2018年3月期
通期　決算説明用資料
（2018年5月15日）

日清食品ホールディングス株式会社
（2897）

EARTH FOOD CREATOR

2017年度決算と2018年度事業計画の概要
（国際財務報告基準（IFRS）への移行）

取締役・CFO 兼 常務執行役員
横山　之雄

EARTH FOOD CREATOR

- CFOの横山です。
- 本日はお忙しい中、当社決算発表にお集まり頂き有難うございます。
- 2018年3月期決算について「決算説明資料」に基づいてご説明申し上げます。
- 5月10日にすでに決算開示を行っておりますのでポイントを絞って説明させて頂きます。それでは資料のスライド2をご覧ください。

2017年度　サマリー（2017年度振り返り）

2

中期経営計画の達成に向けて堅実な成長を果たす

連　結：過去最高の売上を更新
営業利益、調整後営業利益は前年を超えて着地
経常利益、当期純利益※は過去最高益を達成

国　内：過去最高の売上を更新
即席めん事業はコアブランド、即席ライスの成長などが貢献し増収増益
低温事業は冷凍事業が牽引し、増収増益
菓子・飲料事業は日清シスコが牽引し増収。営業利益はぼんち、日清ヨークが苦戦

海　外：過去最高売上を更新
カップヌードルなど高付加価値商品の販売強化、香港の卸売会社の新規連結等で大幅増収。
新工場竣工・新ライン稼働に伴う償却費増、ハンガリー工場の立上げの遅れなどにより減益

EARTH FOOD CREATOR　※ここでの当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を意味する

- 中期計画の2年目となる2017年度の通期決算は好調な国内業績と、着実に進捗した海外展開に支えられ増収増益となりました。売上は国内、海外ともに過去最高を更新しています。
- 連結ベースでは売上、経常利益、当期純利益で過去最高の数値を更新して着地しました。

- 国内は即席麺事業においてコアブランド、即席ライスの成長が貢献。低温事業では冷凍が、また菓子飲料事業は日清シスコが業績を牽引し増収増益となりました。
- 中でも中核企業である日本の日清食品は3期連続増収増益、且つ3期連続で売上・利益の過去最高値を更新しました。

- 海外事業では過去最高の売上を更新しています。中期計画の重要戦略の一つであるカップヌードルのグローバル化等、高付加価値商品の販売強化、香港におけるMCMSの連結効果も加わり大幅増収、一方利益面では中国、欧州をはじめとする新工場、新ライン稼働に伴う償却費の増加、ハンガリー工場立ち上げの遅れによるコスト増により減益

- では次のスライドをご覧ください。

2017年度　通期実績サマリー

3

（億円）

	2017年度					2017年度	2016年度
	実績	計画比		前期比		計画	実績
売上高	5,164	▲36	▲0.7%	+207	+4.2%	5,200	4,957
営業利益	341	+1	+0.3%	+55	+19.2%	340	286
調整後営業利益※1	334	+0	+0.0%	+5	+1.6%	334	329
経常利益	406	+36	+9.7%	+77	+23.5%	370	329
親会社株主に帰属する当期純利益	291	+46	+18.8%	+55	+23.5%	245	236
営業利益率	6.6%	+0.1pt		+0.8pt		6.5%	5.8%
経常利益率	7.9%	+0.7pt		+1.2pt		7.1%	6.6%
当期純利益率	5.6%	+0.9pt		+0.9pt		4.7%	4.8%
ROE	8.2%	－		+1.5pt		－	6.7%
EPS（円）	279.5	+44.2		+58.2		235.4	221.3
調整後EPS（円）※2	272.2	+11.1		+19.2		261.1	253.0

※1　調整後営業利益＝営業利益 － 退職給付会計の影響
※2　調整後EPS＝(税引後調整後営業利益＋持分法損益＋のれん償却額(持分法に含まれるものを含む)－非支配株主に帰属する当期純利益)÷期中平均発行済株式数(自己株式控除後)

EARTH FOOD CREATOR

- 売上高は、前期比207億円増の5,164億円で着地。グループ売上高としては初めて5,000億円の大台に乗りました。
- 営業利益は、前期比55億円増の341億円。また、中計のKPIとしている調整後営業利益は前期比5億円増の334億円でした。
- 親会社株主に帰属する当期純利益は、前年比55億円増の291億円となりました。
- 当期純利益には海外の関係会社の合併による持分変動による利益増が約44億円プラスに働きましたが、それを差し引いても2億円の増益で着地しております。
- この結果、営業利益率は6.6%と0.8ポイント改善、またROEも1.5ポイント改善し8.2%となりました。

- では、次のスライドをご覧ください。

2017年度　セグメント別売上実績

4

（億円）

	2017年度 実績	2017年度 計画比		2017年度 前期比		2017年度 計画	2016年度 実績
即席めん事業	2,744	+11	+0.4%	+52	+1.9%	2,733	2,692
日清食品	2,329	+16	+0.7%	+44	+1.9%	2,313	2,286
明星食品	415	▲5	▲1.2%	+9	+2.2%	420	406
低温事業	640	+5	+0.8%	+22	+3.6%	635	618
菓子・飲料事業	516	▲21	▲4.0%	+6	+1.1%	537	510
国内その他	41	+1	+2.4%	+3	+9.3%	40	37
国内　計	3,941	▲4	▲0.1%	+84	+2.2%	3,945	3,857
米州地域	645	▲25	▲3.8%	+40	+6.7%	670	604
中国地域	426	+16	+3.9%	+66	+18.3%	410	360
アジア地域	94	▲26	▲21.8%	+4	+4.0%	120	90
EMEA地域	59	+4	+7.3%	+13	+28.6%	55	46
海外　計	1,223	▲32	▲2.5%	+123	+11.2%	1,255	1,100
連結売上高	5,164	▲36	▲0.7%	+207	+4.2%	5,200	4,957

EARTH FOOD CREATOR　＊中国地域の実績は日清食品ホールディングス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。

- 続いてセグメント別の売上実績についてご説明いたします。

- 国内事業は前期比84億円増収の3,941億円で着地しました。
- 「日清食品」は引き続きマーケティングが好調で、主力ブランド「カップヌードル」、「どん兵衛」が前年を上回る実績を残し、リニューアルを実施した「麺職人」、「カレーメシ」等即席ライスが好調で、前期比44億円増収の2,329億円の着地となりました。
- 「明星食品」はCVSとの取組強化、「旨だし屋」、「チャルメラ」などが牽引し9億円増収の415億円でした。
- 「低温事業」は、引続き「冷凍食品事業」が売上げを牽引し、22億円増収の640億円で着地しました。
- 「菓子・飲料事業」には、特に日清シスコが菓子事業・シリアル事業ともに順調に売上を伸ばし、6億円増収の516億円で着地しました。
- 海外事業に関しては、123億円増収の1,223億円で着地しております。
- 「米州地域」は、前期比40億円増収の645億円となりました。「米国」、「メキシコ」、「ブラジル」ともに現地通貨ベース、円貨ベースともに増収となりました。
- 「中国事業」は、前期比66億円増収の426億円で着地。現地通貨ベースでも香港・大陸ともに大きく増収となりました。
- 「アジア」は、4億円増収の94億円でした。ほとんどの地域で増収となりましたが、上位メーカーとの価格戦を回避したインドのみ減収となっています。
- 「EMEA」は、13億円増収の59億円で着地しました。欧州、トルコともに売上は順調に拡大しております。
- 各事業の詳細状況については、当資料の「スライド28」に記載しておりますので、後程ご確認ください。

- では、次のスライドをご覧ください。

2017年度　セグメント別　営業利益実績

5

（億円）

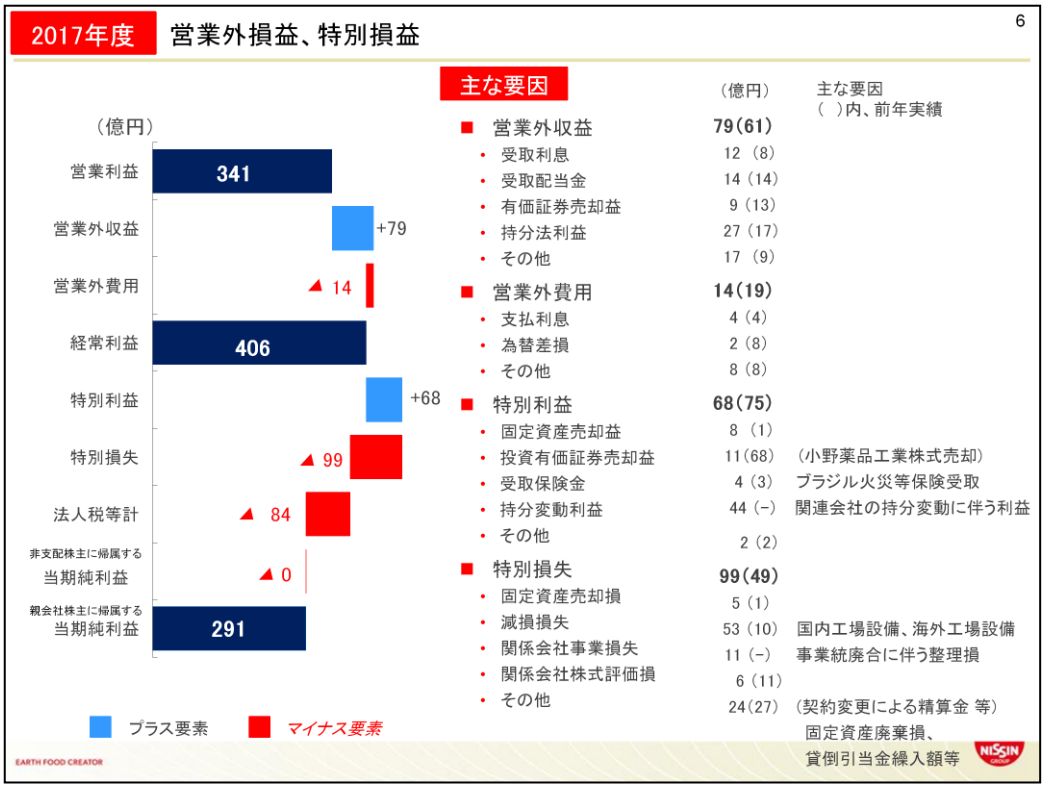
	2017年度 実績	2017年度 計画比		2017年度 前期比		2017年度 計画	2016年度 実績
即席めん事業	303	+4	+1.5%	+9	+3.0%	299	295
日清食品	283	+3	+1.0%	+6	+2.2%	280	277
明星食品	21	+2	+8.2%	+3	+15.2%	19	18
低温事業	21	+2	+10.6%	+2	+10.7%	19	19
菓子・飲料事業	24	▲6	▲19.9%	▲2	▲8.4%	29	26
国内その他	15	+6	+62.3%	+1	+3.9%	9	15
国内　計	364	+7	+1.8%	+9	+2.6%	357	354
米州地域	20	▲5	▲19.7%	▲3	▲12.4%	25	23
中国地域	36	▲1	▲3.5%	+2	+4.8%	37	34
アジア地域	△14	▲2	－	▲0	－	△13	△14
EMEA地域	△5	▲6	－	▲5	－	1	0
海外　計	37	▲14	▲27.6%	▲6	▲14.6%	51	43
調整額・その他	△59	+9	－	+52	－	△68	△111
連結営業利益	341	+1	+0.3%	+55	+19.2%	340	286
（参考）調整後営業利益	334	+0	+0.0%	+5	+1.6%	334	329

