

2016年3月期
上期決算報告
(2015年11月12日)

 **日清食品ホールディングス株式会社**
(2897)

EARTH FOOD CREATOR

 NISSIN GROUP

- 皆さま大変お忙しい中、当社決算説明会にお集まりいただきありがとうございます。
- これより、2016年3月期 上期決算につきまして、ご報告申し上げます。
- お手元に資料をご用意しておりますので、資料に沿ってお話しをさせていただきます。

- このプレゼンテーション資料は、PDF形式で当社ウェブサイト「決算説明会資料」に掲載しています。
<http://www.nissin.com/jp/ir/library/>
- この資料の金額は、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等があわない場合があります。
- 国内事業会社は、2015年4月1日～2016年3月31日を「2015年度、今期」とします。
- 海外エリアは、2015年1月1日～2015年12月31日を「2015年度、今期」とします。
 - ※米州地域(コロンビアを除く)は、2015年4月～2016年3月を「2015年度、今期」とします。
 - ※中国地域は決算期変更に伴い、2014年1月～2014年12月を「2014年度、前期」、2015年4月～2016年3月を「2015年度、今期」とします。
- 新規連結等に関して
 - ※中国地域の東莞日清包装有限公司、日清湖池屋有限公司、福建日清食品有限公司、日清食品(香港)管理有限公司の4拠点は、2014年度第1四半期から新規連結。味楽食品有限公司は、2014年度末より連結除外(日清食品有限公司への吸収合併による)。浙江日清食品有限公司は2015年度第1四半期から新規連結。
 - ※コロンビア日清【NISSIN FOODS DE COLOMBIA S.A.S.】は2014年度 第4四半期から新規連結。
- 売上・利益の「増減率」は決算短信と同じ±%表記を適用しています。
- 資料中の三角表記について:絶対値のマイナスは△、増減のマイナスは▲で表記しています。
- 海外の関連会社の収益・費用は累計期間の期中平均為替レートを適用しています。
- 「スライドNo.」は右上に付記しています。

上期総括

- 連結業績 前期比、大幅な増収増益
- 「第2四半期連結累計期間の業績予想と実績値の差異」に関する適時開示
 - ✓ 国内事業 前期比 大幅な増収増益
 - ✓ 海外事業 前期比 増収増益（為替影響含む）
 - ✓ ブラジル事業の完全子会社化を発表（公表日 / 2015.8.27）

通期見通し

- 上期の好業績を受け、通期業績予想を見直し（営業利益、経常利益、当期純利益）
- ブラジル事業を完全子会社化
 - ✓ 味の素社の持分取得を完了（完了日 / 2015.10.30）
 - ✓ 第3四半期から連結子会社化
- 国内事業の一層の強化と海外事業の底上げを図る

- まず、当社の業績につきまして簡単にご説明いたします。
- 当社の第2四半期の連結業績は、前期比、大幅な増収・増益で着地しました。
- 本日、東証にて、「第2四半期連結累計期間の業績予想値と実績値の差異に関するお知らせ」を発表いたしました。これは、本年5月14日に発表しました、2016年3月期上期業績予想を「営業利益」、「経常利益」、「当期純利益」の3項目につき、東証ルールの30%を超えたためです。
- では、上期について簡単に総括させていただきます。
- 国内事業は、各社、主要ブランドの売上が好調であったこと、即席めん事業の価格改定がスムーズに浸透したことにより、前期比、大幅な増収・増益となりました。
- 海外事業につきましては、為替のプラス効果もあり前期比、増収・増益で着地しました。
- また、8月27日には、ブラジル事業の完全子会社化を発表しました。
- 続いて、通期見通しですが、
- 通期の業績予想につきましては、上期業績とブラジル事業の新規連結の影響を考慮し、営業利益、経常利益、当期純利益の上方修正を行っています。
- 下期も、上期同様に、国内事業の一層の強化を図るとともに、海外事業の底上げを図ってまいります。



- ▶ 売上高 前期比 大幅増収
- ▶ 営業利益、経常利益、四半期純利益が、期初計画を30%以上超えたため適時開示

	2015年度			前期 上期実績	2015年度 上期計画
	上期実績	前期比	計画比		
売上高(億円)	2,179	+7.9%	△1.8%	2,020	2,220
営業利益(億円)	124	+31.8%	+31.9%	94	94
経常利益(億円)	161	+21.6%	+34.1%	132	120
親会社株主に帰属する 四半期純利益(億円)	108	+33.2%	+35.2%	81	80
営業利益率	5.7%	+1.0pt	+1.5pt	4.7%	4.2%
経常利益率	7.4%	+0.8pt	+2.0pt	6.6%	5.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	5.0%	+1.0pt	+1.4pt	4.0%	3.6%

