

2019 年 8 月

2020 年 3 月期第 1 四半期 電話会議 Q & A

【日時】 2019 年 8 月 7 日（水） 17:30～18:30

【登壇者】 取締役・CFO 兼 常務執行役員 / 横山之雄

Q: 業績全体は想定内というコメントでしたが、海外は上振れ、国内は少しビハインドと受け取ったが、その見方でよいか教えてください。

A: 海外は若干上振れ気味とは思っている。国内事業では、即席めん事業については、ほぼ計画どおりだが、その他の事業が少し弱かった。

Q: 国内の即席めん事業における値上げは順調に浸透しているとのことで、日清食品、明星食品ともに Q2 から増益すると認識しているが、貴社の手応えを教えてください。

A: 値上げは 6 月からきちんとできている。7 月の売上はかなり良かったと思うが、先のごとは、季節要因などいろいろな要素が関わってくるので、まだなんとも言えない。

Q: 日清食品の減益が少し多く見えるが、関西工場の減価償却費の増加が要因なのか。

A: ご指摘の通り、工場の立ち上がりはどうしても償却費負担が大きくなる。ただし、これについては計画どおりと考えていただければと思う。

Q: 国内の即席めん事業において、価格改定後のボリュームはほぼ横ばいの計画とのことでしたが、現時点の感触はいかがでしょう。数量影響がマイナスには出ていないという理解でよいか教えてください。また、5 月の仮需はあったのか、価格改定の浸透にはどれくらい時間がかかると見ているかも教えてください。

A: 年間では横ばいの計画。6 月単月で見ると価格をしっかりと定着させるべく安売りをしなかったのが数量は 20% ぐらい下がっているが、これは当初の計画どおり。ある程度、価格が定着すれば、新特売価格での販促等もしっかりやっていくことになるので、数量もカバーできると考えている。

仮需については 5 月はあまりなかった。また、価格改定の浸透には、3 カ月ぐらいは見たほうが良いと思っている。

Q: 去年 8 月の豪雨、9 月の北海道での震災などで、前年比で 8 月、9 月のハードルが低いという認識をしているが、その点について教えてください。

A: 昨年はチキンラーメン発売 60 周年記念であったため、前年比でハードルが低いとは考えていない。

Q: Q1の海外事業の特徴を見ると、売上の増加分のかなりの部分が利益に貢献しているように見える。会社として、全社を挙げ利益をコントロールする意思が働いていたのか、それとも米州、中国、アジアについて、偶然、売上の増分の利益が出たのか、その考え方を教えてください。

A: 基本的に利益をいかに上げていくかということが重要だと考えている。例えば、「カップヌードル」では、付加価値の高い商品をどう売っていくかが重要だと思っている。タイでは10パーツ商品がしっかりと売れてきていて、利益が出るようになってきた。

Q: 米州地域は損益が大きく改善して利益が出ている。17億円の改善の内、国別でどのような構成比になるのか教えてください。米国だと思うが、物流費の抑制が効いたようだが、その点について教えてください。また、通期の計画に対して、米州地域に対するQ1の評価を教えてください。

A: 17億円の増益の3分の2が米国で、残りがほぼブラジル。メキシコはボリューム的に小さく、減益といっても金額的には小さい。

米国は、計画に対して良かったと思っている。米国は、通常Q1はそれほど利益水準が良くないことを考えると、値上げ効果とプレミアム商品の売上増が良く出たと思っている。

米国の物流費は改善していると考えている。

Q: 米国に関しては業績回復が進んできたということですが、実利益ベースでは概ねゼロというイメージでいいか。また、今年度中に、もう一段プラスになるというのは難しいでしょうか。

A: 営業利益は現状若干プラスになった段階。今年度の計画では年間でプラスにする見込み。本来であればQ1、Q2は利益水準が割と弱く、Q3、Q4で良くなっていくが、手放しで安心はできない。また、今後もう一段プラスの利益構造になるかどうかは、プレミアム商品がどのくらい伸びるかが大きいと思っている。

