

すこやかな毎日、
ゆたかな人生

Glico

25年12月期 上期 決算説明会

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2025.08.06掲載

2025.08.07説明会開催

I. 25年12月期 上期業績報告	P. 3~16
II. 25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.24~28
※ 補足資料	P.29~32

I . 25年12月期 上期業績報告

I. 25年12月期の上期業績報告

- 売上高 : チルド商品の出荷戻り、海外事業で売上増、対前年+6.8%の増収
- 営業利益 : システムや万博関連コスト増、収益性の高いアイスの不振等により利益減、対前年▲63.2%の減益

II. 25年12月期の通期業績見込み

- 売上高 : 3,640億円 (対前年+9.9%、期初計画比▲1.6%)
- 営業利益 : 110億円 (対前年並み、期初計画比▲38.9%)

III. 中期経営計画の進捗

- 今期の通期業績見込みは下方修正となるが、中計の経営目標自体は引き続き達成を目指す
- 乳業事業では、価値伝達の強化による回転改善、商品開発の加速で収益の早期改善を図る
- アーモンド効果やビスコ等、「おいしさと健康」の価値を高めた商品ブランドは着実に事業伸長を牽引

連結業績の概況



- 売上高 : チルド商品の出荷戻り、海外事業で売上増、対前年+6.8%の増収
- 営業利益 : システムや万博関連コスト増、アイスの不振等により利益減、対前年▲63.2%の減益

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	1,540	1,644	+6.8%
営業利益	88	32	▲63.2%
経常利益	96	55	▲42.8%
当期純利益	36	37	+2.1%

営業利益率	5.8%	2.0%	—
-------	------	-------------	---

営業利益の状況



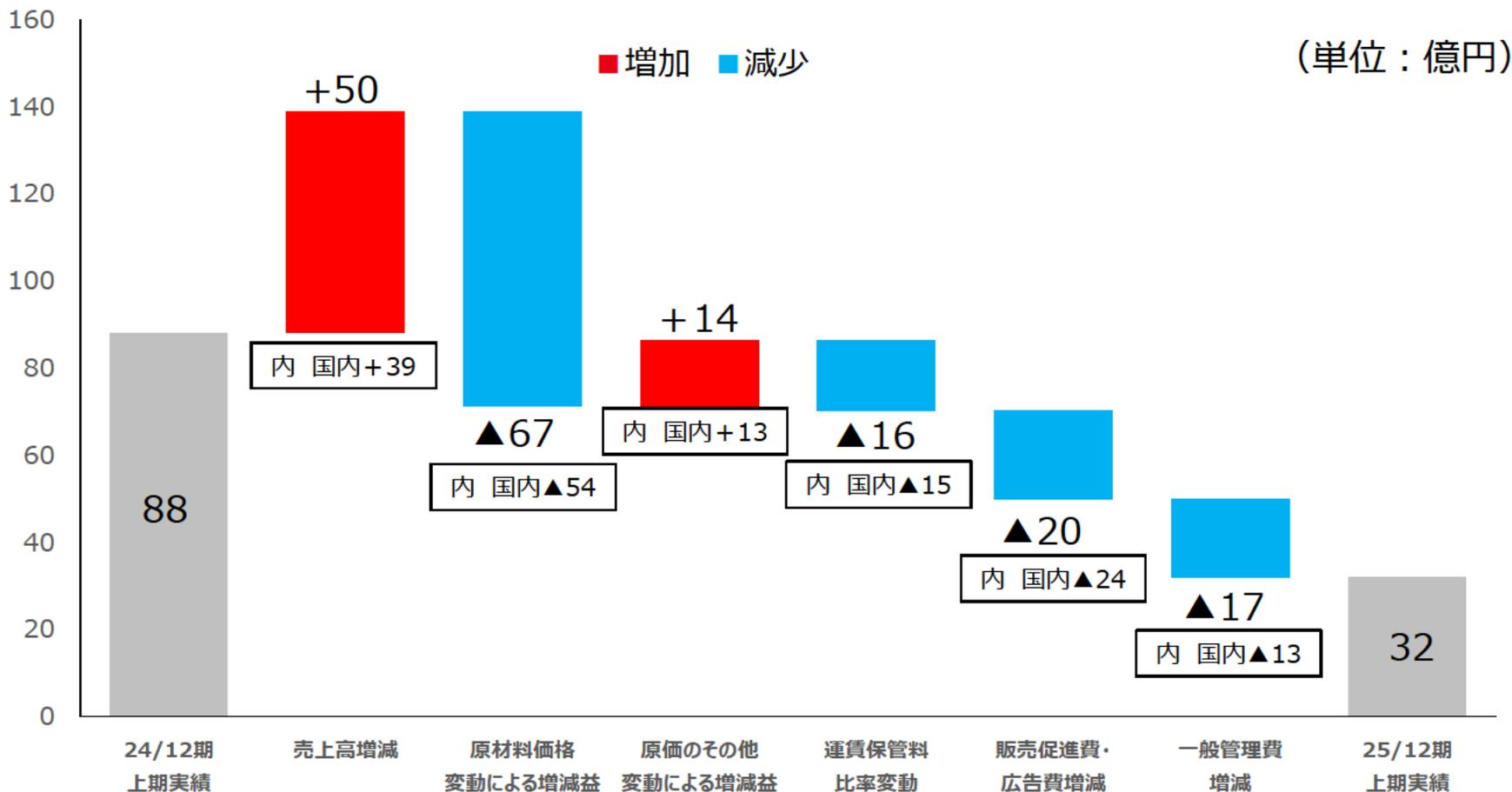
(単位：億円)

	24年12月期		25年12月期	
	上期実績	売上比	上期実績	売上比
売上高	1,540	100.0%	1,644	100.0%
売上原価	921	59.8%	1,019	62.0%
売上総利益	618	40.2%	624	38.0%
運賃保管料	119	7.8%	144	8.8%
販売促進費	49	3.2%	58	3.6%
広告費	62	4.1%	73	4.5%
人件費・厚生費	167	10.9%	175	10.7%
経費・償却費	131	8.5%	140	8.5%
販売費及び一般管理費計	530	34.4%	592	36.0%
営業利益	88	5.8%	32	2.0%

