

2017年3月期
上期決算報告
(2016年11月10日)

 **日清食品ホールディングス株式会社**
(2897)

EARTH FOOD CREATOR

 NISSIN GROUP

- ・ 皆様、本日はお忙しい中、お集まりいただきありがとうございます。
- ・ 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。

■ では、スライド2をご覧ください。

- 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。
- 国内事業会社は原則として、2016年4月1日～2017年3月31日を「2016年度」とします。
- 海外エリアは原則として、2016年1月1日～2016年12月31日を「2016年度」とします。
 - ※米州地域(コロンビアを除く)は、2016年4月～2017年3月31日を「2016年度」とします。
 - ※中国地域は、2016年4月～2017年3月を「2016年度」とします。
 - ※インド事業は2016年度から決算期変更により、2015年1月～2015年12月が「2015年度、前期」、2016年4月～2017年3月が「2016年度、当期」となります。
- 新規連結等に関して
 - ※ぼんち(株)は、2015年度 期末からBS連結、2016年度 第1四半期からPL連結。
 - ※ブラジル日清は、2015年度 第3四半期から新規連結。
 - ※インドネシア日清は2016年度 第1四半期から新規連結。
- 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

- 上期売上高は日清食品グループとして4期連続で最高売上を更新
- 本業で稼ぐ力を示す「調整後営業利益*」は前期比、計画比ともに20%以上の増益
- 「親会社株主に帰属する当期純利益」も前期比、計画比ともに10%以上の増益

* 調整後営業利益＝営業利益－退職給付会計の影響

➤ **上期連結業績を上方修正** 東証適時開示 発表

- ✓ 営業利益が期初計画を30%以上、上回り上方修正
(営業利益 90億円 ⇒ 117億円 (+30.4%))

通期見通し

➤ **通期業績予想を上方修正**

- ✓ 営業利益 +8億円
- ✓ 経常利益 +5億円
- ✓ 親会社株主に帰属する当期純利益 +5億円

EARTH FOOD CREATOR



- ・ 当社の上半期の売上につきましては、日清食品グループとして4期連続で最高売上を更新しました。
- ・ 本業で稼ぐ力を示す「調整後営業利益」は前期比、計画比ともに20%以上上回り着地しました。
- ・ 「当期純利益」も前期比、計画比ともに10%以上の増益となりました。
- ・ 本日、東証適時開示により上方修正を発表させていただきましたが、「営業利益」が期初計画30%以上上回る上方修正ということで、90億円の計画に対して117億円となりました。
- ・ また、通期業績予想も上方修正いたしました。その内容は、営業利益+8億円、経常利益+5億円、当期純利益+5億円とさせていただきました。

■ では、スライド4をご覧ください。



上期 実績サマリー					
単位:億円	2016年度			2015年度	2016年度
	上期実績	前期比	計画比	上期実績	上期事業計画
売上高	2,358	+8.2%	▲1.7%	2,179	2,400
営業利益	117	▲5.3%	+30.4%	124	90
調整後営業利益*	139	+21.5%	+23.6%	115	113
経常利益	138	▲14.4%	+19.7%	161	115
親会社株主に帰属する 四半期純利益	122	+12.9%	+16.3%	108	105
営業利益率	5.0%	▲0.7pt	+1.2pt	5.7%	3.8%
経常利益率	5.8%	▲1.5pt	+1.0pt	7.4%	4.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	5.2%	+0.2pt	+0.8pt	5.0%	4.4%

* 調整後営業利益＝営業利益－退職給付会計の影響

EARTH FOOD CREATOR 

- ・ 上期の実績についてご説明いたします。
- ・ 売上高は、前期比で+179億円、8.2%の増収、計画比では-42億円、1.7%の減収の2,358億円となりました。
- ・ 営業利益は、前期比で-7億円、5.3%の減益、計画比で+27億円、30.4%増益の117億円となり、先ほど申し上げた通り、東証適時開示ルールに基づき上方修正を発表いたしました。
- ・ 当社は、昨年度末に退職給付の割引率を変更したことなどで発生した45億円の費用に関し、今期一括償却しています。この影響を差し引いた、「調整後営業利益」は、前期比で+25億円、21.5%の大幅増益、計画比で+27億円、+23.6%の139億円と大幅な増益となりました。
- ・ また、今期から国内の減価償却費を定率法から定額法に変更した影響で14億円の費用圧縮効果が生じています。仮に調整後営業利益から、この効果を差し引いても、前期比で+11億円の増益、計画比で12億円の増益となっています。
- ・ 経常利益は、前期比で-23億円、14.4%の減益、計画比で+23億円、19.7%増益の138億円となりました。
- ・ 当期純利益は、前期比で+14億円、12.9%の増益、計画比で+17億円、16.3%増益の122億円となりました。
- ・ 営業外収益以下の詳しい内容に関しては、後ほど解説させていただきます。

