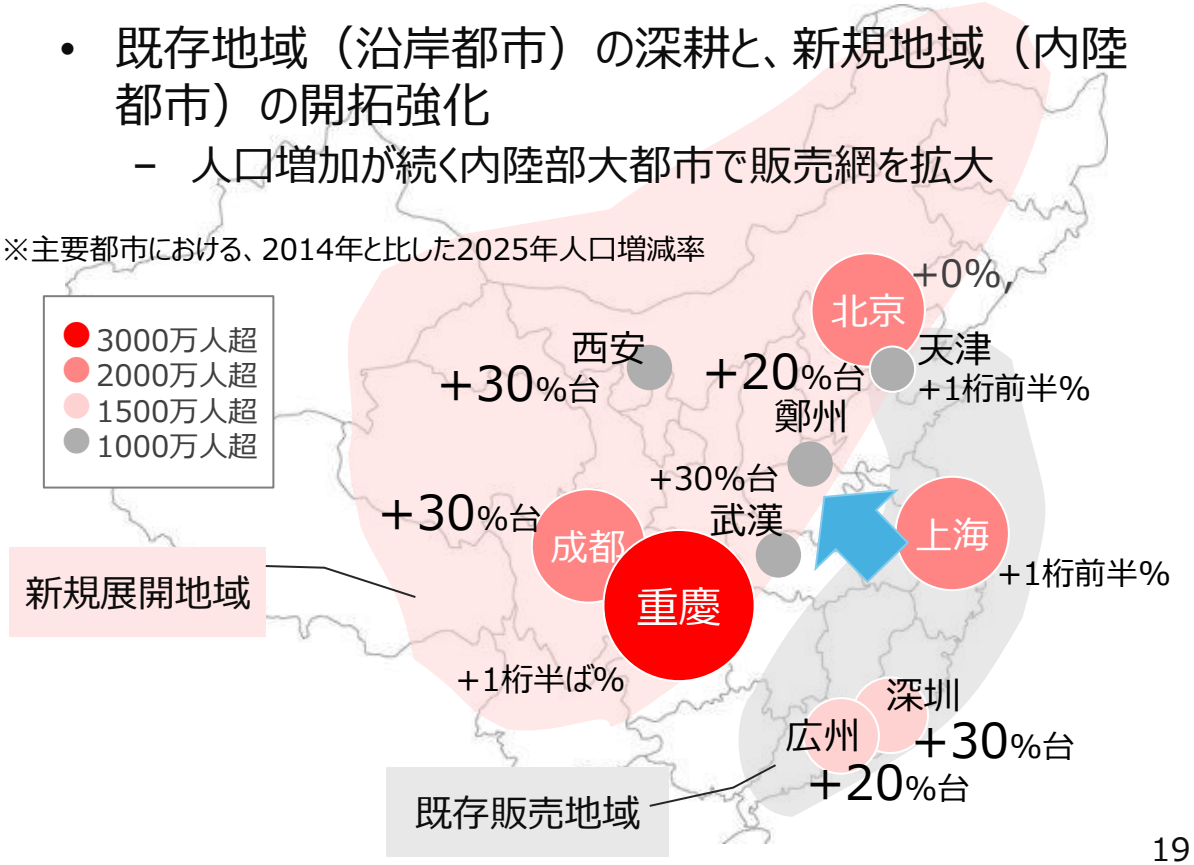
中国地域 業績推移

- 大陸を中心としたトップライングロースにより、CAGR10%水準での利益成長を実現
  - コア営業利益率は安定的に2桁水準を維持



中国大陸 販売戦略

- 既存地域（沿岸都市）の深耕と、新規地域（内陸都市）の開拓強化
  - 人口増加が続く内陸部大都市で販売網を拡大



進捗アップデート：Growth事業／プロダクト

グローバルブランディング、国内非即席めん

米国 THE BOLD SIDE of JAPAN



8月に袋麺を販売開始、大手流通へ導入拡大中
ユーザーからもポジティブな評価を頂いており、過去新製品比で好調な立ち上げに成功

店頭写真







ユーザー評価



美味しい！ごまの風味がしっかりしているところが大好き😍
麺の食感がソースとすごくよく合っていて、また注文します！



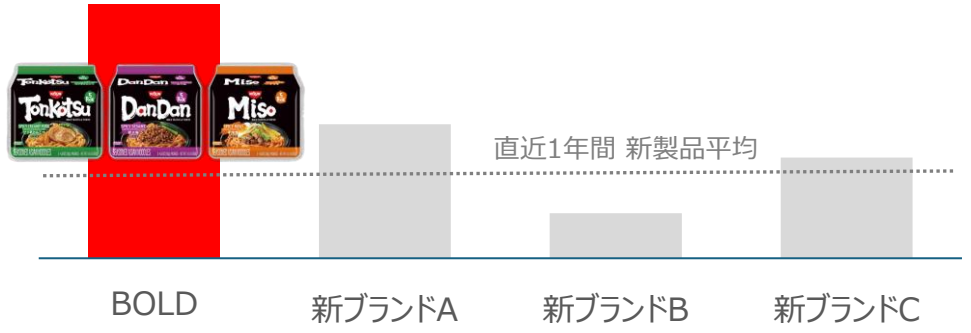
味、辛さ、麺のクオリティを考えれば、この価格を払う価値は十分にあります！本当に美味しい！😍



