

愛は食卓にある。

kewpie



# 2020年度上期 決算説明資料

---

2020年7月2日  
キューピー株式会社

# 目次

1. 20年上期 概要
2. 20年通期 見通し
3. 当社の状況と今後
4. 参考資料

## ■ 本資料の記載について

- ・ 海外の数値は、10月-3月が対象となり、日本からの輸出を含んでいます。  
なお、日本からの輸出は12月-5月が対象となります。
- ・ 国内主力3事業は、国内調理・調味料事業、サラダ・惣菜事業、国内タマゴ事業を示しています。
- ・ 本資料における記載金額は百万円未満を切り捨て、億円表示の場合は億円未満を四捨五入しています。  
また、比率は小数点第一位を四捨五入しています。

# 1. 20年上期 概要

---

# 20年上期 概要

## ◆売上高：減収（前年差△59億円）

- ・ 国内食品は調理・調味料事業（△46億円）およびタマゴ事業（△35億円）において業務用商品の需要低迷から大幅減収
- ・ 物流事業（+6億円）で増収

## ◆営業利益：減益（前年差△49億円）

- ・ 国内食品はサラダ・惣菜事業（+5億円）で増益となったが、タマゴ事業（△27億円）および調理・調味料事業（△16億円）において業務用商品の売上減少影響から大幅減益
- ・ 国内物流は新型コロナ感染拡大の影響や新センター立ち上げによる費用増加により減益（△10億円）

## ◆親会社株主に帰属する四半期純利益：減益（前年差△39億円）

- ・ 営業利益の減少影響により減益

	19年上期	20年上期	前年比	前年差	20年12-2月 前年差	20年3-5月 前年差
売上高	2,690 億円	2,631 億円	98 %	△59 億円	+48 億円	△108 億円
国内食品	1,758	1,694	96	△64	+27	△91
国内物流	692	698	101	+6	+15	△9
海外	240	238	99	△1	+6	△7
営業利益	161 億円	112 億円	70 %	△49 億円	△9 億円	△40 億円
国内食品	149	113	76	△36	△7	△29
国内物流	21	11	52	△10	△1	△9
海外	24	20	84	△4	△0	△4
全社費用	△33	△32	-	+1	△1	+2
経常利益	169 億円	114 億円	67 %	△56 億円	△11 億円	△44 億円
親会社株主に帰属する 四半期純利益	96 億円	56 億円	59 %	△39 億円	△9 億円	△30 億円