■ では、次のスライドをご覧ください。

セグメント別 売上実績

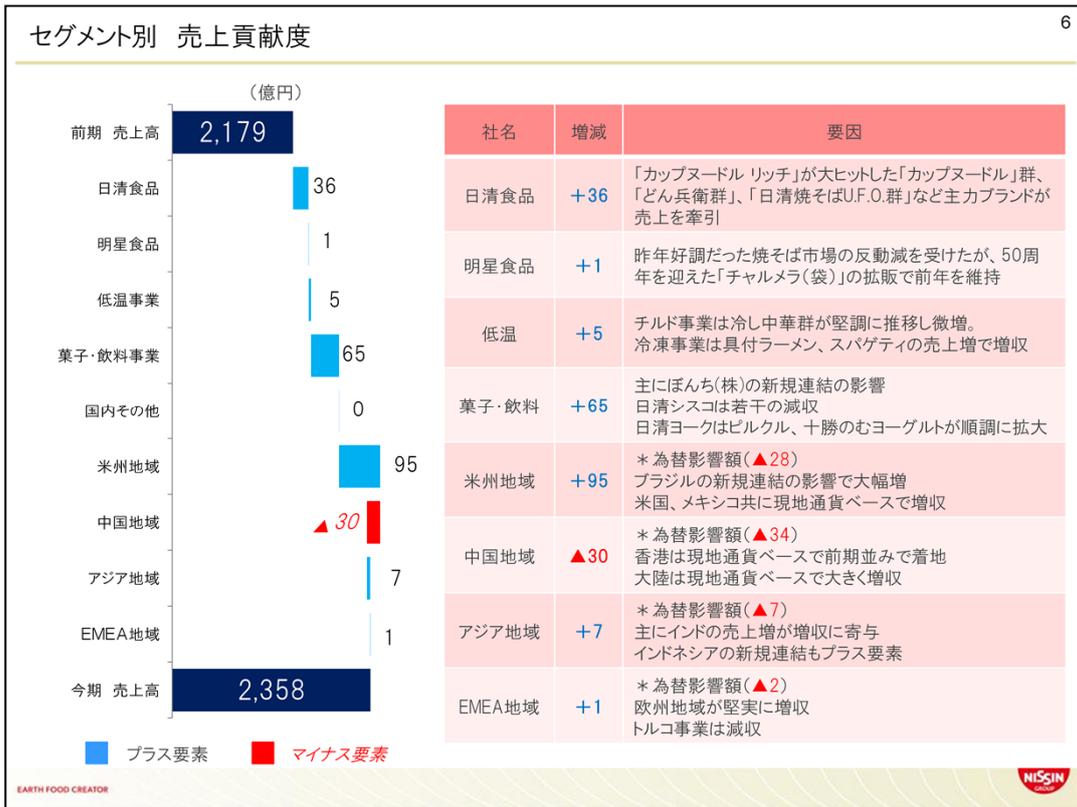
5

単位: 億円	2016年度			2015年度
	上期実績	前期差異	前期比	(前期実績)
即席めん事業	1,253	+36	+3.0%	1,217
日清食品	1,052	+36	+3.5%	1,016
明星食品	201	+1	+0.4%	200
低温事業	306	+5	+1.8%	300
菓子・飲料事業	263	+65	+32.5%	199
国内その他	19	+0	+1.6%	18
国内 計	1,840	+107	+6.1%	1,734
米州地域	276	+95	+52.5%	181
中国地域	175	▲30	▲14.9%	205
アジア地域	45	+7	+19.3%	38
EMEA地域	23	+1	+3.4%	22
海外 計	518	+72	+16.3%	446
連結売上高	2,358	+179	+8.2%	2,179

EARTH FOOD CREATOR * 上期のセグメント別事業計画は公表していないので前期実績比較のみ表示 NISSIN

- ・ セグメント別の売上実績につきまして、
- ・ 国内事業では、前期比で+107億円、6.1%増収の1,840億円、
- ・ 海外事業は、前期比で+72億円、16.3%増収の518億円で着地しました。

■ では、次のスライドをご覧ください。



- セグメント別の売上貢献度につきまして、
- 日清食品は、「カップヌードルリッチ」が大ヒットした「カップヌードル」シリーズ、「どん兵衛」シリーズ、「U.F.O.」シリーズなど主カブランドが売上を牽引し、前期比で36億円の増収となりました。
- 明星食品は、昨年、焼そば市場が盛り上がったことによる反動減がありました。50周年を迎えた「チャルメラ」の販促を強化したことで、前期比1億円増収で着地しました。
- 低温事業は、冷し中華が堅調に推移し微増、冷凍事業は具付ラーメン、スパゲティの売上増で増収となり、このセグメントで前期比5億円の増収となりました。
- 菓子・飲料事業は「ぼんち」の連結効果が効いています。加えて日清ヨークの売上が拡大していることから前期比65億円の増収となりました。
- 米州地域は、ブラジルの連結効果が大きく、また米国、メキシコともに現地通貨で増収となっています。一方で、為替影響で28億円のマイナスが出ており、円貨ベースでは前期比95億円の増収となりました。
- 中国事業は、現地通貨ベースでは香港が前年並み、大陸では1桁後半の伸びと増収でしたが、為替で34億円のマイナス影響を受けて、円貨ベースでは前期比30億円の減収となりました。
- アジア地域はインドの回復が想定以上に進んでおり、その影響もありアジア全体の現地通貨ベースの売上は増収となっております。為替の影響で7億円のマイナス影響を受けながらも、円貨ベースで前期比7億円の増収となりました。
- EMEA地域は、欧州事業が堅実に売上を伸ばし、為替影響がマイナス2億円ありましたが、円貨ベースで前期比1億円の増収で着地しました。

