



掘りだそう、自然の力。

Calbee

カルビーグループ決算説明会

2024年3月期 第1四半期

2023年4月1日～2023年6月30日

TSE code : 2229

カルビー株式会社

2023.8.3

財務経理・IRを担当しております田邊です。

2024年3月期第1四半期の業績についてご説明します。

- **第1四半期決算は、78億円の増収、19億円の増益計画を達成**
- **数量伸長と価格・規格改定効果でコスト高騰を吸収**
- **国内はスナック需要が堅調
6月に3回目の価格・規格改定実施後、数量が一時的に落ち込む追加的なマーケティング活動を実施予定**
- **海外は、重点地域の北米、中華圏は苦戦
英国、インドネシア等の好調により増収増益となる**

スライド1をご覧ください。

まず、本日まで説明するサマリーです。

第1四半期の連結決算は、78億円の増収、19億円の増益となり、前年、計画ともに上回ることができました。

主な増益要因は、販売数量の伸長効果6億円、改定効果44億円でした。

しかし、継続する原材料・動力費などのコスト高騰影響29億円で一部相殺されました。国内スナックの需要は引き続き堅調です。6月に3回目の価格・規格改定を実施し、数量が一時的に落ち込みました。2Q以降、追加的なマーケティング活動を実施し補強して参ります。

海外は、重点地域の北米と中華圏は前年割れでしたが、英国、インドネシア等の好調により、全体としては増収増益となりました。

2024年3月期第1四半期業績



決算サマリ

売上高 732億円（対前年+78億円、対計画+20億円）
営業利益 72億円（対前年+19億円、対計画 +7億円）

<対前年> 国内は、スナックの数量伸長に加えて、改定効果がコスト高騰を上回り増益
 海外は、英国、インドネシアの好調、タイ国内の復調のほか、
 タイの連結子会社追加（前年7月～）が貢献

<対計画> 国内スナックの販売数量の上振れと販促費の抑制で、
 売上高、営業利益ともに計画超え

(億円)

	2024年3月期 第1四半期実績	2023年3月期 第1四半期実績	伸び率	2024年3月期 第1四半期計画	計画比
売上高	732	653	+12.0%	711	102.9%
国内	552	482	+14.4%	518	106.5%
海外	180	171	+5.1%	193	93.0%
営業利益	72	54	+35.1%	65	111.5%
営業利益率	9.9%	8.2%	+1.7pts	9.1%	+0.8pts
国内	63	47	+33.4%	56	112.5%
海外	9	6	+47.9%	9	104.8%
経常利益	94	70	+35.8%	64	148.0%
当期純利益 ※	63	46	+37.3%	41	152.5%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

2

スライド2をご覧ください。

2024年3月期第1四半期の連結業績についてご説明します。

売上高は732億円で、前年同期比12.0%増、計画比で102.9%。
 営業利益は72億円で、前年同期比35.1%増、計画比で111.5%となりました。

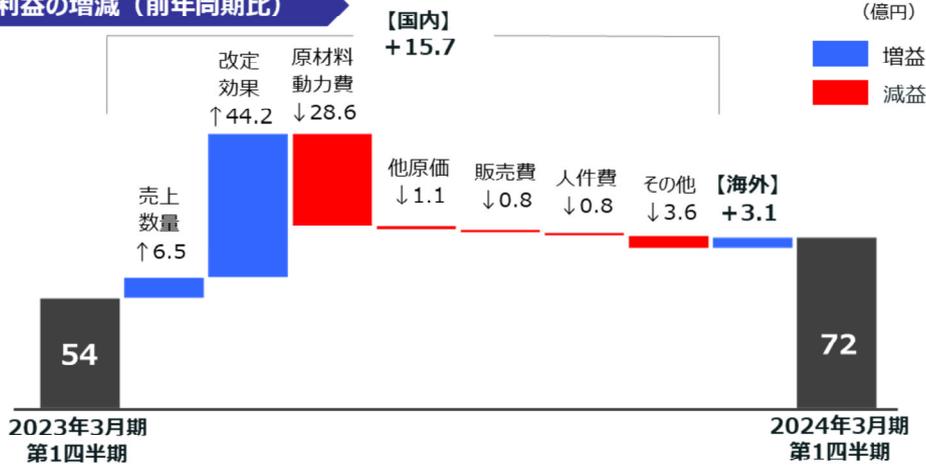
また、当期純利益は63億円で、為替差益などの計上により、前年同期比37.3%増、
 計画比152.5%となっております。

