

サンヨー食品が資本参加の中国事業  
**康師傅 2025 年度決算概況**

2026年6月18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<sup>カンシューフ</sup>控股有限公司の2025年度の業績は以下の通りとなりました。

I. 2025年度（2025年1月～12月）の業績は以下の通りです。

	千人民元	（億 円）※ <sup>1</sup>	前年比増減率%
売上高	79,068,022	（ 17,680）	-2.0%
売上総利益	27,531,704	（ 6,156）	+3.1%
税引前利益	6,965,916	（ 1,558）	+15.0%
親会社帰属純利益※ <sup>2</sup>	4,500,698	（ 1,006）	+20.5%

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）※ <sup>1</sup>	前年比増減率%
即席麺	28,421,364	（ 6,355）	±0.0%
飲料	50,122,966	（ 11,207）	-2.9%
その他	523,692	（ 117）	-14.9%
合計	79,068,022	（ 17,680）	-2.0%

【親会社帰属純利益※<sup>2</sup>】

事業部門	千人民元	（億 円）※ <sup>1</sup>	前年比増減率%
即席麺	2,252,003	（ 504）	+10.1%
飲料	2,274,024	（ 508）	+18.5%
その他	-25,329	（ -6）	-
合計	4,500,698	（ 1,006）	+20.5%

※1：1人民元=22.36円で換算

※2：親会社帰属純利益 = 税引後株主純利益

※3：前年比増減率は人民元ベースでの増減率

### Ⅲ. 2025 年度の概況

1. 2025 年の中国国内経済は、GDP が前年比 5.0%増と引き続き堅調な成長を維持しました。一方で食品・飲料市場では、消費者ニーズが「機能価値」や「情緒価値」を重視する方向へ高度化し、即時小売（食品等デリバリー）、ディスカウント業態、会員制店舗など新たな流通チャネルの拡大が進みました。

康師傅グループ全体の売上高は前年比 2.0%減の 790 億 6,802 万人民元となりました。一方で、原材料価格の改善や製品構成最適化の効果により、売上総利益は前年比 3.1%増の 275 億 3,170 万人民元となりました。会社株主に帰属する当期純利益は前年比 20.5%増の 45 億 70 万人民元となりました。

康師傅グループは、消費者ニーズを第一に考え、製品イノベーション、品質向上、チャネル改革を継続的に推進し、「高品質な発展」に向けた事業運営を進めております。

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>

即席麺事業の売上高は 284 億 2,136 万人民元となり、前年比微減収となりました。原材料価格改善や販売価格戦略の最適化により、親会社帰属利益は前年比 10.1%増の 22 億 5,200 万人民元となりました。

即席麺事業では、「主力商品の強化」「人気フレーバー市場の開拓」「革新的商品の育成」を軸に商品戦略を推進しました。

高価格帯商品では、「紅焼牛肉麺」において宇宙開発由来の温度制御技術を全面導入し、ブランド力を強化しました。「香辣牛肉麺」は人気 IP「唐朝詭事録 3」と連携し、若年層への浸透を拡大しました。また、「PREMIUM」は航空会社チャネルや会員制店舗への展開を進め、高品質商品の需要を取り込みました。

さらに、高付加価値カテゴリーでは、「特別特」は新たなノンフライカップ麺カテゴリーを提案して、発売直後に EC 新商品ランキング首位を獲得しました。「鮮 Q 麺」「合麺」を含む健康・本格志向商品の拡充により健康需要への対応を強化しました。

#### <飲料事業>

飲料事業の売上高は 501 億 2,297 万人民元となり、前年比で 2.9%減となりました。一方で、原材料価格の改善および製品構成最適化により、親会社株主に帰属する当期利益は前年比 18.5%増の 22 億 7,402 万人民元となりました。

飲料事業では、「主力商品の強化」と「革新的商品の育成」を軸に、健康・無糖・機能性需要への対応を強化しました。

即飲茶カテゴリーでは、「アイスティーシリーズ」が食物繊維が多く含まれるタイプや夏季限定フレーバーを投

入し、若年層への訴求を強化しました。「ジャスミンシリーズ」は発売 20 周年を機にブランド刷新を実施し、無糖茶カテゴリーを拡充しました。また、「鮮緑茶」は独自の低温抽出技術を活用し、高品質無糖茶市場への展開を進めました。

炭酸飲料では、ペプシブランドが「Bring Happiness Home」や音楽イベント施策を通じて若年層との接点を拡大しました。無糖シリーズでは、人気ゲーム IP「黒神話：悟空」とのコラボレーションを実施し、ブランド認知向上を図りました。

包装水事業では、「康水」が家庭用市場への展開を推進し、「喝開水」は“沸かしたお湯文化”をテーマにブランド価値を訴求しました。また、「pH9.0 電解アルカリ水」は、特許技術を活用した高付加価値商品として展開を拡大しました。

#### IV. 今後の展望

2026 年の中国経済は、引き続き内需を中心として安定した成長が期待されております。食品・飲料業界においては、健康志向、機能性、コストパフォーマンスへのニーズが一層高まるものと考えております。

康師傅グループは、2026 年初頭に CEO 交代を円滑に完了し、新たな経営体制のもと、「Back to Day1（創業原点への回帰）」をキーワードに、創業当初の機動力と挑戦精神を再強化してまいります。

今後も基礎研究開発およびデジタル化投資を強化し、国民の健康ニーズを起点とした商品開発を推進するとともに、特殊チャネル、スナック専門店、一般 EC、興味 EC、即時小売、会員制ストアという急速に成長している 6 つのチャネルへの展開を加速し、主力事業の競争力強化に取り組んでまいります。

また、ESG（環境・社会・ガバナンス）への取り組みを引き続き強化し、「Keep Our Nature Green（家園常青、健康是福）」の理念のもと、食品安全、環境配慮、持続可能なサプライチェーン構築を推進し、社会とともに持続的成長を実現してまいります。

■康師傅 会社概要（2025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 196,681 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 57,609人

事業所数 営業所数 355  
生産拠点数 69

主要株主 サンヨー食品（33.41%）、頂新控股有限公司（33.41%）

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