

おいさと健康



20年12月期 決算説明会

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2021.2.26

I . 20年12月期業績報告	P. 3 ~ 20
II . 21年12月期業績計画	P.21 ~ 28
(補足資料)	P.29 ~ 33

I . 20年12月期業績報告

20年12月期業績 サマリー



1. 国内・海外とも新型コロナの影響による苦戦が続き、連結売上高は対前年 ▲2.7%減収。第4四半期は対前年 ▲5.8%と減収が加速。

- 通期においては、国内では冷菓事業が堅調だった一方、それ以外のセグメントが減収。海外でも、新型コロナの影響が大きく減収。

2. 主に販管費の削減により、連結営業利益は対前年+13.9%

- 国内においては、広告費・販売促進費・経費等を抑制したことにより増益。海外でも、売上原価率の低下などにより対前年で増益。

3. 健康分野の価値創造により健康カテゴリーは増収を維持（対前年+5.0%）

- 健康カテゴリーでは、アーモンドミルク市場の創造により、アーモンド効果は大幅な増収を達成したほか、糖質オフの価値を持ったSUNAOブランドも増収。

国内外における新型コロナウイルスの影響



国内	海外
■ 上期は、緊急事態宣言を受け、観光客やインバウンド需要が激減。下期においては、感染拡大が断続的に発生し、需要の増加が制限。 ■ 上期は食品事業などで特需があったものの、下期において特需は解消された。 ■ お土産用の菓子やバトンドールなどが減収となった他、セブンティーンアイスなどの自販機事業が苦戦。また在宅勤務の促進などにより、CVSチャネルやオフィスグリコ事業にも影響。 ■ 健康志向の高まりで、免疫力向上を目的としたヨーグルトなどのニーズが高まったほか、より健康商品への訴求がみられた。	■ 中国 上期においては、都市のロックダウンによる影響により減収。下期は、オフラインにおいて来店客数の伸び悩みがあった一方、接触機会の少ないオンラインが好調に推移した。 ■ ASEAN 新型コロナの蔓延により、年間を通して、都市のロックダウンが断続的に実施されたことが影響し、市況は悪化。 タイ、インドネシアなどで減収となった。 ■ 米国 上期は都市のロックダウン、下期は感染者の急拡大による影響があったものの、年間を通じ新型コロナの影響による減収は限定的であった。

新型コロナウイルスにおける当社の取り組み



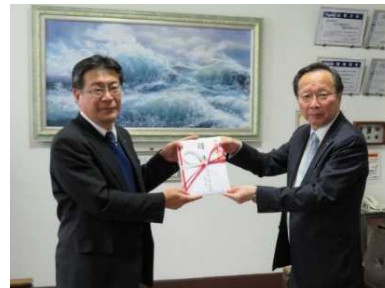
お子様をはじめ医療従事者や軽症者向け施設などに
菓子や飲料を無償提供



ガーナ共和国にて、新型コロナウイルスへの
衛生対策支援と雇用支援を実施



(グリコマニュファクチャリングジャパン 神戸工場)
卓上衝立の製作現場



Glicoグループ全員でコロナ禍での
社会課題解決に貢献していこうという
呼びかけのもと、従業員から様々
なアイデアが提案され、卓上衝立の
製作、寄付を実施。製造した約
1,200枚の卓上衝立は、全国にあ
る工場の関係先へ寄付。

医療従事者に向けて道頓堀グリコサインで
ブルーライトアップやメッセージ映像を発信



連結業績の概況



- 売上高 : 国内・海外ともに減収となり、連結全体では対前年▲2.7%の減収。
- 営業利益 : 国内海外ともに増益。国内は販管費の抑制により、対前年+13.9%の増益。

(単位：億円)

	* (調整後) 19年12月期	20年12月期			
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	通期実績 (1月-12月)	前年同期比	計画比
売上高	3,537	3,580	3,440	▲2.7%	▲3.9%
営業利益	163	180	185	+13.9%	+2.9%
経常利益	175	185	196	+12.1%	+6.2%
当期純利益	121	125	118	▲2.4%	▲5.3%
営業利益率	4.6%	5.0%	5.4%	-	-

* (調整後) 19年12月期通期実績は、国内・海外ともに2019年1月～12月累計 (全頁共通)

営業利益の状況



(単位：億円)

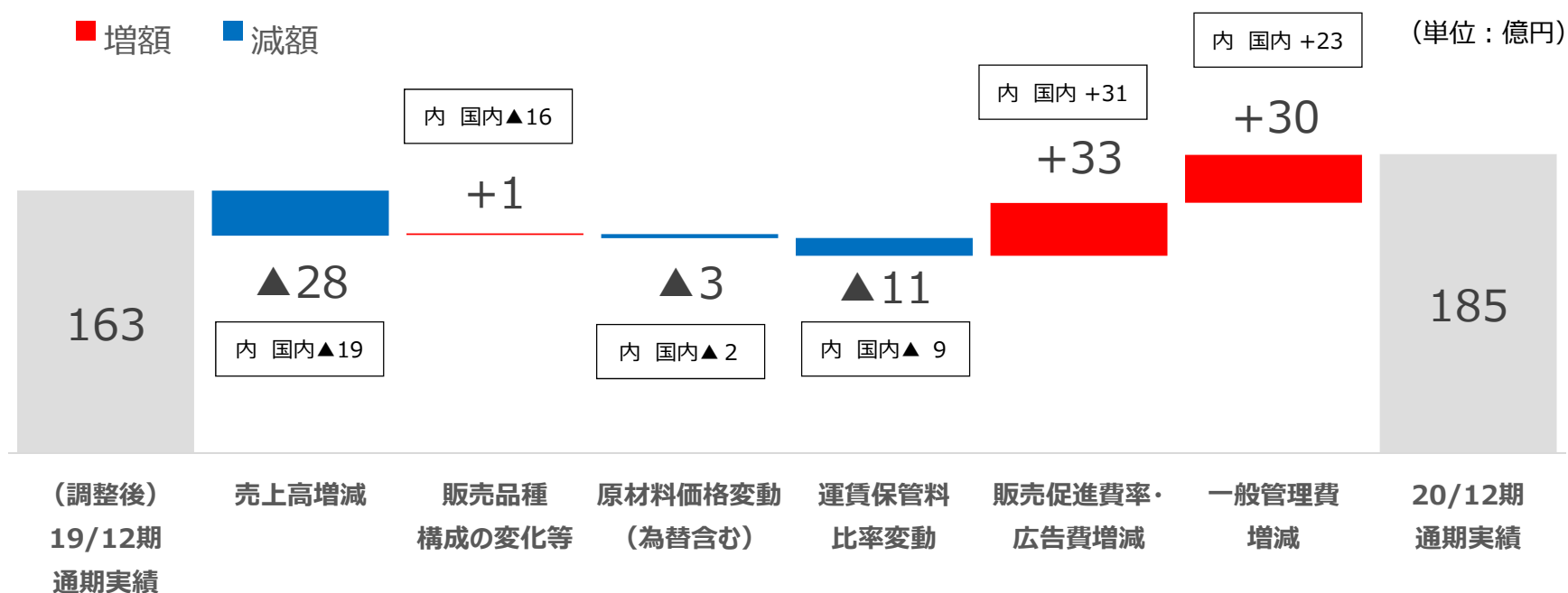
	(調整後) 19年12月期		20年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	売上高比	通期実績 (1月-12月)	売上高比
売上高	3,537	100.0%	3,440	100.0%
売上原価	1,860	52.6%	1,816	52.8%
売上総利益	1,677	47.4%	1,624	47.2%
運賃保管料	313	8.8%	315	9.2%
販売促進費	559	15.8%	528	15.4%
広告費	139	3.9%	121	3.5%
人件費・厚生費	294	8.3%	289	8.4%
経費・償却費	210	6.0%	186	5.4%
販管費及び一般管理費 合計	1,514	42.8%	1,439	41.8%
営業利益	163	4.6%	185	5.4%

