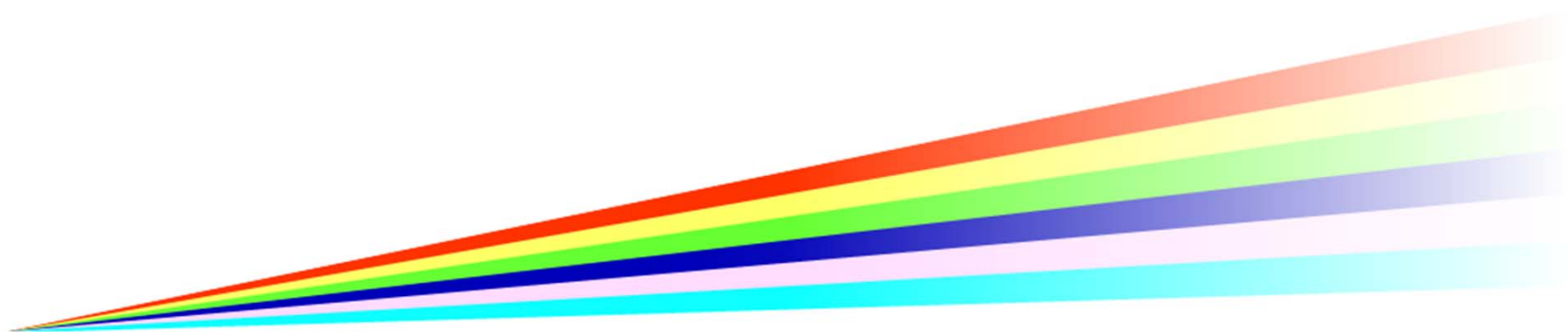


14.11期 決算説明会

国内での持続的成長 と 海外での飛躍的成長



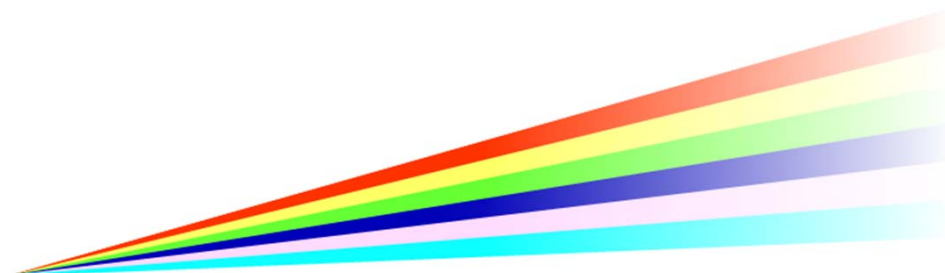
2015年1月9日
キューピー株式会社
(<http://www.kewpie.co.jp/company/ir/>)

※この資料の数値は、表示単位未満をすべて四捨五入しております
※事業別の主な取り組みを除き、比率と差額は百万円単位で計算しております

= 目次 =

1. 14.11期 業績
2. 15.11期 年間計画
3. 事業別の主な取り組み
4. 海外の主な取り組み
5. 配当金について
6. 参考資料

14.11期 業績





14.11期 業績

売上高 229億円増、営業利益 19億円増の増収増益

	13.11	14.11実績	前年比	前年差	計画差
売上高	5,305 億円	5,534 億円	104.3 %	+229 億円	+34 億円
国内	5,067	5,218	103.0	+151	+27
海外	238	316	132.7	+78	+7
営業利益	224 億円	243 億円	108.7 %	+19 億円	△2 億円
国内	212	216	102.0	+4	△10
海外	12	28	224.1	+15	+8
営業利益率	4.2 %	4.4 %	—	+0.2 %	△0.1 %
経常利益	237 億円	254 億円	106.8 %	+16 億円	+3 億円
当期純利益	126 億円	134 億円	106.4 %	+8 億円	+4 億円
ROA(総資産経常利益率)	7.4 %	7.3 %	—	△0.1 %	△0.1 %
ROE(自己資本純利益率)	7.1 %	7.0 %	—	△0.1 %	0.0 %
EBITDA(営業利益+減価償却費)	370 億円	405 億円	109.5 %	+35 億円	△3 億円

14.11期 売上高の状況

調味料事業や物流システム事業の好調により増収

	13.11	14.11実績	前年比	前年差
売上高	5,305 億円	5,534 億円	104.3 %	+229 億円
調味料	1,454	1,515	104.2	+61
タマゴ	912	995	109.2	+84
サラダ・惣菜	980	1,022	104.3	+42
加工食品	584	572	97.8	△13
ファインケミカル	97	107	110.9	+11
物流システム	1,203	1,268	105.4	+65
共通	76	55	72.7	△21

■事業別の状況

調味料	海外での拡大が進むとともに、国内はマヨネーズが伸張し増収
タマゴ	国内鶏卵相場の上昇の影響と価格改定の効果に加え、中食向けの液卵が好調に推移し増収
サラダ・惣菜	需要増を後押しする提案活動と生産体制の強化で、カット野菜や惣菜が伸張し増収
加工食品	ジャムや育児食の強化商品は伸張するも、子会社売却もあり減収
ファインケミカル	医薬用EPAや化粧品用ヒアルロン酸の好調により増収
物流システム	新規顧客の獲得や既存顧客の受託エリア拡大などが進み増収

14.11期 営業利益の状況

鶏卵相場高騰の影響を受けたが、増収効果やコスト改善により増益

	13.11	14.11実績	前年比	前年差
営業利益	224 億円	243 億円	108.7 %	+19 億円
調味料	115	115	99.9	0
タマゴ	34	38	110.0	+3
サラダ・惣菜	35	33	94.8	△2
加工食品	△9	2	—	+11
ファインケミカル	9	10	113.3	+1
物流システム	32	36	112.6	+4
共通	8	10	125.7	+2

■事業別の状況

調味料	原資材コストは上昇したが、増収や前年の価格改定の効果により、営業利益は前年並み
タマゴ	国内鶏卵相場は上昇したものの、価格改定の効果や中食向けの液卵の好調により増益
サラダ・惣菜	コスト改善は進んだが、減価償却費の増加やCVS向け米飯の売上減少の影響で減益
加工食品	ジャムや育児食の増収および不採算商品の整理を進め増益
ファインケミカル	医薬用EPAや化粧品用ヒアルロン酸の好調により増益
物流システム	増収効果に加え、共同物流のコスト改善が進み増益



営業利益の増減要因(前年差)

(億円)

	13.11	14.11実績	差
営業利益	224	243	+19

成長機会の創出
△25

△16



減価償却費

△10



マーケティング費用
(販売促進費、広告宣伝費)

研究開発費(減価償却費を除く)

+1

売上増加による
粗利益増加

+56

逆風
△38

△16



原資材・エネルギーコスト

△26



鶏卵相場影響(タマゴ事業)

退職給付費用

+6

△2



社会保険料

逆風に打ち克つ
+33

調味料 価格改定効果

+13

総コストの改善

+20

△7



上記以外
(物流費、労務費、物流システム事業等)

営業外損益・特別損益等のポイント

(億円)

	13.11	14.11 実績	前年差
営業利益	224	243	+19
営業外損益	13	10	△3
経常利益	237	254	+16
特別損益	△13	△8	+6
税引前利益	224	246	+22
法人税等 少数株主利益	98	112	+14
当期純利益	126	134	+8

