

おいしさと健康



# 11年3月期 決算説明会

「みんなに笑顔届けたい。」という震災からの復旧への思いと当社の事業継続に向けた決意を込めたメッセージのもと、「利益確保」、「将来の成長」に取り組む。

2011年5月18日

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

《お問合せ先》

江崎グリコ株式会社

広報IR部長 沖 善弘 TEL 06-6130-4208

# 目次

---

おいしさと健康

Glico

- ・東日本大震災の被災状況 P. 3
- ・11年3月期の業績報告 P. 4～11
- ・12年3月期の計画 P. 12～23

# 東日本大震災の被災状況

おいしさと健康



◆建物、設備、原材料、製品などに被害をうけ、特別損失として約14億円を計上。

会社名		所在地	主な生産品	復旧の状況	
仙台グリコ(株)	工場	宮城県加美郡加美町	食品	復旧済み	4月4日(月)より全ライン再開。
東北グリコ乳業(株)	工場	宮城県加美郡加美町	牛乳・乳製品	復旧済み	4月23日(土)より一部の生産を再開。 4月29日(金)より全ライン再開。
グリコ乳業(株) 那須工場	工場	栃木県那須塩原市	牛乳・乳製品	一部復旧	4月24日(日)より一部の生産を再開。 5月中旬より全ライン再開見込み。
那須グリコ栄食(株)	工場	栃木県那須塩原市	ハム・ソーセージ	一部復旧	4月7日(木)より一部の生産を再開。
茨城グリコ(株)	工場	茨城県常陸大宮市	アイスクリーム	復旧済み	4月11日(月)より全ライン再開。
東北フローズン(株)	営業事務所	岩手県一関市	アイスクリームの販売	一部復旧	・仙台支店は4月25日(月)から営業を再開。 ・高田営業所は徐々に営業を再開中。 ・相馬営業所は5月2日(月)に閉鎖。

おいしさと健康



# 11年3月期の業績報告

---

# 計画のレビュー



## < 11年3月期 取組みテーマ > 主力品の強化と新製品の育成・定着

### ・主力品の強化

- (菓子)ポッキー、プリッツ、ガム
- (冷菓)ジャイアントコーン、パピコ、セブンティーンアイス、パナッパ
- (牛乳・乳製品)カフェオーレ
- (食品)2段熟カレー、クレアおばさんの家庭料理シリーズ

### ・新製品の育成・定着

- (菓子)おつまみスナック、かるじゃが
- (牛乳・乳製品)ドロリッチ
- (海外事業) 巧〈上海グリコ〉、ミラコ〈タイグリコ〉

## < 11年3月期 通期 計画 > ※

売上高 2,882億円 (対10/3 + 1.3%)  
営業利益 109億円 (対10/3 -7.7%)

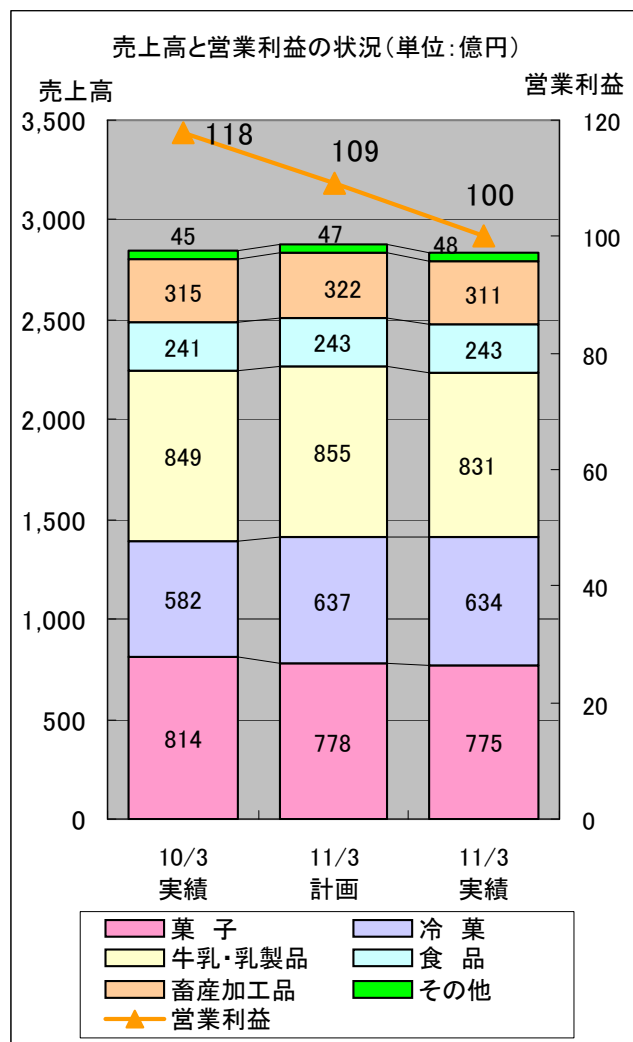


## < 11年3月期 実績 >

売上高 2,840億円 (対10/3 - 0.2%)  
営業利益 100億円 (対10/3 -15.3%)

