



# Calbee

Harvest the Power of Nature.

## カルビーグループ決算説明会

2018年3月期第1四半期

2017年4月1日～2017年6月30日



TSE code : 2229

**カルビー株式会社**

2017.8.3

# 2018年3月期第1四半期決算報告 及び通期計画達成に向けて

---

上級常務執行役員  
菊地 耕一

# 目次

- 1. 2018年3月期第1四半期決算報告**
- 2. 通期計画達成に向けて**

# 1. 2018年3月期第1四半期決算報告

## 2. 通期計画達成に向けて

## 決算サマリ

- ポテトチップスの一部休売やフルグラ海外消費分ストップの一時的影響が大きく、減収減益
- 上記に加え、海外事業の不振、ポテトチップスの想定以上の落ち込み、フルグラ国内消費分出荷が伸びなかった影響で売上、営業利益ともに計画を下回る
- 販売費比率は国内販促費をコントロールし、計画通り

KPIs (重要業績評価指標)	通期目標	2018年3月期 第1四半期 計画	2018年3月期 第1四半期 実績	計画 進捗
増収率	+3.0%	△5.3%	△ <b>8.5%</b>	
営業利益増益率	+4.0%	△32.7%	△ <b>52.1%</b>	
営業利益率	11.5%	8.2%	<b>6.0%</b>	
海外売上比率	15.5%	15.2%	<b>13.4%</b>	
販売費比率	14.6%	14.8%	<b>14.8%</b>	

# 2018年3月期第1四半期業績 決算ハイライト

	2017年3月期 第1四半期		2018年3月期 第1四半期		伸び率 (%)	計画比 (%)
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)		
売上高	61,756	100.0	56,519	100.0	△8.5	96.7
売上総利益	27,109	43.9	23,129	40.9	△14.7	94.4
販売管理費	19,979	32.4	19,715	34.9	△1.3	100.1
販売費	8,848	14.3	8,380	14.8	△5.3	97.1
物流費	4,077	6.6	4,168	7.4	+2.2	102.9
人件費	4,391	7.1	4,497	8.0	+2.4	102.7
その他	2,661	4.3	2,668	4.7	+0.2	101.1
営業利益	7,130	11.5	3,413	6.0	△52.1	71.1
経常利益	6,339	10.3	3,501	6.2	△44.8	73.0
特別損益	△116	—	△38	—	—	—
非支配株主利益	363	—	△40	—	—	—
当期純利益*	3,832	6.2	2,287	4.0	△40.3	76.5

\*当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益になります

小麦系スナックやJagabee/じゃがポックル、コーン系・豆系スナックは伸長したものの、ポテトチップスやフルグラの落ち込みをカバーできず

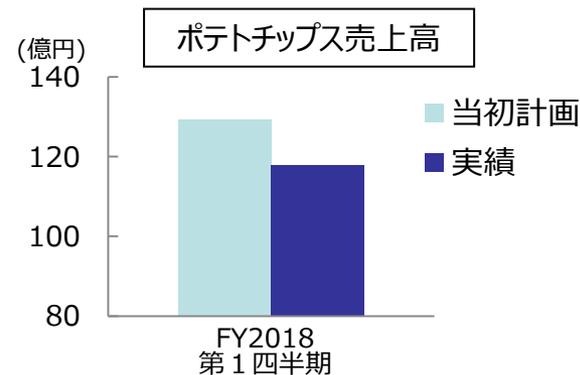
(百万円)

	2017年3月期 第1四半期	2018年3月期 第1四半期	増減	伸び率 (%)
<b>国内売上高</b>	54,453	<b>48,923</b>	△5,529	△10.2
ポテト系スナック	29,407	24,095	△5,311	△18.1
ポテトチップス	17,482	11,788	△5,693	△32.6
じゃがりこ	8,569	8,491	△78	△0.9
Jagabee/じゃがポックル	3,355	3,816	+460	+13.7
小麦系スナック	5,560	6,102	+542	+9.8
コーン系・豆系スナック	4,703	5,040	+336	+7.2
その他スナック	1,146	2,660	+1,513	+132.1
シリアル	8,676	6,400	△2,275	△26.2
<b>国内営業利益</b> (売上高比)	6,520 (12.0%)	<b>3,504</b> (7.2%)	△3,015	△46.2

