

# 対処すべき課題

---

それでは、私から、  
当社グループが「対処すべき課題」について、ご説明いたします。

# IFRS導入について

## ■ グローバルスタンダードの会計基準であるIFRSを導入した狙い

- ①グローバルカンパニーとしての評価獲得につなげる
- ②資本市場における財務情報の国際的な比較可能性を向上させる
- ③グループ内での会計処理の統一によって、グループ全体のガバナンス強化につなげていく

**企業価値の向上(時価総額1兆円)、中計達成を目指します**

2

当社は、中期経営計画2020において、  
グローバルカンパニーの“評価獲得”を目指しております。  
その評価のひとつの指標として、時価総額1兆円達成を掲げております。

企業に対する評価は時価総額で見えていくべきと考えておりますが、  
その評価を得るためには国内のみならず海外の投資家にも  
当社事業および業績を理解してもらうことが重要です。

国際財務報告基準、通称IFRSというグローバルスタンダードの会計基準を  
適用することによって、次の3点が期待できると考えております。

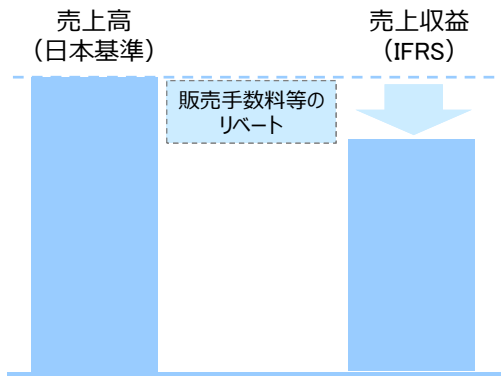
1つ目は、グローバルカンパニーとしての評価獲得につながることに  
次に、資本市場における財務情報の国際的な比較可能性を向上させられること  
そして3点目として、グループ内での会計処理の統一によって、  
グループ全体のガバナンス強化につながることで。

結果として、国内外の機関投資家や個人投資家の方々からの的確に評価いただくことで  
企業価値が向上し、時価総額1兆円の達成に寄与するものと考えております。

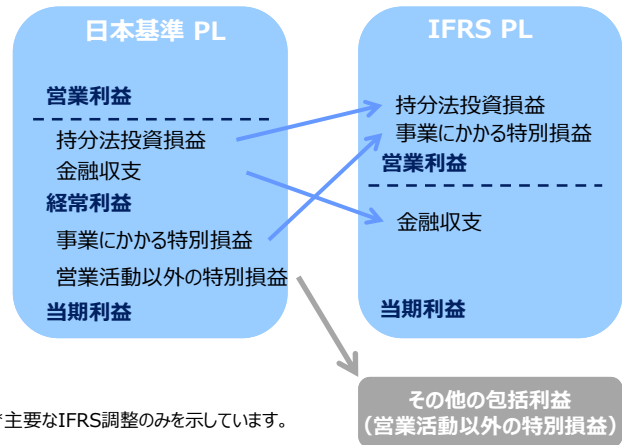
# IFRS導入について

## ■ IFRSを導入することによる連結損益計算書の主な変更点

### ① 売上の計上方法の変更



### ② その他の表示科目の変更



IFRSを導入することによる連結損益計算書の 主な変更点について説明させていただきます。

売上収益につきましては販売手数料等のリベートは実質的な値引きとみなし、売上控除され日本基準より少なく表示されます。

その他の表示科目の変更につきましては 持分法投資損益を含む営業外損益と事業にかかる特別損益は金融収支を除いて、営業利益内に表示されます。株式売却損益等の営業活動以外の特別損益につきましては、「その他の包括利益」に計上されます。

# 2018年度(計画)、2020年度(目標) 連結損益

(億円)	IFRS基準		
	2017年度	2018年度 (計画)	2020年度 (目標)
売上収益	4,410	4,550	5,500
営業利益	350	360	475
親会社の所有者に帰属する 当期利益	290	260	330
調整後EPS(円)	262.6	246.9	330
ROE(%)	9.3%	-	8%以上
配当額(円)	90	110	5年間平均: 40%以上

4

続きまして、2018年度、2020年度の連結損益についてご説明いたします。

比較のため2017年度の業績にIFRSを適用し、一番左に記載いたしました。

2018年度の売上収益は前期に比べて140億円プラスの4,550億円を目指します。  
また、営業利益は、10億円プラスの360億円を目指してまいります。

親会社の所有者に帰属する当期利益は30億円減益の260億円となります。  
これは前期には関係会社の持分変動による特別利益が44億円発生している影響で、  
この金額を差し引きますと増益の計画となります。

