

2018年3月期
第1四半期決算(参考資料)
(2017年8月9日)

 **日清食品ホールディングス株式会社**
(2897)

EARTH FOOD CREATOR



- ただ今、ご紹介に預かりましたCF0の横山でございます。
- 本日15:00に東証適時開示情報および弊社HPにて発表いたしました、第1四半期決算について、ご報告申し上げます。
- お手元に「第1四半期決算短信（連結）」、「第1四半期決算 補足資料」、「第1四半期決算（参考資料）」をご用意ください。
- それでは、主に「第1四半期決算（参考資料）」を使いまして、当期の業績について、お話ししますので、よろしくお願いいたします。
- それでは、1ページ目をご覧ください。

2017年度
経営方針

4期連続の過去最高売上の更新を掲げ、さらに持続的成長への基盤を固める

国内：収益力のさらなる強化、将来の経営基盤強化のための投資の実施
海外：カップヌードル戦略を基軸として、各地域で大幅増収と増益を目指す

第1四半期
の
振り返り

連結：増収・増益（営業利益、経常利益、四半期純利益）

調整後営業利益 減益 … 昨年は第1四半期、第2四半期で費用の期ズレ発生のため

国内：

- 日清食品は、昨年の高い売上ハードル（主カブランド周年記念、カップヌードルリッチ発売）をクリアし増収、営業利益は前年を下回るが昨年の費用の期ズレを勘案すると実質増益
- 明星食品は、売上苦戦するも、生産部門損益の改善で増益
- 低温事業は、引き続き冷凍事業が売上・利益をけん引し増収・微増益
- 菓子・飲料事業は、日清シスコが売上・利益をけん引するも、ぼんちの減益、日清ヨークの償却費増などもあり減益

海外：

- 米州地域は、主に米国の好調により増収、営業利益は微減益
- 中国事業は、MCMS社の連結効果、大陸の販売増で増収、営業利益は償却費増等で減益
- アジア地域は、増収（インドネシアで大幅増収、インドは税制改革の影響で減収など）、赤字はわずかに拡大
- EMEA地域は欧州事業が堅調に推移

第1四半期
総括

各事業、多少の大小はあるものの、連結全体として安心感のあるスタートを切った
引き続き、期初計画を最低ラインとして利益の拡大を目指す

EARTH FOOD CREATOR



- エグゼクティブサマリーになります。
- 第1四半期の連結業績は、増収、増益で着地しましたが、「調整後営業利益」は第1四半期、第2四半期にまたがる費用の期ズレの影響で利益水準の高かった昨年第1四半期の「調整後営業利益」には及びませんでした。
- 国内・海外の詳しい業績コメントにつきましては、後程ご説明いたしますので割愛しますが、第1四半期を総括いたしますと、各事業、多少のばらつきはあるものの、連結全体ベースでは5月に発表した事業計画の達成に向けてほぼ計画通りの安心感のあるスタートを切ったと考えています。今後も更なる業績の拡大を目指して参ります。
- スライド2をご覧ください。

第1四半期 実績サマリー

2

単位:億円	2017年度			2016年度
	第1四半期実績	前期差異	前期比	第1四半期実績
売上高	1,190	+36	+3.1%	1,155
営業利益	71	+3	+4.3%	68
調整後営業利益*	70	▲10	▲12.0%	79
経常利益	85	+15	+20.9%	71
親会社株主に帰属する 四半期純利益	58	+28	+92.0%	30
営業利益率	6.0%	-	+0.1pt	5.9%
経常利益率	7.2%	-	+1.1pt	6.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	4.8%	-	+2.2pt	2.6%

* 調整後営業利益=営業利益 - 退職給付会計の影響

EARTH FOOD CREATOR 

- 第1四半期の実績サマリーになります。

売上高は、前期比プラス36億円、3.1%の増収の1,190億円となりました。

営業利益ですが、前期比プラス3億円、4.3%の増益の71億円で着地しました。

当社が重要なKPIとしている本業で稼ぐ力を示した「調整後営業利益」は70億円となり、前期比マイナス10億円、マイナス12.0%の減益となりました。

この減益の要因につきましては、この後の各事業の説明の中で明確にしていきます。

経常利益は、前期比プラス15億円、20.9%の増益の85億円、

親会社株主に帰属する四半期純利益は、前期比プラス28億円、92.0%の増益の58億円で着地しました。

- スライド3をご覧ください。

セグメント別 売上実績

3

単位: 億円	2017年度			2016年度
	第1四半期実績	前期差異	前期比	第1四半期実績
即席めん事業	618	+0	+0.0%	618
日清食品	520	+3	+0.5%	518
明星食品	97	▲2	▲2.5%	100
低温事業	158	+9	+5.8%	150
菓子・飲料事業	134	+2	+1.8%	131
国内その他	10	+0	+5.1%	9
国内 計	920	+12	+1.3%	908
米州地域	140	+11	+8.9%	128
中国地域	95	+11	+13.0%	84
アジア地域	23	+1	+2.2%	23
EMEA地域	13	+1	+8.2%	12
海外 計	271	+24	+9.7%	247
連結売上高	1,190	+36	+3.1%	1,155

