



カルビーグループ決算説明会

2022年3月期

2021年4月1日～2022年3月31日

TSE code : 2229
カルビー株式会社
2022.5.10

- 1. 2022年3月期業績報告および2023年3月期計画
常務執行役員兼CFO 早川 知佐**
- 2. カルビーグループ^o中期経営計画の進捗と課題
代表取締役社長兼CEO 伊藤 秀二**

2022年3月期業績報告および 2023年3月期計画

常務執行役員兼CFO
早川 知佐

- I. 2022年3月期業績報告**
- II. 2023年3月期計画**
- III. 設備投資・株主還元**

2022年3月期の期首より、「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。

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期
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	従来どおり
リベート等控除	なし (販売管理費に含まれる)	総売上高から控除する 一部の販売費	総売上高から控除する 一部の販売費
純売上高	なし	総売上高から 一部の販売費を控除	総売上高から 一部の販売費を控除
営業利益	従来どおり	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 ※	純売上高を分母として 計算

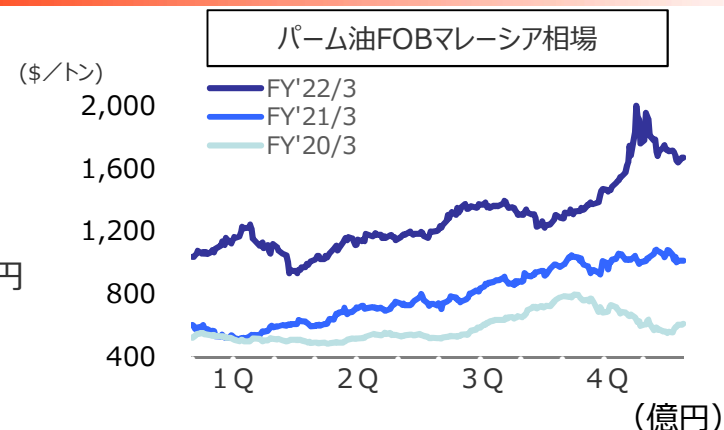
※2023年3月期計画との比較においては、純売上高を分母として計算

I . 2022年3月期業績報告

2022年3月期業績

決算サマリ

- **総売上高** 海外好調により増収
- **営業利益** 国内、海外いずれも原材料価格および動力費の高騰を価格・規格改定効果でカバーできず減益
高騰影響(対前年) 国内:△40億円、海外:△20億円
- **当期純利益** 為替差益や債務免除益等により増益



	2022年3月期 実績	2021年3月期 実績	伸び率	2022年3月期 修正計画	修正計画比
総売上高	2,780	2,667	+4.2%	2,760	100.7%
純売上高	2,454	2,333	-	2,430	101.0%
国内総売上高	2,136	2,136	△0.0%	2,125	100.5%
純売上高	1,880	-	-	1,867	100.7%
海外総売上高	644	531	+21.3%	635	101.5%
純売上高	574	-	-	563	101.9%
営業利益	251	271	△7.1%	255	98.6%
営業利益率(対総売上高)	※1 9.0%	10.1%	△1.1pts	9.2%	△0.2pts
国内	232	247	△6.2%	233	99.4%
海外	20	24	△16.4%	22	90.1%
経常利益	269	275	△2.1%	260	103.6%
特別損益	△2	△11	-	0	-
当期純利益 ※2	181	177	+2.1%	175	103.2%

※1 営業利益率(対純売上高)は10.2%

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

2022年3月期業績 国内事業

- **総売上高** 中国向けシリアルの商流変更影響を除く実質ベースでは増収
 <スナック> ばれいしょ収量減の影響でポテトチップスが減収となったものの
 新価値製品・その他スナックに販売注力し、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△21億円
 <その他> 甘しょ事業が拡大
- **営業利益** ばれいしょ不足影響により、スナックのリベート等を抑制したものの、
 原材料価格および動力費の高騰（△40億円）により減益

	2022年3月期			(億円)
		前期比		
国内総売上高	2,136	△0	△0.0%	
スナック	1,769	+12	+0.7%	
ポテトチップス	834	△32	△3.6%	
じゃがりこ	349	+3	+1.0%	
新価値製品・その他スナック	586	+40	+7.4%	
シリアル（国内消費向け）	236	△12	△5.0%	
シリアル（海外輸出）	11	△18	△62.4%	
その他（甘しょ・ばれいしょ・役務提供）	120	+18	+17.3%	
リベート等控除	△256	-	-	
国内営業利益	232	△15	△6.2%	
営業利益率	※ 10.8%	△0.7pts	-	

※営業利益率（対純売上高）は 12.3%

2022年3月期業績 国内事業

スナック

ポテトチップス・じゃがりこ：

ばれいしょ収量減を受け、一部製品の発売中止や延期、販促抑制を実施したことにより、減収
加えて原材料価格および動力費の高騰に対し、2022年1月価格・規格改定を実施

新価値製品・その他スナック：

TVCFを投下した豆系スナック「miino」や販売エリアを拡大した「ポテトデラックス」が伸長
土産用製品は、催事や物産展への積極展開により増収

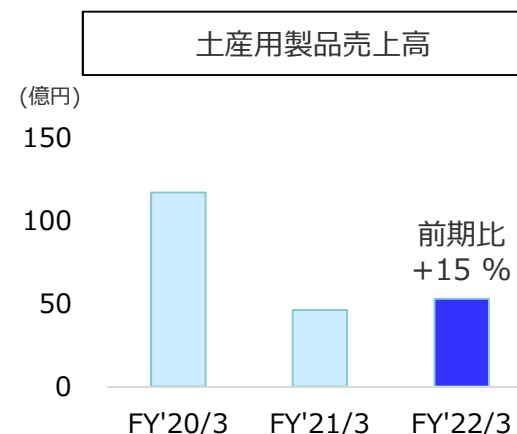
その他スナックは、ポテトチップス・じゃがりこの販促抑制により需要がシフト



アンテナショップ「カルビープラス」
駅構内催事展開



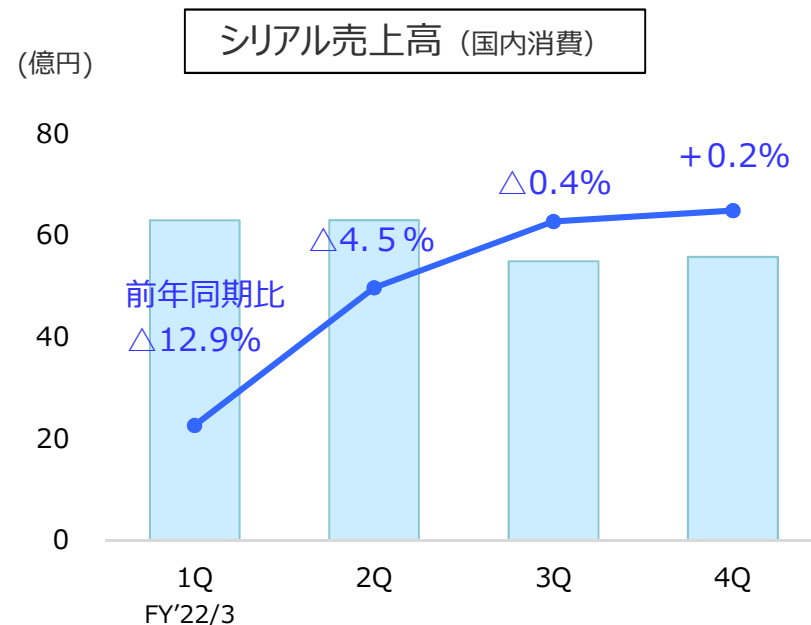
「カルビープラス」初のキッチンカー
「ポテりこカー」



2022年3月期業績 国内事業

シリアル

- ・ 上期は前年巣ごもり需要の反動により減収
下期は中容量タイプの品揃え強化により回復
- ・ 健康訴求系「糖質オフ」は好調継続（前期比+10%）
- ・ 競合オートミールの攻勢によりシェアダウン



その他

甘しょ事業：仕入れ量を拡大し、卸販売、直営店舗販売および E C 販売がいずれも好調



ポテト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
ギフトセット

2022年3月期業績 海外事業

(億円)

＜地域別実績＞	2022年3月期			
		前期比		為替影響除く 実質伸び率
海外総売上高	644	+113	+21.3%	+12.1%
北米	162	+17	+11.9%	+5.2%
中華圏	196	+45	+29.5%	+17.0%
英国	80	+15	+23.3%	+11.1%
インドネシア	62	+21	+51.9%	+40.4%
その他	145	+15	+11.8%	+5.5%
リベート等控除	△71	—	—	—
海外営業利益	19.8	△3.9	△16.4%	—
営業利益率	※ 3.1%	△1.4pts	—	—
北米	△0.4	△6.7	—	—
中華圏	9.8	+3.6	+59.1%	—
英国	0.5	△1.1	△71.3%	—
インドネシア	△4.1	+1.0	—	—
その他	14.1	△0.7	△4.7%	—
＜製品別実績＞				
スナック	564	+100	+21.4%	—
シリアル	81	+14	+20.6%	—

※営業利益率（対純売上高）は 3.5%

2022年3月期業績 海外事業

北米

■ 売上

- ・「Harvest Snaps」は、ダラーストア業態等が伸長
- ・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前年並
- ・WarnockはPBが伸長、OEMは苦戦

■ 営業利益

- ・利益率の高い製品の構成比低下により減益
- ・2021年12月から順次価格改定を実施

中華圏

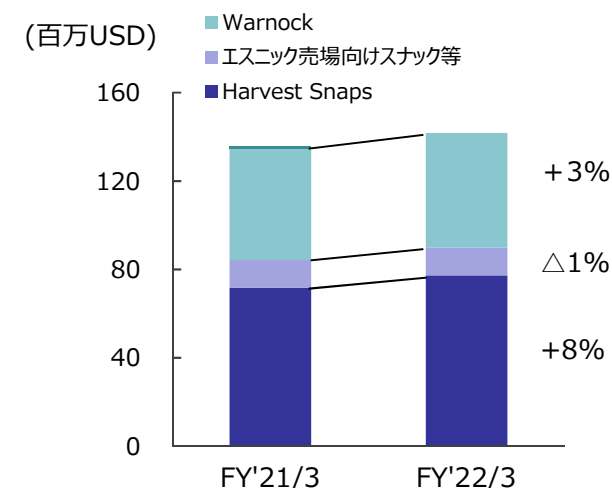
■ 売上

- ・スナックは、「Jagabee」や「Honey Butter Chip」が EC・小売店舗向けともに好調
- ・シリアルEC向けは、前年巣ごもりの反動により減収
小売店舗向けは拡大

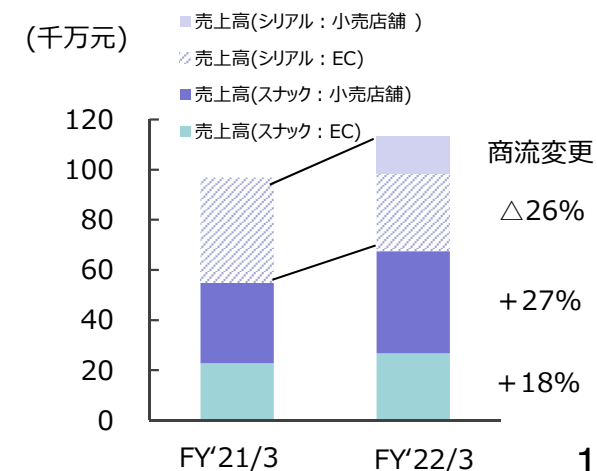
■ 営業利益

- ・増収効果により増益

北米 売上高 (前期比+5%)



中華圏 売上高 (前期比+17%)



