

2020年2月

2020年3月期第3四半期 電話会議 Q&A

【日時】 2020年2月5日（水） 16:00～17:00

【登壇者】 取締役・CFO 兼 常務執行役員 / 横山之雄

1. 国内事業

- Q. 国内消費財市場のダウントレンドが続く中、貴社は10月以降、即席めんの売上が堅調であったが、その背景について教えてください。
- A. 即席めんは軽減税率対象ため増税の影響はなかった。強固なブランド力があるナショナルブランド（以下、NB）商品の訴求ができた一方、「あっさりおいしいカップヌードル」や「明星 評判屋」などの廉価版商品も好調に推移した。消費増税など景気動向に左右される市場環境の中、値上げ後も数量を維持し、NB商品と廉価版商品の両面を堅調に伸ばし収益に繋げることができた。
- Q. 値上げを実施したにも関わらず、堅調に数量を伸ばされている一方で、オペレーションや、原材料などコストが徐々に増加している環境だと思う。再度値上げを実施する可能性はありますか。
- A. 現時点で値上げは考えていない。今後大きく環境が変化すると、値上げ実施を検討する可能性があるが、特に予定していない。

2. 海外事業

- Q. 米国、メキシコ、ブラジル、香港、中国の10月-12月の売上及び販売食数の伸びに関して教えてください。
- A. 米国は、売上が1桁半ば%の伸びになり、販売食数は1桁前半%減となった。メキシコは、売上が2桁%増で、販売食数が1桁前半%増となった。ブラジルは、売上の伸びが1桁後半%増となり、販売食数が1桁前半%増となった。中国地域については、大陸での売上の伸びが2桁%増となり、販売食数は1桁前半%増となった。香港は、売上が前年並みとなり、販売食数は1桁半ば%の伸びとなった。

- Q. 2020年1-3月の主要国で値上げを実施したのであれば、教えてください。また、値上げを実施する可能性のある国はどこでしょうか。
- A. 現時点では、値上げを実施した国がなく、予定もない。今後各国のインフレや資材の状況を見て値上げを実施するか判断をしたい。タイミングや市況を鑑みながら環境の変化に応じて値上げを判断する。
- Q. 米州地域の3Q累計の営業利益について、前期比+37億円の内、米国とブラジルを分けた数値をざっくりで構わないので教えてください。また、ブラジルの売上に関する評価を教えてください。具体的には、値上げの効果や、昨年度1Qに発生したトラックストの反動増が出ているのかどうかについて、また、ブラジルの税還付は3Qにも影響があったのかどうか教えてください。
- A. 米国とブラジルの営業利益増益額の比率は6:4。
ブラジルは好調に推移している。しかし、税還付が3Qにも含まれているため、増益幅が大きく見えている。売上も好調であり、「CUP NOODLES」が前年比で3割近く伸長している。袋めんとカップめんがカニバリゼーションを起こさずに、総じて好調だった。ブラジル経済が急激に伸びていないにも関わらず、当社は堅調に伸びているのではないかと考えている。
- Q. 米州地域は10-12月では対前期比11億円の増益だが、米国とブラジルに分けた場合、増益額の比率に関して教えてください。
- A. 利益の絶対額は、ほぼブラジルが占めている。増益額の比率は米国6割、ブラジル4割。
- Q. 米国で販売している「CUP NOODLES STIR FRY」の状況及びプレミアム商品の構成比に関して教えてください。
- A. 米国でのプレミアム商品比率は着実に上がっており売上金額の3割程度。過去3割弱だったのが3割超に伸び、堅調に推移している。「CUP NOODLES STIR FRY」についても、現在棚に置いていただいている小売りだけでなく徐々にチャンネルを広げており順調だとみている。
- Q. ブラジルの10-12月での増益幅がどうだったのか教えてください。上期の営業利益率10数%の推移が下期も続いている状況なのか確認したい。また、「CUP NOODLES」の構成比に関して教えてください。全体（カップめん、袋めん両方）の数量増が3%にも関わらず、業績への影響が少し弱い印象がある。
- A. ブラジルの利益率は下期も上期の状況が継続している。「CUP NOODLES」の構成比は7%ほどとなっている。全体の数量としては3%増ではあるが、当社計画よりも順調に推移