■ では、次のスライドをご覧ください。

セグメント別 営業利益実績

7

単位:億円	2016年度			2015年度
	上期実績	前期差異	前期比	(前期実績)
即席めん事業	115	+0	+0.1%	115
日清食品	108	+4	+4.3%	103
明星食品	7	▲4	▲37.1%	12
低温事業	11	+7	+167.4%	4
菓子・飲料事業	17	+10	+139.9%	7
国内その他	9	+9	+1302.5%	1
国内計	152	+26	+20.2%	127
米州地域	7	+5	+241.2%	2
中国地域	18	▲0	▲2.1%	19
アジア地域	△5	+4	-	△9
EMEA地域	1	+2	-	△1
海外計	22	+12	+111.7%	10
調整額計	△57	▲44	-	△13
連結営業利益	117	▲7	▲5.3%	124
(参考)調整後営業利益	139	+25	+21.5%	115

EARTH FOOD CREATOR

* 上期のセグメント別事業計画は公表していないので前期実績比較のみ表示

NISSIN

- ・ それでは、セグメント別の営業利益を説明させていただきます。
- ・ 国内事業は、前期比+26億円、20.2%増益の152億円、
- ・ 海外事業は、前期比+12億円、111.7%増益の22億円で着地しました。
- ・ 一方で、退職給付会計の影響やブラジルのれん償却費の増加で、調整額としては前期比-44億円となり、
- ・ 連結営業利益は、前期比-7億円、5.3%減益の117億円で着地しています。

