

掘りだそう、自然の力。

Calbee

TSE code : 2229

カルビー株式会社

2025.11.5

カルビーグループ決算説明会

2026年3月期 上期

2025年4月1日～2025年9月30日



**1. 2026年3月期上期総括と今後の取り組み
株主還元について**

代表取締役社長兼CEO 江原 信

2. 2026年3月期上期業績報告と通期修正計画

執行役員兼CFO 田邊 和宏

決算エグゼクティブサマリ

■ 上期業績は増収減益（売上高+6%、営業利益△32%）、計画未達（売上高99%、営業利益78%）

上期業績とばれいしよ調達状況を反映して通期業績予想を下方修正

下期は着実にリカバリー策を実行し、修正計画達成を目指す

- ・ 国内：ブランド力を維持しつつ価格・規格改定を遂行し、対前年では販売金額・販売数量ともに伸長
コスト高騰や減価償却費などの費用増加を高い販売伸長で抑える計画も、夏場の販売未達が影響し減益
今秋の道産ばれいしよは収量減・品質低下が見込まれる
生産減に対応するとともに、リーディングカンパニーとしてスナック全体で安定供給に努める
- ・ 海外：売上は現地通貨ベースで二桁伸長、成長に向けた取り組みは進行中
上期は1Qから継続する英国・インドネシアの減益が響く

■ 資本コストと株価を意識した経営の実践に向けた株主還元施策を決定

- ・ 通期業績予想の修正を反映し、Change2025のキャッシュアロケーション、株主還元方針に基づき決定
- ・ 増配 期初計画 +6円/株、自己株式取得100億円、自己株式消却予定（過去取得分含む）

2026年3月期通期計画修正により、成長ガイドンスは未達の見通し
10年先を見据えて、EBITDA成長と付加価値創出拡大で企業価値（ROE）を向上させる

(億円)

成長ガイドンス	2024年3月期 実績	2025年3月期 実績	2026年3月期 期初計画	→	2026年3月期 修正計画	3か年CAGR 修正計画	成長ガイドンス (3か年)
連結純売上	3,030	3,226	3,450	→	3,390	+6.7%	+4~6%
オーガニック売上成長率	+8%	+6%	+7%		+5%		
連結営業利益	273	291	298		260	+5.4%	+6~8%
連結営業利益成長率	+23%	+6%	+3%		△11%		
ROE	10.9%	10.5%	9.7%		8.5%	—	10%以上
参考：EBITDA（成長率）	401	435	470 (+8%)		430 (△1%)	+8.0%	
主要KPI							
国内営業利益成長率	+22%	+9%	△6%	→	△16%	+3.7%	+6~8%
海外売上高比率	24%	25%	26%		26%	—	30~35%*
新規領域売上高比率	4.3%	4.3%	4.2%		4.8%	—	5%*

国内事業：ばれいしょ調達状況と今後の取り組み

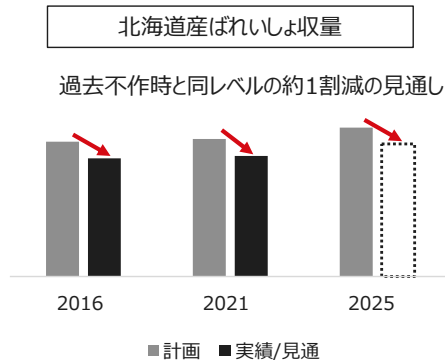
■ ばれいしょ調達状況と下期の取り組み

高温・干ばつによる収量減と品質低下から生産減が見込まれるが、
拡売施策とコスト抑制により、利益確保に努める

- ✓ 高い生産技術により、ばれいしょを最大限使用
- ✓ 輸入ばれいしょの調達量の増加（せとうち広島・鹿児島工場の活用）
- ✓ ばれいしょ以外の素材製品の拡売、海外拠点からの製品輸入

■ 中長期の取り組み

- ばれいしょ安定調達に向けた取り組み
 - ✓ 国内ばれいしょ調達量の拡大（産地分散化・収穫支援、新品種開発・品種転換）
 - ✓ 輸入ばれいしょ最大活用
 - ✓ 低比重のばれいしょの使用を可能にする設備の見直し
- 安定的かつ収益性の高い売上ポートフォリオへの転換を目指す
 - ✓ 収益性の高い製品や事業（土産・ギフト事業）の拡大
 - ✓ 多様な素材の製品ポートフォリオの拡充（新製品開発の加速）



海外事業：欧米の取り組み進捗

ニッチトップを目指し、Better For You (BFY) カテゴリーやアジアテイストスナックの拡大に注力するとともに、バリューチェーン全体を強化して業績の安定化を図る

成長の方向性

① 面の拡大 (既存コア→日本発・BFY製品)

- 北米主要小売への販売拡大
- 西→東エリアへの配荷拡大
(Inorganic含む)

② 生産設備の有効活用による 収益拡大

- マデラ工場の活用

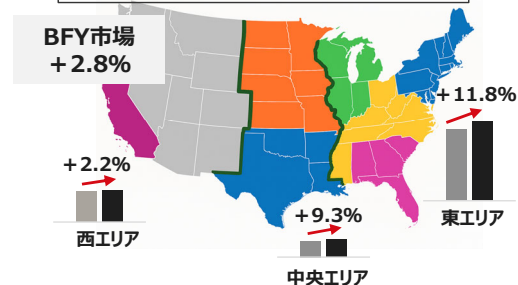
③ 基盤強化による業績安定化

- マネジメント体制強化
- 日本からの経営資源供給
(R&D + MDC^{※2})