# 20年上期 業態別の増減

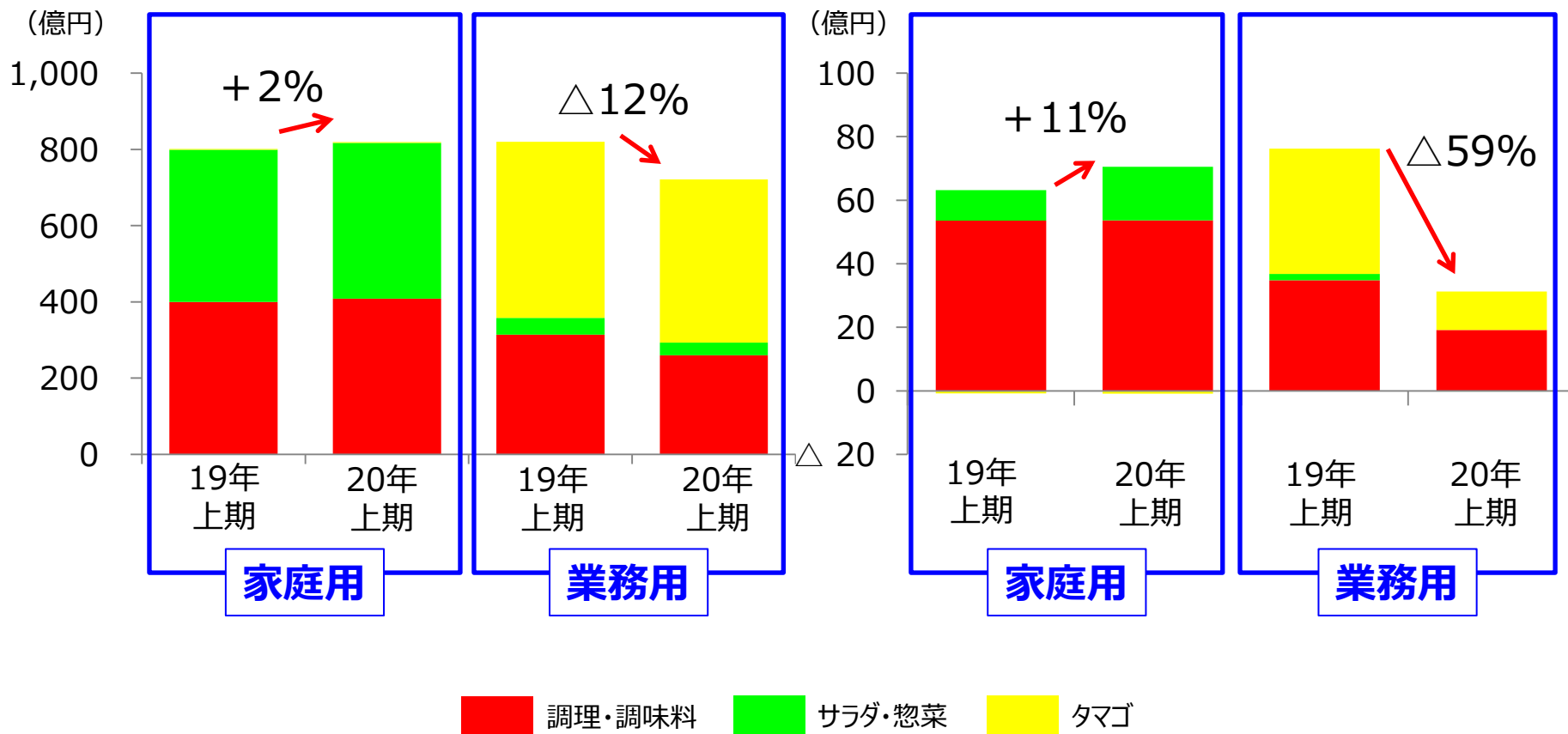
## 当社国内主力3事業における家庭用・業務用の増減

### 売上高

### 営業利益

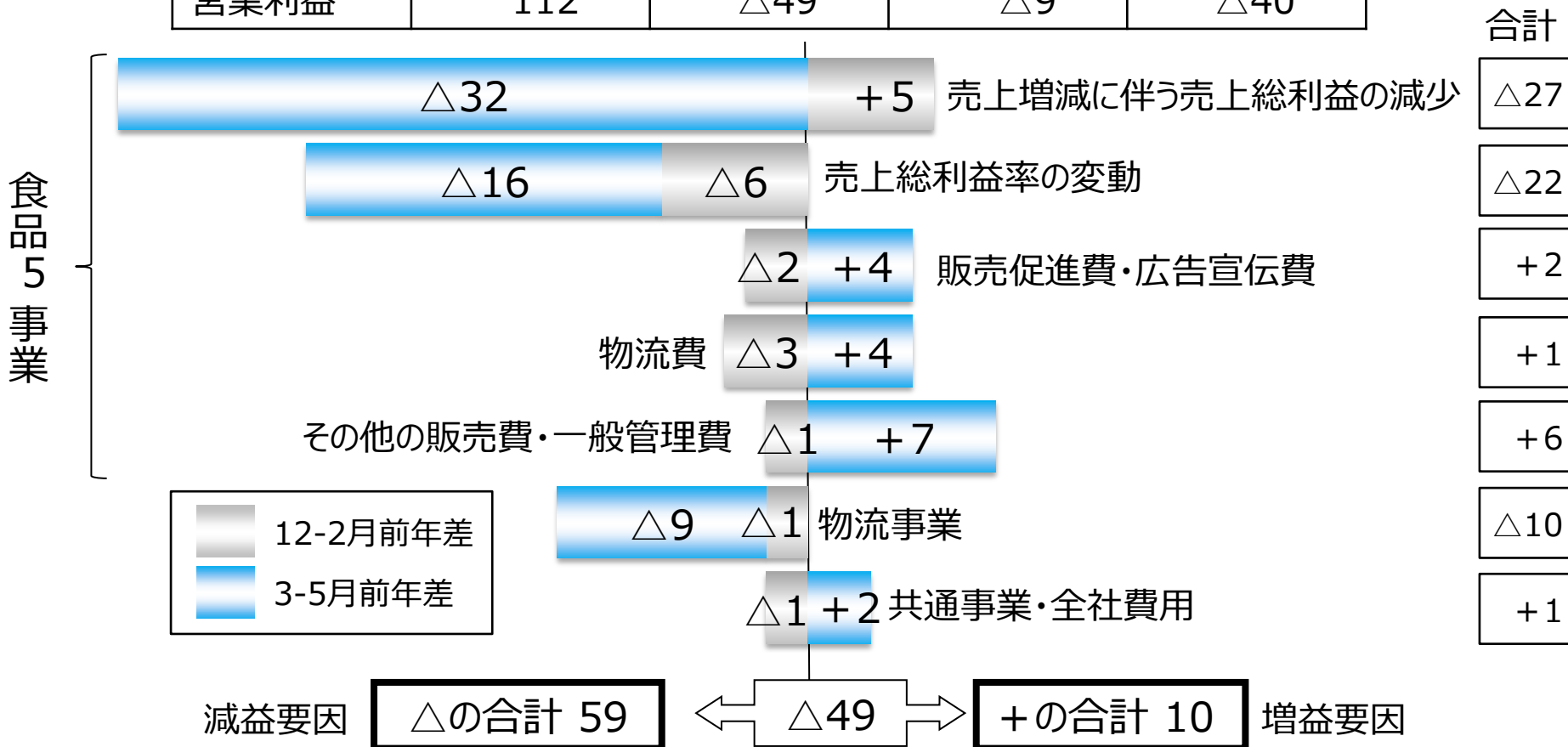
家庭用 +18億円 / 業務用 △99億円

家庭用 +7億円 / 業務用 △45億円



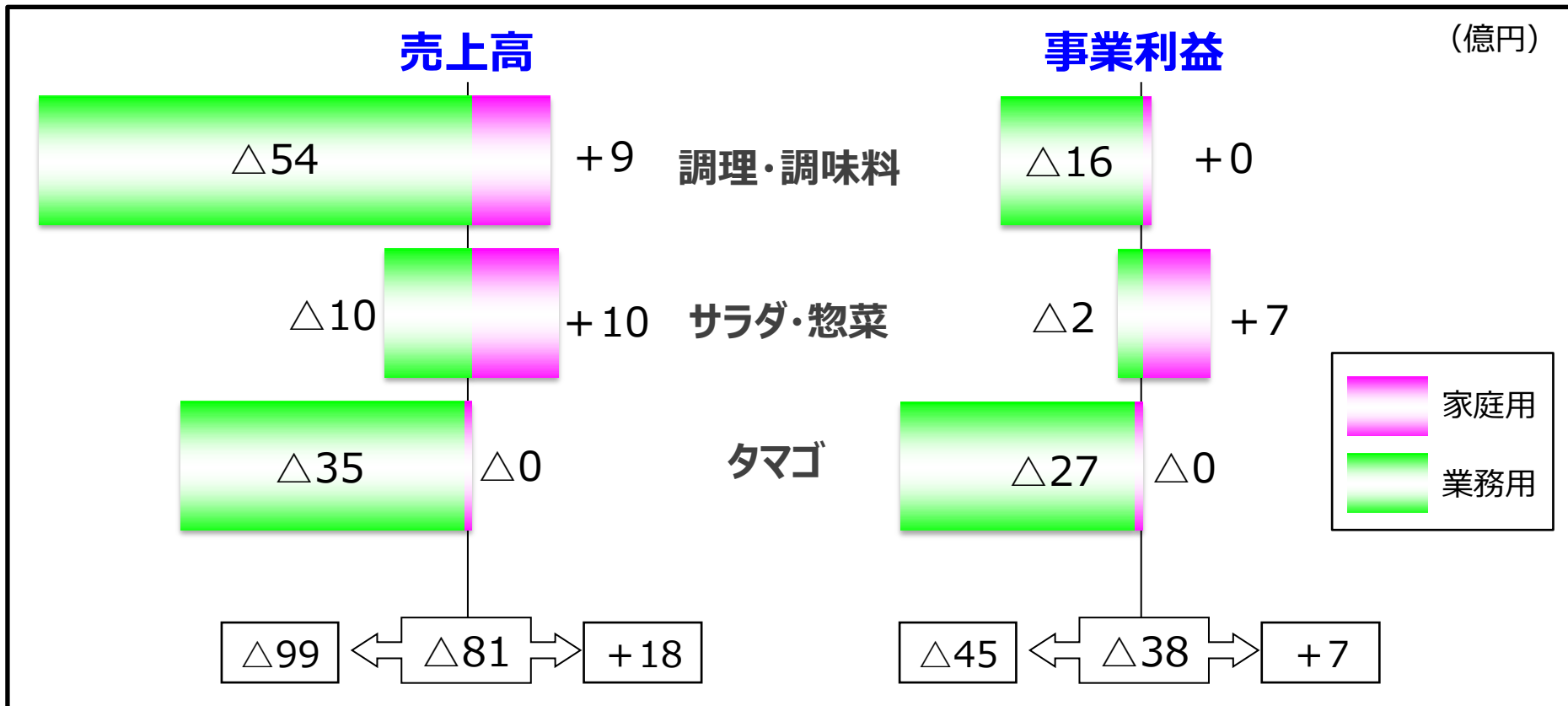
# 20年上期 営業利益の増減要因（前年差）

	20年上期	前年差	20年12-2月 前年差	20年3-5月 前年差	(億円)
営業利益	112	△49	△9	△40	



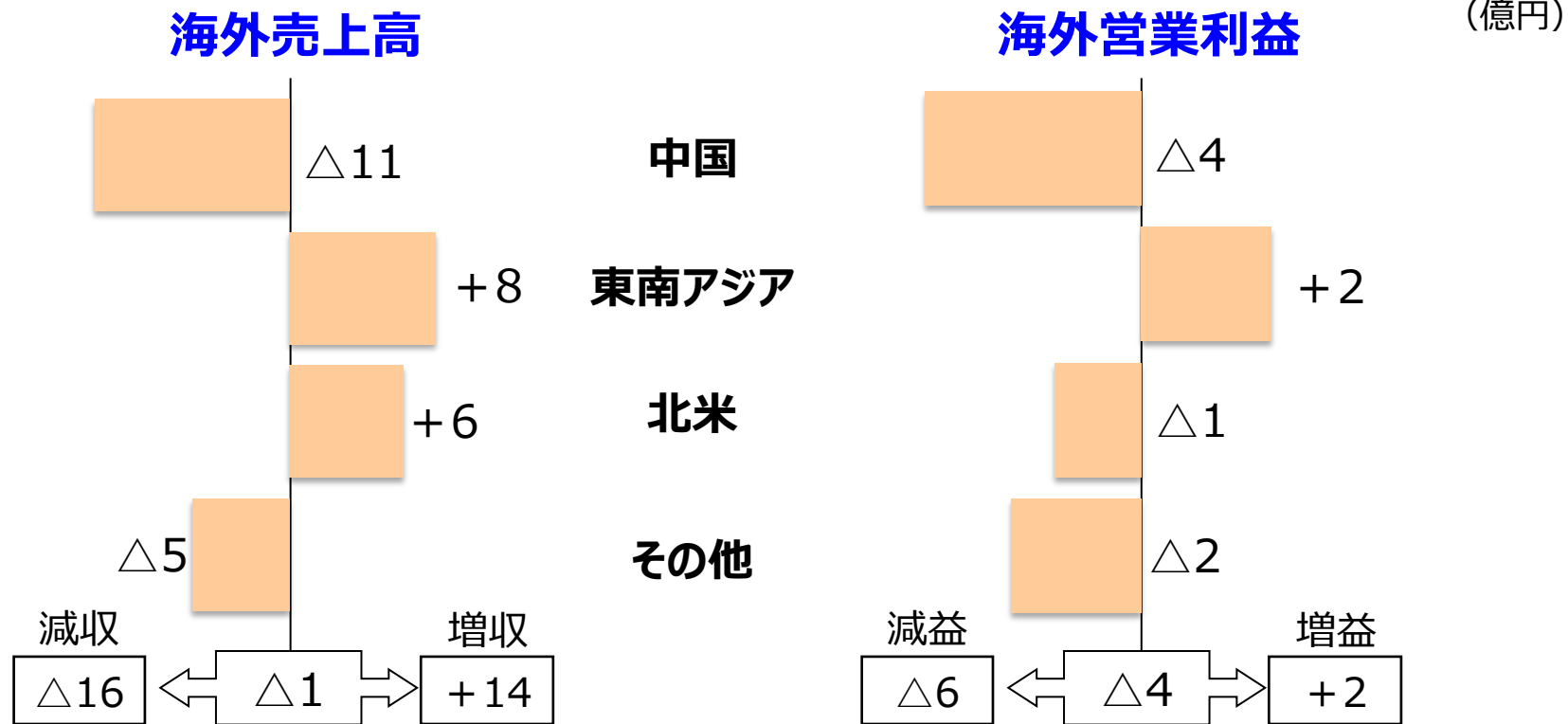
一般管理費など経費抑制に努めたものの、  
 売上の減少とそれに伴う固定費の未吸収により減益となった

# 20年上期 国内主力3事業の業績増減（前年差）



事業	売上高(前年比)		事業利益(前年比)		主な要因
調理・調味料	669億円	94%	73億円	82%	家庭用商品の需要増加以上に業務用商品の販売が減少し減益
サラダ・惣菜	442億円	100%	17億円	143%	スーパーへの来店頻度の減少により惣菜の販売減少となったが日持ちを延長したカット野菜の伸張により増益
タマゴ	430億円	93%	11億円	29%	鶏卵相場の高止まりの影響と外食・製菓メーカー向けの需要が急激に減少し大幅減益

# 20年上期 海外の業績増減（前年差）



エリア	売上高(前年比)		営業利益(前年比)		主な要因
	売上高	前年比	営業利益	前年比	
中国	82億円	88%	10億円	70%	2月よりコロナ影響を受け、家庭用商品の需要増加、業務用の販売が減少し減収減益
東南アジア	62億円	115%	6億円	144%	売上高は、2桁成長を継続 家庭用・業務用とも伸張し増収増益
北米	63億円	110%	3億円	77%	調味料は家庭用の伸張（123%） タマゴは米国の乾燥卵相場下落により売価ダウン



# 20年上期 営業外損益・特別損益の概要

(億円)

## ◆ 営業外損益

- ・ 補助金収入の減少 (△3億円)
- ・ 子会社退職金制度移行に係る解約返金などの減少 (△2億円)

	19年 上期	20年 上期	前年差
営業利益	161	112	△49
営業外損益	8	2	△7

経常利益	169	114	△56
------	-----	-----	-----

## ◆ 特別損益

- ・ 事業譲渡益の減少 (△6億円)
- ・ 中国コロナ影響の稼働停止による損失 (△1億円)