- ・ その他スナック：ポテトチップスクリップの発売地域を拡大（当期売上13億円）

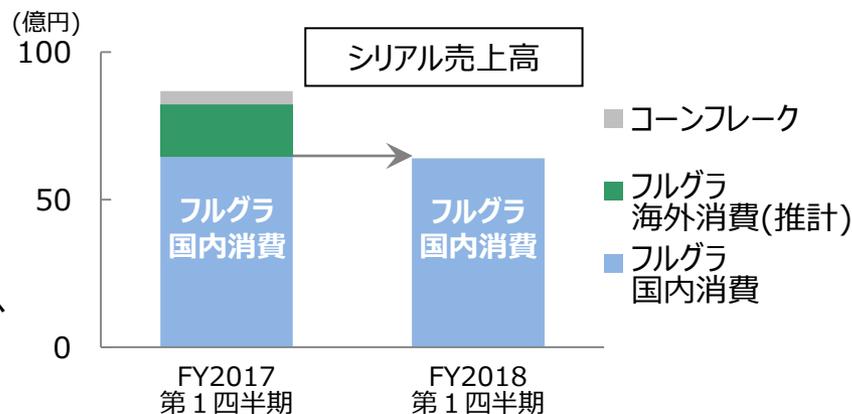
## ポテトチップス

- 4月に、混乱した需給の鎮静化のため休売アイテムを拡大
- 5月下旬以降、順次休止アイテムの販売を再開したが、アイテム絞り込みの影響が大きく、計画には至らず



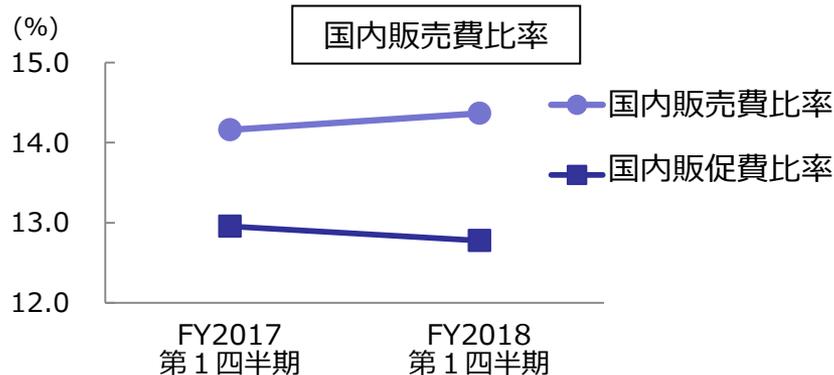
## シリアル

- フルグラ：
  - ・ 海外消費分は、3月にストップしたことにより、当四半期の売上ゼロ（推計）
  - ・ 国内消費分は、海外消費分の流通在庫調整により、前年同期並みに留まる
- コーンフレーク終売



## 国内販売費

- 国内販促費比率は改善したものの、広告宣伝費が増加したことにより、国内販売費比率全体は増加



## 北米と韓国の不振により大幅減益で赤字

(百万円)

	2017年3月期 第1四半期	2018年3月期 第1四半期	伸び率 (%)
海外売上高	7,303	7,595	+4.0
北米	3,162	2,714	△14.2
中華圏	1,353	1,338	△1.2
韓国	1,448	1,256	△13.3
その他アジア・豪州	1,092	1,951	+78.6
欧州	244	335	+37.1

増減の内訳			
増減	為替差	実質	実質伸び率(%)
+292	+149	+143	+2.0
△448	+61	△509	△16.1
△15	+13	△29	△2.2
△192	+59	△252	△17.4
+858	+43	+815	+74.6
+90	△28	+119	+48.7

	2017年3月期 第1四半期	2018年3月期 第1四半期	増減
海外営業利益	610	△91	△701
北米	607	53	△554
中華圏	143	94	△48
韓国	46	8	△37
その他アジア・豪州	44	△74	△119
欧州	△232	△174	+57

