



<全体版>

22年12月期 第2四半期 決算説明会

江崎グリコ株式会社
証券コード 2206
2022.8.23

I .22年12月期 第2四半期 業績報告	P. 3~17
II .22年12月期 通期業績見込み	P.18~24
III .中期経営計画の進捗	P.25~31
(補足資料)	P.32~34

I. 22年12月期 第2四半期 業績報告

※2022年12月期第1四半期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用したため、以下の業績実績、計画については当該会計基準等に基づいた金額としております。

※これまで販売管理費に計上していた一部の販売費（リベート等）を売上高から控除しております。

22年12月期 第2四半期 サマリー



1. 第2四半期累計の売上高は増収となったものの、中国上海のコロナウイルスによるロックダウンの影響及び国内事業の減益等により営業利益は減益

- 第2四半期累計の売上高は対前年+0.9%、営業利益は▲31.0%。
- ただし上海のロックダウンの影響を受けた中国を除くと売上高は+2.9%の増収。

2. ASEAN・米国は堅調に増収を達成

- 海外セグメントは中国上海のロックダウンにもかかわらず、ASEAN及び米国が成長をけん引して対前年+8.0%の増収を達成。中国を除くと為替影響もあり+36%の増収。ただし利益面では、中国上海のロックダウンに加え、インドネシアの工場の立ち上げや米国の物流コストの上昇により減益。

3. 国内菓子、冷菓ブランド、乳業は厳しい状況だが、健康価値を伴った新製品を国内外で発売

- 国内では糖質オフのSUNAOパスタや糖質オフのおつまみ（チーザ・クラッツ）等、海外ではタイでのSUNAOアイスや台湾でのアーモンド効果等の健康価値を伴った製品を発売。

連結業績の概況



- 売上高 : 中国上海のロックダウン、国内の菓子、乳業の減収はあったものの、海外や健康カテゴリーを含むその他セグメントが増収し、対前年+0.9%増収。
- 営業利益 : 中国上海のロックダウン、国内の減益により、対前年▲31.0%減益。

(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)	
	上期実績	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	1,603	1,380	1,391	+0.9%
営業利益	100	100	69	▲31.0%
経常利益	112	112	80	▲28.8%
当期純利益	79	79	47	▲40.1%
営業利益率	6.2%	7.2%	4.9%	—

営業利益の状況



(単位：億円)

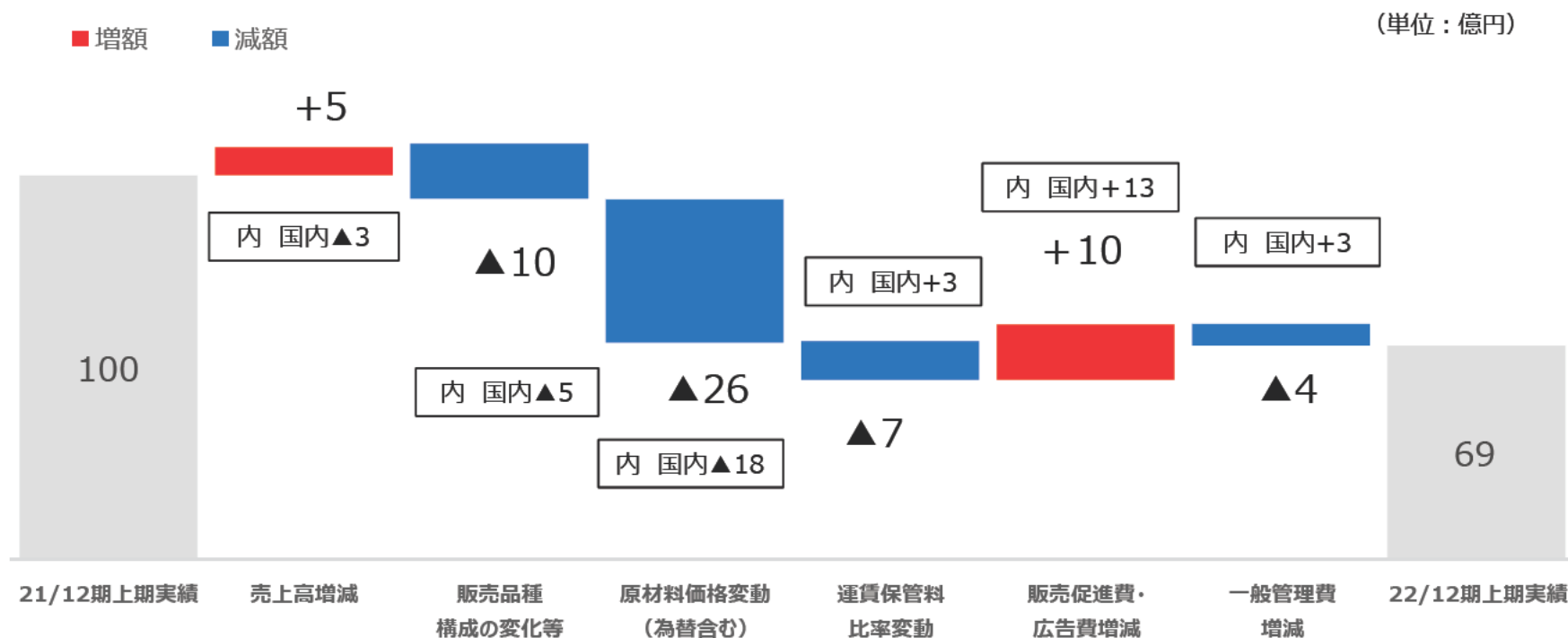
	21年12月期 (新基準)		22年12月期 (新基準)	
	上期実績	売上比	上期実績	売上比
売上高	1,380	100.0%	1,391	100.0%
売上原価	836	60.6%	877	63.0%
売上総利益	544	39.4%	515	37.0%
運賃保管料	120	8.7%	127	9.2%
販売促進費	43	3.1%	39	2.8%
広告費	44	3.2%	38	2.7%
人件費・厚生費	140	10.2%	147	10.6%
経費・償却費	97	7.1%	94	6.8%
販売費及び一般管理費 合計	444	32.2%	446	32.0%
営業利益	100	7.2%	69	4.9%

