

2026年3月期 第2四半期決算説明会資料

2025年11月11日
株式会社ニチレイ

代表取締役社長
大櫛 顕也

(1) 上期の総括

- ・売上高は、加工食品事業と低温物流事業が伸長したが、水産・畜産事業の構造改革により前期並み
- ・営業利益は、加工食品事業の減益が大きく響き14億円減益
- ・中間純利益は、投資有価証券の売却により13億円（10％）増益

(2) 通期計画

- ・売上高は、セグメント間の変更はあるが、前回計画7,000億円から変更なし
- ・営業利益は、期初計画より55億円下方修正するが、12億円増益の395億円を見込む
- ・当期純利益は、33億円（13％）増益、過去最高の280億円を見込む

それでは、本日発表しました決算説明会資料に沿って、第2四半期決算の概要をご説明します。

まず、上期の総括です。

売上高は、セグメントごとにバラツキはありますが、グループ全体では前期並みとなりました。

営業利益は、加工食品事業の減益が響き、グループ全体で14億円減益

中間純利益は、投資有価証券の売却により前期比13億円、10％の増益となっています。

次に通期見通しですが、

売上高はセグメント間で変更はあるものの、前回計画から変更なしの7,000億円

営業利益は期初計画からは55億円の下方修正をしますが、前期比12億円増の395億円

当期純利益は、前期比13%、33億円増の280億円と過去最高を見込んでおります。

- 2026年3月期 第2四半期実績（P.3～8）
- 通期計画（P.9～21）
- Appendix（P.22～32）

注：当資料のグラフ・表などで表示されている数値は、別途断り書きがある場合を除き、金額単位表示未満は四捨五入し、一部で端数調整のため切り上げ・切り捨てを行っている。

1 第2四半期実績

連結業績実績

おいしい瞬間を届けたい



- 営業利益は、第2四半期も加工食品事業の減益基調が継続し、上期は14億円減益
- 中間純利益は、13億円（10%）増益

（単位：億円）

	第2四半期			営業 利益率	上期				営業 利益率
	実績	増減	前期比 率		実績	増減	前期比 率	通期計画 に対する 進捗率	
食品	1,029	△44	△4%		2,067	△88	△4%	50%	
加工食品	822	48	6%		1,648	95	6%	50%	
水産	107	△32	△23%		212	△54	△20%	53%	
畜産	122	△48	△28%		250	△106	△30%	55%	
消去額	△22	△12	—		△43	△24	—	—	
低温物流	773	58	8%		1,472	99	7%	51%	
不動産	12	△0	△2%		25	1	3%	52%	
その他	10	△5	△35%		23	△5	△17%	32%	
調整額	△55	0	—		△110	△2	—	—	
売上高合計	1,769	9	1%		3,477	5	0%	50%	
（海外売上高合計）	420	6	1%		833	25	3%	48%	
食品	42	△13	△23%	4.1%	90	△27	△23%	37%	4.4%
加工食品	39	△13	△25%	4.8%	82	△28	△26%	36%	5.0%
水産	2	2	1,602%	2.2%	5	5	1,044%	51%	2.4%
畜産	1	△2	△74%	0.6%	3	△3	△55%	56%	1.1%
消去額	0	—	—	—	△0	△0	—	—	—
低温物流	52	11	26%	6.7%	93	17	23%	47%	6.3%
不動産	4	△1	△11%	35.4%	9	0	6%	53%	38.3%
その他	△0	△3	△115%	—	0	△3	△87%	4%	2.1%
調整額	△2	1	—	—	△9	△1	—	—	—
営業利益合計	96	△5	△5%	5.4%	183	△14	△7%	41%	5.3%
経常利益	95	△8	△7%		188	△19	△9%	41%	
親会社株主に帰属する 中間純利益	85	21	32%		141	13	10%	48%	

【売上高】

主力の加工食品事業と低温物流事業が伸長したが、水産・畜産事業での構造改革の継続により、グループ全体では**前期並み**

【営業利益】

低温物流事業や水産事業は増益となったが、加工食品事業の減益が響き**14億円減益**

【親会社株主に帰属する中間純利益】

投資有価証券の売却などにより**13億円（10%）増益**

（単位：億円）

為替レート	26/3 2Q	25/3 2Q	減価償却方法の 変更等に伴う影響額	26/3 2Q
米ドル／円	148.61	152.25	食品事業	6
ユーロ／円	162.16	164.59	低温物流事業	11
パーツ／円	4.44	4.21	その他	1
			合計	18

（注）1月～6月までの期中平均で算出

上期の連結業績実績です。

売上高は3,477億円で、主力の加工食品事業・低温物流事業は伸長しましたが、水産・畜産事業は構造改革を継続しており、グループ全体では前期並みとなりました。

営業利益は、低温物流事業や水産事業は増益となりましたが、加工食品事業の減益が響きグループ全体では14億円の減益となりました。

なお、親会社に帰属する中間純利益については、投資有価証券の売却益により、前期比13億円、10%の増益となりました。

加工食品事業 | 売上高・営業利益

おいしい瞬間を届けたい



●6%増収だが、為替影響を含む原材料・仕入コスト増を価格改定効果などで吸収しきれず28億円減益

(単位: 億円)

	第2四半期				上期				
	実績	前期比		営業利益率	実績	前期比		通期計画に対する進捗率	営業利益率
		増減	率			増減	率		
売上高合計	822	48	6%		1,648	95	6%	50%	
国内	648	38	6%		1,283	74	6%	50%	
家庭用調理品	241	12	5%		476	22	5%	48%	
業務用調理品	295	30	11%		592	55	10%	51%	
農産加工品	57	△8	△12%		111	△17	△14%	43%	
その他	55	4	9%		104	15	17%	76%	
海外	259	3	1%		538	19	4%	47%	
調整額	△85	7	—		△173	2	—	—	
営業利益合計	39	△13	△25%	4.8%	82	△28	△26%	36%	5.0%
国内	24	△10	△29%	3.7%	49	△26	△35%	29%	3.8%
海外	15	△5	△27%	5.7%	33	△7	△17%	56%	6.1%
調整額	0	2	—	—	1	5	—	—	—

増収効果の内訳	第2四半期			上期		
	増収率	単価	数量	増収率	単価	数量
家庭用調理品	5%	4%	1%	5%	3%	2%
業務用調理品	11%	2%	9%	10%	2%	8%

【国内】

《売上高》

(家庭用調理品)

・米飯類の価格改定の浸透のほか、チキン加工品や今川焼などのスナック類の拡販により**5%増収**

(業務用調理品)

・チキン加工品や米飯類の販売数量伸長により**10%増収**

(農産加工品)

・価格改定に伴う販売数量の減少などにより**14%減収**

《営業利益》

・価格改定を進めたが、原材料・仕入コストの更なる上昇や販売促進費の増加により**26億円減益**

【海外】

《売上高》

・北米のアジアンフーズ事業は前期並みで推移

・GFPTニチレイ社（タイ）は、欧州向けの加工品販売の拡大により増収

《営業利益》

・北米事業における販売促進費の増加、タイの輸出事業における為替影響（ドル安パーツ高）により**7億円減益**

© Nichirei Corporation. All rights reserved.

5

続いて、セグメント別の状況をご説明します。加工食品事業です。

加工食品セグメント全体の売上高は1,648億円で、前期比95億円、6%の増収となりました。
営業利益は、82億円で前期比28億円の減益となりました。

次にサブセグの状況、まずは国内事業についてです。

家庭用調理品の売上高は、476億円で、前期比22億円、5%の増収となりました。米飯類の価格改定が浸透したほか、チキン加工品や今川焼などのスナック類の拡販が寄与しました。

業務用調理品の売上高は592億円で、前期比55億円、10%の増収となりました。主にチキン加工品や米飯類の販売数量が伸長しました。

農産加工品の売上高は111億円で、前期比17億円14%の減収となりました。第1四半期に生鮮相場の安値により減少したブロッコリーの数量は戻りましたが、値上げにより、顧客の求める価格帯を外した商品の数量が大きく減少しました。

国内の営業利益は、第2四半期に入り、第1四半期で遅れていた価格改定は計画通り完了できたものの、原材料・仕入れコストの更なる上昇や継続する物価高の中で、低価格志向が進み、販売促進費を増やすも、販売計画数量に届かず49億円、前期比26億円、35%の減益となりました。

続いて海外事業についてです。

売上高は538億円で、前期比19億円、4%の増収となりました。

主にタイのGFPTニチレイ社の欧州向けの販売拡大が増収に寄与しました。

一方、営業利益は33億円で、前期比7億円の減益となりました。

主な要因は、北米事業におけるインフレによる販売数量の伸び悩みとラテンブランドの棚代負担に加え、タイの輸出事業におけるドル安パーツ高の為替影響になります。

なお、第1四半期決算説明会において、タイ・カンボジア紛争によるタイのGFPTニチレイ社の生産面への影響についてご心配をおかけしましたが、すでに従業員の採用もできており、現時点において安定稼働しております。