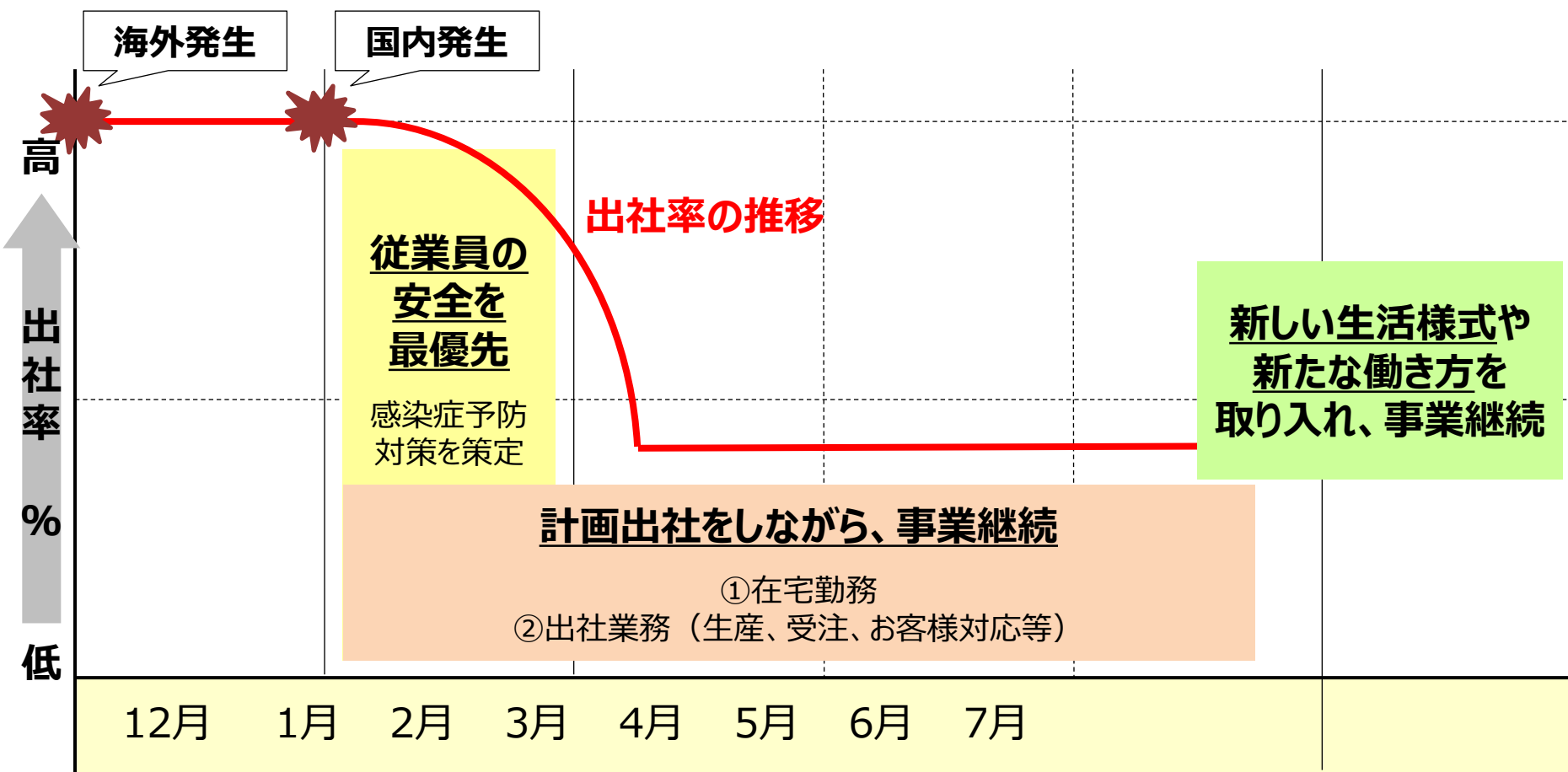
特別損益	△4	△10	△6
------	----	-----	----

税引前利益	165	104	△61
-------	-----	-----	-----

法人税等 非支配株主に帰属 する四半期純利益	70	48	△22
------------------------------	----	----	-----

親会社株主に帰属 する四半期純利益	96	56	△39
----------------------	----	----	-----

## ◆キューピーグループの事業継続体制の推移



# 新型コロナウイルス感染症への向き合い方：3つの方針

1. 国や自治体の対策に協力し、感染リスクを抑制する
2. 上記を前提に、食品メーカーとしての使命を果たす
3. その上で、私たちならではの社会的な貢献を行う

## 1. 感染リスクを抑制

- (1) 政府の緊急対策への対応
- (2) 従業員の感染リスク低減



在宅勤務

## 2. 食品メーカーとしての使命を果たす

- (1) 生産活動と商品供給
- (2) 巣ごもり生活を応援するコンテンツの発信



おうちごはんメニュー提案



おたのしみコンテンツ

## 3. キューピーグループならではの社会貢献

- (1) 医療従事者への支援
- (2) 子どもの心と体の健康に繋がる支援
- (3) 地域社会への支援



### 御礼

この度は、COVID-19の感染拡大にあたり、医療従事者へのお心遣いをいただきまして心より感謝申し上げます。

医療現場では、先が見えない中、まだ解明されていないCOVID-19の恐怖と日々戦っております。

そのようなときに心温まるプレゼントをいただきまして、現場の職員は大変喜んでおります。

医療施設へのサラダ惣菜提供

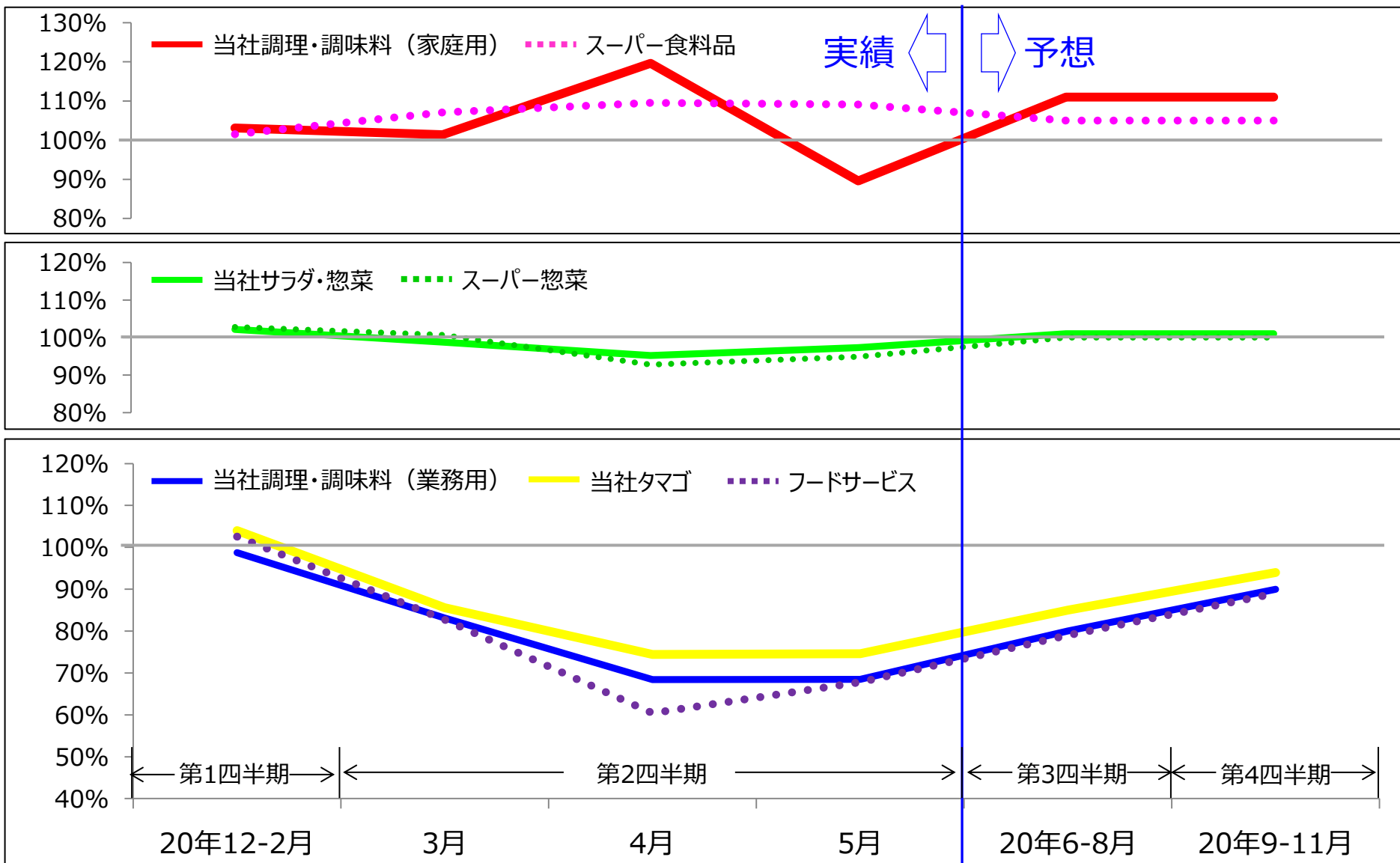
## 2. 20年通期 見通し

---

# 市場の動きとの比較（前年比）

## 当社事業別売上高伸長率と市場動向

(注) 数値は近似値です



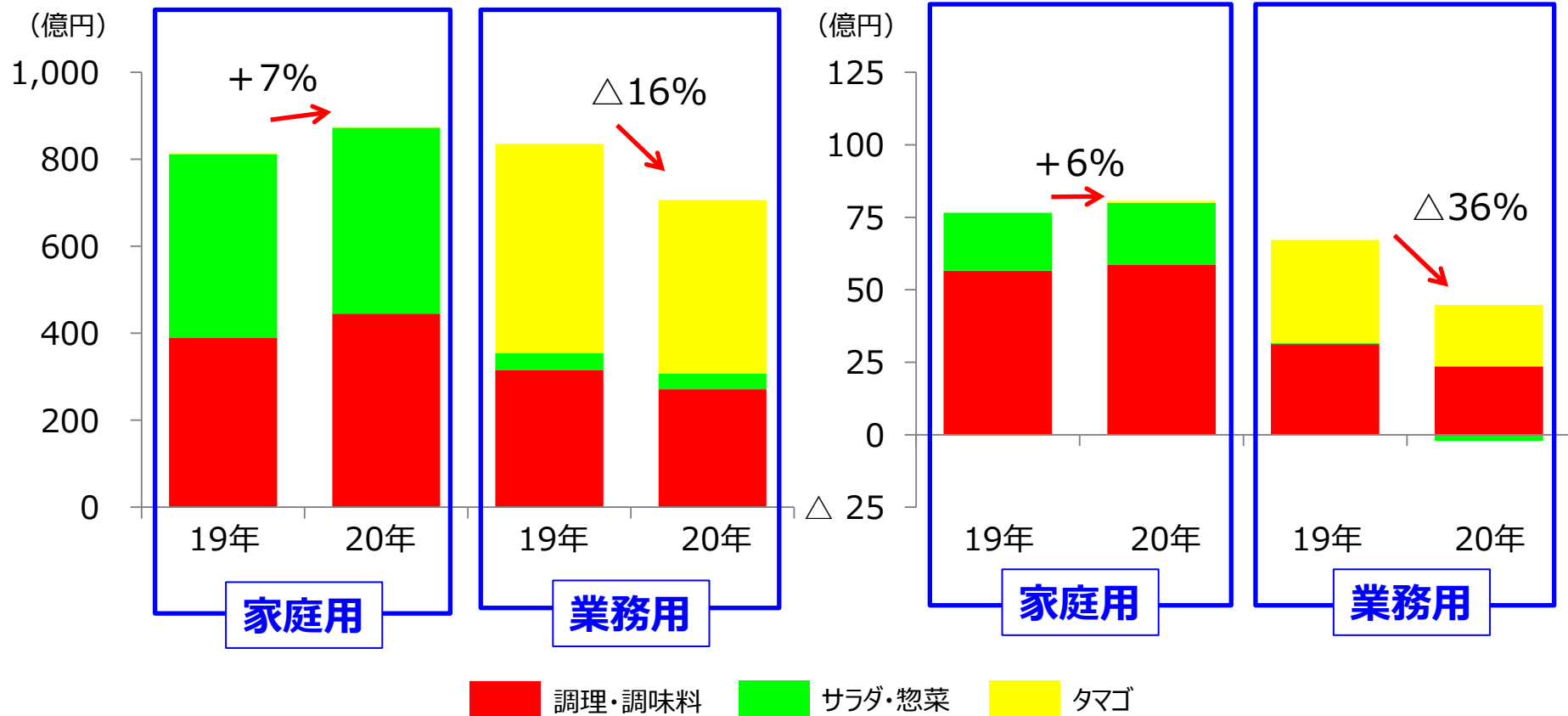
※ 市場実績は日本フードサービス協会およびチェーンストア協会資料、市場予想は当社見込みより