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- 国内は、販売促進費・広告費増減等の減少による増益要因はあったものの、原材料価格の上昇や販売品種構成の変化等により減益。
- 海外は、売上高増減は中国上海のロックダウンの売上減少をASEAN、米国の増収や為替の影響もあり増益要因となったものの、運賃保管料比率、原材料価格の上昇、一般管理費の増加等により減益。



セグメント別売上高の状況



- 国内は、食品、冷菓、食品原料、健康を含むその他が増収だったが、菓子、乳業が減収となり対前年 ▲0.6%減収
- 海外は、中国上海でロックダウンがあったが、ASEAN、米国の増収、為替の影響もあり対前年 +8.0%増収
(単位：億円)

	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)	
	上期実績	上期実績	前年同期比
合 計	1,380	1,391	+0.9%
(うち 国 内)	1,152	1,145	▲0.6%
菓子・食品	321	316	▲1.6%
(うち 菓子)	263	257	▲2.4%
(うち 食品)	58	59	+2.2%
冷 菓	346	358	+3.3%
乳 業	348	330	▲5.1%
食 品 原 料	51	52	+2.9%
海 外	228	246	+8.0%
そ の 他	86	89	+3.6%
(うち 健 康)	62	64	+3.0%

<参考>

換算レート	21年12月期 上期累計実績	22年12月期 上期累計実績
中国(CNY)	1CNY = 16.63円	1CNY = 18.98円
タイ(THB)	1THB = 3.49円	1THB = 3.63円
米国(USD)	1USD = 107.74円	1USD = 123.16円

セグメント別営業利益の状況



- 国内は、冷菓ブランド及び乳業の減収や原材料価格の上昇等により対前年▲6億円の減益
- 海外は、主に中国上海ロックダウンの影響により対前年▲24億円の減益

(単位：億円)

	21年12月期	22年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期増減額
合 計	100	69	▲31
(うち 国 内)	78	72	▲6
菓子・食 品	23	26	3
(うち 菓 子)	22	25	3
(うち 食 品)	1	1	0
冷 菓	21	10	▲10
乳 業	11	1	▲10
食 品 原 料	6	6	1
海 外	21	▲3	▲24
そ の 他	6	6	0
調 整	11	22	10

<参考>

換算レート	21年12月期 上期累計実績	22年12月期 上期累計実績
中国(CNY)	1CNY = 16.63円	1CNY = 18.98円
タイ(THB)	1THB = 3.49円	1THB = 3.63円
米国(USD)	1USD = 107.74円	1USD = 123.16円

国内：カテゴリー別状況



カテゴリー	22年12月期 上期	
	売上高 (前年同期比)	
チョコレート	157億円 (▲4.4%)	主力のポッキーは増収となったものの、神戸ローストショコラ等が苦戦した。
ビスケット	93億円 (+0.5%)	ブリッツをはじめ、クラッツ等が増収。ビスコは減収。
冷菓	358億円 ^{※1} (+3.3%)	ジャイアントコーン、アイスの実、パピコ等は苦戦したが、卸売販売子会社やセブンティーンアイスは増収となった。
発酵乳	63億円 (▲18.5%)	ヨーグルト市場の縮小もあり、BifiXヨーグルト、朝食りんごヨーグルト等、全般的に苦戦した。
ベビー育児	20億円 (▲0.7%)	液体ミルクは増収となったものの、フォローアップミルクの落ち込みにより微減収。
健康	64億円 (+3.0%)	主力のアーモンド効果（飲料）が増収をけん引。

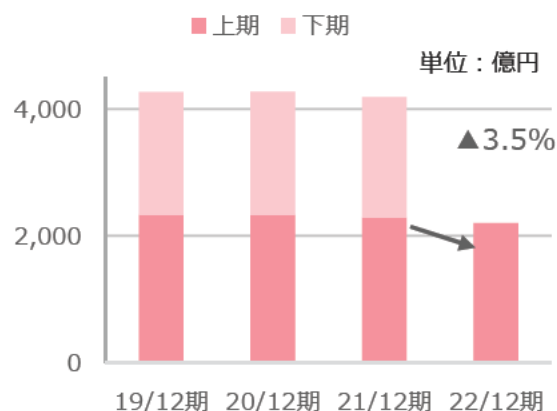
※1 卸売販売子会社の売上高を含む

国内：カテゴリー別状況(チョコレート/ビスケット)

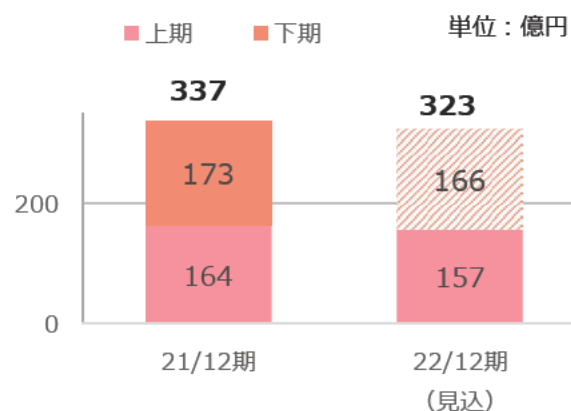


チョコレートカテゴリー

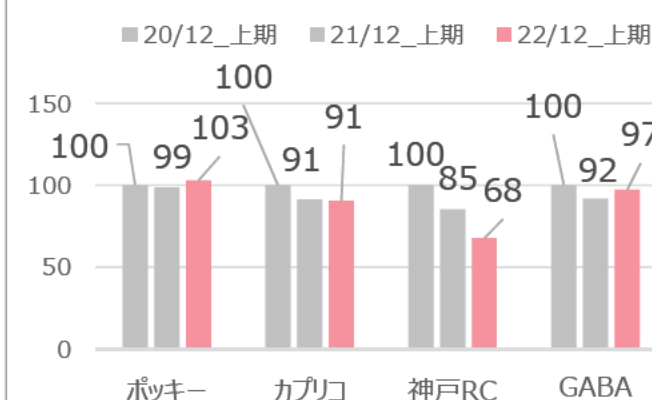
チョコレート市場
(インテージSRI+)