2022年3月期業績 海外事業

英国

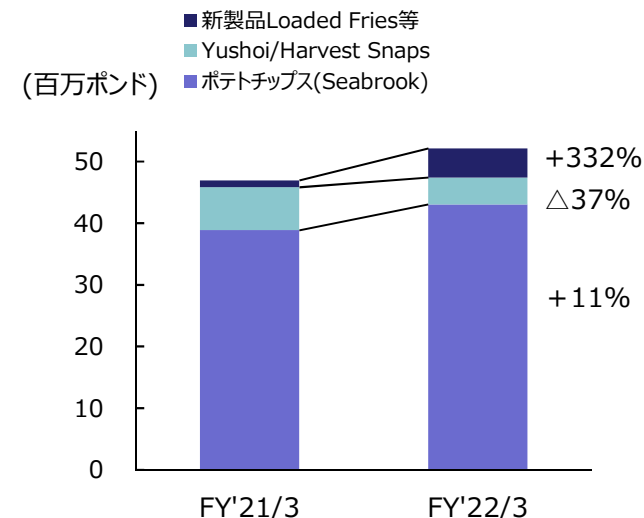
■ 売上

- ・ポテトチップスは、配荷エリア拡大により伸長
- ・スナックは、Seabrook ブランド「Loaded Fries」「Loaded Bites」の大手流通への配荷開始等により増収

■ 営業利益

- ・原材料価格（食油、包材等）の高騰により減益
- ・2022年1月価格・規格改定を実施

英国 売上高 (前期比+11%)



インドネシア

■ 売上

- ・ポテトチップスは、競合撤退に伴いプロモーションを積極投下し伸長
- ・スナックは、「Krisbee」および新食感製品「Guribee」の堅調により増収

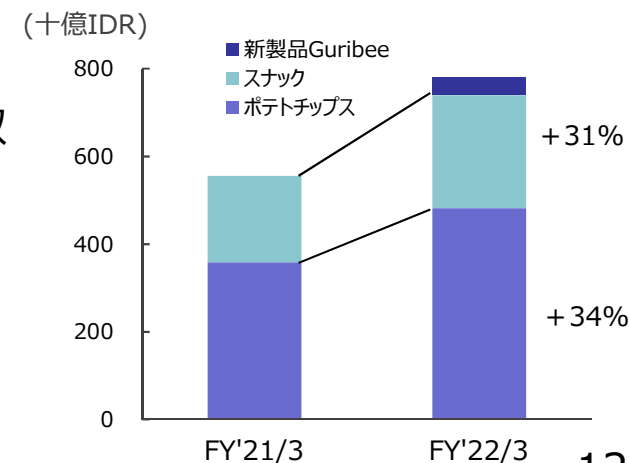
■ 営業利益

- ・増収効果および効率的な販売費の投下により赤字縮小



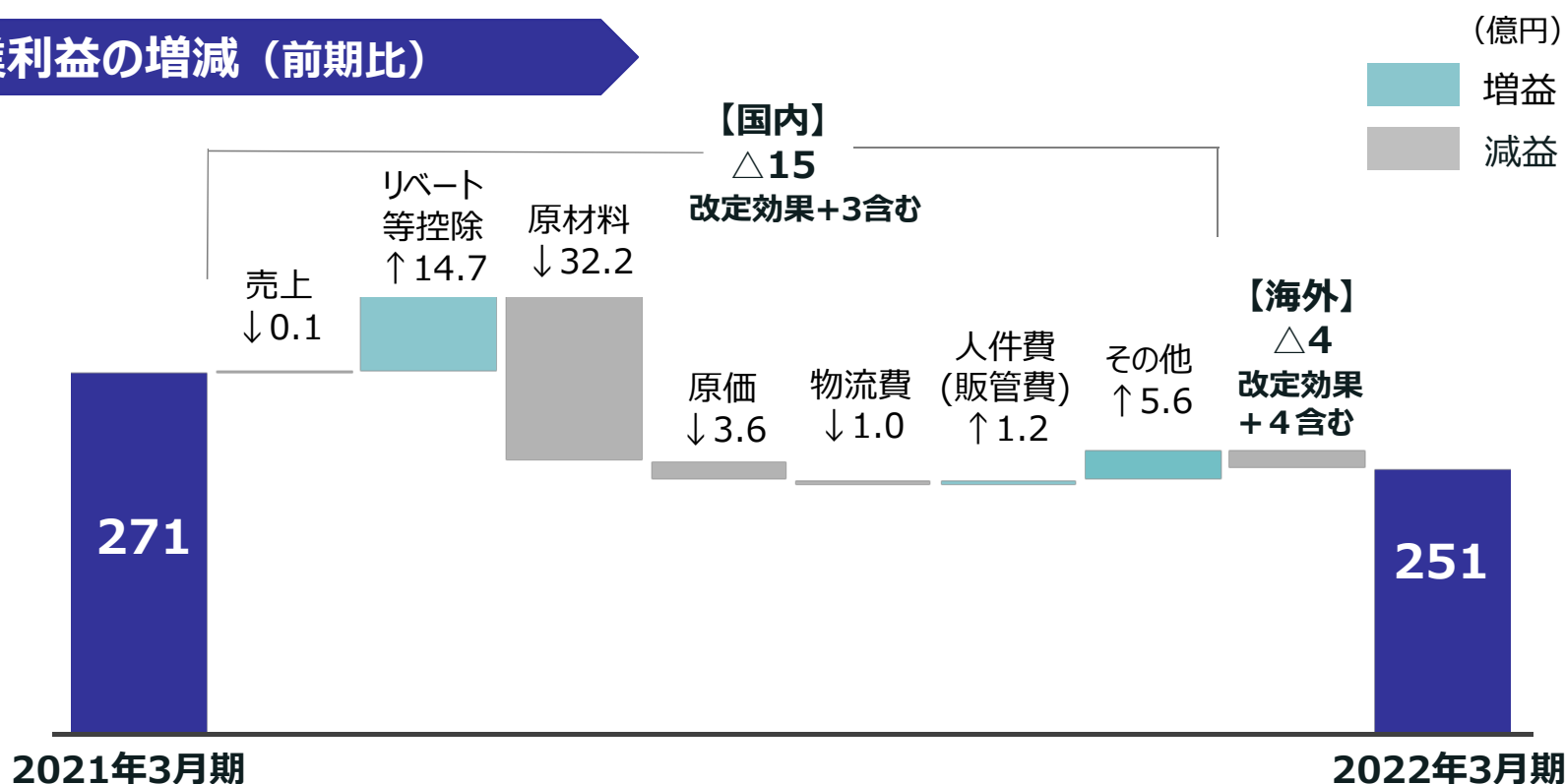
新食感製品「Guribee」

インドネシア 売上高 (前期比+40%)



2022年3月期業績 営業利益分析

営業利益の増減（前期比）



- 【国内】
 - リベート等控除：ばれいしょ不足影響によりポテトチップスおよびじゃがりこの販売費を抑制
 - 原材料費：食油価格の高騰(△18億円)、輸入ばれいしょ(△10億円)等
 - 原価：動力費の高騰(△8億円)、減価償却費(△5億円)、輸出減等(+9億円)
 - その他：ばれいしょ不足影響による広告宣伝機会の減少
- 【海外】
 - 原材料価格の高騰(△20億円)

Ⅱ. 2023年3月期計画

2023年3月期計画

計画サマリ

原材料価格や動力費のさらなる高騰に対し、価格・規格改定や利益拡大施策を実施し、
売上高+9%、営業利益+1%を計画

原材料価格および動力費の高騰影響見込み(対前年) 国内△90億円、海外△32億円 (億円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	前期差	伸び率
総売上高	2,780	3,040	+260	+9.3%
純売上高	2,454	2,680	+226	+9.2%
国内総売上高	2,136	2,264	+128	+6.0%
純売上高	1,880	1,995	+115	+6.1%
海外総売上高	644	776	+132	+20.4%
純売上高	574	685	+111	+19.4%
営業利益	251	255	+4	+1.4%
営業利益率 (対純売上高)	10.2%	9.5%	△0.7pts	-
国内	232	217	△15	△6.3%
海外	20	38	+18	+91.7%
経常利益	269	250	△19	△7.2%
特別損益	△2	△5	△3	-
当期純利益 ※	181	155	△26	△14.1%

※親会社株主に帰属する当期純利益

2023年3月期計画 国内事業

(億円)

	2023年3月期		
		前期比	
総売上高	2,264	+128	+6.0%
スナック	1,879	+110	+6.2%
ポテトチップス	922	+88	+10.5%
じゃがりこ	367	+18	+5.2%
新価値製品・その他スナック	590	+4	+0.7%
シリアル	250	+3	+1.2%
その他（甘しょ・ばれいしょ・役務提供）	135	+15	+12.3%
リベート等控除	△269	△13	+5.3%
純売上高	1,995	+115	+6.1%
営業利益	217	△15	△6.3%
営業利益率（対純売上高）	10.9%	△1.4pts	—

2023年3月期計画 国内事業 重点施策

国内コア事業

- 原材料価格や動力費の高騰に対し、収益確保のためにすべての製品カテゴリにおいて価格・規格改定を実施する
- 改定による数量ダウンを回避するために、プロモーション強化や新製品の追加発売を実施する
- 土産の回復や高付加価値製品の発売により、製品ミックスの改善を図る
- オートミール需要の高まりに対応した新製品「バイクドオーツ」を2022年4月に発売し、オーツ麦市場のシェアの獲得を図る



新規事業

- 甘しょ事業
 - ・グループシナジーを活用し、仕入れ地域を拡大、仕入れ増に対応し生産能力の増強を図る
 - ・主力の卸売販売に加え、直営店舗販売とEC販売の拡大も図る



2023年3月期計画 海外事業

(億円)

<地域別実績>	2023年3月期		
		前期比	
総売上高	776	+132	+20.4%
北米	183	+21	+13.1%
中華圏	263	+67	+34.4%
その他	330	+43	+15.0%
リベート等控除	△91	△20	+28.7%
純売上高	685	+111	+19.4%
営業利益	38.0	+18.2	+91.7%
営業利益率（対純売上高）	5.5%	+2.1pts	—
北米	4.5	+4.9	—
中華圏	20.8	+11.0	+112.1%
その他	12.8	+2.3	+21.8%

2023年3月期計画 海外事業 重点施策

全地域で価格・規格改定を計画し、コスト高騰影響以上の増益を目指す

北米

- ・「Harvest Snaps」は、製品ラインアップ拡充および販売先拡大
- ・エスニック売り場向けは、日本発のカルビーブランド強化に加え、北米オリジナルブランドを投入
- ・WarnockはPB、OEM事業を拡大
加えて利益率の高い製品構成比を上げることにより、収益を改善



北米オリジナルブランド

中華圏

- ・スナックは、安全安心のブランドイメージを強みにBaby & Kids市場に本格参入、品揃え強化
中国国内の既存設備を活用した中間層向け価格帯のポテトチップスを拡販
- ・シリアルは、フルグラ「糖質オフ」の定番化と販売エリアの拡大により顧客基盤を拡充
中間層に向けて中国国内OEMの活用によりミューズリー生産開始



