

2019年3月期  
第3四半期決算報告  
(2019年2月5日)

---

 **日清食品ホールディングス株式会社**  
(2897)

EARTH FOOD CREATOR



- CFO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当社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「2019年3月期 第3四半期決算短信[IFRS](連結)」、「2018年度(2019年3月期)第3四半期累計(9か月)決算 補足資料」、「2019年3月期第3四半期決算報告」をご用意ください。
- それでは、主に「第3四半期決算報告」を使いまして、当期の業績について、お話ししますので、よろしく願いいたします。

2018年度  
経営方針

**即席めん誕生60周年の節目にさらなる飛躍を目指す！**

- 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
- 「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
- 海外：カップヌードル戦略を基軸に、世界を沸騰させる
- 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

第3四半期  
の  
振り返り

連結：増収・減益(営業利益、親会社の所有者に帰属する四半期利益)

国内：増収・増益

- ・ 日清食品：誕生から60年を迎えたチキンラーメンを筆頭に主要ブランドが売上に牽引し増収。原材料コストの増加、関西工場の第1期稼働による償却費増の影響等もあり減益。
- ・ 明星食品：カップめんは夜店の焼そば、袋めんは中華三昧が好調で増収、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のグループ子会社の減益もあり微減益。
- ・ 菓子・飲料事業：シスコは前年の水準に売上回復、ぼんち増収、ヨーク減収。営業利益はセグメント全体で増益。
- ・ 国内その他：不動産売却益を計上。

海外：増収・減益

- ・ 米州地域：現地通貨ベース売上ではブラジル、メキシコ大幅増収、米国増収。円貨では為替影響を受け微増収。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(前期)の反動、レアル安の影響もあり大幅減。
- ・ 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、前期の固定資産売却益計上の反動で減益。
- ・ アジア地域：タイ、インド、ベトナムが貢献し増収。営業利益は全地域で前期実績を上回り、持分法による投資利益増も貢献し増益。
- ・ 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があったものの増益。

調整額等：減益

- ・ 前期第4四半期で発生した企業結合による持分変動調整が、IFRS適用に伴い前期第3四半期に組み入れ。

国内事業は即席めん事業、低温事業が売上増に貢献、営業利益は関西工場の稼働による償却費増はあったものの不動産売却益の計上で増益。海外事業は特に米国におけるコスト構造の激変の影響もあり増収減益。米国では現在値上げの浸透を図っている。引き続き、各事業・地域ともに環境変化に対応していくことで期中計画の達成を目指す。

第3四半期  
総括

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。
- ・ 第3四半期の連結業績は、グループ全体で増収減益となりました。
- ・ 国内は、即席めん事業・低温事業を中心に増収となり売上に牽引しました。利益面については、原材料コスト・物流コスト増に加え、日清食品の関西工場の第1期分が稼働したことで減価償却費は増大しましたが、売上増による増収効果、固定資産売却益の計上などもあり増益で着地しました。
- ・ 海外は特に欧州地域、ブラジル・メキシコといった中南米、アジア地域の売上が好調に推移したものの、米国におけるコスト増、前期に計上した中国の固定資産売却益やブラジルの保険金の受取の反動もあり、海外全体では増収減益となりました。
- ・ また、前期には日本会計基準で企業結合による持分変動調整で44億円の特別利益を第4四半期に計上しましたが、これがIFRS適用に伴い、前期第3四半期の収益に組み入れたことで、連結調整後、その差が大きな減益要因となりました。

(単位: 億円)

	2018年度			2017年度
	第3四半期	前期差異	前期比	第3四半期
売上収益	3,368	+69	+2.1%	3,298
営業利益	348	▲12	▲3.3%	359
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	247	▲43	▲14.9%	290
営業利益率	10.3%	▲0.6pt	/	10.9%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	7.3%	▲1.5pt		8.8%

