

すこやかな毎日、
ゆたかな人生



23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

2023.08.04

2023年8月28日に補足資料「P33」を追加

I . 23年12月期 第2四半期 業績報告	P. 3~16
II . 23年12月期 通期業績見込み	P.17~23
III . 中期経営計画の進捗について	P.24~30
※ 補足資料	P.31~35

I . 23年12月期 第2四半期 業績報告

1. 第2四半期累計の業績は、増収増益

- 売上高 : 海外事業をはじめとする全セグメントで売上増、対前年 + 10.1%の増収
- 営業利益 : 販促・広告費増も中国等の海外利益大幅増、対前年 + 17.6%の増益

2. 通期業績予想は、売上高を上方修正

- 売上高 : 期初予想から上方修正（対前年 + 7.6%増収）
- 営業利益 : 期初予想から変更なし（対前年 + 24.6%増益）

3. 中期経営計画の進捗

- 売上は当初の計画以上の進捗
- 利益率向上のための国内における価値を伴った新製品の開発・発売の加速化が必要

連結業績の概況



- 売上高 : 海外事業をはじめとする全セグメントで売上増、対前年+10.1%の増収
- 営業利益 : 販促・広告費増も中国等の海外利益大幅増、対前年+17.6%の増益

(単位：億円)

	22年12月期	23年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	1,391	1,531	+10.1%
営業利益	68	80	+17.6%
経常利益	79	102	+28.4%
当期純利益	47	78	+65.5%
営業利益率	4.9%	5.3%	—

営業利益の状況



(単位：億円)

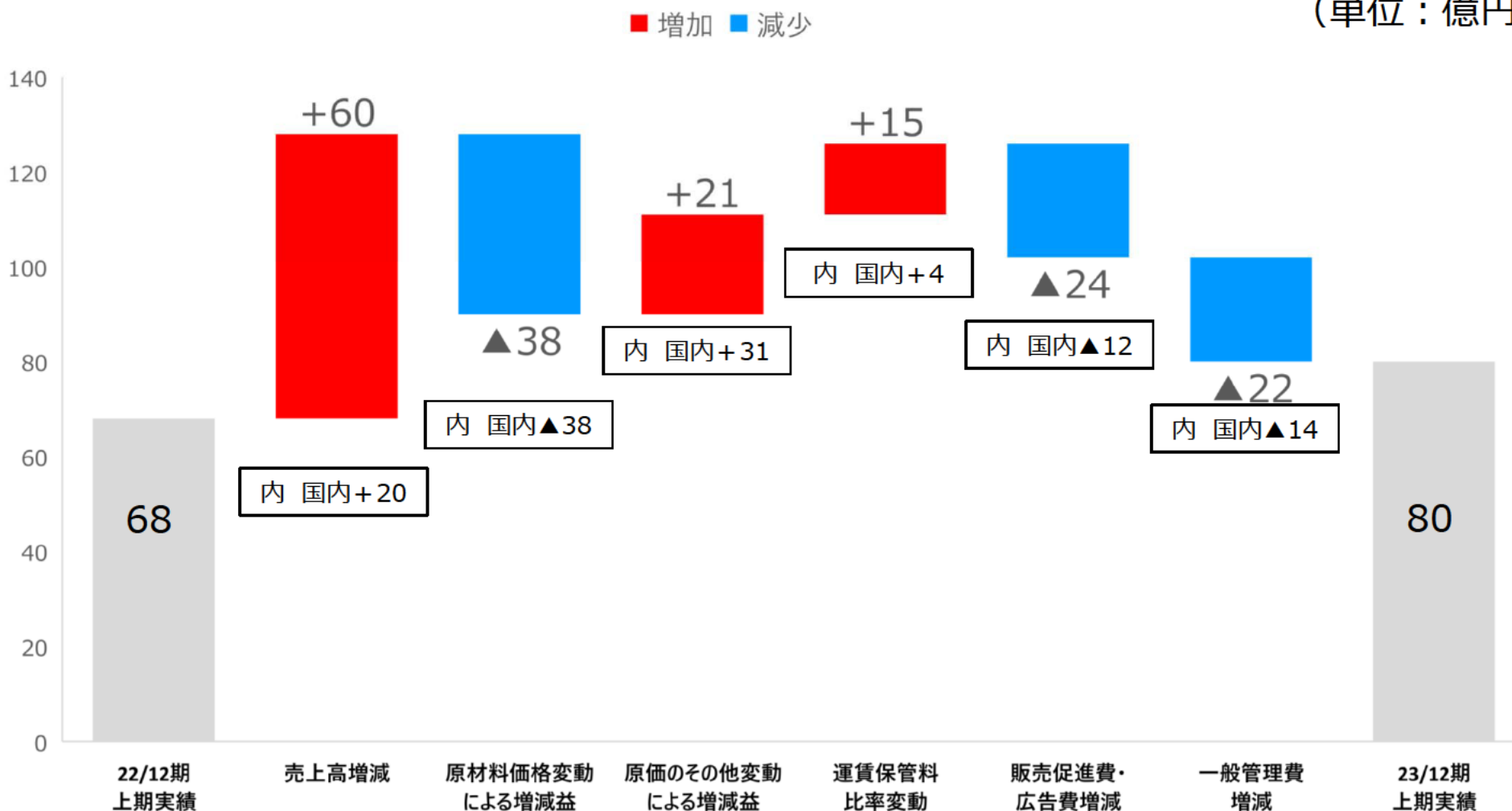
	22年12月期		23年12月期	
	上期実績	売上比	上期実績	売上比
売上高	1,391	100.0%	1,531	100.0%
売上原価	876	63.0%	960	62.7%
売上総利益	514	37.0%	570	37.3%
運賃保管料	127	9.2%	124	8.2%
販売促進費	39	2.8%	47	3.1%
広告費	37	2.7%	53	3.5%
人件費・厚生費	147	10.6%	155	10.2%
経費・償却費	94	6.8%	108	7.1%
販売費及び一般管理費 合計	445	32.0%	489	32.0%
営業利益	68	4.9%	80	5.3%

営業利益の増減要因



- 国内 : 原材料価格の高騰や販売促進費・広告費・一般管理費等の増加により減益
- 海外 : 売上増や運賃保管料比率の改善等により増益

(単位：億円)



セグメント別売上高の状況



- 国内 : すべての事業で増収、対前年+4.3%
- 海外 : 前年同期にロックダウンの影響を受けた中国の反動増を含めて増収、対前年+36.8%

(単位：億円)

	22年12月期	23年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
合計	1,391	1,531	+10.1%
(国内)	1,145	1,194	+4.3%
健康・食品事業	215	218	+1.8%
乳業事業	315	323	+2.4%
栄養菓子事業	274	285	+4.0%
食品原料事業	52	62	+18.2%
国内その他事業	286	303	+6.0%
海外事業	246	337	+36.8%

