

カルビーグループ決算説明会

2021年3月期上期

2020年4月1日～2020年9月30日

TSE code : 2229

カルビー株式会社

2020.11.2

目次

- 1. 2021年3月期上期業績報告**
- 2. 2021年3月期通期計画修正**

本日は、2021年3月期上期業績についてご報告し、その後、2021年3月期通期計画の修正についてご説明します。

1. 2021年3月期上期業績報告

2. 2021年3月期通期計画修正

2021年3月期上期業績

握りだそう、自然の力。

Calbee

決算サマリ 対前年同期

- 売上高 <国内> 土産用商品の減収が影響し、国内既存事業※では減収だが、ポテトかいつかの買収により全体では増収
- <海外> 中華圏は増収継続、北米Warnock社が増収に寄与
- 営業利益 <国内> 土産用商品の売上減少が影響し、減益
- <海外> 増収効果等で増益

(※)国内既存事業
=ポテトかいつか除く国内事業

	2020年3月期 上期実績		2021年3月期 上期実績		伸び率 (%)
	(億円)	売上高比(%)	(億円)	売上高比(%)	
売上高	1,252	100.0	1,309	100.0	+4.6
国内 (国内既存事業)	1,031 (1,031)	82.3 -	1,043 (1,016)	79.6 -	+1.1 (△1.5)
海外	221	17.7	267	20.4	+20.5
営業利益	133	10.6	130	9.9	△1.8
国内	126	-	114	-	△9.7
海外	7	-	16	-	+148.5
経常利益	128	10.2	127	9.7	△0.5
特別損益	△1	-	△1	-	-
非支配株主に帰属する当期純利益	△1	-	△4	-	-
当期純利益*	88	7.0	82	6.3	△6.8

*親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

3

スライド3をご覧ください。上期の連結業績についてご説明します。

売上高は、主に海外事業の拡大によって、前年同期比4.6%増の1,309億円となりました。

国内は、土産用商品などの売上減少が大きく、既存事業では減収となりましたが、ポテトかいつかの買収により、国内トータルでは増収となりました。

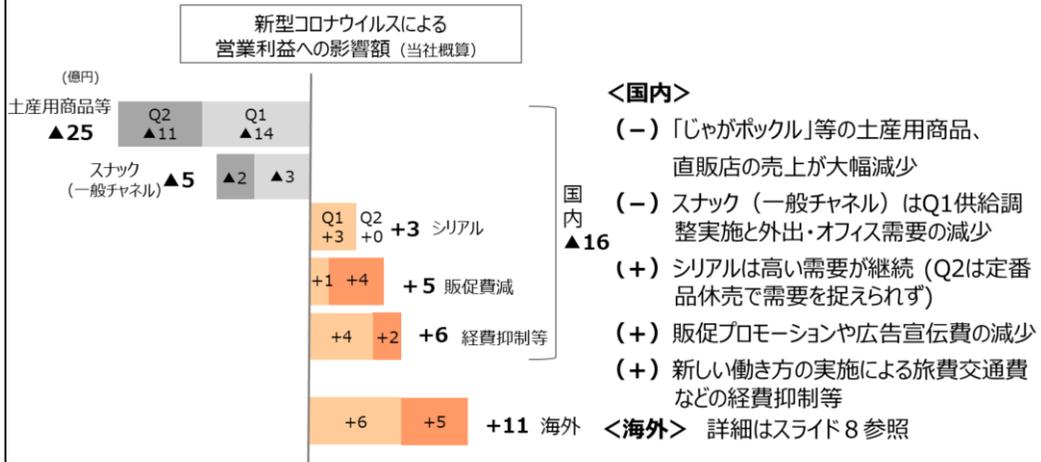
海外は、中華圏が引き続き増収となったこと、加えて北米のWarnock社の買収が増収に寄与しました。

営業利益は、前年同期比1.8%減の130億円となりました。

高付加価値の土産用商品の売上減少によるマイナス影響が大きく、国内では減益。一方で海外では増益して、ネットでは前年同期比マイナス3億円にとどまっております。

2021年3月期上期業績 新型コロナウイルスの影響

国内シリアル、海外の需要増加、国内外の販売費・経費抑制がプラスに寄与するも
高付加価値の土産用商品の需要減のマイナスが残る



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

4

スライド4をご覧ください。

このスライドでは上期の業績のうち、新型コロナウイルスの影響を抜き出して説明します。こちらは当社の概算ベースですが、営業利益への影響額をグラフによって示しております。

