

日清製粉グループ本社の見目でございます。

本日はお忙しいところ、当社グループの２０２２年３月期第２四半期決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

国内では、感染力が強いデルタ型の流行により上期を通して緊急事態宣言が発令されるなか、ワクチン接種が進展し、経済や生産活動の持ち直しの動きも見られました。しかしながら、感染拡大の収束が見通せない状況が続いていますので、下期についても事業環境を慎重に見ていく必要があると考えています。

このような中でも、今期は、足元の事業環境をしっかりと見極め、早期に販売力・収益力を回復させることを最優先課題として取り組んでいます。また、同時に長期ビジョンに沿った成長戦略も着実に実行しています。

本日は、上期の実績や今期の業績に対する見方に加え、長期ビジョンの実現に向け、成長の基盤づくりを着実に進めているといった点についても、少し触れていきたいと思います。

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

目　次

Ⅰ．第２四半期 実績、及び通期業績予想

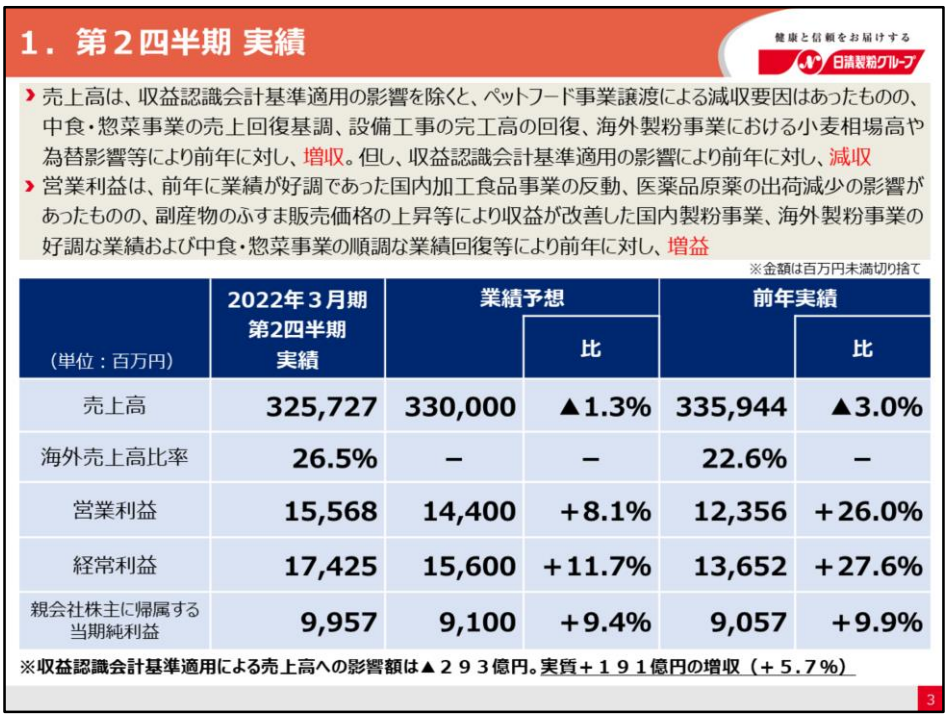
Ⅱ．当社グループの長期ビジョン
「NNI “Compass for the Future”」の取組み

Ⅲ．小麦相場の状況

Ⅳ．当社グループのサステナビリティの取組み

健康と信頼をお届けする
日清製粉グループ

Ⅰ．第２四半期 実績、及び通期業績予想



1．第２四半期 実績

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

- 売上高は、収益認識会計基準適用の影響を除くと、ペットフード事業譲渡による減収要因はあったものの、中食・惣菜事業の売上回復基調、設備工事の完工高の回復、海外製粉事業における小麦相場高や為替影響等により前年に対し、増収。但し、収益認識会計基準適用の影響により前年に対し、減収
- 営業利益は、前年に業績が好調であった国内加工食品事業の反動、医薬品原薬の出荷減少の影響があったものの、副産物のふすま販売価格の上昇等により収益が改善した国内製粉事業、海外製粉事業の好調な業績および中食・惣菜事業の順調な業績回復等により前年に対し、増益

※金額は百万円未満切り捨て

(単位：百万円)	2022年３月期 第2四半期 実績	業績予想	比	前年実績	比
売上高	325,727	330,000	▲1.3%	335,944	▲3.0%
海外売上高比率	26.5%	–	–	22.6%	–
営業利益	15,568	14,400	+8.1%	12,356	+26.0%
経常利益	17,425	15,600	+11.7%	13,652	+27.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	9,957	9,100	+9.4%	9,057	+9.9%

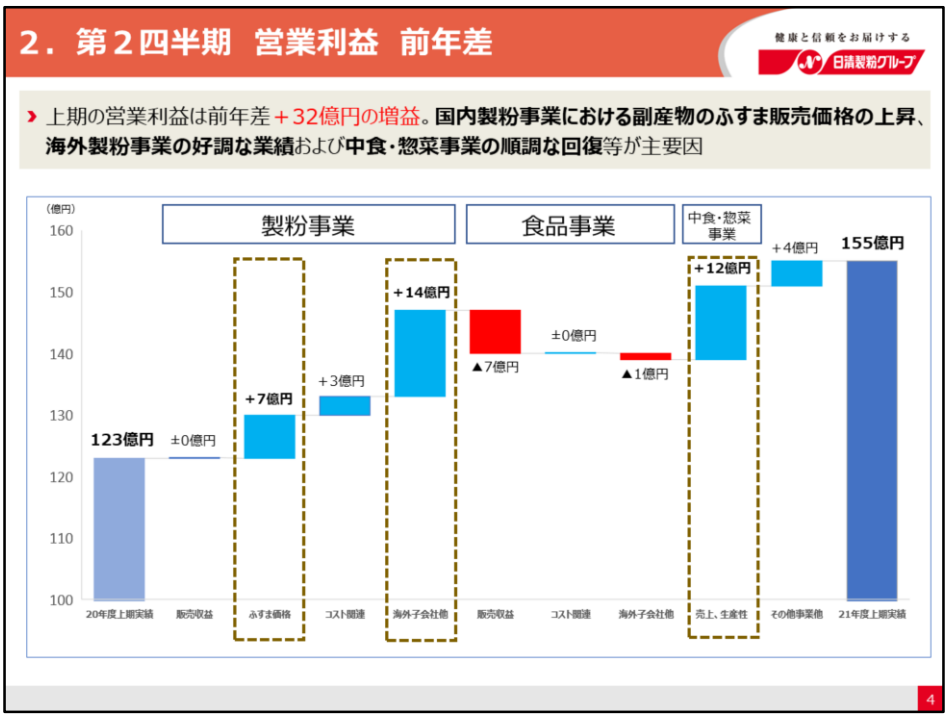
※収益認識会計基準適用による売上高への影響額は▲２９３億円。実質＋１９１億円の増収（＋５.７%）

