



05. 11期決算説明会資料

2006年1月13日

**技術と事業力を高め、営業利益23%増**

Food, for ages 0-100

キューピー株式会社

問い合わせ先

総務部長 長谷部 敏朗

TEL 03-3486-3331

FAX 03-3498-1806

E-mail [toshiro\\_hasebe@kewpie.co.jp](mailto:toshiro_hasebe@kewpie.co.jp)

## 05. 11期 業績報告

---

- (注)
- ・表示単位未満の数値を四捨五入しています。
  - ・「限界利益」は売上総利益から販売促進費や物流費などの販売直接費を控除した利益です。

## 05.11期 業績まとめ

### 売上高計画は達成、育成商品に先行投資

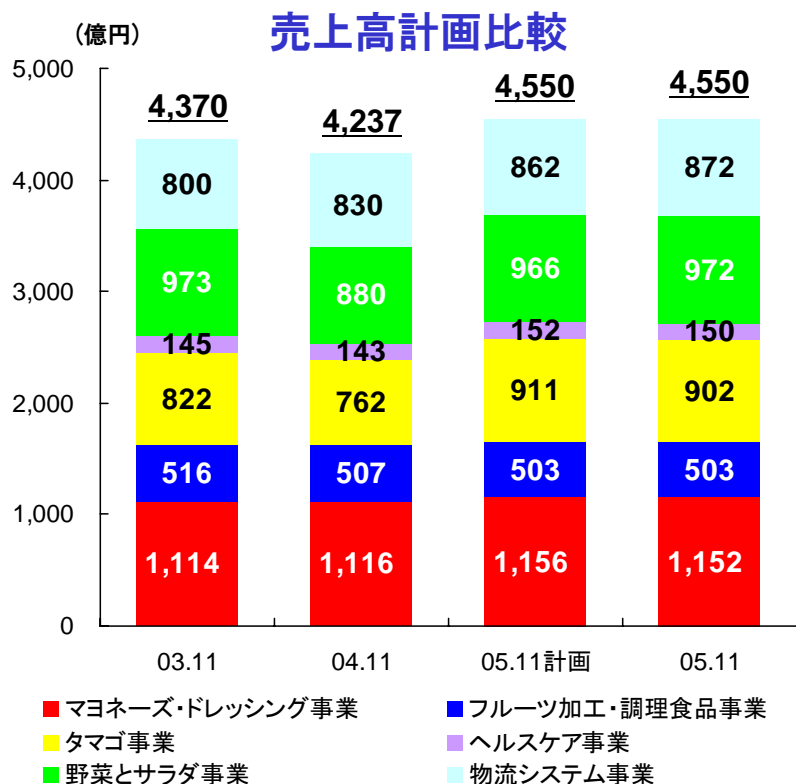
	05.11期 計画	05.11期	計画差	(億円) 計画比	(億円) 04.11期
売上高	4,550	4,550	±0	100.0%	4,237
営業利益	132	128	△4	97.0%	157
経常利益	130	128	△2	98.5%	155
当期純利益	57	55	△2	96.5%	70

※05.11期を04.11期と比較する際には、以下の内容を考慮してご確認ください。

事業	内容項目	売上高	限界利益	営業利益
タマゴ事業	素材品の販売移管による決算期調整の戻り	+70億円	+7億円	+1億円

05.11期  
事業別売上高の状況

# 前年対比313億円増加で計画達成



マヨネーズ・ドレッシング事業

- ドレッシングは前年対比32億円増で計画達成
- マヨネーズは未達ながら前年対比4億円増と増加へ転換

タマゴ事業

- タマゴ加工品は高付加価値品の拡大で計画達成
- タマゴ素材品は鶏卵相場予想差が影響し未達

ヘルスケア事業

- ダイエット志向商品の売上減が影響

野菜とサラダ事業

- サラダの領域拡大を狙った商品が順調に推移
- カット野菜とCVSベンダーも計画通り拡大

物流システム事業

- 専用センターの受注が貢献し、計画対比大幅増

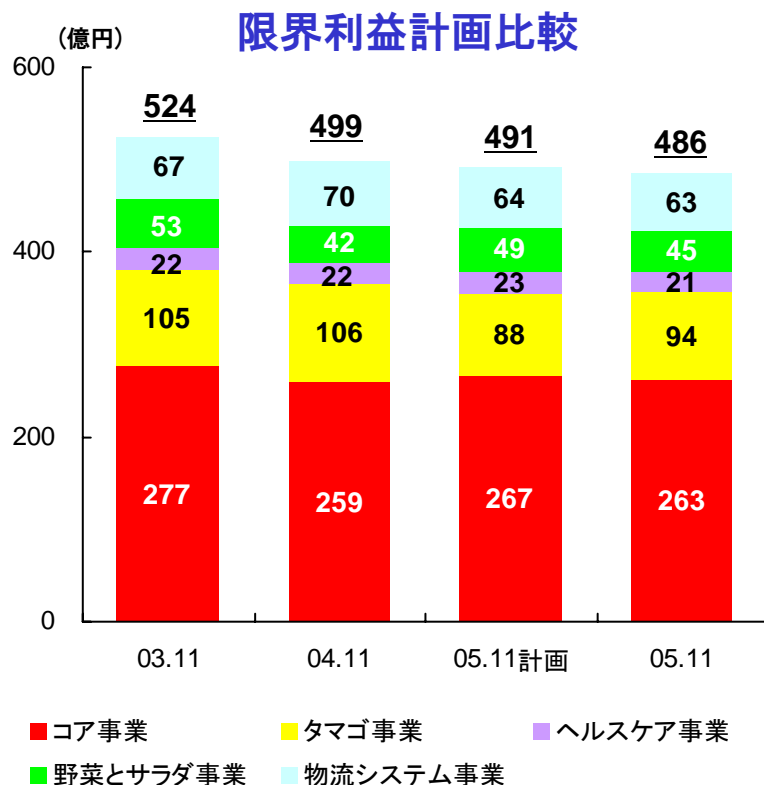
05.11期の状況 (詳細数値 P.20)