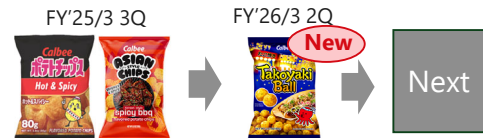
進捗状況

- 市場成長が鈍化する中、Harvest Snaps、日本発ブランドともに販売を伸長
 - 重点小売チェーン・東エリアでの配荷も拡大
 - 営業力の強化に取り組み中
-
- 日本の知見も活用しながら生産品質を向上し、ナショナルブランドの生産拡大を推進（地産地消）
-
- 経営や各機能のキーポジションの最適人財の配置
 - 販促費の有効活用、調達機能の強化（関税対応含む）
 - 2025年1月に現地R&Dセンター開設
+ 日本からの経営資源供給加速

Harvest Snaps 販売動向
(直近52週 市場販売金額 前年比) ※1



現地生産推進状況



※1 D/S: IRI SPINS:
Time: 52w Latest Week Ending 10-05-25
Product: Total BFY Salty Snacks
Geo: MULO + Convenience

※2 MDC：マーケティング・ディレクション・センター

海外事業：アジア・オセアニアの取り組み進捗

日本発のブランド・技術を活用し、各国の事業モデル特性に合わせた取り組みを進めて
安定的かつ持続的成長を図る

成長の方向性

進捗状況

中華圏

現地・周辺国の供給体制を活用し、
小売店舗向け売上拡大

- ECでの認知を活用し、多様な流通チャネルを通じてエリアを拡大
- 現地・周辺国の供給体制強化

- 競争力のある手ごろな価格帯で、小売店舗向けの売上を伸長
(前期比：FY'25/3通期 **+7%**、FY'26/3上期 **+13%**)
- 営業人員拡大+日本の営業知見の活用
- 現地OEM生産品を拡大（地産地消）

中華圏：OEM生産品拡大進捗



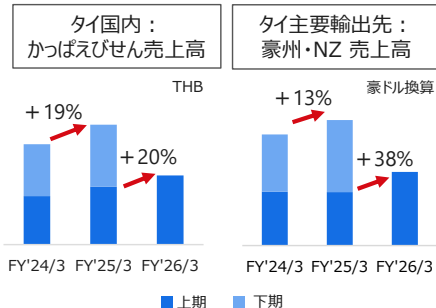
その他

供給体制を強化し、
グローバルでの売上成長を推進

- オーストラリア、ニュージーランド、タイ、インドネシアでの販売強化
- タイやインドネシアの生産能力を増強し、国内+輸出需要に対応

<タイでの取り組み>

- マーケティングを強化し、国内シェア拡大推進
(2024年7月にリニューアルしたかっぱえびせんの売上伸長)
- 日本の知見を活かし、営業を強化
- 高い品質とコスト競争力を活かして、輸出を拡大し、オーストラリア・ニュージーランドでの売上成長に寄与



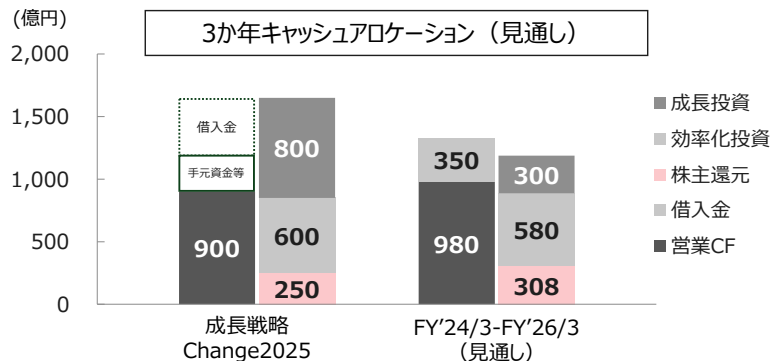
株主還元

3か年のキャッシュアロケーションを勘案し、現行の株主還元方針（総還元性向50%以上、DOE4%を目途に持続的・安定的な増配）に基づき、以下3点を決定

■ **配当金**（2026年3月期（修正計画））
 一株当たり **66円**（前期比+8円）
 期初計画から+6円

■ **自己株式取得**
 上限 **100億円、4,000千株** を決定
 期間：2025/11/6～2026/3/31

■ **自己株式消却**
原則、消却予定
 （2027年3月期以内に、2021年10月29日付および2022年11月7日付取締役会決議に基づき取得した自己株式と合わせて、原則として消却を予定）



	FY'24/3	FY'25/3	FY'26/3 (見通し)	3か年 (見通し)	方針
一株当たり配当金 (円) (前期比)	56 (+4)	58 (+2)	66 (+8)	-	安定増配
DOE	3.8%	3.7%	4.0%	-	4%目途
総還元性向	35%	35%	104%	56%	50%以上

1. 2026年3月期上期総括と今後の取り組み
株主還元について

代表取締役社長兼CEO 江原 信

2. 2026年3月期上期業績報告と通期修正計画

執行役員兼CFO 田邊 和宏

2026年3月期上期業績 サマリ

(億円)	2025年3月期 上期実績	2026年3月期 上期実績	伸び率	2026年3月期 上期計画	計画比
売上高	1,571	1,657	+5.5%	1,678	98.8%
国内	1,176	1,237	+5.2%	1,234	100.3%
海外	394	421	+6.6%	445	94.6%
営業利益	149	102	△31.9%	130	78.1%
営業利益率	9.5%	6.1%	△3.4pts	7.7%	△1.6pts
国内	127	84	△33.4%	102	83.1%
海外	23	17	△23.9%	28	60.3%
経常利益	148	104	△29.8%	133	78.2%
当期純利益 ※	106	68	△36.2%	90	75.4%
EBITDA	216	184	△14.7%	216	85.3%
EBITDA率	13.7%	11.1%	△2.6pts	12.8%	△1.7pts
国内	175	147	△16.0%	167	88.0%
海外	41	37	△9.4%	48	76.1%

