



カルビーグループ決算説明会

2014年4月1日～2014年6月30日

カルビー株式会社 2014.8.4



掘りだそう、自然の力。

Calbee

2015年3月期第1四半期決算報告

上級執行役員 財務經理本部長
菊地 耕一

成果

■ 国内事業、北米事業が牽引し、増収増益を達成

- ・売上高 (伸び率) + 9.9% (計画比) 104.2%
- ・営業利益 (伸び率) + 28.4% (計画比) 126.6%
- ・営業利益率 (計画) 9.2% → (実績) **11.2%**

■ 海外戦略の実現

- ・北米事業の拡大
- ・フィリピンで2014年4月にURCとのJVを設立

■ スナックは4月シェア落とすも、5月以降は回復基調、シリアルは拡大

- ・スナック市場シェア (前期) 53.9% → (当第1四半期) **52.9%**
- ・ポテトチップスシェア (前期) 69.4% → (当第1四半期) **66.9%**
- ・シリアル市場シェア (前期) 30.9% → (当第1四半期) **33.0%**

■ コスト・リダクション

- ・売上原価率 (計画) 57.1% → (実績) **55.8%**

出所：(株)インテージSRI調べ 全国全業態 金額ベース

ポテトチップスシェア：ポテトチップス(生薄切り・生厚切り)・ポテトシュースト・ケトル合算 スナック市場シェア：カルビーとジャパンプリトレーの合計
前期：2013年4月～2014年3月の累計 当第1四半期：2014年4月～6月の累計

	2014年3月期 第1四半期	2015年3月期 第1四半期	伸び率	計画比
売上高	百万円 47,551	百万円 52,269	% + 9.9	% 104.2
売上総利益	20,871	23,094	+ 10.6	107.2
販売管理費	16,302	17,226	+ 5.7	101.9
販売費	6,889	7,361	+6.8	99.5
物流費	3,241	3,365	+3.8	108.2
人件費	4,040	4,192	+3.8	100.0
その他	2,129	2,306	+8.3	104.9
営業利益	4,569	5,867	+28.4	126.6
経常利益	5,019	5,891	+17.4	127.1
特別損益	346	△34	—	—
四半期純利益	3,213	3,378	+5.1	125.0

売上・利益ともに計画達成

売上高

- 消費税増税の影響は限定的
- ポテト系スナック、コーン系スナック、フルグラ、海外事業が伸長

売上総利益

国内事業のコスト・リダクション効果と利益率の高い北米事業の売上が伸長したことにより、実質ベースで0.8ポイント改善

前期第2四半期より、物流事業の原価相当額を販売管理費の物流費から売上原価に振替えております。前期第1四半期においては、物流事業の原価相当額 222百万円は販売管理費の物流費に計上しております。

販売管理費

販売費は国内で効率的に投下、海外は北米、中国で増加

営業外費用

為替差損 125百万円

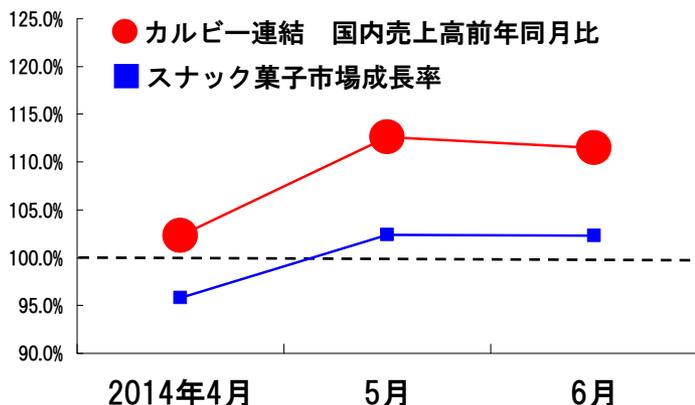
特別損失

固定資産除却損 43百万円

■ 増収要因 製品別 百万円

売上高		+	4,717
国内		+	3,742
ポテト系スナック		+	1,546
コーン系スナック		+	632
シリアル食品		+	1,313
その他		+	250
海外		+	974
北米		+	1,063
その他		△	88

