


2020年3月期
第1四半期決算報告
(2019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「2020年3月期 第1四半期決算短信[IFRS]（連結）」、「2019年度（2020年3月期）第1四半期決算 補足資料」、「2020年3月期 第1四半期決算報告」をご用意ください。
- 主に「第1四半期決算報告」を使いまして、当期の業績についてお話ししますので、よろしくお願いたします。

エグゼクティブサマリー		1
2019年度 経営方針	<p>環境変化に対応した施策を確実に執行し収益力の強化に努める</p> <p>国内：価格改定でコスト増の向かい風を跳ね返し収益基盤の安定化を図る 独創性の高いブランド戦略で売上拡大と利益創出を目指す 関西工場(日清食品)の生産性向上を早期実現し、将来の利益の礎とする</p> <p>海外：米国における構造改革(価格改定、コスト削減、商品ポートフォリオの見直し)を断行し、早期に利益改善を すすめる 中国における安定的な成長を継続する インド、インドネシアの早期黒字化を目指し、ブランド強化と収益力の強化に取り組む</p> <p>全体：グループを挙げてコスト削減に取り組み、経営基盤の強化に努める</p>	
第1四半期 の 振り返り	<p>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) ※前期第1四半期に計上した固定資産売却益の影響を除外と増益</p> <p>国内：微減収・減益</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 即席めん事業：6月の価格改定実施と販促のコントロールによる数量減はあったが、4月・5月の販売増もあり、日清食品・明星食品共に増収。原材料費・物流費の上昇に加え、日清食品関西工場稼働による償却費増が影響し減益。売上・利益ともに期初計画の想定内で着地。 ・ 低温事業・菓子・飲料事業：微減収・微減益。緩やかなスタートとなった。 ・ 国内減益の要因として前期第1四半期で計上した固定資産売却益52億円の影響が大きい。 <p>海外：増収・増益</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 米州地域：米国事業の業績回復。ブラジル事業、メキシコ事業の好調が続き、大幅増収、大幅増益。 ・ 中国地域：増収増益。特に大陸における増収が利益増に貢献。 ・ アジア地域：特にタイ・インドネシアが貢献し増収。営業利益は特にタイ・インドネシアが貢献し増益。持分法による投資利益増も増益に貢献。 	
第1四半期 総括	<p>連結全体では業績是好調。 国内事業は価格改定の浸透が予定通り進んでいる。6月は価格定着のため販促を抑えているが、第2四半期以降は 新特売価格での販促を進め数量の回復を目指す。 海外は主要事業を中心に好調。</p>	

- ・ 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、環境変化へ迅速に対応し、必要な施策を確実に執行することで収益力の強化により業績のV字回復に努めております。
- ・ 国内即席めん事業においてはコスト増への対応策として6月に価格改定を実施しました。これにより一層の収益基盤の安定化を図ってまいります。第1四半期は増収減益の着地となりましたが、期初計画の想定内で着地しております。
- ・ 海外は米国の業績回復、中国、ブラジルの安定的な成長に加え、アジア地域の業績改善を目指しております。懸案の米国事業は前期第4四半期に続いて黒字で着地しております。
- ・ 連結全体の第1四半期の業績は、増収減益となりましたが、前期の第1四半期に計上した固定資産売却益の影響を差し引くと増益となっており、連結全体としては業績是好調に推移しています。

(単位：億円)

	2019年度			2018年度 第1四半期
	第1四半期	前期差異	前期比	
売上収益	1,059	+25	+2.4%	1,034
営業利益	86	▲42	▲32.8%	128
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	58	▲25	▲29.9%	83
営業利益率	8.1%	▲4.3pt	/	12.4%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	5.5%	▲2.5pt		8.0%

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25億円増収の1,059億円となりました。
- 営業利益は、前期に不動産売却益52億円を計上したため、今期は前期比42億円減益の86億円で着地しました。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前期比25億円減益の58億円で着地しました。

セグメント別 売上収益実績

3

(単位：億円)