(単位: 億円)

	26/3		
	第1四半期 実績	第2四半期 実績	上期 実績
前期 営業利益	58	52	111
増収要因	10	12	22
増収効果 (※1)	2	3	5
価格改定効果	7	14	21
海外関係会社の業績影響額 (※2)	△1	△6	△7
生産性改善	1	0	1
減価償却費の増減	△1	△1	△2
償却方法の変更	3	3	6
その他 (※2) (※3)	△1	△1	△2
減益要因	△25	△26	△51
為替影響による原材料・仕入コストの増減	△11	△9	△20
原材料・仕入コストの増減 (為替影響除く)	△12	△16	△28
物流コストの増減	△1	△1	△2
動力燃料コストの増減	△1	0	△1
当期 営業利益	43	39	82

(※1) 収益性重視の施策の実行による利益効果も含む

(※2) 表示区分の変更: 「海外関係会社の業績影響額」に含めていた「棚卸未実現利益の調整」を「その他」に反映。それに伴い第1四半期の数値を遡及修正

(※3) 棚卸未実現利益の調整を含む

主な内容

● 増収効果

《プラス要因》↑

- ・大手ユーザー向けのチキン加工品の販売数量伸長

《マイナス要因》↓

- ・米飯類などの家庭用調理品の販売計画数量が計画比で未達
- ・家庭用調理品の販売促進費増加
- ・農産加工品の価格改定後の販売数量減少

● 価格改定効果

- ・2025年2月実施分 (米飯類) は2Qで完了したが、1Qの改定が遅れたことで、計画比では未達

● 原材料・仕入コストの増減 (為替影響除く)

- ・主に米・鶏肉類・卵の調達価格の高騰により、想定の上昇2倍程度まで上昇

上期の前期比▲28億円の営業利益の増減要因について説明します。

増収効果については上期5億円となりました。

大手ユーザー向けの業務用のチキン加工品の販売数量が伸長したものの、米飯を中心とする家庭用商品は、低価格志向が進むなか、価格改定後の商品の販売数量が計画まで伸長できなかったことに加え、消費喚起のための販売促進費が増加したことで、収益性が悪化し、計画の増収効果を得ることができませんでした。農産加工品においても、価格改定後に数量が大きく前年割れしたことも要因です。

価格改定効果については上期21億円となりました。

2025年2月の米飯類の改定を上期で全て完了することができましたが、第1四半期で改定作業が遅れたことで、計画していた増収効果を出すことができませんでした。

減益要因として大きいものは、原材料・仕入れコスト▲28億円です。

主に戦略カテゴリーの主原料になる米・卵・鶏肉類によるものですが、今期に入り、想定の上昇約2倍のコスト増を見込んでいます。

以上より、全体の構造としては、価格改定効果と増収効果により、期初想定から更に高騰した原材料・仕入れコストを全て吸収できず、減益となりました。

● 水産・畜産ともに、事業構造改革が計画通りに進捗

(単位: 億円)

		第2四半期				上期			
		実績	前期比		営業利益率	実績	前期比		通期計画に対する進捗率
			増減	率			増減	率	
水産	売上高	107	△32	△23%		212	△54	△20%	53%
	営業利益	2	2	1,602%	2.2%	5	5	1,044%	51%
畜産	売上高	122	△48	△28%		250	△106	△30%	55%
	営業利益	1	△2	△74%	0.6%	3	△3	△55%	56%

【水産】

《売上高》

- ・低収益商材の削減を計画的に進めたことにより**20%減収**

《営業利益》

- ・前期に収益性が低迷した魚卵の回復に加え、高収益商材や主力のエビを中心としたMSC・ASC認証品などの販売拡大により**5億円増益**

【畜産】

《売上高》

- ・国産、輸入冷凍品の低収益商材の削減により**30%減収**

《営業利益》

- ・大幅な販売数量削減により、固定費を回収できず**3億円減益**（食品事業統合後に収益改善予定）

次に、水産・畜産事業です。
両事業とも、構造改革の継続により、売上高は減収となりました。

まず、水産事業です。

売上高は、低収益商材の削減を計画通り進めたことで212億円、前期比54億円、20%の減収となりました。

営業利益は、前期に収益性が低迷した魚卵が回復したことに加え、高収益商材や主力のエビを中心としたMSC・ASC認証品などの販売拡大により5億円、前期比5億円の増益となりました。

次に畜産事業です。

売上高は、250億円、前期比106億円、30%の減収、営業利益は3億円、前期比3億円の減益となりました。

構造改革計画通りに、国産品および輸入冷凍品における低収益商材の削減を継続したことで、大きく減収となりました。このため、固定費を回収できず3億円の減益となりましたが、固定費控除前の収益性（限界利益率）は計画まで改善が進みました。固定費の改善は統合後に進めてまいります。

- 国内事業が引き続き堅調に伸長し、売上高は7%増収、営業利益は17億円（23%）増益

（単位：億円）

	第2四半期				上期			
	実績	前期比		営業利益率	実績	前期比		営業利益率
		増減	率			増減	率	
売上高合計	773	58	8%		1,472	99	7%	
国内事業	510	25	5%		998	46	5%	
保管	181	8	4%		352	14	4%	
輸配送	95	1	2%		185	5	3%	
リテール	164	12	8%		323	20	7%	
3PL	70	3	5%		137	7	5%	
海外事業	227	10	5%		433	30	7%	
その他・共通	36	23	180%		41	22	117%	
営業利益合計	52	11	26%	6.7%	93	17	23%	6.3%
国内事業	48	11	30%	9.4%	89	20	28%	9.0%
海外事業	9	△1	△8%	3.9%	15	△1	△7%	3.4%
その他・共通	△5	0	—	—	△12	△1	—	—

【国内】 《売上高》

- ・大都市圏を中心に保管・輸配送需要を着実に取り込んだことや、リテール事業も堅調に推移したことで**5%増収**

《営業利益》

- ・前期に比べ在庫が高水準で推移したことや、保管・輸配送需要の取り込み、減価償却方法変更等の影響などもあり**20億円（28%）増益**

【海外】

《売上高》

- ・前期に実施したフォワーディング会社の買収効果もあり、英国における通関・保管需要の拡大などが寄与し**7%増収**

《営業利益》

- ・英国での通関・保管などの港湾ビジネスが伸長したが、ポーランド新設倉庫の稼働が約半年間遅れたことが影響し**1億円減益**

続いて、低温物流事業の上期実績です。

売上高は1472億円で、前期比99億円、7%増収、営業利益は93億円で、前期比17億円、23%の増益となりました。

国内事業では、大都市圏を中心に保管・輸配送需要を着実に取り込んだことや、リテール事業が堅調に推移したことにより、売上高は998億円、前期比46億円、5%の増収となりました。

利益面では、前期に比べ在庫が高水準で推移したことや、保管・輸配送需要の取り込み、減価償却方法変更等の影響などもあり、営業利益は89億円、前期比20億円、28%の増益となりました。

海外事業は、前期のフォワーディング会社買収効果もあり、英国における通関・保管の取り扱いなどが拡大し、売上高は433億円、前期比30億円、7%の増収となりました。

営業利益は、先の英国での通関・保管など港湾ビジネスの伸長による増益効果があったものの、ポーランドでの新設倉庫の稼働が約半年間遅れたことが影響し、15億円、前期比1億円の減益となりました。

2 通期計画

連結業績予想

おいしい瞬間を届けたい



- 営業利益は、加工食品事業が下期に増益へ転ずるも、55億円下方修正し395億円、12億円の増益を見込む
- 当期純利益は、前期比33億円（13%）増益の過去最高280億円を見込む