- それでは、当社の2016年3月期上期の実績サマリーについてご説明いたします。
- 冒頭にお話ししましたが、2016年第2四半期決算において、営業利益、経常利益、四半期純利益ともに計画を30%以上上回ったため、本日東証にて「業績の予想値と実績値の差異」に関する適時開示を行いました。
- 売上高は、前期比+7.9%、金額で160億円増収の2,179億円で着地しました。計画比では-1.8%、金額で-41億円でした。
- 営業利益は、前期比+31.8%、金額で30億円増益の124億円で着地しました。計画比では、+31.9%、金額で+30億円でした。
- 経常利益は、前期比+21.6%、金額で29億円増益の161億円で着地しました。計画比では、+34.1%、金額で+41億円でした。
- 四半期純利益は、前期比+33.2%、金額で27億円増益の108億円で着地しました。計画比では、+35.2%、金額で+28億円でした。

- ▶ 国内事業は、115億円の増収、前年比+7.1%で着地
- ▶ 海外事業は、45億円の増収、前年比+11.3%で着地(為替影響含む)

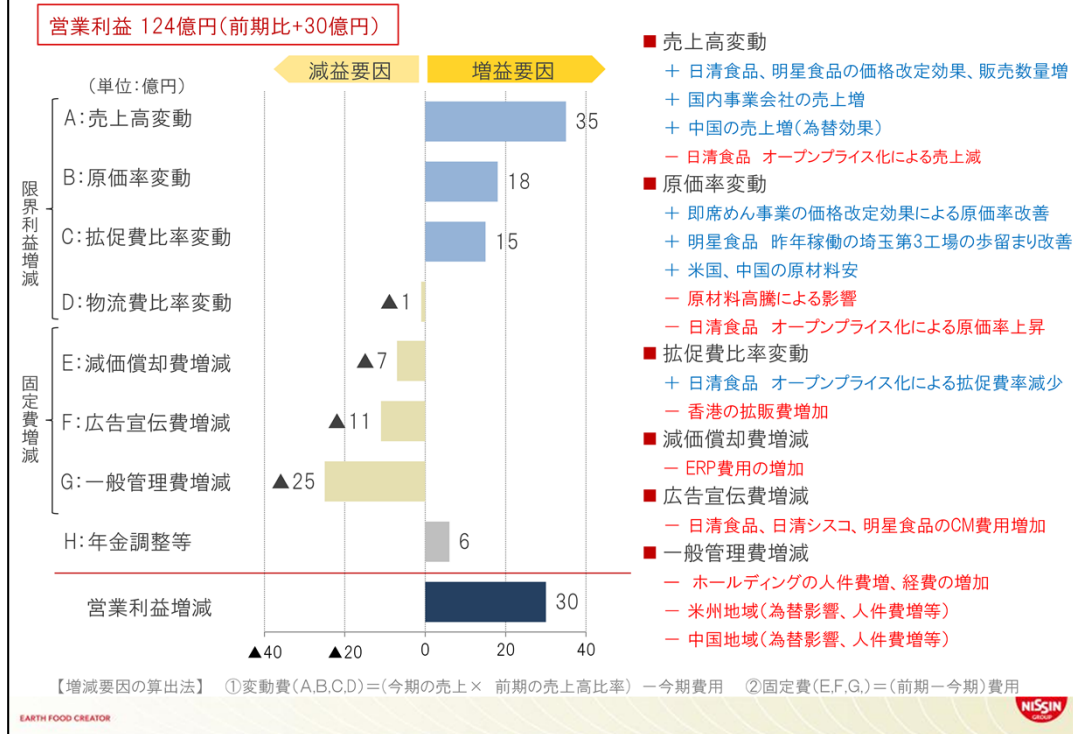
	2015年度 上期実績	2014年度 上期実績	対前期増減額/率	
日清食品	1,016	965	+51	+5.3%
明星食品	200	182	+19	+10.2%
即席めん事業計	1,217	1,147	+70	+6.1%
低温事業	300	280	+20	+7.2%
菓子・飲料事業	199	178	+21	+11.8%
その他	18	15	+4	+23.6%
国内計	1,734	1,619	+115	+7.1%
米州地域	181	162	+19	+11.7%
中国地域	205	177	+28	+15.7%
アジア地域	38	37	+0	+1.2%
EMEA地域	22	24	▲2	▲9.1%
海外計	446	400	+45	+11.3%

