



カルビーグループ決算説明会

2022年3月期上期

2021年4月1日～2021年9月30日

TSE code : 2229

カルビー株式会社

2021.10.29

1. 2022年3月期上期総括と今後の経営方針

代表取締役社長兼CEO 伊藤 秀二

2. 2022年3月期上期業績報告

専務取締役兼CFO 菊地 耕一

2022年3月期上期総括と今後の経営方針

代表取締役社長兼CEO
伊藤 秀二

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

2

伊藤でございます。資料の表紙から始まりますけども、ここが2ページとなっております。私からまず、上期の総括および今後の方針について説明をさせていただきます。

2022年3月期上期総括

握りだそう、自然の力。
Calbee

- 中期経営計画基本方針に基づき施策を実行
- 期初の想定以上の原材料高騰やばれいしょ不足懸念がある中で、売上・利益計画を達成

重点課題	主な取り組みと総括
国内既存事業： 新たな価値の創出と 高収益の実現	・ 新価値製品が市場に受け入れられ、家庭内消費需要に対応した製品も好調 ・ 定番品の売上増により、販売費は改善 ・ 国内シリアルは機能訴求強化、間食需要の取り込みを図るも、課題残す ・ デジタル技術の導入によりバリューチェーンの効率化を進める
海外事業： 重点4地域の事業拡張	・ 北米、英国、インドネシアで新製品を投入 ・ 中華圏ではスナックが成長
新規事業： 新たな食領域での 事業確立	原材料仕入れの拡大等のシナジー効果により 甘しょ事業が拡大

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

3

続いてスライド3をお願いいたします。上期総括となりますが、2022年3月期上期は、世界的な原材料高や、わが社にとっては数回にわたり、国産原料ばれいしょの不足の懸念に販売政策の変更などを余儀なくされました。そういったこともあります。その都度の変化への迅速な対応、そして中長期の視点からでの施策を実行することにより、結果的には売上利益とも計画の達成をすることができました。

国内、海外ともに、既存製品の成長に加え、カルビー独自の技術を使用した新製品、新規事業の2020年に買収した甘しょ事業が、シナジー効果によって順調に業績を伸ばしたことが、全体計画の達成に貢献したと考えております。

今後の方針

握りだそう、自然の力。
Calbee

- 通期計画達成と中長期の成長に向けた施策を実行
- 原材料調達リスク低減等サプライチェーンのレジリエンス強化

重点課題	2022年3月期下期以降の方針・施策
国内既存事業： 新たな価値の創出と 高収益の実現	・ スナックの価格・規格改定 原料ばれいしょ不足、食油等高騰に対応し、ポテトチップス値上げ、じゃがりこ内容量変更 ・ シリアルは顧客層拡大に向け、規格改定、新製品発売、製品リニューアルを実施 成長著しいオートミール市場に参入 ・ 原料ばれいしょのさらなる安定調達体制の構築と生産技術革新を推進
海外事業： 重点4地域の事業拡張	・ 原材料高騰に対し、価格・規格改定実施 ・ カルビーブランドの浸透を引続き図る
新規事業： 新たな食領域での 事業確立	ばれいしょに次ぐ新規素材および新規事業による成長機会を積極的に探索

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

4

スライド4に移ります。下期以降の方針、戦略についてご説明いたします。国内既存事業をさらに強固なものとする目的で、高い収益性を維持、向上するために、この下期、スナックの価格改定とシリアル事業の拡大を図ってまいります。それを支えるための原材料調達体制についてもいっそうの強化を図ってまいります。

シリアルにつきましては中容量、サイズですね。商品サイズの中容量の強化、そして商品における健康訴求、機能訴求製品のリニューアルの実施を行い、品ぞろえを強化し顧客層の拡大、市場のシェアアップを図ります。

また、この期において、オートミールの市場の成長がありますが、その成長著しいオートミール市場参入に向けても準備を進めているところであります。海外事業につきましては、引き続き、カルビーブランドの認知度向上を図るため、新製品投入とプロモーション活動を展開していきます。

また、原材料高に対応するため、北米、英国でも価格の改定を実施いたします。地域の事業展開につきましては、新規事業本部を中心に現在も複数のプロジェクトを走らせております。新規素材、もしくは新規事業の探索を引き続き積極的に行ってまいります。