※親会社株主に帰属する当期純利益

<対前年>

- 売上高：国内・海外ともに販売数量を伸長
- 営業利益：
 - 国内は、増収効果はあったものの、せとうち広島工場稼働に伴う減価償却費などの固定費増加に加えて、コスト上昇に対して価格・規格改定が後追いとなり、減益
 - 海外は、北米で利益が改善するも、英国、インドネシアの原価悪化が継続し、減益

<対計画>

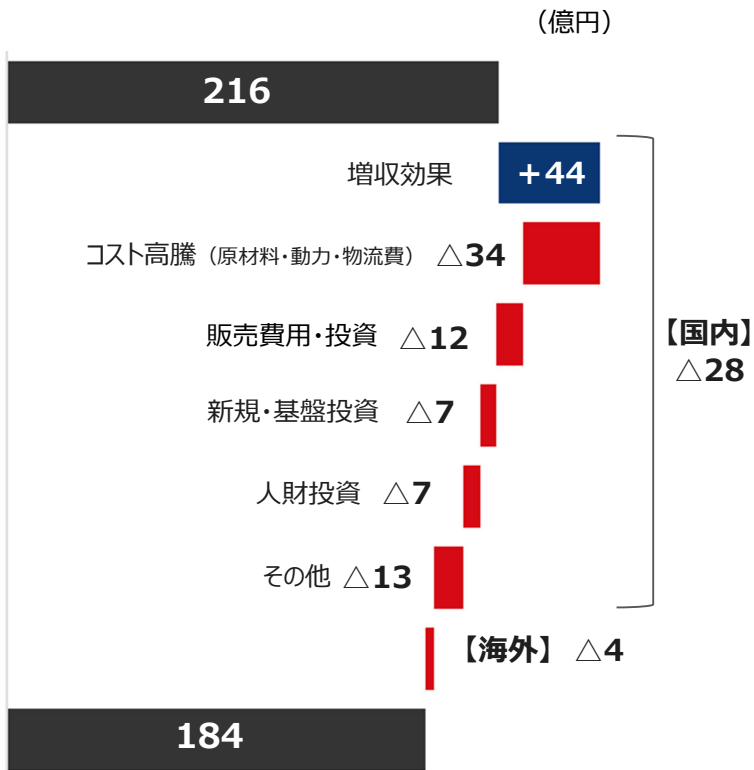
- 国内は、夏場の販売計画未達と生産性悪化が影響
- 海外は、英国、インドネシアの課題が継続し、未達

【参考】：月末為替レート (円/\$)

	前期末	9月末	計画レート
2025年3月期	151.41	↓ 142.73	-
2026年3月期	149.52	↓ 148.88	152.0

2026年3月期上期業績 EBITDA分析

2025年3月期
上期
EBITDA



【補足】

- 増収効果：
数量伸長 (+13億円)、単価改善効果*1 (+32億円)
*1 改定効果、SKU別PL活用効果 (S&OP)、MIX改善等
- コスト高騰：
輸入原料 (△9億円)、食油 (△8億円)、
包材 (△5億円)、国産ばれいしょ (△5億円)、
物流費 (△6億円)
- 販売費用・投資：
積極的なマーケティング・営業活動に伴う増加
販促費の四半期計上基準変更の影響*2 (△5億円)
*2 通期業績への影響なし
- 新規・基盤投資：
新規M&A関連費用やR&D機能の強化
- その他：
新工場稼働やインフレに伴う費用の増加、
原材料再利用費用など

(億円)	2026年3月期上期		
	前年同期比		
国内売上高	1,237	+61	+5.2%
スナック	1,163	+73	+6.7%
ポテトチップス	515	+22	+4.4%
じゃがりこ	258	+26	+11.1%
その他スナック	390	+26	+7.1%
シリアル	158	+6	+4.1%
その他（アグリ・食と健康・役務提供）	69	+1	+0.9%
リベート等控除	△152	△19	-
国内営業利益	84	△42	△33.4%
営業利益率	6.8%	△3.9pts	-
EBITDA	147	△28	△16.0%
EBITDA率	11.9%	△3.0pts	-
土産用製品	92	+6	+7.3%

※「スナック」「シリアル」「その他（アグリ・食と健康・役務提供）」の売上高はリベート等控除前の金額を記載しています。

段階的な改定とともに数量伸長を実現

■ スナック

- 全てのカテゴリで増収
- 戦略的な価格・規格改定を実施しながら数量伸長を実現
- せとうち広島新工場の稼働増加が供給安定化に寄与
- 土産用製品は好調な旅行需要を背景に伸長継続

■ シリアル

- 前期からの成長モメンタムを継続
（上期シリアルシェア1.2pts増加※）

■ その他

- パーソナルフードプログラム「Body Granola」は伸長継続

スナック (売上高 +7%)

■ ポテトチップス：(数量 +4%)

- 「コンソメパンチ」や「堅あげポテト」等の定番品が堅調に推移
- 値ごろ感のある大袋製品も貢献
- 50周年企画として、増量キャンペーンやファン10,000人の投票で選ばれた味の商品化を実施



