

愛は食卓にある。



2023年度上期

決算説明資料

キューピー株式会社 2023年7月5日

愛は食卓にある。



1. 2023年度上期 概要
2. 下期および今後の取り組み
3. 参考資料

本資料の記載について

- 本資料における記載金額は、億円表示の場合は億円未満を四捨五入しています。
- 海外の数値は、10月-9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-11月が対象となります。
- 海外の2023年度上期の前年差の合計には、為替影響（売上高+35億円、営業利益+3億円）が含まれます。2023年度通期計画の前年差の合計には、為替影響（売上高+40億円、営業利益+4億円）が含まれます。

1. 2023年度上期 概要

業績概要

売上高 **2,204億円**
 増収 (+129億円)

+55億円
+46億円

- 業務用の価格改定・鶏卵相場による単価上昇
- 海外伸長による増収

営業利益 **68億円**
 減益 (△74億円)

+95億円
△113億円
△46億円

- 価格改定効果
- 主原料高騰の影響
- エネルギー・一般原資材高騰の影響

経常利益 **76億円**
 減益 (△74億円)

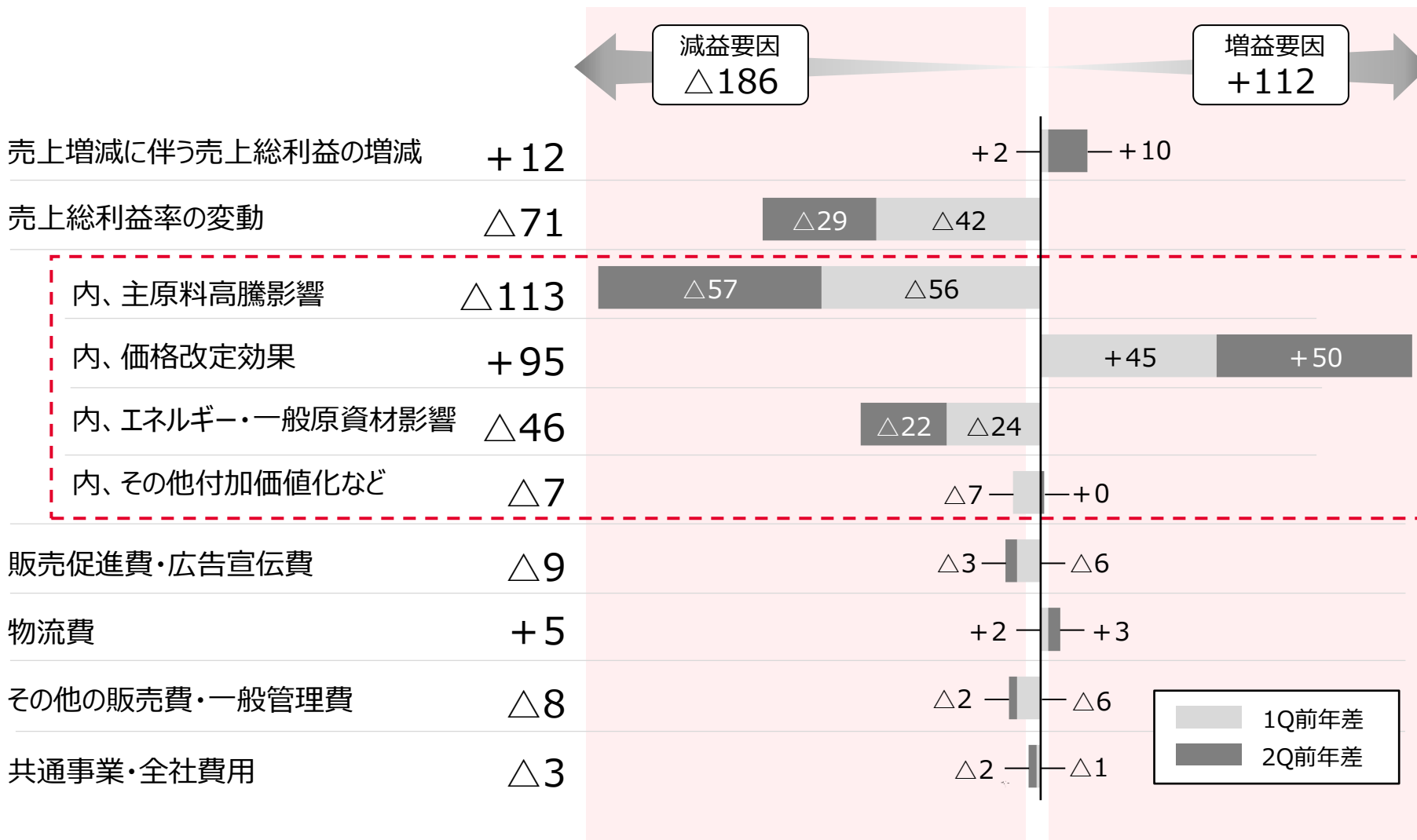
親会社株主に帰属する
四半期純利益 **48億円**
 減益 (△41億円)

(単位：億円)	2022年度	2023年度 実績	前年差	増減率
売上高	2,075	2,204	+129	+6%
国内	1,777	1,860	+82	+5%
海外	298	344	+46	+15%
営業利益	142	68	△74	△52%
国内	130	66	△64	△49%
海外	41	35	△6	△15%
全社費用	△29	△32	△3	—
経常利益	150	76	△74	△50%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	89	48	△41	△46%
営業利益率	6.9%	3.1%	△3.8%	