(億円)

	04.11	05.11計画	05.11	計画比	計画増減
マヨネーズ・ドレッシング事業	1,116	1,156	1,152	99.7%	△4
フルーツ加工・調理食品事業	507	503	503	100.0%	0
タマゴ事業	762	911	902	99.0%	△9
ヘルスケア事業	143	152	150	98.7%	△2
野菜とサラダ事業	880	966	972	100.6%	6
物流システム事業	830	862	872	101.2%	10
合計	4,237	4,550	4,550	100.0%	0

※鶏卵相場による売上高への影響は、計画比△5億円減(前年比64億円増)

# 計画未達ながらタマゴ事業の体質改善は進展



05.11期の状況 (詳細数値 P.20)

(億円)

	04.11	05.11計画	05.11	計画比	計画増減
コア事業	259	267	263	98.5%	△4
タマゴ事業	106	88	94	106.8%	6
ヘルスケア事業	22	23	21	91.3%	△2
野菜とサラダ事業	42	49	45	91.8%	△4
物流システム事業	70	64	63	98.4%	△1
合計	499	491	486	99.0%	△5

## コア事業

- サラダ調味料は高付加価値品の拡大が貢献し達成
- 新発売のディフェ（特保商品）やジャム・パスタソースの商品育成費増が影響

## タマゴ事業

- 相場対応力向上と付加価値化が進み計画比6億円増

(P.6参照)

## ヘルスケア事業

- 育児食の市場競争激化への販促対応が影響

## 野菜とサラダ事業

- 新工場の生産合理化の遅れなどで未達

# タマゴ事業は改善努力で鶏卵相場へ着実に対応

《05年の状況》

(億円)

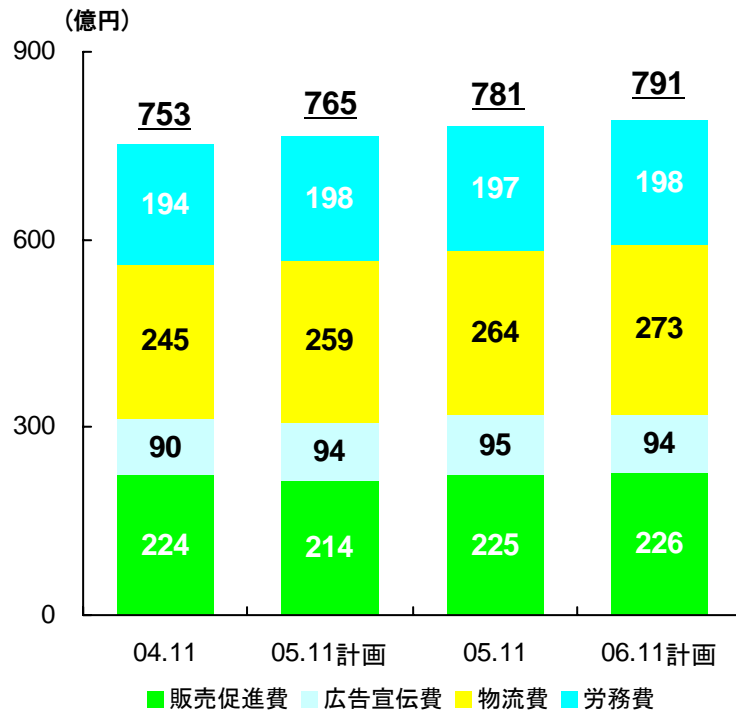
内容	前年差	計画差
相場の影響	△34	8
改善努力でカバー	40	0
相場以外の影響	△18	△2
上記による 限界利益影響	△12	6

※相場状況

(円/kg)	上期 (12~5月)			下期 (6~11月)					年間 (12~11月)		
	04年	05年	前年差	04年	05年 予想	05年	前年差	予想差	04年	05年	前年差
鶏卵	138	246	+108	188	210 前後	175	△13	△35	163	210	+47

# 販促費を主力商品の購買促進と新商品育成に投下

## 主要経費状況



05.11期状況と06.11期計画

(億円)

	04.11	05.11 計画	05.11	計画比	計画増減	06.11 計画
販売促進費	224	214	225	105.1%	11	226
広告宣伝費	90	94	95	101.1%	1	94
物流費	245	259	264	101.9%	5	273
労務費	194	198	197	99.5%	△1	198
(内 退職給付関連費用)	17	15	15	100.0%	0	13