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- 国内は、売上高の減少や販売品種構成の変化等が減益要因であったが、販促費率・広告費ならびに一般管理費の減少により、トータルで増益。
- 海外は、売上高の減少などが減益要因であったが、販売品種構成の変化等や一般管理費の減少などにより、トータルで増益。



セグメント別売上高の状況



- 国内セグメントは、冷菓が業績を牽引したものの、それ以外のセグメントが苦戦し、対前年▲2.4%の減収。
- 海外セグメントは、新型コロナの影響により市況が悪化、個人消費が減速したことにより、対前年で減収（現地通貨ベースで▲1.9%）。

（単位：億円）

	（調整後） 19年12月期 通期	20年12月期 通期			
	実績 （1月-12月）	計画 （1月-12月）	実績 （1月-12月）	前年同期比	計画比
合計	3,537	3,580	3,440	▲2.7%	▲3.9%
（うち 国内）	(3,003)	(3,012)	(2,930)	(▲2.4%)	(▲2.7%)
菓子・食品	962	948	893	▲7.2%	▲5.8%
（うち 菓子）	(770)	(746)	(702)	(▲8.7%)	(▲5.9%)
（うち 食品）	(192)	(201)	(191)	(▲1.0%)	(▲5.3%)
冷菓	874	927	923	+5.7%	▲0.4%
乳業	876	850	834	▲4.8%	▲1.8%
食品原料	106	102	101	▲5.2%	▲1.7%
海外	534	568	510	▲4.5%	▲10.3%
その他 （うち 健康）	185 (123)	185 (130)	180 (129)	▲2.9% (+5.0%)	▲2.8% (▲0.7%)

換算レート	（調整後）19年12月期 通期実績	20年12月期 通期計画	20年12月期 通期実績
中国（CNY）	1 CNY= 15.85円	1 CNY= 15.50円	1 CNY= 15.44円
タイ（THB）	1 THB= 3.52円	1 THB= 3.40円	1 THB= 3.42円
米国（USD）	1 USD= 109.37円	1 USD= 109.00円	1 USD= 106.67円

セグメント別営業利益の状況



- 国内セグメントは新型コロナによる販管費の抑制により、対前年 8 億円の増益。
- 海外セグメントは売上原価率の低下などにより、対前年14億円の増益。

(単位：億円)

	(調整後) 19年12月期 通期	20年12月期 通期			
	実績 (1月-12月)	計画 (1月-12月)	実績 (1月-12月)	前年同期比 増減額	計画比 増減額
合計	163	180	185	+23	+5
(うち 国内)	(151)	(163)	(159)	(+8)	(▲4)
菓子・食品	66	70	50	▲17	▲20
(うち 菓子)	(62)	(60)	(41)	(▲21)	(▲19)
(うち 食品)	(4)	(10)	(9)	(+5)	(▲1)
冷菓	60	70	61	+1	▲9
乳業	26	25	25	▲1	+1
食品原料	8	8	9	+1	+1
海外	12	17	26	+14	+9
その他	4	1	3	▲1	+2
調整	▲13	▲10	12	+25	+21

換算レート	(調整後) 19年12月期 通期実績	20年12月期 通期計画	20年12月期 通期実績
中国 (CNY)	1 CNY= 15.85円	1 CNY= 15.50円	1 CNY= 15.44円
タイ (THB)	1 THB= 3.52円	1 THB= 3.40円	1 THB= 3.42円
米国 (USD)	1 USD= 109.37円	1 USD= 109.00円	1 USD= 106.67円

国内：カテゴリー別状況



カテゴリー	※1 売上高 (前年同期比)	20年12月期 通期実績
チョコレート	445億円 (▲7.2%)	主力のポッキーは新型コロナの影響におけるお土産用ポッキー等の減少により減収。その他のブランドも全般的に苦戦。
ビスケット	240億円 (▲7.4%)	プリッツは、お土産用プリッツの苦戦や、昨年のリニューアルの一巡もあり、下期は苦戦。ビスコは10月にリニューアルを実施するも苦戦。
冷菓	923億円 (+5.7%) ^{※2}	アイスの実やパピコ、ジャイアントコーン等は好調に推移。一方、新型コロナの影響により、セブンティーンアイスが苦戦。卸売販売子会社は増収。
発酵乳	195億円 (▲6.1%)	BifiXヨーグルトは対前年で増収を達成したものの、朝食りんごヨーグルトなどが落ち込んだことから、対前年で減収。
牛乳・乳飲料	256億円 (▲4.5%)	主力ブランドのカフェオーレは基幹商品のリニューアルを実施し、対前年で増収。一方で、牛乳等が減収。
ベビー育児	52億円 (▲12.1%)	第2四半期以降、新型コロナの影響により、育児用ミルクが市況の落ち込みもあり減収。
健康	129億円 (+5.0%)	アーモンド効果が引き続き好調に推移、SUNAOも対前年で増収。

※1 (調整後)19年12月期通期実績との比較

※2 卸売販売子会社の売上高含む

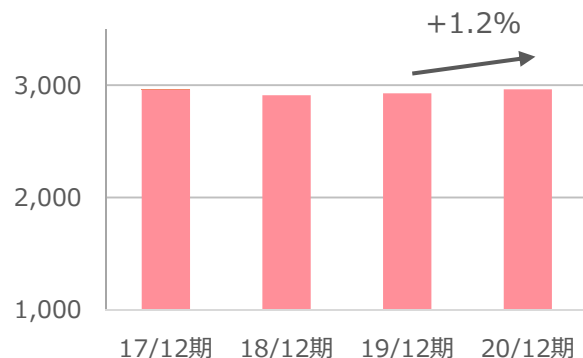
国内：カテゴリー別状況(チョコレート/ビスケット)