営業利益

2023年度上期 **68**億円 前年差 **△74**億円

(単位：億円)



2023年度上期 セグメント別売上高・事業利益

売上高

2023年度上期 **2,204**億円 前年差 **+129**億円 増減率 **+6%**

(単位：億円)	2022年度 上期	2023年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
市販用	857	872	+16	+2%	△7	+23
業務用	759	814	+55	+7%	+57	△2
海外	298	344	+46	+15%	+17	+29
フルーツソリューション	84	83	△1	△1%	+1	△2
ファインケミカル	50	57	+6	+13%	+4	+3
共通	27	33	+6	+22%	△1	+6

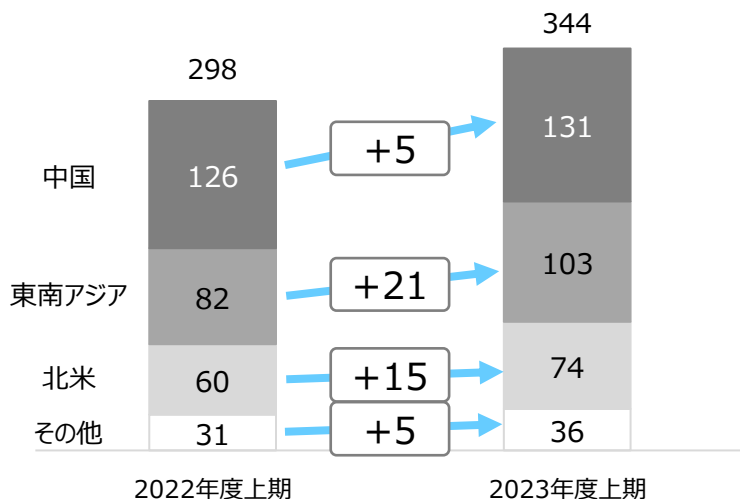
事業利益

2023年度上期 **68**億円 前年差 **△74**億円 増減率 **△52%**

(単位：億円)	2022年度 上期	2023年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
市販用	74	44	△30	△40%	△24	△6
業務用	41	14	△28	△67%	△13	△15
海外	41	35	△6	△15%	△8	+2
フルーツソリューション	3	2	△1	△31%	△0	△1
ファインケミカル	5	△1	△6	-	△5	△2
共通	7	7	+0	+7%	+0	+0
全社費用	△29	△32	△3	-	△1	△2

売上高

2023年度上期 **344**億円 前年差 **+46**億円 増減率 **+15%**

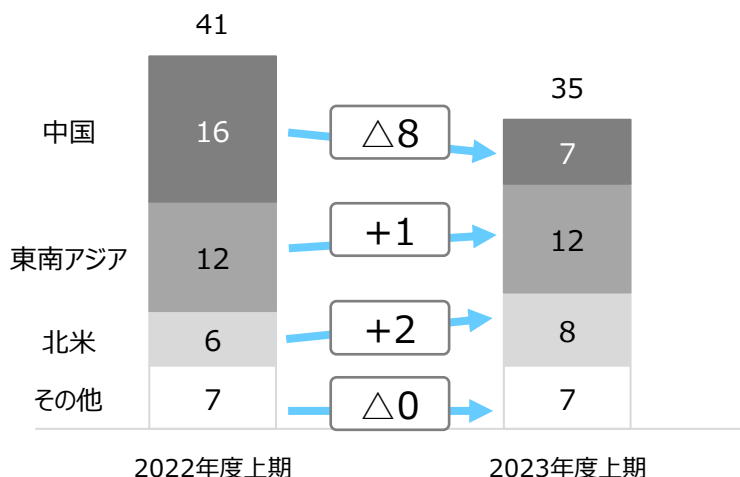


(単位：億円)	2023年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
中国	131	+5	+4%	△3	+9
東南アジア	103	+21	+26%	+11	+10
北米	74	+15	+24%	+8	+7

※為替影響 売上高(前年差)+35億円

事業利益

2023年度上期 **35**億円 前年差 **△6**億円 増減率 **△15%**



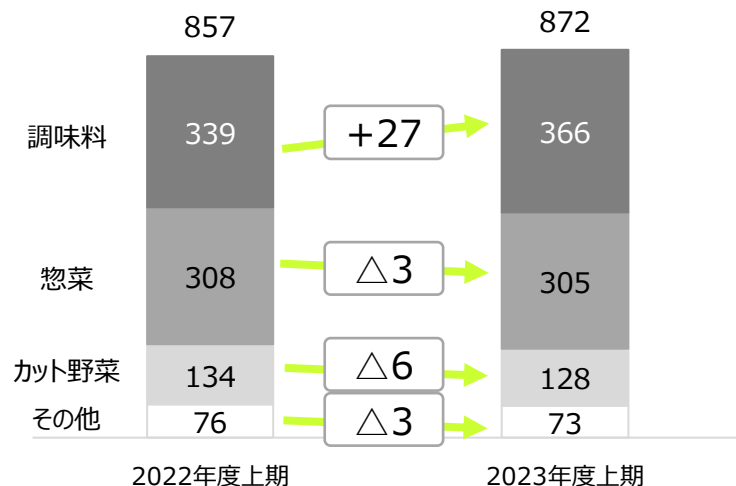
(単位：億円)	2023年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
中国	7	△8	△53%	△7	△1
東南アジア	12	+1	+5%	△0	+1
北米	8	+2	+29%	+0	+2

