



財務経理・IRを担当しております田邊です。
2024年3月期第3四半期の業績についてご説明いたします。

- **第3四半期累計決算は、188億円の増収、57億円の増益**
四半期、第3四半期累計において過去最高の売上高、営業利益
- **当四半期の国内の売上、利益の伸長が、連結業績全体を牽引**
マーケティング施策が奏功し、スナック、シリアルともに販売好調
価格・規格改定効果と数量伸長でコスト高騰を吸収
- **海外は、減収増益、営業利益は修正計画に若干届かず**
重点地域の中華圏が苦戦も、英国、インドネシア等は好調継続
- **第4四半期も着実なマーケティング活動により、国内の堅調な**
モメンタムを維持していくとともに、今後の成長に向けた投資を推進

スライド1をご覧ください。
本日まで説明するサマリーです。

第3四半期累計期間の連結決算は、188億円の増収、57億円の増益となり、上期業績発表時に見直した修正予想を上回りました。

10-12月の四半期および、4-12月の第3四半期累計期間ともに、過去最高の売上高、営業利益となりました。

これは、国内売上・利益が10-12月において伸長し、連結全体を牽引したことによります。

国内売上は、マーケティング施策が奏功し、スナック、シリアルともに販売が好調でした。営業利益は、価格・規格改定効果と数量伸長により、増益となりました。

海外は前年に対しては減収増益。営業利益は修正計画に若干届きませんでした。重点地域の中華圏が苦戦しているものの、英国、インドネシアなどは、好調を維持しています。

第4四半期も、着実なマーケティング活動により、国内の堅調なモメンタムを維持していくとともに、今後の成長に向けた投資を、計画通り進めてまいります。

2024年3月期第3四半期累計業績

振りだそう、自然の力。
Calbee

決算サマリ

売上高 2,273億円 (対前年+188億円、対修正計画+19億円)
営業利益 237億円 (対前年+57億円、対修正計画+10億円)
当期純利益 172億円 (対前年+46億円、対修正計画+9億円)

(億円)

	2024年3月期 第3四半期累計 実績	2023年3月期 第3四半期累計 実績	伸び率	2024年3月期 第3四半期累計 修正計画	修正計画比
売上高	2,273	2,085	+9.0%	2,255	100.8%
国内	1,723	1,543	+11.7%	1,689	102.0%
海外	550	542	+1.5%	565	97.3%
営業利益	237	181	+31.3%	227	104.4%
営業利益率	10.4%	8.7%	+1.8pts	10.1%	+0.4pts
国内	208	160	+29.9%	197	105.3%
海外	29	21	+41.9%	30	98.2%
経常利益	260	191	+36.6%	255	102.0%
当期純利益※	172	125	+37.0%	163	105.5%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

スライド2をご覧ください。

2024年3月期 第3四半期累計期間の連結業績についてご説明いたします。

売上高は2,273億円で、前年同期比9.0%増、修正計画比100.8%
営業利益は237億円で、前年同期比31.3%増、修正計画比104.4%
当期純利益は172億円で、為替差益などの計上により、前年同期比37.0%増、修正計画比105.5%となりました。

次のページから第3四半期（3か月）の業績の詳細をご説明いたします。

2024年3月期第3四半期業績（3か月）

振りだそう、自然の力。
Calbee

決算サマリ

売上高 803億円（対前年+50億円、対修正計画+19億円）
営業利益 102億円（対前年+24億円、対修正計画+10億円）

<対前年> 国内は、改定効果と数量伸長で増収増益
海外は、中華圏は不調も、英国、インドネシアの好調継続で増益

<対修正計画> 国内での販売好調と販促費抑制による増益が牽引

(億円)

	2024年3月期 第3四半期 実績	2023年3月期 第3四半期 実績	伸び率	2024年3月期 第3四半期 修正計画	修正計画比
売上高	803	753	+6.6%	784	102.4%
国内	620	565	+9.8%	586	105.8%
海外	183	188	△2.9%	198	92.2%
営業利益	102	78	+30.5%	92	110.9%
営業利益率	12.7%	10.4%	+2.3pts	11.7%	+1.0pts
国内	92	71	+29.5%	81	113.0%
海外	10	7	+40.9%	11	94.9%
経常利益	94	63	+48.0%	89	105.7%
当期純利益 ※	63	42	+49.4%	54	116.7%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