規格改定（2022年1月24日～）

握りだそう、自然の力。

Calbee

北海道産ばれいしょ収量減と食油等原材料高騰に対応するため、
一部製品の値上げと内容量変更を実施

ポテトチップス

じゃがりこ

価格改定
改定率 7～10%

内容量変更
63g→60g 85g→80g

内容量変更
60g→57g 72g→68g



CVS向け



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

5

次にスライドの5をご覧ください。これはスナックの価格、規格改正についての説明となります。北海道で高温干ばつ、夏での高温干ばつの影響でばれいしょの数量が大幅に減少いたしました。また、食油などの原材料価格の高騰に対応するため、価格の改定を実施しています。

実施対象商品は、国内スナック売上の約45%を占める商品を対象としております。ポテトチップスにつきましては、うすしお、コンソメパンチ、のりしおなど、主力商品の価格について、想定される売価ベースで7%から10%の値上げを実施いたします。一方、じゃがりこにつきましては、価格は据え置き、現状60グラムのじゃがりこサラダの容量は57gにするなど、内容量の変更によって値上げを実施いたします。実行開始は2022年の1月24日から順次改定をしていきます。

国産ばれいしょ収量減リスクへの対応

握りだそう、自然の力。
Calbee

■ 国内ばれいしょ産地の分散化

北海道内エリア拡大、東北地方での産地拡大

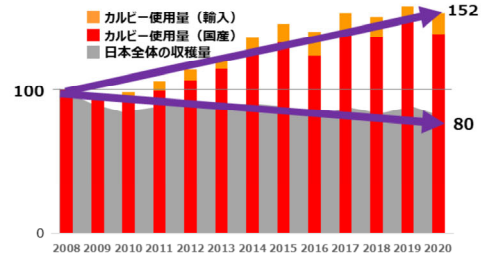
■ 輸入ばれいしょの拡大

期間の制限・・・2020年に撤廃

端境期（2月～7月）のみ → 通年可能に

ばれいしょ収量・使用量の推移

※2008年を100とした場合の2020年の値
日本国内でのばれいしょ収量 80
カルビー使用量 152



■ 海外グループ工場からの製品、半製品輸入



■ 品種の転換&新品種、栽培技術開発

■ ばれいしょ以外の素材を使用した製品・事業開発

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

6

続きまして、スライド6をご覧ください。これは今年の夏起きましたばれいしょ不足に対する対応になりますけども、原料のばれいしょ調達量拡大に向けて、これまでも長期に取り組みをしておりましたが、これまでの取り組みと今後の方針について説明をしておきます。

5年ほど前にも、北海道の台風被害など天候不順で影響を受けました。そういった、その都度の気候変動などでの対策を重ねてきましたが、われわれは日本国内で収穫されるばれいしょ量について、2008年を100としますと、1.5倍の量を調達量として増やしております。一方、日本で生産されるばれいしょ全体は、2008年を100とすると、2020年では80といったレベルまで下がっているのが現状であります。全体でのばれいしょ生産量、面積が減っている中で、当社はその中で1.5倍しているわけで、その供給量の拡大に向けては順調に進めておりますが、今般のこの気候変動による影響というのはまさに非常に大きなものであり、なおいっそうそういった対策を進めていくところであります。

北海道でのエリア拡大を産地として中心にやっておりますけども、東北地方、または北海道以外でもエリアを拡大しておりますし、現在、日本において生のばれいしょを輸入できるのは、弊社だけですけども、この輸入量に関しても増やしております。国内の余地、面積拡大および反収をアップする、生産性を上げるといったところで、今後も増加させていきますし、輸入につきましては、2020年の時点はまだ年間のうち半分の月しか輸入できない状況でありましたが、現在は年間で輸入できる体制に変わっております。ただし、生産工場としては、私どもの二つの工場に限られておりますので、その二つの工場の生産能力を超えての輸入はできませんので、それ以上の増加につきましては、次の新広島の生産拠点の増設まで待つことになるのは事実でございます。

このような面積の拡大をしておりますが、やはりこの気候変動による影響というのは、まだまだ続く可能性が高いのが実際でありますので、最も実効性のある対応としては、ジャガイモ、ばれいしょ自体の品種の改良に取り組んでおります。

今年の場合では暑さと、それからその時期が、7月ありましたので、いわゆる早い時期に生産できる品種が影響を受けたわけであって、現在もうすでに耐暑、暑さに対応できる品種、それから遅めに収穫できる品種への転換を進めていくことが、大きな対策となるかと考えております。また、気象条件に合わせた栽培方法、育成の方法についても開発、注力しております。同時に、どうしてもこの作物についてはこういった変動が起きますので、ばれいしょだけではなく、ばれいしょ以外の製品を使ったものについての事業拡大。それから、これホクレンさんと連携を協定しましたけども、環境に左右されない形での事業の多様性、それから原材料の多様性をより進めていく。それから、力強いグローバルの調達体制にも構築を進めております。