■ では、次のスライドをご覧ください。

セグメント別 営業利益貢献度

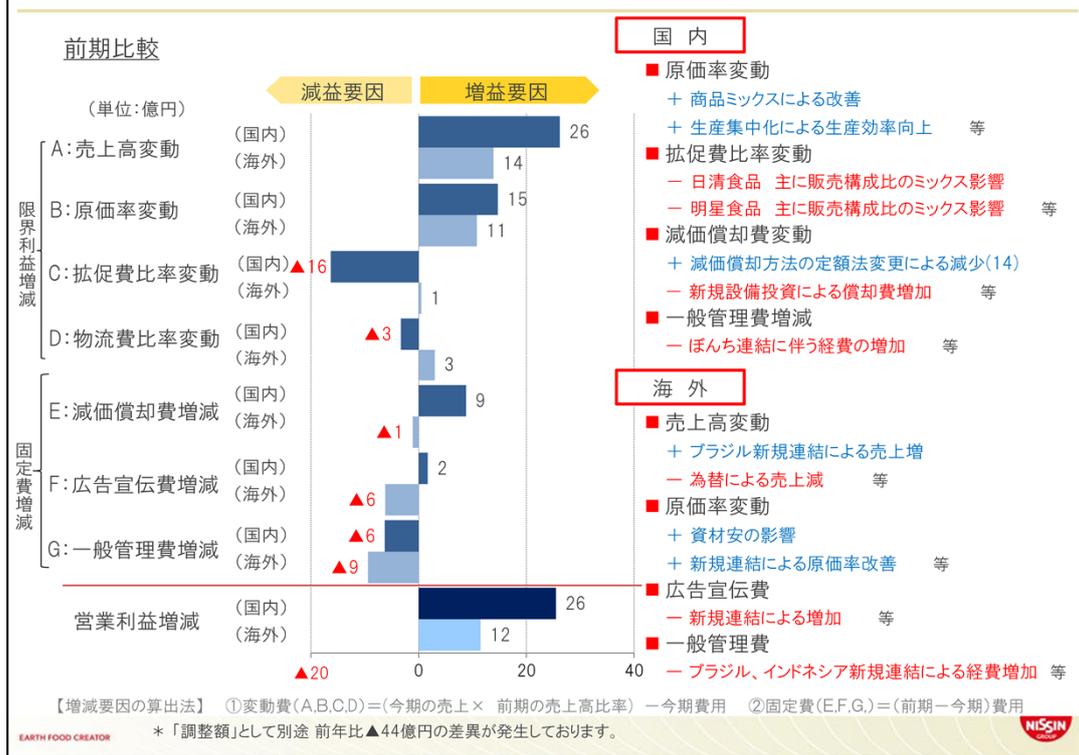


- 日清食品は、「カップヌードル」、「どん兵衛」、「U.F.O.」などのブランド商品の強化を図りました。一方、拡販費対応をしないオープンプライス商品の販売構成比が下がったことで、拡販費率が上昇しましたが、売上増の効果により、前期比4億円の増益となりました。
- 明星食品は、主に特売のウェイトの高い袋めんの構成比が上がったことによる商品ミックス変動の影響と、昨年8月に稼働した埼玉第2工場の償却費増もあり、前期比4億円の減益となりました。
- 低温事業は、チルド事業で付加価値商品の売上構成比が上がったことで、微増益。冷凍食品事業は単品力の強化による生産性の向上が寄与し、前期比大幅な増益となりました。結果として低温事業全体で、前期比7億円の増益となりました。
- 菓子・飲料事業は、ぼんちの連結が大きく貢献、日清シスコ、日清ヨークも着実に増益となっています。シスコについては主にグラノーラの収益性向上による利益増、ヨークについては増収による増益効果が効いています。結果として、このセグメントでは前期比10億円の増益となりました。
- また、「国内その他」セグメントでは、ホールディングスの収支バランスの安定化により前期比9億円の増益となりました。
- 米州地域では、米国では新製品発売によるマーケティング費用が先行して、現地通貨ベースで減益、メキシコは現地通貨で増益、それにブラジルの新規連結効果(+7.1億円)が加わっています。円貨ベースでは為替影響がわずかにあり、前期比5億円の増益で着地しました。
- 中国地域は、香港、大陸ともに現地通貨ベースで計画通りの増益になりましたが、為替影響で、円貨ベースでは前年並みで着地しました。
- アジア地域は、ベトナム、タイの収益改善が進んでおり、円貨ベースでも前期比+4億円と赤字幅が縮小しています。
- EMEA地域は、欧州は堅実に利益を増やしています。またトルコ事業では昨年度、広告宣伝費の削減により損益が改善しています。結果としてEMEA地域の円貨ベースの利益は前期比2億円の増益で着地しました。
- 一方、退職給付会計の影響が前期比マイナス31億円、ブラジルののれん費用が7億円増加しており、調整額全体で前期比44億円の減益となっています。
- 結果として、連結営業利益は前期比-7億円の117億円の着地となりました。
- 尚、上期は計画に対し大幅な増益になっておりますが、国内事業での販売費・固定費の期ズレが10数億ありますので、予定より利益が膨らむ形となりました。これについては通期で解消する予定です。

■ では、次のスライドをご覧ください。

2016年度 上期 営業利益 増減分析 / 連結 (国内・海外)

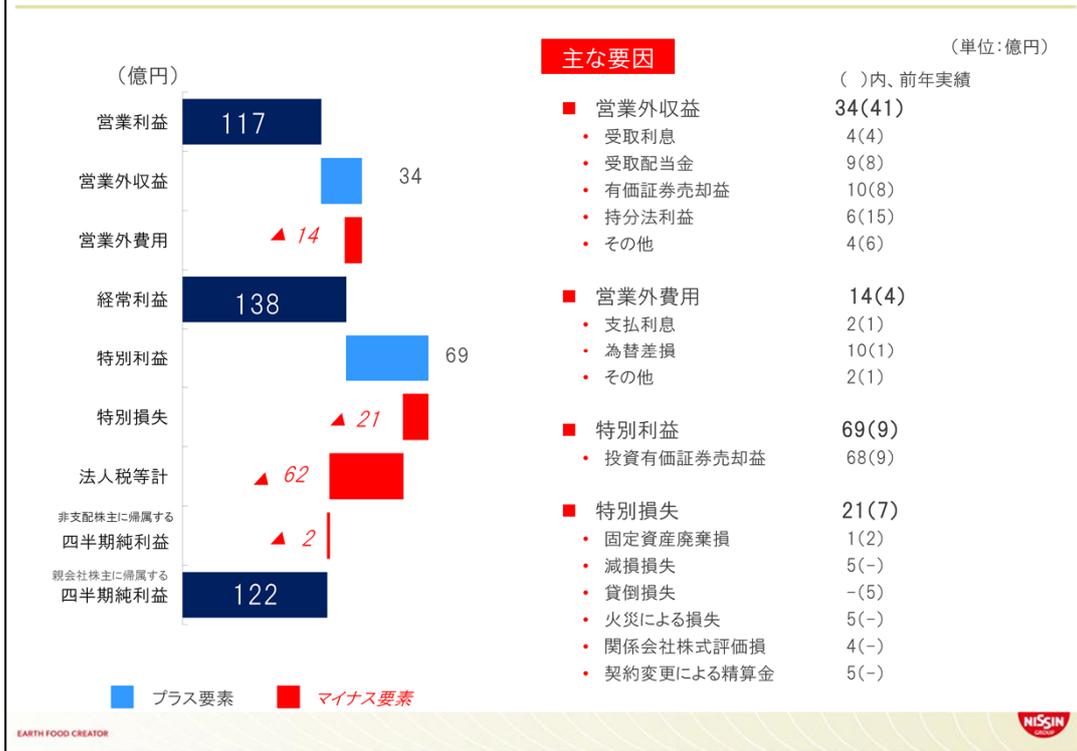
9



- ・ それでは上期の営業利益の増減分析について説明いたします。
- ・ まず国内事業ですが、
- ・ 国内事業トータルで107億円の増収となったことで、売上高変動で26億円の増益効果がありました。
- ・ 原価率変動は、主に商品ミックスの改善による効果、冷凍などの生産の集中化による生産性の向上による影響で15億円の増益効果となりました。
- ・ 為替等による原材料コストメリットは、当決算期ではまだ大きく影響をしておらず数億円レベルです。原材料メリットは第4四半期以降大きくなってくると考えています。
- ・ 拡促費比率では16億円の減益効果になっていますが、店頭売価は下がっておらず、品種構成の変化とお考えください。
- ・ 減価償却費では9億円の増益効果となっておりますが、これは定額法への変更により14億円の圧縮効果が発生しているためで、実質的には5億円の費用増となっています。
- ・ 広告宣伝費はほぼ前年並みの実績です。
- ・ 一般管理費の6億円の費用増はぼんちの連結の影響が主な要因です。
- ・ 次いで海外ですが、
- ・ 売上高変動の影響で14億円の増益効果となりました。これは海外の売上が72億円増えたことによります。やはりブラジル新規連結の影響が一番大きくなっています。
- ・ 原価率変動による影響で11億円の増益となっておりますが、原材料の相場安の影響と、他の地域と比べて原価率が低いブラジルの新規連結による影響が効いています。
- ・ 広告宣伝の6億円の費用増は、ブラジル新規連結の影響です。
- ・ 一般管理費の9億円の費用増も、ほぼブラジルの新規連結の影響です。

