

2019年3月期
第1四半期決算(参考資料)
(2018年8月7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13:15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1四半期決算について、ご報告申し上げます。
- お手元に「2019年3月期 第1四半期決算短信[IFRS] (連結)」、「第1四半期決算 補足資料」、「第1四半期決算 (参考資料)」をご用意ください。
- まず最初に、弊社の会計方針の変更についてご報告いたします。先の2018年3月期 通期決算でもご案内いたしましたが、弊社では2019年3月期第1四半期決算からIFRSを適用いたしました。今回の決算発表資料から、すべての開示資料はIFRSに基づいて公表しております。
- それでは、主に「第1四半期決算 (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。

<p>2018年度 経営方針</p>	<p>即席めん誕生60周年の節目にさらなる飛躍を目指す！</p>
<p>第1四半期 の 振り返り</p>	<p>国内：ロングセラーブランドの徹底強化で日本を熱くする</p> <ul style="list-style-type: none"> - 「チキンラーメン」の60周年をはじめ、周年商品の強化により売上の最大化を目指す - 関西工場の建設により中長期の持続的成長の布石を打つ <p>海外：カップヌードル戦略を基軸に、世界を沸騰させる</p> <ul style="list-style-type: none"> - カップヌードルのグローバル化を中心に高付加価値商品の提案で市場を変革する - 市場環境の変化を的確に捉え、エリア戦略を加速する <p>連結：増収・増益(営業利益、親会社の所有者に帰属する四半期利益)</p> <p>国内：増収・増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日清食品: 主要ブランド(カップヌードル、どん兵衛、U.F.O.、チキンラーメン)が売上を牽引し増収、増益。 ・ 明星食品: 夜店の焼そばを中心としたカップめん、袋めんともに好調で増収、増益。 ・ 低温事業: チルド事業・冷凍事業ともに増収。営業利益は冷凍事業が貢献し増益。 ・ 菓子・飲料事業: 3事業会社ともに微減収、営業利益はシスコ増益もセグメント全体では微減益。 ・ 国内その他: 不動産売却益を計上。 <p>海外：増収・減益</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 米州地域: ブラジル、メキシコが現地通貨ベース売上を牽引するも為替影響もあり減収。営業利益は米国におけるコスト増、ブラジルの火災保険受取(昨年度)の反動もあり減益。 ・ 中国地域: 香港・大陸ともに増収。営業利益は主に一般管理費増により減益。 ・ アジア地域: 主にインド、タイが貢献し増収。営業利益はタイ、インド、持分法による投資利益増が貢献し増益。 ・ EMEA地域: 欧州・トルコともに増収。営業利益は持分法による投資利益の減少の影響もあり減益。 <p>国内事業は即席めん事業、冷凍事業を中心に増収増益に貢献した。一方で海外事業は米国での市場環境の変化による影響もあり増収減益となった。引き続き、各事業・エリアともに環境変化に対応していくことで期初計画の達成を目指す。</p>
<p>第1四半期 総括</p>	

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- ・ スライド1をご覧ください。エグゼクティブサマリーになります。
- ・ 今年度は即席めん誕生60周年という節目に当たり100年ブランドカンパニーへ向け更なる飛躍を目指します。
- ・ 国内は周年商品の強化と関西工場の建設、海外はカップヌードルのグローバル化とエリア戦略の加速を中心に展開していきます。
- ・ 第1四半期の連結業績は、増収増益で着地しました。
- ・ 国内は即席めん事業、冷凍事業を中心に増収・増益となりグループ全体を牽引しました。海外はアジアが好調に推移したものの、米国事業で市場環境・経済環境の変化の影響を受けたことから売上は増収となりましたが、利益は前年比マイナスとなりました。

(単位: 億円)

	2018年度			2017年度
	第1四半期	前期差異	前期比	第1四半期
売上収益	1,034	+21	+2.0%	1,013
営業利益	128	+40	+44.9%	89
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	83	+19	+30.2%	64
営業利益率	12.4%	+3.7pt		8.7%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	8.0%	+1.7pt		6.3%

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- スライド2をご覧ください。第1四半期の実績サマリーになります。
- 売上収益は、前期比プラス21億円増収の1,034億円となりました。
- 営業利益は、前期比プラス40億円増益の128億円で着地しました。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前期比プラス19億円増益の83億円で着地しました。

セグメント別 売上実績

3

(単位:億円)