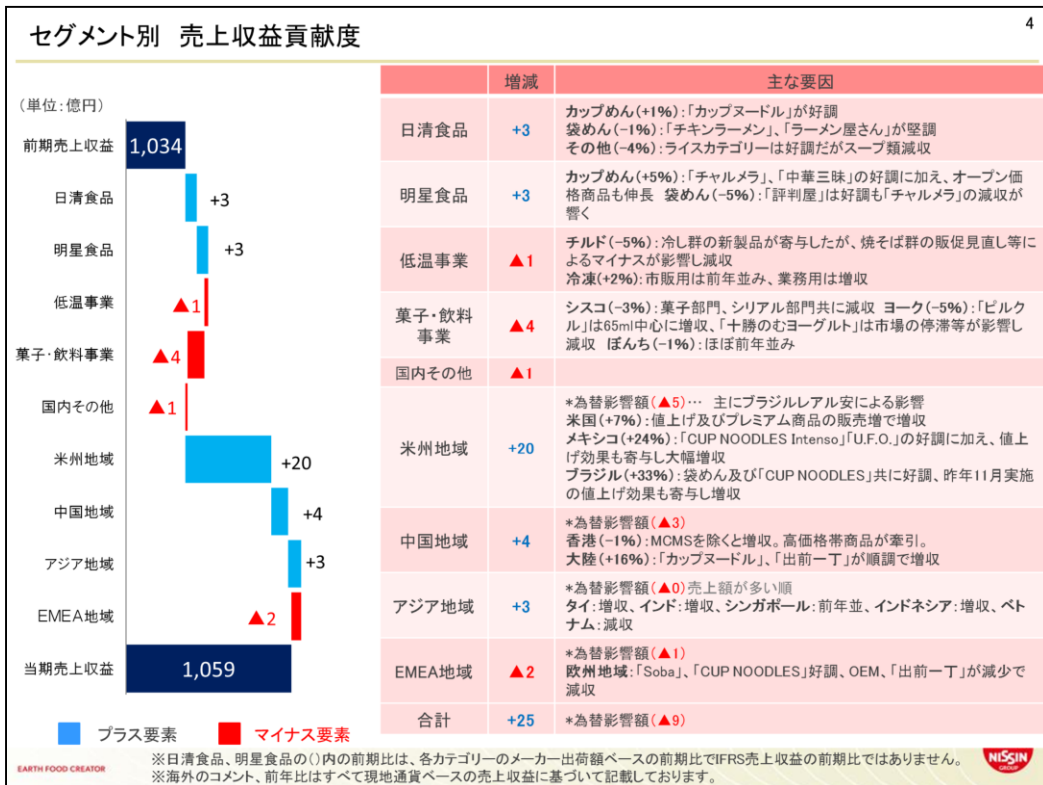
	2019年度			2018年度 第1四半期
	第1四半期	前期差異	前期比	
即席めん事業	518	+5	+1.0%	513
日清食品	434	+3	+0.6%	431
明星食品	84	+3	+3.2%	81
低温事業	136	▲1	▲0.6%	137
菓子・飲料事業	105	▲4	▲3.6%	109
国内その他	10	▲1	▲5.7%	10
国内 計	769	▲0	▲0.0%	769
米州地域	151	+20	+15.5%	131
中国地域	96	+4	+4.4%	92
アジア地域	27	+3	+12.3%	24
EMEA地域	15	▲2	▲13.1%	18
海外 計	290	+25	+9.4%	265
連結売上収益	1,059	+25	+2.4%	1,034

※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。
- 国内が前年比横ばいの769億円、海外が25億円増収の290億円で着地しました。
- 為替の影響を除くと34億円の増収となります。