# 20年下期 業態別の増減

## 当社国内主力3事業における家庭用・業務用の増減

### 下期売上高

### 下期営業利益



家庭用商品の伸張はコロナウイルスの感染拡大が終息するに伴い鈍化、  
業務用商品は緩やかな回復に留まる

# 20年通期計画

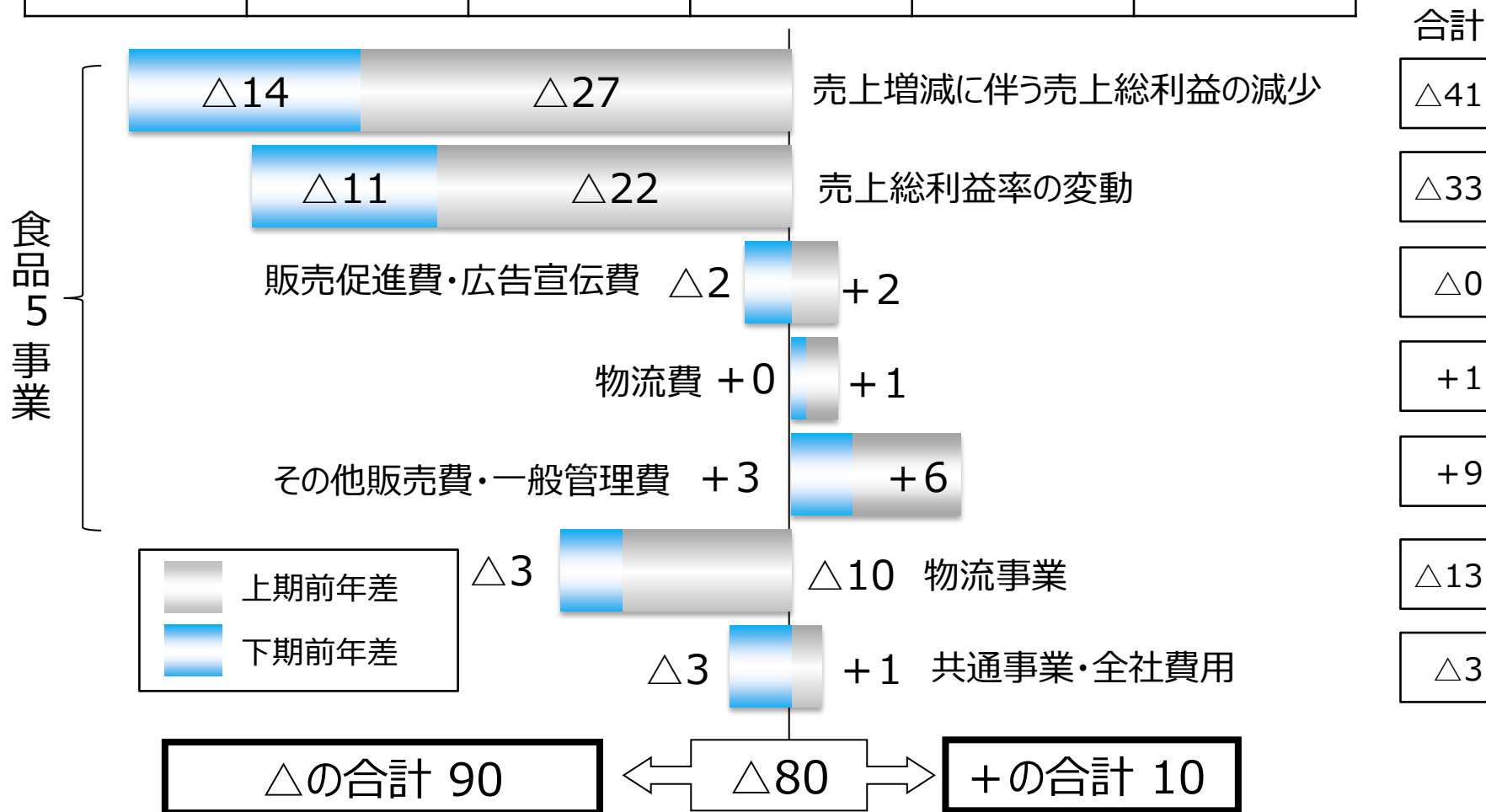
	前回 公表計画	20年 通期	前回 公表差	前年差	上期 前年差	下期 前年差
売上高	5,400 億円	5,300 億円	△100 億円	△157 億円	△59 億円	△98 億円
国内食品	3,487	3,408	△79	△135	△64	△71
国内物流	1,448	1,416	△32	+6	+6	+0
海外	465	476	+11	△29	△1	△27
営業利益	300 億円	240 億円	△60 億円	△80 億円	△49 億円	△32 億円
国内食品	295	246	△49	△60	△36	△24
国内物流	42	28	△14	△13	△10	△3
海外	36	37	+1	△8	△4	△4
全社費用	△73	△71	+2	+1	+1	△0
経常利益	305 億円	242 億円	△63 億円	△91 億円	△56 億円	△35 億円
親会社株主に帰属 する当期純利益	120 億円	77 億円	△43 億円	△110 億円	△39 億円	△71 億円

※ 新型コロナウイルス感染拡大の影響は6月以降、徐々に終息に向かうものの世界および日本景気が回復基調に戻るには相当の時間を要し、外食・インバウンドの需要も緩やかに回復するという前提を置いています。

# 20年通期計画 営業利益の増減要因（前年差）

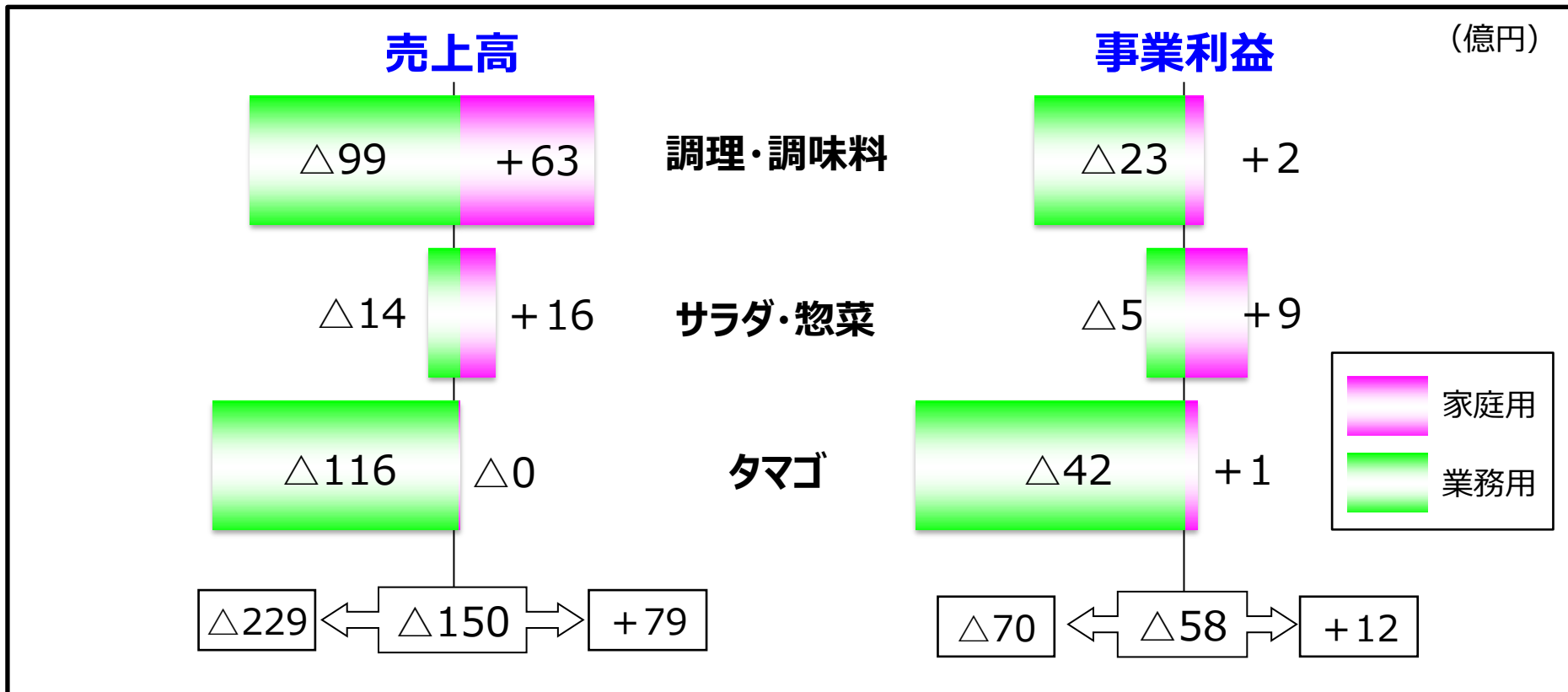
(億円)