3

３ページは、２０２２年３月期第２四半期の実績です。

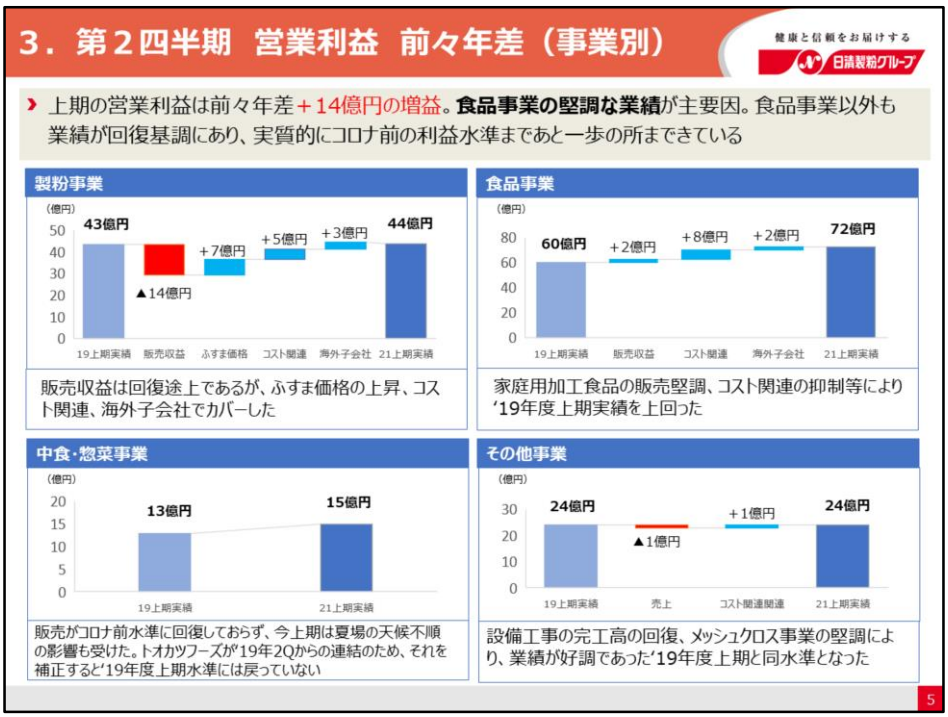
売上高は、収益認識会計基準適用の影響額が▲２９３億円あり、全体では前年差減収となりました。しかしながら、収益認識会計基準適用の影響を除くと、ペットフード事業譲渡による減収要因がありましたが、中食・惣菜事業の売上回復基調、設備工事の完工高の回復、製粉海外事業における小麦相場高や為替影響等により前年差増収となりました。

営業利益は、前年に業績が好調であった国内加工食品事業の反動、医薬品原薬の出荷減少の影響がありましたが、副産物のふすま販売価格の上昇等により収益が改善した国内製粉事業、海外製粉事業の好調な業績および中食・惣菜事業の順調な業績回復等により、前年差増益となりました。



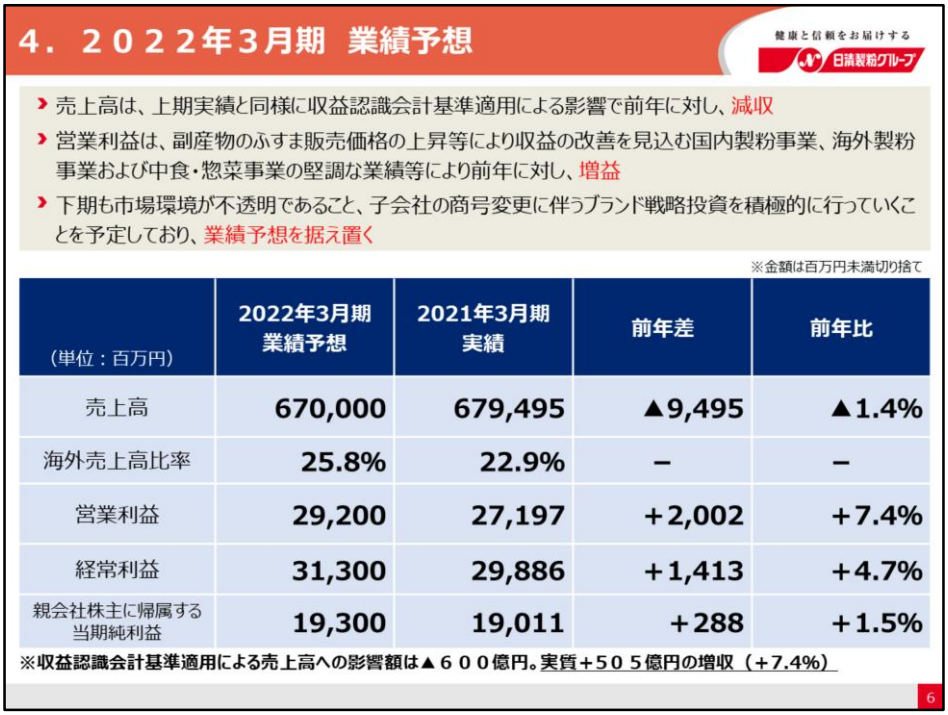
４ページは、第２四半期の営業利益の前年差について事業ごとの内容別にグラフ化したものです。

営業利益は前年差＋３２億円の増益となりました。
国内製粉事業における副産物のふすま販売価格の上昇、海外製粉事業の好調な業績、中食・惣菜事業の売上回復基調および生産性の改善による順調な業績回復の３点が増益の主要因となります。



