16年3月期 決算説明会

Glico Group Financial Results
For the Fiscal Year ended March 31,2016

2016年5月25日 江崎グリコ株式会社

EZAKI GLICO CO.,LTD.

証券コード 2206

«お問合せ先»

江崎グリコ株式会社 株式・IR部長 松浦 博幸

TEL: 06-6130-6930

E-mail: ir-division@glico.co.jp

目次

I.16年3月期の業績報告	P.	3~11
Ⅱ.16年3月期重点取組の振返り、 17年3月期の計画	P.	12~27
Ⅲ.17年3月期の通期業績計画	P.	28~32
(補足資料)	P.	33~39

I.16年3月期の業績報告

売上高・利益の概況



(単位:億円)

(Unit:100 million yen)

						(011	it:100 million yen)	
	15/3			16	/3			
	FYE March'15		FYE March'16					
				前年同]期比	計画	町比	
	実績	計画	実績	Change from F	Previous period	Change fro	m Forecast	
	Results	Forecast	Results	 金額	増減率(%)	金額	増減率(%)	
				Amount	Change	Amount	Change	
売 上 Net s	高 ales 3,194	3,433	3,384	190	6.0	4 9	-1.4	
営業利 Operating inc	益 ome 142	155	171	29	20.1	16	10.4	
経 常 利 Ordinary inc	益 ome 176	180	192	16	9.2	12	6.8	
当期純利 Net inc	益 ome 211	130	139	▲ 72	-34.0	9	6.9	

注)本資料における計画値は15年10月30日発表時点のもの(全頁共通)

営業利益の状況



(単位:億円)

(Unit:100 million yen)

(Unit:100 million yen)						
	15, FYE Ma		16/3 FYE March'16			
	実績 Results	売上比 (%)	計画 Forecast	売上比 (%)	実績 Results	売上比 (%)
売 上 高 Net sales	3,194	100.0	3,433	100.0	3,384	100.0
売 上 原 価 Cost of sales	1,778	55.7	1,874	54.6	1,839	54.3
売 上 総 利 益 Gross profit	1,416	44.3	1,559	45.4	1,545	45.7
運 賃 保 管 料 Freight and charges	279	8.7	307	8.9	300	8.9
販売促進費 Sales promotion	482	15.1	551	16.0	521	15.4
広 告 費 Advertising expenses	109	3.4	129	3.8	122	3.6
人 件 費 ・ 厚 生 費 Salaries and benefits	257	8.1	269	7.8	282	8.3
経費・償却費 Expenses and depreciation	146	4.6	147	4.3	150	4.4
合 計 Total	1,274	39.9	1,404	40.9	1,374	40.6
営業利益 Operating income	142	4.5	155	4.5	171	5.1
営業利益の増減要因	対15/3	対計画			計算方法	
合 計	29	16		①売上増減額×限界利益	益率	
①売上高増減による増減益	39	▲ 10				
②売上原価率変動による増減益	45	9				
③運賃保管料比率変動による増減益	▲ 4	3				
④販売促進費比率・広告費増減による増減益	▲ 23	30				
⑤一般管理費増減による増減益	▲ 29	▲ 15			た場合や費用金額が増加	した場合は、減益(-表
				示)となる。		

セグメント別売上高の状況



(単位:億円)

(Unit:100 million yen)

						(Uni	t:100 million yen)		
	15/3			16	•				
	FYE March'15		FYE March'16 前年同期比				計画比		
	実績	計画	実績	即年吧 Change from P			யுட் m Forecast		
	Results	Forecast	Results	金額	増減率(%)	金額	増減率(%)		
				Amount	Change	Amount	Change		
合 計 Total	3,194	3,433	3,384	190	6.0	▲ 49	-1.4		
菓 Confectioneries	1,138	1,246	1,212	74	6.5	▲ 34	-2.8		
(内 国内菓子) (Of which, is domestic confectioneries)	728	790	765	<i>37</i>	5.1	▲ 25	-3.1		
冷 菓 Ice Cream	738	794	810	72	9.7	16	2.0		
牛 乳 · 乳 製 品 Milk and Dairy Products	944	997	978	34	3.6	▲ 19	-1.9		
食 品 Food Products	1 // 5	221	202	▲ 21	-9.5	▲ 19	-8.7		
食 品 原 料 Food Ingredients	95	105	102	8	8.2	▲ 3	-2.5		
そ の 他 Other	57	70	80	24	41.8	10	14.7		
※上記値の国内外区分 Above figure	s for domestic a	nd non-domesti	c segments						
合 計 Total	3,194	3,433	3,384	190	6.0	▲ 49	-1.4		
国 内 Domestic	2,785	2,977	2,938	153	5.5	▲ 39	-1.3		
海 Overseas	409	456	446	38	9.2	1 0	-2.2		

<参考>中国、タイの実績、計画については下記レートで計算。

Overseas

 15/3 実績
 16/3 計画
 16/3 実績

 中国 1CNY=19.35円
 1CNY=18.96円
 1CNY=18.36円

 タイ 1THB= 3.67円
 1THB= 3.29円
 1THB= 3.34円

セグメント別営業利益の状況



(単位:億円)

(Unit:100 million yen)

	15/3 FYE March'15	16/3 FYE March'16				erroo minion yeny	
	実績 Results	計画 Forecast	実績 Results	前年同 Change from F 金額 Amount	期比	計画 Change fro 金額 Amount	可比 m Forecast 増減率(%) Change
合 Total	142	155	171	29	20.1	16	10.4
菓 Confectioneries	82	75	92	10	12.7	17	23.5
(内 国内菓子) (Of which, is domestic confectioneries)	44	41	55	10	23.5	13	31.5
冷 菓 Ice Cream	1 50	45	55	24	80.3	9	20.8
牛 乳 · 乳 製 品 Milk and Dairy Products	1 / 5	28	45	22	96.3	17	59.2
食 品 Food Products		4	1	▲ 6	-83.3	▲ 3	-73.3
食 品 原 料 Food Ingredients	1 5	5	5	2	84.3	▲ 0	-0.4
そ の 他 Other	▲ 2	▲ 2	▲ 27	▲ 25	_	▲ 25	_
※上記値の国内外区分 Above figures for domestic and non-domestic segments							
合 計 Total	142	155	171	29	20.1	16	10.4
国 内 Domestic	105	122	134	29	27.3	12	9.6