Baby & Kids向け

その他

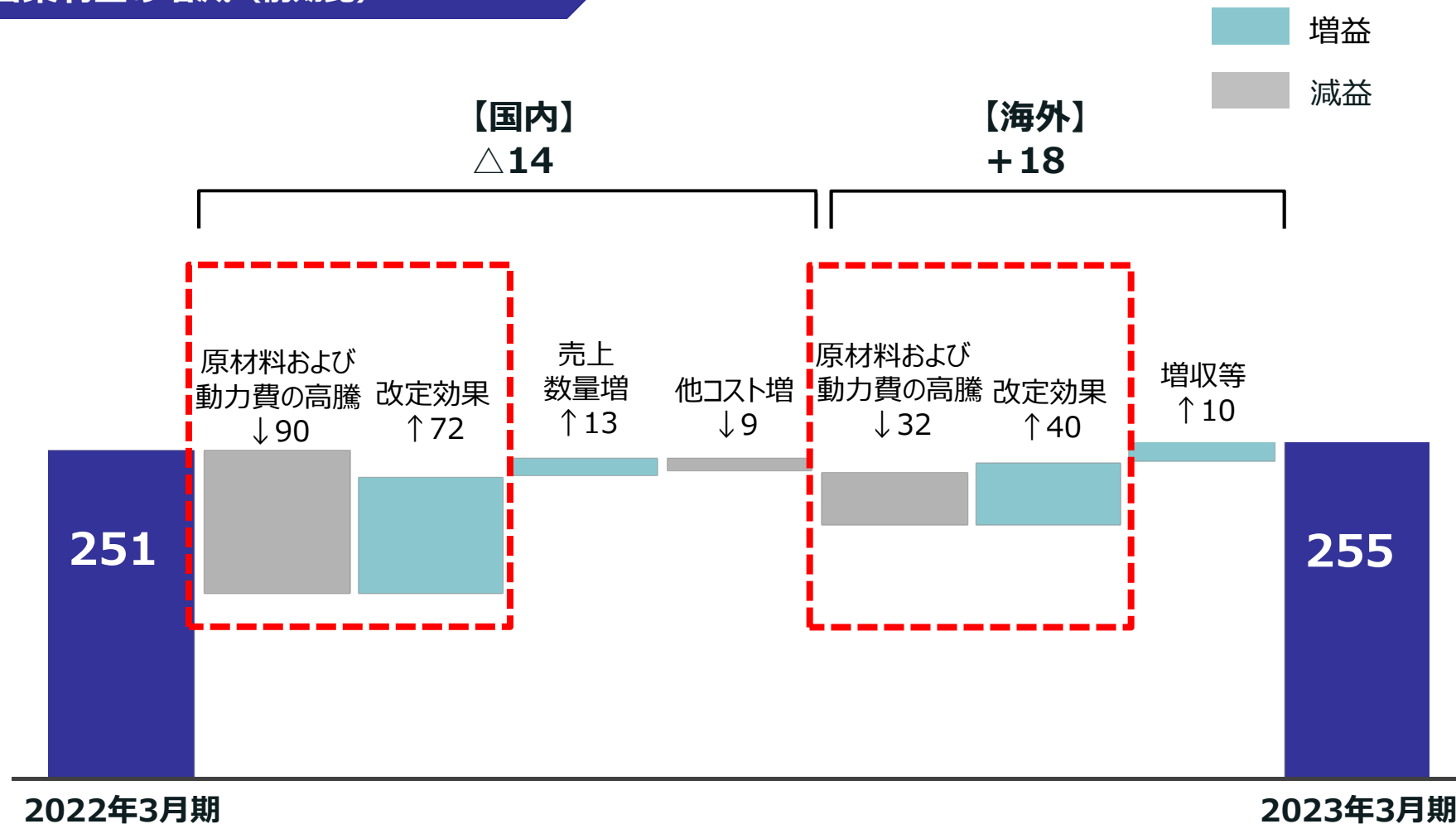
- ・英国は、ポテトチップスの配荷エリアの拡大、「Harvest Snaps」を大手流通へ導入
- ・インドネシアは、ポテトチップスのリニューアルや新フレーバー発売により新規顧客を開拓
利益率の高い「Guribee」を積極的に展開



中間層向け

2023年3月期計画 営業利益分析

営業利益の増減（前期比）



Ⅲ. 設備投資・株主還元

設備投資・株主還元

設備投資

■ 2022年3月期

- 設備投資
 - 国内事業 95億円 (自動倉庫設置、堅あげポテト製造ライン増設)
 - 海外事業 26億円 (Warnock土地建物の取得)
- 成長投資 15億円 (DX投資、新価値製品製造設備)
- 株主還元 187億円 (自己株式取得 120億円、配当金 67億円)

■ 2023年3月期 (計画)

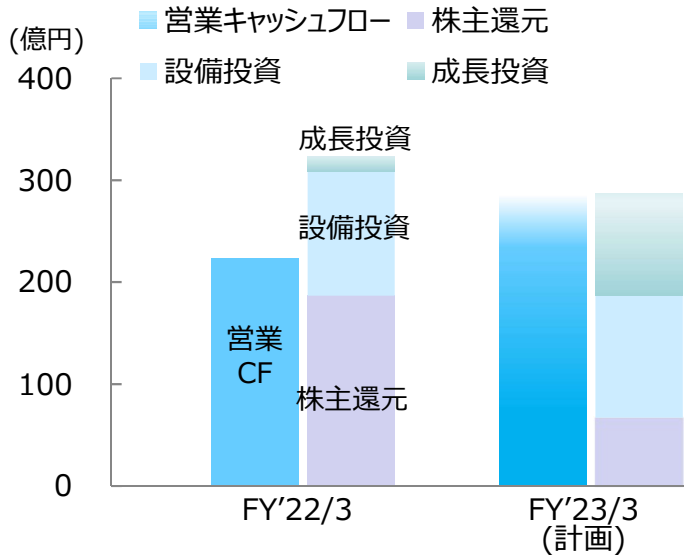
- コア事業の持続的成長、生産性向上への投資
- 新価値製品、長期的視野に基づいた新規事業への投資、DX投資

株主還元

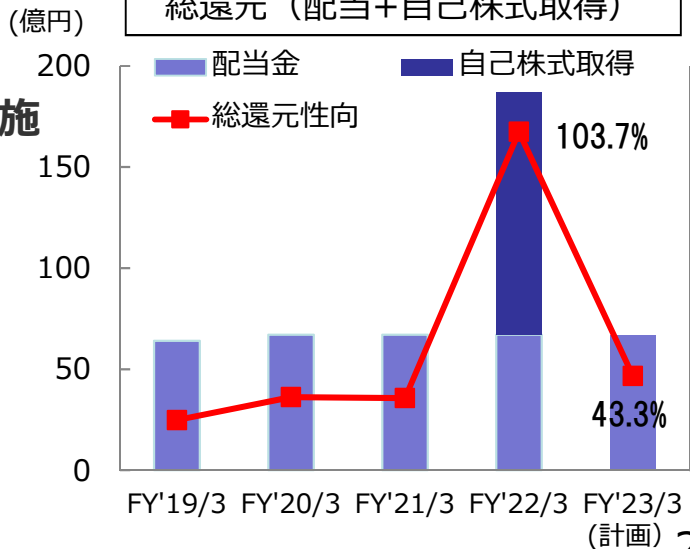
**総還元性向50%以上、DOE 4%を目途に
安定的な増配・機動的な自己株式取得を実施**

- 2021年3月期：1株当たり配当金50円 (前期同額)
- 2022年3月期：1株当たり配当金52円 (前期比2円増)
総還元性向103.7%、DOE3.9%
- 2023年3月期計画：1株当たり配当金52円 (前期同額)
総還元性向43.3%

営業キャッシュフローおよび投資・株主還元

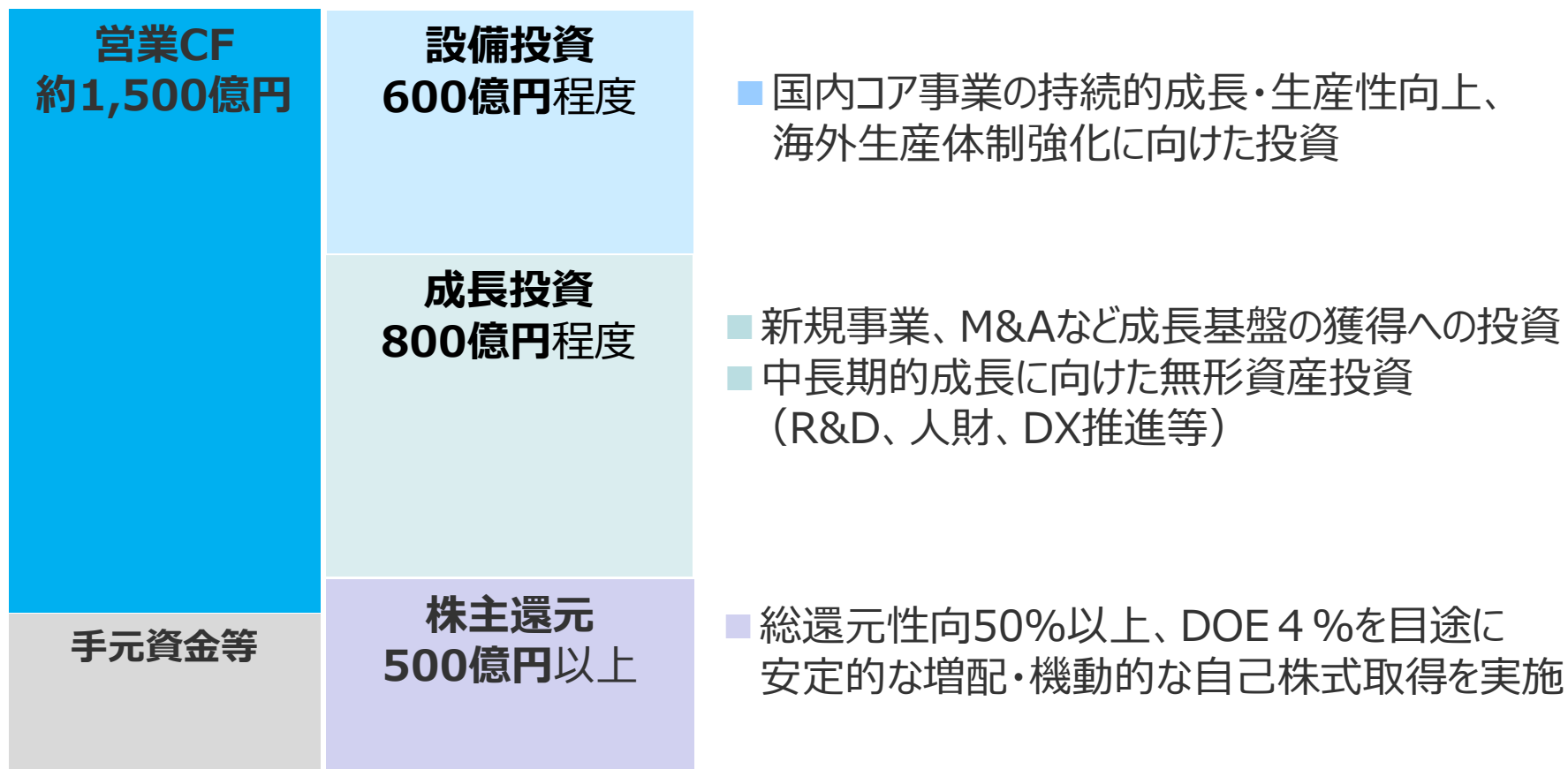


総還元 (配当+自己株式取得)



