

2018年3月期  
第3四半期決算(参考資料)  
(2018年2月6日)

---

 **日清食品ホールディングス株式会社**  
(2897)

EARTH FOOD CREATOR



- ただ今、ご紹介に預かりましたCF0の横山でございます。
- 本日15:00に東証適時開示情報および弊社HPにて発表いたしました、第3四半期決算について、ご報告申し上げます。
- お手元に「平成30年3月期 第3四半期決算短信(連結)」、「第3四半期決算 補足資料」、「第3四半期決算(参考資料)」をご用意ください。
- それでは、主に「第3四半期決算(参考資料)」を使いまして、当期の業績について、お話ししますので、よろしくお願いいたします。
- それでは、1ページ目をご覧ください。

2017年度  
経営方針

**4期連続の過去最高売上の更新を掲げ、さらに持続的成長への基盤を固める**

国内：収益力のさらなる強化、将来の経営基盤強化のための投資の実施  
海外：カップヌードル戦略を基軸として、各地域で大幅増収と増益を目指す

連結：増収・増益(営業利益、経常利益、四半期純利益)  
調整後営業利益 増益

国内：

- ・ 日清食品は、引き続きカップめん、ライス群が売上を牽引し増収。営業利益は増収効果、原材料コスト削減、広告宣伝費減の影響が大きく増益。
- ・ 明星食品は、カップめんの売上が回復傾向で増収。営業利益は生産部門損益等の改善で増益。
- ・ 低温事業は、冷凍事業が売上・営業利益を牽引し増収・微増益
- ・ 菓子・飲料事業は、日清シスコがセグメントの売上増に大きく寄与。営業利益はシスコ、ヨークの償却費増などの影響もあり減益。

海外：

- ・ 米州地域は、為替効果と米国の売上増で増収。営業利益はブラジルが牽引し増益。
- ・ 中国地域は、MCMS社の連結効果、香港・大陸の売上増、為替効果などで増収、営業利益は増収効果が償却費増等をカバーし増益。
- ・ アジア地域は、インドの減収を、主にインドネシアの売上増等でカバーし増収。赤字は拡大。
- ・ EMEA地域は欧州・トルコともに増収。営業利益はハンガリー工場の立上げの遅れが影響し赤字。

第3四半期  
の  
振り返り

第3四半期  
総括

国内事業は即席めん事業を中心に増収増益に貢献する一方で、海外事業は市場環境の影響もあり、想定よりも成長のスピードは緩やか。  
引き続き、期初事業計画の達成を目指す。

EARTH FOOD CREATOR



- ・ エグゼクティブサマリーになります。
- ・ 第3四半期の連結業績は、売上は増収、すべての利益項目につき増益で着地しました。また、当社が重要視している調整後営業利益も増益となりました。
- ・ 国内・海外の詳しい業績コメントにつきましては、後程ご説明いたしますので割愛いたしますが、第3四半期を総括いたしますと、国内は即席めん事業、低温事業を中心に増収増益となりグループ全体を牽引いたしました。海外事業につきましては市場環境の影響もあり、想定よりも成長のスピードは緩やかだったと考えております。当社といたしましては、引き続き、昨年5月に発表した事業計画の達成に向けて、売上・利益の拡大を目指してまいります。
- ・ それでは、スライド2をご覧ください。

単位: 億円	2017年度			2016年度
	第3四半期実績	前期差異	前期比	第3四半期実績
売上高	3,867	+169	+4.6%	3,698
営業利益	269	+52	+23.8%	217
調整後営業利益*	264	+14	+5.8%	250
経常利益	320	+67	+26.5%	253
親会社株主に帰属する 四半期純利益	238	+40	+19.9%	199
営業利益率	7.0%	-	+1.1pt	5.9%
経常利益率	8.3%	-	+1.4pt	6.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益率	6.2%	-	+0.8pt	5.4%

\* 調整後営業利益=営業利益 - 退職給付会計の影響

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- 第3四半期の実績サマリーになります。
- 売上高は、前期比プラス169億円、4.6%増収の3,867億円となりました。
- 続きまして、営業利益ですが、前期比プラス52億円、23.8%増益の269億円で着地しました。当社が重要なKPIとしている本業で稼ぐ力を示した「調整後営業利益」は、前期比プラス14億円、5.8%増益の264億円となりました。
- 経常利益は、前期比プラス67億円、26.5%の増益の320億円、
- 親会社に帰属する四半期純利益は、前期比プラス40億円、19.9%の増益の238億円で着地しました。
- それでは、スライド3をご覧ください。

