

カルビーグループ決算説明会

2021年3月期第1四半期

2020年4月1日~2020年6月30日

TSE code: 2229

カルビー株式会社

2020.7.30

2021年3月期第1四半期業績



決算サマリ 対前年同期

■売上高 <国内> 国内既存事業(※)は、土産用商品の売上減少により減収

<海外> 中華圏Eコマース販売拡大、北米Warnock社が増収に寄与

■営業利益 <国内> 利益率の高い土産用商品の売上減少で減益

<海外> 増収効果等で増益

新型コロナウイルス感染拡大の影響により生じた土産用商品の処分や直営店休業期間 ■特別損益

> の費用等を特別損失に2億円計上 (※)国内既存事業=ポテトかいつか除く国内事業

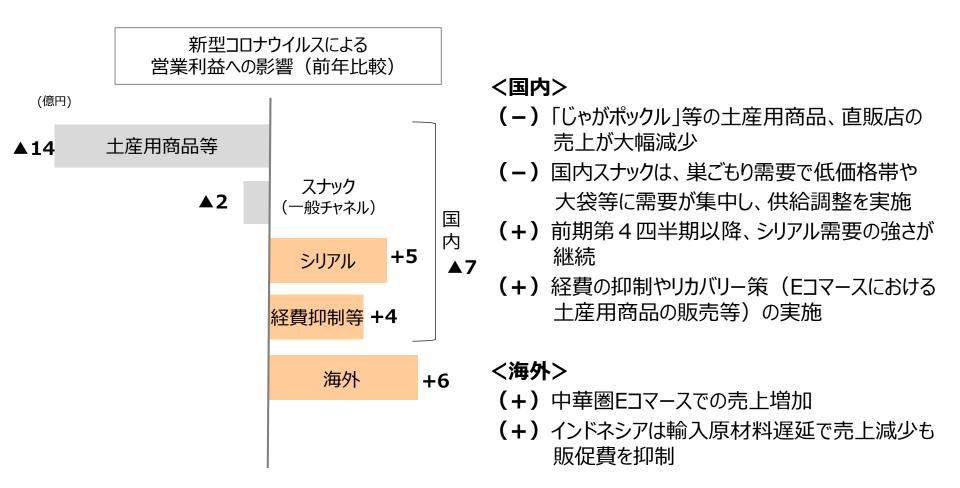
	2020年3月期 第1四半期実績			2021年3月期 第1四半期実績	
	(億円)	売上高比(%)	(億円)	売上高比(%)	(%)
売上高	619	100.0	644	100.0	+4.0
国内 (国内既存事業)	515 (515)	83.2	515 (501)	79.9 -	△0.1 (△2.8)
海外	104	16.8	129	20.1	+24.0
営業利益	65	10.4	66	10.2	+1.6
国内	61	-	56	-	△8.7
海外	3	-	9	-	+202.5
経常利益	61	9.8	64	10.0	+5.7
特別損益	△0	-	△1	_	-
当期純利益	42	6.9	41	6.3	△4.6

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

2021年3月期第1四半期 新型コロナウイルスの影響



国内シリアル・海外事業の需要増加、国内外の経費抑制がプラスに寄与するも、 利益率の高い土産用商品の需要減のマイナス影響が大きい



2021年3月期第1四半期業績



決算サマリ 対計画

■売上高 土産用商品等の減少は想定通りも、供給調整を実施した国内一般チャネルの スナックの影響により、計画未達

■営業利益 海外事業(中華圏Eコマース拡大、インドネシアでの販促費抑制等)の貢献により 計画を上回る

(億円)

	通期計画 ※新型コロナウイルスの 影響を含む	2021年3月期 第1四半期 計画	2021年3月期 第1四半期 実績	計画差	計画比
売上高	2,700	657	644	△13	98.0%
国内	2,166	529	515	△14	
海外	534	128	129	+1	
営業利益	245	60	66	+6	109.2%
国内	237	58	56	△ 2	
海外	8	2	9	+ 8	

2021年3月期第1四半期業績 国内事業



(億円)