<参考> 換算レート	22年12月期 上期実績	23年12月期 上期実績
中国 (CNY)	1 CNY=18.98円	1 CNY=19.47円
タイ (THB)	1 THB=3.63円	1 THB=3.94円
米国 (USD)	1 USD=123.16円	1 USD=135.99円

セグメント別営業利益の状況



- 国内 : 販促・広告費・経費増によって対前年▲10億円の減益
- 海外 : 前年同期にロックダウンの影響を受けた中国の反動増により、対前年+22億円の増益

(単位：億円)

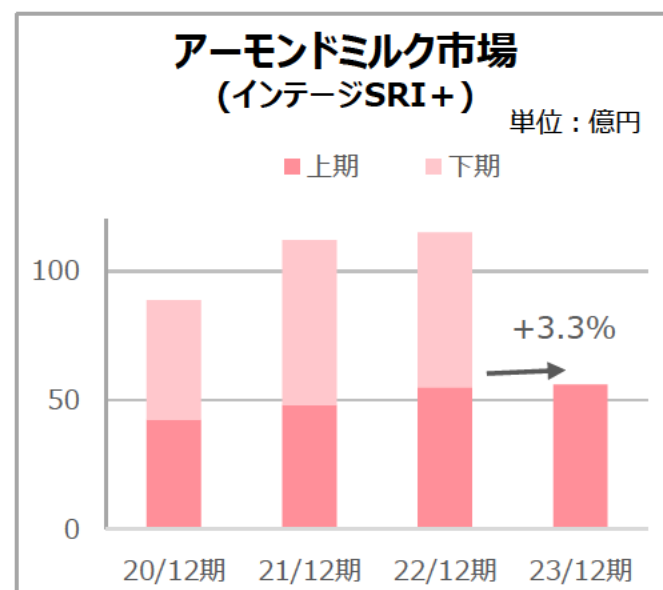
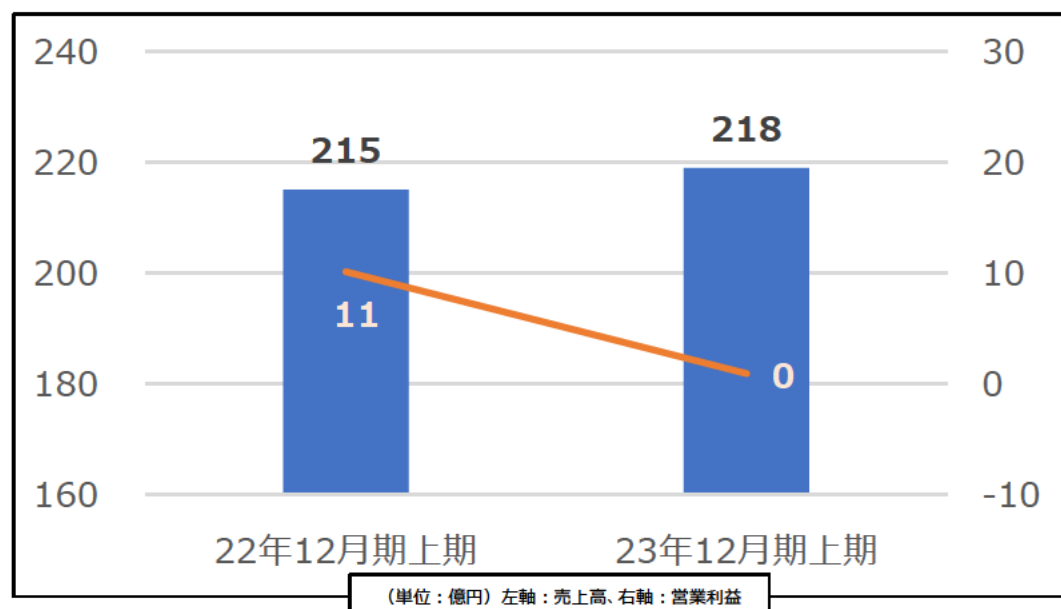
	22年12月期	23年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比 増減額
合計	68	80	+12
(国内)	71	61	▲ 10
健康・食品事業	11	0	▲ 10
乳業事業	2	▲ 2	▲ 5
栄養菓子事業	26	28	+2
食品原料事業	6	10	+3
国内その他事業	3	8	+5
調整	22	16	▲ 5
海外事業	▲ 3	19	+22

<参考> 換算レート	22年12月期 上期実績	23年12月期 上期実績
中国 (CNY)	1 CNY=18.98円	1 CNY=19.47円
タイ (THB)	1 THB=3.63円	1 THB=3.94円
米国 (USD)	1 USD=123.16円	1 USD=135.99円