50周年企画
「ポテトチップス
感謝のほたてしお味」

■ じゃがりこ：(数量 +4%)

- 改定後も高い需要を維持し、定番品を中心に数量伸張を継続
- 下期にはファンと共創した30周年企画品を発売



30周年企画
「じゃがりこ
ベーコンバター醤油味」

■ その他スナック：

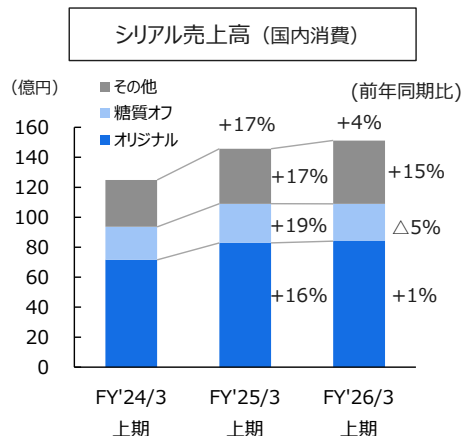
- 小麦系、コーン・豆系スナックいずれも増収
- 「かつぱえびせん」は定番とともに「絶品かつぱえびせん」も貢献して数量伸長
- フリトレーブランドの主要ブランドで増収
- マーケティングにより認知が拡大した成型ポテトチップス「クリスパ」と豆系スナック「miino」は二桁成長



「フリトレー マイクポップコーン
バターしょうゆ味」

シリアル (売上高 +4%)

- 期間限定の企画品や味替わり品で新規・リピート需要を喚起
- 消費者ニーズの多様化に対応した「マイグラ」も引き続き好評で、全体の数量を押し上げ



「マイグラ」ブランド

(億円)	2026年3月期上期			
		前年同期比		為替影響除く 実質伸び率
海外売上高 ※1	421	+26	+6.6%	+10.1%
欧米 ※2	224	+10	+4.8%	+7.2%
北米 (既存) ※3	137	△4	△2.7%	+1.1%
アジア・オセアニア ※4	245	+19	+8.4%	+13.1%
中華圏 ※4	79	+4	+5.9%	+9.9%
リポート等控除	△48	△3	-	-
海外営業利益	17.1	△5.4	△23.9%	-
営業利益率	4.1%	△1.6pts	-	-
欧米	4.8	+0.6	+14.1%	-
北米 (既存)	6.0	+5.7	+1581.1%	-
アジア・オセアニア	12.4	△6.0	△32.6%	-
中華圏	6.4	+0.4	+6.2%	-
EBITDA	36.9	△3.8	△9.4%	-
EBITDA率	8.8%	△1.5pts	-	-
欧米	19.4	+2.1	+12.4%	-
北米 (既存)	14.1	+5.5	+64.8%	-
アジア・オセアニア	17.5	△5.9	△25.3%	-
中華圏	7.8	+0.4	+4.9%	-

現地通貨ベースで二桁成長を継続

■ 欧米

- 北米・英国のコアブランドが増収を牽引
- 食と健康事業としてHodo社を8月より連結子会社化 (P.24参照)
- 営業利益は、英国の原価悪化を北米の増益が相殺

■ アジア・オセアニア

- 中華圏や豪州/ニュージーランド、インドネシアが増収を牽引し、現地通貨ベースで二桁成長を継続
- インドネシアの原材料費と生産効率の悪化が継続し、減益

※1 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。

※2 欧米には新規事業のHodo社が含まれます。

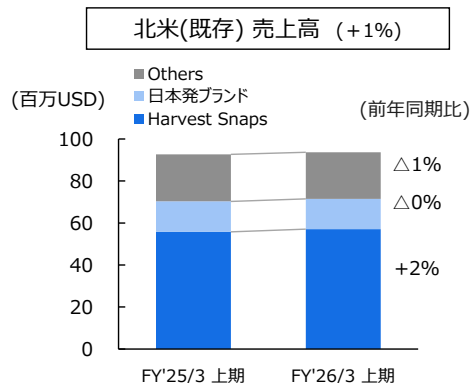
※3 北米 (既存) はHodo社を含みません。

※4 2026年3月期から中華圏のリポート等控除前売上高の計上方法を変更したことに合わせて前年同期の数値を補正しています。

欧米

■ 北米（既存）：

- 「Harvest Snaps」は重点小売チェーンを中心に配荷拡大
- 増収効果に加えて、マデラ工場の継続的な生産性改善と現地生産化が増益に寄与
- 上期の関税政策影響について、関税費用は購買努力などで相殺するも、販売が停滞
- 下期も関税など外部環境による影響を最小化しつつ、販売地域の拡大と商品回転率の向上を推進



東海岸 日系スーパー スナック棚

■ 英国：

- 「Seabrook」ブランドは市場環境が厳しい中でも需要が堅調で、増強した生産能力を活かして増収
- 日本発ブランドも好調に推移し、成長を加速
- 原材料費や労務費の高騰が利益を圧迫し、減益
- 下期の市場環境も厳しさが継続するが、効果的なマーケティング施策で売上モメンタムの維持を目指す
- 利益改善施策として、収益性の高い製品へ注力しつつ、生産性の改善にも努める