<営業外損益のポイント>

持分法投資利益の減少	△2
開業費の増加	△2

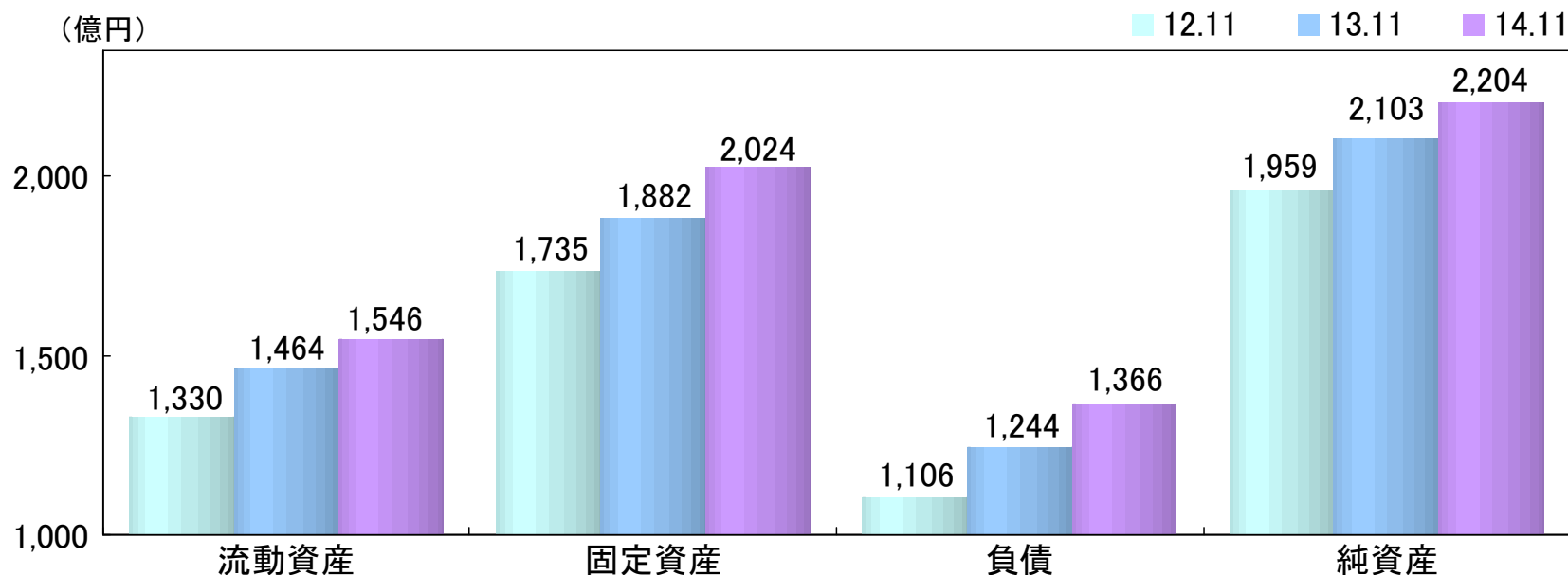
<特別損益のポイント>

関係会社株式売却益の増加	+2
負ののれん発生益の減少	△8
固定資産除却損、 減損損失の減少	+7
厚生年金基金脱退損失の減少	+4

<法人税等、少数株主利益のポイント>

利益増等による法人税等の増加	+8
前期子会社合併による 法人税等減少の影響	+6

バランスシートの増減ポイント



13.11期との比較

流動資産は82億円増加

- ・ 売掛債権の増加 + 40
- ・ たな卸資産の増加 + 36

有形・無形固定資産は184億円増加

- ・ 取得による増加 + 330
- ・ 減価償却による減少 △ 161
- ・ 減損による減少 △ 6

投資その他の資産は43億円減少

- ・ 投資有価証券の増加 + 30
- ・ 前払年金費用、退職給付に係る資産の減少 △ 75

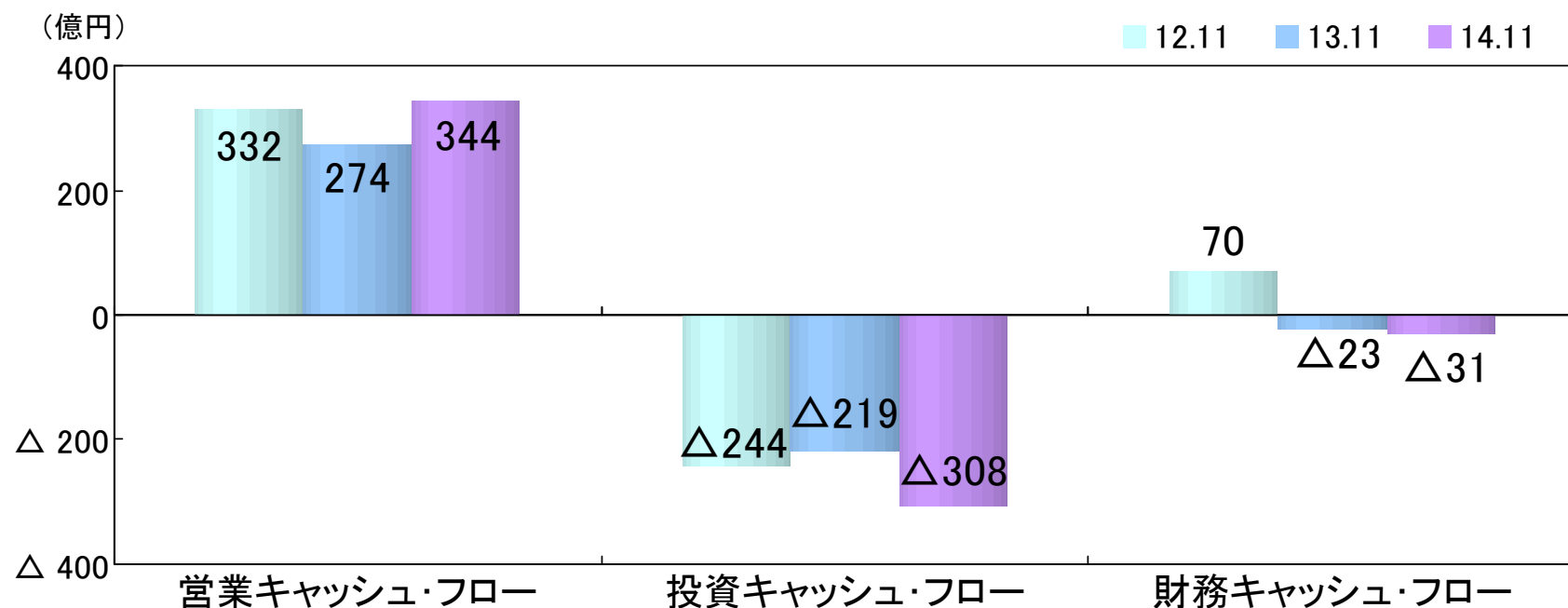
負債は122億円増加

- ・ 買掛債務の増加 + 30
- ・ 未払金の増加 + 52
- ・ 借入金の増加 + 25

純資産は101億円増加

- ・ 利益剰余金の増加 + 100
- ・ 自己株式の減少 + 22
- ・ 為替換算調整勘定の増加 + 20
- ・ 退職給付に係る調整累計額の減少 △ 54

キャッシュ・フローの増減ポイント



13.11期との比較

営業キャッシュ・フロー

- ・ 税金等調整前
当期純利益の増加 + 22
- ・ 売上債権の減少 + 67
- ・ 仕入債務の減少 △ 61
- ・ 法人税等の
支払額の減少 + 60

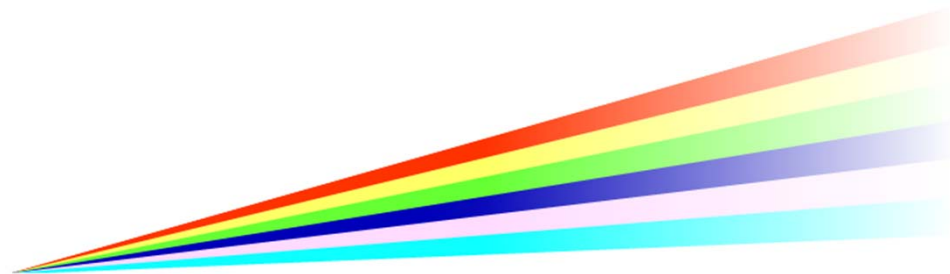
投資キャッシュ・フロー

- ・ 有形固定資産、無形固定
資産取得の増加 △ 30
- ・ 関係会社株式の
取得による支出の増加 △ 22
- ・ 3ヶ月超の定期預金の
払戻減少 △ 30

財務キャッシュ・フロー

- ・ 借入金の減少 △ 9
- ・ 社債償還支出の減少 + 5
- ・ 配当支払額の増加 △ 2

15.11期 年間計画





15.11期 年間計画

売上高196億円増、営業利益12億円増の増収増益

	14.11	15.11計画	前年比	前年差
売上高	5,534 億円	5,730 億円	103.5 %	+196 億円
国内	5,218	5,360	102.7	+142
海外	316	370	117.1	+54
営業利益	243 億円	255 億円	104.8 %	+12 億円
国内	216	224	103.9	+9
海外	28	31	111.1	+3
営業利益率	4.4 %	4.5 %	—	+0.1 %
経常利益	254 億円	262 億円	103.3 %	+8 億円
当期純利益	134 億円	153 億円	114.5 %	+19 億円
ROA (総資産経常利益率)	7.3 %	7.1 %	—	△0.2 %
ROE (自己資本純利益率)	7.0 %	7.6 %	—	+0.6 %
EBITDA (営業利益+減価償却費)	405 億円	450 億円	111.3 %	+45 億円

