

カルビーグループ決算説明会

2011年4月1日～2011年9月30日

カルビー株式会社 2011.10.28



掘りだそう、自然の力。

Calbee

カルビーグループの成長戦略

代表取締役会長兼CEO

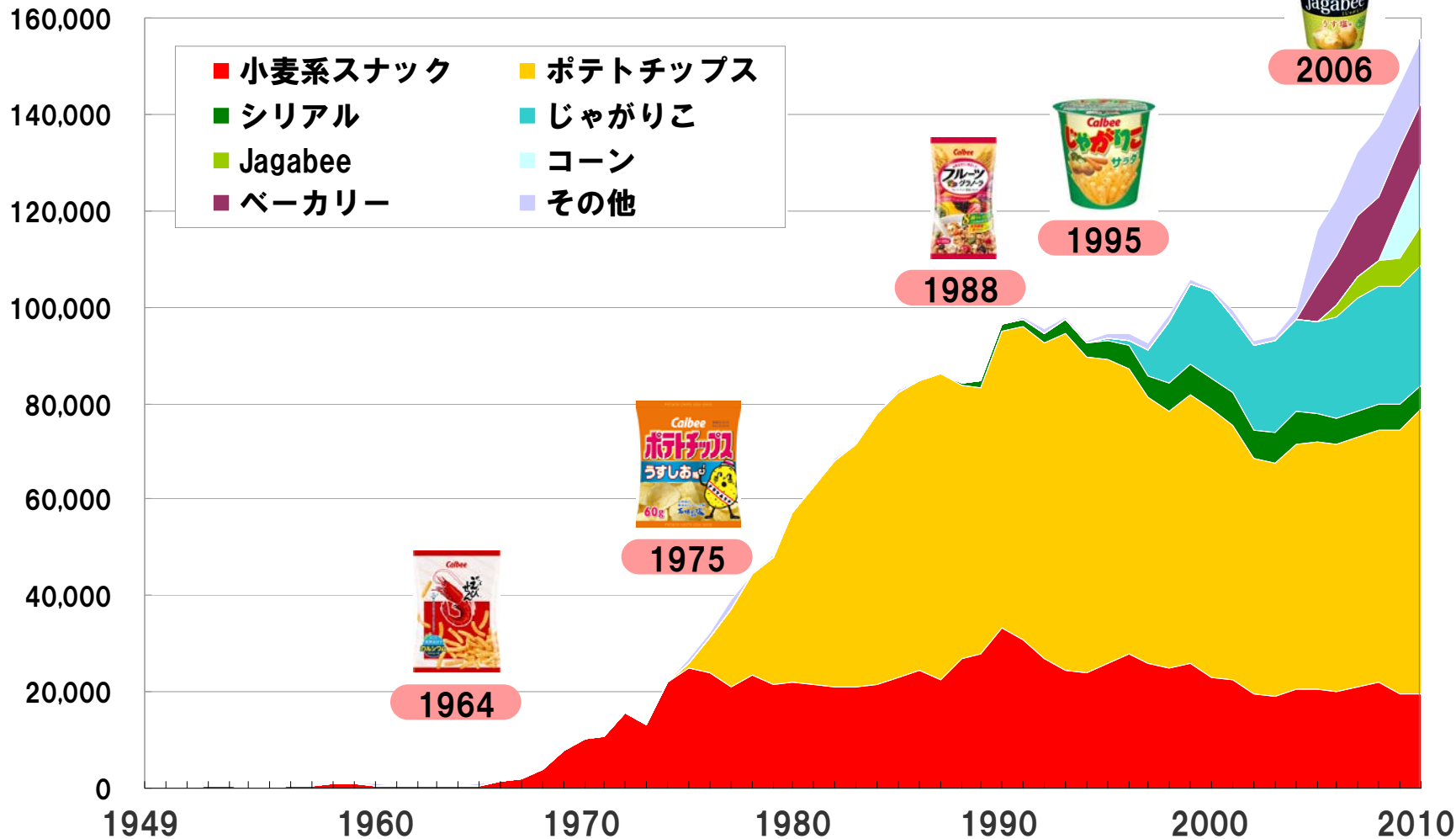
松本 晃

10年毎の大型製品によって成長を実現

製品別売上高推移

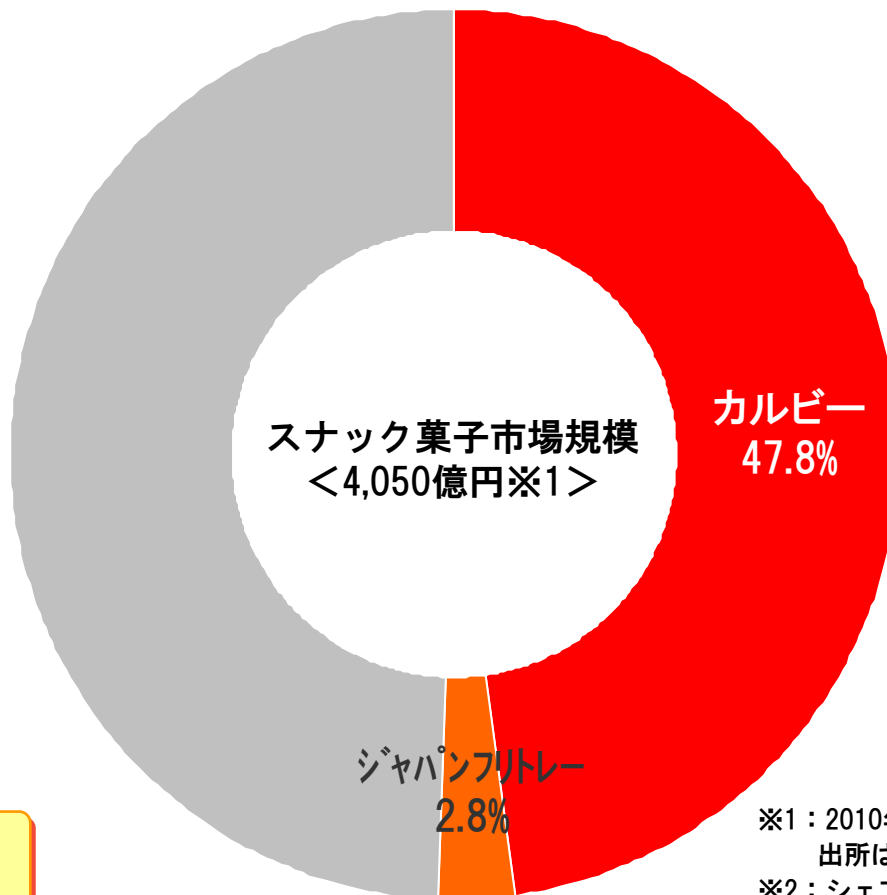
※2005年度より連結数値を反映

(百万円)