<参考>中国、タイの実績、計画については下記レートで計算。

Overseas

外

 15/3 実績
 16/3 計画
 16/3 実績

 中国 1CNY=19.35円
 1CNY=18.96円
 1CNY=18.36円

 9イ 1THB= 3.67円
 1THB= 3.29円
 1THB= 3.34円

33

38

A 0

0.0

4

38

13.4

従業員持株会信託型ESOPクロージングによる影響



- ◆2011年7月に導入した従業員持株会信託型ESOPが、2016年7月に終了予定。本制度導入期間中に当社株価が上昇しており、持株会会員へ残余財産が分配される見込み。
- ◆16年3月期に信託清算関連費用として、ESOP分配引当金繰入額13.66億円を計上(※)

<従業員持株会信託の概要>

①信託期間 : 2011年7月7日~2016年7月31日

②信託規模 : 999,780千円

⇒本制度導入に当たり、当社自己株式を持株会信託に対して 一括処分

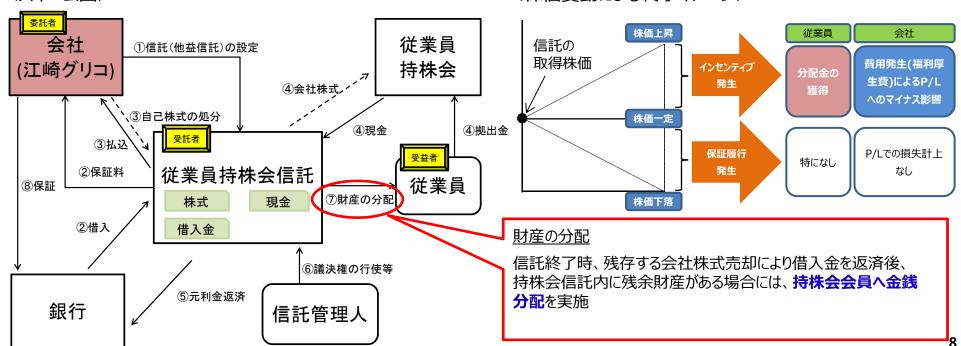
(処分株式数:1,140,000株、処分価額:1株につき877円)

*処分株式数は株式併合前の値

(※)現行の会計基準等では、残余財産分配時には費用を認識しないが、当社では、現行の会計基準等適用前に本制度を導入しており、 従来採用していた方法に基づき費用計上。

<スキーム図>

<株価変動による終了イメージ>



設備投資、減価償却費、研究開発費



- ◆16年3月期の設備投資は、15年3月期に比べ64億円増加。ほぼ計画通り
- ◆17年3月期の設備投資は、16年3月期に比べ49億円増加する計画

15/3

(単位:億円)

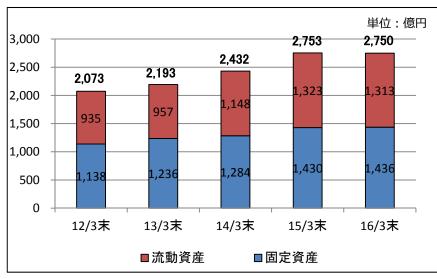
	15/3 FYE March'15	16 FYE Ma		1//3 FYE March'17
	実績 Results	計画 Forecast	実績 Results	計画 Forecast
菓 子 / 国 内 Confectioneries Domestic	22	28	32	36
菓 子 / 国 外 Confectioneries Overseas	21	13	9	23
冷 菓 / 国 内 Ice Cream Domestic	27	72	76	123
冷 菓 / 国 外 Ice Cream Overseas			2	1
牛 乳 · 乳 製 品 Milk and Dairy Products	24	21	18	25
食 品 Food Products	1	2	2	3
食 品 原 料 Food Ingredients	0	0	1	2
そ の 他 Other	6	27	26	2
設 備 投 資 額 合 計 Capital investment	102	167	166	215
非連結会社・投融資分等 Unconsolidated subsidiaries ・ investment and lending	_	9	9	8
減 価 償 却 費 Depreciation	111	112	108	100
研究開発費 R&D expenditures	45	50	51	58

(Unit:100 million yen)					
16/3-18/3 合計 Total					
(FYE Ma	arch'16~FYE Ma	arch'18)			
当初計画 Previous forecast	実績+計画 Results+Forecast	当初計画比 Change from Previous forecast			
106	119	13			
124	111	▲ 12			
359	342	▲ 17			
	11	11			
77	78	1			
7	6	1			
5	4	1			
23	28	6			
700	700	0			

貸借対照表の状況



- ◆手元資金で借入金を一部返済
- ◆利益剰余金の増加等により、自己資本比率は61.5%⇒63.1%にアップ





○流動資産 主要勘定科目

単位:億円

	15/3末	16/3末	
	13/3/	残高	前期比
現金及び預金	371	509	138
受取手形及び売掛金	331	351	20
有価証券	292	114	▲ 179
棚卸資産	251	269	18

○固定資産 主要勘定科目

単位:億円

	15/3末	16/3末		
		残高	前期比	
有形固定資産	727	826	99	
無形固定資産	32	41	9	
投資有価証券	475	379	▲ 96	

○流動負債 主要勘定科目

単位:億円

	15/3末	'3末	
		残高	前期比
支払手形及び買掛金	296	284	▲ 12
短期・長期(1年以内)借入金	116	57	▲ 59

○固定負債 主要勘定科目

単位:億円

	15/3末	16/3末		
		残高	前期比	
長期借入金	13	5	▲ 8	

○純資産 主要勘定科目

単位:億円

	15/3末 -	16/3末		
		残高	前期比	
株主資本	1,532	1,640	108	

キャッシュフローの状況



- ◆運転資金及び設備投資の増加等により、フリーキャッシュフローは15年3月期に比べ127億円減少
- ◆現金及び現金同等物は15年3月期に比べ74億円減少

単位:億円

								単位:億円
	12/3	13/3	14/3	15/3			16/3	
	実績	実績	実績	実績	実績	前年同期比	主要因	前年同期比
営業活動による キャッシュ・フロー	102	145	225	245	177		税金等調整前当期純利益の減少 減価償却費の減少 固定資産売却益の減少 為替差損の増加 運転資金の増加 法人税等の支払額増加	▲ 102 ▲ 2 120 21 ▲ 61 ▲ 54
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 119	▲ 114	▲ 149	▲ 79	▲ 138		定期預金への預入の増加 有価証券売却等の増加 有形固定資産取得の増加 有形固定資産売却の減少 投資不動産取得の減少	▲ 31 45 ▲ 64 ▲ 128 101
FCF(フリーキャッシュフロー)	▲ 17	31	76	166	39	▲ 127		
財務活動によるキャッシュ・フロー	59	1 1	▲ 89	▲ 132	▲ 101	31	借入金返済の減少 配当金支払の増加	43 ▲ 13
現金及び現金同等物の 期末残高	324	353	542	594	520	▲ 74		