- セグメント別売上実績の情報です。

国内売上は12億円増収の920億円、海外売上は24億円増収の271億円で着地しました。

国内は、日清食品、低温事業、菓子・飲料事業が増収となりました。

海外は、4地域とも増収となりました。為替のプラス影響が8億円でていますので、為替影響を除くと、実質的には16億円の増収です。

- 続いて、セグメント別の売上増減要因をご説明します。スライド4をご覧ください。

- まず即席麺事業です。

- 日清食品は売上が520億円と前期比3億円の増収となりました。

昨年は、45周年を迎えたカップヌードルブランドで「世界400億食達成記念カップヌードル」、「カップヌードルリッチ」などを発売し2桁近い増収でした。

また40周年のアニバーサリーイヤーだった「どん兵衛」ブランドは2桁以上の増収、同じく「日清焼そばU.F.O」ブランドも1桁中盤の伸びだったため、今期はハードルの非常に高い第1四半期でしたが、「カップヌードルナイス」の発売、ライスカテゴリーの強化などで、しっかりと前年をクリアすることができました。

- 明星食品は、97億円と2億円の減収となりました。昨年度以降、焼そば市場が縮小している影響を受け、「一平ちゃん 夜店の焼そば」が減収が響いています。「チャルメラ」の袋については昨年度50周年ということで売上が大きく伸ばしましたが、今期も引き続き好調を維持しています。



• 次に低温事業です。

チルド事業はチルドめん市場の縮小が継続していますが、高単価商品が堅調なことから、業務用の売上が堅調だったことを受けて増収となりました。冷凍事業は引き続き、パスタ、ラーメンがけん引し大きく増収しました。その結果、このセグメントの売上は158億円と9億の増収となりました。

• 菓子・飲料事業です

日清シスコでは、シリアル事業、菓子事業ともに好調で増収でした。

日清ヨークは2大ブランドであるピルクル、十勝のむヨーグルトは引き続き好調を維持していますが、一部CVSのチルド飲料棚の縮小の影響で微減収となりました。また、ぼんちは微増収で着地しています。ぼんちは今期から決算期を4月-3月に変更していますので、昨年は1-3月の実績に対し、今期は4-6月に実績になります。このセグメントの売上は134億円で2億の増収となりました。

• 海外事業です

• 米州地域は、為替のプラス影響8億円を差し引くと実質3億円増収の140億円でした。米国は昨年リニューアルしたカップヌードルが引き続き好調でカップヌードルブランドは2ヶケタ増となりました。

一方、ブラジルはGDP復調の兆しは見えているものの、消費経済は引き続き厳しい状況で、主力の袋麺が売上を落とし減収となりました。カップヌードルについては大都市の量販店を中心にインスタシアが徐々に高まっています。メキシコは価格改定効果により1桁中盤の増収で着地しました。

• 中国地域は、為替影響は軽微で、実質的にも11億増収の95億円で着地しました。香港ではMCMS社(卸売業)の連結が大きく約2割増、大陸はカップヌードルのエリア拡大効果により4%増収で着地しています。

• アジア地域は、為替影響は軽微で、実質的には微増収の23億円で着地しました。インドネシアでは袋麺「Gekikara」、「Mikuya」等が売上を伸ばし、大きく増収となりました。一方、インドでは7月1日施行の新税制改革の影響で小売り・卸での買い控えが発生し減収となりました。

• EMEA地域は為替影響がマイナス1億円発生しており、実質的には2億円増収の13億円で着地しました。欧州地域は、「Soba」ブランドが引き続き順調で、またプレミアムフーズ社の「Super Noodles Pot」のOEMを受託し増収。トルコでは、即席ラーメン市場が広がる中、ラーメンの新製品の導入もあり増収で着地しました。