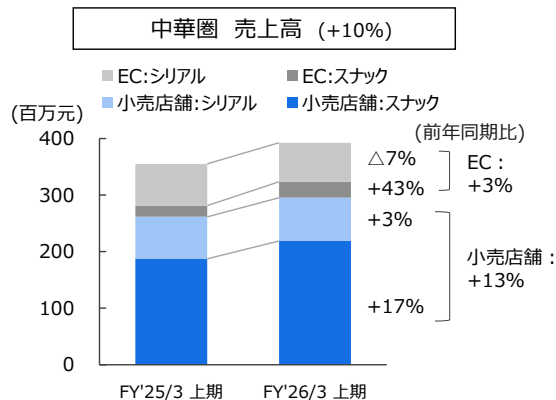


「Seabrook」定番棚

アジア・オセアニア

■ 中華圏：

- 継続的な小売店舗向け営業強化とともに企画品による効果的なマーケティングが奏功
- 中国国内や周辺国から供給を拡大した「Jagabee」が伸長
- 下期より、チャネルやエリアに合わせた競争力のある価格帯のシリアルやスナックを販売し、中間層のさらなる需要獲得を目指す



中国におけるIPを活用した売り場づくり

■ インドネシア：

- 売上高は、6月に新ラインを稼働したポテトチップスや「GuriBee」が好調で、2Qは二桁で伸長
- 合併パートナーの配荷力を活かしたトラディショナルトレードへの配荷や、マーケティングを引き続き強化
- 営業利益は、原材料費の悪化や製品ポートフォリオ変化による生産効率低下、販売費用の増加が影響
- 下期は、販売拡大および生産性改善に取り組む

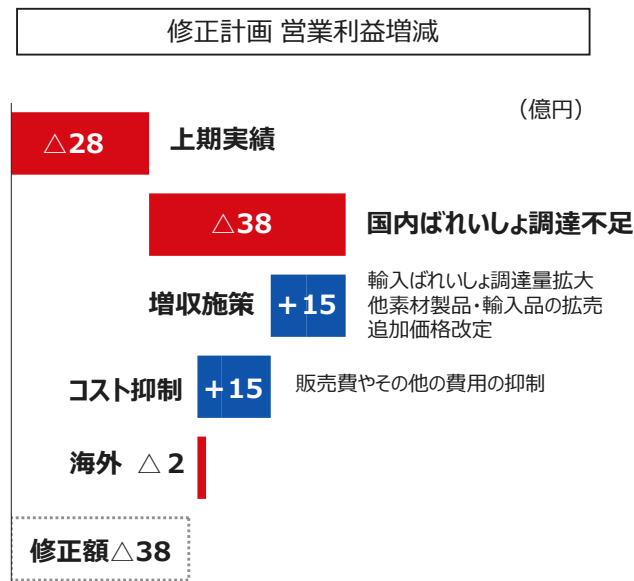
売上高△60億円、営業利益△38億円、当期純利益△30億円の下方修正

<下期の取り組み>

- 国内：ばれいしよ調達不足の影響を増収施策やコスト抑制で低減
- 海外：生産性改善や販売費の効率化で利益改善に取り組む

(億円)	2026年3月期 通期計画(期初)	2026年3月期 通期計画(修正)	修正額 (vs期初計画)
売上高	3,450	3,390	△60
国内	2,550	2,514	△36
海外	900	876	△24
営業利益	298	260	△38
営業利益率	8.6%	7.7%	△1.0pts
国内	244	219	△25
海外	54	41	△13
経常利益	304	263	△41
当期純利益 ※	205	175	△30
EBITDA	470	430	△40
EBITDA率	13.6%	12.7%	△0.9pts
国内	377	349	△28
海外	93	81	△12

※ 親会社株主に帰属する当期純利益



参考資料

連結損益計算書

握りだそう、自然の力。

Calbee

(百万円)	2026年3月期上期 実績			2026年3月期 期初計画			2026年3月期 修正計画			
	構成比 (%)	前年同期比 (%)	計画比 (%)	構成比 (%)	前期比 (%)	構成比 (%)	前期比 (%)			
売上高	165,746	100.0	+5.5	98.8	345,000	100.0	+7.0	339,000	100.0	+5.1
売上総利益	51,869	31.3	△3.7	94.6	114,500	33.2	+4.2	109,400	32.3	△0.4
販売管理費	41,710	25.2	+7.1	99.7	84,700	24.6	+4.8	83,400	24.6	+3.2
販売費	6,892	4.2	+4.1	92.4	15,200	4.4	+5.4	14,200	4.2	△1.5
物流費	12,617	7.6	+8.9	103.8	25,000	7.2	+5.1	25,100	7.4	+5.5
人件費	13,070	7.9	+3.5	98.6	26,800	7.8	+3.6	26,200	7.7	+1.3
その他経費	9,130	5.5	+12.4	101.9	17,700	5.1	+5.8	17,900	5.3	+7.0
営業利益	10,158	6.1	△31.9	78.1	29,800	8.6	+2.5	26,000	7.7	△10.5
経常利益	10,397	6.3	△29.8	78.2	30,400	8.8	+1.9	26,300	7.8	△11.9
当期純利益※	6,788	4.1	△36.2	75.4	20,500	5.9	△1.8	17,500	5.2	△16.2

※ 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)	2025年3月末	2025年9月末	増減
資産合計	319,169	319,280	+111
流動資産	133,837	126,964	△6,873 *1
固定資産	185,331	192,316	+6,985 *1
負債合計	104,101	103,135	△965
流動負債	55,705	54,060	△1,644
固定負債	48,396	49,075	+679
純資産	215,067	216,145	+1,077
Net Cash	20,194	12,907	△7,287
自己資本比率	64.3%	64.4%	+0.1pts

(百万円)	2024年9月末	2025年9月末	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	27,393	19,864	△7,529 *2
投資活動による キャッシュ・フロー	△21,344	△21,688	△344
財務活動による キャッシュ・フロー	3,330	△6,544	△9,874 *3