■ 国内売上高 前年同月比推移



出所: ㈱インテージSRI調べ 金額ベース スナック 2014年4月~6月

■ ポテト系スナック

ポテトチップス

堅あげポテト定番品が好調
サッカーワールドカップ関連製品も好調

じゃがりこ

新シリーズの発売に加え、期間限定品が堅調



■ コーン系スナック

ポップコーンが好調
(NB、PB、ギャレットポップコーンショップス)

■ シリアル食品

『フルグラ』の生産能力を2014年2月より
1.5倍に拡大するも、稼働率が100%を
超える状況が継続



■ 海外

北米が大幅増収
韓国、台湾、中国は減収
円安効果 107百万円

■ 国別売上高

円ベース

		2014年3月期 第1四半期	2015年3月期 第1四半期	伸び率
北米	百万円	933	1,996	+113.9%
中国	百万円	691	489	△29.2%
		577		△15.3%
韓国	百万円	667	545	△18.3%
タイ	百万円	615	640	+4.1%
香港	百万円	613	744	+21.4%
台湾	百万円	237	203	△14.4%

*中国:2014年3月期第1四半期の上位はGross-up分を含んだ金額

現地通貨ベース

		2014年3月期 第1四半期	2015年3月期 第1四半期	伸び率
北米	千ドル	9,395	19,599	+108.6%
中国	千元	42,770	29,942	△30.0%
		35,701		△16.1%
韓国	百万ウォン	7,549	5,451	△27.8%
タイ	千バーツ	186,973	204,215	+9.2%
香港	千HKドル	47,890	56,690	+18.4%
台湾	千NTドル	71,374	60,012	△15.9%