II.16年3月期重点取組の振返り、 17年3月期の計画

16年3月期 重点取組みの振返り



計画結果

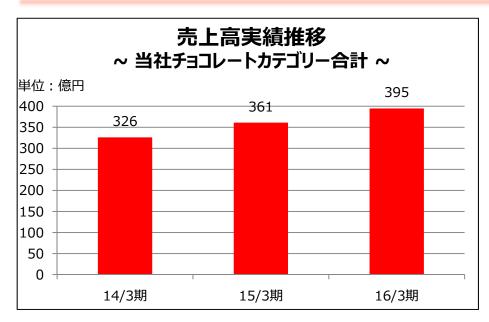
・引き続き集中投資を行い、強固な事業規模の獲 ・売上高395億円、前年同期比109.3%と計画 チ 得を狙う。 を達成。 ・売上高389億円、前年同期比108%を目指す。 ・主力ブランドを中心に販売を強化しており、 П ポッキー、カプリコ、神戸ローストショコラ等はいずれ も前期比増収。 ・主力アイテムの育成強化、系列品の発売により、 ・売上高810億円であり、前年同期比109.7%と ブランドの強化を図り、パーソナル分野、業界No.1 大幅に増収。 の獲得を目指す。 ・冬場に、既存ブランドに付加価値をつけたく大人 冷 シリーズ>を発売し、売上好調に推移。下半期の 菓 赤字は大幅に減少。 ・しかしながら、シェアについては、依然として3位の 状況。 ・朝食BifiXシリーズに注力し、売上高250億円を ・売上高251億円、前年同期比111.0%と計画 目指す。 を達成。 ・昨年9月末に朝食BifiXシリーズのうち、4品を機 発 能性表示食品としてリニューアル発売。消費者の 醳 健康へのニーズを捕捉。 乳 (今年4月には、朝食BifiXシリーズ全品を機能性

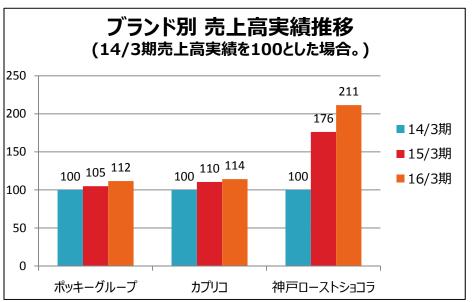
表示食品としてリニューアル発売)

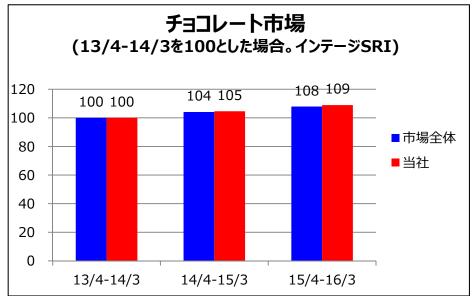
16年3月期振返り

チョコレートカテゴリー











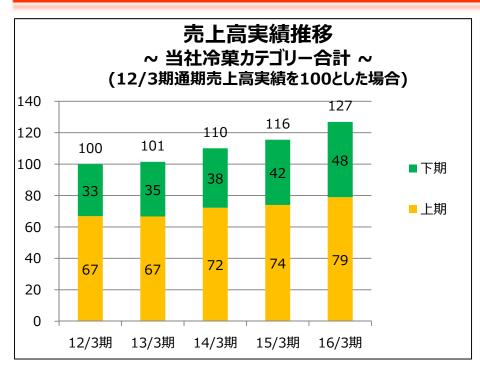


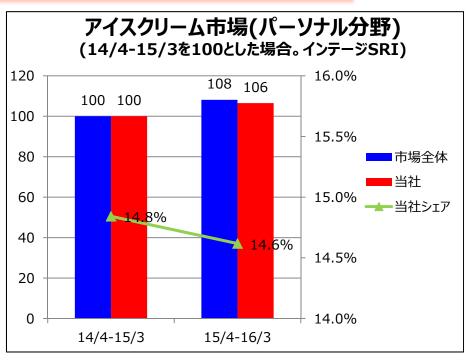


16年3月期振返り

冷菓カテゴリー







<付加価値を高めた"大人シリーズ"を発売>









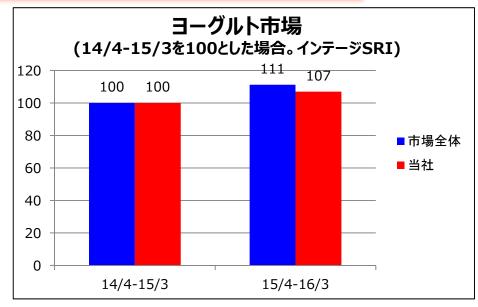


16年3月期振返り

発酵乳カテゴリー

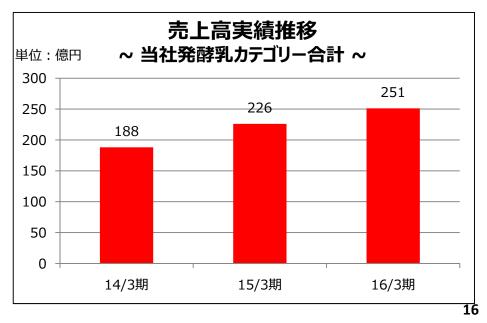






<BifiXシリーズ 全品を機能性表示食品としてリニューアル>





国内事業:17年3月期 計画のポイント



カテゴリー	マーケット環境/事業環境の認識	17年3月期における施策
チョコレート	・市場規模:13年度 2,568億円→15年度 2,770億円*1・地位:業界3位 ・チョコレートに対する消費者の健康志向が高まっている	・主カブランド強化(ポッキー、カプリコ、神戸ローストショコラ等) ・既存ブランド育成(ピーク、ビッテ、バンホーテン等) ・チョコレートカテゴリーで初めての機能性表示食品のチョコ レートを今年3月に発売。健康訴求チョコレートのプレゼン スの向上
ビスケット	・市場規模:13年度 1,440億円→15年度 1,532億円*1 ・地位:業界6位	・主カブランド強化(プリッツ、ビスコ、コロン等) ・チーザ、クラッツ等のおつまみスナックのブランド再生。
冷菓	・市場規模:13年度 4,360億円→15年度 4,630億円*2・地位:業界2位・冬場のアイスクリームの販売が拡大傾向・製品の高付加価値化	・主カブランド強化(ジャイアントコーン、パピコ、17アイス等) ・既存ブランド育成(パナップ、アイスの実、牧場しぼり等) ・ "大人シリーズ"の定着、高付加価値化 ・下期黒字化の実現に向けたマーケティング策の実行 ・新工場の安定稼働に注力
発酵乳/ 牛乳·乳飲料	<発酵乳> ・市場規模:13年度 3,426億円→15年度 3,841億円*1 ・地位:業界5位 <牛乳・乳飲料> ・地位:業界4位	・カテゴリーマネジメントによる収益管理の推進 <発酵乳> BifiXシリーズ全品を機能性表示食品としてリニューアル 発売済。機能訴求により販売を強化 <牛乳・乳飲料> 「カフェオーレ」シリーズを中核のブランドとして、資源を投入
洋生菓子	・市場規模:13年度 701億円→15年度 656億円*1 ・地位:業界2位	・主カブランドのプッチンプリン、とろ〜りクリームonを中心に販売強化・ドロリッチのブランド再生

