

すこやかな毎日、
ゆたかな人生



<全体版>

22年12月期 決算説明会

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2023.2.21

I . 22年12月期業績報告	P.3 ~ 17
II . 中期経営計画の進捗	P.18 ~ 27
III . ESG取り組み	P.28 ~ 31
IV . 23年12月期業績計画 (補足資料)	P.32 ~ 39

I . 22年12月期業績報告

1. 通期の売上高は中計の目標内である+3.9%を達成。海外は為替影響もあり、対前年+20.0%を達成。国内の売上高も徐々にではあるが対前年+0.6%まで改善（対前年上期▲0.6%、下期+1.6%）

- 国内は、2021年度は対前年▲5.3%だが、2022年度は+0.6%まで改善
- 海外は、下期における中国のロックダウンからの復調・ASEAN・米国の成長及び為替影響により対前年 +20 %の増収を達成。

2. 営業利益は▲33.5%の減益。

- 国内は、原材料価格の高騰等により▲24.3%の減益
- 海外は、上海のロックダウン・米国における物流関連コストの増加により、対前年▲69.6%の減益。

3. 今後の当社の注力ポイント

- 国内は、消費者に対しての価値創造を伴った新製品の発売の加速化、価格の改定も含む収益性改善
- 海外は、インドネシア工場の立ち上げにより更なる海外ビジネスの伸長の加速化

連結業績の概況



- 売上高 : 中国のロックダウンがあったものの為替影響もあり+3.9%の増収を達成。
- 営業利益 : 原材料の高騰影響及び中国のロックダウンの影響により、対前年▲33.5%。

(単位：億円)

	21年12月期 (旧基準)	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)			
	通期実績	通期実績	通期計画※	通期実績	前年同期比	計画比
売上高	3,386	2,926	3,010	3,039	+3.9%	+1.0%
営業利益	193	193	150	128	▲33.5%	▲14.4%
経常利益	217	217	160	136	▲37.1%	▲14.7%
当期純利益	135	135	110	81	▲40.1%	▲26.4%
営業利益率	5.7%	6.6%	5.0%	4.2%	-	-

営業利益の状況



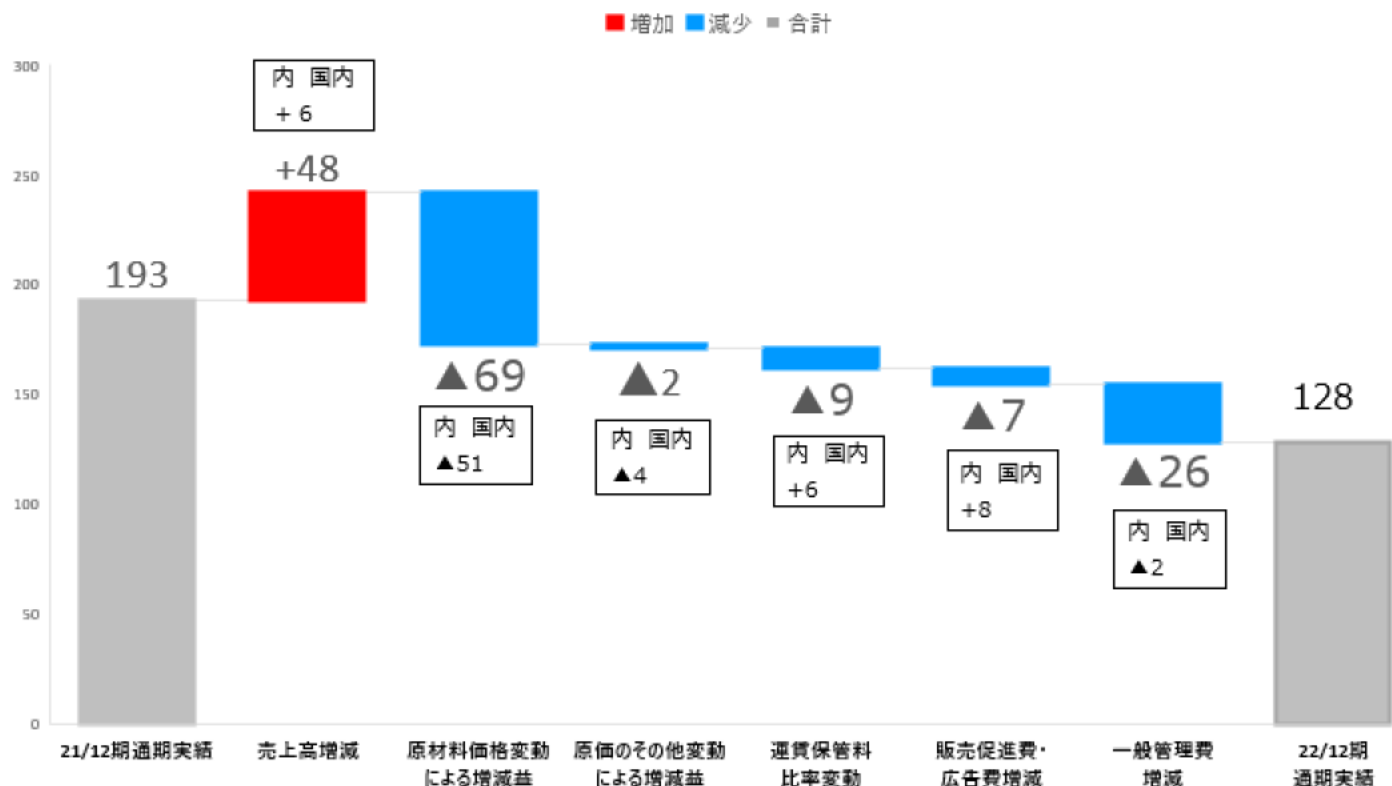
(単位：億円)

	21年12月期 (旧基準)		21年12月期 (新基準)		22年12月期 (新基準)	
	通期実績	売上比	通期実績	売上比	通期実績	売上比
売上高	3,386	100.0%	2,926	100.0%	3,039	100.0%
売上原価	1,805	53.3%	1,805	61.7%	1,932	63.6%
売上総利益	1,580	46.7%	1,120	38.3%	1,107	36.4%
運賃保管料	319	9.4%	252	8.6%	271	8.9%
販売促進費	479	14.1%	85	2.9%	90	2.9%
広告費	100	3.0%	100	3.4%	102	3.4%
人件費・厚生費	287	8.5%	287	9.8%	306	10.1%
経費・償却費	203	6.0%	203	6.9%	209	6.9%
販売費及び一般管理費 合計	1,387	41.0%	927	31.7%	979	32.2%
営業利益	193	5.7%	193	6.6%	128	4.2%

営業利益の増減要因

<前年同期比>

- 国内は、主に原材料価格の高騰により減益。
- 海外は、売上増による影響を、主に上海のロックダウンに伴う費用の増加及び米国における物流関連コストの増加により相殺され減益。



セグメント別売上高の状況 (新基準ベース)



- 国内セグメントは、乳業が減収だったが、菓子・食品や冷菓等が増収し対前年0.6%増収。
- 海外セグメントは、ASEAN、米国が順調に推移し、為替の影響もあり対前年20.0%増収
- 連結全体では対前年+3.9%増収