*中国:2014年3月期第1四半期の上位はGross-up分を含んだ金額

各国の状況

■ 北米

- 北米全体は、Snapea Crispsの好調により大幅増収
- Ruffles® Crispy Friesは減収

■ 中国

- 杭州カルビーは、Jagabeeとえびせんの前年割れ、サッポロBQの終売により減収
- CFSSは、小麦系スナックの好調により増収

■ 韓国

Jagabeeは堅調だが、ポテトチップスが前年割れ

■ タイ

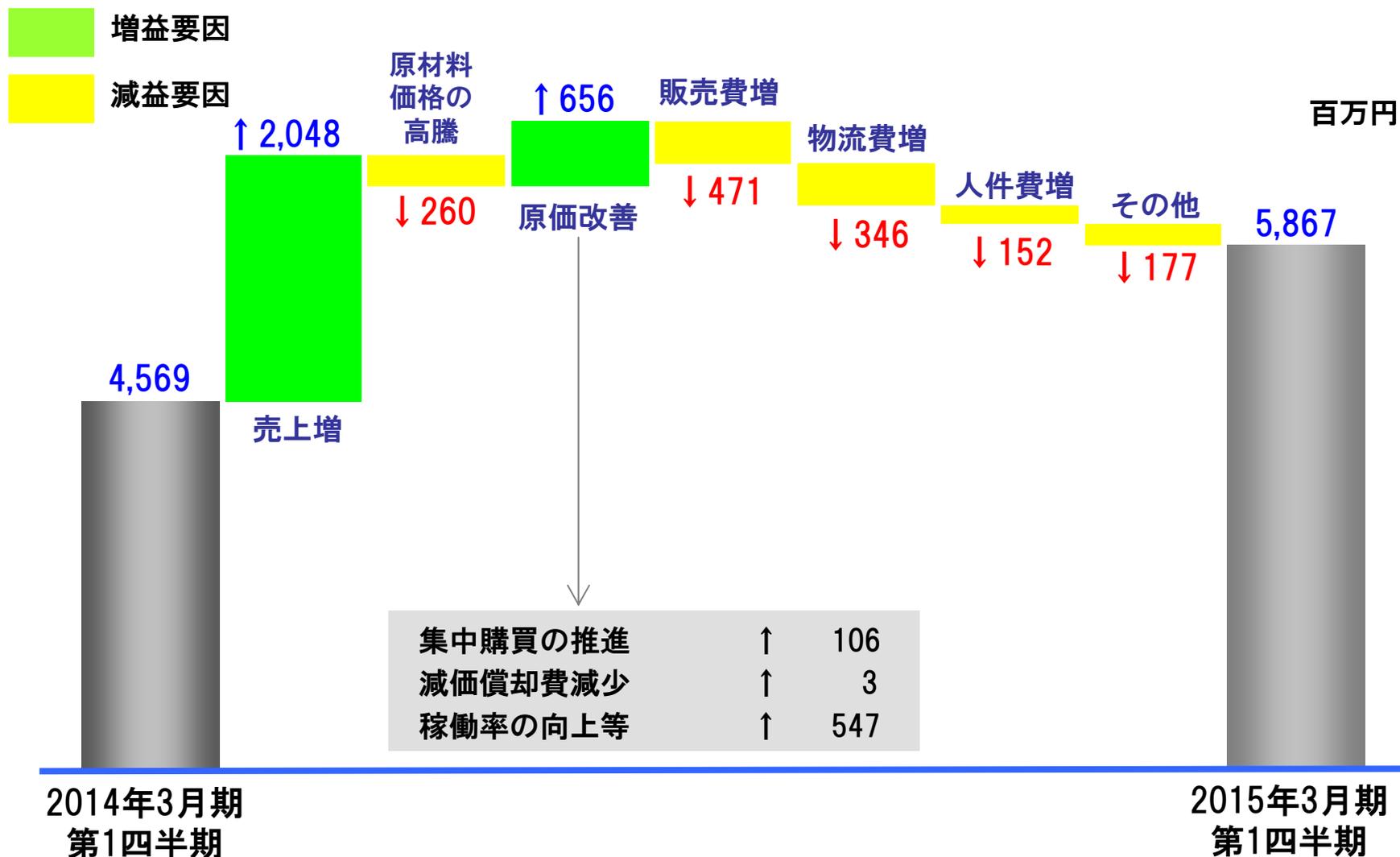
JAXXが好調

■ 香港

Jagabeeとポテトチップスが好調

■ 台湾

競合品の出現により、シェア・売上を落とす



※ 当期との比較上、前期第1四半期において物流費に計上されている物流事業の原価相当額（222百万円）は原価に含めて計算

2015年3月期第2四半期 事業方針

執行役員 経営企画・IR本部長
早川 知佐

今後の取組み

- 国内事業の強化、海外事業の拡大により、通期の計画達成を目指す
- 海外事業の拡大
 - ・ 北米事業の拡大
 - ・ 中国事業の戦略建て直し
- 国内シェア拡大
 - ・ 成長製品（フルグラ、じゃがりこ、堅あげポテト等）のさらなる拡大
 - ・ Jagabee、ベジップスの売上回復と拡大
- さらなるコスト・リダクション

第1四半期

Snapea Crispsが好調で、北米全体では大幅増収増益、計画も達成

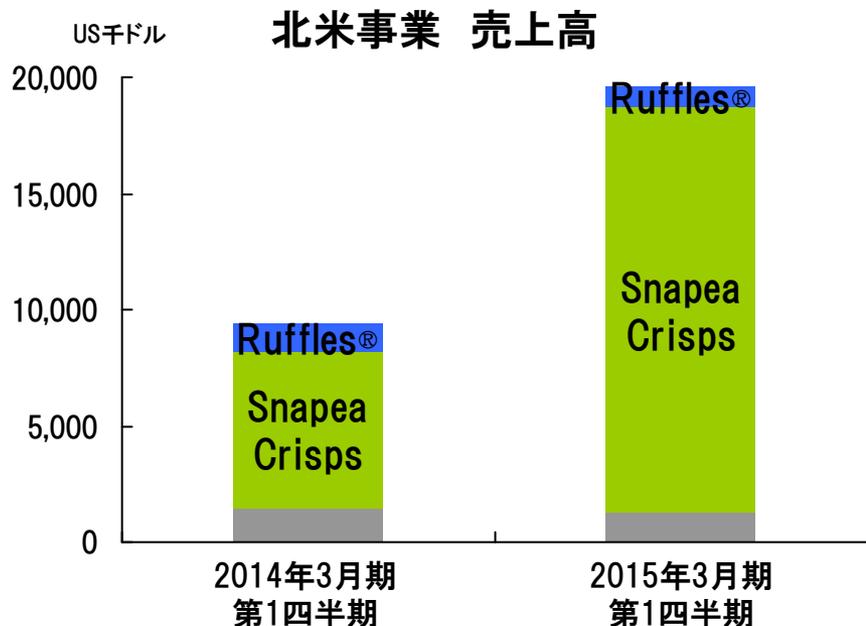
Snapea Crisps >> Costco、Trader Joe's向けが好調で、大幅増収