EARTH FOOD CREATOR　＊中国地域の実績は日清食品ホールディングス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。

- 続いて、セグメント別の営業利益実績をご説明いたします。

- 国内事業は、前期比9億円増益の364億円の増益で着地しました。
- 「日清食品」は主力ブランドの増収効果が増益に寄与して、6億円増益の283億円。
- 「明星食品」も生産の効率化、売上増により、3億円増益の21億円で着地しました。
- 「低温事業」は、引続き「冷凍食品事業」で売上増と生産効率改善で2億円増益の21億円で着地しました。
- 「菓子・飲料事業」は、「日清シスコ」が主に売上増などにより微増益となりましたが、「ぼんち」、「日清ヨーク」が利益を落とし、2億円減益の24億円で着地しました。
- 海外事業は6億円減益の37億円で着地しました。米州とEMEA地域の減益が主な要因となっています。
- 「米州地域」は、ブラジルは増益となっておりますが「米国」での物流費、人件費の高騰、「メキシコ」のマーケ費用等の増加が響き、3億円減益の20億円で着地しました。
- 「中国事業」は、2億円増益の36億円で着地しました。浙江工場の稼働に伴う償却増、香港の袋めんライン稼働による償却増があったものの、大陸および香港での売上増がコスト増をカバーしました。
- 「アジア地域」は、ほぼ前年並みの14億円の赤字となりました。「インド」における競争環境悪化の影響、インドネシアのマーケ費用増加が主なマイナス要因です。一方、タイでは10バーツ商品の売上拡大や生産拠点としての工場の安定稼働により黒字化を達成しております。
- 「EMEA地域」は、ハンガリー工場の立上げの遅れから欧州地域で赤字に転落し、5億円減益の5億円の赤字を計上しています。
- また、調整額は前期比プラス52億円のマイナス59億円となっていますが、内50億円は退職給付会計の影響の差額となります。
- この結果、連結の営業利益は55億円増益の341億円で着地しました。
- 営業利益の詳しい解説と「営業利益の増減分析」については、「スライド29、30」に記載しておりますので、後程ご確認ください。

- では次のスライドをご覧ください。



- 各段階利益について説明いたします。

- 営業外収益は、17億円増加して79億円となりました。これは主に持分法利益が10億円増加したことが要因です。マルベンで8億円増、タイプレで2億円の増となっています。
- 営業外費用は、5億円減少して14億円となりました。これは昨年8億円あった為替差損が2億円に収まったためです。
- この結果、経常利益は406億円で着地しました。これは前期比77億円の増益となり経常利益としては過去最高を更新しています。
- 続いて特別利益は7億円減少して68億円で着地しました。前期は有価証券売却益が68億円ありましたが11億円に減少したこと、また今期、関連会社の持分変動によって44億円の特別利益が発生したことによるものです。
- 特別損失は50億円増加し99億円となりました。これは主に国内即席めん工場、海外の工場設備の減損を実施した結果です。
- この結果、特別損益は31億円のマイナスとなり、税金等調整前当期純利益は375億円、親会社株主に帰属する当期純利益は、291億円となりました。

- では、次のスライドをご覧ください。

2018年度　事業計画　日清食品グループ　事業計画サマリー（IFRS）

7

2018年度　第1四半期決算からIFRSへ移行

（億円）

	2018年度 計画（IFRS）	2018年度 前期比		2017年度 実績（IFRS）※1
売上収益	4,550	+140	+3.2%	4,410
営業利益	360	+10	+2.8%	350
親会社の所有者に帰属する当期利益	260	▲30	▲10.5%	290
営業利益率	7.9%	▲0.0pt		7.9%
親会社の所有者に帰属する当期利益率	5.7%	▲0.9pt		6.6%
ROE	－	－		9.3%
EPS（円）	249.7	▲29.2		278.9
調整後EPS（円）※2	246.9	▲15.7		262.6

■　主なコスト増要因

	増減	要因
国内原材料コスト増	+12	小麦、段ボール 海産物高騰等
減価償却費	+30	国内：+27 主に関西工場
広告宣伝費	+5	国内：▲1 海外：+6

■　当期利益の大きな減少要因

2017年度　関連会社の持分変動に伴う利益（44億円）の影響

※1　2018年度第1四半期からIFRSを適用
　　2017年度実績（IFRS）については監査前数値
※2　調整後EPS＝（IFRS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）

＊その他　2018年度からは調整後営業利益を主要KPIから外した為、項目を削除しています。

EARTH FOOD CREATOR

- 2018年度の事業計画について、ご説明いたします。

- 当社では2018年度第1四半期からIFRSを適用することを決定しており、当事業年度の事業計画はIFRSベースで発表いたします。

- 本日はお時間も限られておりますので、日本会計とIFRSの変更点についての解説は割愛させていただきますが、「スライド31から33」に主な変更点について記載しておりますので、内容をご確認ください。

- では、数値についてご説明いたします。
- 2018年度の売上収益は前期比140億円増収の4,550億円を目指します。
- 営業利益は、10億円増益の360億円を目指します。
- 当社が中計の重要KPIとしている調整後営業利益は、IFRS適用に伴い、一旦の使命を終え、今後はIFRS営業利益を重要KPIとして進捗を追ってまいります。

- 親会社の所有者に帰属する当期利益は30億円減益の260億円となります。これは負担税率の変更と少数持分変動利益の影響ですが、特殊要因を差し引きますと増益の計画となります。
- また、営業利益率は前期並みの7.9%を維持しております。

- では、次のスライドをご覧ください。

2018年度　事業計画　日清食品グループ　セグメント別　売上収益計画（IFRS）

8

（億円）

	2018年度 計画（IFRS）	2018年度 前期比（前期IFRSとの比較）		2017年度 実績（IFRS）※1
即席めん事業	2,275	+53	+2.4%	2,222
日清食品	1,950	+40	+2.1%	1,910
明星食品	325	+13	+4.3%	312
低温事業	555	+12	+2.2%	543
菓子・飲料事業	440	+14	+3.3%	426
国内その他	40	▲1	▲2.5%	41
国内　計	3,310	+78	+2.4%	3,232
米州地域	650	+25	+3.9%	625
中国地域	420	+19	+4.7%	401
アジア地域	100	+8	+8.4%	92
EMEA地域	70	+11	+18.6%	59
海外　計	1,240	+62	+5.3%	1,178
連結売上収益	4,550	+140	+3.2%	4,410

EARTH FOOD CREATOR

※1　2018年度第1四半期からIFRSを適用
2017年度実績（IFRS）については監査前数値

＊中国地域の事業計画は日清食品ホールディングスが独自に設定した目標です。

NISSIN GROUP

- セグメント別の売上収益計画です。

- 国内事業は、前期比78億円増収の3,310億円を目標といたします。
- 「日清食品」は、前期比40億円増収の1,950億円
- 「明星食品」は、前期比13億円増収の325億円。
- 「低温事業」は、前期比12億円増収の555億円。
- 「菓子・飲料事業」は、前期比14億円増収の440億円を目標といたします。

- 海外事業は、前期比62億円増収の1,240億円を目指します。
- 「米州地域」は、前期比25億円増収の650億円。
- 「中国地域」は、前期比19億円増収の420億円。
- 「アジア地域」は、前期比8億円増収の100億円。
- 「EMEA地域」は、前期比11億円増収の70億円を目標といたします。

- 次のスライドをご覧ください。

2018年度　事業計画　日清食品グループ　セグメント別　営業利益計画（IFRS）

9

（億円）

	2018年度 計画（IFRS）	2018年度 前期比（前期IFRSとの比較）		2017年度 実績（IFRS）※1
即席めん事業	273	+15	+5.7%	258
日清食品	253	+14	+5.9%	239
明星食品	20	+1	+3.7%	19
低温事業	22	+26	―	△4
菓子・飲料事業	26	+7	+34.2%	19
国内その他	50	+35	+237.9%	15
国内　計	371	+83	+28.7%	288
米州地域	27	+3	+10.3%	24
中国地域	34	▲7	▲16.8%	41
アジア地域	14	+18	―	△4
EMEA地域	11	+9	+581.7%	2
海外　計	86	+23	+36.6%	63
調整額・その他	△97	▲96	―	△1
連結営業利益	360	+10	+2.8%	350

EARTH FOOD CREATOR

※1　2018年度第1四半期からIFRSを適用
2017年度実績（IFRS）については監査前数値

＊中国地域の事業計画は日清食品ホールディングスが独自に設定した目標です。

NISSIN GROUP

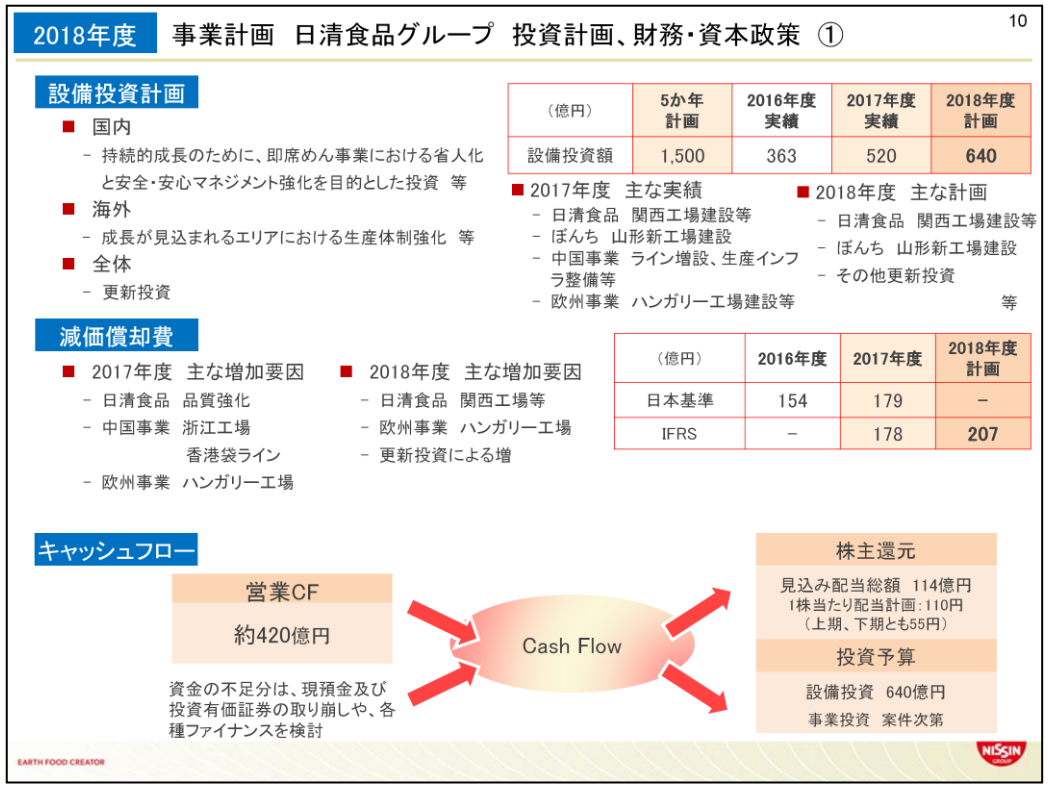
- セグメント別の営業利益計画です。

- 国内事業は、前期比83億円増益の371億円を目標といたします。
- 「日清食品」は、前期比14億円増益の253億円。
- 「明星食品」は、前期比1億円増益の20億円。
- 「低温事業」は、前期比26億円増益の22億円。
- 「菓子・飲料事業」は、前期比7億円増益の26億円を目指します。