※本資料の「計画」は2010年11月15日発表の業績予想。

# 売上高の状況



- ◆ 売上高は2,840億円。営業利益は100億円。
- ◆ 10年3月期比では、売上高は5億円の減収。冷菓・食品以外が10年3月期を下回った。
- ◆ 計画比では、売上高は42億円下回り、営業利益は9億円下回った。

【連結】

(単位:億円)

	10/3 実績	11/3 計画	11/3 実績	対10/3		対計画	
				金額	率%	金額	率%
売上高	2,845	2,882	2,840	▲ 5	-0.2	▲ 42	-1.4
営業利益	118	109	100	▲ 18	-15.3	▲ 9	-8.3
経常利益	124	112	106	▲ 18	-14.4	▲ 6	-5.4
当期純利益	70	48	38	▲ 32	-46.2	▲ 10	-21.1

計画:2010年11月15日発表の業績予想



# 連結営業利益の状況

- ◆10年3月期比では、原価率は前期並み、販売促進費やシステム更新による償却費が増加。
- ◆計画比では、減収による減益が大きいが、経費を抑制。

## 【連結】

(単位:億円)

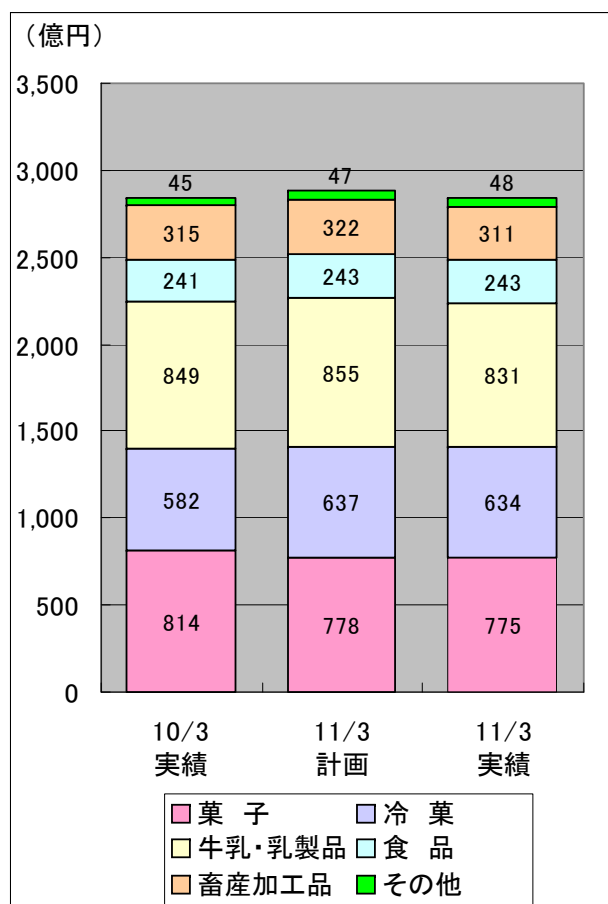
	10/3実績		11/3計画		11/3実績	
	金額	率%	金額	率%	金額	率%
売上高	2,845	100.0	2,882	100.0	2,840	100.0
売上原価	1,607	56.5	1,618	56.2	1,601	56.4
売上総利益	1,238	43.5	1,264	43.8	1,239	43.6
運賃保管料	258	9.1	260	9.0	257	9.0
販売促進費	341	12.0	352	12.2	353	12.4
広告費	125	4.4	124	4.3	119	4.2
人件費・厚生費	245	8.6	253	8.8	253	8.9
経費・償却費	150	5.3	165	5.7	157	5.5
合計	1,120	39.4	1,155	40.1	1,139	40.1
営業利益	118	4.1	109	3.8	100	3.5

(単位:億円)

営業利益の増減要因	対10/3	対計画
合計	▲ 18	▲ 9
売上高変動による影響額	▲ 2	▲ 15
売上原価率変動による影響額	4	▲ 1
運賃保管料比率変動による影響額	1	0
販売促進費比率変動による影響額	▲ 12	▲ 6
広告費変動による影響額	6	5
人件費・経費等の変動による影響額	▲ 14	8