今後2ヵ年の業績計画



- ◆2015年5月21日発表の中期経営計画で、18年3月期の営業利益計画を180億円と公表
 - ⇒16年3月期実績で営業利益は171億円。17年3月期に**1年前倒しで中計を上回る計画を策定**。 今後2ヵ年については、毎年、単年度の業績予想を公表する方針

中期経営計画(2015年5月21日発表)

単位:億円

		15年	16年	18年
		3月期実績	3月期計画	3月期計画
営業利益	合計	142	150	/ 180
	国内	105	119	136
	海外	38	31	44

17年3月期計画

単位:億円

		15年	16年	17年
		3月期実績	3月期実績	3月期計画
	合計	142	171	200
営業利益	国内	105	134	171
	海外	38	38	29



利益配分の基本方針



- 1.成長投資を優先し、企業価値の長期的最大化を目指す。
- 2.配当金は、フリーキャッシュフローのレベルを勘案して、安定的かつ継続的に還元していく。 ※フリーキャッシュフローのレベルは非連結関係会社への投融資(事実上の設備投資)も勘案する。
- 3.自社株買いによる還元より、株式の市場流動性の維持・向上を優先する。

<中期経営計画(16/3期~18/3期)におけるキャッシュフロー計画概要>

営業キャッシュフロー

営業キャッシュフロー(3ヵ年累計) 537億円

投資キャッシュフロー

設備投資額(3ヵ年累計) 717億円 *非連結関係会社等への投融資を含む

- ◆16/3期~18/3期の3ヵ年累計の営業キャッシュフロー537億円に対して、投資キャッシュフローは717億円の計画(フリーキャッシュフロー▲180億円)
 - ⇒成長戦略のもと、先行投資を行い、長期的な企業価値向上に注力。

配当金については、従来の方針通り、フリーキャッシュフローのレベルを勘案して、安定的かつ継続的に還元していく方針。

原材料価格変動による原価への影響



◆ **16年3月期振返り**: チョコレート原料やアーモンド等の原料価格の上昇があったものの、乳製品、材料等の

価格ダウンの影響により、グループ全体では原材料価格はダウン

◆ **17年3月期計画** : チョコレート原料の価格アップが見込まれるものの、アーモンド゛や材料等の価格ダウン

により、グループ全体では前期並みに推移する見込み

(Unit:one million ven)

			(Offic.offe fillilloff yell)	
	16,	/3	17/3	
	FYE Ma	arch'16	FYE March'17	
	実績			
	Resi	Forecast		
	対前年 *1	対計画 *2	対前年 *3	
	Change from Previous period	Change from Forecast	Change from Previous period	
グループ合計 (海外子会社含む)	▲ 94	▲ 1,978	▲ 3	

注) 為替の影響含む

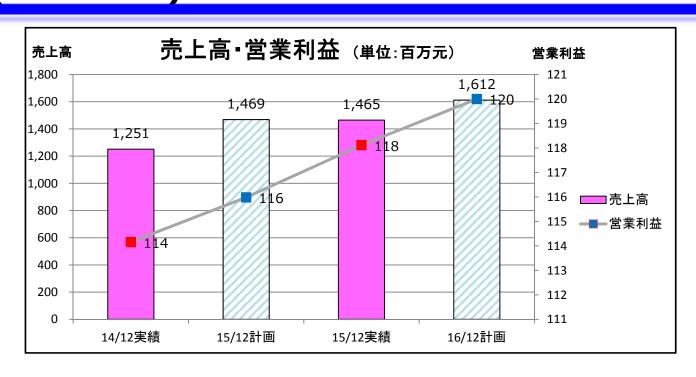
*1(15年度実績単価 - 14年度実績単価) × 15年度使用実績数量

*2(15年度実績単価 - 15年度見込単価) × 15年度使用実績数量

*3(16年度見込単価 - 15年度実績単価) × 16年度使用見込数量

おいしさと健康 **Glico**

中国(上海グリコ):売上高・利益の概況及び計画



(単位:百万元)

(Unit:one million CNY)

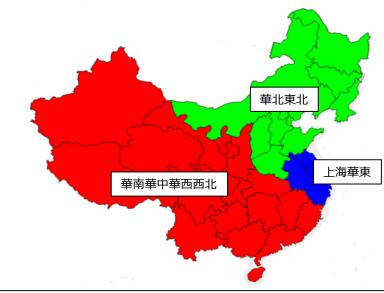
		14/12期		15/12期						16/12	期	
		通期 Full year		通期 Full year				2Q 通期 Full year				
		実績	計画	実績	前年同期比 Change from Previous period		計画比 Change from Forecast		計画	計画	前年同期比 Change from Previous period	
		Results	Forecast	Results	金額 Amount	増減率 (%)	金額 Amount	増減率 (%)	Forecast	Forecast	金額 Amount	增減率 (%)
売 Net	上 sales	1,251	1,469	1,465	214	17.1	4 4	-0.3	787	1,612	147	10.0
営 Oper	業 利 益 rating income	114	116	118	4	3.5	2	1.8	72	120	2	1.6
経 Ordi	常 利 益 inary income	116	128	122	6	4.9	A 6	-4.8	71	119	▲ 3	-2.3
当 j Net	期 純 利 益 income	100	96	98	1	-1.4	2	2.4	76	101	3	2.8