■ では、次のスライドをご覧ください。

営業外損益、特別損益



- ・ それでは、営業外損益、特別損失について説明いたします。
- ・ 営業外収益は、前期41億円に対し、今期34億円となり7億円の減益要因となっています。これは、ぼんち、ブラジルの子会社連結によって持分法利益が下がったことに起因しています。
- ・ 営業外費用は、前期4億円に対し、今期14億円と10億円の費用増となりました。これは為替差損の発生が主要因です。
- ・ 特別利益は前期9億円に対し今期69億円と大幅に増加しています。これは8月に実施した「小野薬品工業」の株式売却に伴う有価証券売却益が66.6億円発生したことによります。
- ・ 特別損失は、前期7億円に対して、今期21億円となりました。ブラジル火災による影響、関係会社の株式評価損、契約変更による清算金などが含まれています。

■ では、次のスライドをご覧ください。

「グローバルカンパニーとしての評価獲得」の要件として、
「本業で稼ぐ力」と「資本市場での価値(時価総額)」を掲げ、KPIを設定。

	2015年度		2020年度	
	実績値 日本会計基準	(参考値) (日本会計基準)	目標値 IFRS基準	
本業で 稼ぐ力	売上高	4,681 億円	(6,000 億円)	5,500 億円
	調整後営業利益*	247 億円	(400 億円)	475 億円
資本市場 価値	時価総額**	5,700 億円		1 兆円
	純利益***	269 億円		330 億円
	ROE	7.4 %		8 %以上
	調整後EPS****	196 円	年平均成長率 10%以上	330 円

配当性向は、期間平均40%以上

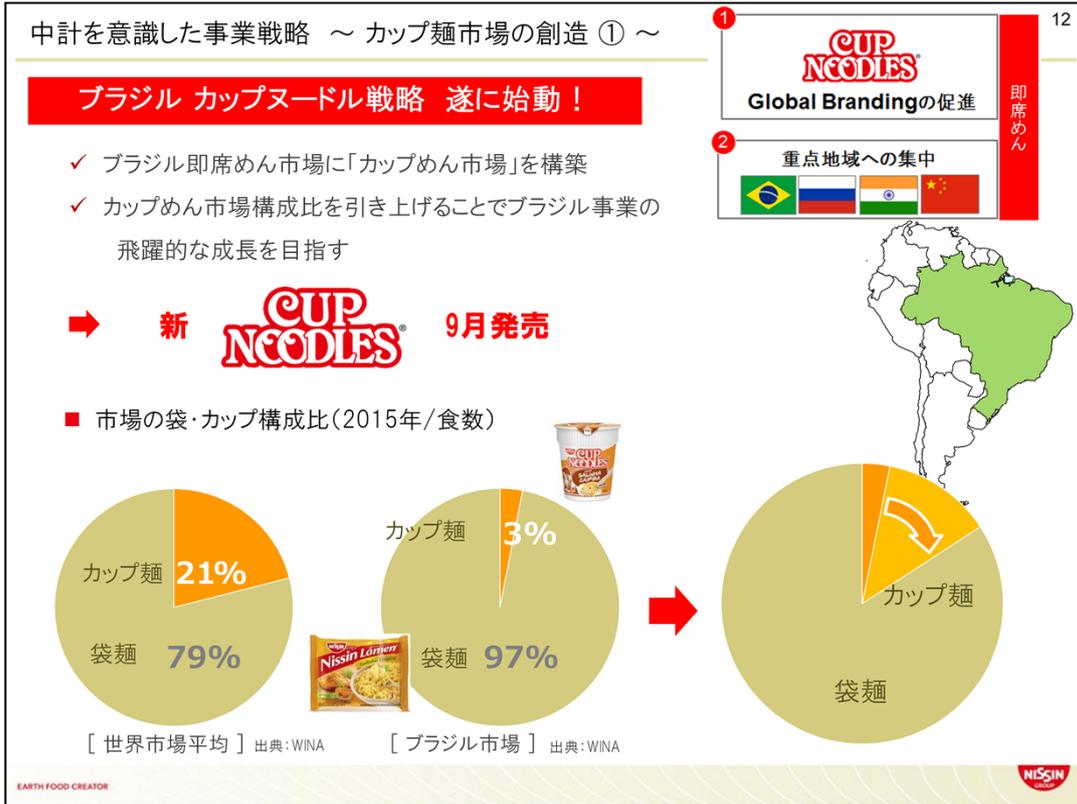
* 調整後営業利益＝営業利益－退職給付会計の影響
 ** 時価総額＝株価×期末発行済株式数(自己株式控除後)
 *** 日本会計基準における「親会社株主に帰属する当期純利益」、IFRS基準における「親会社の所有者に帰属する純利益」
 **** 調整後EPS＝調整後NOPAT****÷期中平均発行済株式数(自己株式控除後)
 ***** 調整後NOPAT＝税引後調整後営業利益＋持分法損益＋のれん償却額(持分法に含まれるものを含む)－非支配株主に帰属する当期純利益