# セグメント別売上高の状況



- ◆ 菓子、冷菓は、それぞれ若干計画を下回った。
- ◆ 牛乳・乳製品は、キリンビバレッジ分が増収に寄与するも、ドロリッチなどを中心に全体的に苦戦し、計画比2.8%の減収。
- ◆ 食品は、品別には増減収があるものの、それぞれほぼ計画どおりに進捗。
- ◆ 畜産加工品は、競合の激しいソーセージ、ハムなどが苦戦し、計画比3.5%の減収。

【セグメント別売上高】

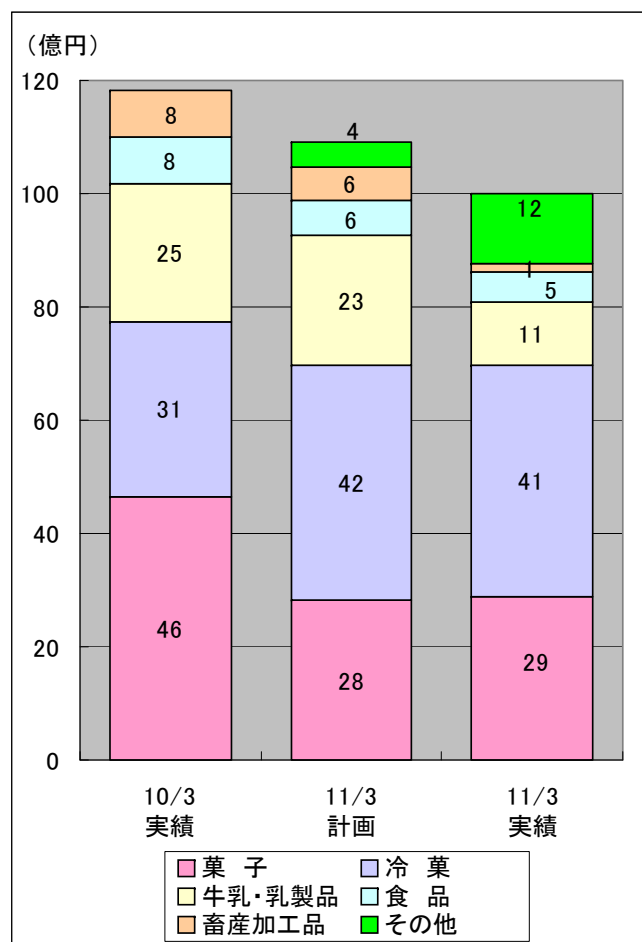
(単位: 億円)

	10/3 実績	11/3 計画	11/3 実績	対10/3		対計画	
				金額	率 %	金額	率 %
合計	2,845	2,882	2,840	▲ 5	-0.2	▲ 42	-1.4
菓子	814	778	775	▲ 39	-4.8	▲ 3	-0.4
冷菓	582	637	634	52	9.0	▲ 3	-0.5
牛乳・乳製品	849	855	831	▲ 18	-2.2	▲ 24	-2.8
食品	241	243	243	2	0.7	▲ 0	-0.2
畜産加工品	315	322	311	▲ 4	-1.4	▲ 11	-3.5
その他	45	47	48	3	6.1	1	1.8





# セグメント別営業利益の状況



- ◆ 10年3月期比では、冷菓が増益となったが、菓子と牛乳・乳製品、畜産加工品部門の減益が大きい。
- ◆ 計画比では、牛乳・乳製品と畜産加工品部門の減益が大きい。