(単位：億円)	下期				通期					
	計画	前期比 増減	前期比 率	営業 利益率	計画	前期比 増減	前期比 率	前回計画 増減	前回計画 増減	営業 利益率
食品	2,053	△131	△6%		4,120	△219	△5%	4,120	—	
加工食品	1,682	119	8%		3,330	214	7%	3,295	35	
水産	188	△133	△41%		400	△187	△32%	400	—	
畜産	208	△110	△35%		458	△216	△32%	458	—	
消去額	△25	△7	—		△68	△30	—	△33	△35	
低温物流	1,528	119	8%		3,000	217	8%	2,910	90	
不動産	23	△4	△16%		48	△4	△7%	48	—	
その他	32	△5	△14%		55	△10	△15%	72	△17	
調整額	△113	△4	—		△223	△5	—	△150	△73	
売上高合計	3,523	△26	△1%		7,000	△21	△0%	7,000	—	
(海外売上高合計)	890	40	5%		1,723	65	4%	1,740	△17	
食品	105	10	10%	5.1%	195	△18	△8%	242	△47	4.7%
加工食品	98	20	26%	5.8%	180	△8	△4%	226	△46	5.4%
水産	5	△9	△64%	2.6%	10	△4	△29%	10	—	2.5%
畜産	2	△2	△52%	1.1%	5	△6	△54%	5	—	1.1%
消去額	0	0	—		0	0	—	0	—	
低温物流	105	23	28%	6.9%	198	40	26%	198	—	6.6%
不動産	9	△2	△15%	36.7%	18	△1	△5%	18	—	37.5%
その他	3	△5	△65%	7.8%	3	△8	△72%	11	△8	5.5%
調整額	△10	△1	—		△19	△2	—	△19	—	
営業利益合計	212	26	14%	6.0%	395	12	3%	450	△55	5.6%
経常利益	215	23	12%		403	4	1%	458	△55	
親会社株主に帰属する 中間・当期純利益	139	20	17%		280	33	13%	295	△15	
EPS (円)					111.7	14.4	14.8%	117.7	△6.0	
EBITDA					615	△11	△1.7%	678	△62	
ROIC (%)					7.6	0.2ポイント		8.0%	△0.4ポイント	
ROE (%)					10%以上			10%以上		

【売上高】

加工食品事業と低温物流事業で伸長するが、その他（バイオサイエンス）と調整額の減額により当初計画から変更なく7,000億円を見込む

【営業利益】

加工食品事業の減益影響で下方修正するが、低温物流事業の伸長により12億円増益の395億円を見込む

(単位：億円)

為替レート	26/3		25/3実績
	想定	前回想定からの増減	
米ドル/円	150.00	—	151.57
ユーロ/円	160.00	—	163.94
パーツ/円	4.40	—	4.30

(注)25/3実績は1月～12月までの期中平均で算出

(単位：億円)

減価償却方法の変更等に伴う影響額	26/3計画
食品事業	16
低温物流事業	24
その他	1
合計	41

通期の連結業績予想についてです。

売上高に関しては、加工食品事業と低温物流事業が引き続き伸長しますが、バイオサイエンス事業と調整額での減額で相殺され、グループ連結では当初計画から変更なく7,000億円を見込みます。

営業利益は、低温物流事業の伸長と加工食品事業の収益改善により下期は増益へ転ずるものの、上期の減益及び倍増した下期の原材料コスト増を吸収できず、通期では55億円下方修正します。結果、通期見込みは、395億円、12億円の増益を見込みます。

また、当期純利益は、上期の投資有価証券の売却益40億円などにより、前期比33億円、13%の増益、過去最高の280億円を見込みます。

加工食品事業 | 売上高・営業利益

おいしい瞬間を届けたい



- 売上高は、業務用調理品が牽引し、7%増収を見込む
- 営業利益は、下期に増益に転ずるものの、46億円下方修正し180億円を見込む

(単位: 億円)

	下期				通期					
	計画	前期比		営業 利益率	計画	前期比		前回計画比		営業 利益率
		増減	率			増減	率	前回計画	増減	
加工食品	売上高合計	1,682	119	8%	3,330	214	7%	3,295	35	
	国内	1,318	96	8%	2,601	170	7%	2,555	46	
	家庭用調理品	509	28	6%	985	50	5%	1,002	△17	
	業務用調理品	623	60	11%	1,215	115	10%	1,159	56	
	農産加工品	119	4	3%	230	△14	△6%	256	△26	
	その他	67	4	7%	171	19	13%	138	33	
	海外	519	△2	△0%	1,057	16	2%	1,140	△83	
	調整額	△155	25	—	△328	28	—	△400	72	
	営業利益合計	98	20	26%	180	△8	△4%	226	△46	5.4%
	国内	76	27	54%	125	0	0%	166	△41	4.8%
	海外	20	△6	△23%	53	△12	△19%	59	△5	5.0%
	調整額	1	△0	—	2	4	—	1	1	—
増収効果の内訳		下期計画			通期計画					
		増収率	単価	数量	増収率	単価	数量			
	家庭用調理品	6%	4%	2%	5%	3%	2%			
	業務用調理品	11%	3%	8%	10%	2%	8%			

【国内】下期

《売上高》8%増収

(家庭用調理品) 6%増収
・米飯類などの追加価格改定実施

(業務用調理品) 11%増収

・チキン加工品や米飯類の拡販継続

《営業利益》27億円増益

・価格改定及び販売促進費の抑制

【海外】下期

《売上高》前期並

・北米ラテンブランドの集約

《営業利益》6億円減益

・タイ輸出事業のパーツ高影響継続

続いて、加工食品事業についてです。

通期計画の売上高は7%の増収、営業利益は46億円下方修正し、180億円といたします。

下期の国内事業は、引き続き、業務用が売上を牽引し8%の増収、営業利益は、家庭用米飯類の価格改定を実施するとともに、販売促進費を商品別、顧客別に管理、抑制し、収益改善を図ることで27億円の増益に転じます。また、両業態とも、今後継続するであろう市場の低価格化に対応できる商品を投入していきます。

下期の海外事業では、インフレによる北米市場の低迷により、新ブランド展開の見直しを実施し、販売促進費を抑制、アジアブランドに振り向けることで増益を図ります。ただ、上期からのパーツ高により、タイ輸出事業が引き続き下期も影響を受けることで、海外事業全体では6億円の減益を見込んでいます。

(単位: 億円)

主な内容

	26/3			
	上期実績	下期計画	通期計画	前回通期計画比
前期 営業利益	111	77	188	—
増収要因	22	66	88	△16
増収効果 (※1)	5	11	16	△13
価格改定効果	21	39	60	—
海外関係会社の業績影響額 (※2)	△7	△5	△12	△5
生産性改善	1	8	9	△1
減価償却費の増減	△2	△7	△9	3
償却方法の変更	6	9	15	—
その他 (※2) (※3)	△2	11	9	—
減益要因	△51	△45	△96	△30
為替影響による原材料・仕入コストの増減	△20	△9	△29	—
原材料・仕入コストの増減 (為替影響除く)	△28	△33	△61	△30
物流コストの増減	△2	△2	△4	—
動力燃料コストの増減	△1	△1	△2	—
当期 営業利益	82	98	180	△46

(※1) 収益性重視の施策の実行による利益効果も含む

(※2) 表示区分の変更: 「海外関係会社の業績影響額」に含めていた「棚卸未実現利益の調整」を「その他」に反映。それに伴い第1四半期の数値を遡及修正

(※3) 棚卸未実現利益の調整を含む

● 増収効果 16億円、計画比▲13億円

《プラス要因》↑

- ・ 大手ユーザー向けのチキン加工品の販売伸長

《マイナス要因》↓

● 市場の節約志向の上昇に伴う収益性の悪化

- ↳ 上期家庭用調理品の販売促進費の増加(下期: 抑制)

- ↳ 調理品の低収益性商品の販売比率上昇

- ↳ 農産加工品の販売数量の減少

(下期: 適正な収益性が確保できる「価格対応型商品」投入)

● 価格改定効果 60億円

- ・ 2025年2月分の米飯価格改定の1Qの遅延、2Q完了

- ・ 下期は7月～10月実施の価格改定の浸透

- ・ 次年度を見据えた2026年2月に追加価格改定を実施

● 海外関係会社の業績影響額

- ・ 北米市場の停滞の影響を受け、5億円の下方修正

● 原材料・仕入コストの増減 (為替影響除く) ▲61億円

- ・ 主に米・卵・鶏肉類の調達価格の高騰で計画比▲30億円

次に、営業利益を46億円下方修正した主な増減要因となります。

まず、増収効果については、上期5億円、下期は11億円と改善はするものの年間で16億円、計画に対しては13億円の未達になります。

主な要因としましては、上期同様、下期も市場が低価格志向に進むなか、価格改定後の主力商品の販売数量が当初の計画まで伸長しないと見込んでいるためです。

上期では、家庭用調理品では、消費喚起のための販売促進費が増加、業務用調理品では、収益性が低い中・低価格帯の商品の販売構成比が増えたため、下期はその改善策を講じていきます。その施策については、後のページで説明いたします。

続いて、価格改定効果です。

2025年2月に実施した米飯類の価格改定については、第1四半期で進捗が遅れましたが、上期で計画通り完了しました。下期は7～10月分の価格改定を浸透させ、来年2月には次年度を見据え、新たに追加した価格改定を遅れることなく取り進め、通期では60億円の増収効果を出していきます。