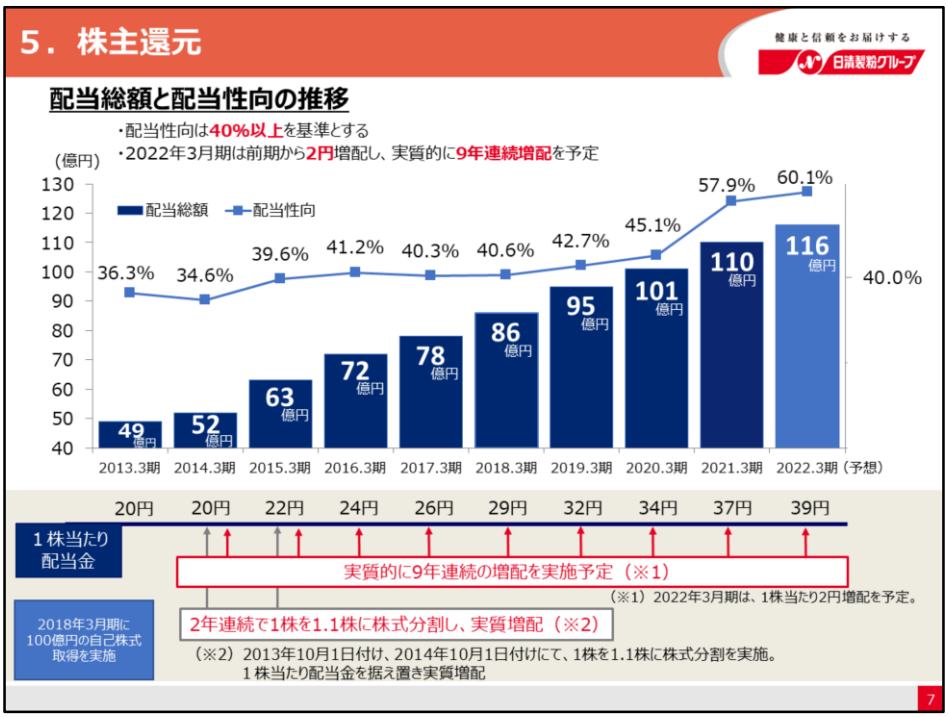
５ページは、第２四半期の営業利益が、コロナ前の水準である前々年に比べてどのようなレベルにあるかを、事業別、内容別に見たものです。

グループ全体では、前々年差＋１４億円の増益ですが、その主要因は、食品事業における増益であり、家庭用加工食品の販売堅調やコスト関連の抑制等によるものです。
それ以外の事業につきましても業績は回復していますが、中身を見ますと製粉事業であれば、販売収益が回復途上にあること、中食・惣菜事業ではトオカツフーズの連結が前々年の第２四半期からであったこと等を補正すると前々年レベルには回復しておらず、実質的にはコロナ前の水準まであと一歩という認識です。



今期の業績予想の売上高は、収益認識会計基準適用の影響額を約▲６００億円の減収要因と見ています。
上期実績と同様にこれが大きく影響し前年差減収を想定しています。

営業利益も上期実績とほぼ同様の要因で増益を見込んでいます。
下期も市場環境が不透明であること、後ほどご説明しますが、子会社の商号変更に伴うブランド戦略投資を積極的に行っていくことを予定しており、今期の業績予想は据え置いています。



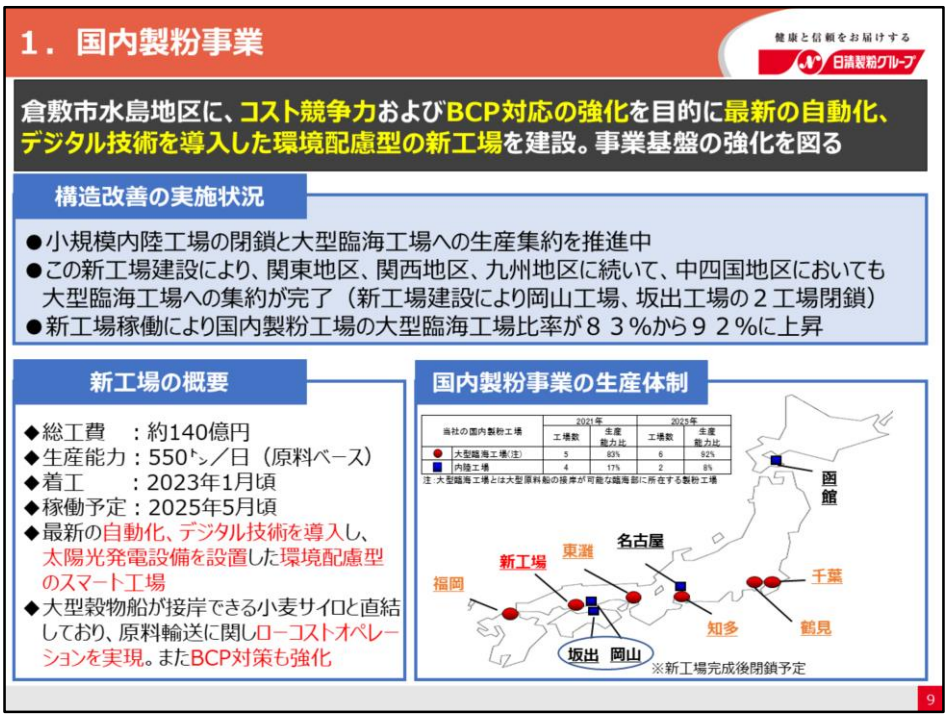
７ページは株主還元です。

当社は長期スタンスでの「利益還元の強化」を基本に、配当性向４０％以上を基準として連続増配を継続しています。
今期も前期から２円の増配を予定しており、これにより、９期連続の増配となる予定です。



次に８ページからは、「長期ビジョンの取組み」についてご説明します。

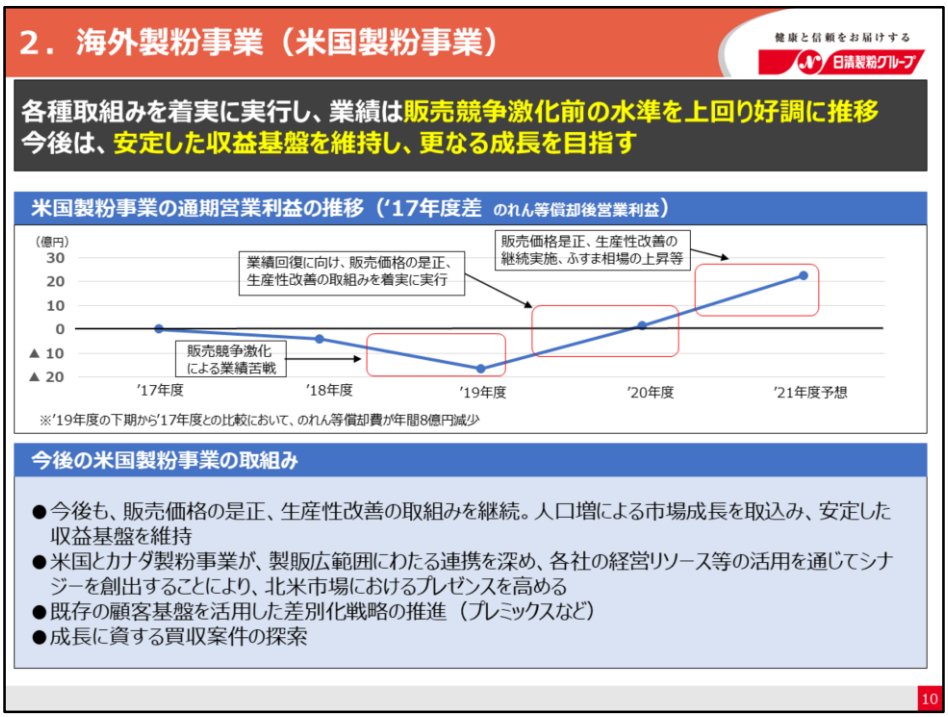
今期は長期ビジョンの実現に向けた成長の基盤づくりを着実に進めてきました。主に３点ありまして、１点目は９ページに記載しています国内製粉事業の構造改善の取組みです。２点目は１４ページに記載しています国内加工食品事業のブランド施策、３点目は２１ページから記載しています循環成長に向けた取組みとなります。