チョコレートカテゴリー

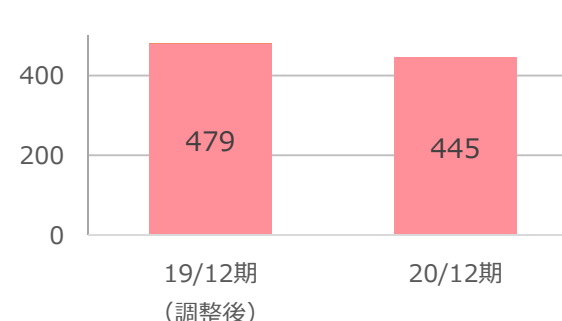
チョコレート市場
(インテージSRI)

単位：億円



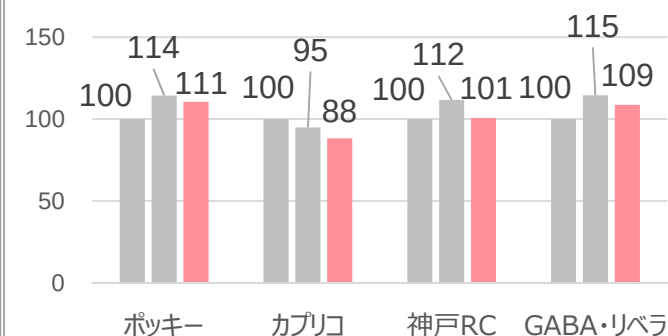
売上高実績および見込み
～チョコレートカテゴリー～

単位：億円



ブランド別売上高
(18/12期を100とした場合)

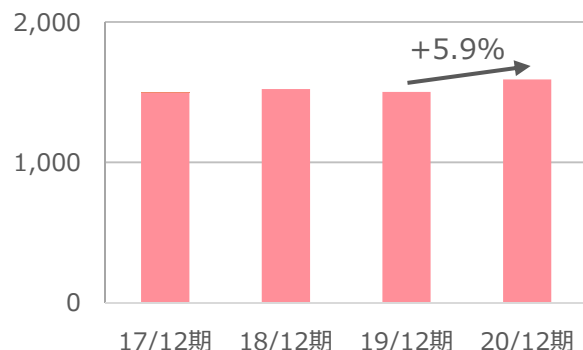
■ 18/12期 ■ 19/12期 ■ 20/12期



ビスケットカテゴリー

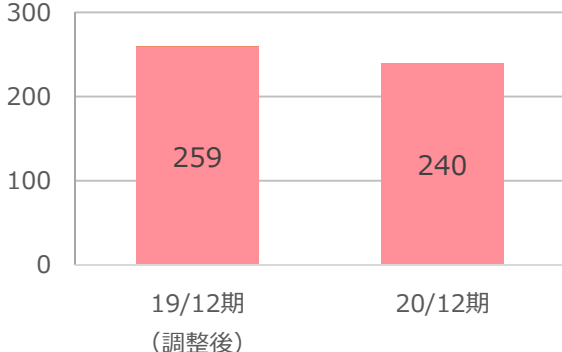
ビスケット市場
(インテージSRI)

単位：億円



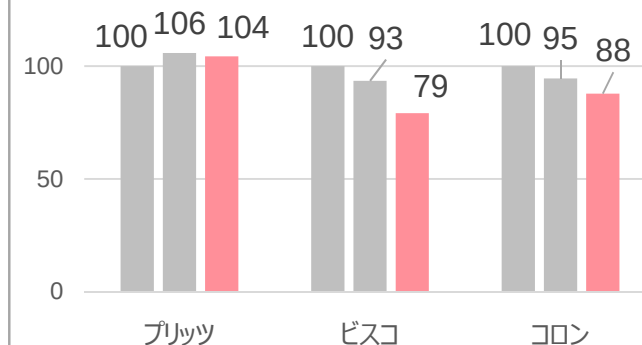
売上高実績および見込み
～ビスケットカテゴリー～

単位：億円



ブランド別売上高
(18/12期を100とした場合)

■ 18/12期 ■ 19/12期 ■ 20/12期

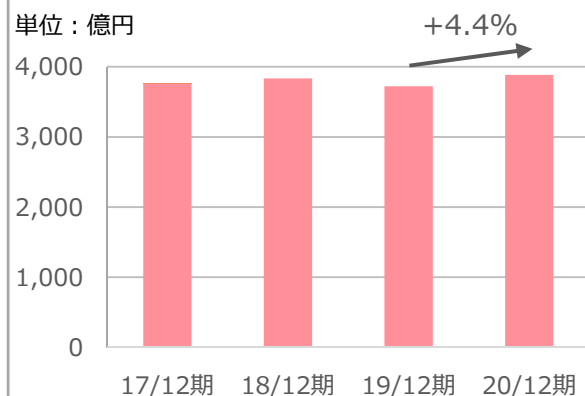


国内：カテゴリー別状況(冷蔵/発酵乳)

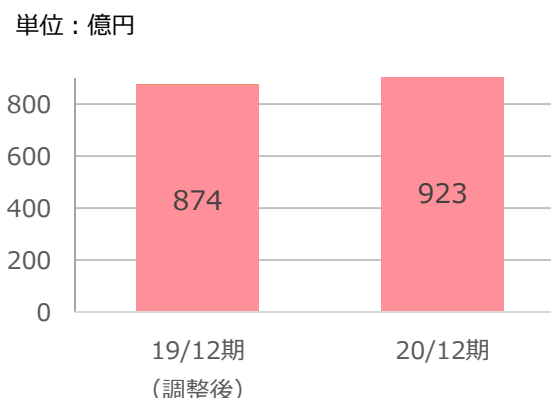


冷蔵カテゴリー

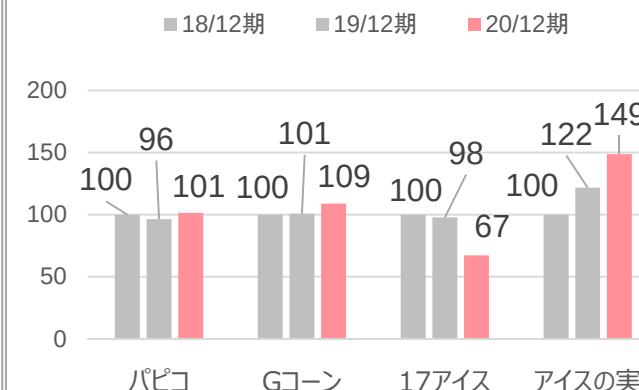
アイスクリーム市場 (インテージSRI)