している。ブラジルは、カップめんのボリュームが小さいため、全体としては大きなインパクトを与えるレベルには至っていない。

Q. 中国地域の営業利益に関して、香港と中国を分けた業績を定量的に教えてください。また、香港の減益に関しては、来期は改善するのでしょうか。

A. 中国地域における 3Q 累計の営業利益 30 億円のうち、3 分の 2 が大陸となる。香港の減益については、大陸で発生している M&A に関する付随費用が中国事業の本社機能を有する香港側で負担しているため、香港がコスト高に見えてしまう。

Q. インドネシアは好調だと思っていたが、3Q 累計で減収となっているが、何が原因でしょうか。

A. 当初の想定をやや下回っている。主力商品の「激辛」が、競合商品の参入でやや苦戦している。今後フレーバーを展開していくなどして対策を考えている。

Q. EMEA 地域において、3Q で営業利益の回復が見られたが、何が要因でしょうか。また、3Q 累計で既に通期の計画を達成しているが、4Q で何か減益要因があるのでしょうか。それとも、4Q も引き続き好調で、上振れで着地するのですか。

A. 好調な要因は、過去、上手くオペレーションできていなかったハンガリー工場が徐々に軌道に乗ってきたことが大きく、加えて、「Soba」や「CUP NOODLES」が順調に伸びており、従来ドイツが中心であった販売エリアをフランスやイギリスへ拡大できたのも好調の要因となっている。

3. 2020 年 3 月期の着地見込み

Q. 2020 年 3 月期の着地見込みに関して教えてください。過去、2017 年度、2018 年度実績では、特殊要因の発生により、オーガニックでの比較が難しいのですが、CFO として、通常の利益水準はどの程度だと考えられていますか。

また、4Q の連結営業利益は、特殊要因を除くと 20-30 億円の水準だとみている。減損などが出ない限り、通期計画の営業利益 370 億円という数字は達成が容易だと思いますが、どのようにお考えですか。

A. 様々な非経常損益などが発生したりするが、都度、市場環境にも左右されるため、一概には言い難い。国内もばらつきが多いが、現時点で申し上げられることは、非経常損益を省いた数字が現在の実力値なのではないかと思う。

2020 年 3 月期の着地見込みに関しては、国内事業の低温事業や菓子・飲料事業が少し弱いですが、総じてやや上振れ傾向ではないかと考えている。ただし、国内事業における費用の期ずれや、原材料や物流費などのコストが上昇傾向であるため、現時点では不明。

また、新型コロナウイルスの蔓延が資材調達に与える影響もあるため、慎重に見ている。目標は達成するかもしれないが、決して楽観視はしていない。

4. 新型コロナウイルスが当社に与える影響

Q. 新型コロナウイルス（以下、コロナウイルス）の流行は業績にどのような影響を与えるのでしょうか。貴社は中国国内にも工場が複数あるため需要・供給両面で影響があると考えていますが、現在の中国の状況、今後の見通しについて教えてください。また、中国産の原材料についてはどのような対応を進めていくのでしょうか。

A. 春節明けより工場の稼働認可が下りており、エリアにより稼働時期のずれがあれども、徐々に動き出している。中国地域では、コロナウイルスの影響により外出を控える傾向があるため、即席めん需要は相当強いようだ。現時点では、春節前の在庫で供給ができていますが、今後の工場の稼働については注視したい。また、物流も混乱が続くと予想されるため、様子を見ながら対応を進めたい。

国内の資材調達に関しては在庫が確保出来ているので、主力商品は問題ない。しかし、中国産の資材については他国への産地変更などの対応を検討中だ。その結果として、資材コストが若干上昇する可能性もある。

5. 経営戦略・営業戦略

Q. 2020年度における国内事業の営業戦略に関して教えてください。例えばSKUの削減や、新商品の戦略に関して、具体的にどのような施策を打ち出す予定でしょうか。また、戦略について今年ならではの変化や特徴はありますか。

A. SKU削減については、現時点では具体的なお話しはできませんが、2020年3月期の本決算には明確に計画を打ち出していけるのではないかと考えている。「カップヌードル」、「日清のどん兵衛」、「U.F.O.」など中核ブランドを強化し、3つの戦略ターゲットである若年層、シニア層、女性層に対するブランド戦略で売上成長を目指していくという基本的なスタンスは変わらない。2020年度は、SKUの削減、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会関連の商品が出てくるのではないかと考えている。

以上