

Calbee

カルビーグループ決算説明会
2023年3月期第3四半期
2022年4月1日～2022年12月31日

TSE code : 2229
カルビー株式会社
2023.2.6

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

財務経理・IRを担当しております早川です。
2023年3月期第3四半期の業績についてご説明いたします。

2023年3月期第3四半期業績（3か月）

握りだそう、自然の力。
Calbee

決算サマリ（3か月）

価格改定後の国内および海外のスナック需要が堅調に推移したことにより、増収増益
原材料・動力費の高騰は想定範囲に収まる

- 売上高 <国内> 価格改定効果とスナック需要増で増収
<海外> 北米および英国が好調
- 営業利益 <国内> 改定効果および販売数量増でコスト高騰を吸収
<海外> 新型コロナウイルス感染再拡大による市場環境の悪化で中華圏が計画割れ
国内：コスト高騰△34億円、改定効果+39億円
海外：コスト高騰△8億円、改定効果+16億円
- 当期純利益 為替差損14億円（前年同期比△19億円、計画比△17億円）

（億円）

	2023年3月期 第3四半期実績	2022年3月期 第3四半期実績	伸び率	2023年3月期 第3四半期計画	計画比
売上高	753	650	+15.8%	733	102.7%
国内	565	498	+13.4%	538	105.0%
海外	188	152	+23.6%	195	96.4%
営業利益	78	76	+3.1%	74	105.7%
営業利益率	10.4%	11.7%	△1.3pts	10.1%	+0.3pts
国内	71	72	△0.8%	60	117.9%
海外	7	4	+70.1%	14	51.9%
経常利益	63	80	△20.6%	77	82.8%
特別損益	△1	3	-	△2	-
当期純利益 ※	42	55	△23.6%	46	92.4%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

1

スライド1をご覧ください。

2022年10月から12月までの3ヶ月間の連結業績についてご説明します。

売上高、営業利益は前年、計画を上回ることができましたが、
為替が円高方向にふれたことにより為替差損が発生し、
経常利益、当期純利益は前年、計画を下回りました。

国内においては、9月に売上の6割に当たる製品の値上げを実施しました。
値上げ直後は販促機会の減少により、やや数量に影響が出たものの、
年末に向け需要が回復し、増収となりました。
海外においても欧米を中心にスナックの販売が好調だったことから、
連結全体の売上高は前年同期比15.8%増、計画比102.7%の
753億円となりました。

営業利益は、国内、海外ともに価格/規格改定効果がコスト高騰を上回り、
前年同期比3.1%増の78億円となりました。
計画比では105.7%となりました。
国内は、改定効果が計画以上に出たことから、117.9%の達成率となりました。
海外は計画の半分にとどまりましたが、これは、中華圏において、
新型コロナウイルス感染再拡大による市場環境の悪化で
計画未達となったことによるものです。

2023年3月期第3四半期業績 国内事業（3か月）

掘りだそう、自然の力。
Calbee

- **売上高** <スナック> 価格・規格改定を行った製品が各販売チャネルで伸長
 旅行需要回復に伴い土産用製品好調
- <シリアル> 価格改定後、需要減退
- <その他> 甘しよ事業が堅調に推移

- **営業利益** 原材料価格や動力費の高騰を売上数量増と改定効果でカバー

(億円)

	2023年3月期第3四半期		
		前年同期比	
国内売上高	565	+67	+13.4%
スナック	533	+61	+12.9%
ポテトチップス	261	+31	+13.4%
じゃがりこ	107	+16	+17.2%
新価値製品・その他スナック	165	+14	+9.4%
シリアル	52	△5	△8.5%
その他（甘しよ・ばれいしよ・役務提供）	44	+7	+20.4%
リポート等控除	△64	+3	—
国内営業利益	71	△1	△0.8%
営業利益率	12.6%	△1.8pts	—

