

おいしさと健康

Glico

Glico グループ案内

Company brochure



ビスコ/グリコ



グリコワゴン



グリコサイン

■ 企業理念

「おいしさと健康」

おいしさの感動を 健康の歓びを 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
愉快的こと 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。

Top Message



江崎グリコ 代表取締役社長

江崎利一

■ 原点は、いつも「グリコ」

Glicoグループは、赤い箱の栄養菓子「グリコ」を創製したときから「食品による国民の体位向上」を社是として企業活動を進めてまいりました。そして創立70周年を迎えた1992(平成4)年、この精神を受け継ぎ、現代に生きる私たちが共感し、共鳴できる言葉でこれを表現したのが今の企業理念「おいしさ与健康」とGlicoスピリットです。

創業の製品である「グリコ」には、創業者江崎 利一をはじめ多くの社員の創意工夫と、お客様の豊かな食生活と健康の向上に役立ちたいという気持ちが込められています。現在はこの気持ちをより広い分野で享受していただきたく、菓子だけでなく、冷菓、加工食品、デザート、乳製品、乳幼児用粉ミルク、乳児用液体ミルク、食品原料や化粧品原料にまで事業領域を広げてまいりました。

■ ハート、ヘルス、ライフの3つのフィールド

私たちが活動する領域はハート、ヘルス、ライフの3つのフィールドです。

ハートのフィールド—— 心と心のふれあいを大切にしながら、精神的な潤いや気持ちのゆとりづくりを応援していくフィールドです。新しく、楽しく、豊かな生活文化を創造・提案していきます。

「食べることと遊ぶことは子どもの二大天職である」。江崎 利一はこの想いのもと、栄養菓子グリコと「おもちゃ」はひとつだと考えていました。発売以来50億個を超すおもちゃは、子どもたちの創造性を育み、日本の生活文化を語る証拠として多くの人たちに愛され親しまれています。

ヘルスのフィールド—— 健康を科学し、健やかな成長を応援していくフィールドです。いきいきとした気持ちとからだづくりを、モノとサービスで提案します。

江崎 利一は、故郷の佐賀県で健康によいとされるグリコーゲンを牡蠣の煮汁に見つけたとき、「グリコーゲンを一番必要としているのは育ち盛りの子どものためである。それならば子どもが喜ぶ菓子の中に入れて嗜好品として売ったらどうか」と考えました。健康なからだづくりがGlicoの創業の原点だったのです。

Top Message

ライフのフィールド——生きていくうえで欠かすことのできない生活基盤として食を研究開発し、社会に貢献していくフィールドです。高品質な食品と食素材の研究や事業化を通じ、人々の豊かな食生活を応援していきます。

そのひとつが米粉です。現在はパンを中心に麺、菓子などへの普及を推進しています。日本で生産される米を地産地消し、食品自給率の向上にも貢献できる米粉の利用拡大に、Glicoは積極的にかかわっています。

ハート、ヘルス、ライフ。私たちが活動する3つの領域は、創業当時から多くの社員が引き継ぎ、Glicoグループに受け継がれている活動領域なのです。

私たちの合言葉

「創る・楽しむ・わくわくさせる」が、Glicoで働く私たちすべての合言葉です。私たち自らが創ることを楽しんで、わくわくするような商品でなければ、おいしさの感動や健康の喜び、生命の輝きはお客様に届きません。

また、企業理念に込められた思いは、商品を通じてお客様にお届けするだけではありません。新しい食シーンの提案、スポーツ・文化活動の支援や自然環境の保全活動、親と子の健康に関する研究支援に取り組む「母子健康協会」の活動を援助しています。あらゆる世代、あらゆる国の人たちのいきいきした生活づくりに貢献したい

地球規模での自然保護や豊かな人間性への回帰と向かう今、「おいしさと健康」の企業理念を込めた商品と活動で私たちは考えています。

■あなたが笑うと、世界は変わる。smile.Glico

そして私たちが2015(平成27)年、新たに掲げたメッセージが「あなたが笑うと、世界は変わる。smile.Glico」です。

赤い箱の栄養菓子グリコが誕生して以来、私たちは食を通じて何ができるか考えてまいりました。

私たちが常に思い描くのは、食卓を囲む家族の笑顔であり、お菓子やデザートを食べる子どもたちのほほえみです。私たちがお届けする食品を召し上がっていただくことで生まれる笑顔を、世界の隅々にまで広げたいと、私たちは考えております。