	2021	4年3月期第1四半期	前年同期比 △0.1%			
		前年同期比				
国内売上高	515	△0.3	△0.1%			
スナック	413	△32.9	△7.4%			
ポテトチップス	195	△6.6	△3.3%			
じゃがりこ	79	△14.6	△15.7%			
じゃがポックル	2	△12.0	△84.5%			
上記以外スナック	138	+0.3	+0.2%			
シリアル (うち海外消費向け)	80 (8)	+17.6 (+4.5)	+28.4% (+152.8%)			
その他食品(甘しょ・馬鈴しょ)※ポテトかいつか含む	18	+15.3	+535.9%			
国内営業利益 (営業利益率)	56 (10.9%)	△5.3	△ 8.7% (△1.0pts)			

2021年3月期第1四半期業績 国内事業



スナック

家庭内消費向けや低価格帯・大袋等の商品へ需要がシフト

ポテトチップス:新型コロナ拡大後の消費動向の急変への対応が難しく、一時的に供給調整(休売)を実施

じゃがりこ : 外出・オフィス等の需要が減少し、販売低調

その他スナック:サッポロポテトやポップコーン等のスナックが好調

じゃがポックル他

インバウンド・国内旅行者等の減少により 土産用商品は減収(前年同期比△25億円)

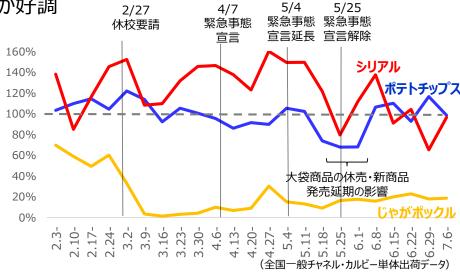
シリアル

巣ごもり需要により、定番品を中心に好調が継続

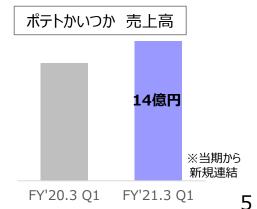
- ・ 定番品「フルグラ」(前年同期比+4億円)「フルグラ糖質オフ」(前年同期比+3億円)
- ・ 輸入原材料のココナッツ不足に対応し、定番品の代替品として 「フルグラあっさりテイスト」を発売
- ・ 携帯できるシリアル新商品「カルビッツフルグラ」を全国発売開始も 低調なスタート

ポテトかいつか

焼き芋に適した糖度の高い"ねっとり系"のさつまいも「紅天使」 (かいつかオリジナルブランド) の卸売が伸長



国内製品別売上高(前年同期比)



2021年3月期第1四半期業績海外事業



	(億円) 2021年3月期第1四半期				
<地域別業績>		前年同期比		為替影響を除く実質伸び率	
海外売上高	129	+25.0	+24.0%	+29.5%	
北米	35	+12.7	+56.3%	+59.6%	
中華圏	40	+12.4	+44.4%	+49.8%	
英国	16	+1.3	+9.2%	+15.8%	
インドネシア	9	△3.4	△28.7%	△22.7%	
その他	29	+2.0	+7.3%	+14.2%	
海外営業利益 (営業利益率)	9.5 (7.3%)	+6.4	+202.5% (+4.3pts)	_	
北米	1.1	+1.3	_	_	
中華圏	4.8	+3.1	_	_	
英国	0.2	+0.1	_	_	
インドネシア	△0.6	+0.8	<u> </u>	_	
その他	4.0	+1.1	<u> </u>	_	
<製品別売上高>					
スナック	110	+20.3	+22.7%	_	
シリアル 海外実質消費 (うち国内売上高に含む海外消費)	27 (8)	+9.3	+52.0%	_	

2021年3月期第1四半期業績 海外事業



北米

■売上

- ・ Warnock社はストアブランド (PB) の受注が好調に推移
- 既存事業(Calbee North America)は減収 (前年同期比*△1.2%)*現地通貨ベース
 - 「Harvest Snaps」は、販促機会が減少し、需要低迷
 - エスニック売場向け売上(ポテトチップス、かっぱえびせん、 じゃがりこ、フルグラ)は伸長