中国(上海グリコ):内陸部の開拓・深耕加速

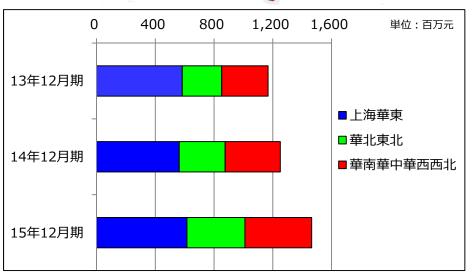


- ■2015年の実質GDP成長率は6.9%となった。 2016年の経済成長率目標は6.5%~7.0%で 設定され、安定成長を目指している。
- 平均賃金の上昇などにより、低所得者層が減少 すると共に中間層以上の人口増加が続く。
- ■このような経済環境ではあるが、上海グリコの売上高は前年比117.1%となった。今後も重要地域である上海華東地区での販売を伸ばしながら、華北・華南・華中・華西など地方都市での販売も拡大させ、地区毎でバランスのとれた販売を目指す。

<中国の地域と地域別売上>







出典:中国国家統計局

中国(上海グリコ):ポッキー、プリッツ、プジョイの強化^{Glice}

■ポッキー、プリッツ、プジョイの主力 3 ブランドを中心に強化・育成を実施し、好調に推移。 主力3ブランドの15年度の売上比率は、12年度の70%に対し、88%まで上昇。

■POCKY: 超細ポッキー(チョコ) を15年6月に発売、9月にはミルク、イチゴを追加発売。

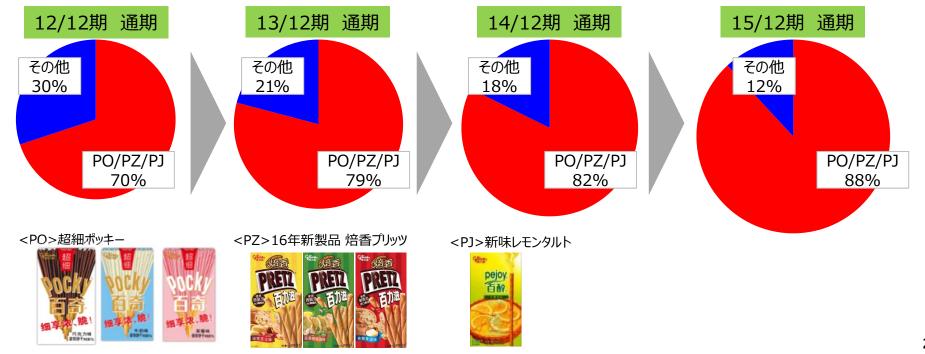
旬の味わいを提案する、ヒンヤリした味わいのつぶつぶポッキー、冬ムースポッキー発売。

■PRETZ:洋風パンのような味わいが楽しめる、焙香プリッツを16年6月発売予定。

■PEJOY:上質な世界観を訴求するCMを投入し、ブランドイメージの向上と拡販を達成。

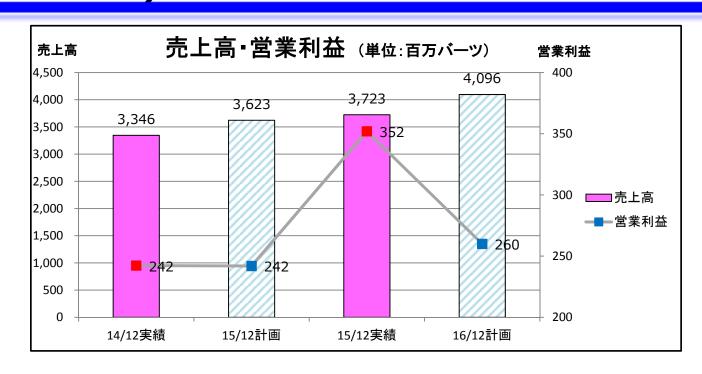
新味のレモンタルトを16年3月発売。

<ポッキー(PO)、プリッツ(PZ)、プジョイ(PJ)の売上構成推移>





タイ(タイグリコ):売上高・利益の概況及び計画



(単位:百万バーツ)
(Unit:one million THB)

	14/12期		15/12期						16/12	期	
	通期 Full year			通期 Full year				2Q 通期 Full year			
	実績	実績計画	実績	Change from Prev	前年同期比 Change from Previous period		計画比 Change from Forecast		計画	前年同期比 Change from Previous period	
	Results	Forecast	Results	金額 Amount	増減率 (%)	金額 Amount	増減率 (%)	Forecast	Forecast	金額 Amount	増減率 (%)
売 Net sales	3,346	3,623	3,723	378	11.3	100	2.8	2,137	4,096	373	10.0
営業利益 Operating income	242	242	352	110	45.3	110	45.5	107	260	▲ 92	-26.1
経常利益 Ordinary income	950	255	385	▲ 566	-59.5	130	50.9	88	225	▲ 160	-41.6
当期純利益 Net income	950	255	365	▲ 586	-61.6	110	43.0	66	180	▲ 185	-50.7

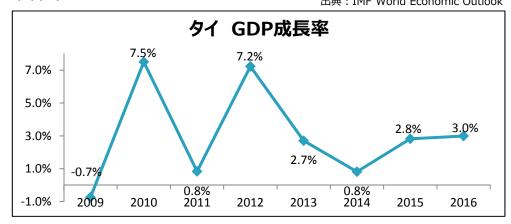
[※]インドネシア等、周辺諸国への輸出分も含んでいます。

[※]各数値は現地決算基準。為替レートは巻末の資料をご参照下さい。

タイ(タイグリコ): 低成長経済の中で2桁成長維持



- ■タイ国内は昨年の政変を経て景気は持ち直しつつあるものの、干ばつの影響などから経済環境は厳しい。 今年の経済成長率政府見通しは3%~4%から2.8%~3.8%に下方修正された。
- ■このような経済環境下、ビスケットシェア2位のタイ国内での 売上は、主力チャネルであるCVSとスーパー/ハイパー、 地方部 パパママ店での販売深耕を共に進め、前年比 6.6%の成長となった。
- ■タイ国外では、マレーシアが前年比135%前後の売上成長を示し、タイグリコ全体の売上高は前年比111.3%となった。
- ■低成長経済環境下で2桁の売上成長を維持すべく、 販促費率が高まる為、16年度の営業利益率は6.3%と 計画。



タイ:左より、バレンタイン用、冷やして楽しむ、Pocky Day用各種ポッキー







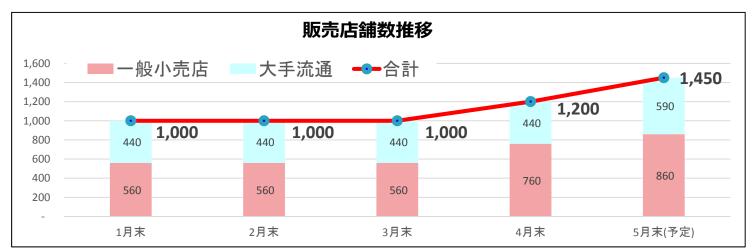
マレーシア:ポッキーワゴンを用いた販促風景



海外事業:アイスクリーム事業(タイ)