前年に対しては、国内・海外ともに増収増益となりました。
 国内は、スナックの数量が伸長し、改定効果がコスト高騰を上回りました。
 海外は、英国、インドネシアの好調、タイの国内における復調とともに、前年7月に
 Greenday Global社を連結子会社に追加したことが寄与しました。

計画に対しては、国内スナックの販売数量が伸長するとともに、販促費を抑制できたこと
 で、売上高、営業利益ともに計画を達成しました。

2024年3月期第1四半期業績

営業利益の増減（前年同期比）



- 【国内】
- 売上数量 : スナック販売好調による数量伸長
 - 原材料・動力費 : 輸入原料(△8億)、包材(△8億)、食油(△6億)、国産ばれいしょ(△2億)、動力費(△3億)
 - その他原価 : 労働力不足への対応による労務費増加
 - 販売費 : マーケティング投資(△1億)
 - その他 : システム投資及び社会経済活動の正常化に伴う旅費増加
- 【海外】 改定効果(7億円)、原材料・動力費(△5億円)

スライド3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。

連結全体で対前年度比19億円の増益で、内訳は国内事業の+16億円、海外事業の+3億円となっております。

国内は、16億円の増益。

販売数量の伸長効果6億円や改定効果44億円があったものの、原材料・動力費の高騰29億円などで一部相殺しております。

原材料価格の主なものは、輸入原料、包材、食油、国産ばれいしょになります。金額はご覧の通りです。

海外は、3億円の増益。

改定効果7億円を、コスト高騰5億円が一部相殺しております。

2024年3月期第1四半期業績 国内事業

振りだそう、自然の力。
Calbee

- **スナック** 改定効果に加え、スナック需要好調継続により大幅増収
ポテトチップスは前年ばれいしょ不足からの反動増
人流増加に伴い、土産用製品やじゃがりこが伸長
- **シリアル** シリアル市場は縮小傾向の中、オリジナルや糖質オフは売上を維持し、前年並み
- **その他** 甘しょ事業の売上は堅調継続

(億円)

	2024年3月期第1四半期		
		前年同期比	
国内売上高	552	+70	+14.4%
スナック	511	+72	+16.3%
ポテトチップス	229	+35	+17.9%
じゃがりこ	105	+10	+10.0%
その他スナック	177	+27	+18.3%
シリアル	67	+0	+0.1%
その他 (アグリ・食と健康・役務提供)	33	+4	+13.9%
リポート等控除	△59	△6	—
国内営業利益	63	+16	+33.4%
営業利益率	11.4%	+1.6pts	—

※「スナック」「シリアル」「その他 (アグリ・食と健康・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.

4

スライド4をご覧ください。

国内製品別の売上高についてご説明します。

スナック全体では対前年度比で72億円の増収となりました。
ポテトチップスは+35億円、じゃがりこは+10億円、その他スナックは+27億円とすべての
カテゴリで伸長しました。

シリアルは前年並み。
その他事業は4億円の増収で、主に甘しょ事業の貢献によるものです。

要因については、次のスライドでご説明します。

2024年3月期第1四半期業績 国内事業

握りたそう、自然の力。
Calbee

スナック

■ ポテトチップス：

- ・ 前年ばれいしょ不足解消後の需要は堅調に推移
- ・ 「うすしお味」等の定番品や「堅あげポテト」が伸長

■ じゃがりこ：

- ・ 外出増加を受けて、前年1Qから強い需要が継続
- ・ 定番品のロゴの変更パッケージが若年層に奏功したこともあり、期間限定品の発売を見送り、定番品に集中して販売

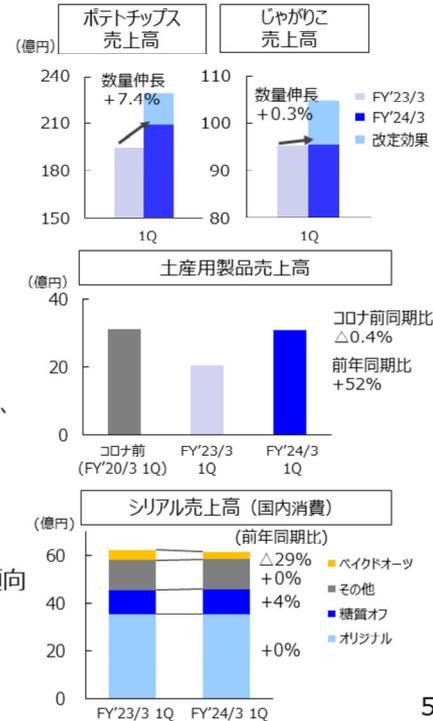


■ その他スナック：

- ・ 土産用製品は国内旅行の増加やインバウンド需要の回復に伴い、新型コロナウイルス感染拡大以前の水準まで回復
- ・ 小麦系スナックは相対的な値ごろ感により売上拡大