上期営業利益への新型コロナウイルス影響は、トータルで5億円のマイナスとなりました。

国内では、シリアルの高い需要が継続したことに加えて、販促費、あるいは旅費交通費等の削減がプラスに影響しています。

一方、土産用商品の売上減や、一般チャネルのスナックも供給調整や外出・オフィス需要の減少があり、売上減となり、マイナス影響になっています。

海外事業の詳細につきましては、後ほどご説明いたします。

2021年3月期上期業績 国内事業

握りだそう、自然の力。
Calbee

(億円)

	2021年3月期上期		
		前年同期差	前年同期比
国内売上高	1,043	+12	+1.1%
スナック	848	△44	△5.0%
ポテトチップス	410	+7	+1.6%
じゃがりこ	166	△20	△10.8%
じゃがポックル	7	△23	△76.8%
上記以外スナック	265	△8	△3.0%
シリアル (うち海外消費向け)	153 (15)	+27 (+8)	+21.6%
その他食品 (甘しょ・馬鈴しょ) ※ポテトかいつか含む	36	+30	+489.0%
国内営業利益 (営業利益率)	114 (10.9%)	△12	△9.7% (△1.3pts)

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

5

スライド5をご覧ください。

まず国内事業の業績について説明します。

国内の売上高は、1.1%増の1,043億円となりました。じゃがポックルなどの土産用商品、あるいは外出・オフィス需要を主とするじゃがりこの売上減少がみられたスナックが減収となりましたが、シリアル、ポテトかいつかが国内全体の増収に寄与いたしました。

国内営業利益は、9.7%減の114億円、営業利益率は1.3ポイントダウンの10.9%となりました。

2021年3月期上期業績 国内事業

握りだそう、自然の力。
Calbee

スナック

ポテトチップス：家庭内消費向けの需要増加
供給調整（休売）後は販売再開に伴いシェア回復
じゃがりこ：外出・オフィス需要の減少で販売低調

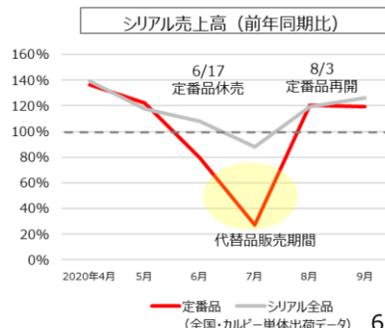
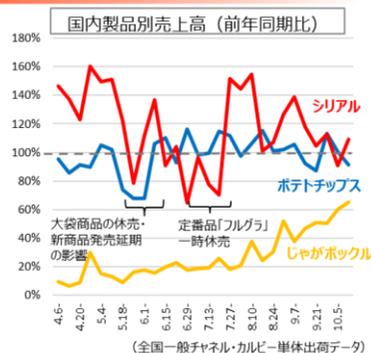
じゃがポックル他

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
（土産用商品全体 前年同期比△48億円 Q1△25億 Q2△23億）
足元では国内GoToトラベルキャンペーン影響もあり回復傾向

シリアル

巣ごもり需要をきっかけに新規顧客が増加し、市場は好調継続
一方、定番品休売の影響により需要を取り切れず

- ・定番品「フルグラ」は一時的に休売したことにより、前年同期並みに留まる
- ・輸入原材料のココナッツ不足に対応し、定番品の代替として「フルグラあっさりテイスト」を発売
- ・機能訴求・健康訴求のシリアルは継続成長「フルグラ糖質オフ」、「グラノーラプラス」



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

6

スライド6をご覧ください。

国内事業の状況について、カテゴリー別に説明します。

まずスナックですが、ポテトチップスは家庭内消費向けの商品として、引き続き高い需要が継続しております。

第1四半期におきましては、この消費動向の急変に対応できず一部商品を休売いたしました。販売再開後は売上とシェアともに回復しています。

一方、先ほど申し上げましたが、外出またはオフィスでの消費が期待されるじゃがりこは、販売低調が続きました。

じゃがポックルに代表される土産用商品ですが、インバウンド、それから国内旅行者ともに減少が続いたことから、大きく減収となりました。

第1四半期におきましては、前年同期比でマイナス80%程度で推移しましたが、第2四半期はGoToトラベルキャンペーンの影響など押し上げ効果があり、マイナス60%程度まで回復しております。上期トータルでは前年同期比マイナス73%でした。