株主還元方針

新・株主還元方針

握りだそう、自然の力。
Calbee

利益還元の充実と資本効率の向上を図るため株主還元方針を変更

現：連結配当性向40%以上

新：連結総還元性向50%以上

安定配当を維持+機動的な自社株買い

2022年3月期 還元策（計画）

■ 配当

1株当たり52円（前期比2円増）期初予想から変更なし

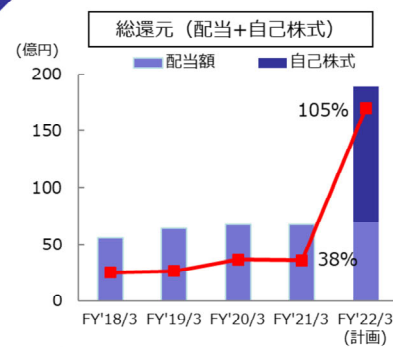
■ 自己株式取得

金額：120億円（上限）

株数：5,500千株（上限）

期間：2021/11/1～2022/3/31

方法：東京証券取引所における市場買付



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

8

最後に8ページとなりますが、株主還元方針について、ご報告いたします。本日、開催しました取締役会で決議しました株主還元策について説明をさせていただきます。

株主の皆様への利益還元のいっそうの充実と、資本効率の向上を図ることを目的に、自己株式の取得を行います。これまで、配当性向40%以上を目標に着実な増配と配当性向の向上を図ってまいりました。今後はその安定配当に加え、中期経営計画で掲げておりましたROE12%の達成に向け、機動的に自己株式の取得なども行ってまいります。まず今年度は、120億、550万株を上限として実施いたします。

私からの説明は以上でございます。ありがとうございました。

2022年3月期上期業績報告

専務取締役兼CFO
菊地 耕一

【再掲】

2022年3月期第1四半期の期首より、「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等の適用により、これまで販売管理費に計上していた一部の販売費（リベート等）を売上高から控除しております。

総売上高・・・一部の販売費を控除する前の売上高

純売上高・・・一部の販売費を控除した後の売上高

この変更に関する本資料における取扱いは以下のとおりです。

	2022年3月期 上期	2021年3月期 上期
総売上高 製品別売上高 地域別売上高	従来どおり	従来どおり
リベート等控除	総売上高から控除する 一部の販売費	なし (販売管理費に含まれる)
純売上高	総売上高から 一部の販売費を控除	なし
営業利益	従来どおり	従来どおり
営業利益率	総売上高を分母として計算	総売上高を分母として計算

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

10

では、続きまして、上期の業績報告をさせていただきます。菊地でございます。

スライドの10をご覧ください。こちらのスライドは、収益認識に関する会計基準の取り扱いに関する前回、第1四半期決算説明会の資料と同じものです。再掲でございますので、説明については割愛させていただきます。

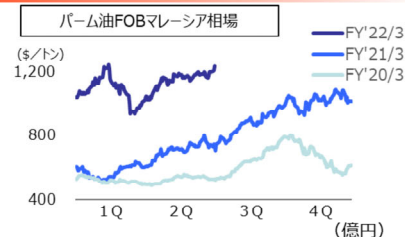
2022年3月期上期業績

握りだそう、自然の力。

Calbee

決算サマリ

- **総売上高** 国内、海外いずれもスナック好調により増収
- **営業利益** 世界的に食油をはじめとした原材料価格が高騰する中、国内は増収効果および販売費の抑制により、高騰影響（6億円程度）をカバーし、増益
海外は高騰影響（5億円程度）をカバーできず減益
- **当期純利益** 営業利益の伸長に加え、為替差益等により増益



	2022年3月期 上期実績	2021年3月期 上期実績	伸び率	2022年3月期 上期計画	計画比
総売上高	1,362	1,309	+4.0%	1,345	101.3%
純売上高	1,204	—	—	1,183	101.8%
国内総売上高	1,057	1,043	+1.4%	1,047	101.0%
純売上高	934	—	—	923	101.3%
海外総売上高	305	267	+14.2%	298	102.2%
純売上高	270	—	—	260	103.8%
営業利益	133	130	+2.2%	133	100.0%
営業利益率（対総売上高）	※1 9.8%	9.9%	△0.2pts	9.9%	△0.1pts
国内	122	114	+7.3%	119	102.9%
海外	11	16	△32.9%	14	76.4%
経常利益	136	127	+6.5%	131	104.0%
特別損益	△2	△1	—	△3	—
当期純利益 ※2	92	82	+11.6%	85	108.0%