海外関係会社の業績影響については、北米のインフレ市場による消費停滞の影響を受け、販売計画の見直しを行い、5億円の下方修正をしております。

原材料・仕入れコストについては、主に卵・鶏肉を中心に計画の倍以上の価格高騰を受けるため、▲31億円から▲61億円へと下方修正しております。

以上の通り、国内事業において、通期の価格改定で、期初想定した為替影響と原材料コスト増は吸収できる見込みですが、約30億円増加した新たな原材料コストを吸収できないことと、低価格化が進む市場の中、販売数量と販売促進費が期初の計画から乖離することで増収効果も限定的になり、下方修正、減益となる見込みです。

原材料コストと価格改定、北米事業につきましては、この後、詳しくお伝えいたします。

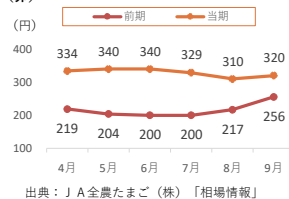
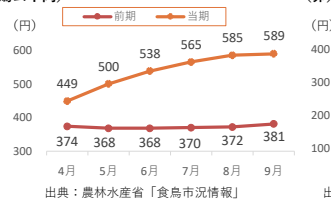
原材料コストの高騰と価格改定

- 為替影響を除く原材料・仕入コストについては、当初計画の前期比▲31億円から、▲61億円に増加
- 当年度および次年度のコストアップに対し、2026年2月に追加の価格改定を実施

【原材料・仕入コストの主な増加内容】

原材料	主なカテゴリー・商品	期初想定比(※) (通期計画)
米	米飯類	約1.3倍
卵	炒飯、今川焼など	
鶏肉	チキン加工品	

※期初見込から現時点での通期見込の乖離

【参考情報】東京都卸売価格 (円/kg) の上期推移
(鶏ムネ肉)

【価格改定】

実施時期	対象	改定率	計画区分
2025年2月	家庭用	米飯商品全て	約10%～約30%
	業務用	米飯商品全て、畜肉加工品の一部	約5%～約30%
2025年7月	業務用	輸入チキン加工品、卵商品、今川焼類、クリームコロッケ	約3%～約8%
2025年8月	家庭用	輸入チキン加工品、今川焼類、グラタン・ドリア類	約8%～約13%
2025年9月	家庭用	おにぎり商品全て	約10%
2025年10月	業務用	おにぎり商品全て、米飯商品の一部	約10%
2026年2月	家庭用	米飯商品全て、麺商品、お弁当向け商品の一部	約8%～約20%
	業務用	米飯商品、ハンバーグ商品、春巻商品、ポテトコロッケ商品ほか	約5%～約25%

※使用原材料等の商品設計などにより改定率は異なる。
※一部、規格変更に伴う「実質的な価格改定」や改定率の範囲を超えるものを含む。

続いて、原材料コストの高騰と価格改定についてご説明いたします。

まず、原材料についてです。

先ほど、お話ししました通り、期初時点では前期比マイナス31億円の影響と見ていましたが、今回、61億円へと大幅に増加する見通しとなりました。

特に、卵・鶏肉の価格が想定の1.3倍と急騰したことが、コスト増の主な要因です。

このコスト上昇に対しては、9月・10月と来年2月に価格改定を行ってまいります。今年度の効果は限定的で、刈り取りの大半は次年度となります。

ちなみに、来年2月の価格改定については、次年度に仕入れる米価格の大幅な上昇が見込まれる米飯類についても、追加で改定を実施することといたしました。

収益性の改善及び生活者による節約志向への対応

- (短期) 販売促進費の管理強化
 - ✓ 収益性・取引量などを考慮し、「費用対効果」のある 販売促進費の再配分、投入に繋げる
 - (短中期) 価格戦略の見直し：生活者の節約志向に寄り添った「価格対応型商品(※)」を投入
 - ✓ 収益基盤の「既存定番商品」と高付加価値・高単価の「食スタイル対応型商品」に加え、「価格対応型商品(※)」の投入により全体の販売数量の維持・伸長を図る
- (※) 価格対応型商品
規格や包装形態などの工夫や多様な顧客ニーズに対応した幅広い加工度を有し、「適正な収益性の確保」と「手に取りやすい価格帯」を両立した商品

既存定番商品

- ✓ 米飯類
- ✓ チキン加工品 など



本格炒め炒飯®



特から®



今川焼 (あずきあん)

市場提案型商品

食スタイル対応型商品

- ✓ everyONE meal
- ✓ パーソナルユース など



生食香る辛鶏湯



三ツ星プレート®回鍋肉と麻婆麺



お家で炒めるベースチャーハン

価格対応型商品

- ✓ 多様な価格帯・規格 など



米飯類



農産加工品

市場の低価格志向、節約志向の高まりに対する施策についてご説明いたします。

急に変化している市場の低価格志向、節約志向の高まりに対応していくため、2つの施策を実行していきます。

1つは、増加傾向にある販売促進費の見直しです。家庭用調理品におきまして、消費者の節約志向に伴い、店頭での価格調整を目的とした販売促進費が使用される実態があります。

これは、一定量の数量を確保するために必要なものではありませんが、商品の収益性や顧客別の取引量や収益性を考慮しながら、販売促進費用を効率的に再配分し、収益性をコントロールしていきます。

2つめは、収益基盤となっている「既存定番商品」の価格改定は引き続き実施しながら、市場提案型商品の販売を増やしていきます。「everyONE meal」「三ツ星プレート」等の「食スタイル提案型商品」をさらに拡大させることに加え、生活者の節約志向に寄り添った規格や包装形態を工夫した「価格対応型商品」を投入していきます。

今後、価格改定、販促費の抑制により収益性は改善するものの、販売数量への影響が見込まれます。

生活者の食スタイルの多様化や節約志向の高まりを拡大する新たな市場ニーズと捉え、「適正な収益性」と「適正な価格帯」を両立した商品を投入し、次期以降の国内事業全体の販売数量の維持・伸長に繋がります。

北米（イノバジアン・クイジーン社＋ニチレイサクラメントフーズ社）

【売上高・営業利益】

		2026年3月期										
		上期			下期			通期				
		実績	前期比		計画	前期比		計画	前期比		前回計画比	
増減	率		増減	率		増減	率		前回計画	増減		
売上高	連結通貨（億円）	190	2	1%	184	△0	△0%	374	2	0%	416	△42
	現地通貨（百万USD）	128	4	3%	122	△1	△0%	250	4	1%	277	△28
営業利益	連結通貨（億円）	5	△3	△36%	10	4	60%	15	1	6%	22	△7
	現地通貨（百万USD）	3.5	△1.8	△35%	6.6	3	60%	10.1	0.7	7%	14.3	△4.2
営業利益率（連結通貨）		2.7%			5.4%			4.1%			5.2%	△1.1pt
為替レート（米ドル／円）		148.61						150.00			150.00	－

※本表の数字は地域間消去後の数字となり「エリア・セグメント別売上高／国内外別営業利益」で開示する数字と異なる

【上期実績】

- アジアンフーズ市場は前年割れも、イノバジアン・クイジーン社は前期並みの売上を確保
- 前期に投入したラテンブランドの販売促進費の支出が続き3億円減益

【通期計画】

- アジアンフーズ市場停滞の影響を受け販売計画を見直し、売上高・営業利益ともに通期計画を下方修正
- 下期から開始したラテンブランド商品の集約などによる販売促進費の抑制により、前期並みの利益確保を見込む

北米事業についてです。

まず上期の結果です。

アジアンフーズ市場は、インフレ経済による継続する食料品の物価高騰の影響により、消費が減退し、前年を下回りました。

イノバジアン・クイジーン社は、その中、販売数量は計画に届かなかったものの、前期並み売上の190億円を確保できました。一方、利益面では、前期から投入したラテンブランドの販促費用支出が続き、3億円の減益となりました。

続いて通期の見通しです。

下期も厳しい市場環境が継続すると見込まれるため、通期の売上高、営業利益をそれぞれ前回計画から下方修正しましたが、利益面においては、ラテンブランド拡販施策の一部を除き一時的に取りやめ、販売促進費の抑制を図り、前期並みの15億円を見込みます。

一方で、今期の営業利益率は4.1%と依然低迷しており、大きな課題と認識しています。

この利益率を抜本的に改善するためには、以前よりお話しております通り、OEM調達から自社生産に切り替えることで、外出していた利益を取り込み、収益基盤を整え、チャネルの拡大による規模の拡大を検討しております。

- 水産、畜産ともに、次年度の食品事業統合に向けて事業構造改革を完遂し、通期計画の達成を見込む

(単位：億円)

		下期				通期					
		計画	前期比		営業 利益率	計画	前期比		前回計画比		営業 利益率
			増減	率			増減	率	前回計画	増減	
水産	売上高	188	△133	△41%		400	△187	△32%	400	—	
	営業利益	5	△9	△64%	2.6%	10	△4	△29%	10	—	2.5%
畜産	売上高	208	△110	△35%		458	△216	△32%	458	—	
	営業利益	2	△2	△52%	1.1%	5	△6	△54%	5	—	1.1%