## セグメント別 売上実績

3

単位: 億円	2017年度			2016年度
	第3四半期実績	前期差異	前期比	第3四半期実績
即席めん事業	2,065	+39	+1.9%	2,026
日清食品	1,756	+37	+2.1%	1,720
明星食品	309	+3	+0.9%	306
低温事業	483	+17	+3.7%	466
菓子・飲料事業	389	+4	+0.9%	385
国内その他	31	+2	+6.6%	29
<b>国内計</b>	<b>2,967</b>	<b>+62</b>	<b>+2.1%</b>	<b>2,905</b>
米州地域	471	+39	+9.0%	432
中国地域	316	+55	+21.1%	261
アジア地域	73	+6	+9.2%	67
EMEA地域	40	+7	+21.3%	33
<b>海外計</b>	<b>900</b>	<b>+107</b>	<b>+13.5%</b>	<b>793</b>
<b>連結売上高</b>	<b>3,867</b>	<b>+169</b>	<b>+4.6%</b>	<b>3,698</b>

- セグメント別売上実績の情報です。
- 国内が62億円増収の2,967億円、海外が107億円増収の900億円で着地しました。
- 国内、海外ともに、全セグメントが増収となりましたが、海外については、為替影響が47億円プラスに働いていますので、実質的には60億円の増収となります。
- 続きまして、セグメント別の売上増減要因をご説明します。スライド4をご覧ください。

## セグメント別 売上貢献度

4



- 日清食品は、売上が1,756億円と前期比37億円の増収となりました。カップめんにおいては主力ブランドの「カップヌードル」群が、「カップヌードル ナイス」の発売効果もあり前年を超え、どん兵衛群も過去最高だった昨年実績をクリアしております。また、大幅にリニューアルした「麺職人」も売上増に大きく貢献し、カップめんトータルで前年比+2%で着地しました。袋めんに関しては、市場の低迷もあり上半期は大変苦労しましたが、シニア層をターゲットにした「お椀で食べる」シリーズが貢献し、10-12月の実績は、前年を2%上回りましたが、第3四半期全体ではマイナス3%の着地となりました。さらに、その他商品群もライスカテゴリーが順調に売り上げを伸ばしており、前年比+50%で着地しました。
- 明星食品は、309億円と3億円の増収となりました。上期は「一平ちゃん 夜店の焼そば」が売上を落としていましたが、10-12月に向け復調しています。また「ぶぶか」シリーズ、「チャルメラカップ」が好調なこと、袋めんの成長が増収につながりました。
- 低温事業は、チルド事業が、チルドめん市場の縮小の影響を受け、市販用商品は伸び悩みましたが、市販以外の伸びもあり、増収で着地しました。冷凍事業は引き続き、パスタ、ラーメンがけん引し増収となりました。その結果、このセグメントの売上は483億円と17億円の増収となりました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコでは、シリアル事業、菓子事業ともに好調で増収でした。日清ヨークは、一部CVSのチルド飲料棚の縮小の影響で微減収となりました。また、ぼんちは米菓の需要期を迎え前年並みの数値で着地しております。
- 米州地域は、39億円増収の471億円となりました。為替影響30億円を引いた実質的な伸びは9億円となります。米国は昨年リニューアルしたカップヌードルが引き続き好調です。また高付加価値化にむけた日本品質のカップヌードルを発売するなど、新しい取り組みを進めています。ブラジルは、GDPは復調してきているものの、消費経済は引き続き厳しい状況です。当社では、前期の3Qにカップヌードルを大幅にリニューアルし大々的に展開した反動で、10-12月のカップヌードルは伸び悩みましたが、事業全体では価格改定効果もあり売上は前年並みで着地しました。1月以降は前年度のハードルが下がるので増収が期待できます。メキシコは価格改定効果もあり増収で着地しました。

(次ページに解説つづく)