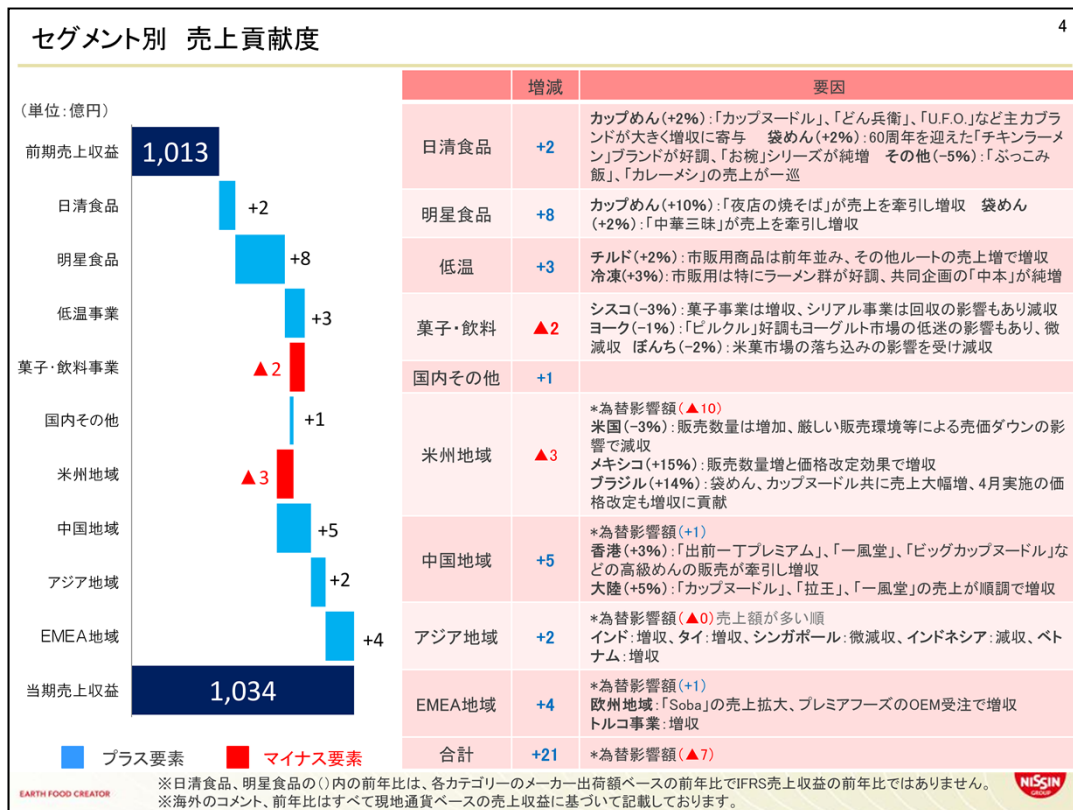
	2018年度			2017年度 第1四半期
	第1四半期	前期差異	前期比	
即席めん事業	513	+10	+2.0%	503
日清食品	431	+2	+0.6%	429
明星食品	81	+8	+10.3%	74
低温事業	137	+3	+2.3%	134
菓子・飲料事業	109	▲2	▲2.1%	111
国内その他	10	+1	+5.9%	10
国内計	769	+11	+1.5%	757
米州地域	131	▲3	▲1.9%	134
中国地域	92	+5	+6.0%	87
アジア地域	24	+2	+10.0%	22
EMEA地域	18	+4	+33.1%	13
海外計	265	+9	+3.6%	256
連結売上収益	1,034	+21	+2.0%	1,013

※中国地域の実績は、日清食品HDの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- スライド3をご覧ください。セグメント別売上実績の情報です。
- 国内が11億円増収の769億円、海外が9億円増収の265億円で着地しました。



