

# 対処すべき課題

※ 本資料内の記載金額は、表示単位未満の端数を切捨てて表示しております。  
ただし百分率については、表示単位未満の端数を四捨五入して表示しております。

 日清食品ホールディングス株式会社

『それでは、私から、  
当社グループが「対処すべき課題」について、ご説明いたします。』



## 2019年度 実績 連結損益 (IFRS)

金額単位：億円

	2019年度					2019年度 計画	2018年度 実績
	実績	計画比		前期比			
売上収益	4,688	+39	+0.8%	+178	+4.0%	4,650	4,509
営業利益	412	+42	+11.5%	+122	+42.4%	370	289
親会社の所有者に帰属する 当期利益	293	+33	+12.8%	+99	+51.5%	260	193
ROE	9.0%	—		+3.1pt		—	5.9%
調整後EPS (円)	278	+33		+53		245	225

日清食品ホールディングス株式会社

『それでは、2019年度の連結損益実績についてご説明いたします。』

『まず、2019年度の実績ですが、

売上収益は、前期比178億円増の4,688億円で着地しました。

利益面では、営業利益が、米州地域での好調や、各地域での需要増を受け、  
前期比122億円増の412億円となっています。』

『また、親会社の所有者に帰属する当期利益につきましても、  
前年比99億円増の293億円となりました。

この結果、ROEは9.0%、調整後EPSは278円の着地となりました。

なお、営業利益と当期利益は過去最高益を更新しています。』



## 2020年度 中期経営計画の見直し

		2019年度 実績	2020年度 修正後計画	新2020年度 計画
本業で 稼ぐ力	売上収益	4,689 億円	4,800 億円	4,860 億円
	営業利益	413 億円	425 億円	435 億円
	海外営業利益比率	30 %以上	30 %以上	28.3 %
資本市場 価値	純利益*	293 億円	300 億円	305 億円
	ROE	9 %	8 %	9 %
	調整後EPS**	278 円	284 円	281 円

\* IFRSにおける「親会社の所有者に帰属する当期利益」

\*\* (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)

日清食品ホールディングス株式会社

『続けて、中期経営計画2020年の計画見直しについて説明させていただきます。』

『今期の事業計画は新型コロナウイルス感染症に関連する影響等、  
いまだ不透明な部分はあるものの、  
新年度開始からの状況を分析し、最新の事業環境を踏まえ  
今期の計画数値目標を修正しています。』

『昨年修正した中期経営計画から新計画への主な変更点ですが、  
中央のグレーのところは昨年修正したもので、4,800億円から  
今回4,860億円に見直しています。

これに伴って営業利益については425億円から435億円に見直し、  
純利益については300億円から305億円に見直しています。

一方、海外営業利益比率については当初30%以上を考えていましたが、  
28.3%とし、少々下方修正になる計画となっております。

この結果、ROEについては昨年度と同様の9%、調整後EPSは281円となっております。』



# 『中期計画2020』 5つの戦略テーマ







NISSIN 日清食品ホールディングス株式会社

『これらの目標を達成すると共に、中期経営計画2020として掲げているグローバルカンパニーの評価獲得に向けて、2016年から5つの戦略テーマを遂行しております。』

『それでは、5つの戦略テーマの現在の状況と、今後の戦略についてご説明申し上げます。』



## 戦略テーマの振り返り

戦略テーマ	当初 20年度ターゲット	19年度実績	20年度見通し
1 カップヌードル Global Brandingの促進	2015年度比 <b>1.5倍</b> (食数)	1.2倍	 約 <b>1.3倍</b> (食数)
2 重点地域への集中 (BRICs)	海外内営業利益構成比 <b>70%</b>	63%	 約 <b>63%</b>
3 国内収益基盤の 盤石化	日清食品+明星食品 <b>291億円</b> 営業利益目標	298億円	 <b>302億円</b>
4 第2の収益の柱の構築 (菓子・シリアル・低温)	オーガニック成長に加え 積極的にM&Aを活用	M & A案件を予算外化 引き続き良案件の検討を進める	
5 グローバル経営人材の 育成・強化	経営人材プール数 <b>2倍</b> (200人)	1.9倍	 <b>2倍</b> (200人)