3

スライド3をご覧ください。

2024年3月期 第3四半期の連結業績についてご説明いたします。

売上高は803億円で、前年同期比6.6%増、修正計画比で102.4%。
営業利益は102億円で、前年同期比30.5%増、修正計画比で110.9%となりました。

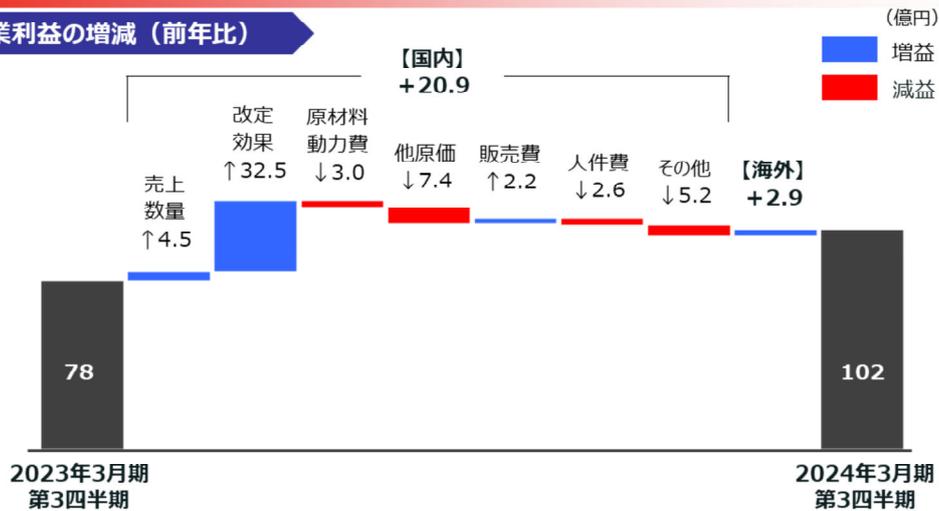
前年に対しては、国内は増収増益、海外は売上が前年を割れたものの増益。
国内は、改定効果と数量伸長が貢献しました。
海外は、中華圏が大きく減収となりましたが、引き続き、英国・インドネシアなどが好調に推移したことが寄与しております。

修正計画に対しては、売上高、営業利益ともに計画を達成。主な要因は、国内の販売好調と、販促費の抑制などです。

2024年3月期第3四半期業績（3か月）営業利益分析

振りだそう、自然の力。
Calbee

営業利益の増減（前年比）



【国内】	原材料・動力費	：輸入原料（△5億円）、包材（△5億円）、食油（+2億円）、動力費（+6億円）
	その他原価	：労働力不足への対応による労務費増加、消耗修繕費の増加等
	販売費	：販促費の改善
	その他	：物流コストの上昇、システム投資や社会経済活動の正常化に伴う旅費増
【海外】	改定効果	（+2億円）、原材料・動力費（△0.3億円）

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

4

スライド4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23億円の増益で、内訳は国内事業の+21億円、海外事業の+3億円となっております。

国内の増益要因は、販売数量の伸長効果+4億円や、改定効果+32億円でしたが、円安に起因するコスト増や、人件費の上昇、インフレなどによる費用増が一部相殺しております。

なお、原材料高騰の主なものは、輸入原料と包材です。動力費は単価改善や、政府による「電気・ガス価格の激変緩和措置」により前年に比べて改善しました。金額はご覧の通りです。

海外の増益要因は、主に改定効果です。

2024年3月期第3四半期業績（3か月）国内事業



- **スナック** 改定効果と数量伸長で全てのカテゴリーで増収
2023年秋の北海道産ばれいしょを十分に確保できたことから、ポテトチップスで積極的なマーケティング施策を実施して伸長
土産用製品やじゃがりこは、人流増加に伴い好調継続
- **シリアル** マーケティング施策が奏功し、大容量品を中心に伸長
- **その他** 甘しょ事業は堅調継続

(億円)