- 引き続き、各セグメント別の売上実績について解説いたします。
- 日清食品は、価格改定効果、「カップヌードル」を中心とした主力ブランドの実績が前年を上回り、**51億円増収の1,016億円**で着地しました。
- 明星食品も価格改定効果に加え、「一平ちゃん夜店の焼きそば」、「チャルメラ(袋)」が大きく伸ばしたことで、前期比**19億円増収の200億円**で着地しました。
- 日清食品チルドは、「冷し中華」群の好調に加え、「行列のできる店のラーメン」、「太麺焼そば」など高単価商品が売上を伸ばした結果、増収となりました。日清食品冷凍は、「具多シリーズ」、「上海焼そば」、「SPA王」などが売上を伸ばし、増収となりました。結果、低温事業では**20億円増収の300億円**で着地しました。
- 日清シスコは、「ごろっとグラノーラ」が上期の売り上げを大きくけん引しています。日清ヨークも昨年10月に実施した価格改定が市場に浸透し売上を伸ばしています。この結果、菓子飲料事業で**21億円増収の199億円**で着地しました。
- 米州地域は、4月、5月のスタートダッシュは期待を下回りましたが、足元の9月は前年を上回って推移しております。このセグメントでは為替の恩恵もあり、前期比**19億円増収の181億円**で着地しました。
- 中国地域は、他社が経済減速を受け売上が大きく落とす中、「合味道」の確実な成長と、エリア展開拡大の効果、加えて為替効果もあり、**28億円増収の205億円**の着地となりました。
- アジア地域は、まだまだ先行投資期間の位置づけですが、期待に対して売上成長が遅れていることは否定できません。アジア地域の売上は為替効果もあり前年並みの**38億円**で着地しています。
- EMEA地域は、欧州事業が堅実な売上を維持していますが、昨年トルコでパスタ事業の整理を行った影響もあり、前期比**2億円減収の22億円**で着地しました。
- また、為替影響を考慮した海外の売上については、「補足資料の6ページ」をご確認ください。

▶ 国内即席めん事業の営業利益が、連結営業利益を大きくけん引

	2015年度 上期実績	2014年度 上期実績	対前期増減額/率	
日清食品	103	88	+15	+16.8%
明星食品	12	4	+7	+158.2%
即席めん事業計	115	93	+22	+23.6%
低温事業	4	0	+4	+1497.7%
菓子・飲料事業	7	9	▲2	▲18.6%
その他	1	2	▲1	▲66.9%
国内計	127	104	+23	+21.8%
米州地域	2	3	▲1	▲22.3%
中国地域	19	16	+2	+13.7%
アジア地域	△9	△10	+1	-
EMEA地域	△1	△0	▲1	-
海外計	10	9	+1	+14.1%
調整額	△13	△20	+6	-
営業利益計	124	94	30	+31.8%
(退職給付費用の影響を除く)	115	90	24	+26.7%

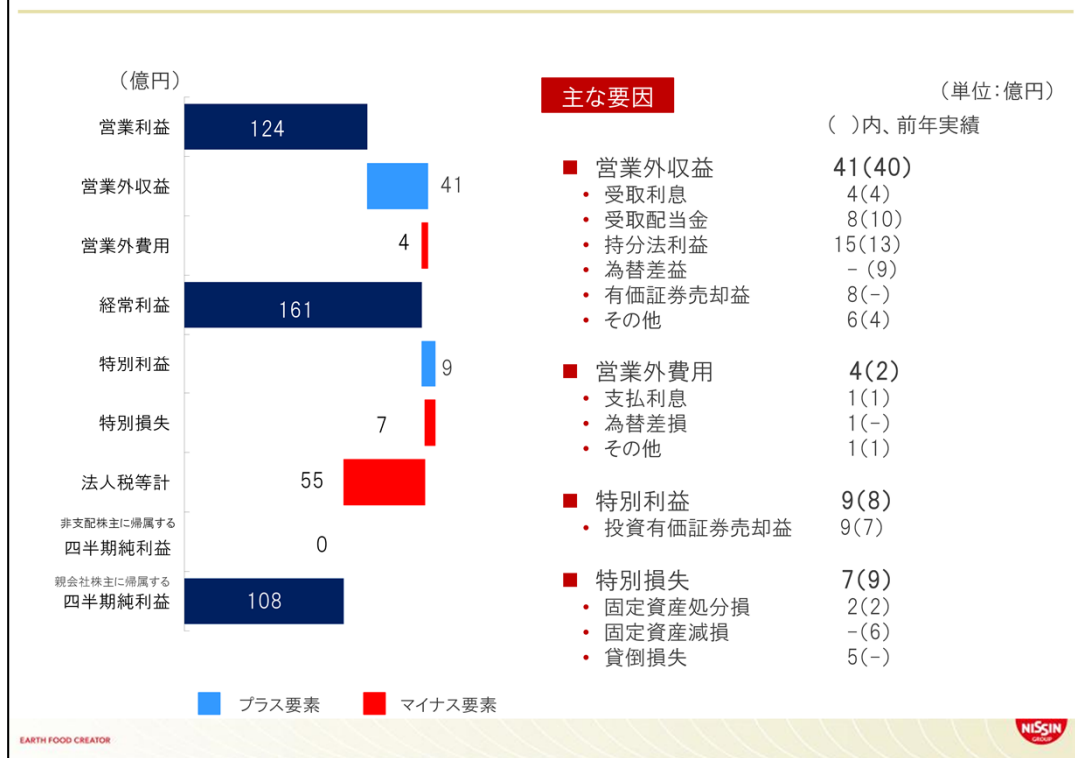
- それでは、セグメント別の営業利益について説明いたします。
- 国内即席めん事業では、日清食品、明星食品ともに価格改定効果、販売数量増の効果が、グループ費用の負担増、ERP費用の負担増、原材料高騰の影響を大きく上回り、前期比**22億円の増益**となりました。
- 低温事業では、売上増による利益の増により、前期比**4億円の増益**となりました。
- 菓子飲料事業では日清ヨークの価格改定効果、日清シスコの売上拡大による利益の押し上げ効果はありましたが、「ごろっとグラノーラ」シリーズの広告宣伝費を投入したことで、**2億円の減益**となりました。
- 国内その他では、ホールディングスの人員増・経費増の影響で前年を**1億円下回りました**。
- 米州地域では、米国での利益が前年を割った影響で**1億円の減益**となりました。
- 中国事業は、大陸の収益性は高く、増収による営業利益の引き上げ効果がありましたが、香港地域での販促強化の影響もあり**2億円の増益**にとどまりました。
- アジア地域は、売上は大きく伸ばすことはできませんでしたが、利益に関しては**ほぼ前年並みの水準**を維持しています。
- EMEA地域は、トルコ事業において、「MakarNecks(カップ)」の広告を2月に展開した影響もあり、前年の利益を**1億円程度下回りました**。
- 結果として、当社の上期の営業利益は前年比**30億円増益**の**124億円**で着地しました。