※ 「スナック」「シリアル」「その他（甘しよ・ばれいしよ・役務提供）」の売上高はリポート等控除前の金額を記載しています。

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

2

スライド2をご覧ください。

国内の製品別の売上高についてご説明します。

ポテトチップスやじゃがりこが価格改定後、好調に推移し、

スナック全体で61億円の増収となりました。

シリアルは5億円の減収、その他事業は甘しよ事業が堅調で7億円の増収となりました。

増減要因については次のスライドでご説明します。

2023年3月期第3四半期業績 国内事業（3か月）

*前年同期比 **Calbee** 掘りだそう、自然の力。

スナック

■ ポテトチップス：

- 北海道産原料ばれいしょの収穫増と需要堅調により、9月の価格改定後も数量が伸長
- 発売30周年を迎え、リニューアルした「堅あげポテト」と年末需要期の大容量サイズが好調

■ じゃがりこ：

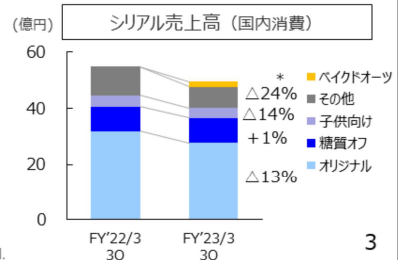
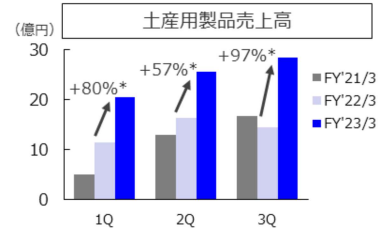
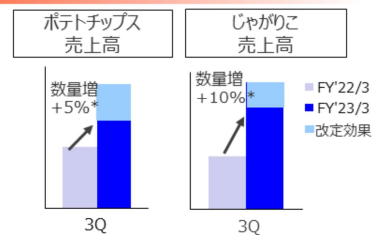
- 全チャネルで定番品好調、アイテム数を増やした期間限定品も寄与

■ 新価値製品・その他スナック：

- 土産用製品は、全国旅行支援による国内旅行の増加と水際対策の緩和によるインバウンド需要の回復で、「じゃがポックル」等が大きく伸長
- コーン系スナックは秋の改定を見送ったことにより他製品から需要がシフトし、増収

シリアル

- 価格改定を契機に市場全体の需要が減退、TVCMや増量キャンペーンを実施したものの、減収
- オリジナルの機能性強化等でリカバリーを図る



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

3

スライド3をご覧ください。

ポテトチップスは、北海道のばれいしょの収穫が前年に比べ増加したことにより販売数量が5%増加し、価格改定効果も加わって、31億円の増収となりました。発売30周年を迎えリニューアルを行った「堅あげポテト」やビッグバッグなどの大容量サイズが好調でした。

じゃがりこは、定番品に加え、期間限定品も好調で16億円の増収となりました。

新価値製品・その他スナックは14億円の増収となりました。「じゃがポックル」などの土産用製品が、国内旅行需要とインバウンド需要の回復で前年のほぼ倍、コロナ前の9割弱の売上高となりました。秋の値上げを見送ったコーン系スナックは他製品からの需要シフトにより好調に推移しました。

シリアルは、10月の価格改定後、増量キャンペーンやTVコマーシャルを実施しましたが、市場全体に需要の減退が見られ、減収となりました。第4四半期以降、オリジナル品の機能強化等でリカバリーを図ってまいります。

2023年3月期第3四半期業績 海外事業（3か月）

掘りだそう、自然の力。
Calbee

(億円)

<地域別実績>	2023年3月期第3四半期			
		前年同期比		為替影響除く 実質伸び率
海外総売上高	188	+36	+23.6%	+10.9%
北米	56	+16	+41.8%	+15.7%
中華圏	66	+9	+15.1%	+2.3%
その他	93	+19	+26.1%	+15.0%
リポート等控除	△27	△8	—	—
海外営業利益	7.1	+2.9	+70.1%	—
営業利益率	3.8%	+1.0pts	—	—
北米	1.5	+2.7	—	—
中華圏	3.1	+0.7	+27.6%	—
その他	2.5	△0.5	△15.4%	—