シリアル

- ・ シリアル市場は、オートミールブームが落ち着き、全体として縮小傾向
- ・ 前年4月に新発売したバイクドオーツが前年割れ
- ・ オリジナル、糖質オフは数量ダウンを改定効果でカバー



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

5

スライド5をご覧ください。

ポテトチップスは、対前年度比で増収。

前年は、ばれいしょ不足による販促抑制を行っていたため低調でしたが、その後の需要は堅調です。特に定番品の「うすしお味」や「堅あげポテト」が伸長しました。

じゃがりこは、前年の1Qから強い需要が継続し、対前年度比で増収。

主な要因としては、外出増加で、携行性の高いカップ製品の需要が高まったこと、また、定番品のロゴを変えたパッケージを、期間限定で発売するなどし、若年層の購入率を引き上げられたことがあげられます。

また、供給サイドでも、高い需要に対応するため、一部期間限定品の発売を取りやめ、定番品の製造に注力をいたしました。

その他スナックは、土産用製品、小麦系スナックなどで増収。

土産用製品の売上高は、新型コロナウイルス感染拡大以前の水準まで回復しました。

小麦系スナックは、相対的な値ごろ感が好評で、売上を拡大。

シリアルは、前年並みとなりました。

国内市場は、2021年のオートミールブームが落ち着き、市場全体が縮小傾向にあります。その中でカルビーは、バイクドオーツの減収インパクトがあるも、オリジナルや糖質オフの改定効果による増収要因で一部相殺に成功いたしました。

2024年3月期第1四半期業績 海外事業



- **北米** 「Harvest Snaps」、日本発製品は下支えするも、PB・OEMの不調により前年割れ
- **中華圏** 小売店舗向け、ECともに減収
- **その他** 英国：ポテトチップスの配荷拡大・ペレットスナック新製品発売が貢献
 インドネシア：ポテトチップス等の売上伸長に加え、原材料費の改善が寄与
 タイ：国内は人流回復による需要増
 前年7月にGreenday Global社を連結子会社化

<地域別実績>	2024年3月期第1四半期 (億円)			
		前年同期比		為替影響除く 実質伸び率
海外売上高	180	+9	+5.1%	+0.5%
北米	57	+1	+1.4%	△5.2%
中華圏	51	△5	△9.4%	△10.6%
その他地域	96	+14	+16.8%	+11.9%
リベート等控除	△24	△1	—	—
海外営業利益	9.4	+3.1	+47.9%	—
営業利益率	5.3%	+1.5pts	—	—
北米	2.8	△1.0	△26.9%	—
中華圏	1.9	△0.6	△24.2%	—
その他地域	4.7	+4.7	+9941.9%	—

※ 地域別の売上高はリベート等控除前の金額を記載しています。

スライド6をご覧ください。

海外事業の地域別業績についてご説明します。

北米は、現地通貨ベースで5%の減収、営業利益は1億円の減益となりました。「Harvest Snaps」や日本発製品が下支えするも、PB・OEMの不調により前年度割れでした。

中華圏は、小売店舗向け、ECともに減収で、売上高は前年同期比で9%減、営業利益は0.6億円の減益となりました。

その他地域は、英国、インドネシア、タイが牽引し、売上高は17%の増収、営業利益は4.7億円の増益となりました。

英国は、ポテトチップスの配荷拡大や、新製品のペレットスナックの発売が貢献しました。インドネシアは、ポテトチップス等の販売が伸長したことに加え、原材料費の改善が寄与しました。

タイは、人流回復による国内需要の増加と、前年7月に連結子会社を1社追加したことなどが寄与し増収増益となりました。

2024年3月期第1四半期業績 海外事業

振りだそう、自然の力。

*前年同期比 **Calbee**

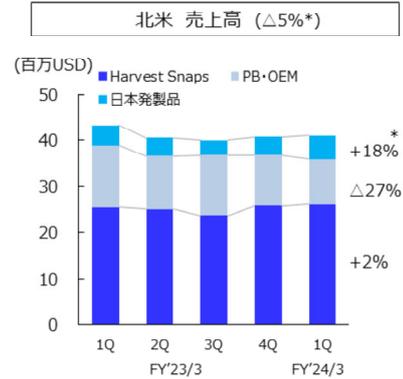
北米

■売上高

- PB・OEM業界の再編により、既存顧客の受注減が継続
- 「Harvest Snaps」は販促タイミングのずれで前年1Qの高い販売数量を下回るも、改定効果により前年超え
- 日本発製品は販路拡大により増収