【水産】《売上高》

- ・ 国内は低収益商材の削減を進める一方で、需要が拡大する海外販売を強化

《営業利益》

- ・ 高収益商材及びMSC・ASC認証品の取り扱い拡大などにより、**10億円**を見込む

【畜産】《売上高》

- ・ 低収益商材の削減を継続する一方で、加工品や健康価値食肉など差別化商品の拡販を推進

《営業利益》

- ・ 価格改定に加え、加工品や差別化商品の販売拡大により**5億円**を見込む

水産・畜産事業です。

両事業ともに、下期も通期計画に沿って進捗する見込みであり、次年度の食品事業統合に向けて事業構造改革を完遂し、通期計画の達成を目指します。

- グループ業績をけん引し、売上高は8%増収、営業利益は40億円（26%）増益の198億円を見込む

（単位：億円）

		下期				通期					
		計画	前期比		営業 利益率	計画	前期比		前回計画比		営業 利益率
			増減	率			増減	率	前回計画	増減	
低温 物流	売上高合計	1,528	119	8%		3,000	217	8%	2,910	90	
	国内事業	1,013	62	6%		2,011	108	6%	1,941	70	
	保管	358	20	6%		710	34	5%	688	22	
	輸配送	183	12	7%		368	17	5%	362	6	
	リテール	332	22	7%		655	43	7%	616	39	
	3PL	141	7	6%		278	14	6%	275	3	
	海外事業	474	45	10%		907	75	9%	913	△6	
	その他・共通	41	12	42%		82	34	71%	56	26	
	営業利益合計	105	23	28%	6.9%	198	40	26%	198	—	6.6%
	国内事業	86	12	16%	8.4%	175	31	22%	171	4	8.7%
	海外事業	26	8	48%	5.4%	41	7	22%	45	△4	4.5%
	その他・共通	△6	3	—	—	△18	2	—	△18	—	—

低温物流事業の通期計画です。

営業利益は前回計画の198億円から変更はありません。

売上高は前回計画を90億円上方修正し3,000億円、前期比217億円、8%の増収を見込みます。

国内事業は、売上高は、前回計画から70億円上方修正し、2,011億円、前期比108億円、6%の増収を見込みます。

営業利益も前回計画から4億円上方修正し、175億円、前期比31億円、22%の増益を見込みます。

次に海外です。

売上高は前回計画より6億円下方修正し、907億円、前期比75億円、9%の増収を見込みます。

営業利益も、前回計画を4億円下方修正し、41億円、前期比プラス7億円、22%の増益を見込みます。

(単位: 億円)

	26/3					
	第1四半期 実績	第2四半期 実績	上期 実績	下期 計画	通期 計画	前回 通期 計画比
前期 営業利益	34	41	75	82	157	—
増益要因	10	12	22	29	51	—
集荷増による業績影響額	1	2	3	2	5	2
業務効率化	0	1	1	3	4	2
適正料金収受などの施策効果	3	3	6	4	10	—
海外	△0	△1	△1	8	7	△4
償却方法等の変更	6	5	11	13	24	—
その他	0	2	2	△1	1	—
減益要因	△3	△1	△4	△6	△10	—
エネルギーコストの増減	△1	0	△1	0	△1	2
外部委託コスト増 (庸車・倉庫内作業含む)	△2	△1	△3	△6	△9	△2
当期 営業利益	41	52	93	105	198	—

主な内容

● 集荷増による業績影響額・業務効率化

- ・ 上期は保管・輸配送需要の取込やリテール事業の伸長が業績を牽引
- ・ 下期も引き続き取扱物量の確保と業務効率化で前回計画比+4億円見込む

● 海外

- ・ 上期におけるポーランドの新設拠点の稼働遅延の影響で4億円下方修正。下期以降、計画乖離影響は下期縮小傾向にあり今年度内に安定稼働を見込む

営業利益の増減要因となります。

国内では、保管・輸配送需要の取込やリテール事業の伸長が業績をけん引し、下期もさらなる集荷拡大の効果を見込み、前回通期計画を4億円上回る見込みです。

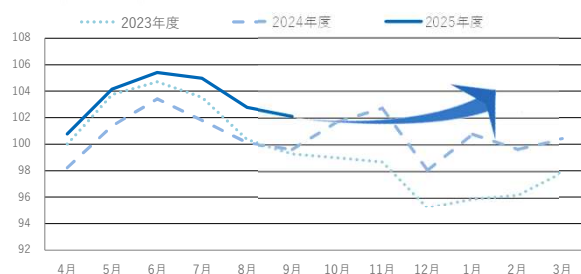
海外は、上期におけるポーランドの新設拠点の半年に及ぶ稼働遅延の影響が大きく、4億円の下方修正を見込んでいますが、下期以降、計画乖離影響は縮小傾向にあり、今年度内に安定稼働を見込んでいます。

集荷拡大への下期の見通し

- 年末商材を中心に保管・輸配送需要の取り込みを着実に進めることで、取扱物量を確保する

当社の12大都市 在庫屯数推移

※2023年4月の在庫屯数を100とした場合の推移

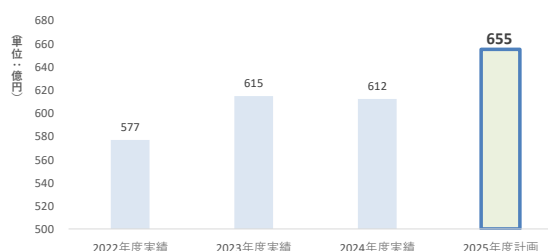


リテール事業売上高推移

- リテール事業の売上高は順調に拡大
- NL+LiNK（※）について、東北・関東・西日本各エリアで順調拡大。自社に限らず他社ネットワークも活用したさらなる基盤拡充を進める

（※）当社リテール事業のTC拠点をつなぐベンダー様向け拠点間輸送サービス

リテール事業売上高推移



低温物流事業の国内施策について説明します。

当社の12大都市の在庫屯数は、上期は昨年度や一昨年度と比較しても高い水準を維持しております。下期以降も、年末商材を中心に保管・輸配送需要の取り込みを着実に進めることで、取り扱い物量を確保出来ると見込んでいます。

リテール事業の売上高は引き続き堅調に推移しており、なかでもエヌエルリンクは東北・関東・西日本の各エリアで順調に事業を拡大しています。

今後も自社ネットワークに加え、他社ネットワークの活用を進めることで、さらなる基盤の拡充を進めてまいります。

設備投資

おいしい瞬間を届けたい



● 今期の設備投資計画を289億円へ下方修正

2025年度 設備投資計画の変更点

単位：億円		設備投資		
		変更前	変更後	増減
国内	食品	166	120	△46
	低温物流	74	68	△6
	その他	32	30	△3
	合計	272	217	△54
海外	食品	32	14	△19
	低温物流	159	59	△101
	その他	1	0	△1
	合計	193	73	△120
合計	食品	198	133	△65
	低温物流	233	126	△107
	その他	34	30	△4
	合計	465	289	△175

【変更の主な理由】

● 食品（加工食品）

- ✓ 国内で予定していた新增設案件の見直しなどにより65億円減額

● 低温物流

- ✓ 欧州、ASEANでの投資計画が次期へずれ込むことにより107億円減額

設備投資についてです。

今期の設備投資計画をマイナス175億円の289億円へ下方修正します。

食品事業における国内の大型生産拠点の新設における投資計画を、海外へ振り向けることに方向転換したことから、今期の加工食品事業の投資計画を65億円下方修正します。

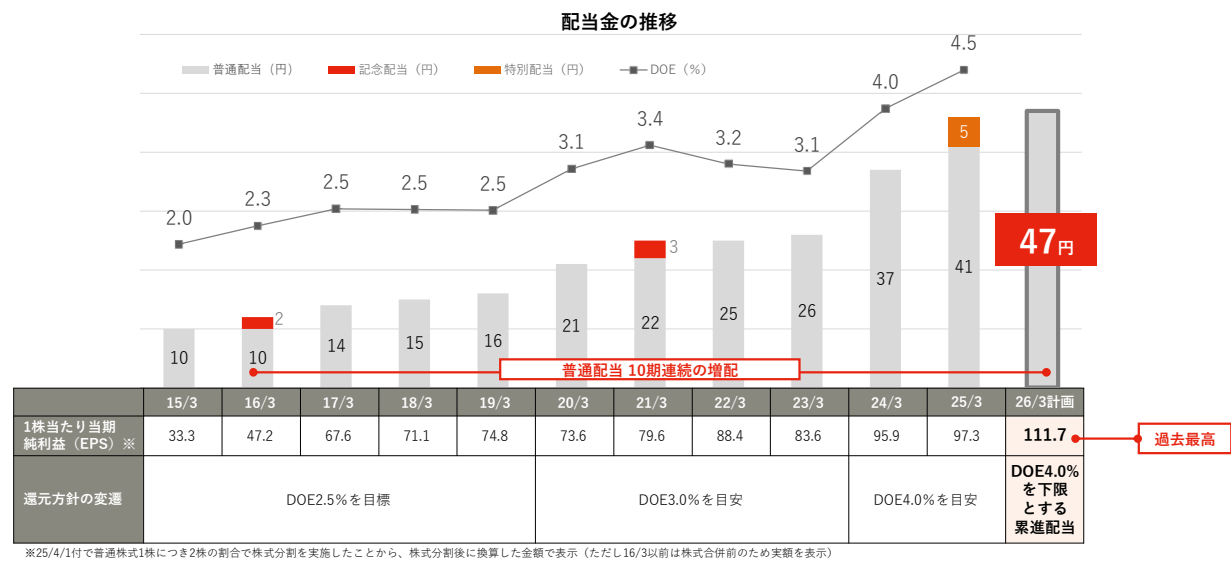
一方、低温物流事業では、各案件は進んでいるものの、欧州、ASEANの投資計画が次年度へ期ずれが生じるため107億円下方修正しました。