	2024年3月期第3四半期		
		前年同期比	
国内売上高	620	+55	+9.8%
スナック	573	+41	+7.7%
ポテトチップス	276	+16	+6.1%
じゃがりこ	119	+12	+11.4%
その他スナック	178	+13	+7.7%
シリアル	63	+11	+20.1%
その他（アグリ・食と健康・役務提供）	50	+6	+14.7%
リポート等控除	△67	△3	—
国内営業利益	92	+21	+29.5%
営業利益率	14.8%	+2.3pts	—

※「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。

スライド5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、シリアル、その他事業のすべてのカテゴリーで増収となりました。

スナック全体では、前年同期比41億円の増収。
2023年秋の北海道産ばれいしょの収穫で、原料在庫を十分確保できたことから、積極的なマーケティング施策を実施し、ポテトチップスでは+16億円の伸長となりました。
好調が続くじゃがりこは+12億円、その他スナックは+13億円と、すべてのカテゴリーで伸長しました。

シリアルは11億円の増収となり、マーケティング施策が奏功し、大容量品を中心に伸長しました。

その他事業は6億円の増収で、甘しょ事業の販売は堅調に推移しました。

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3四半期業績（3か月）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：

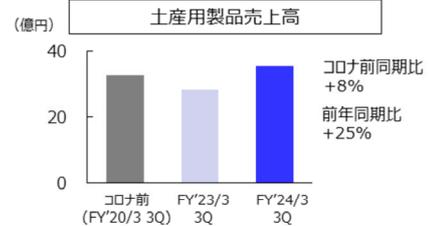
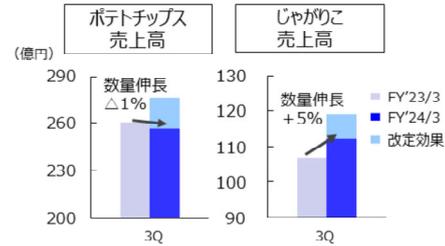
- 増量キャンペーンやTVCF等のマーケティング施策が奏功し、「うすしお味」等の定番品や「堅あげポテト」が好調
- 前年に実施した輸入製品販売の反動減で、販売数量は微減

■ じゃがりこ：

- 強い需要に対応して、定番品に集中して販売し、数量伸長
- 新ラインの稼働や生産効率の向上で生産キャパシティを増加

■ その他スナック：

- 土産用製品は国内旅行やインバウンド需要の増加により、新型コロナウイルス感染拡大以前を超える水準
- 相対的な値ごろ感もあり、小麦系、豆系スナックが好調

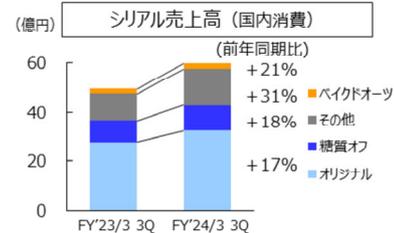


シリアル

- シリアル市場は微増で、シェアは伸長 (+3.9pts)^(*)
- 期間限定のコラボ製品が好評
- 増量キャンペーンや積極的な販促活動が奏功し、大容量サイズが伸長



コラボ製品
「フルグラ ブラックサンダー味」



(*)出所：調査インテージSRI+

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

6

スライド6をご覧ください。

ポテトチップスは、前年同期比で増収。

増量キャンペーンやTVCF等のマーケティング施策が奏功し、「うすしお味」等の定番品や、「堅あげポテト」は好調に推移しました。一方、販売数量は前年同期比で微減。主な要因は、前年に行った輸入製品販売の反動減です。

じゃがりこは、継続する強い需要に対応し、定番品に集中して製造・販売し、数量を伸ばしました。新ラインの稼働や、生産アイテムの集約による生産効率の向上により、生産キャパシティを上げて対応しました。

その他スナックは、土産用製品、小麦系、豆系スナックが好調で、増収となりました。土産用製品は、国内旅行やインバウンド需要の増加により、新型コロナウイルス感染拡大以前の水準を超える売上となりました。