- 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434億円と前期比3億円の増収となりました。カップめんでは主力ブランドの「カップヌードル」、「U.F.O.」が好調で、前年比+1%で着地しています。袋めんは、「チキンラーメン」、「ラーメン屋さん」ブランドが堅調だったものの、袋めん全体としては前年比-1%で着地しました。その他カテゴリーは「カレーメシ」などのごはん類は好調であったものの、スープ類と合わせると減収で着地しています。
- 明星食品は、84億円と前期比3億円の増収となりました。カップめんでは「チャルメラ」、「中華三味」に加えてオープン価格商品も好調で、前年比+5%の着地となりました。一方で袋めんは、「評判屋」が好調であったものの「チャルメラ」の減収が響き、袋めん全体としては前年比5%の減収で着地しています。
- 低温事業は、チルド事業で6月、7月の天候の影響で冷し中華などが不調でした。また、焼そば群の販促の見直しにより5%の減収で着地しました。冷凍事業は市販用は前年並み、業務用は増収となり、2%の増収となりました。この結果、このセグメントの売上は136億円となり1億円の減収となりました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコが菓子、シリアル事業ともに減収となりました。日清ヨークは、基幹ブランドの「ピルクル」の売上は順調であったものの、「十勝のむヨーグルト」が市場の停滞等が影響し、全体としては5%の減収となりました。
- ぼんちは、ほぼ前年並みで着地しており、セグメント全体としては4億円減収の105億円で着地しています。
- 米州地域は、20億円増収の151億円となりました。為替の影響5億円を差し引いた実質的な伸びは25億円となります。米国は値上げ及び高価格帯であるプレミアム商品の販売数量が伸び増収。メキシコは「CUP NOODLES Intenso」、「U.F.O.」の好調に加え、値上げ効果も寄与し大幅増収。ブラジルは袋めん及び「CUP NOODLES」共に好調。昨年11月実施の値上げ効果も寄与し増収で着地しています。
- 中国地域は、4億円増収の96億円の売上となりました。為替影響3億円を差し引いた実質的な伸びは7億円でした。香港は1%の減収ですが、卸売り事業のMCMSを除くと増収。高価格帯商品の販売が牽引しています。大陸では「カップヌードル」、「出前一丁」などの主力商品の販売が順調で増収で着地しています。(次ページにつづく)


セグメント別 営業利益実績

5

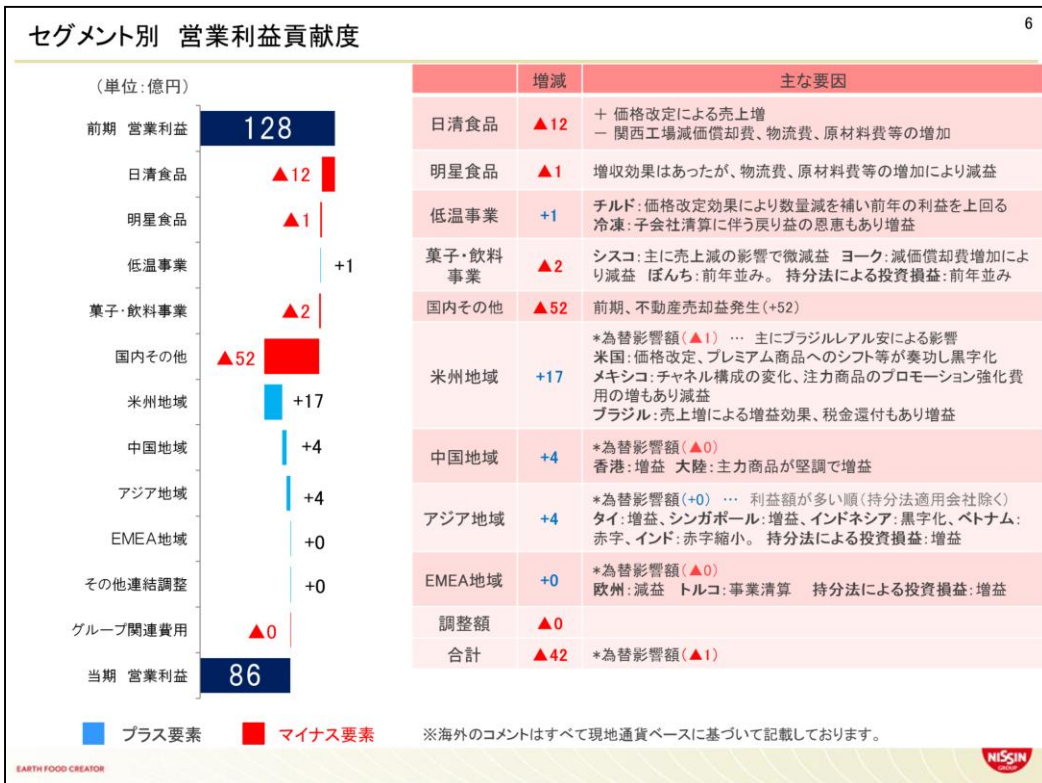
(単位：億円)

