

おいさと健康



19年12月期 決算説明会

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2020.2.27

目次



I . 19年12月期業績報告	P. 3 ~ 19
II . 20年12月期業績計画	P.20 ~ 31
(補足資料)	P.32 ~ 36

I . 19年12月期業績報告

19年12月期業績 サマリー



1. 国内・海外事業とも増収を達成し、連結売上高は対前年+1.2%の増収。

- 19年12月期においては、乳業が依然苦戦しているものの、ポッキーやプリッツ等の菓子や冷菓卸を含む冷菓の増収が寄与し、国内事業も増収を達成。連結売上高は対前年+1.2%の増収。

2. 下期の連結売上高は対前年+3.9%、連結営業利益は対前年+58%

- 下期の連結業績（国内は10月～12月、海外は7月～12月）では、冷菓を中心とした国内事業の復調により+3.9%の増収となった。また、下期の連結営業利益は海外の貢献により増益を達成。

3. 海外事業や健康カテゴリーは引き続き成長

- 海外事業では、中国での値上げによる伸長の減速（+3.3%）はあったものの、ASEANでは+17.7%、米国では+12.7%（現地通貨ベース）と大幅な成長を維持。また、健康カテゴリーを含むその他セグメントでは、アーモンド効果を中心に+5.4%と堅調な伸び。

売上高・利益の概況



- 売上高 : 国内、海外とも増収を達成し、連結全体では対前年 + 1.2% の増収。
- 営業利益 : 上半期の冷菓事業の減益が響き、対前年 ▲ 2.1% の減益。

(単位：億円)

	※19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
売上高	2,848	2,860	2,882	+1.2	+0.8
営業利益	159	162	156	▲2.1	▲3.7
経常利益	184	176	170	▲7.8	▲3.4
当期純利益	119	120	120	+1.4	+0.4
営業利益率(%)	5.6	5.7	5.4	—	—

※ 19年3月期通期実績（調整後）は、国内：2018年4月～12月累計、海外：2018年1月～12月累計（全頁共通）

営業利益の状況



(単位：億円)

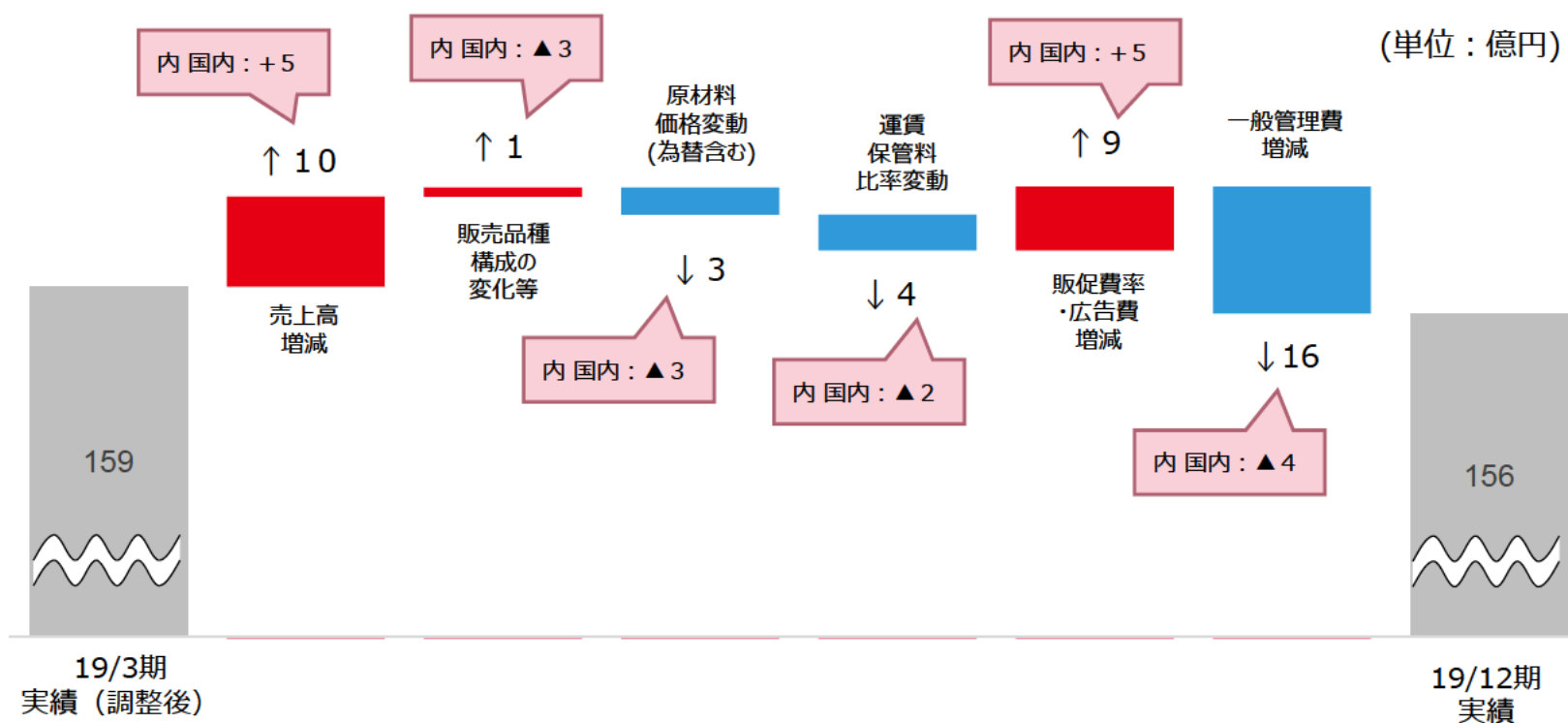
	19年3月期 通期実績 (調整後)		19年12月期 通期実績	
		売上比 %		売上比 %
売上高	2,848	100.0	2,882	100.0
売上原価	1,484	52.1	1,501	52.1
売上総利益	1,365	47.9	1,381	47.9
運賃保管料	242	8.5	249	8.6
販売促進費	456	16.0	458	15.9
広告費	122	4.3	117	4.1
人件費・厚生費	224	7.9	232	8.0
経費・償却費	162	5.7	170	5.9
販売費及び一般管理費 合計	1,205	42.3	1,225	42.5
営業利益	159	5.6	156	5.4

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- 国内は売上高の増加や販促費率・広告費の減少による増益要因もあったが、原材料価格変動や一般管理費の増加により、トータル減益
- 海外は売上高の増加などの増益要因はあったものの、販管費の積極的な投資などにより、ほぼ横ばい



原材料コスト変動による原価への影響



■ 19年12月期通期実績

油脂類、砂糖類の価格低下はあったものの、紙器や段ボール等の価格上昇により、グループ全体では、対前年で3億円の調達コストアップ

■ 20年12月期通期計画

カカオ、油脂類、乳製品等の価格上昇を想定しており、グループ全体では対前年で8億円の調達コストアップを見込む

(単位：億円)

	19年12月期 通期実績	20年12月期 通期計画
	対前年 *1	対前年 *2
グループ合計 (海外子会社含む)	+ 3	+ 8

注) 為替の影響含む

*1(19/12期実績単価 - 19/3期実績単価) × 19/12期使用実績数量

*2(20/12期計画単価 - 19/12期実績単価) × 20/12期使用計画数量

セグメント別売上高の状況



- 国内事業は、乳業が厳しい業績のなか、菓子、冷菓等が牽引し、対前年+0.7%の増収。
- 海外事業は、中国で値上げの実施による売上伸長の減速があったものの、前期に引き続き増収を維持（現地通貨ベースでは+4.1%の成長）。