麺の質も最高で、風味豊かで美味しい！😍ブルダックは私には辛過ぎましたが、これは辛さがちょうどいい！

初月週販*

直近1年間の自社新製品 **初月週販 No.1**



*Circana (Total US - Multi Outlet+ with Convenience Store, Time: Rolling 4 weeks)

ブラジル THE BOLD SIDE of JAPAN



10月にカップ麺を販売開始、垂直立ち上げに成功
11月には袋麺も発売、露出×試食×コミュニケーションによりトライアル促進を図る

店頭写真







ユーザー評価



黒いパッケージが店頭で目立っていて、かっこいい😍テリヤキを買ってみたら美味しかったので、他の味も食べてみたい！



試食して美味しかったので買いました、ごまが効いていて美味しい!
もっちり食感のうどん麺が食べごたえがあり、満足度の高い商品!



味がしっかり、風味も豊かで美味しい！
クリーミーなスープと麺の相性も抜群でした👍

今後の取り組み

	11-12月	27年1月以降
商品		**11月～ 袋麺4品発売**
店頭	販売網活かした“**露出**”×“**試食**（計画100万人）”	
プロモ	インフルエンサー起用、**SNSコミュニケーション**	

国内非即席めん＞冷凍事業

成長と収益性の両立を目指し、日清食品らしさを活かしたマーケティング改革を推進
上期から商品ポートフォリオ改革に着手、商品MIX+その他業績改善により中東影響を相殺

冷凍事業×マーケティング改革

背景

コモディティ化の進む

冷食市場は高成長だが収益性に課題

- 市場成長率*：CAGR（22→25年金額）3.8%
- 営業利益率：業界平均** 4.6% → 目標8%以上

当社強み

- 総合麺メーカーとしての技術力
  - 冷凍めん市場シェア No.1***
- マーケティングドリブンな経営
  - 組織・人材両面でリソース強化

日清の“勝ちパターン”を横展開、グループシナジーを発揮

“脱”メニューによるブランド化を進める

例）きつねうどんではなく“どん兵衛”で売る

“日清食品冷凍”での上期取り組み

取り組み

収益基盤強化の第1歩として

商品ポートフォリオ改革の推進

- 高収益ブランドにリソースを集中／SKUの最適化

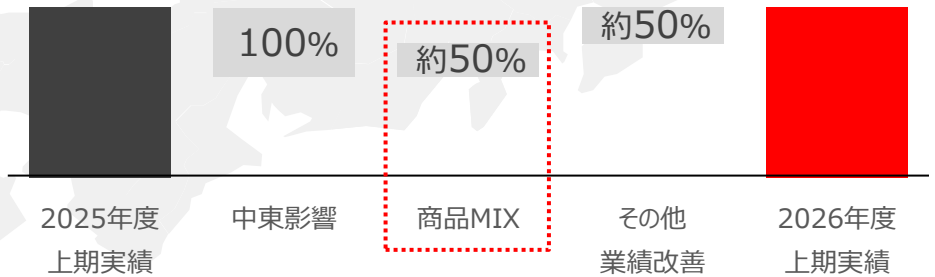


上期売上金額 前年比：
+17%（その他 △5%）

高成長×高利益 の 5大主要品群

収益改善効果

日清食品冷凍（単体）コア営業利益



* 日清調べ、冷凍食品カテゴリー計、期間 2022年4月～2026年3月
** 日清調べ、国内冷凍食品メーカー大手8社平均
*** インテージSRI+ 冷凍めんカテゴリー、データ期間 2025年4月～2026年3月 累計販売金額

国内非即席めん＞冷凍事業

下期から当社Gにおける“勝ちパターン*”を横展開し、グループシナジー効果を狙う
日清食品冷凍のコア営業利益率は業界平均4.6%を上回り、更なる飛躍を目指す

例❶ どん兵衛 大盛うどん（9月～）



2026年9月発売
過去新製品比**
+92%

当社Gとの連動

1. **ハード**：高級鰹節「**本枯節**」
2. **パッケージ**：「**きつねあにき**」
3. **販促物**：「**吉岡里帆さん**」



画像削除

BUYER

- ブランド認知、CM効果、新ジャンル（大盛）が相まって期待できる
- おいしい、特に“追いだし粉”が良い
- どん兵衛ブランドが分かりやすくて良い

例❷ カテゴリー横断販促（11月～）

- 今注目の「モナキ」が横断アンバサダー
  - 主力ブランド横断の消費者キャンペーン、キャンペーン連動したパッケージ、TVCM
  - 複数ブランドへの波及により、販促投資ROIを最大化