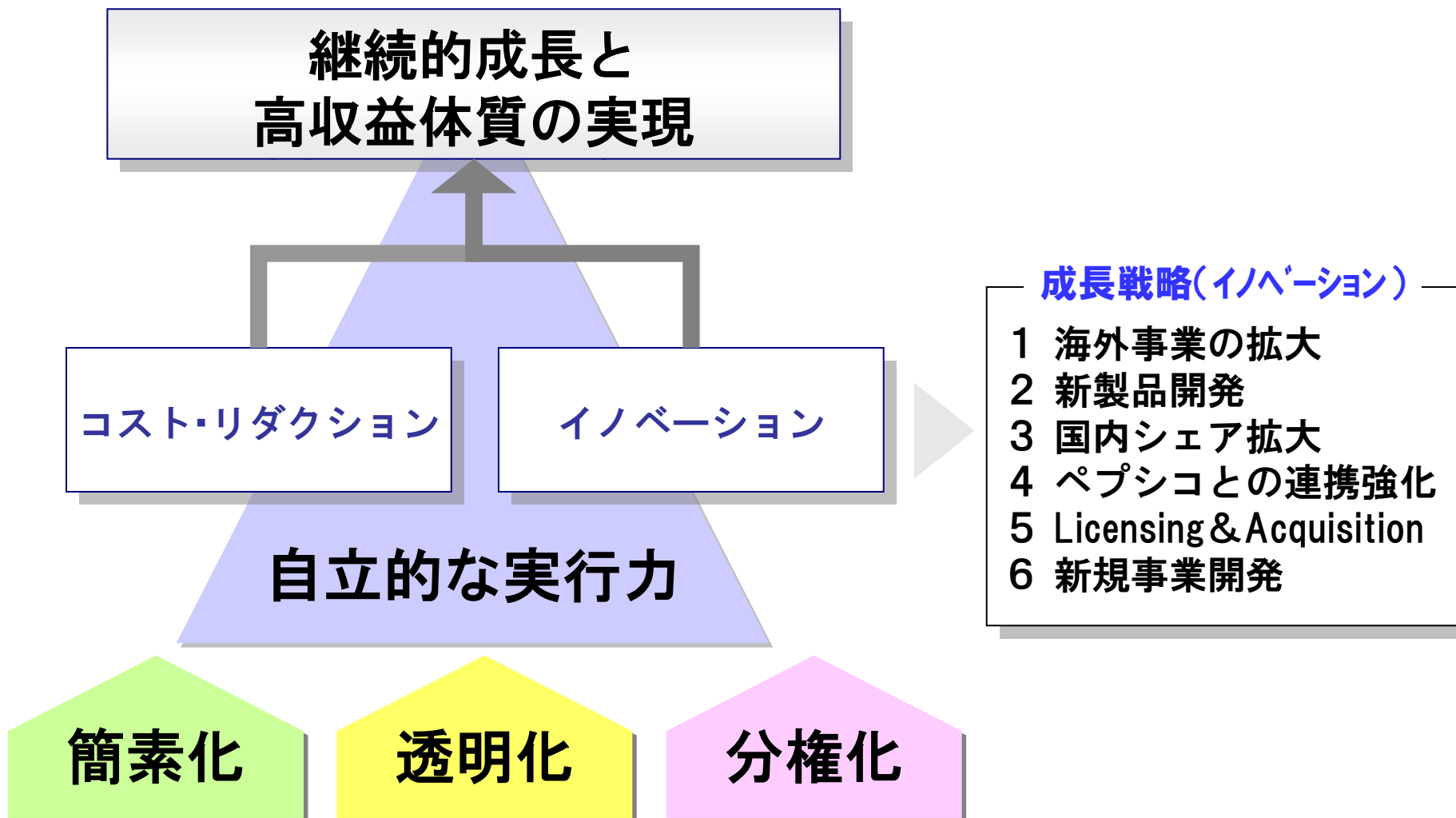
カルビーグループは、スナック菓子市場において50%超のシェアを占める

■ 国内スナック菓子メーカー別シェア



菓子市場規模
<3兆2,080億円※1>

※1：2010年小売金額
出所は全日本菓子協会
※2：シェアの出所はインテージSRI・全国全業態
ベース：販売金額 2011年9月



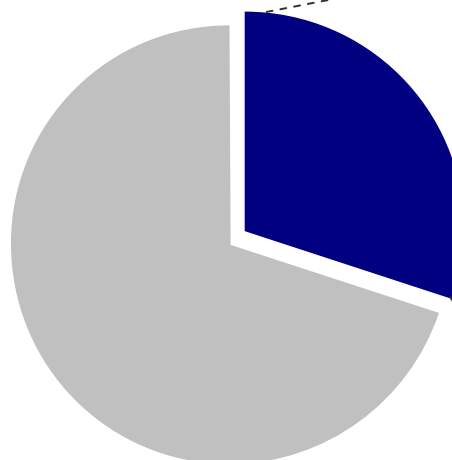
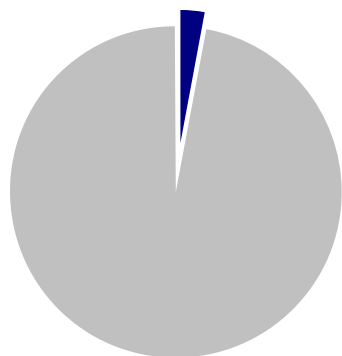
海外売上比率30%以上のグローバル企業へ