- ・設備投資に加え、新規事業や中長期的な視点に向けた成長投資へ資源投下
- ・資本効率の向上を図るため、積極的かつ継続的な株主還元を実施

《2020年3月期～2024年3月期の5年》

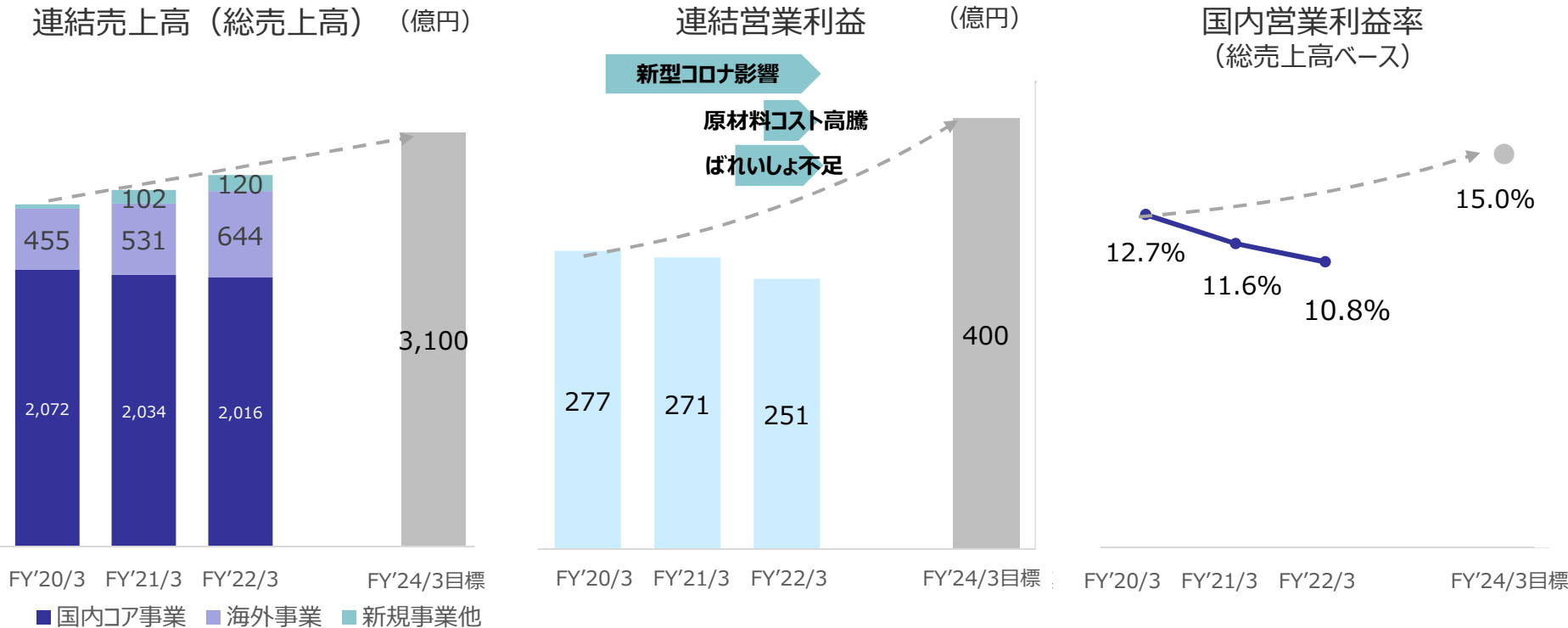


カルビーグループ中期経営計画の進捗と課題

代表取締役社長兼CEO
伊藤 秀二

中期経営計画の進捗

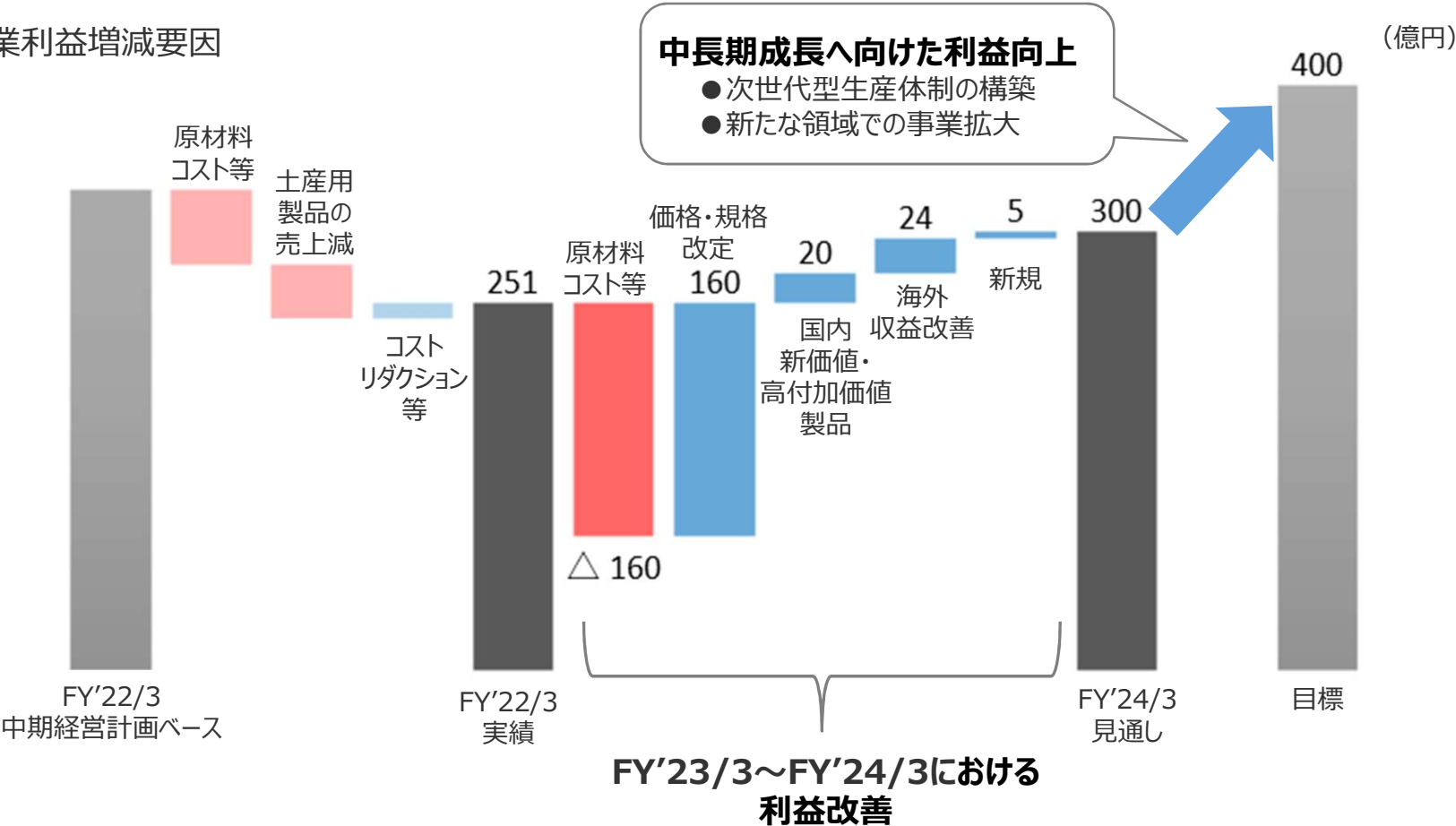
- 海外事業の拡張、甘しょ事業への参入により、売上高は順調に進捗
- 新型コロナウイルス影響や原材料コストの高騰、ばれいしょ不足等の外部影響により、利益面での進捗が大きく遅れている



中期経営計画 営業利益改善の方針

- 原材料コスト等の上昇に対しては、機動的な価格・規格改定を実施、収益改善を図る
- 成長の軸である海外事業、新たな食領域の基盤構築に取り組む

営業利益増減要因



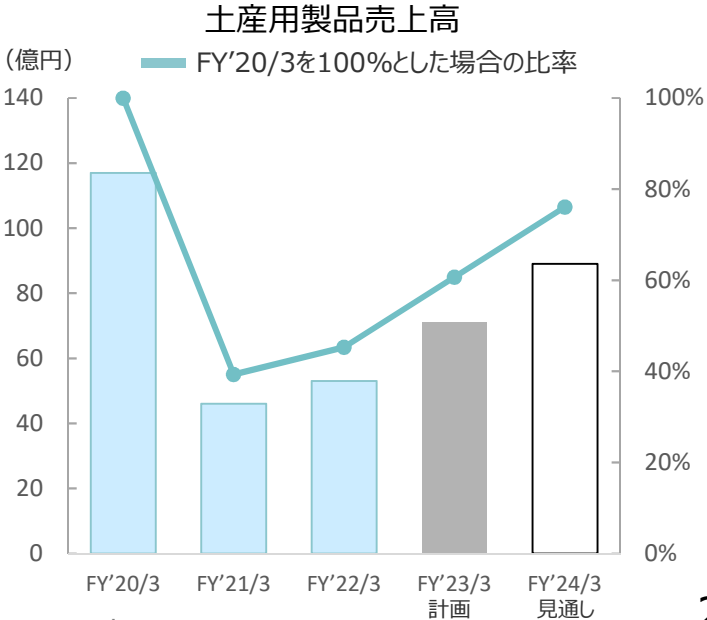
中期経営計画 今後の重点施策【国内コア事業】

機動的な価格・規格改定による収益性改善

- 原材料コスト等の高騰に対しては、全てのカテゴリで価格・規格改定を機動的に実施し、価格転嫁することを基本とする
- 改定による数量ダウンの影響を回避すべく、新たな規格品等を投入

新価値製品の展開と高付加価値化の推進

- 消費者の行動変化によるニーズを捉えた新価値製品の展開を強化
- 土産用製品の売上回復と観光需要に頼らない販売施策の推進



中期経営計画 今後の重点施策【海外事業】

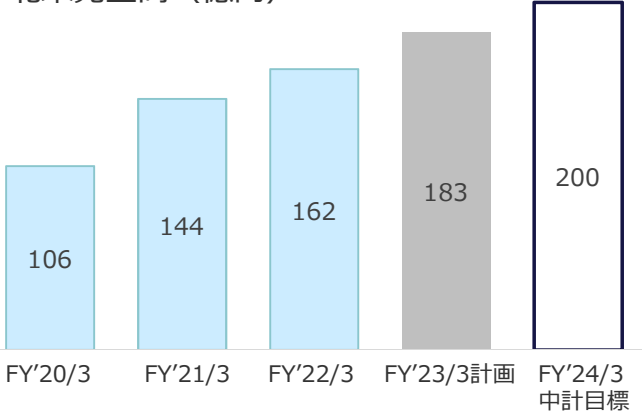
北米での収益基盤の強化

「Harvest Snaps」の再強化と 新たなBFY製品の投入

- 「Harvest Snaps」のバリエーションの拡大と販売先の拡大
- Warnock生産設備とカルビーの開発能力を活用した新製品投入



北米売上高（億円）



エスニック市場向けの販売強化

- エスニック市場（アジア系食品売り場）での成長機会を取り込む
- 「じゃがりこ」「かっぱえびせん」等日本発のブランドの拡大



中期経営計画 今後の重点施策【海外事業】

中華圏・アセアンでの製品拡充と生産拠点の増強

中間層への訴求を中心とした製品ラインアップの拡充

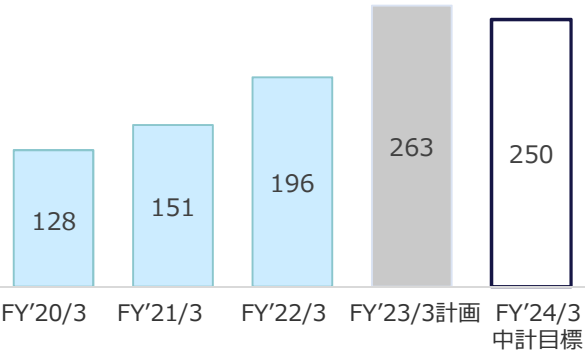
ポテト系スナック
カルビーの認知度・製品の差別化価値訴求

シリアル
「フルグラ」機能性ライン、中間層向け製品の投入

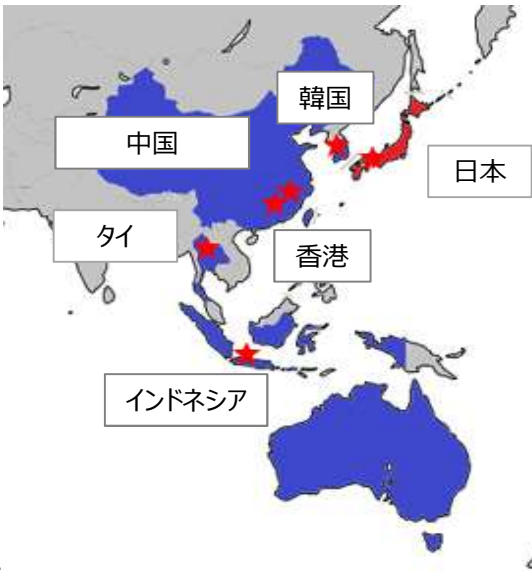
キッズ向けスナック
安全・安心のブランドイメージを強みに拡大



中華圏売上高（億円）



<中国向け製品の供給拠点>



周辺国の生産・開発能力の拡充

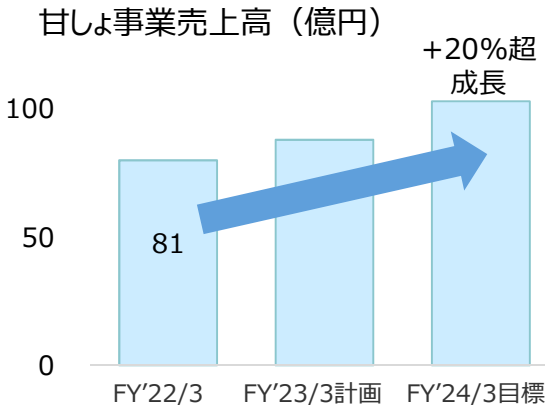
タイ、インドネシア、香港など周辺の生産拠点の増強やOEMを活用

中期経営計画 今後の重点施策【新規事業】

自然素材起点での新たな食領域事業展開

甘しょ事業の拡大

- 仕入れ地域の拡大・生産設備の増強
- 直営店舗およびEC販売強化
- 海外展開を推進



ポテトかいつかの直営店舗

素材起点の新規事業開発

甘しょ事業に続く、豆およびオーツ麦による新規事業開発に注力する

<製品展開イメージ>
スナッキング・おつまみ



飲料



朝食・主食 etc.