	2019年度			2018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	53	▲13	▲20.3%	66
日清食品	47	▲12	▲20.6%	59
明星食品	6	▲1	▲18.5%	8
低温事業	7	+1	+8.6%	7
菓子・飲料事業	6	▲2	▲22.3%	8
国内その他	3	▲52	▲95.3%	55
国内計	69	▲67	▲49.4%	135
米州地域	14	+17	-	△3
中国地域	8	+4	+102.4%	4
アジア地域	8	+4	+74.7%	5
EMEA地域	2	+0	+13.6%	1
海外計	32	+25	+347.0%	7
その他連結調整	△1	+0	-	△1
グループ関連費用	△13	▲0	-	△13
連結営業利益	86	▲42	▲32.8%	128

※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 

- アジア地域は、3億円増収の27億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、特にタイでの10パーツ袋めん商品が引き続き好調でアジア地域を牽引しています。インドでは営業体制強化の効果もあり、袋めん・「カップヌードル」とともに好調で増収に貢献しました。シンガポールは前年並みでした。またインドネシアでは「Nissin Ramen」や「U.F.O.」が販売数量増加に貢献したことで増収となっています。
- EMEA地域は、2億円減収の15億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1億円の減収となります。欧州地域は、「Soba」、「CUP NOODLES」が引き続き好調となっています。一方で「出前一丁」や英国向けOEMが減少したことで、減収で着地しています。
- 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、67億円減益の69億円で着地しました。この中には特殊要因として前期の第1四半期に計上した不動産売却益52億円と、今期に計上している関係会社の清算に伴う戻り益5億円が含まれています。
- 海外は、25億円増益の32億円で着地しました。
- 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86億円が、当第1四半期の四半期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。
- ・ 日清食品は、6月からの価格改定による売上増からくる増収効果はあったものの、関西工場の減価償却費、物流費、原材料価格の高騰などの減収要因が上回り、12億円減収の47億円の営業利益となりました。
- ・ 明星食品も同様に価格改定による増収効果はあったものの、物流費、原材料価格の高騰により1億円減収の6億円となりました。
- ・ 日清食品、明星食品共に6月の価格改定により、今後の収益改善を図ります。
- ・ 低温事業は、チルド事業が価格改定効果もあり増収となりました。冷凍事業は子会社清算に伴う戻り益の影響もあり増収、セグメントとしては1億円増収の7億円の営業利益となりました。
- ・ 菓子・飲料事業は、日清シスコが主に売上減少に伴い微減収で着地しています。日清ヨークは減価償却費増の影響もあり減収となっています。ぼんちは前年並みで着地しています。また持分法による投資損益は前年並みで着地しており、セグメント営業利益は2億円減収の6億円となりました。
- ・ 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、前期に不動産売却益が52億円発生したことで、前期比52億円減収の3億円の営業利益となりました。
- ・ 米州地域は、昨年から17億円利益を伸ばし14億円の営業利益となりました。為替の影響1億円を引いた実質的な伸びは18億円となります。
- ・ 米国では、値上げの効果及びプレミアム商品へのシフトが奏功し、前年第4四半期から2四半期連続で黒字となっています。
- ・ メキシコは販売数量が増加したものの、販売チャネル構成の変化、注力商品のプロモーション強化の費用増もあり減収で着地しています。
- ・ ブラジルは売上増による増収効果に加え、過年度の税金還付もあり増収で着地しています。
- ・ 中国地域の営業利益は、4億円増収の8億円となりました。為替の影響は軽微です。香港及び大陸共に主力商品の多くが安定的に成長しており、どちらのエリアも増収で着地となっています。