・ 為替レート

2017年3月期第1四半期：1 USD = 109.07円

2018年3月期第1四半期：1 USD = 111.61円

## 北米

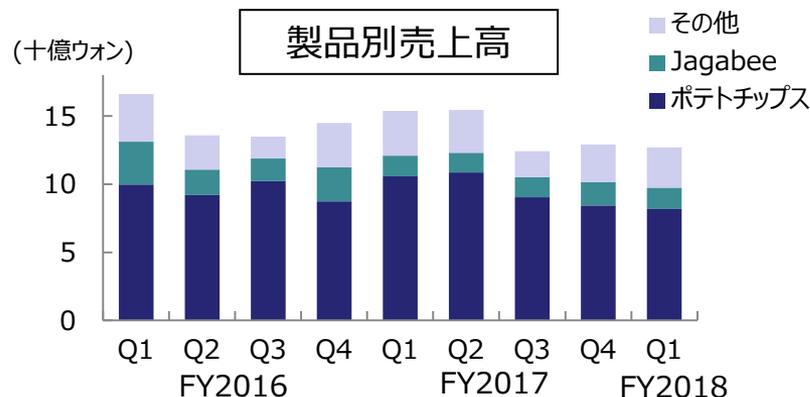
- FY2017Q4のプロモーション受注の反動影響や、フレーバー展開等大手顧客のニーズにタイムリーに応えられなかったことにより、減収
- 営業利益は、減収影響や稼働低下に加え、一時的な原材料廃棄やマーケティングコストが発生したことにより、大幅減益
- 生産工程中のロス率は改善傾向