国内製粉事業において、コスト競争力、ＢＣＰ対応の強化を目的に、最新の自動化、デジタル技術を導入した環境配慮型の新工場を岡山県倉敷市水島地区に建設し、既存の岡山工場、坂出工場を閉鎖することを決定しました。

国内製粉事業ではコスト競争力の強化に向け、小規模内陸工場の閉鎖と大型臨海工場への生産集約を進めてきており、既に関東地区、関西地区、九州地区ではその取組みが完了しています。
今回の施策により中四国地区においてもこの取組みが完了することになり、大型臨海工場の生産比率も８３％から９２％に上昇し、コア事業である国内製粉事業の事業基盤は更に強化されることになります。

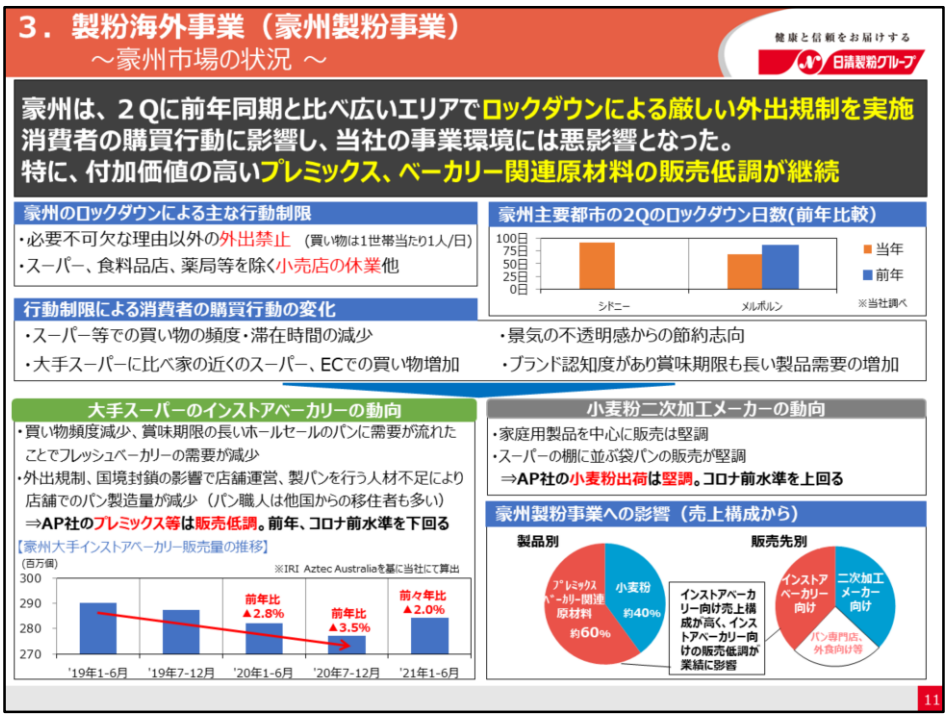
また、新工場には、太陽光発電設備を設置し、環境配慮型のスマート工場にしていきます。稼働予定は２０２５年５月頃であり、総工費は約１４０億円を予定しています。
資料右下の図は国内の生産体制を記載したものとなります。



１０ページは、米国製粉事業です。
各種取組みを着実に実行し、業績は販売競争激化前の水準を大きく上回り好調に推移しています。

資料上段に記載のグラフは販売競争激化前の２０１７年度を基準とし、それぞれの年度が２０１７年度と比べどのような増減益幅になっているのかを示したものとなります。２０１９年度に販売競争激化により業績が苦戦しましたが、２０２０年度にＶ字回復させることが出来ました。今期は各種取組み効果やふすま相場の上昇等もあり好調な業績となっています。

今後は、安定した収益基盤を維持し、更なる成長を目指すべく、資料下段に記載している取組みを実施していきたいと考えています。

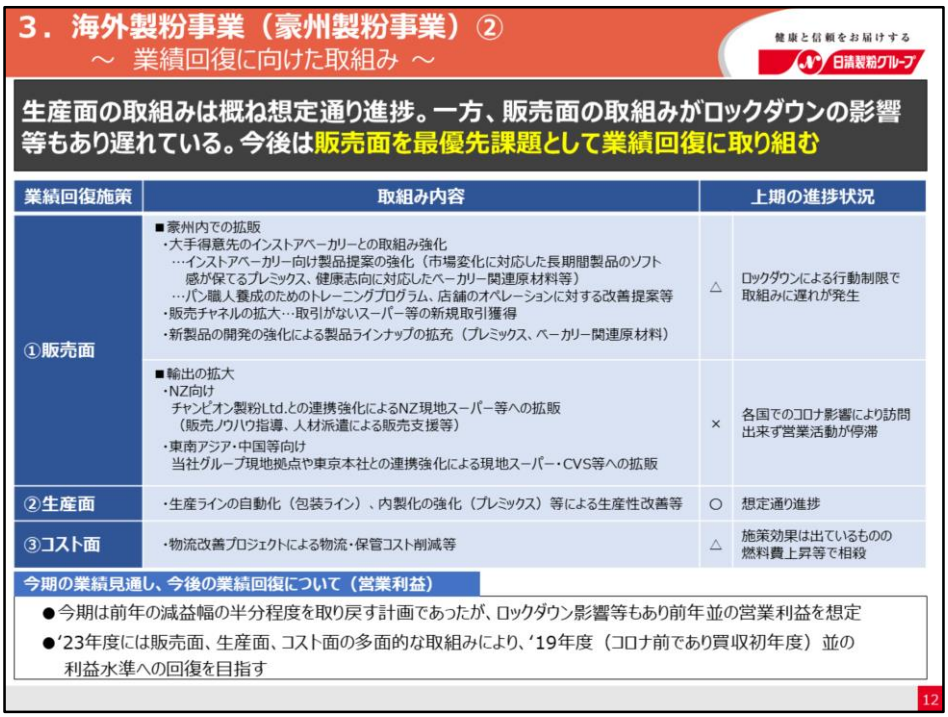


１１ページでは豪州製粉事業について、第２四半期の豪州市場の状況を記載しています。

豪州の第２四半期は前年同期と比べ、広いエリアでロックダウンによる厳しい外出規制が実施されました。資料右上のグラフが第２四半期のシドニーとメルボルンのロックダウン日数を前年比較したものです。シドニーは、前年ロックダウンが実施されていませんが、今年は第２四半期を通じロックダウンが実施されました。