 日清食品ホールディングス株式会社

『まず、一つ目の、柱である「カップヌードルのグローバルブランディングの促進」では、「カップヌードル」の成長目標2015年度比1.5倍を掲げております。2019年度は前年比6%強増加し1.2倍となり、2020年度時点で1.3倍程度の見込みとなりそうです。』

『「カップヌードル」をグローバルブランドとして育成してく上で、販売食数は重要な目標値ではありませんが、例えば、米国では低価格で販売されている「カップヌードル」の価格改定、プレミアム商品の「カップヌードル」へのシフトにより数量だけを追うのではなく、付加価値品へのシフトをしており、ブランド力の強化という面では取り組みの成果がしっかりと業績に表れてきていると考えています。当社が注力するBRICsのブラジル、中国、インドでは堅調に「カップヌードル」ブランドの売上を伸ばしています。』

一方で、高級袋めんや汁なしめんの市場成長が期待できるエリアでは「カップヌードル」にこだわらずプレミアム商品の成長機会を優先することも必要であると考えております。これにより昨年同様に、2020年度で2015年度比1.3倍ほどの伸びに

落ち着くと考えておりますが、「カップヌードルのグローバルブランディング」の強化についてはしっかりと進めていきます。

『次に、二つ目の、「重点地域への集中」につきましては、海外事業が全般的に順調に推移しており、BRICs以外の地域業績も好調です。このような状況のため2020年度の重点地域の営業利益比率は63%と見込んでおります。

本来は海外の営業利益の内、BRICsの営業利益は70%を目指しておりました。海外事業が全般的に順調な中、タイ、フィリピン、米国の営業利益が増えてきており、BRICs自体の目標は達成しているが、相対的に目標のパーセンテージには到達していないと言う事でございます。』

『三つ目の「国内収益基盤の盤石化」につきましては、将来の労働人口の減少に向け省人化や生産の効率化を目的とした日清食品関西工場が2020年度から本格稼働し、ここで得た知見を他の工場へ展開することにより収益基盤の一層の安定化に取り組みます。』

『またコアブランドの強化を進め、高付加価値化と共に、より簡便でよりターゲット層にささる、魅力的な商品開発を行うことで、引き続きブランドの育成を進めてまいります。また明星食品も「チャルメラ」や「中華三昧」など大きなブランドに育ってきました。これらの事業活動によって、国内の即席めん事業では、2020年度の当初の営業利益目標を上回る302億円を達成できるだろうと考えております。』

『四つ目の「第2の収益の柱の構築」につきましては、当初織り込んでいたM&Aに関して現時点では具体的な成果はありませんが、これからも良案件があれば積極的に検討してまいります。また、シリアル事業、冷凍事業についてはマーケットでの存在価値を大いに高められたと考えております。まだまだ即席めんと比べて収益性が劣りますので、今後もブランド強化と収益力の強化を課題に進めていきたいと考えております。』

『最後に「グローバル経営人材の育成・強化」につきましては、経営人材プールが約190名となりました。人材プールはほぼ充足してきました。引き続き、人材プールの質向上に向け、計画的なローテーションや教育を行い、強化してまいります。』



## 新型コロナウイルスによる感染症対応について

### 従業員の安全確保と製品の安定供給が当社が担う社会的責務

#### ■ 従業員の安全と生産性の確保

- ・ 在宅勤務と出勤率25%を上限とする「予約出勤制」を実施
- ・ オンライン会議の活用、印鑑を使わない承認手続き
- ・ 感染予防策の徹底とソーシャルディスタンス確保



STOP  
COVID-19

#### ■ 製品の安定供給

- ・ 高度な安全基準に基づいた生産体制のもと、  
感染予防策徹底の上で通常通りの生産を継続
- ・ 主力ブランドに品目を絞った効率的な増産体制へのシフト

 日清食品ホールディングス株式会社

『続きまして、新型コロナウイルスによる感染症対応についてご説明申し上げます。』

当社は従業員の安全確保と製品の安定供給を社会的責務と考え、  
従業員の安全の確保、需要動向、原材料供給、物流等の状況を把握し、  
迅速かつ適切な対策を講じております。