- 海外事業は、前期比23億円増益の86億円を目指します。
- 「米州地域」は、前期比3億円増益の27億円を目指します。
- 「中国地域」は、前期比7億円減益の34億円の見込みです。中国地域は昨年上海工場の土地使用権を売却したこともあり7億円の特別利益が出ております。また、上場による体制強化などのコスト増が要因となりますが、それらの特殊要因を除いた本業レベルでは増益を目指します。
- 「アジア地域」は、前期比18億円増益の14億円を目指します。変化率が大きいのは、前期にアジア事業における減損があったためです。
- 「EMEA地域」は、前期比9億円の増益を目指します。昨年度はハンガリー工場の立上げの遅れによる費用増が発生しましたが、今後それも解消していくと考えています。

- 最後に、調整額として97億円の費用が発生しておりますが、これはグループ間調整費用の52億円と、突発的な減損リスクなどに備えて45億円ほど費用を計上しているからです。

- 次のスライドをご覧ください。



- 設備投資については、「日清食品の関西工場」の建設費用が今期も発生するため、約640億円程度となる見込みです。
- 減価償却費については、関西工場の第1期ラインが稼働を始めること、ハンガリー工場など海外のラインによる償却増などで合計30億円ほど増加する見込みです。
- キャッシュフローにつきましては、今期約420億円の営業キャッシュフローを見込んでおり、株主還元、設備投資、事業投資に必要な資金需要はこのキャッシュフローにて、不足分については、現預金、投資有価証券の取り崩しや各種ファイナンスにて充当していきます。

- 次のスライドをご覧ください。

2018年度　事業計画　日清食品グループ　投資計画、財務・資本政策　②

11

株主還元

（株式配当）

■ 業績の向上とともに増配を行い、**中計期間 平均40%以上**の配当性向を目指す。

- 2016年度　上期40円、下期45円　計 85円
- 2017年度　上期45円、下期45円　計 90円
- 2018年度　増配を予定
  上期55円（10円増配）、下期55円（10円増配）

	5か年計画	2016年度	2017年度	2018年度計画
配当金/株	安定配当	85円	90円	110円
配当性向	平均40%以上	38.4%※1	32.2%※1	44.1%※2

※1　日本基準による計算値　　※2　IFRSによる計算値

（自社株）

■ 経営・事業環境を勘案し、機動的に自己株式を取得する

- 2016年度　自社株買いを実施　（11月　4,088,300株　22,935百万円）
- 2017年度　未実施
- 2018年度　発行済株式総数の10%相当を消却予定

政策保有株

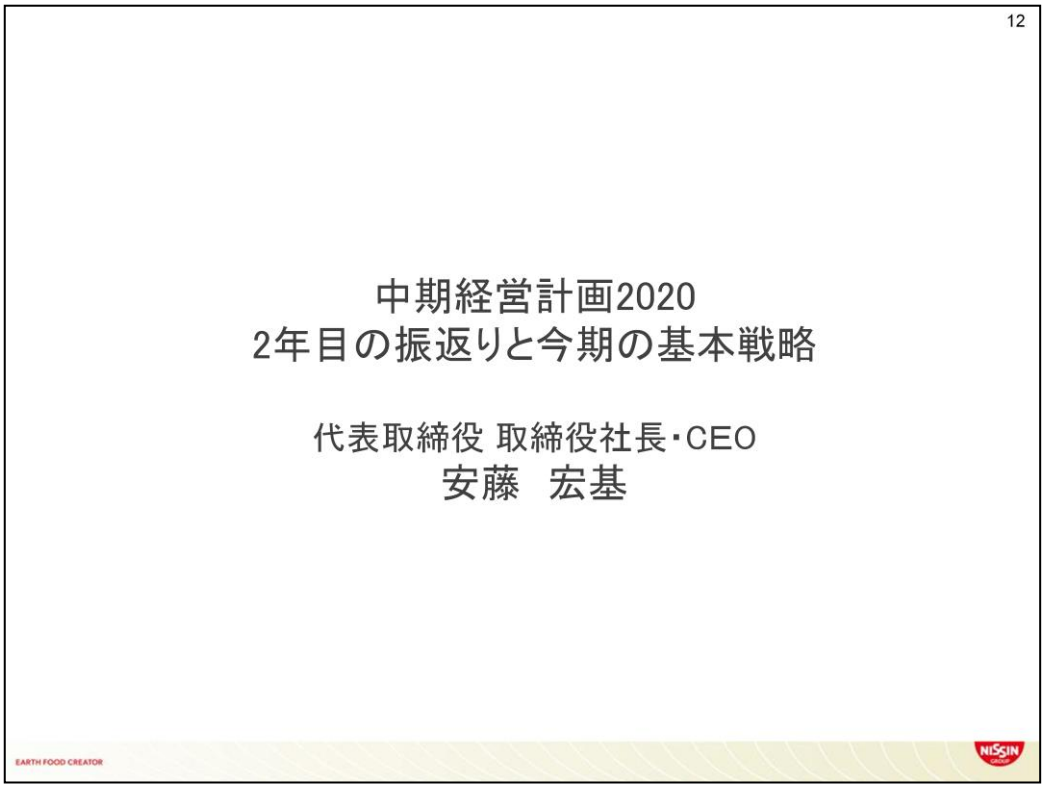
- 資本効率向上等の観点から保有総数を削減していく方針としており、2016年度、2017年度とも一部売却
- 2018年度についても、市場環境、事業環境を勘案し引き続き売却を検討。社内運用ルールに基づき、個別株式の保有継続可否について、取締役会に諮っている。

EARTH FOOD CREATOR

- 配当に関しましては、5月10日に適時開示いたしました通り、2018年度の配当を20円増配し、年間110円の配当を予定しております。
- また、自社株につきましては、5月24日に発行済株式数の約10%相当の自社株を消却する予定です。
- 当社といたしましては、引き続き、株主の皆様重視の資本政策をとっていきたいと考えております。

- 以上にて、私からの発表を終了させていただきますが、皆さまから「事業利益」や「コア利益」などの指標を持たないのかというご質問が多く寄せられておりますので、当社の考え方についてお話しさせいただきたいと思います。
- IFRS適用に伴い日本基準では資料は作成しません。これは二重基準を持つことでグループ内の目標が曖昧になるとともに、業績評価の複雑さを招く要因となると考えているからです。
- また、「事業利益」とか「コア利益」というnon-GAAPの指標も私どもは考えておりません。というのも、当社としては「特別利益」や「特別損失」、「持分利益」なども経営としてしっかりコントロールするという観点から、営業利益に組み込んでいきたいと考えているからです。
- ただし、このような事業の営業利益に大きく影響する要因について、投資家の皆さんが事業継続性の評価のしっかりとご説明していきたいと思っております。
- 投資家の皆さんが事業継続性のような分析ができるような資料についても開示したいと考えております。
- また、IFRS適用によって、数字的にいろいろ混乱すると思いますので、この時間だけでなく、後日FAQの形で開示を検討させていただきたいと考えておりますので、ご理解のほどよろしくお願いします。

- 以上を持ちまして私の発表を終わらせていただきます。



- CFOから数値については細かく説明がありましたので、私から中期計画の中でどんな位置付けになっているのかについてお話しさせていただきます。

2018年度 エグゼクティブ・サマリー

13

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

- 全ての即席めんの原点である「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

  日清焼そば55th、出前一丁50th、シスコーン55th、
  チョコフレーク50th、チョコクリスプ40th、ピルクル25th

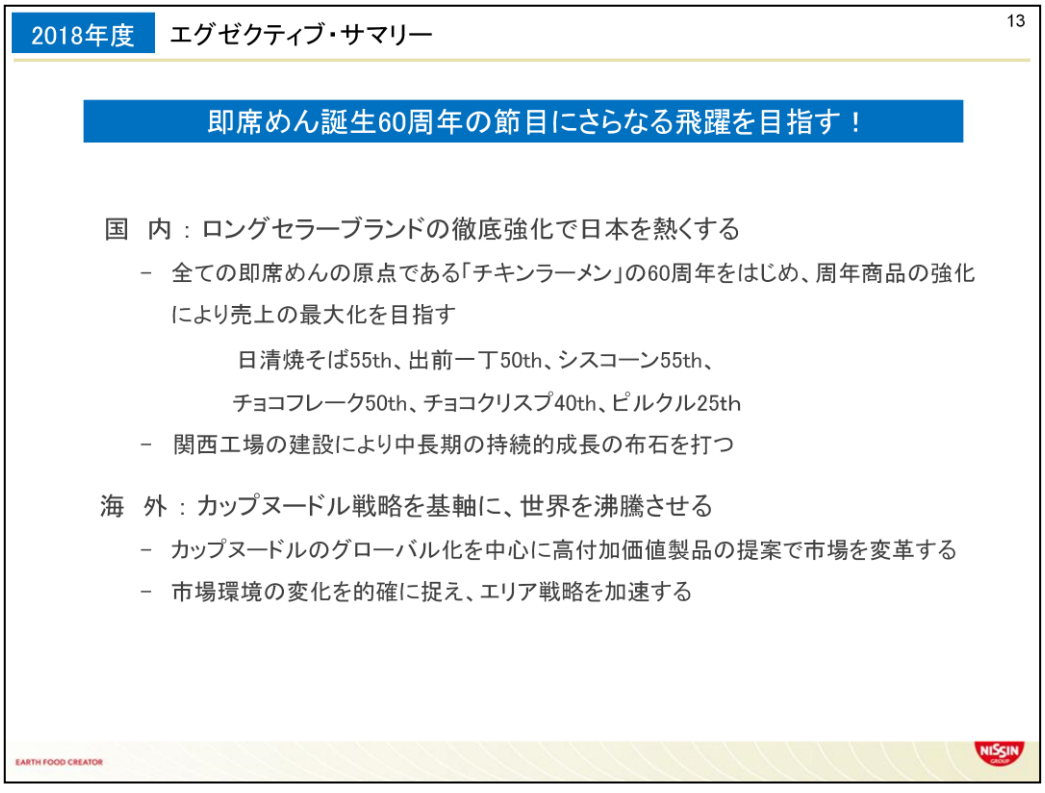
- 関西工場の建設により中長期の持続的成長の布石を打つ

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製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