セグメント別 営業利益実績

5

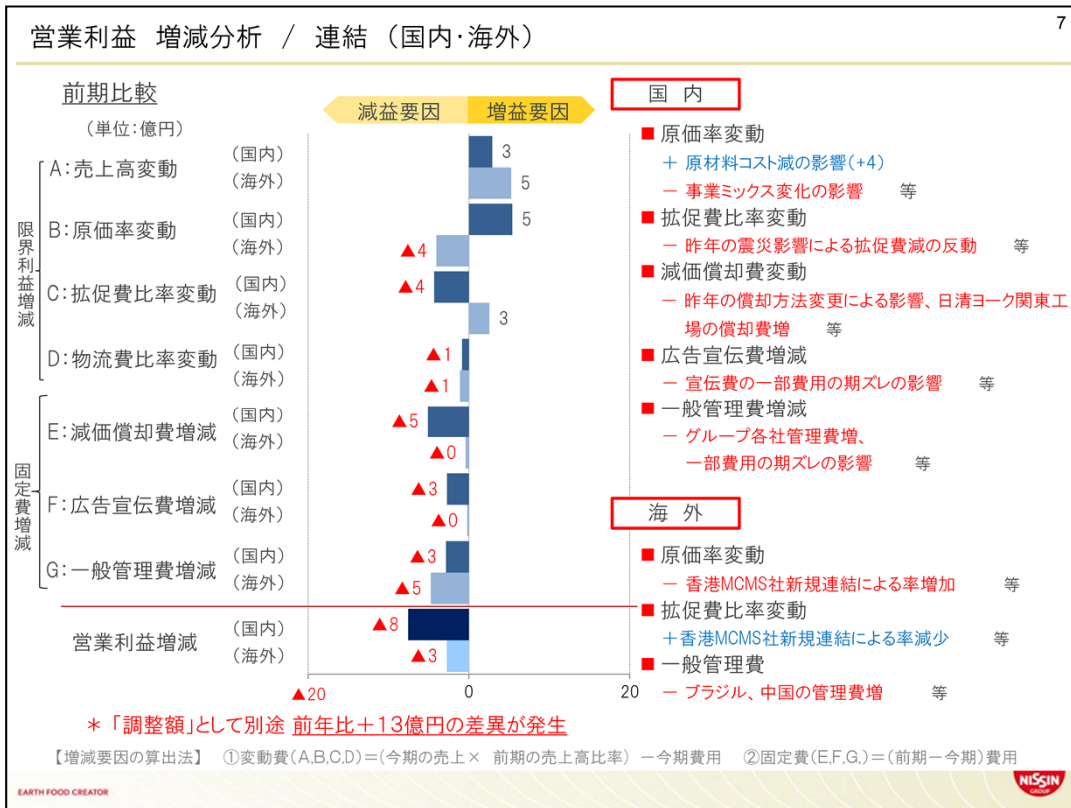
単位：億円	2017年度			2016年度
	第1四半期実績	前期差異	前期比	第1四半期実績
即席めん事業	62	▲3	▲5.2%	65
日清食品	56	▲6	▲9.2%	61
明星食品	6	+2	+55.6%	4
低温事業	6	+0	+4.2%	6
菓子・飲料事業	8	▲2	▲23.7%	10
国内その他	1	▲2	▲70.9%	3
国内計	77	▲8	▲9.0%	84
米州地域	6	▲0	▲2.4%	6
中国地域	6	▲1	▲19.1%	8
アジア地域	△3	▲1	-	△2
EMEA地域	0	▲0	▲70.9%	1
海外計	10	▲3	▲21.7%	13
調整額計	△15	+13	-	△29
連結営業利益	71	+3	+4.3%	68
(参考)調整後営業利益	70	▲10	▲12.0%	79

- 続きまして、セグメント別の営業利益情報です。スライド5をご覧ください。
- 国内は、8億円減益の77億円で着地しました。
- 海外は、3億円減益の10億円で着地しました。為替影響がプラス1億円弱ありましたので、実質的には3億円強の減益となりました。
- そこに、年金・のれん・グループ間調整費など、調整額のマイナス15億円を合計した71億円が、当第1四半期の営業利益となりました。
- 続いて、セグメント別の営業利益の増減要因をご説明します。スライド6をご覧ください。
- まずは国内から説明します。
- 日清食品は、増収効果と主に原材料安による原価率の減少がプラスに働きましたが、昨年の震災の影響の反動で拡販比率が増加した事、減価償却費の増加、宣伝費・一般管理費の期ズレの影響で、6億円減益の56億円で着地しました。期ズレの影響は次の第2四半期で調整されるので、第2四半期の費用は前年に比べると軽くなります。従いまして、第1四半期だけで評価することなく上半期全体で評価頂きたいと思えます。
- 明星食品は、減収ではありましたが、特に生産部門での効率化の効果で2億増益の6億円で着地しました。
- 低温事業は、チルドは増収となったものの、ERP導入によるコスト増で微減益、
- 冷凍は増収効果と原価率低減による増益効果が拡促費・一般管理費の増加を上回り微増益となりました。