	19年通期	20年通期	前年差	上期前年差	下期前年差
営業利益	320	240	△80	△49	△32



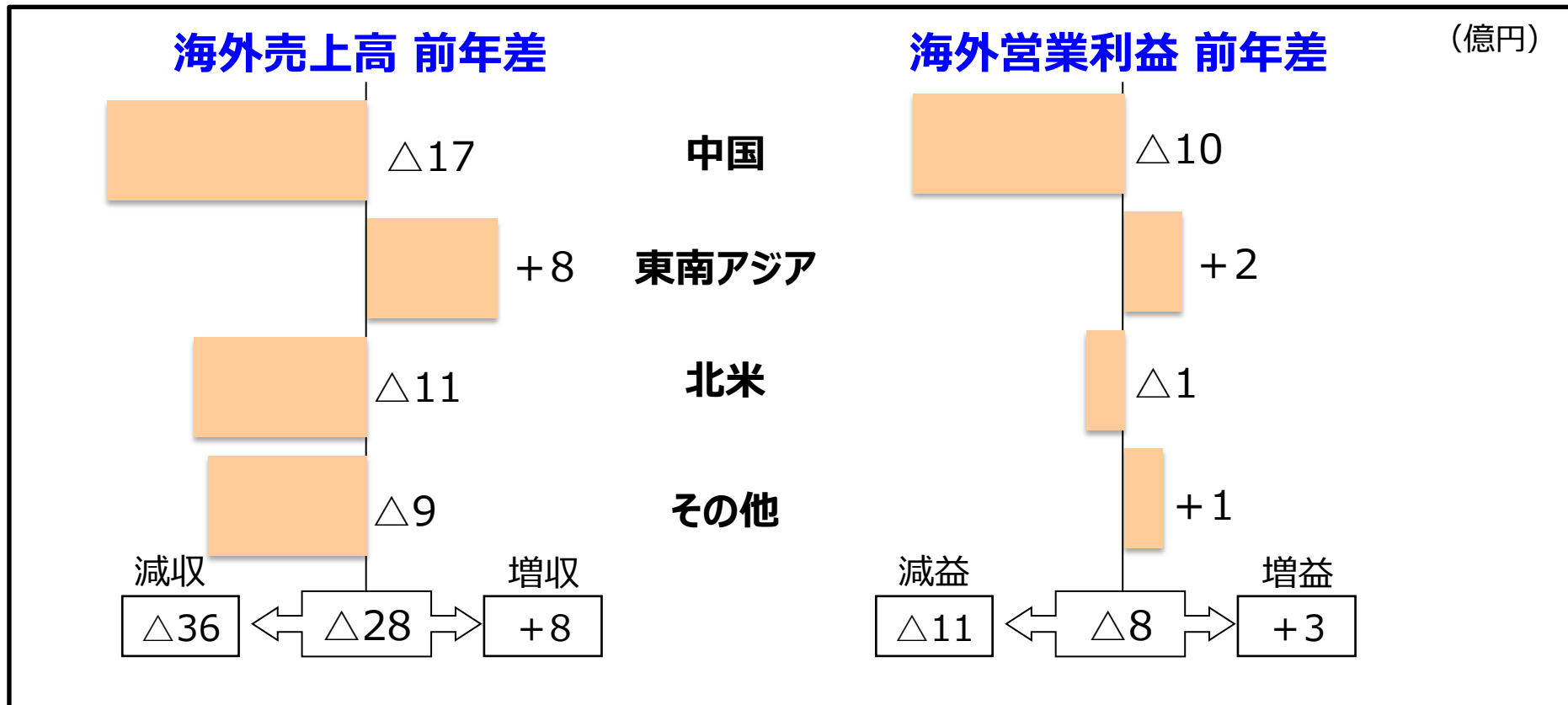


# 20年通期計画 国内主力3事業の業績増減（前年差）



事業	売上高(前年比)		事業利益(前年比)		主な要因
調理・調味料	1,385億円	97%	155億円	88%	家庭用マヨネーズは万能調味料化を軸に継続伸長 業務用は「調味料への集中」と「テイクアウト・デリバリー」で、新たな収益を獲得
サラダ・惣菜	905億円	100%	36億円	113%	日持ち商品の拡充と練りサラダの拡売 生産現場の稼働率向上と歩留まりの改善
タマゴ	831億円	88%	33億円	45%	家庭用タマゴ商品の拡売 生産再編メリットの創出

# 20年通期計画 海外の業績増減（前年差）



エリア	売上高(前年比)		営業利益(前年比)		主な要因
中国	186億円	92%	19億円	65%	下期は業務用の売上が回復する見通しとしているが主力の中華・日本食レストランの回復は時間を要する
東南アジア	119億円	108%	10億円	131%	下期よりコロナ影響を受け、主力の業務用が落ち込むことを想定
北米	111億円	91%	6億円	87%	調味料は、家庭用が好調を継続

# 20年通期計画 営業外損益・特別損益の概要

(億円)

## ◆特別損益

当社連結子会社であるKIFUKI U.S.Aが所有するHENNINGSEN FOODS社の全株式譲渡による株式譲渡損失約20億円（算定中）を予定

業績については当社第3四半期まで連結対象となり、第4四半期からは対象から外れます。

	19年 通期	20年 通期	前年差
営業利益	320	240	△80
営業外損益	13	2	△12
経常利益	333	242	△91
特別損益	△8	△63	△55
税引前利益	325	179	△145
法人税等 非支配株主に帰属 する四半期純利益	138	102	△36
親会社株主に帰属 する四半期純利益	187	77	△110