EARTH FOOD CREATOR

NISSIN GROUP



- ちょうど当社が60周年ということで、最初のインスタントラーメン「チキンラーメン」の発売から60年が経ちました。
- このような中、今事業年度、日清食品においてはこの「チキンラーメン」のネット売上で過去最高を目指していきたいと思っています。国内需要は今、非常に安定していますが、ちょうどこの時期に「チキンラーメン」を中心として販売促進を行っていきたいと考えています。
- また、「日清焼そば」も55年、「出前一丁」も50年、その他にも結構周年商品があり、「シスコーン」も55年、「チョコフレーク」も50年、「クリスプチョコ」も40年、「ピルクル」も25年と、これから製品も各事業会社で周年の販売促進策を講じていこうと考えています。
- 関西工場につきましては、中期的に大変役立つ工場だと思っており、持続的な成長に対しての布石を打とうと考えています。
- 海外につきましては、カップヌードル戦略を基軸にしています。この「カップヌードル」をグローバルブランドに押し上げていこうと進めており、高付加価値製品としてのポジショニングを崩さずに、これをもって戦略の基軸にしていこうと考えています。

中期計画　国際財務報告基準（IFRS）への変更に伴うKPIの変更

14

- 国際財務報告基準（IFRS）への変更によるグループ全体目標は変更しない
- 中計の基準となる2015年度の調整後EPSはIFRS適用に伴い計算方法を補正し遡及修正

		2015年度 実績値 日本基準	2020年度 （参考値 日本基準）	2020年度 目標値 IFRS
本業で稼ぐ力	売上高（IFRS）売上収益	4,681 億円	（6,000 億円）	5,500 億円
	調整後営業利益※1	247 億円	（400 億円）	－ 億円
	（IFRS）営業利益			475 億円
資本市場価値	時価総額※2	5,700 億円		1 兆円
	純利益※3	269 億円		330 億円
	ROE	7.4 %		8 %以上
	（日本基準）調整後EPS※4	196 円		－ 円
	（IFRS）調整後EPS※5	189 円	年平均成長率 10%以上	330 円

配当性向は、期間平均40%以上

※1 日本基準のみ設定：調整後営業利益＝日本基準営業利益 － 退職給付会計の影響
※2 時価総額＝株価×期末発行済株式数（自己株式控除後）
※3 日本基準における「親会社株主に帰属する当期純利益」、IFRSにおける「親会社の所有者に帰属する当期利益」
※4 （税引後調整後営業利益＋持分法損益＋のれん償却額（持分法に含まれるものを含む）－ 非支配株主に帰属する当期純利益）÷期中平均発行済株式数（自己株式控除後）
※5 （IFRS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）
2015年度の数値は個別データがないため推計値

EARTH FOOD CREATOR

- 当社では2016年度からの5ケ年計画を立てていますが、ここに出ている通り、2018年度第1四半期からJ-GAAPからIFRSに移行します。計画数字はこの表に出ている通りで2年前に掲げたものですが、この中で一部数値を変えているのが調整後EPSです。
- IFRSで計算し直した結果、調整後EPSが189円(2015年度)となっています。
- 当社では調整後EPSの年平均10%以上の成長という目標を立てており、2年目が終わりこれから3年目に当たりますが、CAGRはちょうど10%になるよう、オンラインで進めています。この数値につきましては、2018年度は先ほど説明した通りですし、19年度も、一直線で進めていくということだとご理解いただければと思います。

中期計画　国際財務報告基準（IFRS）への変更に伴うセグメント目標の変更

中期経営計画　KPIの指標変更（セグメント情報）

本業で稼ぐ力

	2020年度	
（IFRS）売上収益	5,500	億円
（IFRS）営業利益	475	億円
営業利益率	8	%以上
営業利益の海外事業比率	30	%以上

国内の事業

（単位：億円）		2020年度 日本基準 計画	2020年度 IFRS 計画
即席めん	売上収益	2,976	2,430
	営業利益	295	291
	営業利益率	9.9%	12.0%
低温菓子飲料	売上収益	1,323	1,116
	営業利益	52	52
	営業利益率	3.9%	4.7%

計画の前提となる主要通貨為替レート

通貨	1現地通貨当り（円） 2015年度	2020年度
USD	120.14	112.68
BRL	30.60	28.00
CNY	18.85	17.39
HK$	15.49	14.53
ユーロ	134.31	131.77

＊中計作成時のレートに基づく

海外の事業（エリア）

（単位：億円）		2020年度 日本基準 計画	2020年度 IFRS 計画
米州	売上収益	808	808
	営業利益	64	64
	営業利益率	7.9%	7.9%
中国	売上収益	537	537
	営業利益	51	51
	営業利益率	9.5%	9.5%
アジア	売上収益	241	241
	営業利益	5	20
	営業利益率	2.2%	8.3%
EMEA	売上収益	83	83
	営業利益	8	24
	営業利益率	9.4%	28.9%

＊中国地域の計画は日清食品ホールディングスが独自に設定した目標です。

EARTH FOOD CREATOR

- 次のセグメント情報は補足資料の中にも入れておりますが、もともとJ-GAPPで公表した5カ年計画の最終年度の数値を、IFRS数字に置き直したものです。
- 売上収益については、国内はネット売上になっていますので変わっていますが、海外についてはほぼ同じ売上になっています。
- 営業利益の部分がIFRS換算で大分変わっています。
- この目標で進めていきたいと思います。

株主還元施策

16

■ 中計が順調に進捗する中、株主還元として増配及び自己株消却を行う。

1. 増配の実施

2017年度の配当		2018年度の配当予想
90円 （配当性向32.2%/日本基準）	+20円	110円 （配当性向44.1%/IFRS）

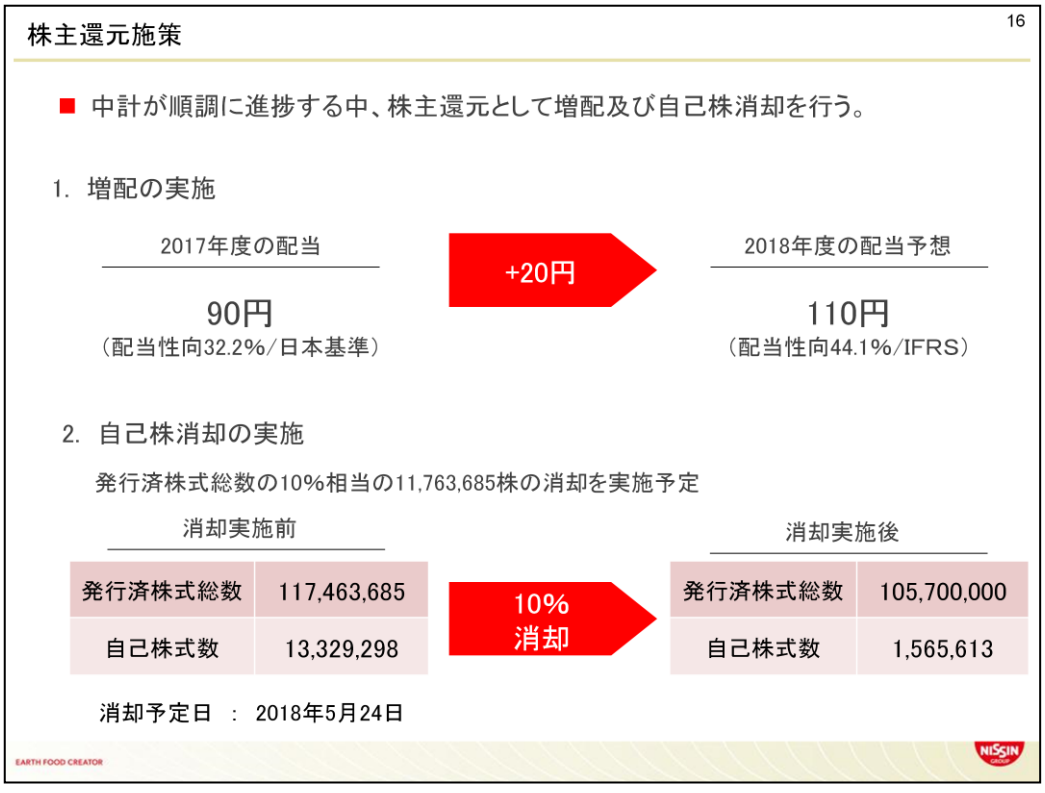
2. 自己株消却の実施

発行済株式総数の10%相当の11,763,685株の消却を実施予定

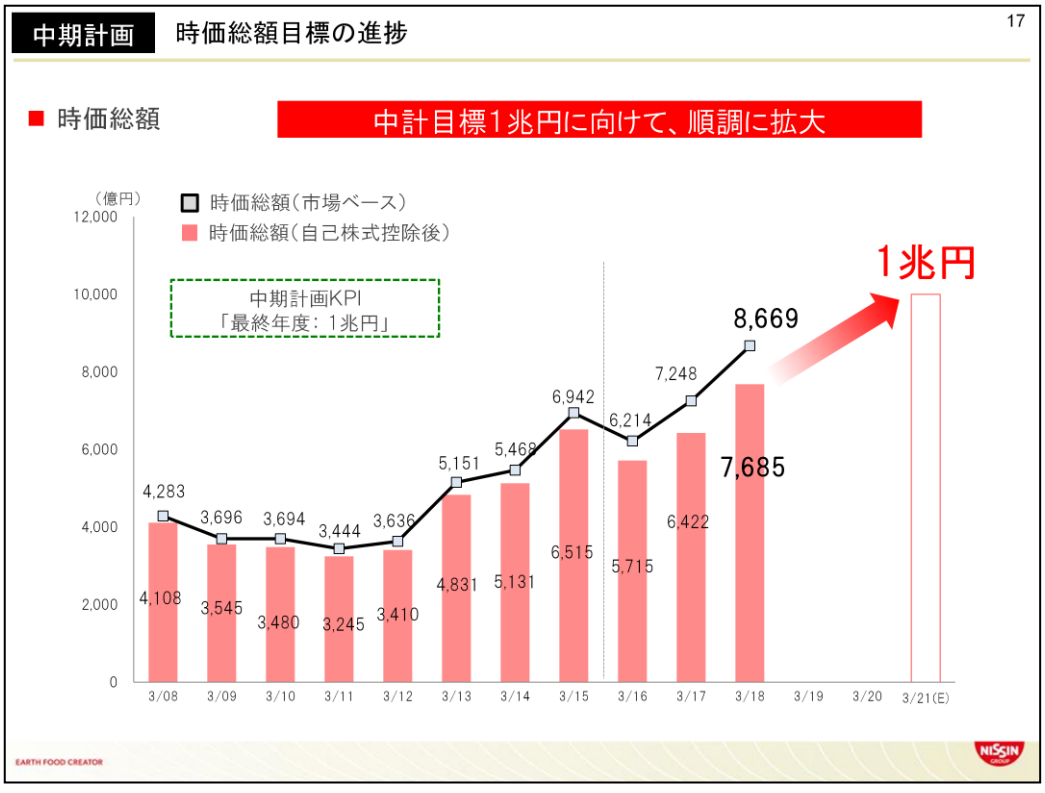
消却実施前			消却実施後	
発行済株式総数	117,463,685	10% 消却	発行済株式総数	105,700,000
自己株式数	13,329,298		自己株式数	1,565,613

