


2021年3月期
第1四半期決算報告
(2020年8月6日)

 **日清食品ホールディングス株式会社**
(2897)

EARTH FOOD CREATOR



- CFOの横山です。
- 昨日13時15分に東証適時開示および当社HPにて発表した、2021年3月期第1四半期決算につきまして、ご報告申し上げます。
- お手元に「2021年3月期 第1四半期決算短信」、「2021年3月期 決算補足資料」、「2021年3月期 第1四半期決算報告」をご用意ください。
- 本日は主に「第1四半期決算報告」に沿って説明しますので、よろしくお願いいたします。

エグゼクティブサマリー		1
2021年3月期 経営方針	<u>中期経営計画の達成と更なる成長への経営基盤強化を目指す</u>	
	国内：	<ul style="list-style-type: none"> DX化を進め、不確実性の高い経営環境下でも盤石な商品供給体制で事業拡大を図る ブランド戦略を強化し、売上拡大と利益創出を目指す 即席めん以外の事業成長を図り、将来の利益の礎とする
第1四半期 の 振り返り	海外：	<ul style="list-style-type: none"> V字回復した米国では、戦略的優先度をもって付加価値商品の拡販を追求 中国、ブラジルでは安定的な成長を継続 インド、ベトナム、インドネシアの早期黒字化を目指し、ブランドと収益力強化に取り組む
	グループ全体：	<ul style="list-style-type: none"> 全社一丸となって中期経営計画の達成に向かって走り続ける 新型コロナウイルス感染症対策も含め安全安心に最大限の注意を払いながら有事の際にも食の安定供給を維持していく
第1四半期 総括	連結：	<ul style="list-style-type: none"> 増収・増益(売上収益、営業利益、親会社の所有者に帰属する四半期利益とともに第1四半期として過去最高を更新) 新型コロナウイルス感染症対策による巣籠り需要に対応し製品の絞り込み等で前期末に引き続き安定供給を図った
	国内：	<ul style="list-style-type: none"> 増収・増益 即席めん事業：昨年6月に実施した価格改定の影響と新型コロナウイルス感染症対策による巣籠り需要増、拡販費抑制により増収・増益、5月中旬より巣籠り期からWITH・AFTER期に入る 低温事業・菓子・飲料事業においても新型コロナウイルス感染症対策による巣籠り需要増増収・増益
	海外：	<ul style="list-style-type: none"> 増収・増益 米州地域：米国事業、ブラジル事業、メキシコ事業の好調が続き、増収・増益(ブラジル事業は為替の影響を受け円貨では減収・減益だが、現地通貨ベースでは大幅な増収・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：シンガポール、タイ、インドが貢献し増収。営業利益はシンガポール、インド、ベトナムが貢献し増益。持分法による投資利益増も増益に貢献
	連結全体では業績は好調	
	国内事業、海外事業ともに全セグメントで増収・増益(国内その他除く)	
	今後変化する消費者の嗜好や行動、小売りの販売方法の変更など環境の大きな変化に柔軟に対応し、全社一丸となって中期経営計画2020の目標達成に向けて邁進する	

- それでは、2021年3月期 第1四半期の業績について報告します。スライド1のエグゼクティブサマリーをご覧ください。
- 2021年3月期は、上段に記載の経営方針の下、「中期経営計画の達成と更なる成長への経営基盤強化を目指す」ことを念頭に置いて事業展開を進めております。
- 当四半期の連結業績は前年比大幅な増収・増益となり、売上収益、営業利益、四半期利益ともに第1四半期として過去最高を更新いたしました。
- 国内即席めん事業は、昨年6月に実施しました価格改定の影響と新型コロナウイルス感染症対策による巣籠り需要の増加、更に拡販費の抑制等により、大幅な増収・増益となりました。
- 低温事業および菓子・飲料事業においても、新型コロナウイルス感染症対策による巣籠り需要増により、増収・増益となり、この結果、国内その他を除いて全セグメントで増収・増益となりました。
- 海外事業は、米州地域および中国地域の事業が引き続き好調で、欧州地域、アジア地域も順調に業績を伸ばし、海外事業においても全地域で増収・増益となりました。