Ruffles® Crispy Fries >> 売上高は前年を下回る状況

第2四半期

Snapea Crisps >> さらなる拡大に向けて、生産ラインを増設、8月稼動

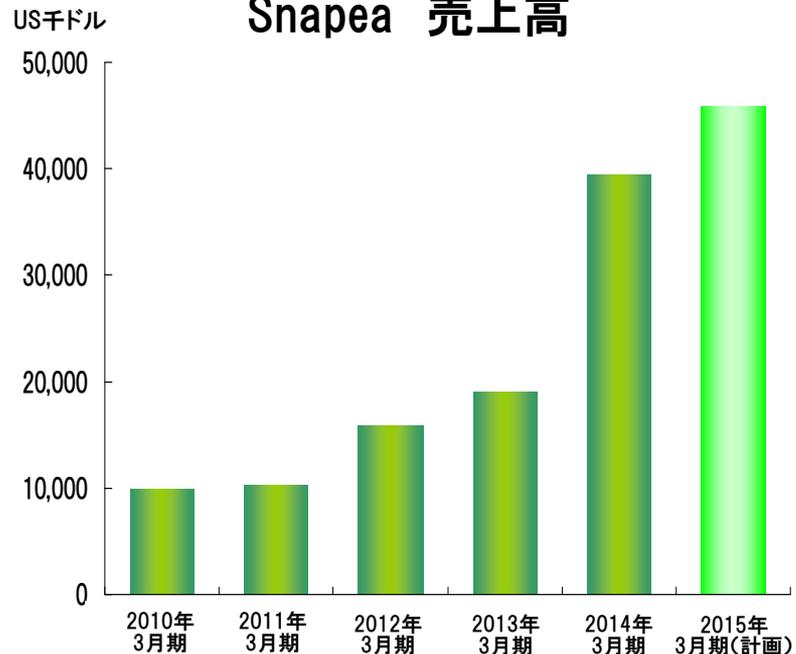
Ruffles® Crispy Fries >> 8月からカルビーブランドでの販売開始



Snapea Crisps 概要

- 1999年
発売
- 2011年
 - ・ Costco、Wal-mart での販売開始
- 2012年
 - ・ 北米でのスナック製造・販売事業を Calbee North America, LLCへ移管
 - ・ 北米市場に精通した米国人のマーケティング経験者を採用
- 2013年
 - ・ 製品ラインナップを緑豆2品→4品、レンズ豆2品を追加し、計6品に拡大
 - ・ パッケージリニューアルを実施
 - ・ Trader Joe'sでのPB製品の販売開始
 - ・ 7-Elevenでの販売開始