なお、2020年度の目標は変更なく、ご覧のとおり、一番右側の数値となっております。

# 株主還元施策

## ■ 中計が順調に進捗する中、株主還元として増配及び自己株消却を行う。

### 1. 増配の実施

2017年度の配当		2018年度の配当予想
<b>90円</b>	<b>+20円</b>	<b>110円</b>
(配当性向32.2%/日本基準)		(配当性向44.1%/IFRS)

### 2. 自己株消却の実施

発行済株式総数の10%相当の11,763,685株の消却を実施

消却実施前			消却実施後	
発行済株式総数	117,463,685		発行済株式総数	105,700,000
自己株式数	13,329,298	<b>10%消却</b>	自己株式数	1,565,613

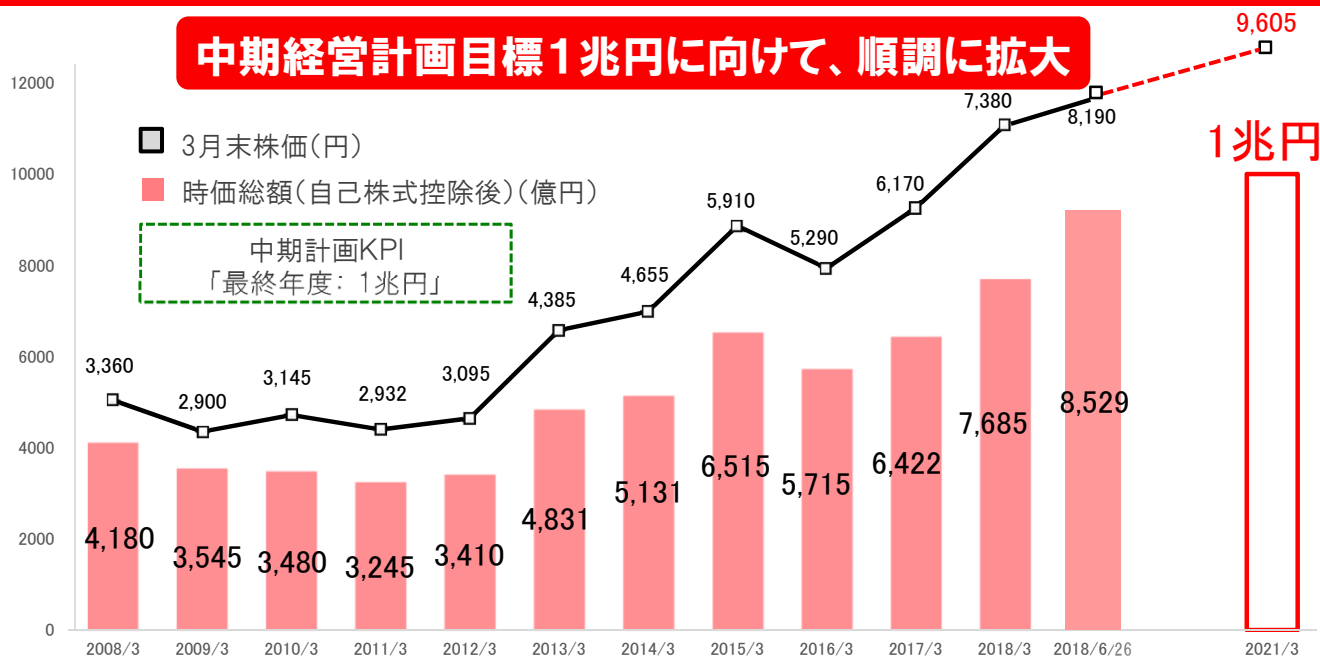
※2018年5月24日に消却

5

配当に関しましては、5月10日に発表しました通り、  
2018年度の配当を20円増配し、年間110円の配当を予定しております。  
また、5月24日に発行済株式数の約10%相当の自己株式を消却いたしました。  
これにより一株当たり当期利益の向上をはかることができます。  
当社といたしましては、引き続き、株主還元の充実に努めてまいります。

# 時価総額の進捗状況

中期経営計画目標1兆円に向けて、順調に拡大



6

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

中期経営計画では、「時価総額 1 兆円」を目指しておりますが、この 3 月末の時価総額は自己株式控除後で 7,685 億円、また昨日時点では 8,529 億円と中期経営計画発表以降、目標に向けて順調に増えております。