- スライド4をご覧ください。各セグメントの詳しい売上増減要因を記載してあります。
- 日清食品、明星食品につきましては、主要ブランドおよびカテゴリーの販売状況を説明するためにIFRS売上ではなく、メーカー出荷額ベースでコメントしておりますのでご了承ください。
- 日清食品は、売上が431億円と前期比2億円の増収となりました。カップめんでは主カブランドの「カップヌードル」、「どん兵衛」、「U.F.O.」が前期実績を上回り、前年比+2%。袋めんも、「チキンラーメン」ブランドが好調なのに加え、昨年秋に発売した「お椀」シリーズが純増となり、前年比+2%で着地しました。その他カテゴリーは「ぶっこみ飯」、「カレーメン」などの販売増が一巡したこともあり、前年比マイナスで着地しています。
- 明星食品は、81億円と8億円の増収となりました。カップめんでは「一平ちゃん 夜店の焼そば」が復調したのに加え、昨年発売した「旨だし屋」が純増し、前年比+10%で着地しました。袋めんも、「中華三昧」の強化が奏功し、前年比+2%で着地しました。
- 低温事業は、チルド事業で市販用商品が引き続き伸び悩んでいますが、市販用以外の調理めんの伸びもあり増収で着地しました。冷凍事業は引き続き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137億円と3億円の増収となりました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコは4月の自主回収の影響もあり、シリアル事業は減収となりましたが、菓子事業は好調を維持しています。日清ヨークは、基幹ブランドの「ピルクル」の売上は順調ですが、ヨーグルト飲料市場の低迷と競争激化の影響があり減収となりました。ぼんちは、米菓市場の落ち込みの影響を受け減収となりました。
- 米州地域は、3億円減収の131億円となりました。為替の影響10億円を引いた実質的な伸びは7億円となります。
- 米国は数量ベースでは前年比プラスですが、市場価格低下の影響で売価がダウンし減収となりました。メキシコは「カップヌードル」の売上増、「U.F.O.」の純増、価格改定効果で増収となりました。ブラジルは、経済の復調で、袋めんが売上を伸ばし、更に価格改定効果も加わり、ここに「カップヌードル」の新フレーバーの好調な立ち上がりも貢献して大幅増収となりました。

(次ページに解説つく)

セグメント別 営業利益実績

5

(単位:億円)

	2018年度			2017年度
	第1四半期	前期差異	前期比	第1四半期
即席めん事業	66	+4	+5.9%	63
日清食品	59	+2	+4.3%	56
明星食品	8	+1	+19.9%	6
低温事業	7	+0	+4.1%	6
菓子・飲料事業	8	▲0	▲1.4%	8
国内その他	55	+53	+3,170.4%	2
国内計	135	+57	+72.7%	78
米州地域	△3	▲14	-	11
中国地域	4	▲2	▲37.6%	7
アジア地域	5	+2	+73.4%	3
EMEA地域	1	▲1	▲46.3%	3
海外計	7	▲16	▲68.3%	23
グループ間調整	△13	▲1	-	△12
その他調整額	△1	▲0	-	△1
連結営業利益	128	+40	+44.9%	89

※中国地域の実績は、日清食品HDの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

(スライド4 解説つづき)

- 中国地域は、5億円増収の92億円の売上となりました。為替影響1億円を差し引いた実質的な伸びは4億円でした。香港では「出前一丁プレミアム」、「一風堂」、「ビッグカップヌードル」が売上増に貢献し、3%の増収となりました。大陸では「カップヌードル」の売上増、「拉王」、「一風堂」の売上が純増となり5%の増収となりました。
- アジア地域は、2億円増収の24億円の売上となりました。為替影響は軽微でした。アジア地域では、特にタイが10パーツ商品が好調でアジア地域を牽引しています。またインドでは営業体制の強化の効果もあり、袋めん・「カップヌードル」ともに好調で増収に貢献しました。またベトナムも売上規模は小さいものの「カップヌードル」の販売が伸びて増収となっています。一方、シンガポールは市場が緩やかに縮小している影響で微減収でした。また、インドネシアは昨年韓国製品のハラール問題は解消に向かいつつありますが、大幅なリニューアルに向け一部商品を休売している為減収となりました。
- EMEA地域は、4億円増収の18億円の売上となりました。為替影響1億円を差し引いた実質成長は3億円です。欧州地域は、「Soba」が引き続き好調で、またプレミアムフーズ社のOEM商品「Super Noodle Pots」も順調です。またトルコの合併事業も増収となっています。
- 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、57億円増益の135億円で着地しました。特殊要因として国内の不動産売却益が52億円発生しており、その影響を引くと5億円の増益となります。
- 海外は、16億円減益の7億円で着地しました。
- そこに、グループ間調整費などのマイナス14億円を合算した128億円が、当第1四半期の四半期利益となりました。
- 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。

営業利益の主な差異要因(非経常損益の影響)