Snapea 売上高



第1四半期

杭州カルビーが振るわず赤字拡大

製品 >> サッポロBQを終売、現在Jagabee、かっぱえびせんの2品体制

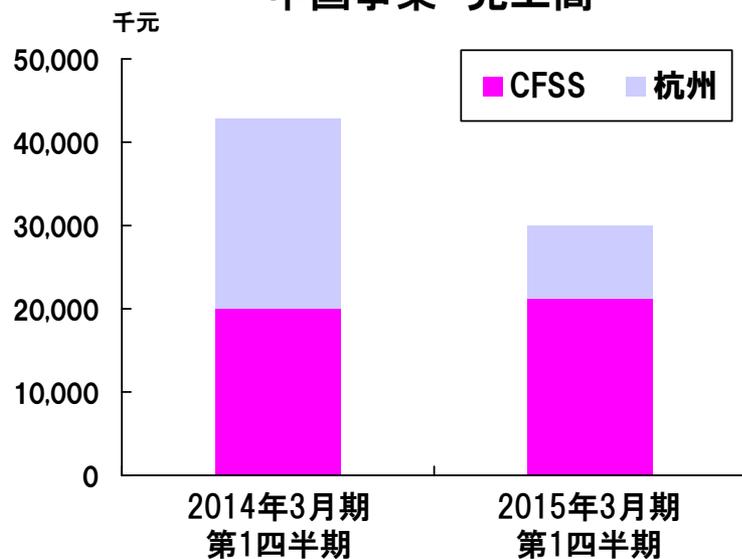
第2四半期

中長期的な成長を図るため戦略の策定を急ぐ

製品 >> 第3、第4の製品選定を検討中

販売体制 >> 7月からスナックに特化した販売チーム体制をスタート

中国事業 売上高



■ スナックシェアの拡大

- ・ 『カルビー大収穫祭2014』の実施 (9~12月)
- ・ 厚切り・堅あげポテト、じゃがりこの強化



■ フルグラ

- ・ 生産能力を最大限引き上げ、需要に対応
- ・ 11月初旬一口タイプの「フルグラビッツ」発売

■ Jagabee

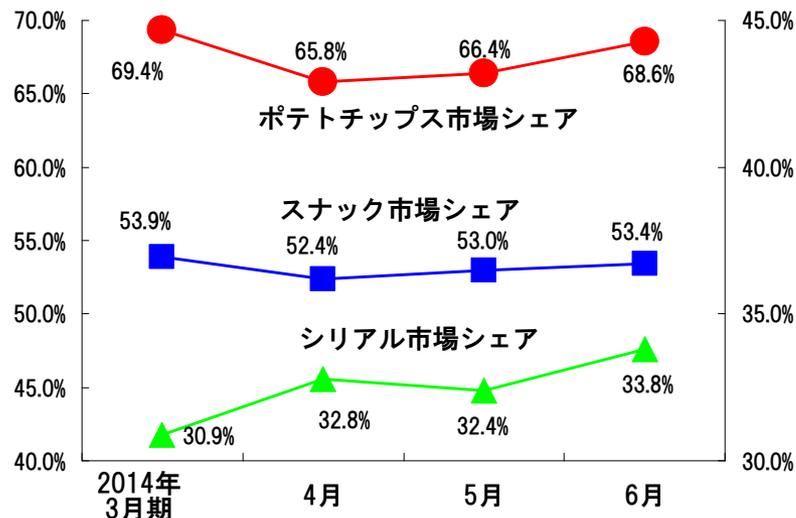
- ・ ボックスタイプは4月中旬より値下げ、配荷率アップと数量増を目指す
- ・ カップタイプは8月下旬にパッケージをリニューアル、価格は据え置き



■ ベジップス

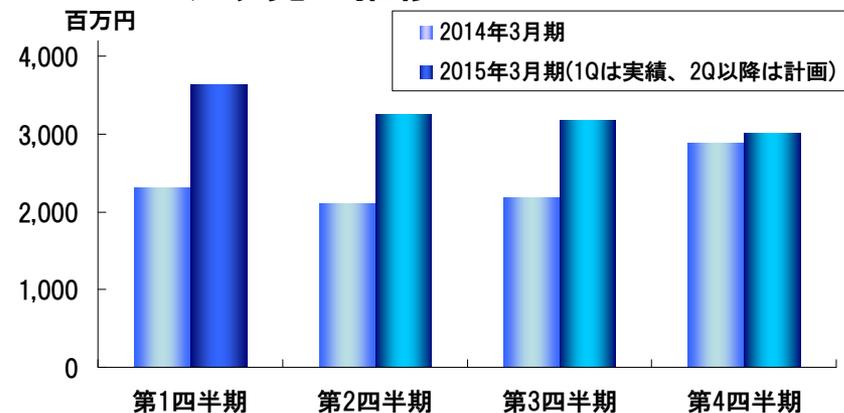
- ・ 10月にパッケージ、価格などの全面リニューアルを実施
- ・ 新TVCF、サンプリングの実施

■ 市場シェア



出所：(株)インテージSRI調べ 全国全業態 金額ベース
 2014年3月期：2013年4月~2014年3月 4月・5月・6月：2014年4月~6月
 スナック市場シェア：カルビーとジャパンフリトレーの合計
 ポテトチップス：ポテトチップス(生薄切り・生厚切り)・ポテトシュースト・ケトル合算