※為替影響 事業利益(前年差)+3億円

2023年度上期 市販用の業績増減(前年差)

売上高

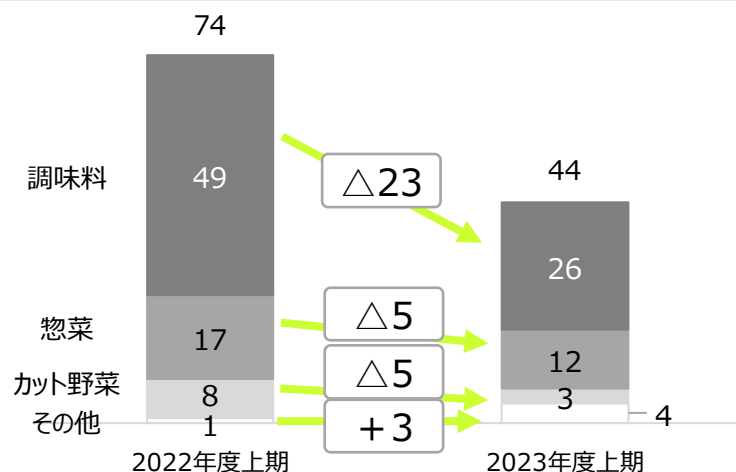
2023年度上期 **872**億円 前年差 **+16**億円 増減率 **+2%**



(単位：億円)	2023年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
調味料	366	+27	+8%	△3	+30
惣菜	305	△3	△1%	△1	△2
カット野菜	128	△6	△4%	△3	△3

事業利益

2023年度上期 **44**億円 前年差 **△30**億円 増減率 **△40%**

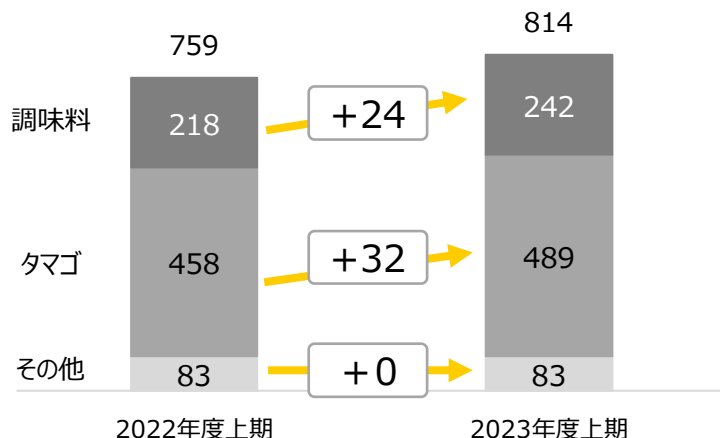


(単位：億円)	2023年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
調味料	26	△23	△47%	△19	△4
惣菜	12	△5	△31%	△4	△1
カット野菜	3	△5	△62%	△2	△2

2023年度上期 業務用の業績増減(前年差)

売上高

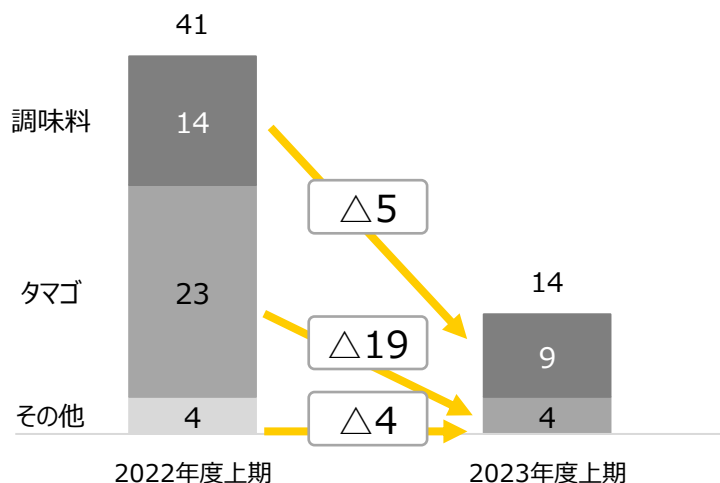
2023年度上期 **814**億円 前年差 **+55**億円 増減率 **+7%**



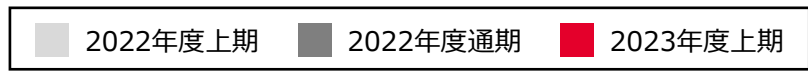
(単位: 億円)	2023年度上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
調味料	242	+24	+11%	+9	+15
タマゴ	489	+32	+7%	+51	△20