セグメント別：健康・食品事業



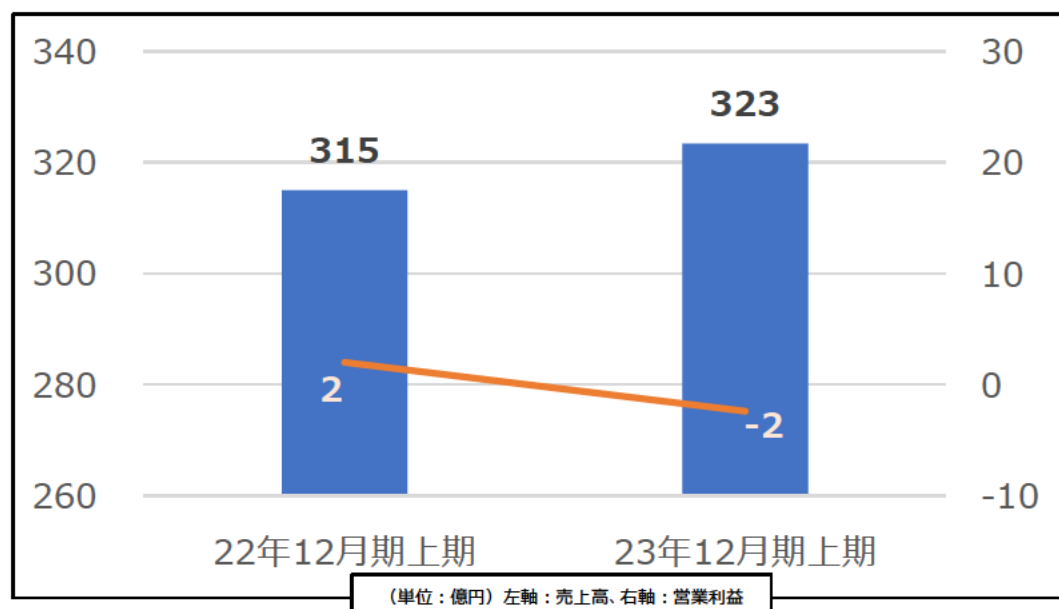
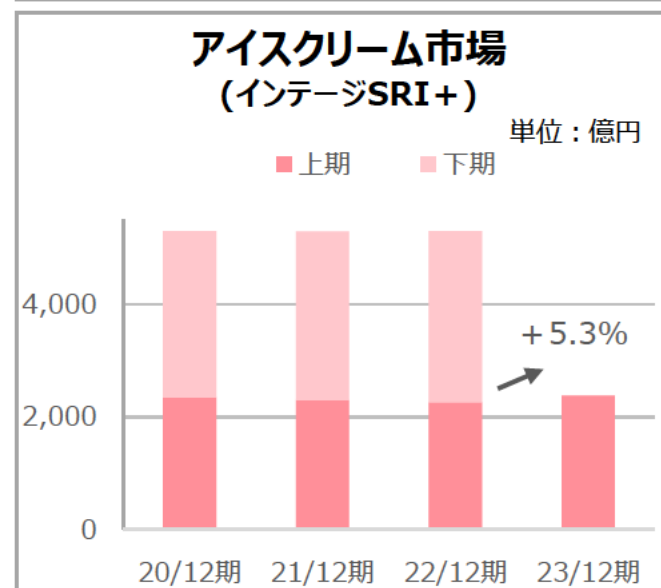
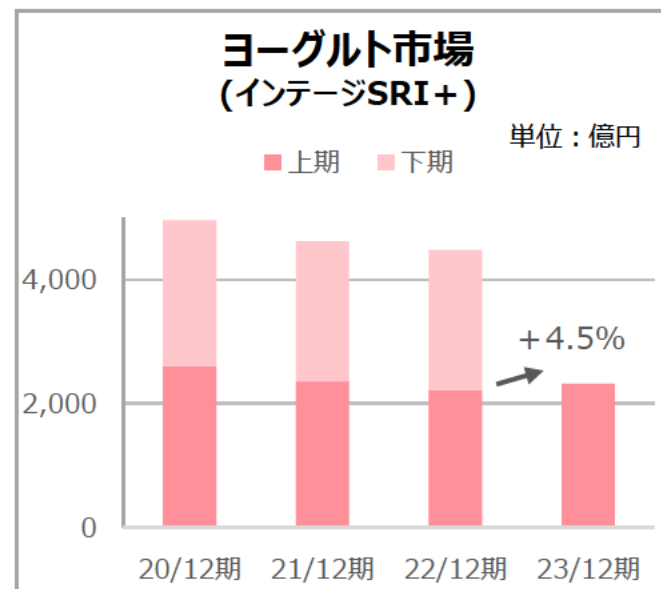
- 健康・食品事業に含まれる主なブランド：
→アーモンド効果、SUNAO、パピコ、アイスの実、DONBURI亭
- セグメント売上高：増収、対前年+1.8%の218億円
- セグメント利益：減益、対前年▲10.1億円の0.8億円
→健康カテゴリーを中心に広告・販促強化したものの、売上は計画に届かず
- 商品別：DONBURI亭・SUNAOが苦戦、パピコ・アーモンド効果は増収



セグメント別：乳業事業



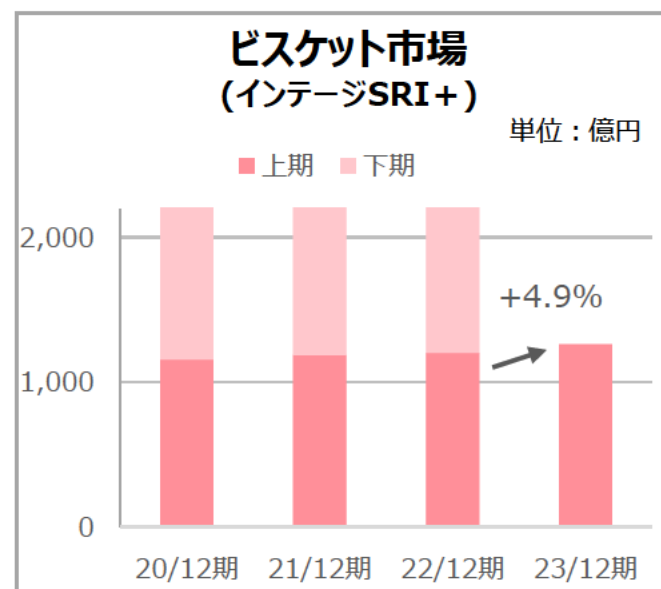
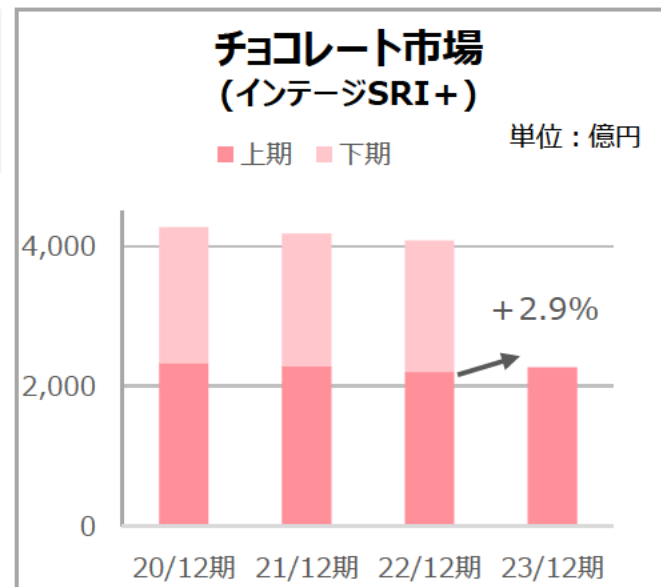
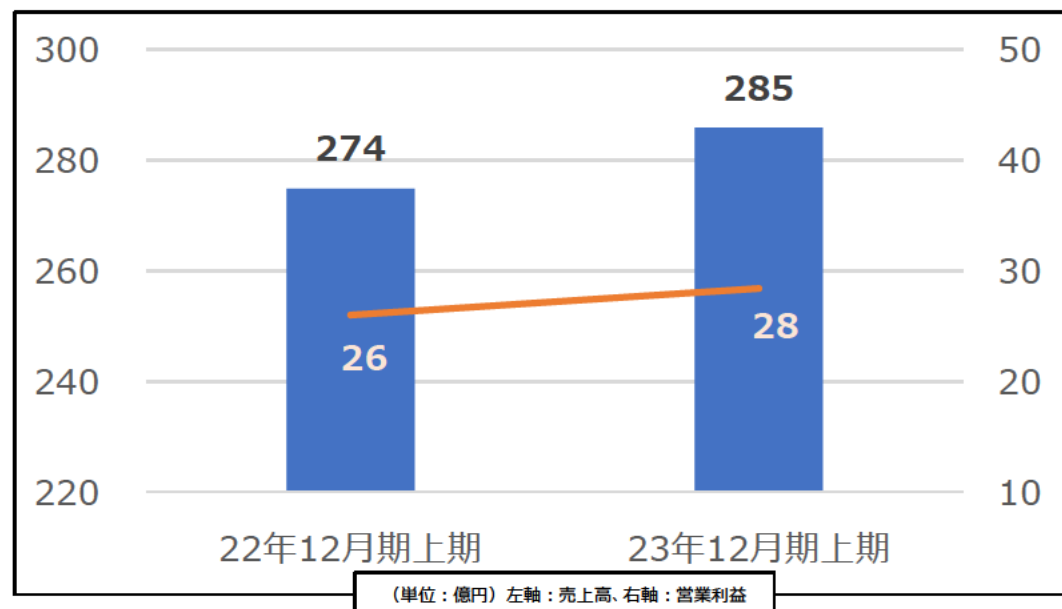
- この事業に含まれる主なブランド：
→BifiXヨーグルト、ジャイアントコーン、セブンティーンアイス、カフェオーレ、プッチンプリン
- セグメント売上高：増収、対前年+2.4%の323億円
- セグメント利益：減益、対前年▲5.3億円の▲2.5億円
→BifiXヨーグルトを中心に広告・販促強化
- 商品別：ジャイアントコーン・セブンティーンアイス好調