(単位: 億円)

	2021年3月期			2020年3月期
	第1四半期	前期差異	前期比	第1四半期
売上収益	1,205	+146	+13.9%	1,058
営業利益	174	+88	+102.3%	86
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	120	+62	+108.5%	58
営業利益率	14.5%	+6.3pt		8.1%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益率	10.0%	+4.6pt		5.5%

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- スライド2は第1四半期の実績サマリーです。
- 売上収益は、前期比146億円増収の1,205億円。
- 営業利益は、前期比88億円増益の174億円。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前期比62億円増益の120億円となりました。
- 営業利益率は14.5%、親会社の所有者に帰属する四半期利益率は10.0%となります。

セグメント別 売上収益実績

3

(単位:億円)

	2021年3月期			2020年3月期 第1四半期
	第1四半期	前期差異	前期比	
即席めん事業	577	+59	+11.4%	518
日清食品	480	+46	+10.7%	434
明星食品	96	+12	+15.1%	83
低温事業	157	+21	+15.7%	135
菓子・飲料事業	119	+14	+14.0%	105
国内その他	7	△1	△18.9%	9
国内計	862	+93	+12.2%	768
米州地域	177	+26	+17.3%	151
中国地域	115	+18	+19.5%	96
アジア地域	29	+2	+7.9%	27
EMEA地域	21	+6	+40.5%	15
海外計	343	+53	+18.3%	290
連結売上収益	1,205	+146	+13.9%	1,058

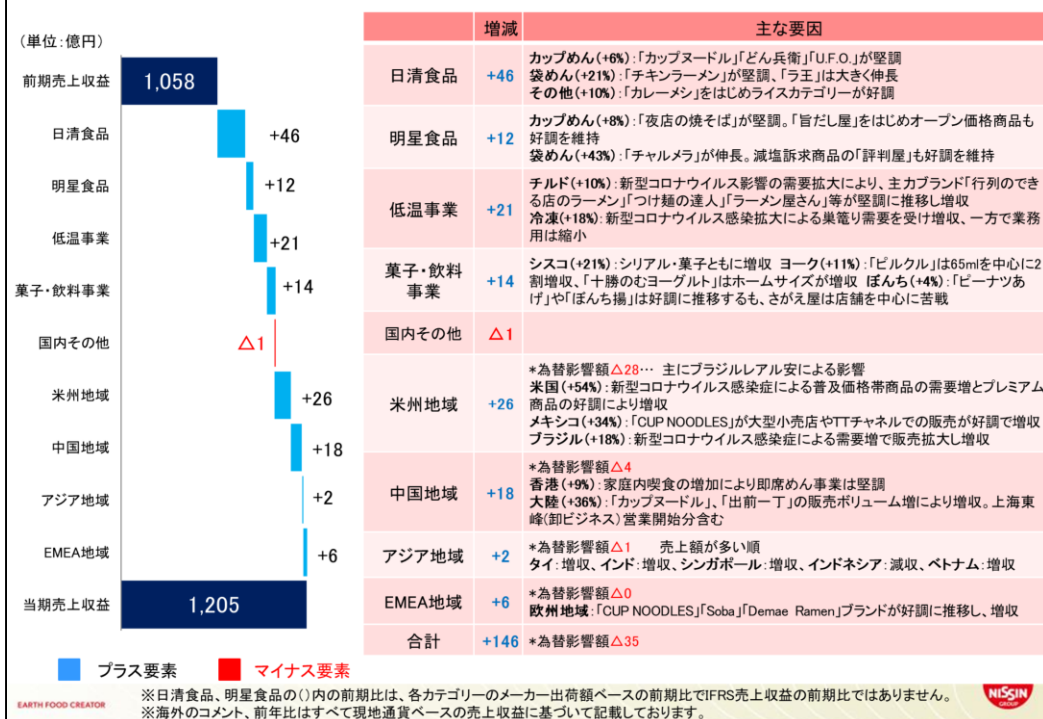
EARTH FOOD CREATOR ※中国地域の実績は、日清食品HDの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。



