

【日時】 2015年5月14日(木) 14:25~15:00

【登壇者】

代表取締役社長・CEO / 安藤宏基

代表取締役副社長・COO / 中川晋

代表取締役専務取締役・CMO 兼 日清食品代表取締役社長 / 安藤徳隆

取締役常務取締役・CSO / 木島綱雄

取締役・CFO / 横山之雄

Q : 2015年度の売上計画で、日清食品で前期比+3.2%、明星が前期比+6.1%となっていますが、販売数量の前提と価格の前提を詳しく教えて下さい。価格改定のリリースに基づいて計算すると、単価アップは平均で4%ぐらい上がると見込まれるのですが。

A : 日清食品の販売計画ケース数は、前年に対して、ほぼイーブンで考えています。単価アップの影響額は、「5%~8%の値上げ×全体の80%」で、計算していただければ、だいたい計画の数値になります。

※価格改定が1月実施だったため、単価アップの効果があるのは4月から12月までとなります。

Q : 2014年度の日清食品の営業利益は236億円でしたが、値上効果が60億円や70億円となっても、2015年度の営業利益計画は206億円にするつもりなのですか。

A : 日清食品が抱えている問題として、「カップヌードル」、「チキンラーメン」、「どん兵衛」などのロングセラーブランドの高齢化があります。

ミッションの一つとして、大きな収益ブランドを常にフレッシュに保って、100年ブランドを目指す体制を作らなくてはいけないということがあります。

今後、次世代のユーザー、若い顧客の獲得を進めるためのマーケティングを加速していきます。当然収益ブランドの売上は上がります。

拡販費をどの程度使うかによって値上効果は変わってきます。営業利益はもっと上を目指したいと考えています。

Q : ERPや人件費など、事業拡大に向けたコストが計画外に出てくる時期だと考えると、利益達成よりも、売上に意識を向けられるのではないのでしょうか。

売上の未達に対してどのような意識を向けられているのか、また国内外の売上についてどのように評価しているのか教えて下さい。

また、世界の総需要が落ちているようですが、グローバルの陰が少し大きくなっていると考えた方がいいのでしょうか。また日清食品グループの成長は、中期経営計画の「目指す姿」より少し遅れていると考えた方がいいのでしょうか。

A : 売上に関してはあまり心配していません。中期計画対比で、国内も海外も売上計画にビハインドしているわけではありません。

むしろ、新規に進出しているアジアやトルコで、収益面をバランスさせなければいけません。積極的に拡販費などを使って市場獲得を進めていますが、そこに思ったよりも時間を要しています。

海外比率については、中期計画に沿って進んでいるとご理解いただいで大丈夫です。

世界の総需要は、確かに下がっています。

特に中国の総需要が3%ほど下がっています。

中国では景品付き販売による競争が非常に激しく、1位2位メーカーが熾烈な戦いを繰り広げてきました。昨年度は両社ともに、販売状況の改善に取り組んだようで、景品付き販売を抑さえたことが要因となって袋麺の市場が減少しています。

もう一つは、中国政府の「奢侈なことをやめろという方針」です。贈答品やいろいろの摘発が非常に多く、このために市場経済全体が少し縮小しています。そのため、雇用環境が悪化し、都会に出ていた人たちは農村部に帰らないといけなくなる。その中で、需要が落ちたのだと思います。

Q：想定外の経費増に対して何とかそれを吸収して、目標に近いところまで達成しようとする、経営の姿勢を見たいと思っています。次の中期計画に対して、どのように考えているのかお聞きしたい。

A：消費税の増税、資材の高騰など経営環境は厳しい状況でした。この厳しい環境下でも、伸びているメーカーも幾つか出てきていますので、営業利益を落としては駄目だと思っています。厳しいのはここ1年でしょう。

新中期計画は、来年からスタートですから、今まさに考えているところです。

日清が抱えているのは、グローバルに対しての投資です。ここ1、2年大きく人材投資が拡大していますが、これに対しては吸収策もいろいろ考えないといけないと思います。

ROE8%は、目標として考えなくてはいけないと思いますが、決してエクイティを小さくして8%に合わせようとは思っていません。株価、時価総額、企業価値の問題を全て考えながら、新中期計画の策定を進めていきます。

海外を強烈に伸ばしていくことが成長のポイントだと思っていますが、国内においてもブランドをもっと磨くことができると思っています。

Q：中国地域の今期(2015年度)の予想について、売上が+35%、営業利益が+25%と書いてありますが、2015年度の決算事業報告は12月決算から3月決算に変更ということなので、これは15か月分(2015年1月~2016年3月)の数字が入っているということですか。

A：12か月分(2015年4月~2016年3月)です。

2015年1月~3月の実績に関しては、昨年の米州地域と同様にP/Lの対象から外れま

す。

以上