成長機会を捉えたM&A・アライアンスによる事業展開加速も狙う

最後に：中期経営計画の実行に向けて

今後の方針

- 原材料コスト上昇に対応した機動的な価格・規格改定
- 北米、中華圏、アセアンへの経営資源の投下
- 素材起点の新たな食領域事業の展開強化

2030ビジョンの達成に向けて
カルビーグループを再び成長軌道に乗せる



掘りだそう、自然の力。食の未来をつくりだす。

2030目指す姿

海外市場と新たな食領域を、成長の軸として確立する

参考資料

製品別売上高、海外・国内・地域別売上高の詳細等の数値は、
「カルビー株式会社 2022年3月期決算 補足資料」に掲載しておりますので、ご参照ください。
<https://www.calbee.co.jp/ir/library/shiryou/>

連結損益計算書 2022年3月期業績／2023年3月期計画

(百万円)

	2022年3月期			2023年3月期 計画		
		構成比 (%)	前期比 (%)	修正計画比 (%) ※1	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	245,419	100.0	—	101.0	268,000	100.0 +9.2
売上総利益	83,954	34.2	—	99.6	89,700	33.5 +6.8
販売管理費	58,818	24.0	—	100.0	64,200	24.0 +9.1
販売費	8,278	3.4	—	99.7	10,600	4.0 +28.0
物流費	20,044	8.2	+4.1	101.7	21,000	7.8 +4.8
人件費	19,584	8.0	+1.4	99.4	20,900	7.8 +6.7
その他経費	10,911	4.4	+2.8	98.3	11,700	4.4 +7.2
営業利益	25,135	10.2	△7.1	98.6	25,500	9.5 +1.4
経常利益	26,938	11.0	△2.1	103.6	25,000	9.3 △7.2
特別損益	△190	—	—	—	△500	— —
当期純利益※2	18,053	7.4	+2.1	103.2	15,500	5.8 △14.1

※1 2022年3月期第3四半期発表時において修正した計画

※2 親会社株主に帰属する当期純利益

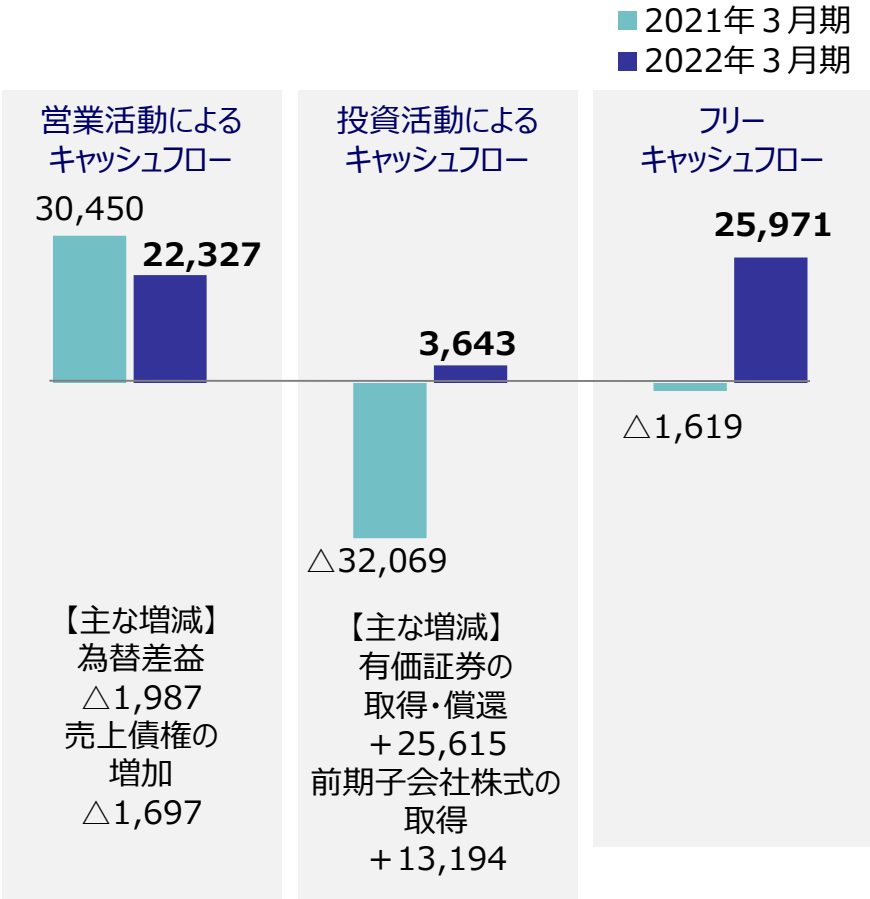
キャッシュフロー及び財政状況

■ キャッシュフロー計算書

(百万円)

現金及び現金同等物残高

2021年3月末 47,282 ▶ 2022年3月末 49,670 (+2,388)

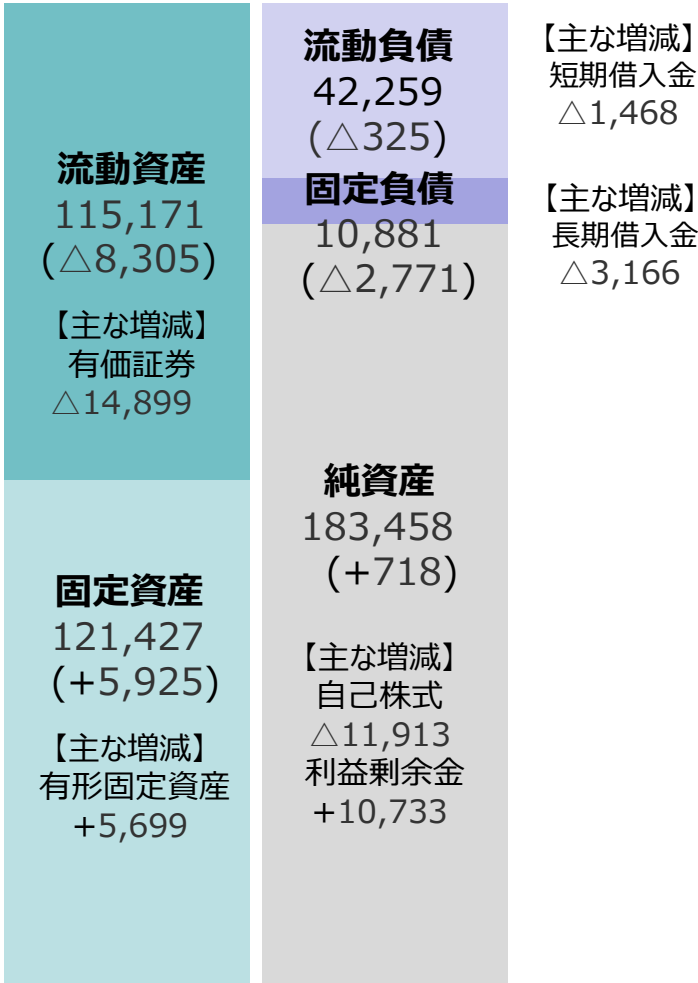


■ 貸借対照表

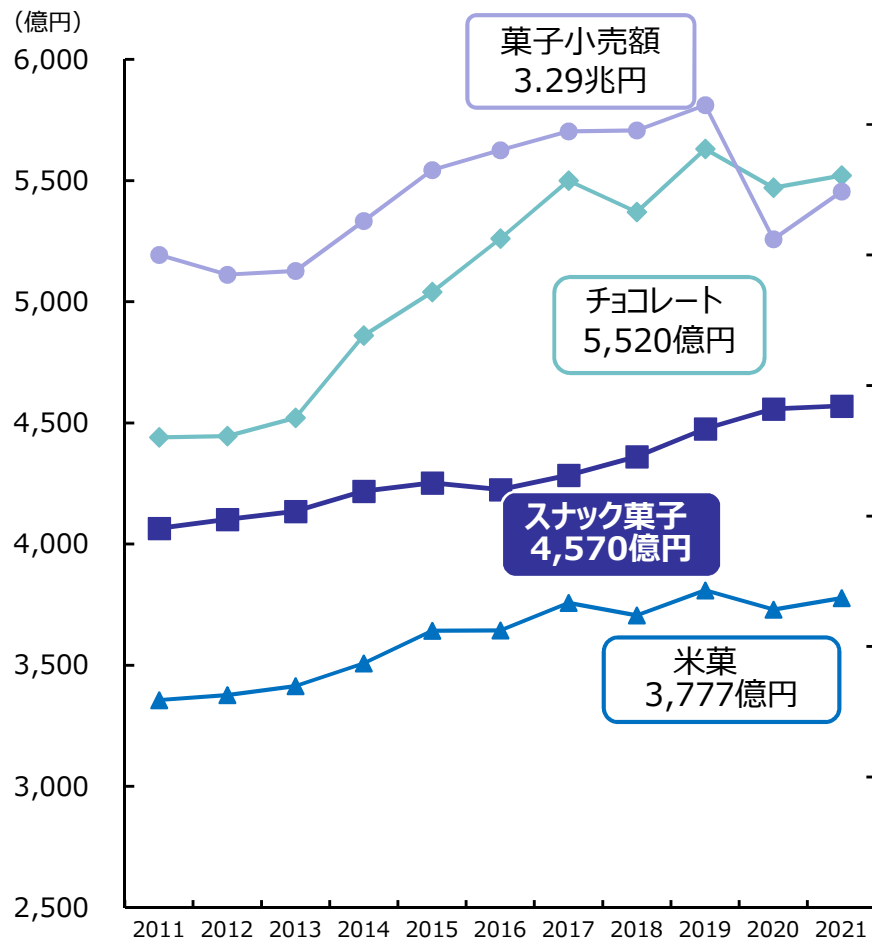
(百万円)

(括弧内、2021年3月末からの増減)

2022年3月末 総資産 236,598 (△2,379)