(単位：億円)

	21年12月期	22年12月期			
	通期実績	計画※	通期実績	前年同期比	計画
合 計	2,926	3,010	3,039	+3.9%	+1.0%
(うち 国 内)	2,426	2,409	2,440	+0.6%	+1.3%
菓子・食品	656	645	667	+1.6%	+3.4%
(うち 菓子)	536	527	540	+0.8%	+2.4%
(うち 食品)	121	118	127	+5.5%	+7.9%
冷 菓	772	782	801	+3.7%	+2.4%
乳 業	705	672	674	▲4.5%	+0.2%
食 品 原 料	105	115	112	+6.3%	▲3.0%
海 外	499	601	599	+20.0%	▲0.3%
そ の 他	187	195	187	▲0.3%	▲4.2%
(うち 健 康)	138	143	135	▲2.3%	▲5.4%

※2022年8月23日公表

<参考> 換算レート

	21年12月期 通期実績	22年12月期 通期計画	22年12月期 通期実績
中国(CNY)	1CNY = 17.03円	1CNY = 19.63円	1CNY = 19.38円
タイ(THB)	1THB = 3.43円	1THB = 3.73円	1THB = 3.72円
米国(USD)	1USD = 109.84円	1USD = 129.40円	1USD = 130.77円

セグメント別営業利益の状況



- 国内セグメントは、原材料高騰等の影響により、対前年▲37億円の減益。
- 海外セグメントは、中国におけるロックダウン・海上運賃高騰などにより、対前年▲27億円の減益。

(単位：億円)	21年12月期	22年12月期			
	通期実績	計画※	通期実績	前年同期比増減額	計画比増減額
合 計	193	150	128	▲65	▲22
(うち 国 内)	154	131	117	▲37	▲14
菓子・食品	51	47	50	▲1	+3
(うち 菓子)	46	45	46	+0	+1
(うち 食品)	5	2	4	▲1	+2
冷 菓	38	39	27	▲11	▲12
乳 業	21	9	▲3	▲24	▲12
食 品 原 料	9	9	12	+3	+3
海 外	39	19	12	▲27	▲7
そ の 他	15	8	5	▲10	▲3
調 整	20	19	24	+5	+5

※2022年8月23日公表

＜参考＞ 換算レート

	21年12月期 通期実績	22年12月期 通期計画	22年12月期 通期実績
中国(CNY)	1CNY = 17.03円	1CNY = 19.63円	1CNY = 19.38円
タイ(THB)	1THB = 3.43円	1THB = 3.73円	1THB = 3.72円
米国(USD)	1USD = 109.84円	1USD = 129.40円	1USD = 130.77円

国内：カテゴリー別状況



カテゴリー	22年12月期 通期実績	
	売上高 (前年同期比)	
チョコレート	331億円 (▲1.9%)	ポッキーは増収したものの、神戸ローストショコラ等の苦戦により減収。
ビスケット	195億円 (+5.3%)	プルッツ等の増収により増収。
冷菓	801億円 ^{※1} (+3.7%)	ジャイアントコーンやアイスの実は苦戦したもののセブンティーンアイスや卸売販売子会社の好調により、増収。
発酵乳	123億円 (▲15.1%)	ヨーグルト市場の縮小に加えて、BifiXヨーグルト等が苦戦し、減収。
ベビー育児	44億円 (▲2.2%)	フォローアップミルクが苦戦し減収。
健康	135億円 (▲2.3%)	主力のアーモンド効果（飲料）は増収したものの、SUNAOが苦戦し減収。

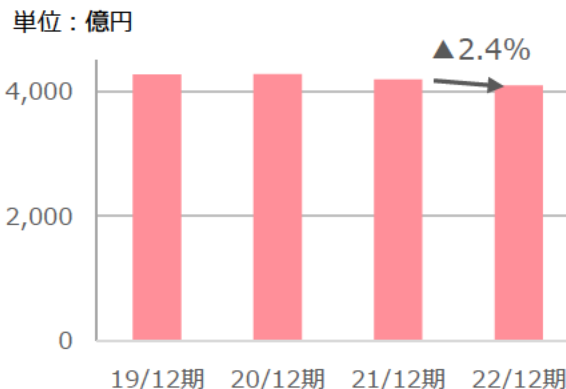
※ 1 卸売販売子会社の売上高を含む

国内：カテゴリー別状況(チョコレート/ビスケット)

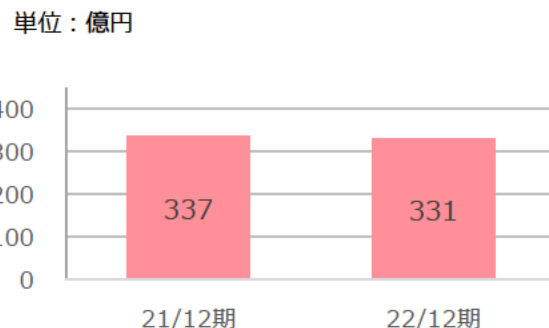


チョコレートカテゴリー

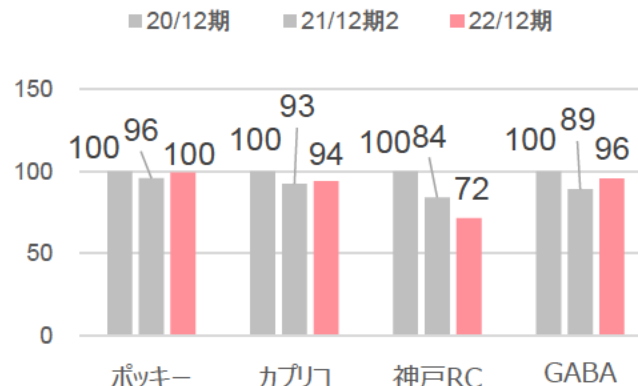
チョコレート市場 (インテージSRI+)



売上高実績 ～チョコレートカテゴリー～

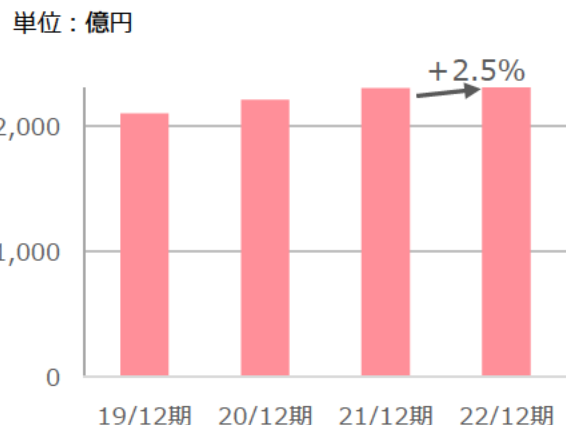


ブランド別売上高 (20/12期を100とした場合)