- 2016年1月、タイにおいて、「ジャイアントコーン」、「パリッテ」、「パナップ」、「セブンティーンアイス」の 4 つの ブランド、合計8種類のアイスを発売し、好評を博している。
- ■5月末時点においてバンコク周辺エリアで1,450店(一般小売店860店 主要流通チェーン590店)での販売を予定。



1/19プレスカンファレンス



現地ポスター



商品購入後のお客様



海外事業:アイスクリーム事業(インドネシア)



- ■インドネシアにおいては、2016年4月の販売開始予定でGlico-Wingsを設立したが、工場建設に遅延が発生し、製造・販売開始時期が遅れていた。
- ■しかし、この度、現地FDA(食品医薬品局)の工場認可をはじめ、種々の許認可を取得し、本年度中に生産、販売を開始できる見込みとなった。

<インドネシア アイスクリーム事業概要>

WINGS社と50%ずつを出資し合弁会社を設立し、 内容 アイスクリーム事業をインドネシア国内で展開。 製品ブランドは合弁会社で独自に開発。 役割:合弁会社=製造、マーケティング WINGS社=物流·営業 製造、マーケティング **GLICO-WINGS** (設備・工場投資負担) ※ショーケース投資は合弁会社 商品を販売 スキーム 物流•営業 WINGS社 概要 (冷凍倉庫、車、人員投資負担) 物流•営業 物流·営業 小売店





皿.17年3月期の通期業績計画

売上高·利益計画



(単位:億円)

(Unit: 100 million yen)

					(offic. 100 ffilliloff yelf)	
	15/3	16/3		17	'/3		
	FYE March'15	FYE March'16	FYE March'17				
	通期 Full year	通期 Full year	2Q		通期 Full year		
	実績 Results	実績 Results	計画 Forecast	計画 Forecast	前年同 Change from F 金額 Amount	別比 Previous period 増減率(%) Change	
売 上 高 Net sales	1 1 1 1 4 1	3,384	1,945	3,700	316	9.3	
営業利益 Operating income	1 14/	171	127	200	29	16.9	
経常利益 Ordinary income	I I/D	192	133	210	18	9.2	
当期純利益 Net income	. / ! ! !	139	95	140	1	0.7	

営業利益計画



(単位:億円)

(Unit:100 million yen)

	15 FYE Ma		16 FYE Ma	•	17 FYE Ma	•	
	実績 Results	売上比 (%)	実績 Results	売上比 (%)	計画 Forecast	売上比 (%)	
売 上 高 Net sales	3,194	100.0	3,384	100.0	3,700	100.0	
売 上 原 価 Cost of sales	1,778	55.7	1,839	54.3	2,018	54.5	
売 上 総 利 益 Gross profit	1,416	44.3	1,545	45.7	1,682	45.5	
運 賃 保 管 料 Freight and charges	279	8.7	300	8.9	332	9.0	
販売促進費 Sales promotion	482	15.1	521	15.4	576	15.6	
広 告 費 Advertising expenses	109	3.4	122	3.6	135	3.6	
人 件 費 ・ 厚 生 費 Salaries and benefits	257	8.1	282	8.3	282	7.6	
経費・償却費 Expenses and depreciation	146	4.6	150	4.4	158	4.3	
合 Total	1,274	39.9	1,374	40.6	1,482	40.1	
営業利益 Operating income	142	4.5	171	5.1	200	5.4	
営業利益の増減要因	対15/3	対16/3			計算方法		
合計	58	29		①売上増減額×限界			
①売上高増減による増減益 ②売上原価率変動による増減益	104 42	68 ▲ 7			②売上高×売上原価率の差		
②元上原価率を割による追減金 ③運賃保管料比率変動による増減益	42 ▲ 9	▲ 7		③売上高×運賃保管料率の差 ④売上高×販売促進費率の差+広告費増減額			
④販売促進費比率・広告費増減による増減益	▲ 43	<u> </u>		⑤一般管理費増減額			
⑤一般管理費増減による増減益	▲ 36	A 8		(注)各費目の%が上た 益(-表示)となる。	がた場合や費用金額が	が増加した場合は、減	

セグメント別売上高計画



(単位:億円)

(Unit:100 million yen)

					(۱	Jnit:100 million yen)
	15/3	16/3		17		
	FYE March'15	FYE March'16		FYE Ma		
	通期 Full year	通期 Full year	2Q	通期 Full year		
					前年同	
	実績	実績	計画	計画	Change from P	
	Results	Results	Forecast	Forecast	金額	増減率(%)
合計					Amount	Change
Total	3,194	3,384	1,945	3,700	316	9.3
菓 Confectioneries	1,138	1,212	591	1,295	83	6.9
(内 国内菓子) (Of which, is domestic confectioneries)	<i>7</i> 28	<i>765</i>	352	800	35	4.6
冷 菓 Ice Cream	I / 1XI	810	583	904	94	11.6
(内 国内冷菓) (Of which, is domestic ice cream)	<i>7</i> 38	810	<i>579</i>	896	86	10.6
牛 乳 · 乳 製 品 Milk and Dairy Products	944	978	543	1,048	70	7.1
食 品 Food Products	1 //5	202	104	205	3	1.6
食 品 原 料 Food Ingredients	1 US	102	63	118	16	15.2
そ の 他 Other	57	80	61	130	50	61.9
※上記値の国内外区分 Above figure	s for domestic and	non-domestic seg	gments			
合 計 Total	3,194	3,384	1,945	3,700	316	9.3
国 内 Domestic	2,785	2,938	1,702	3,197	259	8.8
海 Overseas	409	446	243	503	57	12.7

<参考>中国、タイの実績、計画については下記レートで計算。

	15/3 実績	16/3 実績	17/3 2Q計画	17/3 通期計画
中国	1CNY=19.35円	1CNY=18.36円	1CNY=17.00円	1CNY=17.00円
タイ	1THB= 3.67円	1THB= 3.34円	1THB= 3.20円	1THB= 3.20円

セグメント別営業利益計画



(単位:億円)

