

おいさと健康



19年3月期 決算説明会

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2019.5.23

目次



I . 19年3月期業績報告	P. 3 ~ 28
II . 19年12月期業績計画	P.29 ~ 37
(補足資料)	P.38 ~ 39

I . 19年3月期業績報告

19年3月期業績 サマリー



1. 国内業績は厳しく、連結売上高は対前年-0.9%の減収

・19年3月期において、ポッキー、プリッツ、BifiXヨーグルト、カフェオーレ等主力ブランドが苦戦し、連結売上高は対前年-0.9%の減収。

2. 健康カテゴリーは引き続き好調を維持(対前年+25.6%の増収)

・健康カテゴリーは、対前年+25.6%と大幅増収。その中でも、SUNAO、アーモンド効果は非常に好調に推移、新しい糖質オフ市場、アーモンドミルク市場の創造と拡大を牽引。

3. 海外セグメントの売上高は、対前年+13%(現地通貨ベース)と大幅増収

・海外においてマーケティング投資等の施策が功を奏し、海外セグメントの売上高は、現地通貨ベースで対前年+13%と大幅増収。

売上高・利益の概況



- 売上高： 海外セグメントは好調に推移するも、国内セグメントの苦戦の影響をカバーできず、連結全体では、対前年-0.9%の減収
- 営業利益： 積極的に投資を行っている海外セグメントの減益、および国内セグメントの減益により、連結全体では、対前年-17.8%の減益

(単位：億円)

	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期計画	19年3月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
売上高	3,534	3,580	3,503	-0.9	-2.2
営業利益	204	180	167	-17.8	-7.0
経常利益	220	199	192	-12.6	-3.4
当期純利益	152	136	118	-22.2	-12.9
営業利益率(%)	5.8	5.0	4.8	—	—

注意) 19年3月期の計画値は、2018/10/31発表時点のもの。(全頁共通)

営業利益の状況



(単位：億円)

	18年3月期 通期実績	売上比 %	19年3月期 通期計画	売上比 %	19年3月期 通期実績	売上比 %
売上高	3,534	100.0	3,580	100.0	3,503	100.0
売上原価	1,872	53.0	1,877	52.4	1,842	52.6
売上総利益	1,662	47.0	1,703	47.6	1,661	47.4
運賃保管料	300	8.5	308	8.6	306	8.7
販売促進費	555	15.7	567	15.8	557	15.9
広告費	136	3.9	151	4.2	144	4.1
人件費・厚生費	281	7.9	288	8.0	285	8.2
経費・償却費	187	5.3	209	5.8	201	5.7
販売費及び一般管理費 合計	1,459	41.3	1,523	42.5	1,494	42.6
営業利益	204	5.8	180	5.0	167	4.8

営業利益の増減要因

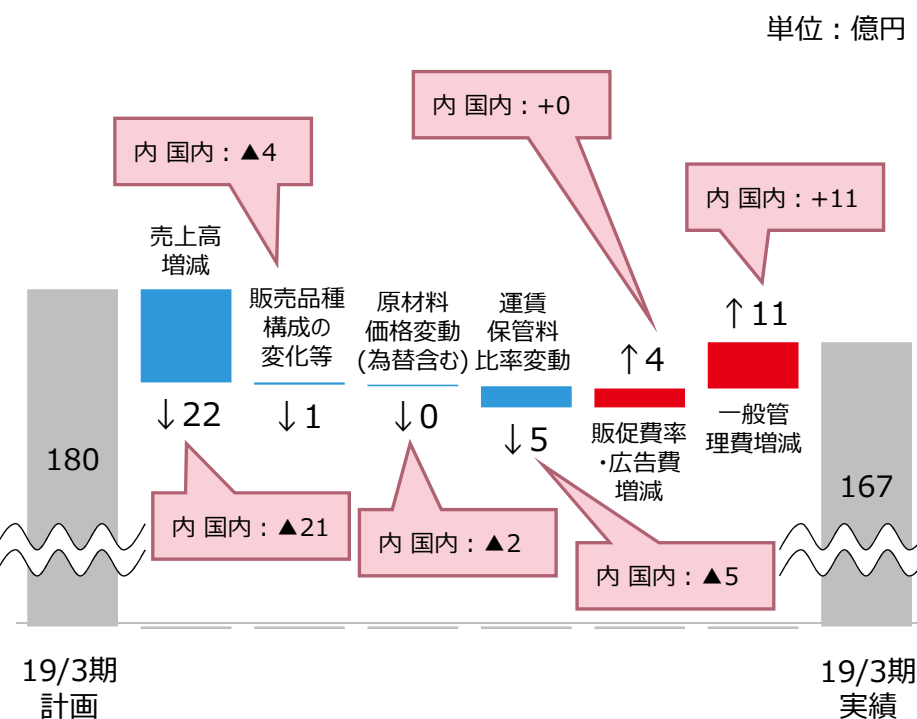
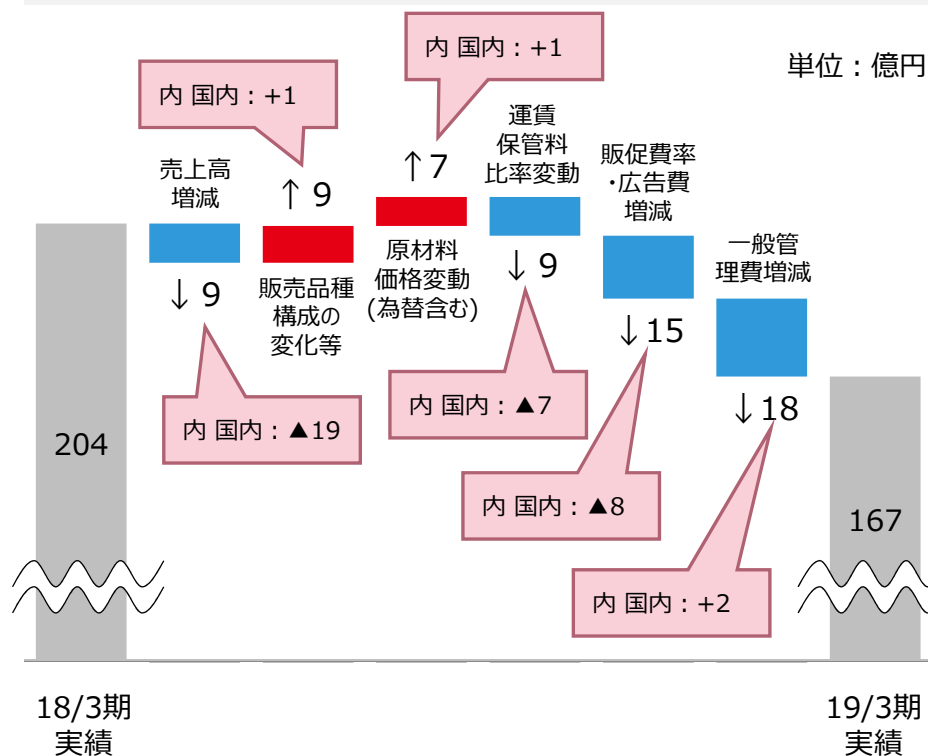


<前年同期比>

- ・売上高が対前年減収となったことにより、9億円の減益。
- ・国内・海外ともに投資を増やしたため、販促費率・広告費で15億円の減益、一般管理費で18億円の減益。

<計画比>

- ・売上高が計画を下回ったため、22億円の減益。
- ・一方、一般管理費を抑制した結果、11億円の増益。



原材料価格変動による原価への影響



■ 19年3月期通期実績： 果汁・果実類等の価格上昇はあったものの、油脂類、砂糖類の価格低下によりグループ全体では7億円の調達コストダウン。

■ 19年12月期通期計画： グループ全体では1億円の調達コストダウンを見込む。

* 為替感応度としては、ドル円 1円の円高で、2億円程度の原材料調達コストダウンを見込む。
(1円の円安の場合は、逆に、2億円程度の原材料調達コストアップ)

(単位：億円)

	19年3月期 通期実績		19年12月期 通期計画
	対前年 *1	対計画 *2	対前年 *3
グループ合計 (海外子会社含む)	▲ 7	0	▲ 1

注) 為替の影響含む

*1(19/3期実績単価 - 18/3期実績単価) × 19/3期使用実績数量

*2(19/3期実績単価 - 19/3期見込単価) × 19/3期使用実績数量

*3(19/12期計画単価 - 19/3期実績単価) × 19/12期使用計画数量

セグメント別売上高の状況



- 海外セグメントは、上期に引き続き好調を維持。(現地通貨ベースでは+13%の成長)
- 一方、国内セグメントは、健康事業が二桁成長を達成するも、菓子・食品セグメント、乳業セグメント等の苦戦により、対前年-2.3%の減収。

(単位：億円)