営業利益の増減要因



- 国内 : チルド商品の売上増による増益効果は想定以下。原材料コスト高騰に対して価格改定するも、アイスの不振による品種構成のマイナス影響等により、対前年▲54億円の減益
- 海外 : 米国やASEANの売上減、原材料コストの高騰等により、対前年▲2億円の減益



セグメント別売上高の状況



- 国内 : 前年にチルド商品出荷停止のあった乳業事業等で増収、対前年 + 7.9%
- 海外 : 主に中国等で増収、対前年 + 3.6%

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
合計	1,540	1,644	+6.8%
(国内)	1,145	1,236	+7.9%
健康・食品事業	206	207	+0.7%
乳業事業	272	306	+12.5%
栄養菓子事業	299	298	▲0.3%
食品原料事業	66	63	▲3.6%
国内その他事業	301	359	+19.4%
海外事業	394	408	+3.6%

<参考> 換算レート

24年12月期 上期実績

25年12月期 上期実績

中国 (CNY)

1CNY = 21.06円

1CNY = 20.53円

タイ (THB)

1THB = 4.22円

1THB = 4.45円

米国 (USD)

1USD = 152.31円

1USD = 149.01円

セグメント別営業利益の状況



- 国内 : システムや万博関連コスト増、アイスの不振等により、対前年▲54億円の減益
- 海外 : 米国やASEANの売上減、原材料コストの高騰等により、対前年▲4.3%の減益

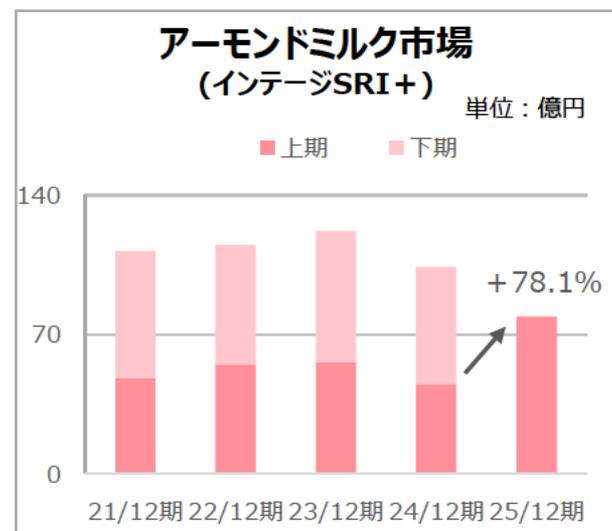
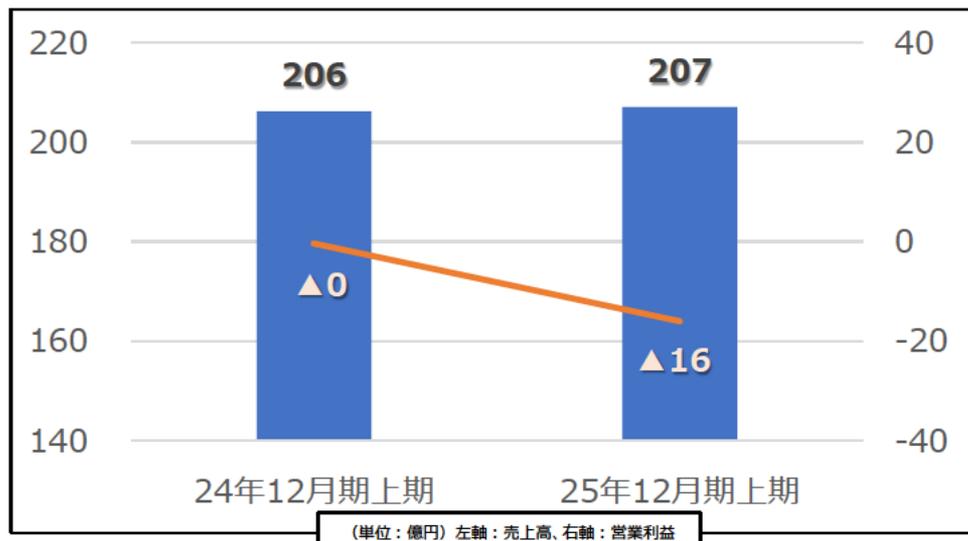
(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
合計	88	32	▲63.2%
(国内)	41	▲13	—
健康・食品事業	▲0	▲16	—
乳業事業	▲23	▲37	—
栄養菓子事業	28	19	▲31.1%
食品原料事業	9	9	+2.0%
国内その他事業	2	2	▲11.8%
調整	23	8	▲61.7%
海外事業	47	45	▲4.3%