（単位：億円）

	19年3月期 通期実績 （調整後）	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
合 計	2,848	2,860	2,882	+1.2	+0.8
菓 子・食 品	705	711	718	+1.9	+1.0
うち 菓 子	555	568	573	+3.2	+0.9
うち 食 品	150	143	145	▲3.1	+1.5
冷 菓	710	718	734	+3.2	+2.2
乳 業	697	666	670	▲3.8	+0.6
食 品 原 料	85	84	83	▲1.9	▲1.2
海 外	514	535	532	+3.5	▲0.6
そ の 他	138	146	145	+5.4	▲0.4

<換算レート>	19年3月期 通期実績（調整後）	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績
中国(CNY)	1CNY = 16.16円	1CNY = 16.00円	1CNY = 15.85円
タイ(THB)	1THB = 3.41円	1THB = 3.30円	1THB = 3.52円
米国(USD)	1USD = 111.00円	1USD = 111.00円	1USD = 109.37円

セグメント別営業利益の状況



- 国内セグメントは、菓子が好調であったものの、上半期での冷夏による冷菓の減速が影響し、前年比▲2億円の減益。

(単位：億円)

	19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	前年同期比 増減額	計画比 増減額
合 計	159	162	156	▲3	▲6
菓 子・食 品	49	52	52	+4	+0
うち 菓 子	45	48	50	+5	+2
うち 食 品	4	4	3	▲1	▲1
冷 菓	71	64	62	▲9	▲2
乳 業	26	26	24	▲2	▲2
食 品 原 料	8	7	6	▲2	▲1
海 外	13	12	13	▲1	+1
そ の 他	0	1	3	+2	+1
調 整	▲8	▲0	▲4	+4	▲4

<換算レート>	19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績
中国(CNY)	1CNY = 16.16円	1CNY = 16.00円	1CNY = 15.85円
タイ(THB)	1THB = 3.41円	1THB = 3.30円	1THB = 3.52円
米国(USD)	1USD = 111.00円	1USD = 111.00円	1USD = 109.37円

国内：カテゴリー別状況



カテゴリー	19年12月期 通期実績	
	※1 売上高 (前年同期比)	
チョコレート	348億円 (+5.4%)	主力のポッキーは赤箱等が売上高を牽引し、対前年で増収。また、GABA、リベラ等の健康切り口の商品が好調を維持したほか、神戸ローストショコラ等も堅調に推移。
ビスケット	200億円 (+1.6%)	主力のプリッツは、基幹フレーバーの10年ぶりリニューアルなどが増収を牽引。
冷菓	734億円 (+3.2%)※2	卸売販売子会社の増収分が寄与。ブランド別では、アイスの実やパナッパ等 は好調に推移したが、冷夏による販売減の影響もあり、パピコ等は苦戦。
発酵乳	157億円 (▲5.7%)	BifiXヨーグルト等、主力ブランドの落ち込みにより対前年で減収。
牛乳・乳飲料	206億円 (▲8.3%)	主力ブランドのカフェオーレが苦戦し、対前年で減収。
育児用ミルク	40億円 (+16.5%)	液体ミルクが貢献し、育児用ミルク全体では対前年で増収。
健康	98億円 (+4.4%)	アーモンド効果が引き続き好調に推移し、SUNAOも対前年で増収。

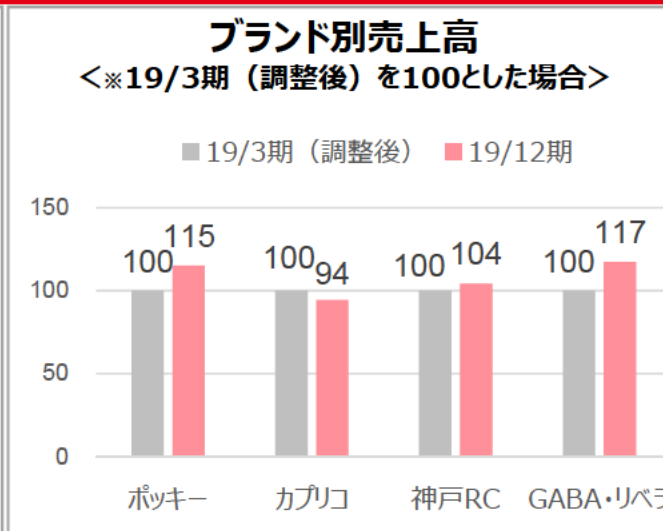
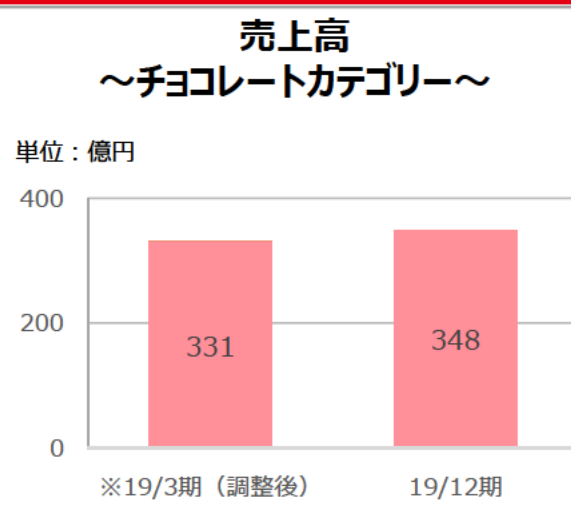
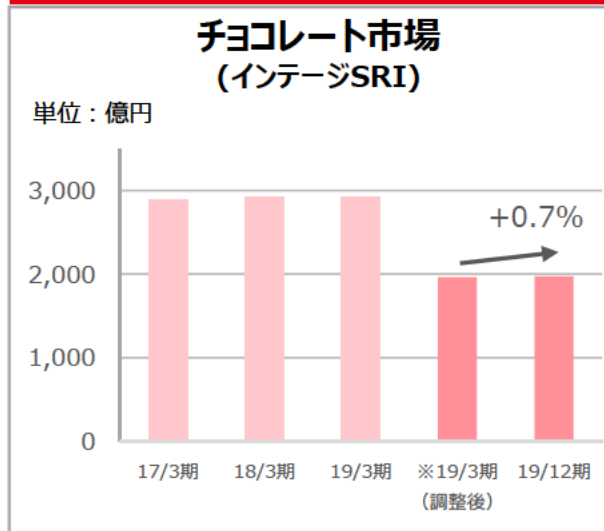
※1 19年3月期通期実績(調整後)との比較