シリアルは、巣ごもり需要をきっかけに売上が伸長しました。

しかしながらその中で、原産地のロックダウンの影響で、輸入原材料の一つであるココナッツの調達不足が不足いたしました。フルグラ定番品を休売しました。

この6月中旬から8月頭までの期間は、十分に需要を取り込み切れなかったと見ていますが、総じて強い需要に支えられました。

2021年3月期上期業績 海外事業

握りだそう、自然の力。

Calbee

(億円)

<地域別業績>	2021年3月期上期			
		前年同期差	前年同期比	為替影響を除く実質伸び率
海外売上高	267	+45	+20.5%	+24.1%
北米	75	+26	+53.0%	+56.3%
中華圏	79	+18	+28.5%	+31.6%
英国	32	+3	+9.8%	+11.3%
インドネシア	19	△5	△20.6%	△13.9%
その他	62	+4	+7.2%	+11.4%
海外営業利益 (営業利益率)	16.4 (6.2%)	+9.8	148.5% (+3.2pts)	-
北米	3.9	+3.9	+9386.5%	-
中華圏	6.4	+2.3	+57.0%	-
英国	0.6	+0.3	+69.5%	-
インドネシア	△1.5	+1.3	-	-
その他	7.0	+2.1	+42.6%	-
<製品別売上高>				
スナック	230	+41	+21.7%	-
シリアル 海外実質消費 (うち国内売上高に含む海外消費)	52 (15)	+12 (+8)	+30.9%	-

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

7

スライド7をご覧ください。

続きまして、海外の業績について説明いたします。

海外売上高は、前年同期比20.5%増の267億円となりました。新型コロナウイルスのマイナス影響を受けたインドネシアを除いた地域では、増収となりました。

営業利益は、インドネシアを含む重点4地域全てで増益となり、9.8億円増益の16.4億円となりました。営業利益率は3.2ポイント上昇し、6.2%となりました。

新型コロナウイルスによる業績影響

	市場環境	当社グループの状況	売上	利益
北米	・巣ごもり需要で スナック市場成長	・WarnockのPBスナック好調（↑） ・Harvest Snapsは巣ごもり需要の 恩恵なく、弱い（↓） ・販促費のコントロール	⇒	↑
中華圏	・巣ごもり需要で 市場成長 ・Eコマースにおける 需要の拡大	・スナック、シリアルともに売上拡大	↑	↑
英国	・巣ごもり需要で スナック市場成長	・Seabrookのポテトチップスは 定番品中心に伸長（↑） ・豆系スナックYushoiは低調（↓）	⇒	⇒
インド ネシア	・所得環境悪化を 受けスナック市場低迷	・Q1には輸入馬鈴しょ調達遅延による 生産高減 ・プロモーション延期等により販促費減少	↓	↑

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

8

スライド8をご覧ください。こちらで上期における、海外重点4地域における新型コロナウイルスの業績影響についてご説明します。

まず北米ですが、巣ごもり需要でスナック市場そのものが拡大しました。

Warnock社のPB商品の需要が高まっている一方で、Calbee North AmericaのHarvest Snapsについては巣ごもり需要の恩恵がなく、弱い状況でした。

Calbee North Americaでは、メリハリを付けた販促プロモーションを実施し、販促費のコントロールによって利益面ではプラスで推移しました。

中華圏ですが、こちらは巣ごもり需要による市場拡大、それとEコマースにおける需要も追い風となりまして、スナック、シリアルともに売上が拡大いたしました。

イギリスにおいても、やはりスナック市場は伸長し、Seabrookブランドのポテトチップスの需要は増加しました。しかしながら、北米と同様にヘルシー系スナックのカテゴリーである豆系スナック、Yushoiは低調に推移いたしました。

インドネシアですが、第1四半期におきましては、輸入馬鈴しょの原産地のロックダウンによって調達が遅れたことで、売上にマイナスに影響いたしました。

第2四半期以降は生産は正常化したのですが、こちらは欧米と違って所得環境の悪化ということがあって、スナック市場全体が低迷しています。

そのような中で、なかなか効果的なプロモーションの機会がなく、プロモーションの延期等によって販促費が結果的には減少し、利益ではプラスに影響いたしました。

このように地域によって異なる要因がございますが、海外全体としては第1四半期、第2四半期ともに利益面ではプラスの影響となりました。

2021年3月期上期業績 海外事業

握りだそう、自然の力。
Calbee

北米

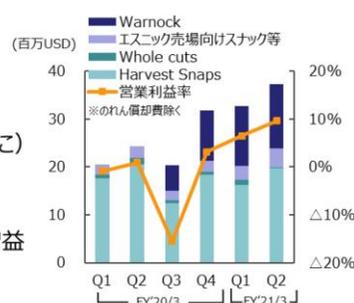
■売上

- ・Warnock社は巣ごもり需要の中、ストアPBの-snackが好調に推移
- ・Calbee North Americaは減収
 - －巣ごもり需要の恩恵なく、加えて一部顧客での売上減
 - －エスニック売り場向け商品（かっぱえびせん、ポテトチップス、じゃがりこ）好調