	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期計画	19年3月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
合 計	3,534	3,580	3,503	-0.9	-2.2
菓 子・食 品	993	1,002	949	-4.4	-5.3
うち 菓 子	788	794	752	-4.6	-5.3
うち 食 品	205	208	197	-3.7	-5.1
冷 菓	871	853	850	-2.4	-0.3
乳 業	936	908	901	-3.7	-0.7
食 品 原 料	107	111	108	0.2	-2.8
海 外	477	518	516	8.2	-0.4
そ の 他	150	189	178	18.7	-5.6

<参考> 換算レートについては以下レートを使用

	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期計画	19年3月期 通期実績
中国(CNY)	1CNY = 17.29円	1CNY = 16.50円	1CNY = 16.16円
タイ(THB)	1THB = 3.45円	1THB = 3.50円	1THB = 3.41円
米国(USD)	1USD = 113.00円	1USD = 113.57円	1USD = 111.00円

セグメント別営業利益の状況



- 冷菓セグメント、その他セグメントを除く、すべてのセグメントにおいて、対前年減益。

(単位：億円)

	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期計画	19年3月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
合 計	204	180	167	-17.8	-7.0
菓 子・食 品	81	78	61	-24.6	-21.4
うち 菓 子	73	70	56	-23.4	-19.5
うち 食 品	8	8	5	-34.9	-37.3
冷 菓	66	69	69	4.0	-0.3
乳 業	38	34	28	-26.6	-16.2
食 品 原 料	12	13	9	-20.9	-32.1
海 外	21	6	14	-32.3	129.5
そ の 他	2	2	3	36.3	52.1
調 整	▲ 17	▲ 22	▲ 17	-	-

＜参考＞ 換算レートについては以下レートを使用

	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期計画	19年3月期 通期実績
中国(CNY)	1CNY = 17.29円	1CNY = 16.50円	1CNY = 16.16円
タイ(THB)	1THB = 3.45円	1THB = 3.50円	1THB = 3.41円
米国(USD)	1USD = 113.00円	1USD = 113.57円	1USD = 111.00円

国内：カテゴリー別状況

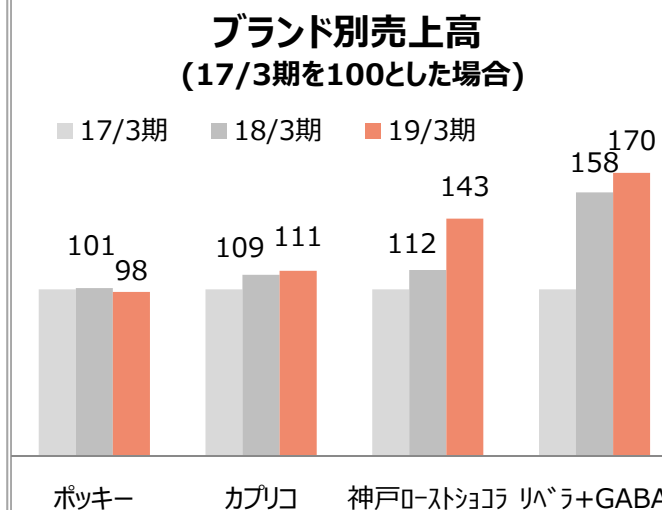
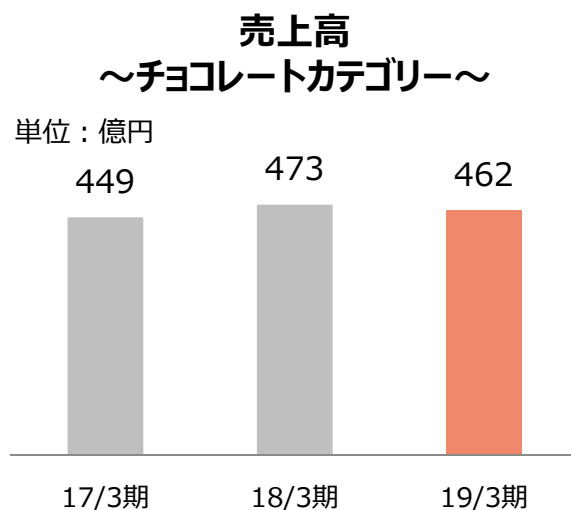
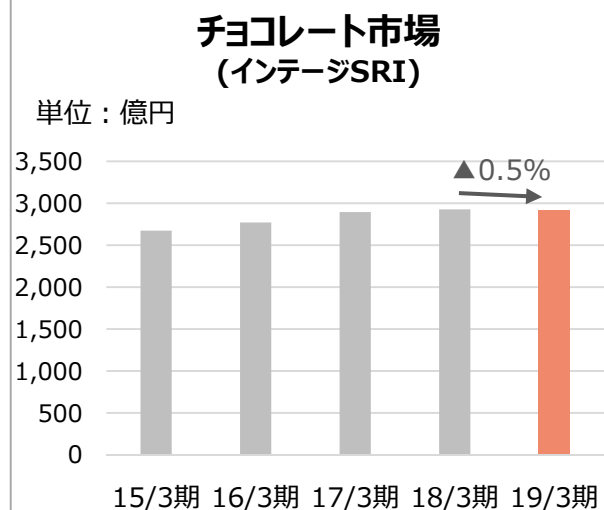


カテゴリー	19年3月期 通期実績	
	売上高 (前年同期比)	
チョコレート	462億円 (97.6%)	リベラ、GABA等健康切り口の商品やカプリコ、神戸ローストショコラは伸長したが、主力のポッキーやアーモンドチョコが苦戦し対前年減収。 但し、ポッキーは、第4四半期のみでは、新サブブランドの午後の贅沢の発売等により、対前年二桁増収となり改善。
ビスケット	255億円 (92.6%)	年間を通して、ビスコは好調に推移したものの、プリッツ、コロン等が苦戦したため、対前年減収。
冷菓	850億円 ^{※1} (97.6%)	冷菓卸および企業体専用品の減収により、冷菓カテゴリー全体では対前年減収となっているが、パピコ、アイスの実等の主力品は好調に推移しており、Glicoブランドでは、対前年+2.4%の増収。
発酵乳	228億円 (92.4%)	BifiXヨーグルト、朝食りんごヨーグルト等主力ブランドの落ち込みにより対前年減収。
牛乳・乳飲料	298億円 (96.2%)	主力ブランドのカフェオーレが苦戦し、対前年減収。
育児用ミルク	46億円 (107.8%)	液体ミルク発売の話題化等で認知を拡大したバランスミルクの伸長で、インバウンド需要減によるフォローアップミルク減収を補い、育児用ミルク全体の売上高は対前年増収。
健康	119億円 (125.6%)	アーモンド効果、SUNAOは引き続き好調を維持、対前年二桁増収。

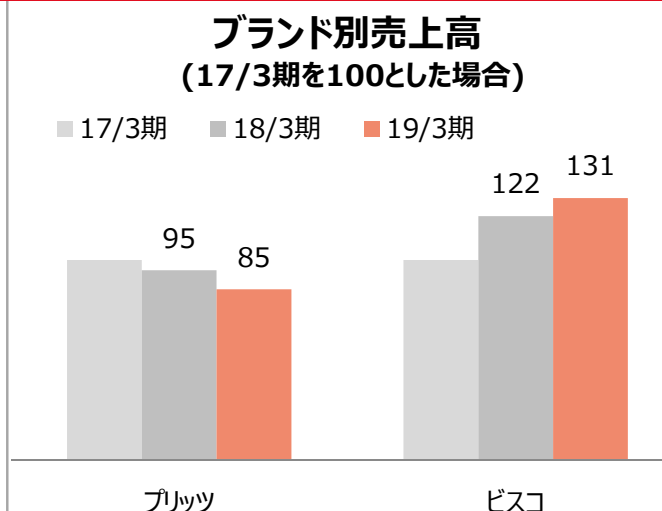
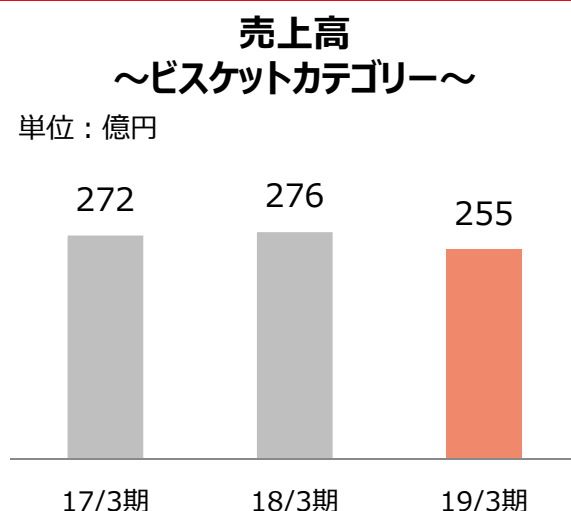
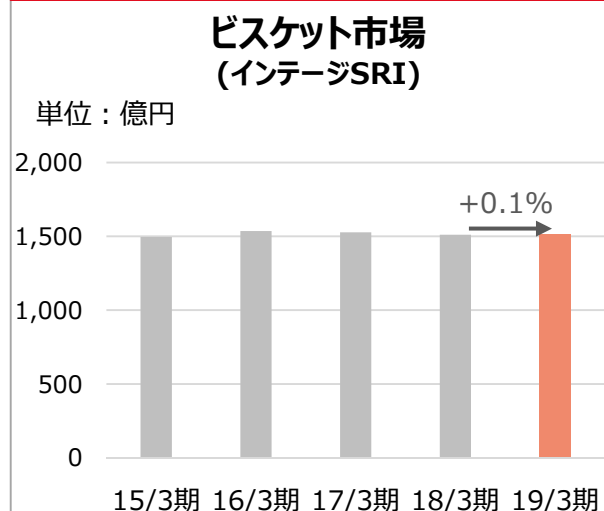
国内：カテゴリー別状況(チョコレート/ビスケット)