- それでは、上期の営業利益の増減分析についてご説明いたします。
- 詳細の要因につきましては、資料にコメントを入れておりますので後程ご確認ください。
- まず、売上高が160億円増加したことによる影響で、35億円の増益要因となりました。
- 原価率変動による影響で、18億円の増益要因となりました。
- 拡促費比率変動の影響で、15億円の増益要因となりました。
- 物流費比率変動の影響で、1億円の減益要因となりました。
- 減価償却費の増加により、7億円の減益要因となりました。これは主に、ERP費用の増加によるものです。
- 広告宣伝費の増加により、11億円の減益要因となりました。これは主に、日清食品、日清シスコ、明星食品の広告出稿量増加の影響です。
- 一般管理費の増加により、25億円の減益要因となりました。これは主にホールディングスの人件費・経費増と米州地域、中国地域の人件費増と為替による影響です。
- 年金調整額等の増加により、6億円の増益要因となりました。
- 結果として、営業利益の増減は、前年比30億円の増益となり、上期の営業利益は124億円となりました。
- 当社の増減分析は、変動費の増減を率分析で行っているため、価格改定の効果が評価しづらくなっています。
- 今回の即席めんの価格改定によって、日清食品、明星食品2社合計で、価格改定による売上増で約50億円、率連動で引かれる費用が約10億円、NETで約40億円の増益効果があったと考えています。
- この傾向は、第3四半期まで続くと考えています。

営業外損益、特別損益

8

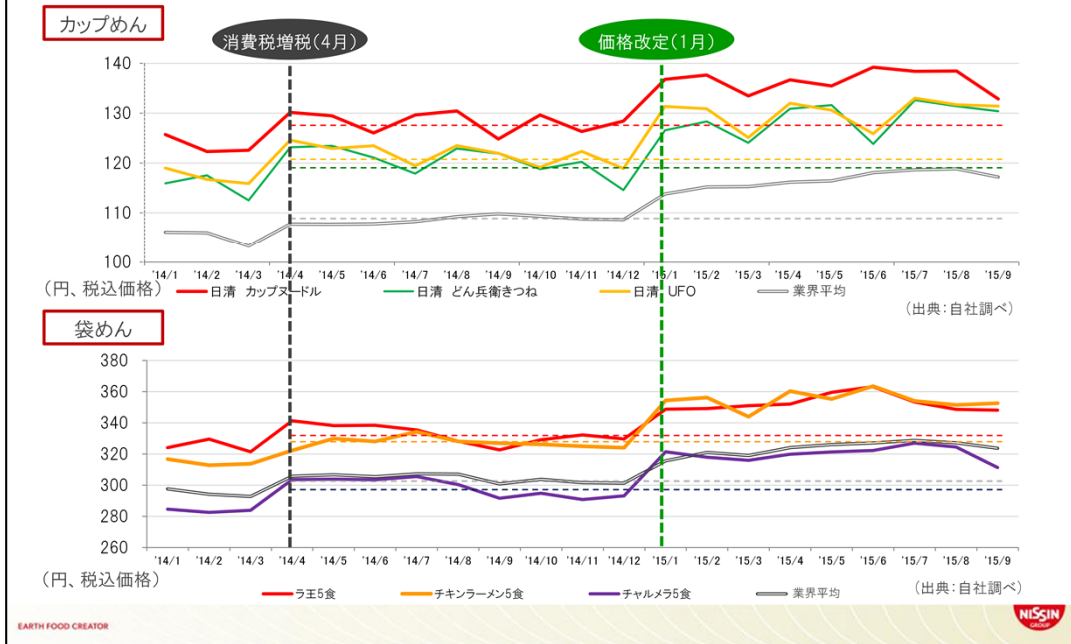


- それでは、営業外損益、特別損益について説明いたします。
- 営業外収益は前年並みの41億円を計上しています。
- 昨年と大きく違うのは為替差益と有価証券売却益です。昨年は為替の変動の影響で約9億円の為替差益を計上しましたが、今期はほとんど発生していません。今期は有価証券売却益を約8億円計上したことで、前年並みの収益となりました。
- また、営業外費用は4億円となり、営業外収支は37億円で着地しました。
- その結果、経常利益は161億円となりました。
- 特別利益、特別損失はほぼ前年並みの、それぞれ9億円、7億円を計上し、特別損益は約3億円となりました。
- そして、法人税、非支配株主に帰属する四半期純利益等を差し引いた(親会社株主に帰属する)四半期純利益は108億円で着地しました。
- 以上が、当社の上期決算概要になります。