■ フルグラ売上推移



参考資料

製品別売上高

百万円

	2014年3月期 第1四半期			2015年3月期 第1四半期		
	金額	構成比	伸び率	金額	構成比	伸び率
ポテト系スナック	25,804	54.3%	+4.2%	27,350	52.3%	+6.0%
ポテトチップス	15,004	31.6%	+0.8%	16,169	30.9%	+7.8%
じゃがりこ	7,668	16.1%	+10.6%	8,172	15.6%	+6.6%
Jagabee	2,433	5.1%	+5.0%	2,214	4.2%	△ 9.0%
小麦系スナック	5,452	11.5%	+7.9%	5,464	10.5%	+0.2%
コーン系スナック	3,870	8.1%	+11.9%	4,502	8.6%	+16.3%
ベジップス等新規スナック	1,506	3.2%	+80.1%	1,442	2.8%	△ 4.2%
国内 その他	450	0.9%	△ 15.6%	690	1.3%	+53.3%
海外	3,644	7.7%	+65.9%	4,619	8.8%	+26.7%
スナック計	40,728	85.7%	+10.6%	44,070	84.3%	+8.2%
ベーカリー	3,127	6.6%	△ 10.6%	3,063	5.9%	△ 2.0%
シリアル	2,904	6.1%	+26.3%	4,217	8.1%	+45.2%
その他食品計	6,031	12.7%	+4.1%	7,281	13.9%	+20.7%
役務提供	791	1.7%	+18.9%	917	1.8%	+15.9%
売上高合計	47,551	100.0%	+9.8%	52,269	100.0%	+9.9%

2014年8月4日開催 2015年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 営業利益率が改善した理由を教えてください。第2四半期以降も同じペースで改善が進むのか？

第1四半期の営業利益率は、国内、海外ともに改善しました。海外については、利益率の高い北米事業の売上が拡大したことにより、原価改善に大きく寄与しました。国内については、販売費を計画以上にコントロールできたため、利益率が改善しました。消費増税により特売が減少したことと、堅あげポテト、サッカーワールドカップ関連製品、PBなどの販売費が比較的少ない製品の売上が伸びたことによるものです。ただし、第2四半期以降は、売上の状況をみながら、機動的に販売費を投入する可能性もあります。また、第1四半期は消費増税の影響を考慮した保守的な計画となっており、第2四半期以降はストレッチした計画となっていますので、計画の達成に向けて、引き続きコントロールしていく考えです。

Q2 原材料価格の上昇は、年間計画の13億円を下回る見通しか？

第1四半期において、原材料価格の上昇は2.6億円となり、計画より若干低いもののほぼ想定どおりで推移しました。しかし、今後については、為替の影響を受けて上昇する可能性があります。

Q3 フルグラの第2四半期以降の計画が保守的な理由について教えてください。

今年の2月にラインを増設し、生産キャパシティが1.5倍となりましたが、現在も100%以上の稼働率で推移しています。2015年1月までは前年比+50%の伸長率が期待できますが、2月以降は横ばいとなる見通しです。リアル市場も伸長している中で、設備増強をすべきと考えており、一方で競争環境は厳しくなっており、投資規模や時期については慎重に判断していく予定です。

Q4 北米のSnapea Crispsの拡大余地について教えてください。

北米のSnapea Crispsは大変好調に推移しており、8月に既存工場に1ライン増設し、年間の生産キャパシティは1億ドルとなりました。しかし、現在供給が追いつかず、CostcoやWal-Martなどの主要な販売チャネルでの店頭率は60-70%程度にとどまっています。新規チャネルの開拓も進められない状況です。拡大余地は依然として大きく、全米をカバーするために、中部もしくは東部に生産拠点設置の検討を進めております。

Q5 海外の営業利益率は今後低下するリスクはあるか？

北米事業の利益率が高く、現在の販売状況が継続すれば、営業利益率が低下するリスクは低いと考えられます。しかし、他の国が北米に依存している状況は望ましくなく、特に中国は損失を最小限に止める活動を引き続き行ってまいります。

Q6 北米でのカルビーブランドのJagabee販売について教えてください。

Ruffles® Crispy Friesについては、ペプシコ社で様々な検討・活動を進めていますが、短期的に売上が改善することは期待できません。そのため、現在、カルビーによる自社ブランドでの商談を進めており、アジア系のグロサリーストアJFCで8月に販売を開始し、順次拡大していく予定です。

Q7 中国事業について、状況の改善、赤字削減の見通しはたってきたのか？

7月より新しい販売体制がキックオフしました。しかし、体制の変更に伴う在庫処分や返品などが発生しており、効果が出る状況には至っていません。着実な新体制への切替えを進めていくことで、店頭での販売フォロー、プロモーション活動を強化し、売上および収益の改善を図ります。

以上