グループの総合力を発揮し、 「国内での持続的成長」と「海外での飛躍的成長」を実現

国内での持続的成長 ＜競争力の向上とシェアの拡大＞

基幹商品の販売強化

コスト低減による体質強化

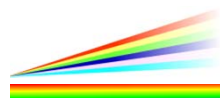
新たな領域・販路での展開を推進

海外での飛躍的成長 ＜国内で築いた品質力と提案力の発揮＞

マヨネーズとドレッシングの
用途提案を強化

グループ資源を活用した
商品領域の拡大

新規展開エリアでの市場浸透



営業利益の増減要因(前年差)

(億円)

	14.11	15.11計画	差
営業利益	243	255	+12

成長機会の創出
△42

△34

減価償却費

△5

マーケティング費用
(販売促進費、広告宣伝費)

△3

研究開発費(減価償却費を除く)

売上増加による
粗利益増加

+71

逆風
+5

△4

原資材・エネルギーコスト

鶏卵相場影響(タマゴ事業)

+13

△4

退職給付費用

逆風に打ち克つ
+16

総コストの改善

+16

△38

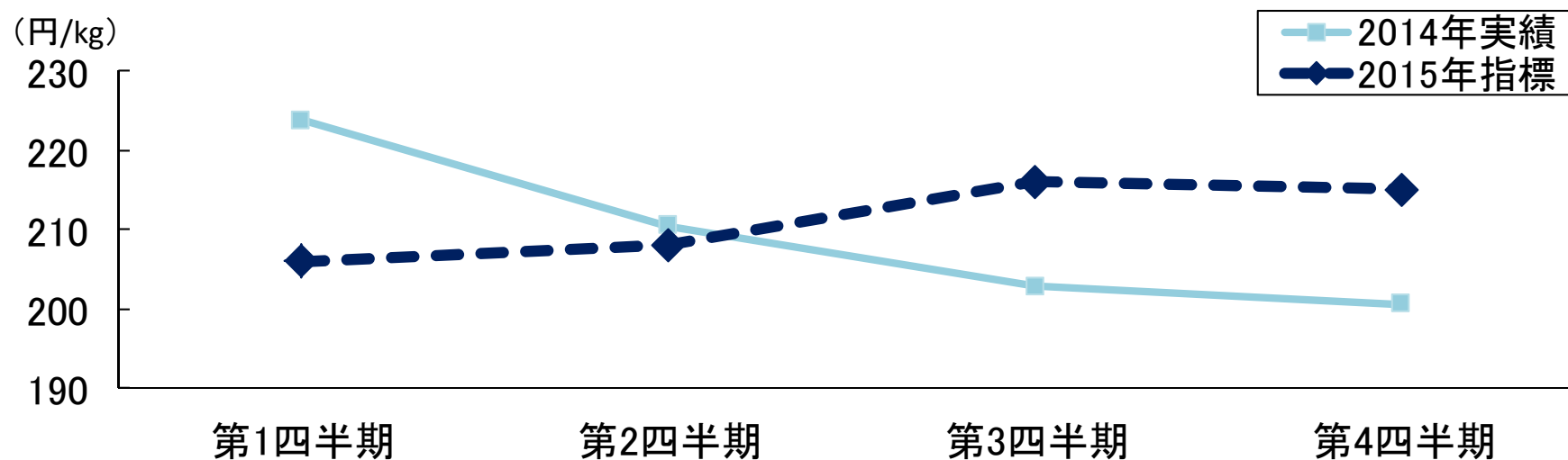
上記以外

(物流費、労務費、物流システム事業等)

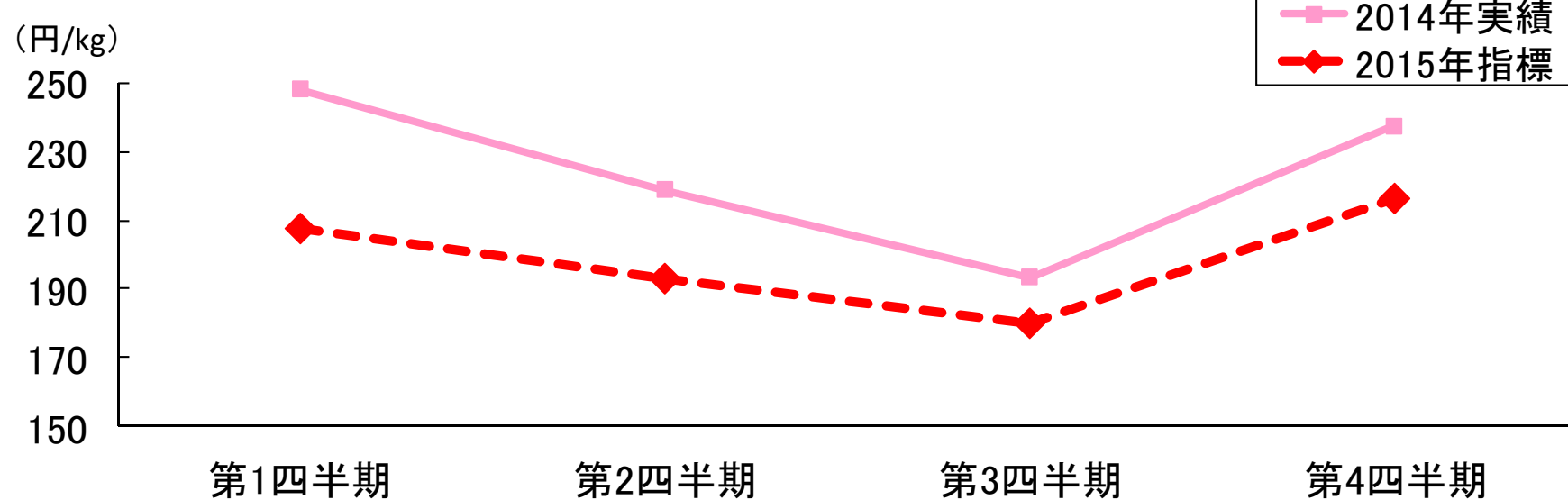


主原料相場の状況

【加工油脂向け 大豆・菜種白絞油 日経ローリー相場平均価格】



【鶏卵 東京全農Mサイズ基準値】



投資の方針と概況

【13-15中計 投資の基本方針】

将来につながる
インフラの整備・効率化

成長の糧となる
増産対応や新規展開

安全・安心の向上や仕事環境の改善

13-15中計 投資(見通し)
1,067億円

15.11計画
設備投資 412億円 + 新展開(M&A等) 50億円

14.11実績
設備投資 301億円 + 新展開(M&A等) 24億円

13.11実績
設備投資 271億円 + 新展開(M&A等) 9億円

主な新設および増産投資の状況

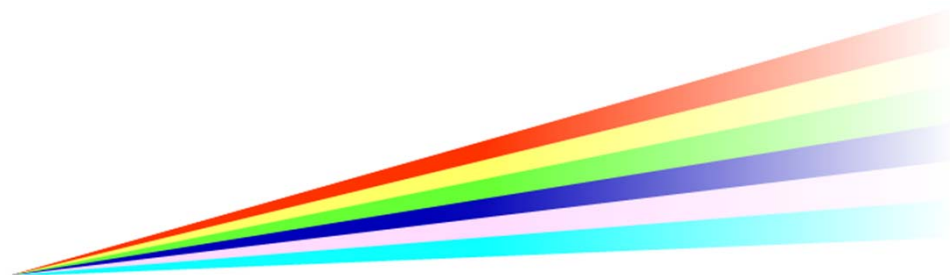
13-15中計 3ヵ年の主な内容

(億円)

事業	内容	目的	金額 (うち15.11計画)
調味料	神戸新工場	西日本生産体制の盤石化	22 (22)
	製造設備 新設	ドレッシング容量対応と増産	12
	海外 製造設備増強	成長市場への供給体制を強化	14
	インドネシア 新会社	インドネシア市場への進出	15
タマゴ	液卵 新工場	少量多品種の生産体制確立	48 (40)
	製造設備 新設・増強	効率化と付加価値品の拡大	25
サラダ・惣菜	CVS米飯 新工場	CVS業態への対応力強化	39 (16)
	野菜加工 新会社	業務用カット野菜市場への展開	23 (23)
	カット野菜 新工場・増強	エリア毎の供給体制を強化	14 (1)
物流システム	関東物流 新拠点	専用物流への対応力強化	59
	関西物流 新拠点	効率的なネットワーク構築	42 (42)
—	仙川キューポート	グループ経営の推進と 開発スピードの向上	75
	研修センター 建替	人材育成と技術力向上	11 (11)

