

サンヨー食品が資本参加の中国事業

康師傅 2024 年度決算概況

2025年6月24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康師傅控股有限公司の2024年度の業績は以下の通りとなりました。

I. 2024 年度（2024 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	80,650,914	（ 17,477）	+0.3
売上総利益	26,695,643	（ 5,784）	+9.1
税引前利益	6,059,654	（ 1,313）	+26.8
親会社帰属純利益※ ²	3,734,429	（ 809）	+19.8

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	28,414,431	（ 6,157）	-1.3
飲料	51,620,993	（ 11,186）	+1.3
その他	615,490	（ 133）	-10.4
合計	80,650,914	（ 17,477）	+0.3

【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	2,044,841	（ 443）	+1.8
飲料	1,918,728	（ 415）	+52.3
その他	-229,140	（ -49）	-
合計	3,734,429	（ 809）	+19.8

※1：1 人民元=21.67 円で換算

※2：親会社帰属純利益 = 税引後株主純利益

III. 2024 年度の概況

1. 2024 年の中国国内経済は GDP が前年比 5.0%増、消費者物価指数（CPI）が 0.2%の小幅上昇と、堅調な成長を維持しました。康師傅全体の売上高は前年比 0.3%増の 806 億 5,091 万人民元、親会社帰属純利益は前年比 19.8%増の 37 億 3,443 万人民元となりました。消費心理がより慎重かつ合理的になる中で、消費者のニーズを第一に考え、革新を推進することで、企業の「高品質な発展」を推進してきました。
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>

即席麺事業の売上高は 284 億 1,443 万人民元で、前年比 1.3%減となりました。販売価格と原材料価格の調和を高め、即席麺事業の売上総利益率は前年比 1.6 ポイント上昇の 28.6%となり、親会社帰属利益は、2024 年通期では前年比 1.8%増の 20 億 4,484 万人民元となりました。

消費動向の二極化が進む中、即席麺事業は、主力製品の強化、グレードアップの推進、事業の構造の最適化を継続しました。積極的な製品イノベーションを進める中で、先進的な航空宇宙食品技術を導入し、製品品質と科学技術力を更に強化し、業界の高品質な発展をリードしました。

「紅焼牛肉麺」を核に、定番商品のアップグレード戦略を展開し、消費者の高品質志向に応え、多様な味とサイズ展開の強みを活かし、様々な喫食シーンのニーズに応えました。ミニカップはアウトドア、間食、深夜のスナックといったシーンに、大容量のカップ／袋はより高品質で大きなボリュームを求める消費者のニーズに応えました。「老母鶏湯麺」は、急速に視聴者数を伸ばすショート動画配信アプリの「抖音」のライブ配信スタジオにブランドアンバサダーをゲストとして招き、ブランド認知度を急速に高めました。「トマト卵牛肉麺」関連のマイクロブログトピックは数億ビューに達し、売上は着実に伸びました。

<飲料事業>

飲料事業の売上高は 516 億 2,099 万人民元で、前年比 1.3%増となりました。販売価格上昇の追い風を受け、飲料事業の売上総利益率は前年比 3.2 ポイント上昇し、35.3%となりました。これにより飲料事業の親会社帰属利益は、2024 年通期で前年比 52.3%増加し、19 億 1,873 万人民元となりました。

飲料事業は、健康・機能性に重点を置き、無糖製品の継続的な導入や製品カテゴリーの拡充に努めました。カテゴリーマネジメントの最適化、新規チャネルの拡大、物流サービスの強化、的確なコスト管理、資本回転率とサプライチェーン効率の向上といった多面的な取り組みにより、事業効率を総合的に向上させました。

「康師傅アイスティー」は爽やかで心地よい製品体験を強化し、音楽とスポーツという 2 つの主要な若者層に継続的に浸透し、年間を通して飲用シーンを拡大し、着実に成長を遂げました。「ジャスミンシリーズ」は、人気アニメキャラクターを新たに採用し「このジャスミンを愛する」というブランドプロポジションを強化し、年間を通して 2 桁の成長を達成しました。「茶の伝人」は、見た目も味も健康的という消費者のニーズにしっかりと応えました。特許取得済みの槌目模様と祝福を描いた木版画をあしらったオリジナルボトルのデザインは、世界的デザイン賞である「レッドドット・デザイン賞」のビジュアルコミュニケー

ション部門を受賞しました。中国茶本来の芳醇な風味を完璧に捉え、淹れたての味わいを再現しています。

ペプシは春節（旧正月）のイベントに積極的に参加し、ミリンダやセブンアップとコラボレートして「吉祥獣ファミリー缶」や祝祭パッケージ製品を発売しました。中央電視台映画チャンネルと提携し、2024 年新年公益短編映画「究極の幸福は故郷」を制作しました。「ペプシミュージックアカデミー」キャンペーンは 150 以上の都市で展開され、13 万人の参加者を獲得し、1,000 万人以上の学生に影響を与えました。

「康師傅包装飲料水」は、家庭での水利用シーンを継続的に発信し、フルケース宅配サービスの事業展開を促進しました。「喝開水」は、若い世代の間で人気のラップミュージックの、キャッチーな楽曲である「沸騰したお湯は中国の定番飲料」がソーシャルメディアで話題となりました。

IV. 今後の展望

2025 年において、中国経済の成長の原動力は依然として内需にあります。食品・飲料業界は安定した成長を維持すると予想され、消費者の需要は引続き向上し、健康、持続可能性、コスト効率への関心は大幅に高まります。栄養と健康に焦点を当て、持続可能な開発を実践するイノベーション能力を持つ企業は、より多くの市場機会を獲得し、質の高い発展の新たな段階へと歩みを進めるでしょう。

康師傅グループは「強化・改革・発展」戦略を着実に推進し、主力事業の拡大・強化と持続的な発展の推進に注力してまいります。製品イノベーション、ブランディング、チャネル拡大への投資を継続し、市場動向を的確に捉え、基礎研究開発を強化し、需要主導型の製品イノベーションメカニズムを構築し、ブランドとターゲット消費者との感情的な繋がりを深めます。

持続可能な開発の概念を掲げ、社会的責任を積極的に実践することで、お客様に卓越したサービスを提供し、消費者にとって永続的な価値を創造し、株主にとって豊かな利益を実現し、社会にプラスのエネルギーをもたらすことに尽力してまいります。

■康師傅 会社概要（2024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 196,684 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 64,802 人

事業所数 営業所数 357
生産拠点数 75

主要株主 サンヨー食品（33.42%）、頂新控股有限公司（33.42%）

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