■営業利益

販促費の抑制とWarnock社の貢献により増益

中華圏

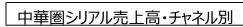
■売上

<シリアル>

- ・ Eコマースでの販売好調、大型セールイベント"618"での販促実施
- ・中国小売店舗向けも伸長 〈スナック〉
- Eコマースでの「じゃがポックル」等の 販売拡大

■営業利益

Eコマースでの増収効果





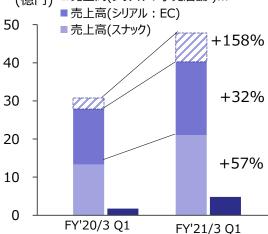
(億円)

北米 売上高・営業利益率 Warnock ■エスニック売場向けスナック等 (百万USD) Whole cuts 20% 40 Harvest Snaps → 営業利益率(のれん償却費除く) 30 10% 20 0% 10 $\wedge 10\%$ 0 $\wedge 20\%$

中華圏 業績

■営業利益

(億円) 🏿 売上高(シリアル: 小売店舗)※



※シリアル小売店舗向けの売上高は 国内売上高にて計上

2021年3月期第1四半期業績海外事業



(千ポンド)

英国 業績

英国

■売上

Seabrookブランドポテトチップス定番品のマルチパックが好調

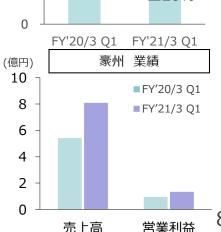
■営業利益

マルチパック売上構成比の上昇により原価率は悪化し、 営業利益は7%増 (現地通貨ベース/のれん償却費除く) に留まる



(千ポンド)

(+億IDR) インドネシア 製品別売上高 200 150 100 50 0 FY'20/3 Q1 FY'21/3 Q1



インドネシア

■売上

新型コロナウイルスの影響で、輸入原材料馬鈴しょの調達遅延等が生じ、ポテトチップス生産高が減少(6月には解消し、売上回復)

■営業利益

販促費の抑制により増益

その他地域

豪州 売上高 8億円(前年同期比 +49%) 営業利益 1億円

- ・Harvest Snapsのニュージーランドへの販売拡大
- ・Jagabee (Golden Chipees) も好調



2021年3月期第1四半期 営業利益

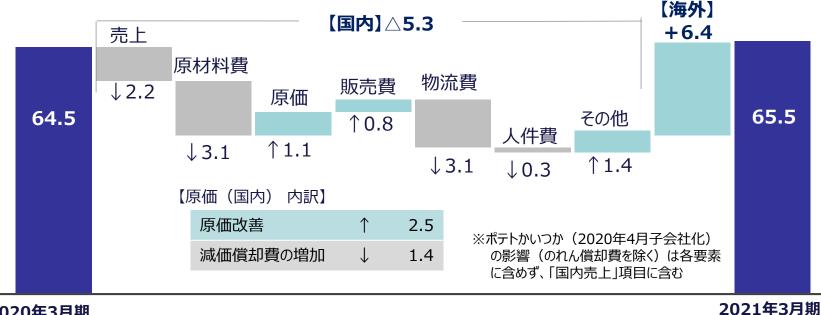


営業利益の増減(前年同期比)