# 配当金について

## 20年度 配当金は40円（通期）を予定

### 【株主還元の基本方針】

**配当金を最優先**

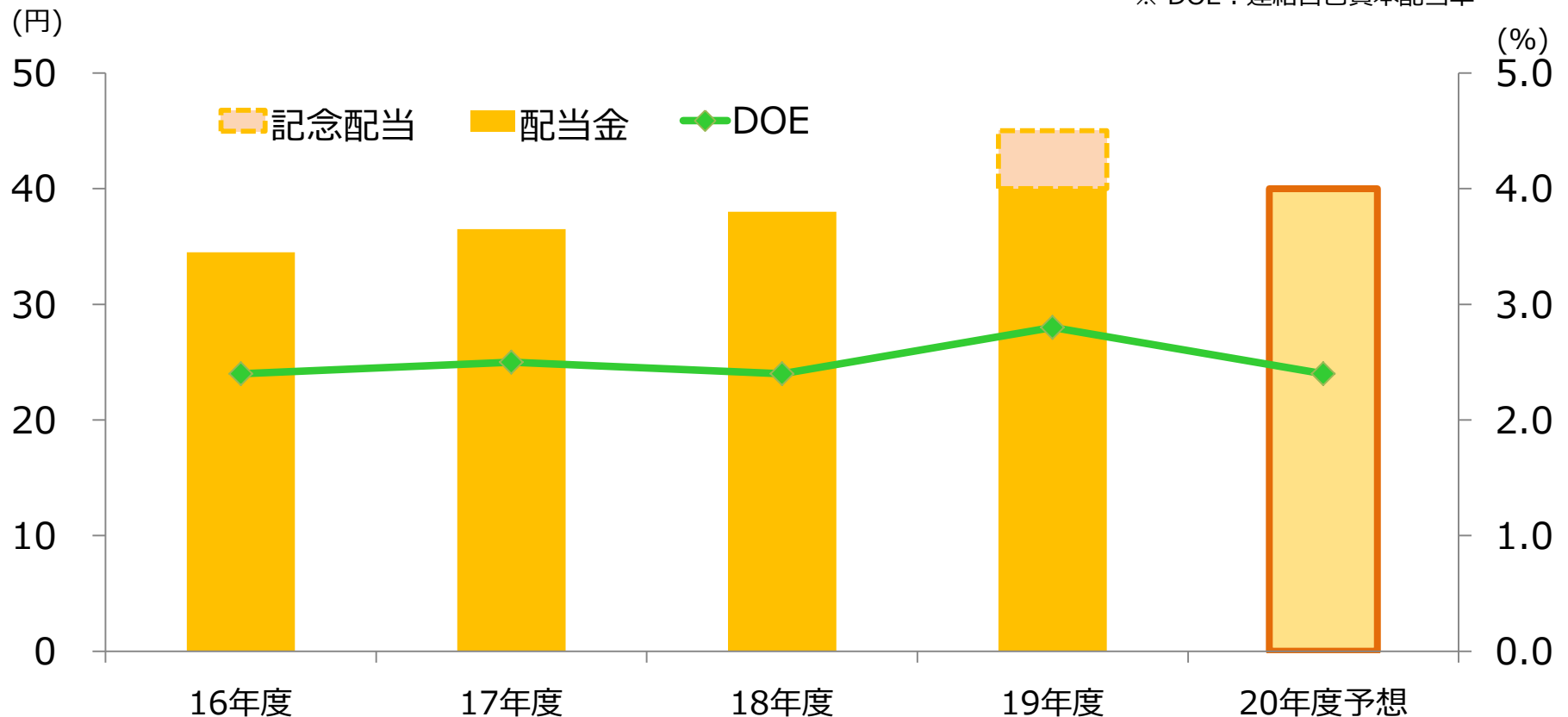
長期的に着実な増配をめざす

### 【配当金決定の基準】

**DOE※ 2.2% を目安**

連結配当性向 30%以上

※ DOE：連結自己資本配当率

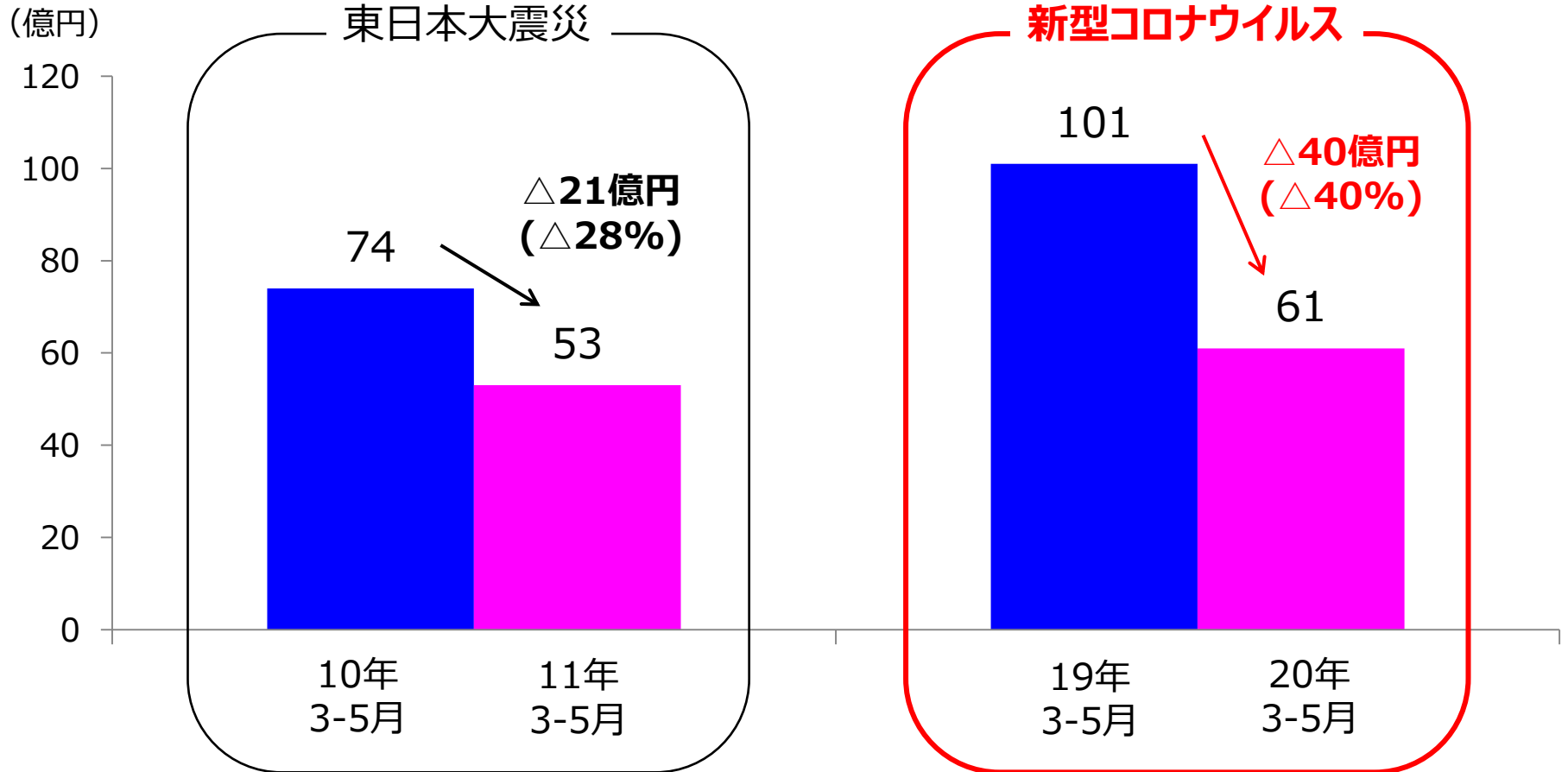


### 3. 当社の状況と今後

---

# 新型コロナウイルスによる業績へのインパクト

## ◆営業利益の大幅減益事例（四半期単独：3か月業績）



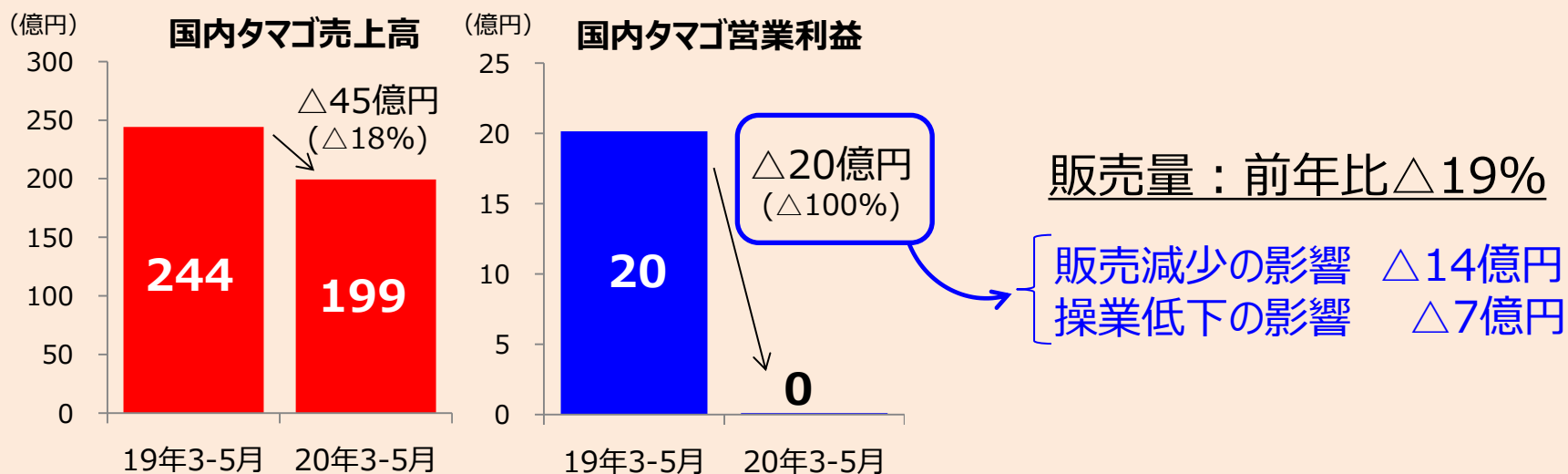
**当社における新型コロナウイルスによる影響は  
過去に前例の無い事態**

# 新型コロナウイルスによる業績へのインパクト

## ◆国内主力3事業 20年3-5月 業態別コロナ影響(前年比)

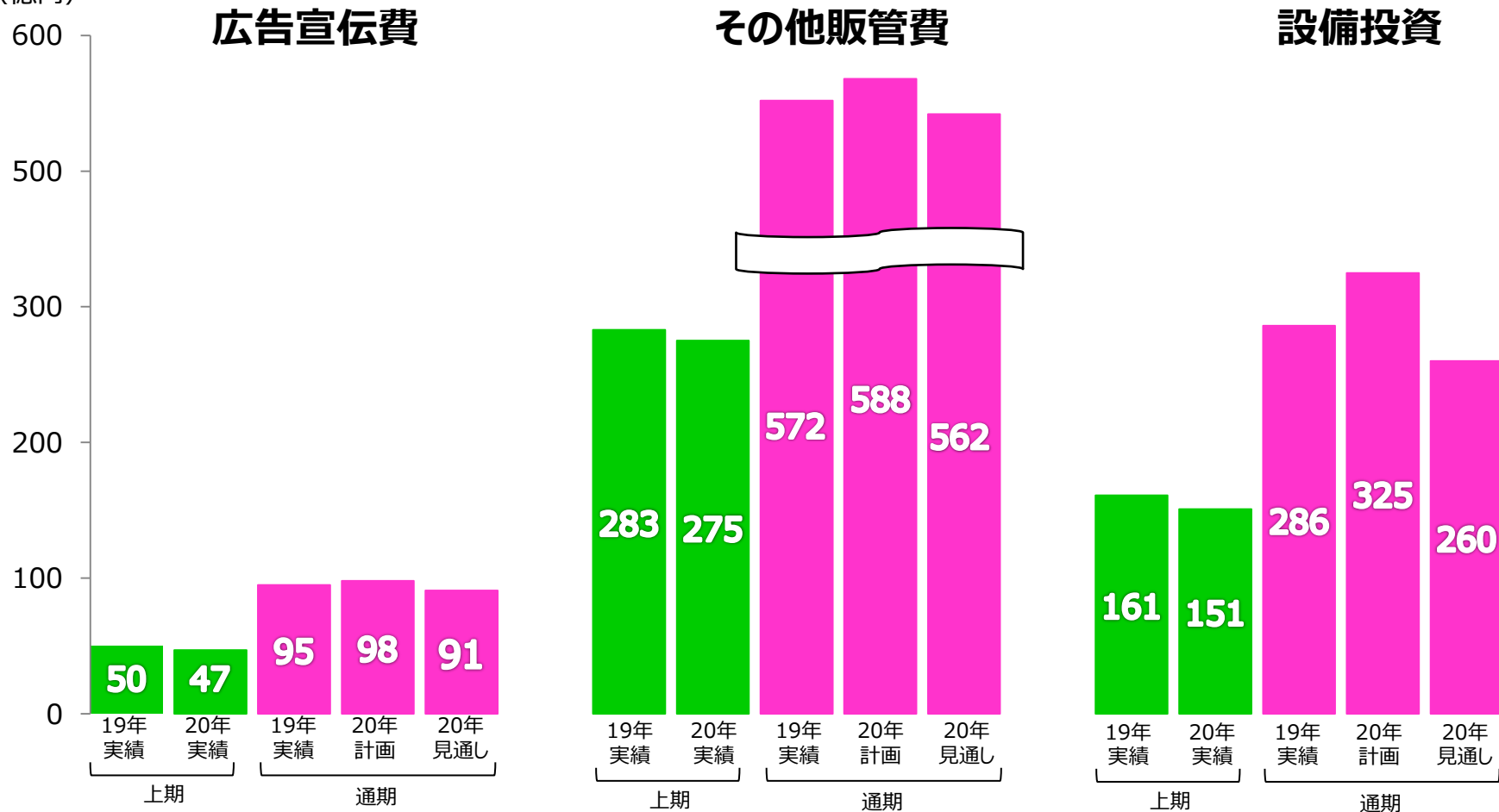
	3事業 合計	家庭用			業務用			
		グロサリー-	青果	惣菜	料飲	給食	CVS	加工用
売上高 前年差	△10%	+3%	+8%	△3%	△40%	△28%	△15%	△11%
		+2%			△24%			
売上構成比	(100%)	36%	8%	18%	11%	3%	12%	12%

## ◆深刻な業務用商品の収益悪化：例 国内タマゴ事業



# コストコントロールの強化

(億円)



※その他販管費は販売促進費、広告宣伝費、物流費、研究開発費を除いた販売費及び一般管理費

- |        |                             |
|--------|-----------------------------|
| 広告宣伝費  | : 販売環境に応じて精査し、抑制            |
| その他販管費 | : IT活用など在宅勤務も含めた間接業務の効率化を推進 |
| 設備投資   | : 優先度と重要度に基づきコントロール         |



## アフターコロナでは緩やかな復調を想定するが、 体質を強化しながら、新たな食習慣にも向き合う

### 1. 収益力強化

(安定した収益基盤の確保)

- ・アイテム、カテゴリーの精査
- ・基幹商品の販売ウエイトアップ

### 2. ニーズへの対応力

(新たな需要の掘り起こし)

- ・テイクアウト、デリバリーメニュー提案
- ・健康志向への対応

### 3. 特化する業態を再設定

(生活必需な業態攻略強化：BtoBtoC)