セグメント別：栄養菓子事業



- この事業に含まれる主なブランド：
→ポッキー、ビスコ、プリッツ、カプリコ
- セグメント売上高：増収、対前年+4.0%の285億円
- セグメント利益：増益、対前年+2.2億円の28.3億円
→価格改定効果で原価率が改善
- 商品別：プリッツ・GABA好調、ポッキー堅調



セグメント別：海外事業



◆中国

(単位：百万元)

	22年12月期	23年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	430	694	+61.2%
営業利益	▲ 47	56	—

◆ASEAN*

(単位：百万米ドル)

	22年12月期	23年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	56	68	+19.6%
営業利益	▲ 3	▲ 0	—

◆米国*

(単位：百万米ドル)

	22年12月期	23年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	54	58	+8.5%
営業利益	13	9	▲ 32.6%

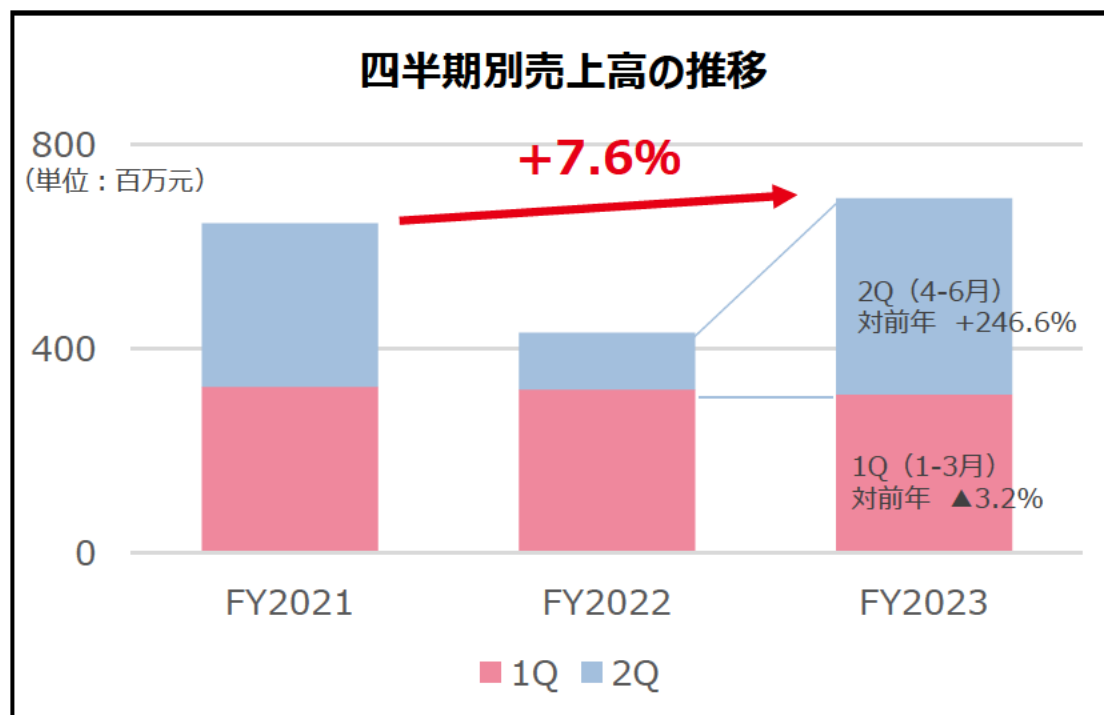
*ASEANの各決算期については、各国の23年12月期 2 Q累計の実質レートで置き換えた数値

*米国については、連結ベースの数字

セグメント別：海外事業（中国）



- 市場環境：上期の中国ビスケット市場規模（オフライン）、対前年+0.8%
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで694百万元。対前年+61.2%の増収
- 営業利益：56百万元。対前年+103百万元の増益
→前年3月中旬から5月末まで、上海でロックダウンが発生していたことによる反動増
- 商品別：ポッキーは、今春リニューアルした全粒粉を加えた“粒粒”“ナツククラッシュ”等が好調
プジョイは、新タレント起用のCM投下等で積極的なプロモーションを展開



ECサイトの年央セール「618」キャンペーン



セグメント別：海外事業（ASEAN）



- 市場環境：上期のビスケット市場、タイは対前年+6.7%、インドネシアは対前年+3.4%
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで68百万US\$、対前年+19.6%の増収
- 営業利益：▲0.6百万US\$、対前年+2.8百万US\$の増益
- 地域別：タイでは、旅行者数が回復基調、各種プロモーション奏功
インドネシアでは、ラマダン商戦が市場含め低調
- トピックス：インドネシアの新工場、出荷開始