セグメント別：健康・食品事業



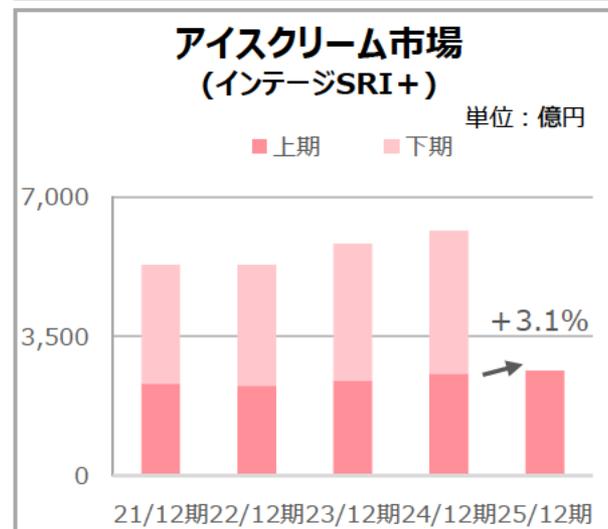
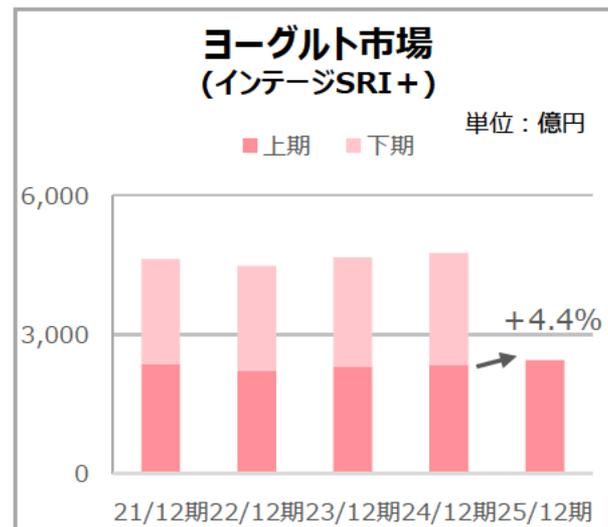
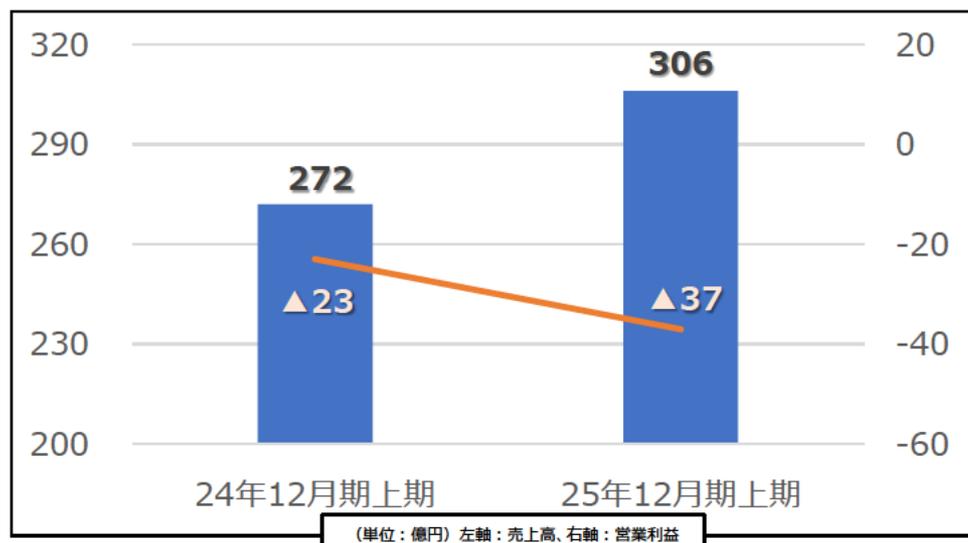
- 健康・食品事業に含まれる主なブランド：
→アーモンド効果、SUNAO、パピコ、アイスの実、DONBURI亭
- セグメント売上高：増収、対前年+0.7%の207億円
- セグメント利益：減益、対前年▲16億円の▲16億円
→システム関連コスト増、収益性の高いアイスの不振が大きく響く
- 商品別：アーモンド効果が増収、パピコ、アイスの実、SUNAOアイス等が減収



セグメント別：乳業事業



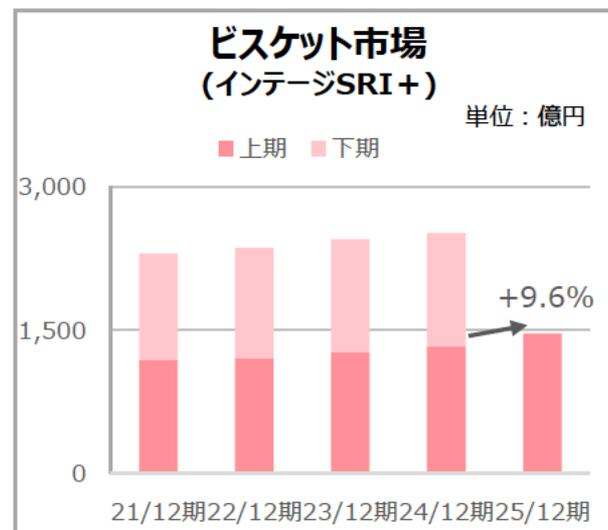
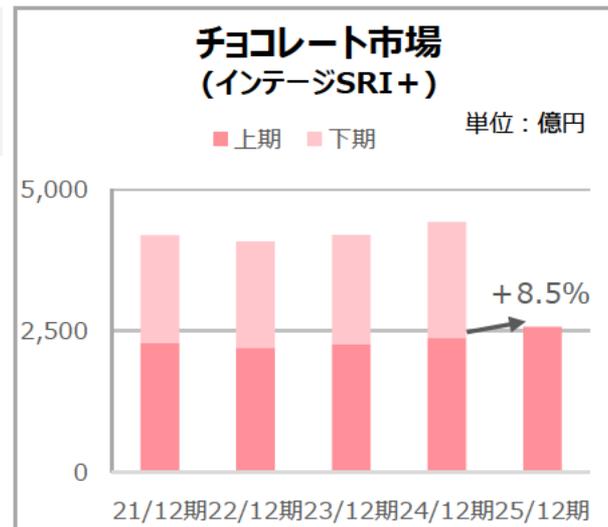
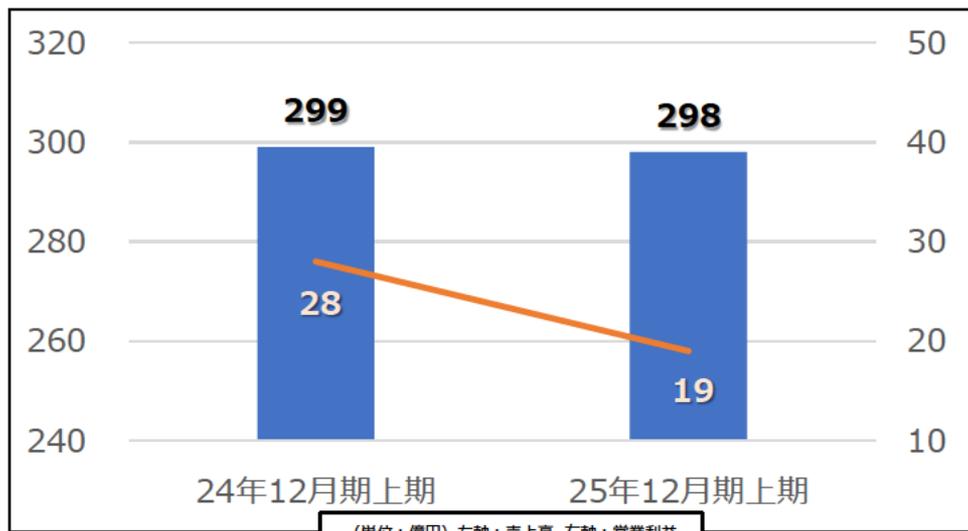
- この事業に含まれる主なブランド：
→BifiXヨーグルト、ジャイアントコーン、セブンティーンアイス、カフェオーレ、プッチンプリン
- セグメント売上高：増収、対前年+12.5%の306億円
- セグメント利益：減益、対前年▲14億円の▲37億円
→システム関連コスト増、収益性の高いアイスの不振が響く
- 商品別：BifiX、プッチンプリン、カフェオーレ等は増収