6

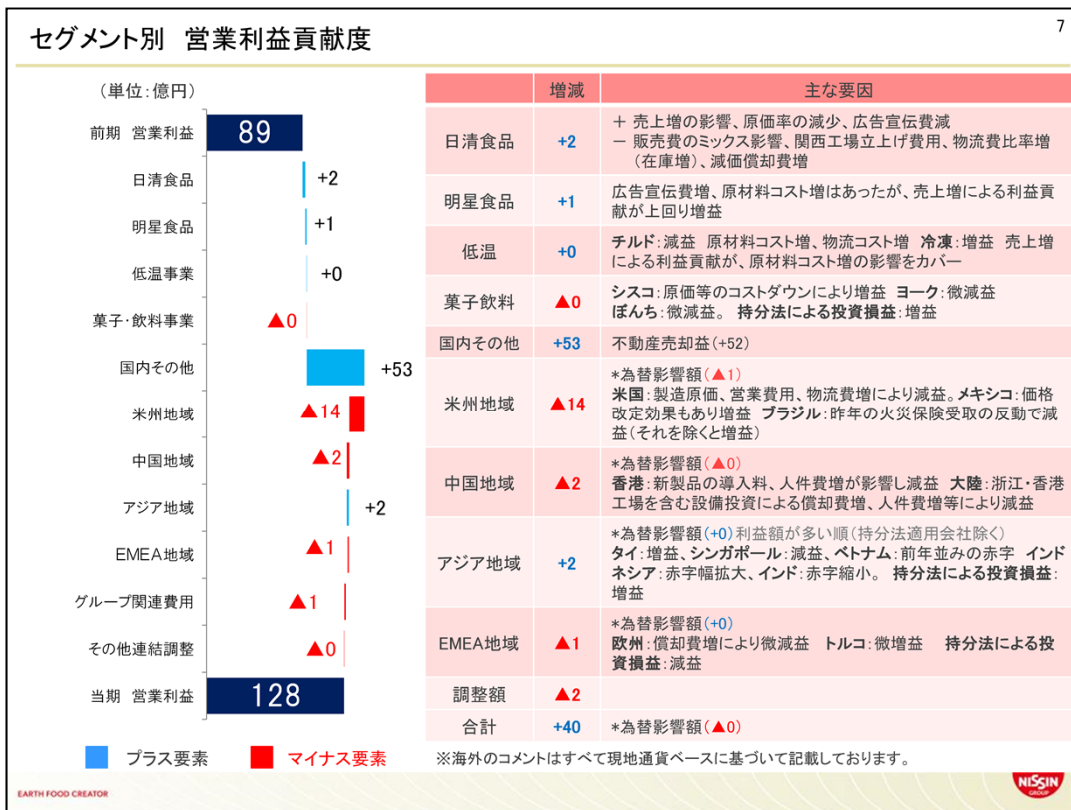
(単位:億円)

	2018年度 第1四半期	2017年度 第1四半期	営業利益 差異	非経常損益 差異	非経常損益の主な内容
日清食品	59	56	+2	▲ 0	
明星食品	8	6	+1	+1	
低温事業	7	6	+0	+0	
菓子・飲料事業	8	8	▲ 0	▲ 0	
国内その他	55	2	+53	+52	(18年度)不動産売却益+52 他
米州地域	△ 3	11	▲ 14	▲ 4	(17年度)火災保険受取+4 他
中国地域	4	7	▲ 2	▲ 1	
アジア地域	5	3	+2	▲ 0	
EMEA地域	1	3	▲ 1	▲ 0	
連結調整変動	△ 14	△ 13	▲ 2	+0	