国内・海外の売上比率

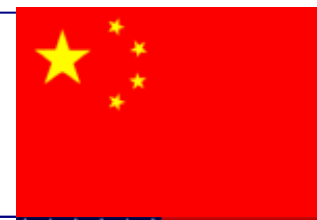
戦略地域

海外 3.3%

海外 30%



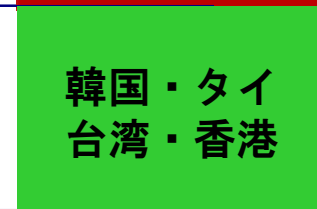
中国



米国



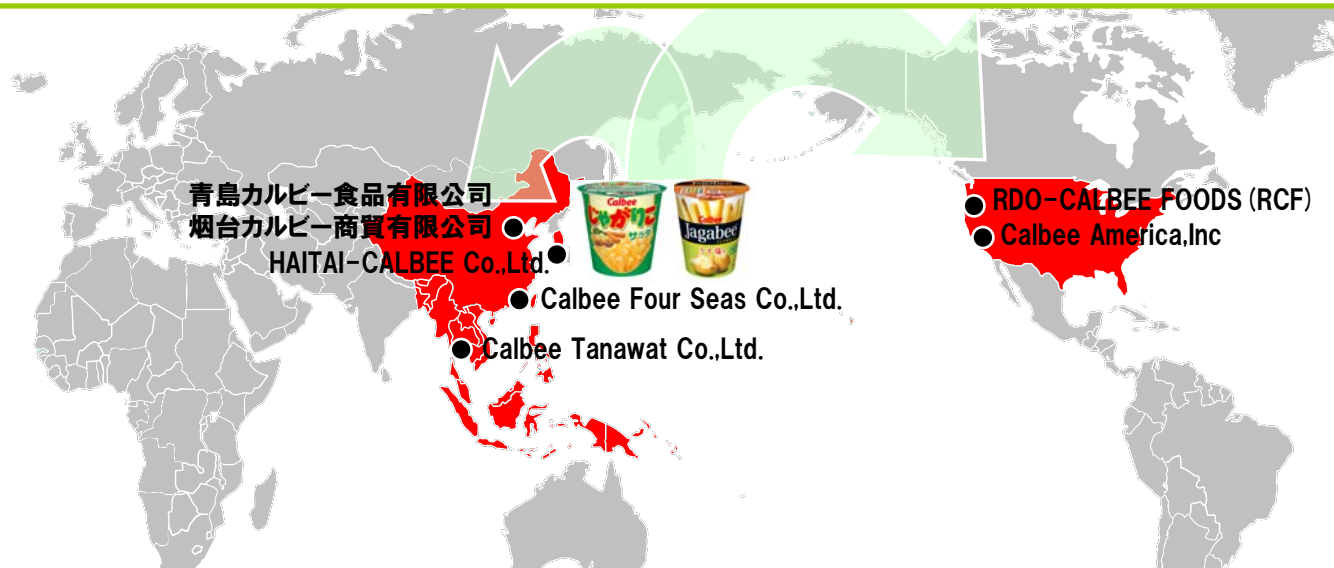
アジア
除く中国



2011年3月期 実績

2021年3月期 目標

各地域ごとに戦略製品を定め、積極的に海外展開を実施



アジア

- 韓国・タイ・台湾・香港での新規製品導入による販売拡大各パートナーとの、より強いビジネス関係の構築
- 韓国へテ製菓との合併会社を2011年7月に設立。順調な立ち上がり。

中国

- 2009年のスナック菓子市場の規模は約18億ドル。2009-2010年の成長率は12.5%。ポテトチップスの2009-2010年の成長率は約22%
- スナック菓子の一人当たり年間消費量は、中国23.6g、先進国3.2kg、市場拡張の機会大

北米

- 世界最大のスナック菓子消費国（2009年の市場規模は約296億ドル）
- ペプシコによる寡占市場（シェア44.6%）
- カルビーの独自技術を生かした製品（じゃがりこ、Jagabee等）による市場開拓の可能性あり