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：減収、対前年▲0.3%の298億円
- セグメント利益：減益、対前年▲31.1%の19億円
→システム関連コスト増、ポッキー以外のチョコレートが不振
- 商品別：ポッキー、ビスコ、プリッツ等が増収



セグメント別：海外事業



◆中国

(単位：百万元)

	24年12月期	25年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	898	1,034	+15.2%
営業利益	139	165	+18.6%

◆ASEAN*

(単位：百万米ドル)

	24年12月期	25年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	66	63	▲4.4%
営業利益	0	▲1	—

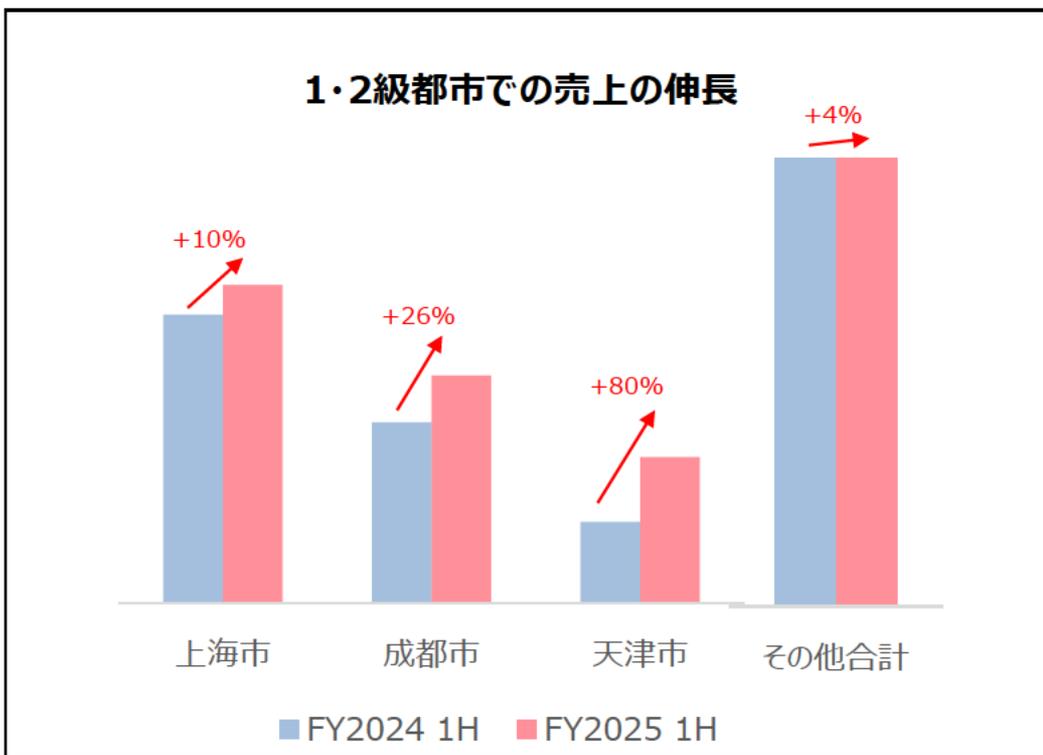
◆米国**

(単位：百万米ドル)

	24年12月期	25年12月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上高	50	46	▲8.7%
営業利益	15	9	▲34.2%

セグメント別：海外事業（中国）

- 市場環境：ビスケット市場規模（オフライン）、対前年▲13.8%
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで10億34百万元、対前年+15.2%の増収
- 営業利益：1億65百万元、対前年+18.6%の増益
- 地域・チャネル：上海以外の1・2級都市での顧客接点の拡大および菓子専門店への配荷拡大等により、売上が伸長



