

2022年3月期の事業概況

2022年7月1日
サンヨー食品株式会社
広報宣伝部

サンヨー食品株式会社（本社：東京、社長：井田純一郎）の2022年3月期（自2021年4月1日～至2022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。（当期から「収益認識に関する会計基準」等適用しております。）

2022年3月期の連結業績（2021年4月1日～2022年3月31日）

（%表示は対前期増減率）

	売上高		経常利益	
	百万円	%	百万円	%
2022年3月期	137,973	-	39,174	△0.9
2021年3月期	181,677	3.4	39,526	21.6

売上高は当期より収益認識会計基準を導入し、当期における旧基準売上高は1,898億41百万円です。

【事業の経過及びその成果】

当連結会計年度の我が国経済は、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種普及による経済社会活動の正常化期待が高まる一方、新たな変異株により感染者数が再び増加したことに加え、エネルギー価格や原材料価格の高騰、地政学リスクの高まりなど、依然として先行き不透明な状況が続いております。

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、巣ごもり需要の高まりなどの消費傾向は続いているものの、各種投入コストの大幅な上昇や先行きの物価上昇懸念から消費マインドの回復は限定的になり、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1,379億73百万円、経常利益は391億74百万円（前期比0.9%減）となりました。

【事業の状況】

サンヨー食品(株)は、企業理念「良い味の創造」、行動指針「迅速なる行動、熱心な取組」の下、積極的な提案を通じて、お客様の食生活向上を追求いたしました。

袋麺「サッポロー番」は、内食需要の高止まりを背景に袋麺の調理特性と豊富な品揃えを訴求し、売上確保に努めました。新キャンペーン「ひとてま荘の春夏秋冬」では、継続的なレシピ提案で、お客様への喫食意向を喚起しました。Kis-My-Ft2 による「7つのおいしさ、勢ぞろい！」キャンペーンでは、各種プロモーションを行い、主力の「しょうゆ味」「みそラーメン」「塩らーめん」「ごま味ラーメン」4品のほか「ソースやきそば」「みそラーメン旨辛」「塩とんこつ」なども訴求してシリーズ全体の魅力をアピールしました。

カップ麺は「カップスター」の新製品「海老天そば」「きつねうどん」で和風カテゴリーに参入、各種メディアを通じた告知活動を行い、大きな売上を確保しました。また「名店の味」シリーズでは「天下一品」を新発売して大ヒット、「純連」「桂花」と共にシリーズの大躍進を遂げました。「元祖ニュータンタンメン本舗」も袋麺の投入で進化を続けるなど、ご当店商品群は次代の安定成長に繋がる確かな足掛かりを得ました。

これらの結果、当期の売上高は408億31百万円となりました。

売上高は当期より収益認識会計基準を導入し、当期における旧基準売上高は809億88百万円です。

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 及びその他部門による諸事業の合計売上高は971億42百万円となりました。

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前期比9.5%の増加となり、且つ期末為替レートが前期比円安人民元高および円安ドル高となったため、円ベースで前期比24.6%増加の1兆3,379億円となりました。

【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、うち続く新型コロナウイルス感染症、原料資材価格の高騰などへの対応を喫緊の課題に、先行き不透明な経営環境下に置かれることが予測されます。

当社では、製品の安定供給を念頭に、引き続き食の安全・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、社内のデジタル化と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まいります。