株主還元

おいしい瞬間を届けたい



- 配当金は期初計画通り年間47円（普通配当で10期連続増配）を予定



© Nissin Corporation. All rights reserved.

21

最後に株主還元についてです。

期初の計画通り、DOE4%を下限とする累進配当に基づき、普通配当で10期連続の増配となる47円の配当金を予定しています。

EPSは、上期の投資有価証券の売却益も寄与し過去最高の当期純利益を見込むことから、過去最高の111.7円となる予想です。

ROEの目標を掲げていますので、資本効率向上の施策の一環として、今後も政策保有株式の縮減を積極的に進めるとともに、事業収支と資本政策の両軸で企業価値を高めてまいります。

最後になりますが、当社グループは来月1日に創立80周年を迎えます。

グループミッションである「暮らしを見つめ、人々に心の満足を提供する」を掲げ、時代ごとに人々や社会が求めるニーズを的確に捉えながら、新たな商品やサービスを生み出し、社会的価値と経済的価値の創出に繋げてまいりました。

来春には食品事業の統合も控えております。

足元では大変厳しい事業環境下にあります。主力の食品事業と低温物流事業それぞれの競争優位をさらに高めるとともに、グループシナジーをしっかりと発揮していくことで、この厳しい局面の打開に向けて尽力してまいります。

3 Appendix

エリア・セグメント別売上高・営業利益

2026年3月期 第2四半期

※ () 内は前年同期間比、ptはポイント (単位：億円)

		売上高								営業利益							
		日本	海外合計					地域間 消去等	合計	日本	海外	地域間 消去等	合計	営業利益率			
			北米	欧州	東南 アジア	東 アジア	その他							日本	海外	合計	
食品	加工食品	1,701	558	205	—	296	40	17	△ 192	2,067	55	34	1	90	3.2%	6.1%	4.4%
		(△100)	(18)	(11)	—	(13)	(△5)	(△1)	(△6)	(△88)	(△25)	(△7)	(5)	(△27)	(△1.2pt)	(△1.5pt)	(△1.1pt)
	水産	1,283	538	205	—	293	23	17	△ 173	1,648	49	33	1	82	3.8%	6.1%	5.0%
		(74)	(19)	(14)	—	(13)	(△7)	(△1)	(2)	(95)	(△26)	(△7)	(5)	(△28)	(△2.4pt)	(△1.5pt)	(△2.1pt)
	畜産	196	21	—	—	3	18	—	△ 5	212	4	1	0	5	2.1%	4.5%	2.4%
		(△59)	(△1)	(△3)	—	(0)	(2)	—	(5)	(△54)	(5)	(△0)	(0)	(5)	(2.4pt)	(△1.1pt)	(2.3pt)
	消去額	250	—	—	—	—	—	—	—	250	3	—	—	3	1.1%	—	1.1%
		(△106)	—	—	—	—	—	—	—	(△106)	(△3)	—	—	(△3)	(△0.6pt)	—	(△0.6pt)
低温物流	不動産・ その他	△ 29	—	—	—	—	—	—	△ 14	△ 43	△ 0	—	0	△ 0	—	—	—
		(△10)	—	—	—	—	—	—	(△13)	(△24)	(△0)	—	(0)	(△0)	—	—	—
	調整額	998	433	—	395	13	26	—	41	1,472	89	15	△ 12	93	9.0%	3.5%	6.3%
		(46)	(30)	—	(32)	(△0)	(△1)	—	(22)	(99)	(20)	(△1)	(△1)	(17)	(1.6pt)	(△0.5pt)	(0.8pt)
	合計	47	2	2	—	—	—	—	△ 1	47	12	△ 2	△ 0	10	25.1%	—	21.0%
		(△0)	(△4)	(△4)	—	—	—	—	(1)	(△4)	(△1)	(△1)	(△0)	(△3)	(△2.0pt)	—	(△3.6pt)
	調整額	△ 109	△ 1	—	—	△ 1	△ 0	—	—	△ 110	△ 10	—	0	△ 9	—	—	—
		(△1)	(△1)	—	—	(△1)	(0)	—	—	(△2)	(△1)	—	(0)	(△1)	—	—	—
合計	2,637	992	206	395	308	66	17	△ 152	3,477	147	48	△11	183	5.6%	4.8%	5.3%	
	(△55)	(43)	(7)	(32)	(12)	(△6)	(△1)	(17)	(5)	(△8)	(△9)	(4)	(△14)	(△0.2pt)	(△1.2pt)	(△0.4pt)	

貸借対照表の増減要因

おいしい瞬間を届けたい



(単位: 億円)

	2025年3月期 期末	2026年3月期 上期	増減
資産の部			
流動資産	2,049	2,174	125 ①
固定資産	2,943	2,984	41 ②
資産合計	4,992	5,158	165
負債・純資産の部			
流動負債	1,291	1,356	65 ③
固定負債	942	966	24
負債合計	2,233	2,322	89
純資産合計	2,760	2,836	76 ④
(うち自己資本)	2,600	2,669	68
有利子負債	1,063	1,099	37
(うちリース債務除く)	927	961	34

	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	増減
設備投資額	150	131	△18 ⑤
(うちリース資産除く)	138	111	△27
減価償却費	118	107	△11
(うちリース資産除く)	101	90	△12

【主な増減要因】

- ①現金及び預金 +23億円
- 商品及び製品 +47億円
- ②建設仮勘定 +30億円
- ③短期借入金 +70億円
- コマーシャルペーパー +50億円
- 1年内償還予定の社債 ▲100億円
- ④親会社株主に帰属する当期純利益 +141億円
- 配当金 ▲64億円

【2025年度の設備投資の主な実績】

- ⑤ナワナコン物流センター建設工事(タイ) 7億円
(総投資額約39億円を予定)

2026年3月期 年間業績・計画一覧

おいしい瞬間を届けたい



(単位: 億円)

	第1四半期			第2四半期			下期			通期		
	実績	増減	前期比	実績	増減	前期比	計画	増減	前期比	計画	増減	前期比
食品	1,038	△44	△4%	1,029	△44	△4%	2,053	△131	△6%	4,120	△219	△5%
加工食品	826	47	6%	822	48	6%	1,682	119	8%	3,330	214	7%
国内	635	36	6%	648	38	6%	1,318	96	8%	2,601	170	7%
家庭用調理品	236	9	4%	241	12	5%	509	28	6%	985	50	5%
業務用調理品	296	26	9%	295	30	11%	623	60	11%	1,215	115	10%
農産加工品	54	△10	△15%	57	△8	△12%	119	4	3%	230	△14	△6%
その他	49	11	28%	55	4	9%	67	4	7%	171	19	13%
海外	278	15	6%	259	3	1%	519	△2	△0%	1,057	16	2%
調整額	△88	△4	—	△85	7	—	△155	25	—	△328	28	—
水産	105	△22	△17%	107	△32	△23%	188	△133	△41%	400	△187	△32%
畜産	129	△57	△31%	122	△48	△28%	208	△110	△35%	458	△216	△32%
消去額	△21	△11	—	△22	△12	—	△25	△7	—	△68	△30	—
低温物流	699	40	6%	773	58	8%	1,528	119	8%	3,000	217	8%
国内事業	488	21	5%	510	25	5%	1,013	62	6%	2,011	108	6%
保管	172	6	4%	181	8	4%	358	20	6%	710	34	5%
輸配送	90	4	4%	95	1	2%	183	12	7%	368	17	5%
リテール	158	8	5%	164	12	8%	332	22	7%	655	43	7%
3PL	67	4	6%	70	3	5%	141	7	6%	278	14	6%
海外事業	206	20	11%	227	10	5%	474	45	10%	907	75	9%
その他・共通	5	△1	△18%	36	23	—	41	12	42%	82	34	71%
不動産	13	1	7%	12	△0	△2%	23	△4	△16%	48	△4	△7%
その他	13	1	6%	10	△5	△35%	32	△5	△14%	55	△10	△15%
調整額	△54	△2	—	△55	0	—	△113	△4	—	△223	△5	—
売上高合計	1,708	△4	△0%	1,769	9	1%	3,523	△26	△1%	7,000	△21	△0%
(海外売上高合計)	413	19	5%	420	6	1%	890	40	5%	1,723	65	4%
食品	48	△14	△23%	42	△13	△23%	105	10	10%	195	△18	△8%
加工食品	43	△15	△26%	39	△13	△25%	98	20	26%	180	△8	△4%
水産	3	2	791%	2	2	1,602%	5	△9	△64%	10	△4	△29%
畜産	2	△1	△40%	1	△2	△74%	2	△2	△52%	5	△6	△54%
消去額	△0	△0	—	0	0	—	0	0	—	0	0	—
低温物流	41	7	20%	52	11	26%	105	23	28%	198	40	26%
不動産	5	1	25%	4	△1	△11%	9	△2	△15%	18	△1	△5%
その他	1	△0	△17%	△0	△3	△115%	3	△5	△65%	3	△8	△72%
調整額	△7	△2	—	△2	1	—	△10	△1	—	△19	△2	—
営業利益合計	87	△9	△9%	96	△5	△5%	212	26	14%	395	12	3%
経常利益	92	△11	△11%	95	△8	△7%	215	23	12%	403	4	1%
親会社株主に帰属する中間・当期純利益	56	△8	△12%	85	21	32%	139	20	17%	280	33	13%

