

2021年3月期第3四半期 決算説明会 Q&A

【日時】2021年2月4日（木）15：00～16：00

【登壇者】取締役・CFO 兼 常務執行役員 / 横山之雄

1. 2021年3月期 第3四半期業績

Q. 新型コロナウイルスによる営業利益のインパクトを定量的に教えて下さい。新型コロナウイルスの売上収益の影響額が、3Q累計で122億円ですので、限界利益率が3割と仮定すると営業利益では36億円、使い切れなかった払販費と合わせて約50億円前後が営業利益へのインパクトだと試算していますが、いかがでしょうか。

A. 新型コロナウイルスによる営業利益の影響については現在検証していますので、しっかりと精査した上で算出していきたいと思います。ただし、新型コロナウイルス感染症によるベース需要が伸びているとみており、来期はこれらの需要をしっかりと取り込んでいきたいと考えています。例えば、来期、日清食品では「カップヌードル」の50周年や、「日清のどん兵衛」、「U.F.O.」の45周年ですので、確実に売上を伸ばし、利益に結び付けたいと考えています。今期は、需要の増加によりトップラインが伸びた一方で、払販費等の未使用に伴うコスト減等、新型コロナウイルスの影響は多岐にわたります。このような新型コロナウイルスの影響を差し引いた上で着実に利益を伸ばしていきたいと考えています。

2. 国内事業

Q. 国内事業において10-12月期の「国内その他」セグメントが前期比で減益になっている理由を教えてください。

A. 「国内その他」の減益要因については、ゴルフ場の経営をしている宇治開発興産が新型コロナウイルスのマイナスの影響を受けたこと、また、カップヌードルミュージアム等も一時閉館等に伴い来客者数が減少したことにより、従来に比べると大幅なマイナスになっています。

3. 海外事業

Q. 10-12月期の米国・メキシコ・ブラジル・中国大陸・香港の売上収益の前期比増収率と、販売食数の伸び率を教えてください。

A. 米国の売上収益の増収率は20%近く、販売食数はもう少し下のイメージです。メキシコも同じような傾向で、売上収益は10%後半の増収率、販売食数はもう少し下のイメージです。ブラジルでは売上収益は20%後半の増収率、食数ベースでは10%の後半増です。香港は1桁半ばの増収率、大陸は2桁の増収率です。販売食数は3Q累計で、ど

ちらも1桁後半の伸びとなっています。

Q. 10-12月期の海外地域は減益ですが、原価率の上昇が10億円程あるかと思えます。定量的な要因を教えてください。足元では原材料のコモディティ価格も上がっているため、来期は利益率が下がるのではないかという懸念もあります。来期以降の見通しも教えてください。

A. 海外事業の10-12月期の減益要因につきましては、主に、米州地域、および中国地域によるものです。米州地域の営業利益は前期比で約6億円の減益となっておりますが、これは売上増による増益効果と一般経費の減少があった一方で、原価率の変動と物流費の上昇が大きく響いています。主にブラジルとメキシコの原材料費の増加が要因となっています。物流費増の要因はほぼ米国における物流費増です。中国地域では、一般管理費の増加も影響しています。例えば、中国地域では、人員強化による人件費増等が発生しています。10-12月期は確かに収益変動等により、7-9月期対比でも若干マイナスになっています。

来期以降の原材料費の上昇については、ブラジルでは2月に値上げで対応する予定です。タイムラグはありますが、ブラジルの場合は従来から原材料費等のコスト上昇に対して価格改定を行っています。よって、今回も原材料費の上昇により一旦はマイナスの影響が出るものの、価格改定でカバーしていきたいと考えています。

Q. 海外の原価率変動についてですが、10-12月期は、7-9月期と比較して、急激にマイナスの影響が出ています。ブラジルでは、5月、11月に価格改定を実施されているにも関わらず、10-12月期で一気に原材料費の影響が出ていることに唐突感を感じますので具体的にご説明をお願いします。また、今後は価格改定により原価率の悪さの幅は、少し縮むのでしょうか。

