

# 15年3月期/第2四半期/決算説明会

2014年11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  
グループ総務部長 松浦博幸 TEL 06-6130-6839

# 目次

---

- 15年3月期第2四半期の業績報告 P. 3～8
- 15年3月期の取組みの進捗状況 P. 9～14
- 15年3月期の通期業績見込み P. 15～19
- 補足資料 P. 20～28

# 15年3月期 第2四半期の業績報告

---



# 売上高・利益の概況

【連結】

(単位:億円 %)

	14/3 第2 Q		15/3 第2 Q							
	実績	ハム除 実績	計画	実績	前年同期比		前年同期比 (ハム除)		計画比	
					金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
売上高 Net sales	1,697	1,593	1,700	1,657	▲ 40	-2.3	64	3.8	▲ 43	-2.5
営業利益 Operating profit	98	93	98	95	▲ 3	-3.1	2	1.8	▲ 3	-3.2
経常利益 Ordinary profit	107	102	102	111	4	3.5	8	7.9	9	8.5
当期純利益 Net income	76	72	141	153	77	102.0	82	107.5	12	34.6

注1) 今資料における計画値は2014/7/30発表時点のもの、見込値は2014/10/30発表時点のもの(全頁共通)

注2) ハム除実績は、2014/1に株式譲渡により連結除外となったグリコハム(株)(畜産加工品)の2014/3期実績を差し引いた場合の数値(全頁共通)



# 営業利益の状況

【連結】

(単位:億円)

	14/3 第2Q 実績		14/3 ハム除 第2Q 実績		15/3 第2Q 計画		15/3 第2Q 実績	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
売上高 Net sales	1,697	100.0	1,593	100.0	1,700	100.0	1,657	100.0
売上原価 Cost of sales	953	56.1	887	55.7	935	55.0	923	55.7
売上総利益 Gross profit	744	43.9	706	44.3	765	45.0	735	44.3
運賃 保管料 Freight and charges	156	9.2	142	8.9	151	8.9	148	8.9
販売促進費 Sales promotion	230	13.5	224	14.1	250	14.7	233	14.1
広告費 Advertising expense	56	3.3	56	3.5	65	3.8	60	3.6
人件費・厚生費 Salaries, public welfare costs	132	7.8	124	7.8	127	7.5	129	7.8
経費・償却費 Expense, repayment costs	72	4.3	67	4.2	73	4.3	69	4.2
合計 The total	646	38.1	613	38.5	667	39.2	640	38.6
営業利益 Operating profit	98	5.8	93	5.8	98	5.8	95	5.7

計算方法
①売上増減額×限界利益率
②売上高×売上原価率の差
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
⑤一般管理費増減額
(注)各費目の%が上がった場合や 費用金額が増加した場合は、減益 (-表示)となる。

営業利益の増減要因	対14/3	ハム除 対前年	
		対前年	計画比
合計	▲ 3	2	▲ 3
①売上高増減による増減益	▲ 8	14	▲ 9
②売上原価率変動による増減益	8	0	▲ 11
③運賃保管料比率変動による増減益	5	0	0
④販売促進費比率・広告費増減による増減益	▲ 13	▲ 4	15
⑤一般管理費増減による増減益	6	▲ 7	2



# セグメント別売上高の状況

## 【セグメント別売上高】

(単位: 億円)

	15/3 第2Q			対 14/3		対 計画	
	14/3	計画	実績	第2Q		第2Q	
				金額	増減率	金額	増減率
合計 Total	1,697	1,700	1,657	▲ 40	-2.3	▲ 43	-2.5
菓子 Confectioneries	456	509	497	41	9.1	▲ 12	-2.3
冷菓 Ice Cream	461	494	473	11	2.5	▲ 21	-4.3
牛乳・乳製品 Milk and Dairy Products	493	508	500	7	1.5	▲ 8	-1.6
食品 Food Products	109	112	108	▲ 1	-0.8	▲ 4	-3.7
畜産加工品 Meat Products	103	-	-	▲ 103	-	-	-
食品原料 Food Ingredients	48	49	51	4	7.5	2	4.7
その他 Other	27	28	28	1	2.9	0	0.3

## ※上記値の国内外区分

合計 Total	1,697	1,700	1,657	▲ 40	-2.3	▲ 43	-2.5
国内 Domestic	1,558	1,516	1,491	▲ 67	-4.3	▲ 25	-1.6
海外 Foreign	139	184	166	27	19.4	▲ 18	-9.8

※為替は、巻末の資料をご参照下さい



# セグメント別営業利益の状況

## 【セグメント別営業利益】

(単位:億円、%)