EARTH FOOD CREATOR



- ・ それでは、これから今年の5月に発表した「中期経営計画2020」に沿った、当社の活動について少々お話をさせていただきます。
- ・ 画面の資料は、当社の中計のKPIです。
- ・ 時価総額1兆円はもともと社内のテーマとして掲げていたものを、社外に広げて公表いたしました。
- ・ 営業利益については社長が責任を取らないといけないと思いますが、株価に責任を持つのは大変難しいことです。
- ・ 株価に責任を持つということはEPS成長率を安定して上げていかないとはいけません。
- ・ 前回(中期経営計画発表時)もご説明しましたが、2020年度には、調整後営業利益475億円、当期純利益330億円、ROEについては8%を達成していきます。
- ・ 調整後EPSは330円を目標にしていますが、右肩上がり一直線に上がるのが好ましいということでしょう。
- ・ 当社は「グローバルカンパニーとしての評価獲得」の要件として、「本業で稼ぐ力」と「資本市場での価値(時価総額)」を掲げ、KPIを設定しています。
- ・ このKPI達成に向けて、「5つの戦略テーマ」を掲げていますが、本日は、「カップヌードルのブランディングの促進」、「重点地域への集中」、「国内収益基盤の盤石化」について、少々お話をさせていただきます。

■ では、次のスライドをご覧ください。



- ・ 昨年10月末にブラジル事業を100%子会社化して、ちょうど1年となりました。
- ・ いよいよブラジルでカップヌードルを本格的に発売することになりました。
- ・ 45年前に創業者が銀座の歩行者天国でカップヌードルを発売したときと同じ雰囲気、今ブラジルでサンプリングを展開しています。
- ・ ブラジルのGDPは8,000ドルを超えています。GDPが1人当たり8,000ドルを超えてくると袋めんからカップめんに移行していきます。
- ・ BRICsの中でインドは少し遅れていますが、ロシアも中国も1人当たりのGDPが8,000ドルを超えてきて、カップが中心になりつつあります。ブラジルは丁度のそのステージにきています。
- ・ 9月に発売して11月にはテレビCMのオンエアも始めています。

■ では、次のスライドをご覧ください。

Product

ブラジル史上最高においしい



- 具材のボリューム感
- 熱くない紙カップ
- パッケージ写真も鮮明
- 6つのフレーバー



Price



3.49BRL



1.15~
1.35BRL



Promotion

[TVCM] 「7 SAMURAI in BRAZIL」
7つの競技のトップアスリートを起用



[Web]
若者をTargetとした展開

[大試食キャンペーン]
未だかつてない規模

Place

[売り場] スーパーマーケット
コンビニエンスストア
キオスク(小店舗)
+
学校 オフィス
空港 地下鉄
遊園地 ビーチ



EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- ・ 商品は全6品で、カップにつきましても日本と同様のエコカップを使っております。
- ・ デザインも日本よりもカラフルに出来上がっております。
- ・ 価格は、3.49リアルということで、日本円にして約100円です。600mlの飲料が110円～120円、ビッグマックが400円ぐらいでしょうか。
- ・ ブラジルでは昼食に20リアル、600円ほどかけていますので、この100円というのは大変価値のある食事になっています。
- ・ ここに「SEJA A LENDA」と書いてありますが、これは「Be a Legend」という意味で「7人の侍を」モチーフに「CUP NOODLES made in Japan」を強く謳っていきます。

■ では、次のスライドをご覧ください。

CRAZY MAKES the FUTURE.

ブランドが将来の利益成長を牽引する

- カップヌードルブランドで全ターゲット層を網羅し、全ての世代にブランドを浸透させる
- 高単価でも売れる商品を提案することで更にブランドに磨きをかける
- 他社より高い平均価格を維持しつづけることで収益を生み出す

国内収益基盤の盤石化

即席めん

2014年 国勢調査人口等基本集計(総務省統計局)