※市場関連の定量データの出所はEuromonitor、AC Nielsen

国内菓子メーカー売上高No.1 ・ スナック菓子市場シェア60%以上

新製品開発

既存製品リニューアル

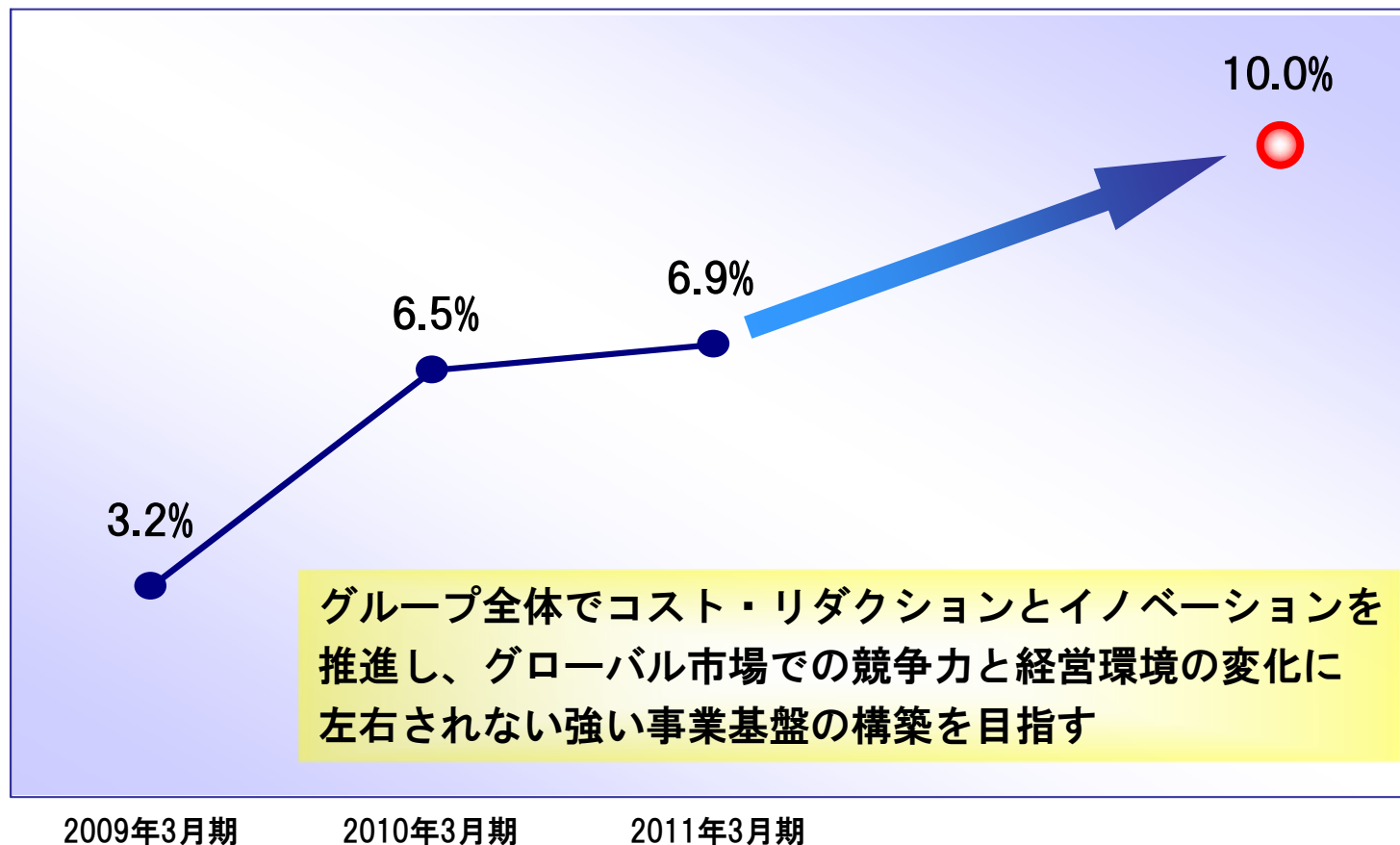
営業力強化

■ 国内菓子売上	No. 3	▶▶▶	No. 1
■ スナック菓子市場シェア	50.6%*	▶▶▶	60%以上
■ ポテトチップス市場シェア	64.7%*	▶▶▶	70%以上

* シェアの出所はインテージSRI・全国全業態 ベース：販売金額 2011年9月

* スナック菓子市場シェアはカルビーとジャパンフリトレーの合計

グローバル企業並みの営業利益率を目指す



	進捗状況	目標
海外事業の拡大	韓国へテ製菓との合併事業スタート	海外売上比率 30%以上
国内シェア拡大	スナック市場 50.6%* ポテトチップス市場 64.7%*	60%以上 70%以上
ペプシコとの連携強化	ノウハウ吸収（購買、品質管理等） フィリピンヘシリアル食品をOEM供給 豪州からポテトチップスを輸入	
営業利益率	(2012年3月期見通し) 6.9%	10.0%

- * シェアの出所はインテージSRI・全国全業態 ベース：販売金額 2011年9月
- * スナック菓子市場シェアはカルビーとジャパンフリトレーの合計

2012年3月期上期総括・下期事業方針

代表取締役社長兼COO

伊藤 秀二

成 果

■ 東日本大震災からの回復

- ・ 厳しいスタートとなったが、第2四半期に挽回し、上期売上計画達成
- ・ ポテトチップスのシェア（2011年3月期）62.5% →（9月末）64.7%
→スナック市場シェア拡大（2011年3月期）48.5% →（9月末）50.6%

出所：インテージSRI ベース：販売金額・全国全業態 2011年3月期：2010/4～2011/3
スナック菓子市場シェアはカルビーとジャパンフリトレーの合計

■ コスト・リダクション

- ・ 売上原価率（計画）60.0% →（実績）59.3%

今後の取組み

- 海外戦略の実現
- 国内市場シェアのさらなる拡大
- 新製品（Vegips、ひとくち美膳）の販売拡大
- さらなるコスト・リダクション

	2011年3月期 上期 実績	2012年3月期 上期 実績	伸び率	計画比
	百万円	百万円	%	%
売上高	76,266	75,985	△ 0.4	101.3
売上総利益	31,432	30,909	△ 1.7	103.0
販売管理費	26,801	27,015	+ 0.8	101.9
販売費	9,668	9,687	+ 0.2	102.5
物流費	5,613	5,795	+ 3.3	104.4
人件費	7,403	7,515	+ 1.5	100.2
その他	4,116	4,016	△ 2.4	100.4
営業利益	4,631	3,893	△15.9	111.2
経常利益	4,547	3,499	△23.1	100.0
特別損益	329	59	△82.0	—
四半期純利益	2,435	1,772	△27.2	93.3