※2 冷菓卸等の売上高含む

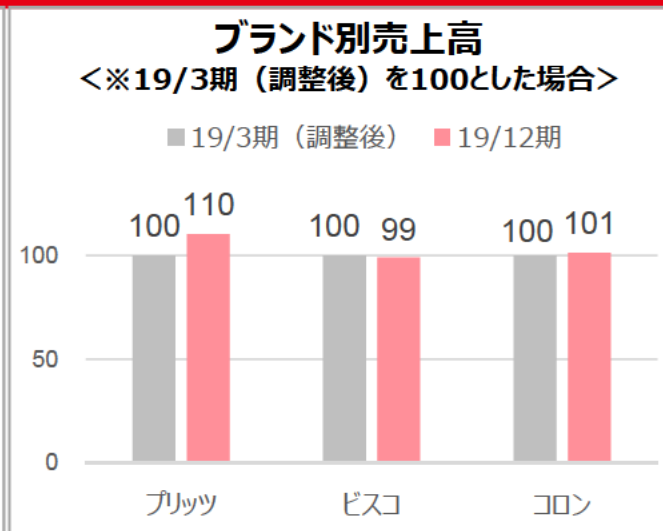
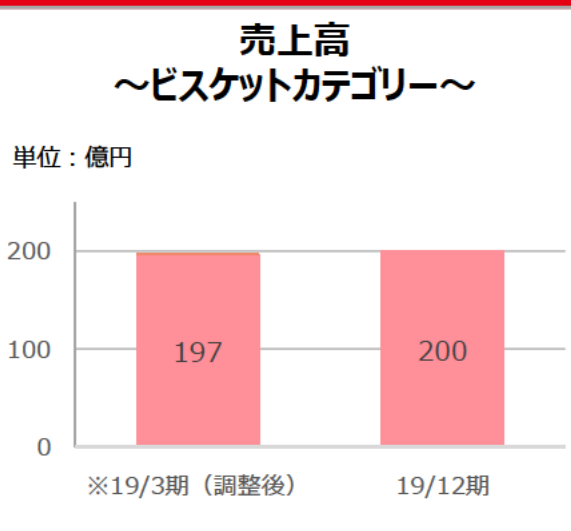
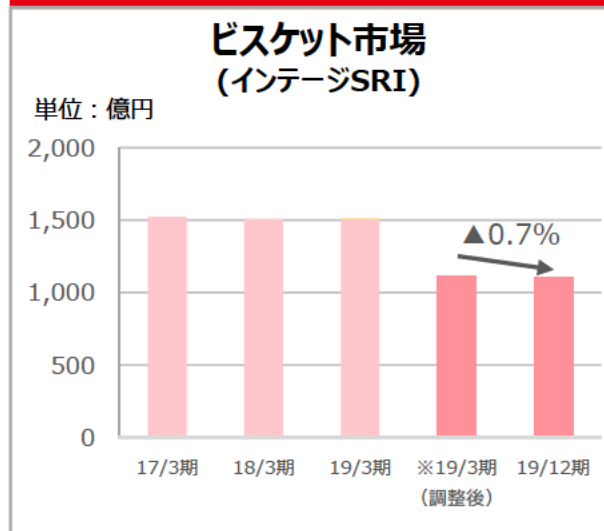
国内：カテゴリー別状況(チョコレート/ビスケット)



チョコレートカテゴリー



ビスケットカテゴリー

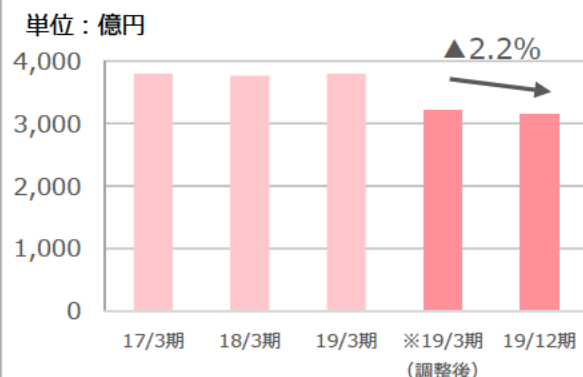


国内：カテゴリー別状況(冷菓/発酵乳)

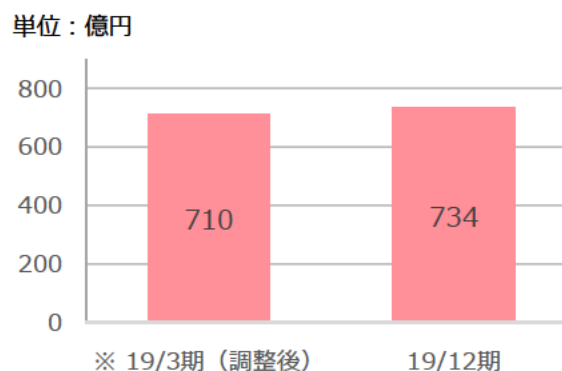


冷菓カテゴリー

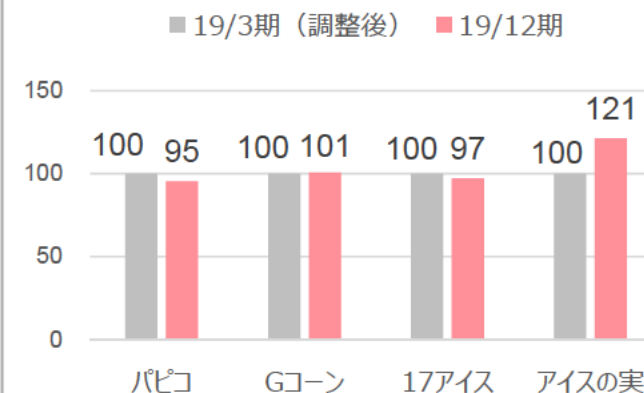
アイスクリーム市場 (インテージSRI)



売上高 ～冷菓カテゴリー～

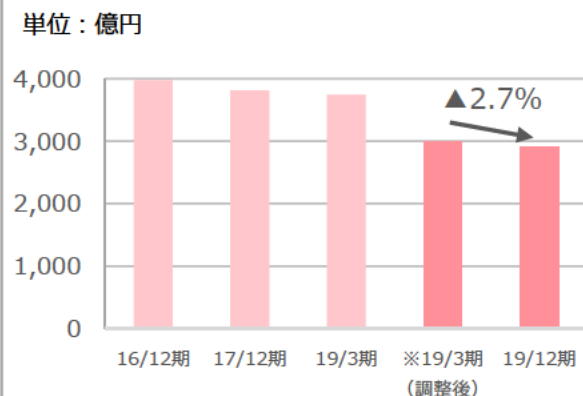


ブランド別売上高 ＜※19/3期 (調整後) を100とした場合＞

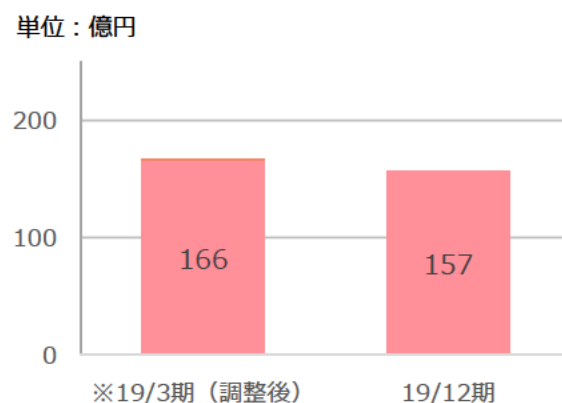


発酵乳カテゴリー

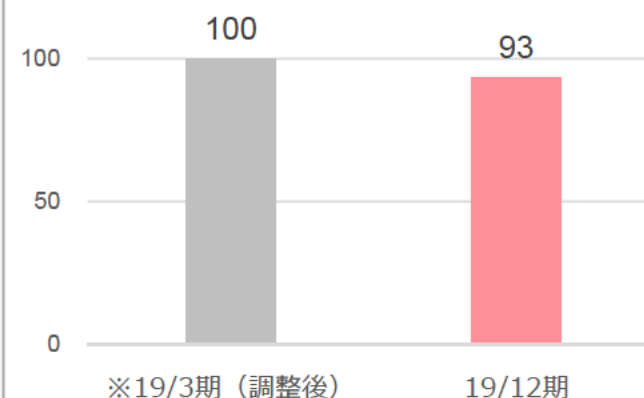
ヨーグルト市場 (インテージSRI)