消却予定日 ： 2018年5月24日

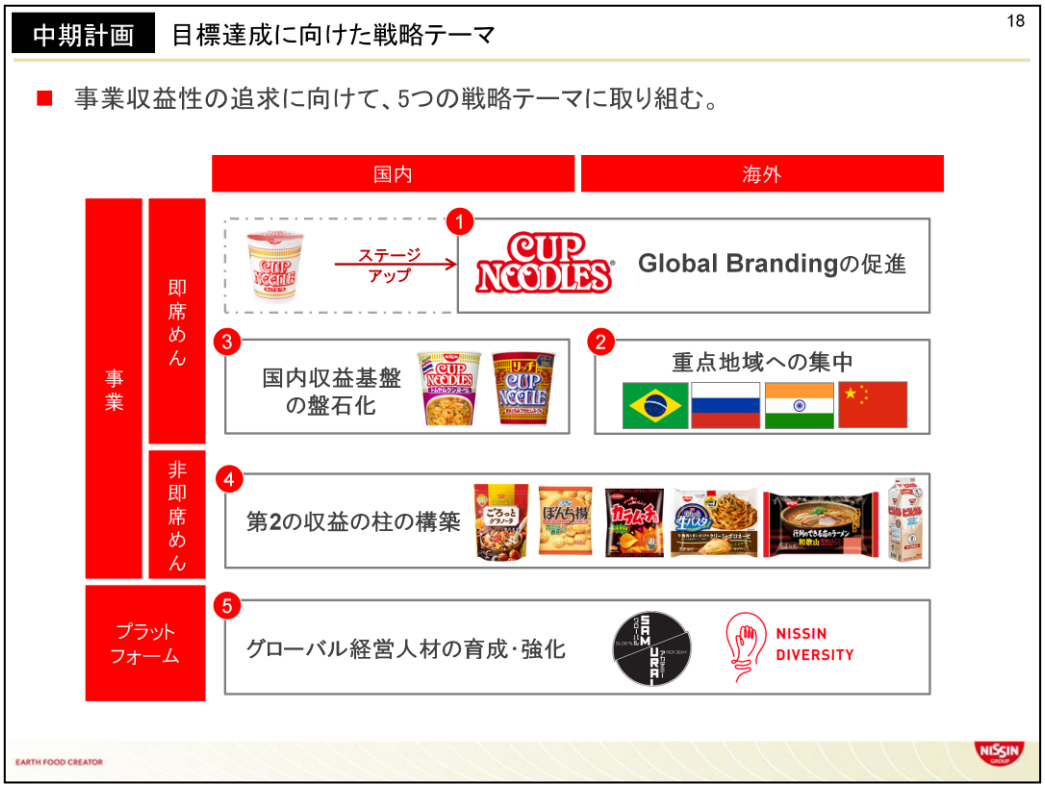
EARTH FOOD CREATOR



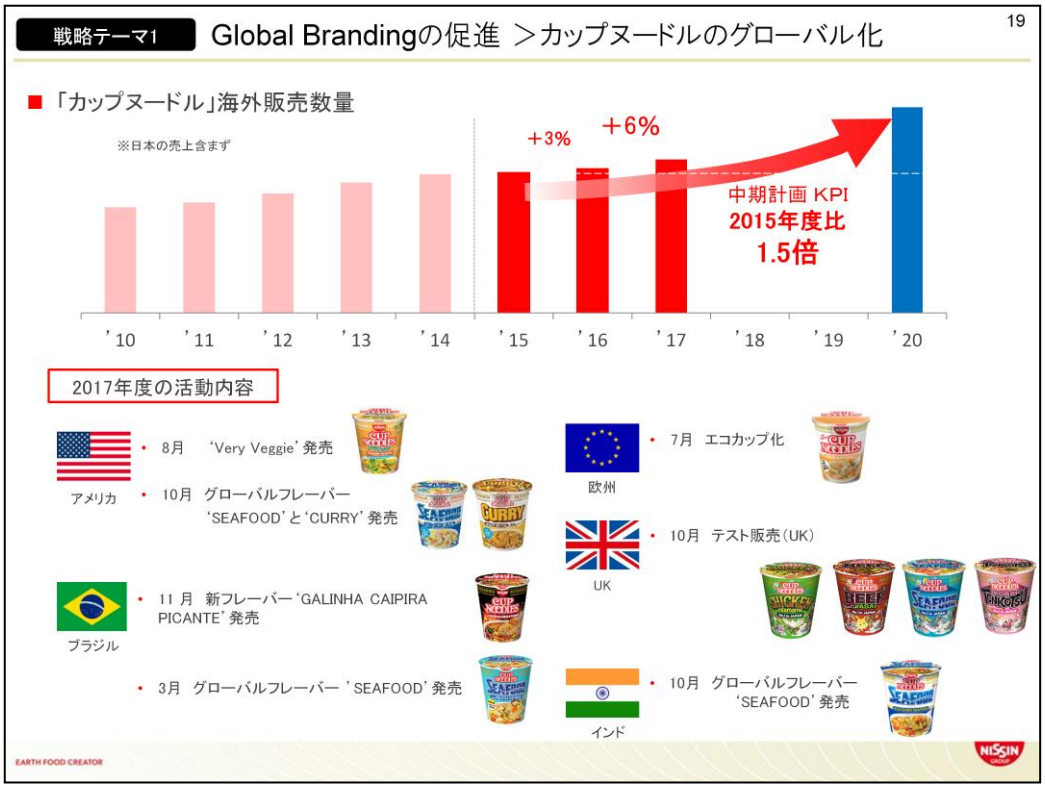
- それから16ページの資本政策ですが、これにつきましては増収増益の中、増配と自己株消却を進めようということで、先般（2018年5月10日）この発表をさせていただきました。
- 配当につきましては、90円に20円足して110円にします。これは配当性向40%という目標の中で、4%ぐらいアップしておりますが、過去に足りなかった部分を補い、またキャッシュの状況を考えて、110円が妥当と判断して決定しました。
- 自己株消却につきましては、金庫株になっている株式の消却をどうすべきかといろいろ考えましたが、もうこれを使うことはないということで、10%消却して、発行済株式総数は1億570万株になりました。5月24日以降はこの株数での計算になると思います。



- 次の時価総額目標の件ですが、18年3月末の時価総額は自己株式控除後で計算すると7,685億円でした。
- 今日5月15日の前場の株価が8,260円でしたので、自己株消却後の発行済株式総数1億570万株で計算すると時価総額は8,731億円になります。1兆円構想の中、逆算していただければ分かりますけれども、大体株価9,500円ぐらいになれば1兆円ぐらいになるということです。
- 投資家の方に興味を持って見ていただいているということは大変ありがたいことだと思っており、先ほどの構成の中（14ページ）でPERは30倍と考えておりまして、この30倍を維持していくというのは、グローバル戦略などの成長因子の中に夢がないとなかなか難しいと思いますが、これは徹底して進めていきたいと思っています。



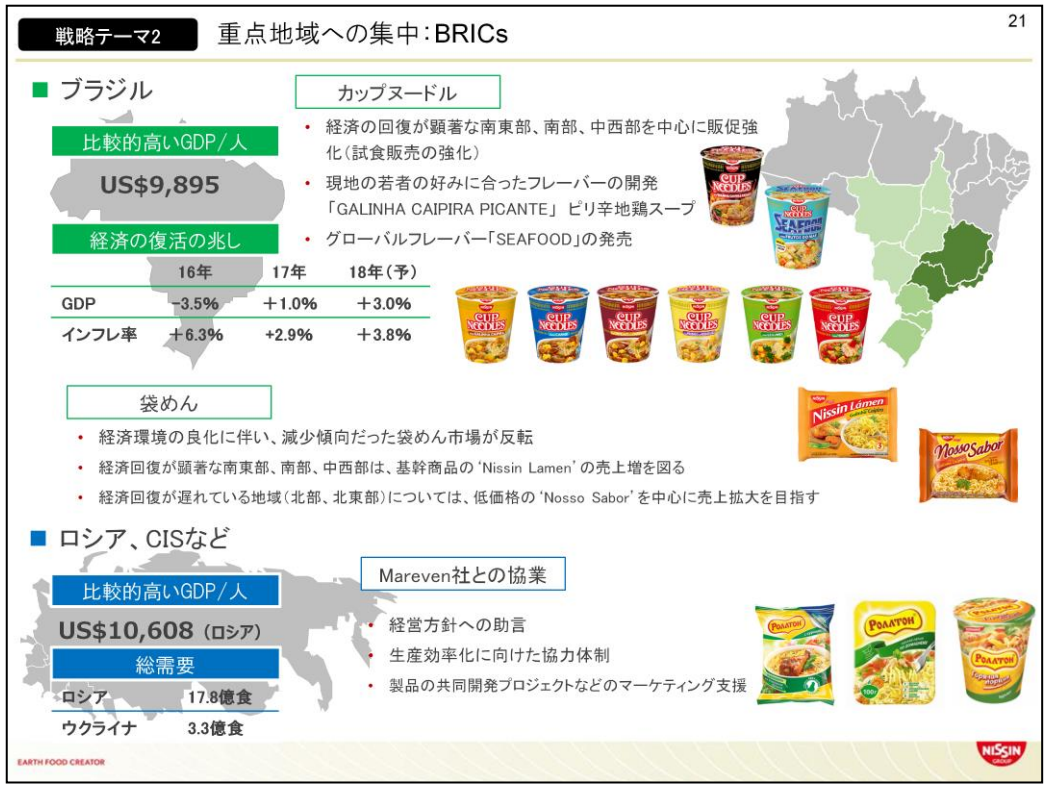
- その次の18ページは、何回もご説明を申し上げている通りです。
- まずグローバルブランディングが一番と考えておりまして、その次にBRICsへの集中です。
- それから、国内収益基盤の盤石化です。
- そして、第2の収益の柱の構築ですが、左三つが菓子関係、右三つがチルド・冷凍・ヨークの低温・飲料関係です。この分野もそれぞれ1000億円を目指して進めていきたいと思っています。
- また、グローバル経営人材育成についても強化しています。