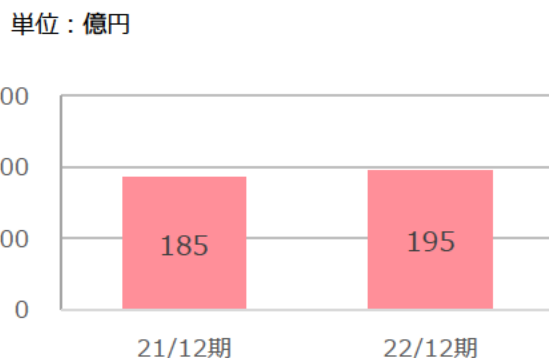


ビスケットカテゴリー

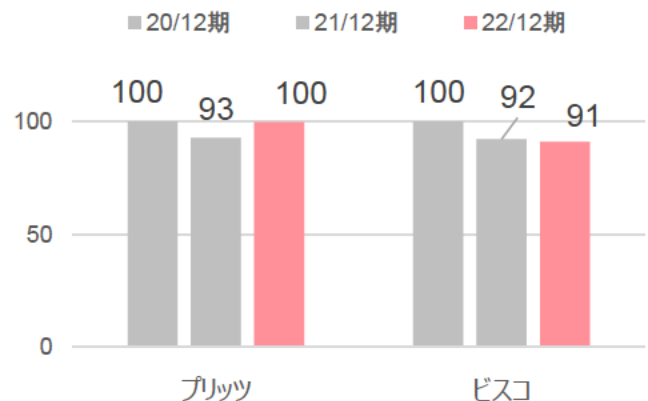
ビスケット市場 (インテージSRI+)



売上高実績 ～ビスケットカテゴリー～



ブランド別売上高 (20/12期を100とした場合)



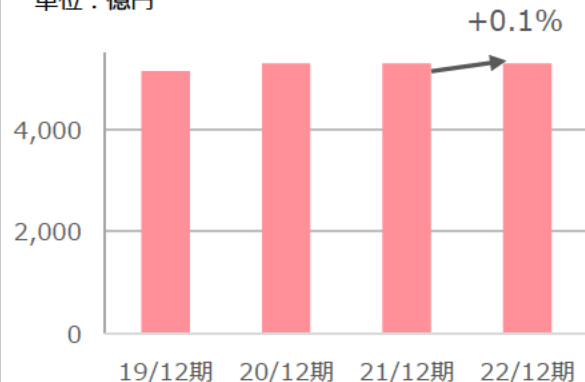
国内：カテゴリー別状況(冷菓/発酵乳)



冷菓カテゴリー

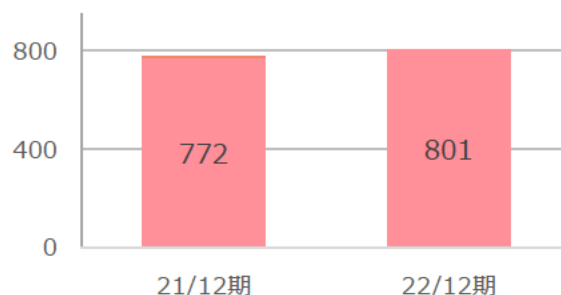
アイスクリーム市場 (インテージSRI+)

単位：億円



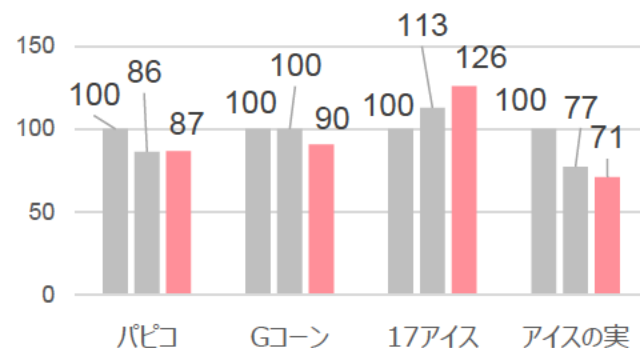
売上高実績 ～冷菓カテゴリー～

単位：億円



ブランド別売上高 (20/12期を100とした場合)

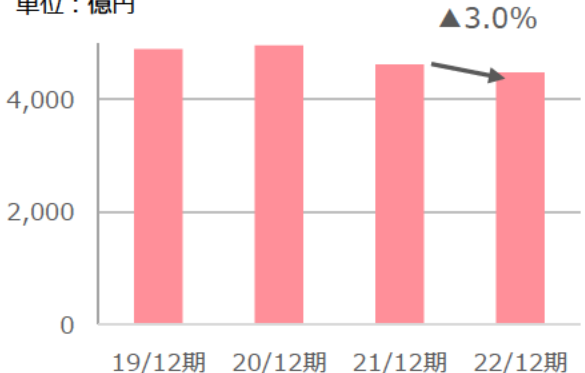
■ 20/12期 ■ 21/12期 ■ 22/12期



発酵乳カテゴリー

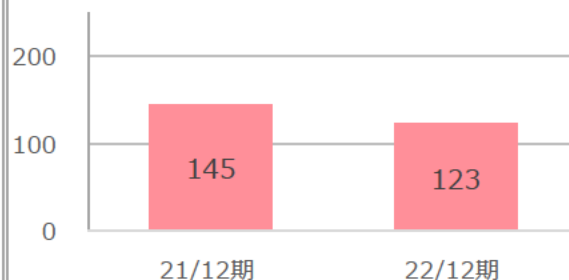
ヨーグルト市場 (インテージSRI+)

単位：億円

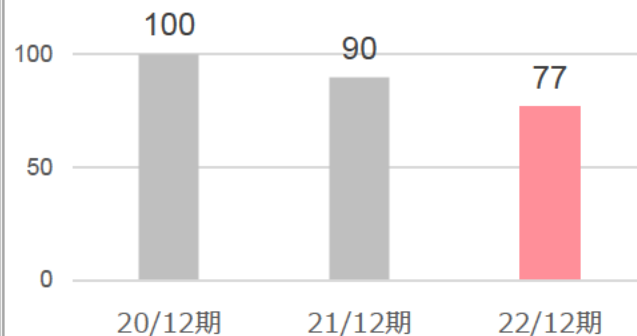


売上高実績 ～発酵乳カテゴリー～

単位：億円



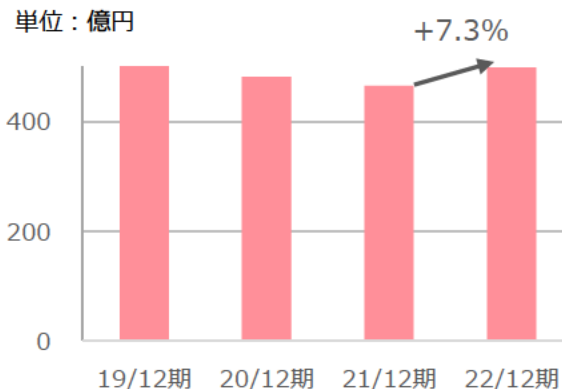
BifiXヨーグルト売上高 (20/12期を100とした場合)