売上高実績および見込み ～冷蔵カテゴリー～

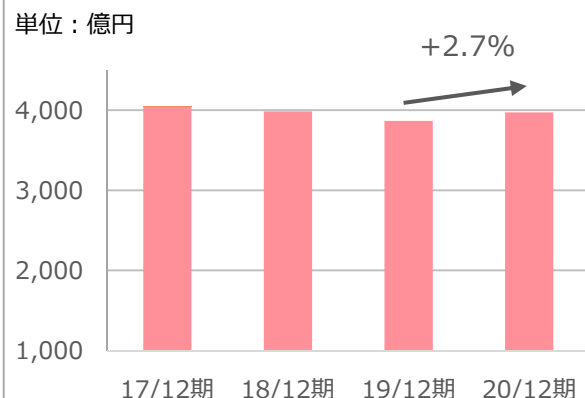


ブランド別売上高 (18/12期を100とした場合)

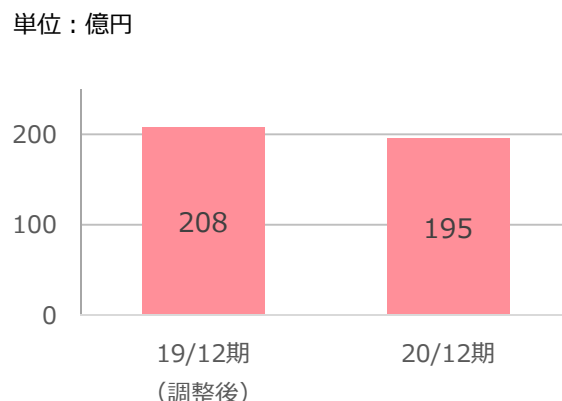


発酵乳カテゴリー

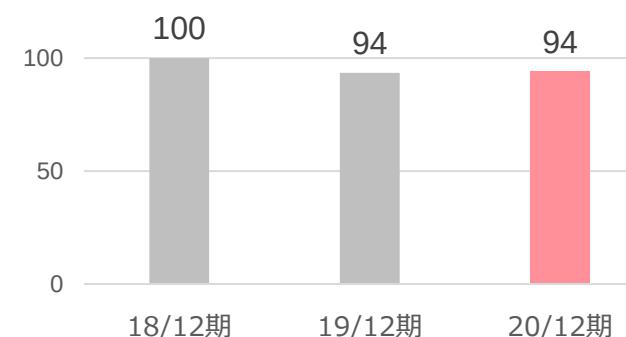
ヨーグルト市場 (インテージSRI)



売上高実績および見込み ～発酵乳カテゴリー～



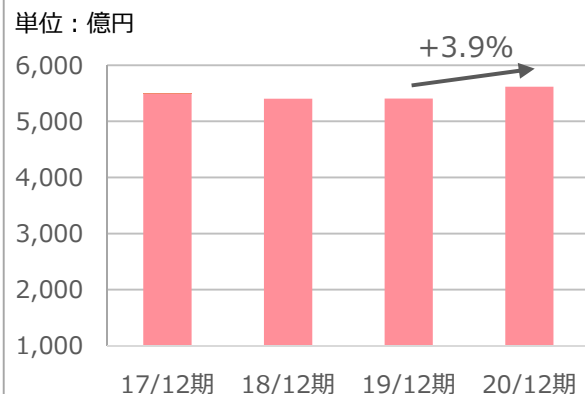
BifiXヨーグルト売上高 (18/12期を100とした場合)



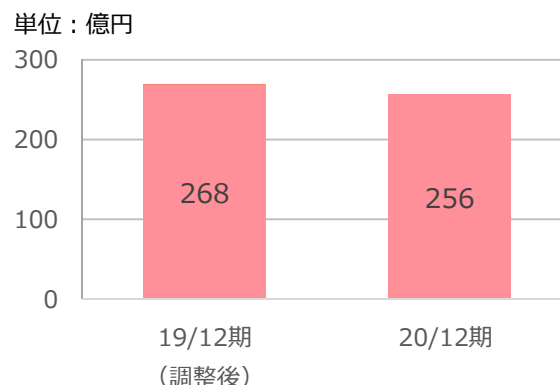
国内：カテゴリー別状況(牛乳・乳飲料/育児用ミルク)*Glico*

牛乳・乳飲料カテゴリー

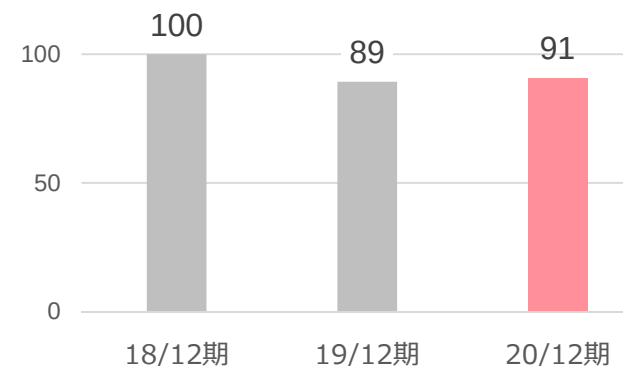
乳飲料市場
(インテージSRI)



売上高実績および見込み
～牛乳・乳飲料カテゴリー～

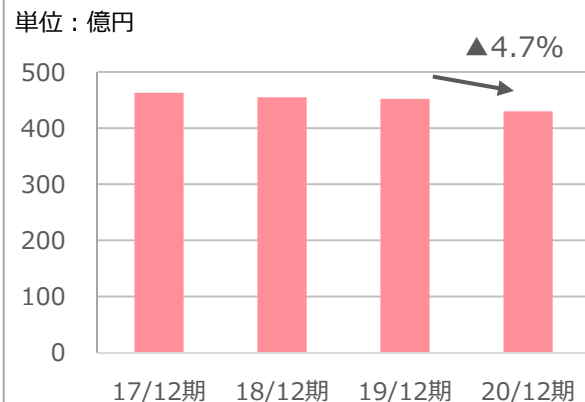


カフェオーレ売上高
(18/12期を100とした場合)

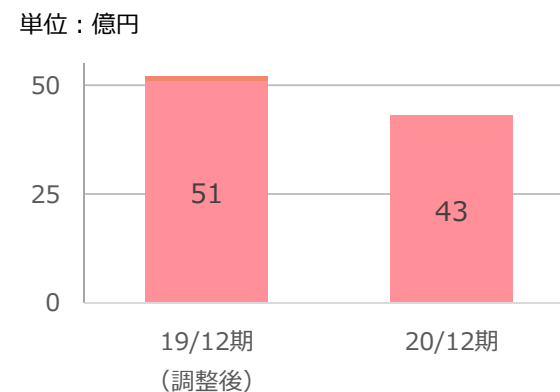


育児用ミルクカテゴリー

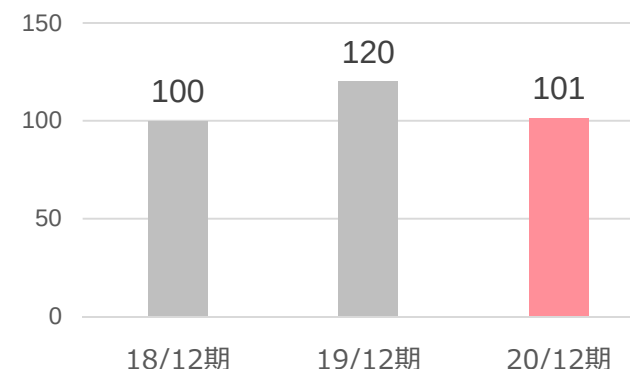
育児用ミルク市場
(インテージSDI/SCI)