売上高 ～発酵乳カテゴリー～



BifiXヨーグルト売上高 ＜※19/3期 (調整後) を100とした場合＞

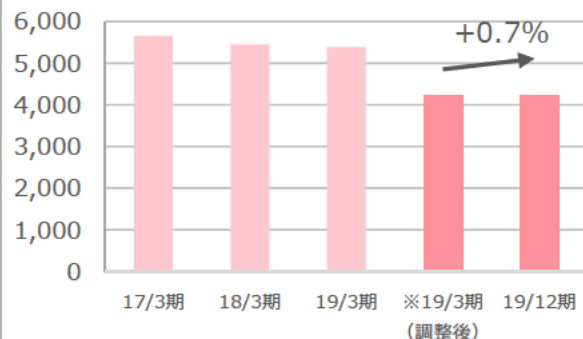


国内：カテゴリー別状況(牛乳・乳飲料/育児用ミルク)*Glico*

牛乳・乳飲料カテゴリー

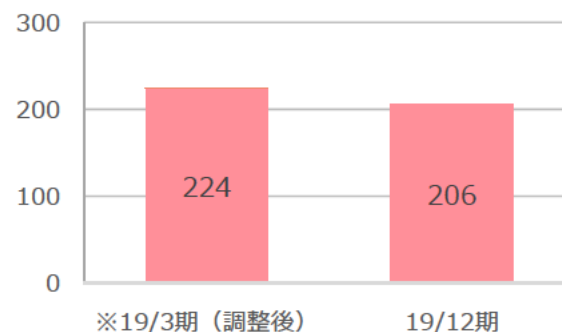
乳飲料市場 (インテージSRI)

単位：億円



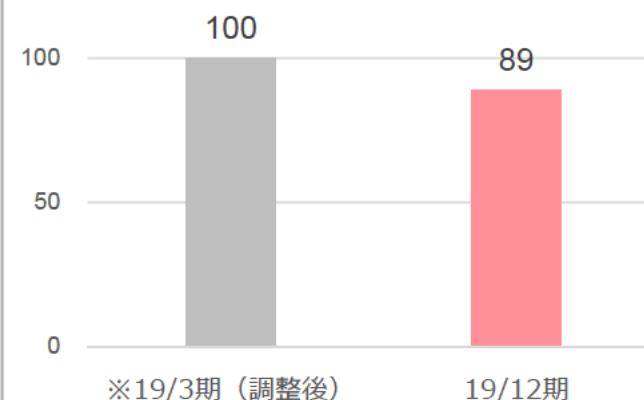
売上高 ～牛乳・乳飲料カテゴリー～

単位：億円



カフェオーレ売上高

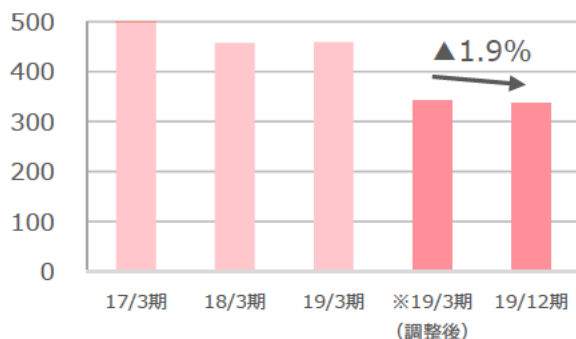
<※19/3期 (調整後) を100とした場合>



育児用ミルクカテゴリー

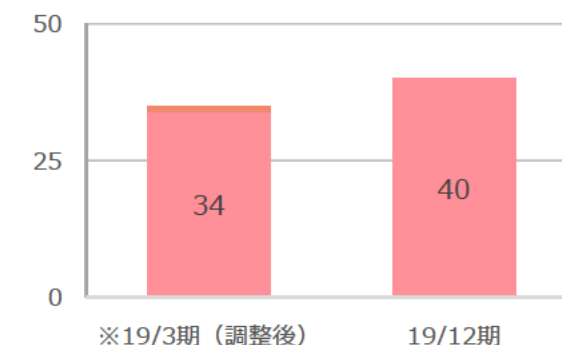
育児用ミルク市場 (インテージSRI/SCI推計)

単位：億円



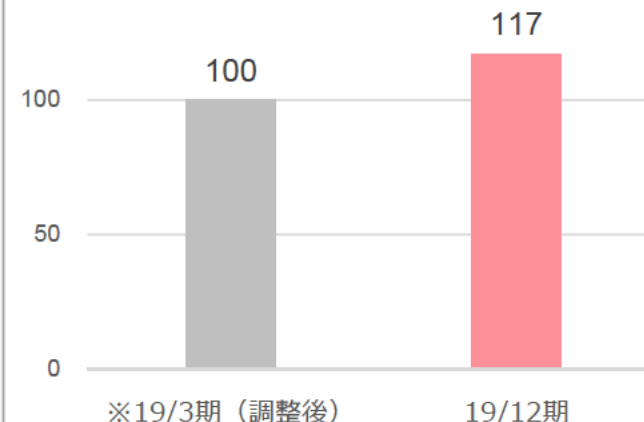
売上高 ～育児用ミルクカテゴリー～

単位：億円



アイクレオ(育児用ミルク)売上高

<※19/3期 (調整後) 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)

	18年12月期 通期実績	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
売上高	1,598	1,642	1,652	+3.3	+0.6
営業利益	78	71	99	+26.8	+39.8

◆ASEAN

(単位：百万米ドル)

	18年12月期 通期実績	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
売上高	126	152	149	+17.7	▲1.9
営業利益	▲13	▲11	▲9	-	-

◆米国

(単位：百万米ドル)

	18年12月期 通期実績	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
売上高	57	64	64	+12.7	+0.1
営業利益	17	18	17	+1.9	▲4.6

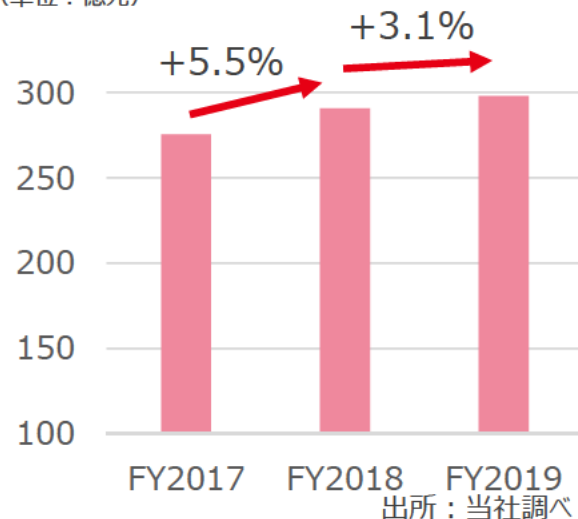
* ASEANの18年12月期・19年12月期の業績については、各国の19年12月期の実績レートで置き換えた数値