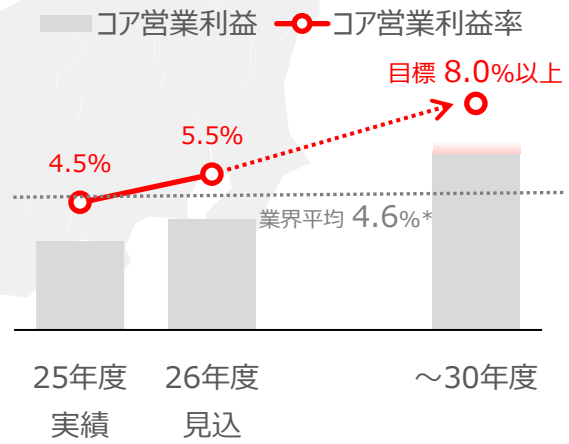




利益成長の飛躍

- コア営業利益率は今期業界平均を上回る見込み
  - 更なる飛躍を目指す

日清食品冷凍（単体）コア営業利益



* 国内冷凍食品メーカー大手8社平均

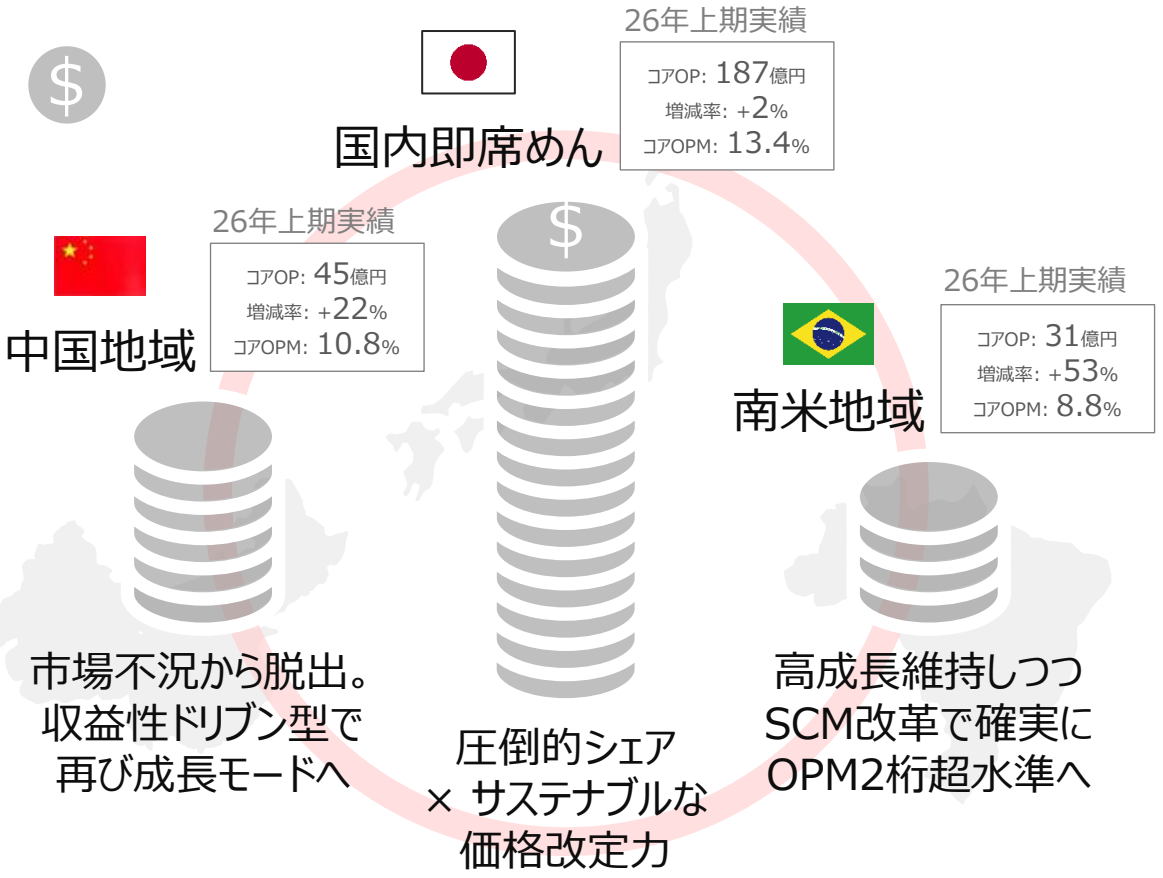
* 革新的プロダクト × 大胆なコミュニケーションで、マス市場の中核需要を獲得
** 当社出荷数量ベース（発売後2ヶ月間）、直近3年間の“冷凍和風めん”新製品比較

既存事業の戦略構造【再掲】

Prime事業

3つの絶対的キャッシュジェネレーター

規模と、2桁台の高収益性を兼ね備える安定事業



Growth事業／プロダクト

中期的な“高”成長ドライバー

日清らしさ（勝ちパターン）をHD主導で徹底横展開

■ 2軸で展開するグローバルブランディング

Cup Noodles × 日本式 -BSOJ-



米国・ブラジル・欧州 へ
2026年度中に展開

その後、Noodleとしてのバラエティ拡充や、BOLDコンセプトと親和性の高い他カテゴリーへの展開も検討

※ 中長期的な再成長に向けて、戦略・収益構造の転換に取り組み中
日本式（Soba）は堅調だが、全体的な収益構造にテコ入れ

■ 国内非即席めんのマーケティング改革

組織・人材両面でリソース強化 →

湖池屋 日清ヨーク	日清食品 冷凍	日清シスコ セリア・ロイル	…
改革済	今期優先	来期以降本格化	

目次

Ⅰ. 2026年度上期業績報告と財務面のトピックス …… P3~
執行役員・CFO　矢野 崇

Ⅱ. 既存事業の戦略構造と進捗アップデート …… P13~
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