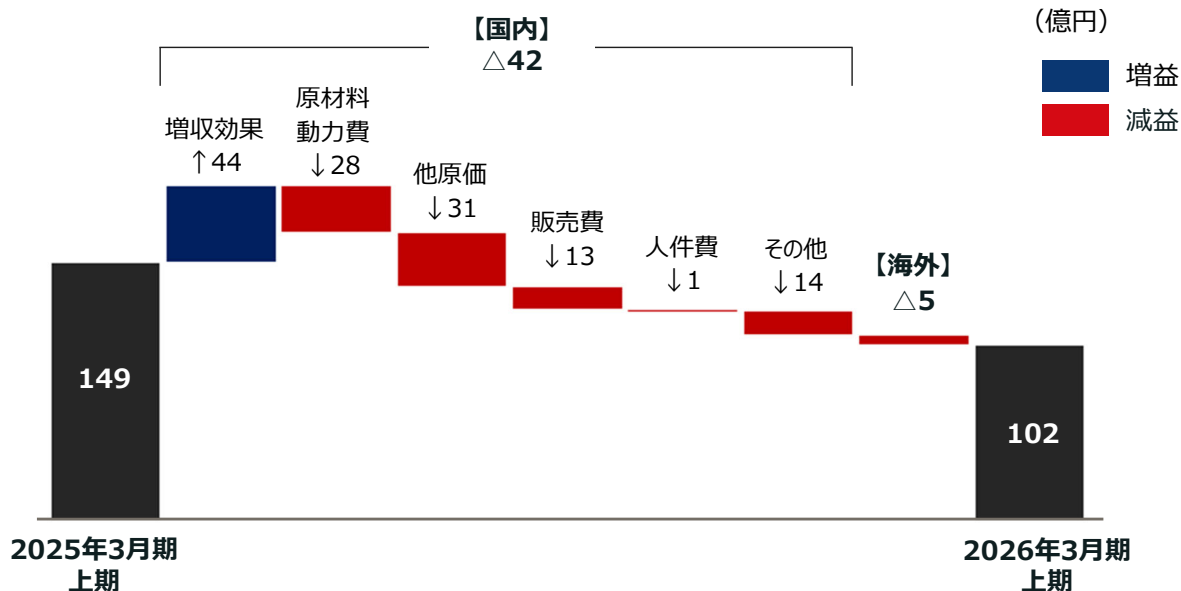
【補足】

*1 流動資産：現金及び預金の減少 △5,881百万円
 固定資産：有形固定資産 +7,023百万円
 （主に関東新工場の土地に係るもの）

*2 営業CF：売上債権の増減額の減少 △15,193百万円

*3 財務CF：長期借入れによる収入 △10,000百万円

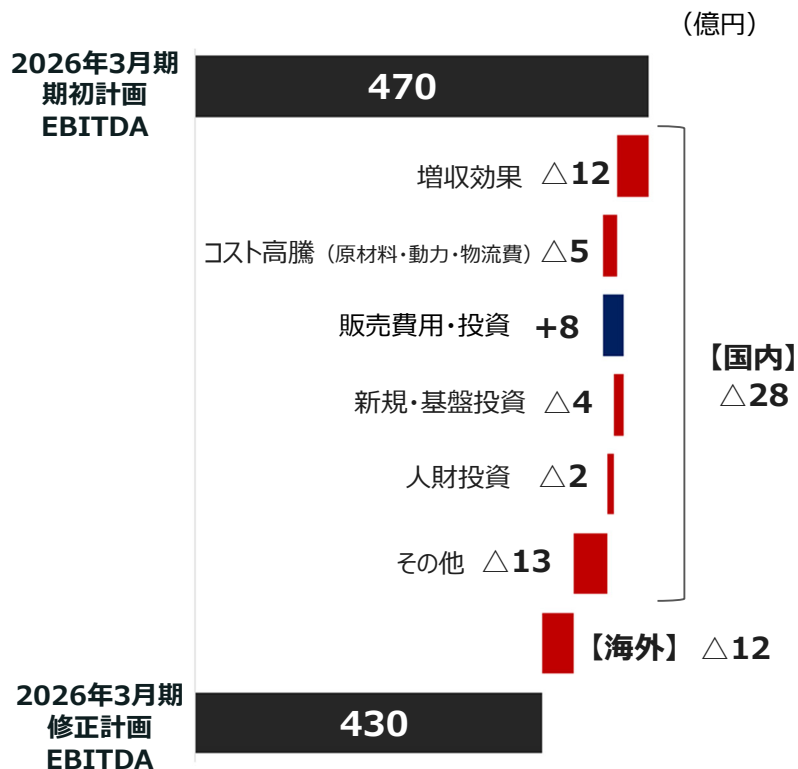
2026年3月期上期業績 営業利益分析（科目別）



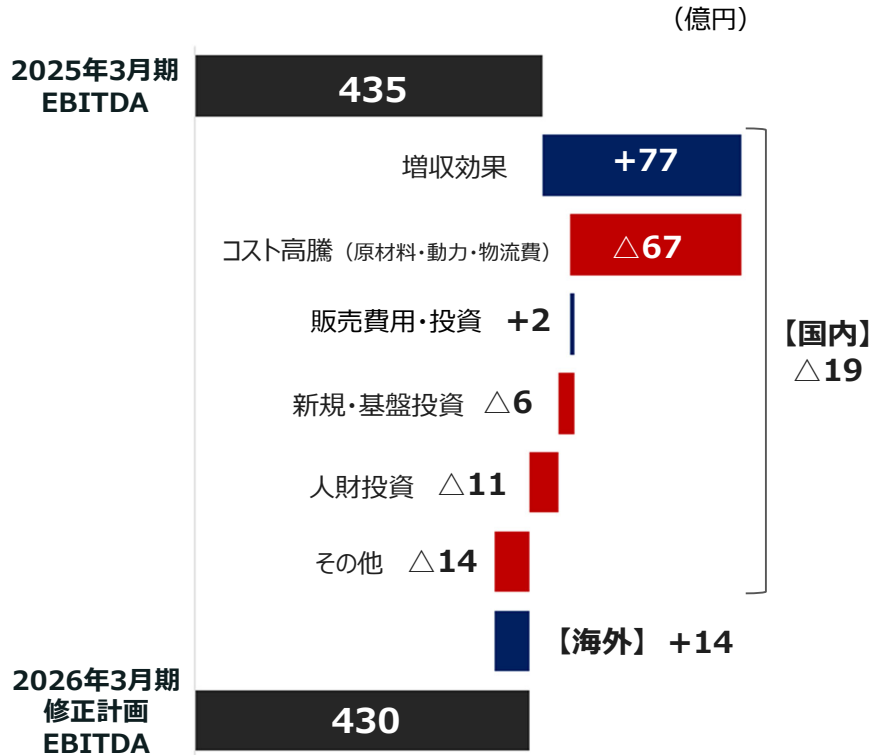
- 【補足】**
- 原材料・動力費：輸入原材料△9億円、食油△8億円、包材△5億円、国産ばれいしょ△5億、動力費△1億円
 - 他原価：せとうち広島工場稼働に伴う費用増△21億円、消耗修繕費や労務費の上昇等
 - 販売費：積極的なマーケティング・営業活動に伴う増加、四半期計上基準変更の影響△5億円（通期影響なし）
 - その他：物流費△6億円、新規M&A関連費用やR&D機能の強化等