チョコレートカテゴリー



ビスケットカテゴリー



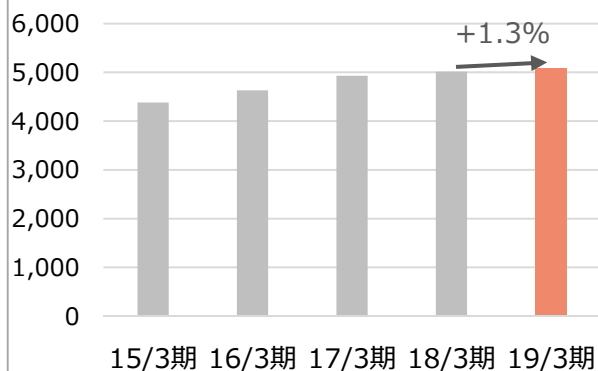
国内：カテゴリー別状況(冷菓/発酵乳)



冷菓カテゴリー

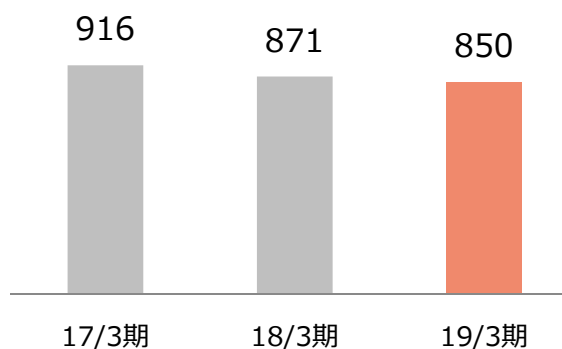
アイスクリーム市場
(アイスクリーム流通新聞社)

単位：億円



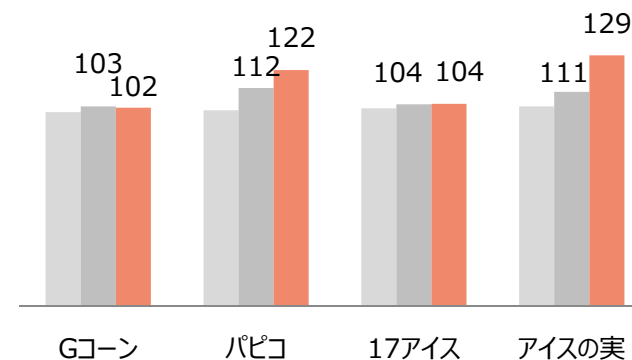
売上高
～冷菓カテゴリー～

単位：億円



ブランド別売上高
(17/3期を100とした場合)

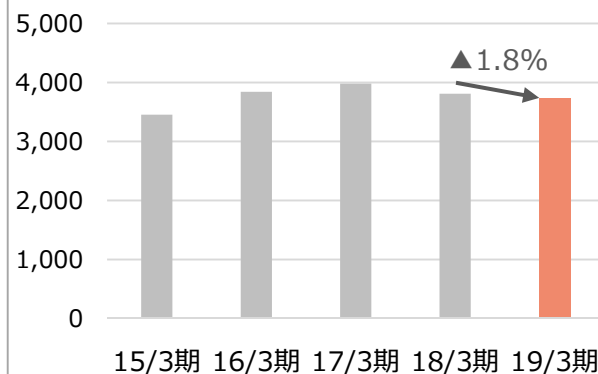
■ 17/3期 ■ 18/3期 ■ 19/3期



発酵乳カテゴリー

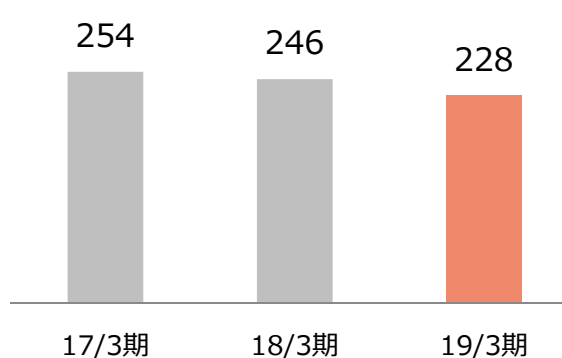
ヨーグルト市場
(インテージSRI)

単位：億円

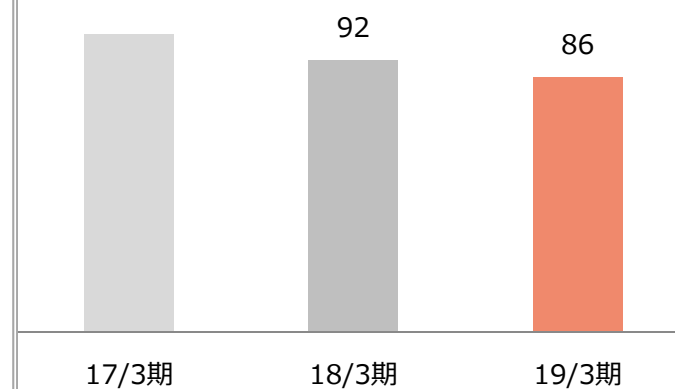


売上高
～発酵乳カテゴリー～

単位：億円

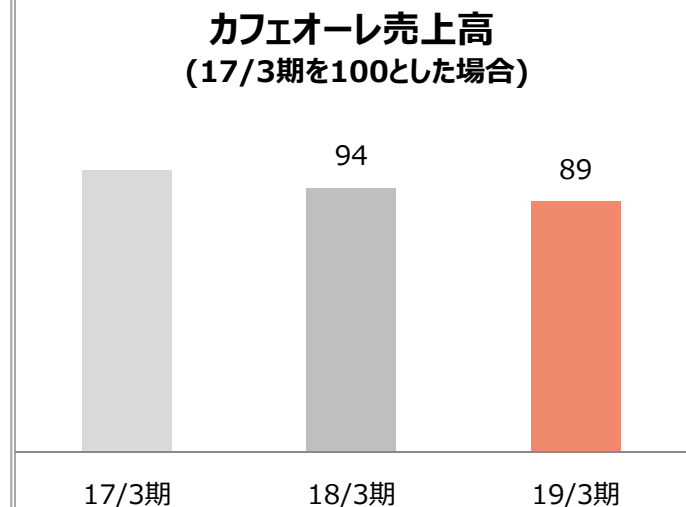
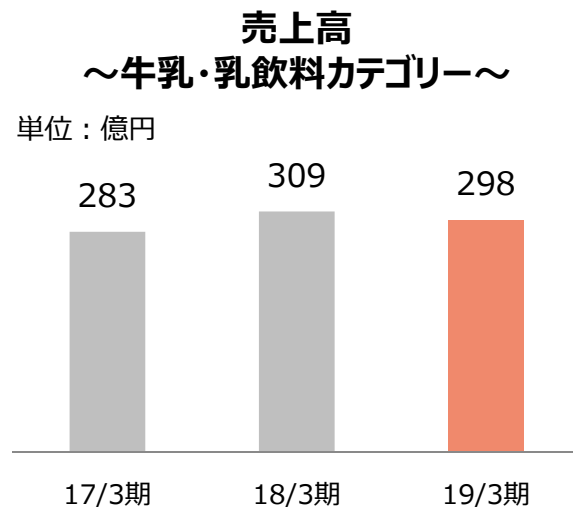
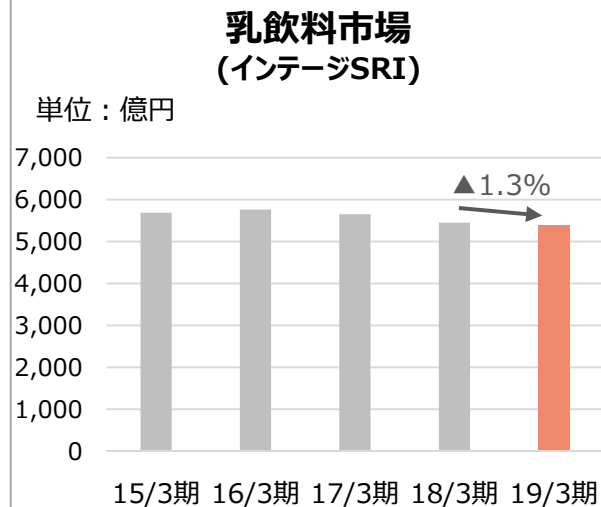