## 05.11期の内容

### 販売促進費

#### ● 主力商品の購買促進

⇒ マヨネーズ、ドレッシング、ジャム など

#### ● 新商品、リニューアル品の育成

⇒ ディフェ、たらこソース、鍋物用たれ など

### 物流費

#### ● 日配品の販売数量増加で5億円増

#### ● 売上高比率は前年を維持

### 労務費

#### ● 労務諸費の減少

## 06.11期計画の内容

### ■ 販促費、広告費

#### ● 主力商品、育成商品への投下を継続

### ■ 物流費

#### ● 日配品の販売数量は増加するが効率化を推進

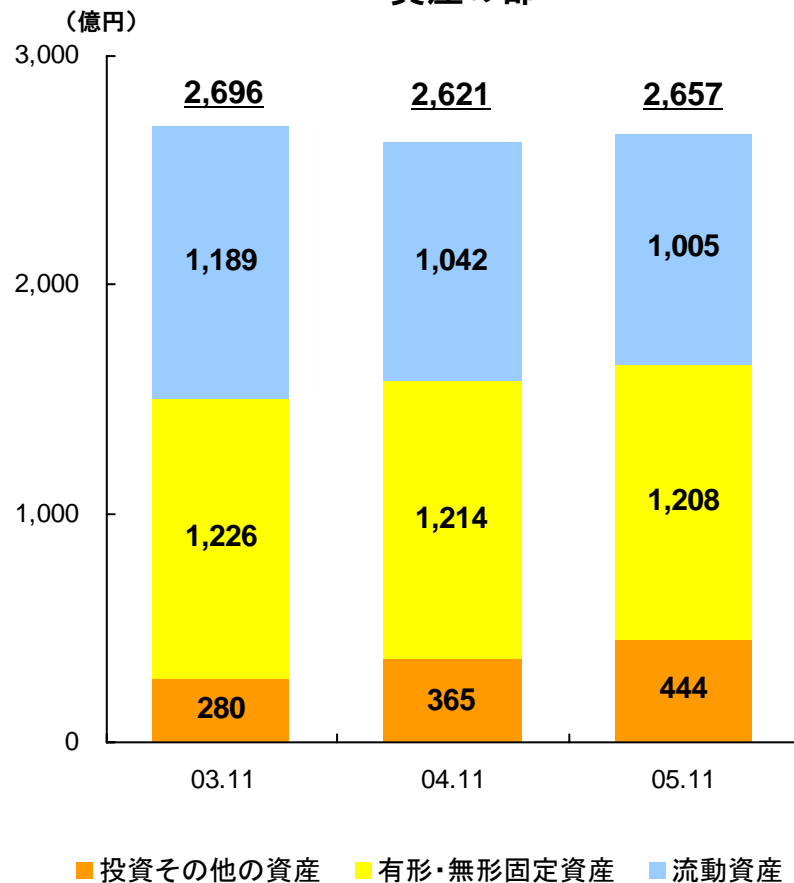
### ■ 労務費

#### ● 社会保険料などの増加

05.11期  
バランスシートの状況  
(資産の部)

## 総資産のポイント

### 資産の部



※繰延資産は投資その他の資産に含めて表記しております。

### 04.11期との比較

#### 流動資産は37億円減少

- ・社債償還等による現預金の減少  $\Delta$ 39億円

#### 有形・無形固定資産は6億円減少

- ・取得による増加 +122億円
- ・減価償却による減少  $\Delta$ 123億円

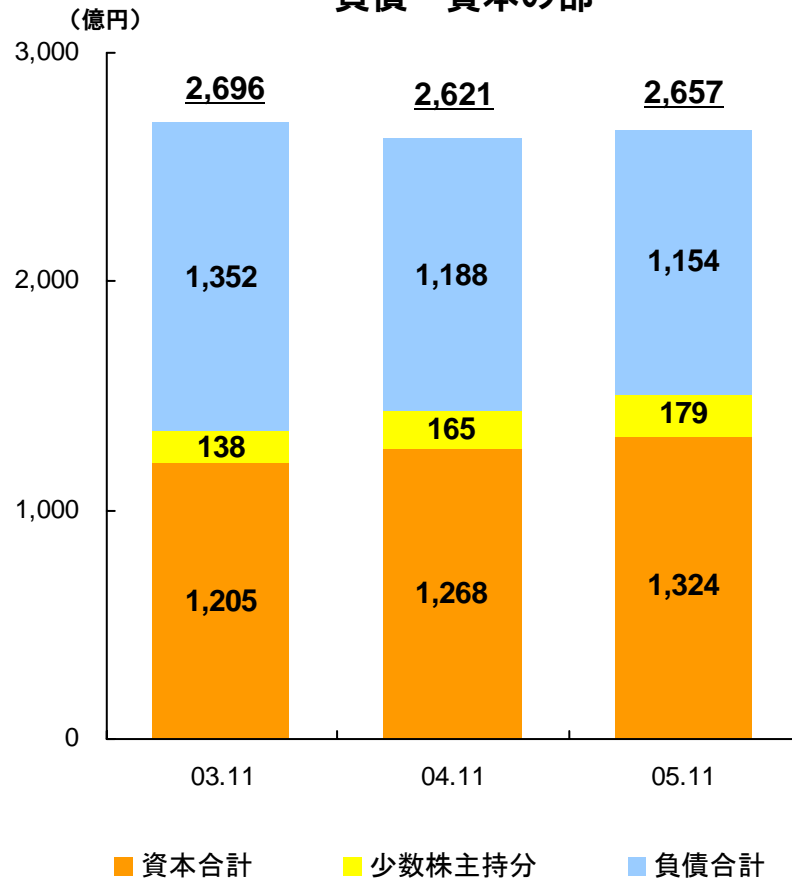
#### 投資その他の資産は81億円増加

- ・前払年金費用の増加 +41億円
- ・投資有価証券は株式評価上昇等 +27億円

05.11期  
バランスシートの状況  
(負債・資本の部)

## 負債・資本のポイント

### 負債・資本の部



### 04.11期との比較

#### 負債は34億円減少

- ・ 転換社債償還による減少  $\Delta 186$ 億円
- ・ 普通社債発行による増加  $+100$ 億円
- ・ 借入金の増加  $+41$ 億円

#### 少数株主持分は14億円増加

#### 資本は56億円増加

- ・ 利益剰余金の増加  $+33$ 億円
- ・ その他有価証券差額金の増加  $+26$ 億円
- ・ 自己株式の取得  $\Delta 2$ 億円

## キャッシュ・フローのポイント

(億円)

	04.11	05.11	増減	増減の内容
営業活動による キャッシュ・フロー	174	157	△ 17	<ul style="list-style-type: none"> <li>・税金等調整前当期純利益の減少 <span style="float: right;">△29</span></li> <li>・たな卸資産の減少 <span style="float: right;">8</span></li> </ul>
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 128	△ 116	12	<ul style="list-style-type: none"> <li>・有形固定資産の取得による支出の減少 <span style="float: right;">19</span></li> <li>・投資有価証券の売却による収入の増加 <span style="float: right;">8</span></li> <li>・貸付金の増加 <span style="float: right;">△16</span></li> </ul>
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 81	△ 74	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>・借入金の増加 <span style="float: right;">95</span></li> <li>・社債の発行による増加 <span style="float: right;">99</span></li> <li>・転換社債の満期償還による減少 <span style="float: right;">△186</span></li> </ul>
現金及び現金同等物 の増減	△ 35	△ 33	2	
現金及び現金同等物 の期末残高	165	131	△ 34	