シリアルは、前年同期比で増収。カルビーのシリアルのシェアは、前年度比で+3.9pts。シリアル市場は上期までは縮小トレンドにありましたが、今期においては対前年で微増となりました。カルビーの販売増加が市場を牽引する形になりました。TVCF、増量キャンペーンや、コラボ製品の発売などの組み合わせや、営業による積極的な販促活動も併せて行いました。期間限定のコラボ製品「フルグラ ブラックサンダー味」は好評を博し、製品販売のシナジー効果もありフルグラ大容量も伸長いたしました。

2024年3月期第3四半期業績（3か月）海外事業



- **北米** 「Harvest Snaps」、日本発ブランドの需要は堅調も、PB・OEMの低調継続で現地通貨ベースで減収
- **中華圏** 小売店舗向け、ECともに大幅減収
- **その他** 英国：ポテトチップスや新製品のペレットスナックの好調継続で増収増益
インドネシア：ポテトチップスや12月に新ラインが稼働した「Guribee」の販売が伸長
原材料費の改善も継続し、増収増益

(億円)

<地域別実績>	2024年3月期第3四半期			為替影響除く 実質伸び率
		前年同期比		
海外売上高	183	△5	△2.9%	△8.3%
北米	57	+1	+1.6%	△2.8%
中華圏	41	△25	△38.1%	△40.6%
その他	104	+11	+12.0%	+4.6%
リポート等控除	△19	+8	-	-
海外営業利益	10.0	+2.9	+40.9%	-
営業利益率	5.5%	+1.7pts	-	-
北米	1.5	+0.0	+2.0%	-
中華圏	△0.3	△3.3	-	-
その他	8.8	+6.2	+244.8%	-

※ 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.

7

スライド7をご覧ください。
海外事業の地域別業績について、ご説明いたします。

北米は、現地通貨ベースで3%の減収、営業利益は前年並みとなりました。
「Harvest Snaps」や日本発ブランドの堅調な需要は継続しておりますが、PB・OEMの不調により前年割れとなりました。

中華圏の売上高は小売店舗向け、ECともに大幅減収で前年同期比△38%減、営業利益は△3億円の減収。

その他地域は、英国、インドネシアが牽引し、売上高は12%の増収、営業利益は6億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好調が牽引しました。
インドネシアは、ポテトチップスや12月に新ラインが稼働した「Guribee」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。

2024年3月期第3四半期業績（3か月）海外事業

掘りだそう、自然の力。

Calbee

*前年同期比

北米

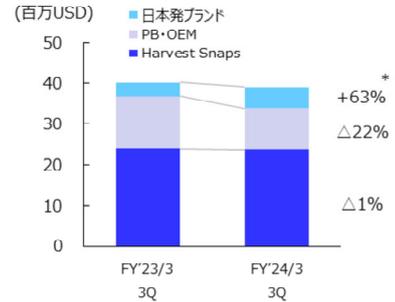
■売上高

- 「Harvest Snaps」は販促タイミングのずれにより微減
- 日本発ブランドは強い需要継続に加えて、米系スーパー等への販路拡大で増収
- PB・OEM業界の再編の影響継続も、12月から新規受注開始

■営業利益

- PB・OEMの減収を日本発ブランドが相殺

北米 売上高 (△3%*)



中華圏

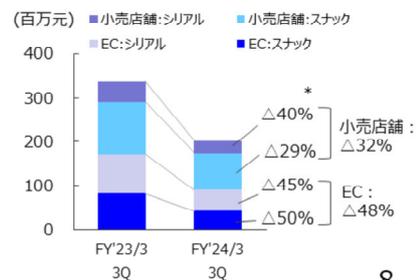
■売上高

- 市場はデフレ傾向が続き、EC、小売店舗ともに大幅減収
- 通関規制強化で日本からの主力スナックの輸入がストップ
- 周辺国の増産、現地OEM生産開始に向けた準備を進める

■営業利益

- 販売費は削減するも、減収影響をカバーできず減益

中華圏 売上高 (△41%*)



Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

8

スライド8をご覧ください。

北米、中華圏についても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、営業利益は前年並みとなりました。