	15/3 第2Q実績			対14/3 第2Q		対計画 第2Q	
	前期	計画	実績	金額	増減率	金額	増減率
合計 Total	98	98	95	▲ 3	▲ 3.1	▲ 3	▲ 3.2
菓子 Confectioneries	23	25	32	9	37.5	7	28.9
冷菓 Ice Cream	47	53	44	▲ 3	▲ 6.2	▲ 10	▲ 17.9
牛乳・乳製品 Milk and Dairy Products	22	15	19	▲ 3	▲ 13.0	4	27.5
食品 Food Products	▲ 2	1	2	4	-	1	130.0
畜産加工品 Meat Products	5	-	-	▲ 5	-	-	-
食品原料 Food Ingredients	2	3	2	1	31.5	▲ 1	▲ 20.4
その他 Other	2	1	▲ 4	▲ 6	-	▲ 6	-

※上記値の国内外区分

合計 Total	98	98	95	▲ 3	▲ 3.1	▲ 3	▲ 3.2
国内 Domestic	81	80	75	▲ 6	▲ 7.4	▲ 5	▲ 6.5
海外 Foreign	17	18	20	3	17.6	2	11.1

※為替は、巻末の資料をご参照下さい



# 設備投資、減価償却費、研究開発費

- ◆ 15年3月期第2四半期の設備投資は、14年3月期第2四半期に比べ4億円減少
- ◆ 15年3月期通期の設備投資は、計画に比べ19億円減少の見込。主には牛乳乳製品の投資時期ズレが要因

## 【設備投資・減価償却費・研究開発費】

(単位:億円)

	2014/3 第2Q実績		2015/3 第2Q実績
	2014/3 第2Q実績	ハム除14/3 第2Q実績	
設備投資額 Capital investment	89	85	48
菓子/国内	14	14	9
菓子/海外	39	39	7
冷菓	12	12	15
牛乳・乳製品	15	15	14
食品	0	0	1
畜産加工品	4	0	0
食品原料	1	1	0
その他	3	3	2
減価償却費 Depreciation	54	52	54
研究開発費 R&D expenditures	21	21	21

2015年3月期 通期			
2014/3 実績	ハム除14/3 実績	2015/3 計画	2015/3 見込
150	144	107	88
22	22	17	15
70	70	23	19
23	23	26	23
21	21	33	22
1	1	1	1
6	0	0	0
2	2	2	1
5	5	6	7
112	109	111	110
44	43	46	46