事業利益

2023年度上期 **14**億円 前年差 **△28**億円 増減率 **△67%**

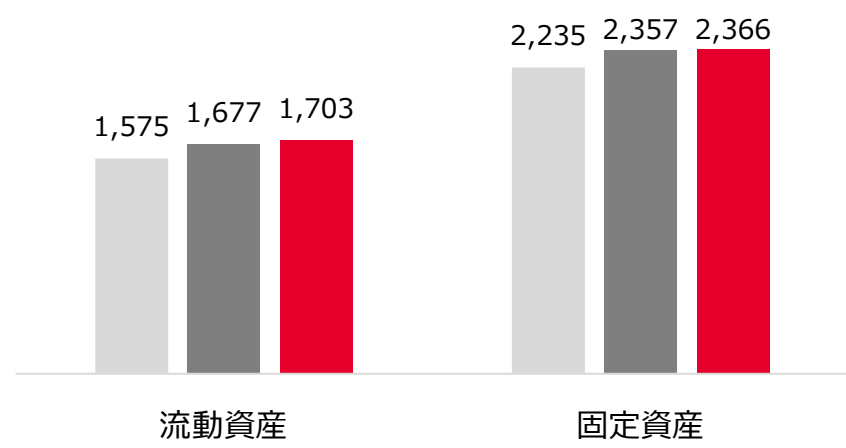


(単位: 億円)	2023年度上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
調味料	9	△5	△35%	△4	△1
タマゴ	4	△19	△84%	△6	△14

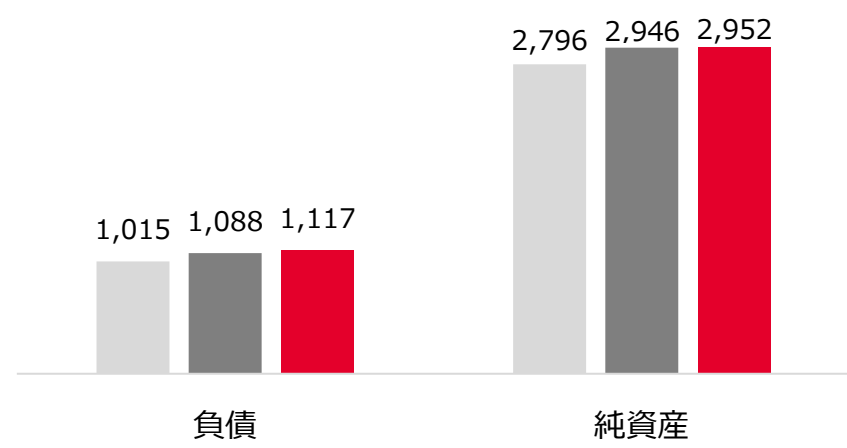


(単位：億円)

資産の部



負債・純資産の部



流動資産 **+26億円**

- ・棚卸資産の増加 \uparrow +47
- ・売掛債権の増加 \uparrow +11
- ・現預金の減少 \downarrow △38

固定資産 **+9億円**

- ・投資有価証券の増加 \uparrow +21
- ・建物及び構築物の減少 \downarrow △15

負債 **+29億円**

- ・未払金の減少 \downarrow △40
- ・仕入債務の増加 \uparrow +29
- ・その他固定負債の増加 \uparrow +26

純資産 **+6億円**

- ・為替換算調整勘定の減少 \downarrow △22
- ・利益剰余金の増加 \uparrow +10
- ・その他有価証券評価差額金の増加 \uparrow +9

2. 下期および今後の取り組み

業績概要

売上高

4,470億円
 増収 (+167億円)

+107億円

+34億円

- 海外伸長による増収
- 業務用の価格改定・鶏卵相場による単価上昇

営業利益

140億円
 減益 (△114億円)

+187億円

△188億円

△96億円

- 価格改定効果
- 主原料高騰の影響
- エネルギー・一般原資材高騰の影響

経常利益

158億円
 減益 (△114億円)