- ・フードサービス: 量販惣菜、インスタアベーカー
- ・加工メーカー: 大手製パン、製麺、冷凍食品

# 家庭用ビジネスの盤石化

新たな気づき：

巣ごもり消費では選ばれるものとなくても困らないものの選別があった



広がる自由。  
20TH  
深煎りごまドレッシング



マヨネーズ/深煎りごまドレッシング/カット野菜/パスタソースを生活必需品に育成  
深煎りごまドレッシングの用途拡大に向けて経営資源を集中

## ■ 未開拓領域の取組み

### 2月より新規市場開発担当役員を招聘<sup>ショウヘイ</sup>

お客様の買い物行動の変化（滞在時間・回数減）に対応し  
キューピーグループとして「低温売場専用商品」でニーズに応える

**2024年売上高 + 150億円をめざし、今秋より連続的に商品を投入**

#### 1. 家庭用たまご

差別化商品

家庭用たまご  
展開で需要創出

#### 2. 生鮮3売場

青果・精肉・鮮魚

売場ごと  
専用商品

#### 3. 惣菜売場

おいしさと日持ち

新技術を用いた  
ロングライフ惣菜

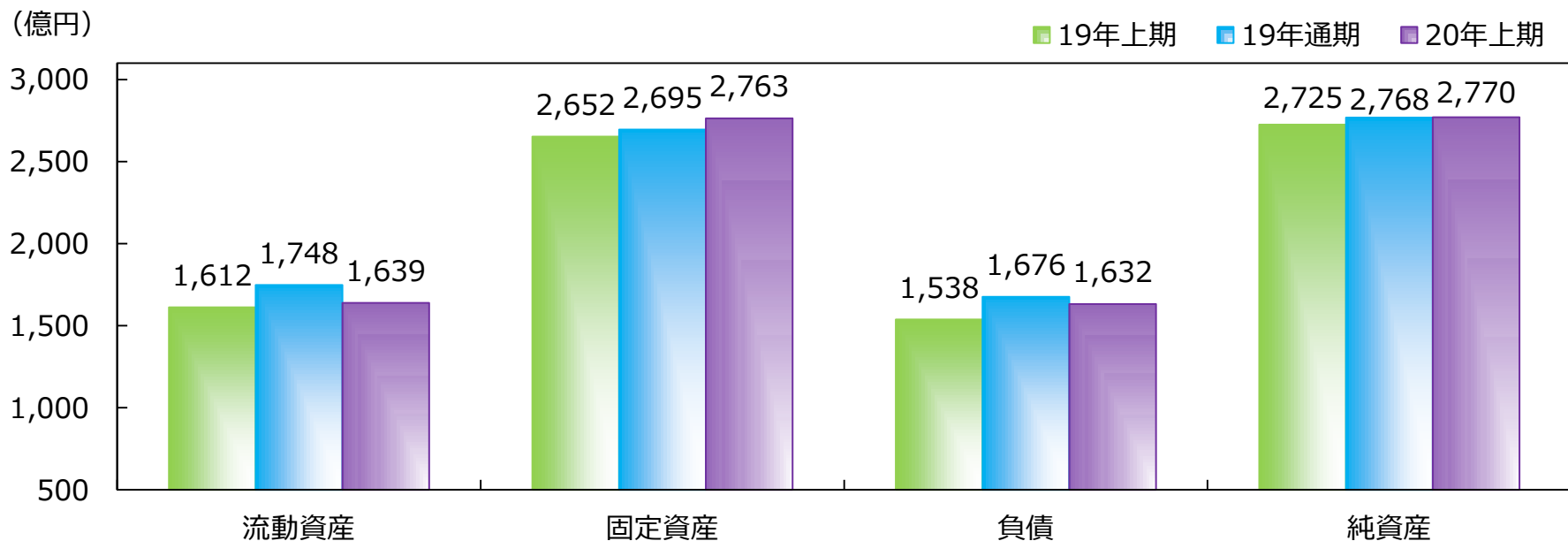
## 4. 參考資料

---

## 参考) 主要指標の推移

	19年上期	20年上期	19年通期	20年通期 計画
売上高	2,690 億円	2,631 億円	5,457 億円	5,300 億円
国内 食品	1,758	1,694	3,543	3,408
国内 物流	692	698	1,410	1,416
海外	240	238	505	476
営業利益	161 億円	112 億円	320 億円	240 億円
国内 食品	149	113	306	246
国内 物流	21	11	41	28
海外	24	20	45	37
全社費用	△33	△32	△72	△71
経常利益	169 億円	114 億円	333 億円	242 億円
親会社株主に帰属する四半期純利益	96 億円	56 億円	187 億円	77 億円
■重点指標	19年上期	20年上期	19年通期	20年通期 計画
営業利益率	6.0 %	4.3 %	5.9 %	4.5 %
国内3事業 事業利益率	8.6 %	6.5 %	8.6 %	7.2 %
中国・東南アジア売上成長率 (現地通貨ベース)	111 %	101 %	111 %	98 %

# 参考) バランスシートの増減ポイント



## ◆ 19年通期との比較

### 流動資産は109億円減少

- ・ 現預金の減少  $\triangle$  35
- ・ 売掛債権の減少  $\triangle$  80

### 固定資産は68億円増加

- ・ 有形無形固定資産の取得による増加 + 135
- ・ 減価償却による減少  $\triangle$  96
- ・ 会計方針の変更によるリース資産の増加 + 13
- ・ 退職給付に係る資産の増加 + 7

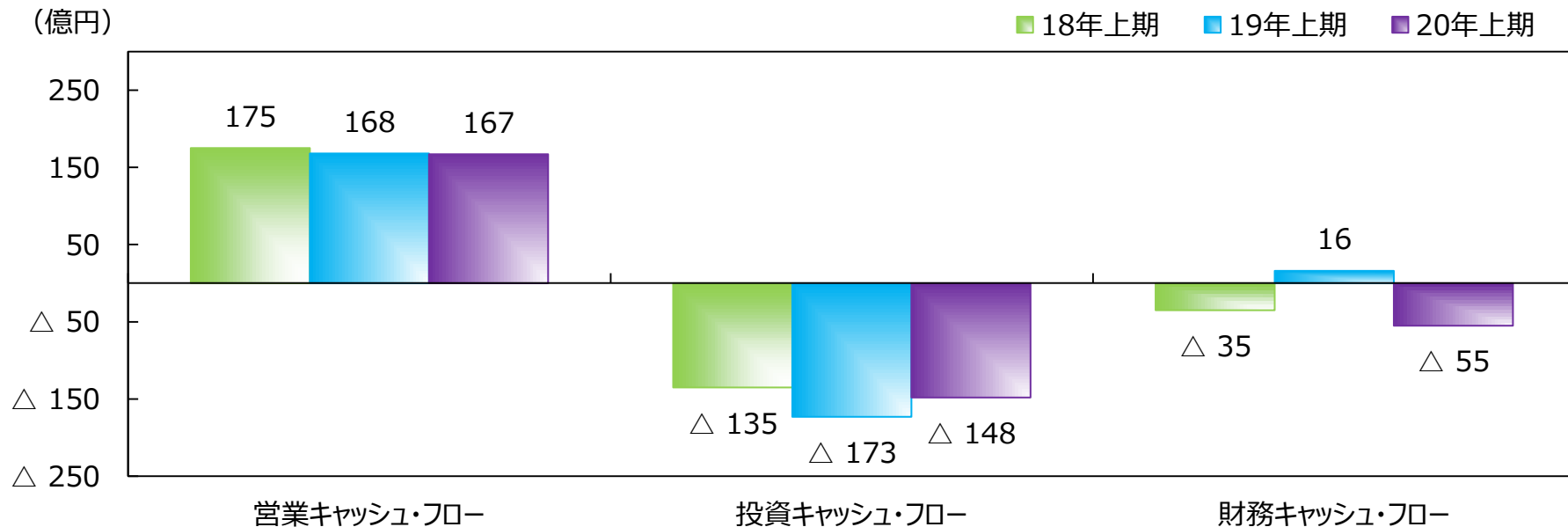
### 負債は44億円減少

- ・ 仕入債務の減少  $\triangle$  44
- ・ 借入金の増加 + 24
- ・ 未払金の減少  $\triangle$  52
- ・ 引当金の増加 + 13

### 純資産は3億円増加

- ・ 杭州丘比食品追加取得に伴う  
資本剰余金の減少  $\triangle$  17
- ・ 利益剰余金の増加 + 20

# 参考) キャッシュ・フローの増減ポイント



## ◆ 19年上期との比較

営業キャッシュ・フロー	投資キャッシュ・フロー	財務キャッシュ・フロー				
<ul style="list-style-type: none"> <li>税金等調整前 四半期純利益 <math>\Delta</math> 61</li> <li>売上債権の増減額 + 91</li> <li>仕入債務の増減額 <math>\Delta</math> 51</li> <li>法人税等の 支払額の減少 + 25</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>有形固定資産の取得 による支出の減少 + 19</li> </ul> <p>設備投資の状況</p> <table border="1"> <tr> <td>20.5</td> <td>20.11 計画</td> </tr> <tr> <td>151億円</td> <td>260億円</td> </tr> </table>	20.5	20.11 計画	151億円	260億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>借入れによる 収入の減少 <math>\Delta</math> 32</li> <li>連結の範囲の変更を 伴わない子会社出資 金の取得による支出 <math>\Delta</math> 29</li> </ul>
20.5	20.11 計画					
151億円	260億円					

# 参考) 国内主力3事業 業態別業績

(億円)

## ◆家庭用

		上期				通期			
		19年実績	20年実績	前年差	前年比	19年実績	20年計画	前年差	前年比
調理・調味料	売上高	400	409	+9	+2%	791	854	+63	+8%
	営業利益	54	54	+0	+0%	110	112	+2	+2%
サラダ・惣菜	売上高	399	409	+10	+2%	820	836	+16	+2%
	営業利益	10	17	+7	+75%	30	38	+9	+30%
タマゴ	売上高	2	2	△0	△2%	4	4	△0	△5%
	営業利益	△1	△1	△0	-	△1	△0	+1	-

## ◆業務用

		上期				通期			
		19年実績	20年実績	前年差	前年比	19年実績	20年計画	前年差	前年比
調理・調味料	売上高	314	260	△54	△17%	630	531	△99	△16%
	営業利益	35	19	△16	△45%	66	43	△23	△35%
サラダ・惣菜	売上高	44	34	△10	△23%	83	69	△14	△16%
	営業利益	2	△0	△2	-	2	△2	△5	-
タマゴ	売上高	462	428	△35	△7%	944	827	△116	△12%
	営業利益	39	12	△27	△69%	75	33	△42	△56%



# 参考) 事業別 業績推移

(億円)

	18年上期	19年上期	20年上期	19年通期	20年通期 計画
調理・調味料	913 98	918 108	875 92	1,852 216	1,809 189
サラダ・惣菜	612 19	443 12	442 17	903 32	905 36
タマゴ	496 39	490 40	454 11	1,000 74	865 32
フルーツソリューション	82 5	79 1	83 2	156 3	166 4
ファインケミカル	48 4	43 4	40 4	83 12	79 12
物流	670 22	692 21	698 11	1,410 41	1,416 28
共通	29 8	26 8	37 7	53 13	60 10
全社費用	— △ 35	— △ 33	— △ 32	— △ 72	— △ 71
合 計	2,850 160	2,690 161	2,631 112	5,457 320	5,300 240

