



財務・経理・IRを担当しております田邊です。
2025年3月期第1四半期の業績についてご説明いたします。

- 第1四半期決算は、売上高 45億円の増収、営業利益 4億円の増益
前年・計画を超え、同四半期では過去最高益を更新
- 国内は、堅調なモメンタムでスタートし、改定効果の実現と数量伸長で増収
6月の改定後の数量動向は想定内で進捗
マーケティング投資の平準化や成長に向けた投資の実施で減益も、計画利益を超過
- 海外は、中華圏は売上不調継続だが、北米・その他地域が伸長し、四半期過去最高益
- 設備投資は計画通り実行し、せとうち広島工場は6月28日に建屋引き渡し完了

スライド1をご覧ください。
エグゼクティブ・サマリーです。

第1四半期の連結決算は、45億円の増収、4億円の増益となり、4-6月の第1四半期で過去最高益を更新しました。

2025年3月期は通期過去最高益を目指す計画ですが、その計画を上回りました。

国内は、前年下期から様々な施策を行い、第1四半期も堅調なモメンタムを維持しています。第1四半期においても、様々なマーケティングと営業施策を併せて行い、増収となりました。今年6月の価格改定後の数量動向は、想定内で推移しています。一方営業利益は、改定効果によるコスト増を打ち返しましたが、前年同期比では減益となりました。減益要因は、計画に織り込み済みであった前期第4四半期に集中してマーケティング投資、成長に向けた投資を四半期で平準化したためです。対計画では売上高の伸長もあり、営業利益計画を上回りました。

海外は、中華圏の売上高は不調が続いておりますが、北米やその他の地域が伸長し、海外事業全体を牽引いたしました。営業利益は、四半期で過去最高益を実現しました。

なお、設備投資は計画通り実行し、せとうち広島工場は6月28日に建屋の引き渡しを完了しました。

2025年3月期第1四半期業績 サマリ

売上高 777億円（対前年+45億円、対計画+12億円）
営業利益 77億円（対前年+ 4億円、対計画+ 6億円）
当期純利益 71億円（対前年+ 8億円、対計画+26億円）

(億円)	2024年3月期 第1四半期 実績	2025年3月期 第1四半期 実績	伸び率	2025年3月期 第1四半期 計画	計画比
売上高	732	777	+6.2%	765	101.5%
国内	552	581	+5.2%	567	102.4%
海外	180	196	+9.2%	198	99.0%
営業利益	72	77	+5.9%	71	108.1%
営業利益率	9.9%	9.9%	△0.0pts	9.3%	+0.6pts
国内	63	61	△2.8%	59	103.8%
海外	9	15	+64.3%	12	129.1%
経常利益	94	93	△1.2%	69	135.2%
当期純利益 ※	63	71	+13.1%	45	157.2%

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

<対前年>

- 売上高は、国内の伸長と為替効果で増収
- 営業利益は、海外が牽引して増益
国内はコスト高騰を改定効果で相殺するも、費用平準化や投資で前年割れ
- 当期純利益は、為替差益は減少も、賃上げ促進税制の活用等で前年超え

<対計画>

- 国内で堅調なモメンタムを維持し、コスト増を打ち返す
- 海外利益も計画を上回る
- 為替差益の計上で当期純利益は大幅計画超過

【参考】：月末為替レート（円/\$）

	3月末	6月末	計画レート
2023年	133.53	144.99	—
2024年	151.41	161.07	142.0

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

スライド2をご覧ください。

2025年3月期 第1四半期の連結業績についてご説明いたします。

売上高は 777億円で、 前年同期比 6.2%増、 計画比 101.5%
営業利益は 77億円で、 前年同期比 5.9%増、 計画比 108.1%
当期純利益は 71億円で、前年同期比 13.1%増、計画比 157.2% となりました。