※発生年度別に主な内容を記載しているため、個々の案件の投資額とは異なる場合があります

事業別の主な取り組み





15.11期 事業別計画

調味料事業が牽引し増収増益

(億円)

	事業別売上高			事業別利益		
	14.11	15.11計画	前年差	14.11	15.11計画	前年差
合 計	5,534	5,730	+196	243	255	+12
調 味 料	1,515	1,585	+70	115	127	+12
タ マ ゴ	995	980	△15	38	47	+9
サ ラ ダ ・ 惣 菜	1,022	1,070	+48	33	34	+1
加 工 食 品	572	630	+58	2	△8	△10
フ ァ イ ン ケ ミ カ ル	107	135	+28	10	10	0
物 流 シ ス テ ム	1,268	1,270	+2	36	36	0
共 通	55	60	+5	10	9	△1

調味料事業

【13-15年 中計テーマ】 ～この1本で食事が 楽しくなる～

エリア毎の食文化に応じて、
食事を楽しむ豊かにする
調味料の提案により需要を開拓する。

(億円)	15.11 計画	14.11差
売上高	1,585	+70
営業利益	127	+12
営業利益率	8.0%	+0.4%

営業利益の増減要因(前年差) (億円)	
△7	成長コスト (減価償却費等)
売上増による粗利益増加	+26
逆風コスト (原資材・エネルギー等)	+3
総コストの改善	+6
△15	上記以外 (物流費、労務費等)

※()の数値は15.11計画と14.11実績との売上高の差。単位は億円。

【基幹領域の深耕】

◇マヨネーズ・ドレッシングの需要を開拓 (+68)

マヨネーズの万能調味料化

- ・90周年企画で顧客接点とキッチンユースを拡大

ドレッシングでサラダの需要を拡大

- ・ラインナップ拡充での販促強化と新用途の訴求

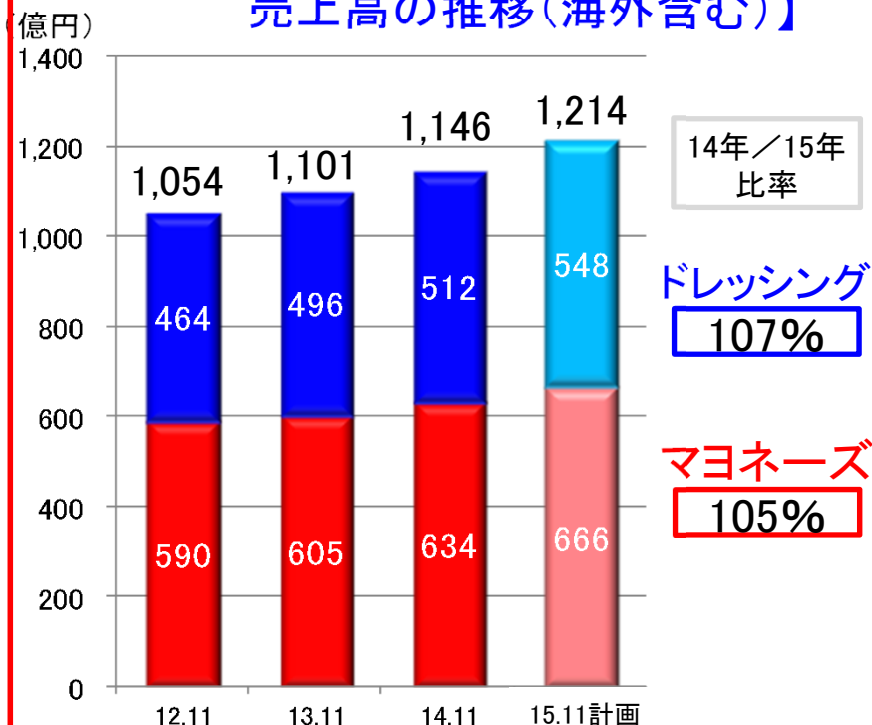
海外展開を加速

- ・ニーズを捉えた需要開拓と輸出の拡大

◇付加価値の創出とコスト競争力の向上

- ・独自の技術と開発力で新たな価値を創出
- ・マザー＆サテライト体制の構築と運用

【マヨネーズ・ドレッシング 売上高の推移(海外含む)】



調味料事業(キューピー マヨネーズの強さと魅力)

発売90周年を機に
ブランド力を活かした販売促進策で需要喚起



消費者キャンペーン

キューピーフィギュア
約1万名プレゼント

新たな販売企画

- ・ SNSを活用したキャンペーン
- ・ イースター コラボレーション企画
- ・ ご当地メニューコンテスト

キューピーマヨネーズの体質強化



イメージ

神戸工場稼働
による集中生産
(2017年 稼働予定)

コスト競争力の向上

キューピー マヨネーズをより強くて魅力のある存在へ

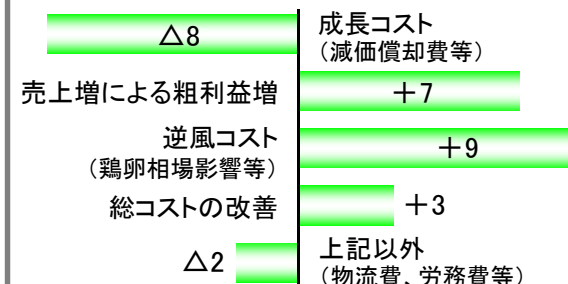
【13-15年 中計テーマ】

～Global & Challenge～

将来への新たな技術や
顧客の獲得に挑戦し、
国内外で力強くあり続ける。

(億円)	15.11 計画	14.11差
売上高	980	△15
営業利益	47	+9
営業利益率	4.8%	+1.0%

営業利益の増減要因(前年差) (億円)



※相場影響 売上高 △35億円、営業利益+13億円

※()の数値は15.11計画と14.11実績との売上高の差。単位は億円。

【新販路の開拓と体質強化】

◇国内の未開拓市場で需要を創出 (+11)

- ・用途別商品の開発を進め、
業務用殻付卵市場を深耕
- ・家庭用向け商品の
販売エリア拡大とアイテム拡充

◇技術力の進化 (+6)

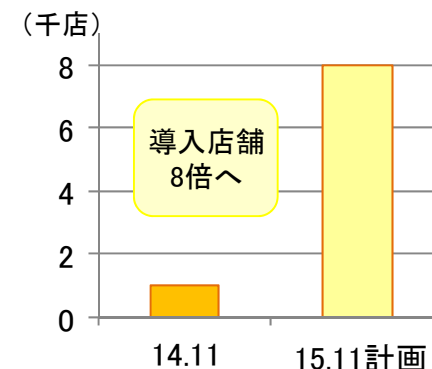
- ・半熟技術などのユニークな商品に
さらなる磨きをかけて売上拡大

◇利益体質を強化

- ・アイテムの精鋭化を推進
- ・購買価格と売価の連動を密にし、
相場対応力を強化

【家庭用向け商品の拡大】

販売エリアの拡大



アイテムの拡充



2015年2月～
首都圏テスト販売

業務用で培った技術を活かして、
新たな需要を創出

サラダ・惣菜事業

【13-15年 中計テーマ】

～Farm to Table～

畑と食卓に近づき、
価値を認められる商品、
サービスを創り出す。

(億円)	15.11 計画	14.11差
売上高	1,070	+48
営業利益	34	+1
営業利益率	3.2%	0.0%

営業利益の増減要因(前年差) (億円)	
成長コスト (減価償却費等)	△7
売上増による粗利益増	+12
逆風コスト (原資材・エネルギー等)	△3
総コストの改善	+3
上記以外 (物流費、労務費等)	△4

※()の数値は15.11計画と14.11実績との売上高の差。単位は億円。

【3つの分野に集中】

◇サラダ・惣菜 (+13)

- ・ 主力のポテトサラダを製法改良で拡大
- ・ 生産の合理化で収益性向上
- ・ 宅配ルートでの提案を強化

◇カット野菜 (+32)

- ・ 生産能力増強で、需要拡大に対応
- ・ 新たに業務用ルートを開拓
- ・ パッケージサラダ関連商品を拡大
(サラダクラブブランドの強化)

◇CVS米飯 (+3)

- ・ 量販店向け米飯への領域拡大

【ポテトサラダの売上高推移】



【カット野菜の業務用ルートを開拓】

(株)グリーンメッセージ 5月製造販売開始



本社工場(大和市) イメージ

サラダ・惣菜事業(宅配ルート強化)