## 06. 11期 実行計画

---

- (注)
- ・表示単位未満の数値を四捨五入しています。
  - ・「限界利益」は売上総利益から販売促進費や物流費などの販売直接費を控除した利益です。

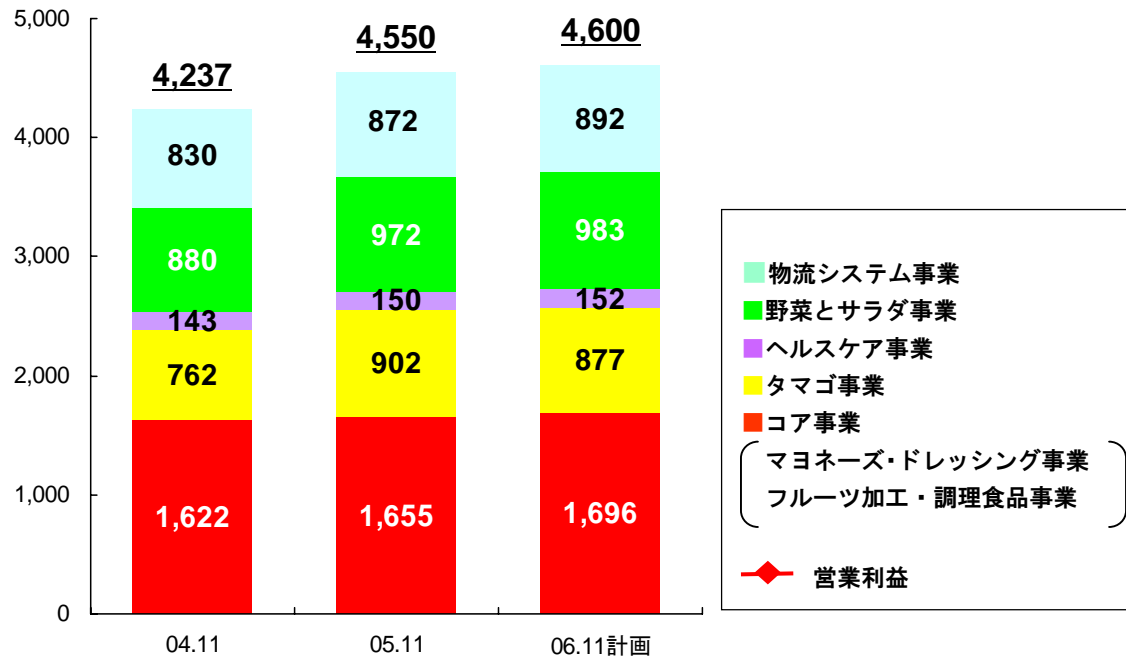
## 06.11期 実行計画

### 技術と事業力を高め、営業利益23%増

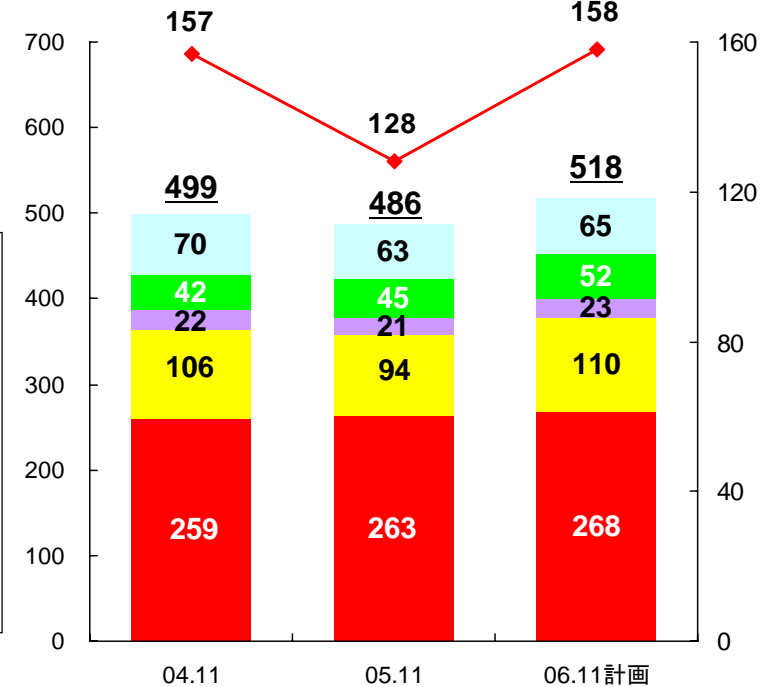
	05.11期	06.11期 計画	前年差	(億円) 前年比	(億円) <参考> 06.11期 中期計画
売上高	4,550	4,600	+50	101.1%	4,600
営業利益	128	158	+30	123.4%	193
経常利益	128	154	+26	120.3%	188
当期純利益	55	70	+15	127.3%	91

## 06.11期 事業別実行計画

売上高(億円) **事業別売上高計画**



限界利益(億円) **事業別利益計画** 営業利益(億円)



### 06.11期 実行計画の内訳

<売上高>

(億円)

	04.11	05.11	06.11計画	前年比	前年差
コア事業	1,622	1,655	1,696	102.5%	41
タマゴ事業	762	902	877	97.2%	△ 25
ヘルスケア事業	143	150	152	101.3%	2
野菜とサラダ事業	880	972	983	101.1%	11
物流システム事業	830	872	892	102.3%	20
合計	4,237	4,550	4,600	101.1%	50

<限界利益>

(億円)