EARTH FOOD CREATOR

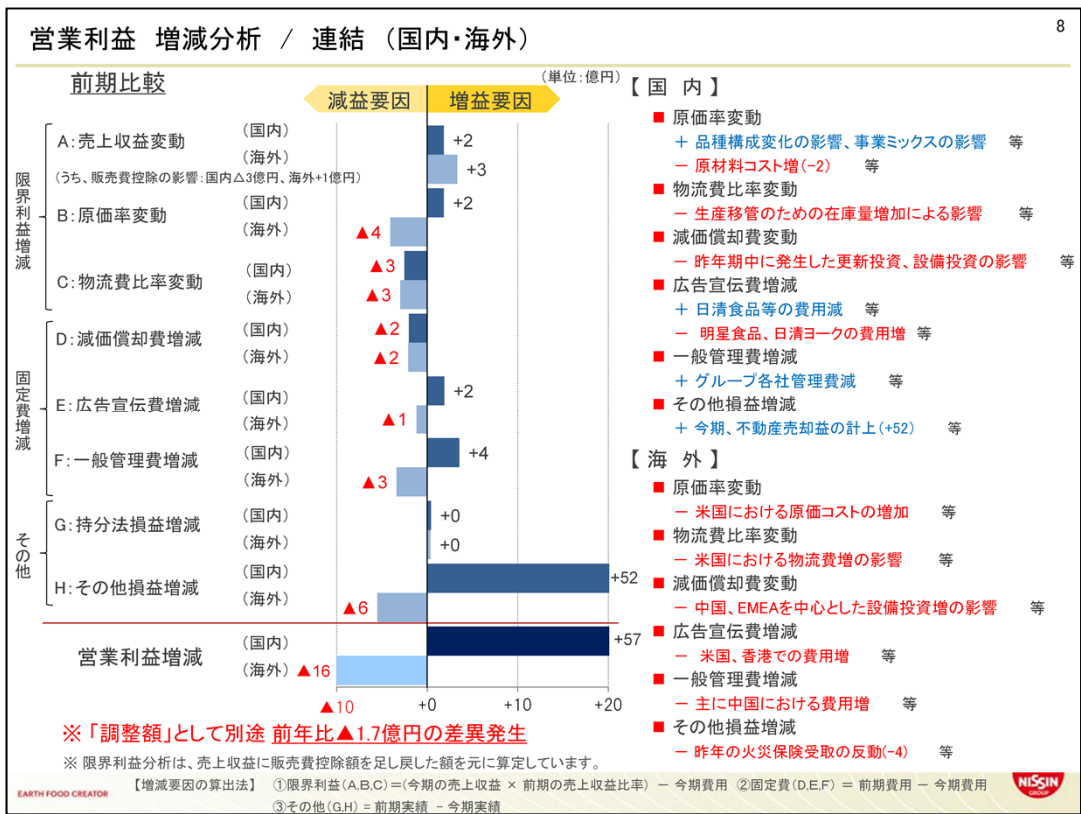
NISSIN

- スライド6には、非経常損益の影響を考慮した資料を用意いたしました。時間の都合上詳しい解説は割愛いたします。



- 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7をご覧ください。
- 日清食品は、増収による増益効果、品種ミックスによる原価率の減少、広告宣伝費の減少が増益に寄与し、販売費のミックス影響による費用増、関西工場の立上費用、工場の再配置による一時的な在庫拡大による物流費増、減価償却費増などの減益要因を上回り、2億円増益の59億円の営業利益となりました。
- 明星食品は、広告宣伝費の増加、原材料コスト増はありましたが、売上による増益効果が上回り、1億円増益の8億円の営業利益となりました。
- 低温事業は、チルド事業が原材料コスト増、物流費増で微減益となりましたが、冷凍事業の増益もあり、前年利益を維持し、7億円の営業利益となりました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコが原価コストの削減と広告宣伝のカットの影響などもあり増益となりました。日清ヨークとぼんちは微減益となりました。また持分法による投資損益が前年比プラスになったことにより、このセグメントの営業利益は微減益の8億円となりました。
- 尚、持分法による投資損益の状況につきましては、補足資料の5ページに記載がありますので、併せてご確認ください。
- 国内その他では、不動産の売却益が52億円発生したことで、前期比53億円増益の55億円の営業利益となりました。
- 米州地域は、昨年から14億円利益を落とし3億円の赤字となりました。米国では、製造原価・営業費用・物流費などの費用増の影響が大きく大幅に利益を落としています。メキシコは販売数量増に値上げ効果も加わり増益となりました。ブラジルは昨年度、火災保険の受取が約4億円ほどありましたが、その費用を除くと利益増となっています。
- 中国地域の営業利益は、2億円減益の4億円となりました。香港では新製品の導入料、上場による体制強化の費用増もあり減益となりました。大陸は浙江工場の償却費増に加え、それ以外の工場においても生産強化、物流強化などの投資を進めたことから償却費用増となっています。そこに販売強化のための人件費増も加わり、前年利益を下回って着地しました。

(次ページに解説つづく)



(スライド7 解説つづき)