売上高

震災の影響で4、5月の売上が減少
6月以降の積極的な販売促進により
挽回

売上総利益

原材料価格の上昇
震災の影響で稼働率が低下

販売管理費

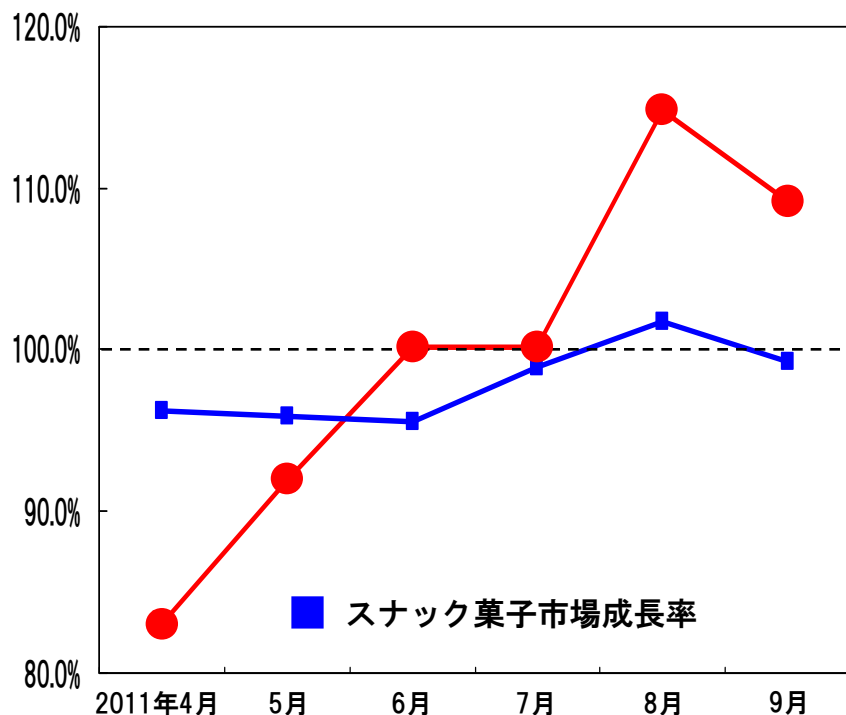
震災の影響で物流費等が増加

特別損益

助成金受入益	+ 230百万円
災害損失引当金戻入額	+ 163百万円
災害による損失	△ 258百万円

第1四半期は震災の影響 ・ 第2四半期は回復基調

■ 連結売上高 前年同月比



出所：インテージSRI・全国全業態

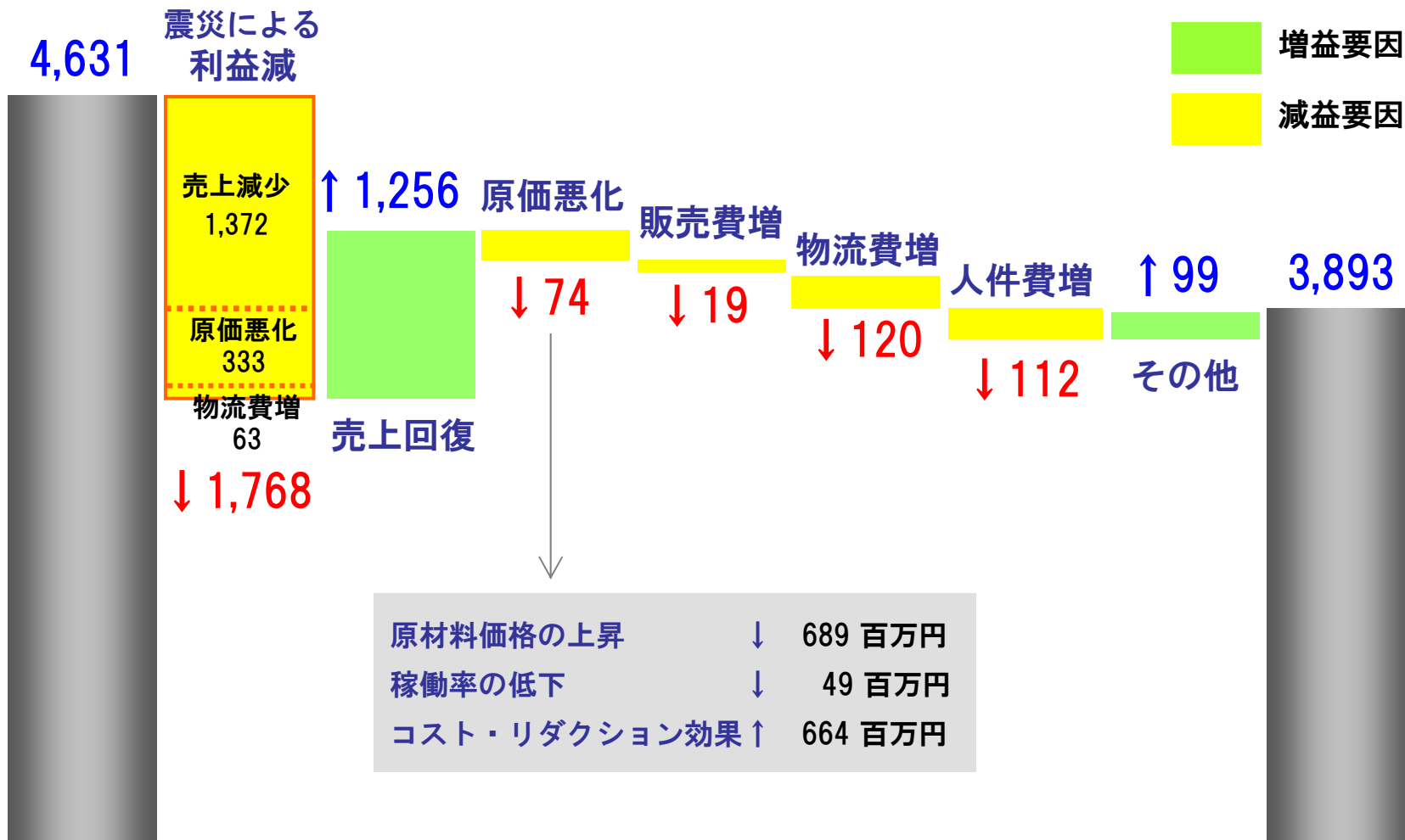
ベース：販売金額

■ 減収要因 製品別

	百万円		
	第1四半期	第2四半期	合計
ポテト系スナック	△ 2,410	+ 866	△ 1,544
小麦系スナック	△ 1,086	+ 382	△ 703
コーン系スナック	+ 234	+ 229	+ 463
海外	+ 133	+ 617	+ 751
ベーカリーシリアル食品	△ 40	+ 377	+ 336
新製品・その他	△ 173	+ 587	+ 414
合計	△ 3,342	+ 3,061	△ 281



百万円



2011年3月期上期

2012年3月期上期

2012年3月期 通期見通しの修正

	2011年3月期 実績	2012年3月期 当初計画	伸び率
	百万円	百万円	%
売上高	155,529	160,000	+ 2.9
売上総利益	65,047	65,600	+ 0.9
販売管理費	54,329	54,600	+ 0.5
販売費	20,180	20,000	△ 0.9
物流費	11,372	11,700	+ 2.9
人件費	14,536	14,900	+ 2.5
その他	8,240	8,000	△ 2.9
営業利益	10,717	11,000	+ 2.6
経常利益	10,570	11,000	+ 4.1
特別損益	△ 2,238	—	—
当期純利益	4,253	6,000	+41.1