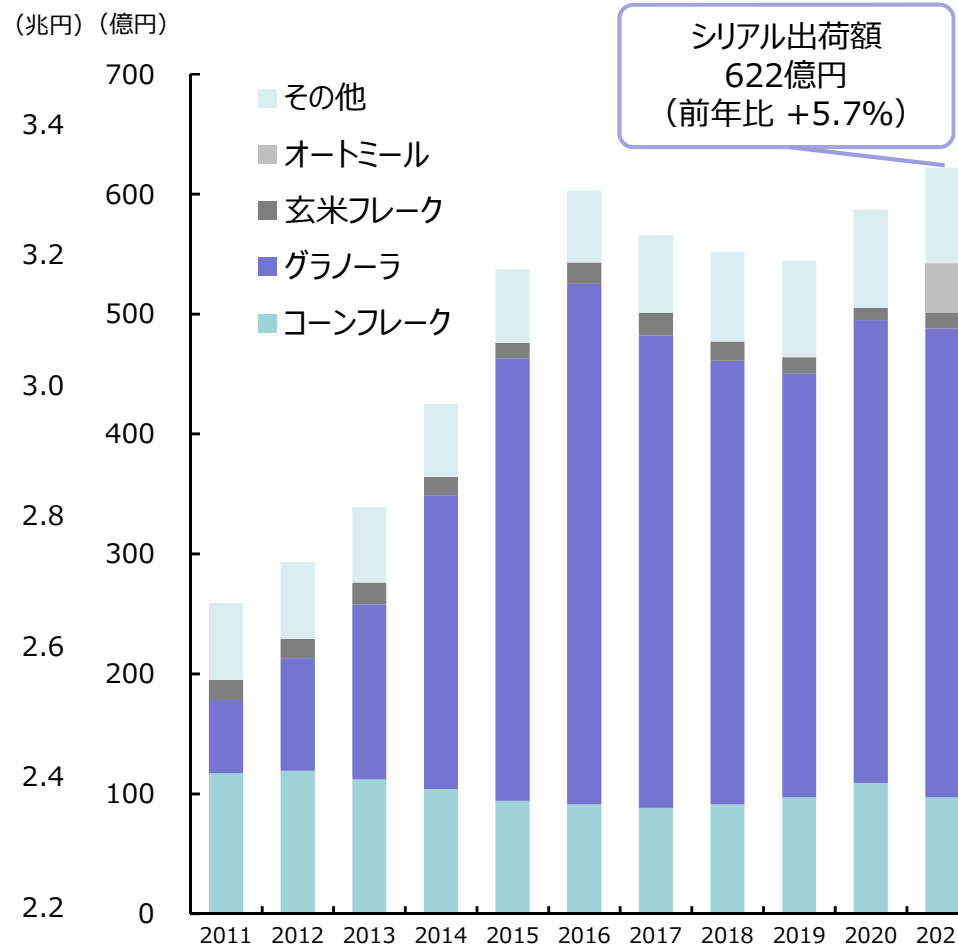


国内菓子市場



出所：全日本菓子協会

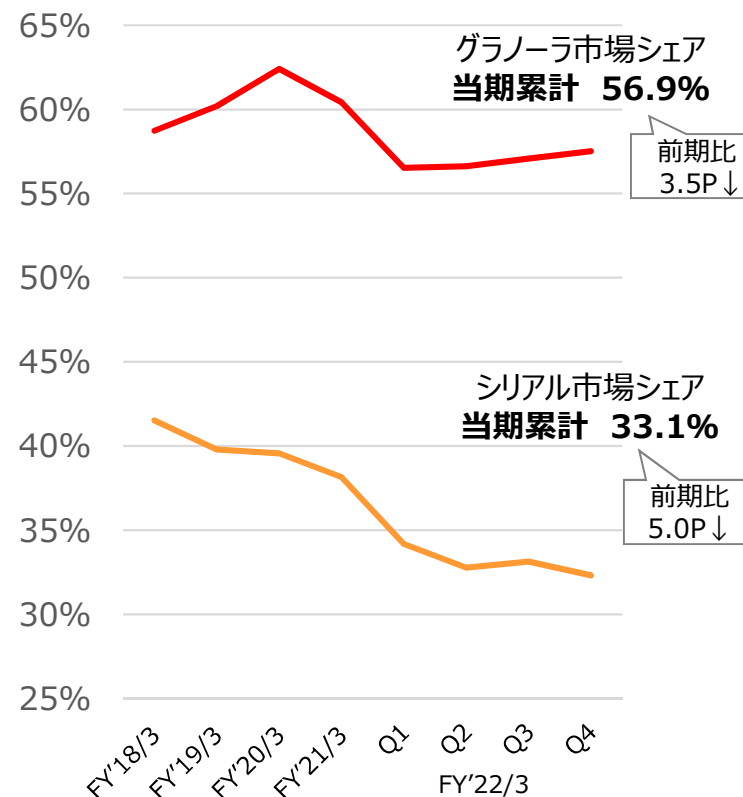
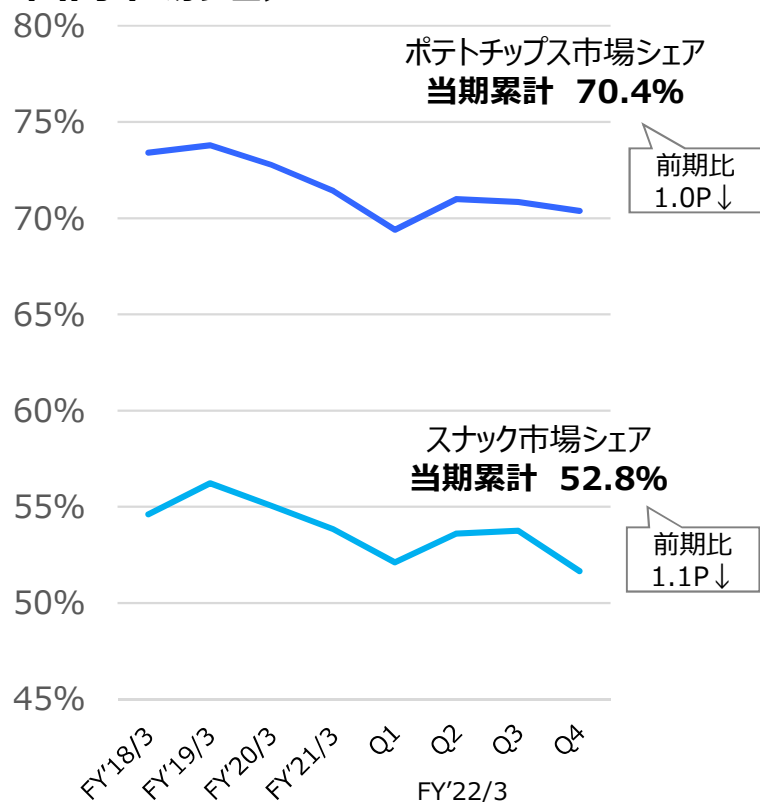
国内シリアル市場



出所：日本スナック・シリアルフーズ協会

国内事業の状況

■ 国内市場シェア

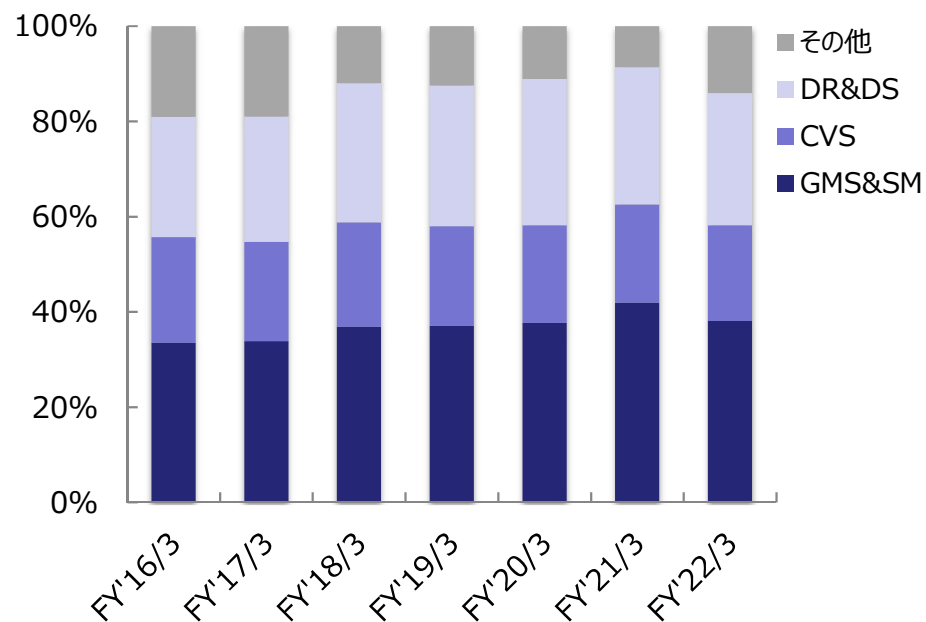


■ スナックカテゴリ別市場シェア

	ポテト系スナック	小麦系スナック	コーン系スナック	豆系スナック
2022年3月期 (前期比)	73.5% (1.3P↓)	54.8% (0.5P↓)	22.3% (1.1P↓)	55.2% (7.7P↑)

出所：(株)インテージSRI+ 全国全業態 金額ベース
 2021年3月期より(株)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～2022年3月
 前年同期：2020年4月～2021年3月
 FY'18/3-FY'22/3：2017年4月～2022年3月
 スナック市場シェア/ポテト系スナック市場シェア/コーン系スナック市場シェア/
 豆系スナック市場シェア：カルビーとジャパンフリトレーの合計
 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・
 ケトル合算、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
 スナックカテゴリ別市場シェア：原材料別シェア
 ポテト系スナック：原材料 生ポテト 小麦系スナック：原材料 小麦
 コーン系スナック：原材料 コーン 豆系スナック：原材料 豆