ROICの推移

おいしい瞬間を届けたい



	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3E
グループ全体 ROIC (%)	8.0	8.1	7.8	7.6	7.5	7.8	6.9	7.5	7.4	7.6
NOPAT率 (%)	3.7	3.7	3.7	3.6	3.9	4.1	3.5	3.9	3.9	4.2
使用資本回転率 (回)	2.2	2.2	2.1	2.1	1.9	1.9	2.0	1.9	1.9	1.8
WACC (%)							4.0	4.0	4.0	4.5
加工食品										
簡易ROIC (%)	15.3	14.4	13.3	15.1	13.9	10.3	8.5	10.8	11.0	9.2
税引後営業利益率 (%)	4.7	4.6	4.5	4.9	5.3	4.0	3.5	4.1	4.2	3.7
主要使用資本回転率 (回)	3.3	3.2	3.0	3.1	2.6	2.6	2.4	2.6	2.7	2.5
低温物流										
簡易ROIC (%)	6.9	7.0	7.1	7.2	7.8	7.7	7.7	7.2	6.5	7.7
税引後営業利益率 (%)	3.9	4.0	3.9	4.0	4.3	4.5	4.3	4.2	3.9	4.6
主要使用資本回転率 (回)	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.7	1.8	1.7	1.7	1.7
水産										
簡易ROIC (%)	2.7	1.0	0.6	1.5	2.0	3.3	3.5	2.9	8.0	8.2
税引後営業利益率 (%)	0.8	0.3	0.2	0.5	0.6	1.0	1.0	0.7	1.7	1.8
主要使用資本回転率 (回)	3.4	3.4	3.5	3.3	3.4	3.4	3.7	4.4	4.8	4.6
畜産										
簡易ROIC (%)	29.4	16.3	16.8	13.6	21.5	20.2	13.8	12.4	21.9	8.3
税引後営業利益率 (%)	1.3	1.0	1.1	0.7	1.1	1.0	0.8	0.9	1.1	0.8
主要使用資本回転率 (回)	23.3	16.4	15.1	19.1	20.0	20.1	17.9	14.1	19.8	11.0
バイオサイエンス										
簡易ROIC (%)	9.5	9.4	2.4	△2.2	△3.2	△3.0	8.9	12.5	10.7	3.3
税引後営業利益率 (%)	11.1	11.4	4.5	△4.5	△6.6	△6.1	12.0	15.2	12.2	4.3
主要使用資本回転率 (回)	0.9	0.8	0.5	0.5	0.5	0.5	0.7	0.8	0.9	0.8

注：簡易ROIC=税引後営業利益÷主要使用資本（営業資金+有形無形固定資産）

※26/3Eの色のついた箇所は期初計画から変更を加えている

各中計期間の業績の推移

おいしい瞬間を届けたい



(単位: 億円)

	RISING 2015 (13-15年度)			POWER UP 2018 (16-18年度)			WeWill 2021 (19-21年度)			Compass Rose 2024 (22-24年度)			Compass×Growth 2027 (25-27年度)			
	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3	25/3	26/3E	27/3P	28/3P	
食品												4,339	4,120	4,181	4,450	
加工食品	1,807	1,939	1,992	2,050	2,207	2,266	2,348	2,255	2,442	2,757	2,909	3,116	3,330	3,430	3,650	
水産	686	687	688	694	715	712	658	631	677	690	616	587	400	350	380	
畜産	801	895	920	881	904	911	883	841	803	858	818	674	458	434	453	
消去額												△38	△68	△33	△33	
低温物流	1,684	1,783	1,849	1,869	1,951	2,010	2,065	2,123	2,245	2,442	2,574	2,783	3,000	2,994	3,120	
不動産	50	47	46	46	49	48	50	46	43	45	45	52	48	49	50	
その他	37	44	52	45	53	58	57	49	42	61	68	65	55	478	583	
調整額	△191	△196	△194	△189	△199	△204	△212	△218	△226	△231	△228	△218	△223	△201	△202	
売上高合計	4,874	5,200	5,354	5,397	5,680	5,801	5,849	5,728	6,027	6,622	6,801	7,021	7,000	7,500	8,000	
食品												213	195	255	287	
加工食品	34	54	80	139	146	146	167	172	142	140	174	188	180	239	263	
水産	4	2	7	8	3	2	4	5	10	10	6	14	10	9	13	
畜産	1	4	4	16	13	15	9	13	12	10	10	11	5	7	12	
消去額												△0	0	0	0	
低温物流	89	87	100	106	113	114	118	131	146	151	158	157	198	211	226	
不動産	24	21	22	21	22	21	20	20	17	18	17	19	18	19	20	
その他	4	6	9	6	8	3	△3	△3	△3	8	13	11	3	34	46	
調整額	1	0	△5	△3	△5	△6	△6	△8	△9	△7	△9	△17	△19	△20	△19	
営業利益合計	158	174	216	293	299	295	310	329	314	329	369	383	395	500	560	
経常利益	144	169	214	291	307	299	318	335	317	334	383	399	403	512	571	
親会社株主に帰属する当期純利益	89	95	135	188	191	199	196	212	234	216	245	247	280	340	380	
総資産	3,185	3,420	3,385	3,462	3,673	3,773	3,900	4,057	4,276	4,573	4,852	4,992				
設備投資等（リース資産を含む）	240	242	162	139	250	241	273	378	279	304	313	345	289	396	410	
ROIC（％）	4.2	4.3	5.9	8.0	8.1	7.8	7.6	7.5	7.8	6.9	7.5	7.4	7.6	8%以上		
自己資本比率（％）	41.9	43.0	44.4	46.0	44.3	46.9	47.3	50.1	49.4	49.1	52.2	52.1				
営業利益率（％）	3.1	3.3	4.0	5.4	5.3	5.1	5.3	5.8	5.2	5.0	5.4	5.5	5.6	6.7	7.0	
ROE（自己資本利益率）（％）	6.9	6.8	9.1	12.1	11.9	11.7	10.9	10.9	11.3	9.9	10.3	9.6	10%以上			
1株当たり純利益（EPS）	31.1	33.3	47.2	67.6	71.1	74.8	73.6	79.6	88.4	83.6	95.9	97.3	111.7	135.7	151.7	
1株当たり配当金（DPS）	10	10	12	14	15	16	21	25	25	26	37	46	47	下限47		
期末日現在株価（円）	436	674	916	1,377	1,470	1,364	1,528	1,425	1,185	1,342	2,057	1,778				

注：①設備投資等には無形固定資産を含む、②25/4/1付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を実施したこと、比較のためEPS、DPS、期末日現在株価は株式分割後に換算した金額で表示（ただし16/3以前は株式合併前のため実額を表示）、③26/3からの食品事業セグメントの開示変更に当たり、25/3は適及修正後の数値を記載している