※上記、設備投資額とは別に、14年3月期に非連結会社「グリコ・ウイングスへの出資」が15億円ありました。

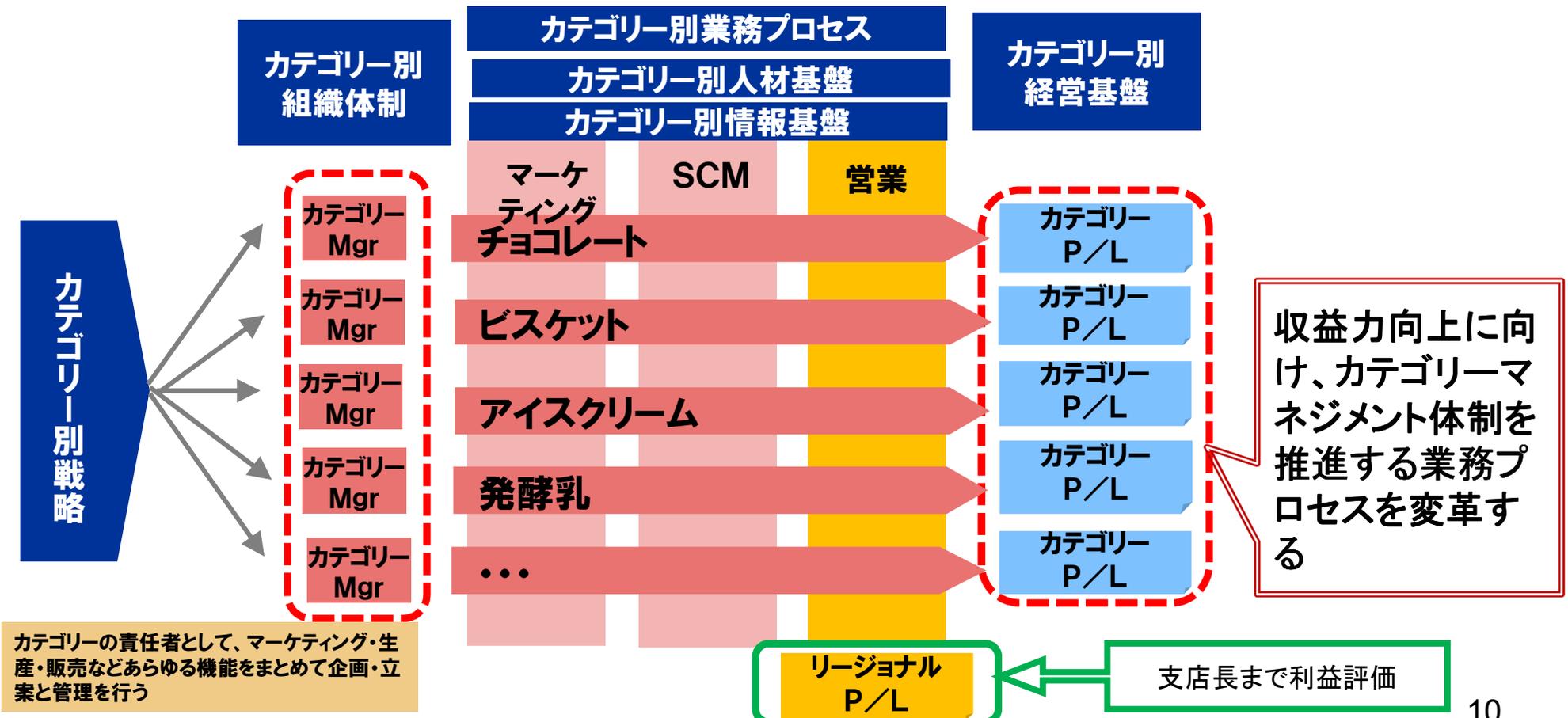
# 15年3月期 第2四半期 進捗状況

---



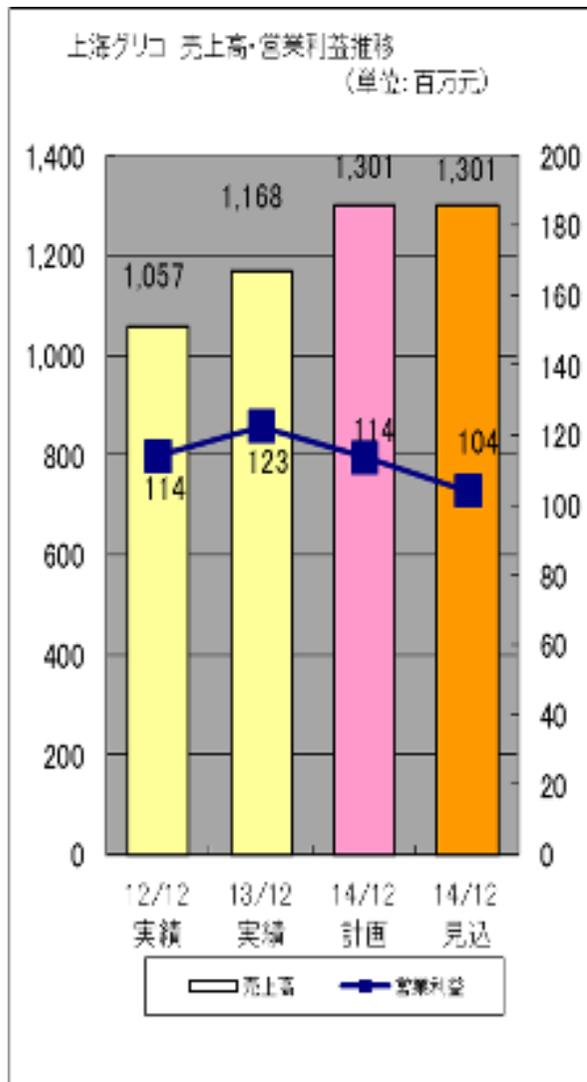
# カテゴリー単位の運営管理の確立

- ①カテゴリー営業利益が、経営管理上の最優先目標
- ②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
- ③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



**グループ最適化施策と結果検証を反映した成長戦略を強力に実践**

# 中国：エリア拡大と主力品販売を継続



- ◆ 上海・華東地区の売上を安定的に伸長させながら、華北・華南・華西の都市を中心に市場を拡大・深耕。
- ◆ マーケティング面では、ポッキー・プジョイに人気タレントを起用し、ブランド育成・店頭強化に注力。
- ◆ エリア拡大に伴う、広域企業への新規導入費・販促活動費などの開拓経費を見込む。

単位:百万元

	12/12	13/12	14/12	14/12	14見込/14計画	
	実績	実績	計画	見込	金額	増減率
売上高	1,057	1,168	1,301	1,301	0	0%
営業利益	114	123	114	104	▲ 10	▲ 8%
経常利益	119	132	111	104	▲ 7	▲ 6%
当期純利益	100	100	93	86	▲ 7	▲ 7%