売上高実績および見込み
～育児用ミルクカテゴリー～



アイクレオ(育児用ミルク)売上高
(18/12期を100とした場合)



海外事業-地域別の売上高、営業利益



◆中国

(単位：百万元)

	19年12月期	20年12月期			
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	通期実績 (1月-12月)	前年同期比	計画比
売上高	1,652	1,943	1,706	+3.3%	▲12.2%
営業利益	99	135	151	+52.3%	+11.5%

◆ASEAN *

(単位：百万米ドル)

	19年12月期	20年12月期			
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	通期実績 (1月-12月)	前年同期比	計画比
売上高	147	147	128	▲12.7%	▲12.9%
営業利益	▲10	▲12	▲11	—	—

◆米国 *

(単位：百万米ドル)

	19年12月期	20年12月期			
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	通期実績 (1月-12月)	前年同期比	計画比
売上高	64	69	71	+11.8%	+3.5%
営業利益	17	16	20	+17.7%	+24.8%

*ASEANの各期の数字については、各国の20年12月期通期の実質レートで置き換えた数値

*米国については、米国江崎グリコの連結ベースの数字

中国

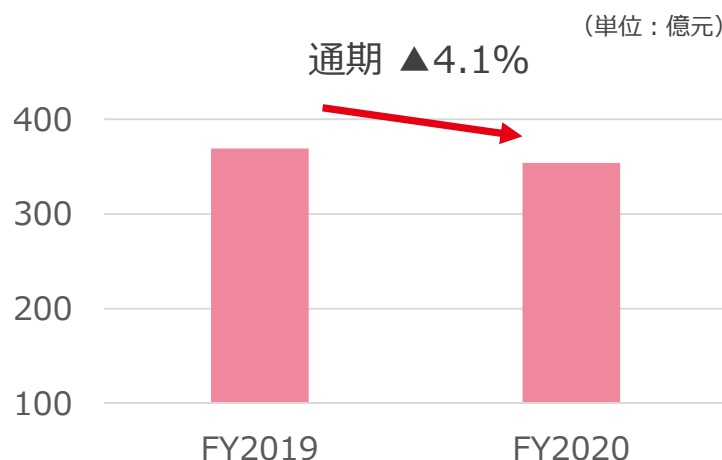


- 2020年の中国ビスケット市場規模は、対前年比 ▲4.1%。上期に比べ、下期は悪化しており、新型コロナウイルスが蔓延する前の水準まで回復していない。
- 当社の売上高は、現地通貨ベースで対前年比 +3.3%の1,706百万元で着地。
- 通期においては、当社オフラインの売上高は対前年で ▲0.2%で着地。市場の落ち込み（▲4.1%）に比べて善戦しているものの、ローカルスーパーの需要を取り込めなかった。

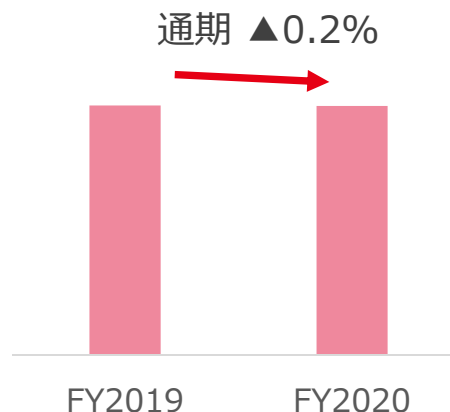
下期に投入したポッキー新商品
(ヘーゼルクラッシュポッキー)



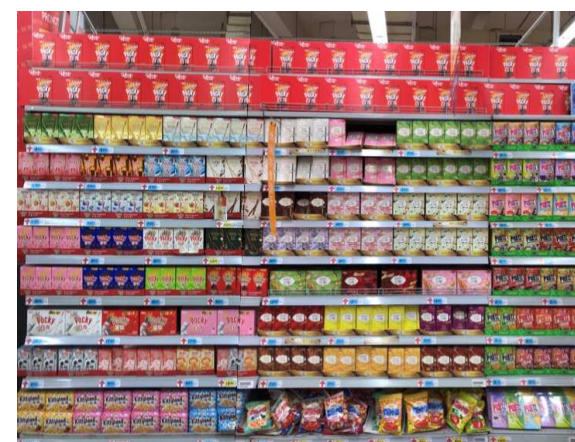
中国ビスケット(オフライン・E C)市場規模



当社オフラインの売上高増減



当社商品が並ぶKA先の棚



中国 ～オンライン～



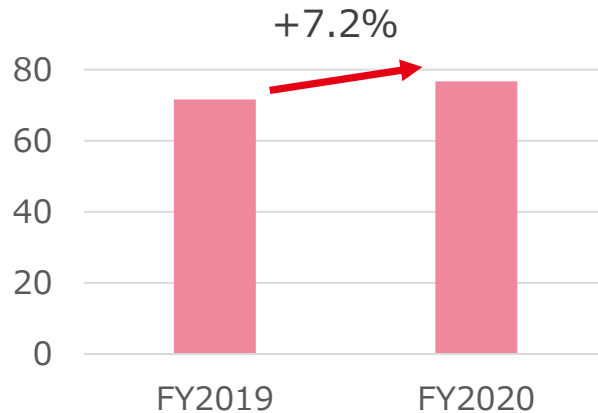
- 2020年の中国ビスケット市場におけるオンライン市場は、対前年+7.2%と伸長。
- 当社のオンライン事業は、対前年で+39.7%に拡大。中国事業全体に占めるオンライン事業の割合も11.8%に上昇。
- 消費者がオンラインへシフトしていることを受け、インフルエンサーによるライブ配信など、ショートビデオによる認知づくりを強化したことでトラフィックが増加。

W11で販売した「花果プジョイ」セット



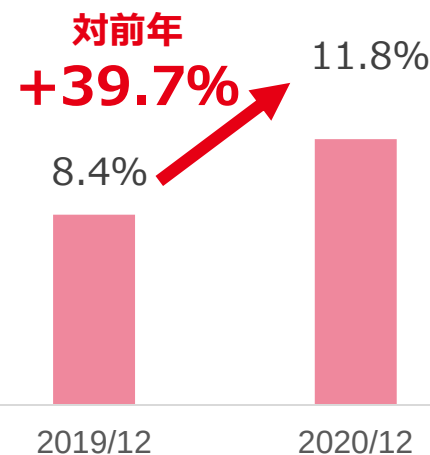
中国ビスケット市場規模(オンライン)