■営業利益

Warnock社の貢献、Harvest Snapsの販促費コントロールにより増益

北米 売上高・営業利益率



中華圏

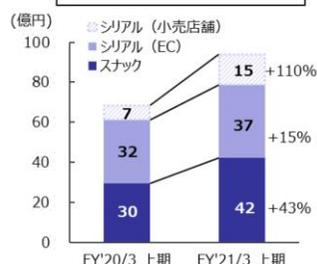
■売上

- 〈シリアル〉
 - ・Eコマースは販売好調継続（競争環境の厳しさは変わらず）
 - ・小売店舗は引き続き販売伸長
- 〈snack〉
 - ・巣ごもり需要でじゃがポックル、Jagabeeが好調

■営業利益

増収効果により増益

中華圏 製品別売上高



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

※シリアル小売店舗向けの売上高は国内売上高にて計上

9

スライド9をご覧ください。続きまして北米と中華圏については、新型コロナウイルス影響以外のところも含めてご説明したいと思います。

まず北米ですが、Warnock社の売上と利益は、昨年11月に子会社となっておりますので、純粋にプラスとして影響、貢献しております。

またCalbee North Americaでは、エスニック売り場向けの商品として展開するsnackが好調に推移いたしました。Harvest Snapsは先ほど申し上げましたように、野菜売り場での販売、かつ小容量ということもございまして巣ごもりの恩恵が少なく、それに加えて一部の大手顧客の、売り場面積の縮小に伴う売上減少が大きく影響して、減収となりました。

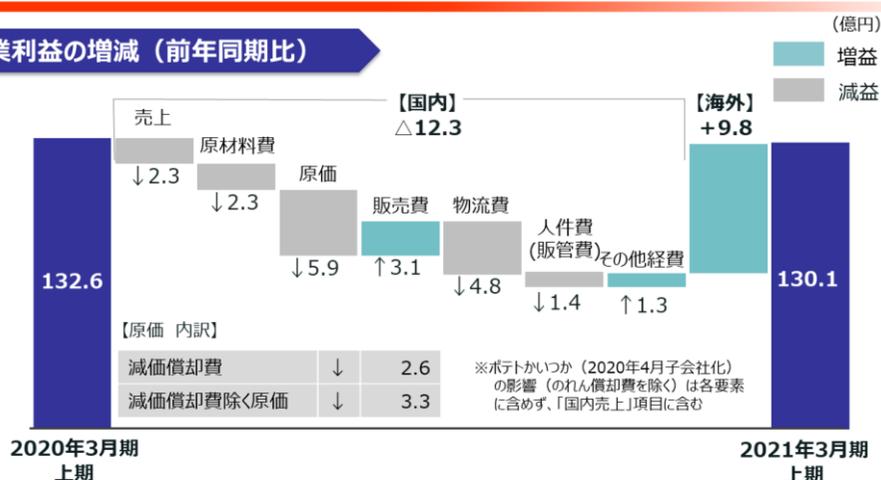
中華圏はsnack、シリアルともに拡大しましたが、フルグラに関しては現地メーカーとの競争は依然として厳しい状況にございます。

その中でEコマースでの需要を確実に取り込んで成長いたしました。またグラフにもあります通り、小売店舗での販売も伸長しました。snackにおきましてはじゃがポックル、Jagabee等が大きく伸長いたしました。

2021年3月期上期業績 営業利益分析

握りだそう、自然の力。
Calbee

営業利益の増減（前年同期比）



【国内】

- 売上・原材料費：土産用商品の減少が影響
- 原価：土産用商品含むスナックの生産性悪化
- 販売費：販促費の減少
- 物流費：スナックの輸送効率、積載効率の悪化
- その他経費：のれん償却費増加も旅費交通費等の経費抑制で減少