 親会社株主に帰属する
 当期純利益

85億円

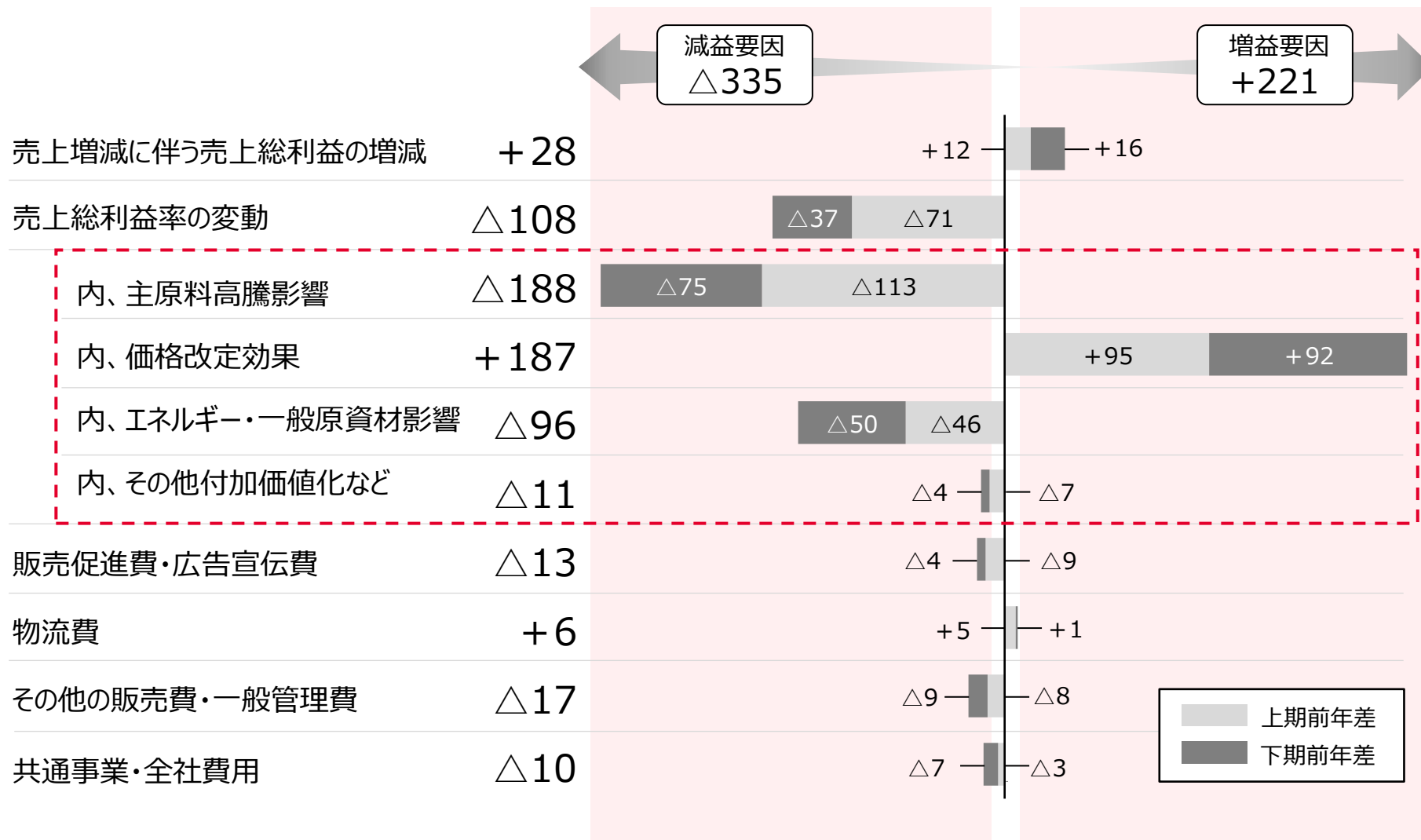
減益 (△75億円)

(単位：億円)	2022年度	2023年度 計画	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
売上高	4,303	4,470	+167	+4%	+129	+38
国内	3,640	3,700	+60	+2%	+82	△23
海外	663	770	+107	+16%	+46	+61
営業利益	254	140	△114	△45%	△74	△40
国内	231	118	△113	△49%	△64	△49
海外	85	92	+7	+9%	△6	+14
全社費用	△62	△70	△8	—	△3	△5
経常利益	272	158	△114	△42%	△74	△40
親会社株主に帰属する 当期純利益	160	85	△75	△47%	△41	△34
営業利益率	5.9%	3.1%	△2.8%		△3.8%	△1.9%

営業利益

2023年度 **140**億円 前年差 **△114**億円

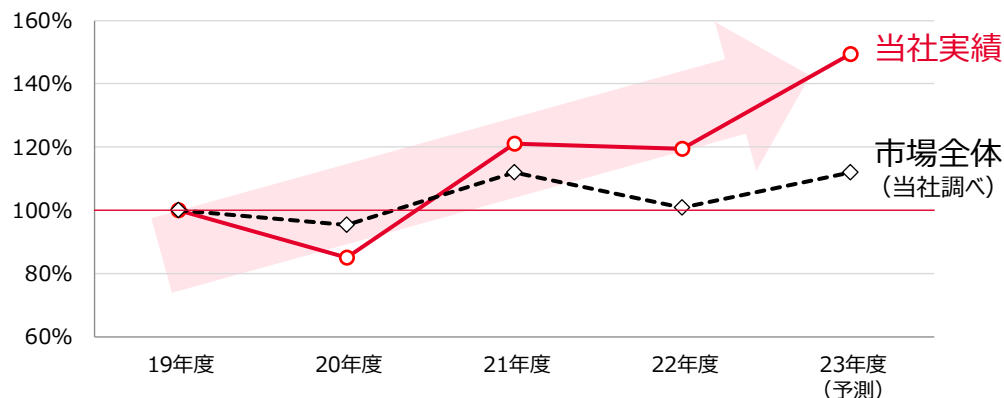
(単位：億円)



変化への対応力（業務用）

春節以降の外食の急速な回復に対応

19年度を100とした場合の売上推移(現地通貨ベース)



さまざまな業態に提案ができる強みを活かし、状況の変化にスピーディに対応が可能



ローカルニーズへの対応（家庭用）

嗜好性と適切な価格を備えた商品投入や買い場の変化への対応で、食卓出現率の向上を図る



ごまドレッシングシリーズ
(大拌菜、藤椒、カロリーーフ)



油醋汁
(現地の方が慣れ親しんだ味)



EC専用品
(ごまドレッシング)