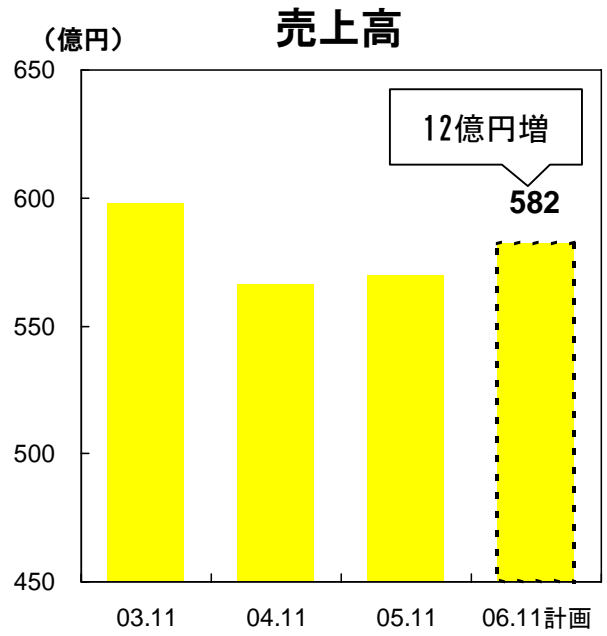
	04.11	05.11	06.11計画	前年比	前年差
コア事業	259	263	268	101.9%	5
タマゴ事業	106	94	110	117.0%	16
ヘルスケア事業	22	21	23	109.5%	2
野菜とサラダ事業	42	45	52	115.6%	7
物流システム事業	70	63	65	103.2%	2
合計	499	486	518	106.6%	32