- スライド3はセグメント別売上収益の実績です。
- 国内は93億円増収の862億円、海外は53億円増収の343億円で着地しました。
- 為替の影響36億円を除くと89億円の増収となります。
- 各セグメントの詳細については次のスライド4で説明させていただきます。

セグメント別 売上収益貢献度

4



- ・ スライド4セグメント別売上です。
- ・ 日清食品は、480億円と前期比46億円の増収となりました。
- ・ カップめんは、主カブランドの「カップヌードル」「どん兵衛」「U.F.O.」が堅調で、前期比+6%で着地。
- ・ 袋めんは、「チキンラーメン」「出前一丁」が堅調な中、「ラ王」が大きく伸長したことで、前期比+21%となりました。
- ・ 「その他」ジャンルでは、「カレーメシ」などライスカテゴリーが好調で、前期比+10%で着地しました。
- ・ 明星食品は、96億円と前期比12億円の増収となりました。
- ・ カップめんは「夜店の焼きそば」が堅調だったのに加え、オープン価格商品も好調を維持し、前期比+8%の着地となりました。
- ・ 袋めんは、「チャルメラ」が伸長し、減塩訴求商品の「評判屋」も好調で、前期比+43%で着地しています。
- ・ 低温事業です、チルドは、「行列のできる店のラーメン」「つけ麺の達人」「ラーメン屋さん」が堅調に推移し、前期比+10%で着地しました。
- ・ また、冷凍は、業務用は縮小したものの、新型コロナウイルス感染拡大による巣籠り需要を受け、前期比+18%の増収となりました。この結果、低温事業では21億円増収の157億円となりました。
- ・ 菓子・飲料事業では、119億円と前期比14億円の増収となり、日清シスコ、日清ヨーク、ぼんちの全ての事業で増収となっています。
- ・ 日清シスコは、シリアル部門、菓子部門ともに好調で、前期比+21%の増収となりました。
- ・ 日清ヨークは、基幹ブランド「ピルクル」の売上が2割増となり、また、「十勝のむヨーグルト」もホームサイズが増収となり、前期比+11%の増収で着地しました。
- ・ ぼんちは、「ピーナツあげ」や「ぼんち揚」が好調に推移し、前期比+4%の増収で着地しました。

(次ページに続く)

セグメント別 営業利益実績

5

(単位: 億円)

	2021年3月期			2020年3月期
	第1四半期	前期差異	前期比	第1四半期
即席めん事業	103	+50	+95.8%	52
日清食品	87	+40	+87.0%	46
明星食品	16	+9	+162.7%	6
低温事業	15	+8	+116.6%	7
菓子・飲料事業	13	+7	+123.5%	5
国内その他	2	△0	△8.8%	2
国内計	134	+66	+96.5%	68
米州地域	19	+5	+36.8%	13
中国地域	16	+7	+91.6%	8
アジア地域	12	+4	+49.0%	8
EMEA地域	7	+5	+347.2%	1
海外計	54	+22	+69.6%	32
その他連結調整	△0	+0	-	△1
グループ関連費用	△14	△1	-	△13
連結営業利益	174	+88	+102.3%	86