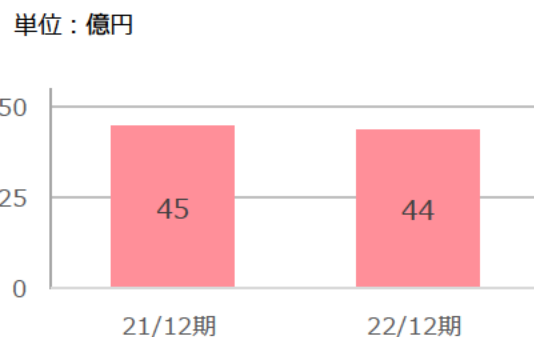
国内：カテゴリー別状況(育児用ミルク/健康カテゴリー) *Glico*

育児用ミルクカテゴリー

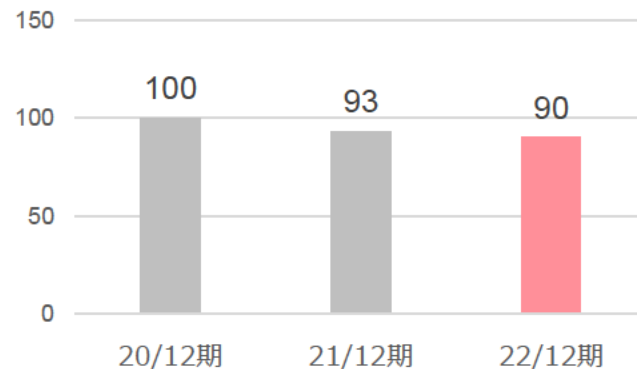
育児用ミルク市場
(インテージSDI/SCI+)



売上高実績
～育児用ミルクカテゴリー～

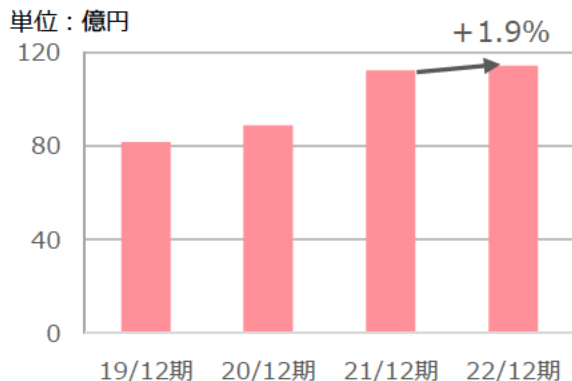


アイクレオ(育児用ミルク)売上高
(20/12期を100とした場合)

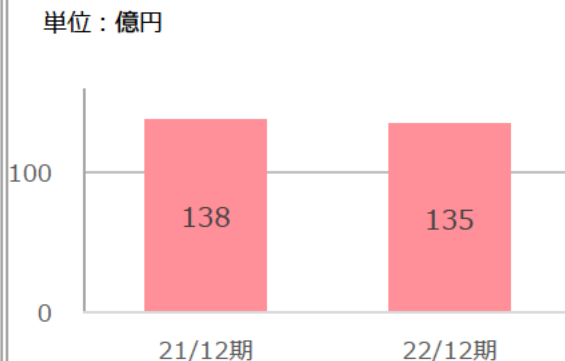


健康カテゴリー

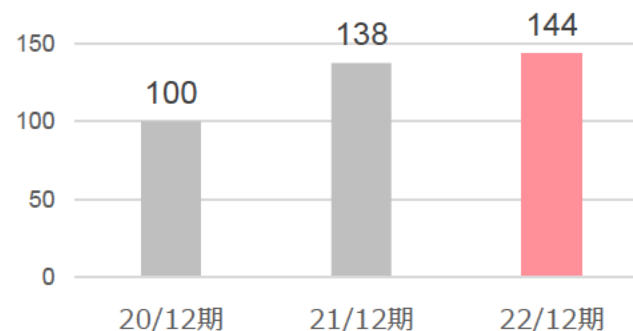
アーモンドミルク市場
(インテージSRI+)



売上高実績
～健康カテゴリー～



アーモンド効果(飲料)売上高
(20/12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)

	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)			
	通期実績	通期計画	通期実績	前年同期比	計画比
売上高	1,410	1,210	1,261	▲10.5%	+4.3%
営業利益	141	23	60	▲56.8%	+159.3%

◆ASEAN *

(単位：百万米ドル)

	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)			
	通期実績	期初計画	通期実績	前年同期比	計画比
売上高	98	115	113	+14.9%	▲1.8%
営業利益	▲7	▲12	▲13	—	—

◆米国 *

(単位：百万米ドル)

	21年12月期	22年12月期			
	通期実績	期初計画	通期実績	前年同期比	計画比
売上高	91	117	108	+18.5%	▲7.5%
営業利益	24	28	17	▲25.2%	▲35.4%

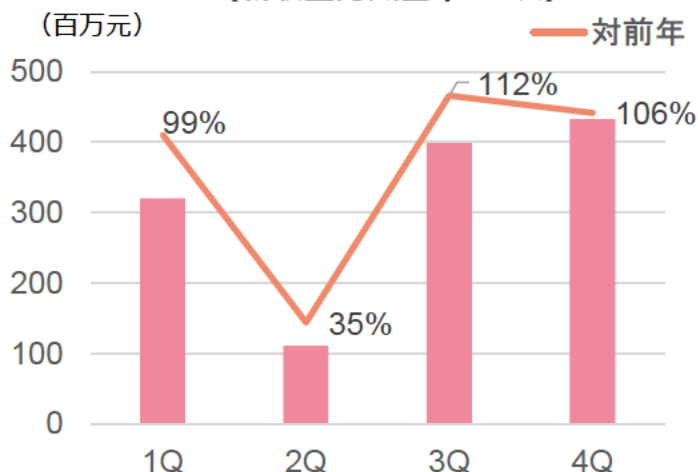
*ASEANの各決算期については、各国の22年12月期実績レートで置き換えた数値

*米国については、連結ベースの数字

*通期計画は2022年8月23日に公表した数字

- 2022年通期の中国ビスケット市場規模（POS）は▲3.3%。
- 売上高（出荷）は現地通貨ベースで対前年▲10.5%。新型コロナによる上海ロックダウンの影響により上海にある2工場が3月中旬より2.5ヶ月程度の生産停止になったことが主な要因である。但し、下期では中国各地でロックダウンが発生したにも関わらず対前年+8.7%を達成。
- 営業利益は、上海ロックダウンの影響により減益となった。
- 商品別では、主要3商品（プジョイ、ポッキー、プリッツ）については、上海ロックダウンの影響で対前年で減収になったが、健康価値を伴ったアーモンド効果やビスコは順調に売上を伸ばしている。

2022年中国四半期別売上推移
(新収益認識基準ベース)



出所：当社調べ

ポッキーディの
店頭キャンペーン



くつろぎポッキー



- ASEN地域のバスケット市場は、タイが対前年+7.8%、インドネシアが対前年+20.5%と前年を大きく上回る状況。
- タイ・インドネシア等を中心としたASEAN全体の売上高は、特に下期において供給キャパシティが逼迫したため、対前年+14.9%に落ち着く。
- 営業利益はインドネシア工場（GMI）立ち上げにかかる費用の影響が大きく、▲13百万ドルの赤字となった。GMIの影響を除いた菓子事業の営業利益は対前年で改善
- 2023年度から本格稼働するインドネシア工場により、供給キャパシティは徐々に改善していく予定。
- 健康付加価値を伴ったアーモンド効果を2022年12月末からタイのECサイトで販売開始