【セグメント別営業利益】

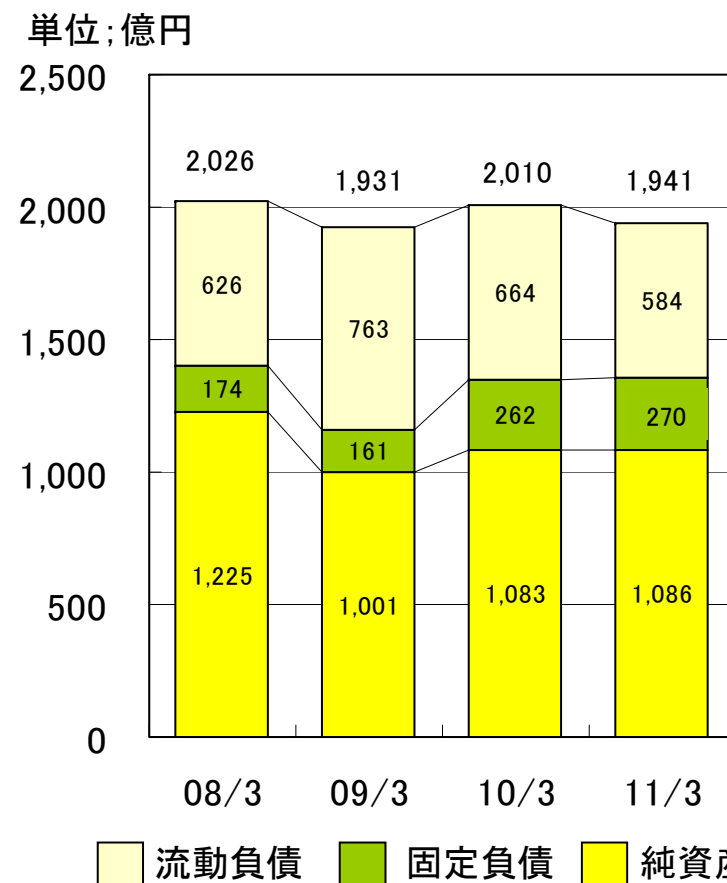
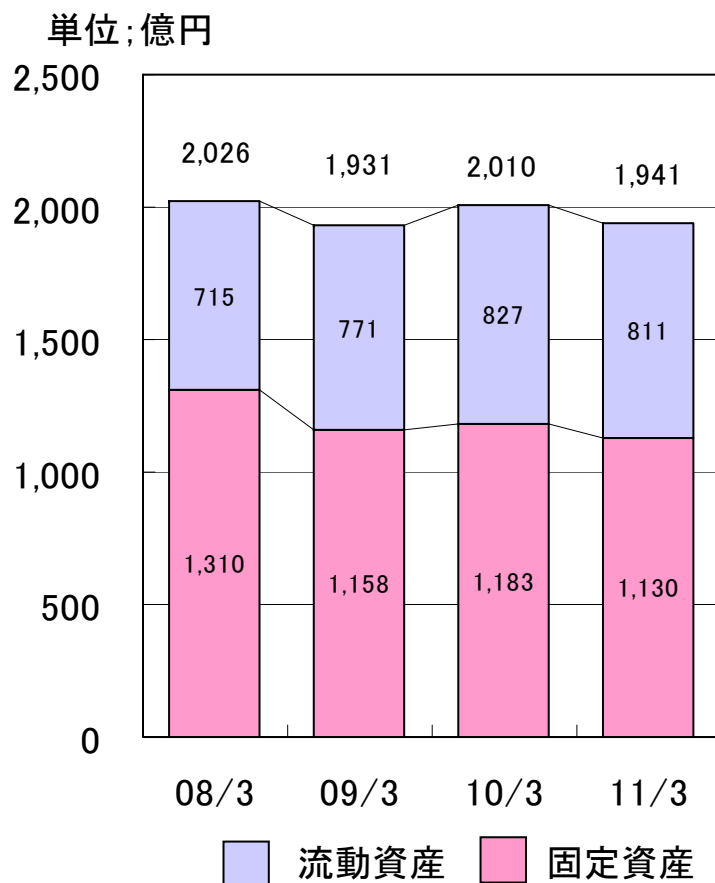
(単位:億円)

	10/3 実績	11/3 計画	11/3 実績	対10/3		対計画	
				金額	率%	金額	率%
合計	118	109	100	▲18	-15.3	▲9	-8.3
菓子	46	28	29	▲18	-38.0	1	2.0
冷菓	31	42	41	10	32.8	▲1	-1.3
牛乳・乳製品	25	23	11	▲13	-54.8	▲12	-51.4
食品	8	6	5	▲3	-36.6	▲1	-16.6
畜産加工品	8	6	1	▲7	-82.3	▲5	-75.6
その他	-0	4	12	13	-	8	198.1



# 貸借対照表の状況

- ◆総資産はやや減少し、流動資産比率がアップ。
- ◆負債総額は減少し、純資産が増加し、純資産比率は53.9%⇒56.0%となった。



# 設備投資、減価償却、研究開発費

おいしさと健康



- ◆設備投資は、計画比で10億円減少。
- ◆12年3月期は、国内生産拠点の再構築投資を進めるとともに、海外子会社も生産体制の強化を行う。

(単位:億円)

	10/3実績	11/3計画	11/3実績	12/3計画
設備投資合計	120	127	117	145
江崎グリコ	68	57	56	95
グリコ乳業	31	36	36	26
グリコ栄養食品	5	6	6	4
海外子会社	15	27	17	19
その他子会社	1	0	1	1
減価償却費	103	110	110	114
研究開発費	47	50	46	52