売上高実績および見込み
～チョコレートカテゴリー～

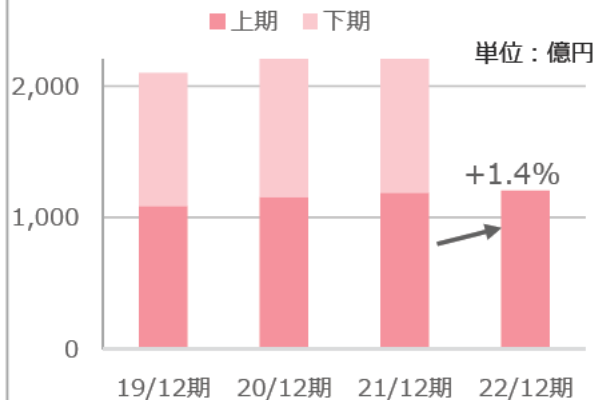


ブランド別売上高
(20/12期上期を100とした場合)

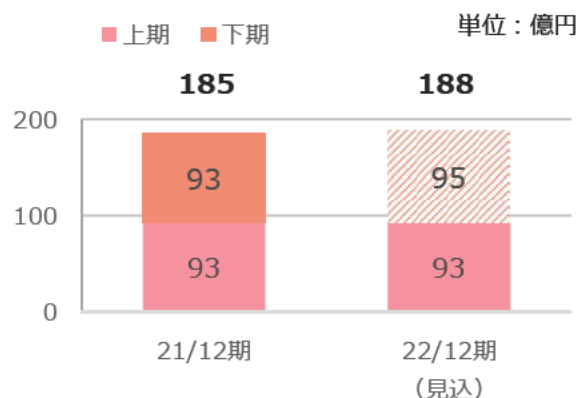


ビスケットカテゴリー

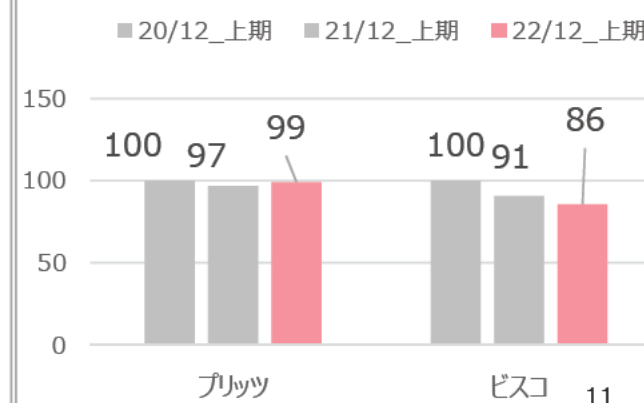
ビスケット市場
(インテージSRI+)



売上高実績および見込み
～ビスケットカテゴリー～



ブランド別売上高
(20/12期上期を100とした場合)

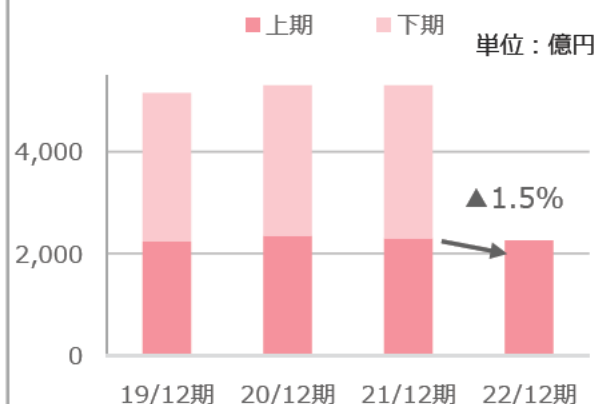


国内：カテゴリー別状況(冷菓/発酵乳)

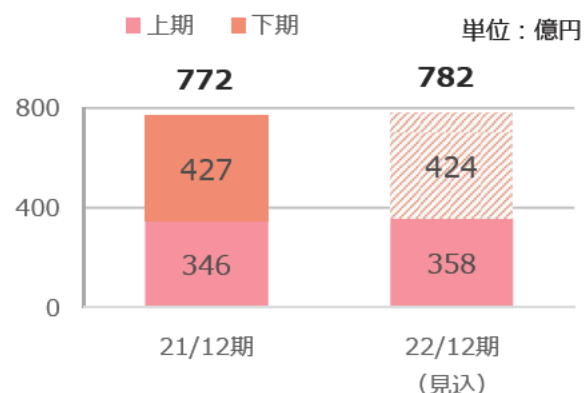


冷菓カテゴリー

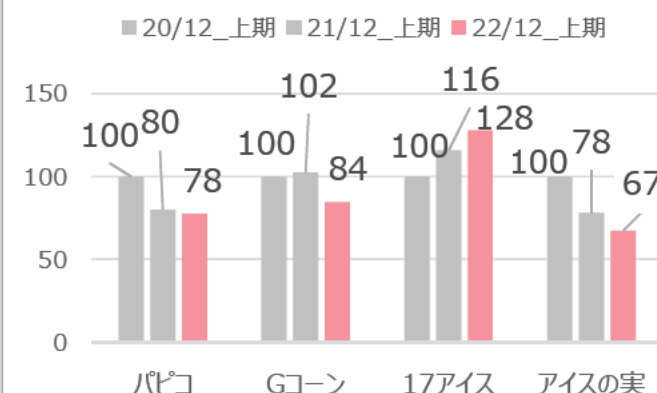
アイスクリーム市場 (インテージSRI+)