「インドネシア工場」



「アーモンド効果」

左から「オリジナル」、「砂糖不使用」、
「チョコレート」

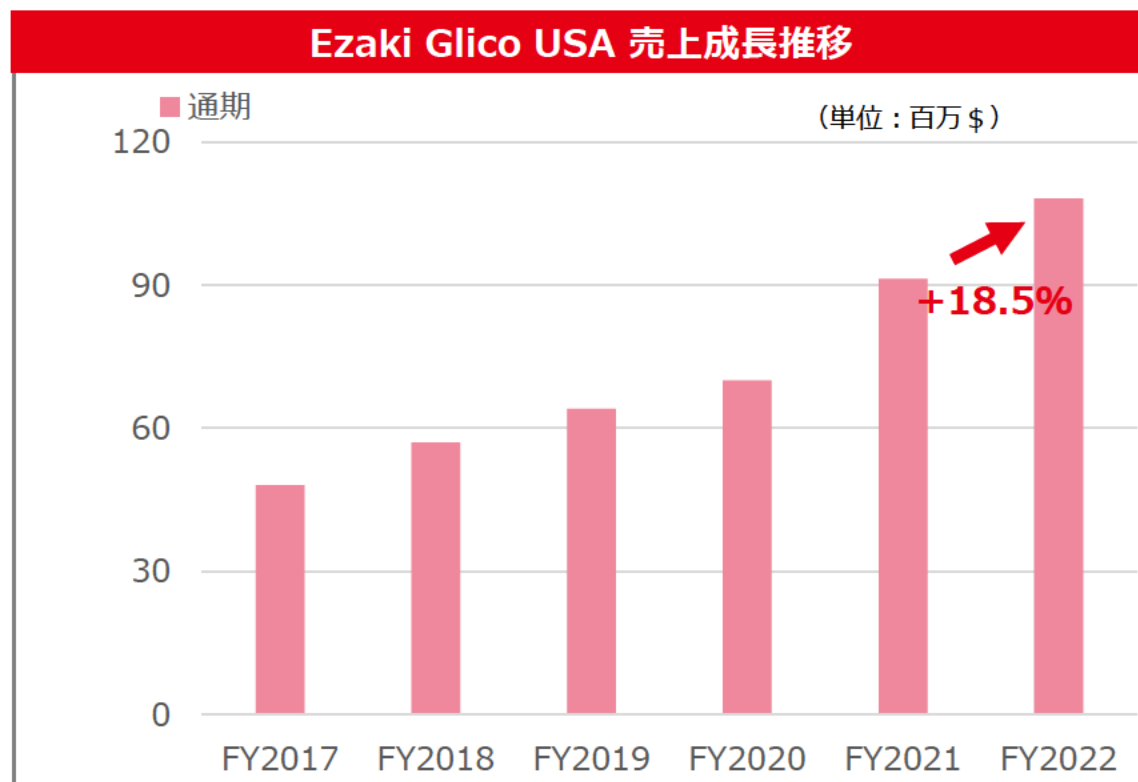
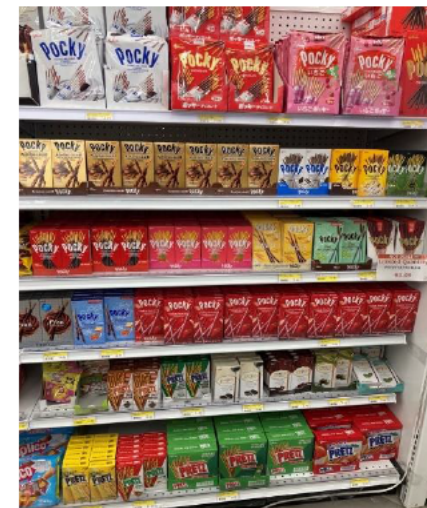


- 米国菓子事業の現地法人「Ezaki Glico USA」の2022年12月期通期は、売上高は現地通貨ベースで108百万US\$と対前年+18.5%の増収で着地。
- 増収の主要因は、ポッキーのブランド認知率向上によるWalmartやCostco等での展開店舗増加
- 海上運賃高騰及び保管料増加の影響により減益。

Pocky Dayの陳列



Asian Marketでの状況



Ⅱ．中期経営計画の進捗

すこやかな毎日、
ゆたかな人生



Glico グループは、2022 年 2 月 11 日に創立 100 周年を迎えました。そして、この 100 周年を機に新たに「存在意義（パーパス）」と「ありたい会社の姿（ビジョン）」を制定しました。パーパスは「すこやかな毎日、ゆたかな人生」、ビジョンは「Glico グループは人々の良質な暮らしのため、高品質な素材を創意工夫することにより、『おいしさと健康』を価値として提供し続けます」と決めました。

