

【日時】 2018年8月7日(火) 17:30~18:30

【説明者】 取締役・CFO / 横山之雄

Q: 米州地域の営業利益について、メキシコの増益、ブラジルの火災保険受取の影響を考慮すると、米国は赤字で10億円ほど減益になると思いますが、この認識はありますか。また、米国の回復の見通しを教えてください。米国の値上げ幅は何%か教えてください。

A: 米国の状況はお察しの通りよくない。物流費の高止まり、原材料や労務費の上昇が非常に大きく減益となった。各流通との値上げ交渉は進んでおり、一斉値上げとはいかないが早いところで7-8月から徐々に値段が上がっていくと考えている。値上げの交渉は、計画通りに進んでいると米国から聞いているが、今後、どのようなペースでこの効果が出てくるのかは注意深く見ていかなければいけないと思っている。また値上げ幅に関しては政策上、非開示としたい。

Q: 米国において、売価が厳しい状況である背景と、チャンネルミックスが悪化した背景について教えてください。米国の値上げに関して、質疑応答で慎重なトーンになっているので、本当のトーンがどうなっているのかを教えてください。また順調に値上げができれば、期初の利益計画にもっていけると考えているのか教えてください。

A: 米国では数量は伸びている。ミックスの悪化もあるが、純粋に売価が全体的に下がっている。安売りのチェーンの構成比率が上がっているというのも要因の一つと考えている。全チャンネルに対して我々は価格交渉を進めているが、当然のことながら、当初からダメだと思っているところはダメで、いけると思うところは交渉が進んで、当初の見込み通りと米国から報告を受けている。7月から値上げと案内をしているが、実際に値上げが実施できるのは8月以降で、そのスケジュールがどうなるかが影響すると考えている。値上げが予定通り実施できれば、期初の利益計画通りの着地ができると見ている。

Q: 米国の即席めん市場が数量ベースではそれほど悪い訳ではないと思っています。競争環境が強まる中で、単価の引き下げ要求が強いのか、単価が下がっている理由を教えてください。

A: 競争環境で単価が下がってきている。あとは、全体のボリュームを出す上で、単価が低いチャンネルの構成比が上がったというのも背景にある。それを今後どのようにコントロールしていくかがポイントになると思っている。

Q: 米国の値上げに関して、値上げの時期として適していると判断された理由を教えてください。値上げが浸透すれば、期初の利益計画をほぼ達成できる値上げ幅設定なのか聞かせてください。

A: 値上げについては、前期の後半から計画を策定し、流通への案内は5月から始めている。全ての流通と交渉がうまくいくとは考えていませんが、当初設定した計画通りには交渉が進むと思っている。今後、どのようなスピードで、どれくらいの範囲で値上げが浸透できるか注意深く追っていかないといけないと思っている。また、今回の値上げ幅は事業計画での利益目標を達成できるように計算し設定しているが、8月、9月で、値上げの効果がどのくらい出てくるか、また、「Very Veggie」等の高付加価値商品がどれくらい伸びてくるかが鍵だと思っている。

Q: 米国に関して、今までも値上げの話が何回か出てきていたと記憶しているが、第2弾のものなのか、当初予定の値上げなのか教えてください。

A: 米国の値上げは、久しぶりの実施です。値上げは前期に計画をして、2018年5月に流通などへアナウンスを開始し、7-8月から値上げを順次開始している状況です。

Q: 米国は足元が赤字となっており、今年だけの話ではないと思いますが、将来に向けてどのような対応をとっているのか教えてください。

A: 高付加価値商品を出していくことだと思う。「RAOH」、「CUP NOODLES Very Veggie」、日本スタイルの「カップヌードル」を出しており、着実に手ごたえを感じている。利益体質、しっかり稼げる体質をつくっていくことが大事。米国でのラーメンブームの中で、付加価値の高い、しっかりとした質のあるものをどうやって訴求できるか、それについては立ち上がりで手ごたえを感じているので、これらをどれだけ伸ばせるかが重要です。

Q: ブラジルの第1四半期の売上が14%増でしたが、4月実施の値上げ効果と、今後の成長の継続性についてコメントをお願いします。

A: ブラジルは数量で前年同期比10%成長、OPMは2桁前半で着地した。経済が回復し、店頭販促やイベントなどのプロモーションの効果と、値上げが順調に進んだことで、非常にいい結果につながった。カップヌードルも新フレーバーを投入し販売数量が伸びている。5月にはトラックストライキがあったが、それを凌駕して販売を伸ばしている。ブラジルはエリアごとに経済状況が違う。北部は経済がよくないので廉価版を売っているが、南部・南西部では経済状態の回復もよく、順調に伸ばせしていけると思っている。レアルが円貨ベースではぶれるが、現地通貨ベースでは好調に伸びている。

