

2024年8月

2024年度第1四半期決算説明会 Q&A 要旨

【日時】2024年8月6日（火）16:30-17:30

【登壇者】執行役員・CFO / 矢野崇

業績

Q. Q1の既存事業コア営業利益が上振れしているとのことだったが、それを踏まえると2024年度期初の年度計画は保守的な印象を受けるが、どのように考えるのがよいか。

A. Q1実績は期初計画よりも上振れしており、このままこの水準を維持できれば、通期で上振れ余地はある。なお、過年度までは四半期毎に利益の出方にばらつきがあったが、今期は四半期毎の利益水準に大きな差がない計画としている。

Q. 2024年度の期初計画が上振れる可能性もあるとのことだが、リスクや想定しておくべきことはあるか。

A. 今後の為替がどのように動くか不透明であり、資材コスト上昇のリスクや、海外利益の円換算がどのように影響を受けるかなど不確定要素も多く、現段階で判断するのは難しい。また、想定よりも費用を使用しなかった場合は、マーケティング活動など長期的な投資に費用を使用していくこともあり得る。

Q. 期初計画に対してQ1の進捗が良いという点について、セグメント別で上振れ・下振れ・インラインがどのようになっているか教えてほしい。またQ2以降の見通しについて教えてほしい。

A. 各セグメントとも利益面では社内計画を上回っており、相対的には、国内各事業セグメントおよびEMEAの上振れ幅が大きかった。また、当社はこれまでQ4に大きく利益を落とす傾向にあったが、今期は従来よりもイーブンに利益が出る計画となっている。

Q. Q1の営業利益が社内計画を上振れたとのことだったが、上振れた金額の水準およびその内容を事業別で教えてほしい。

A. 全体では数十億円（30-40億円程度）社内計画を上回った。事業・地域別では、国内即席めん・菓子・低温事業とEMEAが同じくらいの規模感の上振れ。米州とアジアの上振れ幅はもう少し小さく、中国は計画通りに着地。海外では、資材コストが全般的に下がっていることや、為替換算でプラスに影響が出ていることなどが主な要因。一方で、国内の資材コストはほぼ見込み通りに推移しており、その他の項目で一部期ずれが発生している費用があったことも要因。

Q. 四半期ベースの利益計画の割合が過年度と異なり、必ずしも Q4 に大きく落ち込むわけではないとのことだが、按分して費用を使用していくのか。会社の方針が大きく変わったのか。

A. 方針に何か変化があった訳ではない。海外では、例えば米国の計画は全体として上期よりも下期に利益が出る計画を組んでいる。但し、国内については、Q4 は従来通りほかの四半期よりも利益が小さくなる傾向に変わりはない。

国内事業

Q. 日清食品の利益増減分析を教えてください。

A. 売上の増加による利益の増加が、原材料費、物流費、一般管理費等の影響をカバーし、5 億円の増益となった。

Q. 日清食品の 4-5 月分の売上について、価格改定前の昨年 4-5 月と比較して純増分が売上収益に上乘せされるかと思う。それを踏まえると、数量が横ばいの場合、実績以上の売上の伸びが見込まれるが、それほど伸びていない背景はなにか。拡販費の使用が影響しているのか。

A. 前期 4-5 月は価格改定前の駆け込み需要が多少あったため、今年はその反動があり、同期間の売上が少し弱めだった。6 月にリカバーして数量横ばいとなったことから、売上収益へのプラス影響としては少し弱く見えるのだと思う。また、当社は市場を牽引する立場にあることから、価格コンシャス商品からレギュラー商品への回帰を狙い、拡販費を一部使用しているが、プロダクトミックスは着実に改善してきている。

海外事業

Q. 米州全体で 2 億の減益とのことだが、米国・メキシコ・ブラジル、それぞれの増減益の額と利益率の水準感を教えてください。

A. ブラジルは増益で一桁後半億円、米国・メキシコは減益、トータルで米州全体では 2 億円減益。米国の利益率は 20%弱を維持しており、前期に続き、過去から比べると高水準。ブラジルもちょうど二桁水準の利益率。メキシコは一時的な流通在庫の増化の影響で Sell-in が弱かったため、一桁半ばの利益率。米州全体では利益率 15%ぐらい。