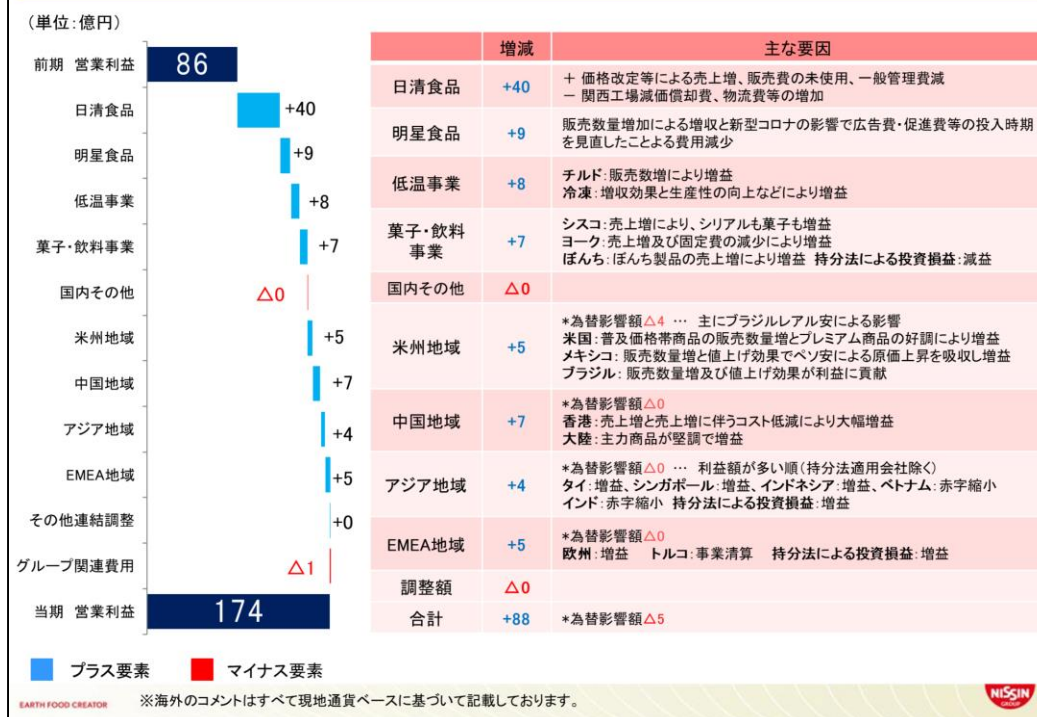
EARTH FOOD CREATOR ※中国地域の実績は、日清食品HDの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。



- 米州地域は、177億円と26億円の増収となりました。為替の影響28億円を差し引くと実質54億円の増収となります。米国は新型コロナウイルス感染症による普及価格帯商品の需要増とプレミアム商品の好調により増収。メキシコは「CUP NOODLES」が大型小売店やTTチャネル(Traditional Channel)で販売を伸ばし増収。ブラジルは新型コロナウイルス感染症による需要増で販売が拡大し、増収となりました。
- 中国地域は、115億円と18億円の増収となりました。為替影響4億円を差し引いた実質的な伸びは23億円でした。香港は家庭内喫食の増加により、即席めん事業は堅調に推移し、前年比+9%の増収となりました。大陸は、「カップヌードル」、「出前一丁」の販売ボリューム増により、前期比+36%の増収で着地しています。なお、大陸の売上には、4月より事業を開始しております上海東峰貿易有限公司の食品飲料卸売事業も含んでいます。
- アジア地域は、29億円と2億円の増収となりました。タイ、インド、シンガポール、ベトナムで増収となりました。
- EMEA地域は、「CUP NOODLES」「Soba」「Demae Ramen」ブランドが好調に推移し、21億円と6億円の増収となりました。
- 続いて、スライド5 セグメント別の営業利益です。
- 国内は、66億円増益の134億円、海外は、22億円増益の54億円で着地しました。
- 海外部門の為替の影響額は5億円です。
- そこに、グループ関連費用等14億円を差し引いた174億円が連結営業利益です。
- 各セグメントの詳細については次のスライド6で説明させていただきます。