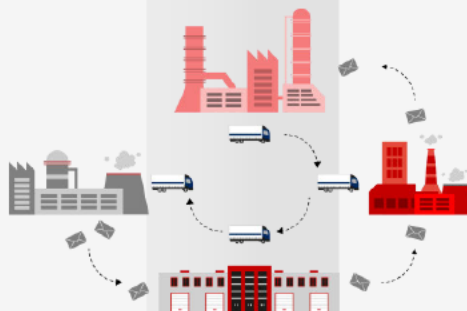
中期事業戦略の3つの柱

おいしさと健康価値の提供



科学的エビデンスに基づく
「おいしさと健康」

お客様起点のVCの実現



グローバルで進化した
バリューチェーン（VC）
を構築

注力領域への転換



「カテゴリー・マネジメント」
から「注力領域・事業」と
してのマネジメントへ移行

これまで

マネジメントの単位

- 「カテゴリー」ベース**
- 小売への対応のしやすさ、製品開発・SCMの効率性の観点からカテゴリーベースでマネジメント
- =「提供側視点」**

事業視点

- 「マーケティング」が推進**
- 既存小売りを前提とした**既存バリューチェーン**に対して、マーケティングが**製品を「導入する」**モデル

これから

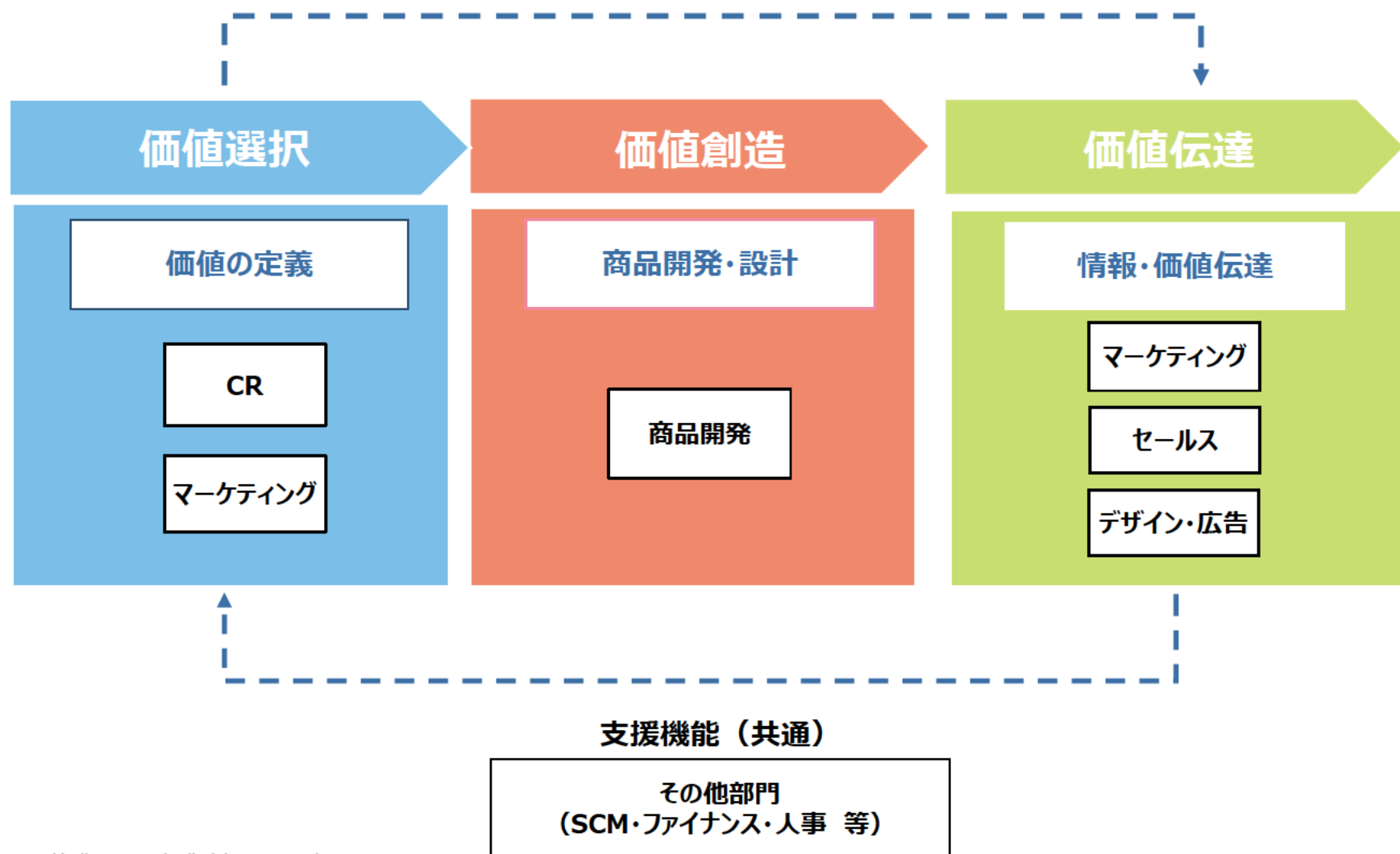
- 「注力領域」ベース**
- 生活者ニーズごとに、提供すべき価値を考え抜く観点から注力領域(提供価値)ベースでマネジメント
- =「顧客視点」**

- 「事業」として全機能で推進**
- 新たな価値の創造や伝達のために、全機能を駆使して**新たなバリューチェーンを「自ら作り出す」**モデル

お客様起点に向けたバリューチェーン構築



- お客様起点のバリューチェーン構築を牽引する機能を事業部に組み込み、成長を加速



カテゴリーマーケティングから新たな事業マネジメントへの転換

カテゴリーマネジメント

健康
チョコレート
ビスケット
アイス
乳業
洋生菓子
加工食品
ベビー・育児
など



事業マネジメント

健康
イノベー
ション
事業

乳業
事業

グローバ
ルブラン
ド事業

栄養菓
子・補食
事業

パーパス実現に向けた商品の発売（国内）



■糖質オフを実現した「糖質オフクラッツ」
「糖質オフチーザ」の2品を発売。



糖質オフクラッツ
＜チキンの黒胡椒仕立て＞



糖質オフチーザ
＜W チーズの黒胡椒仕立て＞

■「SUNAO <バニラソフト>」、「SUNAO」カップアイスシリーズ（ストロベリー＆ラズベリー、マカダミア＆アーモンド）をリニューアル発売。



SUNAO
＜バニラソフト＞



SUNAO
＜ストロベリー＆ラズベリー＞



SUNAO
＜マカダミア＆アーモンド＞

■タンサ（短鎖）脂肪酸を生み出すチカラ
「BifiX ヨーグルト」フルーツシリーズを新発売



BifiXヨーグルト
すっきりアロエ
330g



BifiXヨーグルト
華やか白桃
330g



BifiXヨーグルト
手摘み苺
330g



BifiXヨーグルト
芳醇マンゴー
330g

■発育サポート成分「MFGM」配合の新商品
「アイクレオ グローアップミルク」を発売。



アイクレオ
グローアップミルク

おいさと健康価値の提供取り組み



■ オフィス向け 適正糖質※ランチ「SUNAOデリバリー」を2022年8月開始



1 食で糖質 40g 以下のおいしくてボリュームあるランチメニュー

■「オフィスグリコ」の配送網で配送
＜配送地域＞ サービス開始時は大阪駅・新大阪駅
周辺のオフィスビルで、順次拡大予定。

■ 東京駅一番街に「Glico ALMOND DAYS」を2022年12月開業



※一般社団法人「食・楽・健康協会」は 1 食で摂取する糖質量を 20～40g、間食では 10g 以下にする「適正糖質」を提唱しています。

パーパス実現に向けた製品の発売（海外）



中国で「アーモンド効果」を初の海外展開
～2021年8月よりECサイトで販売開始～
台湾で2022年2月よりECで発売開始
タイでも2022年12月よりECで販売開始

中国で「ビスコ」初の海外展開
～2021年10月よりEC先行発売、
2022年5月よりオフライン～

左から「ミルク」「いちご」



2022年6月より、タイで
「SUNAO <マカダミア&アーモンド>」を発売
おいしさと適正糖質を実現



中期経営計画進捗



- 売上高は中期経営計画を達成したものの、利益は未達。
- 国内は上期の売上は苦戦したが、下期の回復により売上は前年並み。一方で、原材料高騰により営業利益は減益
- 海外は中国のロックダウンの影響があったものの、為替の影響及びASEAN・米国の増収により増収。一方で中国のロックダウン及び米国の海上運賃等の影響により減益

	2022年	
	実績	中期経営計画
売上高	○ 3.9%	年平均成長率 + 3～5%
営業利益	✕ -33.5%	年平均成長率 + 5～10%

Ⅲ . ESGの取り組み

環境

社会

現代社会の
期待に応える
取り組み

現代社会の
要請に応える取り組み

コーポレートガバナンス
企業倫理・コンプライアンス

CSRマインド／
Glicoグループ行動規範

パーパス

「すこやかな毎日、ゆたかな人生」
の実現のために

Glicoグループらしい
事業による社会課題解決

Glicoグループとしての
社会対応

企業としての
基盤的な取り組み

Glicoグループ一人
一人の意識・行動

Glico
グループの
取り組み

従業員の
意識・行動

マテリアリティマッピング



- 製品安全・消費者・コミュニティ課題 ● 労働・人権課題 ● 環境・社会共通課題
● 環境課題 ● コンプライアンス・ガバナンス課題

ステークホルダーの要請・期待



事業への影響度



1. 環境への取り組み

- ・Glicoグループ環境ビジョン2050を公開（2021年3月）2050年までの温室効果ガス100%削減、水の使用量削減、プラスチック容器/リサイクル化、食品廃棄物の削減目標とKPIを策定
- ・インターナルカーボンプライシング（ICP）制度の導入
- ・「物流DX・標準化表彰」と「グリーン物流パートナーシップ会議特別賞」をダブル受賞