※ 地域別の売上高はリポート等控除前の金額を記載しています。

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

4

スライド4をご覧ください。

海外事業の地域別売上高、営業利益はご覧の通りです。
 北米が売上・利益ともに貢献しました。

各地域の増減要因については、次のスライドでご説明します。

2023年3月期第3四半期業績 海外事業（3か月）

握りだそう、自然の力。



*前年同期比

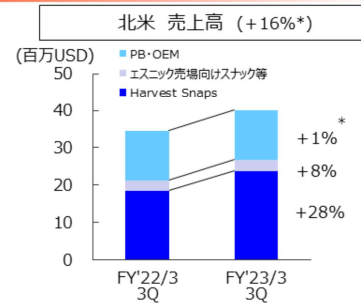
北米

■売上高

- 「Harvest Snaps」のマーケティング活動と価格改定効果で好調継続

■営業利益

- 「Harvest Snaps」の好調によりOEMの不振をカバー



中華圏

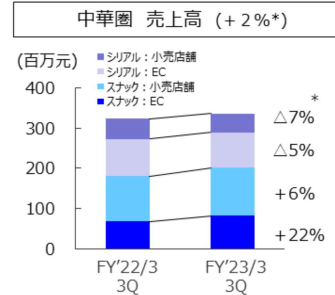
■売上高

- 新型コロナウイルスによるロックダウンと感染拡大で計画通り売上を伸ばせず
- スナックは「Jagabee」やBaby & Kids向け製品が伸長
- シリアルは「フルグラ 糖質オフ」や現地OEM生産のミューズリーが貢献するも、市場が縮小し減収



■営業利益

- ブランディング、販売強化のためのプロモーション費用を計画通り投入



その他地域

- 売上高は、英国、インドネシアが好調、タイのGreenday Global社の連結子会社化が寄与
- 営業利益は、輸送コストや原材料価格の高騰を改定効果で吸収できず減益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

スライド5をご覧ください。

北米は、上期に引き続き「Harvest Snaps」が好調で増収となりました。CostCoやPublix、Targetなど重点顧客で売上を伸ばすことができました。営業利益は、「Harvest Snaps」の価格改定含む増収効果やコストリダクションがOEM受注減によるマイナスをカバーし、増益となりました。

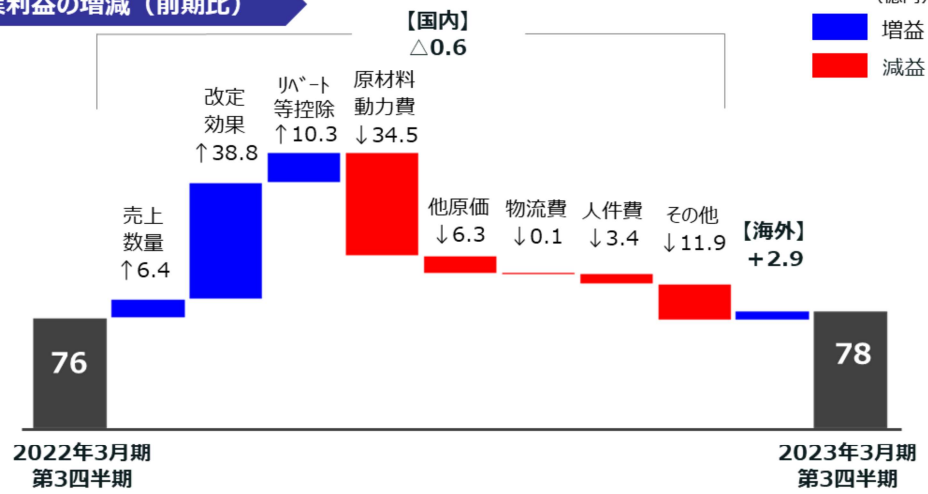
中華圏は、スナックが伸長し、増収となったもののロックダウンや感染再拡大の影響で計画比では85%となりました。スナックでは、「Jagabee」やBaby & Kids向け製品が伸長しました。シリアルは「フルグラ 糖質オフ」や現地でOEM生産を行っているミューズリーが貢献したものの市場全体にシュリンクがみられ、減収となりました。営業利益は増益となったものの、計画の約4割の水準に留まりました。市場の回復はやや不透明ですが、ブランディング投資は引き続き、長期的な視点で行ってまいります。

その他地域は、英国、インドネシアの好調とタイで1社連結子会社が増えたことにより増収となりました。営業利益は、オーストラリアや韓国が輸送費や原材料などのコスト高騰を吸収できず、減益となりました。