ご参考: 日本円換算

単位:百万円

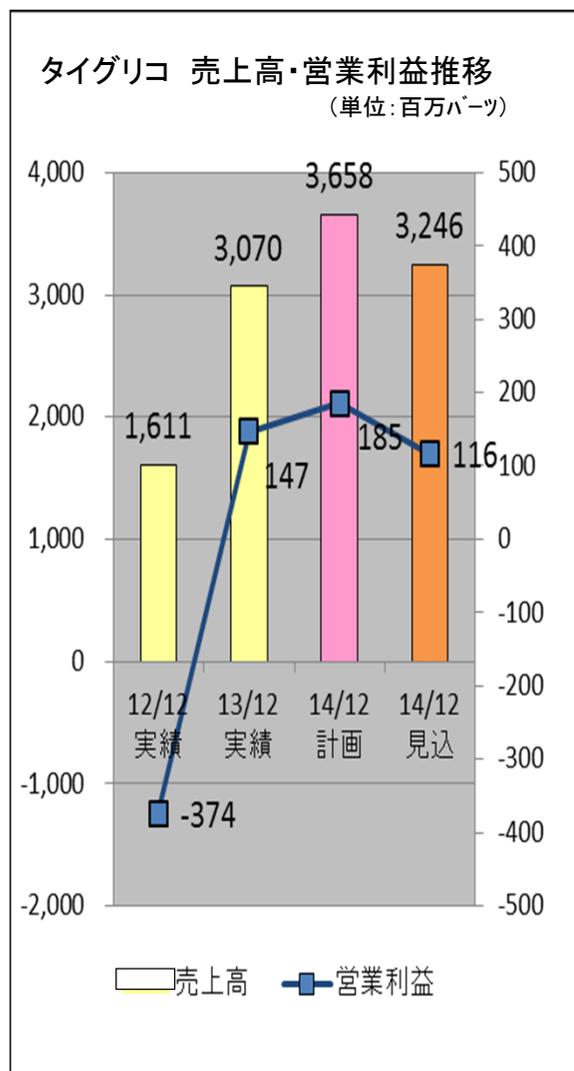
	12/12	13/12	14/12	14/12	14見込/14計画	
	実績	実績	計画	見込	金額	増減率
売上高	14,702	20,280	22,113	23,062	950	4%
営業利益	1,588	2,127	1,934	1,846	▲ 88	▲ 5%
経常利益	1,654	2,284	1,887	1,846	▲ 41	▲ 2%
当期純利益	1,390	1,727	1,581	1,525	▲ 56	▲ 4%

※TTMLレート 13.91円 17.36円 17.00円 17.73円

2014年 9月末レート



# タイ:タイ国内地方部に政情不安の影響・周辺国拡大



- ◆タイ国内では、政情不安の中、拡大取組み対象であった地方部の需要回復が遅れ、影響が出る見込。よって、都市部を中心としたモダントレードへの対策を強化。
- ◆タイ国内需要喚起に伴う、販促活動費等対策費が当初想定より拡大。

単位:百万バーツ

	12/12	13/12	14/12	14/12	14見込/14計画	
	実績	実績	計画	見込	金額	増減率
売上高	1,611	3,070	3,658	3,246	▲ 412	▲ 11%
営業利益	▲ 374	147	185	116	▲ 69	▲ 37%
経常利益	▲ 290	431	691	798	107	15%
当期純利益	▲ 290	431	865	798	▲ 67	▲ 8%

※インドネシア等、周辺諸国への輸出分も含んでおります

ご参考;日本円換算

※各数値は現地決算基準

単位:百万円

	12/12	13/12	14/12	14/12	14見込/14計画	
	実績	実績	計画	見込	金額	増減率
売上高	4,542	9,823	11,706	10,973	▲ 733	▲ 6%
営業利益	▲ 1,055	471	592	393	▲ 199	▲ 34%
経常利益	▲ 818	1,379	2,211	2,696	485	22%
当期純利益	▲ 818	1,379	2,768	2,696	▲ 72	▲ 3%

※TTMLレート 2.82円 3.20円 3.20円 3.38円

2014年9月末レート



# インドネシアでの新規事業展開

※1)2012年、インドネシア政府統計

※1)  
人口2億47百万人のインドネシアに注力。

※連結子会社

## ◆グリコインドネシア設立(菓子)

- ・モダントレードへの強力な販売網を持つ販売代理店であるダルヤ社より事業を承継。14年4月より事業を開始。
- ・ティーンエイジャーに人気の高い「JKT48」を起用したTVCMを投入。
- ・CM連動POPを使った売場作りの徹底。
- ・POCKYカーをアイコンにした学校サンプリングイベントを実施しPOCKYブランドの認知度アップ