計画:2010年11月11日決算説明会時

# 12年3月期の計画

---

# みんなに笑顔届けたい。

- ・震災からの復旧への思い
- ・事業継続に向けた決意

➡ 「みんなに笑顔届けたい。」



・4月4日 震災後から消灯していた大阪道頓堀のグリコネオンを再点灯する際、震災からの復旧への思いと事業継続に向けた当社の決意を込め、「みんなに笑顔届けたい。」というメッセージを掲出した。



・GW期間中、被災地域のFM局からの要望に応え、当社のグリコワゴンと当社が提供するラジオ番組のパーソナリティやまだひさしさんのほか、趣旨に賛同いただけた歌手の方々に被災地を訪問。岩手、福島、宮城の避難所でお菓子と歌をプレゼント。笑顔届ける活動となった。



・4月12日以降、プロ野球公式戦の甲子園球場にも、「みんなに笑顔届けたい。」というメッセージを出している。

# 重点取り組み

---



◆「みんなに笑顔届けたい。」という震災からの復旧への思いと当社の事業継続に向けた決意を込めたメッセージのもと、「利益確保」、「将来の成長」に取り組む。

①収益性の高い主力品の販売に注力

②競争力強化のため、菓子新工場を建設

③海外はアジアを中心に売上を拡大

12年3月期計画(重点取り組み)

# 菓子新工場の建設

おいしさと健康

- ◆大消費地に近い埼玉県北本市に関東グリコ株式会社を設立し、大規模工場を建設することで、生産と物流の効率化を図る。
- ◆生産部門の生産効率を高め競争力の強化を図るため、生産拠点全体のあり方を見直し、老朽化した工場を閉鎖するなど再構築を進める。(6社→4社)



【関東グリコ 完成予想】

## 《会社概要》

- ・会社名 関東グリコ株式会社
- ・所在地 埼玉県北本市
- ・生產品目 ポッキー、プリッツなど
- ・生産規模 100億円以上(2013年度予想)
- ・設立時期 2011年1月
- ・生産開始 2012年4月予定

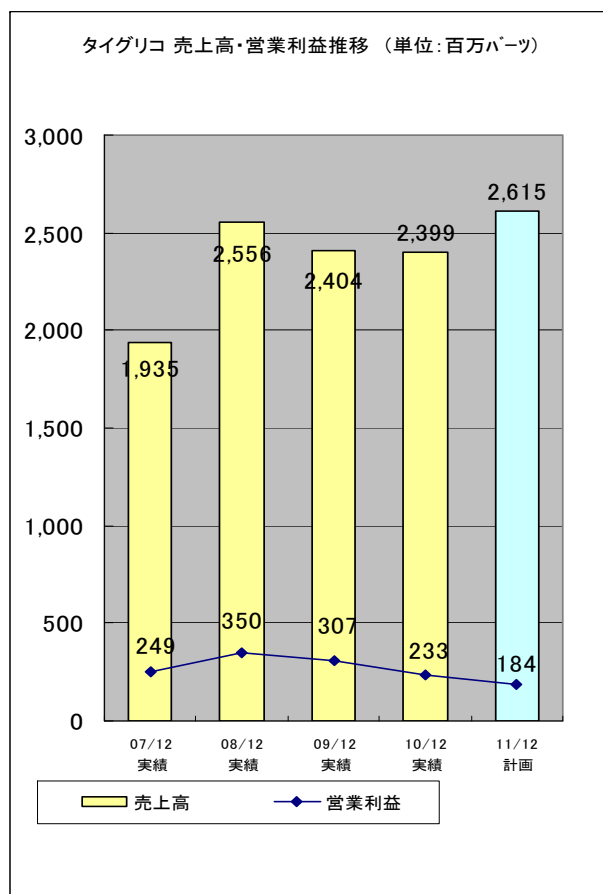


《再構築後の菓子生産体制》

# アジアを中心に売上拡大



## ◆タイ(タイグリコ)



◆売上高は、開拓余地が残る小規模小売店への取り組みを強化し、インドネシア等ASEAN諸国への積極的な営業活動により、前年比で**9.0%**の増収を計画。

◆営業利益は、増販による増益はあるものの原材料単価上昇による売上原価アップと、国外での積極的・先行的なマーケティング投資を年度後半に計画。前年比で**21.0%**の減益見込み。

(単位:百万パーツ)