- アジア地域の営業利益は、2億円増益の5億円で着地しました。特にタイでは10パーツ商品が好調なこと、またアジア圏の生産拠点として工場の稼働も安定したことが増益につながりました。その他、インドでも売上増を背景に赤字縮小となっています。それ以外のシンガポール、インドネシア、ベトナムは前年利益をわずかに下回っています。また、このセグメントの持分法による投資損益も1億円強のプラスとなっています。
- EMEA地域の営業利益は、欧州では昨年7月に稼働を始めたハンガリー工場の償却費増がこの第1四半期まで影響すること、持分法による投資損益も前年を下回ったことにより、1億円減益の1億円の着地となりました。
- 続きまして、営業利益の費用別増減分析です。スライド8をご覧ください。
- では、国内の分析から説明いたします。
- 売上増により2億円の利益増、
- 原価率変動では2億円の利益増につながっています。国内の原材料のコストは2億円上がっておりますが、品種ミックス、事業ミックスによる効果が大きかったことによります。
- 物流費比率の変動による影響は3億円の費用増となっています。生産の再配置による一時的な在庫保管料のアップが響いています。その他、低温、菓子事業などは若干物流費も上がっているようです。
- 減価償却費は、2億円の費用増となりました。
- 広告宣伝費は、2億円の費用減となっていますが、通期全体では広告宣伝費は1億円の増額を予定していますので、年間の中で調整されるものと考えています。
- 一般管理費は、4億円の費用減となっていますが、期ずれ分や通期で支払う費用などがあり、年間の中で調整されるものと考えています。
- 最後に、その他損益増減で、52億円の利益増になっていますが、これは不動産売却益52億円の影響で、それ以外は前年並みの着地となりました。

(次ページに解説つづく)

APPENDIX

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

(スライド8 解説つづき)

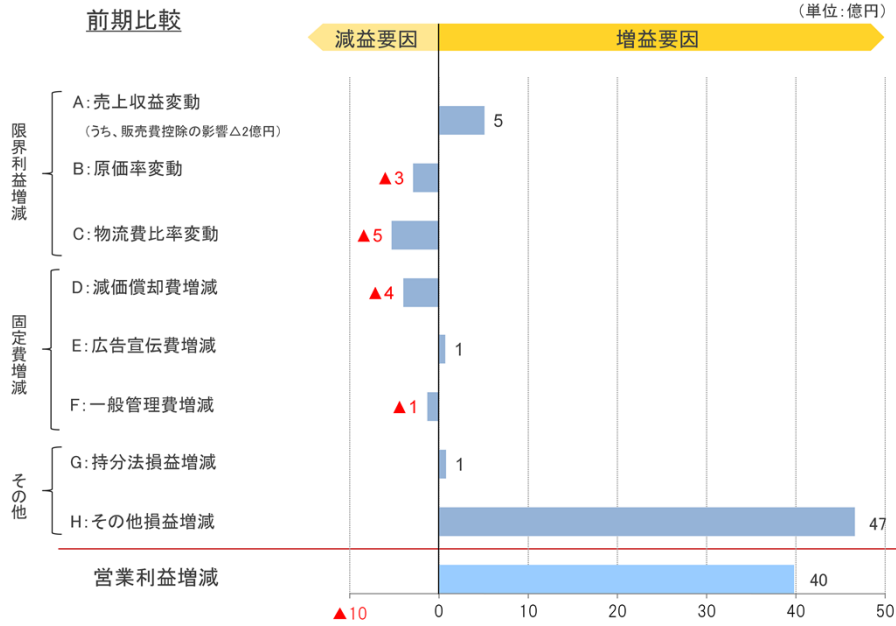
- 続いて、海外についてご説明いたします。
- 売上増による影響は、3億円の利益増、
- 原価率変動による影響は、4億円の費用増になっています。これら増加の主要因は米国における原材料コスト増と製造コストの高騰の影響です。
- 物流費比率の上昇による利益減は3億円ですが、これも米国における物流費増が主要因です。
- 減価償却費の2億円の費用増は、主にハンガリー工場、中国の浙江工場によるものです。
- 広告宣伝費の1億円の費用増は、主に米国・香港での費用増です。
- 一般管理費では3億円の費用増になっていますが、主に中国事業における費用増となります。
- 最後に、その他損益増減で6億円のマイナスとなっていますが、内、4億円は昨年受け取ったブラジルの火災保険金の影響です。

以上にて、2019年3月期 第1四半期の決算の概要についての説明を終わらせていただきます。なお、参考資料APPENDIX以降に、「2018年度事業計画」の2017年IFRS実績のアップデート版と、それに基づく「2018年度事業計画」の営業利益の増減予想を用意させていただきましたのでご確認ください。

また、決算発表のタイミングで投資家の皆様にメールにて配信しておりました国内主要会社の月次資料は「補足資料」23ページに記載し、クローズド情報からオープン情報に切り替えましたので、ご確認ください。