売上高実績および見込み ～冷菓カテゴリー～

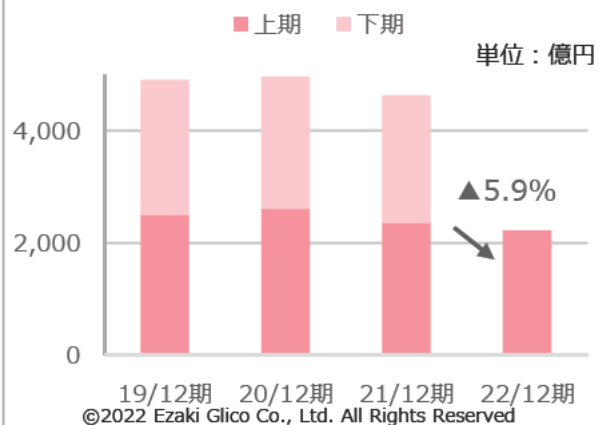


ブランド別売上高 (20/12期上期を100とした場合)

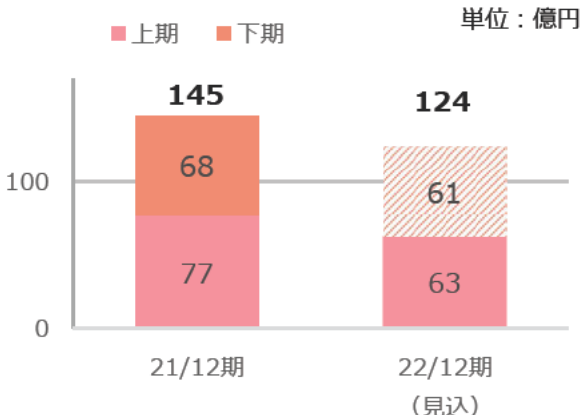


発酵乳カテゴリー

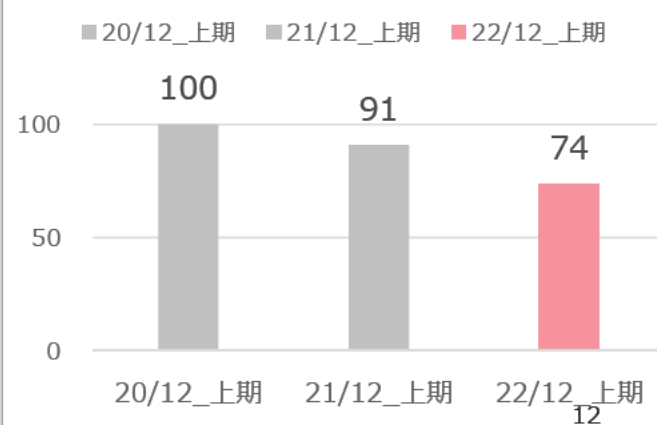
ヨーグルト市場 (インテージSRI+)



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 (20/12期上期を100とした場合)

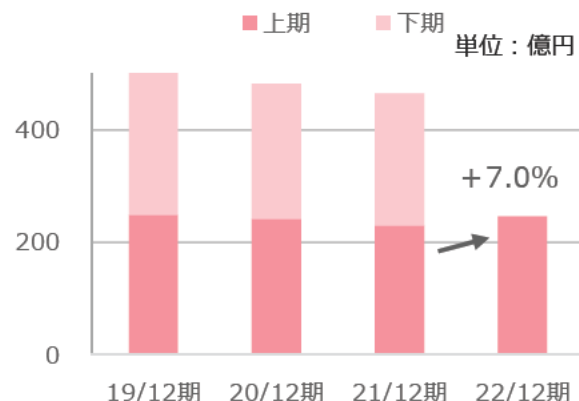


国内：カテゴリー別状況(育児用ミルク/健康)

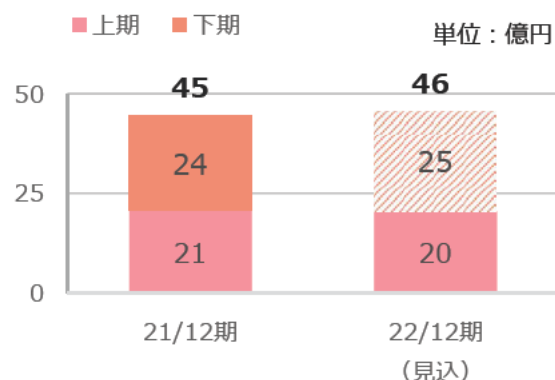


育児用ミルクカテゴリー

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～

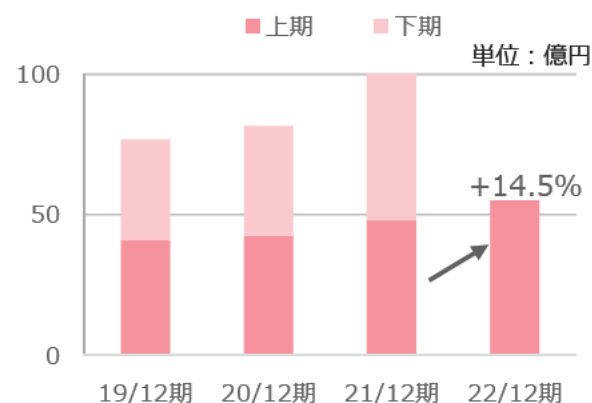


アイクレオ(育児用ミルク)売上高
(20/12期上期を100とした場合)

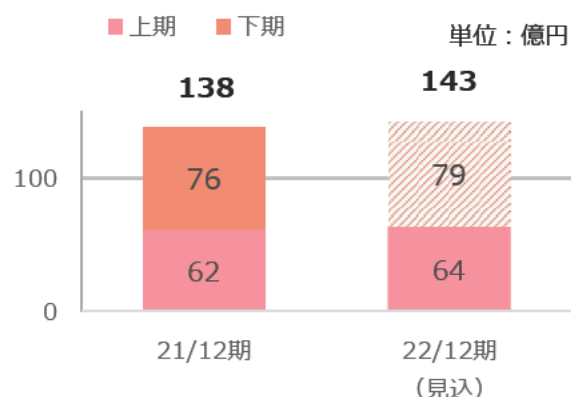


健康カテゴリー

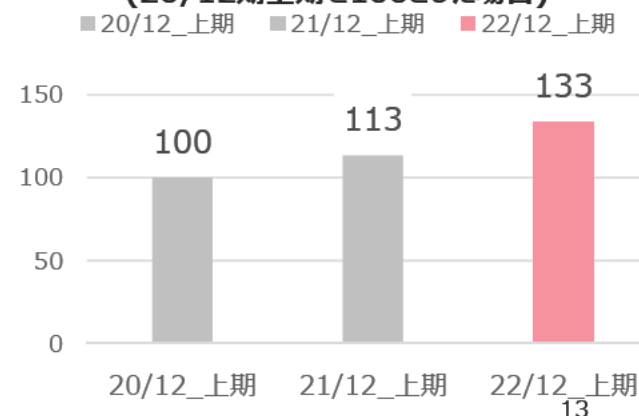
アーモンドミルク市場
(インテージSRI+)