具体的な従業員の安全確保についての取組としましては、  
従業員の健康を最優先に考え、例えば、生産部門以外の社員については、  
政府の外出自粛要請が発令された際には在宅勤務を推奨、  
解除された現在も在宅勤務を基本として、出勤比率25%を上限とする  
出勤予約制を実施しております。

このような勤務体制を可能にするため、  
業務基盤としてマイクロソフトオフィス365をはじめとする  
オンライン会議の活用、  
電子決裁システムによる印鑑を使わない承認手続き等、  
出勤者が最小限となるような環境を整備しております。  
出勤が必要な場合にも、  
混雑する時間を回避した時差出勤や職場でのソーシャルディスタンスの確保、  
検温、手洗い、マスク着用等(など)の感染予防策を徹底しております。

次に製品の安定供給体制についてです。

当社は生活インフラである食品を消費者の皆様へ安全・安心にお届けできるよう、高度な衛生基準に基づき生産しております。

今回の新型コロナウイルスの感染拡大に伴う需要の増加に対しては、十分な新型コロナウイルス対策を実施したうえで、安定した供給ができるよう主力ブランドに品目を絞った増産体制を取っております。

今後も状況を注視し、対応を続けてまいります。』





## 持続可能な成長に向けた取り組み



### NISSINが考える Sustainability

それぞれ単独で取り組むのではなく、  
企業戦略と関連付けて取り組むことで  
「環境価値」  
「社会価値」  
「経済価値」の  
同時実現を目指す

**NISSIN** 日清食品ホールディングス株式会社

『また当社グループは、人類を「食」の楽しみや喜びで満たすことを通じて社会や地球に貢献する「EARTH FOOD CREATOR」という理念のもと、昨今のようにビジネス環境が急激に変わるなかにおいても気候変動や高齢化、人口増といったESG課題や国際連合が掲げるSDGs (Sustainable Development Goals、持続可能な開発目標) を成長の機会と位置付け、

環境配慮型容器の開発や健康志向に応える製品の提供等で、持続的成長に向けた取り組みを積極的に展開し、社会により貢献できる企業を目指してまいります。』

『グループ理念を具現化する当社グループの

CSV (Creating Shared Value 共通価値の創造) 経営に取り組むことで、社会価値と経済価値の双方を追求し、持続的な企業価値の向上に向けグループで一貫した成長戦略の遂行に努めてまいります。』



## 環境に関する中長期戦略

日清食品グループ中長期環境戦略



**EARTH FOOD  
CHALLENGE  
2030**

地球のために。未来のために。



NISSIN 日清食品ホールディングス株式会社

『そのような考えの元、今月「当社グループの中長期環境戦略である「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」を発表させて頂きました。「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」はグループの成長を環境面から支える戦略として位置づけております。

様々な取り組みを掲げておりますが、昨今、世界中で大きく議論されている「気候変動問題」と「有限資源の有効活用」を中心とした課題に対し、グループ一丸となって取り組んでいこう！といったイニシアティブをEARTH FOOD CHALLENGE2030としています。』



## 日清食品グループの持続的成長に求められること

“サステナビリティとの共存”は持続的成長に欠かせないキーワード



日清食品ホールディングス株式会社

『人々の企業に対する期待や責任が年々大きくなりつつある環境において、5年先、10年先といった将来を意識することが重要で、当社グループが持続的な成長を維持していくためには、将来かならず来るこれらの課題について取り組むことが必須と考えております。』

- 「地球温暖化の要因であるCO<sub>2</sub>をはじめとする温室効果ガスの排出を減らしていく取り組み」
- 「石油などの有限資源を効率よく活用する取り組み」
- 「農園における児童労働や、環境に配慮する倫理的な調達」
- 「フードロス・廃棄物の削減」
- 「昨今話題となっているプラスチックの海洋投棄問題」など、

さまざまな課題がありますが、その課題に対し「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」というイニシアティブのもと積極的に取り組んでいきたいと思っております。』