セグメント別 営業利益貢献度

6



- 日清食品は、昨年6月の価格改定の影響と巣籠り需要により増収となったことに加え、販売費や広告宣伝費の未使用や新型コロナの影響による一般管理費の削減により、関西工場の減価償却費及び物流費等の増加を吸収し、営業利益は40億円増益の87億円となりました。
- 明星食品も同様に価格改定と新型コロナウイルス特需による売上増に伴う利益増と、新型コロナウイルス感染症の影響で広告費・促進費等の投入時期を見直したことによる費用減少により、9億円増益の16億円となりました。
- 低温事業は、チルド事業が主力製品の販売増により増益となり、冷凍事業も増収効果による利益増と生産性向上による利益効果により増益となりました。セグメントの営業利益は8億円増益の15億円となりました。
- 菓子・飲料事業は、日清シスコ、日清ヨーク、ぼんちともに、新型コロナウイルス感染症対策による巣籠り需要増による増収により、増益となりました。また、持分法損益は減益でした。セグメントの営業利益は7億円増益の13億円となりました。
- 米州地域は、5億円の増益となり、営業利益は19億円となりました。為替の影響4億円を引いた実質的な伸びは9億円となります。
- 米国は、普及価格帯商品の販売数量増とプレミアム商品の好調により増益。
- メキシコは、販売数量増と値上げ効果でペソ安による原価上昇を吸収し、増益で着地しています。
- ブラジルは販売数量増及び値上げ効果が利益貢献し、増益で着地しています。
- 中国地域は、7億円増益の16億円となりました。香港は、売上増と売上増に伴うコスト低減により大幅増益し、大陸も主力商品が堅調で増益で着地しています。
- アジア地域は、4億円増益の12億円で着地しました。タイでは10パーツの袋めんが引き続き好調で増益。シンガポールは新型コロナウイルスの特需により「Myojyo袋めん」等が大きく伸長し、増益。インドネシアも主力製品を伸ばし、増益。ベトナム、インドは赤字幅が縮小しました。また、このセグメントの持分法損益はプラスでした。
- EMEA地域の営業利益は、5億円増益の7億円で着地しました。欧州及び持分法適用会社ともに増益となりました。
- 持分法損益の詳細は、補足資料の10ページでご確認ください。

営業利益の主な差異要因(非経常損益の影響)

7

(単位:億円)

	2021年3月期 第1四半期	2020年3月期 第1四半期	営業利益 差異	非経常損益 差異	非経常の主な内容
日清食品	87	46	+40	△0	
明星食品	16	6	+9	+0	
低温事業	15	7	+8	△1	(19)関係会社の清算による影響+4 (20)関係会社の清算による影響+3
菓子・飲料事業	13	5	+7	+0	
国内その他	2	2	△0	△0	
国内計	134	68	+66	△2	
米州地域	19	13	+5	△0	
中国地域	16	8	+7	+0	
アジア地域	12	8	+4	+0	
EMEA地域	7	1	+5	△0	
海外計	54	32	+22	+0	
その他連結調整	△0	△1	+0	+0	
グループ関連費用	△14	△13	△1	-	
連結営業利益	174	86	+88	△2	