前年同期比では、国内は増収減益、海外は増収増益となりました。

売上高は、国内の販売伸長と海外の為替効果で増収となりました。

営業利益は、海外が牽引して増益となりました。

当期純利益は、前年同期よりも為替差益は減少したが、賃上げ促進税制等の活用により増益となりました。

計画に対しては、売上高、営業利益ともに計画を達成しました。

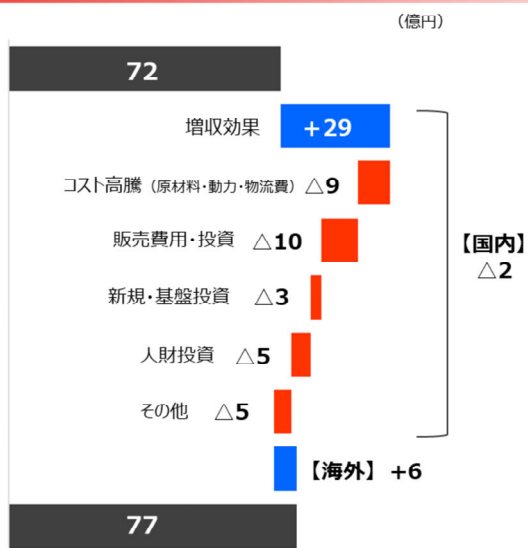
要因は二つ。一つ目は、国内の売上高伸長による増益、堅調なモメンタムを維持したことが貢献しました。

二つ目は、海外の営業利益の上振れです。

なお、当期純利益は、円安に伴う為替差益により、計画超過となっております。

2025年3月期第1四半期業績 営業利益分析（要素別）

2024年3月期
第1四半期
営業利益



【補足】

- 増収効果：
数量伸長（+1億円）、改定効果（+28億円）
- コスト高騰：
輸入原料（△5億円）、国産ばれいしょ（△2億円）
動力費（前年並み）、物流費（△2億円）
- 販売費用・投資：
ブランド価値訴求・強化に伴うマーケティング投資（△6億円）
- 新規・基盤投資：
「Body Granola」の認知拡大に向けた食と健康領域への投資
新ライン・新工場の取得関連費用、
事業成長や基盤強化のための投資
- その他：
減価償却費、旅費交通費等その他活動費の増加

スライド3をご覧ください。
営業利益の増加分析についてご説明します。

連結全体で前年同期比4億円の増益です。
内訳は国内事業△2億円、海外事業+6億円です。

国内は、円安やインフレ等に起因したコスト増を、改定効果で打ち返しつつ、数量伸長で増益。
ブランド強化のためのマーケティング投資を継続的に行ったことや、新規・基盤・人財等の成長に向けた投資を進めたことによって、減益となりました。

なお、コスト高騰の主な要因は、円安影響による輸入原料。金額はご覧の通りです。

(億円)	2025年3月期第1四半期		
		前年同期比	
国内売上高	581	+29	+5.2%
スナック	532	+21	+4.0%
ポテトチップス	237	+7	+3.2%
じゃがりこ	112	+8	+7.2%
その他スナック	183	+6	+3.2%
シリアル	77	+11	+16.2%
その他（アグリ・食と健康・役務提供）	34	+2	+4.9%
リポート等控除	△63	△4	—
国内営業利益	61	△2	△2.8%
営業利益率	10.6%	△0.9pts	—
土産用製品（注1）	39	+3	+9.5%

※「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。

（注1）土産用製品：ギフト事業の組織統合に伴い、前期の数値を組み替えています

■スナック

- ・需要は堅調継続
- ・改定効果を確実に刈り取り、前年の高い販売水準を超える
- ・土産用製品は旅行需要の高まりから好調継続

■シリアル

- ・継続的なマーケティング・営業活動で前期から続く高いモメンタムを維持

■その他

- ・前年4月にローンチした「Body Granola」等が伸長

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、シリアル、その他事業など、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 21億円の増収。
ポテトチップス+7億円、じゃがりこ+8億円、その他スナック+6億円と、すべてのカテゴリーで伸長しました。
需要は堅調に推移しており、改定効果を確実に刈り取り、前年の高い販売水準を超えました。
土産用製品は旅行需要の高まりなどで好調を維持しています。

シリアルは11億円の増収。
前期から実行している継続的なマーケティング施策、および営業活動が奏功し、高いモメンタムを維持することができました。

その他事業は2億円の増収、前年4月にローンチした「Body Granola」などが伸長しています。

要因については、次のスライドでご説明します。

スナック

■ ポテトチップス：（数量 △1.5%）

- ・「うすしお味」等の定番品は堅調
- ・サブブランド化した「ポテトチップス ザ厚切り」が好調
- ・ばれいしょ品質影響で生産性が低下した「堅あげ」や価格優位性の薄らいだ製品が全体を押し下げ
- ・ブランド強化にむけた価値訴求コンテンツ配信開始



定番品
「ポテトチップス
うすしお味」



サブブランド
「ポテトチップス
ザ厚切り」

■ じゃがりこ：（数量 前年並み）

- ・定番品に集中して販売し、前期から続く強い需要に対応
- ・生産能力増強に合わせて稼働を定常化

■ その他スナック：

- ・土産用製品は国内・インバウンドの需要増で伸長
- ・コーン系スナックは前年の高い水準に届かずも、小麦系スナックが伸長
- ・今年60周年を迎えた「かっぱえびせん」は、ターゲット世代に合わせた施策により底上げ