	2012年3月期 修正計画	伸び率
	百万円	%
売上高	160,000	+ 2.9
売上総利益	66,100	+ 1.6
販売管理費	55,100	+ 1.4
販売費	20,240	+ 0.3
物流費	11,800	+ 3.8
人件費	15,060	+ 3.6
その他	8,000	△ 2.9
営業利益	11,000	+ 2.6
経常利益	10,600	+ 0.3
特別損益	59	—
当期純利益	6,000	+41.1

	2011年3月期 下期 実績	2012年3月期 下期 見通し	伸び率
	百万円	百万円	%
売上高	79,262	84,014	+ 6.0
売上総利益	33,614	35,190	+ 4.7
販売管理費	27,528	28,084	+ 2.0
販売費	10,512	10,552	+ 0.4
物流費	5,758	6,004	+ 4.3
人件費	7,133	7,544	+ 5.8
その他	4,123	3,983	△ 3.4
営業利益	6,085	7,106	+16.8
経常利益	6,022	7,100	+17.9
特別損益	△ 2,567	—	—
四半期純利益	1,817	4,227	+132.6

売上高

店頭プロモーションの推進
 新製品（Vegips等）の販売拡大
 海外（韓国、アメリカ）の強化

売上総利益

コスト・リダクションの推進
 稼働率の向上
 原材料価格の上昇は当初想定を下回る見通し
 利益率は0.5ポイントダウンを見込む

販売管理費

コスト・リダクションの推進
 販売費は前年水準を維持

■ 増収要因

百万円

	+ 4,752
ポテト系スナック	+ 2,200
小麦系スナック	+ 750
新製品	+ 600
海外	+ 900
その他	+ 302

■ 新製品発売数

	2011年3月期 下期	2012年3月期 下期	増減
ポテトチップス	44	53	+ 9
かつぱえびせん	7	15	+ 8
野菜スナック	6	16	+10

■ ポテト系スナック

ポテトチップス

新製品発売

定番品のプロモーション強化



Jagabee

TVCF展開

新フレーバーの販売エリア拡大



■ 新製品

Vegips⇒ 生産能力拡大へ

ひとくち美膳⇒ 新フレーバー発売