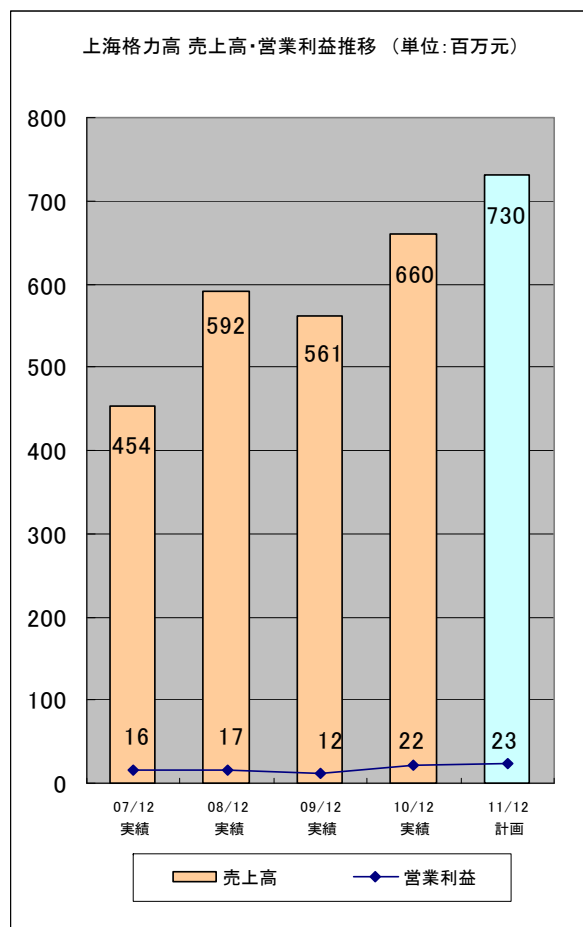
	09/12 実績	10/12 実績	11/12 計画	対 10/12	
				金額	率%
売上高	2,404	2,399	2,615	216	9.0
営業利益	307	233	184	▲49	-21.0
経常利益	329	248	189	▲59	-23.7
当期純利益	242	172	133	▲39	-22.8



# アジアを中心に売上拡大



## ◆中国(上海グリコ)



◆売上高は、主力品の強化と新製品の市場定着・拡大、積極的な販売政策の実施により、前年比で10.8%の増収を計画。

◆営業利益は、原材料費率がアップするものの、増収の効果が大きく、前年比で5.6%の増益を計画。

(単位:百万元)

	09/12 実績	10/12 実績	11/12 計画	対 10/12	
				金額	率%
売上高	561	660	730	71	10.8
営業利益	12	22	23	1	5.6
経常利益	8	17	17	0	1.9
当期純利益	14	17	14	▲3	-18.2

# 従業員持株会ESOP信託の導入



## ◆概要 (ESOP: Employee Stock Ownership Plan)

従業員持株会の仕組みを信託スキームの活用により発展させた従業員向けインセンティブ・プラン

## ◆目的

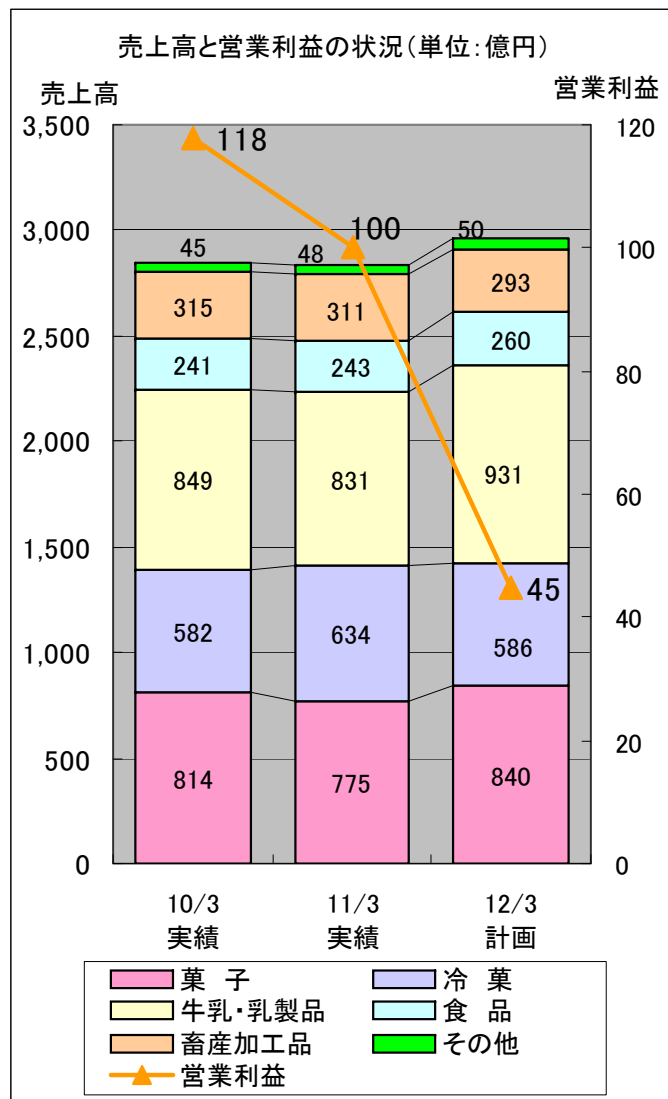
- ①従業員の勤労意欲や経営参画意識の向上
- ②企業価値向上を目指す従業員の業務遂行推進
- ③信託が保有する株式にかかる議決権行使に従業員持株会の意思が反映されることによるコーポレート・ガバナンスの向上
- ④従業員持株会の活性化
- ⑤福利厚生制度の充実