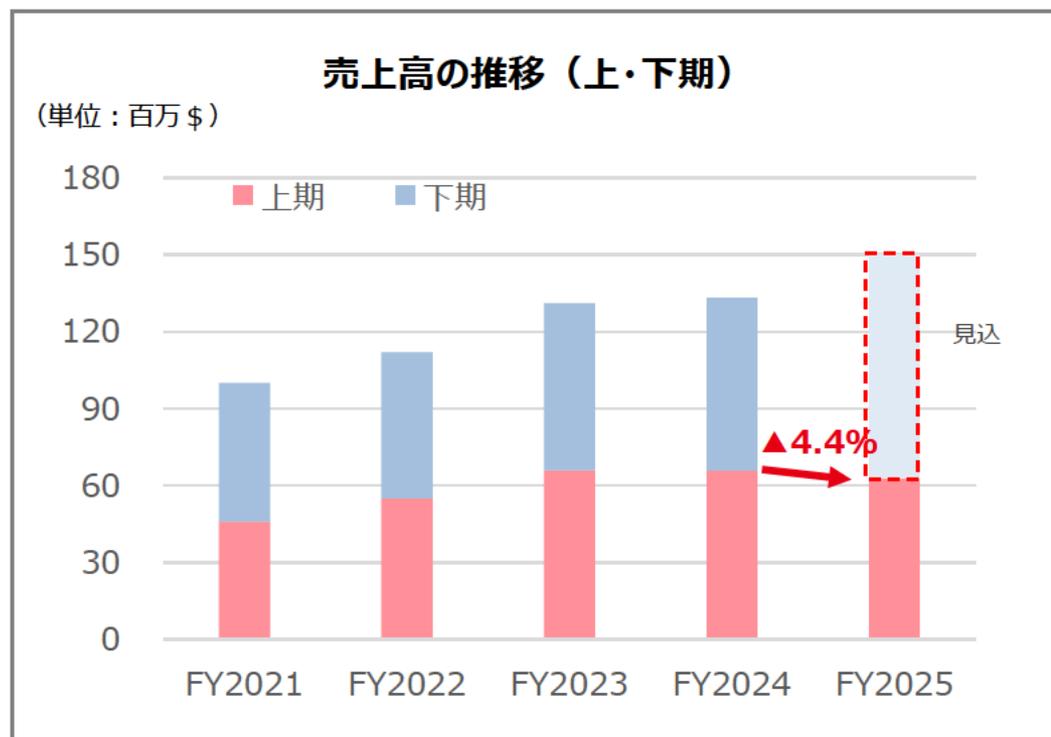
好調な菓子専門店（ポッキーの陳列棚）



セグメント別：海外事業（ASEAN）



- 市場環境：ビスケット市場、タイは対前年+6.8%、インドネシアは対前年+7.0%
- 売上高：出荷・現地通貨ベース63百万US\$、対前年▲4.4%の減収
- 営業利益：▲1百万US\$、対前年▲2百万US\$の減益
- 地域別：タイ：ポッキープレミアムやアーモンド効果は、引き続き好調
インドネシア：低価格商品への消費者シフトが続き苦戦

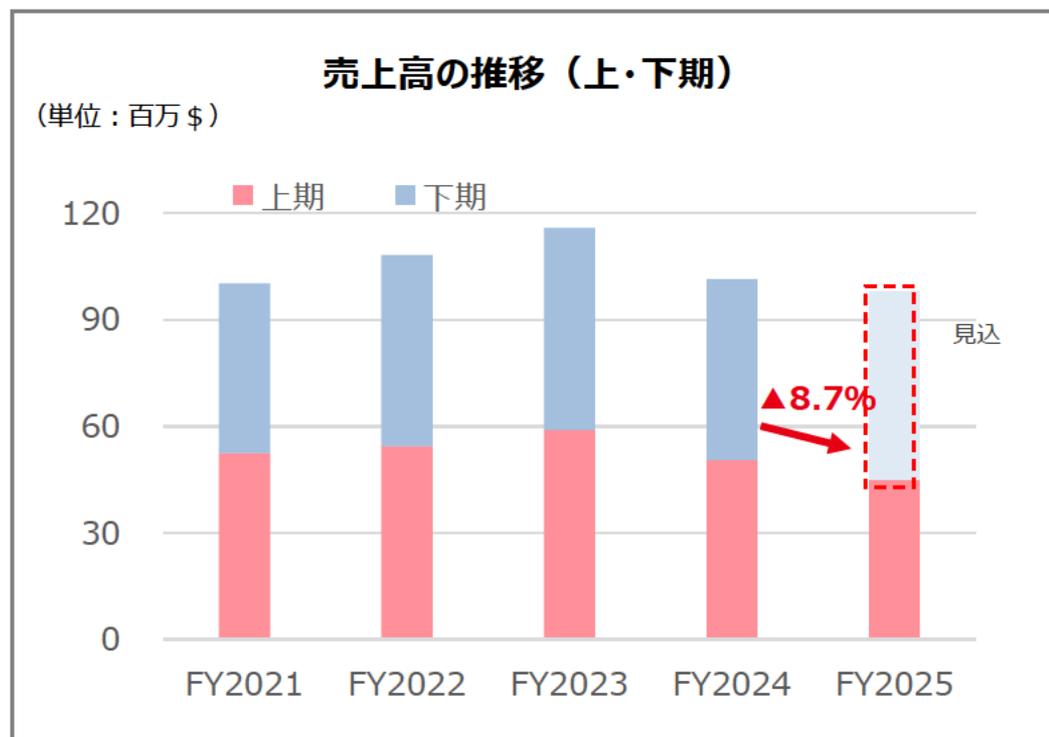


好調なポッキープレミアム（タイ）



セグメント別：海外事業（米国）

- 市場環境：チョコレート市場、対前年+4.6%
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで46百万US\$、対前年▲8.7%の減収
- 営業利益：9百万US\$、対前年▲34.2%の減益
- その他：回転の鈍化で減収、2Q後半から関税の影響も発生



サムズクラブで拡販に努めている
クラブパック



Ⅱ. 25年12月期 通期業績見込み

期初計画と通期見込み



- 売上高 : 3,640億円、対前年+9.9%の増収
- 営業利益 : 110億円、対前年並み

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年比	計画比
売上高	3,311	3,700	3,640	+9.9%	▲1.6%
営業利益	110	180	110	▲0.6%	▲38.9%
経常利益	133	195	135	+1.1%	▲30.8%
当期純利益	81	120	80	▲1.4%	▲33.3%