■営業利益

- PB・OEMの売上減少で原価率が悪化し減益



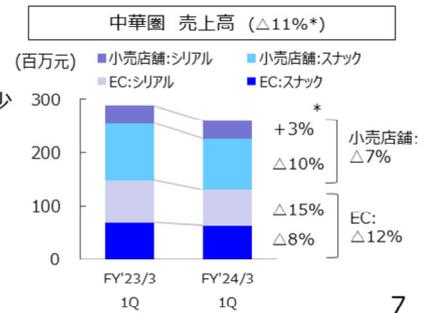
中華圏

■売上高

- 小売店舗向けは、主要取引先での在庫消化に時間を要し、受注減少
- ECは、TikTok等の成長チャネルの販売は拡大するも、前年1Qのロックダウン特需を超えられず減収

■営業利益

- 減収に伴い減益



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

7

スライド7をご覧ください。

北米、中華圏についてもう少し詳しく説明します。

北米市場は、現地通貨ベースで減収、営業利益も減益となりました。

PB・OEMは、新規顧客の獲得には向かっているものの、業界全体の再編により、既存顧客からの受注減が続いています。

「Harvest Snaps」は、2つの要因で販売数量は前年割れとなりましたが、全体としては価格改定効果により増収となりました。販売数量の落ち込み2要因ですが、1つ目は大口顧客による販促タイミングの見直しをしたことです。2つ目は売上拡大させた前年1Qの販売数量を越えられなかったことが挙げられます。「えびせん」などの、日本発製品は引き続き好調です。

中華圏は、減収減益となりました。

小売店舗向けは、主要取引先での在庫調整に時間がかかり、受注が減少。

Eコマースは、TikTok等の成長チャネルで売上は拡大しましたが、前年1Qのロックダウン特需を超えることができませんでした。

2023年8-10月の価格・規格改定

振りだそう、自然の力。

Calbee

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 9-10月	2022年 11月	2023年 6月	2023年 8-10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	70億円
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%	想定価格: +5-20%

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

8

スライド8をご覧ください。

最後に、8-10月期の価格・規格改定についてご説明します。

「じゃがポックル」を含む、国内の土産用製品について、2回目となる改定を、今年の8月から10月かけて随時実施します。

対象製品の売上高は70億円、改定率は5-20%です。

以上でご説明を終了いたします。

參考資料

連結損益計算書

掘りだそう、自然の力。
Calbee

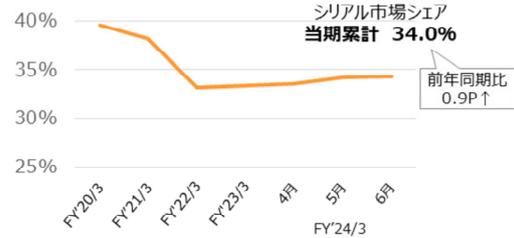
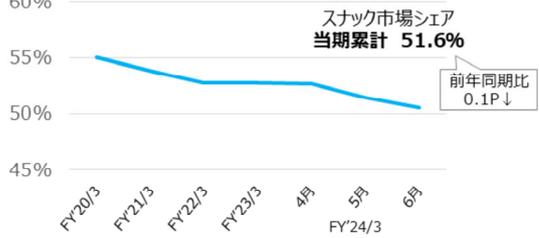
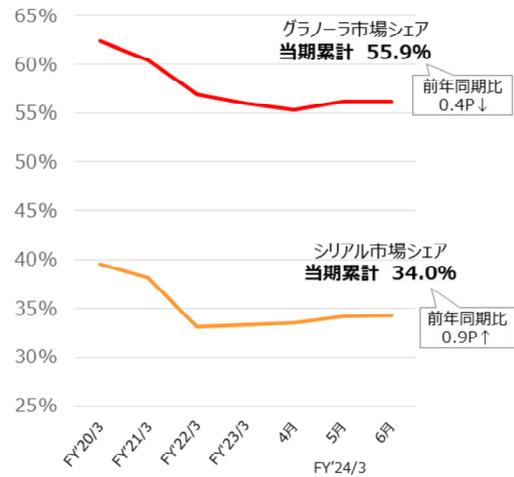
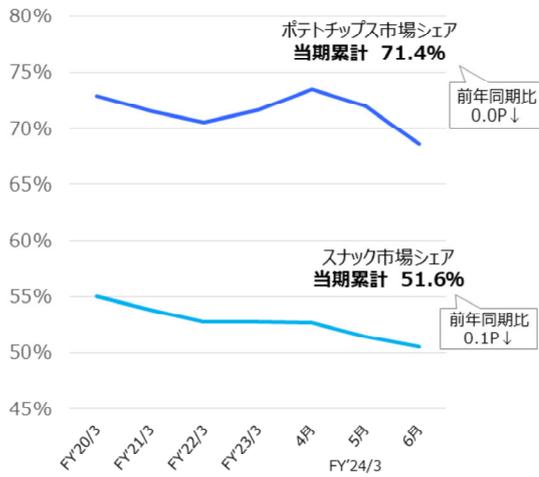
(百万円)