# 目標達成に向けた戦略テーマ

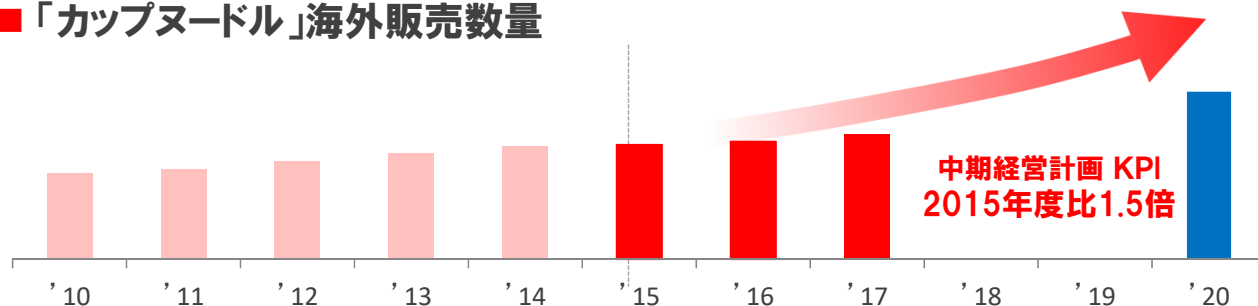


7

続きまして、その中期経営計画で掲げた5つのテーマに基づく、現在の状況と今後の戦略をお話しさせていただきます。

# ① Global Brandingの促進>アプローチ施策

## ■「カップヌードル」海外販売数量



### 2017年度のグローバル展開



欧州

7月 エコカップ化



米国

8月 'Very Veggie' 発売  
10月 グローバルフレーバー  
'SEAFOOD' と 'CURRY' 発売



インド

10月 グローバルフレーバー  
'SEAFOOD' 発売



UK

10月 テスト販売



ブラジル

11月新フレーバー発売  
3月 グローバルフレーバー 'SEAFOOD' 発売 8



EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

初めに、第1の柱である、「グローバル・ブランディングの促進」についてご説明いたします。

海外においてカップヌードルのブランド価値を高め、市場の開拓と売上成長をさらに加速し、中計期間目標の2015年度比1.5倍の販売数量を目指しております。

2017年度は、カップヌードルのグローバル化の指標としている海外販売数量成長率は、最低ラインの6%を超えることができました。

この1年間の世界各国での主なカップヌードル戦略の取り組みは、スライドに記載してある通りです。例えば、左下にございますが、米国では8月に発売開始した'Vegetable'という製品が売れてきています。また、10月にはカレーとシーフードの発売も開始しました。

右下にございますブラジルでは、'ガリーニャ カイピーラ ピカンテ'という辛味のあるチキンフレーバーを11月から発売しており、大変人気となっています。

その他、英国でカップヌードルのテスト販売を行ったところ、結果が良好であったことから、資本・業務提携しているプレミアフーズの販路を活用し、本格販売を行ってまいります。



# ① Global Brandingの促進>アプローチ施策

## ■ 世界統一/グローバルフレーバー ‘SEAFOOD’ の展開



9

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

こうした各国ごとの取り組みとともに、当社がグローバルフレーバーと位置付けておりますシーフードヌードルの展開状況についても説明させていただきます。

グローバルフレーバーである「シーフード」の展開状況は、ご覧のとおりとなっています。青色の四角で囲んだ各国は、2017年度に新たに発売を開始した国です。引き続きグローバルフレーバーとして「シーフード」を着実に育ててまいります。

このように、各国の食文化・嗜好に合わせて現地化したフレーバーと、世界統一のグローバルフレーバーである「シーフード」によって「カップヌードル」の消費を高め、これまで以上に海外展開を加速させてまいります。