Ⅲ. 上期の全体総括と通期への見通し …… P26~
代表取締役 取締役社長・CEO　安藤 宏基

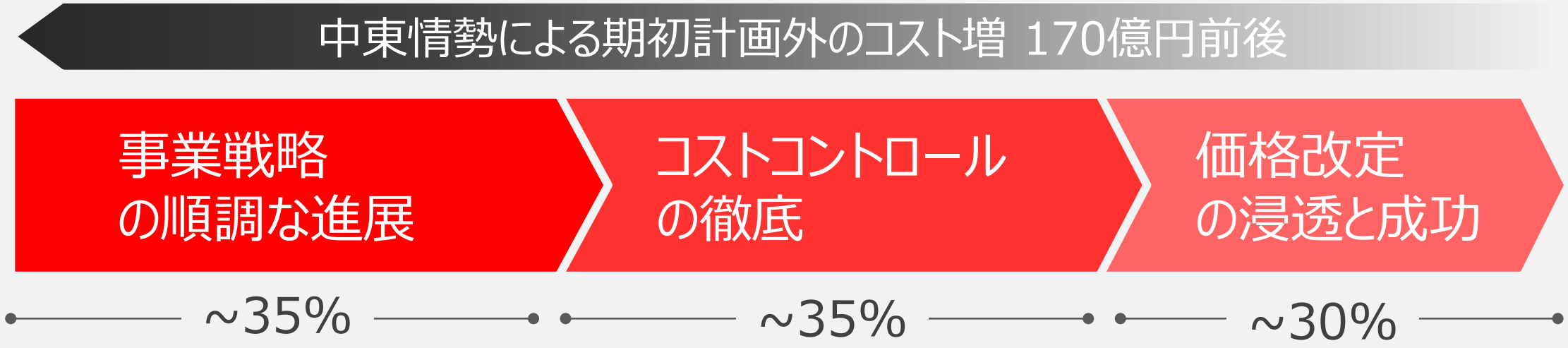
Appendix

本日お伝えしたいこと【再掲】

今期最大の計画外因子：中東情勢によるコスト増 170億円前後／年

▲

上期は中東影響を乗り越え増益を達成、
下期も期初公表値の達成に向けて各種取り組みを継続



基本的な経営の考え方

グローバルの経営環境

地政学・通商・AIの構造変化が重なり、
不確実性が常態化するグローバル経営環境

- ✓ 中東情勢の長期化
- ✓ 米中間選挙を巡る政策変化
- ✓ AI投資急拡大と産業構造変化、…

- ✓ 円安による輸入コスト圧力
- ✓ 「金利ある世界」への移行
- ✓ 物価高の生活購買力への影響、…

その下での経営の考え方

日清食品グループの強みの一つである
「レジリエントな事業構造」を最大活用する

1. **事業ドメイン**
   - 食品：永遠のエッセンシャル産業
   - 即席めん：有事適性の高さ
2. **ブランド力**
   - これに基づく価格改定・コスト吸収力
   - 日本だけでなく海外にも展開
3. **ポートフォリオ**
   - 飛躍的に高まった海外／外貨比率
   - 地産地消で自立したオペレーション