宅配ルートにおける惣菜やサラダの需要が拡大

有職主婦の増加

高齢化

導入商品(一例)

便利なキット商品



家庭用調理キット



炒める
だけ



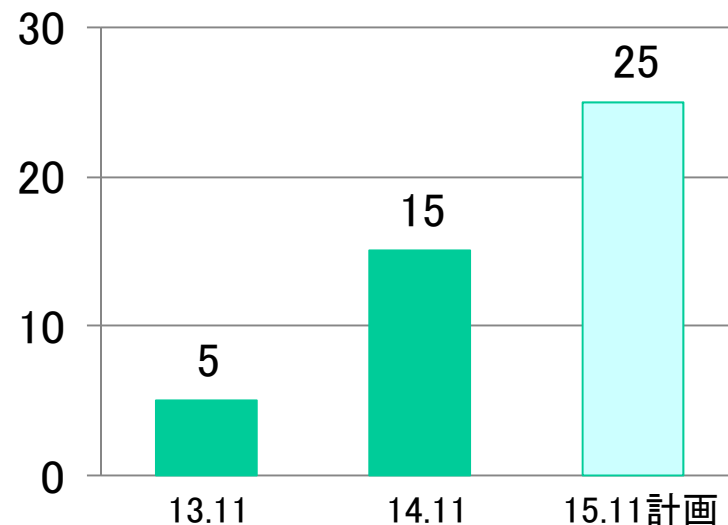
調理例(酢豚)

パッケージサラダ



宅配ルート販売商品 売上高推移

(億円)



15.11期 宅配ルート売上高25億円以上をめざす

【13-15年 中計テーマ】 ～事業の再構築を 完遂させる～

お客さまに認められる
付加価値の高い商品への
集中、創出、育成へシフトする。

(億円)	15.11 計画	14.11差
売上高	630	+58
営業利益	△8	△10
営業利益率	－％	－％

営業利益の増減要因(前年差) (億円)	
△2	成長コスト (減価償却費など)
売上増による粗利益増加	+17
△3	逆風コスト (原資材・エネルギーなど)
総コストの改善	+3
△26	上記以外 (物流費、労務費など)

※()の数値は15.11計画と14.11実績との売上高の差。単位は億円。

【付加価値品の創出と基盤強化】

◇アヲハタ(株)連結化での初期影響を最小化

- ・販売体制の軌道化で移管に伴うコストを低減
- ・フルーツ原料高騰に対する対応力を強化
- ・開発～販売の一体化で開発力向上

◇アイテム拡充で調理ソースの売上拡大 (+10)

- ・新カテゴリー調理ソースで新たな食シーン創出
- ・既存ソースのラインナップ拡充

◇課題カテゴリーの精鋭化を推進

- ・赤字商品撲滅とアイテム集約で利益改善加速

【調理ソースの拡充】

調理ソース
新カテゴリー創出(+4)



調理ソース
リニューアル(+1)



パスタソース(缶)
アイテム拡充(+2)



15.11期

アフタヌーン(株)連結化 初期影響

連結に伴うのれん償却費用
フルーツ原料の高騰
販売移管に伴う一時的な経費増

△8億円

17.11期
黒字化へ

営業利益率
5%へ

利益改善への取り組み

購買の見直しで
原料調達力を強化

生産再編により
原価低減

生販一体化で
コスト低減

アイテム精鋭化

ブランドの向上



2015年春新商品
アフタヌーンジャム
「いちごジャム with ラム」

新たな食シーンの
提案



【13-15年 中計テーマ】 ～独自素材に 磨きをかける～

医療分野への可能性を拡大し、
新たな価値を提供する。

(億円)	15.11 計画	14.11差
売上高	135	+28
営業利益	10	0
営業利益率	7.4%	△1.9%

営業利益の増減要因(前年差) (億円)	
△9	成長コスト (減価償却費・広告宣伝など)
売上増による粗利益増加	+9
△1	逆風コスト (原資材・エネルギーなど)
総コストの改善	+1
△1	上記以外 (物流費、労務費など)

※()の数値は15.11計画と14.11実績との売上高の差。単位は億円。

【3つの柱の成長・新たな挑戦】

◇ヒアルロン酸の拡大を実現 (+7)

- ・食品ヒアルロン酸市場において
新たな機能性表示制度を追い風に拡大を図る
- ・化粧品用では機能性ヒアルロン酸の提案を継続

◇生産能力強化により成長を加速 (+12)

- ・医薬用EPAはジェネリック市場で着実に成長

◇独自素材 配合商品で市場開拓 (+8)

- ・抗ノロウイルス素材配合アルコール製剤を販売
- ・通販部門の成長に向け
積極的な広告宣伝を展開

【家庭用・業務用向け商品】

製剤化技術で独自素材の活用を加速



卵黄レシチン配合
サプリメント



ヒアルロン酸配合
サプリメント・スキンケア商品



リゾチーム配合
アルコール製剤

市場のニーズを迅速にとらえ
新たな開発につなげる

【メーカー向け原料】

独自素材を幅広い市場に展開



卵黄レシチン



ヒアルロン酸



リゾチーム

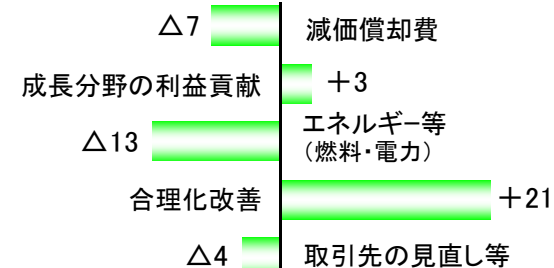
【13-15年 中計テーマ】 ～3つの

重点領域への集中～

攻める事業領域を明確にし、
事業基盤の強化と
新たな展開を進めていく。

(億円)	15.11 計画	14.11差
売上高	1,270	+2
営業利益	36	0
営業利益率	2.8%	0.0%

営業利益の増減要因（前年差）（億円）



【事業基盤強化と成長分野へのシフト】

◇共同物流

- ・関西、東北エリアでのネットワーク構築
- ・業務の標準化による運送機能の再構築
- ・日配、輸入営業の新規開拓

◇専用物流

- ・伸張する専用物流取引への対応力強化
- ・センター運営コストの低減と収益力強化
- ・ロジスティクスコンサルティング体制の確立

【物流ネットワークの構築】

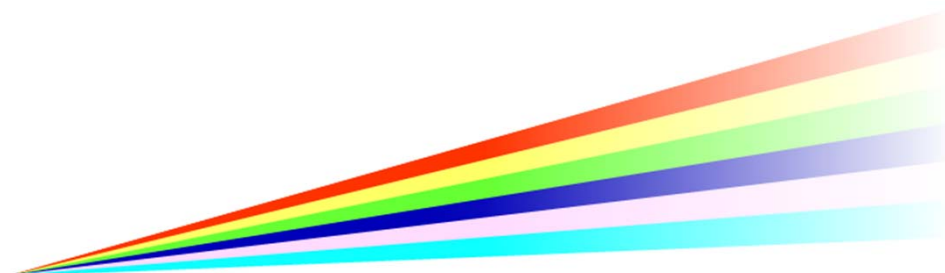
神戸新冷蔵庫棟（2015年2月稼働予定）



イメージ

低温機能を拡充させ、関西地区で収益拡大

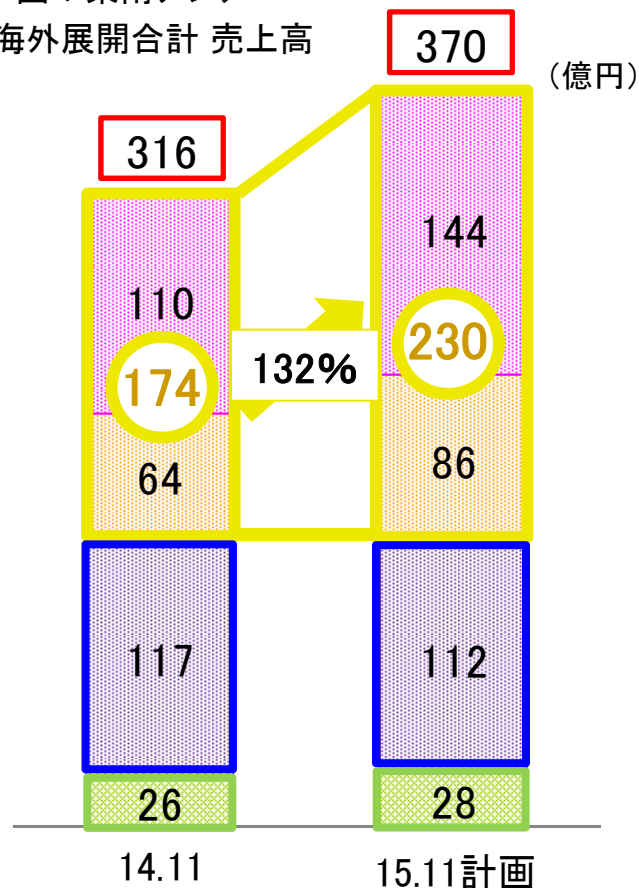
海外の主な取り組み



海外の地域別売上高と取り組み

海外展開売上高 エリア別推移

中国
 東南アジア
 米国
 日本からの輸出
 中国+東南アジア
 海外展開合計 売上高



海外展開 14.11比 117%(+54)