売上高実績および見込み
～健康カテゴリー～



アーモンド効果(飲料)売上高
(20/12期上期を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)	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	645	430	▲33.2
営業利益	50	▲47	—

◆ASEAN *

(単位：百万米ドル)

	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	47	58	+23.7
営業利益	▲3	▲3	—

◆米国 *

(単位：百万米ドル)

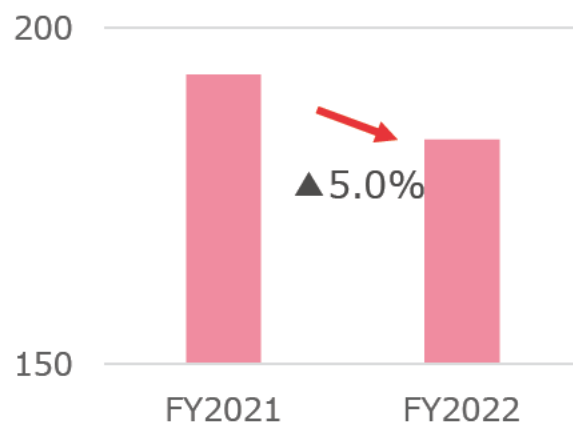
	21年12月期	22年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	48	54	+11.7%
営業利益	18	13	▲26.0%

*ASEANの各決算期については、各国の22年12月期2Q累計の実質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

- 上海ロックダウンの影響等により、当社の上海にある2工場が3月中旬より2.5ヶ月程度、生産停止となった。6月1日より上海のロックダウンは解除されたものの、上期の業績に大きなマイナス影響。
- 上期の中国ビスケット市場全体（POS）は対前年▲5.0%の低下。上海のロックダウンの影響などにより、当社の売上高（出荷）は現地通貨ベースで対前年▲33.2%、営業利益は▲47百萬元の赤字と大きく減収減益。
- アーモンド効果、ビスコは昨年よりECサイトで販売を開始。ビスコについては、本年5月からはオフライン店舗でも販売を開始。積極的なマーケティング投資を実施し、拡販への取り組みを加速。

中国ビスケット(オフライン・EC)
上期 市場規模



出所：当社調べ

アーモンド効果の
ライブコマース



ビスコのオフライン
ローンチ販促



生産再開前の工場内消毒



ASEAN



- ASEAN地域のビスケット市場は、タイが対前年+6.0%、インドネシアが対前年+20.7%と前年を上回る状況。
- ASEAN全体の上期売上高は対前年+23.7%の増収。国別では、インドネシア、タイ等を中心に市場を上回って好調に推移した。営業利益は▲3百万ドルの赤字となったが、インドネシア工場（GMI）立ち上げにかかる費用が大きい。ASEANの菓子ビジネスについては黒字となり収益性も改善。
- 健康価値を訴求した「ポッキーホールサム」などの販売を進めており、ASEAN地域においても健康価値の提供による持続的な成長に取り組んでいく。
- 供給キャパシティが逼迫した状況が続いているが、来期頃からのインドネシア工場の本格稼働に伴い、製品供給力が大幅に増強される見通し。