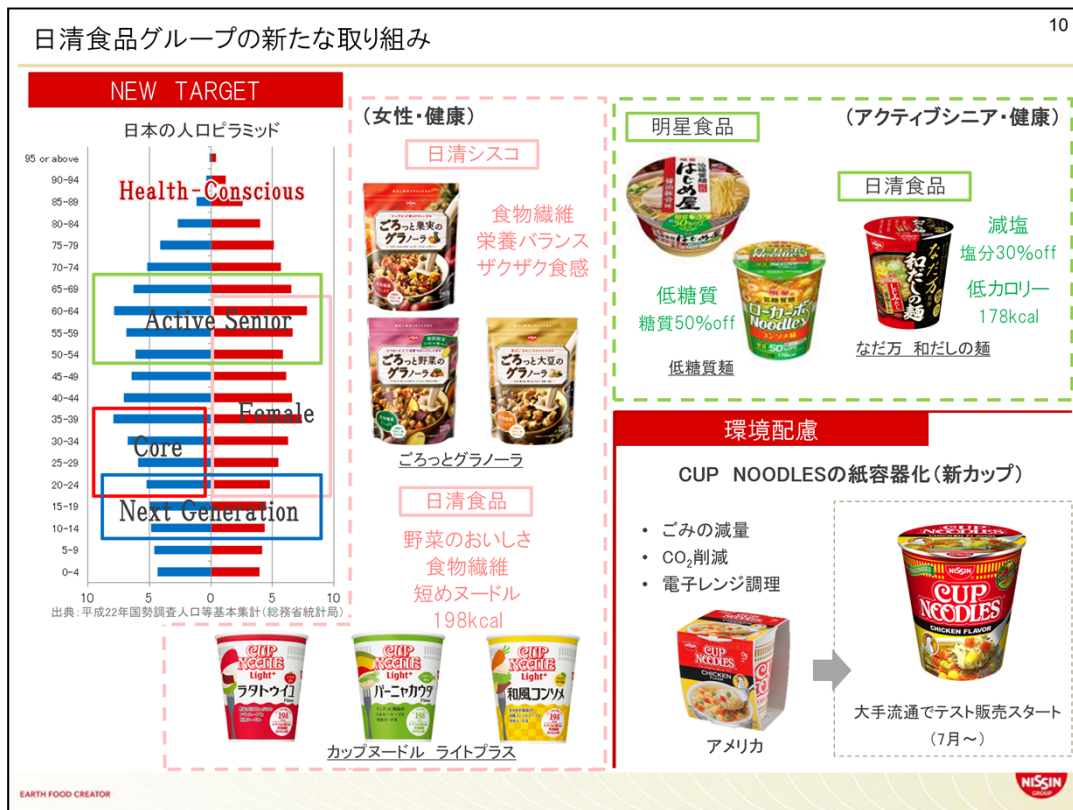
価格改定の効果

9

- 価格改定以降、スムーズに店頭平均価格が上昇
- 4月以降、当社即席めん事業は、大きく前年を上回って進捗



- 次に、価格改定の効果について説明いたします。
- このグラフは、過去2年半の店頭価格の表になります。
- 上段が、カップめんの平均価格ですが、業界平均の価格が価格改定以降、110円前後から120円前後に引き上がっています。
- カップヌードルが一番平均価格が高く、昨年およそ128円だったのが、今年に入って135円になっています。
- 下段が、袋めんの平均価格ですが、業界の平均を上回って、「ラ王」や「チキンラーメン」が一番上の線になっています。価格改定前は、平均価格330円ほどのものが、価格改定によって350円強に上がっています。
- もともと袋めんの特売は5食パックで298円という価格で売られることが多かったわけですが、高いときでパック50円、少なくとも20～30円ほど価格が上がっており、値上げは成功したといえると思います。
- 半年前には、価格改定をスムーズにするために対策費を相当使うだろうと予算を十分用意していましたが、それを使用することなく値上げができたと考えています。