タマゴの影響

国内の供給体制回復には時間がかかる

過去最大の発生

鶏卵不足により
相場高騰×供給逼迫



- ① 相場高騰による原価上昇
- ② タマゴ商品や関連商品を販売抑制
- ③ 生産工場の稼働率低下

今後の取り組み

事業構造を変え、収益性を改善

① 当面の安定供給体制の構築

- 国内調達のみならずさらなる工夫
- 在庫品を多く持つことによる有事の準備
- 海外からの殻付卵の調達

② 中長期の取り組み

- 行政や業界と連携した産業価値向上
- グローバル調達強化
- 技術を活かした付加価値品へ資源集中

市場の変化

市販用

健康意識の高まり

**サラダの出現率低下
二極化**

業務用

外食の回復/人手不足

今後の取り組み

市場の変化をとらえ、基幹商品の強化と成長領域へ対応

市販用

- 深煎りごまなど基幹商品に資源を投下
- 多様なニーズに合わせた容量対応強化
- 健康訴求品強化



ごまドレラインアップ



健康訴求品

全社



サラダファースト
食卓にサラダがあると。

サラダをあらゆる
食シーンに登場させる

業務用

- 胡麻など基幹商品のラインアップ拡充
- オイル低減商品の拡充
- 高付加価値品の展開



胡麻ドレラインアップ



高付加価値品

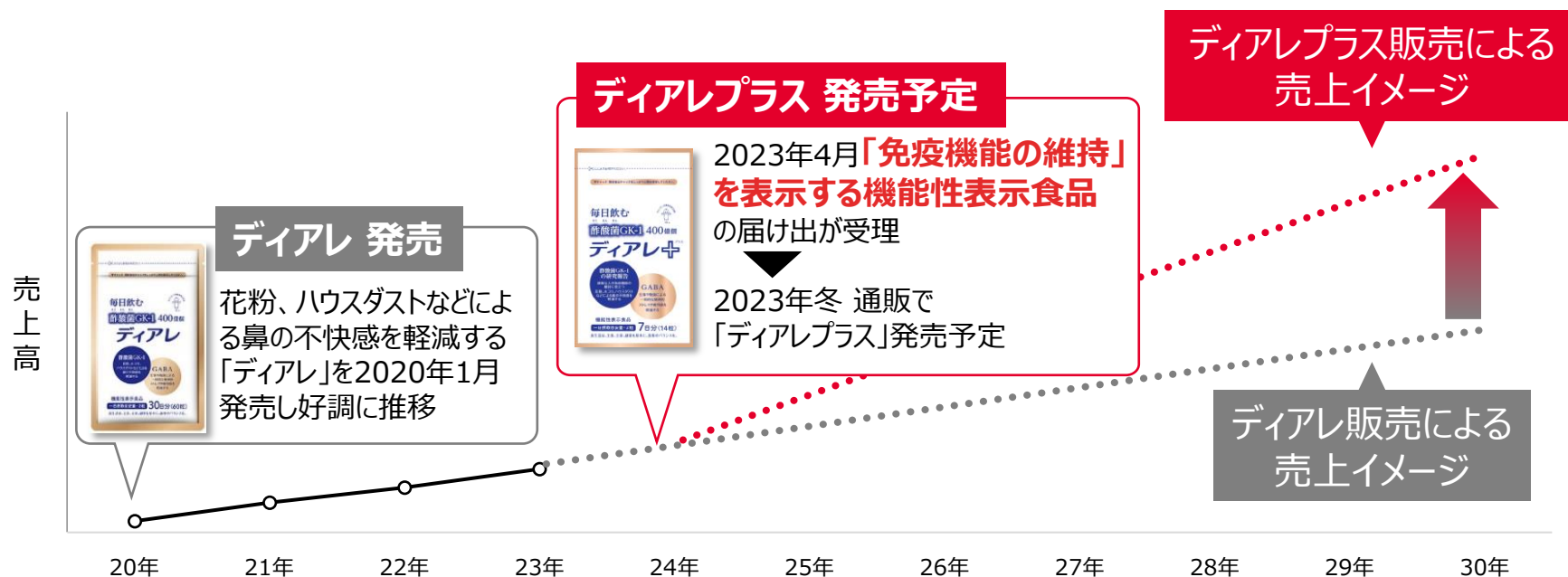


キューピーの 酢酸菌GK-1の 特長

- 特長1 多様な健康機能を持つ酢酸菌を見出した
- 特長2 この酢酸菌の大量安定生産に世界で初めて成功
- 特長3 安定性に優れており、多様な食品への展開が可能

新商品投入で売上拡大

今後、サプリメントだけでなく「自社グループ商品での展開」「他社への原料供給」を通じて、**キューピーグループの次の柱に育成**



3. 参考資料

(単位：億円)	2022年度 上期	2023年度 上期	前年差	増減率	2023年度計画		
					計画	前年差	増減率
市販用	857	872	+16	+2%	1,744	+10	+1%
調味料	339	366	+27	+8%	745	+52	+7%
惣菜	308	305	△3	△1%	596	△23	△4%
カット野菜	134	128	△6	△4%	258	△12	△5%
その他	76	73	△3	△4%	145	△6	△4%
業務用	759	814	+55	+7%	1,622	+34	+2%
調味料	218	242	+24	+11%	498	+46	+10%
タマゴ	458	489	+32	+7%	961	△12	△1%
その他	83	83	+0	+0%	163	+0	+0%
海外	298	344	+46	+15%	770	+107	+16%
中国	126	131	+5	+4%	326	+42	+15%
東南アジア	82	103	+21	+26%	210	+30	+16%
北米	60	74	+15	+24%	164	+20	+14%
その他	31	36	+5	+17%	70	+15	+27%
フルーツ ソリューション	84	83	△1	△1%	170	+5	+3%
ファインケミカル	50	57	+6	+13%	110	+10	+10%
共通	27	33	+6	+22%	54	+1	+1%
合計	2,075	2,204	+129	+6%	4,470	+167	+4%