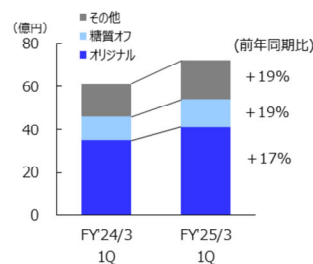
続売広告大賞（第40回）
Taste部門 最優秀賞を受賞した
「かっぱえびせん誕生60周年」の
新聞広告

シリアル

（注）出所：興インデックスSRI+

- ・シリアル市場シェア伸長継続（前年同期比+2.7pts）（注）
- ・TVCFやキャンペーンの効果もあり、オリジナルや糖質オフ等の定番品が伸長
- ・コラボ製品「フルグラ 南国白くま風味」も貢献

シリアル売上高（国内消費）



コラボ製品
「フルグラ
南国白くま風味」

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、「うすしお味」等の定番品は堅調で、今年3月にサブブランド化して新発売した「ポテトチップス ザ厚切り」が好調に推移し、前年同期比で増収となりました。

一方で、販売数量は前年同期比で微減となりました。

前年同期比で微減となりました。昨年秋に収穫したばれいしょ品質の影響で生産性が低下した堅あげポテトや、大袋など価格優位性の薄らいだ製品が全体を下げました。

ブランド強化に向けた取り組みとして、6月よりカルビーのばれいしょへのこだわりを訴求するコンテンツの「じゃがいも」の配信を開始いたしました。引き続き、ポテトチップスブランドの底上げを図ってまいります。

じゃがりこは、前年同期比で増収。継続する強い需要に対応し、定番品に集中して製造・販売しました。数量は、昨年から続く高い販売ボリュームを維持し、前年同期並みとなりました。

その他スナックは、土産用製品やかっぱえびせん等の小麦系スナックが好調で、増収。

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伸長しました。

かっぱえびせんは、誕生60周年をイメージした新聞広告等、前期から実施しているターゲット世代に合わせた施策が全体を底上げしました。

シリアルは、前年同期比で増収。

カルビーのシリアル市場シェアは、前年同期比で+2.7pts。カルビーの販売増加がシリアル市場を引き続き牽引いたしました。

TVCFやキャンペーン等の効果もあり、オリジナルや糖質オフ等の定番品が伸長いたしました。

また、期間限定のコラボ製品「フルグラ 南国白くま風味」も貢献しました。

2025年3月期第1四半期業績 海外事業

(億円)	2025年3月期第1四半期			
		前年同期比		為替影響除く 実質伸び率
海外売上高	196	+16	+9.2%	△1.7%
欧米	110	+23	+27.0%	+11.6%
北米	72	+15	+26.9%	+12.0%
アジア・オセアニア	113	△4	△3.1%	△10.9%
中華圏	40	△11	△21.6%	△29.2%
リポート等控除	△27	△3	—	—
海外営業利益	15.5	+6.1	+64.3%	—
営業利益率	7.9%	+2.7pts	—	—
欧米	5.3	+1.3	+31.6%	—
北米	3.1	+0.3	+10.0%	—
アジア・オセアニア	10.2	+4.8	+88.5%	—
中華圏	3.0	+1.1	+57.9%	—

※ 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。

■ 欧米

- ・ 北米、英国ともに増収増益
- ・ 既存ブランドや日本発ブランドが堅調継続
- ・ 北米・英国ともに設備増強し、売上拡大を目指す

■ アジア・オセアニア

- ・ 中華圏の減収をその他地域の増収で一定程度相殺
- ・ 特にインドネシアの増収やコスト改善が貢献し、大きく増益

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、ご説明いたします。

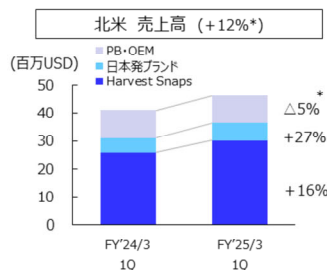
欧米は、+23億円の増収、+1億円の増益となりました。北米、英国ともに増収増益でした。北米の「Harvest Snaps」、英国の「Seabrook」ブランドといった既存主力ブランドが堅調で、全体を押し上げました。さらに、日本発ブランドの高い成長も後押ししております。北米・英国ともに設備を増強し、今後の売上拡大を目指してまいります。