(億円) 増益要因 減益要因

国内△5億:新型コロナウイルス影響△7億 (P2参照) による

海外+6億:中華圏Eコマース等での増収効果、北米・インドネシアでの販促費抑制



2020年3月期 第1四半期

【国内】

売上: 土産用商品の減少が影響

原材料費:馬鈴しょ品質悪化

原価

: 土産用商品含むスナックの生産性悪化があったが、価格改定効果により改善

販売費: 販促費、広告費の減少

物流費 : 運賃の上昇、国内スナックの売上減による積載率の悪化

人件費 : 賞与戻り影響は前期並み その他 : 旅費交通費等の経費抑制

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

第1四半期

参考資料

連結損益計算書



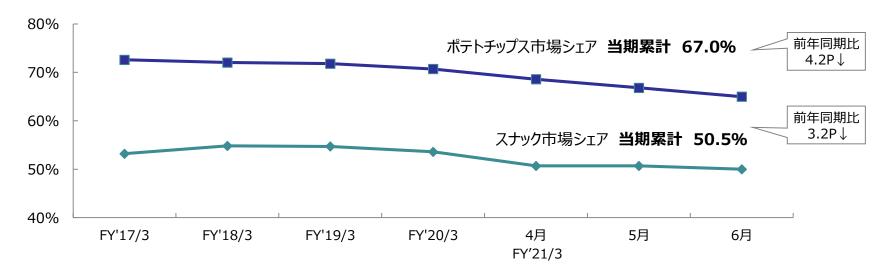
		2021年3月期第1四半期				2021年3月期 計画 ※2020/5/14公表値		
			構成比 (%)	前年同期比 (%)	計画比 (%)		構成比 (%)	前期比 (%)
壳	上高	64,385	100.0	+4.0	98.1	270,000	100.0	+5.5
壳	上総利益	28,260	43.9	+2.3	99.2	119,400	44.2	+3.8
販	売管理費	21,707	33.7	+2.5	96.5	94,900	35.1	+8.6
	販売費	9,582	14.9	△1.7	94.0	43,400	16.1	+6.3
	物流費	4,876	7.6	+7.5	101.8	19,800	7.3	+7.6
	人件費	4,551	7.1	+4.8	98.3	19,700	7.3	+9.8
	その他	2,697	4.2	+5.9	93.3	12,000	4.4	+17.4
营	営業利益 6,552		10.2	+1.6	109.2	24,500	9.1	△11.4
彩	E 常利益	6,415	10.0	+5.7	109.1	24,000	8.9	△12.4
4	持別損益	△129	-	-	-	△500	-	-
3	当期純利益*	4,050	6.3	△4.6	106.6	15,700	5.8	△10.5

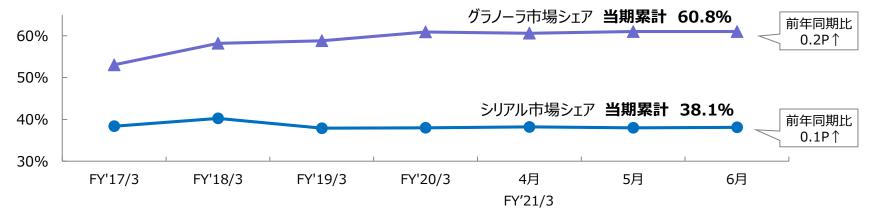
^{*}親会社株主に帰属する当期純利益

国内事業の状況



■ 国内市場シェア*





* 出所: ㈱インテージSRI 全国全業態 金額ベース 当期累計: 2020年4月~2020年6月

前年同期:2019年4月~2019年6月 FY'17/3-FY'21/3:2016年4月~2020年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 12

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.co.jp/ir/

- グラフ上の事業年度表記はFY(Fiscal Year)を用いています。FY2021/3(FY'21/3)は2021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、 将来の業績に関係する見通しであり、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。



2020年7月30日開催 2021年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 第1四半期において営業利益は計画を上回ったが、通期利益予想は変えていない。これについて 国内事業、海外事業の今後の見通しを教えてほしい。また、経費の抑制は一過性の要因なのか。

通期予想を発表した時点では、新型コロナウイルス感染拡大が第2四半期以降は徐々に収束し、年度 末にはほぼ終焉するというシナリオを想定していた。

国内の土産用商品については、第1四半期は想定通りであったものの、現状を見ると今夏から国内外の旅行者が徐々に戻ってくるとは考えにくく、今後マイナスの乖離が出てくると見ている。一方で、好調な中華圏 E コマースと欧米の巣ごもり需要等が続く海外事業のプラスと、国内の経費抑制は今後も継続する見込み。また、国内の一般チャネルのスナックは、第1四半期は供給調整の影響により一時的に売上減となったが、7月以降は回復を見込んでおり、今後は想定通りもしくは若干のプラスが出てくるだろう。以上のことから、国内、海外ごとに見ると当初想定とは乖離が出てくる可能性があるが、プラス要因とマイナス要因の両方があり、通期利益予想は変えていない。

