

2017 年 8 月 9 日 第 1 四半期決算説明 Q & A

【日時】 2017 年 8 月 9 日(水) 17:00~18:00

【説明者】 取締役・CFO / 横山之雄

Q：前期で費用の期ズレがあったとのことですが、その企業と金額を教えてください。

A：日清食品で昨年度、第 1 四半期に発生すべき広告宣伝費など約 8 億円が第 2 四半期に期ズレしており、結果として前期の第 1 四半期の費用が 8 億円軽かった。そのため、今期の第 1 四半期は減益となったが、上期中にその影響は相殺される。

Q：ブラジルの売上が 4%減とのことだが、事業環境とカップヌードルの進捗状況について教えてください。

A：ブラジルの消費経済はまだ芳しくない状況であり、その影響が即席麺市場にもあったと考えている。特に袋麺の販売数量が減少し、加えて、北東部は競合との関係で単価下落の影響もあった。また、卸売業者の一部では経営環境の悪化に伴い与信が厳しくなり、販売を前金制に変更したことで取引高が減少した。そのような状況下で我々のシェアは増加している。ブラジル経済は復調の兆しが見られ始めているので、第 2 四半期以降盛り返すと期待している。カップヌードルについては都市部では明らかに認知度が上がり、購買につながっている。新カップヌードルは旧カップヌードルより売価を上げていることもあり、金額ベースではプラス成長しているが、前年の同時期にはすでに旧品の処分販売を始めており、数量ベースでは前年割れとなっている。今後もカップヌードルの試食販売を中心に着実なプロモーションを行って、カップ麺の力強い伸びに結び付けていきたいと考えている。

Q：アジアセグメントにおいて、インド事業の状況と税制改正 (GST) の影響はいつ頃まで続くのでしょうか。また、インドネシアの現在の状況を教えてください。

A：インドは GST（物品・サービス税）が 17 年 7 月から導入されたが、市場では IT システムの未整備や納価の混乱などで、6 月に小売や卸において買い控えや在庫削減が発生した。インド即席麺市場は MSG や鉛の問題以降、順調に市場は回復してきたが、一旦ブレーキがかかった。但し、この影響は一時的なもので 8-9 月頃には回復すると想定している。

Q：インドネシアの現在の状況を教えてください。

A：インドネシアはラーメンブームが起きており、ラーメンを謳った製品の引き合いが増加している。また中間・富裕層が増加することで、高付加価値の即席麺の需要が増加傾向にある。その

ような中、当社は日本風の「Mikuya」や辛い味の「Gekikara」という高付加価値の袋麺で売上を伸ばしている。特に都市部では高付加価値品が売れているため、この勢いに乗れば、売上を伸ばしていけると考えている。

Q：今年の国内の即席麺市場の見通しを教えてください。

A：市場の動向を読むことは天候と一緒に難しい。当社としては、日清食品の昨年の第1四半期はカップ麺が非常に好調だったにも関わらず、今期も増収で着地し、カップ麺について自信を持っている。

袋麺については、秋に向けて色々商品を出していくので、袋麺市場も引っ張っていく。当社が市場を活性化しながら業界を引っ張っていきたい。

Q：第1四半期の減価償却費の増加額、投資効果が出てくるタイミング、新たに稼働した工場の稼働状況について教えてください。

A：まず第1四半期の減価償却費の増加額は約6億円。

次に各会社の新工場の稼働状況と投資効果が出るタイミングは、まず16年7月から稼働を始めた日清ヨークの関東工場は従来の工場と比べて省人化がかなり進んだ工場、効率性が改善されている。稼働が進めば進むほど、効率化の効果が出てくる。

海外においては17年5月に竣工した浙江工場は非常に順調に稼働している。福建工場から運んでいた時と比べ物流費のコストダウンも期待できると考えている。中国は華東・華中地区を含め、まだまだ成長が期待できるため順調に稼働は上がっていくと考えている。

17年7月稼働のハンガリー工場は需要が高くて困るくらいの状況で、「カップヌードル」と「Soba」が欧州内で好調。また、プレミアムフーズ社との提携効果で、「Soba」のイギリスでの販売が伸長している。さらに、プレミアムフーズ社の新商品で、当社が共同開発しOEM受注している「Super Noodles Pots」は生産が間に合わないほど良く売れている。欧州地域は収益性も高く、まだまだ成長が期待できるエリアのため、これからも十分に期待できると考えている。

Q：中国のエリア毎の売上状況について教えてください。

A：エリア毎の状況を申し上げますと、華南エリアは食数も大きく、市場がダウントレンドの中、ほぼ横ばいで推移している。そのため、当社主力製品の「合味道」だけでなく、ノンフライのラ王カップ麺を発売する等、新製品効果で上乘せを図っていく。華南を除く、上海などのエリアは全体としては売上が一桁後半くらいの伸びがあり、これからも成長が期待できると考えている。

以上