単位: 億円	2017年度			2016年度
	第3四半期実績	前期差異	前期比	第3四半期実績
即席めん事業	241	+18	+8.3%	223
日清食品	223	+12	+5.4%	212
明星食品	18	+7	+62.4%	11
低温事業	18	+0	+1.6%	18
菓子・飲料事業	21	▲2	▲8.5%	22
国内その他	9	▲4	▲30.7%	13
<b>国内計</b>	<b>288</b>	<b>+13</b>	<b>+4.6%</b>	<b>276</b>
米州地域	17	+6	+61.0%	11
中国地域	23	+1	+6.6%	22
アジア地域	△10	▲3	-	△7
EMEA地域	△4	▲5	-	1
<b>海外計</b>	<b>26</b>	<b>+0</b>	<b>+1.3%</b>	<b>26</b>
調整額計	△45	+39	-	△84
<b>連結営業利益</b>	<b>269</b>	<b>+52</b>	<b>+23.8%</b>	<b>217</b>
(参考)調整後営業利益	264	+14	+5.8%	250

## (スライド4 解説つづき)

- 中国地域は、55億円増収の316億円の売上となりました。為替影響12億円を差し引いた実質的な伸びは43億円となります。香港ではMCMS社(卸売業)の連結が大きく約2割ありますので、香港商圏内の実質的な伸びは+7%ほどとなります。出前一丁の伸びが大きく牽引しています。大陸は、カップヌードルのエリア拡大効果、香港製出前一丁など高級めんを中心に売上を伸ばしています。
- アジア地域は、6億円増収の73億円の売上となりました。為替影響4億円を差し引いた実質成長は2億円です。シンガポールは商品の多角化、タイは10パーツ商品の売上増、インドネシアは「mikuya」、「gekikara」などの特徴のある製品、ベトナムはカップヌードルの売上増で増収となる一方で、インドがGSTの影響、上位メーカーの価格戦などもあり減収に終わりました。
- EMEA地域は、7億円増収の40億円の売上となりました。為替影響2億円を差し引いた実質成長は5億円です。欧州地域は、「Soba」ブランドが引き続き順調で、またプレミアムフーズ社の「Super Noodles Pot」のOEMを受託し増収となりました。トルコでは、即席ラーメン市場が広がる中、ラーメンの新製品の導入の効果もあり増収で着地しました。
- 続きまして、セグメント別の営業利益情報です。スライド5をご覧ください。
- 国内は、13億円増益の288億円で着地しました。
- 海外は、前年並みの26億円で着地しました。為替影響がプラス2億円ありましたので、実質的には2億円弱の減益となりました。
- そこに、年金・のれん・グループ間調整費など、調整額のマイナス45億円を合算した269億円が、当第3四半期の営業利益となりました。
- 続いて、セグメント別の営業利益の増減要因をご説明します。スライド6をご覧ください。