環境ビジョン2050



2. 社会への取り組み

- ・Co育てProjectの推進。イクメン企業アワード2020受賞、国連グローバル・コンパクト リーダーズサミットにおける事例紹介（2021年6月）
- ・ダイバーシティ&インクルージョンの促進に向けたD&I Weekを2021年から実施。Pride指標において2021年ブロンズ、2022年ゴールドを取得。
- ・2020年人権方針/品質方針の策定以降の社内浸透活動推進

CSRレポート2022



3. ガバナンスへの取り組み

- ・半数の社外取締役の監督下において経営を実施
- ・コンプライアンス対応：ホットライン窓口の設置
- ・「健康経営優良法人～ホワイト 500～」に2年連続で認定（前年よりランクアップ）、国内生産子会社のグリコマニュファクチャリングジャパン初認定

ESGデータ集



IV. 23年12月期業績計画

連結業績の計画



- 売上高 : 海外事業は引き続き対前年で2桁の増収、国内事業も対前年1.6%の増収を計画。連結全体で対前年4.3%の増収を計画。
- 営業利益 : 中国ビジネスの回復を中心とした海外の増収効果等により、連結全体では対前年24.6%増益を計画。

(単位: 億円)

	22年12月期	23年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
売上高	3,039	3,170	+4.3%
営業利益	128	160	+24.6%
経常利益	136	170	+24.6%
当期純利益	81	100	+23.5%
営業利益率	4.2%	5.0%	-

新セグメントについて



2023年度～

報告単位	健康・食品 事業	乳業事業	栄養菓子 事業	食品原料 事業	国内 その他 事業	海外事業
主なブランド	・アーモンド効果 ・SUNAO ・パピコ ・アイスの実 ・DONBURI亭	・BifiX ・ジャイアント コーン ・セブンティ ンアイス ・カフェオーレ ・プッチンプリン	・ポッキー ・プリッツ ・ビスコ ・カプリコ	食品原料 事業	冷菓卸 オフィスグリコ等	海外事業

営業利益計画



(単位：億円)

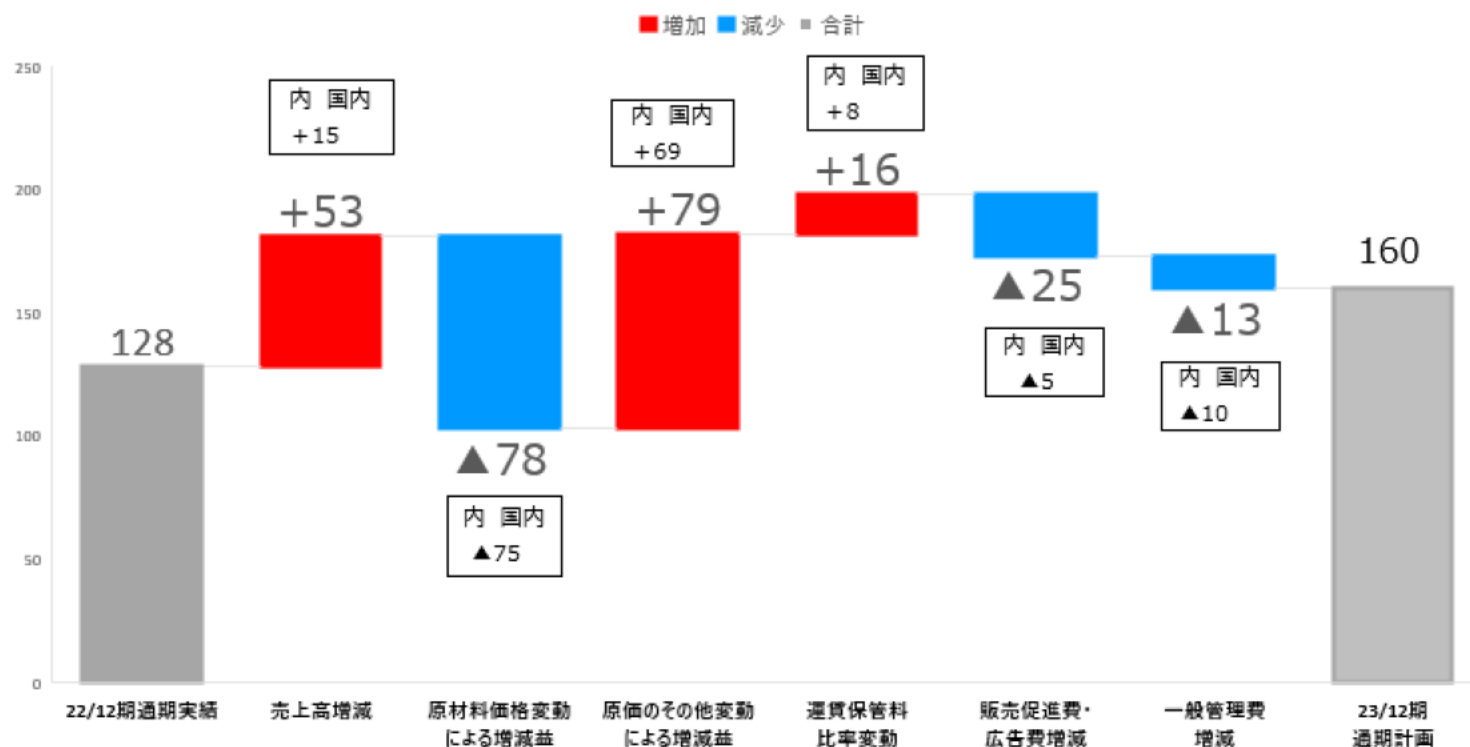
	22年12月期		23年12月期	
	通期実績	売上比	通期計画	売上比
売上高	3,039	100.0%	3,170	100.0%
売上原価	1,931	63.6%	1,997	63.0%
売上総利益	1,107	36.4%	1,173	37.0%
運賃保管料	271	8.9%	267	8.4%
販売促進費	89	2.9%	96	3.0%
広告費	102	3.4%	121	3.8%
人件費・厚生費	306	10.1%	309	9.7%
経費・償却費	209	6.9%	220	6.9%
販売費及び一般管理費合計	979	32.2%	1,013	32.0%
営業利益	128	4.1%	160	5.0%

営業利益の増減要因 (新基準)



<前年同期比>

- 国内は、原材料価格の上昇等はあるものの、価格改定による増益などにより、トータルで増益を計画。
- 海外は、売上高の増加などによる増益により、増益の計画。



セグメント別売上高計画



- 国内セグメントは、乳業事業が苦戦するものの、主に、健康・食品事業が対前年で増収を計画し、全体では対前年+1.6%の増収となる計画。
- 海外セグメントは、中国、ASEAN、米国が順調に推移して、対前年+15.2%の増収を見込む。