「ポッキーホールサム」
左から「ブルーベリーヨーグルト」「チョコレートアーモンド」



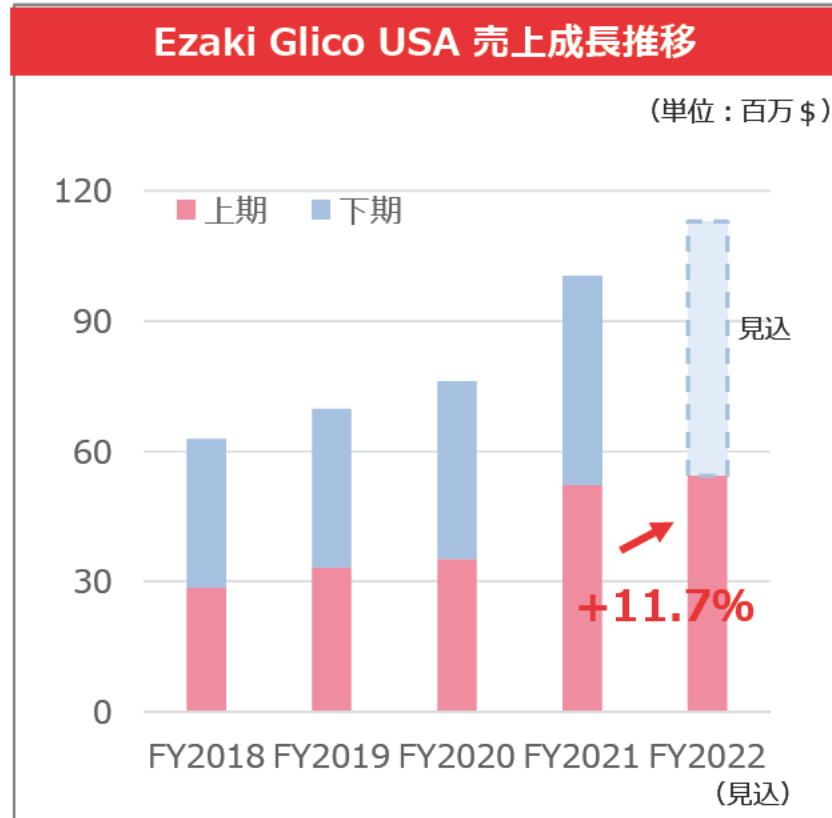
インドネシアにおける店頭例



米国

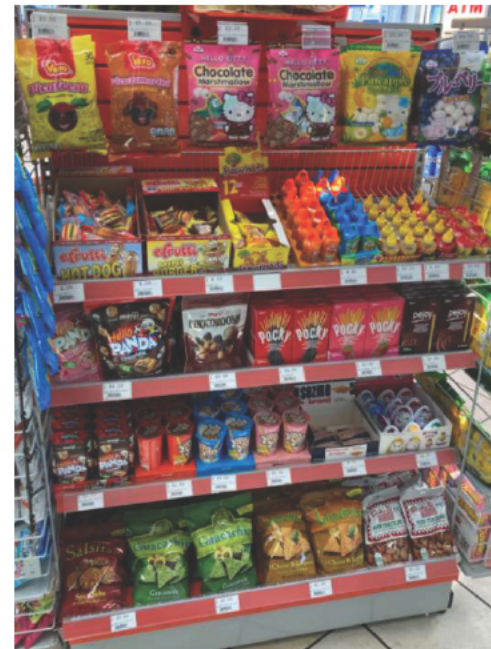


- 米国菓子事業の現地法人「Ezaki Glico USA」の上期売上高は現地通貨ベースで54百万US\$と対前年+11.7%増収。一方、利益面は物流費の上昇等により▲26.0%減益。
- 現在、供給面の逼迫により全ての需要に対応できていない状況。インドネシア工場の本格稼働により、商品供給キャパシティが大幅に増強される予定。



©2022 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

小売店の配荷例



SNSを活用したマーケティング取り組み



World Art Dayで
@pockyusaのタグをつけて投稿していただきました。

Ⅱ.22年12月期 通期業績見込み

通期計画と見込み



- 売上高 : 連結全体では主に中国上海ロックダウンの影響等により、期初計画比▲0.8%、対前年+2.9%の見通し。
- 営業利益 : 連結全体では主に中国上海ロックダウンの影響、国内の状況を反映し、期初計画比▲26.8%、対前年▲22.3%の見通し。

(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	期初計画	通期見込み	前年同期比	計画比
売上高	3,386	2,926	3,033	3,010	+2.9%	▲0.8%
営業利益	193	193	205	150	▲22.3%	▲26.8%
経常利益	217	217	220	160	▲26.3%	▲27.3%
当期純利益	135	135	140	110	▲18.6%	▲21.4%
営業利益率	5.7%	6.6%	6.8%	5.0%		

営業利益の見込み



(単位：億円)

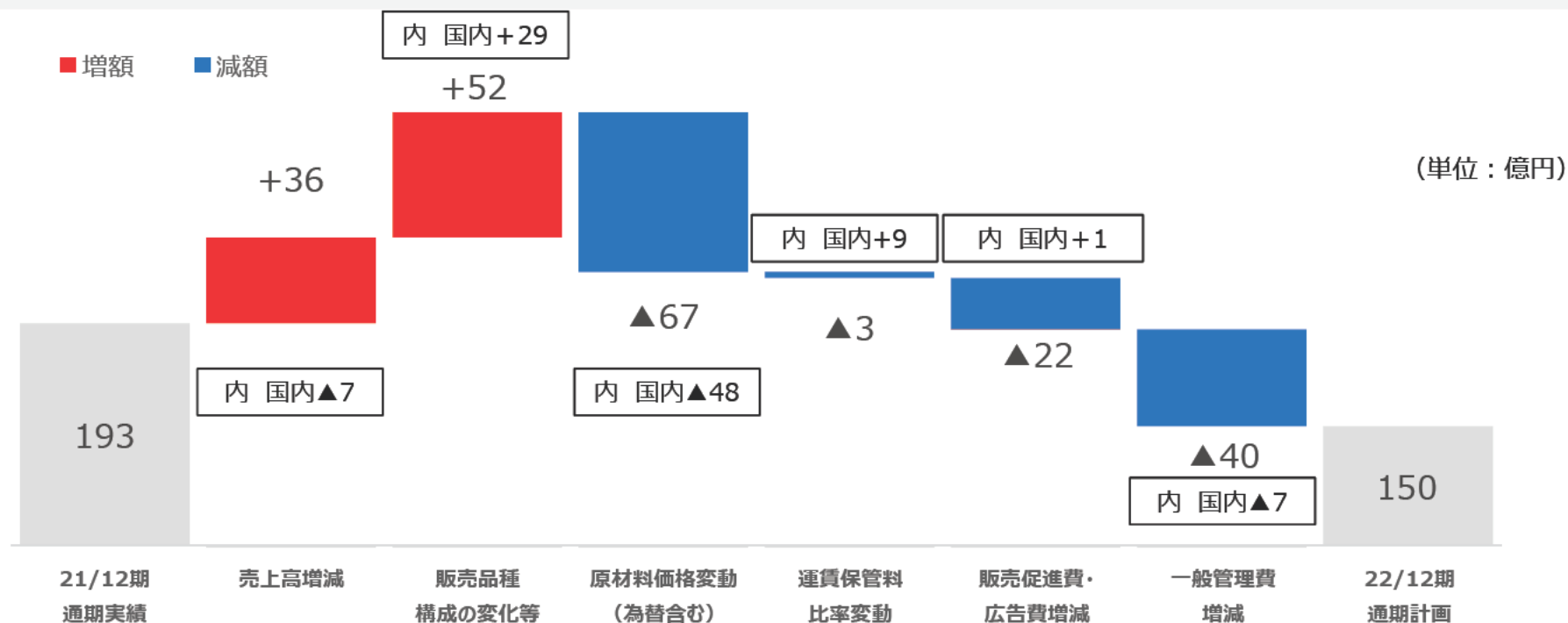
	21年12月期 (新基準)		22年12月期 (新基準)		
	通期実績	売上比	期初計画	通期見込み	売上比
売上高	2,926	100.0%	3,033	3,010	100.0%
売上原価	1,805	61.7%	1,853	1,861	61.8%
売上総利益	1,120	38.3%	1,180	1,149	38.2%
運賃保管料	252	8.6%	251	264	8.8%
販売促進費	85	2.9%	85	94	3.1%
広告費	100	3.4%	116	113	3.8%
人件費・厚生費	287	9.8%	293	302	10.0%
経費・償却費	203	6.9%	230	226	7.5%
販売費及び一般管理費 合計	927	31.7%	975	999	33.2%
営業利益	193	6.6%	205	150	5.0%