今対処すべき経営課題に 粛々と対峙。
成長のための 打ち手を積み重ねていく

中期的な経営課題への対応は着実に進む　2025年度通期決算資料再掲

新しい外部環境下での成長に向け、”日清らしさ・強み” に立脚した取組を行う

目覚ましい勢いで台頭した Newグローバルプレイヤー

- これまで：日本勢 ＋ ローカル勢
  加食全般としては ＋ 欧米系グローバル企業勢
- ここ数年：＋ 韓国勢

円の価値の急低下

- これまで以上に重要性を増す、海外事業が稼ぎ出す利益
- 国内事業へのコスト圧力の高まり

コスト高 ＞ 経済成長 ＞ 生活者購買力

- グローバルサプライチェーンの分断
- 設備投資コスト、特に建物建築コストの異常な高騰

1 グローバル戦略の一貫×高速での展開

自立・分権を重視する経営は維持しつつ、重点戦略の企画展開は HD主導 で

2 新しい外貨獲得エンジン

特定地域への偏りのない広範かつバランスのとれたグローバル基盤 を活かす

3 非即席めん事業の独自性

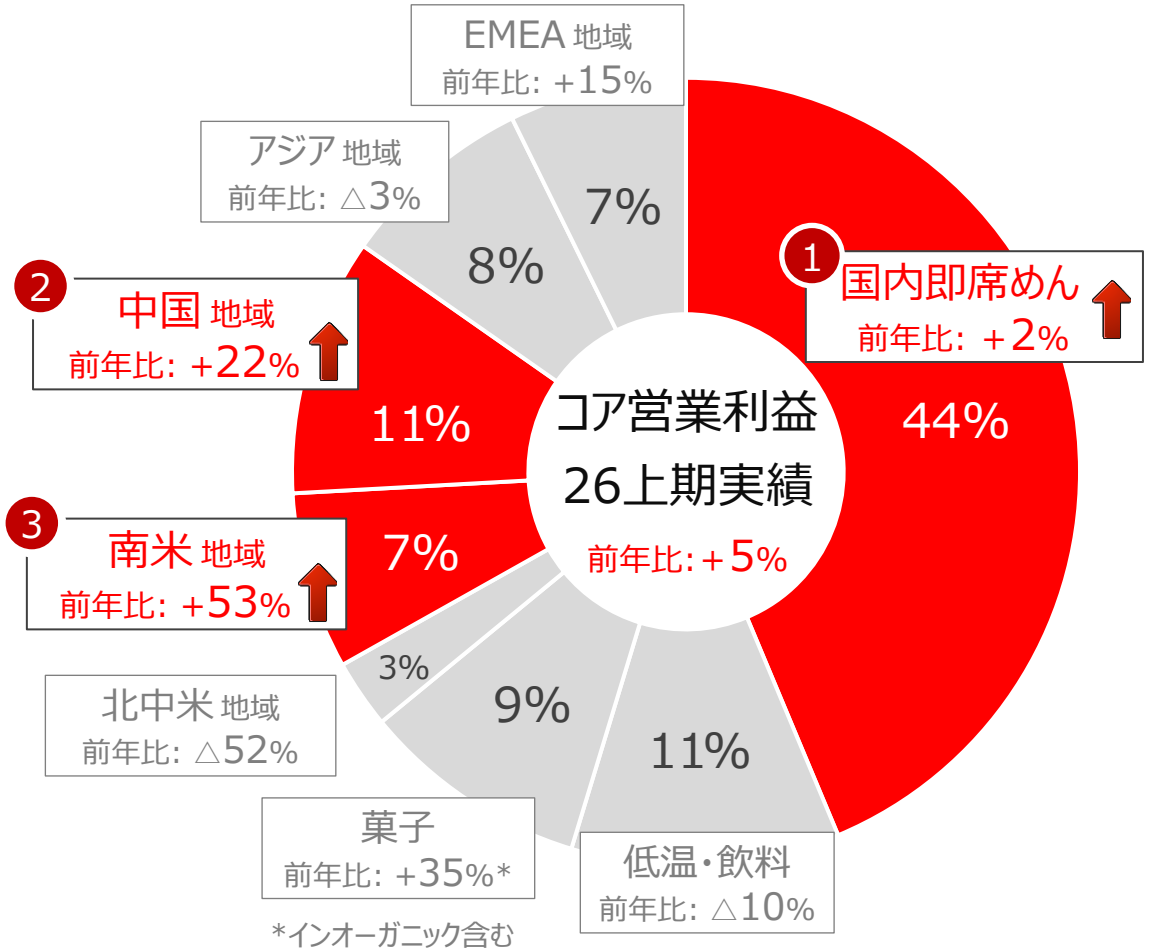
独自性によってブランド力（→コスト吸収力）を高め、収益性 をさらに高めていく

4 環境に適したミニマルなインフラ

グループシナジーに加え、投資スコープの厳選によって投下資本側 を最大限抑制

バランスの取れた事業ポートフォリオ

地域軸×カテゴリー軸で分散型のポートフォリオ。Prime3事業が北中米地域のマイナスをカバーし増益
地政学リスクも高まる中、当社は「地産地消」により特定の地域に依存しないレジリエントな事業構造