最後になりますが、今月は日清食品の関西工場の第1期工事が完了し、稼働が始まります。省人化や高効率な生産設備を配する新工場の将来性に期待は膨らむものの、第2四半期以降は、工場の立上げ費用や設備の減価償却の開始など費用増の局面に入ります。また米国においても値上げの浸透など事業環境変化に注意深く対応する必要があります。第2四半期以降も期初に掲げた事業計画達成に向け全力で諸施策を遂行していくつもりです。引き続きよろしくご願ひ申し上げます。

以上で説明を終わります。



※ 限界利益分析は、売上収益に販売費控除額を足し戻した額を元に算定しています

2017年度 IFRS実績のアップデート

(単位: 億円)

	2018年度			2017年度 実績 (IFRS)
	計画 (IFRS)	前期差異	前期比	
売上収益	4,550	+141	+3.2%	4,409
営業利益	360	+8	+2.3%	352
親会社の所有者に帰属する 当期利益	260	▲31	▲10.8%	291
営業利益率	7.9%	▲0.1pt		8.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益率	5.7%	▲0.9pt		6.6%
ROE	-	-		9.2%
EPS(円)	249.7	▲30.1		279.8
調整後EPS(円) ^{※1}	246.9	▲15.6		262.5

※1 調整後EPS=(IFRS営業利益±その他収益・費用 - 税金費用 - 非支配持分に帰属する当期利益)÷期中平均発行済株式数(自己株式控除後)
 ※2018年度からは調整後営業利益を主要KPIから外した為、項目を削除しています。

2017年度 IFRS実績のアップデート

(単位: 億円)

	計画 (IFRS)	2018年度		2017年度 実績 (IFRS)
		前期比 (前期IFRSとの比較)		
即席めん事業	2,275	+54	+2.4%	2,221
日清食品	1,950	+40	+2.1%	1,910
明星食品	325	+13	+4.3%	312
低温事業	555	+12	+2.3%	543
菓子・飲料事業	440	+14	+3.3%	426
国内その他	40	▲1	▲2.5%	41
国内 計	3,310	+79	+2.4%	3,231
米州地域	650	+25	+3.9%	625
中国地域	420	+19	+4.7%	401
アジア地域	100	+8	+8.4%	92
EMEA地域	70	+11	+18.6%	59
海外 計	1,240	+62	+5.3%	1,178
連結売上収益	4,550	+141	+3.2%	4,409