加工食品事業

おいしい瞬間を届けたい



SCI 家庭用調理冷凍食品 100人当たり購入金額の前年同四半期比

市場	25/3期 1 Q	25/3期 2 Q	25/3期 3 Q	25/3期 4 Q	25/3期累計	26/3期 1 Q	26/3期 2 Q
全体	103%	105%	105%	105%	105%	106%	103%
畜肉フライ	96%	96%	99%	101%	98%	104%	104%
ピラフご飯類	101%	107%	104%	106%	105%	116%	109%
おにぎり	107%	113%	107%	110%	110%	105%	102%
和風スナック	108%	111%	114%	112%	111%	109%	98%
ハンバーグ	91%	98%	102%	100%	98%	99%	96%

出典：インテージSCI（冷凍調理 100人当たり購入金額の前年四半期比の推移（70代まで））。購入ルート＝生協店舗・店舗以外を含む。（宅配等含む）

当社の価格改定の【実施時期】と【改定効果の発現時期】

実施時期	改定対象	改定率 (当初計画)	2024年3月期				2025年3月期				2026年3月期				2027年3月期			
			1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2023年7月	業務用	約8～27%																
2024年3月	家庭用	約1%～6%																
2024年4月	業務用	約1%～6%																
2024年9月	農産加工品、家庭用	約3%～7%																
2024年10月	農産加工品、業務用	約5%～7%																
2025年2月	家庭用	約10%～30%																
	業務用	約5%～30%																
2025年7月	業務用	約3%～8%																
2025年8月	家庭用	約8%～13%																
2025年9月	家庭用	約10%																
2025年10月	業務用	約10%																
2026年2月	家庭用	約8～20%																
	業務用	約5～25%																
改定効果（億円）			50	39	30	10	5	5	7	9	7	14	39					
			合計129億円				合計26億円				合計60億円							

海外売上高実績と計画

(単位: 億円)

		2026年3月期													
		第1四半期			第2四半期			下期			通期				
		実績	前期比		実績	前期比		計画	前期比		計画	前期比		前回計画比	
			増減	率		増減	率		増減	率		増減	率	前回計画	増減
売上高	北米	105	8	8%	96	5	5%	217	31	17%	418	43	12%	459	△41
	GFPTニチレイ	70	6	9%	64	6	11%	118	△10	△8%	252	2	1%	219	33
	その他	15	△2	△13%	14	△3	△17%	30	1	4%	59	△3	△6%	62	△3
	合計	190	11	6%	174	8	5%	365	23	7%	729	42	6%	740	△11

※北米にはイノバジアン・クイジーン社&ニチレイサクラメントフーズ社 (ICE & NISA) の他、北米で展開する全ての食品事業の数字を含める

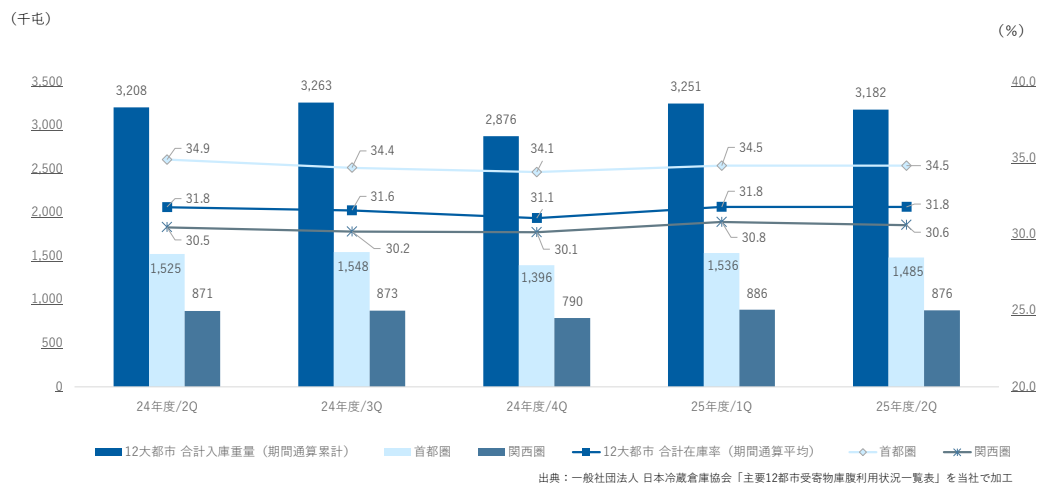
※本表の数字は地域間消去後の数字となり「エリア・セグメント別売上高・営業利益」で開示する数字と異なる

【ICE + NISA】売上高・営業利益

		2026年3月期													
		第1四半期			第2四半期			下期			通期				
		実績	前期比		実績	前期比		計画	前期比		計画	前期比		前回計画比	
			増減	率		増減	率		増減	率		増減	率	前回計画	増減
売上高	連結通貨 (億円)	104	7	7%	87	△5	△5%	184	△0	△0%	374	2	0%	416	△42
	現地通貨 (百万USD)	68	3	4%	60	2	3%	122	△1	△0%	250	4	1%	277	△28
営業利益	連結通貨 (億円)	4	△2	△30%	1	△1	△50%	10	4	60%	15	1	6%	22	△7
	現地通貨 (百万USD)	2.5	△1.2	△32%	1.0	△0.7	△41%	6.6	3	60%	10.1	0.7	7%	14.3	△4.2
営業利益率 (連結通貨)		3.7%			1.5%			5.4%			4.1%			5.2%	△1.1pt
為替レート (米ドル/円)											150.00			150.00	—

※本表の数字は地域間消去後の数字となり「エリア・セグメント別売上高/国内外別営業利益」で開示する数字と異なる

業界の冷蔵倉庫稼働状況



海外売上高

(単位：億円)

		2026年3月期													
		第 1 四半期			第 2 四半期			下期			通期				
		実績	前期比		実績	前期比		計画	前期比		計画	前期比		前回計画比	
			増減	率		増減	率		増減	率		増減	率	前回計画	増減
売上高	欧州	187	19	11%	207	12	6%	413	27	7%	807	58	8%	813	△ 6
	東アジア	12	0	1%	14	△1	△8%	37	7	23%	63	6	10%	63	—
	東南アジア	7	0	5%	6	△1	△11%	24	11	85%	37	11	41%	37	—
	合計	206	19	10%	227	10	5%	474	46	11%	907	75	9%	913	△ 6

欧州売上高

		2026年3月期													
		第 1 四半期			第 2 四半期			下期			通期				
		実績	前期比		実績	前期比		計画	前期比		計画	前期比		前回計画比	
			増減	率		増減	率		増減	率		増減	率	前回計画	増減
連結通貨 (億円)	保管	79	11	16%	84	8	11%	186	33	22%	349	52	18%	355	△6
	通関・輸配送	108	8	8%	123	4	4%	227	△6	△3%	458	6	1%	458	—
	合計	187	19	11%	207	12	6%	413	27	8%	807	58	8%	813	△6
現地通貨 (百万ユーロ)	保管	49	7	16%	51	6	13%	118	25	27%	218	37	20%	222	△4
	通関・輸配送	67	6	9%	75	4	6%	144	2	1%	286	11	4%	286	—
	合計	117	12	12%	127	10	9%	262	26	11%	504	48	10%	508	△4

- 当社グループ会社 解散の件
<https://www.nichirei.co.jp/news/2025/487.html>
- GPIFが採用する6つのESG指数すべてに継続選定
<https://www.nichirei.co.jp/news/2025/488.html>
- 統合レポート2025を発行
<https://www.nichirei.co.jp/news/2025/489.html>
- マレーシアにおけるICCL Group株式譲渡契約の締結について
<https://www.nichirei.co.jp/news/2025/490.html>
- 商品価格一部改定のお知らせ
https://www.nichireifoods.co.jp/news/2025/info_id44068/

当資料に記されたニチレイの現在の計画・見通し・戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであります。将来の業績に関する見通しは、将来の営業活動や業績に関する説明における「確信」、「期待」、「計画」、「戦略」、「見込み」、「予測」、「予想」その他これらの類義語を用いたものに限定されるものではありません。これらの情報は、現在において入手可能な情報から得られたニチレイの経営者の判断に基づいております。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となる場合があります。このため、これらの業績見通しのみに全面的に依拠して投資判断されることは、お控えいただくようお願いいたします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常にニチレイが将来の見通しを見直すとは限りません。実際の業績に影響を与え得るリスクや不確実な要素には、以下のようなものが含まれます：

- ①ニチレイグループの事業活動を取り巻く経済情勢および業界環境
- ②米ドル・ユーロを中心とした為替レートの変動
- ③商品開発から原料調達、生産、販売まで一貫した品質保証体制確立の実現性
- ④新商品・新サービス開発の実現性
- ⑤成長戦略とローコスト構造の実現性
- ⑥ニチレイグループと他社とのアライアンス効果の実現性
- ⑦偶発事象の結果など

ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。また、リスクや不確実な要素には、将来の出来事から発生する重要かつ予測不可能な影響も含まれます。当資料は、あくまでニチレイをより深く理解していただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。