(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

	2019年度 第1四半期	2018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	47	59	▲12	+1	
明星食品	6	8	▲1	▲0	
低温事業	7	7	+1	+5	(19) 関係会社の清算による影響+5
菓子・飲料事業	6	8	▲2	+1	
国内その他	3	55	▲52	▲52	(18) 不動産売却益+52
国内計	69	135	▲67	▲47	
米州地域	14	△3	+17	▲0	
中国地域	8	4	+4	+1	
アジア地域	8	5	+4	+0	
EMEA地域	2	1	+0	+0	
海外計	32	7	+25	+1	
その他連結調整	△1	△1	+0	▲0	
グループ関連費用	△13	△13	▲0	-	
連結営業利益	86	128	▲42	▲46	

※「非経常損益の主な内容」に記載の数値について：+益、△損

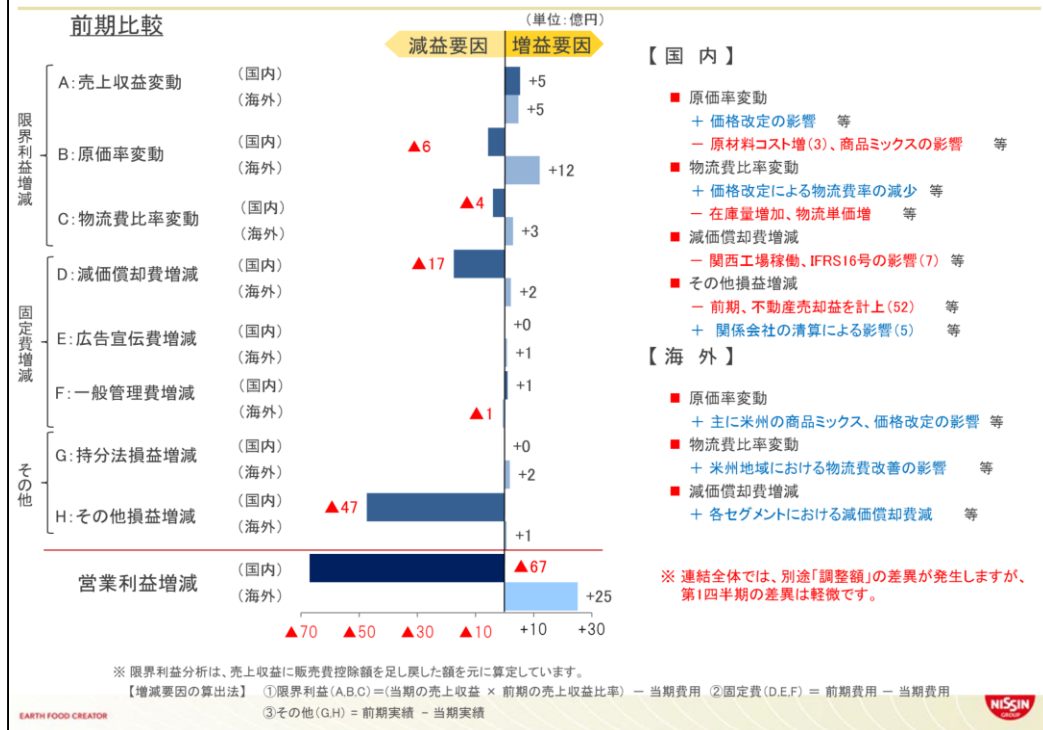
EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- アジア地域の営業利益は、4億円増益の8億円で着地しました。為替の影響は軽微でした。特にタイでは10パーツで販売されている袋めん商品が引き続き好調なこと、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。シンガポールは増益、またインドネシアは黒字で着地しています。ベトナムとインドについては赤字となっています。また、このセグメントの持分法による投資損益もプラスとなっています。
- EMEA地域の営業利益は、前期比微増の2億円の着地となりました。為替の影響は軽微です。欧州事業は減益ですが、持分法を適用しているロシア事業は増益となり、全体では微増で着地しています。
- 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。コメントを2点入れておりますが、内容はこれまでに説明した通りです。