マヨネーズ・  
ドレッシング事業  
の方向性

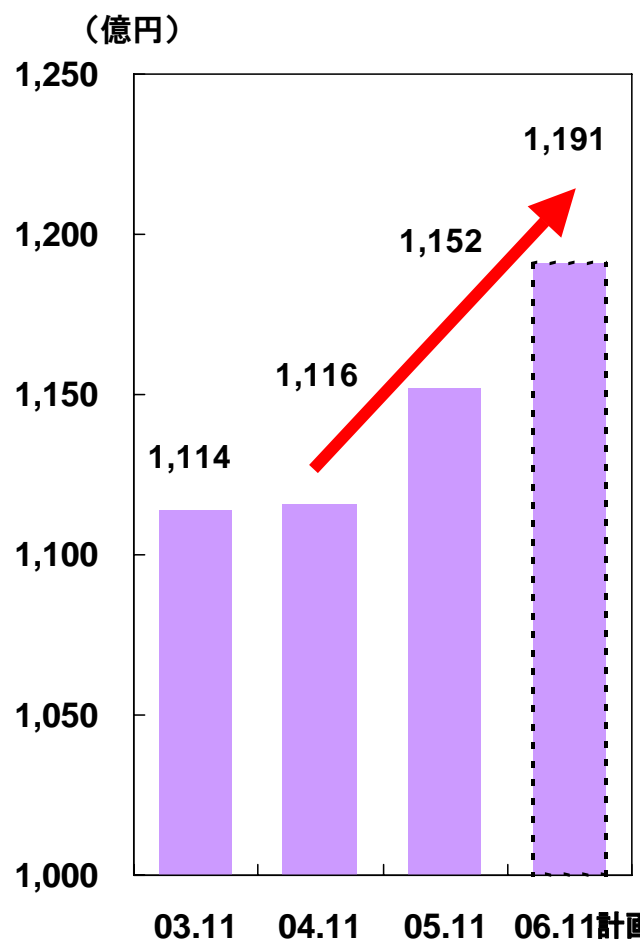
# オリジナル技術の活用で進化し続けるサラダまわり調味料

## マヨネーズ

- ・ 技術を活かした機能性商品と容量のラインナップを充実
- ・ 「すべてのお客様に満足いただけるマヨネーズ」として提案強化

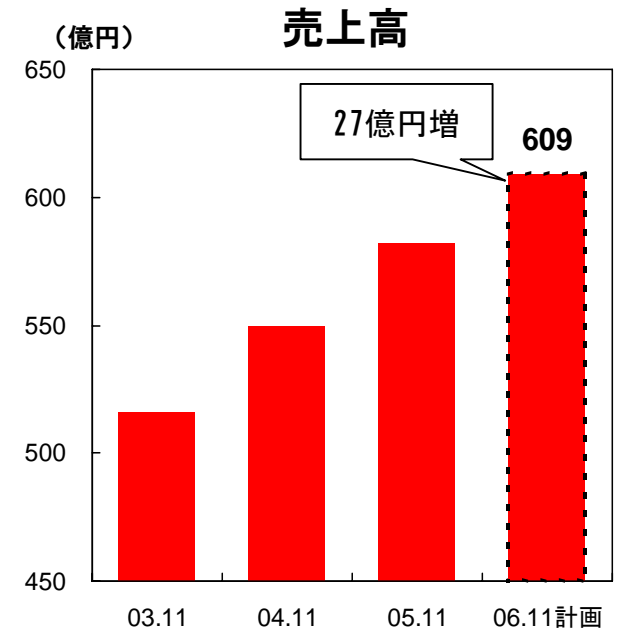


## サラダ調味料合計売上高



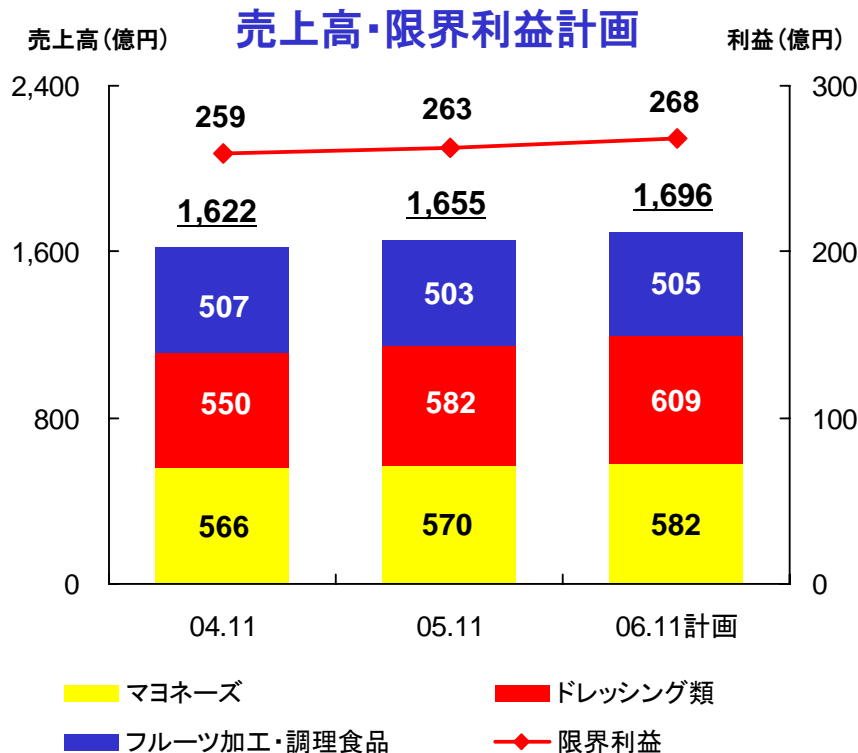
## ドレッシング

- ・ 豊富な品揃えと技術を活かした商品で時代に先駆けた商品展開
- ・ メニュー提案力で内・中・外食のサラダの世界を拡大



野菜はおいしいサプリメント

# 技術とおいしさの追求で商品力を高め増収増益



06.11期計画の内訳 (億円)

	04.11	05.11	06.11計画	前年比	前年差
マヨネーズ	566	570	582	102.1%	12
ドレッシング	550	582	609	104.6%	27
小計	1,116	1,152	1,191	103.4%	39
フルーツ加工・調理食品	507	503	505	100.4%	2
合計	1,622	1,655	1,696	102.5%	41
限界利益	259	263	268	101.9%	5

## 1. “世界初” オリジナル技術でマヨネーズを強化

- 「酸素吸収ボトル」によりおいしさを追及
- 2つの機能を持つ「キューピーディフェ」

カロリー50%カットで同時にコレステロールを下げる機能を持つマヨネーズタイプ

- 食品加工マーケットへの提案強化

加熱、冷凍後分離しないマヨネーズ  
ホイップ感の高いマヨネーズ

注) “世界初” は上記下線部分

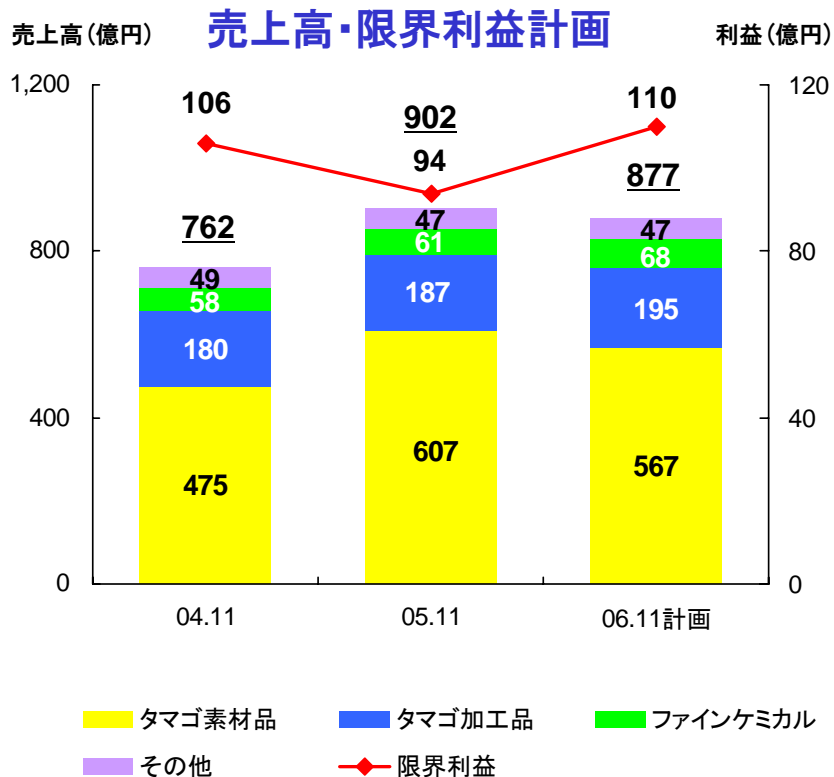
## 2. 「おいしさ」を究めた商品を拡大し利益牽引

- ごまの風味を活かす技術でNo.1商品を拡大  
⇒ 深煎りごまドレッシング、焙煎胡麻ドレッシング
- 新製品を投入しドレッシングを拡大  
⇒ 調理技術を駆使し、おいしさを追求

## 3. 上質市場への積極展開

- 「鍋物用たれ」市場に参入 売上高10億円
- 一流シェフとコラボでこだわりのおいしさを追求  
⇒ Italianteシリーズ 売上高 4億円

# 技術の深耕と商品開発強化で限界利益16億円増



06.11期計画の内訳

(億円)

	04.11	05.11	06.11計画	前年比	前年差
タマゴ素材品	475	607	567	93.4%	△40
タマゴ加工品	180	187	195	104.3%	8
ファインケミカル	58	61	68	111.5%	7
その他	49	47	47	100.0%	0
合計	762	902	877	97.2%	△25
限界利益	106	94	110	117.0%	16