2026年3月期通期計画修正 EBITDA分析

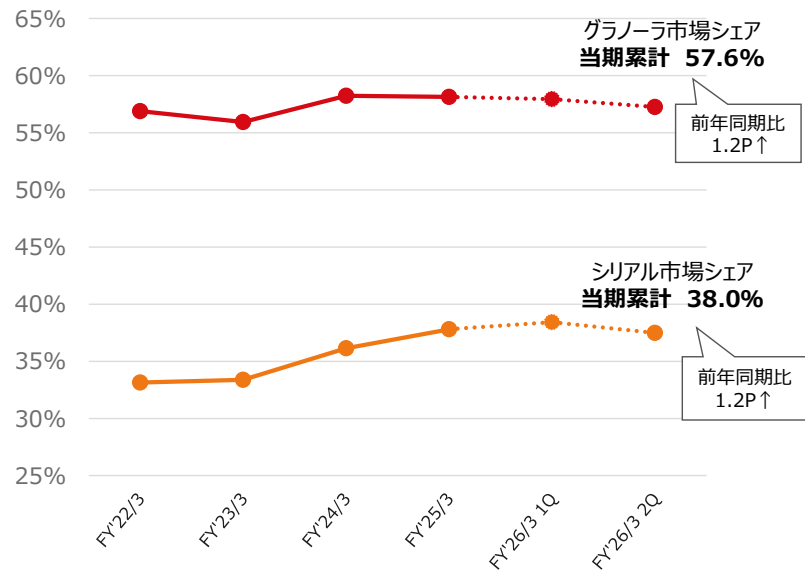
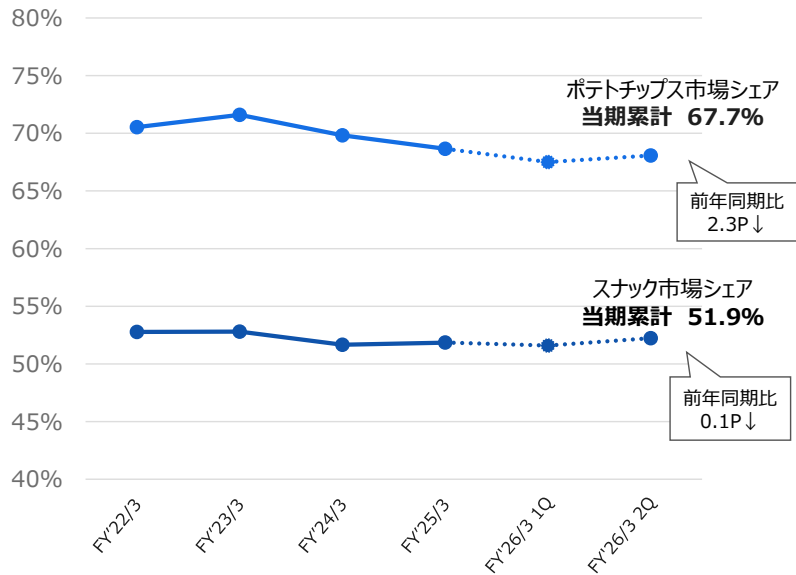
<期初計画比>



<前期比>



国内市場シェア



出所：(株)インテージSRI+ 全国全業態 金額ベース

当期累計：2025年4月～2025年9月
前年同期：2024年4月～2024年9月
FY'22/3-FY'25/3：2021年4月～2025年3月

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

米国「食と健康」市場開拓：豆腐メーカーの株式取得

健康や環境問題への関心が高まる米国市場で「植物性タンパク質」をベースとした食品の製造販売に参入 クリーンプロテインとしての豆腐で市場での地位確立を目指す

- 日本の豆腐業界を牽引する相模屋食料株式会社とパートナーシップを構築
- Hodo, Inc. の出資割合：カルビー58%、相模屋食料10%
- 2025年8月に連結子会社化