※持分法適用会社

## ◆グリコウイングス(冷菓)

- ・インドネシアで冷菓事業に参入するため、グリコウイングスを設立。  
2014年10月工場建設開始。
- ・2016年の早い段階で事業開始予定。



インドネシア JKT48のTVCMカット



POCKYカー



CM連動POP  
を使った売場  
作り



学校サンプリングサンプリングイベント



学校売店



モダントレード

- カルフル
- アルファマート
- ジャイアント
- フードマート
- インドマーケット
- ヒーロー  
など



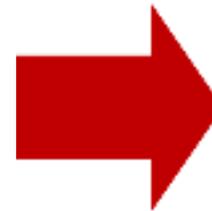
トラディショナル  
トレード

# グローバルブランドの育成



## ◆マレーシア

- ・Rockyは1986年11月の発売以来26年の歴史。グローバル統一を図りPOCKYへブランド名変更。マレーシア駐在員事務所も設置し、ティーンエイジャー層にPOCKYの価値を浸透させて参ります。



## ◆ベトナム

- ・全国の主カモダントレード中心に販売。
- ・TVCMやサンプリングなどのマーケティング施策を実施し、市場を喚起。



ベトナム TVCMカット



シネマ広告

## ◆韓国

- ・合併企業「グリコヘテ」、昨年6月ポッキー発売開始。
- ・2014年6月から、他社にはないつぶつぶフルーツ系の「ストロベリー」を発売。
- ・9月より、人気上昇中の俳優ソ・ガンジュンを起用したTVCMを放映。



韓国のTVCMカット



6月から順次発売

# 15年3月期 通期業績見込み

---

# 通期計画と見込

【連結】

(単位: 億円、%)

	2014年3月期		2015年3月期		対 2014年3月		対 2014年3月 ハム除く		対 計画	
	実績	ハム除 実績	計画	見込	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
売上高 Net sales	3,154	3,001	3,200	3,154	0	0.0	153	5.1	▲ 46	-1.4
営業利益 Operating profit	116	111	125	125	9	7.3	14	12.8	0	0.0
経常利益 Ordinary profit	135	130	132	143	8	5.6	13	10.1	11	8.3
当期純利益 Net income	110	109	162	175	65	58.6	66	61.1	13	8.0

# 営業利益の見込み



## 【連結】

(単位:億円)

	2014年3月期				2015年3月期		2015年3月期	
	実績		ハム除実績		計画		見込	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
売上高 Net sales	3,154	100.0	2,999	100.0	3,200	100.0	3,154	100.0
売上原価 Cost of sales	1,788	56.7	1,689	56.3	1,774	55.4	1,748	55.4
売上総利益 Gross profit	1,366	43.3	1,310	43.7	1,426	44.6	1,406	44.6
運賃 保管料 Freight and charges	283	9.0	261	8.7	282	8.8	274	8.7
販売促進費 Sales promotion	451	14.3	443	14.8	490	15.3	482	15.3
広告費 Advertising expense	105	3.3	105	3.5	123	3.8	118	3.7
人件費・厚生費 Salaries, public welfare costs	263	8.3	251	8.4	255	8.0	259	8.2
経費・償却費 Expense, repayment costs	147	4.7	138	4.6	152	4.7	148	4.7
合計 The total	1,250	39.6	1,199	40.0	1,301	40.7	1,281	40.6
営業利益 Operating profit	116	3.7	111	3.7	125	3.9	125	4.0

計算方法
①売上増減額×限界利益率
②売上高×売上原価率の差
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
⑤一般管理費増減額
(注)各費目の%が上がった場合や 費用金額が増加した場合は、減益 (-表示)となる。

(単位:億円)

営業利益の増減要因	対14/3	ハム除 対前年	対計画
合計	9	14	0
①売上高増減による増減益	0	39	-9
②売上原価率変動による増減益	40	29	1
③運賃保管料比率変動による増減益	9	1	4
④販売促進費比率・広告費増減による増減益	▲43	▲36	5
⑤一般管理費増減による増減益	3	▲18	0

15年3月期 業績見込み

おいしさと健康



# セグメント別売上高の見込み

【セグメント別 売上高】

(単位:億円、%)

	2015年3月			対 2014年3月		対 計画	
	14/3	計画	見込	金額	増減率	金額	増減率
合計 Total	3,154	3,200	3,154	0	0.0	▲ 46	-1.4
菓子 Confectioneries	1,011	1,093	1,114	103	10.2	21	1.9
冷菓 Ice Cream	703	760	727	24	3.4	▲ 33	-4.3
牛乳・乳製品 Milk and Dairy Products	917	970	937	20	2.2	▲ 33	-3.4
食品 Food Products	225	230	225	0	0.2	▲ 5	-2.2
畜産加工品 Meat Products	153	-	-	▲ 153	-	-	-
食品原料 Food Ingredients	91	92	96	5	6.0	4	4.3
その他 Other	55	55	55	0	0.4	0	0.0