豪州では、ロックダウンにより不要不急の外出が禁止となり、資料中段に記載していますとおり、消費者の購買行動にも変化が起こっています。
例えば買い物頻度の減少、大手スーパーではなく近くのスーパーやＥＣでの買い物の増加、賞味期限の長い製品の需要の増加等です。

アライド・ピナクル社では小麦粉二次加工メーカー向けの小麦粉販売は堅調でしたが、アライド・ピナクル社にとって売上構成が高く、付加価値の高いプレミックスやベーカリー関連原材料の出荷が多い大手スーパーのインストアベーカリーは、買い物頻度の減少や賞味期限の長いホールセールのパンに需要が流れた影響等を受け苦戦しており、アライド・ピナクル社の販売は低調な推移となりました。



3．海外製粉事業（豪州製粉事業）②
～ 業績回復に向けた取組み ～

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

生産面の取組みは概ね想定通り進捗。一方、販売面の取組みがロックダウンの影響等もあり遅れている。今後は販売面を最優先課題として業績回復に取り組む

業績回復施策	取組み内容	上期の進捗状況	
①販売面	■豪州内での拡販 ・大手得意先のインストアベーカリーとの取組み強化 …インストアベーカリー向け製品提案の強化（市場変化に対応した長期間製品のソフト感が保てるプレミックス、健康志向に対応したベーカリー関連原材料等） …パン職人養成のためのトレーニングプログラム、店舗のオペレーションに対する改善提案等 ・販売チャネルの拡大…取引がないスーパー等の新規取引獲得 ・新製品の開発の強化による製品ラインナップの拡充（プレミックス、ベーカリー関連原材料）	△	ロックダウンによる行動制限で取組みに遅れが発生
	■輸出の拡大 ・NZ向け チャンピオン製粉Ltd.との連携強化によるNZ現地スーパー等への拡販 （販売ノウハウ指導、人材派遣による販売支援等） ・東南アジア・中国等向け 当社グループ現地拠点や東京本社との連携強化による現地スーパー・CVS等への拡販	×	各国でのコロナ影響により訪問出来ず営業活動が停滞
②生産面	・生産ラインの自動化（包装ライン）、内製化の強化（プレミックス）等による生産性改善等	○	想定通り進捗
③コスト面	・物流改善プロジェクトによる物流・保管コスト削減等	△	施策効果は出ているものの燃料費上昇等で相殺

今期の業績見通し、今後の業績回復について（営業利益）

- 今期は前年の減益幅の半分程度を取り戻す計画であったが、ロックダウン影響等もあり前年並の営業利益を想定
- ‘23年度には販売面、生産面、コスト面の多面的な取組みにより、‘19年度（コロナ前であり買収初年度）並の利益水準への回復を目指す

12

豪州の業績回復への取組みは、生産面の取組みは概ね想定どおり進捗していますが、販売面の取組みがロックダウンの影響等もあり遅れています。
今後は、ここに記載の販売面の取組みを最優先課題として業績回復に取り組んでいきます。

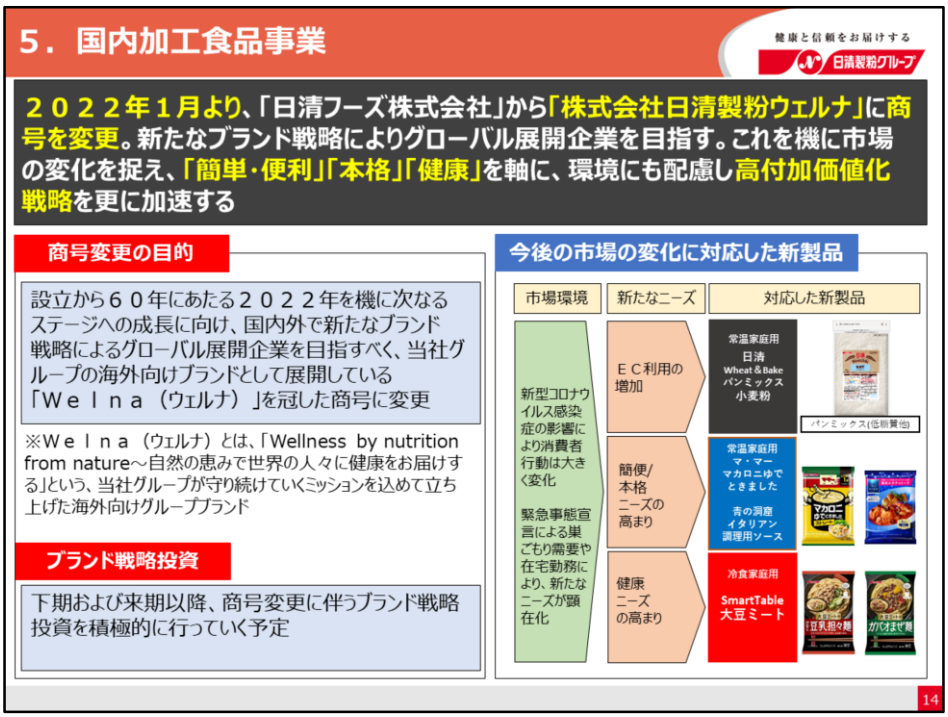
尚、今期の豪州製粉事業の業績予想は第２四半期のロックダウンの影響等もあり、販売面の取組みが遅れており、前年並の営業利益を想定しています。
ただし、２０２３年度には、販売面、生産面、コスト面の多面的な取組みにより、コロナ前であり、買収初年度の２０１９年度並の利益水準への回復を目指していきます。



１３ページは、海外食品事業の成長戦略です。

インドのイースト新工場については、工場建屋の建設、及び機械類の搬入等の大部分は完了しています。
感染症対策で日本からの建設要員は一時帰国をしていましたが、９月後半より日本からの人員再派遣を順次進めており、来年の夏頃からの本格稼働を目指しています。

