

2019年3月期の事業概況

サンヨー食品株式会社（本社：東京、社長：井田純一郎）の2019年3月期（自2018年4月1日～至2019年3月31日）における事業概況は、以下の通りとなりました。

【事業の経過及びその成果】

当連結会計年度におけるわが国経済は、堅調な企業業績と雇用・所得環境の改善により、穏やかな景気回復が見られました。しかし、各国の通商政策や世界経済減速懸念などから、先行きに不透明感が高まっています。

当社グループが中核事業を展開する即席麺業界におきましては、原材料を始めとする諸コストの上昇、消費者の節約志向の継続、競争の激化などから引き続き厳しい経営環境が続いております。

こうした環境の下、当連結会計年度の当社グループの売上高は1,804億4百万円（前期比4.8%増）、経常利益は254億59百万円（前期比21.0%増）となりました。

【事業の状況】

サンヨー食品㈱は、企業理念「良い味の創造」の下、価値ある商品提案を通じてお客様の食生活への貢献を進めてまいりました。

袋麺「サッポロー番」では、年間を通じてブランド価値を拡大する活動を展開いたしました。6月から恒例の「夏は冷やして、サッポロー番！」プロモーションを実施し、消費が鈍化する夏の袋麺需要の底上げを図りました。9月以降は「みそラーメン」の発売50周年企画を実施、記念商品の発売やCM投下、店頭プロモーションなどを展開し、ロングセラーの再活性化に努めました。また、2月には「締めチーズリゾット」キャンペーンで需要を刺激しました。かかる一連の取り組みの結果、主力4品の売上は続伸し、当期で5年連続の売上増を記録しました。

カップ麺部門では、「サッポロー番 どんぶり」の15年振りとなる新作CMを春と秋に投入、店頭カバー率の向上とターゲットインサイトを捉えた商品特徴のアピールで前期に続き2桁増の売上を果たしました。主力の縦型カップ麺「カップスター」は秋にジャパンスターを謳ったリニューアルを図り、「和ラー」は10月と3月に新メニューを発売、いずれも人気アイドルグループ乃木坂46を起用したプロモーションを始動し、若年層を中心としたユーザーから絶大な支持を集め、「どんぶり」シリーズとともにカップ全体の強固な売上基盤を構築しました。ミニカップでは「ポケモンヌードル」が従来のキッズ層に加えてインバウンド需要も刺激することで売上を大きく伸ばし、その他、異業種ブランドとの多彩なコラボ商品や、高付加価値商品などの新製品も堅調に推移しました。

これらの結果、当期の売上高は797億14百万円（前期比2.2%増）となりました。

連結対象会社であるエースコック株式会社、海外食料品事業の Sanyo Foods Corporation of America 及び Acecook Vietnam Joint Stock Company、Acecook Myanmar Company Limited 及びその他部門による諸事業の合計売上高は 1,006 億 90 百万円（前期比 6.9%増）となりました。

中国における持分法適用会社である康師傅控股有限公司は、売上が中国元ベースでは前期比 2.9%の増加となったものの、期末為替レートが前期比円高中国元安となったため、円ベースでは前期比 3.8%減少の 9,807 億円となりました。

【今後の課題と展望】

国内食料品事業は、少子高齢化・人口減少によるマーケットの縮小傾向、販売チャネルの再編加速などといった中・長期的な課題に加え、今期は改元や製品価格の改定、消費税率の引上げなど、消費マインドを大きく揺さぶる与件を抱えるなど、先行き不透明な経営環境に置かれることが予測されます。かかる状況において当社では、食の安全・安心に向けての体制強化、品質の向上、消費者視点に立った商品価値の提案、徹底したコスト意識を維持し、事業活動を堅実に推進して参ります。

海外食料品事業は、中国、東南アジア、北米、サブサハラアフリカにおいて主要ブランド重点商品の売上と収益の徹底拡大、新製品開発、販売によるイノベーション活動に取り組んで参ります。