Harvest Snaps売上高・工場稼働率



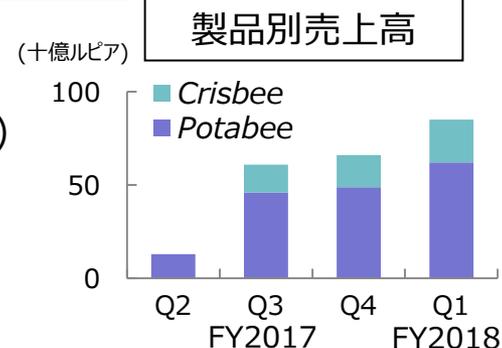
## 韓国

- ポテトチップス新製品を上市したものの売上増加には至らず
- 合併パートナーとの仕切価格を変更し、赤字脱却



## インドネシア

- MT(大手小売店)、TT(伝統的小売店)ともに配荷が進み事業拡大

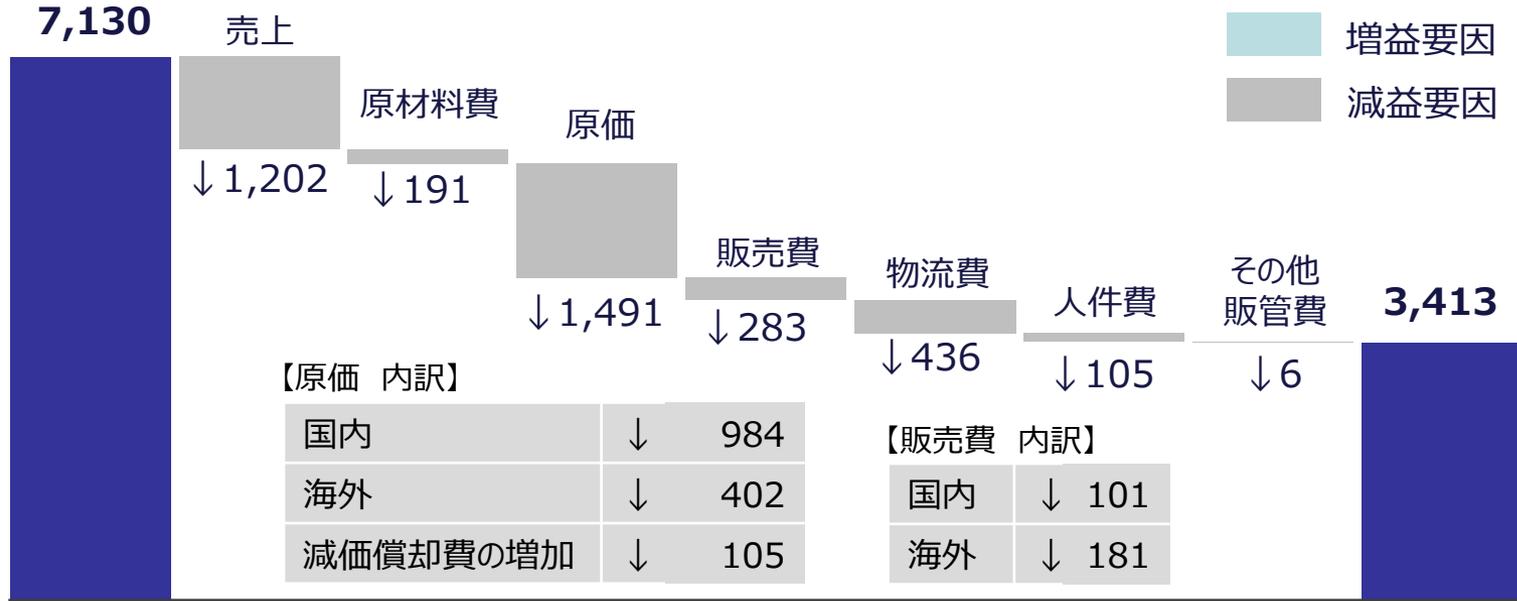


# 2018年3月期第1四半期業績 営業利益分析

## 営業利益の増減（前年同期比）

(百万円)

■ 増益要因  
■ 減益要因



2017年3月期  
第1四半期

前年同期比  $\Delta$ 3,717百万円

2018年3月期  
第1四半期

- 原価： (国内) ポテトチップスとフルグラの稼働低下により増加  
(海外) ・北米のロス率は改善傾向にあるものの、原材料廃棄や稼働悪化等により増加  
・原価率の高いインドネシア売上構成の上昇により、地域MIX悪化
- 販売費： (国内) CMによる広告宣伝費増加  
(海外) インドネシアでのプロモーションや北米でのマーケティングコスト増加
- 物流費： 輸入馬鈴しよを使用したポテトチップスを西日本から全国へ配送したため、国内配送費が増加

1. 2018年3月期第1四半期決算報告

2. **通期計画達成に向けて**

## 第2四半期以降の売上拡大により通期計画達成を目指す

### 第1四半期の振り返り

### 第2四半期以降の取り組み

一時的課題

■ 馬鈴しょ不足に起因する  
ポテトチップスの流通の混乱、  
それに伴う生産・販売の調整 ⇒

■ 北海道産の馬鈴しょ収穫にあわせて、  
販売再開アイテム拡大  
■ 企画・キャンペーン等により積極的に販売

■ フルグラ海外消費分のストップ ⇒

■ 北海道工場の新ラインが稼働  
■ 中国への正式販売を開始

■ フルグラの流通在庫影響等により  
国内消費は横ばい ⇒

■ 新たな消費層をターゲットにした  
企画・キャンペーンの実施や、新フレーバーの投入

継続的課題

■ 国内販売費は概ね計画どおり ⇒

■ 引き続き販売費コントロールを実施

■ 北米の売上不振、コスト悪化 ⇒

■ マーケットインに重点  
■ 顧客ニーズにあわせた製品の多様化  
(フレーバー、サイズ、アソート等)

■ 韓国の売上不振 ⇒

■ 利益確保を重視した経営

## ポテトチップス

- 馬鈴しょ収穫にあわせた販売再開アイテムの増加と期間限定品ア・ラ・ポテト等の積極的な販売・プロモーションを実施
- 大収穫祭2017、お国自慢祭り等従来の販促企画に加え、新たに47都道府県ポテトチップスを販売