営業利益率	3.3%	4.9%	3.0%	—	—
-------	------	------	------	---	---

営業利益の見込み



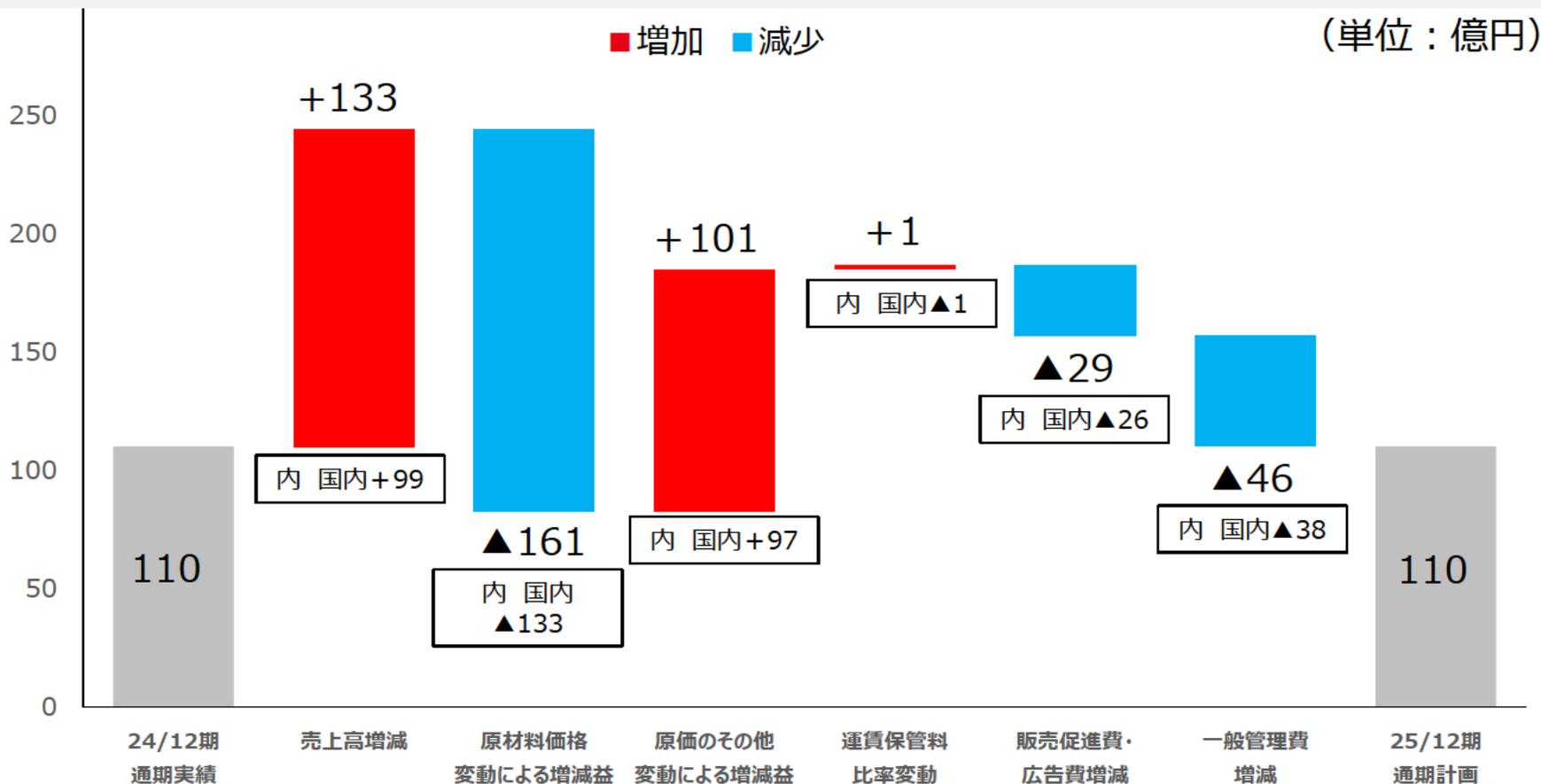
(単位：億円)

	24年12月期		25年12月期		
	通期実績	売上比	期初計画	通期見込み	売上比
売上高	3,311	100.0%	3,700	3,640	100.0%
売上原価	2,034	61.4%	2,256	2,262	62.1%
売上総利益	1,276	38.6%	1,444	1,378	37.9%
運賃保管料	272	8.2%	287	298	8.2%
販売促進費	116	3.5%	123	122	3.4%
広告費	158	4.8%	189	182	5.0%
人件費・厚生費	342	10.4%	347	346	9.5%
経費・償却費	276	8.4%	318	320	8.8%
販売費及び一般管理費計	1,166	35.2%	1,264	1,268	34.8%
営業利益	110	3.3%	180	110	3.0%

営業利益の増減要因



- 国内 : チルド商品の売上増や原材料コスト増を受けた価格改定の増益効果を見込むものの、アイス不振による品種構成のマイナス影響等により、対前年▲2億円の減益
- 海外 : 原材料コスト増や米国の売上減あるものの、中国やASEANの売上増等により、対前年+2億円増益



セグメント別売上高の見込み



- 国内 : アイスの不振やチルド商品の回転戻りが想定を下回っていること等により、対計画▲35億円の2,755億円の見込み
- 海外 : 米国での回転悪化や関税、為替影響等により、対計画▲25億円の885億円の見込み

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年比	計画比
合計	3,311	3,700	3,640	+9.9%	▲1.6%
(国内)	2,488	2,790	2,755	+10.7%	▲1.3%
健康・食品事業	466	530	500	+7.1%	▲5.7%
乳業事業	560	720	680	+21.3%	▲5.6%
栄養菓子事業	647	680	670	+3.5%	▲1.5%
食品原料事業	139	140	135	▲3.1%	▲3.6%
国内その他事業	673	720	770	+14.3%	+6.9%
海外事業	823	910	885	+7.5%	▲2.7%

<参考> 換算レート 24年12月期 通期実績 25年12月期 期初計画 25年12月期 通期見込み

中国 (CNY) 1CNY = 21.03円 1CNY = 21.67円 1CNY = 20.37円
 タイ (THB) 1THB = 4.31円 1THB = 4.20円 1THB = 4.44円
 米国 (USD) 1USD = 151.44円 1USD = 158.00円 1USD = 147.07円