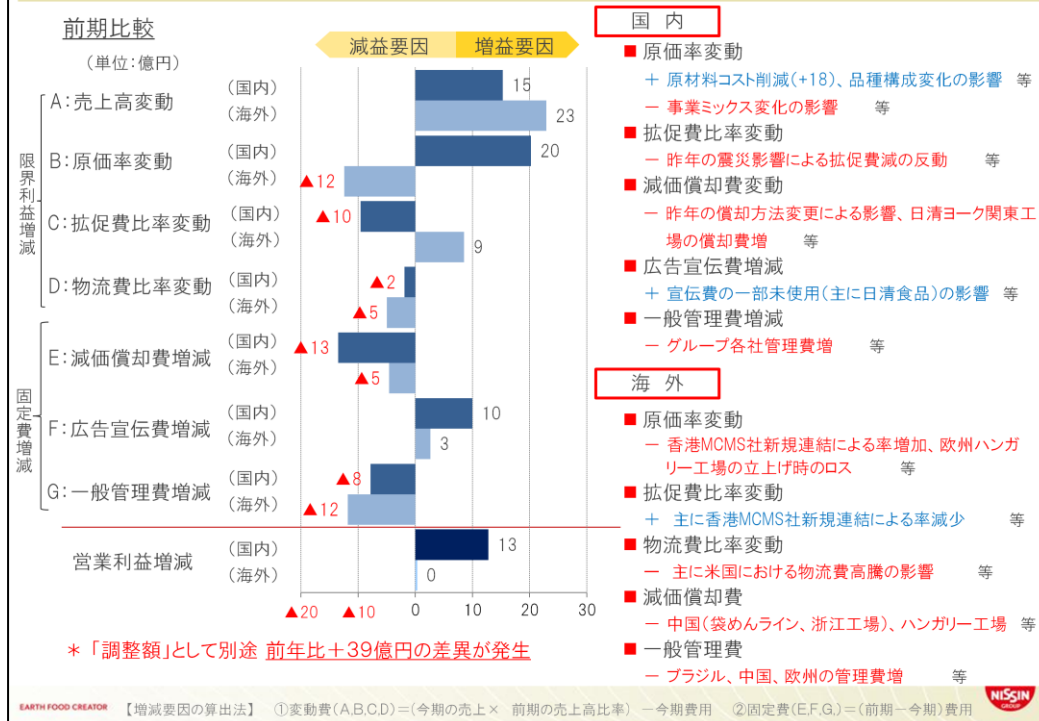
## セグメント別 営業利益貢献度

6



- 日清食品は、増収効果と主に原材料コスト低下による原価率の減少、広告宣伝費の未使用などの増益効果が、昨年の震災の影響の反動で拡販比率が上がったことによる費用増、減価償却費の増加、一般管理費の増加を上回り、12億円増益の223億円で着地しました。
- 明星食品は、主に生産の効率化、原材料単価ダウン、拡販費の削減等で7億円増益の18億円で着地しました。
- 低温事業は、チルド事業がERP導入によるコスト増などで減益、冷凍事業は増収効果と生産の効率化による増益効果が、拡販費・一般管理費増を上回り増益となりました。この結果、このセグメントの営業利益は前年並みの18億円で着地しました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコが販売構成比の変化による販促費増と償却費増の影響で減益。日清ヨークは売上減と償却費増により減益、ぼんちはわずかに減益となり、このセグメントの営業利益は2億円減益の21億円となりました。
- 国内その他については、ERP導入会社の拡大による費用増、一般管理費の費用増もあり4億円減益の9億円で着地しております。
- 米州地域の営業利益は、為替影響による2億円の増益効果を含む6億円増益の17億円で着地しました。米国は主に物流費、労務費の上昇が影響し損益は悪化しました。メキシコは新製品のテスト販売のための準備費用がかさみ損益が悪化しました。ブラジルは、売上は前年並みでしたが、1月に実施した袋めんの価格改定の効果、原材料のコストのダウン、マーケティング費用の削減により、前年の利益を大きく上回りました。
- 中国地域の営業利益は、1億円増益の23億円となりました。為替影響が1億円プラスに働いていないので、実質的には微増益で着地しております。香港では商圏内の出前一丁の販売が好調だったこと、大陸や欧州などへの輸出が好調だったことから、袋めんラインの償却費増をカバーし、微増益で着地しました。一方、大陸では販売は順調でしたが、浙江工場の償却費増をカバーできず、わずかながらに減益となりました。

(次ページに解説つづく)



(スライド6 解説つづき)