## フルグラ

- さらに製品ラインアップを増やし、個食対応と家庭でのストック増加を促進
- シニア層向けに減塩企画、男性層向けに低糖朝食（ロカボ）企画を実施し認知拡大を図る



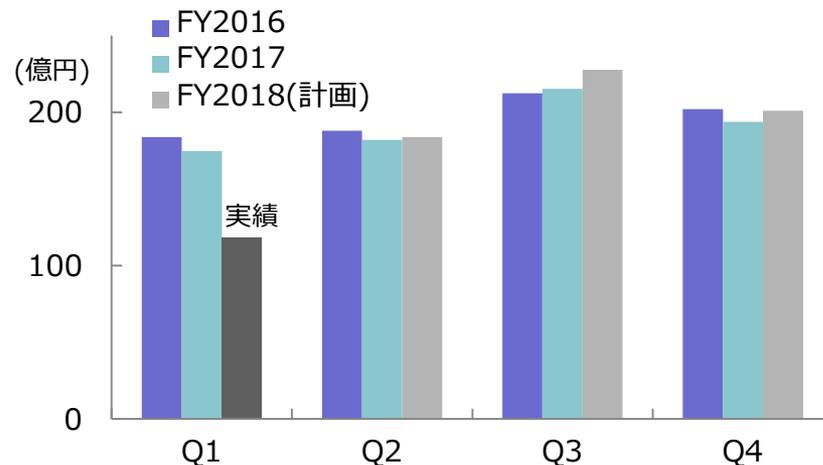
### 8月販売開始新製品

3種のベリー  
ミルクテイスト



個食用50g

### ポテトチップス売上高



## 国内販売費

- 利益重視の販売方針に基づく販売費コントロール
  - ・ ワンプライス製品：期間限定・地域限定品にて数品販売予定
  - ・ 流通システム革新：4月より新規に2社スタート
  - ・ 取引先集約

## 北米

### マーケットインに重点

顧客ニーズに合わせて  
製品の多様化

対応策	
R&D	<ul style="list-style-type: none"> <li>Harvest Snaps 新フレーバー開発</li> </ul>
セールス、マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>バラエティパック販売</li> <li>フレーバー展開にあわせたプロモーション実施</li> </ul>
製造	<ul style="list-style-type: none"> <li>SQF、オーガニック認証取得</li> </ul>



## 香港

- フルグラ北海道ライン稼働開始
- 7/28より中国向けに、アリババグループが運営する越境ECサイト「天猫国際 (Tmall Global)」のCalbee海外旗艦店にて、フルグラ北海道パッケージの販売開始



	2018年3月期 通期計画		2018年3月期 第1四半期 実績		2018年3月期 第2四半期～第4四半期 計画		伸び率 (%)
	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	(百万円)	構成比(%)	
<b>売上高</b>	260,000	100.0	56,519	100.0	203,480	100.0	+6.7
<b>売上総利益</b>	114,000	43.8	23,129	40.9	90,870	44.7	+7.6
<b>販売管理費</b>	84,000	32.3	19,715	34.9	64,284	31.6	+2.4
販売費	37,900	14.6	8,380	14.8	29,519	14.5	+0.0
物流費	17,000	6.5	4,168	7.4	12,831	6.3	+0.3
人件費	18,800	7.2	4,497	8.0	14,302	7.0	+8.5
その他	10,300	4.0	2,668	4.7	7,631	3.8	+5.0
<b>営業利益</b>	30,000	11.5	3,413	6.0	26,586	13.1	+22.5
<b>経常利益</b>	30,000	11.5	3,501	6.2	26,498	13.0	+18.9
特別損益	△1,000	—	△38	—	△961	—	—
<b>当期純利益*</b>	19,000	7.3	2,287	4.0	16,712	8.2	+13.1

\*当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益になります

- ・通期計画は、期初計画時点から変更なし

	2018年3月期 通期計画	
	(百万円)	伸び率(%)
<b>国内売上高</b>	<b>219,620</b>	<b>△1.7</b>
スナック	173,974	△0.2
ポテト系スナック	123,974	△2.2
ポテトチップス	73,048	△4.6
じゃがりこ	36,514	△0.5
Jagabee/じゃがポックル	14,411	+6.3
小麦系スナック	22,411	△1.7
コーン系・豆系スナック	17,236	+0.4
その他スナック	10,352	+37.6
シリアル	26,701	△12.3
その他	18,943	+1.3
<b>海外売上高</b>	<b>40,380</b>	<b>+39.3</b>
北米	13,840	+19.2
中華圏	10,110	+93.8
韓国	5,520	+3.4
その他アジア・豪州	9,350	+61.2
欧州	1,560	+53.0