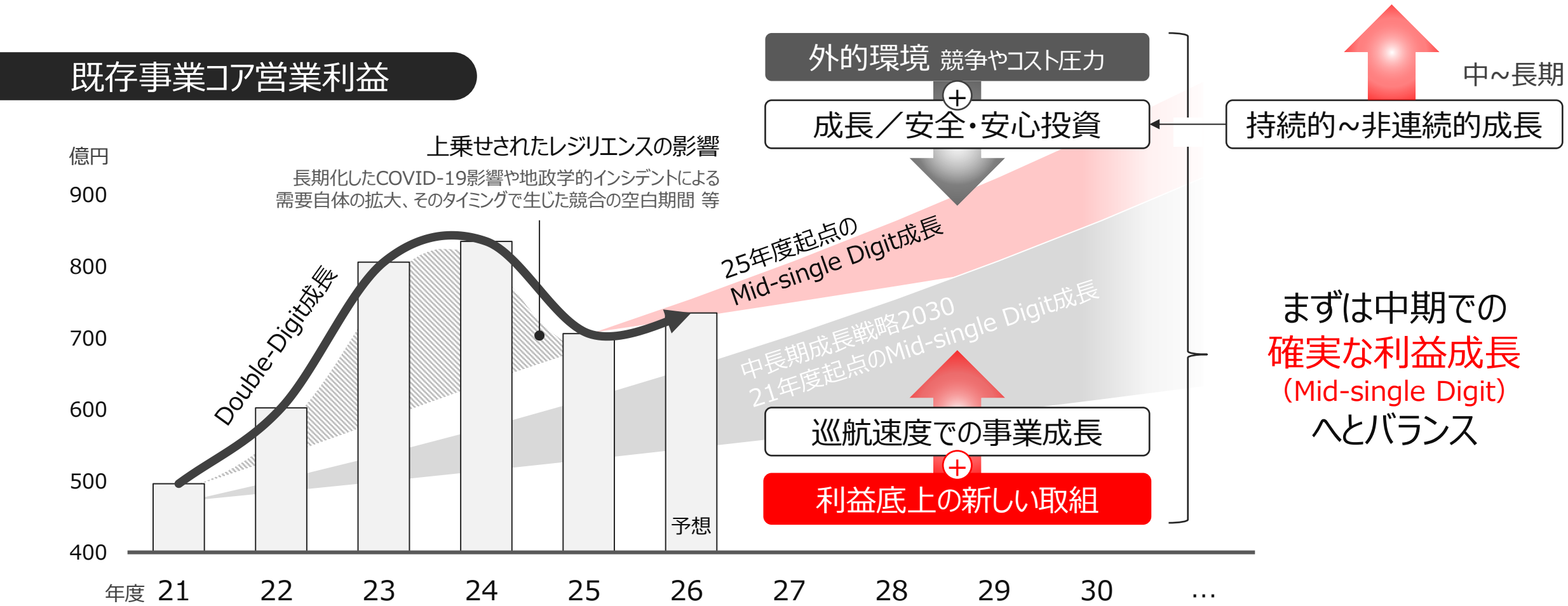




22の国と地域で72工場
販売国数は100ヶ国以上

グローバルでの持続的成長に向けて　2025年度通期決算資料再掲

利益底上の取組成果はすでに実現し始めている…事業個別では濃淡あれど、グループ経営全体としてはすでに再成長軌道に回帰しつつある



目次

Ⅰ. 2026年度上期業績報告と財務面のトピックス …… P3~
執行役員・CFO　矢野 崇

Ⅱ. 既存事業の戦略構造と進捗アップデート …… P13~
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

Ⅲ. 上期の全体総括と通期への見通し …… P26~
代表取締役 取締役社長・CEO　安藤 宏基

Appendix

事業の状況

国内即席めん事業

- Q1から実施した価格改定効果及び好調な主力ブランドがけん引し、増収
- 増収効果が原材料価格上昇や減価償却費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 Q1	Q2	H1	H1 増減要因	
売上収益						
日清食品		532	617	1,149	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7月発売の「冷しカップヌードル」も売上拡大に大きく貢献
	前期比	+0.4%	+2.8%	+1.7%	袋めん	2026年3月発売の「辛ミョン」や、「日清のラーメン屋さん」シリーズが売上に貢献
明星食品		124	130	253	カップめん	「ぶぶか油そば」が大幅に伸長し、「明星　チャルメラ」シリーズも順調に推移
	前期比	+6.2%	+12.4%	+9.3%	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	747	1,402		
	前期比	+1.5%	+4.3%	+3.0%		
コア営業利益						
日清食品		83	87	170	＋）	価格改定効果による売上収益増加に伴う利益増
	前期比	+9.3%	△3.1%	+2.6%	△）	原材料価格の上昇及び減価償却費の増等
	利益率	15.6%	14.2%	14.8%		
明星食品		12	5	17	＋）	価格改定効果による売上収益増加に伴う利益増
	前期比	△5.7%	△9.1%	△6.7%	△）	原材料価格の上昇等
	利益率	9.9%	3.7%	6.7%		
計		95	92	187		
	前期比	+7.1%	△3.4%	+1.6%		
	利益率	14.5%	12.3%	13.4%		

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	2026年度 Q2	2026年度 H1	H1 増減要因		
売上収益						
低温・飲料事業	259	258	518	チルド	+1%	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
前期比	△0.8%	△1.0%	△0.9%	冷凍	+2%	「冷凍 日清スパ王喫茶店」「冷凍 日清中華」「冷凍 日清まぜ麺亭」シリーズが堅調に推移したことに加え、新商品「冷凍 日清のどん兵衛大盛」「冷凍 日清 魁力屋監修 京都背脂醤油ラーメン」なども貢献、価格改定効果も寄与し、増収
				ヨーク	△8%	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、CVS向け売り上げが低調に推移し、減収
コア営業利益						
低温・飲料事業	25	22	47	チルド	増益	増収効果により、増益
前期比	△9.2%	△10.5%	△9.8%	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%	8.7%	9.1%	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

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 Q1	Q2	H1	H1 増減要因		
売上収益							
菓子事業		262	272	534	シスコ	+4%	「ごろグラ」シリーズ等のシリアルおよび「ココナッツサブレ」シリーズが堅調に推移し、増収
	前期比	+10.2%	+16.0%	+13.1%	ぼんち	△5%	昨年度実施した価格改定に伴う販売数量の減少により減収
					湖池屋	+4%	コーン系ブランドや「コイケヤポテト」シリーズ等のポテト系ブランドが堅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および外食向け等の業務用も好調に推移。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	19	40	シスコ	減益	販売促進費を積極的に投入した結果、微減益
	前期比	+30.7%	+39.6%	+34.8%	ぼんち	増益	主原料であるコメ価格の低下等により、増益
	利益率	8.1%	7.0%	7.5%	湖池屋	増益	馬鈴薯の歩留まり改善や中部工場の稼働に伴う物流効率化に加え、価格改定効果も寄与し、増益
					セリア・ロイル	-	連結効果（6カ月分）により、純増