## ② 重点地域への集中: BRICs

### ■ ブラジル

比較的高いGDP/人



経済復活の兆し

	16年	17年	18年(予)
GDP	-3.5%	+1.0%	+3.0%
インフレ率	+6.3%	+2.9%	+3.8%

2018年3月より  
「シーフードヌードル」発売



若者にあっただフレーバーの開発・販促強化



EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

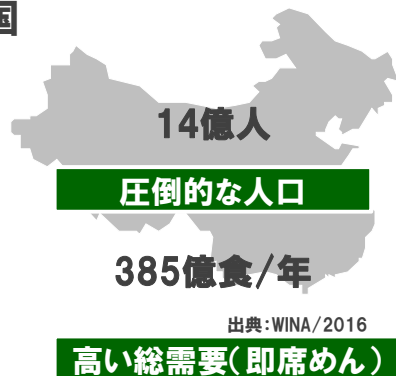
10

続いて、「重点地域への集中」についてお話いたします。まず、ブラジル事業です。長い経済不況も底打ちして、景気回復が顕著となっています。

2016年にリニューアル投入した「カップヌードル」が徐々に都市部を中心に浸透しており、先ほどご説明した新フレーバーの投入や、グローバルフレーバー「シーフード」の発売で、カップめん市場のさらなる拡大を図ります。

## ② 重点地域への集中:BRICs

### ■ 中国



#### 大陸

- 成長するプレミアム市場でのブランド展開

#### 香港

- 経営の多角化による事業基盤のさらなる強化

\*中国地域の経営方針はホールディングスが期待する中国事業の役割です。

2017年12月11日、香港日清が  
香港証券取引所メインボード市場に上場



日清食品グループのブランド力、  
経営ノウハウを活かし、  
中国・香港事業の成長を加速



即席めん

冷凍食品 ポテトチップス

11

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

次に、中国事業についてですが、昨年12月に香港市場での上場を果たしました。変化の激しい中国マーケットで上場した意味は大きく、これからは現地での意思決定のスピードを上げ、さらなる事業拡大が期待されます。

2017年の中国のマーケットは、需要が回復し、389億6千万食と一昨年より4億食以上増加し、拡大傾向にあります。価格の安いものよりも高価格帯のカップ麺のほうにシフトしていますので、当社グループの製品群が一層成長していくものと考えております。

### ③ 国内収益基盤の盤石化

#### ■ 国内即席めん市場の深耕

即席めん市場はまだまだ拡大可能



EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

12

続いて、第3の柱である「国内収益基盤の盤石化」についてお話いたします。

当社は「100年ブランドカンパニー」をスローガンとして掲げ、100年経ってもお客様から愛されるブランドとして価値を最大化していくこと、そして企業として成長し続けることを目指しています。そのためには2つの重要な項目があります。

一つ目は、国内即席めん市場の深耕で、二つ目は、工場高度化への投資です。

まずは、国内即席めん市場の深耕ですが、国内即席めんの市場規模は、約57億食と3年連続で総需要は拡大しています。このような中、当社は「若年層」、「女性」、「シニア」等に積極的にアプローチし、新たな需要を掘り起こしております。

例えば、左上にある小さめの3食パックの「お椀で食べるカップヌードル」や「お椀で食べるチキンラーメン」は、シニア層に好評をいただいております。

また、右下になりますが、健康志向の強い消費者の方には、カップヌードル1食分の約半分のカロリーで、脂質50%、糖質40%オフ、さらに食物繊維が練りこまれたノンフライめんの「カップヌードルナイス」シリーズを昨年4月より発売しており、売上げに貢献しています。

このように新たな価値提案を行うことで、国内市場の更なる拡大が可能と考えております。

### ③ 国内収益基盤の盤石化

#### ■ インスタントラーメン発売60周年

チキンラーメンブランド合計で  
過去最高売上げを目指します！

1958年(昭和33年)8月  
世界初の即席めん  
「チキンラーメン」発売から60年



13

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP

「100年ブランドカンパニー」を目指す中では、  
もちろん主力ロングセラーブランドにも引き続き力を入れております。

2018年はチキンラーメンの記念すべき60周年の年となります。  
チキンラーメンは発売60年経っても、なお、元気なブランドであり、  
消費者が長年支持して下っていることに大変感謝しております。  
今年、このチキンラーメンブランド合計で過去最高の売り上げを達成してまいります。

## ③ 国内収益基盤の盤石化

### ■ 工場高度化投資 - 日清食品 関西工場建設 -

#### 今後の世界の範となる工場を目指す

- 自動化・効率化(IoT技術とロボット技術の応用) 省人化による安全性とコスト競争力を向上
- 消費者・ステイクホルダーとの絆を醸成する オープンな工場に向けての取組み強化

償却額増加分を上回る  
コスト削減を目指す



- ・ 敷地面積 99,865㎡
- ・ 工場延床面積 118,928㎡
- ・ 第1期操業開始 2018年 8 月
- ・ 最終完成予定 2019年12月(第3期)

総投資額 655億円(予定)