※1 営業利益率（対純売上高）は 11.0%

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

11

スライドの11をご覧ください。上期の連結業績ですが、売上高、利益ともに前年計画を上回りました。総売上高は国内、海外ともに増収となり、前年比4%増の1,362億円。国内につきましては、じゃがりこなどのスナックの販売好調により、前年比1.4%増の1,057億円、海外につきましては中華圏、英国、インドネシアなどが貢献し、前年比14.2%増の305億円となりました。

営業利益は前年比2.2%増益の133億円。世界的に食油をはじめとした原材料の価格が高騰している中で、国内は増収効果およびその販売費の抑制がありまして、この原材料の価格高騰影響、おおむね6億円あるのですが、こちらをオフセットして、前年比7.3%増の122億円となりました。

一方で海外ですが、やはり原材料高騰影響。これは5億程度ですが、こちらをカバーすることができず、前年比32.9%減の11億円となりました。当期純利益につきましては、為替差益の計上などがございまして、前年比11.6%増の92億円となりました。

2022年3月期上期業績 国内事業

握りだそう、自然の力。

Calbee

- **総売上高** <スナック> 「じゃがりこ」好調および豆系スナック「miino」等の新価値商品の伸長により増収
<シリアル国内消費向け> 前年巣ごもり需要の反動により減収
<シリアル海外輸出> 商流変更（中国子会社への売上移管）による減収△11億円
<その他> 甘しょ事業が拡大
- **営業利益** 食油価格の高騰があったものの、増収効果およびスナックの販売費抑制により増益

(億円)

	2022年3月期上期		
		前年同期比	
国内総売上高	1,057	+14	+1.4%
スナック	877	+29	+3.4%
ポテトチップス	411	+1	+0.2%
じゃがりこ	179	+13	+7.9%
新価値商品・その他スナック	287	+15	+5.5%
シリアル（国内消費向け）	126	△12	△8.9%
シリアル（海外輸出）	6	△9	△61.3%
その他（甘しょ・ばれいしょ・役務提供）	49	+7	+17.7%
リポート等控除	△123	—	—
国内営業利益	122	+8	+7.3%
営業利益率	※ 11.5%	+0.6pts	—

※営業利益率（対純売上高）は13.1%

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

12

スライド12をご覧ください。国内事業ですが、総売上高は前年比1.4%増の1,057億円。先ほど申し上げました、じゃがりこが好調。それと豆系スナックmiinoなどの新価値商品が伸長いたしまして、スナック事業では29億円の増収。一方で、シリアルでございますが、こちらは国内消費向けが前年、巣ごもり需要の反動がありまして、12億円の減収になったことに加えまして、中国子会社への商流の変更で、海外輸出分が9億円の減収となりまして、トータルで21億円の減収となりました。その他の事業につきましては、甘しょ事業の拡大で、7億円の増収となりました。

営業利益ですが、先ほど申し上げましたように、食油価格の高騰等ございましたが、増収効果およびスナックの販売費抑制ということで、ネットでは前年比で7.3%増の122億円となりました。営業利益率でございますが、こちらは前年比で0.6ポイント改善して11.5%となりました。

2022年3月期上期業績 国内事業

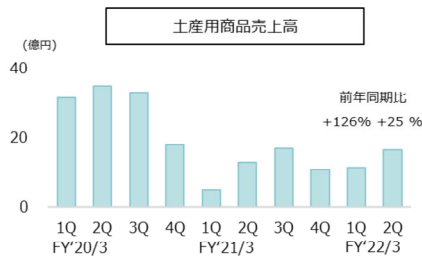
握りだそう、自然の力。
Calbee

スナック

ポテトチップス：売上は前年同期並（堅あげポテトの高い需要は継続）
府県産ばれいしょ収穫遅れ等により、販促抑制、一部製品を休売・発売延期

じゃがりこ：期間限定品の積極投入と包装形態の多様化（「bits大盛り」等）により増収

新価値商品・その他スナック：「miino」および「ポテトデラックス」が好調
土産用商品は、インバウンド・国内旅行の低調は続くが、
物産展および一般チャネルでの販売により増収