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

10

スライド10をご覧ください。上期の営業利益の増減要因について説明いたします。

こちらのグラフでは、営業利益を国内、海外に分けて、国内については勘定科目別に区分して表示しております。これは過去と同様の切り口でやっているのですが、この上期に関しては、新型コロナウイルスあるいは土産用商品の影響が非常に大きいため、スライド4に示したような要素別のほうが、恐らく分かりやすいかと思えます。

要素別の切り口では国内の12.3億円の減益は、まず土産用商品の影響で25億円程度のマイナス。それに販売費と経費の抑制でプラス11億円ございますので、そのマイナスとプラスがネットして補正されていると考えていただければと思います。

海外では中華圏の増収、それから北米、インドネシアでの販売費抑制等が増益に寄与しております。

1. 2021年3月期上期業績報告

2. 2021年3月期通期計画修正

2021年3月期通期計画修正

握りだそう、自然の力。

Calbee

修正計画サマリ

上期実績と下期見通しを鑑み、

売上高は期初計画から△50億円の下方修正、営業利益は+20億円の上方修正

(億円)

	2021年3月期 通期計画 ※コロナウイルス影響を 含まない	2021年3月期 通期計画 (期初)	2021年3月期 通期計画 (修正)	修正額 (vs 期初計画)
売上高	2,750	2,700	2,650	△50
国内	2,205	2,166	2,111	△55
海外	545	534	539	+5
営業利益	280	245	265	+20
国内	264	237	239	+2
海外	16	8	26	+18
連結営業利益率	10.2%	9.1%	10.0%	-
当期純利益*	180	157	162	+5

*親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

12

続きましてスライド12をご覧ください。

通期計画の修正についてご説明します。

上期までの業績と直近の最近の業績動向、あるいは市場環境を鑑み、2021年3月期通期の計画を修正いたします。

売上高は、国内売上高の下振れを織り込み、期初計画から50億円下方修正し、2,650億円といたしました。営業利益は、国内売上計画の下振れの影響を見込むものの、国内の経費抑制等によって20億円上方修正し、265億円としました。

対期初計画

■ 上期実績

<国内> 携帯性の高いスナック（じゃがりこ等）の未達、土産用商品の回復遅れも、利益面では経費抑制でオフセット

<海外> 中華圏の売上拡大、北米とインドネシアでの販促費抑制により上振れ

■ 下期計画修正

<国内> 徐々に回復を見込んでいた土産用商品は売上ギャップが拡大するも、経費抑制でカバー

<海外> 市場環境は変わらない中、売上モメンタム上昇のため販促費等の投入

(億円)

	2021年3月期 上期 期初計画	2021年3月期 上期 実績	計画差	2021年3月期 下期 期初計画	2021年3月期 下期 修正計画	修正額
売上高	1,328	1,309	△19	1,372	1,341	△31
国内	1,065	1,043	△22	1,101	1,069	△32
海外	263	267	+3	271	272	+1
営業利益	112	130	+18	133	135	+2
国内	112	114	+2	125	125	0
海外	0	16	+16	8	10	+2

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

13

スライド13をご覧ください。

上期と下期に分けて期初計画との差異とその背景をご説明します。

上期実績での売上高は、期初計画に対して19億円の下方修正、営業利益は、18億円の上方修正となりました。

国内では、じゃがりこなどのスナックの未達、土産用商品の回復の遅れがございましたが、経費抑制でオフセットしました。利益の上方修正は主として海外事業からきております。

下期の修正計画での売上高は、期初計画に対して31億円の下方修正、営業利益は2億円の上方修正としました。

国内の売上高の対計画ギャップについて、下期が上期よりも大きいのは、期初計画では新型コロナウイルス感染拡大が期末には収束し、土産用商品は徐々に回復を見込んでいたところ、その戻りが遅れていること、現状の状態が続くと見込むためです。

また海外は、下期におきましては大きな利益の上方修正は見えておりません。ほぼ期初計画どおりと考えております。

これは上期においては販促費の減少がございましたが、下期は売上モメンタムの維持あるいは上昇を図って、販促費の投入を当初計画どおりに実施する計画です。

なお、修正計画のPL、それから製品別、地域別の売上高、営業利益分析はこの後の参考資料に掲載しておりますので、ご参照ください。

私からの説明は以上になります。ご清聴ありがとうございました。

参考資料

製品別売上高、海外・国内・地域別売上高の詳細等の数値は、
「カルビー株式会社 2021年3月期上期決算 補足資料」に掲載しておりますので、ご参照ください。
<https://www.calbee.co.jp/ir/library/shiryoku/>