- この結果、このセグメントの営業利益は前年を少し上回る6億円で着地しました。



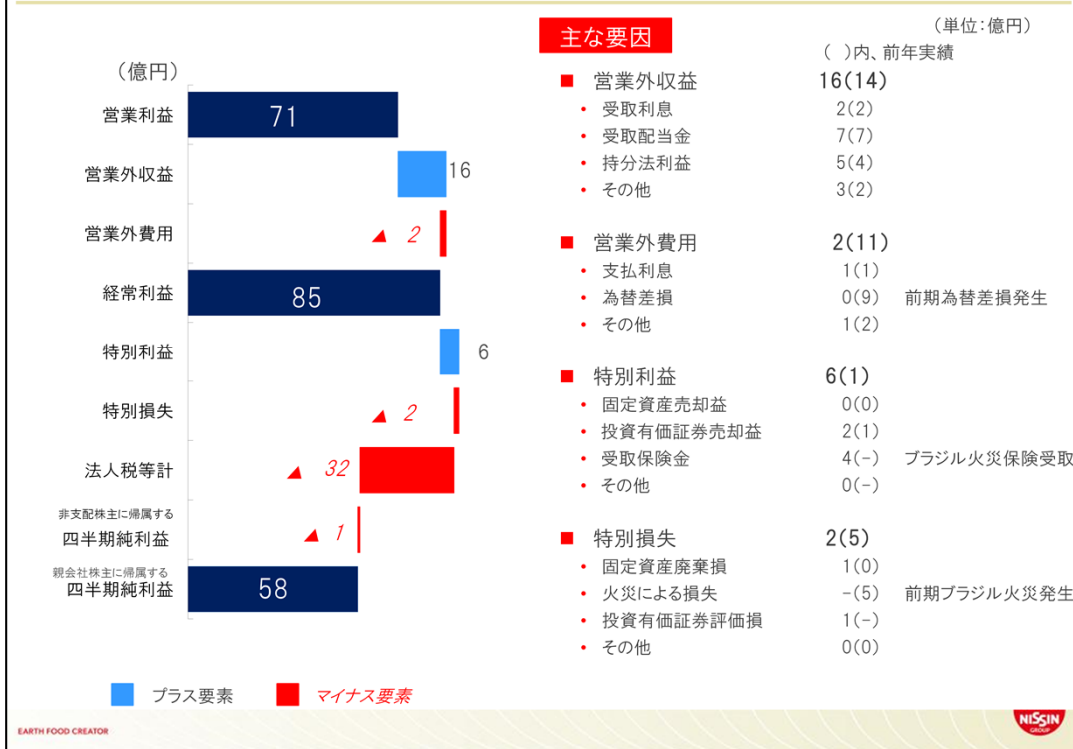
- 菓子・飲料事業は、日清シスコが増収効果により増益となりましたが、日清ヨークの関東新工場の償却費増で、ぼんちが前期の一時的要因による利益増の反動で減益となったことから、このセグメントの営業利益は2億減益の8億円で着地しました。なお、日清ヨークの関東工場は昨年7月から稼働を始めていますので、工場稼働による償却費増の影響はこの第1四半期までとなります。
- 国内その他については、ERP導入会社の拡大による費用増、一般管理費の費用増もあり、2億円減益の0億円で着地しております。
- 続いて海外です。
- 米州事業の営業利益は、為替影響により1億円弱の増収効果がありましたが、わずかに前年利益を下回り6億円の着地となりました。米国は新カップヌードルの売上拡大により増益、メキシコは新ブランドのテスト販売費用の計上で減益、ブラジルは昨年対比積極的な販促活動により費用が増加し減益となっていますが、全体的にはほぼ事業計画通りの結果となっています。
- 中国地域の営業利益は、1億円減益の6億円の着地となりました。為替の影響はほとんどありませんでした。大陸では増収効果もありましたが、浙江工場の稼働による償却費増と製販調整の関係で在庫処分を行った影響で減益となりました。香港は袋めんラインの稼働が始まり減価償却費が増えた為、減益となっておりますが、これらは全て事業計画に織り込み済みです。
- アジア地域の営業利益は、1億円の赤字拡大となりました。為替の影響はほとんどありません。インドネシアではまだまだ先行投資期間であり、まずは売上が優先するという戦略の下、積極的販促活動を実施している為、赤字が拡大しています。
インドは税制改革の影響で消費が低迷し売上が前年を下回った事、カップヌードルの定着のために積極的に広告宣伝を展開したことで赤字が拡大しましたが、一時的な要因と考えています。
- EMEA地域は、わずかな減益となりました。EMEA地域でも為替の影響は軽微でした。特に欧州地区は売上が好調でしたが、ハンガリー一新工場稼働に伴う初期費用増の影響により微減益となっています。