* 19年12月期より、日本からの香港向け輸出、ベトナム向け輸出はそれぞれ中国、ASEANに計上

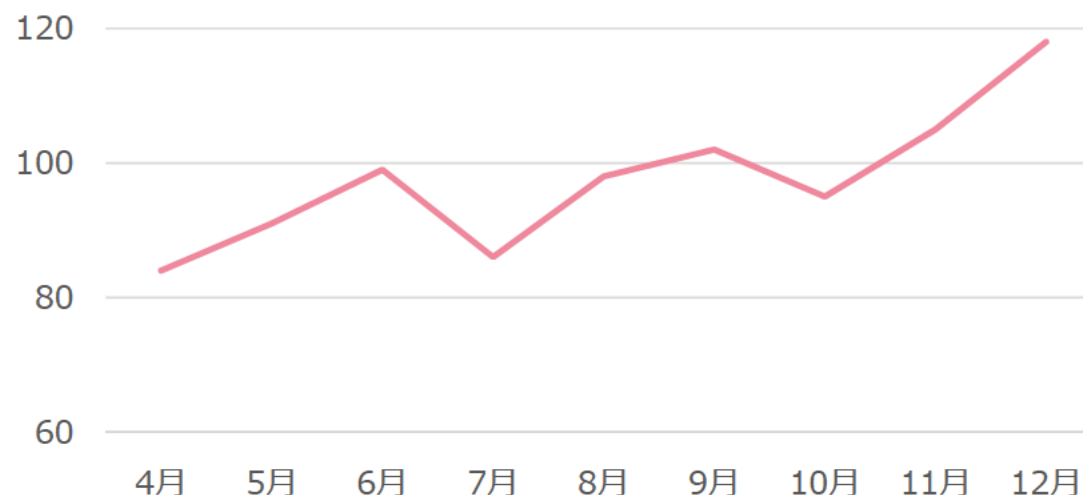
- 2019年の中国ビスケット市場規模は、対前年比+3.1%。当社の売上高は、現地通貨ベースで対前年比+3.3%の1,652百万元で着地。
- 2019年度はプジョイ4月、プリッツ7月、ポッキー8月に値上げを実施。値上げ前後は、一部の小売や中小の間屋から値上げに対する反発もあり、売上伸長の減速はみられたものの、下期の後半は回復基調。
- 2019年度に実施したポッキー、プリッツ、プジョイの値上げの影響により、オフラインの売上高は前年比トータル▲0.6%と減収となったものの、“Pocky Day”や年末商戦は堅調に推移。

中国ビスケット(オフライン・EC)
市場規模

(単位：億元)



2019年の主要3商品（ポッキー・プリッツ・プジョイ）の
売上推移（各月の前年同月比率）



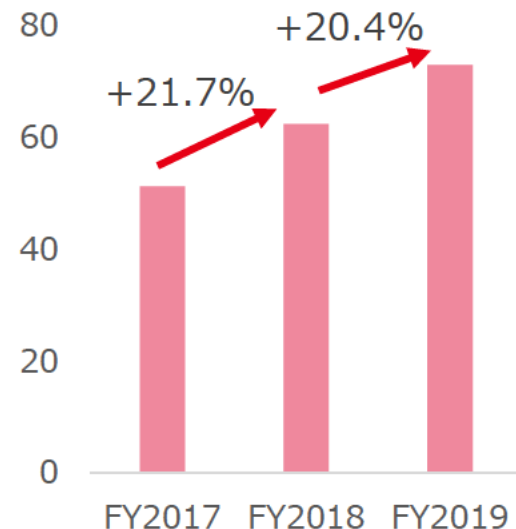
中国 ～オンライン～



- 2019年の中国ビスケット市場におけるEC市場は、対前年+20.4%と伸長。
- 自社のマーケティング活動やイノベーションを活かし、アリババや京東（JD.com）などのサイト内で実施されたキャンペーンを積極的に獲得。売上・ブランド認知とブランドエクвитиの向上を同時に実現。
- 当社のEC事業は、対前年同期比で+82.4%に拡大。中国事業全体に占めるEC事業の割合も8.4%に上昇。

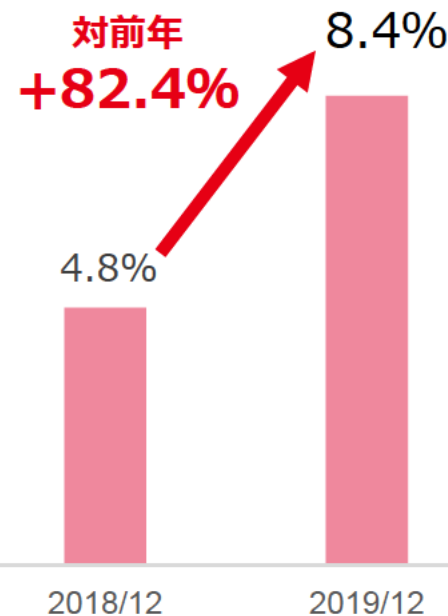
中国ビスケット市場規模(EC)

(単位：億元)



出所：当社調べ

当社EC売上高、EC比率



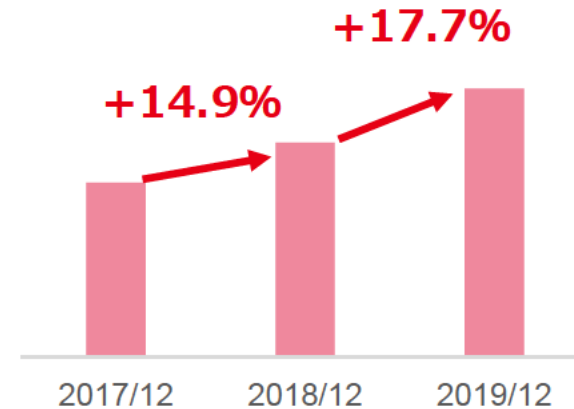
中国最大のSNSであるweiboでは
ポッキーのCMが検索上位にランキング



- 2019年度は、前年同様に地盤固めのため積極的なマーケティング投資を継続。売上高は上期に続き、下期も2桁の増収。通期は対前年+17.7%を達成。
- 特に、売上高の伸長が著しいインドネシアにおいては、テレビコマーシャルを含めたマーケティング投資の積極的な実施や、新たなディストリビューターへのシフトが順調に進んだことにより、売上高が大幅に伸長。
- 一方で、タイにおいては他社との競争が激化したことなどが影響し苦戦。2020年度はより効果的なマーケティング活動を進めることで巻き返しを図る。

ASEANの売上高推移

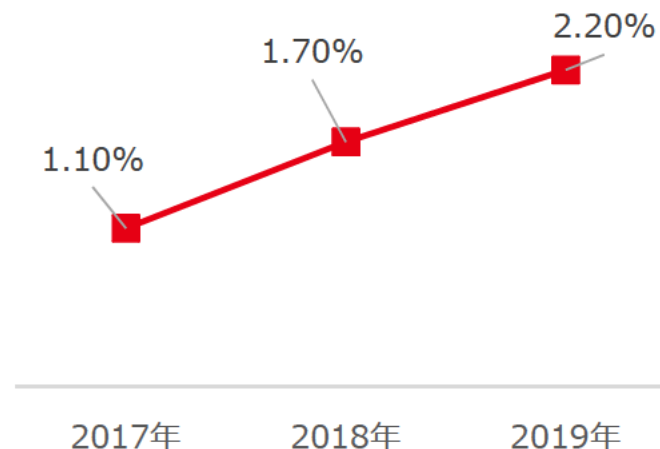
(ベトナムの粉ミルクを含む)