引き続き、期初計画の達成を目指す。

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- スライド2をご覧ください。第3四半期の実績サマリーになります。
- 売上収益は、前期比69億円増収の3,368億円となりました。
- 営業利益は、前期比12億円減益の348億円で着地しました。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前期比43億円減益の247億円で着地しました。

## セグメント別 売上収益実績

3

(単位:億円)

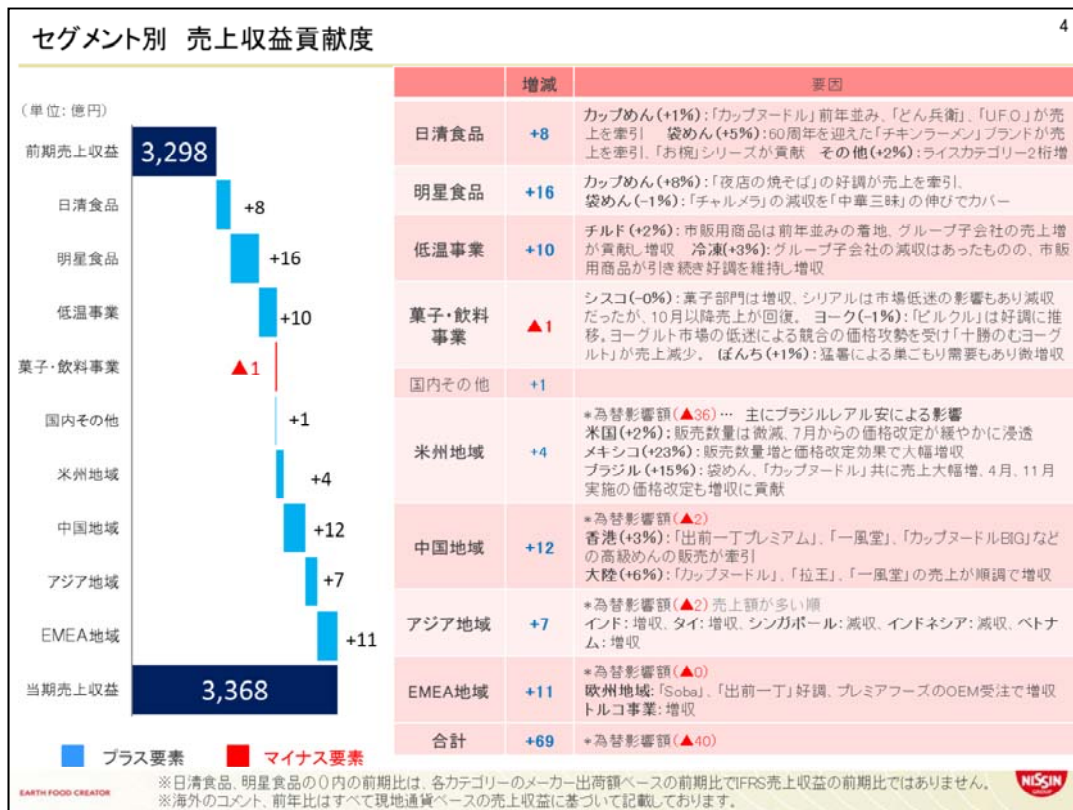
	2018年度			2017年度 第3四半期
	第3四半期	前期差異	前期比	
即席めん事業	1,703	+24	+1.5%	1,679
日清食品	1,455	+8	+0.6%	1,447
明星食品	249	+16	+7.1%	232
低温事業	420	+10	+2.5%	410
菓子・飲料事業	321	▲1	▲0.3%	322
国内その他	31	+1	+1.9%	31
<b>国内計</b>	<b>2,476</b>	<b>+35</b>	<b>+1.4%</b>	<b>2,442</b>
米州地域	460	+4	+0.9%	456
中国地域	303	+12	+4.2%	291
アジア地域	76	+7	+10.0%	69
EMEA地域	52	+11	+28.6%	40
<b>海外計</b>	<b>891</b>	<b>+35</b>	<b>+4.1%</b>	<b>856</b>
<b>連結売上収益</b>	<b>3,368</b>	<b>+69</b>	<b>+2.1%</b>	<b>3,298</b>