アジア・オセアニアです。
売上高は前年同期比3%減で、華圏以外のその他の地域は堅調も中華圏が全体を下げました。営業利益は+5億円の増益となり、特にインドネシアが牽引いたしました。

欧米

■ 北米：

- 「Harvest Snaps」は大型販促の貢献や配荷拡大で伸長
- 日本発ブランドは強い需要継続で増収
- PB・OEMは新規受注獲得も、業界の再編影響が一巡せず減収継続



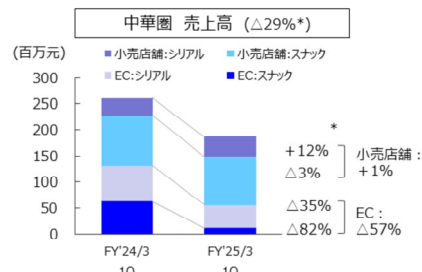
■ 英国：

- 「Seabrook」ブランドのポテトチップスの配荷拡大に加えて、生地スナックの増収も貢献
- ポテトチップス強化に向けてマーケティングおよび設備投資を推進

アジア・オセアニア

■ 中華圏：

- 景況感の悪化や前年下期からの主力スナックの通関規制の影響で減収
- 計画通り、5月下旬に現地OEM生産の「Jagabee」を販売開始
- 営業利益は、減収影響があったものの、販促費計上時期ずれで前年超え



現地OEM生産品の「Jagabee」

■ インドネシア：

- ポテトチップスや前年12月にライン増強した「Guribee」が伸長
- 売上伸長と生産性や原材料費の改善が継続し、利益大幅増

Copyright © Calbee, Inc. All rights reserved.

7

スライド7をご覧ください。
主力の地域について詳細をご説明いたします。

北米は、増収、増益となりました。

主力の「Harvest Snaps」は、大型販促の貢献や、配荷拡大で伸長いたしました。

「えびせん」や「じゃがりこ」などの日本発ブランドは、強い需要が継続し、アジア系、米系スーパーともに販売が拡大いたしました。

PB・OEMは、新規受注は獲得していますが、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巡せず、減収となりました。

英国も、増収、増益となりました。

主力ブランド「Seabrook」においてはポテトチップスの配荷拡大に加えて、生地スナックの増収も貢献しました。

今後、ポテトチップス強化に向けて、設備投資、およびマーケティング活動を推進してまいります。

中華圏は、減収、増益となりました。

景況感の悪化や、前年下期から続く主力スナックの通関規制影響で減収となりました。

現地OEM生産については、5月下旬に「Jagabee」の販売を計画通り開始いたしました。

営業利益は、減収影響があったものの、販促費の計上時期ずれにより前年を超えました。

最後に、アジア・オセアニア地域で最も伸長したインドネシアについてご説明いたします。

ポテトチップスや、前年12月に新ラインが稼働した「Guribee」が伸長し、増収となりました。

営業利益は、売上伸長に加えて、製品ポートフォリオ見直しや、原材料費の改善が継続し、大幅に増加しました。

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。

参考資料

連結損益計算書

(百万円)	2025年3月期第1四半期 実績				2025年3月期 計画		
		構成比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)		構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	77,656	100.0	+6.2	101.5	320,000	100.0	+5.6
売上総利益	27,048	34.8	+10.8	102.1	109,200	34.1	+7.1
販売管理費	19,373	24.9	+12.9	99.9	80,300	25.1	+7.6
販売費	3,177	4.1	+22.6	87.8	14,100	4.4	+11.9
物流費	5,851	7.5	+8.8	103.7	24,500	7.7	+8.3
人件費	6,215	8.0	+13.6	100.4	25,600	8.0	+4.7
その他経費	4,129	5.3	+10.9	104.8	16,100	5.0	+7.4
営業利益	7,674	9.9	+5.9	108.1	28,900	9.0	+5.8
経常利益	9,327	12.0	△1.2	135.2	28,000	8.8	△10.1
特別損益	△1	—	—	—	△500	—	—
当期純利益 ※	7,071	9.1	+13.1	157.2	18,000	5.6	△9.5

※ 親会社株主に帰属する当期純利益

財政状況及びキャッシュフロー

(百万円)	2024年3月末	2024年6月末	増減
資産合計	292,158	308,222	+16,063
流動資産	127,853	128,734	+881
固定資産	164,305	179,487	+15,182
負債合計	91,072	103,502	+12,430
流動負債	54,475	56,758	+2,283
固定負債	36,596	46,743	+10,147
純資産	201,086	204,719	+3,632
Net Cash	10,676	△1,593	△12,269
自己資本比率	65.6%	63.1%	△2.5pts