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	Q2	H1	H1 増減要因
売上収益					
北中米地域		256	285	541	米国* +13% 大手量販向けの数量増加、価格改定効果もあり増収（為替影響 +35億円）
	前期比	+25.2%	+10.1%	+16.8%	メキシコ +34% 数量増加および価格改定効果もあり増収（為替影響 +20億円）
南米地域（ブラジル）		169	183	352	数量増加および価格改定効果もあり増収（為替影響 +56億円）
	前期比	+30.9%	+20.8%	+25.5%	
計		425	468	894	
	前期比	+27.4%	+14.1%	+20.1%	
コア営業利益					
北中米地域		12	△0	12	米国** 減益 商品MIXや中東影響による各種コスト上昇の影響で減益（為替影響 +1億円）
	前期比	△4.7%	−	△52.1%	メキシコ 減益 原材料価格上昇および減価償却費増加により減益（為替影響 +0億円）
	利益率	4.8%	−	2.2%	
南米地域（ブラジル）		15	16	31	数量増加や価格改定効果、生産効率改善施策が奏功し増益（為替影響 +5億円）
	前期比	+61.6%	+45.7%	+53.0%	
	利益率	9.0%	8.7%	8.8%	
計		27	16	43	
	前期比	+23.2%	△32.2%	△5.0%	
	利益率	6.5%	3.3%	4.8%	

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

中国地域

- 香港の高価格帯即席めんの販売が堅調に推移するとともに、大陸での新規販売チャネル・内陸都市への販売拡大により、増収
- 大陸を中心とする増収効果に加え、主力商品の販売伸長による商品MIX改善も寄与し、増益

単位：億円		2026年度 Q1	2026年度 Q2	2026年度 H1	H1 増減要因		
売上収益							
中国地域		190	228	418	香港 他*	増収	北上消費の影響を受けながらも、「合味道」や「北海道一丁」などの高価格帯即席めんの販売が堅調に推移、為替影響もあり増収（為替影響 +12億円） 現地通貨ベース △1%、 数量 △1桁前半 管理ベース、非即席めん除く
	前期比	+13.8%	+19.0%	+16.6%			
					大陸	増収	既存販売網の活性化に加え、新規販売チャネル開拓および内陸部への販路拡大により、「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 +22億円） 現地通貨ベース +12%、 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	29	45	香港 他*	減益	高価格帯即席めんの販売伸長により商品MIXの改善がみられた一方、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%	+18.1%	+21.6%			
	利益率	8.6%	12.7%	10.8%	大陸	増益	即席めん事業の増収効果に加え、主力商品の販売伸長による商品ミックス改善もあり増益（為替影響 +3億円）

* ベトナム、台湾、韓国、豪州を含む

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	2026年度 Q2	2026年度 H1	H1 増減要因
売上収益				売上収益額の大きい順
アジア地域	63	67	131	タイ 増収 （為替影響 +3.8億円）
前期比	+25.3%	+19.1%	+22.0%	インド 増収 （為替影響 △0.3億円）
				シンガポール 増収 （為替影響 +1.9億円）
				インドネシア＊ 増収 （為替影響 +0.8億円）
コア営業利益				
アジア地域	17	18	34	タイ 増益 （為替影響 +0.5億円）
前期比	△1.8%	△4.5%	△3.2%	インド 増益 （為替影響 △0.0億円）
				シンガポール 増益 （為替影響 +0.2億円）
利益率**	5.1%	8.0%	6.6%	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 18億円 YoY +1.4億円、（為替影響 +1.9億円）
				N-URC 7億円 YoY △3.2億円、（為替影響 +0.1億円）

* マレーシア事業含む
** 利益率は持分法損益を含まない

EMEA地域

- Soba Cup Bigなどが好調も、猛暑影響や販促活動の期ずれあり、一桁半ばの数量減。為替影響もあり増収
- 中東影響及び為替影響による原材料コストの上昇等で欧州日清は苦戦も、持分法適用会社の貢献もあり増益

単位：億円	2026年度 Q1	Q2	H1	H1 増減要因
売上収益				
EMEA地域*	67	69	135	欧州日清 +10% 数量回復及び為替影響により増収（為替影響 +14億円）
前期比	+20.6%	+1.6%	+10.1%	
コア営業利益				
EMEA地域*	22	9	31	欧州日清 赤字 （為替影響 △0億円）
前期比	+28.3%	△8.0%	+14.9%	
利益率**	-	-	-	持分法適用会社：
				マルベン 14億円 YoY +10億円（為替影響 +2億円）
				プレミアフーズ 24億円 YoY + 2億円（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

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
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	

→ 新規事業投資を、既存事業コア営業利益の5~10%で実施

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）

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
国内即席めん事業 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 ~ △ 35	△ 69	△ 1 ~ + 34	-	nm
連結 計	8,600	7,881	+ 719	+ 9.1%	+ 8.0%	665 ~ 700	637	+ 28 ~ + 63	+ 4.4% ~ +9.9%	nm
					IFRS営業利益 =コア営業利益（Non-GAAP）-その他収支	660 ~ 695	623	+ 37 ~ +72	+ 5.9% ~ +11.5%	nm

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）

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 Q1	Q2	Q3	Q4	累計	2026年度 Q1	Q2	期初計画
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	△2% △1桁台半ば	＋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	+11% +1桁台半ば	+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	+5% +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	+5% ＋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