- 19ページに進んでください。
- 昨年度、決算説明会の中で、2017年度につきましては6%から8%の実質成長を目指していると申し上げましたけれど、少々低めの6%が実質成長でした。
- 今事業年度は8.5%から9%の成長になると思います。基盤が大体整ってきたのでこれぐらいはいくだろうと考えています。
- 2020年度には、2015年度比で50%アップを目指して、進めていきたいと考えています。

- また、下に記載していますのが17年度中に発売した新製品です。
- 米国では'Very Veggie'という製品、これは1ドル製品ですが、このような製品が今、売れてきています。またグローバルフレーバーとしてシーフード、カレーというものを、これは、日本の製品と同じですけれども、米国で販売を開始しました。
- ブラジルにおきましては、'GALINHA CAIPIRA PICANTE'というチキン味の辛いものを発売し、また、3月にはグローバルフレーバーとしてシーフードを発売しました。この商品は大変人気で実回転はいいようです。
- 欧州ではECO(紙容器)カップに変えました。それから、英国ではPremier Foodsと提携・資本出資をしていますが、このチャネルでカップヌードルを販売してもらおうということで、テスト販売も行っており、販売も良好ですので本格販売につなげていきたいと考えています。
- インドにおきましても、シーフードの発売を行いました。

- 次のページに出ています通り、ブルーで相当染まってきていますが、四角く囲んだ部分が2017年度に発売した製品（シーフード）です。
- フィリピンでも非常によく売れる商品に育ってきており、もちろん中国でもそうですが、「シーフードヌードル」をグローバルブランドとして育てていきたいということで、着実に進めています。
- これだけではなく、焼きそば関係の商品も売れてきており、（カップヌードル以外の製品も）総合的に進めてまいりますけれども、やはりシンボリックなものとしては「カップヌードル」。その中でも「シーフードヌードル」をメジャーにするために、メインに据えていきたいと考えています。



- それではブラジルに関してですが、先ほど横山CFOから話がありましたが、経済状態も良くなってきているということで、「カップヌードル」もこれからよく売れていくだろうと思います。都市部を中心として展開していますが、2018年度は期待できると思っています。
- ロシアにつきましては、Mareven社との共同で進めています。この「POAATOH（ロルトン）」というブランドですが、これも売れています。

- 次のページのインドです。
- インドにつきましては、2015年の総需要は32億6000万食でした。それまで50億食ぐらいのペースできていたものが、2015年はMSGの問題及び表示問題、鉛の含有問題などで冷え込みましたけれども、2017年に54億2000万で総需要の記録を更新しています。インドはまだ一人あたりの喫食数が4.1食ですから、まだまだ伸びるマーケットとして期待できると思います。
- こういう中で、袋麺におきましてもカップ麺におきましても、1位メーカーが2017年度は相当に価格戦略にシフトしてきたので、当社は大きな成長には至りませんでした。今年は総需要も一段と拡大する中、インドでの展開に期待できると考えています。
- 中国本土につきましては、中国のマーケットも久しぶりに需要が回復して、389億6000万食ということで拡大傾向にあります。価格の安いものよりも高価格帯のカップ麺のほうにシフトしていますので、当社の製品群がこれから成長していくだろうと期待しています。
- また、カゴメとのJVと書いてありますが、香港におけるMCMSという卸店に昨年資本参加しましが、カゴメさんとこのチャネルで商品を売っていこうとに合意し、JVとして進めることになりました。
- 大陸のほうでは、この「合味道」以外に、「拉王」いう製品が今売れており、それに加えて「一風堂」という製品も発売し、この辺りも中国で売れるようになってきています。

- その次、どんどん進めさせていただきます。

- 国内の日清食品および明星食品、国内の事業部門ですが、これはまた後ほど安藤徳隆社長のほうから、日清食品について細かく説明してもらえばいいと思いますが、ここの『まんぷく』につきましては、この10月からNHKの朝ドラで放映されます。創業者が主役ではなく私の母親が主役なので、創業者はがっかりしていると思います。朝ドラでも女性の時代で内助の功がテーマになっています。インスタントラーメンを発明した中には内助の功があり、いろいろやりくりしたことが成功の要因となっているようです。そういう部分が評価されるそうです。
- いずれにしましても48歳で「チキンラーメン」を発明し、61歳のときに「カップヌードル」を考えたわけで、それから94歳のときに「スペース・ラム」という宇宙で食べるラーメンを考えた創業者ですので、大変ユニークです。
- こんなユニークな創業者を支えてきたということで、それがドラマ化されて、皆様方の役に立てたら大変ありがたいのですけれど、私の母親のイメージが、別人のごとく描かれていくのではないかと心配しています。
- いずれにしろ、半年間インスタントラーメンを取り上げてくれるということは、大変ありがたいことだと思っています。

- この工場ですけれども、これも安藤社長、後でまた説明してください。

- 菓子関係の事業につきましては、3社協業ということで、日清シスコとぼんちと湖池屋とジョイントで進めてまいります。
- グラノーラの総需要はちょっと低迷していますが、このコーンフレークが今、伸びてきまして、実質この「シスコーン」がコーンフレーク業界のナンバーワンになっております。このスタンディングパウチのコーンフレーク、今までは箱に入っているものでしたが、こういうものが主流になってまいりました。
- そういう中で、バーリーマックスを使った「1日分のスーパー大麦グラノーラ」という製品、この製品については農薬問題が一部ありましたが、それも全部回収しまして、全部置き換えました。これは大変な問題だと思ったのですが、小売業のほうからスペースを空けているから早く再販売して欲しいという要望もあり、やはりこういう機能性のあるものというのは根強い消費者がいるもので、ブランドはつぶれず再生できそうです。
- それから、低温食品事業関係ですが、冷凍食品については、大変元気です。その中でも、この生パスタが生パスタ分野ナンバーワンということで、大変売れています。また、「担々麺」の汁物と汁なし、この製品も大変ユニークで需要も高まって安定しています。チルド食品につきましても、「太麺焼そば」、「行列」、「ラーメン屋さん」、それから「フライパン一つでチャンポン」と、こういう製品も売っています。それから、「ピルクル」につきましても25年を迎えましたが、新工場も完成し、東西に設備が出来上がりまして、この乳酸菌飲料事業は売り上げを伸ばしていける事業だと思っています。

- グローバル人材につきましては、当社は今、日本人以外でいいますと、米国、メキシコ、インド、そして今回、ドイツ・EUも日本人以外のCEOを採る形にとなりました
- 日本人がトップになるというのもいいのですが、現地の流通関係、小売業との関係の問題も全て含め、やはり現地のCEOがいいという感覚がありまして、われわれの社風とは違う部分がグローバル化を進めるには大変いいと思い、その体勢に組み替えています。
- 以前から説明していますように、当社には国内・海外を含めて社長が25名おりますが、そこにそれを支える12のプラットフォームがあります。
- 4名の現地人のCEO、香港で上場した安藤清隆もCEO、インドネシアには三菱商事から来てくれているCEOもいます。いろいろな人材を多彩に組み込みながら経営を進めていく中で、プラットフォームとなるチーフオフィサーが、これら全てのプロフィットセンターを支えていくということで、現地のCEOを支えるにはこのプラットフォームのチーフオフィサーの力が重要だと考えています。

- また、ここに載っています通り、ESGの取り組みにつきましても前向きに考えています。サステイナビリティーの件については、RSPOという持続可能なパーム油を使用することにいたしました。
- それから、働き方改革も前向きにやっていますし、女性活躍についてもダイバーシティアワードなどを進めています。
- SDGsにつきましては、今、取り組み始めたばかりですけれども、これも徹底的に進めていこうと考えています。

- 説明は以上でございます。

（ご参考） 資料の表記について

- 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「決算説明会資料」に掲載しています。
  http://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。
- 海外の関係会社の収益・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。
- 「スライドNo.」は右上に付記しています。