※上記値の国内外区分

※為替は、巻末の参考資料を参照下さい

合計 Total	3,154	3,200	3,154	0	0.0	▲ 46	-1.4
国内 Domestic	2,826	2,821	2,781	▲ 45	-1.6	▲ 40	-1.4
海外 Foreign	328	379	373	45	13.7	▲ 6	-1.6



# セグメント別営業利益の見込み

【セグメント別営業利益】

(単位: 億円、%)

	15/3			対14/3		対計画	
	前期	計画	見込	金額	増減率	金額	増減率
合計 Total	116	125	125	9	7.3	0	0.0
菓子 Confectioneries	55	56	60	5	8.9	5	8.2
冷菓 Ice Cream	32	38	33	1	2.3	▲ 5	▲ 13.3
牛乳・乳製品 Milk and Dairy Products	20	24	28	8	40.6	5	19.2
食品 Food Products	0	1	1	1	-	0	6.0
畜産加工品 Meat Products	6	0	0	▲ 6	-	-	-
食品原料 Food Ingredients	2	5	4	2	100.5	▲ 0	▲ 8.6
その他 Other	1	2	▲ 2	▲ 3	-	▲ 4	-

※為替は、巻末の参考資料を参照下さい

※上記値の国内外区分

合計 Total	116	125	125	9	7.3	0	0.0
国内 Domestic	87	100	101	14	15.5	1	1.0
海外 Foreign	29	25	24	▲ 5	▲ 17.2	▲ 1	▲ 4.0

# 補足資料

---



# 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きます。

◆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。

## 企業理念

### 「おいしさと健康」

おいしさの感動を 健康の喜びを 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



## Glico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)

# 主なロングセラー商品

◆多数のグリコグループ製品を長年ご愛用頂いております。

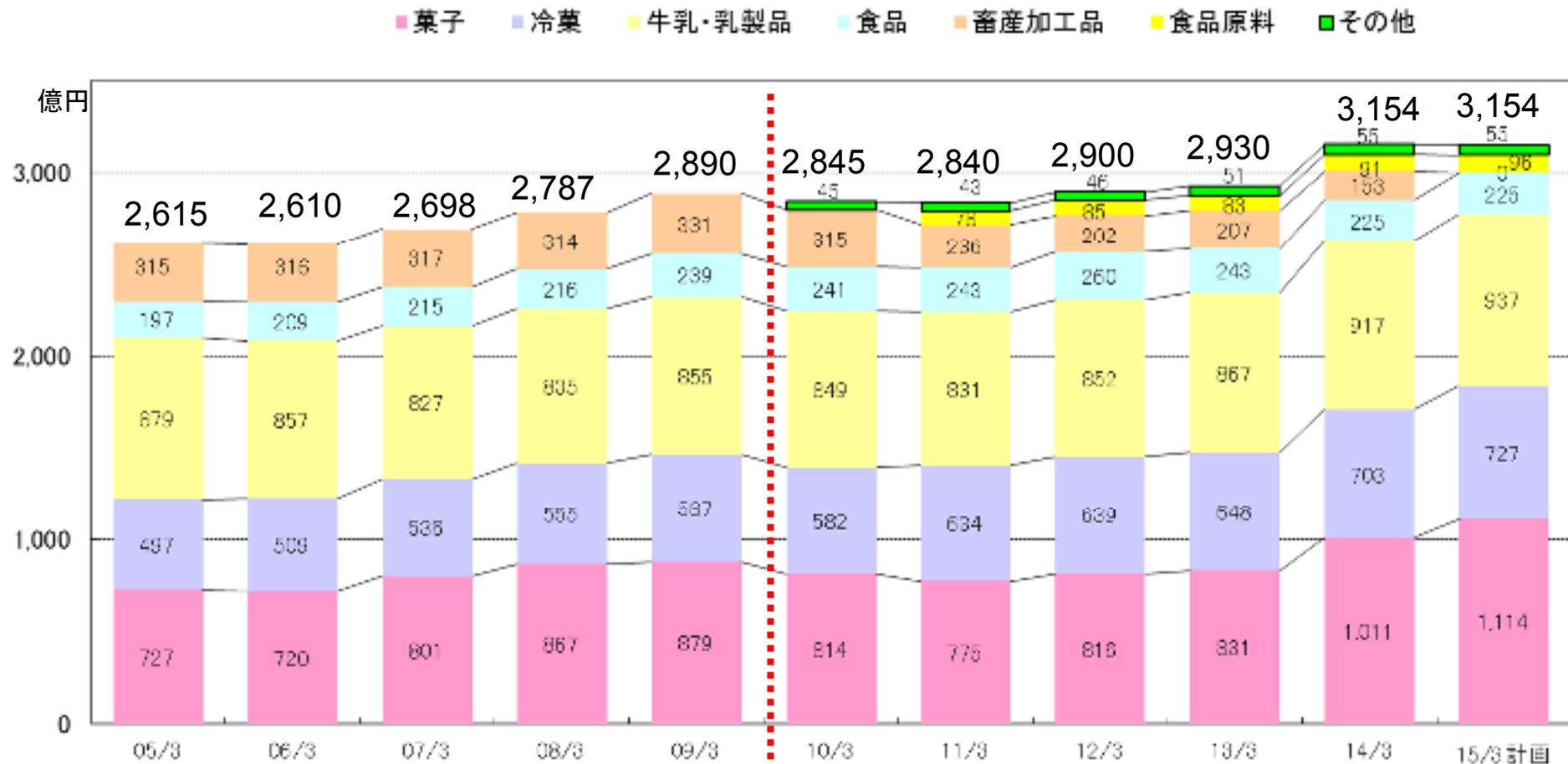
年代	大正	昭和	平成	
	<p>グリコ (大正11~)</p>	<p>ビスコ (昭和8~)</p> <p>ア エンド グリコ (昭和30~)</p>	<p>プリッツ (昭和38~)</p> <p>ロッキ (昭和41~)</p> <p>クリーム コロン (昭和45~)</p> <p>バビコ (昭和48~)</p> <p>カフェ・オーレ (昭和54~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>LCC (昭和67~)</p> <p>Watering KISSMINT (昭和62~)</p>	<p>チーズ (平成20~)</p>
		<p>ジャイアント ソーダ (昭和30~)</p> <p>フリコ (昭和45~)</p> <p>高原牛乳 (昭和48~)</p>	<p>コモッコ (昭和40~)</p> <p>カフェ・オーレ (昭和54~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>LCC (昭和67~)</p> <p>Watering KISSMINT (昭和62~)</p>	
			<p>カフェ・オーレ (昭和54~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>LCC (昭和67~)</p> <p>Watering KISSMINT (昭和62~)</p>	
			<p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>アイス cream (昭和61~)</p> <p>LCC (昭和67~)</p> <p>Watering KISSMINT (昭和62~)</p>	