※ 海外の前年差には、為替影響(2023年度上期前年差：売上高+35億円、2023年度計画前年差：売上高+40億円)が含まれています。

(単位：億円)	2022年度 上期	2023年度 上期	前年差	増減率	2023年度計画		
					計画	前年差	増減率
市販用	74	44	△30	△40%	82	△52	△39%
調味料	49	26	△23	△47%	57	△37	△39%
惣菜	17	12	△5	△31%	17	△11	△38%
カット野菜	8	3	△5	△62%	6	△7	△53%
その他	1	4	+3	+352%	2	+2	+2,757%
業務用	41	14	△28	△67%	14	△55	△80%
調味料	14	9	△5	△35%	18	△5	△21%
タマゴ	23	4	△19	△84%	0	△41	△100%
その他	4	0	△4	△90%	△4	△9	—
海外	41	35	△6	△15%	92	+7	+9%
中国	16	7	△8	△53%	38	+4	+11%
東南アジア	12	12	+1	+5%	27	+4	+18%
北米	6	8	+2	+29%	18	+4	+25%
その他	7	7	△0	△4%	9	△4	△32%
フルーツ ソリューション	3	2	△1	△31%	2	△1	△37%
ファインケミカル	5	△1	△6	—	10	△3	△21%
共通	7	7	+0	+7%	10	△2	△17%
全社費用	△29	△32	△3	—	△70	△8	—
合計	142	68	△74	△52%	140	△114	△45%

※ 海外の前年差には、為替影響(2023年度上期前年差：営業利益+3億円、2023年度計画前年差：営業利益+4億円)が含まれています。

2023年度上期

(単位：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	前年差
市販用	+1	△31	△2	+0	+2	△30
業務用	△5	△28	△1	+5	+1	△28
海外	+11	△7	△2	+0	△8	△6
フルーツ ソリューション	+0	△2	+0	+0	+0	△1
ファインケミカル	+5	△4	△4	△0	△2	△6
合計	+12	△71	△9	+5	△8	△71

2023年度計画

(単位：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	前年差
市販用	△6	△49	△2	+1	+3	△52
業務用	△13	△45	△1	+9	△5	△55
海外	+35	△9	△5	△3	△12	+7
フルーツ ソリューション	+3	△2	△1	△1	△1	△1
ファインケミカル	+7	△4	△4	△0	△2	△3
合計	+28	△108	△13	+6	△17	△104

(単位：億円)		2023年度上期		2023年度計画	
売上増減に伴う売上総利益の増減			+12		+28
売上高影響	海外での売上伸長	+11	+12	海外の売上伸長	+35
	業務用の販売減少	△5		業務用の販売減少	△13
	ファインケミカルの販売増加	+5		ファインケミカルの販売増加	+7
売上総利益率の変動			△71		△108
製造コスト影響	業務用の操業度低下	△13	△17	業務用の操業度低下	△23
	市販用の操業度低下	△3		市販用の操業度低下	△2
主原料コスト影響	調味料の主原料	△87	△113	調味料の主原料	△135
	国内鶏卵相場影響	△26		国内鶏卵相場影響	△52
その他	エネルギーコスト・一般原資材	△46	+56	エネルギーコスト・一般原資材	△96
	価格改定効果	+95		価格改定効果	+187
販売促進費・広告宣伝費			△9		△13
販売促進費・広告宣伝費	海外の販促活動の再開	△2	△9	海外の販促活動の再開	△5
	ファインケミカルの広告宣伝費	△4		ファインケミカルの広告宣伝費	△4
物流費			+5		+6
物流費	業務用の物量の減少	+5	+5	業務用の物量の減少	+9
その他の販売費・一般管理費			△8		△17
その他販売費・一般管理費	基幹システムの導入に伴う経費・労務費の増加 など	△8	△8	基幹システムの導入に伴う経費・労務費の増加 など	△17

(単位：億円)

2023年度上期

	2022年度 上期	2023年度 上期	前年差	主な要因
営業利益	142	68	△74	
営業外損益	7	7	△0	<ul style="list-style-type: none"> 受取利息の増加 +1 貸倒引当金の増加 △1
経常利益	150	76	△74	
特別損益	△3	1	+4	<ul style="list-style-type: none"> 受取補償金の増加 +2 固定資産除却損の減少 +2
税引前利益	146	77	△70	
法人税等 非支配株主に帰属する四半期純利益	57	29	△29	
親会社株主に帰属する四半期純利益	89	48	△41	

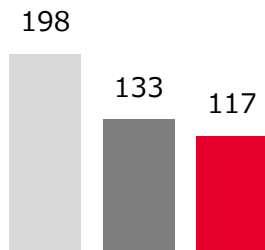
2023年度計画

	2022年度	2023年度 計画	前年差	主な要因
営業利益	254	140	△114	
営業外損益	18	18	△0	<ul style="list-style-type: none"> 受取利息の増加 +1 支払利息の増加 △1
経常利益	272	158	△114	
特別損益	△6	0	+6	<ul style="list-style-type: none"> 投資有価証券売却益の増加 +2 受取補償金の増加 +2 受取和解金の増加 +2
税引前利益	266	158	△108	
法人税等 非支配株主に帰属する当期純利益	106	73	△33	
親会社株主に帰属する当期純利益	160	85	△75	