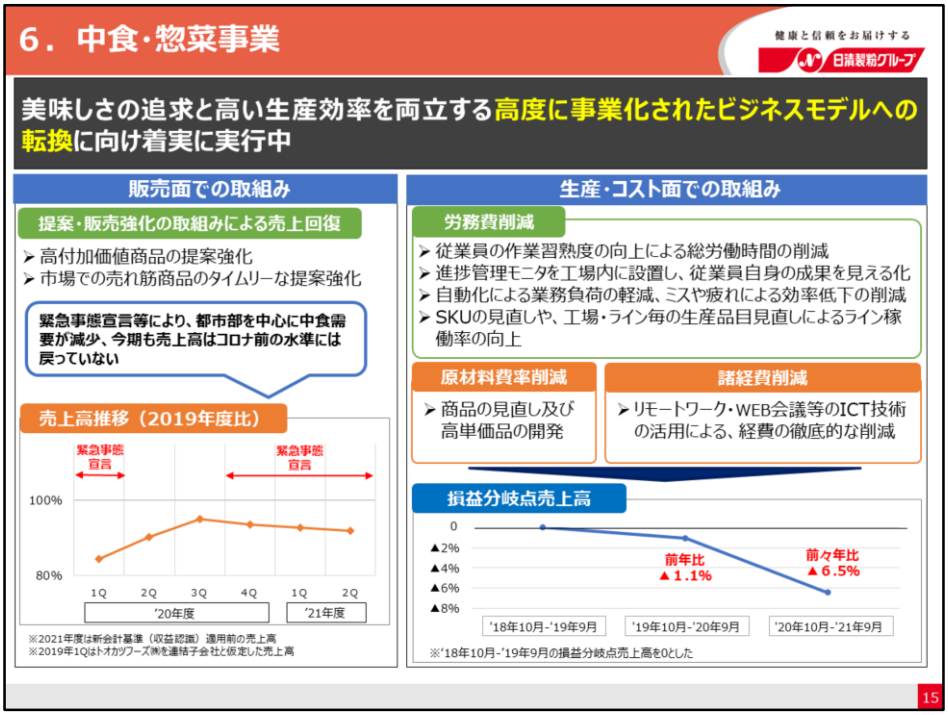
また、当社がターゲットとしているベーカリー市場の環境は、現時点でコロナ禍でも変化がないものと見ています。



１４ページは、国内加工食品事業の取組みです。

加工食品事業の子会社である「日清フーズ株式会社」は、設立から６０年にあたる２０２２年を機に、次なるステージへの成長に向け、国内外で新たなブランド戦略によりグローバル展開企業を目指すべく、当社グループの海外向けブランドとして展開している「ウェルナ」を冠した「株式会社日清製粉ウェルナ」に２０２２年１月から商号を変更します。

また、下期および来期以降、商号変更に伴うブランド戦略投資を積極的に行っていくことを予定しています。加えて、これを機に、市場の変化を捉え、「簡単・便利」「本格」「健康」を軸に、環境にも配慮した高付加価値化戦略を更に加速させていきます。
資料の右側は市場の変化に対応した今秋の新製品の一例です。

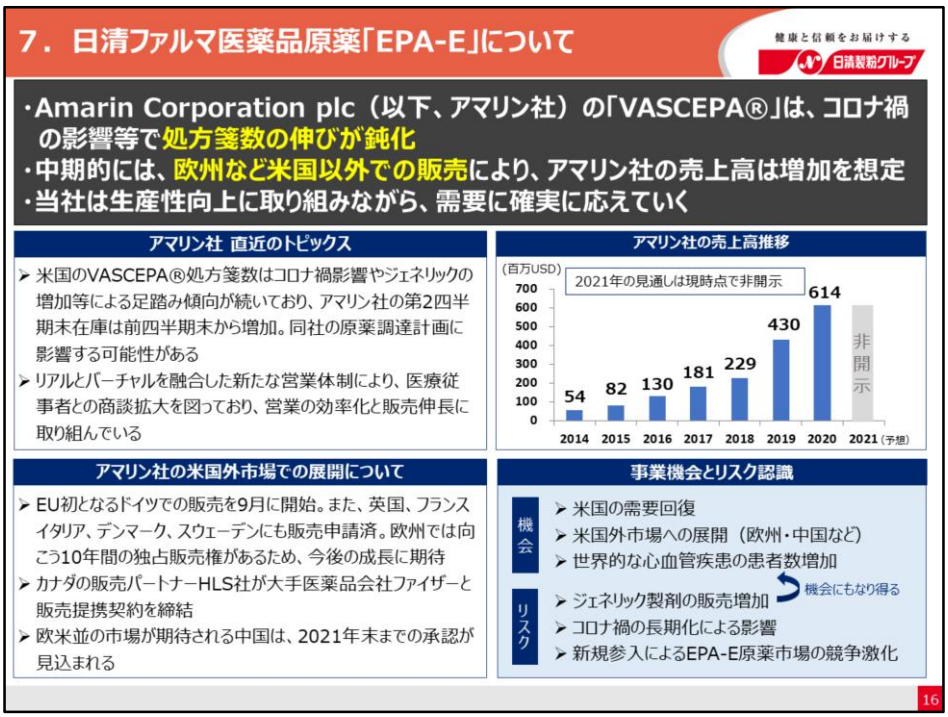


１５ページは中食・惣菜事業です。

感染症の影響も受け資料の左下のグラフのとおり売上高は回復途上ですが、コロナ禍で実施してきた生産性の改善、コスト削減等の取組み強化により、資料の右下のグラフのとおり損益分岐点売上高が下がっています。