※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。セグメント別売上収益実績の情報です。
- 国内が35億円増収の2,476億円、海外が35億円増収の891億円で着地しました。



- ・ スライド4をご覧ください。各セグメントの詳しい売上収益の増減要因を記載しております。
- ・ 日清食品の売上収益は、前期比8億円の増収の1,455億円となりました。60周年を迎えた「チキンラーメン」を筆頭に、「どん兵衛」、「U.F.O.」などが前期実績を上回り、カップめんでは前期比+1%、袋めんでは前期比+5%で着地しました。袋めんの伸びの原動力は「チキンラーメン」ブランドの大幅成長と「お椀」シリーズの純増によるものです。その他カテゴリーでもライスカテゴリーが2桁増だったこともあり+2%成長となりました。
- ・ 明星食品は、16億円増収の249億円となりました。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、オープンプライス商品やCVS向けPB/留型商品が伸長し、前期比+8%で着地しました。袋めんは、前期好調だった「チャルメラ」の減収を「中華三昧」の強化でカバーし、前期に近い売上で着地しました。
- ・ 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、グループ会社の伸びが貢献し増収で着地しました。冷凍事業は引き続き市販用商品が牽引し増収となりました。その結果、このセグメントの売上収益は10億円増収の420億円となりました。
- ・ 菓子・飲料事業は、日清シスコが上期減収でしたが、シリアル事業が増収基調に転じ前期の売上水準にほぼ戻しています。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を受け全体では減収となりました。ぼんちは、上期の貯金を生かし増収となりました。この結果、このセグメントの売上収益は1億円減収の321億円となりました。
- ・ 米州地域は、4億円増収の460億円となりました。為替の影響36億円を考慮した実質的な伸びは41億円となります。
- ・ 米国は数量ベースではわずかに前期を下回りましたが、価格改定が緩やかに浸透し金額ベースでは前期比+2%で着地しました。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+23%の大幅増収となりました。ブラジルは、袋めんの売上増、「カップヌードル」の市場浸透に加え、4月、11月に実施した価格改定効果もあり、+15%の増収となりました。
- ・ 中国地域は、12億円増収の303億円となりました。為替影響2億円を考慮した実質的な伸びは14億円でした。香港では「出前一丁プレミアム」、「一風堂」、「カップヌードルBIG」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+6%の増収となりました。
- ・ アジア地域は、7億円増収の76億円となりました。為替影響2億円を考慮した実質的な伸びは9億円でした。アジア地域では、インド、タイの売上の伸びが好調です。ベトナムも規模は小さいながら増収となりました。一方、シンガポールは明星ブランドが売上を落とし微減収でした。また、インドネシアは遅れていた商品のリニューアル発売もあり減収幅が縮小しました。

(次ページにつづく)


## セグメント別 営業利益実績

5

(単位: 億円)

	2018年度			2017年度 第3四半期
	第3四半期	前期差異	前期比	
即席めん事業	239	▲5	▲1.9%	243
日清食品	218	▲8	▲3.6%	226
明星食品	21	+4	+19.8%	18
低温事業	17	▲1	▲3.2%	17
菓子・飲料事業	21	+1	+2.8%	20
国内その他	64	+52	+436.2%	12
国内計	341	+48	+16.2%	293
米州地域	△1	▲25	-	23
中国地域	24	▲3	▲12.4%	27
アジア地域	19	+13	+222.6%	6
EMEA地域	7	+6	+461.1%	1
海外計	49	▲9	▲16.0%	58
その他連結調整	△2	▲46	-	43
グループ関連費用	△39	▲4	-	△35
連結営業利益	348	▲12	▲3.3%	359

※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 

(前ページからのつづき)