BifiXヨーグルト売上高
(17/3期を100とした場合)

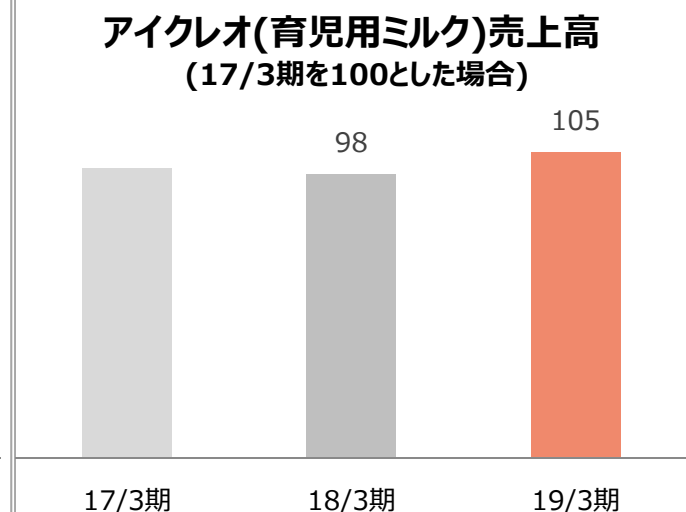
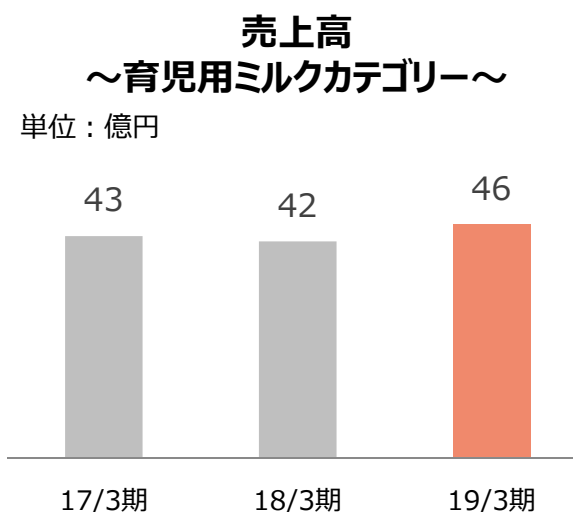
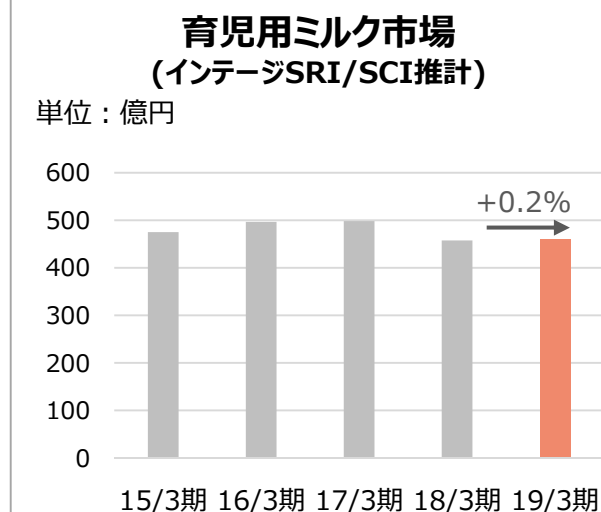


国内：カテゴリー別状況(牛乳・乳飲料/育児用ミルク)*Glico*

牛乳・乳飲料カテゴリー



育児用ミルクカテゴリー



海外事業-地域別の売上高、営業利益



- ・中国、ASEAN、米国のいずれの地域も対前年二桁成長を達成。

◆中国

(単位：百万元)

	17年12月期 通期実績	18年12月期 通期計画	18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	1,394	1,526	1,598	14.7	4.7
営業利益	60	54	78	30.3	44.3

◆ASEAN

(単位：百万米ドル)

	17年12月期 通期実績	18年12月期 通期計画	18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	101	122	116	14.9	-4.6
営業利益	▲ 5	▲ 13	▲ 13	-	-

◆米国 * Ezaki Glico USAの業績

(単位：百万米ドル)

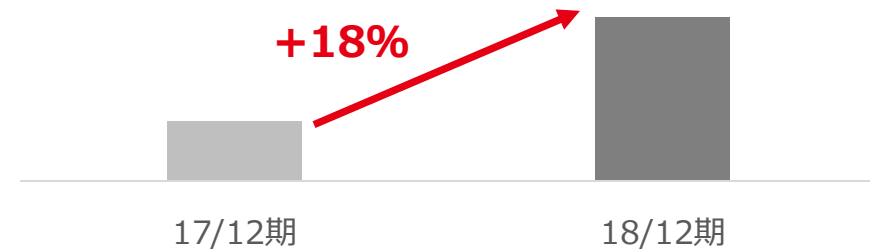
	17年12月期 通期実績	18年12月期 通期計画	18年12月期 通期実績	前年同期比 増減率 %	計画比 増減率 %
売上高	48	54	57	18.6	4.1
営業利益	5	4	6	18.6	45.2

中国①

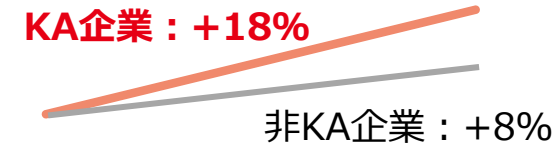


- 2018年の中国ビスケット市場規模(オフライン)は、対前年+5%と伸長。
- 18年12月期より、1、2級都市への主要ブランド配荷拡大の為に、キーアカウント営業部(KA部)を中心とした顧客別管理型営業を本格的に開始。
- ブランド絞り込みを行い、ポッキー、プリッツ、プジョイにリソースを集中。
- また、配荷の質向上を目的に、新たに、配荷の標準化および、配荷の可視化を行い、実績管理を開始。
- その結果、オフラインにおける当社の売上高は、対前年+10.4%と市場の伸びを大幅に上回る増収を達成。

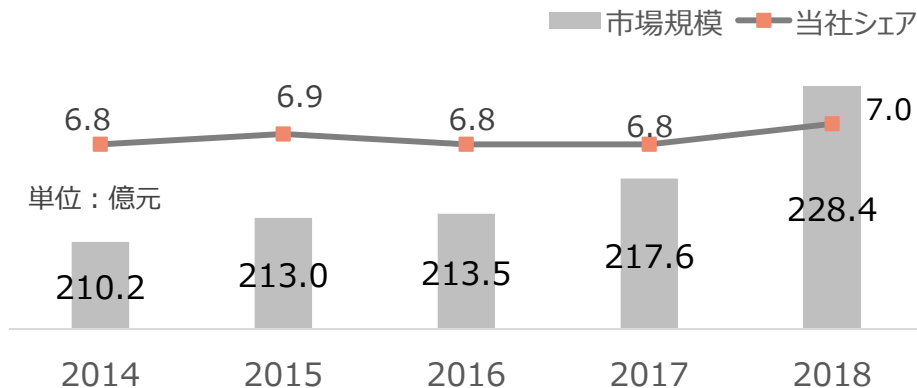
売上高伸び率
ポッキー、プリッツ、プジョイ売上高合計(オフライン+EC)



KA、非KA企業の売上高伸び率(オフライン)



中国ビスケット市場規模、当社シェア(オフライン)



©2018 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

出所：当社調べ

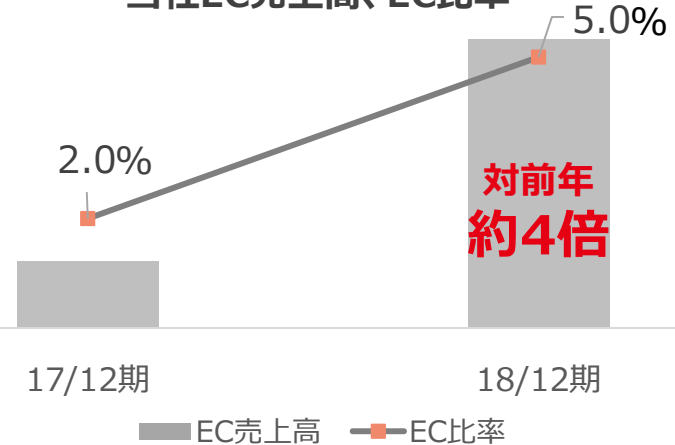


中国②



- 2018年の中国ビスケット市場におけるEC市場は、対前年+22%と引き続き大きく伸長。
- 当社においては、アリババとの協働により発売したTモール限定品である「桜ポッキー」をはじめ、その他EC限定品、ギフト品等商品のラインナップを拡大。
- デジタル広告の積極的活用により、顧客とのタッチポイントを拡大するとともに、ブランドエクイティを向上。
- 11月11日には、旗艦店限定品の販売を通じ、ブランド認知を高め、定番商品の増販を実現。
- その結果、当社のEC売上高は、対前年約4倍と大幅に増収。