< Hodo, Inc. 概要 >

<https://www.hodofoods.com/>

本社所在地：Oakland, California

事業内容：大豆加工食品（豆腐・湯葉・有機豆乳等）製造販売

設立：2004年

参考業績（2024年12月期）

- 売上高：\$23.5M
- 純資産：\$8.2M



開示資料・情報のご紹介

- カルビーグループ統合報告書 2025

<https://www.calbee.co.jp/ir/library/report/>

- Human Capital Report 2025

<https://www.calbee.co.jp/ir/library/humancapitalreport/>

- サステナビリティサイト

<https://www.calbee.co.jp/sustainability/>

- TCFD・TNFD提言に沿った情報開示

https://www.calbee.co.jp/sustainability/tcf_d_tnfd.php

**ばれいしょの安定調達
～カルビーポテトにおける中長期の取り組み～**

Calbee

カルビーポテトにおけるばれいしょ事業

生産者と二人三脚で取り組み、ばれいしょを無駄なく供給する技術と体制を整備



ばれいしょ契約生産者
約**1,600**戸

高品質なばれいしょ
←
栽培提案
生産・収穫サポート



フィールドマン

地域密着型で栽培支援

2025年 約**50**名体制

Calbee potato

生産者の声を
フィードバック
←
技術支援・
知見の共有



ばれいしょ研究開発

新品種・栽培技術を
大学・試験場と共同研究



物流機能

ニーズに合わせた輸送手段で
ジャスト・イン・タイムで供給



高い貯蔵技術

ばれいしょの状態や気候に
合わせた鮮度維持・管理



Calbee



カルビーポテトの強み：全国へのフィールドマンの配置

1. 生産者とコミュニケーション

収量・品質向上のために



- ▶ 栽培, 収穫技術情報提供
- ▶ 問題点へアドバイス
- ▶ 新品種のトライアル

生産者の“成長”をサポート

2. ばれいしょの管理者として

収量・品質の見極めと対応



- ▶ 圃場観察
- ▶ 圃場調査



収量予測
層別
デリバリー

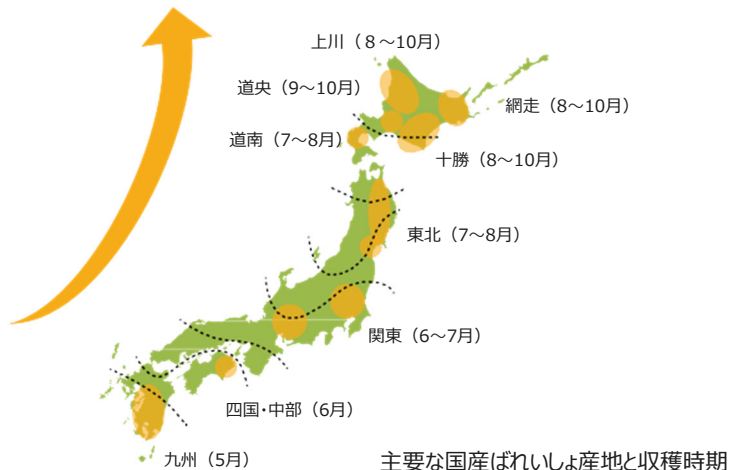
数量確保、品質向上

ばれいしょ安定調達への取り組み

気候変動や生産者不足に対応しながら、国内産ばれいしょの安定調達に取り組む

①産地分散化と作付面積拡大

- 北海道内での産地分散化や、東北・九州北部エリアの産地を開拓
- 重点開発エリアで10年間に面積を1.5倍拡大



②省力化の推進

- 収穫の省力化
 - ✓ 契約農家からの全量仕入
 - ✓ バラ貯蔵
 - ✓ 出荷時選別



バラ貯蔵の様子

- コントラクター事業による収穫支援



コントラクター事業で使用する大型機械
2ローハーベスター

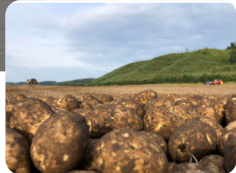
ばれいしょ安定調達への取り組み

研究開発とフィールドマンのサポートによる新技術の活用で生産の安定化に取り組む

③ 新品種の開発・普及

- 20-30年先の環境変化を見据えた研究開発を実施
- 新品種の開発と普及を進め、製品品質と農業生産性の両方を向上させる
 - ✓ 2017年に独自品種「ぼろしり」*を登録
 - ✓ 新品種のテスト栽培もスタート

カルビーポテト
馬鈴薯研究所



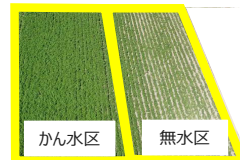
*自社開発品種「ぼろしり」
病害抵抗性が高く、収穫の手間の少ない品種

④ 科学的栽培の推進

- 「新たな技術」×「フィールドマンによるサポート」
 - ✓ 土壌水分のモニタリングとアラート発信



圃場に設置された
土壌水分計端末



かん水区と無水区の違い

- ✓ 土壌分析に基づく適正な施肥



リン酸減肥普及推進

- ✓ 気象情報を基にした
防除情報の提供



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。FY2026/3(FY'26/3)は2026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、将来の業績に関係する見通しであり、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。