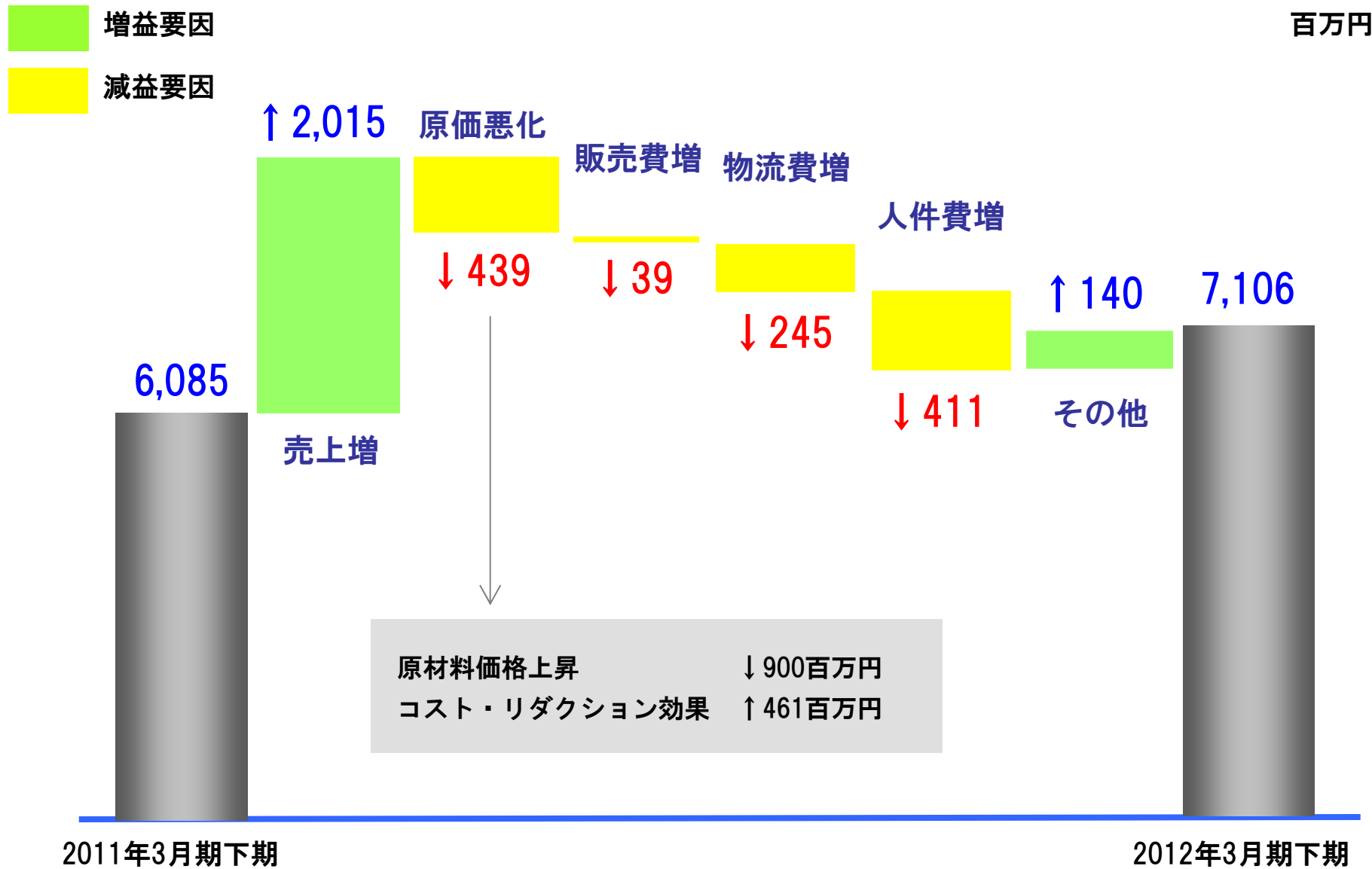


■ 海外

アメリカ、韓国⇒ 展開強化

タイ⇒ 洪水の直接の被害はなし

2012年3月期下期 営業利益の増減分析



2011年3月期下期

2012年3月期下期

掘りだそう、自然の力。

Calbee

参考資料

掘りだそう、自然の力。

Calbee

企業理念

私たちは、自然の恵みを
大切に活かし、
おいしさと楽しさを創造して、
人々の健やかな暮らしに
貢献します

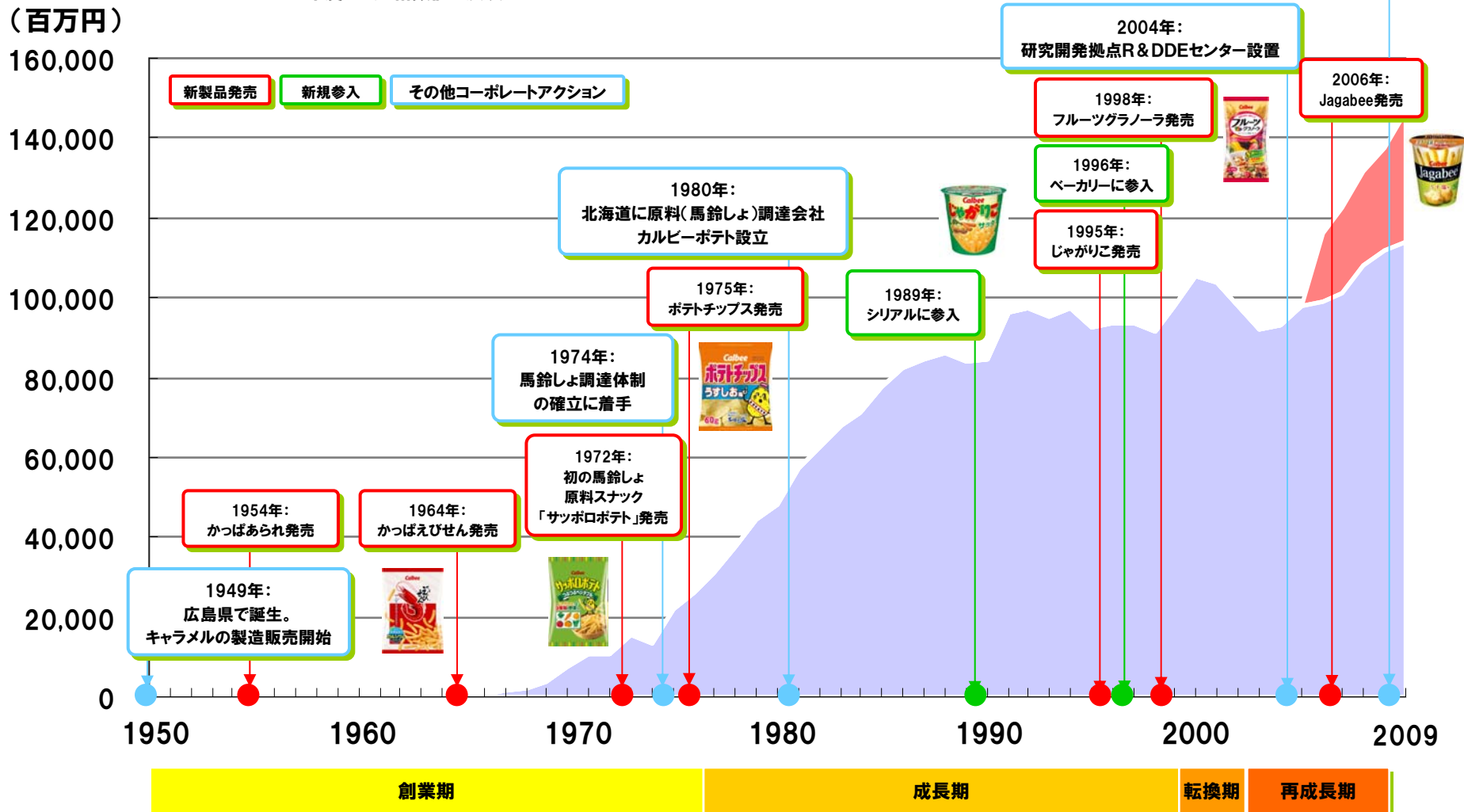
VISION

顧客・取引先から、
次に従業員とその家族から、
そしてコミュニティから、
最後に株主から
尊敬され、賞賛され、
そして愛される会社になる

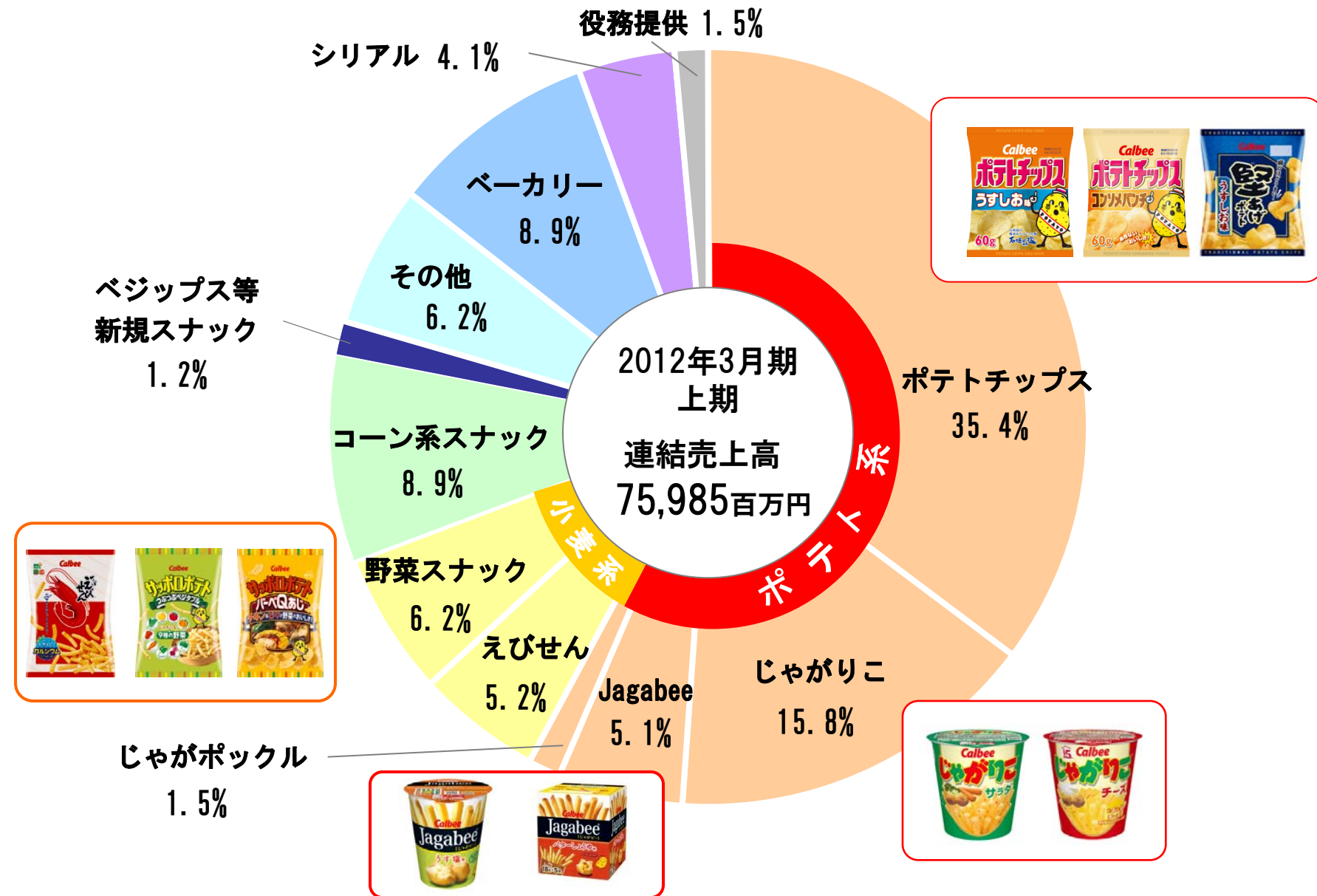
カルビーの成長の歴史

カルビーの沿革と売上高推移

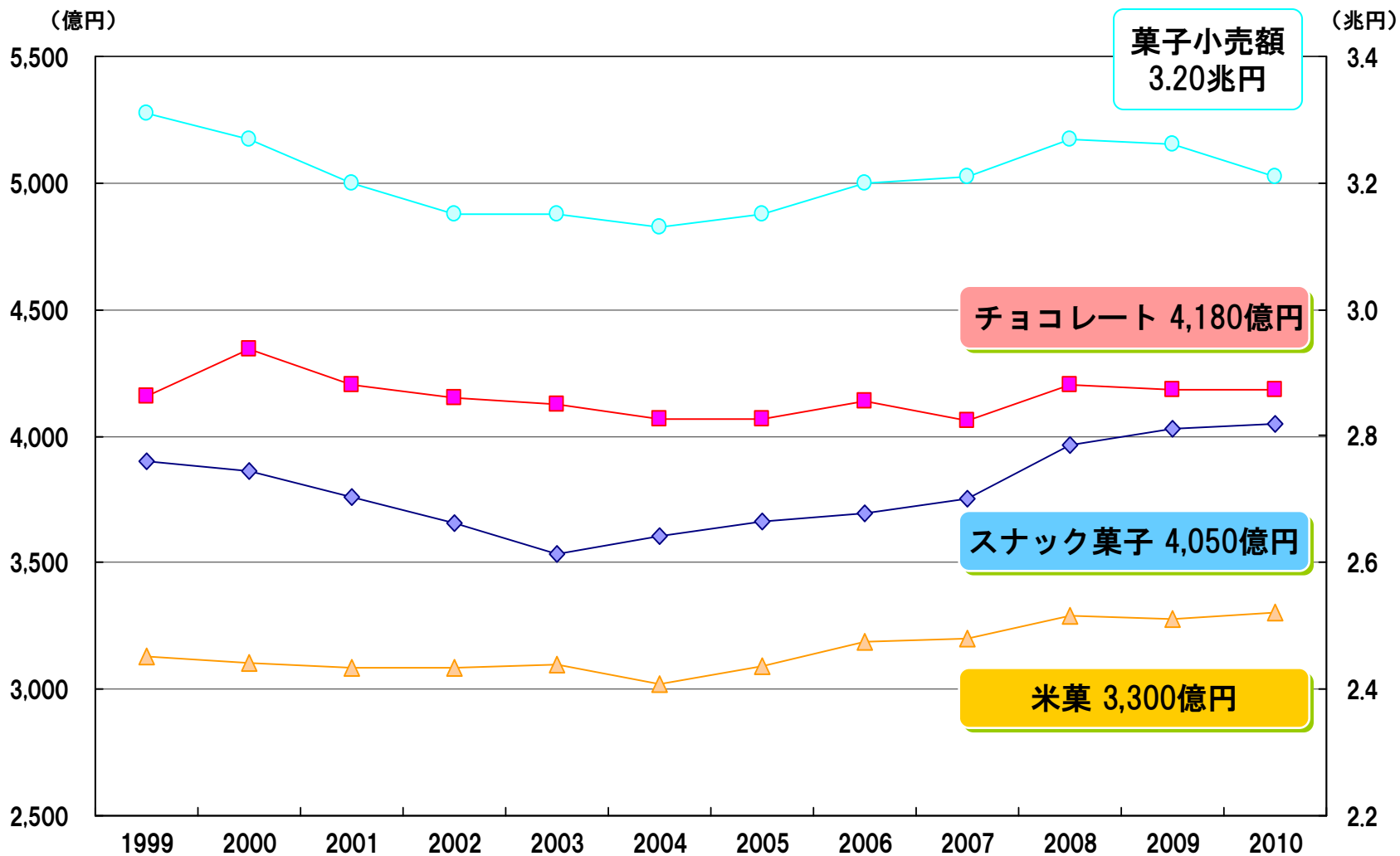
※2005年度より連結数値を反映



売上構成比



国内菓子市場



出所 全日本菓子協会