「ポッキー」の店頭キャンペーン（インドネシア）



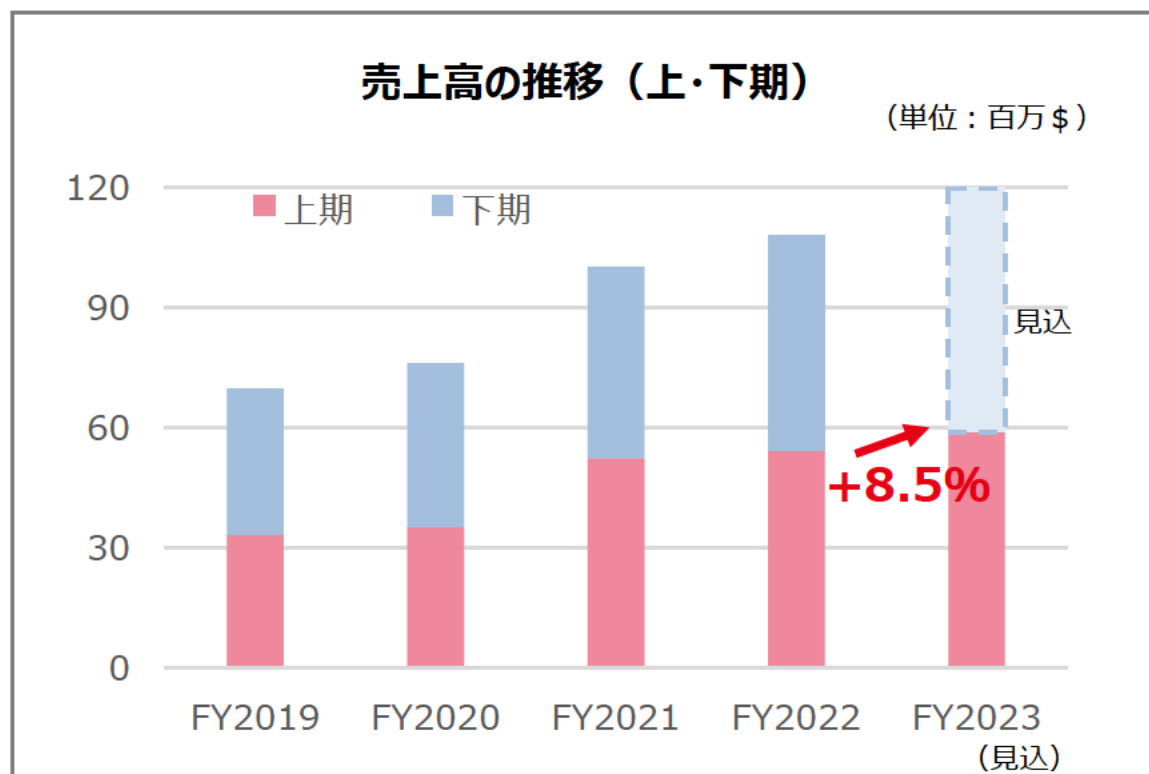
「アーモンド効果」のPRイベント（タイ）



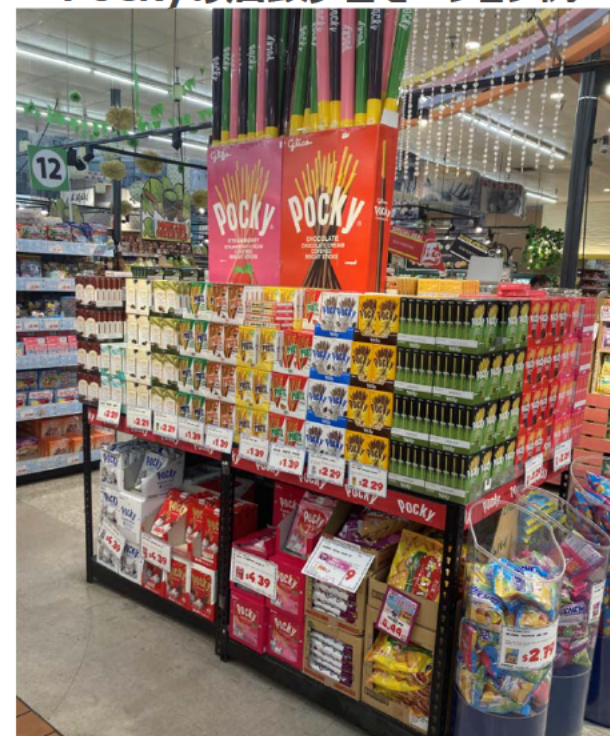
セグメント別：海外事業（米国）



- 市場環境：上期のチョコレート市場、対前年+9.2%増
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで58百万US\$、対前年+8.5%の増収
- 営業利益：9.1百万US\$、在庫費用の増加等に伴い対前年▲4.4百万US\$の減益
- 商品別：主力のポッキーで展開店舗拡大も、消費抑制で市場の成長率が鈍化
- その他：インドネシア新工場からポッキーの輸入を開始



Pockyの店頭プロモーション例



Ⅱ. 23年12月期 通期業績見込み

期初計画と今回見込み



- 売上高 : 上方修正、期初計画比 +3.2%
- 営業利益 : 期初計画から変更なし

(単位: 億円)

	22年12月期	23年12月期			
	通期実績	期初計画	今回見込み	前年同期比	計画比
売上高	3,039	3,170	3,270	+7.6%	+3.2%
営業利益	128	160	160	+24.6%	—
経常利益	136	170	170	+24.6%	—
当期純利益	80	100	100	+23.5%	—
営業利益率	4.2%	5.0%	4.9%	—	—

営業利益の見込み



(単位：億円)