Q. 米国について Q1 では前年同期比で減益だったとのことだが、利益率は改善しているのか。

A. 減益となっているため、利益面が弱いように見えるかもしれないが、過去に比べると、利益率は高水準を維持できており、計画を上回る水準で推移している。単価についても、販促を強化した昨年度の Q4 は一時的に低下したが、そこと比較すると足許では戻ってきている。前年同期比でも、販売促進費の増加もあり微減ではあるが、ほぼ同水準を維持できている。

Q. 米国の利益率について、Q1 は既にコア営業利益率 20%ほどだと思いが、なぜ高い利益率が出ているのか、今後もこの水準を維持できると考えているか。

A. 資材価格が期初計画よりも下落傾向、かつ、ペーパーカップ化の費用も想定よりも低く抑えることができていたことが要因。また、販売促進費など一部のコスト等を期初見込み対比で使用していないこともあり、この部分は、今後利益面でポジティブに寄与する可能性もある。ただし、米国の大統領選挙の結果次第では、輸入資材への関税が引き上げられるなど悪影響が出てくる可能性もあり、注視して行く必要がある。

Q. 米国で強化しているプレミアム商品の伸びはどのような状況か。

A. 米国経済が厳しい環境下、ベース商品への需要が非常に強い傾向があるなかで、プレミアム商品については Q2 の back to school による需要増に備えて在庫を積み増している。足元 7 月では増加トレンドであり、8 月以降は更にプレミアム商品を伸ばしていく前提。

Q. 米国のプレミアム商品について、足元販売状況が芳しくない理由は何か。市場の期待感とはズレているように思われる。実際の需要は鈍化しているのではないか。

A. 特にプレミアム商品の需要が低下している状況ではない。即席めん全体で見ると、当社の前年比伸率は市場を上回っている中、足元の消費動向をみると、現段階では安価な商品のニーズが高まっているため、そのように見えるのかもしれないが、このような環境下でもプレミアム製品は足元 7 月では増加トレンドであり、健闘しているという認識。実態としては、プレミアム商品は前期 Q4 に積極的なプロモーションや販促活動を実施したことに伴う流通在庫の増加もあったため、Q1 は前期比横ばいで推移しているが、通期では期初計画の 10%台の伸びを目指している。

Q. 米国でプレミアム製品は堅調とのことだが、実際に出ている数字を見ると物足りないと感じられており、本当に伸びているのか、実態を教えてください。

A. アメリカ全体の市場の Q1 数量は+1 桁前半の成長、我々は+1 桁半ばを超えたくらいのため、当社は市場を上回って伸びている。なお、決算説明資料の p10 に当社の数量として記載している「+1 桁パーセント前半」は Sell-in の数字を示しているが、マーケットとの比較の場合は、Sell-out の数値で比較する必要があり、上述の数字はこちらを使用しているため、一致しない。なお、プレミアム商品比率は 40%半ば弱の水準で、前期比では若干低下している。

Q. 米国において、プレミアム商品は本当に受容されるのか。

A. 直近の米国株価の大幅下落の一因ともなっているように、足許では米国景気への不安感が増しており、マクドナルドが廉価な \$ 5 メニューを継続せざるを得ない状況となるなど、外食の代替として値ごろ感のある商品が伸びる環境にあると思う。そのような中で、従来低所得者の方々が主に食べていたベース商品よりも、寧ろ、今までもう少し高い商品を食べていたが即席めんには縁がなかった方々が「ミール」としてプレミアム商品を喫食する機会が増えていく可能性は十分にあるのではないかと考えている。

Q. 米国における競合状況はどうか。また新工場立ち上げにより、他社も設備を強化している中、オーバーキャパシティの懸念はないか。

A. 当社が使用している市場データには、一部競合の情報は含まれていないものの、当社の売上が数量ベースで伸びており、データ上ではシェアはほぼフラットで維持できていることを勘案すると、米国でも即席めん市場全体が伸びていると考えられる。大手スーパーの小売の店頭を見ても、即席めん棚が競合に浸食されているようなことはなく、対競合で脅威を感じているような状況にはないと認識している。オーバーキャパシティの懸念については、新工場建設により、プレミアム商品の供給も増やしていき、ベース商品を強みとする競合との差別化を図ることで、払拭していく。