*1

*2

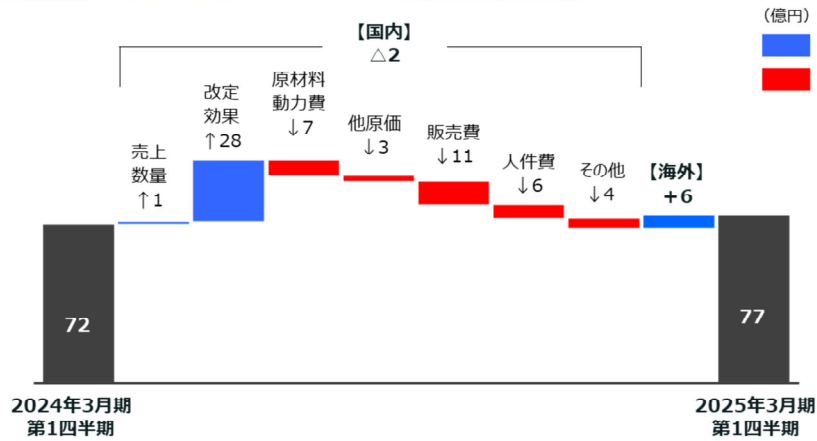
(百万円)	2023年6月末	2024年6月末	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	7,796	1,541	△6,255
投資活動による キャッシュ・フロー	△6,332	△7,605	△1,273
財務活動による キャッシュ・フロー	4,137	2,559	△1,577

*3

【補足】

- *1 固定資産：有形固定資産 +15,965百万円
(主にせとうち広島工場建設に係るもの)
- *2 固定負債：長期借入金 +10,000百万円
- *3 営業CF：未払金の増減額の減少 △3,036百万円

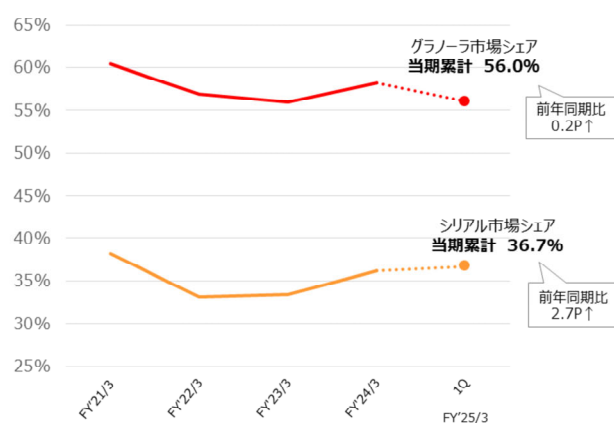
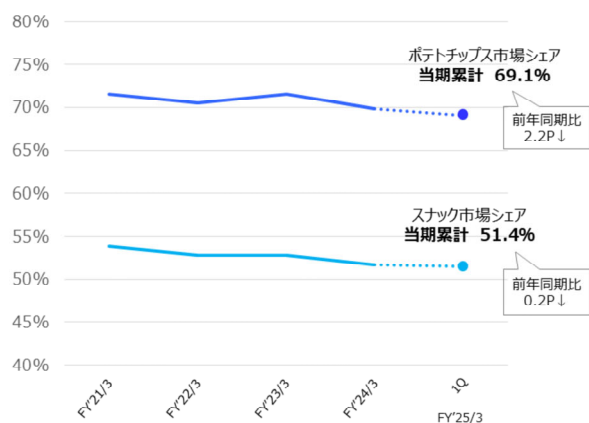
2025年3月期第1四半期業績 営業利益分析（科目別）



【補足】 原材料・動力費：輸入原料△5億円、国産ばれいしょ△2億円
 他原価：労働不足対応等に伴う人財投資など
 販売費：マーケティング投資△7億円（新規領域への投資含む）
 その他：物流費△2億円、基盤強化に伴う費用など

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

当期累計：2024年4月～2024年6月
前年同期：2023年4月～2023年6月
FY21/3・FY24/3：2020年4月～2024年3月

スナック市場シェア：カルビー・ジャパコ・アグリレーの合計
ポテトチップス市場：ポテトチップス(生凍切り・生凍切り)・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

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

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。FY2025/3(FY'25/3)は2025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。