(単位：億元)



出所：情報通

当社オンラインの売上高増減
及び、オンライン比率



W11で配信したライブ映像



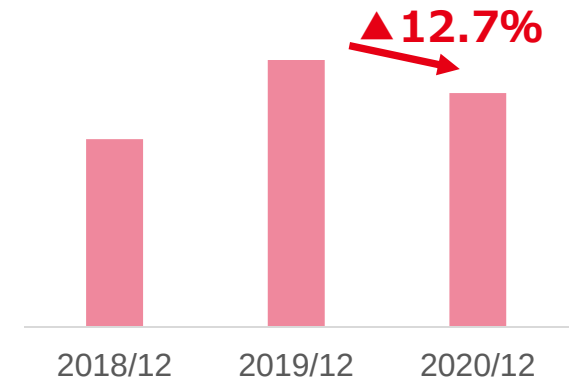
ASEAN



- 2020年度下期は、新型コロナの感染者数の再増加で、モールの閉鎖によりイベントがキャンセルされた等の理由により、モダントレード・トラディショナルトレードで来客が減少し、売上高は減収。
- タイでは、市況が悪化したうえに（下期▲13.3%）、ポッキーのブランドコンセプト「Share happiness」が外出自粛により十分にアピールできなかったことにより苦戦。ただし、高品質で健康的な商品「Pocky Wholesome」については堅調。
- インドネシアでは新型コロナの感染拡大の影響により、市況は悪化したものの（下期▲11.5%）、売上はほぼ横ばいでシェアは上昇。
- シンガポールでは「Pocky X Ya Kun」がDesigned in Singapore Awardを受賞し、当社のプレゼンスは向上。

ASEANの売上高推移

（ベトナムの粉ミルクを含む）



出所：Nielsen

（タイ）FacebookにてGoogleのストリートビューを組み合わせたポッキーデーのイベント



Pocky X Ya Kun
（ Designed in Singapore Awardを受賞）

Pocky Kaya Toast Pocky KopiO



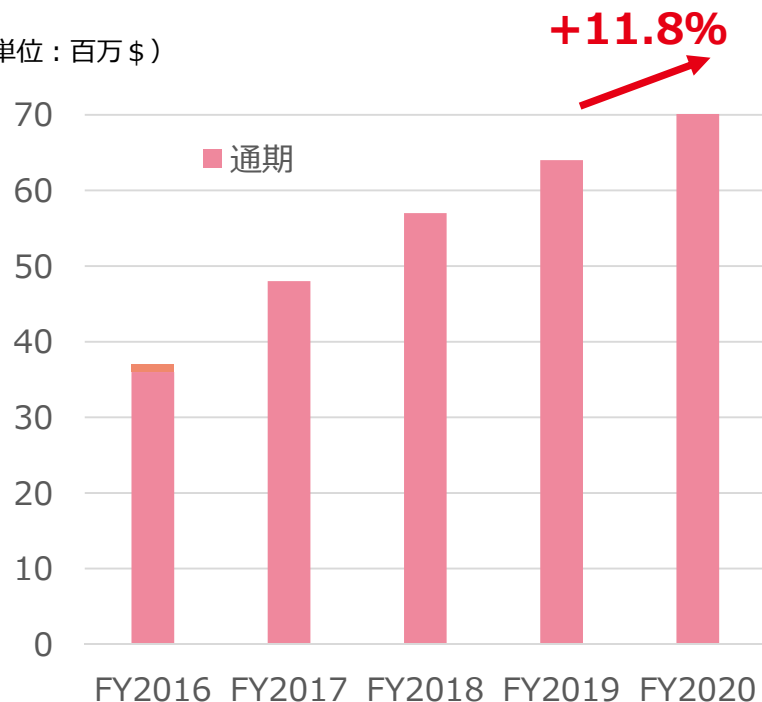
米国



- 菓子事業の現地法人「Ezaki Glico USA」の2020年度の売上高は、売上高は現地通貨ベースで71百万US\$と対前年+11.8%の増収。
- 米系スーパーマーケットでは、ウォルマートで一般の菓子商品の棚での配荷がスタート。新型コロナの感染拡大の状況下、当社商品を購入した買い物客がピーターとなっており、配荷が拡大。
- クラブ系チャネルでは、コストコ向けアソートパックの新商品が好調。高い配荷率・回転を確保。

① Ezaki Glico USA 売上成長推移

(単位：百万\$)



©2021 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

② マーケティング活動

(広告) Facebook, & Instagram



(広告) Web Banner



③ 新商品

期間限定のアソートパック



コストコに陳列された商品



Ⅱ. 21年12月期業績計画

連結業績の計画



- 売上高 : 海外事業は対前年で2桁の増収を計画するも、国内事業は引き続き厳しく、連結全体で対前年+1.7%を計画。
- 営業利益 : 国内事業・海外事業ともに増益を計画。連結全体で、対前年+2.6%を計画。

(単位：億円)

	20年12月期	21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比
売上高	3,440	3,500	+1.7%
営業利益	185	190	+2.6%
経常利益	196	195	▲0.7%
当期純利益	118	120	+1.4%
営業利益率	5.4%	5.4%	-

2021年度の基本方針



- 2021年度については、2018年度～2020年度までの基本方針を継続*

経営資源の「選択と集中」による競争力の強化

① 健康事業のグローバル展開を含んだ成長加速

→国内においては、健康ニーズを深耕し、日常におけるアーモンド効果、SUNAOの習慣化の実現を加速。

→グローバルにおける健康価値を付加した商品を上市



② 重点ブランドの価値創造の強化とイノベーションの加速

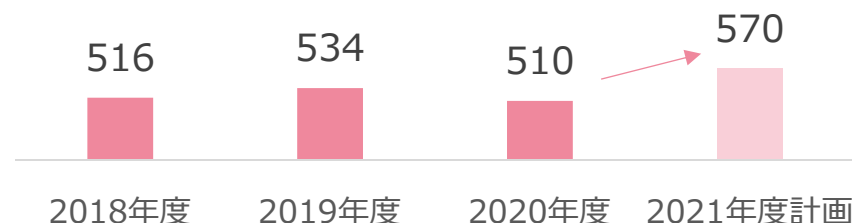


③ 海外事業の拡大推進

→主力の中国、ASEAN、米国でのブランド価値を高め、成長を加速

海外事業の売上高推移

(単位：億円)



*2021年度中に長期・中期 経営方針を発表予定

営業利益計画



(単位：億円)