2023年3月期第3四半期業績 営業利益分析（3か月）

握りだそう、自然の力。
Calbee

営業利益の増減（前期比）



- 【国内】
 - リポート等控除 : 販促費の継続的な改善活動が奏功
 - 原材料・動力費 : 食油(△9億円)、包材(△6億円)、国産ばれいしょ(△2億円)、輸入原料(△2億円)、動力費(△9億円)
 - 他原価 : 慢性的労働力不足への対応による労務費増(△4億円)
 - その他 : 価格・規格改定に合わせて広告宣伝費を投下(△5億円) 直接取引に伴うリポート等控除からの科目変更(△3億円)
- 【海外】
 - 改定効果(+16億円)、原材料・動力費(△8億円)

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

6

スライド6をご覧ください。

営業利益の増加要因についてご説明します。

連結全体で2億円の増益となりました。

国内事業は、コスト高騰影響を価格/規格改定で吸収できましたが、販売数量を維持、拡大するために広告宣伝費を増やしたことから、ほぼ前期並みとなりました。

海外事業においても、改定効果がコストアップを上回り、2.9億円の増益となりました。

2023年3月期第3四半期業績（9か月）

掘りだそう、自然の力。
Calbee

（億円）

	2023年3月期 第3四半期実績	2022年3月期 第3四半期実績	伸び率	2023年3月期 第3四半期計画	計画比
売上高	2,085	1,855	+12.4%	2,065	101.0%
国内	1,543	1,433	+7.7%	1,516	101.8%
海外	542	422	+28.5%	549	98.7%
営業利益	181	209	△13.5%	176	102.4%
営業利益率	8.7%	11.3%	△2.6pts	8.5%	+0.1pts
国内	160	194	△17.4%	149	107.2%
海外	21	15	+35.4%	27	75.7%
経常利益	191	216	△11.6%	204	93.5%
特別損益	△1	1	-	△3	-
当期純利益 ※	125	147	△14.8%	129	97.3%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

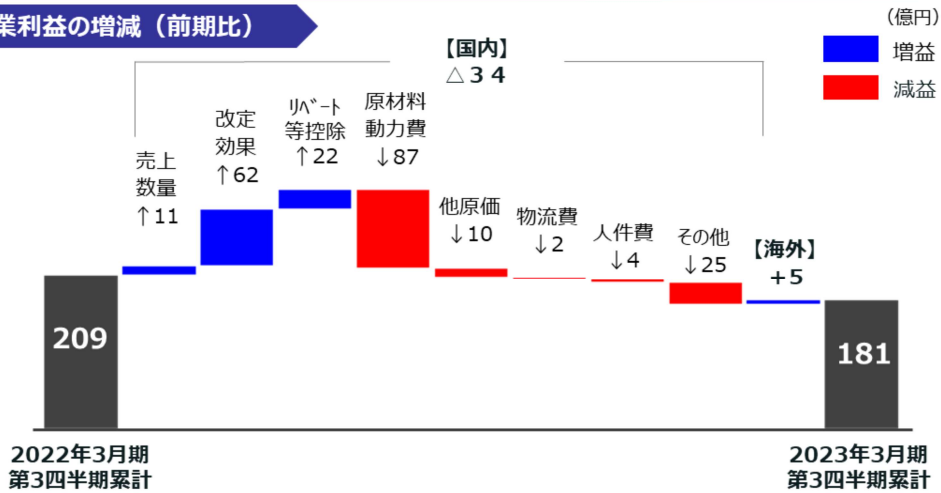
Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

7

スライド7、8には、4月から12月までの9か月の累計数字、営業利益分析を載せております。

2023年3月期第3四半期業績 営業利益分析（9か月）

営業利益の増減（前期比）



- | | |
|-------------|---|
| 【国内】 | <ul style="list-style-type: none"> リポート等控除 : ばれいしょ不足影響による販促抑制や継続的な販促費の改善 原材料・動力費 : 食油(△15億円)、包材(△15億円)、輸入原料(△13億円)、国産ばれいしょ(△5億円)、動力費(△20億円) 他原価 : 慢性的労働力不足への対応による労務費増(△8億円)、減価償却費(△2億円) その他 : 価格・規格改定に合わせて広告宣伝費を投下(△7億円)、直接取引に伴うリポート等控除からの科目変更(△7億円)、社会活動の正常化に伴う費用増 |
| 【海外】 | <ul style="list-style-type: none"> 改定効果(+43億円)、原材料・動力費(△27億円) |