インドネシアをはじめASEANで展開している商品群



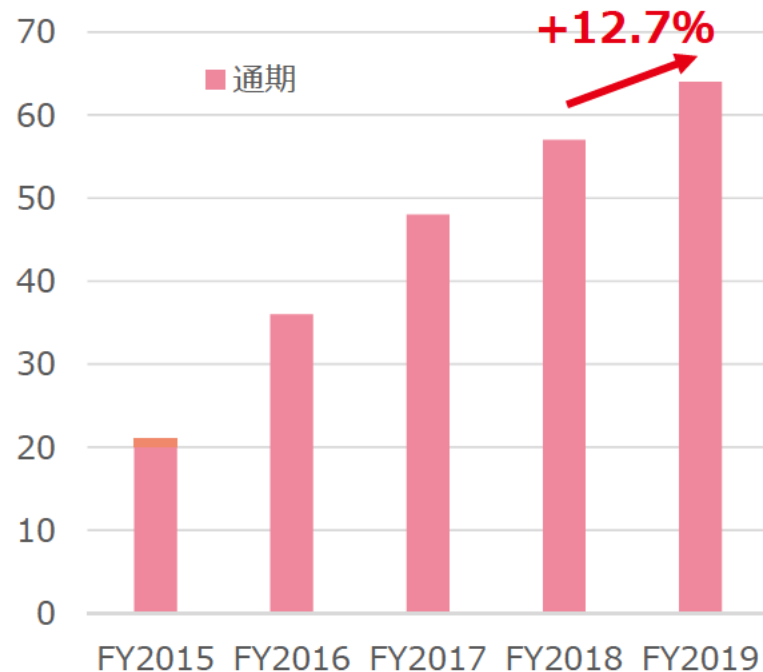
インドネシア菓子におけるシェア推移



- 菓子事業の現地法人「Ezaki Glico USA」の2019年度の売上高は米系小売店への配荷などが引き続き拡大し、売上高は現地通貨ベースで64百万US\$と対前年+12.7%の増収。
- デジタルマーケティングの推進など積極的なマーケティング活動を実施し、“Pocky Day”やクリスマス向けの受注などが拡大。
- クラブ系チャンネルではコストコを中心に、引き続き高い配荷率・回転を確保。

① Ezaki Glico USA 売上成長推移

(単位：百万\$)

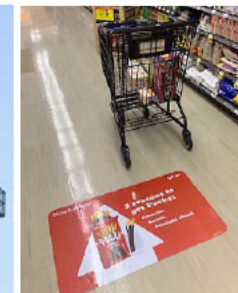


② マーケティング活動

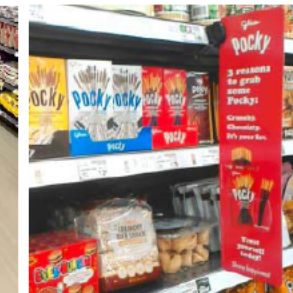
屋外のポッキー広告



ポッキー棚に誘導する
店内広告



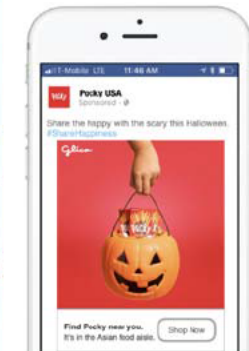
ポッキー棚の
店内広告



コストコでの陳列



クリスマス等をテーマにしたデジタル広告



Ⅱ. 20年12月期業績計画

成長戦略 3つの柱

1. 重点ブランドに集中、ロングセラーブランドの継続成長と立て直し
2. 健康付加価値ブランドの成長継続
3. 社会課題の解決に向けた新たな習慣化市場を創造拡大

19年12月期の取り組み①



重点ブランドに集中：ロングセラーブランドの継続成長と立て直し

1. ベースSKUの抜本的製品リニューアル

プリッツ旗艦3SKUでV字回復通
期で売上二桁成長

2. ベースSKUのマーケティングイノベーション

ポッキー：通期で売上二桁成長



3. 冷夏不振のアイスブランドの回復

下期
パピコは前年越え
ジャイアントコーン・アイスの実は
二桁成長



19年12月期の取り組み①：課題ブランド



重点ブランドに集中：ロングセラーブランドの継続成長と立て直し

BifiX

BifiX菌 × 食物繊維イヌリンで
“腸年齢を若くする”リニューアルで
Q3から下げ止まり基調もさらなる
ベース＋機能付加イノベーションを急ぐ



カフェオーレ

健康付加価値SKU
上市もベースSKUの“プリッツ級”
のイノベーションが急務



19年12月期の取り組み②



健康付加価値ブランドの成長継続

- ① GABA, LIBERAは通年で二桁成長
- ② アーモンド効果は5年連続売上二桁成長、市場シェア90%以上
- ③ SUNAOアイスは冷夏不振から回復基調



19年度年12月期の取り組み③



NEW

「2019年日経優秀製品・サービス賞 最優秀賞
日経MJ賞」を受賞

育児負担
軽減

防災備蓄

「審査委員より」

- ・手間をかけていたことが瞬時に解決する製品。
- ・お湯を沸かせないような災害の時のミルクとして評価が高いが、平時でも楽だ。
- ・従来はおなかがすかせて泣いている赤ちゃんを待たせて、熱いお湯で粉ミルクを溶かしてさらに冷まなければならず負担が大きかった。こうした子育て世代の悩みに気付く目の付け所がよかった。

NEW

日本食糧新聞「食品ヒット大賞」
「新技術・食品開発賞」受賞

育児負担
軽減

防災備蓄



「受賞理由」

- ・食品業界における新しい発展の原動力となった技術。
- ・食品業界の新しい商材として、業界に活発な需要を生み出し、その商品を取り扱う流通部門を潤すとともに市場を活性化した商品。

その他、これまでの受賞歴



日経トレンド 2019年ヒット商品ランキングにもランクイン！

ウーマン・オブ・ザ・イヤー2020受賞

2019年に活躍した女性に贈る日経WOMAN「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2020」に、江崎グリコマーケティング本部 ベビー・育児マーケティング部ブランドマネージャーの水越由利子が受賞。
日本初となる乳児用液体ミルクを開発し発売し、災害の多い日本で、母親と乳児に安心を届けたことが評価された。



液体ミルクがそのまま飲める「紙パック用乳首」が発売

育児負担
軽減

総合医療品メーカーのジェクス株式会社開発の紙パック用の乳首「チュチュ」紙パック用乳首が11月29日（金）より全国のアカチャンホンポにて独占先行発売。合わせて、アカチャンホンポTOC店にて勉強会を開催。両製品を併用することで、調乳時間が削減され、外出時の荷物も減り、日常使いを促進。



外出に最適な「液体ミルク」の
啓発イベントをSAで開催

育児負担
軽減

12月14日（土） 高速道路のサービスエリアで液体ミルクの正しい使い方に関する啓発イベントを開催。



売上高・利益計画



- 売上高 : 海外事業は大幅な増収を計画。国内事業は、主に冷菓、菓子で増収を計画。連結全体で対前年+3.5%を計画。
- 営業利益 : 国内事業では、主に冷菓で増益を計画。海外の増益とあわせ、連結全体で、対前年+10.7%を計画。

※2018年5月発表の中期経営計画における2020年度業績目標「売上高・年平均成長率5%以上、営業利益・300億円以上」については国内重点ブランド戦略の進捗の遅れ等により未達の見通し。

(単位：億円)

	19年12月期 1H実績 (調整後)	19年12月期 通期実績 (調整後)	20年12月期 1H計画	前年同期比 増減率 %	20年12月期 通期計画	前年同期比 増減率 %
売上高	1,664	3,537	1,705	+2.5	3,660	+3.5
営業利益	53	163	54	+0.9	180	+10.7
経常利益	63	175	60	▲5.2	185	+5.6
当期純利益	37	121	43	+17.0	125	+3.1
営業利益率(%)	3.2	4.6	3.2	—	4.9	—