					(1	Unit:100 million yen)
	15/3	16/3		17		
	FYE March'15	FYE March'16		FYE Ma	irch'17 通期 Full year	
	通期 Full year	通期 Full year	2Q		******	
	⇔ /≠		=1==	=1==	前年同	
	実績	実績	計画	計画	Change from F	<u>.</u>
	Results	Results	Forecast	Forecast	金額 Amount	増減率(%) Change
合 計 Total	142	171	127	200	29	16.9
菓 Confectioneries	82	92	39	93	1	1.0
(内 国内菓子) (Of which, is domestic confectioneries)	44	54	22	61	7	13.8
凉 Ice Cream	ו או או	55	60	56	1	2.2
(内 国内冷菓) (Of which, is domestic ice cream)	30	55	62	59	3	6.0
牛 乳 · 乳 製 品 Milk and Dairy Products	1 / 1	45	26	46	1	1.9
食 品 Food Products	. / 1	1	1	2	1	78.6
食 品 原 料 Food Ingredients	ı	5	6	8	3	62.6
そ の 他 Other	▲ 2	▲ 27	▲ 5	▲ 5	22	81.4
※上記値の国内外区分 Above figure	s for domestic and	non-domestic seg	gments			
合 計 Total	142	171	127	200	29	16.9
国 内 Domestic	105	134	111	171	37	28.1
海 Overseas	38	38	16	29	▲ 9	-22.9

<参考>中国、タイの実績、計画については下記レートで計算。

	15/3 実績	16/3 実績	17/3 2Q計画	17/3 通期計画
中国	1CNY=19.35円	1CNY=18.36円	1CNY=17.00円	1CNY=17.00円
タイ	1THB= 3.67円	1THB= 3.34円	1THB= 3.20円	1THB= 3.20円

企業理念「おいしさと健康」



◆グリコグループは、1922年グリコーゲン入りの栄養菓子「グリコ」を創製して以来、常に「おいしさと健康」という願いを胸に事業活動を展開しています。

〈企業理念〉

「おいしさと健康」

おいしさの感動を 健康の歓びを 生命の輝きを

Glicoは、ハート・ヘルス・ライフのフィールドで いきいきとした生活づくりに貢献します。



◆おいしさそして楽しさ、身体の健康のみならず心の健康にもつながる製品、また他にはない付加価値のある製品をこれからも絶えず世に送り出し、そして広めていきます。

<G I i c o スピリット>

創る・楽しむ・わくわくさせる

創ることを精一杯楽しんで、大胆に行動を起こしてみよう。 面白いこと 新しいこと 愉快なこと 素晴らしいこと 創意に満ちたチャレンジは きっとぼくらを わくわくさせる。 もっとみんなを わくわくさせる。



創業時の栄養菓子「グリコ」 (1922年)

2020年度に当社が目指す姿



■目標①:国内・海外において安定した営業利益率の確保を目指します。

- 国内 : 営業利益率 5%以上 - 海外: 営業利益率10%以上

■目標②: ROE 10%以上を継続的に目指します(特別損益を除く)。

■目標達成に向けた取組み

■今後の当社の成長を牽引するカテゴリー群 ⇒ ブランド戦略

■集中投資を行い、強固な事業規模を獲得する。

① 強い商品 カテゴリー (成長エンジン) の創出



チョコレート



冷菓



ビスケット



洋生菓子



発酵乳



健康分野

② 積極的な 海外展開

■アジアを中心とした海外展開の推進

- ①東アジア、東南アジア、欧米への進出と定着
- ②海外における売上高目標1,000億円へ(非連結関係会社を含む)
- ③海外での安定した営業利益確保

_{補足資料} グリコグループの概要

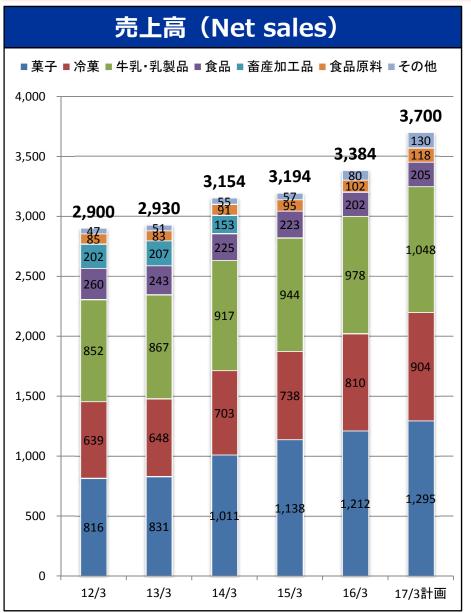


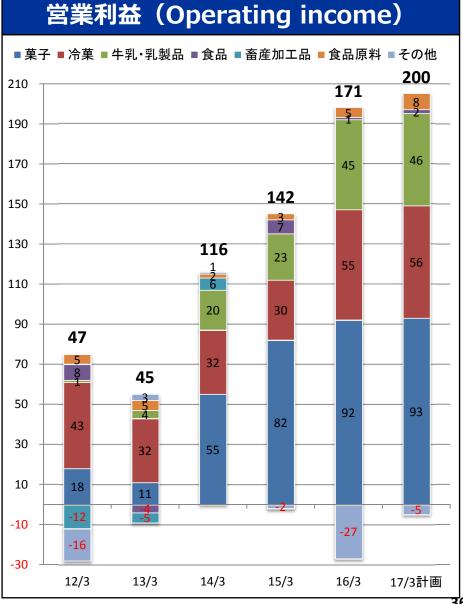
セグメント Segment	カテゴリー Category	主な製品 Main products	主なグループ会社 Main group company
菓 子 Confectioneries	チョコレート(ポッキー含む) Chocolate (including Pocky) ビスケット(プリッツ含む) Cookies (including Pretz) ガム・キャラメル・キャンディー Gum,caramel,candy 海外 Overseas その他 Other		タイグリコ株式会社 (THAI GLICO CO.,LTD.) 上海江崎格力高食品有限公司 (SHANGHAI EZAKI GLICO FOODS CO.,LTD.)
冷 菓 Ice Cream	パーソナル、マルチ、自動販売機他 Personal,multi,vending machine,etc.	Papico	江崎グリコ株式会社 (EZAKI GLICO CO.,LTD.) 東北フローズン株式会社
牛乳•乳製品 Milk and Dairy Products	洋生菓子 Western confections 発酵乳 Yogurt 牛乳・乳飲料 Drinking milk 果汁・清涼飲料 Fruit juices, carbonated drinks 育児用粉ミルク Infant formula その他 Other	HIS BIFLY POUR POUR POUR POUR POUR POUR POUR POUR	アイクレオ株式会社
食 品 Food Products	ルウ、レトルト Roux and boil-in-bag その他 Other	ZEPPIN PREMUM	江崎グリコ株式会社 (EZAKI GLICO CO.,LTD.)
食品原料 Food Ingredients その他 Other	グルテン、澱粉、色素他 Gluten, starch, dyes, etc. スポーツフーズ、オフィスグリコ他 Sport foods, office glico, etc.	AM	グリコ栄養食品株式会社