Q: 米国の値上げについて、2018年度Q4ぐらいから利益が改善されてきている中で、値上げがどのように浸透してきているのかについて教えてください。また、今後もこの好調が継続していくと考えていいのか教えてください。

A: 値上げの実施に関しては、Dollar及びClub系で時間がかかったが、今年1月から4月にかけて値上げができ、効果が出てきた。2018年7月に値上げを実施出来たグロサリー系の一部では、2019年4月から2度目の値上げができているところもある。実際にアメリカの店頭を見てきたが、価格がしっかりと上がっていた。

Q: 米国事業において、1ドル商品の伸びがどうだったのか教えてください。また、競合他社も新たな取引先を獲得したという話があるが、売上が、Q2以降にぐんと落ちるリスクはないのか教えてください。

A: プレミアム商品の全体に占める割合は、着実に伸びている。逆に、いわゆるベースとなる商品（「TOP RAMEN」と「CUP NOODLES」）は若干構成比が落ちている。金額ベースで、前年は3割に満たなかったプレミアム商品群が3割を超えて、既存の「CUP NOODLES」の売上構成比を逆転してきた。Q2以降に関してはこの調子でいくと見ている。プレミアム商品をいかに伸ばしていくかに注力しているので、競合が入ってくるかどうかについてはあまり意識していないし、それによる利益への悪影響も意識していない。

Q: 米国の今期事業計画で、原材料の前提は前年比でマイナスに動く想定していたか確認させてください。またブラジルのQ1の利益は、税の還付を除いても増益ということですが、それがどのぐらいの影響だったのか教えてください。

A: 米国のコストは年間でほぼ横ばいで見ている。ブラジルは税金の戻りが2億円くらいで、税を除いてもプラスになった。

Q: ブラジルで単価がかなり上がっているように見えるのは、去年実施した価格改定の影響だけなのか教えてください。また、「CUP NOODLES」の比率が上がってきているのか教えてください。

A: 全体とすれば価格改定の影響が一番大きい。「CUP NOODLES」の数量も随分伸びている。売上の構成比で4%、前年比では40%伸びている。

Q: 日清食品、アメリカ、メキシコ、ブラジル、香港、大陸の販売数量の伸びを教えてください。また、今後の傾向もそれぞれ教えてください。

A: 米国は微減。メキシコとブラジルは、10%台の真ん中より少し後半の伸び率です。香港は微減で、大陸は先ほどのブラジルやメキシコと同様レベルです。今後のトレンドについては、米国は基本的には継続していく流れですが、量よりも質を追っているため、数量は前年を割ることを前提にしている。メキシコは、このトレンドでいくと思うが、ブラジルは少し落ちるかもしれません。中国は今の段階では何とも言えないが、香港はほぼ横ばいで見ている。

Q: 中国地域で、大陸の売上が結構伸びていると思うが、その背景を教えてください。

A: 全体とすると、2つあると思っている。大陸では、若干停滞気味だった華南エリアが少し回復傾向にあるということと、エリア拡大が着実に進んでいるので、それに伴って売上が伸びている。

Q: 香港の値上げを発表されていますが、7月からでしたのでこのQ1には入っていないと思うが、何か現地からのアップデートがありましたら、教えてください。

A: 香港自体は、10年ぶりぐらいの値上げで、特に小売りからの抵抗はなく、すんなりと値上げが受け入れられたと聞いている。

Q: アジア地域でベトナムが減収で赤字になっているが、苦戦している背景のご解説をお願いしたい。また、アジア地域全体ではQ1で4億円の増益になっているので、ベトナムでどのぐらい足を引っ張っているのかについても分かれば教えてください。

A: ベトナムは、全体に対する影響度も非常に小さいので、あまり気にするものではない。

以上