Q. 海外事業で一桁後半の数量の伸び、売上の伸びは一桁%とあり、単価が下がっているように見えるがどのように考えればよいか。米国・香港では単価が下がって、ブラジルは上がっているのか。

A. 米国、ブラジルを中心に拡販費を使っていることが一因として、海外事業で単価が下がっているように見えている。また、米国では一見単価が下がっているように見えるかもしれないが、ミックスの変化の影響も大きい。相対的に単価が低いベース商品が伸びていることが要因であり、ベース・プレミアム商品で分けて単価を見ると、其々の単価は前期比微減・ほぼ同水準を維持している。メキシコは、一時的に流通在庫が積みあがっており、Sell-in が伸びなかったため減益となったが、足元で Sell-out が好調であり、在庫がはければ今後については問題ないとする。

Q. 一般的に単価が弱いように見えるが、Q2 以降、米国のプレミアム商品が伸長することで商品ミックスが改善すれば、海外全体で単価が改善する可能性があるかと理解してよいか。

A. 前述の通り、米国とブラジルでは拡販費を使っているが、それ以外では単価が下がっている地域は特段認識していない。

Q. 海外の物流費が前年対比で大きく増加しているが、この要因は何か。Q2 以降も継続的に発生するのか。

A. 米国において、Q2 以降の販促に向けて戦略的に生産を強化し、在庫を積み増しているため、一時的に外部倉庫の費用が増加し、物流費増加につながったもの。従って、これは一時的な費用であり、販売が進み在庫が減少するにつれ、減少して行く見込み。

Q. ブラジル・米国の拡販費の傾向はどうか。

A. ブラジルは 7 月に価格改定を実施し、利益水準に対してはポジティブに働いていく。元々一桁後半であった利益率から比べると、高い利益水準を維持できている。米国では、今期に入ってから計画ほどには使わずに、市場対比高い伸び率の数量増を達成できている。今後の使用については、売れ行きを見ながら調整していくことになるが、売上が順調であれば利益面のアップサイドもあり得る。

Q. ブラジルは、数量の伸びがあり、昨年実施した値上げ効果も残っているところ、利益率が低い印象だがどのように考えればよいか。

A. 昨年度生産トラブルによりシェアを一部失っているため、拡販費・マーケティング費用を戦略的に使っている。利益率は過去と比べても高水準であり、売上収益・コア営業利益とも順調に改善傾向にある。

Q. ブラジルにおける生産体制の持続性について教えてほしい。新工場の立ち上げまで現在の工場がフル稼働だと思うが、設備上の課題はないか。今後数量増のペースが続いたとしても問題なく生産可能なのか。

A. 昨年度発生したトラブルの原因は、増速対応や生産ラインの効率化に起因するものだったが、これらの課題は既に解決済みであり、供給能力は以前と比べて増強されているため、新工場立ち上げまでの期間の生産には特段問題ない。体制面でも、日本から経験のある人材を派遣して、トラブルが発生したとしてもすぐに対応できるような体制を既に構築しており、特段の懸念はないと考えている。

Q. メキシコでは 4 月から競合大手が価格改定したが、御社は価格改定を実施したのか。メキシコの数量の伸びはどの程度か。

A. 現時点では、価格改定は実施していない。Sell-out は、競合他社の伸びを上回る前年同月比 2 桁%で着実に伸びており、これに伴い当社のシェアも拡大している。価格改定に関しては市場の反応を見ながら、今後判断していく。

Q. アジアについて、タイプレの増益は一時的な要因が入っているのか？アジアのその他地域は減益だったが、今後の見通しについて教えていただきたい。また EMEA ではマルベンの減益が響いているように見えており、減益解消見通しなどもあれば教えていただきたい。

A. 今の見通しではタイプレ・NURC で前年比上振れを計画している。Q1 の上振れの要因で一時的な要因は特段なく、資材価格の低下がポジティブに効いている。アジアは足元弱いわけではなく、タイではカップの口径変更のための一時的な費用増が若干あった。インドネシアは太陰暦で日程が決まるラマダン・レバランが年によってズれる為、今年は売上にネガティブな影響があった。EMEA についてマルベンは先行きが見通しにくい。Q1 はロシアの国内小麦価格上昇の影響があったが、小麦は政府の価格統制の対象でもあり、先行きを見通しにくい。プレミアムフーズは前年対比でほぼフラット、計画通りを予定。日清欧州としては好調を継続、収益も利益も二桁成長を見ている。新ラインの稼働に伴い袋めんの供給能力が増しており、今後も継続的に期待できる。

以上