## EARTH FOOD CHALLENGE 取り組み①

100%環境配慮が担保出来たパーム油の使用を目指す

倫理的な調達



2030年までに  
持続可能な調達率  
100%

 日清食品ホールディングス株式会社

『具体的な取り組みとしましてはまず、  
パーム油の持続可能な調達比率100%を目指していきたいと考えています。』

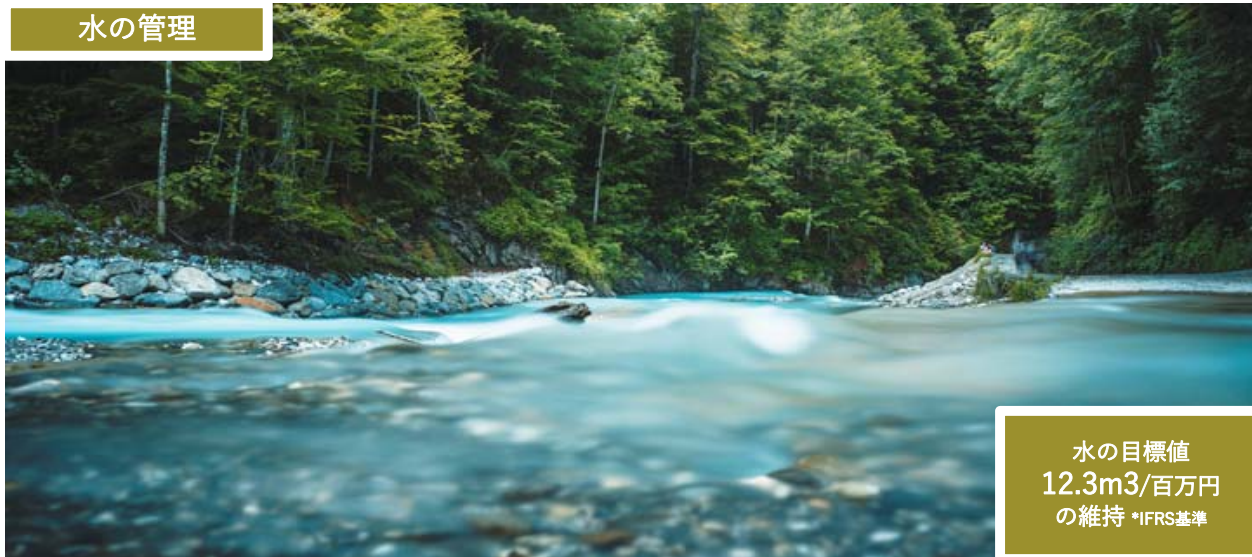
現在、グループではRSPOパーム油を約20%使用していますが、  
それに加え自社独自のトレーサビリティを確保し  
児童労働や環境破壊が無いパーム油の調達をすることで、  
100%を目指していきたいと思っております。』



## EARTH FOOD CHALLENGE 取り組み②

### 適切な水の管理を目指す

#### 水の管理



水の目標値  
12.3m<sup>3</sup>/百万円  
の維持 \*IFRS基準

 日清食品ホールディングス株式会社

『また、水の管理も必要と考えています。』

水が豊富な日本では感じづらいかもしれませんが、  
水は世界的には大きな問題の1つとして認識されており、  
今後KPI管理を行うことで適切な水の使用を心掛けていきたいと思ひます。