江崎グリコ本社

引き継がれるGlicoのDNA

創意と挑戦に満ちたモノづくりとマーケティングによって、世界のお客様にココロとカラダがいきいきする「おいしさと健康」を提供し、豊かな食文化の創造・発展に貢献していきます。

社会のために——創業者が育んだ奉仕の精神

創業者江崎利一は1882(明治15)年、佐賀県佐賀市蓮池町に生まれています。

高等小学校を4年で卒業した満14歳の江崎 利一は、家業の薬種業を手伝うかわら、中学の講義録を借り独学を続けました。さらに近所に住んでいた篤学の士、檜村佐代吉先生宅をたずね、商売のあり方をはじめ多くを学んでいます。「商売は、自分のためにあるが、世の中のためにもある。売る人は物を売って利益を得るが、買う人もまたそれだけの値打ちの物を江崎買って得をする」という師の教えは、「事業即奉仕」ということとなり利一の生涯を支えました。

グリコーゲンとの出会い

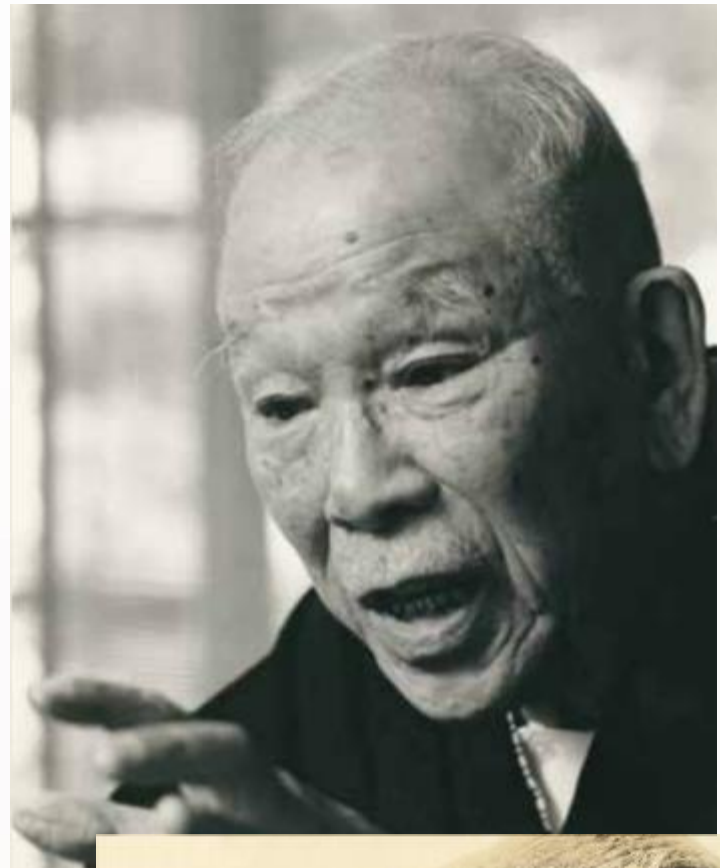
1919(大正8)年、いつものように行商に出かけた江崎 利一は、筑後川下流の早津江川の土手で牡蠣を煮る漁師に出会います。エネルギー源として重要なグリコーゲンが日本の貝類、特に牡蠣に多く含まれているという新聞記事を思い出した江崎 利一は煮汁を分けてもらい、九州帝国大学付属病院に分析を依頼します。その結果、グリコーゲンのほかカルシウムや銅分なども含まれているのがわかったのです。

翌年、長男の誠一がチフスにかかり、医者もさじを投げたといわれています。そんなとき、江崎 利一は医者への許可を得て、研究中のグリコーゲンのエキスを少しずつ長男に与えました。するとなんということでしょう、誠一は体力を取り戻したのです。