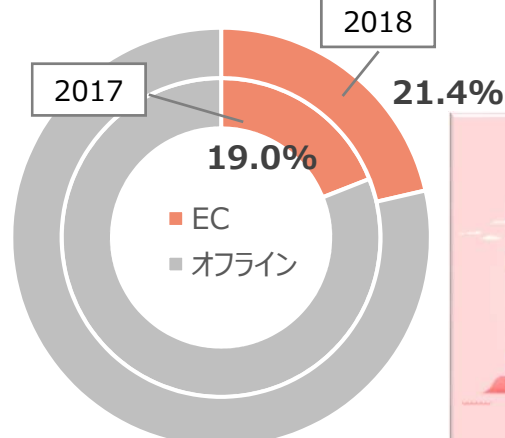
当社EC売上高、EC比率



中国ビスケット市場規模(EC)



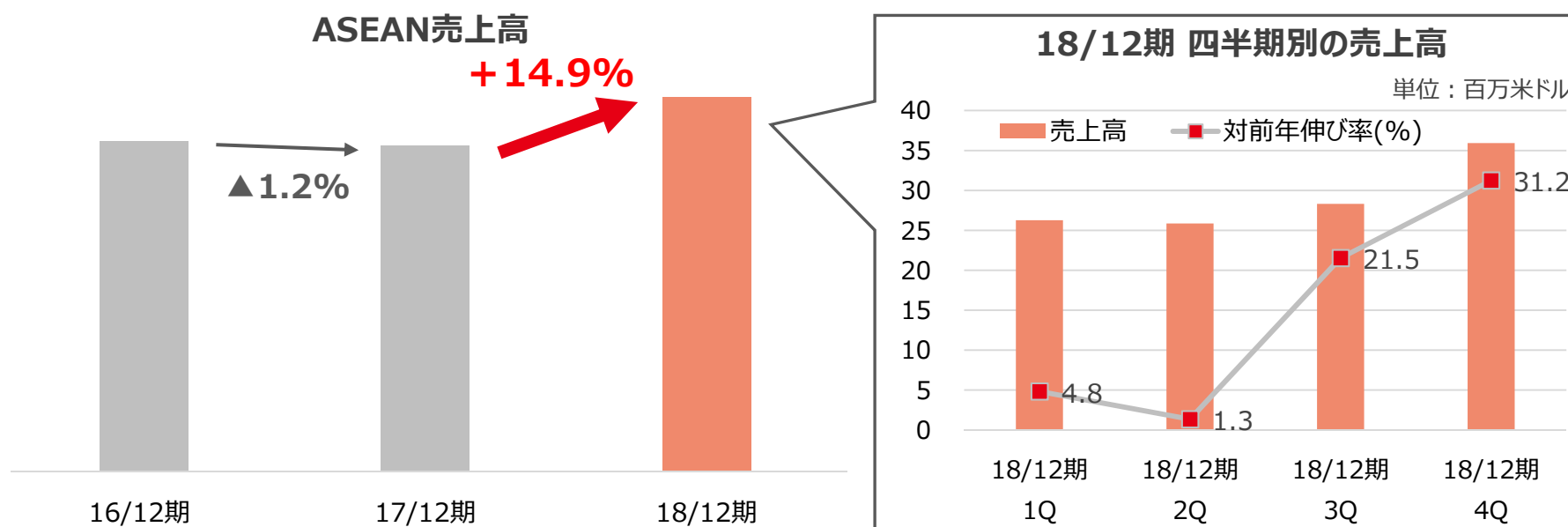
中国ビスケット市場におけるEC構成比



ASEAN①



- 18年12月期は、ASEANにおいて地盤固めのため積極的にマーケティング投資を実施。17年12月期売上高は、対前年-1.2%とマイナス成長となったが、18年12月期売上高は+14.9%と大幅に増収。
- 特に、第4四半期において、対前年で+31.2%と大幅に売上高が伸長。
- 通期では、タイの冷菓事業、インドネシア、マレーシアの菓子事業はいずれも二桁成長を達成。タイの菓子事業は、上期は対策費の絞り込みにより売上高は前年割れとなるも、下期に挽回し、通期においては増収。

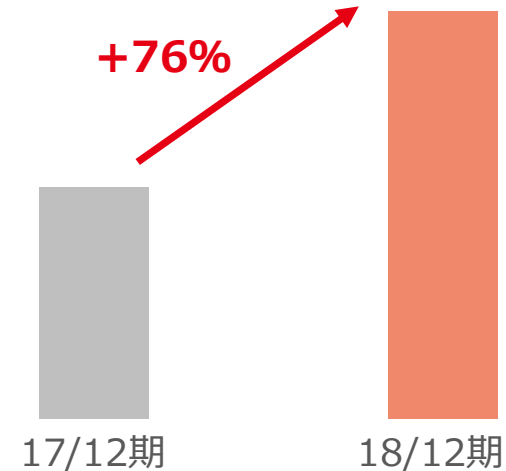


ASEAN② - インドネシア菓子 -



- 18年12月期のインドネシアのビスケット市場は、対前年で+2%の伸長。一方で、18年12月期の当社のインドネシアでの売上高は、営業組織体制の強化を行った結果、分布が広がり、対前年+76%と大幅に増収。
- 前年度末から販売を開始したPocky Cookie & Creamの売上が好調であり、インドネシア国内におけるシェアは1.6%(+0.5ポイント)へ上昇。
- テレビコマーシャルを含めたマーケティング投資を積極的に実施したことにより、国内マーケットにおけるプレゼンスが向上。

インドネシア菓子 売上高



Pocky Cookie & Cream



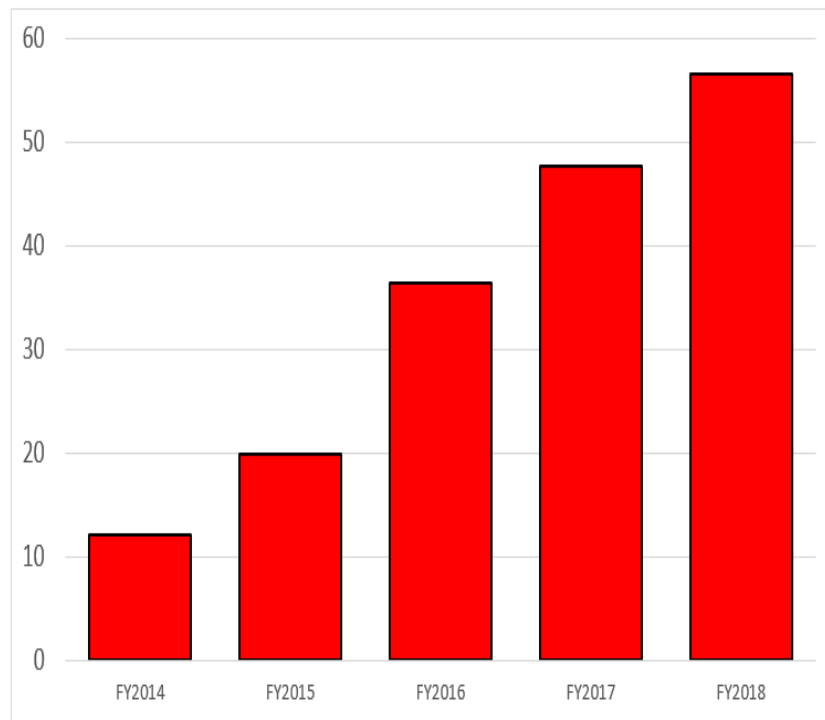
米国



- 米国菓子事業の現地法人「Ezaki Glico USA」の2018年度売上高は、米系小売店への配荷拡大等により、2014年度時点の約5倍に達した。
- デジタル化の推進など積極的なマーケティング活動を進め、ブランド力を強化。また、コストコをターゲット層との接点となるチャネルの一つと位置づけ、ポッキーファン拡大に活用。