- EMEA地域は、11億円増収の52億円となりました。為替影響は軽微でした。欧州地域は、「Soba」、「出前一丁」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、48億円増益の341億円で着地しました。今期、不動産売却益を52億円計上しており、その影響を引くと4億円の減益となります。
- 海外は、9億円減益の49億円で着地しました。
- 調整額として、グループ間調整費が-4億円、企業結合による持分調整による利益44億円を前期第3四半期に組み入れた反動などで、その他調整額が46億円の減益要因となりました。
- 最終的な営業利益は結果として、12億円減益の348億円となりました。



- 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。
- 日清食品は、原材料コスト・物流コストの増加に加え、第3四半期から関西工場の償却費増が加わっています。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・一般管理費の減少もありましたが、8億円減益の218億円の着地となりました。
- 明星食品は、資材価格、物流費の上昇による費用の増加はありましたが、増収効果に加え、拡販費の効率的な使用や販管費の節減により4億円増益の21億円の着地となりました。
- 低温事業は、日清食品チルドが、原材料コスト・物流コスト増の影響を受けたものの、グループ子会社の増益もあり微増益で着地しました。日清食品冷凍は引き続き市販冷食が売上増による増益を達成しましたが、グループ子会社の減益が影響し、微減益となりました。このセグメントの営業利益はわずかに前期を下回り17億円で着地しました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコがチョコフレーク、コーンフレーク、サブレの販売好調に支えられ増益となりました。日清ヨークは減収となったものの、コスト構造の見直しもあり微増益、ぼんちは山形工場の稼働による償却費増もあり減益となりました。また持分法による投資損益が前期比1億円強の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1億円増益の21億円となりました。
- 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52億円増益の64億円の営業利益となりました。
- 米州地域は、25億円減益で1億円の赤字となりました。為替の影響も3億円マイナスに影響しました。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、7月から価格改定も徐々に浸透している状況です。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、売上は大きく伸びたものの、昨年の火災保険受取の反動、原材料相場高、物流コスト増等もあり、減益となりました。11月からは袋めんの再値上げを進めています。
- 中国地域の営業利益は、3億円減益の24億円となりました。前期第3四半期に上海工場の売却益が出ていますので、その影響等を差し引くと増益となります。

(次ページにつづく)

営業利益の主な差異要因(非経常損益の影響)

7

(単位:億円)

	2018年度 第3四半期	2017年度 第3四半期	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	218	226	▲ 8	▲ 1	
明星食品	21	18	+4	+2	
低温事業	17	17	▲ 1	+1	
菓子・飲料事業	21	20	+1	+0	
国内その他	64	12	+52	+53	(18年度)不動産売却益+52 他
<b>国内計</b>	<b>341</b>	<b>293</b>	<b>+48</b>	<b>+55</b>	
米州地域	△ 1	23	▲ 25	▲ 5	(17年度)火災保険受取+4 他
中国地域	24	27	▲ 3	▲ 5	(17年度)固定資産売却益+7 他
アジア地域	19	6	+13	+4	(18年度)固定資産売却益+3 他
EMEA地域	7	1	+6	+4	(17年度)固定資産売却損-5 他
<b>海外計</b>	<b>49</b>	<b>58</b>	<b>▲ 9</b>	<b>▲ 2</b>	
その他連結調整	△ 2	43	▲ 46	▲ 45	(17年度)企業結合による持分変動調整+44 他
グループ関連費用	△ 39	△ 35	▲ 4	+0	
<b>連結営業利益</b>	<b>348</b>	<b>359</b>	<b>▲ 12</b>	<b>+8</b>	