- 日清食品グループでは、日本の人口ピラミッドを当社では5つに分割して、そのターゲットに向けた商品開発を進めています。
- 女性・健康という視点では、日清シスコの「ごろっとグラノーラ」の生産販売を強化することで、新しい需要の取り込みを行っています。他社との差別化ポイントをお客様にご理解いただくために、日清シスコとして16年ぶりにTVコマーシャルを入れました。
- また日清食品では、女性の顧客層の拡大を目的に、「カップヌードル ライトプラス」を3月に発売し、新しい市場を切り拓いています。「カップヌードル ライトプラス」は発売3か月で**1,000万食**を販売し、想定通り女性ユーザーの拡大につながっています。
- また、明星食品、日清食品では、アクティブシニアをターゲットとした商品開発を進めています。明星食品では、最近の健康志向の高まりを見ずえ、“ラーメンは食べたいけど、糖質が気になる”というお客様に向け、「低糖質麺」というブランドで、5月には「はじめ屋」、11月には「ローカーボヌードル」を発売しました。日清食品でも、“減塩、だけどおいしい”をコンセプトに、なだ万監修の「和だしの麺」を発売するなど、積極的にアクティブシニア向けの商品を開発しています。
- これらの取り組みを継続していくことで、国内でもまだまだ売上の拡大を目指すことは可能と考えています。
- 国内の総需要も昨年度の54億食から、今年は55~56億食まで拡大すると予想しています。
- また、日清食品は環境への取り組みをグローバルに展開しています。
- 2008年の国内のカップヌードルの紙容器化を皮切りに、紙容器のグローバル化を徐々に進めてきました。2009年には香港の「合味道」を紙容器化、2010年には中国本土の「合味道」を紙容器化し、大きな売上増につながっています。そして今回、米国でも「カップヌードル」を紙容器化し、テスト販売をスタートしました。今後も環境を意識した商品作りを当社は進めていきます。

100年ブランドカンパニーに向けて



57歳



44歳



39歳



39歳

Nextジェネレーションの育成

女性顧客の育成

アクティブシニア対策

ブランド価値の向上

新しい価値の提供

収益構造の強化

EARTH FOOD CREATOR



- それでは、日清食品のマーケティングについてお話しします。
- 安藤徳隆新社長体制となり、このように「100年ブランドカンパニー」というスローガンを掲げて変革に取り組んでいます。
- 「チキンラーメン」は57歳、「カップヌードル」44歳、「どん兵衛」39歳、「U.F.O.」39歳と、日清食品は多くのロングセラーブランドを抱えています。これらのブランドの鮮度を保つことは非常に重要なテーマとなっています。
- そのためには、ネクストジェネレーションの育成、女性顧客の獲得、アクティブシニア対策は大変重要な部分になっています。
- また、常々ブランド価値の向上のために、新しい価値を提供し続けなければならないということを感じています。
- そして、強いブランドは、高い収益性を維持し続けなければならないといつも考えています。
- ブランドであるという証拠は、先般実施した価格改定についても、やはり消費者に商品の評価していただき、新しい価格を認めていただいてこそ初めてブランドだと思っています。
- 上半期は、そのことが実ってきている結果と考えています。



- それでは次にフォーカスポイントとして、「カップヌードル」ブランドの取り組みについてご紹介いたします。
- ネクストジェネレーションの育成を目的に、「カップヌードル」のCMを一新し、“STAY HOT いいぞ、もっとやれ。”をコミュニケーションワードに特に若者層をターゲットにコミュニケーションの深化を図っています。
- 単純にCMを流すだけでなく、Twitter、Facebook、LINEなどのSNSをフル活用しながら、ブランドの強化を図っています。
- カップヌードルの“具材充実”のリニューアル時のCMは若者層を中心に大きな話題となりましたが、どんな工夫をすればYahoo!トップに載るのか、どのようにしたら噂が拡散するのかを緻密に計算した上でSNSマーケティングを実行しました。安藤新社長の方が年代層としてはぴったりで、この辺の開発を徹底的にやってくれております。
- 今の世の中は単にCMを打ったから、すぐ売れるような時代ではなくなってきました。TVメディアだけでなくWebメディアの方が大きな因子になってきていると痛感しています。自分たちの商品だと思って、楽しく商品と戯れる、そういう因子がないと今は売れないという時代です。
- それ以外にも、先ほどもお話をした“女性・健康”を切り口にした「カップヌードル ライトプラス」の発売、海外現地法人の知見や技術を集めた「トムヤムクン」、「ラクサ」を代表としたエスニックシリーズの大ヒット、CVS(コンビニエンスストア)ユーザーに向けた大盛り商品の開発強化など短期間の間に、次々とターゲットにセグメンテーションした商品を展開することで、話題と期待を呼び、カップヌードルブランドの強化につながったと考えています。
- このような取り組みを評価されてか、10月27日に日経リサーチが発表した、日経リサーチアワード「企業ブランド2015」では、“挑戦し続ける実力者”という評価で大賞を受賞し、非常にうれしい気持ちであります。

香港の収益性強化と大陸での合味道ブランドの強化と生産体制の確立

■ 市場環境

- 中国経済の減速 / GDP成長率(第3四半期) 前年比+6.9% ※6年ぶりの低成長
- 沿岸都市(広東省、福建省、浙江省等)の中小企業の倒産、工場閉鎖による景気の後退、消費人口の減少
- 即席めん大手メーカーの減収基調