# グリコグループの概要

カテゴリー	主な製品	主なグループ会社
チョコレート(ポッキー含む) ビスケット(プリッツ含む) ガム・キャラメル・キャンディー その他		タイグリコ株式会社 上海江崎格力高食品有限公司
パーソナル・マルチ・自販機		江崎グリコ株式会社 関西フローズン株式会社 東北フローズン株式会社
ルウ・レトルト その他		グリコ乳業株式会社
洋生菓子 発酵乳 牛乳・乳飲料 果汁・清涼飲料 育児用粉ミルク その他		アイクレオ株式会社
小麦粉・澱粉・色素		グリコ栄養食品株式会社
オフィスグリコ事業ほか		



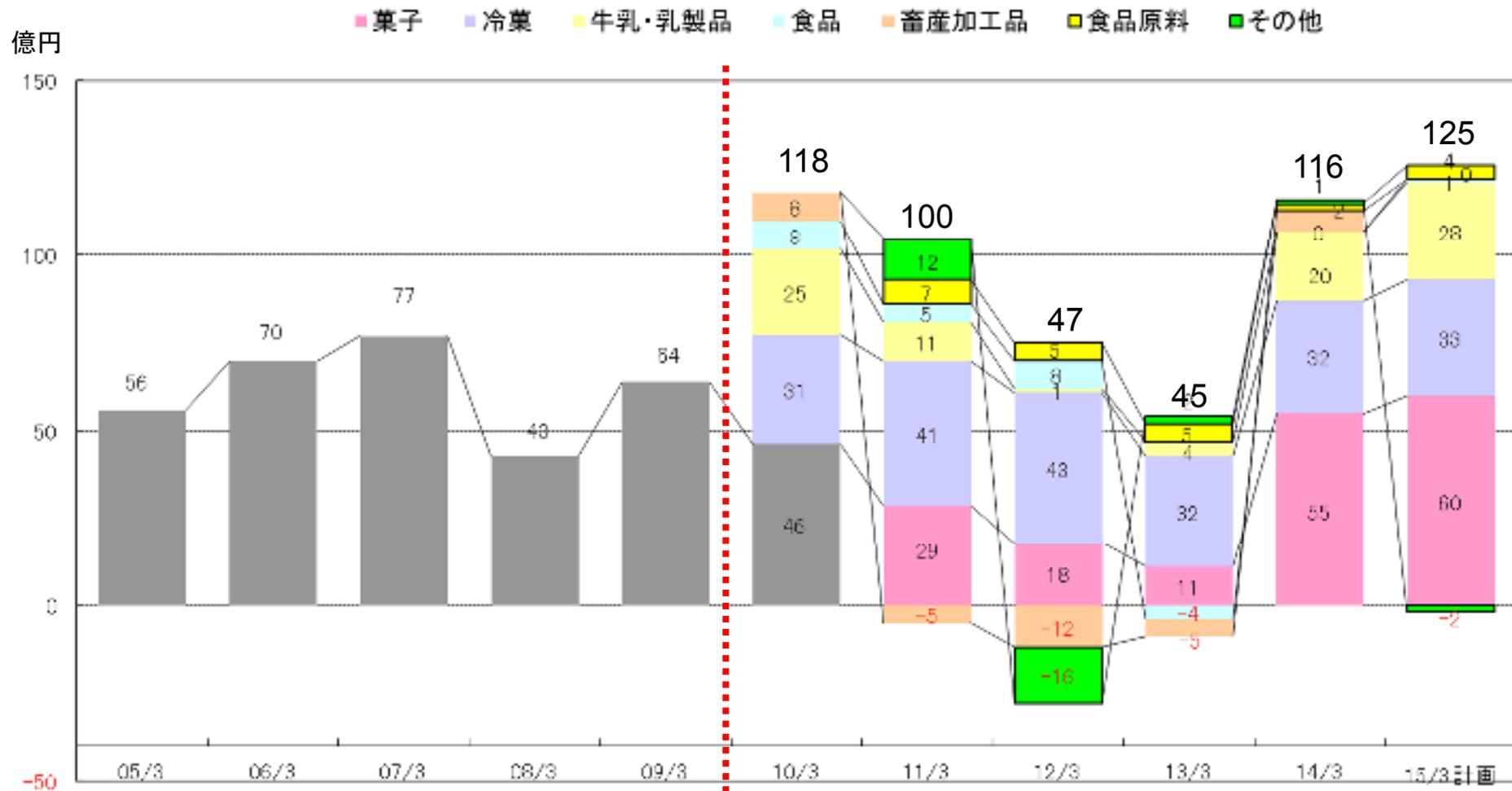
# セグメント別売上高の推移



⇒マネジメントアプローチ区分



# セグメント別営業利益の推移



⇒マネジメントアプローチ区分



# カテゴリー別売上高

単位: 億円

セグメント	カテゴリー	13/3	14/3	15/3	
		実績	実績	見込	前年同期比 金額 増減率
合計		2,930	3,154	3,154	0 0.0
菓子	チョコレート(ホッキー含む)	276	326	357	31 9.5
	ビスケット(プリッツ含む)	240	233	257	24 10.2
	ガム・キャラメル・キャンデー	57	50	51	1 1.6
	その他	257	401	449	48 11.9
		831	1,011	1,114	103 10.2
冷菓	パーソナル・マルチ・自販機	648	703	727	24 3.4
		648	703	727	24 3.4
牛乳・乳製品	洋生菓子	131	134	111	▲ 23 -17.4
	発酵乳	158	188	240	52 27.5
	牛乳・乳飲料	320	323	319	▲ 4 -1.3
	果汁・清涼飲料	229	233	225	▲ 8 -3.6
	育児用粉ミルク	22	29	31	2 7.4
	その他	9	10	12	2 21.8
		867	917	937	20 2.2