カップヌードル リッチ
2016年4月発売
10月再発売

カップヌードルシリーズ初の高価格品(定価230円)
発売3週間で600万食を販売
10月末現在で約1,400万食を販売

45周年記念カップで販促強化、売上拡大

カップヌードルBIG 謎肉祭
2016年9月限定発売
SNSを中心に話題沸騰
発売3日で休売が決定
生産体制を整えて、
10月再発売

カップヌードルライト
2007年3月発売
カロリーオフで健康意識ユーザーを拡大

カップヌードルライトプラス
2015年3月発売
カロリーオフ、食物繊維で女性層を拡大

トムヤムクンヌードル
2014年4月発売
女性に人気のあるエスニック
テイストを取り入れ女性ユーザーを拡大

シンガポールラクサ
*フレーバーエクステンション

- ・ 次に「国内収益基盤の盤石化」についてお話しいたします。
- ・ 画面の真ん中の絵が、日本の人口ピラミッドです。
- ・ カップ麺のメインターゲットは今まで20代から40代の男性で、これ以外のターゲット層をいかに広げていくかが課題でした。
 - ① 健康を気遣うに人々に対するアプローチをどうしていくか。
 - ② 今まではノンユーザーだった女性の心をつかむにはどうしたらよいか。
 - ③ 高齢化でシニア層が拡大する中、彼らの需要をどう取り込んでいくのか。
 - ④ 将来のヘビーユーザーとなる若者層のブランドロイヤリティをいかにあげていくのか。
- ・ 2007年には健康を意識した「カップヌードルライト」、2014年には女性に人気のあるエスニックテイストを取り入れた「トムヤムクンヌードル」、2015年には女性ユーザーの掘り起こしに対応した「カップヌードルライトプラス」を展開してきました。
- ・ そして、シニア層をターゲットにした「カップヌードルリッチ」を今年の4月に販売しております。普通の商品よりも50円高い230円の価格設定にいたしました。アクティブシニア層に大変人気の商品となっております。この層はお金にも余裕があって、価格に関係なくうまいものを食べたいと、大変受けましてヒットしました。
- ・ 「カップヌードルBIG 謎肉祭」は、大きな話題となりまして、発売3日で休売をせざるを得なくなりました。10月末に再発売しておりますが、SNSやWEB辺りで大変に話題になり若者に人気のようです。
- ・ 「カップヌードル」のマーケティングにつきましても、4大メディアではなくSNSタイプの話作りが当社では相当進んでいます。当社にはグループ全体で210名のマーケティングマンがいて、WEBマーケティングをうまく使って、今までにない売り方を進めています。
- ・ 例えば「カップヌードル パスタスタイル」は従来だったら「カップに入ったパスタ」と言うところを、「イタリア人が認めなかったパスタ」と言うことで若い層にヒットしました。
- ・ 「謎肉」も、創業者は「こんな立派なものを何故「謎肉と呼ぶんだ」と怒っていましたが、今では「謎肉」の方が名が通ってしまっている。「謎肉」と言ってみんなが楽しんでいる。消費者は私以上に深く楽しんでいるということでしょう。
 - では、次のスライドをご覧ください。

投資計画

中計方針

時価総額1兆円達成に向け、2021年度以降への持続的成長期待に繋がる投資を本中期計画期間に実行。

設備投資

事業投資(M&A)

5年間合計 1,500億円規模を想定

5年間合計 1,000億円規模を想定

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ 国内 <ul style="list-style-type: none"> - 持続的成長のために、即席めん事業において省人化と安心・安全マネジメント強化を目的とした投資等 ■ 海外 <ul style="list-style-type: none"> - 成長が見込まれるエリアにおける生産体制強化等 ■ 全体 <ul style="list-style-type: none"> - 更新投資 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 即席めん <ul style="list-style-type: none"> - ブランドを軸とした、価値向上が期待できる案件等 ■ 非即席めん <ul style="list-style-type: none"> - 菓子を中心とした競争力強化につながる案件 - 即席めん事業とのシナジーが期待できる案件 - グローバル展開可能な技術を有するところ |
|--|---|

今期設備投資 年間投資予算 439億円 → 上半期実績 174億円

(大きな設備投資計画)

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ・ 中国事業 新工場建設等 … 香港12月稼働予定、浙江1月稼働予定 ・ 日清ヨーク 関東新工場 … 埼玉7月稼働 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外事業のライン増設 ・ ERP 第2期(チルド・冷凍) … 10月稼働 ・ 更新投資等 |
|--|--|

減価償却費

年間計画 163億円 → 上半期実績 75億円

- 会計方針の変更
 - ・ 国内の減価償却方法を定率法から定額法へ変更
※各事業ごとの影響額は補足資料 P.8 に記載
- 主な増加要因
 - ・ 日清ヨーク 関東新工場 … 7月稼働
 - ・ 中国事業 新工場
福建工場 … 4月稼働、香港ライン増設 … 12月稼働予定、浙江工場 1月稼働予定)

(億円)	2015年度	2016年度 (計画)
変更前	175	203
償却方法変更後	—	163

- ・ では、設備投資について説明いたします。
- ・ 今期の設備投資は439億円の予算を構えており、上期で174億円の投資をすでに実施しています。
- ・ 主に投資目的は中国の生産拠点の拡大、日清ヨークの関東工場の建設、海外工場のライン増設、ERP第2期、更新投資などです。
- ・ 減価償却費は、年間予算163億円に対し、上期75億円の実績となっています。

■ では、次のスライドをご覧ください。

政策保有株の方針

【上場株式の政策保有に関する方針】（コーポレートガバナンス・コード 原則1-4）

当社は、配当・キャピタルゲインの獲得以外に、取引先との良好な関係を構築し、事業の円滑な推進を図ることで中長期的な企業価値の向上を実現する観点から、必要と判断する上場企業の株式を保有することがあります。

こうした株式については、上記の観点に照らし、継続保有の可否について取締役会にて定期的に検証しております。

また、資本効率向上等の観点から保有総数を削減していく方針としており、市場への影響等を総合的に考慮のうえ、適宜売却することといたします。

具
体
例

小野薬品工業株式会社の株式を一部売却（2016年8月29日）

当社が売却する投資有価証券	小野薬品工業株式会社普通株式
当社が売却する株式数	4,070,200 株
売却金額	10,157 百万円
投資有価証券売却益	6,658 百万円