(単位：億円)

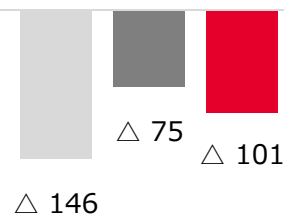
2021年度上期 2022年度上期 2023年度上期

営業キャッシュ・フロー



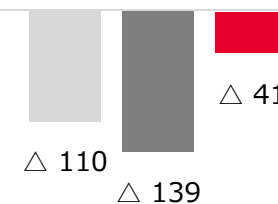
	前年増減
税金等調整前 四半期純利益の減少	↓ △70
法人税等の 支払額の減少	↑ +30
補償金の受取額の増加	↑ +17

投資キャッシュ・フロー



	前年増減
有形固定資産の 取得による支出の増加	↓ △25

財務キャッシュ・フロー









	前年増減
長期借入金の 返済による支出の減少	↑ +100

設備投資の状況

 2023年度上期 **94**億円 2023年度計画 **195**億円

(単位：億円)		2021年度 上期	2022年度 上期	2023年度 上期
マヨネーズ	国内	234	243	274
	海外	127	156	184
ドレッシング	国内	196	182	193
	海外	66	80	92
合計	国内	430	425	467
	海外	193	236	276
	計	623	661	743

重点課題	取り組みテーマ	指標	2023年度 上期	2024年度 目標	2030年度 目標	SDGsとの 関連付け
食と健康 への貢献	健康寿命延伸 への貢献	一人ひとりの食のパートナーとして ・1日当たりの野菜摂取量の目標値350gの達成に貢献 ・たんぱく質の摂取に貢献するために卵の消費量アップを推進				
	子どもの心と体 の健康支援	私たちの活動で創る子どもの笑顔の数 (2019年度からの累計)	31.6万人	40万人以上	100万人以上	
資源の 有効活用・ 循環	食品ロスの 削減・有効活用	食品残さ削減率 (2015年度比)	57.7%	50%以上	65%以上	
		野菜未利用部有効活用率 主要野菜：キャベツなど(当年)	82.3%	70%以上	90%以上	
		商品廃棄量削減率 (2015年度比)	75.5%	60%以上	70%以上	
	プラスチック の削減・再利用	プラスチック排出量削減率 (2018年度比)	年1回算出	8%以上	30%以上	
	水資源 の持続的利用	水使用量(原単位)削減率 (2020年度比)	0.3%	3%以上	10%以上	
気候変動 への対応	CO ₂ 排出量 の削減	CO ₂ 排出量削減率 (2013年度比)	32.8%	30%以上	50%以上	
生物多様性 の保全	生物多様性 の保全	生物多様性の保全に努め、豊かな自然の恵みを次世代につないでいくために、「キューピーグループ 生物多様性方針」を推進				
持続可能 な調達	持続可能な調達 の推進	お取引先との協働によって「持続可能な調達のための基本方針」を推進				
人権の 尊重	人権の尊重	ビジネスに関わるすべての人の人権を尊重するために「キューピーグループ 人権方針」を推進				

※「食品残さ削減率」の指標には「野菜未利用部有効活用率」も含まれています。

※サステナビリティ目標は国内の数値となっています。

Topics 1

キューピーマレーシア事業所内で太陽光発電を開始

KEWPIE MALAYSIA SDN.BHD.に太陽光パネルを設置し、2023年1月から発電を開始。これにより、CO₂排出量が年間約410トン削減できる見通しで、すでに対応している他の海外事業所を合わせると2023年は約2,800トンの削減予定。



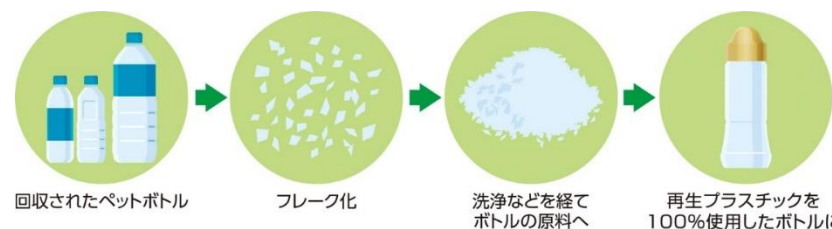
Topics 2

100%再生PET樹脂ボトルをドレッシング容器に採用

テイステイドレッシングと機能性表示食品のドレッシングに、国内調味料として初めて※1、100%再生プラスチック（PET樹脂）※2を使用したリサイクルボトルを採用し、8月から順次出荷を開始。これにより、新たなプラスチック使用量を年間で約460トン削減できる見込み（前年出荷実績に基づく当社試算）。

※1 キューピー調べ

※2 主に清涼飲料水用のペットボトルを回収し、粉砕・洗浄後、高温下で一定時間処理し、汚れを除去する方法「メカニカルリサイクル（物理的再生法）」で再生したPET樹脂。



回収されたペットボトル

フレーク化

洗浄などを経て
ボトルの原料へ

再生プラスチックを
100%使用したボトルに

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 I R チーム
TEL : 03-3486-3331