	2018年3月期 第1四半期 実績	
	(百万円)	伸び率(%)
<b>国内売上高</b>	<b>48,923</b>	<b>△10.2</b>
スナック	37,898	△7.2
ポテト系スナック	24,095	△18.1
ポテトチップス	11,788	△32.6
じゃがりこ	8,491	△0.9
Jagabee/じゃがポックル	3,816	+13.7
小麦系スナック	6,102	+9.8
コーン系・豆系スナック	5,040	+7.2
その他スナック	2,660	+132.1
シリアル	6,400	△26.2
その他	4,624	△6.8
<b>海外売上高</b>	<b>7,595</b>	<b>+4.0</b>
北米	2,714	△14.2
中華圏	1,338	△1.2
韓国	1,256	△13.3
その他アジア・豪州	1,951	+78.6
欧州	335	+37.1

	2018年3月期 第2四半期～第4四半期 計画	
	(百万円)	伸び率(%)
<b>国内売上高</b>	<b>170,696</b>	<b>+1.0</b>
スナック	136,075	+1.9
ポテト系スナック	99,878	+2.5
ポテトチップス	61,260	+3.7
じゃがりこ	28,023	△0.3
Jagabee/じゃがポックル	10,594	+3.9
小麦系スナック	16,308	△5.4
コーン系・豆系スナック	12,196	△2.1
その他スナック	7,692	+20.6
シリアル	20,301	△6.7
その他	14,318	+4.2
<b>海外売上高</b>	<b>32,784</b>	<b>+51.2</b>
北米	11,125	+31.8
中華圏	8,771	+127.1
韓国	4,263	+9.7
その他アジア・豪州	7,398	+57.2
欧州	1,224	+58.0

・ 期初計画時点から、製品別の内訳を変更

## 参考資料

# 2018年3月期第1四半期 製品別売上高



Harvest the Power of Nature.

(百万円)

	2017年3月期 第1四半期			2018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
国内スナック	40,817	66.1%	△1.3%	37,898	67.1%	△7.2%
国内シリアル	8,676	14.0%	+53.6%	6,400	11.3%	△26.2%
国内その他食品*	4,101	6.6%	+0.7%	3,691	6.5%	△10.0%
国内食品計	53,595	86.8%	+5.0%	47,990	84.9%	△10.5%
海外スナック	7,303	11.8%	△7.2%	7,595	13.4%	+4.0%
海外食品計	7,303	11.8%	△7.2%	7,595	13.4%	+4.0%
食品製造販売事業合計	60,898	98.6%	+3.4%	55,586	98.3%	△8.7%
その他事業	858	1.4%	△5.6%	933	1.7%	+8.7%
売上高合計	61,756	100.0%	+3.2%	56,519	100.0%	△8.5%

## <国内スナック内訳>

ポテト系スナック	29,407	47.6%	△1.6%	24,095	42.6%	△18.1%
ポテトチップス	17,482	28.3%	△4.9%	11,788	20.9%	△32.6%
じゃがりこ	8,569	13.9%	+1.8%	8,491	15.0%	△0.9%
Jagabee/じゃがポックル	3,355	5.4%	+9.1%	3,816	6.8%	+13.7%
小麦系スナック	5,560	9.0%	+2.6%	6,102	10.8%	+9.8%
かつぱえびせん	2,730	4.4%	+3.8%	2,934	5.2%	+7.5%
サッポロポテト等	2,829	4.6%	+1.4%	3,168	5.6%	+12.0%
コーン系・豆系スナック	4,703	7.6%	+2.6%	5,040	8.9%	+7.2%
その他スナック**	1,146	1.9%	△21.3%	2,660	4.7%	+132.1%