2021年3月期上期実績 連結損益計算書

握りだそう、自然の力。

Calbee

(百万円)

	2021年3月期上期			
		構成比 (%)	前年同期比 (%)	期初計画比 (%)
売上高	130,947	100.0	+4.6	98.6
売上総利益	57,214	43.7	+2.2	98.6
販売管理費	44,200	33.8	+3.4	94.4
販売費	19,839	15.2	△0.7	91.4
物流費	9,625	7.4	+7.1	98.2
人件費	9,472	7.2	+6.5	98.7
その他	5,263	4.0	+7.9	90.7
営業利益	13,013	9.9	△1.8	116.2
経常利益	12,749	9.7	△0.5	116.4
特別損益	△78	-	-	-
非支配株主に帰属 する当期純利益	△421	-	-	-
当期純利益*	8,223	6.3	△6.8	114.2

*親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

15

2021年3月期通期計画修正 連結損益計算書

握りだそう、自然の力。
Calbee

	2021年3月期 (期初計画)		前期比	2021年3月期 (修正計画)		前期比
	(百万円)	構成比 (%)	伸び率 (%)	(百万円)	構成比 (%)	伸び率 (%)
売上高	270,000	100.0	+5.5	265,000	100.0	+3.5
国内売上高	216,600	80.2	+2.9	211,100	79.7	+0.3
海外売上高	53,400	19.8	+17.4	53,900	20.3	+18.5
売上総利益	119,400	44.2	+3.7	117,300	44.3	+1.9
販売管理費	94,900	35.1	+8.6	90,800	34.3	+3.9
販売費	43,400	16.1	+6.3	41,200	15.5	+1.0
物流費	19,800	7.3	+7.4	19,400	7.3	+5.2
人件費	19,700	7.3	+9.8	19,500	7.4	+8.6
その他	12,000	4.4	+17.4	10,700	4.0	+4.6
営業利益	24,500	9.1	△11.4	26,500	10.0	△4.2
経常利益	24,000	8.9	△12.4	26,000	9.8	△5.1
特別損益	△500	-	-	△1,500	-	-
当期純利益*	15,700	5.8	△10.5	16,200	6.1	△7.6

*親会社株主に帰属する当期純利益

2021年3月期通期計画修正 売上高製品別・地域別

握りだそう、自然の力。

Calbee

(百万円)

	2020年3月期	2021年3月期 修正計画	前期比
国内売上高	210,470	211,000	+0.3%
ポテトチップス	86,189	86,350	+0.2%
じゃがりこ	36,390	34,100	△6.3%
じゃがポックル	5,035	1,900	△62.3%
シリアル	25,157	28,100	+11.7%
国内営業利益	26,693	23,900	△10.5%
海外売上高	45,468	53,900	+18.5%
北米	10,576	14,600	+38.0%
中華圏	12,771	15,700	+22.9%
英国	6,047	6,700	+10.8%
インドネシア	4,351	4,300	△1.2%
海外営業利益	970	2,600	+168.0%

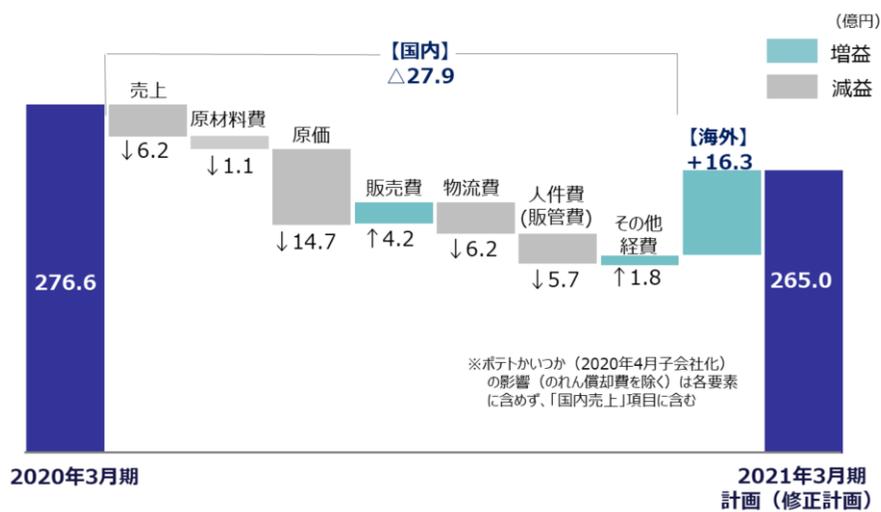
※主な為替レート 1USD=¥106
 1中国元=¥15.5
 1英ポンド=¥136
 1インドネシアルピア=¥0.0072