主力の「Harvest Snaps」は、大手小売店での販促タイミングのずれにより、対前年では微減となりました。

「じゃがりこ」や「かっぱえびせん」などの日本発ブランドは、強い需要が継続していることに加え、米系スーパー等への販路拡大を進め、売上が拡大しました。

PB・OEMは、昨年後半まで続いた業界全体の再編による受注減インパクトが一周せず、減収。PB/OEMの新規案件の引き合いも、この3Qからでてきております。12月から新規受注が開始しており、今後も、新規契約の獲得に努めます。

なお、PB・OEMの製造工場では、更なる品質向上やコストリダクションを目的とした業務改善プロジェクトを、10月に始動しました。早期の利益改善を目指します。

中華圏は、減収減益となりました。

中国の食品市場ではデフレトレンドが顕著で、輸入製品の高価格帯がメインのカルビーは、EC・小売店舗向けともに大幅な減収となりました。

また、通関規制が強化され、日本からの主力スナックの輸入が停止したことも影響しております。

従前より準備していた価格競争力のある製品を東南アジア各社より投入しています。さらに、中国顧客ニーズに柔軟に対応できるJagabeeの現地OEM生産を4月ローンチに向けて、準備を進めております。

営業利益は減益で、販売費は削減したものの、大幅減収の影響をカバーしきれませんでした。

2024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		2025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	2024年 6月
対象製品							
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%	想定価格: +3-10%

【参考】対象製品売上高 900億円
(FY'24/3見込みベース)

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いたします。

国内の主要製品の4回目となる価格改定を、今年の6月に実施します。
想定改定率は3-10%、対象製品の売上高は900億円です。

以上で、説明を終了いたします。
ご清聴ありがとうございました。

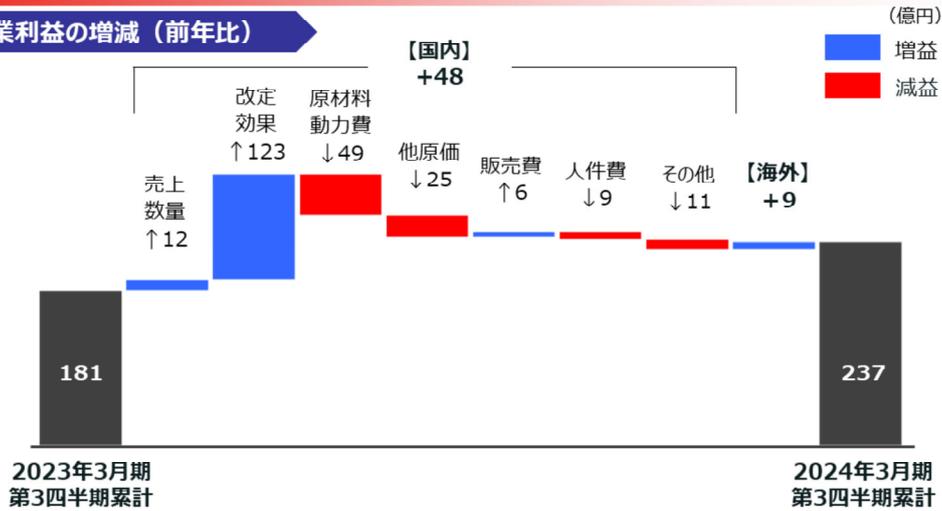
參考資料

2024年3月期第3四半期累計業績 営業利益分析

振りだそう、自然の力。



営業利益の増減（前年比）



- 【国内】**
 - 原材料・動力費 : 輸入原料 (△23億円)、包材 (△17億円)、食油 (△10億円)、国産ばれいしょ (△8億円) 動力費 (+4億円)
 - その他原価 : 労働力不足への対応による労務費増加、かいつか (甘しょ事業) の収益性悪化
 - 販売費 : 販促費改善 (+9億円)、マーケティング投資 (△2億円)
 - その他 : システム投資、社会経済活動の正常化に伴う旅費増加
- 【海外】**
 - 改定効果 (+14億円)、原材料・動力費 (△7億円)

2024年3月期第3四半期累計業績 営業利益分析 (要素別)