## ◆効果

- ①業績向上⇒中長期的な企業価値向上
- ②株価上昇⇒株主価値向上

# 12年3月期計画 売上高

おいしさと健康



◆ 12年3月期の売上高は、2,960億円を計画。  
11年3月期に対して120億円の増収。

◆ 営業利益は、45億円を計画。  
11年3月期に対して55億円の減益。

◆ 純利益は特別損失減少により15億円の減益に止まる。

## 【連結】

(単位: 億円)

	10/3 実績	11/3 実績	12/3 計画	対11/3	
				金額	率%
売上高	2,845	2,840	2,960	120	4.2
営業利益	118	100	45	▲ 55	-55.0
経常利益	124	106	40	▲ 66	-62.3
当期純利益	70	38	23	▲ 15	-39.2

※震災による生産工場及び仕入工場の被災、節電による生産及び販売への影響は、現時点での見込み。

# 連結営業利益



◆ 営業利益は、11年3月期を55億円下回る45億円を見込む。

## 【連結】

(単位:億円)

	10/3実績		11/3実績		12/3計画	
	金額	率%	金額	率%	金額	率%
売上高	2,845	100.0	2,840	100.0	2,960	100.0
売上原価	1,607	56.5	1,601	56.4	1,708	57.7
売上総利益	1,238	43.5	1,239	43.6	1,252	42.3
運賃保管料	258	9.1	257	9.0	274	9.2
販売促進費	341	12.0	353	12.4	382	12.9
広告費	125	4.4	119	4.2	117	4.0
人件費・厚生費	245	8.6	253	8.9	256	8.6
経費・償却費	150	5.3	157	5.5	178	6.0
合計	1,120	39.4	1,139	40.1	1,207	40.8
営業利益	118	4.1	100	3.5	45	1.5

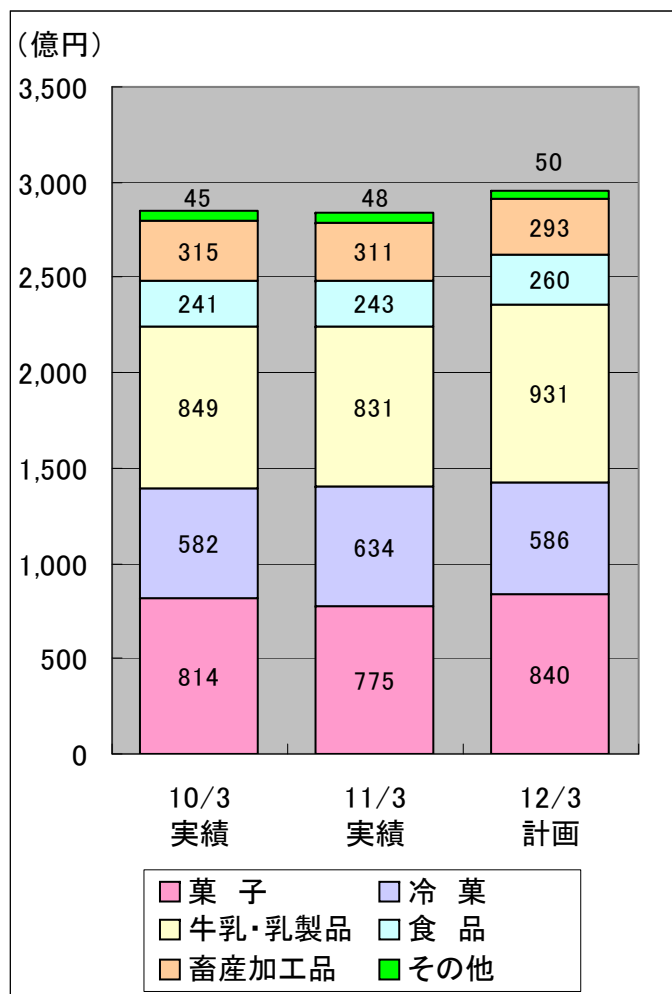
# 連結営業利益



## ◆ 連結営業利益の増減益要因

合 計	▲55億円
◆ 売上高変動による影響額	+36億円
◆ 売上原価率変動による影響額	▲49億円
◆ 運賃 保管料比率変動による影響額	▲6億円
◆ 販売促進費比率変動による影響額	▲14億円
◆ 広告費変動による影響額	+2億円
◆ 人件費・経費等の変動による影響額	▲24億円