① Ezaki Glico USA 売上成長推移

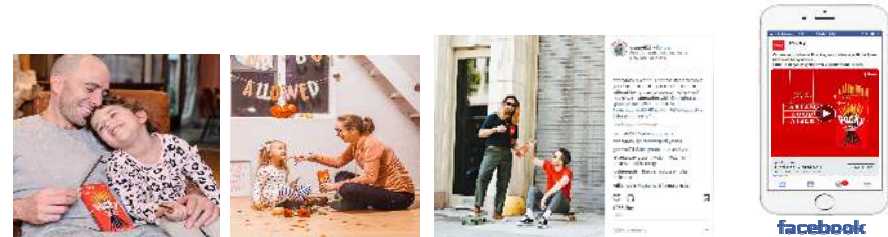
(単位: 百万\$)



©2018 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

② マーケティング活動

ポッキーのターゲット層（子供を持つ母親層）へのデジタルメディアキャンペーンによりブランド力向上と認知率向上を図る



③ チャネル展開



コストコにてポッキーのエンド陳列およびサンプリングによりブランド力向上と販売拡大を図る

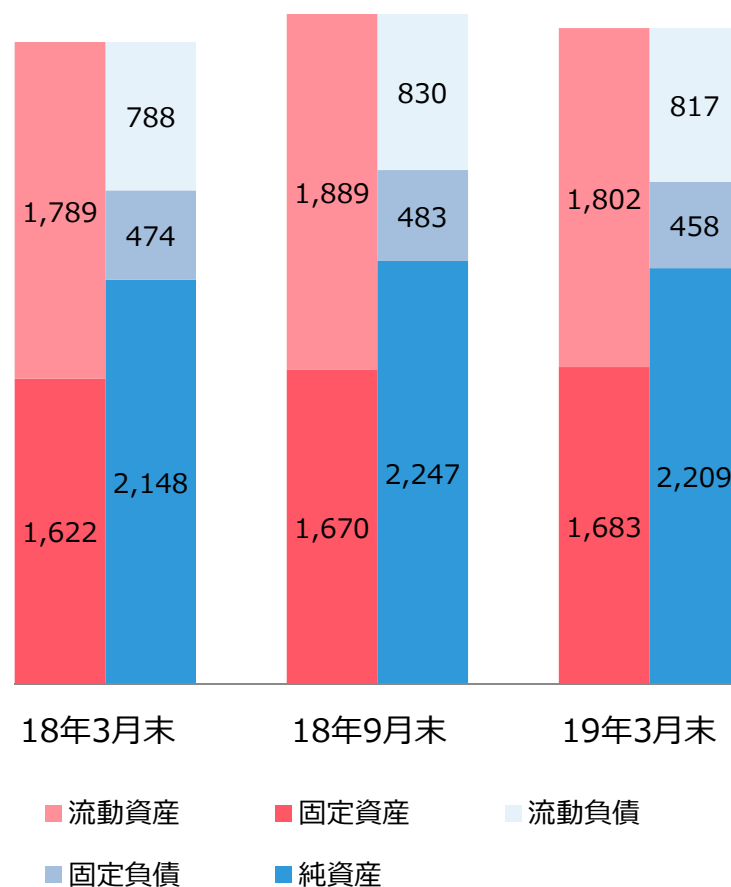
※19年4月の配荷店舗数：425

貸借対照表の状況



- 自己資本比率：61.1%(2018/3末) ⇒ 61.4%(2019/3末)

(単位：億円)



資産の部 主要勘定科目		18年 3月末	18年 9月末	19年 3月末	18年 3月末比
流動資産	現金及び預金	1,043	1,103	1,036	▲ 7
	受取手形及び売掛金	414	444	401	▲ 12
	有価証券	22	16	16	▲ 6
	棚卸資産	275	288	311	36
固定資産	有形固定資産	918	929	995	77
	無形固定資産	98	92	95	▲ 3
	投資有価証券	430	469	418	▲ 12
負債の部・純資産の部 主要勘定科目		18年 3月末	18年 9月末	19年 3月末	18年 3月末比
流動負債	支払手形及び買掛金	339	386	338	▲ 0
	短期・長期(1年以内)借入金	8	2	4	▲ 4
固定負債	転換社債型新株予約権付社債	301	301	301	▲ 0
	長期借入金	4	3	2	▲ 2
純資産	株主資本	1,927	2,007	2,011	84

キャッシュフローの状況



- 営業活動による収入は、税金等調整前当期純利益の減少により減少。
一方、投資活動による支出が減少したことにより、フリーキャッシュフローは52億円のプラス。

(単位：億円)

	15年3月期 通期実績	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	前年 同期比	主な増減要因	前年 同期比
営業活動による キャッシュフロー	245	177	296	315	203	▲ 112	税金等調整前当期純利益の減少 退職給付に係る資産負債の増減 たな卸資産の増減額	▲ 37 ▲ 8 ▲ 45
投資活動による キャッシュフロー	▲ 79	▲ 138	▲ 141	▲ 250	▲ 87	163	定期預金の預入による支出 定期預金の払戻による収入	63 60
FCF (フリーキャッシュ フロー)	166	39	155	64	116	52		
財務活動による キャッシュフロー	▲ 132	▲ 101	242	▲ 45	▲ 46	▲ 1		
現金及び現金同等 物の期末残高	594	520	902	930	992	62		

設備投資、減価償却費、研究開発費



- 19年3月期通期実績：主に菓子セグメントにおいて、計画通り、積極的な設備投資を実施。
- 19年12月期通期計画：新本社棟建設にかかる費用増加等により、通期において設備投資は197億円を計画。

(単位：億円)

	18年3月期 通期実績	19年3月期 通期計画	19年3月期 通期実績	19年12月期 通期計画
設備投資額合計	183	193	169	197
菓子・食品	43	81	80	52
冷菓	80	37	38	34
乳業	15	30	24	29
食品原料	2	2	2	1
海外	11	36	19	21
その他	32	7	6	61
非連結会社への投融資分等	0	0	0	0
システム投資	11	36	16	34
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	194	229	185	232
減価償却費	136	141	136	112
研究開発費	47	61	55	45

成長戦略の柱

1. 重点ブランドの継続成長と最大化
2. 健康付加価値ブランドの飛躍的成長による新市場創造

19年3月期の振り返り



重点ブランドにフォーカス：特にロングセラーブランドの継続成長



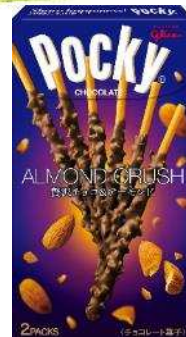
19年12月期の取組み



重点ブランドにフォーカス：ロングセラーブランドの継続成長



ベース+健康付加価値
イノベーションを加速



ベースSKUイノベーション
午後の贅沢最大化
“ポッキー何本分”
マーケティングイノベーション



プリッツ：ベースSKU
リニューアル+超カリイノベーション
カフェオーレ：ベースSKU
リニューアル+ラインナップ強化

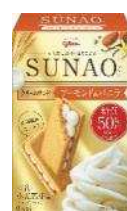
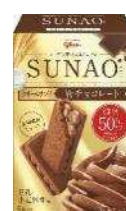
19年3月期の振り返り、19年12月期の取組み