2023年6月の価格・規格改定

実施時期	2022年3月期	2023年3月期			2024年3月期
	2022年1-2月	2022年6-7月	2022年9月-10月	2022年11月	2023年6月
対象製品					
対象製品 売上高	800億円	230億円	1,200億円	180億円	820億円
改定率	内容量: △5% 想定価格: +7-10%	内容量: △10% 想定価格: +10-20%	想定価格: +10-20%	想定価格: +10-20%	想定価格: +3-15%

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

9

スライド9をご覧ください。

最後に、本日発表しました価格改定についてご説明します。
国内の主要製品の3回目となる価格改定を今年の6月に実施します。
対象製品の売上高は820億円、改定率は3-15%です。

以上でご説明を終了いたします。

参考資料

連結損益計算書

掘りだそう、自然の力。
Calbee

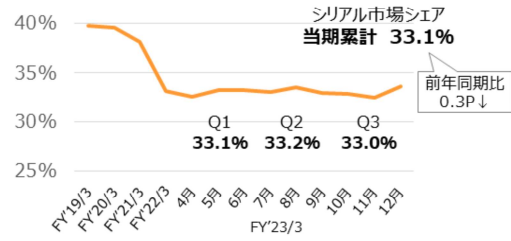
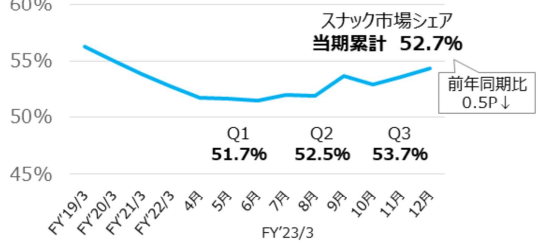
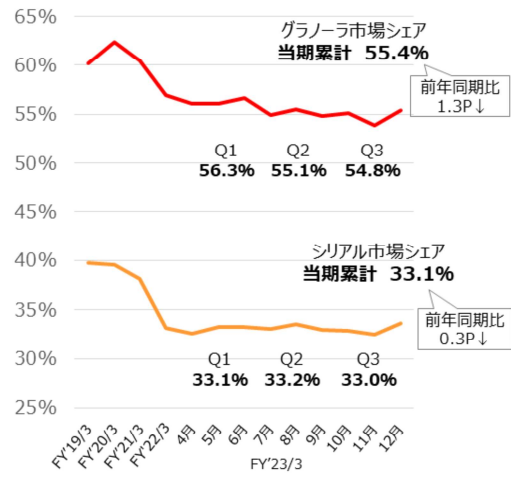
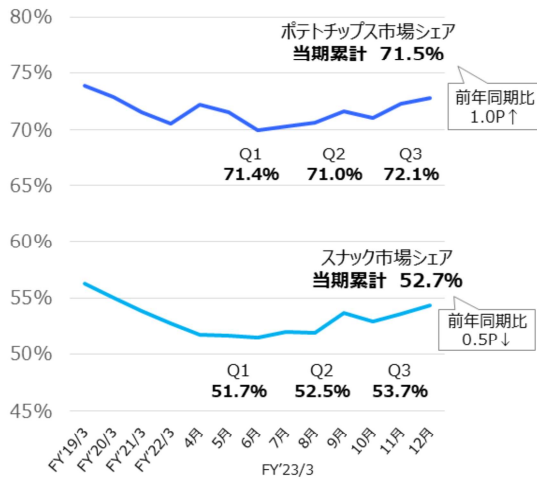
(百万円)