大陸地域

ブランド戦略、エリア拡大戦略により、2桁台の売上成長を目指す

- 既存エリアの成長性確保
 - ✓ 「合味道BIG」の店頭カバー率の拡大と回転率の向上
- 上海地域で「出前一丁(袋)」の販売スタート(1食4.5元~5.5元)
- エリア拡大による売上増加(営業所新規開設 30都市(2014年度末) → 31都市(現在) / 年内33都市目標)



合味道BIG



香港地域

域内の売上は前年を維持、大陸輸出の強化

- 香港ドル高によりカナダ、豪州向け輸出減少
- 香港ブランドの輸出強化
 - ✓ 「出前一丁(袋)」の上海向け輸出スタート
- 他カテゴリー(ポテトチップス等)の売上拡大



NISSIN

- 続いて、中国事業についてご説明いたします。
- 中国の1月-9月のGDP成長率は**6.9%**と年間目標の**7.0%**を下回り、その他貿易統計を見ても経済減速は明白です。沿岸都市の広東省、福建省、浙江省でも中小企業の倒産や、工場の閉鎖による景気の後退は鮮明で、消費人口の減少が懸念されています。大手即席めんメーカーの1月-6月の売上は前年を大きく下回り、大変苦勞しているようです。袋めん市場は大手の状況を受け低下傾向が顕著ですが、当社が得意としているカップめん市場は堅調です。
- 当社の大陸事業は、このような状況下、現地通貨ベースで**+7%**の成長を続けています。
- 既存エリアでは「合味道BIG」の販売強化により、一層の売上増が期待できます。また新規進出エリアでの実績が上がってくることで、まだまだ大きな売上成長を見込めます。9月からは、「合味道」の全国统一価格化を進めており、主力販売地区である華南地区を中心に値上げを実施しています。
- 大陸では、10月には華南地区で**前期比+20%近く**まで売上は戻ってきており、大陸全体の成長率は年間では2桁台に乗っていくと思います。
- また、人口300万人以上の60都市への商品のカバーは進んでいます。営業所も昨年度**30都市**だったものを年度内に**33都市**に引き上げる予定をしています。
- 香港では、フレンテとの合弁会社の日清湖池屋で「カラムーチョ」などのポテトチップスを販売するようになり、安定して売れています。

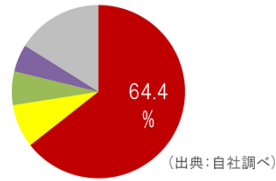
■ 業績

※2015年度から決算期を4月～3月に変更

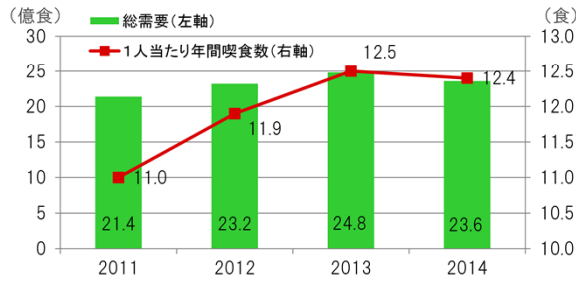
(単位:千BRL)	2012年12月期	2013年12月期	2014年12月期
総資産	274,027	315,581	332,671
売上高	514,739	643,318	695,198
(参)平均レート	41.00円/BRL	45.38円/BRL	44.57円/BRL

※ 営業利益率は安定的に8～9%を確保

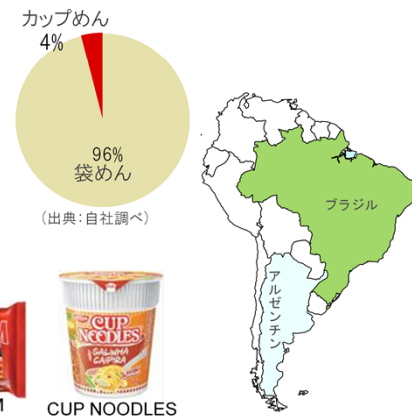
■ マーケットシェア(2014年)



■ 即席めん市場データ



■ 市場の袋・カップ構成比(2014年)



■ 当社ラインナップ



EARTH FOOD CREATOR

(備考) 特別利益計上額・のれん代・のれん償却年数については監査中につき現時点で確定していません。

NISSIN

- 続いて、ブラジル事業についてご説明いたします。
- 10月30日に、「日清味の素アリメントス」の味の素社の持分50%を取得し、当社の100%子会社といたしました。
- 直近の2014年度の売上は**6億9千5百万ブラジルリアル**ですから、およそ310億円の売上の会社です。
(為替 / 昨年平均レート44.57円/BRL)
- ブラジルの即席めんの総需要は約24億食で、ブラジル日清のシェアは約65%、約16億食を生産販売するに至っています。
- 価格は、日清ラーメンで約40円、カップヌードルで約100円になっております。
- 一人あたりの年間消費量は12.4食ですが、これは30食まで伸びていくと思いますので、市場の拡大の可能性は大きくあると考えています。
- ブラジルでは、これからはカップめんが伸びていくと思います。当社のカップヌードルをはじめ、培ってきた技術をブラジルにどんどん移管していき、市場の拡大を図っていきたいと思っております。