A. 実際、ブラジルでは原材料価格の急騰が大きく影響していますが、即席めんの需要自体は非常に強いと感じています。1月の足元は、政府からの給付金終了の影響も出てくると思いますが、現時点では、そこまで悪くないと聞いています。原材料では特に小麦とパームの価格が9月以降非常に上昇し、10-12月期に響いてきたとみています。価格改定の浸透のタイミングにもよりますが、2月に予定している価格改定が順調にいけば、3月までには1か月分の効果が出てくると思っています。

Q. 各国の価格戦略について教えてください。今後、全てのエリアで原材料コストが上がってくると思いますが、ブラジルでの価格改定幅は何%でしょうか。また、日本、米国、アジア等、主要エリアでどのような価格戦略を考えられているのか、教えてください。

A. ブラジルの価格改定幅につきましては非開示とさせていただきますが、過去と大きな違いはなく、1桁半ば程とイメージして頂ければと思います。また、各主要エリアについて

は、それぞれの市場動向を見据えながら、価格改定の実施について判断しています。また、国内は原材料は比較的落ち着いているため、国内の即席めん事業における価格改定については様子を見て検討することになるが、現時点では新たな価格改定の予定はありません。

Q. 米国の売上収益について、10-12月期では、増収率は鈍化しており、10%台の増収率ではないかと推測しますが、背景を教えてください。

A. 米国の売上収益については、10-12月期では、20%近くの増収率です。確かに、4-6月期のような一時期のパニック需要と比較すると落ち着いてきています。エリアや州によっては、外出禁止令やマスクを装着せずに外出している州もありますので、一概には言えませんが、我々としては好調だとみています。特にプレミアム商品が好調に推移しており、米国は比較的順調に伸びています。どの国でも同様ですが、新型コロナウイルスの影響は4-6月期が大きく、以降は比較的堅調で、ベース需要が上がったまま推移していると見ています。

Q. 中国大陸について、卸事業を除いた10-12月期の前期比の増収率、市場環境について教えてください。中国地域の10-12月期は、現地の決算期ということもあり、在庫積み上げの影響も出てくるということもあるかと思いますが、在庫積み上げの解消、通常ペースで市場が伸びていく状況になるのは、いつ頃でしょうか。

A. 10-12月期の売上収益については、現在、中国サイドで公表しておりませんので、具体的な数字の開示は差し控えさせていただきますが、中国大陸では、卸事業除いた売上収益の伸び率は10-12月期は、新型コロナウイルスの影響等もあり若干マイナスです。ただし、全体のベース需要は伸びていますので、今後も着実に成長していくと考えており、1-3月期の、前期比では、春節のタイミング等のズレはあるものの、順調に伸びていくと思います。エリアの拡大が順調に進んでいると聞いていますので、確実に数字に現れてくると考えています。

4. 通期着地見込み、来期の見通し

Q. 1-3月期の売上収益については、湖池屋の新規連結を除くと、減収を見込んでいるのでしょうか。また、様々なリスクがあるかと思いますが、去年3月の駆け込み需要以外のリスク要因があれば教えてください。加えて、湖池屋の連結子会社化により、短期的、中期的なシナジー等貴社のお考えを教えてください。

A. 足元はそこまで落ち込まずに伸びているのですが、実際にsell-outでどの程度つづくのか見通すことが難しいと考えています。店頭では、緊急事態宣言発令中ではありますが、昨年と比較すると落ち着いた状況です。つまり、sell-inは比較的伸びていますが、今後の市場の状況をもう少し冷静に見てく必要があると考えています。昨年2月の後半

から今期 4-6 月期にかけて発生したようなパニック買いは起きないと想定しており、そのような状況を考えると、1-3 月期は減収の可能性もあるかと思えます。現時点でのリスク要因は、そのようなパニック買いの反動以外にはないかと思っています。今後、日清食品などでは新製品も発売しますので、まだ伸びていくと思っています。