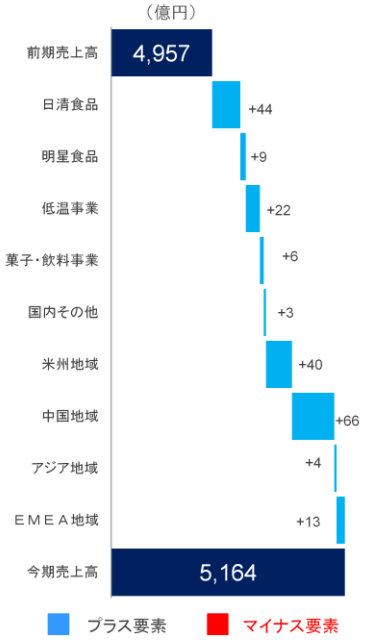
NISSIN

日清食品ホールディングス株式会社

APPENDIX

EARTH FOOD CREATOR

2017年度　セグメント別　売上貢献度



＊海外のコメント、前年比はすべて現地通貨ベースに基づく

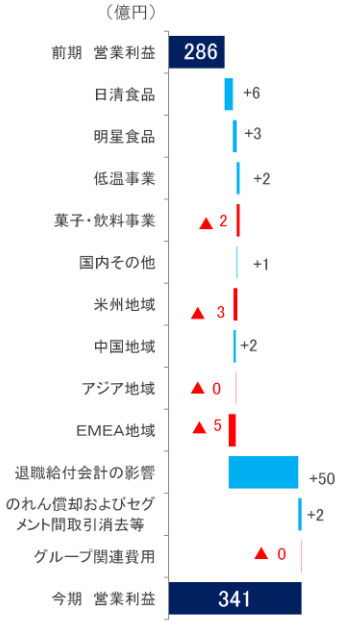
社名	増減	要因
日清食品	**+44**	カップめん（+1%）：昨年度の前期比+4%という高いハードルを、カップヌードルナイスなどの新製品、麺職人リニューアル等で上乗せ。カップヌードル、どん兵衛は前年を超える着地。 袋めん（−1%）：上期は−5%と苦戦したが、「お椀」シリーズの発売効果もあり、10−3月には+3%となった。 その他（+44%）：ぶっこみ飯、カレーメシの増収等。
明星食品	**+9**	カップめん（+3%）：夜店の焼そばが7月以降回復、チャルメラカップ、ぶぶか、旨だし屋が売上を牽引。 袋めん（+1%）：通期で前年超え。
低温	**+22**	チルド（+1%）：市販用ラーメン、子会社の業績が好調で前年実績を上回る。 冷凍(+5%)：市販用は引き続きパスタ、ラーメンが好調で増収。業務用、宅配ルートも増収。
菓子・飲料	**+6**	シスコ（+4%）：シリアル事業、菓子事業ともに好調を維持し増収。 ヨーク（−1%）：CVSの飲料棚縮小の影響が響き減収。 ぼんち（−1%）：下期で上期の遅れを取り戻し、前年並で着地。
国内その他	+3	
米州地域	+40	＊為替影響額（+22） 米国（+4%）：CUP NOODLESの売上増、TOP RAMENの売上増で増収。 メキシコ（+7%）：販売数量は微増、主に値上げ効果が貢献し増収。 ブラジル（+2%）：3Qまでは前年並み、4Qの増収が貢献。
中国地域	**+66**	＊為替影響額（+11） 香港は、MCMS（卸売業）の新規連結効果が大きく大幅増収（+25%）。 大陸は高付加価値商品の売上増、エリア拡大効果が寄与（+8%）。
アジア地域	**+4**	＊為替影響額（+4）　売上額が多い順 インド：減収、シンガポール：微増収、タイ：会計基準変更により減収（旧基準では増収）、インドネシア：大幅増収、ベトナム：増収
EMEA地域	**+13**	＊為替影響額（+3） 欧州地域：「Soba」拡大、プレミアフーズのOEM受注で増収。 トルコ：ラーメンジャンルへの参入で増収。
合計	**+207**	＊為替影響額（+41）

EARTH FOOD CREATOR

＊日清食品、明星食品の（）内の前年比は、カテゴリー別の前年比　＊ぼんちの昨年実績は1−12月、今期は4−3月
＊中国地域の実績は日清食品ホールディングス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。

NISSIN GROUP

2017年度　セグメント別　営業利益貢献度



社名	増減	要因
日清食品	+6	＋ 売上増の効果、原価率の減少、広告宣伝費の削減 － 拡促費比率増(昨年の震災影響の反動等)、減価償却費増、一般管理費増
明星食品	+3	＋売上増、原価率の減少（生産効率アップ）、拡促費比率の減少 － 減価償却費・一般管理費の増など
低温	+2	チルド：市販用商品の伸び悩み、一般経費の増等で微減益 冷凍：売上増、生産効率向上による原価率の改善等で増益
菓子飲料	▲2	シスコ：微増益（売上増加による増収効果、販売ミックスによるコスト増） ヨーク：償却費増、拡促費増。ぼんち：減益
国内その他	+1	経費削減＞償却費増
米州地域	▲3	＊為替影響額（+1） 米国：物流費増、人件費増。メキシコ：マーケ費用増、管理費用増 ブラジル：価格改定効果、マーケ費用削減、原価率改善等で増益
中国地域	+2	＊為替影響額（+1） 香港：出前一丁の販売が好調で償却費増をカバー 大陸：売上増＜浙江工場稼働による償却増等
アジア地域	▲0	＊為替影響額（▲1）利益額が多い順 シンガポール：減益、タイ：黒字化、ベトナム：ほぼ前年並み、インドネシア：赤字幅拡大、インド：赤字幅縮小
EMEA地域	▲5	＊為替影響額（+0） 欧州：売上増＜工場償却費増、立上げの遅れによる費用増 トルコ：売上拡大効果もあり赤字縮小
調整額	+52	主に退職給付会計の影響差異（+50）
合計	+55	＊為替影響額（+2）

青文字：前年比 ポジティブ　赤文字：前年比 ネガティブ

プラス要素　マイナス要素

＊海外のコメントはすべて現地通貨ベースに基づく

EARTH FOOD CREATOR

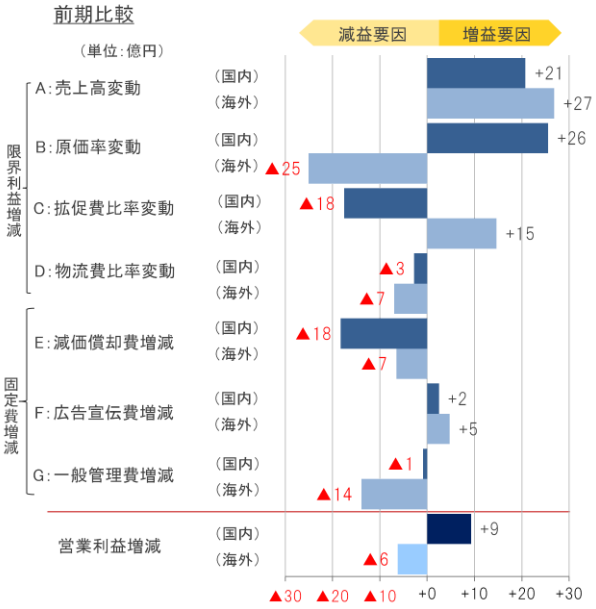
＊ぼんちの昨年実績は1-12月、今期は4-3月
＊中国地域の実績は日清食品ホールディングスの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。

NISSIN GROUP

2017年度 営業利益 増減分析 / 連結

前期比較

（単位：億円）



＊「調整額」として別途 前年比＋52億円の差異が発生

■ 国 内

- 原価率変動
  - ＋ 原材料コスト削減（+15）、品種構成変化の影響、冷凍事業の生産効率化 等
  - － 事業ミックス変化の影響 等
- 拡促費比率変動
  - － 昨年の震災影響による拡促費減の反動、販売強化 等
- 減価償却費変動
  - － 昨年の償却方法変更による影響、「お椀」製造ライン、日清ヨーク関東工場の償却費増、ERP投資 等
- 広告宣伝費増減
  - ＋ 主に日清食品の費用減 等
- 一般管理費増減
  - － グループ各社管理費増 等

■ 海 外

- 原価率変動
  - － 香港MCMS社新規連結による率増加、欧州ハンガリー工場の立上げ時のロス 等
- 拡促費比率変動
  - ＋ 主に香港MCMS社新規連結による率減少 等
- 物流費比率変動
  - － 米国における物流費高騰、中国MCMS社子会社化 等
- 減価償却費
  - － 中国（袋めんライン、浙江工場）、ハンガリー工場 等
- 一般管理費
  - －中国、欧州、ブラジルの管理費増 等

【増減要因の算出法】 ①変動費（A,B,C,D）＝（今期の売上× 前期の売上高比率） －今期費用 ②固定費（E,F,G,）＝（前期－今期）費用

IFRS 国際財務報告基準(IFRS)への変更 (2018年度第1四半期～) P/L編

2017年度実績(基準変更による損益計算書の変更点)

(億円)

日本基準		IFRS ※		差異		主なIFRS調整	
(連結損益計算書)							
商社マージン(売上控除)		リベート(売上控除)					
売上高	5,164	売上収益	4,410	▲754	①	①売上収益 調整項目	
						1 リベートの売上控除 等	▲754
売上原価		売上原価					
販売管理費		販売管理費					
–		その他収益・費用					
–		持分法投資損益					
営業利益	341	営業利益	350	+9	②	②営業利益 調整項目	
営業外損益(持分法含む)		金融収支				1 持分法投資損益の営業内振替	+27
経常利益	406	–				2 その他収益・費用の営業内振替	▲29
特別損益		–				3 のれん非償却(持分法含む)	+26
税金等調整前当期純利益	375	税引前利益	370	▲5		4 その他	▲15
法人税等		法人所得税費用					
当期純利益	291	当期利益	290	▲1			
非支配株主帰属当期純利益	0	非支配持分	0	+0			
親会社帰属当期純利益	291	親会社の所有者	290	▲1			
(その他の包括利益)						③その他の包括利益 調整項目	
その他有価証券評価差額金		FVTOCIの公正価値の純変動				1 有価証券売却益のその他包括利益振替 等	+13
為替換算調整勘定		在外営業活動体の換算差額				2 土地再評価差額の戻入れ	▲10
退職給付に係る調整額		確定給付制度の再測定				3 為替換算調整勘定の差異	+32
その他の包括利益	41	その他の包括利益	78	+37	③	4 未認識数理計算上の差異の調整	+2

*主要なIFRS調整のみを示しています。

EARTH FOOD CREATOR ※2018年度第1四半期からIFRSを適用 2017年度実績(IFRS)については監査前数値

IFRS 国際財務報告基準(IFRS)への変更 (セグメント別比較表)

2017年度セグメント別IFRS実績・日本基準との比較

- 売上収益:リベートの売上控除
- 営業利益:のれんの非償却(持分法適用会社含む)、持分法損益の組入れ、特別損益の組入れ

売上収益/売上高

(億円)

	2017年度 実績 (IFRS)※	2017年度 実績 日本基準
即席めん事業	2,222	2,744
日清食品	1,910	2,329
明星食品	312	415
低温事業	543	640
菓子・飲料事業	426	516
国内その他	41	41
国内 計	3,232	3,941
米州地域	625	645
中国地域	401	426
アジア地域	92	94
EMEA地域	59	59
海外 計	1,178	1,223
連結売上収益	4,410	5,164

営業利益

(億円)

	2017年度 実績 (IFRS)※	2017年度 実績 日本基準
即席めん事業	258	303
日清食品	239	283
明星食品	19	21
低温事業	△4	21
菓子・飲料事業	19	24
国内その他	15	15
国内 計	288	364
米州地域	24	20
中国地域	41	36
アジア地域	△4	△14
EMEA地域	2	△5
海外計	63	37
調整額・その他	△1	△59
連結営業利益	350	341

※2018年度第1四半期からIFRSを適用　2017年度実績(IFRS)については監査前数値

＊中国地域の実績は日清食品ホールディングス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。

IFRS 国際財務報告基準(IFRS)への変更 (2018年度第1四半期～) B/S編

2017年度末実績(基準変更によるバランスシートの変更点)

(億円)

日本基準		IFRS ※		差異
(資産)		(資産)		
現金及び預金の一部		現金及び現金同等物		
有価証券の一部		その他の金融資産		
繰延税金資産(流動)		–		
–		売却目的で保有する資産		
流動資産	1,701	流動資産	1,691	▲10 ①
繰延税金資産(固定)		繰延税金資産		
有形固定資産の一部		投資不動産		
投資有価証券		その他の金融資産		
–		持分法で会計処理されている投資		
固定資産	3,980	非流動資産	3,596	▲384 ②
資産合計	5,681	資産合計	5,287	▲394
(負債)		(負債)		
–		有給休暇債務		
繰延税金負債(流動)		–		
流動負債	1,308	流動負債	1,348	+40 ③
繰延税金負債(固定)		繰延税金負債		
固定負債	455	非流動負債	408	▲47 ④
(純資産)		(資本)		
純資産	3,918	資本	3,531	▲387 ⑤
負債純資産合計	5,681	負債及び資本合計	5,287	▲394