セグメント別業績推移



単位:億円





神足資料 カテゴリー別売上高



(単位:億円)

(Unit:100 million ven)

						(Unit:	100 million yen)
	カテゴリー Category	14/3	15/3	16/3		17/3	
		FYE March'14 FYE March'15 F		FYE March'16	FYE March'17		
セグメント			実績	実績	前年同期比		
Segment		実績			計画		Previous period
		Results	Results	Results	Forecast	金額	増減率(%)
	1 (1° 1 A+)	226	261	205	407	Amount	Change
	チョコレート(ポッキー含む) Chocolate (including Pocky)	326		395	407	13	
	ビスケット(ブリッツ含む) Cookies (including Pretz)	233	248	273	290	17	6.2
	ガム・キャラメル・キャンディー Gum,caramel,candy	50	48	45	43	▲ 2	-5.1
Confectioneries	海外 Overseas	327	409	446	495	48	
	その他 Other	74	71	52	60	8	
	計(Total)	1,011	1,138	1,212	1,295	83	6.9
冷 菓	パーソナル、マルチ、自動販売機他 Personal,multi,vending machine,etc.	703	738	810	896	86	10.6
Ice Cream	海外 Overseas	_	-	-	8	8	_
ice cream	計(Total)	703	738	810	904	94	11.6
	洋生菓子 Western confections	134	118	109	126	17	15.3
	発酵乳 Yogurt	188	226	251	280	29	11.5
4 5 5 4 5	牛乳·乳飲料 Drinking milk	323	322	322	355	33	10.1
牛乳・乳製品 Milk and Dairy Products	果汁·清涼飲料 Fruit juices, carbonated drinks	233	228	246	236	▲ 10	-4.0
Plik and Daily Products	育児用粉ミルク Infant formula	29	33	45	47	2	5.0
	その他 Other	10	16	4	4	▲ 1	-19.0
	計(Total)	917	944	978	1,048	70	7.1
食 品	ルウ、レトルト Roux and boil-in-bag	225	223	202	205	3	
Food Products	計(Total)	225	223	202	205	3	1.6
食 品 原 料	グルテン、澱粉、色素他 Gluten,starch,dyes,etc.	91	95	102	118	16	15.2
Food Ingredients	計(Total)	91	95	102	118	16	15.2
そ の 他	スポーツフーズ、オフィスグリコ他 Sport foods,office glico,etc.	55	57	80	130	50	61.9
Other	計(Total)	55	57	80	130	50	61.9
合 計		2.454	2.104	2 204	2 700	21.0	6.3
	3,154	3,194	3,384	3,700	316	9.3	

^{補足資料} TTM為替レート

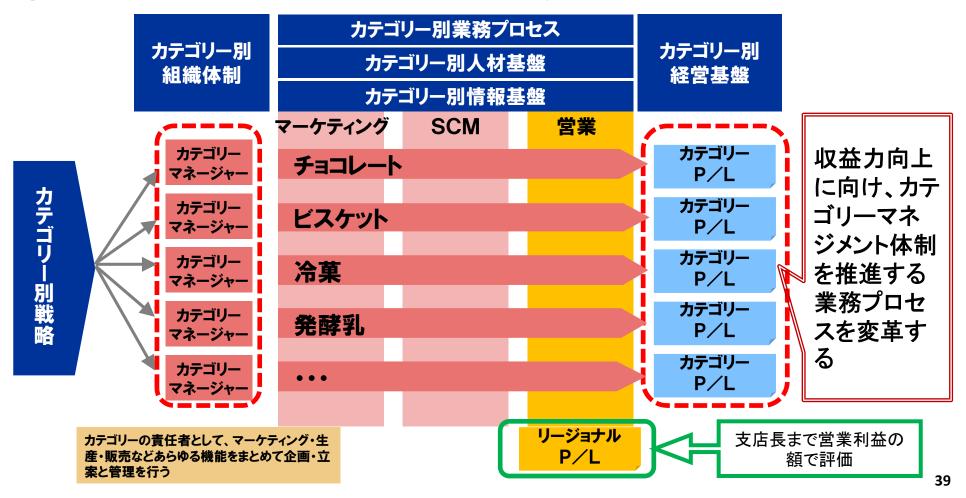


TTM 為替レート		米ドル	ユーロ	タイバーツ	中国元	100韓国ウォン	100イント [*] ネシア ルヒ [°] ア
		USD	EUR	THB	CNY	100KRW	100IDR
2012	3/31	82.19	109.80	2.67	13.06	7.25	-
	6/30	79.31	98.74	2.49	12.55	6.88	0.85
	9/30	77.60	100.24	2.52	12.33	6.99	0.82
	12/31	86.58	114.71	2.82	13.91	8.10	0.90
	3/31	94.05	120.73	3.20	15.16	8.48	0.98
2013	6/30	98.59	128.53	3.16	16.05	8.62	1.00
2013	9/30	97.75	131.87	3.11	15.98	9.09	0.85
	12/31	105.39	145.05	3.20	17.36	10.00	0.86
12/31の前年比		121.73%	126.45%	113.48%	124.80%	123.46%	95.56%
	3/31	102.92	141.65	3.17	16.59	9.67	0.91
2014	6/30	101.36	138.31	3.12	16.32	10.02	0.85
2017	9/30	109.45	138.87	3.38	17.73	10.38	0.90
	12/31	120.55	146.54	3.67	19.35	10.98	0.97
12/31の前年比		114.38%	101.03%	114.69%	111.46%	109.80%	112.79%
2015	3/31	120.17	130.32	3.70	19.36	10.87	0.92
	6/30	122.45	137.23	3.62	19.73	10.94	0.92
	9/30	119.96	134.97	3.29	18.96	10.06	0.82
	12/31	120.61	131.77	3.34	18.36	10.33	0.88
12/31の前年比		100.05%	89.92%	91.01%	94.88%	94.08%	90.72%

カテゴリーマネジメント



- ①カテゴリー営業利益の額が、経営管理上の最優先目標
- ②販売促進費、広告費等の経費は、売上高に対しての率で管理
- ③利益ベース視点での事業活動と運営管理を、リージョナル(支店単位)まで拡大
- ④グループ全体で強化すべきカテゴリー・ブランドに必要な経営資源の集中と収益力強化





【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。