Q: 日清食品、アメリカ、メキシコ、ブラジル、香港、大陸（中国）について、第1四半期の販売数量の伸びを教えてください。

A: 販売数量の伸びは非開示です。日清食品は数%の伸びです。米国も同様です。メキシコはちょうど2桁台、ブラジルも同様です。中国は大陸が1桁の半ば、香港が1桁前半の伸びです。

Q: 海外に関して第1四半期は計画に対してどのように評価されているか教えてください。また、アジア、EMEAは第1四半期で立ち上がりが遅いように思いますが、海外の計画がラインに乗ってくるタイミングを教えてください。

A: 中国は予定通りのイメージで、今後も予定通りに進むと考えている。

アジアは、インドネシアは新商品が発売されるまでのアイドリング期間で売りが弱いですが、インド、タイ、その他は、順当にきていると思っている。インドネシアは新製品が発売されれば問題ない。海外の計画がラインに乗るタイミングですが、アジア全体が黒字になるということであれば、中計最終年度ぎりぎりまでかかる可能性もありますが、タイが順調なので、少し早まる可能性もあると思っている。アジアはこの1-2年で目途がたつと思っている。

EMEAはハンガリー工場の立ち上げの遅れがありましたが、今は落ち着いたので順調に伸ばせていけるとしている。また、新しい現地の社長も頑張っているので、期待している。計画対比では比較的順調に回復している。

Q: 国内は問題がない一方で、海外はアジアやEMEAが遅いかなと思うものの、米国以外はインラインという認識でよいか教えてください。

A: 国内は問題ない。海外も米国以外は順調です。米国の値上げとその浸透が大きな課題と認識している。

Q: 日清食品が増益で着地した理由を教えてください。また、他の事業が下振れても、日清食品でカバーできるといったような、増益が今後も継続していくイメージがあれば教えてください。

A: 非常にマーケティングがうまくいっている。販売費をコントロールしながら、売上を伸ばせている。日清食品では、「カップヌードル」、「どん兵衛」等、利益率の良い商品がしっかり伸びているし、明星食品も「一平ちゃん夜店の焼きそば」シリーズがしっかり伸びおり、利益率を高くキープできている。この流れを維持していきたいと考えている。

Q: 「国内その他」の利益が、第1四半期は52億円の不動産売却益がでており、年間の計画と照らし合わせると、今後売却損が18億円程計上されると思うのですが、発生するタイミングを教えてください。また、償却費が今後増えてくることですが、第2四半期だけを切り取ると減益の見通しとしているのか教えてください。

A: 従来であれば、特損は第4四半期にでることが多く、今期も後半に多くなると思うが、一概に言えない。償却費については、8月に関西工場が稼働するので、そこから減価償却費が発生する。したがって、第2四半期からコストが上がってくるだろうと考えている。また、利益は第2四半期の売上と関連するので、8月はチキンラーメンの誕生日、9月のカップヌードルの誕生日等で、どれだけ伸ばせるかがポイントだと思っている。

Q: 8月に日清食品の関西新工場が立ち上がる予定ですが、立ち上げは順調なのか教えてください。また、何らかのリスクを考えておくべきかどうかも教えてください。通年で日清食品は、下半期から固定費が上がっても増益となるために、どのような条件をイメージしておけばいいのか教えてください。

A: 立ち上がりは順調です。私も新工場を見てきたが、オートメーション化が進んでおり、こんなところも人が要らないのかという感じで、順調に立ち上がってくれるものと思っている。立ち上げのリスクについては、いろいろ調整が必要で、センサーが連動して動くか、ずっとテストしているが、常に心配している。前にも話したが、日清食品はJ-GAAPでは減益計画。今年は60周年ということもあり、売りを伸ばして、いかにこの幅を縮めていけるか、今後も各ターゲット層に対していろいろなマーケティング手法を使って、しっかり伸ばしていくことを考えている。前年の第4四半期に今回の関西新工場を新設するために旧工場の減損を計上しており、今期はその反動がありIFRSではプラスになると思う。

Q: 関西新工場では人が減ると伺っている。営業施策やオペレーションの改革などで、下半期に効果が出てくるのか教えてください。

A: 実際には完全稼働までには3期ある。今回、第3期ある稼働の中での第1期の稼働となるので、効果が出てくるとまではいえないと思っている。効果は第3期の稼働が順調に立ち上がってからだと思う。

以上