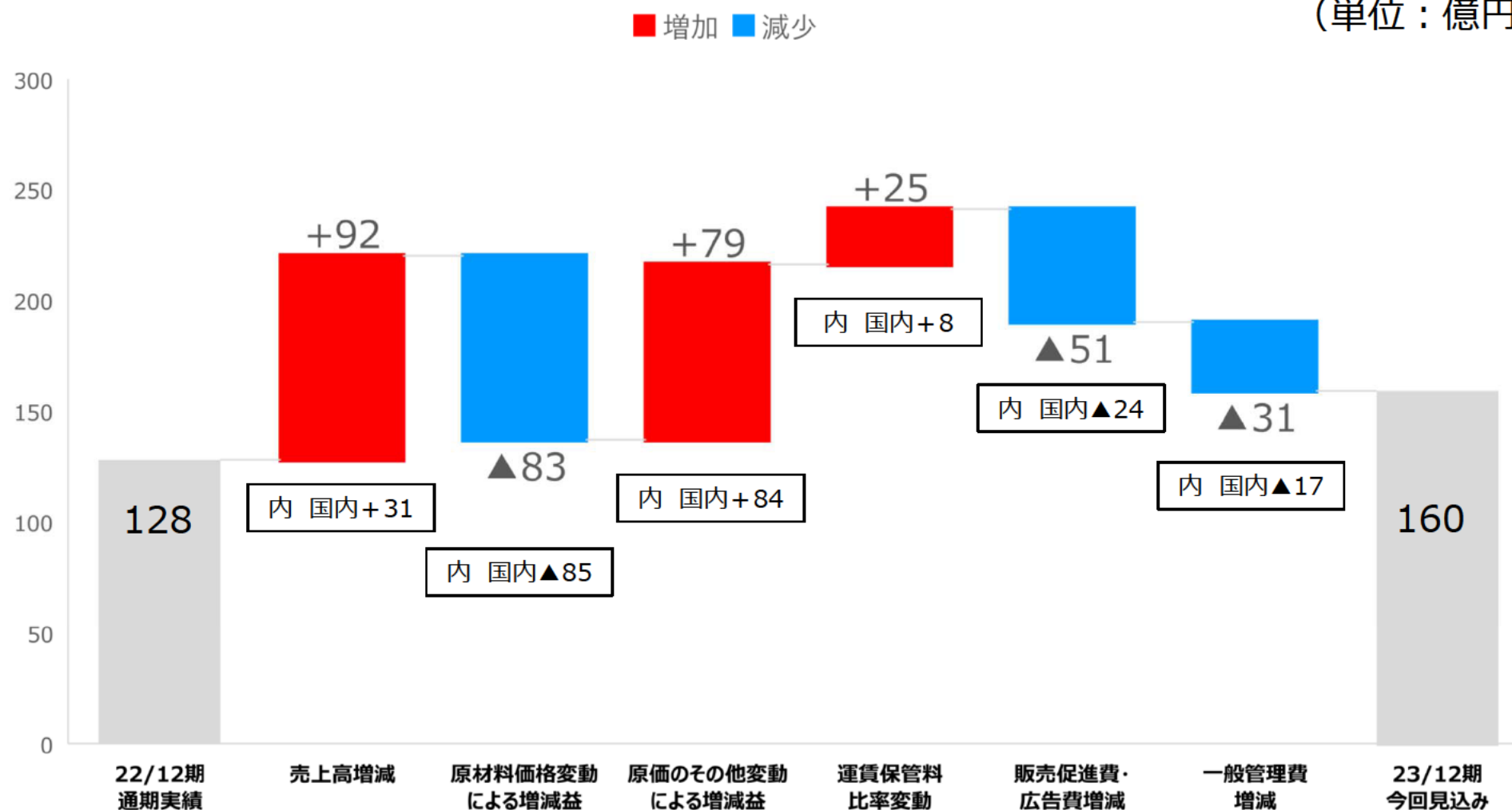
	22年12月期		23年12月期		
	通期実績	売上比	期初計画	今回見込み	売上比
売上高	3,039	100.0%	3,170	3,270	100.0%
売上原価	1,931	63.6%	1,997	2,053	62.8%
売上総利益	1,107	36.4%	1,173	1,217	37.2%
運賃保管料	271	8.9%	267	266	8.1%
販売促進費	89	2.9%	96	110	3.4%
広告費	102	3.4%	121	134	4.1%
人件費・厚生費	306	10.1%	309	324	9.9%
経費・償却費	209	6.9%	220	223	6.8%
販売費及び一般管理費 合計	979	32.2%	1,013	1,057	32.3%
営業利益	128	4.2%	160	160	4.9%

営業利益の増減要因



- 国内 : 売上増・構成変化あるも、原材料価格の高騰や販売促進費・広告費等の増加で減益
- 海外 : 売上増や運賃保管料比率の改善等により増益

(単位：億円)



セグメント別売上高の見込み



- 国内 : すべての事業で増収、対前年+3.4%
- 海外 : 中国をはじめASEAN・米国が増収、対前年+24.7%

(単位: 億円)

	22年12月期	23年12月期通期			
	通期実績	期初計画	今回見込み	前年同期比	計画比
合計	3,039	3,170	3,270	+7.6%	+3.2%
(国内)	2,440	2,480	2,523	+3.4%	+1.7%
健康・食品事業	478	500	491	+2.7%	▲1.8%
乳業事業	660	665	680	+3.0%	+2.3%
栄養菓子事業	578	582	592	+2.3%	+1.7%
食品原料事業	111	117	124	+11.1%	+6.0%
国内その他事業	611	616	636	+3.9%	+3.2%
海外事業	599	690	747	+24.7%	+8.3%

<参考> 換算レート	22年12月期 通期実績	23年12月期 期初計画	23年12月期 今回計画
中国 (CNY)	1 CNY=19.38円	1 CNY=19.20円	1 CNY=19.69円
タイ (THB)	1 THB=3.72円	1 THB=3.70円	1 THB=4.00円
米国 (USD)	1 USD=130.77円	1 USD=129.00円	1 USD=140.14円

セグメント別営業利益の見込み



- 国内 : 原材料価格の高騰、広告費等の投資拡大、経費増により対前年▲3億円の減益
- 海外 : 中国の反動増を含む売上の伸長により対前年+35億円の増益

(単位：億円)

	22年12月期	23年12月期通期			
	通期実績	期初計画	今回見込み	前年同期比増減額	計画比増減額
合計	128	160	160	+31	—
(国内)	116	118	113	▲3	▲5
健康・食品事業	20	28	19	▲1	▲9
乳業事業	2	6	▲1	▲3	▲7
栄養菓子事業	47	49	52	+4	+3
食品原料事業	12	13	17	+4	+4
国内その他事業	9	14	18	+8	+4
調整	24	8	8	▲16	+0
海外事業	11	42	47	+35	+5

<参考> 換算レート	22年12月期 通期実績	23年12月期 期初計画	23年12月期 今回計画
中国 (CNY)	1 CNY=19.38円	1 CNY=19.20円	1 CNY=19.69円
タイ (THB)	1 THB=3.72円	1 THB=3.70円	1 THB=4.00円
米国 (USD)	1 USD=130.77円	1 USD=129.00円	1 USD=140.14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)

	22年12月期	23年12月期			
	通期実績	期初計画	今回見込み	前年同期比	計画比
売上高	1,261	1,516	1,569	+24.3%	+3.5%
営業利益	60	163	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	期初計画	今回見込み	前年同期比	計画比
売上高	112	131	135	+19.8%	+3.1%
営業利益	▲13	▲12	▲10	—	—

◆米国*

(単位：百万米ドル)

	22年12月期	23年12月期			
	通期実績	期初計画	今回見込み	前年同期比	計画比
売上高	108	120	120	+11.5%	—
営業利益	17	24	24	+35.6%	—

*ASEANの各決算期については、各国の23年12月期見込み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

Ⅲ. 中期経営計画の進捗について

中期事業戦略の3つの柱



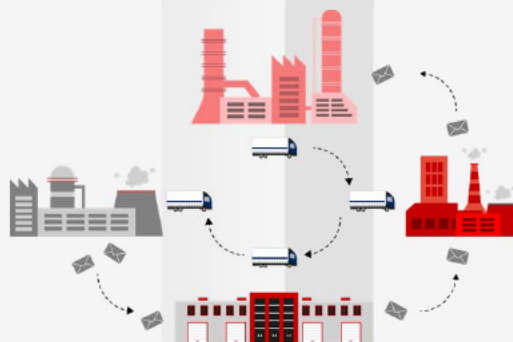
中期事業戦略の3つの柱

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・マーケティング」から「注力領域・事業」
としてのマネジメントへ
移行

5つの注力領域

Glico

発育・
栄養の最適化

成長の支援

運動能力の強化

脳機能の向上

ヘルシー
エイジング

研究起点

素材起点

食文化
起点

乳業事業の取り組み



■ 「牧場しぼり」 おいしさと素材の追求 北海道先行発売、今秋に全国発売

牧場しぼりミルク
おいしさへのこだわりの歴史

2002 元祖・牧場しぼりの元となるアイスの発売

2003 「牧場で食べるようなミルクのおいしいアイス」
牧場しぼりが誕生!