※相場変動による売上高への影響は、前年比△45億円減を見込む

## 1. 新技術で付加価値を創造

- とろっと技術 「とろっとタマゴ」シリーズ (下記写真参照)
- ふんわり技術 「厚焼き卵」「スクランブルエッグ」等



<ひらけオムレツ>



<とろっとオムレツ>

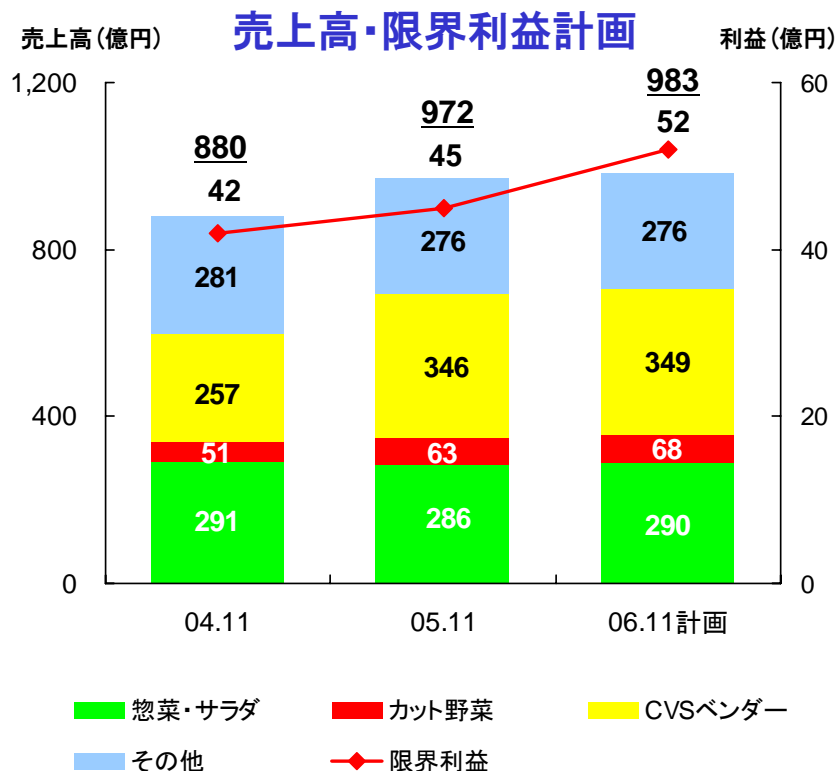
## 2. 技術の活用で商品開発を強化

- 卵黄風味封じ込め技術で、サンドイッチ具材の品位向上
- 加熱応用技術で卵のおいしさを追求した素材品を開発

## 3. ヒアルロン酸の積極的展開を加速

- 鶏冠抽出法と発酵法の2つの製法を持つ唯一のメーカーとして様々な用途を開拓
- 食品向けを中心に海外展開を推進

# グループの技術・商品開発力を活かし増益



06.11期計画の内訳

(億円)

	04.11	05.11	06.11計画	前年比	前年差
惣菜・サラダ	291	286	290	101.4%	4
カット野菜	51	63	68	107.9%	5
CVSベンダー	257	346	349	100.9%	3
その他	281	276	276	100.0%	0
合計	880	972	983	101.1%	11
限界利益	42	45	52	115.6%	7

## 1. ブランド惣菜の市場投入を本格化

- 加工調理技術を活かした「くいしん坊さん」シリーズを全国に拡大 (販売者：デリア食品㈱)



<いわしオリーブ油漬け> <うずら卵と豚角煮> <高野豆腐ふくめ煮>

売上高5億円を計画

## 2. 『キューピーならでは』のメニュー展開を加速

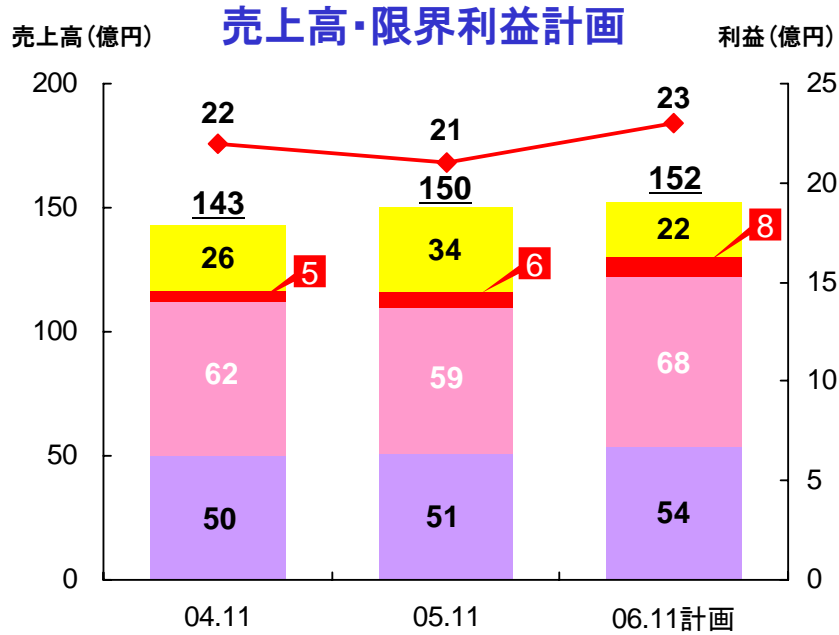
- ディフェを使用したヘルシーサラダの提案
- ヒアルロン酸を配合したドレッシングをインパック