※上段数値は売上高、下段数値は事業利益

# 参考) 20年上期 事業別売上高・利益・利益率

(億円)	事業別売上高			事業別利益			事業別利益率		
	19年 上期	20年 上期	前年差	19年 上期	20年 上期	前年差	19年 上期	20年 上期	前年差
合計	2,690	2,631	△59	161	112	△49	6.0 %	4.3 %	△1.7 %
調理・調味料	918	875	△42	108	92	△17	11.8	10.5	△1.3
国内	714	669	△46	88	73	△16	12.4	10.9	△1.5
海外	203	207	+3	20	19	△1	9.6	9.1	△0.6
サラダ・惣菜	443	442	△1	12	17	+5	2.6	3.8	+1.1
タマゴ	490	454	△36	40	11	△30	8.2	2.4	△5.8
国内	464	430	△35	39	11	△27	8.3	2.6	△5.7
海外(米国)	26	25	△1	2	△0	△2	6.4	-	-
フルーツソリューション	79	83	+5	1	2	+1	1.6	2.9	+1.3
ファインケミカル	43	40	△3	4	4	+0	8.9	10.0	+1.1
物流	692	698	+6	21	11	△10	3.1	1.6	△1.5
共通	26	37	+12	8	7	△0	30.3	19.6	△10.7
全社費用	-	-	-	△33	△32	+1	-	-	-
国内3事業合計	1,621	1,541	△81	139	101	△38	8.6	6.5	△2.0

## 参考) 20年上期 営業利益の増減要因 (前年差) 主な内容

【売上増減に伴う売上総利益の増加】 (△27) (億円)

売上影響	△27	業務用調味料の販売減少	△17
		タマゴ素材・タマゴ加工品の販売減少	△12

【売上総利益率の改善】 (△22)

付加価値の向上	△3	付加価値品の低迷 (タマゴ素材品、調理ソースなど)	△2
製造コスト影響	△7	操業度低下	△9
		新工場立ち上げコスト増	△2
主原料 コスト影響	△4	国内サラダ調味料の主原料	△4
その他	△8	国内鶏卵相場影響	△9

【販売促進費、広告宣伝費】 (+2)

販促費・宣伝費	+2	国内販促費の抑制	+3
		中国の商品バーコード統一	△2

【物流費】 (+1)

物流費の増加	+1	売上減少による物流費の減少	+1
--------	----	---------------	----

【その他の販売費・一般管理費】 (+6)

その他販管費	+6	旅費交通費・研修費の抑制など	+6
--------	----	----------------	----

# 参考) 20年通期計画 事業別売上高・利益・利益率

(億円)	事業別売上高			事業別利益			事業別利益率		
	19年 通期	20年通期 計画	前年差	19年 通期	20年通期 計画	前年差	19年 通期	20年通期 計画	前年差
合計	5,457	5,300	△157	320	240	△80	5.9 %	4.5 %	△1.3 %
調理・調味料	1,852	1,809	△43	216	189	△27	11.7	10.4	△1.2
国内	1,421	1,385	△36	176	155	△21	12.4	11.2	△1.2
海外	432	424	△8	40	34	△6	9.2	8.0	△1.2
サラダ・惣菜	903	905	+2	32	36	+4	3.5	4.0	+0.4
タマゴ	1,000	865	△135	74	32	△42	7.4	3.7	△3.7
国内	948	831	△117	74	33	△41	7.8	4.0	△3.8
海外(米国)	52	34	△18	1	△1	△2	1.1	-	-
フルーツソリューション	156	166	+10	3	4	+1	2.0	2.4	+0.4
ファインケミカル	83	79	△4	12	12	△0	14.8	15.2	+0.4
物流	1,410	1,416	+6	41	28	△13	2.9	2.0	△1.0
共通	53	60	+7	13	10	△3	25.7	16.7	△9.0
全社費用	-	-	-	△72	△71	+1	-	-	-
国内3事業合計	3,271	3,121	△150	282	224	△58	8.6	7.2	△1.4

# 参考) 20年通期 営業利益の増減要因 (前年差) 主な内容

【売上増減に伴う売上総利益の増加】 (△41) (億円)

売上影響	△41	業務用調味料の販売減少	△22
		タマゴ素材・タマゴ加工品の販売減少	△21

【売上総利益率の改善】 (△33)

付加価値の向上	△5	付加価値品の低迷 (タマゴ素材品、調理ソースなど)	△5
製造コスト影響	△13	操業度低下	△13
		新工場立ち上げコスト増	△3
主原料 コスト影響	△9	国内サラダ調味料の主原料	△9
その他	△6	国内鶏卵相場影響	△12

【販売促進費、広告宣伝費】 (△0)

販促費・宣伝費	△0	販促費・広告費の抑制	+5
		中国の商品バーコード統一費用	△5

【物流費】 (+1)

物流費の増加	+1	売上減少による物流費の減少	+1
--------	----	---------------	----

【その他の販売費・一般管理費】 (+9)

その他販管費	+9	旅費交通費・研修費の抑制など	+9
--------	----	----------------	----

# 参考) 20年上期 事業別営業利益増減要因 (前年差)

(億円)

	売上増減に伴う売上総利益の増減	売上総利益率の変動	販売促進費・広告宣伝費	物流費	その他の販売費・一般管理費	営業利益前年差
食品5事業 合計	△27	△22	+2	+1	+6	△40
調理・調味料	△17	△6	+4	+1	+1	△17
サラダ・惣菜	+0	+4	+0	△1	+2	+5
タマゴ	△12	△22	+0	+1	+3	△30
フルーツソリューション	+2	+0	△1	△0	+0	+1
ファインケミカル	△0	+2	△2	△0	+0	+0

# 参考) 20年通期計画 事業別営業利益増減要因 (前年差)

(億円)

	売上増減に伴う売上総利益の増減	売上総利益率の変動	販売促進費・広告宣伝費	物流費	その他の販売費・一般管理費	営業利益前年差
食品5事業 合計	△41	△33	△0	+1	+9	△64
調理・調味料	△22	△11	+4	+2	+1	△27
サラダ・惣菜	+0	+4	+0	△2	+2	+4
タマゴ	△21	△31	△0	+4	+6	△42
フルーツソリューション	+3	△0	△1	△1	+0	+1
ファインケミカル	△2	+5	△3	△1	+0	△0

# 参考) 20年上期 事業別売上高・利益の状況

※ ( ) の数値は前年差、単位は億円

## 調理・調味料事業

◇売上高 (△42)

- ・国内：コロナ影響による業務用商品の苦戦
- ・海外：中国が苦戦も東南アジアの伸張により増収

◇事業利益 (△17)

- ・国内：業務用の売上減による利益減
- ・海外：中国バーコード統一費用等による利益減

## フルーツソリューション事業

◇売上高 (+5)

- ・家庭用ジャム、スプレッド類は内食・買い置き需要の追い風もあり伸張

◇事業利益 (+1)

- ・ジャム、スプレッド類や即食タイプのフルーツ加工品の売上増による利益増

## サラダ・惣菜事業

◇売上高 (△1)

- ・日持ちを延長した千切りキャベツがお客様ニーズを捉え拡大したが、惣菜と外食の減少により減収

◇事業利益 (+5)

- ・主力商品の拡大、昨年展開した省力化ラインのフル稼働による生産性向上、原料費の低減

## ファインケミカル事業

◇売上高 (△3)

- ・通販ビジネスが好調に推移
- ・ヒアルロン酸の原料販売不振

◇事業利益 (+0)

- ・通販ビジネスの収益性向上

## タマゴ事業

◇売上高 (△36)

- ・国内：販売数量減による売上減
- ・海外：乾燥卵相場下落、販売数量減による売上減

◇事業利益 (△30)

- ・国内：鶏卵相場上昇および販売数量減による利益減
- ・海外：乾燥卵相場下落による利益減

## 物流事業

◇売上高 (+6)

- ・コロナ影響による移動制限やチェーンストアなどの新規取引や既存取引の拡大により増収

◇事業利益 (△10)

- ・移動制限や外出自粛による出荷物量の減少や新センター立ち上げ費用の増加により減益



# 参考) 20年通期 事業別売上高・利益の見通し

※ ( ) の数値は前年差、単位は億円

## 調理・調味料事業

◇売上高 (△43)

- ・国内：利益貢献の高い新商品の拡大
- ・海外：中国マヨネーズチューブとごまドレ提案強化

◇事業利益 (△27)

- ・不採算商品の改善
- ・マヨネーズの効率生産

## サラダ・惣菜事業

◇売上高 (+2)

- ・主力商品の拡大 (千切りキャベツ、練りサラダ)
- ・日持ち延長商品の拡充
- ・成長市場への販路拡大 (EC・宅配、ドラッグストア)
- ・青果、惣菜売場での領域拡大

◇事業利益 (+4)

## タマゴ事業

◇売上高 (△135)

- ・主力商品の拡大 (素材品)
- ・加工ルート of 展開強化

◇事業利益 (△42)

- ・付加価値品の販売数量の回復
- ・物流費の抑制、管理可能経費の削減

## フルーツ ソリューション事業

◇売上高 (+10)

- ・ジャム、スプレッド類のアレンジメニュー提案で使用シーン拡大
- ・即食タイプのフルーツ加工品のシリーズ展開

◇事業利益 (+1)

- ・需要の変化に応じた生産体制の構築

## ファインケミカル事業

◇売上高 (△4)

- ・通販ビジネスでヒアルロン酸の内外美容提案強化
- ・ヒアルロン酸原料ビジネスの再強化

◇事業利益 (△0)

- ・通販ビジネスの収益性向上
- ・ヒアルロン酸の原価低減

## 物流事業

◇売上高 (+6)

- ・共同物流：新規、既存の拡大
- ・専用物流：新規と既存得意先の領域拡大

◇事業利益 (△13)

- ・付加価値物流事業の提案
- ・設備投資の見直し

## 参考) 海外エリア別 売上高の伸長率 (現地通貨ベース 前年比)

(%)

	18年上期	19年上期	20年上期	19年通期	20年通期 計画
中国	99	111	93	111	95
東南アジア	112	110	115	111	106
米国	111	99	113	99	92
調理・調味料	103	97	126	102	112
タマゴ	124	101	97	96	66
欧州	242	107	101	108	86

# 参考) マヨネーズ・ドレッシング 売上高の推移

(億円)

		18年上期	19年上期	20年上期
マヨネーズ	国内	218	231	224
	海外	102	103	106
ドレッシング	国内	214	205	188
	海外	54	46	48
合 計	国内	432	436	412
	海外	156	149	154
	計	588	585	567

## 注意事項

この説明会資料に掲載されている、キューピー株式会社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、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ます。

これらは、現在入手可能な情報から得られたキューピー株式会社の経営者の判断に基づいており、過度の信用を置かれませぬようお願いいたします。

内容の正確さについては細心の注意を払っておりますが、掲載された情報の誤りによって生じた障害などに関しまして、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。

また、この説明会資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

《お問い合わせ先》

キューピー株式会社

経営企画部IRチーム

TEL : 03-3486-3331

FAX : 03-3486-6144