2011 おいしさを光や空気から守る
袋入りパッケージにリニューアル!

2016 しぼって3日以内の
新鮮な国産生乳の使用を開始!
※生乳＝乳牛からしぼったままのミルク

2019 乳原料を全て国産化

2020 バニラ味からミルク味に変更

2023 全ての味で、食品素材だけで作り上げた
商品にリニューアル!
※国産の生乳・乳製品、卵黄使用。

牧場しぼりのこだわり

point 01 牧場で食べたあの味を届けたい。
牧場で牛を見ながら食べた、アイスクリームの新鮮な味わい。
「牧場しぼり」はそんな原料に近いおいしさを届けたいという思いから生まれました。

point 02 おいしさのヒミツは「国産生乳」
生乳(しぼったままの新鮮なミルク)は、自家ものだから長期保存はできません。
牧場しぼりは、生乳を日本の牧場から工場に直接運んでアイスクリームにしています!

point 03 国産の生乳・乳製品・卵黄を使用しています。
牧場しぼりは日本の牧場から届く生乳のおいしさをちゃんと届けたいから。
乳製品、卵黄も国産です。その他の原料も全て国内で調達したものを使っています。

point 04 使っているのは食品素材だけ。
使っているのは国産生乳を中心に食品素材だけ。雑味のない素材本来のおいしさをお楽しみください。

point 05 牛が元気に過ごせる環境にもこだわります。
ミルクのおいしさは、牧場で牛が快適に過ごせるかどうかでも変わります。
牧場しぼりは牛たちが自由に歩き回り、元気に暮らせる環境づくりにもこだわっています。
このような牧場で1日に2回しぼられるミルクがアイスの原料となります。

point 06 優も、おいしさへのこだわりの証。
ミルクやアイスクリームなどの乳製品は光や空気にもふれると味が落ちてしまいます。
だからカップを袋で包み込み、お客様のお口に届くまでおいしさをキープする工夫をしています。

■ 「ジャイアントコーン」 鮮度に関する 取り組み

＜東京駅にて「ジャイアントコーン東京駅工場」イベントを実施＞



＜Twitterでの「できたてのジャイアントコーン」キャンペーン＞

フォロー&リツイート キャンペーン開催中!!!

しあわせが、とまらない!
できたてのジャイアントコーン
フォロー&リツイート
キャンペーン

固定されたツイート
ジャイアントコーンJapan
@glico_giant

しあわせが、とまらない!
#できたてのジャイアントコーン
フォロー&RTキャンペーン

#できたてのしあわせを感じる
できたて品を抽選で100名様にプレゼント

＜応募方法＞
1 @glico_giant をフォロー
2 この投稿をリツイートで応募完了

応募は7/8(土)まで!
注意事項はスレッドへ

できたてのジャイアントコーン
詰め合わせBOXが**100名**に当たる!

※生産日から10日以内の商品を「できたて」と表現しています。

健康・食品事業、栄養菓子事業の取り組み



■ 「アーモンド効果」のCM訴求、コラボ企画

＜アーモンド効果のCM＞



＜複合商業施設とのコラボメニュー＞

東京・池袋サンシャインシティ 飲食店21店舗限定コラボ企画



■ 2023春のポッキー旅キャンペーン 「ポッキー」とJTBのコラボ企画



海外事業の取り組み



■ PT Glico Manufacturing Indonesia（2023年度から出荷を開始） 「Pocky」を生産、東南アジアや北米市場へ安定供給

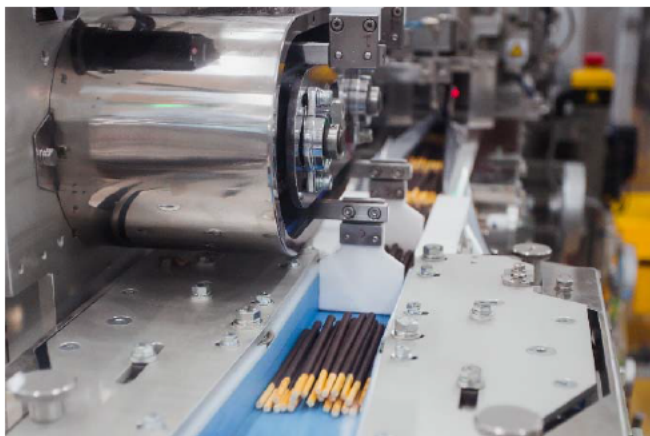
＜インドネシアの新工場＞



＜ポッキーの軸を焼くトンネル型オーブン＞



＜ラインから流れてくるポッキー＞



＜ポッキーの段ボール詰め＞



＜段ボール詰めが完了した商品＞



※ 補足資料

事業セグメントの分類（売上高）



(単位：億円)

セグメント	分類・群	22年12月期		23年12月期				
		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%
健康・食品事業	健康	60	128	61	153	135	+ 5.2%	▲ 11.8%
	アイスクリーム	73	177	81	196	197	+ 11.0%	+ 0.5%
	その他	80	172	76	151	159	▲ 7.7%	+ 5.3%
	計	215	478	218	500	491	+ 2.7%	▲ 1.8%
乳業事業	発酵乳	62	123	59	128	125	+ 1.6%	▲ 2.3%
	アイスクリーム	118	258	127	267	276	+ 6.8%	+ 3.4%
	その他	134	278	136	270	279	+ 0.1%	+ 3.3%
	計	315	660	323	665	680	+ 3.0%	+ 2.3%
栄養菓子事業	チョコレート	157	330	162	335	338	+ 2.2%	+ 0.9%
	ビスケット	93	195	95	194	197	+ 1.0%	+ 1.5%
	その他	24	52	27	53	57	+ 8.0%	+ 7.5%
	計	274	578	285	582	592	+ 2.3%	+ 1.7%
食品原料事業		52	111	62	117	124	+ 11.1%	+ 6.0%
国内その他事業		286	611	303	616	636	+ 3.9%	+ 3.2%
海外		246	599	337	690	747	+ 24.7%	+ 8.3%
合 計		1,391	3,039	1,531	3,170	3,270	+ 7.6%	+ 3.2%