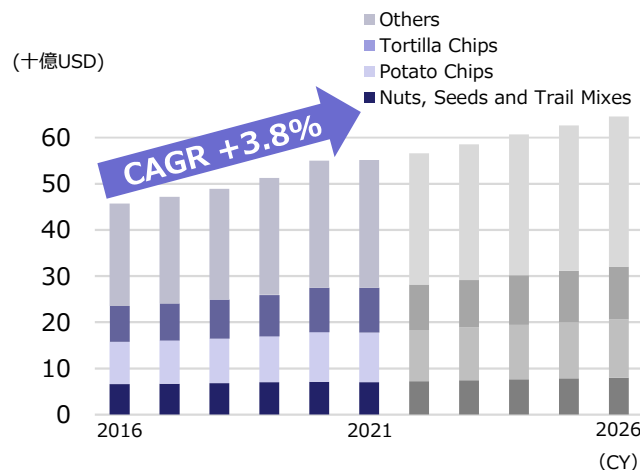
■ 当社業種別売上構成比



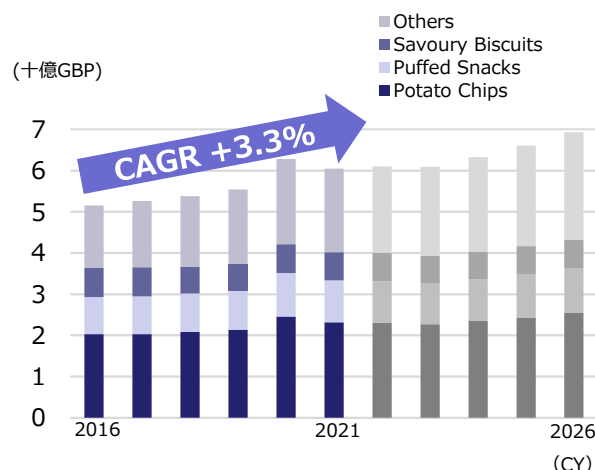
カルビー単体（メーカー出荷ベース）当社調べ

海外事業：海外市場の状況

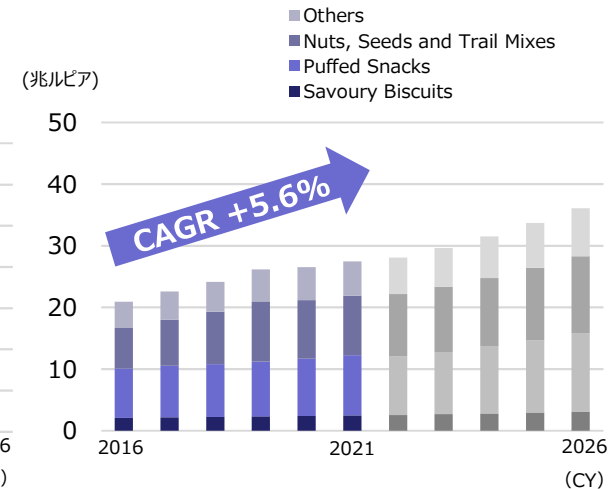
米国スナック市場の成長



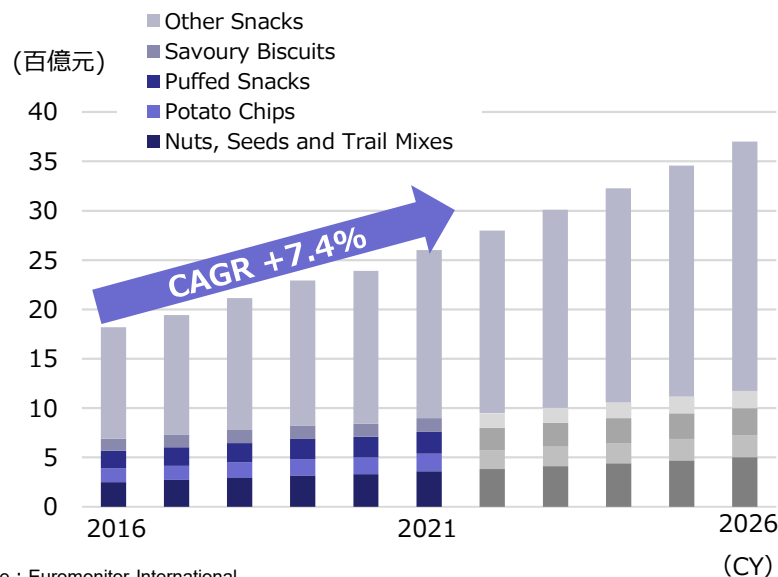
英国スナック市場の成長



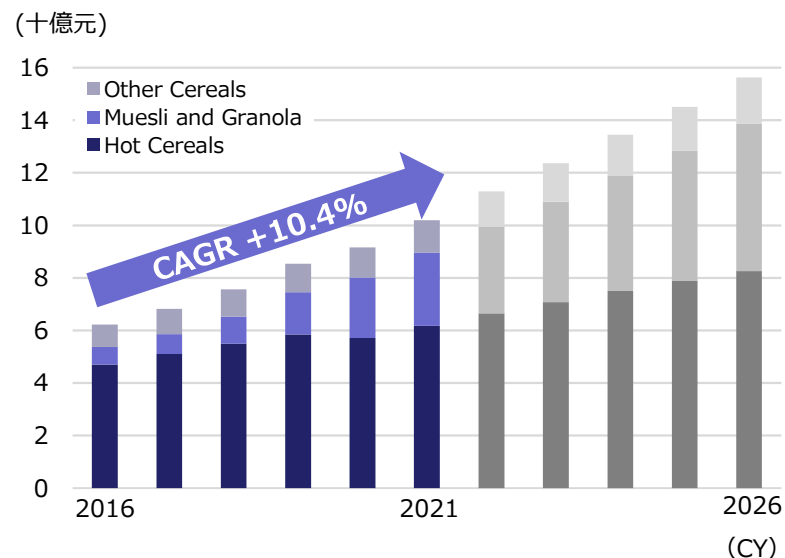
インドネシアスナック菓子市場の成長



中国スナック市場の成長



中国シリアル市場の成長 (実店舗販売分)



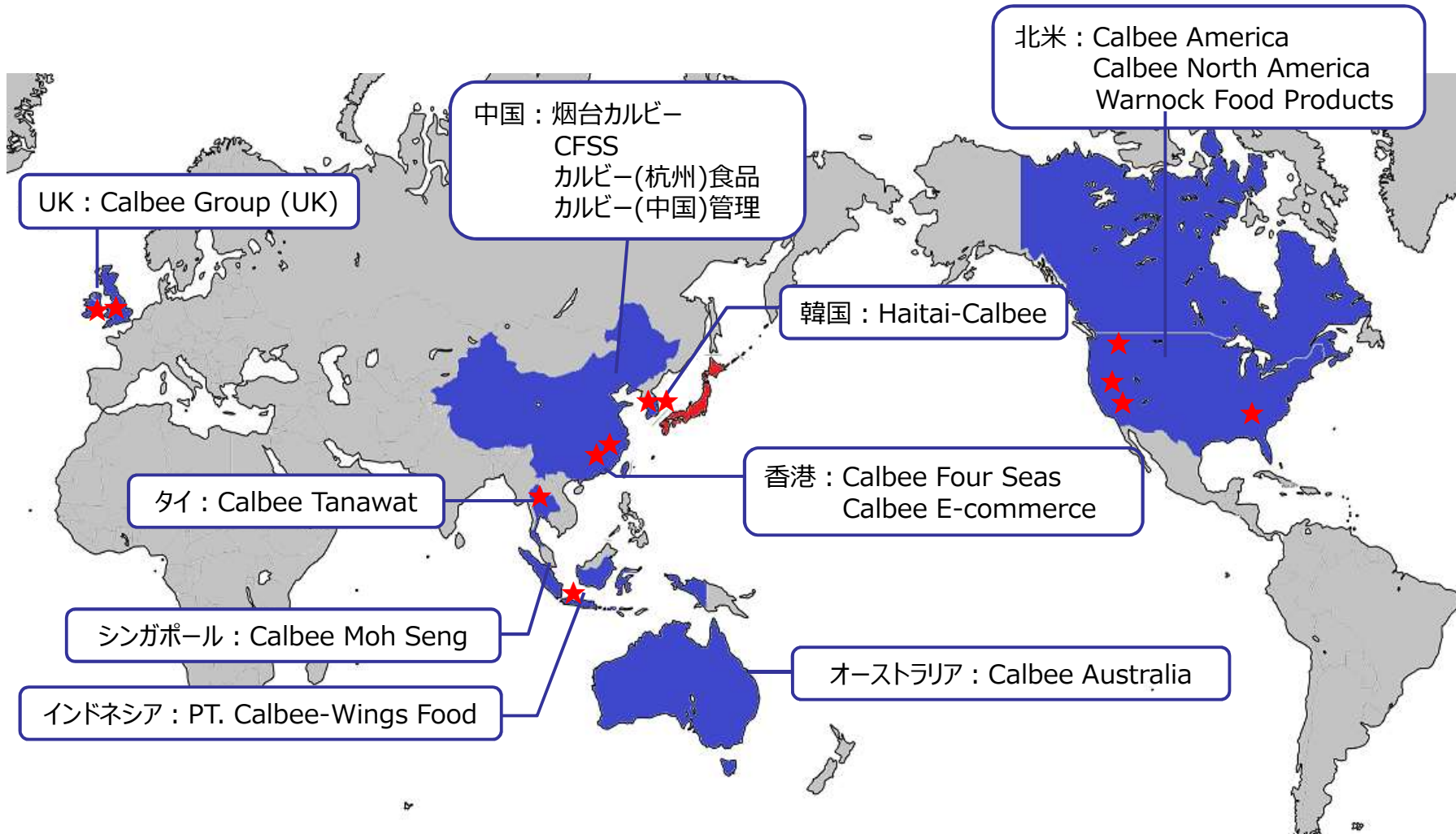
Source : Euromonitor International

Category : Snack (Savoury Snacks : Nuts, Seeds and Trail Mixes, Salty Snacks, Savoury Biscuits, Popcorn, Pretzels, Other Savoury Snacks) Cereal : Breakfast Cereals (Hot Cereals, RTE Cereals) 2022-2026: Forecast
※中国スナック市場の集計範囲を2022年3月期より、変更しています。

海外事業の状況

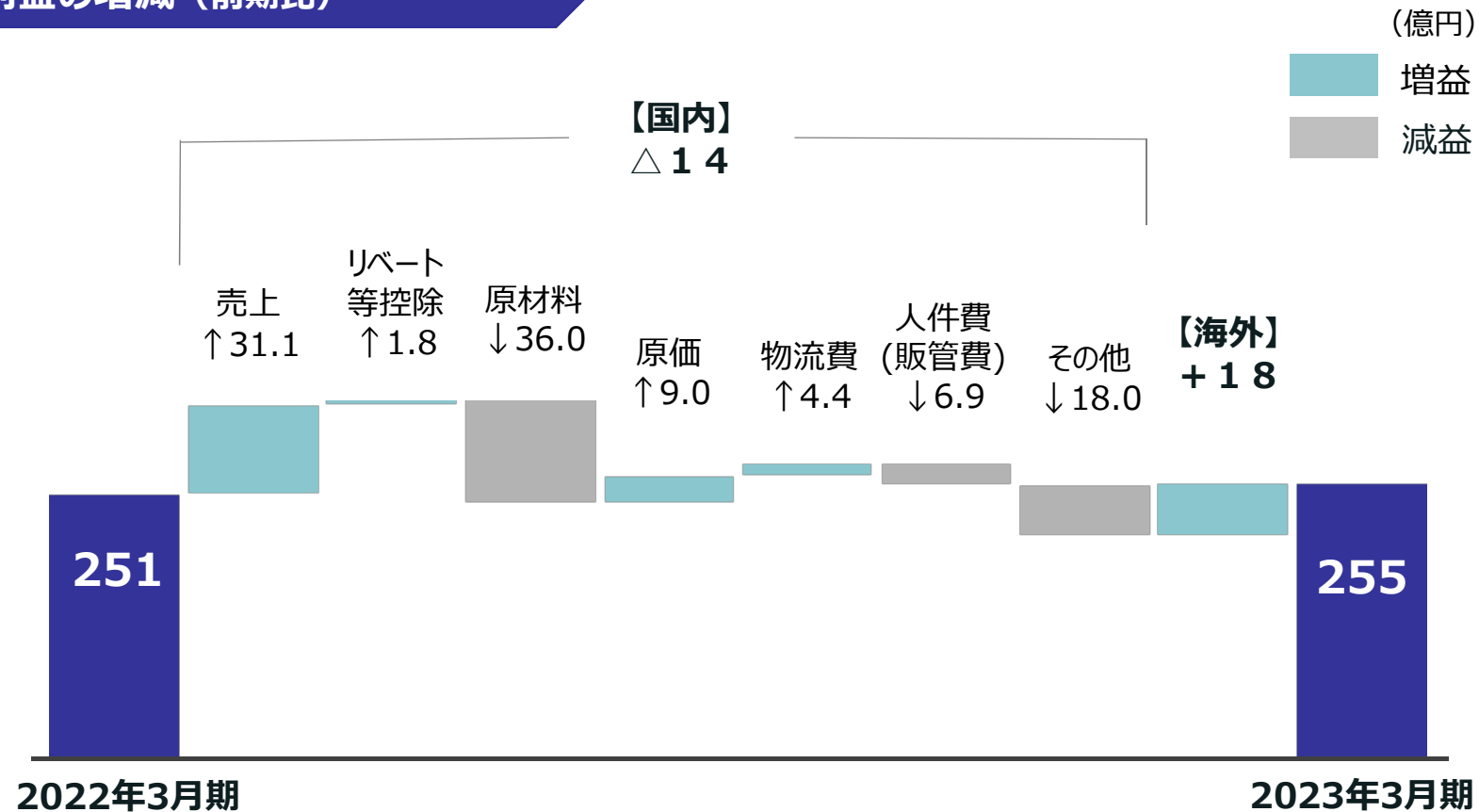
■ 海外拠点 (2022年3月31日時点) 9の国と地域で展開

★ 生産拠点



2023年3月期計画 営業利益分析

営業利益の増減（前期比）



中期経営計画の進捗（非財務指標）

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2024年3月期 (目標)
製品食塩相当量 (2019年3月期比)	▲1.8%	▲5.4%	▲6.9%	20%削減
タンパク質の多い商品 ・売上構成比	4.1%	4.8%	5.8%	10%
女性管理職比率	20.4% (2020年4月)	21.8% (2021年4月)	23.3% (2022年4月)	30%超
国産ばれいしょ調達量	37.3万トン	34.2万トン	31.9万トン	40万トン ※
フードコミュニケーション 参加者数（累計）	7.7万人	10.8万人	16.4万人	40万人 (累計5ヶ年)
製品フードロス (2019年3月期比)	▲20%	+74%	▲12%	20%削減
GHG排出量	+1.4%	+0.6%	—	30%削減 ※