湖池屋の連結化によるシナジー効果については、まずは生産面や原材料の調達、物流等におけるシナジー効果が出てくると思います。加えて、海外展開におけるメリットや、コラボ商品の開発等可能になると考えています。

Q. 来期の営業利益に対する考え方について教えてください。今期は新型コロナウイルスの影響もありました。また、原材料費上昇の懸念もある中で、来期は減益になるのではないかと考えています。来期は、今期のハードルが高いので、一回減益になる年なのか、またはもう一段ステージを上げ、攻める 1 年にするのか、考え方を教えてください。

A. 今期は新型コロナウイルスの影響が大きかったので、来期は新型コロナウイルスの影響を除いて増益を目指したいと考えています。

Q. ワクチンの開発により巣籠り需要が終了し、即席めんの反動減等も鑑みると、新型コロナウイルスの拡大前に戻る可能性もありますか。

A. 全くないとは言えないと思います。ワクチン接種後は、外出機会も増え、家で過ごす時間も減少する可能性もありますが、その場合は、より魅力的なカップめんの開発・販売していくことで、外で食べる需要を取り込んでいくことが出来るのではないかと思います。例えば、アジアでは、夜間の外出に伴い、コンビニエンスストア等で食べたりする機会も出てくるかと思えます。現在は新型コロナウイルスの影響で、家庭内で喫食しやすい袋めんのニーズが高まっていますが、カップめんのニーズも今後出てくるかと思えますので、どの程度ポジティブとネガティブの要素が出てくるかということに注視していきたいと考えています。

Q. グローバル全体で見ると新型コロナウイルスの影響は一過性の要因ではないかという意見もありますが、3Q 累計で見た際の持続性について CFO はどのようにお考えでしょうか。

A. エリアや国によって異なりますが、全般的にはやはり「間口」が広がったとみています。新型コロナウイルスの拡大により、即席めんを食べられる方が増え、そこからリピーターに繋がった方もいらっしゃると思います。持続性に関しては、新型コロナウイルスの影響により一度間口が広がりました。一方、「奥行き」については、我々の戦略次第だと考えています。将来的には、市場の拡大が予測され、また我々も確実に需要を取り込んでいきたいと考えています。ベース需要の拡大に加え、新規需要を取り込むことで、成長の持続性があるのではないかと考えています。例えば、シェアの高いブラジル

でも、引き続き成長の余地は高いと見ています。政府からの給付金が2020年12月に終了すると、利益率の高い「Nissin Lamén」を購入していた人が安価商品である「Nosso Sabor」に移行する可能性もありますが、一方で、南部を中心とした、割と富裕層の方が多いエリアにおいて、リピーター等をはじめとする新たな需要の拡大による、「CUP NOODLES」のニーズも高まってくる可能性があります。このような観点でみると、シェアが高い地域でも引き続き成長できると考えています。

Q. 来期の営業利益の考え方について教えてください。原材料高により国内10億円、海外70億円の合計80億円のコストアップがある一方で、ブラジルでの20億円の増益効果とコストダウン効果10億円により、差し引き50億円の減益になると試算していますが、このようなイメージでしょうか。

A. 原材料の小麦やパーム油も上がっていくと想定していますが、現在、コストダウンについても様々な観点から試算しています。もう少し明確に検証でき次第、お伝えができればと思っています。

Q. 来期のコスト上昇について定量的なイメージを教えてください。

A. 定量的なコストダウン効果については検証中ですが、様々な資材のコストダウンを実施しており、国内では一部コストダウン効果も出ています。よって、今後、コストアップの影響については、来期の計画を明確にお出しする際にお話しさせて頂きたいと考えています。状況を見極めながら需要を読み、そしてコストダウン効果を算出していきたいと思っています。

Q. 国内事業の一般管理費について、10-12月期で約13億円の費用増になっています。これは湖池屋の連結子会社化の影響もあるかと思いますが、10-12月期において、経費の削減要因と連結化に伴う費用増について詳しく教えてください。

A. 10-12月期は、湖池屋の新規連結子会社化の他、日清食品での費用増、また日清食品ホールディングスで大きく費用が出ています。

以上