事業セグメントの分類（売上高）



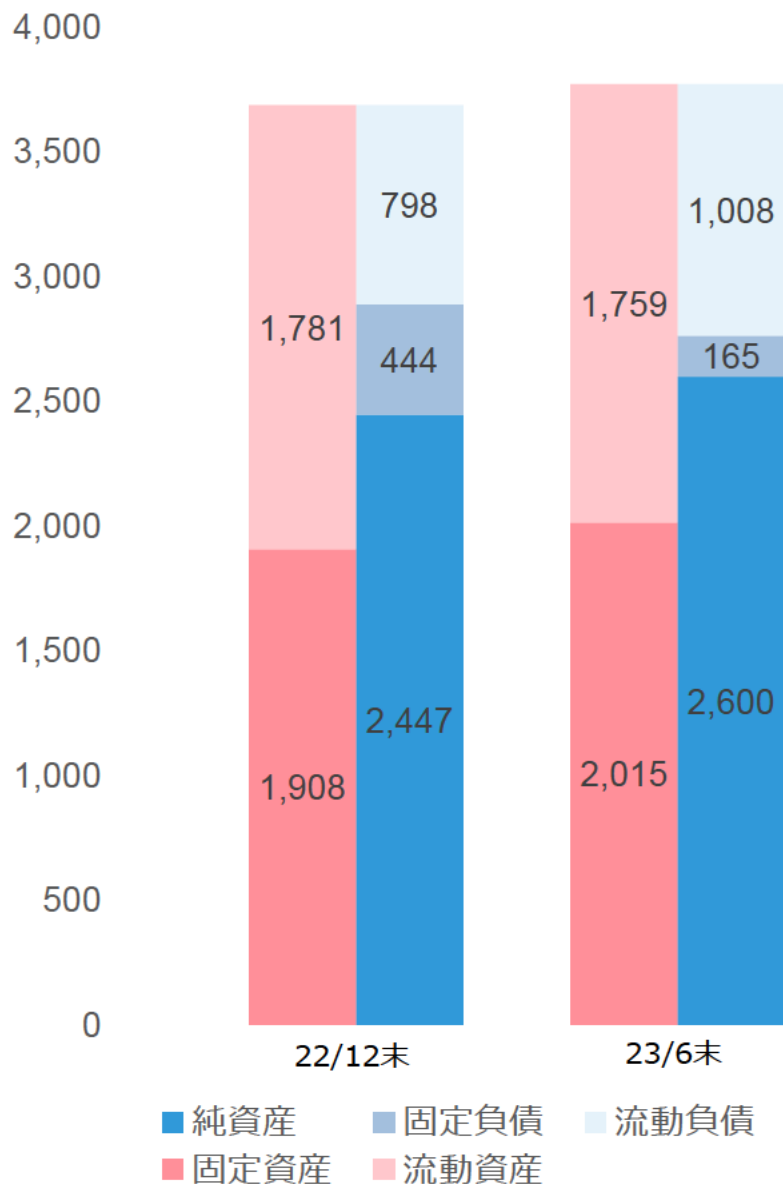
※2023年8月28日に参考情報として追加

(単位：億円)

セグメント	分類	22年12月期				23年12月期	
		(1月 - 3月)実績	(1月 - 6月)実績	(1月 - 9月)実績	(1月 - 12月)実績	(1月 - 3月)実績	(1月 - 6月)実績
健康・食品事業	健康	27	60	96	128	28	61
	アイスクリーム	23	73	149	177	26	81
	その他	40	80	126	172	39	76
	計	91	215	373	478	94	218
乳業事業	発酵乳	30	62	93	123	27	59
	アイスクリーム	45	118	207	258	49	127
	その他	64	134	207	278	65	136
	計	140	315	509	660	142	323
栄養菓子事業	チョコレート	81	157	218	330	85	162
	ビスケット	44	93	144	195	43	95
	その他	11	24	39	52	12	27
	計	137	274	402	578	142	285
食品原料事業		22	52	83	111	26	62
国内その他事業		129	286	466	611	136	303
海外		132	246	424	599	167	337
合 計		654	1,391	2,259	3,039	710	1,531

貸借対照表の状況

■ 自己資本比率：66.2%(2022/12末) ⇒ 68.8%(2023/6末)



資産の部 主要勘定科目		22年12月末	23年6月末	22年 12月末比
流動資産	現金及び預金	917	866	▲50
	受取手形及び売掛金	453	421	▲32
	有価証券	2	2	+0
	棚卸資産	328	376	+47
	流動資産合計	1,781	1,759	▲22
固定資産	有形固定資産	1,100	1,114	+14
	無形固定資産	216	230	+14
	投資有価証券	392	463	+70
	固定資産合計	1,908	2,015	+106

負債の部・純資産の部 主要勘定科目		22年12月末	23年6月末	22年 12月末比
流動負債	支払手形及び買掛金	364	329	▲34
	短期・長期(1年以内)借入金	—	—	—
	転換社債型新株予約権付社債	—	300	+300
	流動負債合計	798	1,008	+209
固定負債	転換社債型新株予約権付社債	300	—	▲300
	長期借入金	—	—	—
	固定負債合計	444	165	▲278
純資産	株主資本	2,210	2,263	+52
	純資産合計	2,447	2,600	+152

TTM為替レート



		米ドル USD	ユーロ EUR	タイバーツ THB	中国元 CNY	100韓国ウォン 100KRW	100インドネシアルピア 100IDR
2020	3月31日	108.83	119.55	3.34	15.31	8.92	0.67
	6月30日	107.74	121.08	3.49	15.23	9.00	0.76
	9月30日	105.80	124.17	3.34	15.54	9.08	0.72
	12月31日	103.50	126.95	3.44	15.88	9.52	0.74
2021	3月31日	110.71	129.80	3.54	16.84	9.78	0.77
	6月30日	110.58	131.58	3.44	17.11	9.78	0.77
	9月30日	111.42	129.11	3.26	17.15	9.37	0.73
	12月31日	115.02	130.51	3.43	18.06	9.73	0.81
2022	3月31日	122.39	136.70	3.68	19.26	10.13	0.86
	6月30日	136.68	142.67	3.85	20.38	10.52	0.92
	9月30日	144.81	142.32	3.81	20.37	10.12	0.95
	12月31日	132.70	141.47	3.80	19.01	10.55	0.85
2023	3月31日	133.53	145.72	3.91	19.42	10.31	0.89
	6月30日	144.99	157.60	4.07	19.94	11.00	0.97

【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、取り組みなどは、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おります。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ことをご承知おきください。
- * 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。
- * なお、当資料に記載する金額は、表示単位未満を切り捨てて表示しております。

«お問合せ先»

江崎グリコ株式会社 株式・IR部

TEL : 06-6477-8167

E-mail : ir-division@glico.com