	2023年3月期 第3四半期 (3か月)			2023年3月期 第3四半期 (9か月)				
	構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)	構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)		
売上高	75,287	100.0	+15.8	102.7	208,499	100.0	+12.4	101.0
売上総利益	25,672	34.1	+13.0	108.9	68,448	32.8	+5.6	103.2
販売管理費	17,855	23.7	+18.0	110.4	50,384	24.2	+14.7	103.5
販売費	3,356	4.5	+47.9	110.9	8,361	4.0	+33.9	104.1
物流費	5,625	7.5	+7.0	105.8	16,312	7.8	+9.3	101.9
人件費	5,488	7.3	+14.8	105.9	15,817	7.6	+8.7	102.0
その他経費	3,384	4.5	+19.9	128.1	9,893	4.7	+20.8	108.1
営業利益	7,817	10.4	+3.1	105.7	18,063	8.7	△13.5	102.4
経常利益	6,349	8.4	△20.6	82.8	19,060	9.1	△11.6	93.5
特別損益	△101	-	-	-	△109	-	-	-
当期純利益 ※	4,219	5.6	△23.6	92.4	12,531	6.0	△14.8	97.3

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

国内市場シェア

握りだそう、自然の力。
Calbee



出所：株式会社SRI+ 全国全業態 金額ベース
2022年3月期第3四半期より株式会社SRI+の集計範囲に変更があったため、2022年3月期第2四半期以前の数値を新集計範囲に基づき修正しています。

当期累計：2022年4月～2022年12月
前年同期：2021年4月～2021年12月
FY'19/3-FY'22/3：2018年4月～2022年3月

スナック市場シェア：カルビーとジャバ(フリスビー)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

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。FY2023/3(FY'23/3)は2023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。

2023年2月6日開催 2023年3月期第3四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 4Q(1-3月)の改定効果及びコストアップ影響の見通しについて教えて欲しい。

3Q(10-12月)の改定効果は、計画に対し+11億円の39億円となった。これは、一部改定の前倒し(1月→11月)と、プライベートブランド等、期初計画では具体的に決まっていなかった製品の改定を実施したため。4Qについても、計画以上の改定効果を見込めると思うが、3Qの超過幅よりは小さくなる見通し。

3Qのコストアップ影響は、2Q決算発表時点の見通し(為替前提1米ドル=148円)35億円とほぼ同程度の34億円となった。4Qのコストアップ影響は、見通しを1桁億円程度下回るとみている。

Q2 2024年3月期の改定効果及びコストアップ影響の見通しについて教えて欲しい。

現時点でコストアップの金額は確定していない。ただし、2Q決算発表時点の見通しから大きな変更はない。円高のメリットを受け一方で、包装資材等の価格は上昇。

改定効果については、改定後の数量変動をどう計画に織り込むか未定のため、詳細については5月の本決算発表時に説明する。

2023年6月実施の価格改定は、決定時点で把握していたコストアップ分を全て価格に転嫁した設計にしている。

Q3 9月に実施した価格改定の社内での評価は？

ポテトチップスは+5%、じゃがりこは+10%数量が伸びた(決算説明会資料 p.3参照)。北海道産原料ばれいしょの収穫が順調で、安心して販売促進活動ができ、数量を落とさないための施策が奏功した。他の食品も価格を上げている中で、スナック菓子が値ごろ感のある製品群であることも理由として挙げられる。

Q4 国内の労務費と広告宣伝費の増加は今後も続くのか？

労務費は、人材の獲得が難しくなっているため、増加していく方向。一方で、自動化の推進により人手のかからない生産体制の構築を進めている。広告宣伝費は、ブランド価値を上げるために増やしていく方向にあるが、リベート等控除をコントロールしていく。

Q5 中華圏の計画割れはマクロ要因と片付けてよいか？2024年3月期以降に大きな利益成長は見込めるか？

全てではないが、マクロ要因は大きいと思う。ロックダウンや感染再拡大の影響で販売・製品戦略が計画通りに展開できなかった。今後、市場は正常化に向かうとみられているが、不透明感は残る。マクロ経済が回復すれば、マーケティング施策の実施により成長させることができると思う。

2024年3月期以降は、戦略次第ではあるが、しばらく投資フェーズが続くと思う。

Q6 海外事業の4Qの見通しについて教えて欲しい。

全体的に3Qまでの傾向が続くとみている。北米、英国が堅調に推移する中で、中華圏、韓国の計画割れは継続。海外事業全体で、通期の計画を10億円程度下回る可能性があるが、海外の未達分を国内の計画以上の改定効果によりカバーできる見通し。

以上