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

13

スライド13をご覧ください。製品別で少し詳しくご説明します。まずポテトチップスですが、4月にばれいしょが不足懸念がございました。それから、7月に入りまして、今度は長雨で関東産のばれいしょの収穫が遅れたこともございまして、販促の抑制、あるいは一部の製品の休売、販売延期等がございました。その結果、販売がコントロールされていますので、ポテトチップスに関しては、売上は前年並みとなっています。

一方で堅あげポテトにつきましては、家飲みなど、家庭内での高い需要が続いておりまして、増収となっております。じゃがりこですが、ガリバタ醤油味、あるいはジャーマンポテト味などの期間限定品の積極的な投入に加えて、大容量サイズであるじゃがりこサラダbits大盛り。それからおつまみ用で大人じゃがりこなど、いろいろ包装形態等を多様化し、大幅増収となりました。

その他スナックにつきましては、豆系スナックのmiino、それから、販売地域を拡大したポテトデラックスなどが好調に推移しました。土産用商品ですが、こちらはインバウンドあるいは国内の旅行者数の低調は続いております。一方で、物産店あるいは一般チャネルの催事エリアへの積極的な展開等で前年比では増収となっております。

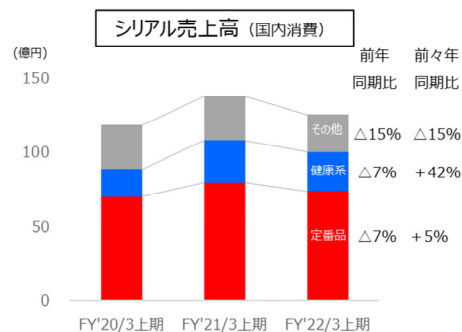
2022年3月期上期業績 国内事業

握りだそう、自然の力。

Calbee

シリアル

- 前年巣ごもり需要の反動、競合の攻勢により減収
- 健康訴求・機能訴求系は堅調
- 下期以降、お客様が手に取りやすい中容量帯の製品拡充をすすめる



その他

甘しょ事業：仕入れ量を拡大し、卸販売および直営店舗販売がともに好調



かいつかオリジナルブランド
『紅天使』



蔵出し焼き芋かいつか
ラゾーナ川崎プラザ店
9月オープン

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

14

スライド14をご覧ください。シリアルですが、巣ごもり需要の反動、それから競合の攻勢もございまして減収となりました。フルグラ糖質オフ、あるいはGranola+といった健康、機能性を訴求した商品は高い需要を維持し、堅調に推移はしたのですがトータルとしては減収になっております。下期以降は健康機能性の訴求に加えて、競合が攻勢を強めている中容量帯、大袋ではなくて中用量の製品、ラインナップの拡充を図り、巻き返しを図っていきます。

その他につきましては、甘しょ事業において、焼き芋のオリジナルブランドである紅天使。こちらが卸販売および直営店舗での販売、いずれも好調で増収となっております。

2022年3月期上期業績 海外事業

握りだそう、自然の力。
Calbee

(億円)

<地域別実績>	2022年3月期上期			
		前年同期比		為替影響除く 実質伸び率
海外総売上高	305	+38	+14.2%	+6.0%
北米	76	+2	+2.4%	△0.9%
中華圏	91	+12	+15.6%	+5.7%
英国	38	+6	+19.6%	+5.9%
インドネシア	26	+6	+32.6%	+22.3%
その他	73	+11	+18.4%	+9.5%
リポート等控除	△35	—	—	—
海外営業利益	11.0	△5.4	△32.9%	—
営業利益率	※ 3.6%	△2.5pts	—	—
北米	0.5	△3.4	△86.8%	—
中華圏	6.4	△0.0	△0.3%	—
英国	△0.0	△0.7	—	—
インドネシア	△3.7	△2.1	—	—
その他	7.8	+0.8	+11.4%	—
<製品別実績>				
スナック	267	+38	+16.5%	—
シリアル	37	+0	+0.3%	—

※営業利益率（対純売上高）は4.1%

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

15

スライド15をご覧ください。海外事業の業績ですが、総売上高305億円、前年比14.2%の増収なのですが、為替影響を除く現地通貨ベースでは、6.0%の増収にとどまっています。営業利益は32.9%減少の11億円となりました。