14

「100年ブランドカンパニー」実現へ向けた2つ目の重要な項目として、製品をつくり出す工場の高度化があります。

今年8月に、日清食品の関西工場の第1期工事が完了し、いよいよ稼働開始となります。この工場は世界の範となる工場を目指しており、新しい取り組みとその成果を、今後のグローバル化に活かしてまいります。

特に、生産の効率化、IoTの導入は、工場の省人化につながり、今後、日本の抱える労働問題の解決につながるものと考えております。

「工場高度化投資」の実行により、食の安全の更なる強化と生産効率の向上も併せて推進しております。

以上の2つの重要項目を元に、国内収益基盤の盤石化を図っていきます。



# ESGの取組み

2017年7月、国連グローバルコンパクトに登録。  
国際共通行動計画・SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向け、  
ESGに配慮した事業活動を推進してまいります。

## **E** 環境 Environment

2017年10月、当社は「RSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)」に加盟し、今後、持続可能なパーム油の調達を目指します。

## **S** 社会 Social

自然災害による被災者の方々を救助するために、世界中で即席めんを通じた災害食糧支援を行っています。

## **G** 企業統治 Governance

2017年12月、当社の企業価値、株主共同の利益の確保・向上の観点から、買収防衛策を廃止いたしました。

15

次に ESG の取組みについてお話しいたします。

ESGとは 環境のE、社会のS、ガバナンスのG それぞれの頭文字を取ったもので、企業が持続的に成長できるかどうかを判断する指標として世界的に用いられるようになってきております。

当社は昨年度、国連グローバルコンパクトにも加盟し、SDGs への取組みも一層強化しているところです。

環境面では、「持続可能な調達方針」を策定し、環境に配慮した資材調達を推進しております。

社会に対する側面では、自然災害による被災者の方々を救助するために、世界中で即席めんを通じた災害食糧支援を行っています。

また、ガバナンス強化の側面では、12月に「買収防衛策」を廃止いたしました。

# 株主様とのコミュニケーション

コミュニケーション手段を変更、拡大・強化を図る

株主懇親会



オンライン会社説明会

当社ウェブサイトの充実なども併せて取り組んでまいります。  
オンライン会社説明会の具体的な概要につきましては、後日ご案内いたします。

i6

最後に、既に皆さまにご案内差し上げましたが、  
株主懇親会および、株主優待について説明させていただきます。

懇親会は2006年から通算22回にわたって大阪と東京で開催してきました。  
ご応募・ご参加くださいました多くの株主様に深くお礼申し上げます。

一方、ご出席いただけなかった株主様から、より多くの声を より公平に聴くべき  
とのご意見を多数いただきましたため、検討を重ねてまいりました。  
その結果、株主懇親会を終了させていただき、  
インターネットによるオンライン会社説明会を開催させていただくこととしました。

株主懇親会を楽しみにしていただいていた株主様には、心苦しい限りではございますが、  
何卒ご理解賜りますよう、お願い申し上げます。



# 株主優待制度変更について

変更理由: 全国的な物流状況の逼迫や宅配コスト上昇のため

変更内容①: 株主優待回数の変更(対象: 100株から300株未満保有株主様)



変更内容②: 夏の配送期間変更 (対象: 全株主様)

＜変更前＞7月上旬～中旬にかけてお届け→＜変更後＞7月中旬～8月中旬にかけてお届け

EARTH FOOD CREATOR ※宅配状況によっては、冬の優待品の配送期間も変更となる可能性がございます。



17

また、株主優待制度変更の主な理由は全国的な物流事情の逼迫、宅配コストの大幅な上昇によるものです。株主優待制度を維持するため、300株未満保有の株主様の株主優待については、夏冬 年2回1,500円相当の製品をお届けしていたものを、年1回、3,000円相当の製品を 夏にお届けすることとさせていただきました。

その他、配送期間についても 夏の優待については、例年より1週間から1か月程度遅れ、7月中旬から8月中旬にかけての発送となる予定です。

重ねてご理解いただければと思います。

以上が当社グループの、今後の「対処すべき課題」の概要でございます。

株主の皆様には、より一層のご支援を賜りますよう、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

なお、「連結計算書類」に係る「会計監査人」及び「監査役会」の監査報告は、先ほどの服部常勤監査役 及び私からの報告のとおりですので、その旨、あらためてご報告いたします。

以上をもちまして、「報告事項1及び2」についてのご説明を、終わらせていただきます。