株主還元 2016年度(計画) 年間配当金 80円/1株当たり

(方針)

- ① 配当性向/‘中期経営計画2020’ 期間平均配当性向40%以上を目標とする
- ② 自己株式取得/経営環境・事業環境に応じ、機動的に自己株式取得を検討する

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度 (期初計画)	2016年度 (修正計画)
配当性向	43.8%	42.9%	44.7%	32.6%	39.3%	38.5%
総還元性向	43.8%	42.9%	44.7%	85.2%	—	—

- ・ 財務・資本政策につきましては、先ほどご説明申し上げた通り、小野薬品工業の株式を一部売却しております。
- ・ 保有株式は業務における関係等で株式を保有しておりましたが、これらのものは今後解消していく方針で進めております。
- ・ 株式還元につきましては、期初の予定通り年間で1株当たり80円の配当を予定しております。
- ・ それ以外の還元策につきましては、経営環境・事業環境を総合的に判断し機動的に自己株式の取得等を検討していく予定にしております。
- ・ セグメントの詳しい状況については、アペンディックスに記載しておりますのでご覧ください。

■ では、スライド18をご覧ください。



▶ 「中期経営計画2020」の初年度目標をクリアし、次の4年に弾みをつける

単位：億円	2016年度			2015年度 (前期実績)	2016年度 (期初計画)
	修正計画	前期比	期初計画比		
売上高	5,000	+6.8%	—	4,681	5,000
営業利益	278	+5.3%	+3.0%	264	270
調整後営業利益*	323	+31.1%	+2.5%	247	315
経常利益	315	+2.5%	+1.6%	307	310
親会社株主に帰属する 当期純利益	225	▲16.3%	+2.3%	269	220
営業利益率	5.6%	▲0.1pt	+0.2pt	5.6%	5.4%
経常利益率	6.3%	▲0.3pt	+0.1pt	6.6%	6.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益率	4.5%	▲1.2pt	+0.1pt	5.7%	4.4%

* 調整後営業利益＝営業利益－退職給付会計の影響



- ・ それでは修正計画につきまして説明させていただきます。
- ・ 今期の売上計画は為替の影響を受けながらも、期初計画通りの5,000億円とし、この達成にこだわっていきます。
- ・ 営業利益は、8億円増益の278億円、
- ・ 調整後営業利益は、8億円増益の323億円、
- ・ 経常利益は、5億円増益の315億円、
- ・ 当期純利益は、5億円増益の225億円を目指します。
- ・ 「中期経営計画2020」の初年度にあたる当期の目標をしっかりとクリアし、次の年に弾みをつけたいと考えております。
- ・ ちなみに当社でいうところの調整後NOPAT※¹は、期初計画では260億円だったものが264億円になります。
- ・ 11ページに記載しています調整後EPS※²は、昨年度196円でしたが、この目標通りいきますと今期241円となります。

※1 調整後NOPAT＝税引後調整後営業利益＋持分法損益＋のれん償却額(持分法に含まれるものを含む)
－非支配株主に帰属する当期純利益

※2 調整後EPS＝調整後NOPAT÷期中平均発行済株式数(自己株式控除後)

■ では、次のスライドをご覧ください。

修正売上高・営業利益（年間）

19

売上高					
単位：億円	2016年度			2015年度	2016年度
	修正計画	前期比	期初計画比	(前期実績)	(期初計画)
日清食品	2,283	+2.1%	—	2,236	2,283
日清食品以外の国内	1,555	+8.3%	—	1,435	1,555
国内 計	3,838	+4.5%	—	3,671	3,838
海外 計	1,162	+15.1%	—	1,009	1,162
連結売上高	5,000	+6.8%	—	4,681	5,000

営業利益					
単位：億円	2016年度			2015年度	2016年度
	修正計画	前期比	期初計画比	(前期実績)	(期初計画)
日清食品	277	+15.5%	+3.7%	240	267
日清食品以外の国内	73	+127.4%	▲2.7%	32	75
国内 計	349	+28.6%	+2.3%	272	341
海外 計	43	+50.4%	—	28	43
調整額 計	△114	—	—	△36	△114
連結営業利益	278	+5.3%	+3.0%	264	270
(参考)調整後営業利益	323	+31.1%	+2.5%	247	315

EARTH FOOD CREATOR * 調整後営業利益＝営業利益－退職給付会計の影響 NISSIN

- ・ では、今期修正に関する考え方について説明いたします。
- ・ 売上高につきまして、
- ・ 日清食品は、期初計画通りの2,283億円を目指します。
- ・ 海外事業は為替変動の影響による減収リスクもありますが、そのリスクは好調な国内事業を中心にグループ全体でカバーしていきます。
- ・ 営業利益は、
- ・ 日清食品で、期初計画比10億円増益の277億円を目指します。
- ・ 日清食品以外の国内事業に関しては、現時点で利益水準の凸凹はありますが、期初計画から2億円マイナスの73億円を最低ラインとして、少しでも上を目指していきます。
- ・ 海外事業に関しては、現地通貨ベースではほぼ全地域で期初計画以上の達成を目指しておりますが、為替影響を無視することはできない状況です。
- ・ これについてはアジアの損益改善など海外事業全体でリスクをカバーしていきたいと考えております。

以上にて、2017年3月期上期決算の発表と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