2022年3月期上期業績 海外事業

掘りだそう、自然の力。
Calbee

北米

■売上

- ・「Harvest Snaps」はダラーストア業態が伸長
- ・エスニック売場向けスナックはコンテナ不足の影響を受け減収
- ・WarnockのOEMビジネス減収

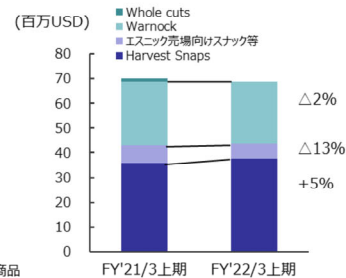
■営業利益

- ・原材料費率および労務費率の上昇により減益



Warnock製造のカルビーブランド商品「San Joaquin」を上市

北米 売上高 (前年同期比△1%)



中華圏

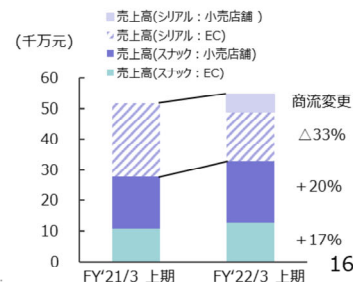
■売上

- ・スナックは、「Honey Butter Chips」や「じゃがポックル」がEC・小売店舗向けともに好調
- ・シリアルは前年巣ごもり需要の反動減

■営業利益

- ・プロモーションを積極投入

中華圏 売上高 (前年同期比+6%)



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

スライド16をご覧ください。地域別の業績について少し詳しくご説明します。北米の売上高は、現通ベースで前年比0.9%減、Harvest Snapsにつきましては、ダラーストア、1ドルショップですね。ダラーストア業態への小容量、低価格帯製品の配荷拡大が続いていまして、こちらによって増収となっております。

一方、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、エスニック売場向けのスナックなのですが、こちらはコンテナの不足ということで、なかなか思うように供給ができず、減収。それから、Warnock社ですが、OEMの受託先の開拓が進まず、減収となっております。

営業利益につきましては、原材料比率および労務比率が上昇していまして、前年度比でいうと3億4,000万減の5,000万円に止まりました。

中華圏の売上ですが、現通ベースでは前年比5.7%増となりました。スナックにつきましては、Honey Butter Chips、あるいはじゃがポックル、引き続き好調で、eコマース、小売店舗、リアル店舗ともに伸長し増収となりましたが、シリアルにつきましては商流変更で増加した分を除くと、前年、巣ごもり需要の反動が大きく減収となりました。利益につきましては、プロモーションを積極的に投入しておりまして、営業利益でいうと前年並みの6億4,000万となりました。

2022年3月期上期業績 海外事業

握りだそう、自然の力。
Calbee

英国

■売上

- ・ポテトチップス(Seabrookブランド)が伸長
- ・スナックは新商品「Loaded Fries」「Loaded Bites」により増収

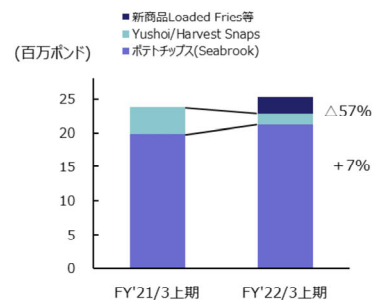
■営業利益

- ・原材料（食油等）の価格高騰により減益



カルビーブランド「Harvest Snaps」販売開始

英国 売上高 (前年同期比+6%)



インドネシア

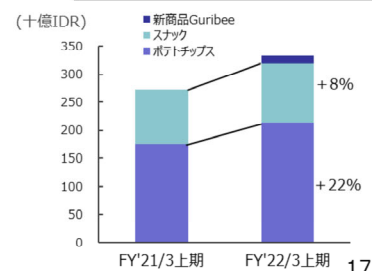
■売上

- ・ポテトチップスは競合の撤退もあり「Japota」好調
- ・スナックは「Krisbee」好調と新商品「Guribee」投入により増収

■営業利益

- ・原材料（食油、包材等）の価格高騰により減益

インドネシア 売上高 (前年同期比+22%)



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

スライド17をご覧ください。英国の売上高は現通ベースで5.9%増収。主力のポテトチップスは伸長しています。それに加えて、ポテトチップス以外のスナック商品、新商品でLoaded FriesあるいはLoaded Bitesというものを出品して、こちらも増収に寄与しました。ただし、営業利益につきましては、やはり食油の原材料価格高騰がありまして、前年度比で言うと0.7億円の減益となっています。