食品	ルウ・レトルト	243	225	225	0 0.2
		243	225	225	0 0.2
畜産加工品	ハム・ソーセージ	178	134	0	▲ 134 -
	調理食品	30	19	0	▲ 19 -
		207	153	0	▲ 153 -
食品原料	タンパク・澱粉・色素	83	91	96	5 6.0
		83	91	96	5 6.0
その他	オフィスグリコ 他	50	55	55	0 0.4
		50	55	55	0 0.4



# (参考)TTM為替レート

単位:円

TTM為替レート		USDドル	ユーロ	タイ/バーツ	中国/元	韓国	インドネシア
年度		US\$	€	Baht	CN¥	100KRW	100IDR
2012	3/30	82.19	109.80	2.67	13.06	7.25	-
	6/29	79.31	98.74	2.49	12.55	6.88	0.85
	9/28	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
2013	3/29	94.05	120.73	3.20	15.16	8.48	0.98
	6/28	98.59	128.53	3.16	16.05	8.62	1.00
	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%
2014	3/31	102.92	141.65	3.17	16.59	9.67	0.91
	6/30	101.36	138.31	3.12	16.32	10.02	0.85
	9/30	109.45	138.87	3.38	17.73	10.38	0.90
	12/31						
12/31の 前年比		0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

★海外の連結決算は、年末(12月末)レート1種類のみで、行います。

**【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。