Q2 営業利益は計画比で6億の上振れだが、主な背景を教えてほしい。

海外事業で8億円の上振れのうち、中華圏が最も大きく3億円程度、北米で2億円、インドネシアで2億円、その他地域で1億円。中華圏は販売の好調、北米とインドネシアは主に販促費の抑制によるもの。

Q3 新型コロナウイルス影響による国内の経費抑制の4億円の内容を教えてほしい。

4億円のうち半分は旅費交通費の削減によるもので、これは通期にかけて継続すると見ている。残りの 2億円は、直営店の経費等を特別損失に振り替えたことによるもので、一過性の影響である。

Q4 中華圏の利益が好調だが、継続性の点をどう見ているか。昨年後半から E コマースでのシリアル市場の競争環境が厳しくなっているが、収益環境にプラスの変化があったのか。

中華圏は前期第4四半期以降高い需要が続いており、特に E コマースにおいては、シリアルに加えてスナックも大きく伸びており、今後も E コマースを中心に好調に推移すると見ている。競争環境の厳しさは変わっていないが、E コマースでの販売チャネルの多様化や小売店舗での拡大が奏功している。

Q5 今後の国内の土産用商品におけるの対計画のマイナスを、中華圏等の海外事業のプラスでカバーすることは可能か。

国内の土産用商品は通期予想 30 億円超の利益減の計画に対し、第1四半期では計画通り 14 億円の利益減となっているが、今後当初想定どおりに回復しなければ、通期で約 40 億円強の利益減となる可能性がある。土産用商品は限界利益 50%以上と利益減のインパクトが大きいため、海外のプラスだけでオフセットするのは難しいが、国内の経費抑制が継続することでカバーしていく。国内の一般チャネルでのスナックも回復すると見ている。

Q6 北米、インドネシアでの販促費の抑制は、第2四半期以降も続くのか。

北米では、Harvest Snaps は野菜売場で販売されているヘルシースナックという特徴があり、スナックとしての需要増加を享受できておらず、販促機会が減少したことで販促費が抑制されている。今後はスナック売場での展開も想定しており、そのためには販促費を使うことになるだろう。

また、インドネシアにおいても、第1四半期の販促費抑制は、輸入原材料馬鈴しょの遅延で生産に影響があり、販促を実施できなかったことによるもので、今後は販促機会を増やしていきたい。

Q7 国内スナックの販売チャネル別の動向を知りたい。

第1四半期は、じゃがりこはコンビニエンスストアの販売比率が高く、消費量が落ちた。また、スーパーマーケットやドラッグストアにおいては、消費者の需要が大袋の商品等に集中した中で、ポテトチップスの供給調整による影響が生じた。第2四半期以降は、商品施策や販促等を絡めながら、全てのチャネルで売上回復を目指す。

Q8 国内シリアルについては、新型コロナウイルスの影響で需要が高まっているが、持続性をどう見ているか。

当面は高い需要が持続するだろうと見ている。4月をピークとして5月以降は需要に落ち着きが見られ、これに加えて、輸入原材料のココナッツ不足によりメインの定番品を休売したことが影響して、足元では需要が落ちているが、8月初旬から定番品の再開を計画しており戻していきたい。

Q9 今後の国内の販促費の動向について教えてほしい。

現状の販売動向や稼働状況を見ると、販促費の抑制には固執せず、臨機応変に販促費を投入していく必要があると考えている。

Q10 原材料費の悪化は馬鈴しょの品質悪化によるものとのことだが、この背景を教えてほしい。

馬鈴しょの悪化は、昨年秋に収穫した馬鈴しょの歩留まりの悪さに起因したものであり、3億円悪化のうち、1.5 億円を占めている。第2四半期以降は、昨年の悪化影響はなくなると見ている。なお、残りの原材料費悪化は、土産用商品減収による構成比影響によるもの。