インドネシアの売上ですが、こちらは現通ベースで前年比22.3%増。ポテトチップスにつきましては、競合でありますレイズが撤退したこともありまして、われわれの商品でいうとJapotaという商品があるのですが、これを中心に好調に推移しました。

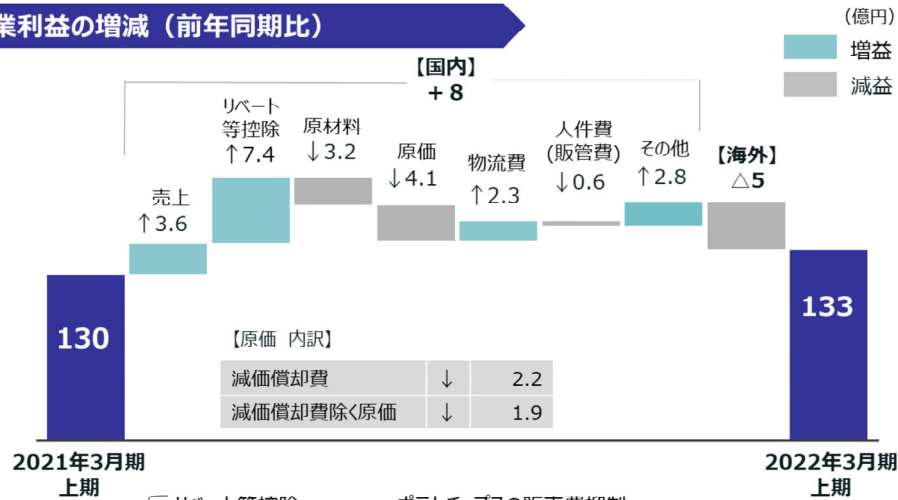
それからスナック分野では、Krisbeeの好調、それから新しい商品であるGuribeeの投入等もございまして増収となりました。利益はやはり食油、包材等の高騰影響がありまして、営業損失3.7億円となりました。

2022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】 | リベート等控除 | : ポテトチップスの販売費抑制 |
| | 原材料費 | : 食油価格の高騰(△ 6 億円)、商品ミックス影響(+ 3 億円) |
| | 原価 | : ポテトチップスの販売調整による生産性悪化 |
| | 物流費 | : ポテトチップス欠品・休売による追加コスト(前年) |
| | その他 | : マーケティング施策(TVCF等)減 |
| 【海外】 | | 原材料の高騰(△ 5 億円) |

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

18

スライド18をご覧ください。最後に営業利益分析ですが、連結全体では133億円、前年比3億円の増益で、内訳で言うと、国内でプラス8億円、海外でマイナス5億円となります。国内事業の増減要因のさらに詳細については、このスライドにあるとおり、ご覧のとおりでございます。

以上で私からの説明を終了いたします。どうもありがとうございました。

参考資料

連結損益計算書

握りだそう、自然の力。

Calbee

(百万円)

	2022年3月期 上期実績				2022年3月期 通期計画		
		構成比 (%)	前年同期比 (%)	計画比 (%)		構成比 (%)	前期比 (%)
総売上高	136,193	100.0	—	101.3	275,000	100.0	—
リベート等控除	15,752	11.6	—	97.1	35,000	12.7	—
純売上高	120,440	88.4	—	101.8	240,000	87.3	—
売上総利益	42,089	30.9	—	98.6	87,800	31.9	—
販売管理費	28,787	21.1	—	98.0	59,800	21.7	—
販売費	3,975	2.9	—	93.5	8,400	3.1	—
物流費	9,665	7.1	+0.4	100.8	19,800	7.2	+2.9
人件費	9,776	7.2	+3.2	99.4	20,100	7.3	+4.0
その他経費	5,369	3.9	+2.0	94.2	11,500	4.2	+8.4
営業利益	13,302	9.8	+2.2	100.0	28,000	10.2	+3.5
経常利益	13,574	10.0	+6.5	104.0	27,500	10.0	△0.1
特別損益	△163	—	—	—	△500	—	—
当期純利益 ※	9,178	6.7	+11.6	108.0	18,000	6.5	+1.8