※目標達成年度は2031年3月期

サステナビリティへの取り組み

持続的な成長を支えるサステナビリティへの取り組み

持続的な正しい循環により社会価値と経済価値を創出し、中長期的な視点で、継続してマテリアリティの重点テーマの取り組みを推進する

温室効果ガス排出量削減



清原スマートエネルギーセンター
(2021年度 省エネ大賞 経済産業大臣賞 受賞)

スマートエネルギー事業以外にも、再生可能エネルギー電源に由来するCO₂フリー電力への切り替えを進める

2030年 30%削減
(2019年3月期比 Scope1,2,3)

RSPO認証油への切り替え



2021年7月より、RSPO認証油
(マスバランス方式)の購入を順次開始

2022年度にグループの国内工場で使用するパーム油の全量を認証油とする

2030年 認証油100%使用

石油由来プラスチック包材の削減

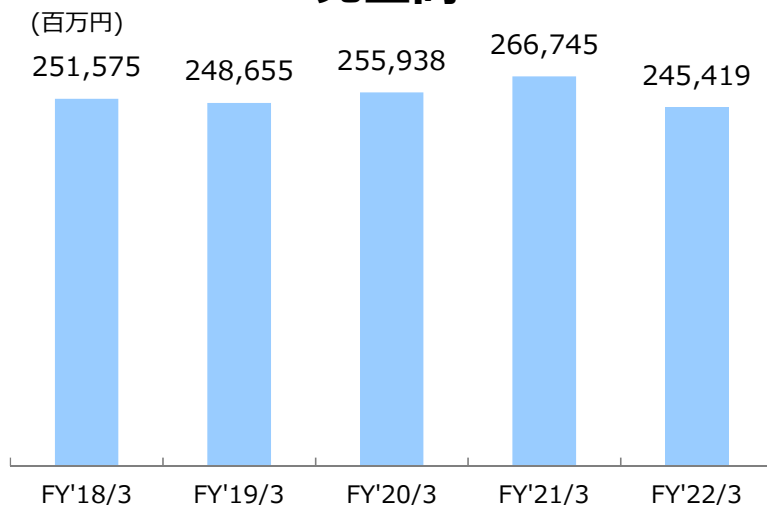


バイオマスPETを採用した製品

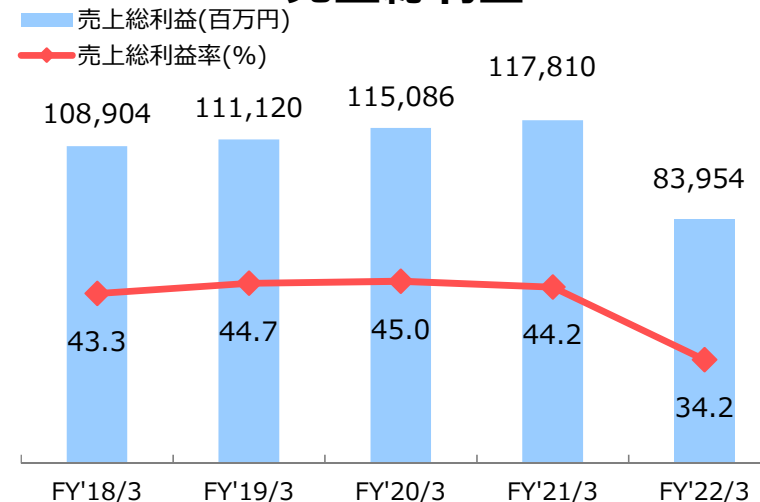
包装において、バイオマスPETの使用やバイオマスインキへの切り替えを進める

**2030年 環境配慮型素材
50%使用**

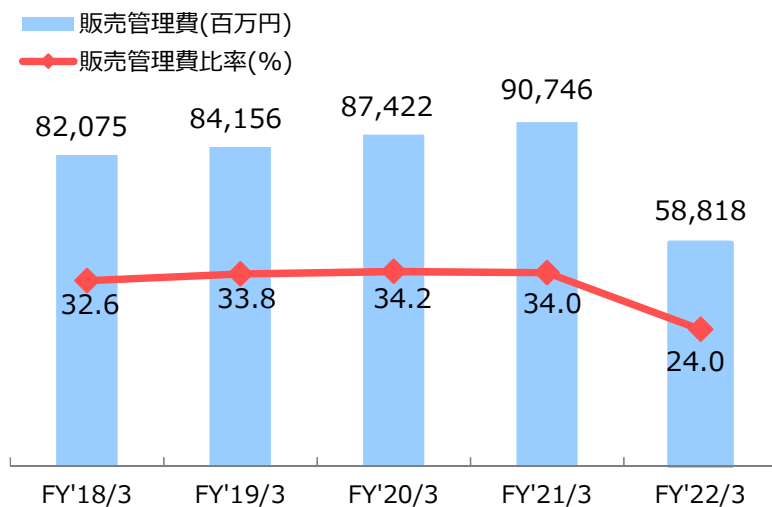
売上高



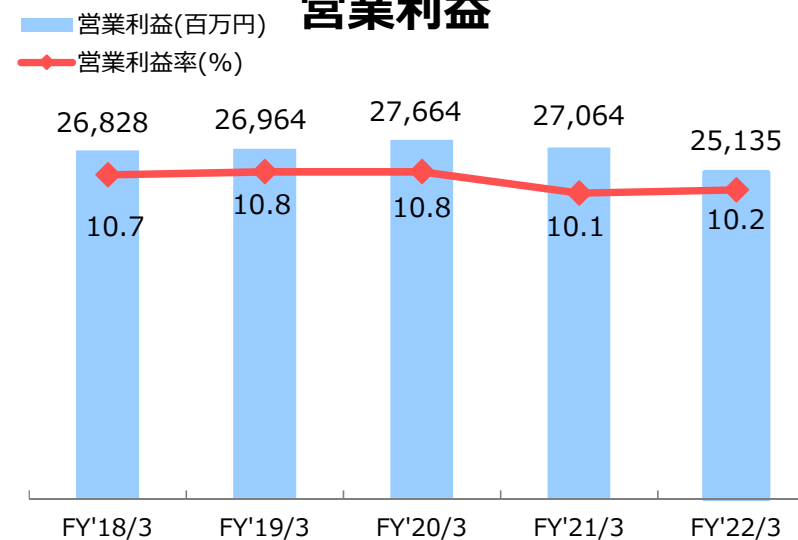
売上総利益



販売管理費

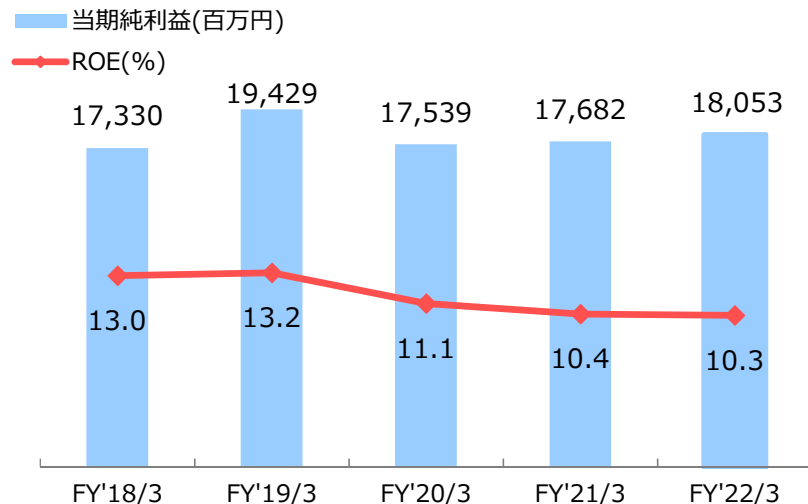


営業利益

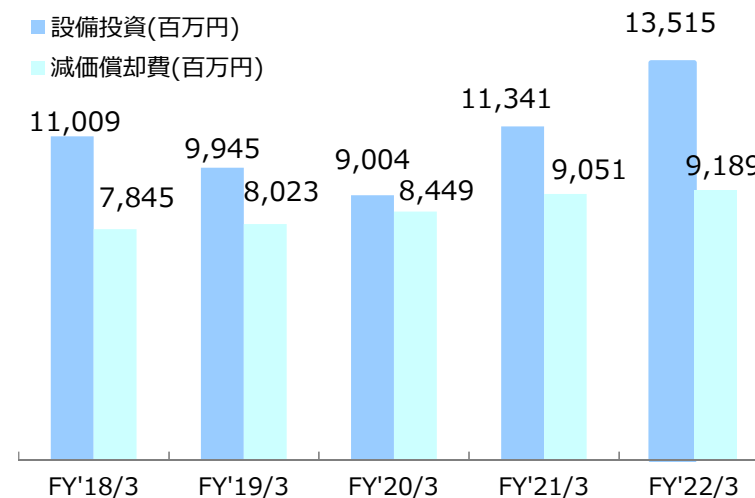


※2022年3月期から、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用し、従来は販売費及び一般管理費に計上していた販売費の一部(リベート等)を売上高から控除する方法に変更しております。

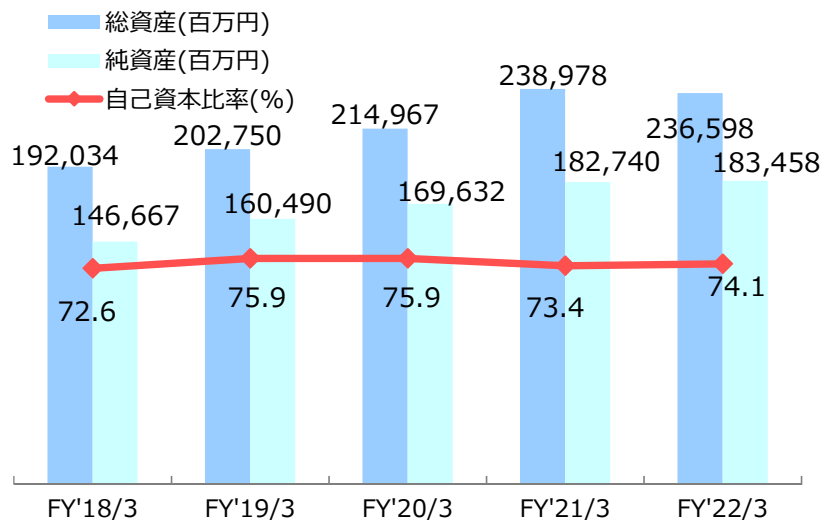
当期純利益/ROE



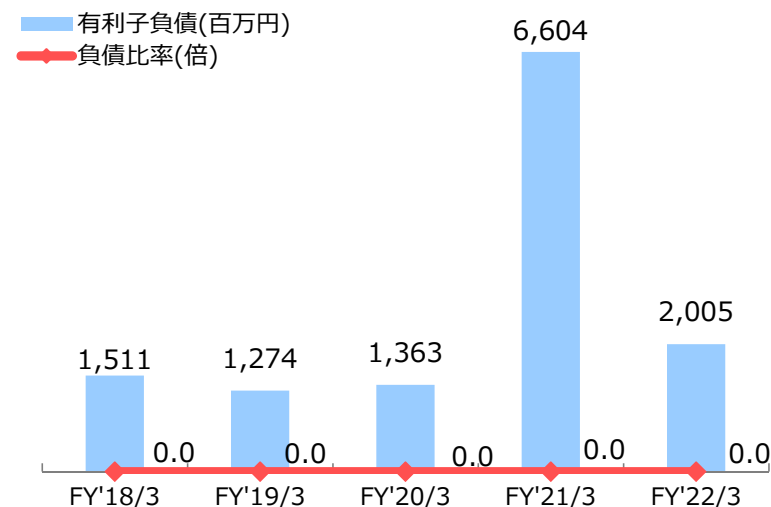
設備投資・減価償却費



自己資本比率



負債レバレッジ



本資料に関するお問い合わせ：

カルビー株式会社 IR部

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。