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- 国内は、主にブランドビジネスの減収や原材料価格の上昇により減益。
- 海外は、主に中国上海のロックダウンの影響により減益。



- 対期初計画では、中国上海のロックダウン影響と国内のブランドビジネスの減収及び原材料価格やエネルギーコストの上昇により▲55億円の減益。

セグメント別売上高の見込み



- 国内は、主に食品原料、健康カテゴリーを含むその他が対前年で増収を見込むものの、菓子・食品、乳業を中心に減収が続き、国内全体では対前年▲0.7%の減収となる見通し。
- 海外は、ASEAN、米国が順調に推移し、為替の影響もあり対前年+20.4%増収となる見通し。(単位：億円)

	21年12月期 (新基準)	22年12月期 (新基準)			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年同期比	計画比
合 計	2,926	3,033	3,010	+2.9%	▲0.8%
(うち 国 内)	2,426	2,445	2,409	▲0.7%	▲1.5%
菓 子・食 品	656	638	645	▲1.7%	+1.1%
(うち 菓 子)	536	526	527	▲1.6%	+0.2%
(うち 食 品)	121	112	118	▲2.3%	+5.4%
冷 菓	772	796	782	+1.2%	▲1.8%
乳 業	705	689	672	▲4.7%	▲2.5%
食 品 原 料	105	110	115	+9.5%	+4.5%
海 外	499	588	601	+20.4%	+2.2%
そ の 他	187	212	195	+4.1%	▲8.0%
(うち 健 康)	138	158	143	+3.3%	▲9.5%

<参考> 換算レート

	21年12月期 通期実績	22年12月期 期初計画	22年12月期 通期見込み
中国(CNY)	1CNY = 17.03円	1CNY = 18.00円	1CNY = 19.63円
タイ(THB)	1THB = 3.43円	1THB = 3.50円	1THB = 3.73円
米国(USD)	1USD = 109.84円	1USD = 115.00円	1USD = 129.40円

セグメント別営業利益の見込み



- 国内は、主に菓子・食品や乳業の減収により対前年▲23億円の減益となる見通し。
- 海外は、主に中国上海のロックダウンの影響により対前年▲20億円の減益となる見通し。 (単位：億円)

	21年12月期	22年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年同期比 増減額	計画比 増減額
合 計	193	205	150	▲43	▲55
(うち 国 内)	154	159	131	▲23	▲28
菓子・食品	51	52	47	▲4	▲5
(うち 菓子)	46	47	45	▲1	▲2
(うち 食品)	5	5	2	▲3	▲3
冷 菓	38	45	39	1	▲6
乳 業	21	18	9	▲12	▲9
食 品 原 料	9	9	9	0	0
海 外	39	46	19	▲20	▲27
そ の 他	15	19	8	▲7	▲11
調 整	20	16	19	▲1	3

<参考> 換算レート

	21年12月期 通期実績	22年12月期 期初計画	22年12月期 通期見込み
中国(CNY)	1CNY = 17.03円	1CNY = 18.00円	1CNY = 19.63円
タイ(THB)	1THB = 3.43円	1THB = 3.50円	1THB = 3.73円
米国(USD)	1USD = 109.84円	1USD = 115.00円	1USD = 129.40円

海外事業-地域別の売上高、営業利益の見込み

◆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	期初計画	通期見込み	前年同期比	計画比
売上高	1,410	1,583	1,210	▲14.2%	▲23.6%
営業利益	141	183	23	▲83.4%	▲87.2%

◆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	通期見込み	前年同期比	計画比
売上高	99	112	115	+15.3%	+2.3%
営業利益	▲7	▲15	▲12	—	—

◆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	通期見込み	前年同期比	計画比
売上高	91	105	117	+28.2%	+11.4%
営業利益	24	30	28	+16.6%	▲7.3%

Ⅲ.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。



中期経営計画における事業戦略



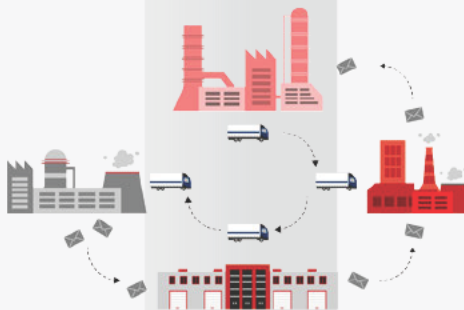
中期事業戦略の3つの柱

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

おいさと健康価値の提供（国内の新商品）



おいさと適正糖質を両立する「SUNAO」ブランドから「パスタ」と「ソース」を3月より全国発売
適正糖質の習慣的な食生活実現に向けラインアップ拡充



「パピコ デザートベジ <紫いも> <かぼちゃ>」を
4月より発売 ビタミン A・C・E と食物繊維がたっぷり取れる
こだわり素材の野菜デザート



©2022 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

「アイスの実 <濃いアーモンドミルク>」
「アーモンドミルクカフェオーレ」を3月より全国発売
関心が高まっている“植物性ミルク”の新たな食シーンを提案



7月より「糖質オフクラッツ <チキンの黒胡椒仕立て>」
「糖質オフチーズ <W チーズの黒胡椒仕立て>」
カリッとした食感、濃い旨みはそのままに糖質オフを実現



おいさと健康価値の提供（海外の新商品）



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～

台湾でも2022年2月よりECで発売開始



左から「オリジナル」「砂糖不使用」「薫るカカオ」



中国で「ビスコ」初の本格的な海外展開
～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

おいさと適正糖質を実現



「おいしさと健康価値の提供」取り組み



■ アーモンド効果

- ・5月30日は「アーモンドミルクの日」
『食生活とナッツに関する意識調査』全国一斉実施
- ・当社執行役員が日経電子版オンラインセミナー
『健康と美容の新潮流～世界が注目するナッツの王様
「アーモンド」から考える～』に登壇