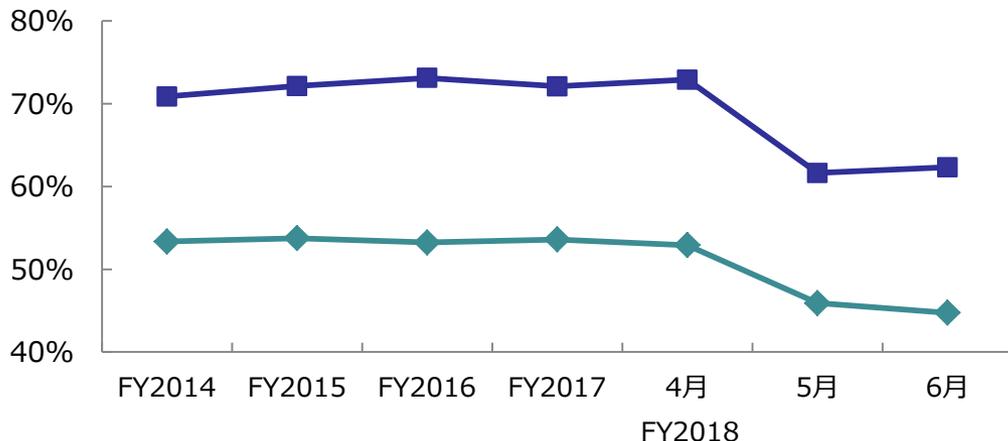
\* 「シリアル、ベーカリー等」の「ベーカリー」と「その他」を「国内その他食品」にまとめて表記

\*\* 「その他新規スナック等」の名称を「その他スナック」に変更

# 2018年3月期第1四半期 海外別売上高

国名	円	2017年3月期 第1四半期	2018年3月期 第1四半期	伸び率
	現地通貨			
<b>北米</b>				
北米	百万円	3,162	2,714	△14.2%
	千USDドル	28,998	24,322	△16.1%
<b>中華圏</b>				
中国	百万円	391	367	△6.2%
	千元	23,532	22,542	△4.2%
香港	百万円	958	905	△5.5%
	千HKドル	68,203	63,171	△7.4%
台湾	百万円	4	65	+1,458.2%
	千NTドル	1,248	17,822	+1,327.3%
<b>韓国</b>				
韓国	百万円	1,448	1,256	△13.3%
	百万ウォン	15,365	12,690	△17.4%
<b>その他アジア・豪州</b>				
タイ	百万円	633	732	+15.7%
	千バーツ	205,588	225,442	+9.7%
フィリピン	百万円	122	115	△5.3%
	千ペソ	52,228	51,906	△0.6%
シンガポール	百万円	337	324	△3.9%
	千SGドル	4,197	4,039	△3.8%
インドネシア	百万円	—	705	—
	百万IDルピア	—	85,000	—
オーストラリア	百万円	—	73	—
	千AUDドル	—	866	—
<b>欧州</b>				
UK	百万円	232	321	+38.6%
	千UKポンド	1,492	2,251	+50.9%
スペイン	百万円	12	13	+8.7%
	千EUR	99	108	+8.1%

## ■ 国内市場シェア\*

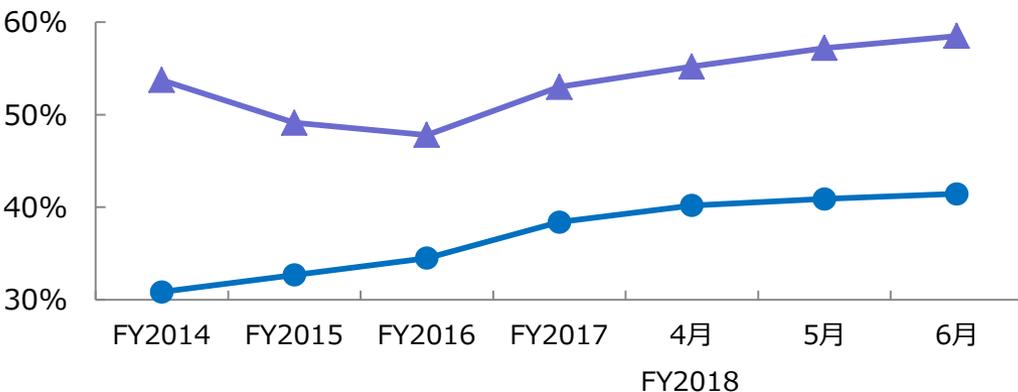


ポテトチップス市場シェア 当期累計 **67.2%**

前年同期比  
3.6P ↓

スナック市場シェア 当期累計 **48.2%**

前年同期比  
2.9P ↓



グラノーラ市場シェア 当期累計 **56.9%**

前年同期比  
6.1P ↑

シリアル市場シェア 当期累計 **40.8%**

前年同期比  
3.6P ↑

\* 出所：(株)インテージSRI調べ 全国全業態 金額ベース  
 当期累計：2017年4月～2017年6月  
 前年同期：2016年4月～2016年6月  
 FY2014-FY2016：2013年4月～2017年3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  
 ポテトチップス市場：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、非公開PB含む