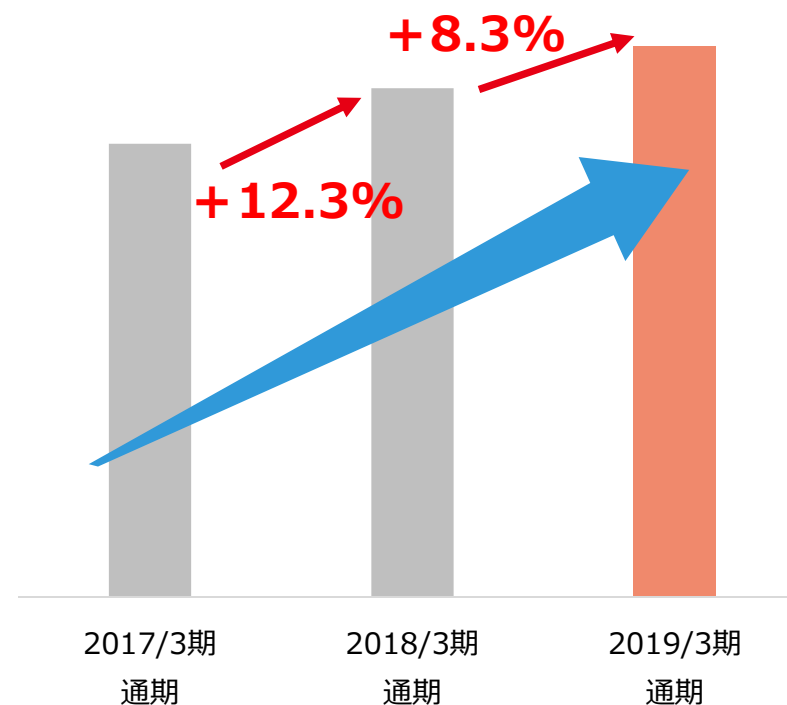
健康付加価値ブランドの飛躍的成長で新市場創造



たえまない付加価値アップ



<健康付加価値ブランド売上高>



*GABA、リベラ、ビスコ、Bifix、SUNAO(冷蔵、菓子)、アーモンド効果(飲料、菓子)の売上高合計

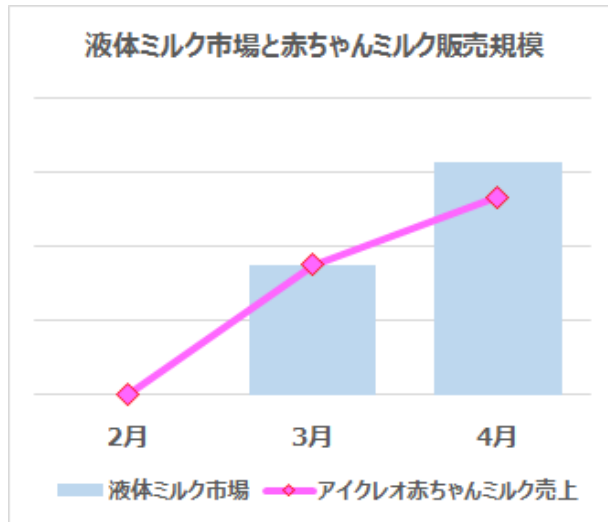
19年3月期の振り返り、19年12月期の取組み



社会課題解決型の商品開発 ⇒ 子育て課題の解決に向け、育児用液体ミルクを発売

- 災害時の備えや育児の負担軽減をサポートすべく2016年より開発に着手。
- 2018年8月に国内での製造・販売が可能になったことを受け、商品化に向け加速。
- 2019年1月に厚生労働省より液体ミルクの製造承認を取得、3月には消費者庁から特別用途食品の表示許可を取得
- 2019年3月5日に日本で初めて液体ミルクを発売。(全国販売は3月11日)

▽新しく液体ミルク市場を創造、順調に売上伸長



<イメージSDI育児用ミルク>

▽アイクレオ赤ちゃんミルク



- 日経TRENDY「令和ヒット予測」にアイクレオ赤ちゃんミルクが掲載
- 自治体、道の駅での備蓄、取り扱い拡大

Ⅱ. 19年12月期業績計画

決算期(事業年度の末日)の変更



■ 19年度より決算期を12月決算に変更※

グローバルな事業の一体運営の推進及び経営情報の適時・適切な開示による経営の透明化を図るため

■ 経過期間となる19年度は連結対象期間は以下の通り。

- ✓ 第1四半期決算：3月決算法人4-6月、12月決算法人1-3月
- ✓ 第2四半期決算：3月決算法人4-9月、12月決算法人1-6月
- ✓ 期末決算：3月決算法人4-12月(9か月)、12月決算法人1-12月(12か月)

★ 連結対象期間の考え方

	2018年				2019年				2020年			
	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
		18年度(19年3月期)			19年度(19年12月期)			20年度(20年12月期)				
3月決算法人 (江崎グリコ及び国内子会社)		18年度1Q	18年度2Q	18年度3Q	18年度4Q	19年度1Q	19年度2Q	19年度3Q	20年度1Q	20年度2Q	20年度3Q	20年度4Q
		9か月				9か月						
12月決算法人 (海外子会社)	18年度1Q	18年度2Q	18年度3Q	18年度4Q	19年度1Q	19年度2Q	19年度3Q	19年度3Q	20年度1Q	20年度2Q	20年度3Q	20年度4Q
		12か月				12か月						



次頁以降、18年度実績を19年度決算対象期間に合わせ、3月決算法人を9か月に調整して算出した参考値を『**19年3月期通期実績(調整後)**』として表示

※第114回定時株主総会で「定款一部変更の件」が承認されることが条件

©2018 Ezaki Glico Co., Ltd. All Rights Reserved

(注) 売上高・利益計画



■売上高： 連結全体で、対前年+2.5%増収を計画。

■営業利益：国内、海外ともに増益を計画。

(単位：億円)

	19年3月期 1H実績	19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 1H計画	前年同期比 増減率 %	19年12月期 通期計画	前年同期比 増減率 %
売上高	1,860	2,848	1,900	2.2	2,920	2.5
営業利益	129	159	115	-10.7	162	1.6
経常利益	147	184	<u>125</u>	<u>-15.1</u>	176	-4.5
当期純利益	99	119	78	-21.5	120	1.0
営業利益率(%)	6.9	5.6	6.1	—	5.5	—

※19年3月期通期実績(調整後)との比較

(注) 連結業績予想につきましては、2019年5月13日の「2019年3月期 決算短信」で公表いたしました2019年12月期 第2四半期連結累計期間の連結業績予想に、入力誤りがあり訂正すべき事項がございますので訂正いたしました。なお、通期の連結業績予想数値に変更はありません。訂正箇所には下線を付しております。

営業利益計画



(単位：億円)

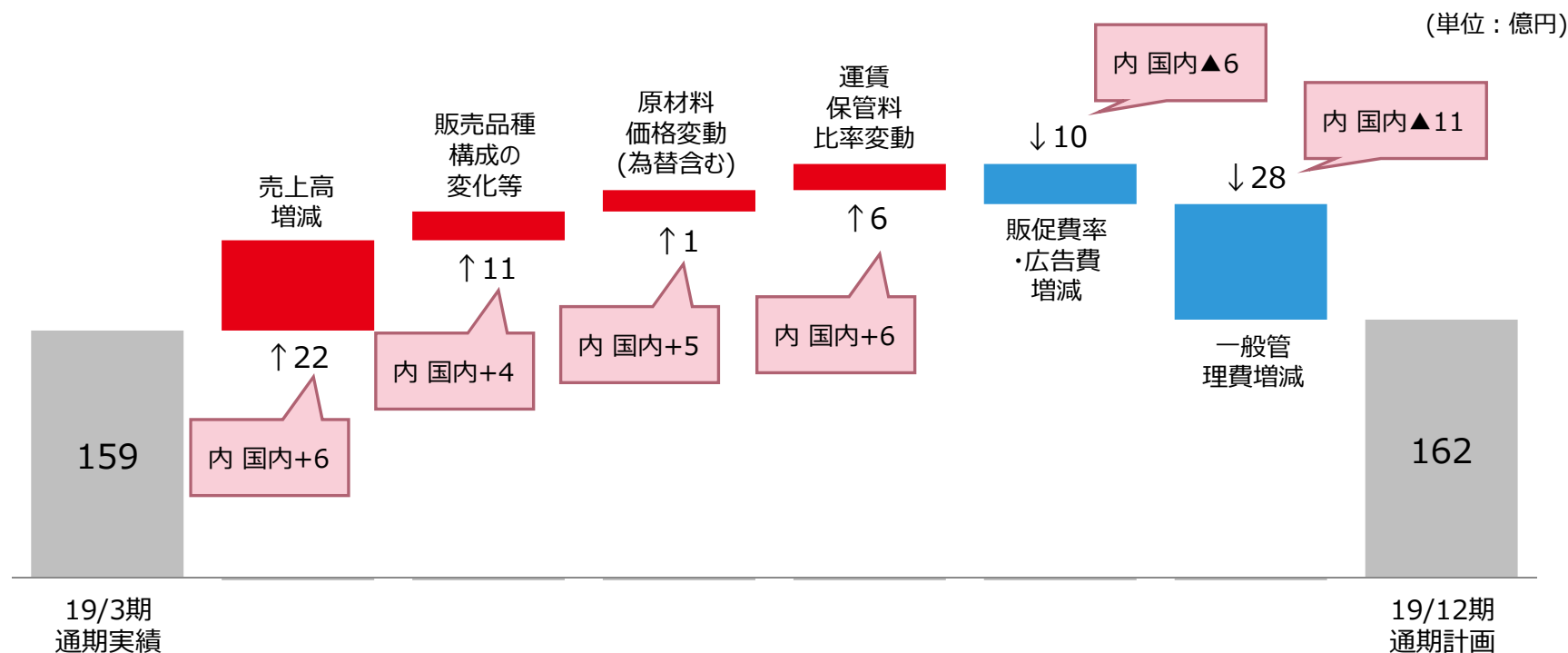
	19年3月期 通期実績 (調整後)	売上比 %	19年12月期 通期計画	売上比 %
売上高	2,848	100.0	2,920	100.0
売上原価	1,484	52.1	1,504	51.5
売上総利益	1,365	47.9	1,416	48.5
運賃保管料	242	8.5	242	8.3
販売促進費	456	16.0	474	16.2
広告費	122	4.3	125	4.3
人件費・厚生費	224	7.9	231	7.9
経費・償却費	162	5.7	182	6.2
販売費及び一般管理費 合計	1,205	42.3	1,254	42.9
営業利益	159	5.6	162	5.5