中国・東南アジア 14.11比 132%(+56)

※米国、輸出は連結調整 △27億円 あり

アジアでの主な取り組み

【中国】

14.11比 131%(+34)

- ・マヨネーズ・ドレッシング・ジャムの深耕と拡大
- ・ベーカリー市場へフィリングの提案を強化
- ・タマゴ加工品のアイテム拡充で提案力を向上

【東南アジア】

14.11比 134%(+22)

- ・家庭用市場でマヨネーズ・ドレッシング販促強化
- ・提案営業でフードサービス市場での拡大を加速
- ・周辺国への輸出を拡大
- ・インドネシアでは他国の水平展開で導入を加速

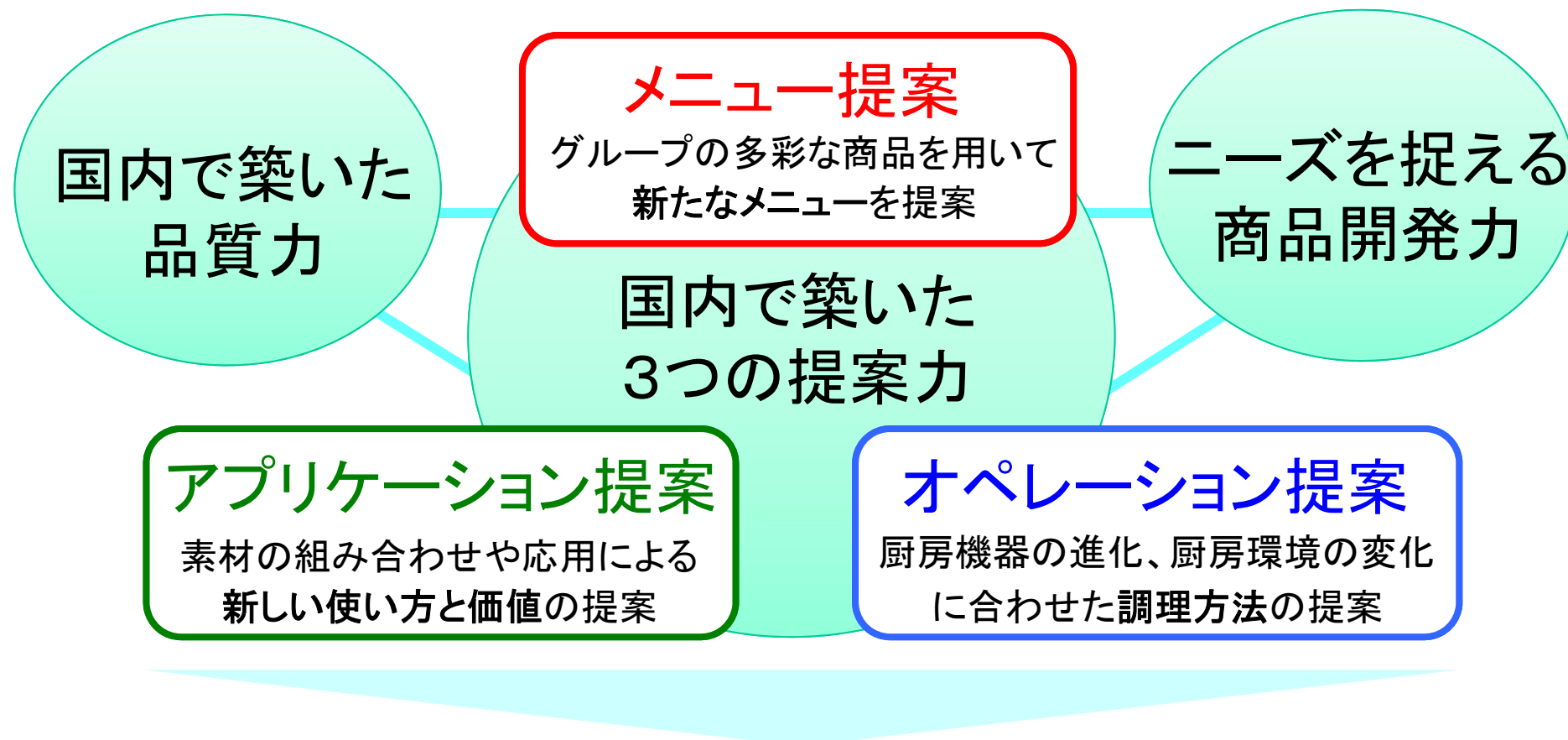
米国での主な取り組み

14.11比 96%(△5)

- ・現地製造と日本からの輸出で
KEWPIEブランド展開を加速
- ・周辺国への輸出を強化

※()の数値は15.11計画と14.11実績との売上高の差。単位は億円。

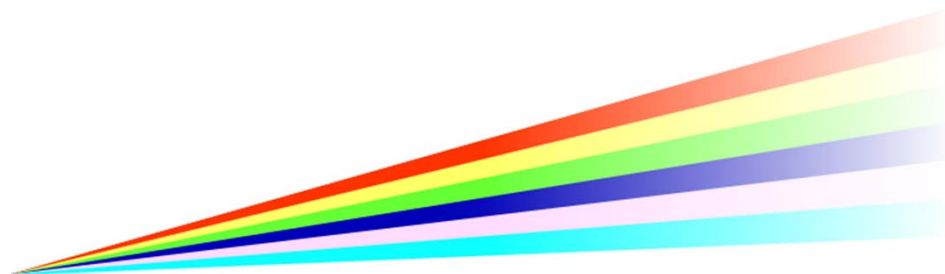
アジアにおけるフードサービス市場での深耕



アジアにおけるフードサービス市場での深耕を実現

アジアのフードサービス市場向け売上高
15.11期計画 128億円(前年比138%)