	2024年3月期第1四半期			2024年3月期 計画			
		構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)		構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	73,156	100.0	+12.0	102.9	293,000	100.0	+4.9
売上総利益	24,408	33.4	+15.5	103.1	95,700	32.7	+6.1
販売管理費	17,164	23.5	+8.9	99.9	71,700	24.5	+5.5
販売費	2,591	3.5	+14.2	90.6	11,800	4.0	+7.6
物流費	5,378	7.4	+1.0	99.2	22,800	7.8	+5.2
人件費	5,472	7.5	+9.4	102.5	23,400	8.0	+7.4
その他経費	3,722	5.1	+17.5	104.6	13,700	4.7	+1.2
営業利益	7,244	9.9	+35.1	111.5	24,000	8.2	+7.9
経常利益	9,444	12.9	+35.8	148.0	23,500	8.0	+0.2
特別損益	△43	—	—	—	△500	—	—
当期純利益 ※	6,252	8.5	+37.3	152.5	15,000	5.1	+1.5

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

国内市場シェア

振りだそう、自然の力。



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：2023年4月～2023年6月
前年同期：2022年4月～2022年6月
FY20/3～FY23/3：2019年4月～2023年3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

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。FY2024/3(FY'24/3)は2024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、将来の業績に関する見通しであり、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8月3日開催
2024年3月期第1四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 2023年6月の国内スナックの価格改定後の販売動向とその背景について教えてください。

スナック全体としては想定内で来ている。ポテトチップスの定番品については、3回目の値上げにより店頭価格が3桁を超えてきており、競合他社価格との相対感からボリュームが一時的に減少した。しかし、スナックの堅調な需要を補足し、1Q全体では計画以上に数量を増加させた。7月後半からはポテトチップスの売上も回復。

Q2 営業利益が対計画で7億円上振れた内訳を教えてください。

国内事業はコスト高騰で4億円悪化したが、価格改定効果で8億円の上振れや売上数量伸長効果があったことから、7億円の計画超え。
海外事業は、北米の計画割れを英国・中華圏・インドネシアで補い、計画より微増。

Q3 国内の価格・規格改定効果とコスト高騰が想定以上に出た要因は何か。2Q以降の見通しは対計画でどうか。

価格・規格改定効果は販売数量伸長と構成比影響および対象アイテムの増加により上振れ、コスト高騰は主に円安進行によるもの。2Qはコスト高騰影響を改定効果で吸収する見通し。

Q4 北米、中華圏は1Q減収となっているが、海外事業の今後の見通しはどうか。

北米はPB・OEMの減収トレンドが続く見込むだが、固定費削減等のアクションをとっており通期営業利益は計画通り。
中華圏は、Eコマース・小売店舗向けともに厳しい状況。食品市場全体は微減で、前年のロックダウンの反動でシリアル市場も減収となっている。供給リスクに対しては、中国国内での製造や、タイ・韓国からの輸入を検討している。

Q5 投資の進捗および今後見通しについて教えてください。

国内は販促費は計画より下振れているが、人財投資や新規投資は計画通り進んでいる。今後追加的なマーケティング投資を行っていく。
海外は成長領域であり計画通り積極投資はしていく。中華圏については市場動向・環境を注視し、慎重に議論をしている。

Q6 SKU削減の進捗を教えてください。

2025年までの300SKU削減に向けて、計画通り取り組んでいる。

以上