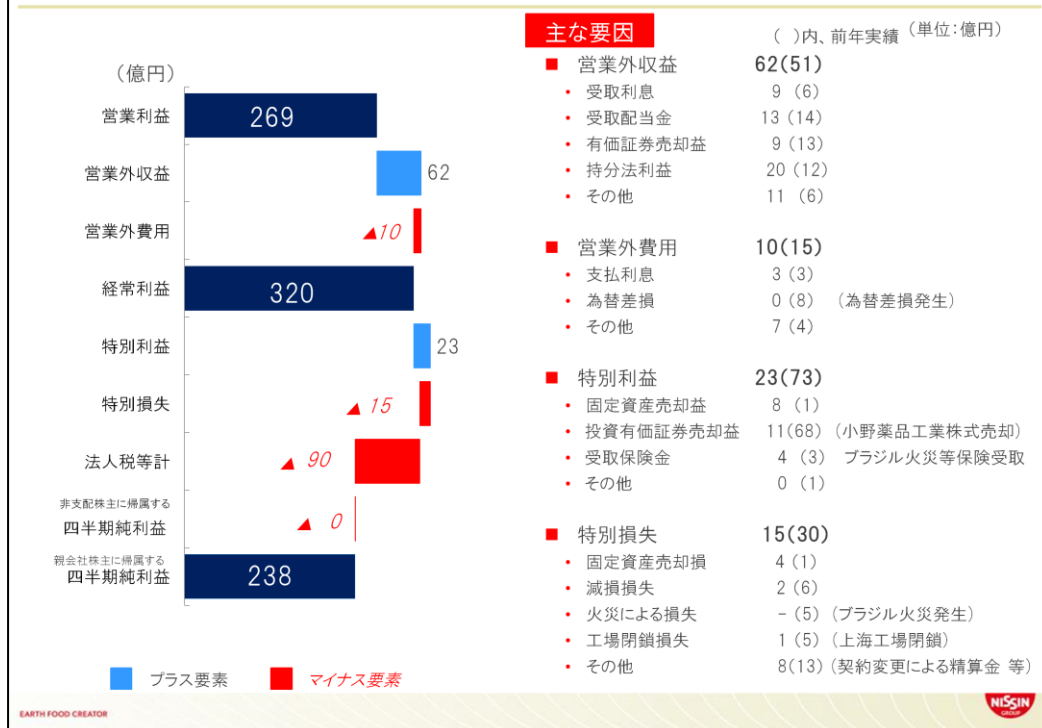
- ・ アジア地域の営業利益は、為替のマイナス影響の1億円を含む3億円の赤字拡大となり、マイナス10億円となりました。タイは黒字化したものの、シンガポールは微減益、インドは減収の影響で赤字が拡大、インドネシアは増収でしたが、ブランド投資を積極的に行ったこともあり赤字が拡大しました。ベトナムはほぼ前年並みの赤字幅で収まっています。
- ・ EMEA地域の営業利益は、5億円の利益減となり、残念ながら4億円の赤字となりました。当セグメントにおいては為替の影響はほとんどありませんでした。欧州地域ではハンガリー新工場の立上げの遅れによる機会ロスと生産ロスが損益に大きく影響しました。トルコについてはラーメンの発売による増収効果で、赤字が縮小しています。
- ・ 続きまして、営業利益の費用別増減分析です。スライド7をご覧ください。
- ・ では、初めに国内の分析から説明いたします。
- ・ 売上高変動については、売上が62億円増えたことで15億円の増益効果となりました。
- ・ 原価率比率変動の影響は20億円の増益効果となりました。そのうち原材料コスト減の影響は約18億円でした。
- ・ 拡促費比率の変動による影響は10億円の費用増となっていますが、うち半分くらいが、熊本地震の影響で昨年拡販費を使わなくて済んだことの反動増です。他はほぼ製品ミックス、事業ミックスの変動の影響と考えていただいて結構です。
- ・ 減価償却費は、定率法から定額法に変えたことの反動もありました。定額に変えたことにより新規投資の償却費増が目立つ形になっています。
- ・ 広告宣伝費は、10億円の費用減となっていますが、主に日清食品の広告宣伝費の未使用分ですので、今のところ通期で使用を予定しています。
- ・ 一般管理費は、8億円の費用増となっていますが、グループ各社一般管理費が少しずつ上がっている影響です。

(次ページに解説つづく)