セグメント別営業利益の見込み



■ 国内 : 収益性の高いアイスの不振、価値創造・価値向上した新商品の開発遅れ等により、
対計画▲60億円の24億円の見込み

■ 海外 : 米国での減販や為替影響等により、対計画▲10億円の86億円の見込み

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年比 増減額	計画比 増減額
合計	110	180	110	▲0	▲70
(国内)	26	84	24	▲2	▲60
健康・食品事業	▲1	19	5	+6	▲14
乳業事業	▲63	▲7	▲56	+7	▲49
栄養菓子事業	51	50	50	▲1	—
食品原料事業	20	21	21	+0	—
国内その他事業	▲0	6	6	+6	—
調整	19	▲5	▲2	▲21	+3
海外事業	83	96	86	+2	▲10

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)

	24年12月期	25年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年比	計画比
売上高	1,871	2,030	2,030	+8.5%	-
営業利益	228	260	260	+13.6%	-

◆ASEAN*

(単位：百万米ドル)

	24年12月期	25年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年比	計画比
売上高	133	150	150	+12.2%	-
営業利益	1	2	2	+114.9%	-

◆米国**

(単位：百万米ドル)

	24年12月期	25年12月期			
	通期実績	期初計画	通期見込み	前年比	計画比
売上高	101	105	98	▲2.7%	▲6.6%
営業利益	23	26	21	▲11.8%	▲21.8%

*ASEANの各決算期は、各国の25年12月期計画レートで置き換えた数値

**米国は、連結ベースの数値

Ⅲ. 中期経営計画の進捗について

新中期経営計画【FY25-27】の数値目標



価値創造による利益創出を加速、ROE6～8%の達成を目指す

ROE	FY25-27 : 6～8%、FY28-30 : さらなる向上目指す
売上高・営業利益 (年成長率、前年比)	売上高+5～10%、営業利益+10～15% ✓ 価値創造・向上案件の増加による売上成長・利益向上 ✓ ROE目標水準を6～8%に設定。事業別ROICの導入による収益管理の徹底
資本政策	成長投資を加速しつつ、資本効率化と株主還元を強化 ✓ ROE目標の達成を前提に、成長投資枠の活用と株主還元を機動的に実施

(単位：億円)

	FY23	FY24	FY25	FY25-27 : 加速フェーズ
	実績	実績	通期見込み	経営目標
売上高	3,325	3,311	3,640	+5～10%/年
前年比	+9.4%	▲0.4%	+9.9%	
営業利益	186	110	110	+10～15%/年
前年比	+45.0%	▲40.6%	▲0.6%	
配当性向	36.0%	70.6%	75.6%	45%以上
ROE	5.6%	3.0%	2.9%	FY27 : 6～8% (FY30 : さらなる向上目指す)



事業戦略 (国内) ——— KPI

- 価値創造の加速、デジタル・AIを活用した顧客起点のビジネスモデルの進化
- 素材を起点とした事業バリューチェーンの再構築（乳・カカオ・アーモンド）
- 売上高：+5～8%/年
- 価値創造商品の上市数、新規顧客獲得数、喫食頻度

重点領域の戦略

進捗と対策

● 健康・食品事業

健康価値を伴った商品の価値創造と価値伝達の加速化

- ・アーモンド効果は、市場拡大とともに事業伸長
⇒ラインナップ拡充・間口拡大で、さらなる増販を図る
- ・アイス減販で赤字計上
⇒間口拡大等で課題解決に努める

● 乳業事業

利益水準の早期改善、発酵乳ターゲット顧客への価値伝達の強化

- ・牧場しぼり等、素材由来の健康価値を高めた商品は好調
- ・昨年のシステムトラブル以降、発酵乳、乳飲料で減販
- ・棚は9割回復するも、回転に課題。セグメント赤字拡大
⇒価値伝達の強化による回転改善、商品開発の加速で収益の早期改善を図る

● 栄養菓子事業

喫食頻度の向上による数量増

- ・ビスコ、価値向上のリニューアルで堅調に推移
- ・ポッキー、価格改定による販売減を回復
⇒価値向上の取り組みで喫食頻度の向上を図る

- アーモンドミルク市場で国内売上No.1（※1）の「アーモンド効果」、今年6月に「アーモンドミルク×植物性プロテイン」の新習慣に着目した新商品を発売



アーモンド効果 PROTEIN（プロテイン）
〈ナッツミックス〉と〈ナッツミックス 砂糖不使用〉

牛乳、豆乳に続く「第三のミルク」としての 需要拡大を踏まえて、ラインナップを強化

- ・2024年4-6月のシステムトラブルによる出荷停止から早期に増販基調へ転じ、2025年2Qは、対前年+514%、2023年2Q比+44%と大きく伸長
- ・健康や美容に対する新たな食習慣の提案として、日本だけでなく、中国やタイ、フィリピンなどにも順次拡大、クロスリージョナルブランドとして育成する方針

※1）インテージSRI アーモンドミルク国内市場：2014年4月～2024年12月 ブランド別累計販売金額（アーモンド効果ドリンクシリーズ）

- 乳酸菌クリームサンドビスケット「ビスコ」、今年4月にリニューアル発売「つよさうみだす GCL1815乳酸菌」を新たに加えて、子どもたちを応援



今年で発売92周年のロングセラー商品、「おいしさと健康」の価値向上で進化

・これまでの「生きて腸に届くスプロ乳酸菌」と食物繊維に加えて、Glicoにゆかりある佐賀県の生乳由来の「つよさうみだすGCL1815乳酸菌」を新たに配合

※ 補足資料

事業セグメントの分類 (売上高)