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

17

2021年3月期通期計画修正 営業利益

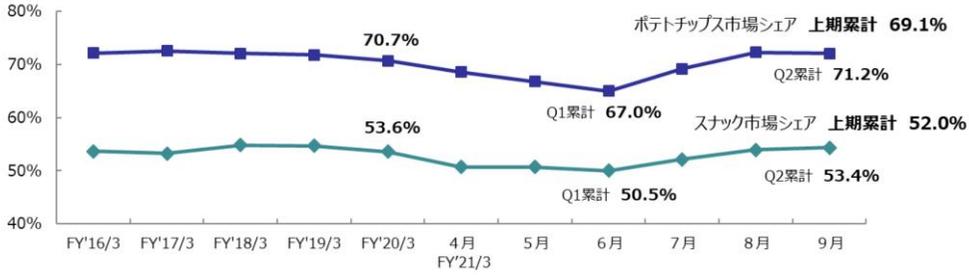
営業利益の増減（前期比）



国内事業の状況

握りだそう、自然の力。
Calbee

■ 国内市場シェア*



* 出所：株式会社SRI 全国全業態 金額ベース
 上期累計：2020年4月～2020年9月
 FY'16/3-FY'21/3：2015年4月～2021年3月
 スナック市場シェア：カルビーとジャパントレーの合計
 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・クルル合算、非公開PB含む

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

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11月2日開催 2021年3月期第2四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 第2四半期(3ヶ月)の中華圏の売上は、第1四半期に比べるとモメンタムが鈍化しているが、どのような変化があるか。また、下期の販促費の方針は。

中華圏の零食については、第1四半期が前年同期比 50%以上の伸び、第2四半期が 30%程度の伸びとなっているが、E コマースを中心に十分に伸ばしており、第1四半期と比べて売上金額は落ちていない。シリアルの方は、第1四半期に比べると、第2四半期の前年同期比の伸びが落ちているが、新型コロナウイルスの影響が落ち着いて人の行き来が戻ってきており、巣ごもり需要が減少したことが要因と見ている。W11(独身の日)向けには、上期に出荷が一部含まれており、ベースの需要そのものは引き続き堅調と見ている。

販促に関しては、中華圏は競争環境の厳しさは変わらない中で、上期も積極的にプロモーションを実施してきたが、下期も同様のペースで販促を実施していく。

Q2 中華圏の零食は好調だが、今後3年程度でどの程度売上拡大のポテンシャルがあるのか。どこにホワイトスペースがあると考えているか。

中国では海外の他の地域と異なり、日本で生産した商品を輸出、販売している。中国における日本製の商品のニーズの高まりは着実に伸びており、その流れで零食も伸びている。ただし、販売価格が現地水準からすると非常に高いため、このモデルで爆発的に販売が広がるとは考えていない。次のステップとしては、現地自社生産、現地 OEM 生産、あるいはローコストの日本以外の地域(タイ等)からの輸出を考える必要がある。

中国では以前から「Jagabee」や「じゃがポックル」に対する需要があり、そこに「フルグラ」が加わり、カルビーブランドの認知度が少しずつ高まってきている中で、SNS でのインフルエンサー活用や E コマースでのキャンペーン等を組み合わせている。今後はさらに現地でのマーケティングを強化して、事業拡大に繋げていきたい。

Q3 国内売上高を通期 55 億下方修正した内訳は。

土産用商品で△23 億、残りが一般チャネルの零食等で、外出・オフィス向け需要の減少の影響を受けている「じゃがりこ」のマイナスが大きい。

Q4 土産用商品の通期売上見通しは。

前期約 120 億円、当期は約 50 億円の見通し。前期比△70 億円のうち、上期で△48 億円。下期は GoTo キャンペーンによる押し上げもあり、減収額が縮小すると見ている。

Q5 下期も土産用商品の売上減が続く中で、国内の営業利益が期初計画比でニュートラルになる要因は。

下期の期初計画は、土産用商品が年度末にかけて回復していく想定で策定しており、売上減の影響は半分程度織り込まれていた。一方、販促費や経費の削減は、期初計画には織り込まれていなかった。そのため、上期と同様に、販促費や経費の抑制等のプラス効果によって、利益面では、土産用商品による期初計画とのマイナスギャップを、オフセットできると想定している。

