

サンヨー食品が資本参加の中国事業
康師傅 2022 年度決算概況

2023年6月29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）が、資本参加している中国の大手食品メーカー^{カンシューフ}康師傅控股有限公司の2022年度の業績は以下の通りとなりました。

I. 2022 年度（2022 年 1 月～12 月）の業績は以下の通りです。

	千人民元	（億 円）※ ¹	前年比増減率%
売上高	78,717,420	（ 14,964）	+6.3
売上総利益	22,899,417	（ 4,353）	+1.7
税引前利益	4,148,804	（ 788）	-28.6
親会社帰属純利益※ ²	2,632,312	（ 500）	-30.8

II. 部門別売上高及び純利益

【売上高】

事業部門	千人民元	（億 円）※ ¹	前年比増減率%
即席麺	29,633,696	（ 5,633）	+4.2
飲料	48,335,730	（ 9,188）	+7.9
その他	747,994	（ 142）	-10.2
合計	78,717,420	（ 14,964）	+6.3

【親会社帰属純利益※²】

事業部門	千人民元	（億 円）※ ¹	前年比増減率%
即席麺	1,374,530	（ 261）	-31.4
飲料	1,378,164	（ 261）	-25.0
その他	-120,382	（ -22）	-
合計	2,632,312	（ 500）	-30.8

※1：1 人民元=19.01 円で換算

※2：親会社帰属純利益 = 税引後株主純利益

III. 2022 年度の概況

1. 2022 年の中国マクロ環境は、コロナ感染症流行の拡大や原材料価格の高騰に直面したものの、GDP は前年比 3%の増加を維持しました。康師傅全体の売上高は 787.2 億元で前年比 6.3%増加の一方、親会社帰属純利益は 26.3 億元で前年比 30.8%減少となりました。「統合・革新・発展」の事業戦略を継続し、都市化率の上昇、中間層の増加、地方の消費潜在力拡大、消費習慣や購買チャネルの多様化に対応しております。
2. 康師傅の各事業に関する総括は以下の通りであります。

<即席麺事業>

即席麺事業の売上は前年比 4.2%増加の 296.3 億元となりましたが、売上総利益率は、原材料価格の高騰により、前年同期比 0.41 ポイント低下の 24.0%となりましたことから、親会社帰属純利益は前年同期比 31.4%減少の 13.7 億元となりました。即席麺事業は設立 30 周年を迎え、価格帯、フレーバー、規格の多様化で、消費者のさまざまな喫食シーンのニーズに応えることにこだわった一方、製品品質が最も重要であるという原則を、改めて厳格に遵守する運営を進めております。

高価格帯及びプレミアム価格帯では、ブランドの若返りを促進するべく、商品毎のブランド広報を強化し、「夜更かしサッカー観戦」などと組合わせて、シーンマーケティングを開発、また「Let's Move」という曲を共同制作するなど新たな試みを進めました。新製品の「トマト卵牛肉麺」や大規格商品「BIG シリーズ」は、こうした動きと呼応し消費者から高い評価を得る事が出来ました。

拡大する中間層の消費向上ニーズに応えるため、「乾麺蒼」は世界中からこだわりの乾麺を集め、既存の「湯大師」と共に、多彩なフレーバーを展開し、消費者から好評を博しています。スナック麺の「香爆脆」は、学生や幅広い層のスナック市場に着目し、世界的キャラクターコンテンツである「ポケモン」と連動した新たなプロモーション活動を開始しました。

<飲料事業>

飲料事業の売上は前年比 7.9%増の 483.4 億元となりましたが、売上総利益率は、原材料価格の高騰により、前年同期比 1.88 ポイント低下し 32.0%となりましたことから、親会社帰属純利益は前年比 25.0%減の 13.8 億元となりました。

消費者の需要の方向性を的確にとらえ、新製品の発売と育成を継続する一方、合理的な価格戦略を秩序正しく推進し、健全な運営と持続可能な発展に努めております。また新たな市場の需要に応じて、屋外消費向けの設備投資を適切に増加させました。

RTD 茶はさまざまなシナリオで若い消費者のニーズを満たすために、複数のフレーバーと複数の規格商品を市場に送り出しました。主力の「アイスティシリーズ」は、新たなブランド広報戦略の中で、屋内/屋外の消費シナリオのニーズを満たす、若くてファッショナブルなイメージを展開し続けています。「トロピカルフレーバー」や「無糖アイスティ」は若い消費者のどのの渴きを潤すニーズに応え、また無糖茶においては「純萃零糖」を新発売しました

炭酸飲料は引続きカテゴリーと味わいのイノベーションを推進し、フルサイズ、マルチパッケージ、糖質カット商品など、さまざまな飲用シーンにおける消費者のニーズに応え、炭酸飲料全体の成長実現を目指しております。ペプシコーラのラインナップに新たにキンモクセイ/白桃ウーロン/白ザボンといった3つのフレーバーを展開し、「ペプシコーラ シュガーフリー」は、中国 No.1 のモバイルゲームコンテンツ「King of Glory」と提携し、新たな若い消費者を獲得し、シュガーフリー消費の需要に応えることができました。

包装水では大小のパッケージの運営を強化し、家庭の新たな飲用シナリオを開拓しております。主力の「康師傅水」では飛び込みオリンピックチャンピオンの郭晶晶選手をイメージキャラクターに起用し「安心を選び、健康を選ぶ」というブランドイメージを発信し続けました。また「マイルド、安全、甘い」の商品ポジショニングを用いた「喝開水」は市場で大きな評価を得られました。

IV. 今後の展望

2023年中国経済は着実に成長が見込まれ、消費シーンの回復は加速しており、企業経営にはチャンスが溢れる1年になるものと考えております。

康師傅グループは、今後も「統合、革新、発展」の戦略を継続し、主力事業の拡大・強化を図ってまいります。即席麺事業は、多価格帯、多仕様、多味の商品で多様化する消費者のニーズに応え続け、業界全体の継続的な規模拡大を推進し続けています。飲料事業は、今後もコアカテゴリーに注力し、商品構成の調整を推進し、さまざまなシーンでの消費者のニーズに応じてまいります。

チャンネル多様化のトレンドにもしっかりと取組み、従来の電子商取引チャンネルに加えて、オンラインとオフラインのコーディネート、コミュニティグループ購入などのチャンネルを開発してまいります。また引続き食品安全管理と品質管理を強化します。低炭素で環境に優しい開発のコンセプトを実践し、消費者のより良い生活の追求を全面的にサポートします。

康師傅グループは「中国の食文化の推進」を使命とし、消費者のニーズに応えることを最大の目的とし、「食品の安全」を中核に据え、堅実な経営理念を継続してまいります。専門的な能力を駆使して、消費者を安心させる総合的な食品と飲料の「ナショナル ブランド」を形成してまいります。

■康師傅 会社概要（2022年12月末現在）

社名 カンシーフ
康師傅控股有限公司

本部所在地 中国 上海市閔行区呉中路1688号

資本金 235,741 千人民元

代表者 董事長 魏宏名
副董事長 井田純一郎

従業員数 64,302 人

事業所数 営業所数 337
生産拠点数 78

主要株主 サンヨー食品（33.48%）、頂新控股有限公司（33.48%）

主な事業内容 即席麺、飲料、菓子の製造販売

上場区分 香港証券取引所 「メインボード」

※本件に関するお問い合わせ先
サンヨー食品株式会社
海外事業本部 麦田・鹿島
TEL：03-3586-9040