配当金について





配当金の推移について

15.11期 配当金はマヨネーズ90周年記念を含み26円へ

【株主還元の基本方針】

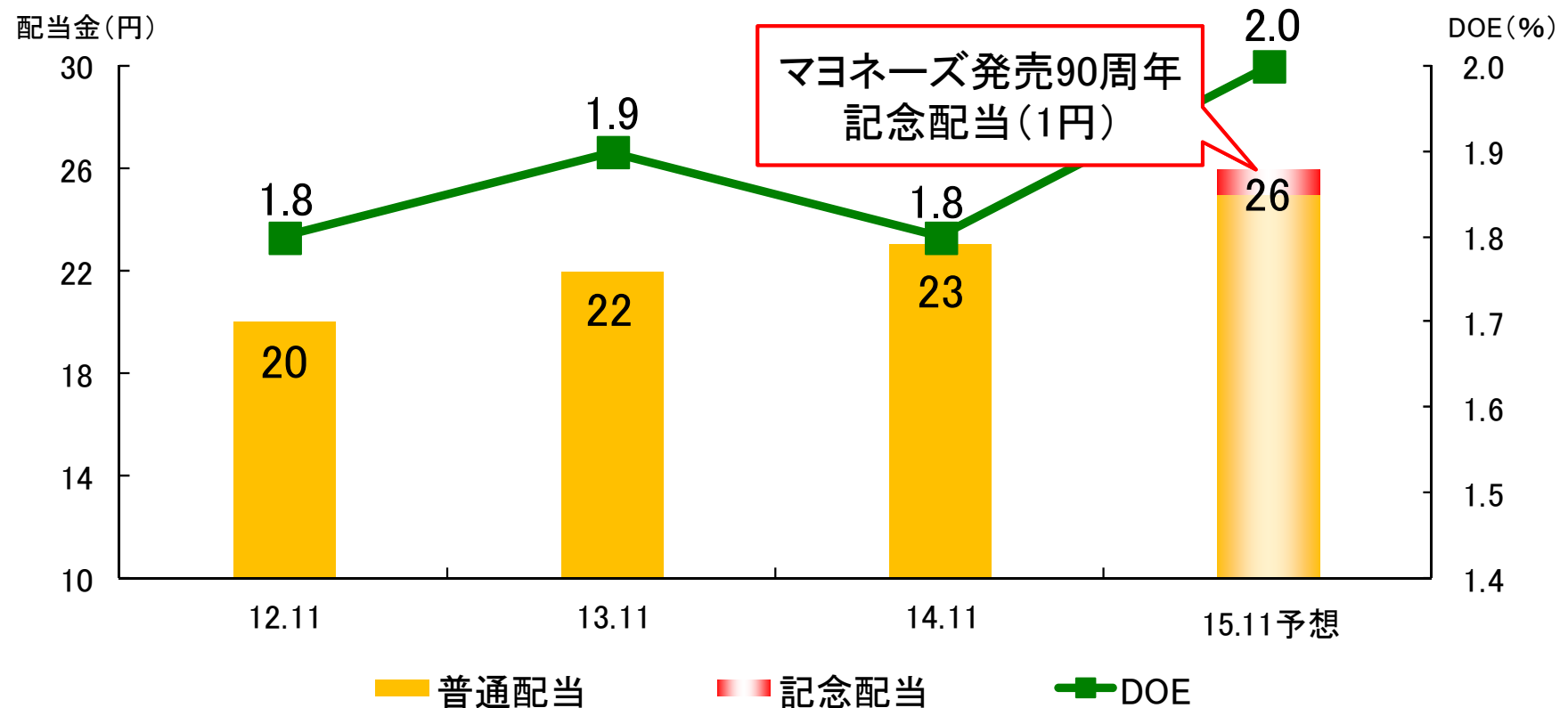
配当金を最優先

長期的に着実な増配をめざす

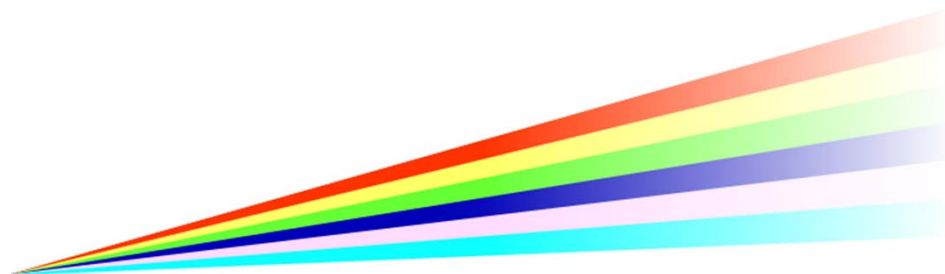
【配当金決定の基準】

DOE 1.8%以上

配当性向 25%以上を目安



参考資料



参考) 業績推移

(億円)

	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11	15.11計画
《新事業区分》						
調味料事業			1,386 115	1,454 115	1,515 115	1,585 127
タマゴ事業			856 49	912 34	995 38	980 47
サラダ・惣菜事業			916 31	980 35	1,022 33	1,070 34
加工食品事業			591 △ 10	584 △ 9	572 2	630 △ 8
ファインケミカル事業			83 10	97 9	107 10	135 10
物流システム事業			1,157 32	1,203 32	1,268 36	1,270 36
共通			62 8	76 8	55 10	60 9
合計			5,050 234	5,305 224	5,534 243	5,730 255
《旧事業区分》						
調味料・加工食品事業	1,717 166	1,735 144	1,814 150			
健康機能事業	178 14	185 15	184 8			
タマゴ事業	831 39	857 38	856 57			
サラダ・惣菜事業	781 16	858 22	977 31			
物流システム事業	1,137 28	1,171 30	1,157 32			
共通	67 5	58 7	62 8			
調整額	△ 46	△ 48	△ 52			
合計	4,710 221	4,864 208	5,050 234			

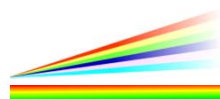


参考) 設備投資と主要な販売費・一般管理費等

(億円)

	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11	15.11計画
設備投資	126	134	209	271	301	412
減価償却費	131	136	141	146	161	195
販売促進費	182	182	195	205	214	207
広告宣伝費	78	74	79	79	80	93
物流費	258	270	289	305	320	332
労務費	228	236	243	254	265	296
研究開発費	32	32	34	37	39	42

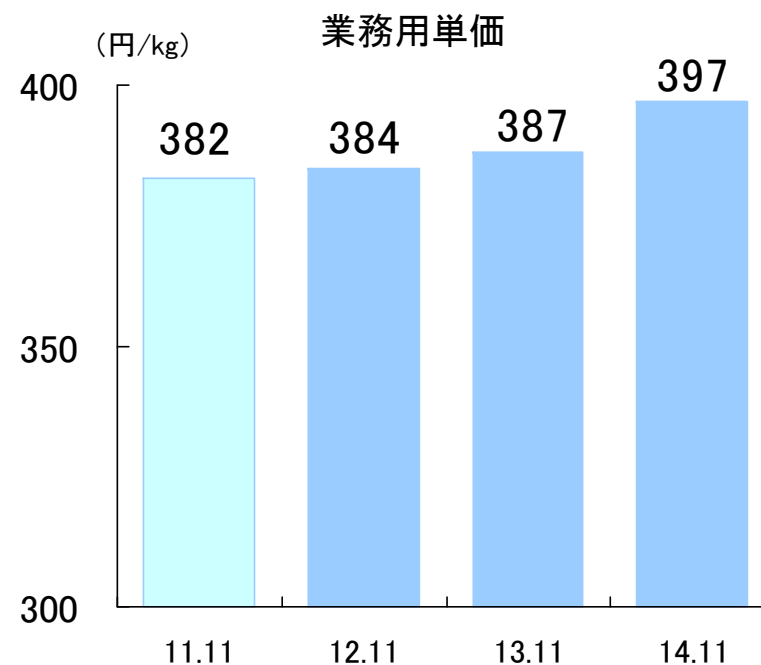
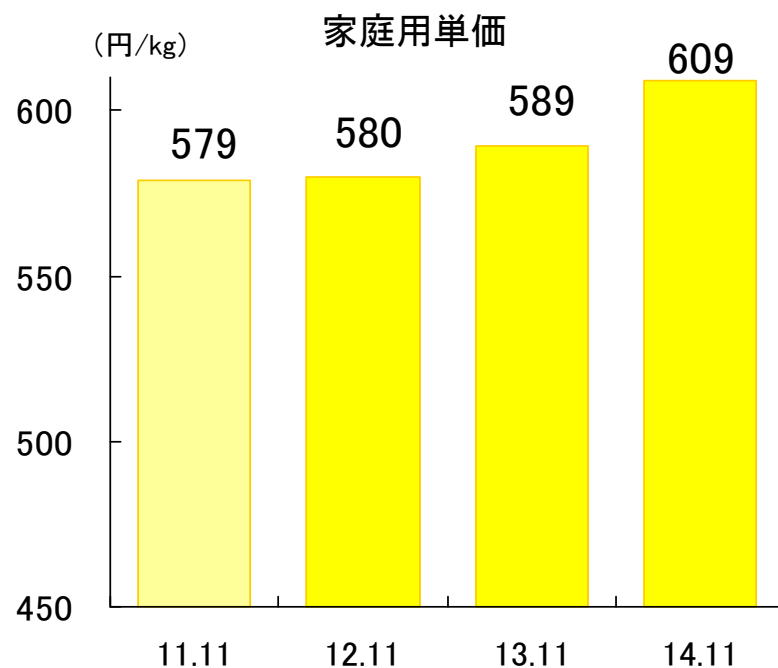
	13.11	14.11	増減内容(13.11と14.11対比)
営業外損益	13	10	持分法による投資利益の減少 △2 開業費の増加 △2
特別損益	△13	△8	関係会社株式売却益の増加 +2 負ののれん発生益の減少 △8 固定資産除却損、減損損失の減少 +7 厚生年金基金脱退損失の減少 +4



参考) 国内のサラダ調味料業態別販売状況

		11.11	12.11	13.11	14.11	前年比
家庭用	数量 (千t)	124	127	128	125	97.5%
	金額 (億円)	718	738	754	761	101.0%
業務用	数量 (千t)	97	107	107	105	98.3%
	金額 (億円)	371	409	415	418	100.8%
合計	数量 (千t)	221	234	235	230	97.9%
	金額 (億円)	1,089	1,147	1,169	1,179	100.9%