現在、カップヌードルを一つ作るのに水を約400ml使用していますが、  
その範囲を大きく超えないレベルの維持を目指していきたいと思ひております。』





## EARTH FOOD CHALLENGE 取り組み③

ゴミとして処理される資材の半減を目指す



廃棄物

生産領域は  
再資源化率99.5%  
を維持

2030年までに  
流通廃棄物  
▲50%

 日清食品ホールディングス株式会社

『フードロスや廃棄物の削減にも取り組むことが必要です。

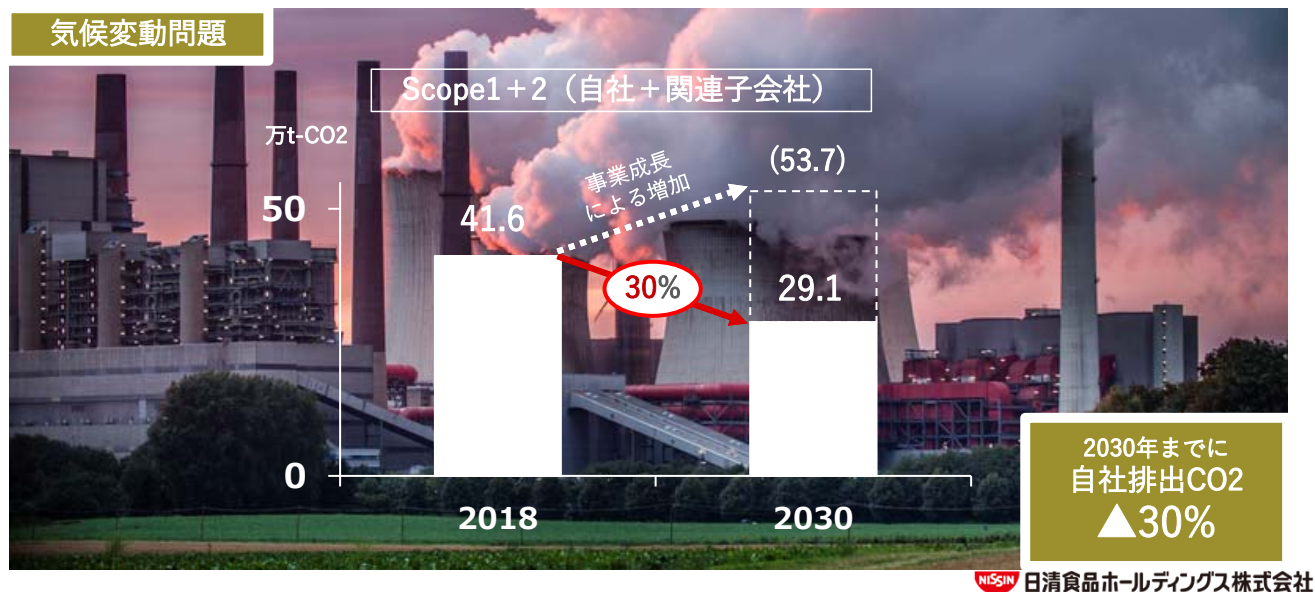
国内の流通段階におけます食品廃棄物の50%削減を目指したいと考えています。

食品に関する廃棄は大きく二つの工程で出ており、  
生産工程における再資源化率99.5%以上の維持に加え、  
流通過程においてもその廃棄物の半減に取り組んでいきたいと考えています。』



## EARTH FOOD CHALLENGE 取り組み④

### 気候変動問題対応は企業として絶対的な責務として取り組む



『最後になりますが、  
地球環境の一番の課題とされている気候変動問題にも取り組んでいく必要があります。  
工場生産が始まった1870年以降、  
地球の平均気温は約1℃上昇しているといわれています。  
その影響が昨今の異常気象といった形で顕在化しつつあり、  
早急に取り組まなければならない課題として世界中で認識されているのです。』

このまま何もアクションをしなければ更に気温が上昇し、  
我々が当たり前としている生活の維持ができなくなるのです。  
ビジネス面で言いますと、普段調達している資材などが調達できなくなり  
財務的に大きなインパクトを与えるリスクを懸念しています。』

『現在、世界では1870年以降の気温上昇を2℃未満に  
抑えていこうという議論が盛んになっております。  
当社グループが掲げているCO<sub>2</sub>排出削減目標は  
その2℃未満という大きな目標と整合性のある削減目標で、  
2030年には2018年と比べて30%の排出量の削減を目指す目標を掲げます。』

# DO IT NOW!



**NISSIN** 日清食品ホールディングス株式会社

『「カップヌードル DO IT NOW！」は「地球と人の未来のために、すぐやろう。」を合言葉に、「カップヌードル」を通して、おいしさだけではなく、様々な課題に向き合っていくプロジェクトです。現在、「環境」「社会」「防災」「健康」をテーマとした取り組みが始まっております。』