## 営業外損益、特別損益

8



### (スライド7 解説つづき)

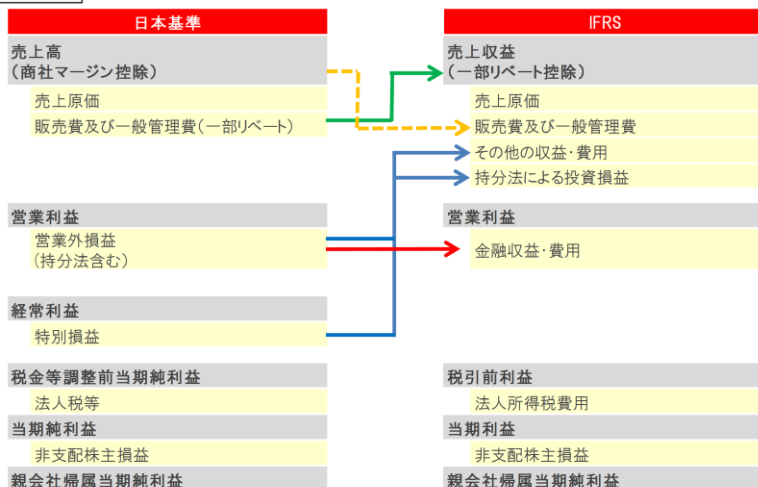
- ・ 続いて、海外についてご説明いたします。
- ・ 売上高変動については、売上が107億円増えたことで23億円の増益効果となりました。
- ・ 原価率変動で12億円の費用増になっていますが、原価率の高い事業構造である卸売業の香港MCMS社の新規連結の影響が大半を占めています。
- ・ 拡促費比率の減少で9億円の費用減となっているのは、これも拡促費の発生しない事業構造である卸売業の香港MCMS社の新規連結の影響です。
- ・ 一般管理費の12億円の費用増は、中国、ブラジルの人件費増と生産の立ち上がりの遅れより欧州が一時的に費用が多くかかったことによるものです。
- ・ それでは、スライド8をご覧ください。
- ・ 営業外損益、特別損益についてご説明いたします。スライド8をご覧ください。
- ・ 営業外収益は62億円で、昨年に比べ11億円増加しました。持分法利益が8億円増加したことが一番の要因です。
- ・ 営業外費用は10億円で、昨年に比べ5億円減少しました。昨年は為替差損が8億円発生していたものがなくなったのが、一番の影響です。
- ・ 特別利益は、23億円で、昨年に比べ50億円減少しました。これは昨年、小野薬品工業の株式売却利益が67億円発生した影響が最も大きくなっています。
- ・ 特別損失は、15億円で、昨年に比べ15億円減少しています。
- ・ これにより、経常利益は前期比67億円増益の320億円、税引前利益が前期比33億円増益329億円、税金等を差し引いた結果、親会社株主に帰属する四半期純利益は前期比40億円増益の238億円で着地いたしました。
- ・ それでは、スライド9をご覧ください。

- 早ければ2019年3月期 第1四半期決算を目途にIFRS適用を検討しています。

IFRSを導入することによる主な影響

- ・ リベートの一部売上控除
- ・ 「持分法による投資損益」を営業外から営業内へ

PLの変更イメージ



\*主要なIFRS調整のみを示しています。

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

当社では、早ければ2019年3月期第1四半期決算を目途にIFRS適用を検討しております。具体的なスケジュール等につきましては、まだ検討段階ですので、正式に決定次第速やかにご報告させていただきます。

簡単ですが、IFRS移行後のPLへの影響を図示しましたのでご確認ください。

最後に、2017年度決算も、いよいよ最後の3カ月となりました。昨年5月に公表しました事業計画達成に向けて、気を引き締めて戦略を進めて参りますので、引き続きよろしくお願い申し上げます。

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、「市場における価格競争の激化」、「事業環境をとりまく経済動向の変動」、「為替の変動」、「資本市場における相場の大幅な変動」他、様々なリスク及び不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。



**日清食品ホールディングス株式会社**

- このプレゼンテーション資料は、PDF形式で当社ウェブサイト「決算説明会資料」に掲載しています。  
<http://www.nissin.com/jp/ir/library/>
- この資料の金額は、億円単位未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等があわない場合があります。
- 国内事業会社は、2017年4月1日～2018年3月31日を「2017年度」とします。  
※ただし、ほんちは今期から決算期が変更となっており、2016年1月1日～2016年12月31日が「2016年度」となります。
- 海外エリアは原則として、2017年4月1日～2018年3月31日を「2017年度」とします。  
※ただし、タイ、インドネシア、トルコは、2017年1月1日～2017年12月31日を「2017年度」とします。  
※また、コロンビア、シンガポール、ベトナム、ドイツ、ハンガリーは、今期から決算期が変更となっており、2016年1月1日～2016年12月31日が「2016年度」となります。
- 売上・利益の「増減率」は決算短信と同じ±%表記を適用しています。
- 資料中の三角表記について：絶対値のマイナスは△、増減のマイナスは▲で表記しています。
- 海外の関連会社の収益・費用は累計期間の期中平均為替レートを適用しています。
- 「スライドNo.」は右上に付記しています。