※1 19年12月期1H実績(調整後)は、国内・海外とも2019年1月～6月累計(全頁共通)

※2 19年12月期通期実績(調整後)は、国内・海外とも2019年1月～12月累計(全頁共通)

©2020 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

営業利益計画



(単位：億円)

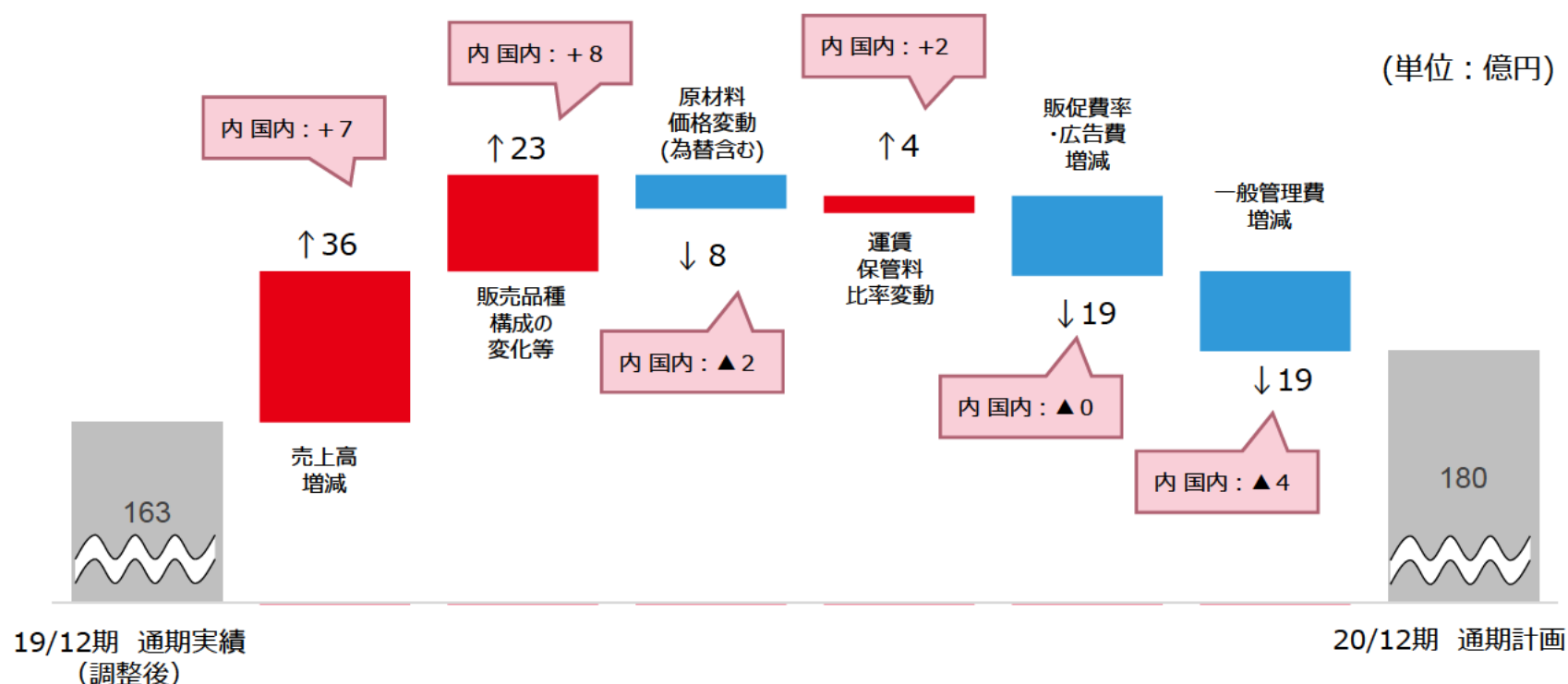
	19年12月期 通期実績 (調整後)	売上比 %	20年12月期 通期計画	売上比 %
売上高	3,537	100.0	3,660	100.0
売上原価	1,860	52.6	1,902	52.0
売上総利益	1,677	47.4	1,758	48.0
運賃保管料	313	8.8	320	8.7
販売促進費	559	15.8	583	15.9
広告費	139	3.9	153	4.2
人件費・厚生費	294	8.3	299	8.2
経費・償却費	210	6.0	224	6.1
販売費及び一般管理費 合計	1,514	42.8	1,578	43.1
営業利益	163	4.6	180	4.9

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- 国内は、一般管理費の増加等があるものの、売上高増加による増益や販売品種構成の変化等のコスト減により、トータルで増益を計画。
- 海外は、販管費の積極的な投資等によるコスト増があるものの、売上高増加による増益や販売品種構成の変化等のコスト減により、トータルで増益を計画。



セグメント別売上高計画



- 国内事業では、主に菓子、冷菓、その他セグメントで増収を計画。
- 海外セグメントは、大幅な増収を目指す。

(単位：億円)

	19年12月期 1H実績 (調整後)	19年12月期 通期実績 (調整後)	20年12月期 1H計画	前年同期比 増減率 %	20年12月期 通期計画	前年同期比 増減率 %
合 計	1,664	3,537	1,705	+2.5	3,660	+3.5
菓 子・食 品	459	962	457	▲0.5	970	+0.8
うち 菓 子	371	770	372	+0.3	779	+1.2
うち 食 品	88	192	85	▲3.8	191	▲0.8
冷 菓	380	874	398	+4.6	912	+4.4
乳 業	429	876	408	▲4.8	837	▲4.5
食 品 原 料	51	106	52	+1.5	108	+1.8
海 外	253	534	293	+15.7	631	+18.1
そ の 他	91	185	97	+6.4	202	+9.2

<換算レート>	19年12月期 通期実績	20年12月期 1H・通期計画
中国(CNY)	1CNY = 15.85円	1CNY = 15.50円
タイ(THB)	1THB = 3.52円	1THB = 3.40円
米国(USD)	1USD = 109.37円	1USD = 109.00円

セグメント別営業利益計画



- 乳業セグメントの減益はあるものの、菓子・食品、冷菓、海外セグメント等で増益を計画しており、連結全体では、対前年+17億円を計画。

(単位：億円)

	19年12月期 1H実績 (調整後)	19年12月期 通期実績 (調整後)	20年12月期 1H計画	前年同期比 増減額	20年12月期 通期計画	前年同期比 増減額
合 計	53	163	54	+1	180	+17
菓子・食品	24	66	21	▲2	70	+4
うち 菓子	25	62	20	▲5	64	+2
うち 食品	▲1	4	2	+3	6	+2
冷 菓	23	60	21	▲2	69	+9
乳 業	10	26	4	▲6	21	▲5
食品原料	4	8	4	+0	8	+0
海 外	▲2	12	11	+14	17	+6
そ の 他	1	4	▲6	▲7	5	+1
調 整	▲5	▲13	▲2	+3	▲11	+3

<換算レート>	19年12月期 通期実績	20年12月期 1H・通期計画
中国(CNY)	1CNY = 15.85円	1CNY = 15.50円
タイ(THB)	1THB = 3.52円	1THB = 3.40円
米国(USD)	1USD = 109.37円	1USD = 109.00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)