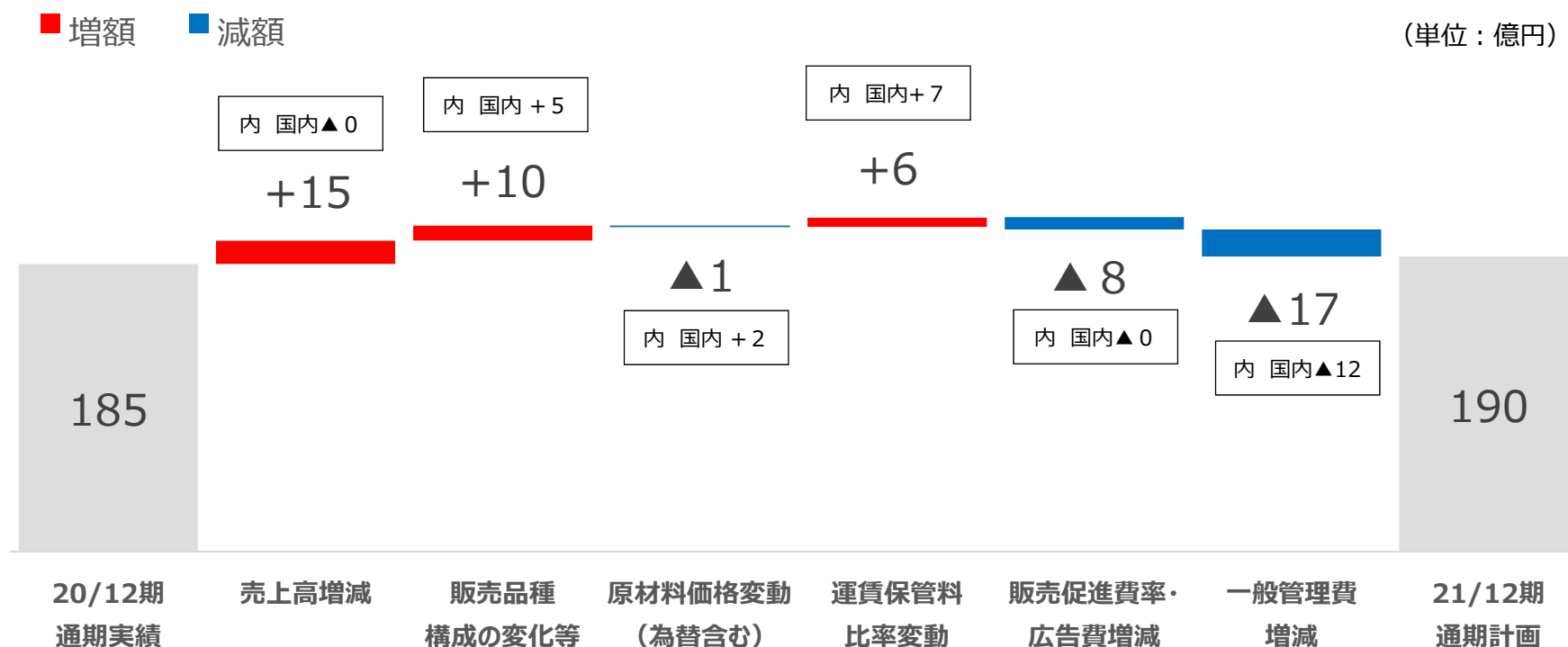
	20年12月期		21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	売上高比	通期計画 (1月-12月)	売上高比
売上高	3,440	100.0%	3,500	100.0%
売上原価	1,816	52.8%	1,835	52.4%
売上総利益	1,624	47.2%	1,665	47.6%
運賃保管料	315	9.2%	314	9.0%
販売促進費	528	15.4%	540	15.4%
広告費	121	3.5%	127	3.6%
人件費・厚生費	289	8.4%	291	8.3%
経費・償却費	186	5.4%	203	5.8%
販管費及び一般管理費 合計	1,439	41.8%	1,475	42.1%
営業利益	185	5.4%	190	5.4%

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- 国内は、一般管理費の増加はあるものの、販売品種構成の変化等のコスト減や、運賃保管料比率の低下による増益などにより、トータルで増益を計画。
- 海外は、一般管理費の増加等はあるものの、売上高の増加などによる増益により、トータルで増益の計画。



セグメント別売上高計画



- 国内事業では、主にその他セグメントにおける健康事業で増収を計画するものの、トータルは横ばいを計画。
- 海外セグメントは、2桁の増収を計画。

(単位：億円)

	20年12月期	21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比
合計	3,440	3,500	+1.7%
(うち 国内)	(2,930)	(2,930)	(▲0.0%)
菓子・食品	893	895	+0.2%
(うち 菓子)	(702)	(715)	(+1.8%)
(うち 食品)	(191)	(180)	(▲5.5%)
冷菓	923	936	+1.4%
乳業	834	799	▲4.2%
食品原料	101	102	+1.4%
海外	510	570	+11.8%
その他	180	198	+10.2%
(うち 健康)	(129)	(147)	(+13.8%)

換算レート	20年12月期 通期実績	21年12月期 通期計画
中国 (CNY)	1 CNY= 15.44円	1 CNY= 15.00円
タイ (THB)	1 THB= 3.42円	1 THB= 3.30円
米国 (USD)	1 USD= 106.67円	1 USD= 105.00円

セグメント別営業利益計画



- 国内、海外ともに増益を計画。連結全体では、対前年+ 5 億円の増益。

(単位：億円)

	20年12月期	21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比 増減額
合計	185	190	+5
(うち 国内)	(159)	(161)	(+2)
菓子・食品	50	55	+5
(うち 菓子)	(41)	(48)	(+7)
(うち 食品)	(9)	(7)	(▲2)
冷菓	61	69	+8
乳業	25	25	▲0
食品原料	9	9	+0
海外	26	29	+3
その他	3	4	+1
調整	12	▲1	▲13

換算レート	20年12月期 通期実績	21年12月期 通期計画
中国 (CNY)	1 CNY= 15.44円	1 CNY= 15.00円
タイ (THB)	1 THB= 3.42円	1 THB= 3.30円
米国 (USD)	1 USD= 106.67円	1 USD= 105.00円

海外事業-地域別の売上高、営業利益計画



◆中国

(単位：百万元)

	20年12月期	21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比
売上高	1,706	1,949	+14.3%
営業利益	151	182	+20.9%

◆ASEAN *

(単位：百万米ドル)

	20年12月期	21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比
売上高	126	135	+7.9%
営業利益	-11	-10	—

◆米国 *

(単位：百万米ドル)

	20年12月期	21年12月期	
	通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比
売上高	71	79	+10.3%
営業利益	20	22	+10.6%