営業利益の増減要因



<前年同期比>

- ・売上高が対前年増収となることにより、22億円の増益。
- ・乳業セグメントの売上ウェイトダウン等に伴う運賃保管料比率低下により6億円の増益。
- ・国内・海外ともに投資を増やし、販促費率・広告費で10億円の減益、一般管理費で28億円の減益。



セグメント別売上高計画



- 乳業セグメントを除く、すべてのセグメントで増収を計画しており、連結全体では、対前年+2.5%の増収を計画。
- 海外セグメントは、引き続き二桁の成長を目指す。

(単位：億円)

	19年3月期 1H実績	19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 1H計画	前年同期比 増減率 %	19年12月期 通期計画	※前年同期比 増減率 %
合 計	1,860	2,848	1,901	2.2	2,920	2.5
菓 子・食 品	431	705	438	1.6	721	2.3
うち 菓子	335	555	342	1.9	568	2.3
うち 食 品	95	150	96	0.7	153	2.3
冷 菓	556	710	568	2.2	728	2.5
乳 業	477	697	455	-4.6	657	-5.7
食 品 原 料	58	85	59	1.8	85	0.3
海 外	242	514	267	10.2	567	10.3
そ の 他	95	138	113	18.7	162	17.8

※19年3月期通期実績(調整後)との比較

<参考> 換算レートについては以下レートを使用

	19年3月期 通期実績	19年3月期 通期実績(調整後)	19年12月期 1H・通期計画
中国(CNY)	1CNY = 16.16円	1CNY = 16.16円	1CNY = 16.00円
タイ(THB)	1THB = 3.41円	1THB = 3.41円	1THB = 3.30円
米国(USD)	1USD = 111.00円	1USD = 111.00円	1USD = 111.00円

セグメント別営業利益計画



- 全社費用の増加等があるものの、冷蔵セグメント、菓子・食品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+1.6%の増益を計画。

(単位：億円)

	19年3月期 1H実績	19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 1H計画	前年同期比 増減率 %	19年12月期 通期計画	※前年同期比 増減率 %
合 計	129	159	115	-10.7	162	1.6
菓 子・食 品	22	49	18	-15.0	54	10.7
うち 菓 子	19	45	15	-21.6	48	7.0
うち 食 品	3	4	4	28.1	6	51.8
冷 菓	68	71	76	11.3	80	13.4
乳 業	19	26	19	2.4	24	-7.2
食 品 原 料	5	8	5	-8.5	8	1.5
海 外	14	13	4	-74.8	14	3.0
そ の 他	0	0	1	191.7	2	414.1
調 整	1	▲ 8	▲ 8	-	▲ 21	-

＜参考＞ 換算レートについては以下レートを使用

※19年3月期通期実績(調整後)との比較

	19年3月期 通期実績	19年3月期 通期実績(調整後)	19年12月期 1H・通期計画
中国(CNY)	1CNY = 16.16円	1CNY = 16.16円	1CNY = 16.00円
タイ(THB)	1THB = 3.41円	1THB = 3.41円	1THB = 3.30円
米国(USD)	1USD = 111.00円	1USD = 111.00円	1USD = 111.00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)

	18年12月期 1H実績 (18年1月~6月)	18年12月期 通期実績 (18年1月~12月)	19年12月期 1H計画 (19年1月~6月)	前年同期比 増減率 %	19年12月期 通期計画 (19年1月~12月)	前年同期比 増減率 %
売上高	768	1,598	863	12.3	1,790	12.0
営業利益	36	78	44	20.9	99	26.4

◆ASEAN

(単位：百万米ドル)

	18年12月期 1H実績 (18年1月~6月)	18年12月期 通期実績 (18年1月~12月)	19年12月期 1H計画 (19年1月~6月)	前年同期比 増減率 %	19年12月期 通期計画 (19年1月~12月)	前年同期比 増減率 %
売上高	52	116	64	23.7	140	20.0
営業利益	0	▲ 13	▲ 5	-	▲ 11	-

◆米国 *Ezaki Glico USAの業績(江崎グリコ連結ベース)

(単位：百万米ドル)

	18年12月期 1H実績 (18年1月~6月)	18年12月期 通期実績 (18年1月~12月)	19年12月期 1H計画 (19年1月~6月)	前年同期比 増減率 %	19年12月期 通期計画 (19年1月~12月)	前年同期比 増減率 %
売上高	26	57	28	6.7	63	11.2
営業利益	8	17	8	-3.5	16	-4.4

* 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

株主還元



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. 配当政策については、連結配当性向25%以上を目標に、安定的かつ継続的に利益還元を行う

*ただし、多額の特別損益が発生した場合は、影響額を考慮の上決定

株主還元の強化

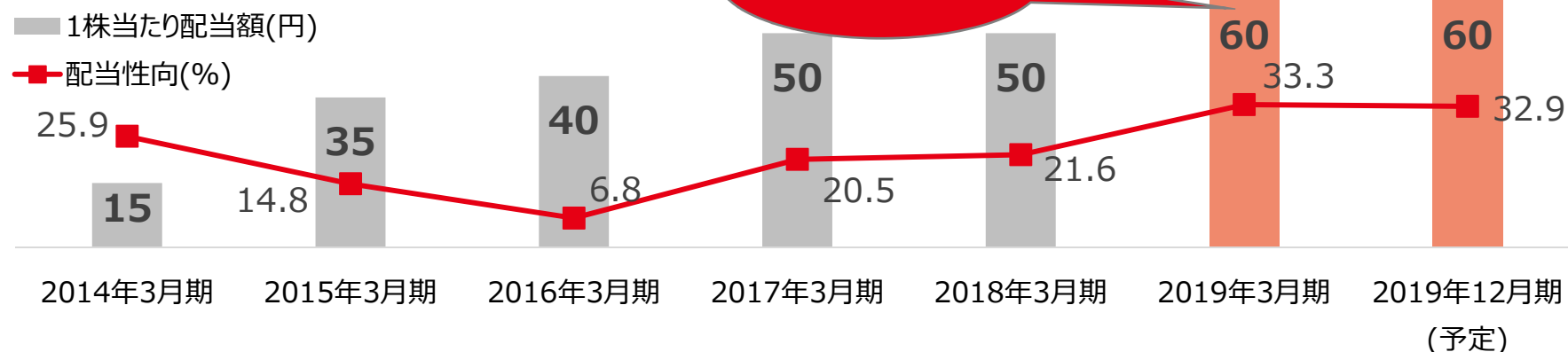
施策① 増配

- 2019年3月期の1株当りの配当金を10円増配
⇒配当性向33.3%へ上昇

施策② 自己株式取得

- 50億円(上限)の自己株式取得を決定
⇒取得した株式は全株消却予定

10円増配



※2014年10月1日付で普通株式2株を1株の割合で併合

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
<u>2016</u>	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
<u>2017</u>	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
<u>2018</u>	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
<u>2019</u>	3/31	110.99	124.56	3.49	16.47	9.80	0.78
	6/30						
	9/30						
	12/31						

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3月期 1H実績	19年3月期 通期実績	19年3月期 通期実績 (調整後)	19年12月期 1H計画	前年同期比 増減率 %	19年12月期 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)	186	462	331	201	7.6	354	7.1
	ビスケット(ブリッツ含む)	132	255	197	125	-5.2	187	-5.2
	加工食品	95	197	150	96	0.7	153	2.3
	その他	17	35	27	16	-5.8	27	-0.5
	計	431	949	705	438	1.6	721	2.3
冷 菓	アイスクリーム、卸売販売子会社	556	850	710	568	2.2	728	2.5
	計	556	850	710	568	2.2	728	2.5
乳 業	発酵乳	120	228	174	109	-9.2	158	-8.9
	牛乳・乳飲料	161	298	233	132	-17.7	192	-17.8
	果汁・清涼飲料	125	221	175	133	6.4	185	5.7
	洋生菓子	46	104	76	50	8.6	74	-2.1
	育児用ミルク	21	46	34	27	29.0	43	25.0
	その他	4	6	5	3	-13.7	5	2.7
	計	477	901	697	455	-4.7	657	-5.7
食 品 原 料	食品原料	58	108	85	59	1.8	85	0.3
	計	58	108	85	59	1.8	85	0.3
海 外	海外子会社・海外輸出	242	516	514	267	10.2	567	10.3
	計	242	516	514	267	10.2	567	10.3
そ の 他	オフィスグリコ、健康事業 等	95	178	138	113	18.7	162	17.8
	計	95	178	138	113	18.7	162	17.8
合 計		1,860	3,503	2,848	1,900	2.2	2,920	2.5

*発酵乳、牛乳・乳飲料に含まれていた「幼児のみもの」を19/12期計画より果汁・清涼飲料に移管 ※19年3月期通期実績(調整後)との比較

【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