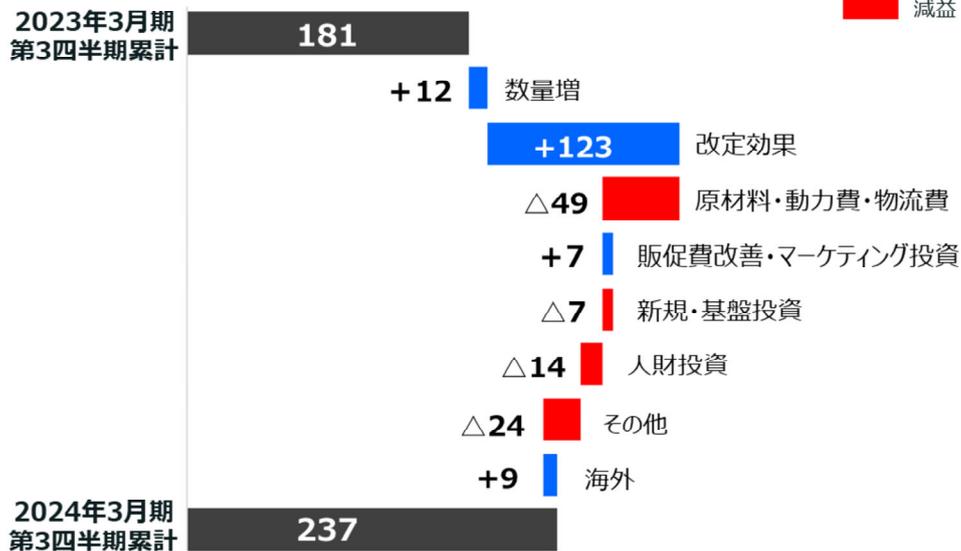
振りだそう、自然の力。



営業利益の増減 (前年比)

(億円)

■ 増益
■ 減益



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3四半期			2024年3月期 第3四半期累計				
	構成比 (%)	前期比 (%)	修正計画比 (%)	構成比 (%)	前期比 (%)	修正計画比 (%)		
売上高	80,268	100.0	+6.6	102.4	227,339	100.0	+9.0	100.8
売上総利益	29,259	36.5	+14.0	105.6	77,621	34.1	+13.4	102.0
販売管理費	19,057	23.7	+6.7	102.9	53,905	23.7	+7.0	101.0
販売費	3,086	3.8	△8.1	101.2	8,311	3.7	△0.6	100.4
物流費	6,301	7.9	+12.0	104.1	16,953	7.5	+3.9	101.5
人件費	5,959	7.4	+8.6	98.9	17,603	7.7	+11.3	99.6
その他経費	3,710	4.6	+9.7	109.5	11,036	4.9	+11.6	103.0
営業利益	10,201	12.7	+30.5	110.9	23,715	10.4	+31.3	104.4
経常利益	9,396	11.7	+48.0	105.7	26,031	11.5	+36.6	102.0
特別損益	△137	—	—	—	△101	—	—	—
当期純利益 ※	6,301	7.9	+49.4	116.7	17,165	7.6	+37.0	105.5

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

財政状況

振りだそう、自然の力。

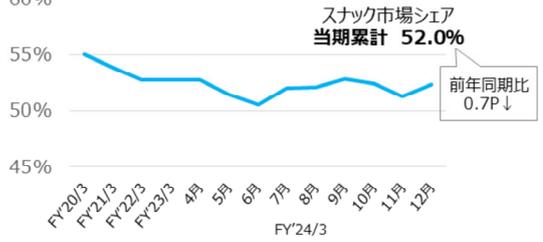
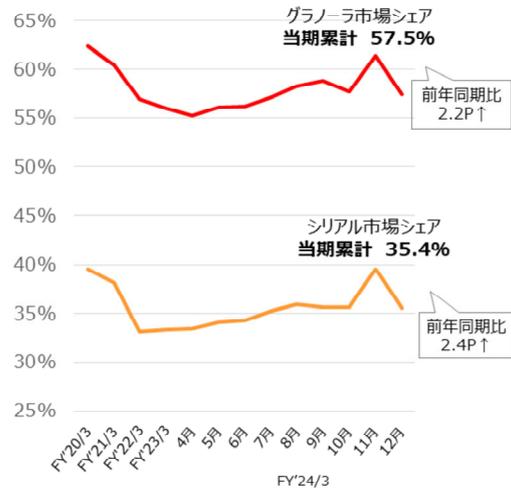
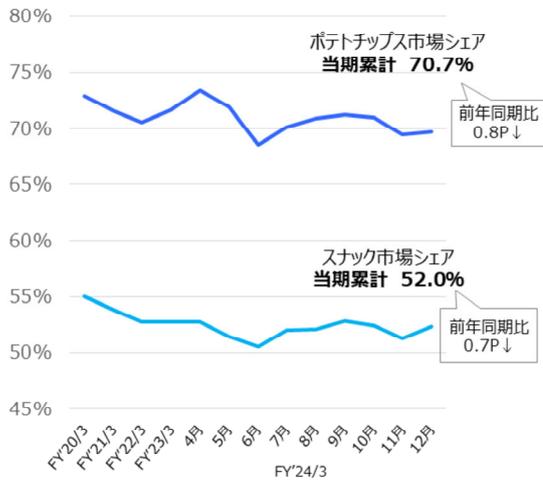
Calbee