※13.11月期からの事業区分の変更に伴い、12.11実績を補正しています



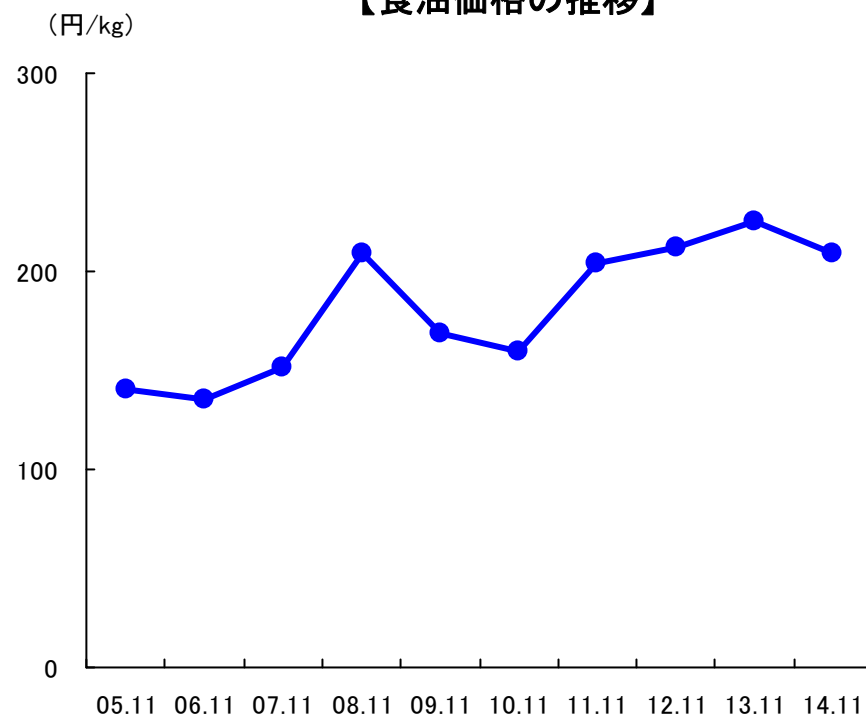
参考)食油価格と鶏卵価格の推移

(円)

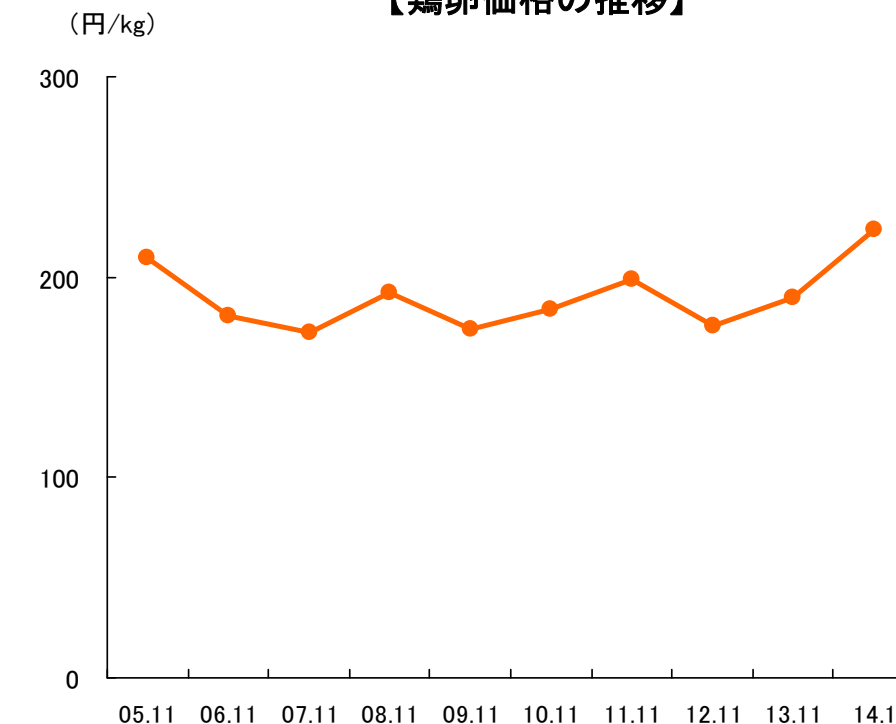
	05.11	06.11	07.11	08.11	09.11	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11
加工油脂向け ローリー相場平均価格 (kg当たり)	140	135	152	209	169	160	204	212	225	209
全農東京 鶏卵相場 Mサイズの平均価格 (kg当たり)	210	181	172	192	174	184	199	176	190	224

(各年12月～翌年11月の平均)

【食油価格の推移】



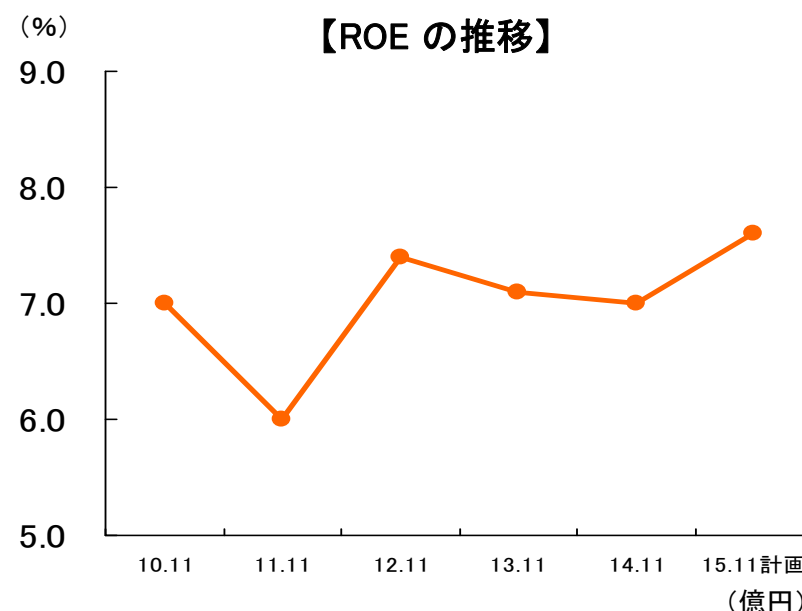
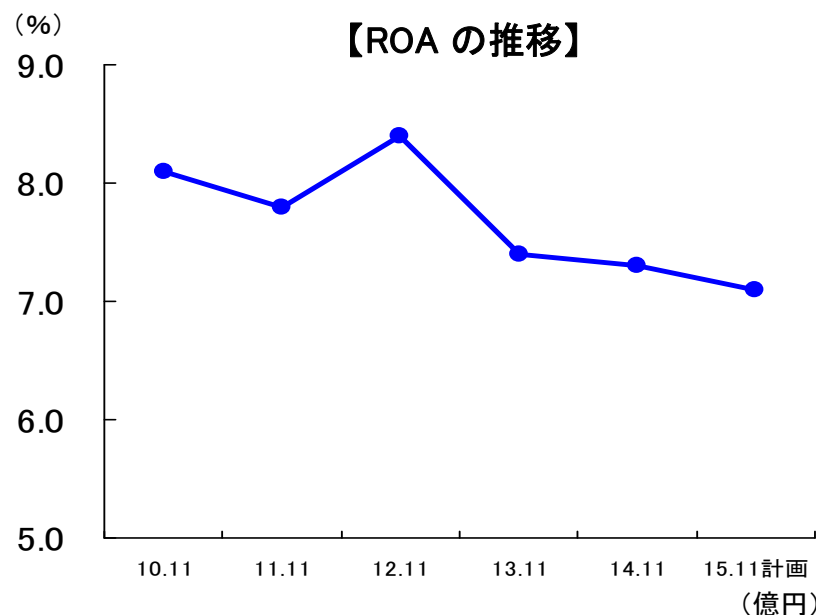
【鶏卵価格の推移】



参考)ROA・ROEの推移

(%)

	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11	15.11計画
ROA (総資産経常利益率)	8.1	7.8	8.4	7.4	7.3	7.1
ROE (自己資本純利益率)	7.0	6.0	7.4	7.1	7.0	7.6



	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11	15.11計画
総資産	2,880	2,758	3,065	3,347	3,570	3,857
経常利益	228	219	245	237	254	262

	10.11	11.11	12.11	13.11	14.11	15.11計画
自己資本	1,561	1,600	1,709	1,842	1,951	2,064
当期純利益	106	94	123	126	134	153

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、確信等のうち、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。

《お問い合わせ先》

キューピー株式会社

株式IR部 部長 小田 秀和

TEL 03-5384-7783 FAX 03-5384-7883

e-mail hidekazu_oda@kewpie.co.jp