この効果もあり、今上期の売上高はコロナ禍の影響等を受け想定を下回りましたが、営業利益は想定どおりの増益額を確保しました。

引き続き生産性の改善や利益成長に向けた取組みを実施し、高度に事業化されたビジネスモデルへの転換を図っていきます。



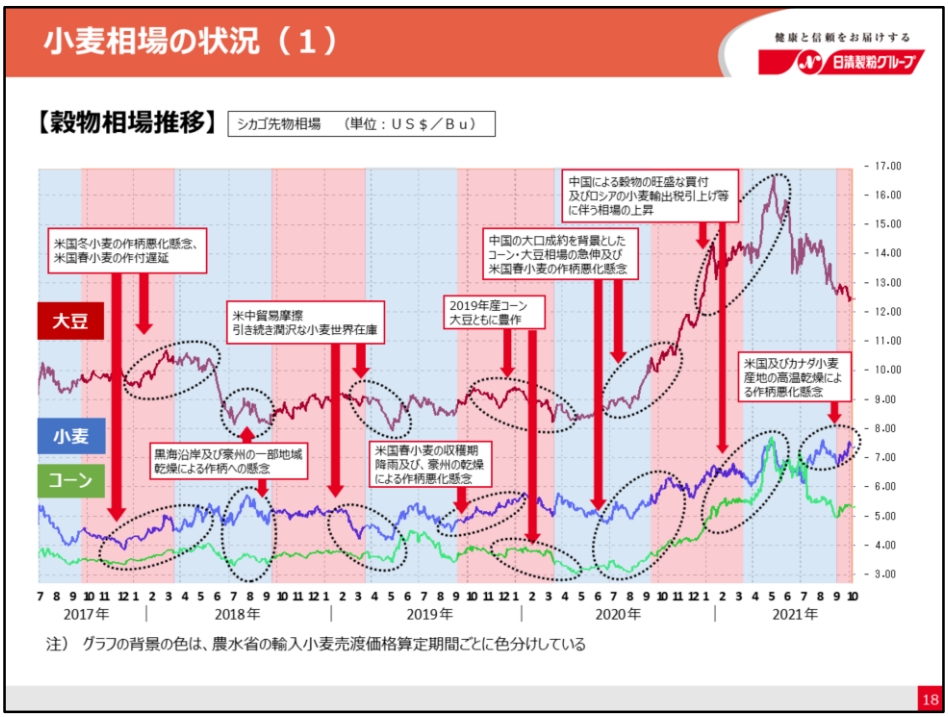
１６ページは、日清ファルマの医薬品原薬です。

得意先であるアマリン社の販売は、米国においては、感染症の影響により減少した通院患者数の戻りが緩やかであること、ジェネリックが増加している影響も受け、処方箋数の伸びの鈍化があるようです。
このような状況に加え、アマリン社では製品等の在庫が増加しており、これらを慎重に見まして当社のＥＰＡ-Ｅの出荷は上期同様に下期も減少することを想定しています。

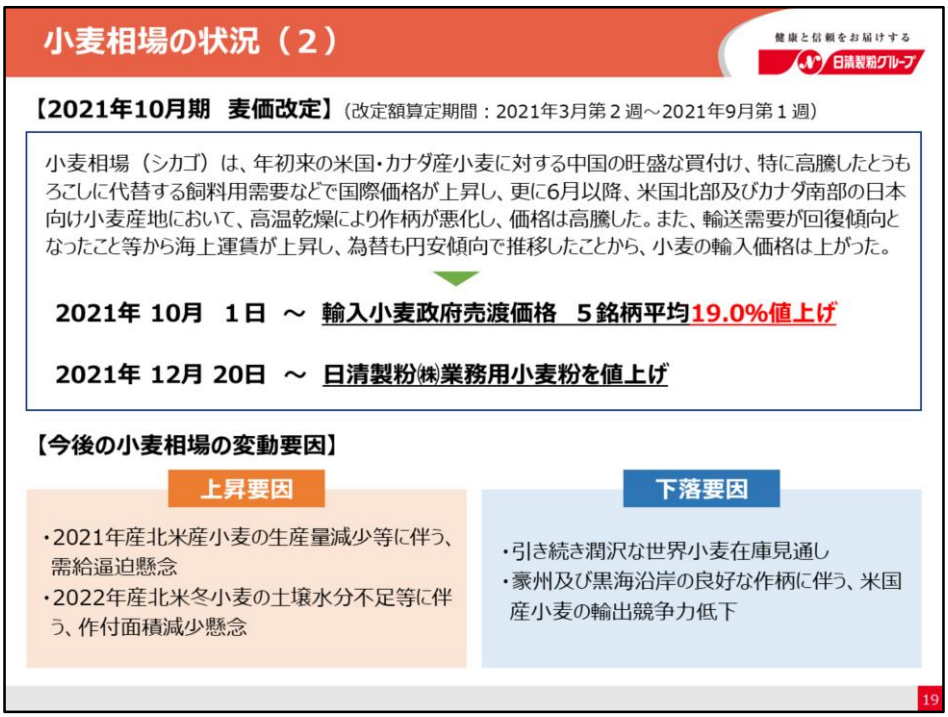
但し、アマリン社は、欧州においてまずはドイツで本年の９月から製品販売をスタートさせており、今後も販売国を増やしていく見通しとのことです。
また、２０２１年末には中国での承認が見込まれているとのことで、中期的にはアマリン社の売上は増加するものと想定しています。
当社としても資料の右下に記載しました通り、事業の機会とリスクを冷静に捉え、対策を実行していく考えです。

健康と信頼をお届けする
日清製粉グループ

Ⅲ．小麦相場の状況



１８ページは穀物相場の状況です。



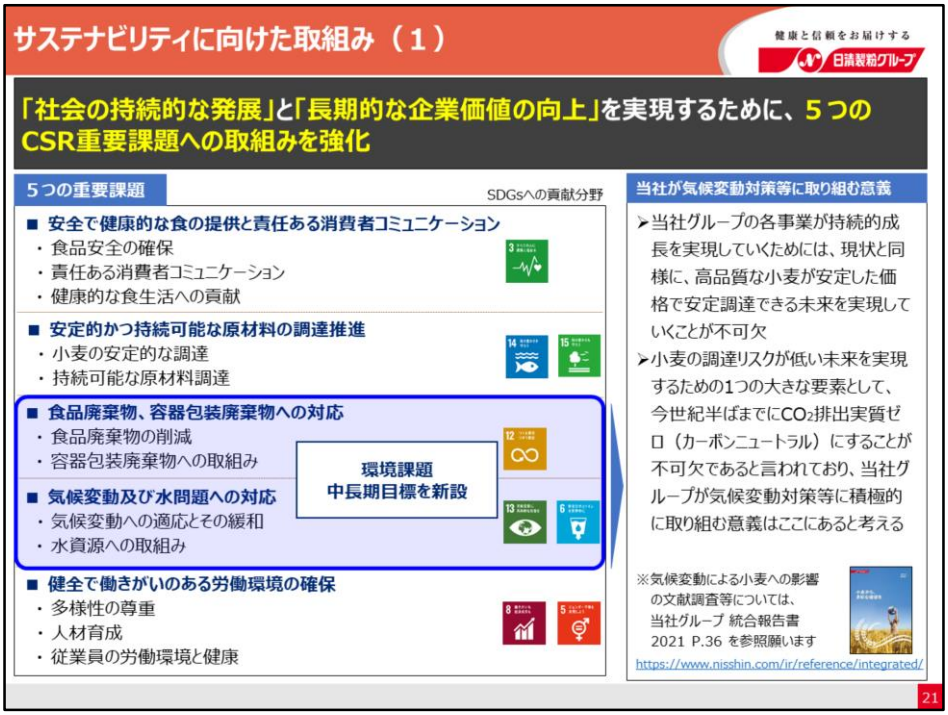
１９ページは２０２１年１０月期の麦価改定についてです。

小麦相場は米国およびカナダ等の小麦産地の高温乾燥による作柄悪化懸念等から高騰しています。また、海上運賃の上昇や為替の円安傾向で１０月からの輸入小麦の政府売渡価格は５銘柄平均１９．０％値上がりしました。輸入小麦の政府売渡価格が１０％以上値上がりするのは２０１１年以来１０年ぶりとなります。

国内製粉事業はこれを受け、１２月２０日から業務用小麦粉の価格改定を実施します。値上げ幅が大きくなりますが、今回の価格改定におきましても、得意先に丁寧に説明し、ご理解をいただきながら通常どおり実施していきたいと考えています。