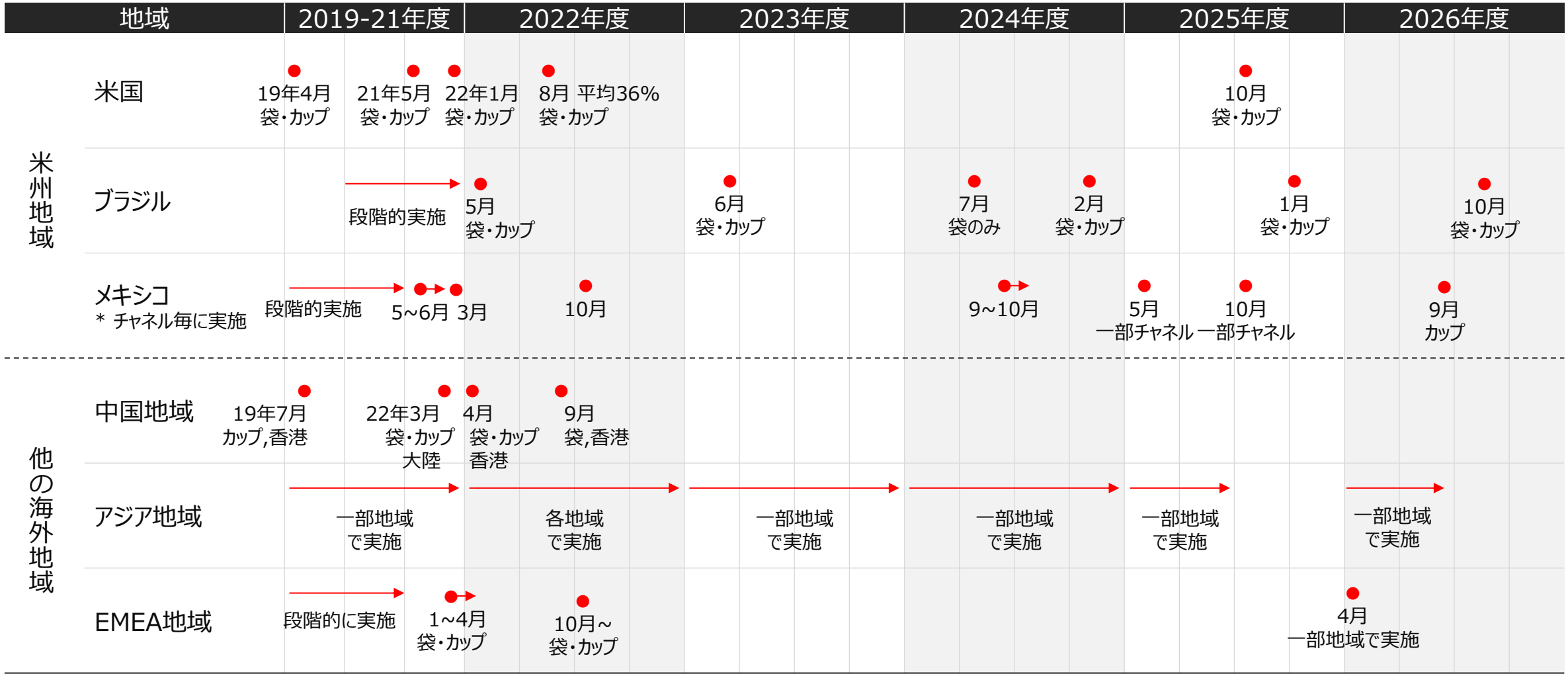
主な価格改定推移（国内）

2026年11月11日時点

	事業	2019-21年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
即席めん	日清食品	19年6月 4~8%	6月 5~12%	6月 10~13%		4月 カップライス 11%	4月 5~11%
	明星食品	19年6月 3~7%	6月 6~12%	6月 9~12%			6月 6~10%
低温・飲料	日清食品チルド	19年4月 3~9%	22年3月 6~12%	3月 7~17%		3月 5~12%	9月 6~11%
	日清食品冷凍		22年3月 6~12%	3月 6~20% / 9月 5~20%	9月 5% / 3月 4~8%	9月 5~10%	3月 4~5% / 9月 5~21%
	日清ヨーク		6月 5~14%	6月末 6~25%		6月 4~25%	7月 3~8%
菓子	日清シスコ		6月~1月 価格改定・内容量変更	9月 内容量変更 / 11月 価格改定	9月 価格改定・内容量変更	3月 内容量変更 / 9月 内容量変更 / 11月 価格改定・内容量変更	3月 内容量変更 / 11月 5~17%
	ぼんち		4月 価格改定・内容量変更 / 9~11月 価格改定・内容量変更	8~9月 価格改定・内容量変更	8~9月 価格改定・内容量変更	6月 約8% / 9月 価格改定・内容量変更	3月 価格改定・内容量変更
	湖池屋	19年6~7月 7~9%	22年2月~11月 価格改定・内容量変更	3~4月 3~10% / 7月 価格改定・内容量変更	10月 価格改定・内容量変更	2月 3~11% / 7月 内容量変更 / 10月 3~7%	2月 4~11% / 7月 3~8% / 8月 3~8% / 10月 5~8%
	セリア・ロイル						

主な価格改定推移（海外）

2026年11月11日時点



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～20YY年3月31日を「20YY年度」または「YY年度」とします
- 海外の関連会社の収益・費用は累計期間の期中平均為替レートを適用しています
- 中国地域の実績は、日清食品HDの連結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HDが独自に設定したものです

NISSIN
日清食品ホールディングス株式会社