(単位：億円)

	22年12月期	23年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
合 計	3,039	3,170	+4.3%
(うち 国 内)	2,440	2,480	+1.6%
健康・食品事業	478	500	+4.6%
乳業事業	660	665	+0.7%
栄養菓子事業	578	582	+0.6%
食品原料事業	112	117	+4.9%
国内その他事業	612	616	+0.7%
海外事業	599	690	+15.2%

＜参考＞ 換算レート

換算レート	22年12月期 通期実績	23年12月期 通期計画
中国 (CNY)	1 CNY=19.38円	1 CNY=19.20円
タイ (THB)	1 THB=3.72円	1 THB=3.70円
米国 (USD)	1 USD=130.77円	1 USD=129.00円

セグメント別営業利益計画



- 国内が+1億円、海外が+30億円。連結全体では、対前年+32億円の増益。

(単位：億円)

	22年12月期	23年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比増減額
合 計	128	160	+32
(うち 国内)	117	118	+1
健康・食品事業	20	28	+8
乳業事業	3	6	+3
栄養菓子事業	48	49	+1
食品原料事業	12	13	+1
国内その他事業	9	14	+5
調整	24	8	▲16
海外事業	12	42	+30

<参考> 換算レート

換算レート	22年12月期 通期実績	23年12月期 通期計画
中国 (CNY)	1 CNY=19.38円	1 CNY=19.20円
タイ (THB)	1 THB=3.72円	1 THB=3.70円
米国 (USD)	1 USD=130.77円	1 USD=129.00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)

	22年12月期	23年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
売上高	1,261	1,516	+20.2%
営業利益	60	163	+168.1%

◆ASEAN *

(単位：百万米ドル)

	22年12月期	23年12月期	
	通期実績（新基準）	通期計画（新基準）	前年同期比
売上高	113	131	+16.7%
営業利益	▲13	▲12	-

◆米国 *

(単位：百万米ドル)

	22年12月期	23年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
売上高	108	120	+11.5%
営業利益	17	24	+35.6%

*ASEANの各決算期については、各国の23年通期計画レートで置き換えた数値

*米国については、連結ベースの数字、米国会計基準を従来より適応

*海外現地通貨建て業績については、百万元、百万米ドル以下を切り捨て

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
2019	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
2020	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
2021	3/31	110.71	129.80	3.54	16.84	9.78	0.77
	6/30	110.58	131.58	3.44	17.11	9.78	0.77
	9/30	111.42	129.11	3.26	17.15	9.37	0.73
	12/31	115.02	130.51	3.43	18.06	9.73	0.81
2022	3/31	122.39	136.70	3.68	19.26	10.13	0.86
	6/30	136.68	142.67	3.85	20.38	10.52	0.92
	9/30	144.81	142.32	3.81	20.37	10.12	0.95
	12/31	132.70	141.47	3.80	19.01	10.55	0.85

カテゴリー別売上高



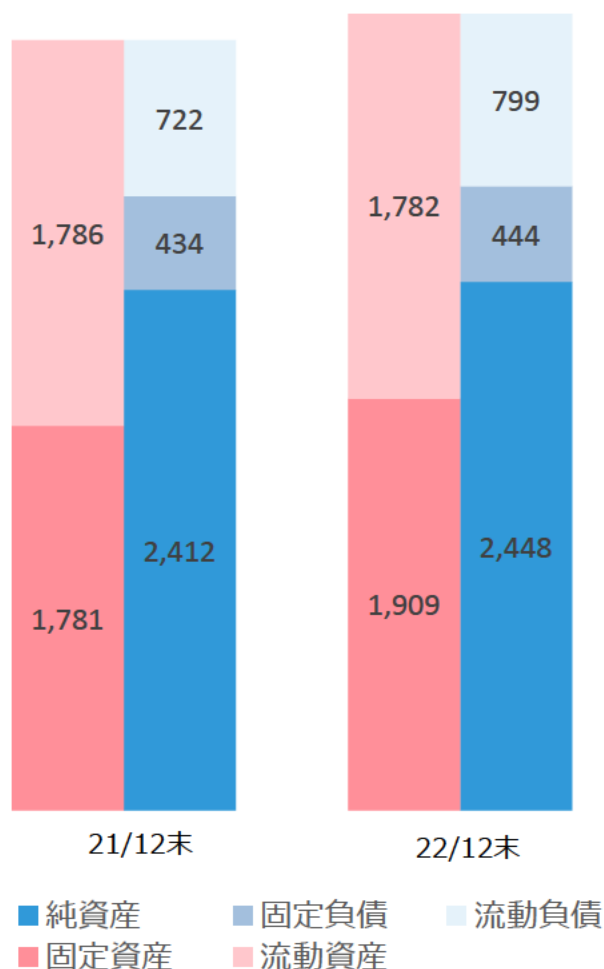
(単位：億円)

セグメント	カテゴリー	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)
		通期実績	通期実績
菓子・食品	チョコレート	337	331
	ビスケット	185	195
	加工食品	121	127
	その他	13	14
	計	656	667
冷菓	アイスクリーム、卸売販売 子会社	772	801
	計	772	801
乳業	発酵乳	145	123
	牛乳・乳飲料	215	202
	果汁・清涼飲料	201	197
	洋生菓子	100	108
	ベビー育児	45	44
	計	705	674
食品原料	食品原料	105	112
	計	105	112
海外	海外子会社・海外輸出	499	599
	計	499	599
その他	うち健康	138	135
	計	187	186
合 計		2,926	3,039

貸借対照表の状況



- 自己資本比率：67.5%(2021/12末)
⇒ 66.2%(2022/12末)



(単位：億円)

資産の部 主要勘定科目		21年 12月末	22年 12月末	前年 同期比
流動資産	現金及び預金	1,020	917	▲103
	受取手形及び売掛金	429	454	+25
	有価証券	2	2	+0
	棚卸資産	282	328	+47
	流動資産合計	1,786	1,782	▲5
固定資産	有形固定資産	1,011	1,100	+90
	無形固定資産	160	217	+57
	投資有価証券	416	393	▲24
	固定資産合計	1,781	1,909	+128

負債の部・純資産の部 主要勘定科目		21年 12月末	22年 12月末	前年 同期比
流動負債	支払手形及び買掛金	324	364	+41
	短期・長期(1年以内)借入金	2	0	▲2
	流動負債合計	722	799	+77
固定負債	転換社債型新株予約権付社債	300	300	▲0
	長期借入金	1	0	▲1
	固定負債合計	434	444	+10
純資産	株主資本	2,235	2,210	▲24
	純資産合計	2,412	2,448	+36

キャッシュフローの状況

(単位：億円)

	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	21年12月期 通期実績	22年12月期 通期実績
営業活動による キャッシュフロー	203	173	172	287	168
投資活動による キャッシュフロー	▲87	▲90	▲124	▲292	▲201
FCF (フリーキャッシュフロー)	116	83	48	▲5	▲33
財務活動による キャッシュフロー	▲46	▲96	▲97	▲49	▲103
現金及び現金同等物の 期末残高	992	980	924	895	799

【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 榊原 圭一

TEL：06-6477-8167

E-mail：ir-division@glico.com