また、本資料には記載していませんが、国内加工食品事業でも、本年７月および９月に価格改定を実施していますが、製粉事業の１２月２０日からの小麦粉の値上げ、その他の一般原料、包材費等も上昇していることを受け、来年１月および２月に価格改定を実施することを発表しています。

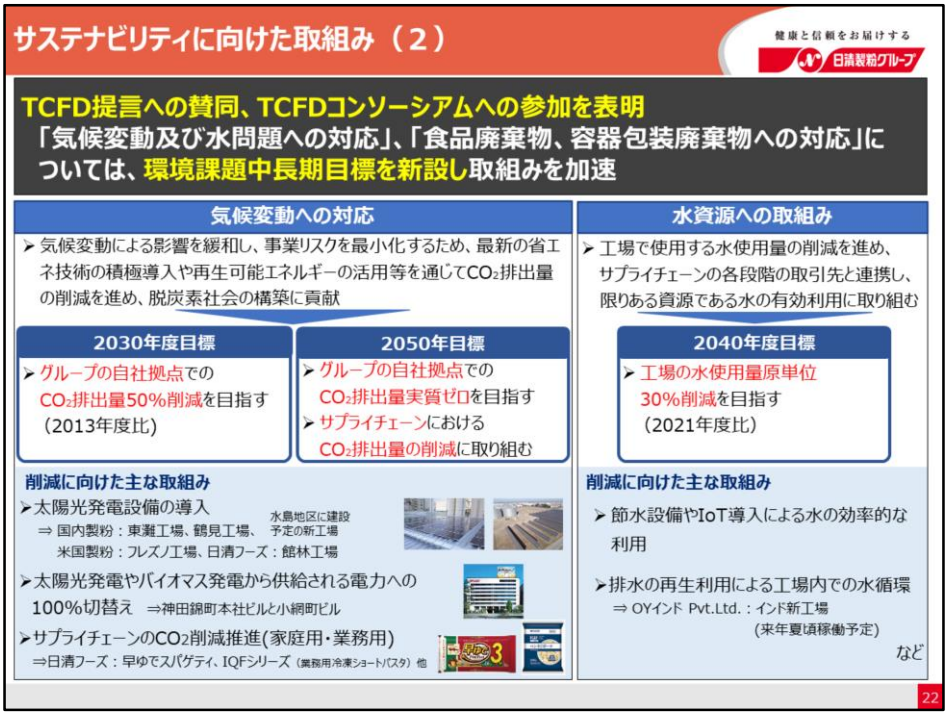
Ⅳ．当社グループのサステナビリティの取組み



長期ビジョンにおいて、重要な経営戦略の１つに位置付けているのが持続的な「循環成長」です。

これを実現していくために、さまざまな社会課題を、社会からの期待と事業への影響の両側面から整理し、５つのＣＳＲ重要課題を特定しています。現在、各重要課題への取組みを強化しています。

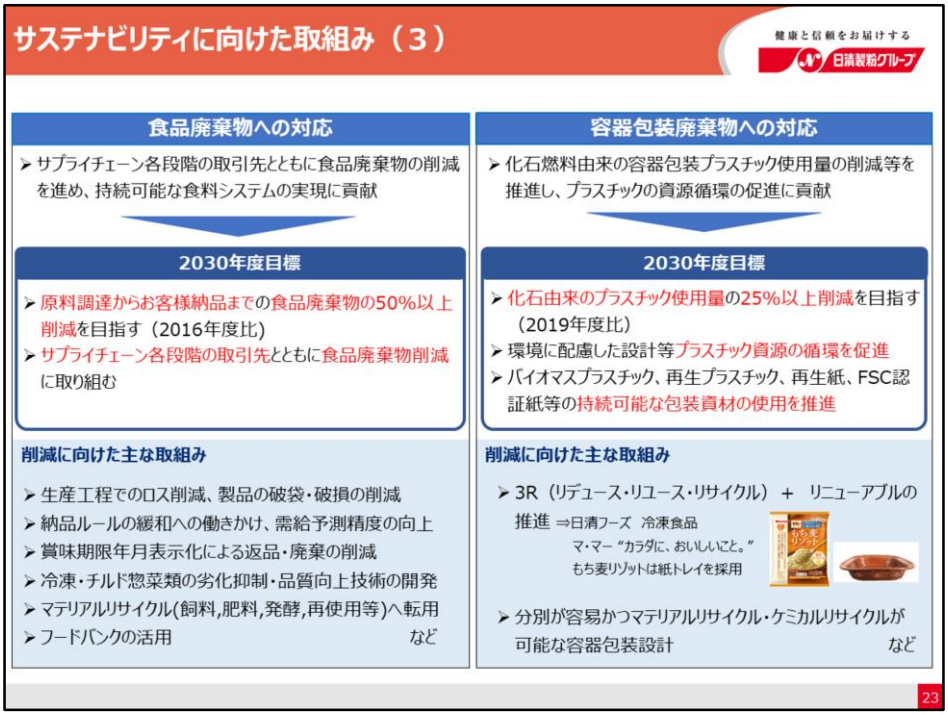
重要課題のなかでも「食品廃棄物、容器包装廃棄物への対応」「気候変動及び水問題の対応」は昨今の社会情勢に鑑みても重要性が増している課題です。こうしたなか、当社グループでは環境課題中長期目標を設定し、目標達成に向け取組みを加速させていきます。



気候変動への対応については、「２０５０年ＣＯ₂排出量実質ゼロ」の長期目標を新たに掲げるとともに、従来の２０３０年度目標も見直し、その実現に向けて各施策に取り組むこととしました。
さらに情報開示の拡充によって対話を進めるため、ＴＣＦＤ提言への賛同、およびＴＣＦＤコンソーシアムへの参加を表明しました。

気候変動の影響は、自社の生産拠点のみならず、当社グループの主要原料である小麦の生産地域、品質、物流等サプライチェーンのあらゆる段階に直接的、間接的に及びます。
２１ページの右側に記載していますが、小麦の調達リスクが低い未来を実現するための１つの大きな要素として、今世紀半ばまでにＣＯ₂排出量実質ゼロにすることが不可欠であると言われており、当社グループの持続的成長のためにも、積極的に気候変動対策に取り組んでいく必要があると考えています。

２２ページの右側には水資源への取組みを記載しています。
２０４０年度目標を設定しており、工場の水使用量原単位３０％削減を目指していきます。



２３ページには食品廃棄物への対応と容器包装廃棄物への対応を記載しています。いずれも具体的な目標を掲げており、取組みを加速させていきます。

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

記載内容に関する注意事項

当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

IRに関するお問合せ先

株式会社日清製粉グループ本社　IR・SR室
ＴＥＬ　０３－５２８２－６８３２
ＦＡＸ　０３－５２８２－６１８５
ホームページ　https://www.nisshin.com