Q6 通期の海外の営業利益 26 億円の内訳は。

北米5億円、中華圏 11 億円、英国2億円、インドネシア△4億円、その他地域 12 億円。

Q7 海外の営業利益が上期に 16 億円上振れたが、下期は2億円上振れにとどまるのはなぜか。

下期は第1四半期の巣ごもり需要がスローダウンすることと、販促費を投入していくこと、主にこの二つの要因で期初計画比+2億円となる見込み。上期は、北米で+6億円、中華圏で+2億円、インドネシアでは販促費の抑制があり+4億円、英国は+1億円、その他の地域で+3億円と、それぞれの地域で利益の上振れとなった。下期は北米で+2億円、中華圏で+2億円弱あるが、インドネシアではマイナスに

転じ△2億円、英国では△0.4億円、その他の地域+1億円弱。

Q8 北米の上振れは、Warnock 社の好調と Harvest Snaps の経費抑制はどちらが大きいのか。

Harvest Snaps の経費抑制のほうが大きく、+6億円のうち、Warnock 社で+2億円、Harvest Snaps の経費抑制等で+4億円程度。下期には、Warnock 社の好調さが継続すると見込んでいる。

Q9 上期の実績において、商品ミックスの変化によって粗利率はどのような改善、または変化があったのか。下期はこの傾向が継続するのか。

国内は土産用商品の限界利益率が高く、上期はこの土産用商品のスナックの減収が、ミックスにはマイナスの影響を及ぼした。国内、海外で言うと、海外の売上増加はミックスの悪化要因になる。また、海外の一部は、販売機能を持たない製造合弁であり、国内と比べると構造上原価が高い地域がある。

下期は、上期に休売の影響があったポテトチップスが回復するため、多少のミックスの改善はある。ただし、対前期や過去の実績と比較すると、全体としては、シリアルあるいは海外の売上が伸びており、粗利率は弱含みで推移すると見ている。

Q10 上期の国内の原価悪化の要因は。第1四半期と比べて、第2四半期(3ヶ月)での悪化が大きいのは何が要因か。

いくつかの要因があるが、一番大きいのは棚卸未実現利益の差異。国内から海外子会社に販売した商品の在庫について、利益を消去する作業を毎四半期行っていることから、四半期ごとには若干のブレがある。第2四半期は、W11向けに中国への輸出が増えていることが大きい。通期では利益面での影響はない。

Q11 来期の営業利益の水準をどのように考えているか。新型コロナウイルスによる影響で、来期以降も継続するものはあるか。ここから利益を積み上げるには、どういった取組みが重要だと考えているか。

現状は、来期の新型コロナウイルスの影響が見えないため、来期の利益水準を考えるにあたっては、もう少し状況を注視したい。

土産用商品は現状、国内旅行者のほうは9月以降 Go To キャンペーン等により戻ってきているものの、インバウンドは戻っておらず、インバウンドの需要の減少は来期も続くのではないかとみている。土産用商品の需要の約半分はインバウンド、残りの半分は国内旅行者と推定している。利益面では限界利益率が約 50%あり、相応のマイナスのインパクトがある。また、販促費等の経費抑制については、来期も継続させるのは難しく、利益へのプラス幅が縮小するだろう。

そのような中で、国内では、特に今苦戦している「じゃがりこ」や高価格帯のスナック等を販売回復させていくことが、利益回復の鍵になると考えている。日々の状況を注視して、消費者の需要に合う商品をタイムリーに出していきたい。

Q12 来期の海外の利益は、上期の販促費抑制効果がないことを考慮すると、減益と考えるべきか。

上期は特にインドネシアは市場が冷え込んでおり、このような市場環境の中で、結果として販促機会が減少した。販促費の投入は売上拡大を目指すものであり、一概に減益になるとは言えない。来期は販促費も投入するが、同時に増益も目指していく。利益水準は、今期の水準をベースにしたいと考えている。

Q13 今の貴社の喫緊の課題は何か。

消費者の需要の特性が頻繁に変わることに対して、工場稼働率が恒常的に高いレベルにあることと原材料調達のリードタイムを考えると、機動的に商品施策を変えることが難しい。相応の柔軟性を持つためには、設備投資を伴うことになる。いかに消費者需要の変化を先読みして生産に反映していくかが重要。