(百万円)

	2023年3月末	2023年12月末	増減	主な増減
資産合計	239,095	279,606	+40,511	
流動資産	98,970	119,993	+21,022	受取手形及び売掛金 +18,582 (月末銀行休業日によるもの)
固定資産	140,124	159,613	+19,488	有形固定資産 +20,476 (主な設備投資) ・せとうち広島工場 ・じゃがりこ新ライン
負債合計	56,408	83,455	+27,046	
流動負債	45,663	47,514	+1,851	
固定負債	10,745	35,940	+25,194	長期借入金 +25,000
純資産	182,686	196,151	+13,464	利益剰余金 +10,656
Net Cash	30,311	1,871	△28,440	
自己資本比率	72.8%	66.8%	△6.0pts	

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
株式会社SRI+の集計範囲に変更があったため、過去数値を
新集計範囲に基づき更新しております。

当期累計：2023年4月～2023年12月
前年同期：2022年4月～2022年12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・
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

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。

2024年2月6日開催
2024年3月期第3四半期決算説明会での主な質疑応答

Q1 第3四半期業績を踏まえ、今期業績および来期業績予想水準をどのように考えているか。

第4四半期以降も、第3四半期までのモメンタムを維持することが重要と考えている。この為、マーケティング投資を含めた各施策は予定通り実行する見込み。成長戦略における3年間のガイドラインも踏まえ、来期もモメンタムを継続し、利益成長を目指す。

Q2 第4四半期に実施予定のマーケティング投資の目的は何か。

第3四半期では、マーケティング投資を効果的に実施したことで、スナック全体で強いモメンタムを作り出してきた。来期の価格改定に備え、第4四半期も引き続きマーケティング投資を行い、需要を喚起することで計画した販売数量を確保していく。

Q3 来期の価格改定幅の平均はどのくらいを想定しているか。

現在来期の計画において詳細検討中。当期および来期の価格改定により、原材料価格上昇等のコスト負担を吸収する想定。

Q4 中華圏事業の来期の見通しをどのように考えているのか。

中華圏は厳しい状況が続いており、短期間での売上高の回復は難しいと考えている。特に中国の消費者のデフレ志向が当社の売上にも影響している。短期的には東南アジアのグループ各社から製品を輸入し対応する。更に、中国の消費者ニーズに対応すべく製造委託先確保を進め、Jagabee およびフルグラのローカライズした製品ラインナップも市場投入を準備しており、来期に向けた取り組みを始めている。

Q5 成長戦略で説明のあった海外事業の基盤作りの為の投資の進捗はどうなっているか。

海外各地域での投資は着実に進めている。北米ではマデラ工場での品質向上・原価低減の取組に加え、日本発ブランドの現地生産実現を目指す。中華圏は、足元の状況を踏まえて当初の目論見を変える必要があり、現地製造委託による供給に向けた取り組みを進めている。英国およびインドネシアでは規模は大きくはないが、ライン増設を実施している。

Q6 人件費は来期に向けて想定以上に上昇する懸念があるのか。

労務費は引き続き増加する見込み。また、社会情勢を踏まえ、人件費も一定程度の上昇は想定する必要があると考えている。

以上