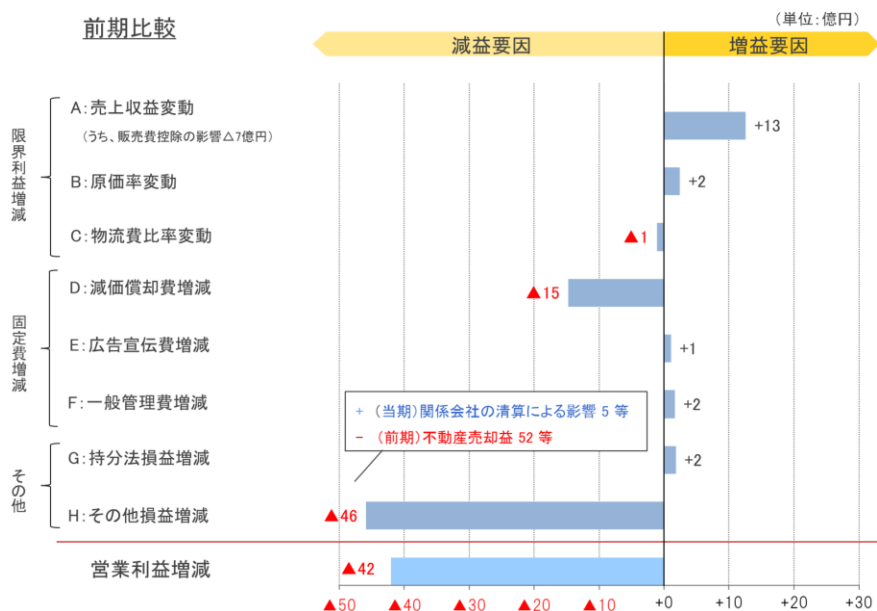
第1四半期 営業利益 増減分析 / 連結 (国内・海外)

8



- 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。
- まず、国内の分析から説明いたします。
- 売上増により5億円の利益増、原価率変動では6億円の減益要因となっています。このうち国内の原材料のコスト増加は3億円程度となっており、品種ミックスによる影響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4億円の費用増となっています。価格改定による物流費率減少の効果がある一方で、在庫保管料の上昇と物流単価の上昇が響いています。
- 減価償却費は、17億円の費用増となりました。このうち7億円は国際会計基準IFRS16号適用の影響によるもので、実額が7億円増えたわけではなく原価、一般管理費などの負担もこの結果減っています。
- 最後に、その他損益増減で、47億円の利益減になっていますが、これは前年度に計上している不動産売却益52億円と本年度に計上している関係会社の清算に関する戻り益5億円の影響となっており、それ以外は前年並みの着地となりました。
- 続いて、海外についてご説明いたします。
- 売上増による増益要因が5億円となっています。
- 原価率変動による影響は、12億円の利益増加になっています。これら増加の主要因は米州地域における商品ミックスと価格改定の影響となります。
- 物流費比率の減少による利益増加は3億円ですが、これは米州地域における物流費改善の影響が主要因です。
- 減価償却費の2億円の費用減は、各セグメントにおける減価償却費額の減少によるものです。
- 以上にて、2020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、参考資料アペンディックスに、「第1四半期 営業利益 増減分析/グループ全体」を用意させていただきましたのでご確認ください。
- 最後になりますが、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行くつもりです。引き続きよろしくお願ひ申し上げます。
- 以上で説明を終わります。

APPENDIX



【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合わない場合があります。
- 当該資料の決算期は原則として、2019年4月1日～2020年3月31日を「2019年度」とします。
- 売上収益・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