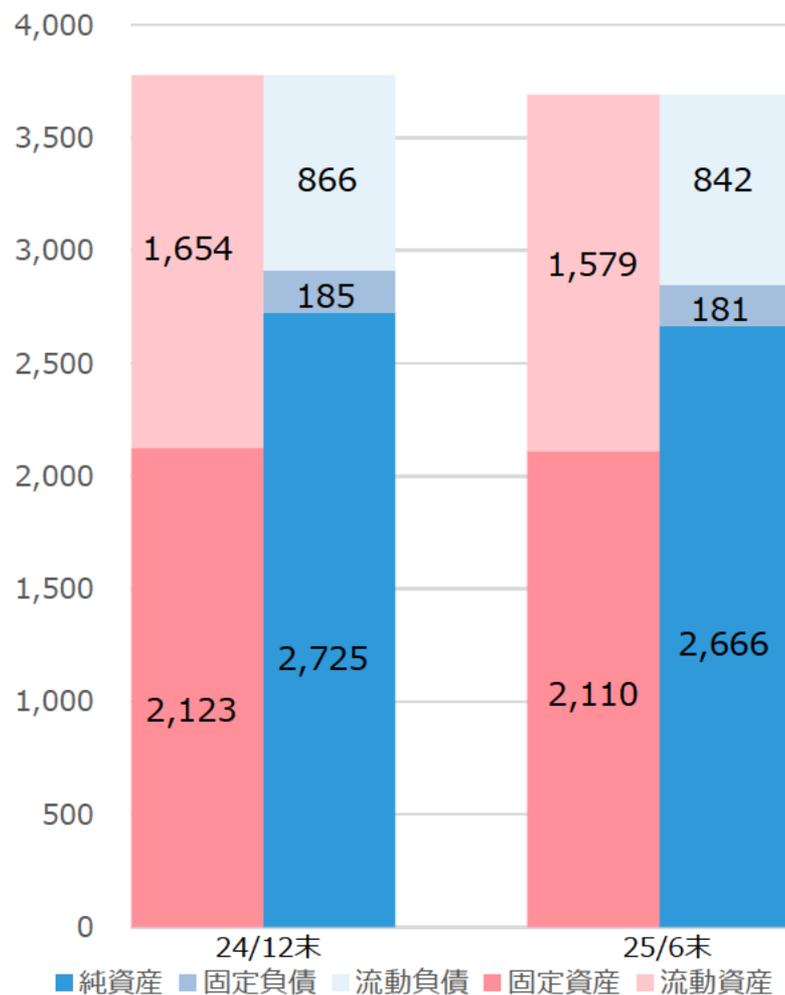
(単位：億円)

セグメント	分類	24年12月期				25年12月期					
		1月-3月	1月-6月	1月-9月	通期	1月-3月	1月-6月	通期 期初計画	通期 見込み	前年比	計画比
健康・食品 事業	健康	28	43	74	104	27	69	155	168	+60.4%	+8.1%
	アイスクリーム	29	94	191	222	26	78	234	212	▲4.8%	▲9.5%
	その他	41	68	102	139	29	59	140	120	▲13.9%	▲14.5%
	計	99	206	368	466	83	207	530	500	+7.1%	▲5.7%
乳業事業	発酵乳	28	32	41	60	18	41	115	97	+60.6%	▲15.7%
	アイスクリーム	56	147	247	307	58	139	321	313	+1.8%	▲2.7%
	その他	68	92	130	192	60	125	283	270	+40.1%	▲4.7%
	計	153	272	419	560	138	306	720	680	+21.3%	▲5.6%
栄養菓子 事業	チョコレート	98	175	246	388	87	164	389	370	▲4.8%	▲5.1%
	ビスケット	52	107	167	229	51	110	237	244	+6.5%	+2.8%
	その他	13	16	19	29	11	23	52	56	+88.2%	+6.0%
	計	164	299	433	647	150	298	680	670	+3.5%	▲1.5%
食品原料事業		27	66	103	139	28	63	140	135	▲3.1%	▲3.6%
国内その他事業		147	301	498	673	164	359	720	770	+14.3%	+6.9%
海外		196	394	588	823	208	408	910	885	+7.5%	▲2.7%
合 計		789	1,540	2,411	3,311	773	1,644	3,700	3,640	+9.9%	▲1.6%

貸借対照表の状況



(単位：億円)



資産の部 主要勘定科目		24年12月末	25年6月末	増減額
流動資産	現金及び預金	602	518	▲84
	受取手形及び売掛金	499	415	▲84
	有価証券	-	-	-
	棚卸資産	414	543	+129
	流動資産合計	1,654	1,579	▲74
固定資産	有形固定資産	1,118	1,064	▲54
	無形固定資産	305	279	▲26
	投資有価証券	466	514	+47
	固定資産合計	2,123	2,110	▲12

負債の部・純資産の部 主要勘定科目		24年12月末	25年6月末	増減額
流動負債	支払手形及び買掛金	386	378	▲8
	短期・長期(1年以内)借入金	0	70	+69
	転換社債型新株予約権付社債	-	-	-
	流動負債合計	866	842	▲24
固定負債	転換社債型新株予約権付社債	-	-	-
	長期借入金	1	1	-
	固定負債合計	185	181	▲4
純資産	株主資本	2,303	2,312	+8
	純資産合計	2,725	2,666	▲59

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
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
	9/30	144.81	142.32	3.81	20.37	10.12	0.95
	12/31	132.70	141.47	3.80	19.01	10.55	0.85
2023	3/31	133.53	145.72	3.91	19.42	10.31	0.89
	6/30	144.99	157.60	4.07	19.94	11.00	0.97
	9/30	149.58	158.00	4.09	20.46	11.11	0.97
	12/31	141.83	157.12	4.13	19.93	11.05	0.92
2024	3/31	151.41	163.24	4.16	20.83	11.25	0.96
	6/30	161.07	172.33	4.36	22.04	11.64	0.99
	9/30	142.73	159.43	4.41	20.46	10.94	0.95
	12/31	158.18	164.92	4.64	21.67	10.76	0.98
2025	3/31	149.52	162.08	4.40	20.59	10.17	0.91
	6/30	144.81	169.66	4.44	20.19	10.67	0.90

【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

E-mail : ir-division@glico.com