	19年12月期 1H実績 (19年1月~6月)	19年12月期 通期実績 (19年1月~12月)	20年12月期 1H計画 (20年1月~6月)	前年同期比 増減率 %	20年12月期 通期計画 (20年1月~12月)	前年同期比 増減率 %
売上高	785	1,652	975	+24.2	2,041	+23.6
営業利益	▲2	99	84	—	135	+36.7

◆ASEAN

(単位：百万米ドル)

	19年12月期 1H実績 (19年1月~6月)	19年12月期 通期実績 (19年1月~12月)	20年12月期 1H計画 (20年1月~6月)	前年同期比 増減率 %	20年12月期 通期計画 (20年1月~12月)	前年同期比 増減率 %
売上高	67	145	81	+20.5	176	+21.4
営業利益	▲3	▲9	▲6	—	▲11	—

◆米国

(単位：百万米ドル)

	19年12月期 1H実績 (19年1月~6月)	19年12月期 通期実績 (19年1月~12月)	20年12月期 1H計画 (20年1月~6月)	前年同期比 増減率 %	20年12月期 通期計画 (20年1月~12月)	前年同期比 増減率 %
売上高	30	64	33	+9.0	70	+9.0
営業利益	10	17	8	▲13.7	16	▲5.7

*ASEANの19年12月期・20年12月期の業績については、各国の20年12月期期初計画レートで置き換えた数値

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
2016	3/31	112.68	127.70	3.19	17.39	9.86	0.85
	6/30	102.91	114.39	2.93	15.46	8.96	0.79
	9/30	101.12	113.36	2.91	15.14	9.17	0.78
	12/31	116.49	122.70	3.24	16.76	9.68	0.87
2017	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
2018	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
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

カテゴリー別売上高



(単位：億円)

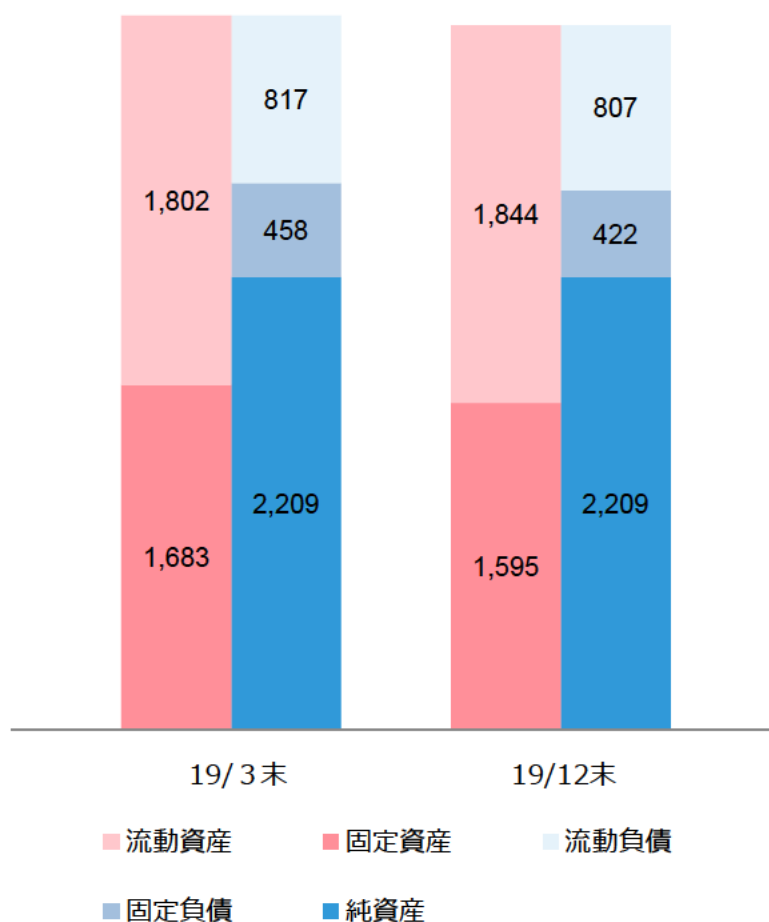
セグメント	カテゴリー	19年12月期（調整後）		20年12月期			
		1H実績	通期実績	1H計画	前年同期比 増減率 %	通期計画	前年同期比 増減率 %
菓 子 ・ 食 品	チョコレート(ポッキー含む)	232	479	231	▲0.5	485	+1.2
	ビスケット(ブリッツ含む)	124	259	125	+1.1	261	+0.8
	加工食品	88	192	85	▲3.8	191	▲0.8
	その他	15	31	16	+7.6	33	+5.7
	計	459	962	457	▲0.5	970	+0.8
冷 菓	アイスクリーム、卸売販売子会社	380	874	398	+4.6	912	+4.4
	計	380	874	398	+4.6	912	+4.4
乳 業	発酵乳	106	208	101	▲4.8	198	▲4.8
	牛乳・乳飲料	130	268	124	▲4.3	254	▲5.1
	果汁・清涼飲料	112	230	104	▲7.3	218	▲5.3
	洋生菓子	56	111	52	▲6.4	106	▲4.6
	ベビー育児	25	59	27	+6.7	61	+2.8
	計	429	876	408	▲4.8	837	▲4.5
食 品 原 料	食品原料	51	106	52	+1.5	108	+1.8
	計	51	106	52	+1.5	108	+1.8
海 外	海外子会社・海外輸出	253	534	293	+15.7	631	+18.1
	計	253	534	293	+15.7	631	+18.1
そ の 他	オフィスグリコ、健康事業 等	91	185	97	+6.4	202	+9.2
	計	91	185	97	+6.4	202	+9.2
合 計		1,664	3,537	1,705	+2.5	3,660	+3.5

貸借対照表の状況



- 自己資本比率：61.4%(2019/3末) ⇒ 62.0%(2019/12末)

(単位：億円)



資産の部 主要勘定科目		19年 3月末	19年 12月末	19年 3月末比
流動資産	現金及び預金	1,036	996	▲40
	受取手形及び売掛金	401	438	+37
	有価証券	16	60	+43
	棚卸資産	311	299	▲12
固定資産	有形固定資産	995	998	+3
	無形固定資産	95	70	▲25
	投資有価証券	418	353	▲65
負債の部・純資産の部 主要勘定科目		19年 3月末	19年 12月末	19年 3月末比
流動負債	支払手形及び買掛金	338	360	+22
	短期・長期(1年以内)借入金	4	2	▲2
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	2	0	▲2
純資産	株主資本	2,011	2,042	+31

キャッシュフローの状況



(単位：億円)

	16年3月期 通期実績	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
営業活動による キャッシュフロー	177	296	315	203	174
投資活動による キャッシュフロー	▲ 138	▲ 141	▲ 250	▲ 87	▲ 91
FCF (フリーキャッシュ フロー)	39	155	64	116	83
財務活動による キャッシュフロー	▲ 101	242	▲ 45	▲ 46	▲ 96
現金及び現金同等物の期 末残高	520	902	930	992	980

設備投資、減価償却費、研究開発費



(単位：億円)

	19年3月期 通期実績	19年12月期 通期計画	19年12月期 通期実績	20年12月期 通期計画
設備投資額合計	169	197	163	133
菓子・食品	80	52	36	46
冷菓	38	34	34	32
乳業	24	29	24	24
食品原料	2	1	3	3
海外	19	21	10	21
その他	6	61	57	6
非連結会社への投融資分等	0	0	0	0
システム投資	16	34	22	43
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	232	185	176
減価償却費	136	112	108	158
研究開発費	55	45	41	56

【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