※親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

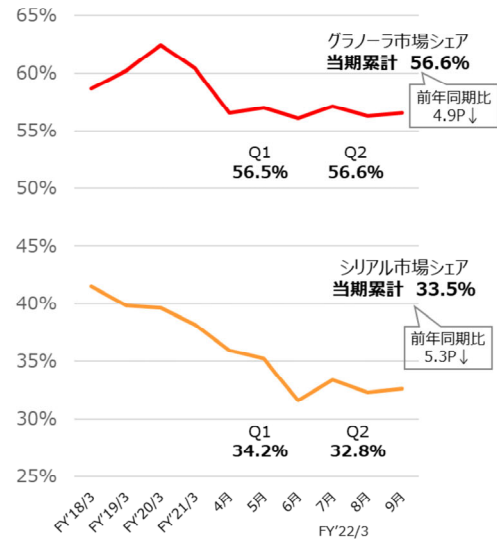
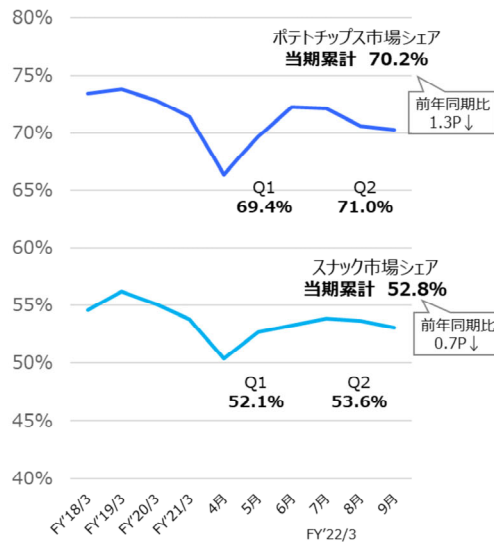
20

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：㈱インテージSRI+ 全国全業販 金額ベース
2021年3月期より㈱インテージSRI+の設計・推計方法が変更されたため、2020年3月期以前の数値を新推計方法に基づき修正しています。

当期累計：2021年4月～2021年9月
前年同期：2020年4月～2020年9月
FY'18/3-FY'22/3：2017年4月～2021年9月

スナック市場シェア：カルビーとジャパンフrito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・クルトン合算、非公開PB含む
グラノーラ市場：シリアル市場・グラノーラカテゴリー

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課

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。FY2022/3(FY'22/3)は2022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、将来の業績に係る見通しであり、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。

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

2021 年 10 月 29 日開催
2022 年3月期第2四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 国内スナックの価格・規格改定の目的とその効果について教えてほしい。

収益性の改善が目的である。加えて、北海道産ばれいしょの収穫状況がおもわしくなく、生産を落とさざるを得ないという背景がある。ポテトチップスの約 80%、じゃがりこの 70%を今回の改定の対象とした。これらは、生ばれいしょを原料とする製品群である。

効果については、来年 1 月下旬実施なので、今期については大きな期待はできない。改定率 7-10%は店頭想定価格ベースであり、出荷価格ベースではもう少し小さい数字になる。来期については売上数量によるので、明らかになった段階できちんと説明したい。

Q2 値上げ後、スナックに対する需要は変化すると思うか。

食品各社が値上げを発表しており、スナックは値上げしても値ごろ感を確保できる。短期的に売上数量が落ちることはあると思うが、急激に需要が落ち込む可能性は低く、1 年程度で戻るとみている。

Q3 今期、来期業績に対する原材料高騰影響を教えてほしい。

今期については、食油高騰により、対計画 10 億円のネガティブインパクト。価格・規格改定で一部リカバリするものの十分ではないため、販促抑制やその他のコスト・リダクションで吸収し、通期の営業利益 280 億円の達成を目指す。来期に与える影響については原材料価格が変動しているので現段階ではコメントできない。

Q4 販促抑制効果は今下期にも発現するか。

原料ばれいしょの収量減により、販促機会が減少するため、下期についても販促抑制による利益増が期待できる。

Q5 海外での価格改定について、いつ実施するのか。どの程度の改定になるのか。

大手メーカーがすでに値上げに踏み切っており、当社も商談を開始している。第 3 四半期から価格が変わる製品、得意先もあるが、多くの得意先で価格が改定されるのは第 4 四半期。コストアップを吸収できる価格設定で商談を進めている。

Q6 株主還元策をこのタイミングで変更した理由を教えてほしい。

上場以来、配当を増やすことで株主還元を行ってきたが、2019 年に PepsiCo, Inc.との持株比率に関する条項が失効し、自社株買いが選択できるようになった。資本の効率的運用を図り、低下している ROE を向上させるため、安定配当を維持しながら、機動的に自社株買いを行っていく。

以上