■ 腸からの健康を啓発する新プロジェクト 「タンサ（短鎖）脂肪酸 プロジェクト」を始動

タンサ^{短鎖}脂肪酸
Project

- ・近年、「肥満」と密接に結びついた生活習慣病などの様々な疾病が健康課題に。
- ・この課題にタンサ脂肪酸の研究と啓発活動を通じて取り組む。
（抗肥満（内臓脂肪蓄積抑制、食欲抑制）、脳（認知機能）など）
- ・『タンサ（短鎖）脂肪酸プロジェクト』サイト：<https://cp.glico.com/tansa/>

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	105.02	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

カテゴリー別売上高

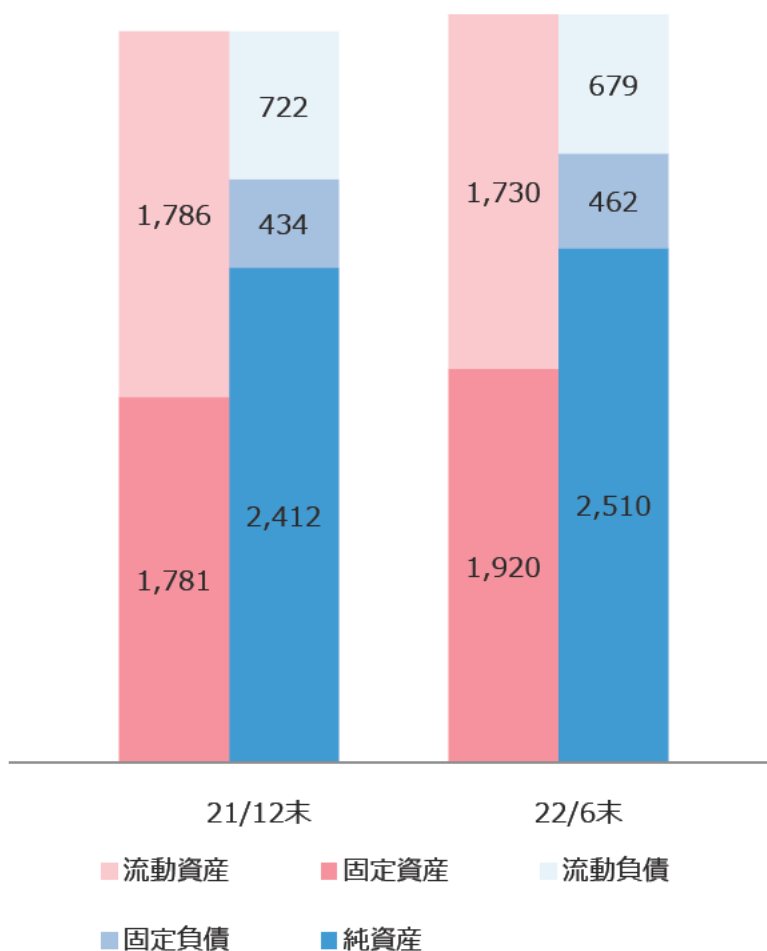
セグメント	カテゴリー	21年12月期 (新基準)		22年12月期通期 (新基準)				
		上期実績	通期実績	上期実績	期初計画	通期見込み	前年同期比 増減率%	計画比 増減率%
菓子・食品	チョコレート	164	337	157	329	323	▲4.1%	▲1.8%
	ビスケット	93	185	93	183	188	+1.5%	+2.7%
	加工食品	58	121	59	112	118	▲2.3%	+5.4%
	その他	6	13	7	14	16	+19.2%	+14.3%
	計	321	656	316	638	645	▲1.7%	+1.1%
冷菓	アイスクリーム、卸売販売子 会社	346	772	358	796	782	+1.2%	▲1.8%
	計	346	772	358	796	782	+1.2%	▲1.8%
乳業	発酵乳	77	145	63	147	124	▲14.5%	▲15.6%
	牛乳・乳飲料	104	215	100	201	201	▲6.4%	+0.0%
	果汁・清涼飲料	97	201	95	196	195	▲2.8%	▲0.5%
	洋生菓子	49	100	52	100	106	+5.9%	+6.0%
	ベビー育児	21	45	20	45	46	+3.0%	+2.2%
	計	348	705	330	689	672	▲4.7%	▲2.5%
食品原料	食品原料	51	105	52	110	115	+9.5%	+4.5%
	計	51	105	52	110	115	+9.5%	+4.5%
海外	海外子会社・海外輸出	228	499	246	588	601	+20.4%	+2.2%
	計	228	499	246	588	601	+20.4%	+2.2%
その他	うち健康	62	138	64	158	143	+3.3%	▲9.5%
	計	86	187	89	212	195	+4.1%	▲8.0%
合 計		1,380	2,926	1,391	3,033	3,010	+2.9%	▲0.8%

貸借対照表の状況



◆自己資本比率：67.5%(2021/12末)
⇒ 68.6%(2022/6末)

(単位：億円)



©2022 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

資産の部 主要勘定科目		21年 12月末	22年 6月末	21年 12月末比
流動資産	現金及び預金	1,020	913	▲107
	受取手形及び売掛金	429	386	▲43
	有価証券	2	2	+0
	棚卸資産	282	334	+52
	流動資産合計	1,786	1,730	▲56
固定資産	有形固定資産	1,011	1,069	+58
	無形固定資産	160	183	+23
	投資有価証券	416	469	+52
	固定資産合計	1,781	1,920	+139
負債の部・純資産の部 主要勘定科目		21年 12月末	22年 6月末	21年 12月末比
流動負債	支払手形及び買掛金	324	317	▲7
	短期・長期(1年以内)借入金	2	2	▲1
	流動負債合計	722	679	▲43
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	462	+27
純資産	株主資本	2,235	2,202	▲32
	純資産合計	2,412	2,510	+98

【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