『“環境”面では、2019年12月から「カップヌードル」ブランドの容器について、石化由来プラスチックを従来比約50%削減した「バイオマスECOカップ」に切り替え始めました。「バイオマスECOカップ」は、業界初のバイオマス度80%以上を実現した環境配慮型の容器で、2021年度中に「カップヌードル」ブランド全量の切り替えを完了する予定です。』

『また、“環境”と“社会”に配慮し、森林破壊の防止及び生物多様性の保全、人権に配慮された生産、加工された「RSPO認証パーム油」の調達を2020年2月から「カップヌードル」を生産する全工場を開始しています。“防災”については、自然災害等万が一のときでも、いつものおいしさを安心して食べられる防災備蓄商品の「カップヌードル ローリングストックセット」を2019年9月から販売しています。』

『“健康”では、「カップヌードル」の味わいと食べ応えはそのままに、通常の「カップヌードル」に比べて30%の減塩を実現した「カップヌードル ソルトオフ」を2019年9月に発売しました。』



「カップヌードル DO IT NOW！」を通じて従業員一丸となって、  
当社グループの環境戦略「EARTH FOOD CHALLENGE 2030」へと  
つなげていきます。』



## 企業価値向上に向けた取り組み

### ■ 災害備蓄の意識を高める取組に評価

一般のお客様に「ローリングストック<sup>\*1</sup>」の実践を促す啓発活動「百福士プロジェクト第25弾もしものときに、いつものおいしさを災害備蓄・ローリングストックーズ」と自宅で簡単に「ローリングストック」を実践できる「カップヌードル ローリングストックセット」の販売<sup>\*2</sup>を通じた、災害備蓄に対する取り組みが評価され、「第6回 ジャパン・レジリエンス・アワード」の企業・産業部門において「最優秀賞」を受賞

- ※1 防災備蓄食を日常的に消費しながら、使った分だけ定期的買い足ししていくことで、常に一定量の食品を家に備蓄しておく方法です。  
 ※2 日清食品ホールディングスのグループ会社である日清食品が販売しています。



### ■ 国際的なESG評価

世界的なESG投資の株価指数「Dow Jones Sustainability Indices」「Asia/pacific Index」の構成銘柄に2年連続で選定

### ■ 健康経営に対する評価

日清食品ホールディングス、日清食品、日清食品チルド、日清食品冷凍の4社が経済産業省と日本健康会議から戦略的な健康経営への取り組みを評価され、2年連続で「健康経営優良法人2020（ホワイト500）」に認定



### ■ 女性活躍に対する評価

経済産業省と東京証券取引所が共同で実施する「なでしこ銘柄」において、様々な取り組みが評価され、「準なでしこ」に2年連続で選定



日清食品ホールディングス株式会社

『また、当社では企業価値向上に向けた取り組み』を積極的に展開しております。』  
 『昨年度から開始しました「カップヌードル ローリングストックセット」の販売を通じた、災害備蓄に対する意識を高める取り組みが評価され、  
 「第6回 ジャパン・レジリエンス・アワード」の企業・産業部門において  
 「最優秀賞」を受賞しました。  
 これは当社が有事に強い事業構造を持っていることを改めて評価されたと思っています。』

『また、国際的なESG評価である、  
 DJSIのアジアパシフィック銘柄に2年連続で組み入れられました。  
 健康経営に対する評価として経済産業省・日本健康会議からは  
 「健康経営優良法人2020(ホワイト500)」にも2年連続で認定されました。  
 さらにこちらも2年連続になりますが、  
 国内企業の女性活躍に対する評価である「なでしこ銘柄」では、  
 「準なでしこ」に選定されております。  
 引き続き、女性活躍を強く推進していきたいと考えております。』

『以上が当社グループの、今後の「対処すべき課題」の概要でございます。』

# EARTH FOOD CREATOR



『株主の皆様には、より一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。』

『なお、「連結計算書類」に係る「会計監査人」及び「監査役会」の監査報告は、先ほどの澤井監査役 及び私からの報告のとおりですので、その旨、あらためてご報告いたします。』

『以上をもちまして、「報告事項1及び2」についてのご説明を、終わらせていただきます。』