- 続いて、営業利益の増減分析ですが、ここでは国内と海外に分けて解説いたします。
- 初めに国内の分析から説明いたします。
- 売上高変動については、売上が12億円増えたことで3億円の増益効果となりました。
- 原価率変動の影響は5億円の増益効果となりました。そのうち原材料安の影響は約4億円です。
- 拡促費比率の変動による影響は4億円の費用増となっています。うち半分くらいが、熊本地震の影響で昨年拡販費を使わなくて済んだことの反動増です。他はほぼ製品ミックス、事業ミックスの影響です。
- 減価償却費は、定率法から定額法に変えたことにより、新規投資の償却費増がそのまま増加する為、設備投資の増加がより反映する形になっています。
- 広告宣伝費は、3億円の費用増となっていますが、ほぼ日清食品の期ズレによる影響です。従いまして第2四半期では、この分、負担が軽くなる予定です。
- 一般管理費は、3億円の費用増となっています。グループ各社一般管理費が若干ずつ上がっている影響に加え、一部、費用の期ズレが影響しています。
- 続いて、海外についてご説明いたします。
- 売上高変動については、5億円の増益効果になりました。海外売上が24億円増収になった影響です。
- 原価率変動で4億円の費用増になっていますが、原価率の高い事業構造である卸売業の香港MCMS社の新規連結の影響が大半を占めています。
- 拡促費比率の減少で3億円の費用減となっているのは、これも拡促費の発生しない事業構造である卸売業の香港MCMS社の新規連結の影響です。
- 一般管理費の5億円の費用増は、ブラジルと中国の費用増が多くを占めています。

営業外損益、特別損益

8



- それでは、スライド8をご覧ください。営業外損益、特別損益についてご説明いたします。
- 営業外収益は16億円で、昨年に比べ3億円弱増加しました。これは持分法利益が2億円弱増えている影響です。
- 営業外費用は2億円で、昨年に比べ9億円減っています。昨年は為替差損が発生していたものが今期はなくなったためです。
- 特別利益は、6億円の利益となり、昨年に比べ5億円増加しました。これは昨年発生したブラジル火災の保険を今期になり受け取った影響が多くを占めています。
- 特別損失は、2億円で、昨年に比べ3億円減少しています。昨年はブラジル火災の損失を5億円計上している影響が主なものとなります。
- したがって、経常利益は85億円、税引き前利益が90億円、税金等を差し引いた結果、親会社株主に帰属する四半期純利益は58億円で着地しております。

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、「市場における価格競争の激化」、「事業環境をとりまく経済動向の変動」、「為替の変動」、「資本市場における相場の大幅な変動」他、様々なリスク及び不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。



日清食品ホールディングス株式会社

EARTH FOOD CREATOR



- 最後に、冒頭にもお話した通り、第1四半期の調整後営業利益は一見減益にも見えますが、費用の期ズレの為で、上半期にそれらの要因は解消していきますので、ご安心ください。
- 5月に公表しました2017年度の事業計画達成に向けて、今後も着実に戦略を進めて参りますので、引き続きよろしくようお願い申し上げます。
- 以上で説明を終わります。

- 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、2017年4月1日～2018年3月31日を「2017年度」とします。
※ただし、ぼんちは今期から決算期が変更となっており、2016年1月1日～2016年12月31日が「2016年度」となります。
- 海外エリアは原則として、2017年4月1日～2018年3月31日を「2017年度」とします。
※ただし、タイ、インドネシア、トルコは、2017年1月1日～2017年12月31日を「2017年度」とします。
※また、コロンビア、シンガポール、ベトナム、ドイツ、ハンガリーは、今期から決算期が変更となっており、2016年1月1日～2016年12月31日が「2016年度」となります。
- 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。