<ディフェを使用したキットサラダ>

## 3. 『夢多採り(ムダ取り)』の追求で収益力向上

- 需要予測技術をシステム化し生産精度を向上
- 少量多品種の新生産方式を導入し効率化を推進

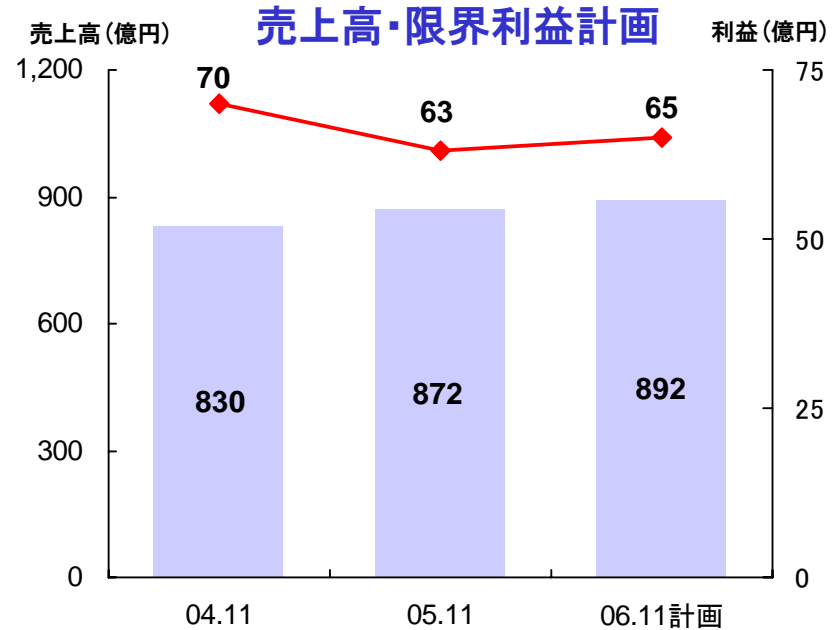


育児食      ヘルスフード      介護食  
その他      ◆ 限界利益

## ヘルスフードに注力し売上拡大を狙う

- 流動食に新たな機能性容器を投入し大幅増
- 生活習慣病対応食を在宅医療向けに拡充

(数値表 P. 20参照)



売上高      ◆ 限界利益

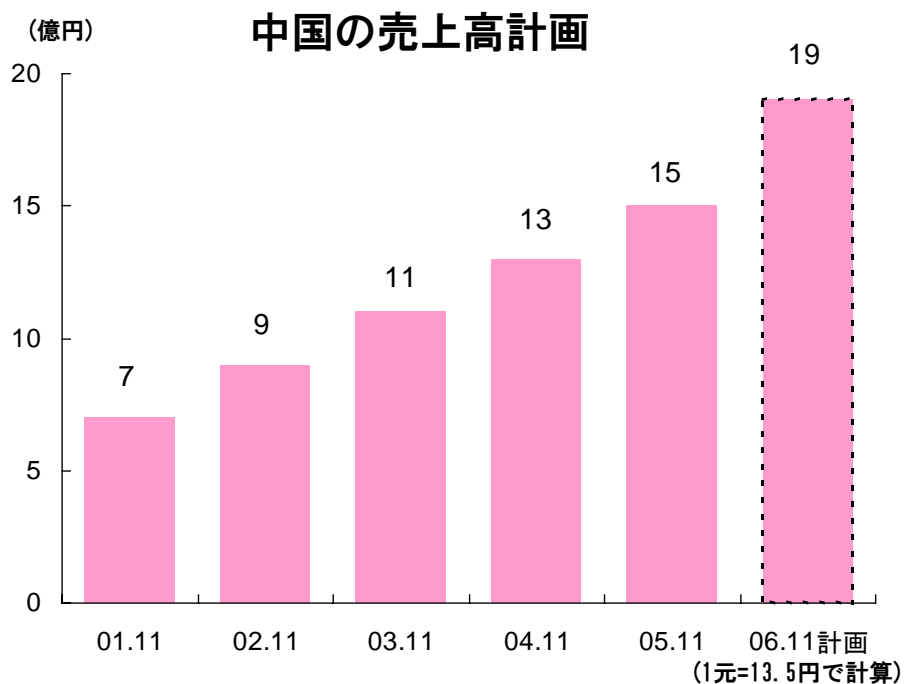
## 新規の顧客獲得を推進

- スルー事業（無在庫型小口輸配送）を強化
- 燃料コスト高の影響をカバーし増益

(数値表 P. 20参照)

参考資料 1

# 積極展開を加速する中国事業



## 今後の進め方

### 家庭用 「需要拡大」に注力

- 店頭でメニュー提案を積極的に展開
- 新製品拡大と料理雑誌へのブランド広告掲載

### 業務用 「市場開拓」を加速

- メニュー開発を促進し外食との取り組みを強化
- 飲料及び加工用ルートでの取り組みを強化

## 「丘比ブランド」の更なる認知アップ



<ハーフ>



<低糖度ジャム>

健康訴求の新製品で市場拡大を図る

## 業務用の販路拡大に向け、新工場稼働



北京工場の生産能力は70%アップ

# 公表数値まとめ

(億円)

	00.11	01.11	02.11	03.11	04.11	05.11	06.11計画
売上高	3,843	3,967	4,345	4,370	4,237	4,550	4,600
マヨネーズ・ドレッシング事業	1,051	1,077	1,106	1,114	1,116	1,152	1,191
マヨネーズ	599	607	618	598	566	570	582
ドレッシング	452	470	488	516	550	582	609
フルーツ加工・調理食品事業	536	516	528	516	507	503	505
タマゴ事業	800	789	827	822	762	902	877
タマゴ素材品	512	501	530	523	475	607	567
タマゴ加工品	189	187	197	193	180	187	195
ファインケミカル	43	42	46	53	58	61	68
その他	56	59	54	53	49	47	47
ヘルスケア事業	105	121	133	145	143	150	152
育児食	47	53	55	54	50	51	54
ヘルスフード	37	43	53	61	62	59	68
介護食	2	3	4	4	5	6	8
その他	19	23	21	26	26	34	22
野菜とサラダ事業	757	840	962	973	880	972	983
惣菜・サラダ	234	254	295	329	291	286	290
カット野菜	4	10	23	46	51	63	68
CVSベンダー	174	189	195	217	257	346	349
その他	345	387	449	380	281	276	276
物流システム事業	594	624	789	800	830	872	892
限界利益	479	492	525	524	499	486	518
コア事業	281	283	284	277	259	263	268
タマゴ事業	101	104	103	105	106	94	110
ヘルスケア事業	17	20	20	22	22	21	23
野菜とサラダ事業	29	32	50	53	42	45	52
物流システム事業	51	53	68	67	70	63	65
販売促進費	180	211	228	219	224	225	226
広告宣伝費	73	85	88	91	90	95	94
物流費	218	227	246	249	245	264	273
労務費	210	196	207	195	194	197	198
(内、退職給付関連費用)	—	—	—	14	17	15	13
設備投資	146	172	229	135	138	122	141
減価償却費	101	103	124	131	126	123	124

## **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等に関しまして、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。