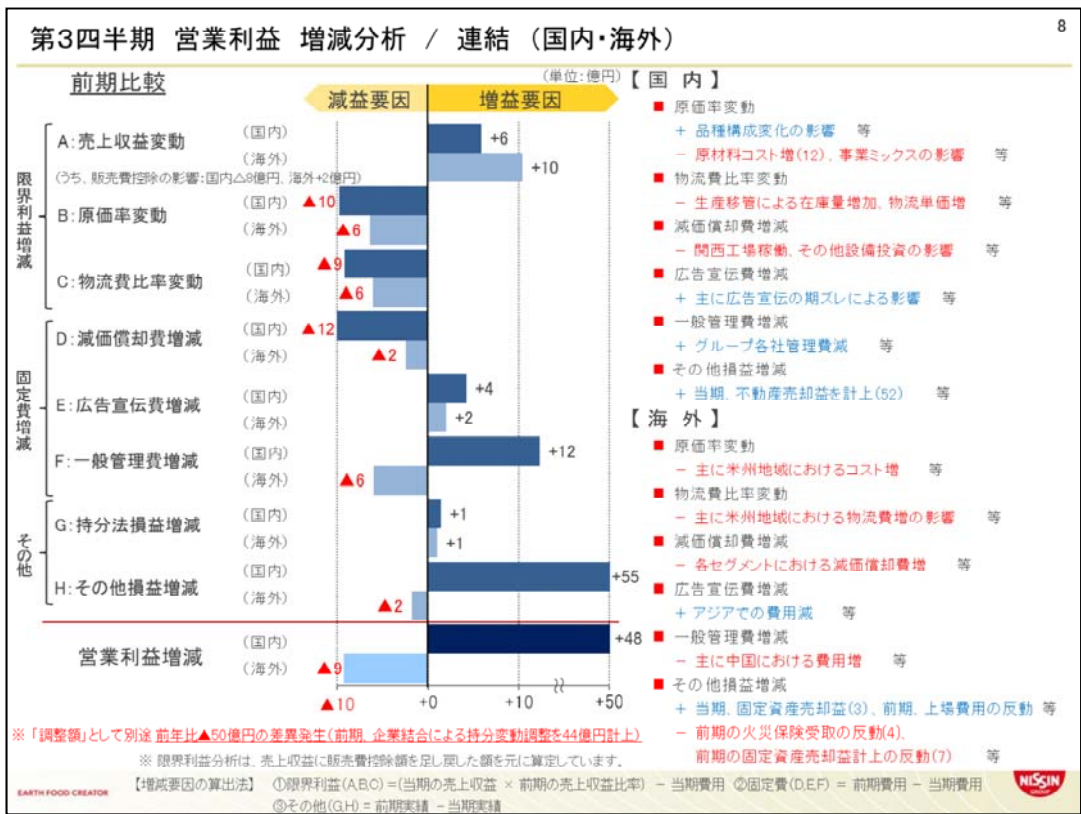
EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

(前ページからのつづき)

- アジア地域は、13億円増益の19億円で着地しました。為替影響 +1億円の影響を考慮すると実質的に12億円の増益です。タイでは売上増、工場の稼働の安定により増益、シンガポールも固定資産の売却益もあり増益です。また、ベトナム、インドネシア、インドでは赤字幅が着実に縮小しています。そこに、持分法による投資利益が、5億円加わっています。
- EMEA地域は、6億円増益の7億円となりました。為替の影響はほぼありません。
- 欧州では売上増により増益となり、またトルコは前期の固定資産売却損の影響がプラスに働きました。一方で持分法による投資損失が4億円ほど発生しています。
- スライド7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。
- この四半期で新たに損益に影響している項目は、前期発生した中国の固定資産売却益と、EMEAの固定資産売却損です。





- 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。
  - 売上収益変動増により6億円の利益増となりました。
  - 原価率変動では10億円の費用増となっています。国内グループの原材料コストが12億円強増えたことが主要因です。
  - 物流費比率の変動による影響は9億円の費用増となっています。チルド物流のコストが上がっているのに加え、昨年の自然災害の影響と、その後の配送費の高止まりが影響しています。
  - 減価償却費は、12億円の費用増となりました。日清食品の関西工場の1期工事が完了し、10月から稼働しました。また、ぼんちの山形工場も稼働したことが主な増加要因です。
  - 広告宣伝費は、4億円の費用減となっていますが、通期全体の広告宣伝費は前期比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、12億円の費用減となっています。主に日清食品とホールディングスの費用が減少しています。
  - その他損益増減で、55億円の利益増になっていますが、これはすでに説明しております不動産売却益52億円の影響が大半を占めています。
- 
- 続いて、海外についてご説明いたします。
  - 売上収益が増加した影響で、10億円の利益増となりました。
  - 原価率変動による影響は、6億円の費用増になっています。これら増加の主要因は米国を中心とした米州地域の原材料コスト増、製造コスト増の影響です。
  - 物流費比率の上昇による費用増は6億円ですが、これも米国を中心とした米州地域における物流費増が主要因です。