投資計画

設備投資・事業投資は、中計期間3か年で総額1,150億円の範囲内でコントロールして使用

設備投資

中計3か年 着地見込 887億円

(実績) '13年度 275億円、'14年度 230億円
(計画) '15年度 382億円

(方針)

- 成長セグメント・成長エリアでの生産能力拡充
- 生産の効率化、コスト削減のための設備投資
- 安全安心を確立するための設備投資、グループインフラの強化

事業投資

中期3か年 実績合計 408億円

ブラジル事業の子会社化 325億円
その他 83億円 (3年間累計)

(方針)

- グループ成長を加速するM&A案件など、国内・海外の競争力強化のための投資を適宜検討

減価償却費

2015年度(期初計画) 178億円

着地見込…ほぼ予定通り

株主還元施策

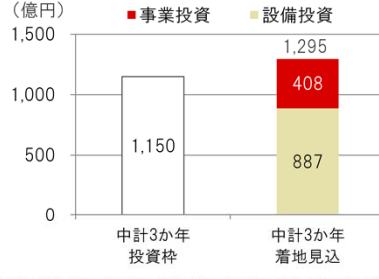
1株当たり配当金予想

上期 40円
下期 40円

(方針)

- ① 配当…連結配当性向40%以上
- ② 自己株式取得…必要に応じ適宜自己株式取得を検討。ROEを意識した経営

設備投資+事業投資の進捗(中計3か年)



(減価償却費)

2012年度	2013年度	2014年度	2015年度(期初計画)
143	145	154	178

(配当性向)

2012年度	2013年度	2014年度	2015年度(期初計画)
43.8%	42.9%	44.7%	40%超

- それでは、財務政策についてお話しさせていただきます。
- 設備投資は、ここにもあります通り、中計3か年の着地見込みが**887億円**で、今年度は**382億円**の計画となります。
- 投資計画は、設備投資・事業投資併せて、中計3か年の総額**1,150億円**でお話ししておりましたが、着地見込みとして**1,295億円**となっております。
- これは事業投資の中で、ブラジルの100%子会社の費用が**325億円**、事業投資の**408億円**の中に含まれた結果です。もともと当初計画にはブラジルの子会社化は含まれておりませんでしたので、これにより少し費用が膨らんでいます。
- 減価償却費につきましては**178億円**の計画ですが、ほぼ予定通りと考えています。
- 配当金につきましても、期初で公表しました通り、1株当たり**上期40円**、**下期40円**を予定しております。



上期修正を受け、通期利益予想を修正（営業利益、経常利益、当期純利益）

- ▶ ブラジル事業を第3四半期から連結子会社化
- ▶ 売上高予想は期初計画を据え置き

	2015年度			2014年 前期実績	2015年 期初計画
	修正計画	前期比	期初計画比		
売上高(億円)	4,680	+8.4%	+0.0%	4,316	4,680
営業利益(億円)	260	+7.0%	+6.1%	243	245
経常利益(億円)	315	▲4.5%	+5.0%	330	300
親会社株主に帰属する 当期純利益(億円)	250	+35.1%	+25.0%	185	200
営業利益率	5.6%	▲0.1pt	+0.3pt	5.6%	5.2%
経常利益率	6.7%	▲0.9pt	+0.3pt	7.6%	6.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益率	5.3%	+1.1pt	+1.1pt	4.3%	4.3%

- それでは、最後に、当社の通期決算の見込みについてご説明させていただきます。
- 上期修正を受け、通期利益予想も今回修正開示させていただいています。
- 売上高については、当初計画通りの**4,680億円**で据え置くことにいたしました。
- もとより海外事業の期初計画をかなり強気で見積もっていたこともあり、現在の既存海外事業の足元の水準を考えると目標達成のハードルは少々高いと考えております。ブラジル事業の新規連結により上乗せも期待できますが、修正計画を公表するほどではなかったためです。
- 営業利益につきましては、即席めん事業の業績を勘案して、前期比**17億円増益**、期初計画比**15億円プラス**の**260億円**に修正いたしました。
- 経常利益につきましては、営業外収益をほぼ期初計画通りの**50億円**と予想し、前期比**15億円減益**、期初計画比**15億円プラス**の**315億円**に修正いたします。
- 特利・特損に関しましては、ブラジル事業の持分取得に関連し、特別利益の計上を予定しています。その他、特別利益、特別損失につきましては、現在のところ、上期の着地実績をそのままスライドして試算しています。
- 結果といたしまして、税額、非支配株主に帰属する当期純利益を勘案し、親会社株主に帰属する当期純利益を**250億円**と予想しました。これは前期比**65億円の増益**、期初計画比**50億円のプラス**となります。
- 以上にて、2016年3月期上期決算説明を終了させていただきます。



日清食品ホールディングス株式会社

EARTH FOOD CREATOR