# セグメント別売上高



- ◆菓子は、既存主力品の売上拡大と、海外子会社での増収を目指す。
- ◆冷蔵は、震災に伴う売場縮小懸念で減収を見込む。
- ◆牛乳・乳製品は、キリンビバレッジ分の売上寄与とヨーグルト製品で増収。
- ◆食品は、主力の2段熟カレーや2段熟ハヤシの分布拡大に注力。
- ◆畜産加工品は、震災復旧の遅れから、ソーセージを中心に減収を見込む。

【セグメント別売上高】

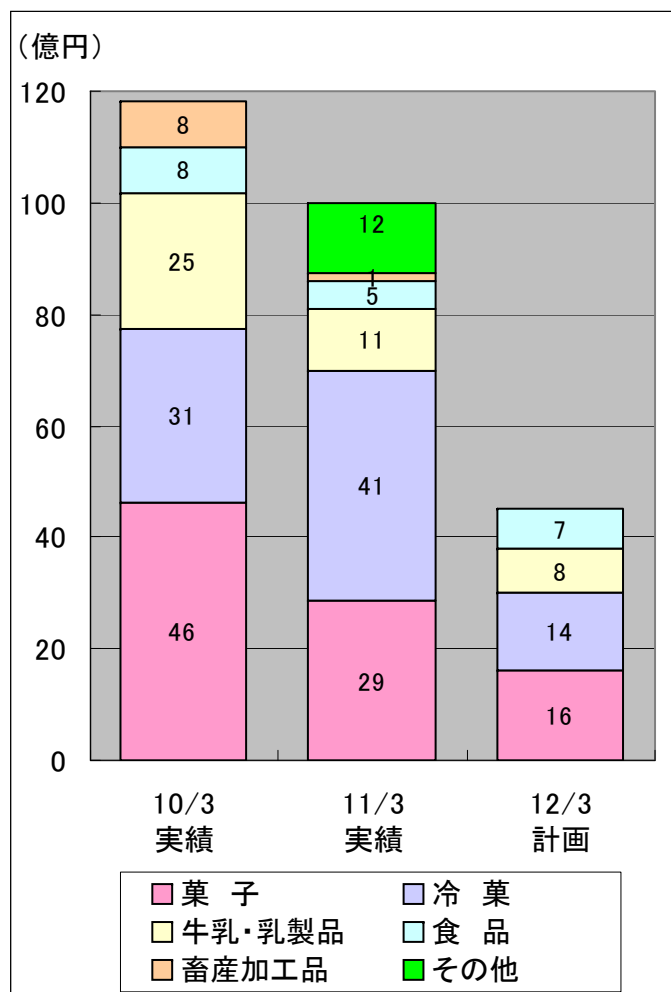
(単位:億円)

	10/3 実績	11/3 実績	12/3 計画	対11/3	
				金額	率 %
合計	2,845	2,840	2,960	120	4.2
菓子	814	775	840	65	8.4
冷蔵	582	634	586	▲ 48	-7.6
牛乳・乳製品	849	831	931	100	12.1
食品	241	243	260	17	7.2
畜産加工品	315	311	293	▲ 18	-5.7
その他	45	48	50	2	4.5



# セグメント別営業利益

セグメント別営業利益



- ◆ 食品以外は11年3月期に比べて減益を見込む。
- ◆ 特に減収の大きい冷菓と、原材料価格上昇の影響が大きい菓子の減益が大きい。

【セグメント別営業利益】

(単位: 億円)

	10/3 実績	11/3 実績	12/3 計画	対11/3	
				金額	率%
合計	118	100	45	▲ 55	-55.0
菓子	46	29	16	▲ 13	-44.3
冷菓	31	41	14	▲ 27	-65.9
牛乳・乳製品	25	11	8	▲ 3	-28.0
食品	8	5	7	2	34.9
畜産加工品	8	1	0	▲ 1	—
その他	0	12	0	▲ 12	—