本資料に関するお問い合わせ：

カルビー株式会社 IR部

E-mail：2229ir@calbee.co.jp

<https://www.calbee.com/ir/>

- グラフ上の事業年度表記はFY(Fiscal Year)を用いています。FY2018は2018年3月期を指しており、他の事業年度も同様に表記しております。特にその指定がない表記は、暦年を表しています。
- 本資料に掲載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に係る見通しであり、これらは、現在入手可能な情報から得られた当社の判断に基づいております。当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績は、今後様々な要因によって、大きく異なる結果となる可能性があります。
- 本資料には、監査を受けていない参考数値が含まれます。

## 2017年8月3日開催 2018年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

### Q1 第1四半期売上高・営業利益の計画との差は？

売上高は計画に対して、全体で△19億円、内訳として国内△6億円、海外△13億円となりました。国内はポテトチップスの棚の回復が想定よりも進まなかったことが主な要因です。海外で最も計画とのかい離が大きかった地域は北米△5億円です。

営業利益では計画に対して、全体で△14億円、内訳として国内△10億円、海外△4億円となりました。国内は想定以上のポテトチップスの売上減少および稼働悪化、輸入馬鈴しょの単価上昇、物流費増加等によるものです。海外は北米の売上計画未達による△2億円ならびに大口顧客からのオーダーキャンセルに伴う原材料等廃棄などの一時的費用△2億円によるものです。

### Q2 北米の大口顧客からのオーダーキャンセルの背景として、既存製品に対する関心・需要が薄れてきているのではないかと？

2017年3月期第4四半期に通常の3倍以上のオーダーがあったため在庫が残り、予定されていたオーダーが延期および一部キャンセルとなったことによるものです。

また、既存製品の Harvest Snaps は競争が激しい市場のなかで、これまで売上を拡大してまいりましたが、単一のブランドだけでは、今後高い成長率を維持することは難しいとみています。全く新しい切り口での製品開発や、小売や消費者のニーズにあった製品の拡充が急務です。

### Q3 フルグラの国内消費分売上は前年同期比で横ばいだったが、店頭ベースの売上は伸びているのか？

店頭ベースの伸び率は、10%台と推計しています。また、海外消費分の流通在庫調整は8月までに終わり、9月以降は当社出荷ベースの売上が伸長すると見込んでいます。

### Q4 国内のフルグラの店頭価格は、前年同期比で上がっているのか？

海外消費分の流通在庫の影響で、一部店頭価格が低いものがありますが、今後はその流通在庫がなくなるため、正常な店頭価格に戻っていくとみられます。

### Q5 第1四半期で国内販促費比率が改善した理由と、第2四半期以降の見込みを教えてください。

第1四半期にはポテトチップスの休売により特売を実施していないため、国内販促費比率は改善しました。第2四半期以降は、売上の回復と販促費のコントロールを両立させ、通期計画達成を目指します。

### Q6 第2四半期以降、通期計画に対しどのようにリカバリーしていくのか？

国内は、北海道産馬鈴しょの収穫に合わせた積極的な製品企画・販促により、ポテトチップスの売上拡大を目指します。また、引き続き販促費のコントロールを行います。海外は、北米において大口顧客に限らず、その他の顧客へも売上を拡大していきます。

### Q7 実績が計画を下回ったことについて、経営陣はどう受け止めているのか？

昨年の台風被害は当社が経験したことのない事態であり、対応が非常に難しい状況でしたが、国内事業においては様々な施策に努めました。しかし、海外事業に関しては継続的な課題が残っており、戦略の見直しが必要だと考えています。

以上