*ASEANの各期の数字については、各国の21年12月期期初計画レートで置き換えた数値

*米国については、米国江崎グリコの連結ベースの数字

TTM為替レート



		米ドル	ユーロ	タイバーツ	中国元	100韓国ウォン	100インドネシアルピア
		USD	EUR	THB	CNY	100KRW	100IDR
<u>2017</u>	3/31	112.19	119.79	3.26	16.29	10.04	0.84
	6/30	112.00	127.97	3.29	16.49	9.81	0.84
	9/30	112.73	132.85	3.38	16.96	9.89	0.84
	12/31	113.00	134.94	3.45	17.29	10.62	0.84
<u>2018</u>	3/31	106.24	130.52	3.40	16.92	9.99	0.78
	6/30	110.54	127.91	3.33	16.66	9.88	0.77
	9/30	113.57	132.14	3.50	16.50	10.23	0.76
	12/31	111.00	127.00	3.41	16.16	9.94	0.77
<u>2019</u>	3/31	110.99	124.56	3.49	16.47	9.80	0.78
	6/30	107.79	122.49	3.50	15.69	9.33	0.77
	9/30	107.92	118.02	3.53	15.13	8.99	0.76
	12/31	109.56	122.54	3.63	15.67	9.46	0.79
<u>2020</u>	3/31	108.83	119.55	3.34	15.31	8.92	0.67
	6/30	107.74	121.08	3.49	15.23	9.00	0.76
	9/30	105.80	124.17	3.34	15.54	9.08	0.72
	12/31	103.50	126.95	3.44	15.88	9.52	0.74

カテゴリー別売上高



(単位：億円)

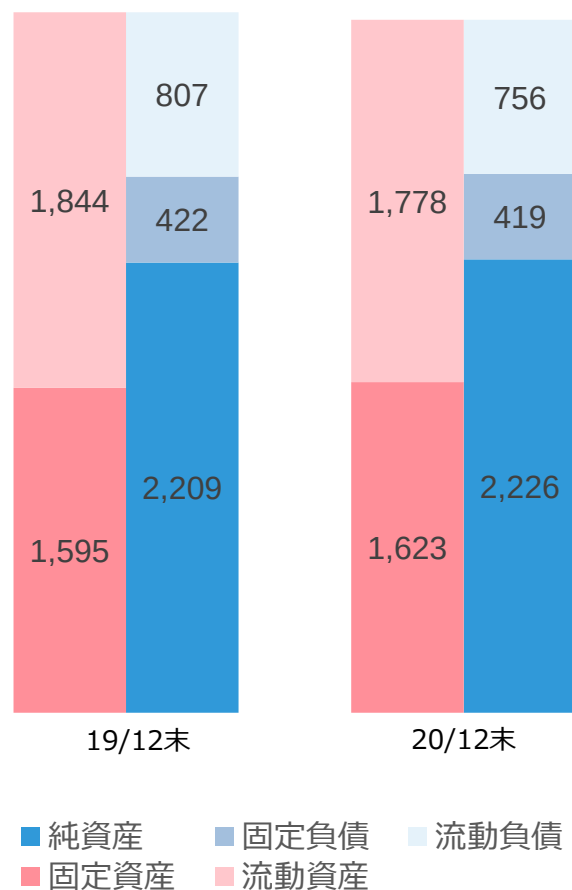
セグメント	カテゴリー	20年12月期	21年12月期	
		通期実績 (1月-12月)	通期計画 (1月-12月)	前年同期比
菓 子 ・ 食 品	チョコレート(ポッキー含む)	445	449	+0.9%
	ビスケット(プリッツ含む)	240	246	+2.5%
	加工食品	191	180	▲5.5%
	その他	17	20	+15.8%
	計	893	895	+0.3%
冷 菓	アイスクリーム、卸売販売子会社	923	936	+1.4%
	計	923	936	+1.4%
乳 業	発酵乳	195	194	▲0.8%
	牛乳・乳飲料	256	239	▲6.4%
	果汁・清涼飲料	218	203	▲7.0%
	洋生菓子	113	107	▲5.5%
	ベビー育児	52	56	+7.4%
	計	835	799	▲4.3%
食 品 原 料	食品原料	101	102	+1.4%
	計	101	102	+1.4%
海 外	海外子会社	510	570	+11.8%
	計	510	570	+11.8%
そ の 他	うち 健康	129	147	+13.8%
	計	180	198	+10.2%
合計		3,440	3,500	+1.7%

貸借対照表の状況



- 自己資本比率：62.0%(2019/12末) ⇒ 65.2%(2020/12末)

(単位：億円)



資産の部		19年12月末	20年12月末	
主要勘定科目		実績	実績	前年同期比金額
流動資産	現金及び預金	996	979	▲17
	受取手形及び売掛金	438	435	▲3
	有価証券	60	7	▲52
	棚卸資産	299	289	▲10
	流動資産合計	1,844	1,778	▲65
固定資産	有形固定資産	998	976	▲22
	無形固定資産	70	107	+37
	投資有価証券	353	354	+1
	固定資産合計	1,595	1,623	+28

負債の部・純資産の部		19年12月末	20年12月末	
主要勘定科目		実績	実績	前年同期比金額
流動負債	支払手形及び買掛金	360	326	▲35
	短期・長期(1年以内)借入金	2	2	▲0
	流動負債合計	807	756	▲51
固定負債	転換社債型新株予約権付社債	301	301	▲0
	長期借入金	0	3	+3
	固定負債合計	422	419	▲3
純資産	株主資本	2,042	2,137	+95
	純資産合計	2,209	2,226	+16

キャッシュフローの状況



(単位：億円)

	17年3月期 通期実績	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期実績	19年12月期 通期実績	20年12月期 通期実績
営業活動による キャッシュフロー	296	315	203	173	172
投資活動による キャッシュフロー	▲141	▲250	▲87	▲90	▲124
FCF (フリーキャッシュフロー)	155	64	116	83	48
財務活動による キャッシュフロー	242	▲45	▲46	▲96	▲97
現金及び現金同等物の期末残高	902	930	992	980	924

設備投資、減価償却費、研究開発費



(単位：億円)

	19年12月期 通期実績	20年12月期 通期計画	20年12月期 通期実績	21年12月期 通期計画
設備投資額 合計	163	133	109	113
菓子・食品	36	46	28	28
冷菓	34	32	20	27
乳業	24	24	15	13
食品原料	3	3	3	3
海外	10	21	40	23
その他	57	6	4	19
システム投資	22	43	56	130
設備投資額、非連結会社への 投融資分等、システム投資 合計	185	176	165	243
減価償却費	108	158	146	156
研究開発費	41	56	55	60

【注意事項】

＊この資料中の当社および当社グループの現在の計画、見通し、取組みなどは、現時点において入手可能な情報の判断に基づくものですが、重大なリスクや不確実性を含んでいます。実際の業績は、さまざまな要素によりこれら予測とは大きく異なる可能性がある事をご承知下さい。

＊そのような要因の例としては、経済情勢の悪化、為替レートの変動、法律・行政制度の変化、競合会社の価格・製品戦略による圧力、当社の既存製品および新製品の販売力の低下、生産中断、当社の知的所有権に対する侵害、急速な技術革新、重大な訴訟における不利な判決等がありますが、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。

「お問合せ先」

江崎グリコ株式会社 株式・IR部長 山川 尚之

TEL : 06-6477-8167

E-mail : ir-division@glico.com