※「非経常損益の主な内容」に記載の数値について: +益、△損

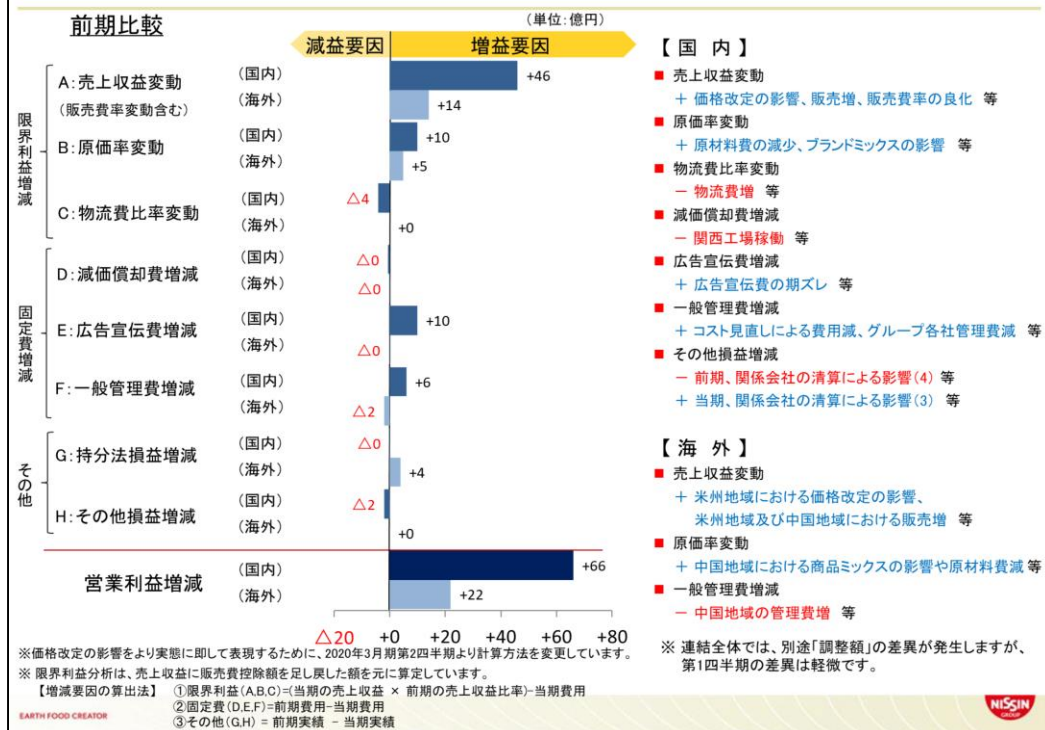
EARTH FOOD CREATOR

NISSIN

- スライド7には、非経常損益の影響を記載しました。低温事業において1点コメントを入れております。

営業利益 増減分析 / 連結 (国内・海外)

8



- 最後になりますが、スライド8、営業利益の費用別増減分析です。
- まず、国内から説明します。
- 価格改定並びに新型コロナウイルス影響による売上増と販売費率の改善により46億円の利益増となっており、原価率変動は原材料費の減少とブランドミックスの影響により10億円の増益要因となっています。
- 物流費比率は物流費増で4億円の費用増となりました。
- 減価償却費は、関西工場稼働による減価償却費増はありますが、ほぼ前年並みです。広告宣伝費は、期ズレ等が発生し、10億円の増益要因となっており、また、一般管理費も、コスト見直しによる費用の減少と、グループ各社の管理費削減の効果により、6億円の増益要因となっています。
- 最後、その他損益では、前期に計上した関係会社の清算による戻り益4億円があった一方で、当期に計上している関係会社の清算による戻り益3億円の影響等により、2億円の減益となっています。
- 次に海外について説明します。
- 売上収益変動は、米州地域における価格改定の影響と、米州地域及び中国地域における販売増により、14億円の利益増となっています。
- 原価率変動による5億円の利益増加の主要因は、中国地域における商品ミックスの影響と原材料費の減少によるものです。
- 一般管理費での2億円の費用増は、主に中国地域における管理費増によるものです。
- また、連結全体では、別途「調整額」の差異が生じますが、第1四半期の差異は軽微です。
- 第2四半期以降も、今後変化する消費者の嗜好や行動、小売りの販売方法の変更など環境の大きな変化に柔軟に対応し、全社一丸となって中期経営計画2020の目標達成に向けて邁進してまいります。
- 以上にて、2021年3月期第1四半期の決算について、説明を終わらせていただきます。

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。

- 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「決算短信・補足資料・決算説明会関連資料」に掲載しています。
<https://www.nissin.com/jp/ir/library/>
- 当該資料の金額は、千円単位で算出し、億円単位未満を切捨て表示しており、内訳と合計金額等が合致しない場合があります。
- 当該資料の決算期は原則として、2020年4月1日～2021年3月31日を「2021年3月期」とします。
- 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