

2017年2月7日 第3四半期決算説明 Q & A

【日時】 2017年2月7日(水) 17:30~18:30

【説明者】 取締役・CFO / 横山之雄

**Q: アメリカとブラジルの新「カップヌードル」の展開と足元の状況について教えてください。**

A: アメリカ国内で自然食品とか健康志向と言われている中、消費者動向を調査した結果に基づき、「減塩」、「MSG 無添加\*」、「人口香味料不使用」を訴求した新「カップヌードル」を発売した。結果として会員制スーパーの Sam's Club などの採用が決まり、今後売上が伸びていくと考えている。(※一部の原材料には天然由来の MSG が含まれます。)  
ブラジルの新「カップヌードル」の販売状況については、10-12月期の累計出荷数で、前年比 30%を超え順調な立ち上がり。現地では、試食プロモーションを大々的に行っていて手ごたえを感じている。

**Q: 中国の第3四半期(10-12月期)において、4億円減益の理由を教えてください。**

A: 大陸は順調。香港は減益。

香港の減益要因は「出前一丁」や「カップヌードル」のブランド強化を目的として LCC が多い空港第2ターミナルに「出前一丁ファクトリー」、「マイカップヌードルファクトリー」を建設したこと。香港人を中心に多くのアジア人が往来するのでブランドを訴求するには効果的な場所だと考えている。

また、香港の卸問屋をこの春に変更しようとしており、2016年末から徐々にその対応をしている。それにかかる費用が数億円発生したために大きな減益となった。

**Q: 米州セグメントにおいて、ブラジルの売上と営業利益を教えてください。**

A: 日本円ベースにおいて、ブラジルの売上は第3四半期累計(4-12月期)で180億円強。営業利益は8億円弱。4月の工場火災の影響もあり数量は落ちているが、新「カップヌードル」が売れ始めたことと、値上げ効果があって、全体として金額はプラスになった。

**Q: ブラジルと米国の現地通貨ベースの伸び率を教えてください。**

A: ブラジルの売上は、第3四半期累計(4-12月)でだいたい5.7億レアル。前年比10%くらいの増収。営業利益は24-25百万レアル。これは、工場の火災の影響があったので前年比横ばいくらい。

米国の売上は一桁前半の伸び。

**Q：国内の市場トレンドについて、袋麺の下落はどこまで続くのか。**

A：袋麺の下落幅は、縮小傾向。当社はここ数年「カップヌードル」、「どん兵衛」などのカップ麺に注力してきた。逆に言うと袋麺は手を入れてこなかった。2018年は「チキンラーメン」60周年のアニバーサリーであり、それに向けて袋麺にも力を入れてく。トップメーカーが力を入れれば、ある程度市場は伸ばせる。

**Q：ブラジルの営業利益が8億円ということですが、のれん償却後ですか。またのれん償却後はマイナスになるのか。**

A：のれん償却前の数字です。また、のれん償却後はマイナスです。

**Q：アジアについて、各国の売上・利益の状況を解説して下さい。**

A：インドは、販売再開以降、順調に回復・成長している。「トップレーメン」や「カップヌードル」は、競合不在の中で起きた、弊社製品のトライアルが、その後リピートを生んでいる。回収問題発生前の2014年度年対比でも伸びている。インドは今後大きく期待できる。

シンガポールは堅調。トップシェアのメーカーとして高価格帯を中心に市場開拓が出来ている。「カップヌードル」が好調。袋からカップへ移行する市場でしっかり稼いでいる。タイは、通期では赤字見込。袋麺が若干計画を下回ったが、15年11月に具材強化をして値上げし、また去年は紙カップにリニューアルした「カップヌードル」が堅調。営業所も増やして新規開拓でも伸ばしている。

インドネシアは、袋麺もカップ麺も順調に立ち上がっている。ただし、立ち上がり時期でコストかかっているため赤字。

ベトナムは、袋麺中心の市場だったが、カップ麺がボリュームは小さいながら順調に伸びている。差別化された商品を地道に売っていく。経済が成長する中でカップ麺が売れることを期待。また、営業体制をスリム化し固定費を削減したため赤字が圧縮出来た。アジアの各国で、カップ麺中心の施策が進んでいる。売上が伸びて赤字縮小傾向にある。

**Q：アジアは、中期計画で200億円以上の売上で少し黒字ということだが、これだけ「カップヌードル」が順調だと、そこまでの売上がいらずに黒字化達成できるのではないか。**

A：計画ベースで、インド、タイは、19年度の黒字化を想定。インドネシア次第でアジア全体の絵柄が変わってくるだろう。

**Q：日清シスコの3Q(10-12月期)の売上トレンドどうでしたか。**

A：10-12月の売上は1割ほど伸び、営業利益は大きく増加した。競合のグラノーラの価格戦に巻き込まれないようにしているため、売上はそれほど伸びていないが、収益性は大きく向上。「ココナッツサブレ」は小分化のリニューアルが大成功して、大幅増収。

**Q：営業利益計画278億以上を目指すとのことだが、4Qは相当経費を絞らないといけないように見える。年間計画以上をどのようにして目指すのか。**

A：主力は日清食品。日清食品は修正営業利益計画277億円に対して、3Q時点で212億円。残数が65億円なので4Qでかなりの利益の積み上げが必要に見えるだろう。

「CEOの覚悟（著者：安藤宏基、16年11月発刊）」にも書いてあるが、前期は「カップヌードル45周年」を記念して、従業員へ自己株式を45株支給した費用が約5億円発生。16年度のスタートダッシュのために、前期4Qはプロモーション強化を図ったため例年より約5億円費用が多い。前期末は修繕費が多く、それが約5億円。原材料コスト・燃料費が前期に比べて約5億円安くなると想定。減価償却費の計算方法変更の影響額が約5億円。前期に比べて合計で25億円ほど負担が軽くなる。前期4Qの利益40億円に25億円を足すと65億円になる。これで日清食品の年間計画は達成出来ると考える。

日清食品が達成できれば、連結での修正利益目標も達成出来るとみている。

**Q：事業的に国内は、全て想定よりもいい状況できているということですか。**

A：明星食品が厳しいですが、それ以外は順調です。

**Q：海外について、アジアは事業計画の16億円の赤字にはならなさそうか。また中国と米州の利益はブレないという感じでしょうか。**

A：アジアの赤字縮小が大きい。中国と米州は、為替が影響してくると考える。

**Q：日清シスコはトップライン効果と経費管理も出来ている。低温も増収、経費管理が出来ていると、両面でいい傾向ですか。**

A：低温もシスコも生産効率がよくなり、コスト削減効果が効いて収益貢献できている。

**Q：日清食品の増益はトップライン効果ですか。**

A：トップライン効果や、償却費計算方法の変更、原材料コストなど複合的なものです。

以上