*主要なIFRS調整のみを示しています。

主なIFRS調整	
① 流動資産調整項目	
1 売却目的保有資産の振替	+35
2 繰延税金資産を非流動へ振替	▲47
② 非流動資産調整項目	
1 有形固定資産の評価替え 等	▲151
2 のれん・無形資産の減損(為替影響含む)	▲302
3 のれん非償却(持分法含む)	+26
4 IFRS調整による繰延税金資産の増加	+27
③ 流動負債調整項目	
1 有給休暇債務計上	+28
2 賦課金調整による営業債務の増加	+11
④ 非流動負債調整項目	
1 退職給付調整	▲13
2 IFRS調整による繰延税金負債の減少	▲33
⑤ 資本調整項目	
1 為替換算調整勘定の差異	+32
2 有形固定資産の評価替え 等	▲110
3 のれん・無形資産の減損	▲321
4 のれん非償却(持分法含む)	+26

EARTH FOOD CREATOR ※2018年度第1四半期からIFRSを適用 2017年度実績(IFRS)については監査前数値

2018年度　国内事業　経営方針

日清食品　キャッシュの創出と収益力の強化

- 100年ブランドカンパニーに向けた挑戦
  - 3つの戦略ターゲット「若年層」、「女性」、「シニア」への積極的なアプローチ
  - チキンラーメン発売60周年でネット売上過去最大を目指す
  - 袋めん市場への新しい価値提案
  - ライスカテゴリーの育成・強化
- 将来の収益力向上のための設備投資（p23参照）
  - 関西工場の建設（2018年8月第1期操業開始予定、2019年12月第3期操業開始予定）
- 4期連続の過去最高売上高更新を目指す

明星食品　ブランドの強化・育成

- 主力ブランドの強化
  - 「一平ちゃん　夜店の焼そば」「ぶぶか　油そば」を中核とした皿形商品の強化
  - 「チャルメラ」戦略の継続
  - 「中華三昧」の顧客層拡大による活性化
- 新コンセプト商品の育成
  - 低糖質麺の定着（コーナー化の促進、品質強化）

菓子・低温・飲料　（p24参照）

2018年度　海外事業　経営方針

米州地域　市場環境の変化への対応と、ブラジルでのカップヌードル戦略の強化

- アメリカ
  - 既存ブランドの売上拡大と収益基盤の強化
  - 高価格・高品質の商品提案による市場の活性化
- ブラジル（p21参照）
- メキシコ
  - 新商品投入による市場の活性化
  - 価格改定による収益基盤の安定化

中国地域　現地に根差した経営体制を確立し、さらなる事業拡大を目指す（p22参照）

アジア地域　成長セグメントへの集中とカップヌードルブランドの強化

- インド（p22参照）
- シンガポール
  - 付加価値の高い商品を発売し需要を喚起
- タイ
  - 10バーツ袋めんの販売強化
  - ‘CUP NOODLES’の若者へのアプローチ
- ベトナム
  - 大都市での‘CUP NOODLES’の展開
- インドネシア
  - 中国に次ぐ即席めん消費国における商品提案力強化
  - ‘激辛’、‘U.F.O.’の販売強化

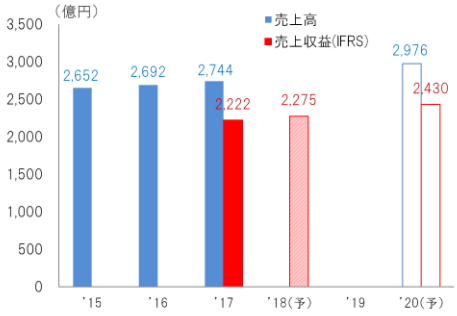
EMEA地域　欧州地域における日清ブランドの浸透と拡大

- 欧州
  - ‘Soba’、‘Demae Ramen’、‘CUP NOODLES’の売上拡大
  - Premier Foods との協業
    UKにおける販路の活用
    カップ製品のOEM（‘Batchelors Super Noodle Pots’）
- トルコ
  - ラーメン市場での地位拡大
  - 即席パスタ市場の育成

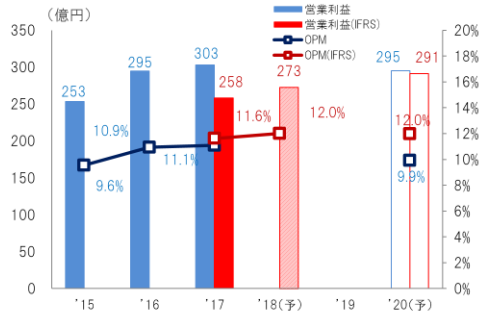
中期計画　主要セグメント別進捗状況　(1)

即席めん

売上

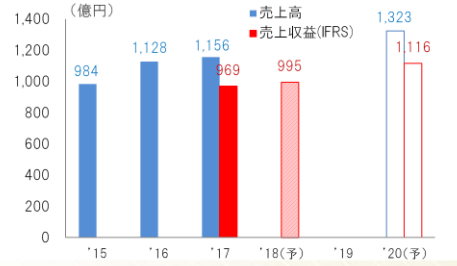


利益

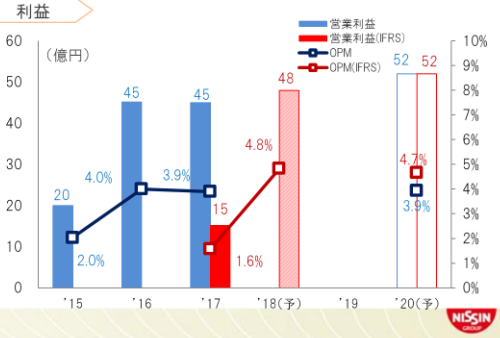


菓子・低温

売上



利益

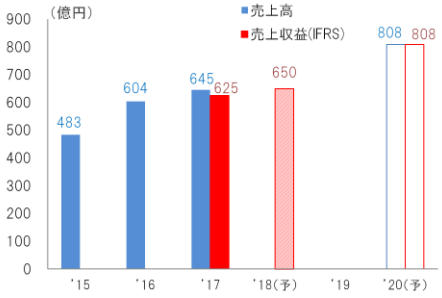


EARTH FOOD CREATOR

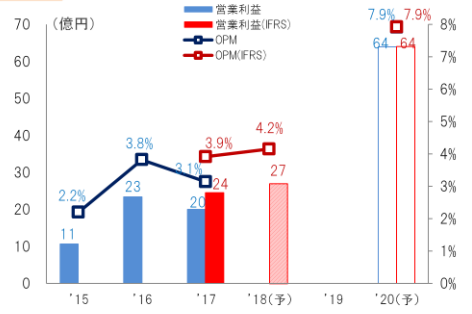
中期計画　主要セグメント別進捗状況　(2)

米州地域

売上

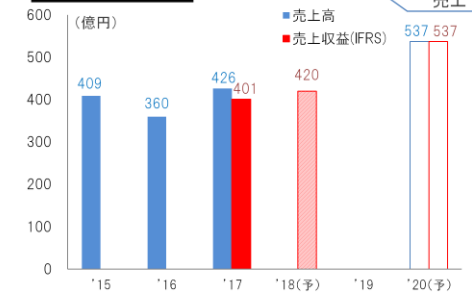


利益

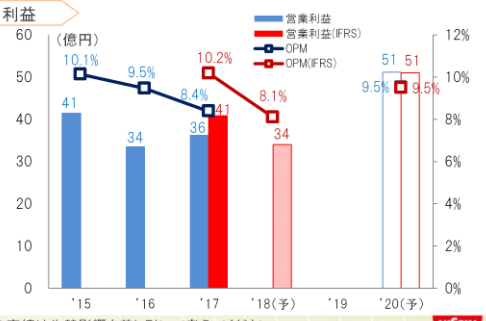


中国地域

売上



利益



EARTH FOOD CREATOR

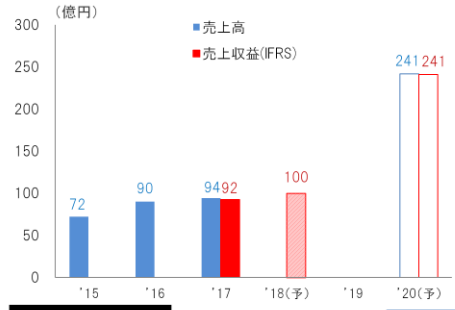
＊海外の実績は為替の影響を大きく受けるため、現地通貨ベースでの実績は為替影響を差し引いて考えてください。
＊中国地域の実績は日清食品ホールディングスの連結方針に基づくもので、香港日清の開示とは異なる可能性があります。

NISSIN GROUP

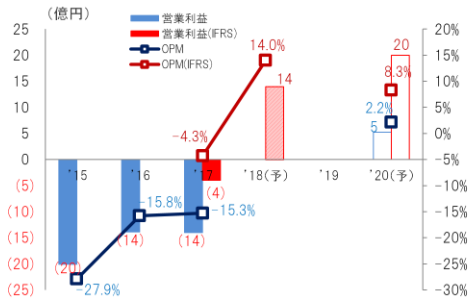
中期計画　主要セグメント別進捗状況　(2)

アジア地域

売上

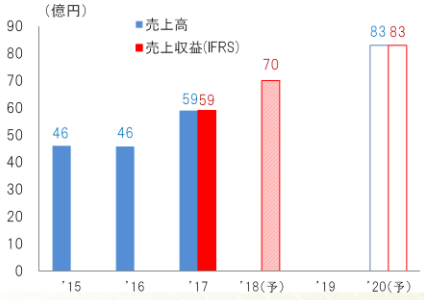


利益

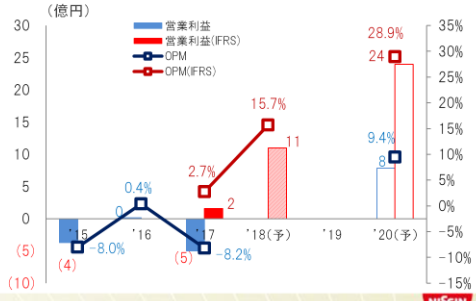


EMEA地域

売上



利益



EARTH FOOD CREATOR

＊海外の実績は為替の影響を大きく受けるため、現地通貨ベースでの実績は為替影響を差し引いて考えてください。

NISSIN GROUP

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。

日清食品ホールディングス株式会社

EARTH FOOD CREATOR