(次ページにつづく)

# APPENDIX

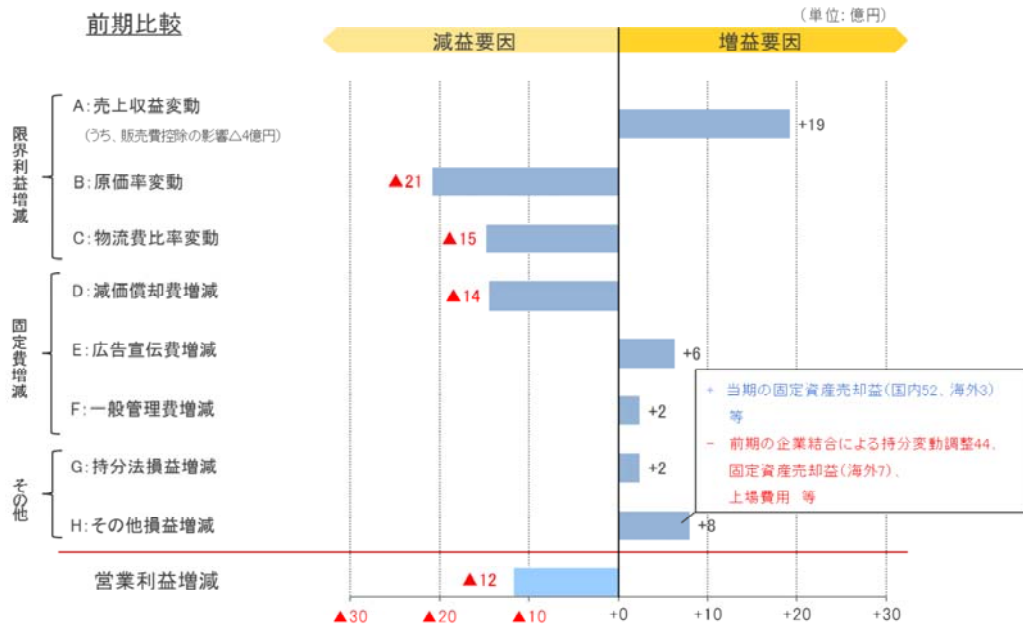
EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

(前ページからのつづき)

- 減価償却費の2億円の費用増は、海外各事業の細かい積み上げによるものです。
- 広告宣伝費の2億円の費用減は、主にアジア地域での費用減です。
- 一般管理費では6億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。
- その他損益増減で2億円の費用増となっていますが、細かい要因はグラフ横のコメントをご確認ください。
- また、グラフには示されていませんが、調整額として50億円の費用増が発生しています。前期発生しました企業連結による変動調整による利益44億円が、全体調整されておりますので、ご注意ください。
- 最後に、本日、日清食品が価格改定の発表をしました。6月1日の出荷分から4%~8%の値上げを実施することになりましたので、ご案内申し上げます。
- 以上にて、2019年3月期 第3四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。

第3四半期 営業利益 増減分析 / 連結 (グループ全体)



EARTH FOOD CREATOR

【増減要因の算出法】 ①限界利益(A,B,C) = (当期の売上収益 × 前期の売上収益比率) - 当期費用 ②固定費(D,E,F) = 前期費用 - 当期費用 ③その他(G,H) = 前期実績 - 当期実績



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。

- 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HDが独自に設定した目標です。



日清食品ホールディングス株式会社