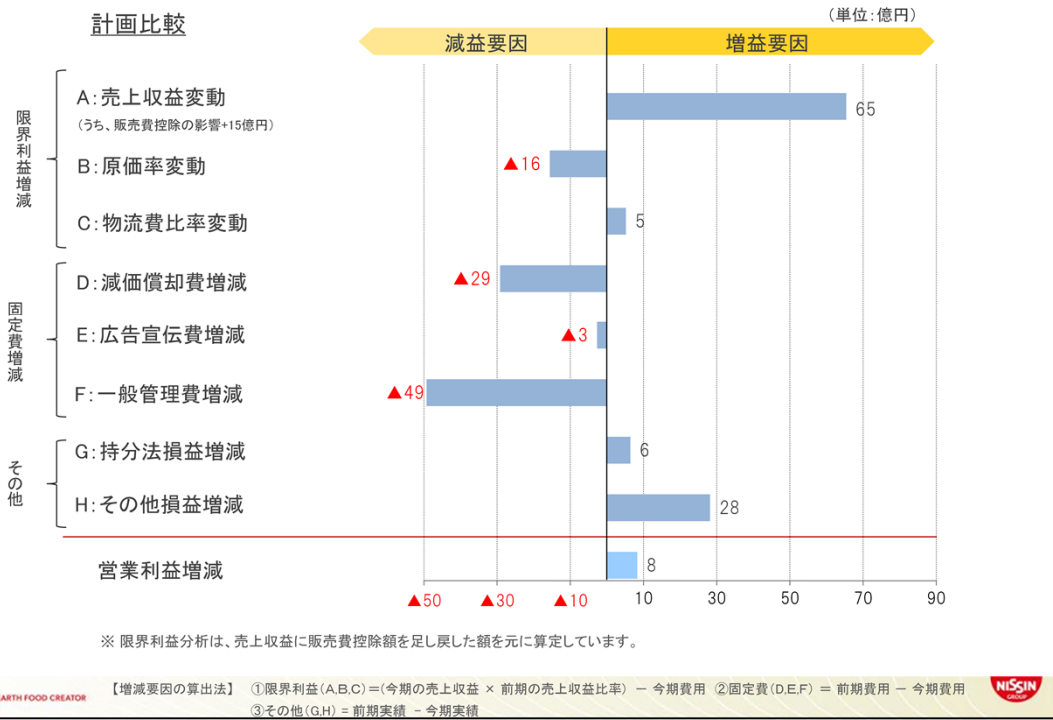
※中国地域の事業計画は日清食品ホールディングスが独自に設定した目標です。

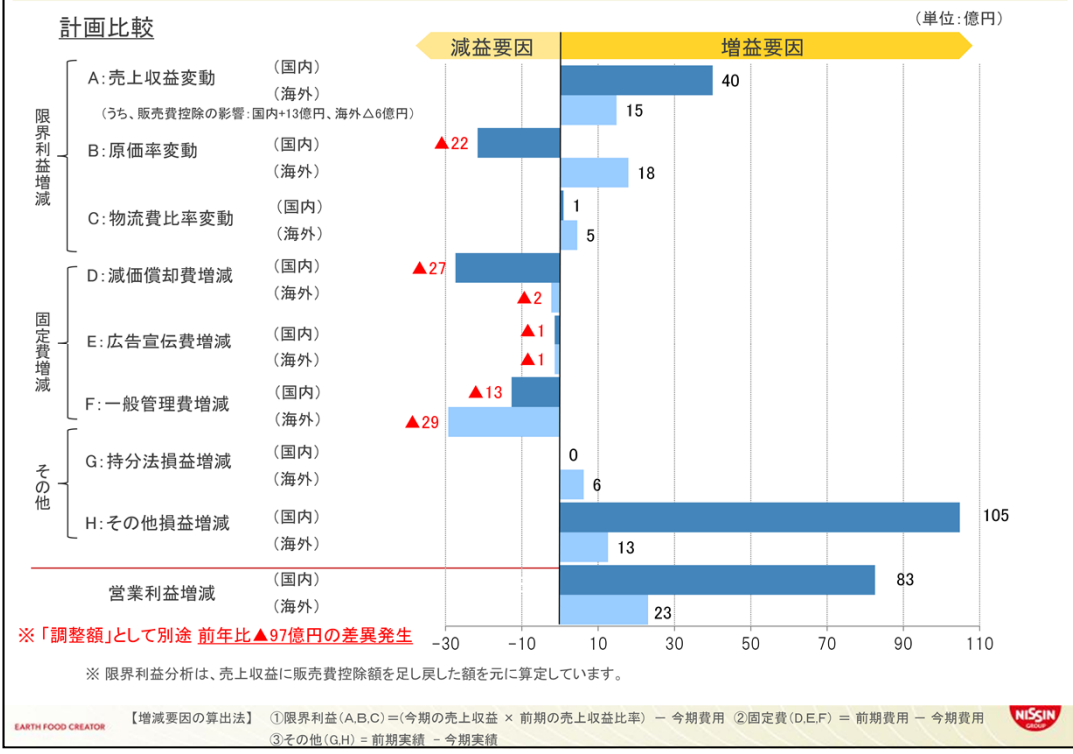
2017年度 IFRS実績のアップデート

(単位: 億円)

	計画 (IFRS)	2018年度		2017年度 実績 (IFRS)
		前期比 (前期IFRSとの比較)		
即席めん事業	273	+15	+5.7%	258
日清食品	253	+14	+5.9%	239
明星食品	20	+1	+3.9%	19
低温事業	22	+26	—	△4
菓子・飲料事業	26	+7	+33.9%	19
国内その他	50	+35	+231.8%	15
国内計	371	+83	+28.6%	288
米州地域	27	+3	+10.3%	24
中国地域	34	▲7	▲16.8%	41
アジア地域	14	+18	—	△4
EMEA地域	11	+9	+581.7%	2
海外計	86	+23	+36.6%	63
調整額・その他	△97	▲97	—	0
連結営業利益	360	+8	+2.3%	352

※中国地域の事業計画は日清食品ホールディングスが独自に設定した目標です。





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「決算説明会関連資料」に掲載しています。
<https://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、2018年4月1日～2019年3月31日を「2018年度」とします。
- 海外エリアは原則として、2018年4月1日～2019年3月31日を「2018年度」とします。
- 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。
- 中国地域の実績は、日清食品HDの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。また、中国地域の事業計画は日清食品ホールディングスが独自に設定した目標です。
- 「スライドNo.」は右上に付記しています。