「息子を救ってくれたグリコーゲンを、広く世に役立てたい」。薬にしようか。江崎 利一は考えました。そんな時、九州大学の先生から「病気になった者を治すよりは病気にかからぬ体をつくることだ」とアドバイスを得ます。「グリコーゲンを一番必要とするのは育ち盛りの子どもである。それならば子どもが喜ぶ菓子に入れたらどうか」。江崎 利一は子どもに人気だった

キャラメルに着目しました。
Glicoは、このとき生まれたといえるかもしれません。

グリコを試作した鍋



上:創業者 江崎利一
下:利一の生家 1925(大正)年

グリコ創製

菓子についてはまったくの素人でしたが、江崎 利一は新しい菓子の名称、かたち、トレードマーク、キャッチフレーズを考えた上で、本格的に発売する地を大阪としました。

「他社にないものを」。商品名はグリコーゲンを含んでいるので「グリコ」。語呂もよく、文字数も少なく、覚えやすく新商品らしい響きを感じます。グリコのかたちはハート型にこだわりました。ハート型は人の心に通じると考えたのです。トレードマークを考えていたとき、江崎 利一は家の近所で子どもたちが両手をあげてゴールする姿を目にしました。「ゴールインの姿は健康の象徴ではないか」。江崎 利一はさっそく原画を描き、それまで描いていた花や鳥の絵とともに小学生に見てもらいました。このマークが圧倒的な支持を得て、グリコのトレードマークは決まったのです。

江崎 利一はキャッチフレーズの効果も重視していました。「一粒〇〇メートル」というキャッチフレーズを思いつきました。「100メートルでは短すぎる。500メートルでは長すぎる。300メートルがちょうどよい」と考え、グリコ一粒を、人が300メートル走るのに必要なカロリーに調整し、「一粒300メートル」をキャッチフレーズとしました。パッケージの赤も、他社との差別化から生まれた色でした。

1921(大正10)年、グリコを発売するために江崎 利一は大阪に出ました。満38歳のときです。江崎 利一は商品の権威を高めるために、当時もっとも信用があった三越百貨店に売り込んでいます。断られる日々が続きましたが、1922(大正11)年2月11日、はじめて店頭でグリコは並びました。この日は後に、Glicoの創立記念日になっています。



発売当初のグリコ 1922(大正11)年

おもちゃ封入

「子どもにとって食べることで遊ぶことは二大天職である。栄養菓子グリコは、発育盛りの子どもの栄養補給源になる。その上、おもちゃである豆玩具をひとつの箱に入れば、子どもの知識と情操を向上させ、心の健やかな発育に役立つ」。江崎 利一は子どもの「身体の健康」だけでなく「心の健康」にまで思いをはせ、グリコに発売当初は小さな絵カードを、やがて小さなおもちゃを入れました。おもちゃがついた今のグリコは、こうやって誕生したのです。



グリコに封入されていた絵カード 1921~1926(大正10~15)年

おいしさにこめる創意と工夫

「持つところ」があるチョコレートスナック「ポッキーチョコレート」は、当時人気だったプリッツを、つまんでも指先が汚れない個所を残してチョコレートでコートするというアイデアで生まれました。だれもが思いつきそうなアイデアですが、発売当初は手作業で製造していました。その後、より多くのお客様に召し上がっていただきたいという思いが技術者の創意と工夫に火をつけ、Glicoオリジナルの製造設備の開発につながりました。

まるまる一粒のアーモンドがチョコレートに入っているアーモンドチョコレートも、発売当時はアーモンドをピンセットで一粒ずつつまんで製造していました。発売して40年以上がたつプッチンプリンも、プッチンできる容器が開発できたからこそ今もお客様から多くの支持をいただく商品に育ったのです。

アイデアが独創的であったため、Glicoはアイデアを実現するために多くの製造設備を独自に開発してきました。このようなアイデアと製造技術やノウハウの積み重ねが、他に追随を許さない独創的な商品を生む土壌となっています。

Glicoの商品によって生まれる喜びをお客様に感じていただくために、Glicoは創意と工夫を惜しみません。それこそが私たちの喜びでもあるのです。



アーモンドチョコレート 1958(昭和33)年



ポッキーチョコレート 1966(昭和41)年

健康を追究するあくなき姿勢

Glicoの第二の創業の商品であるビスコは、健康に良い酵母をクリームに練りこむことで生まれたクリームサンドビスケットです。ぐんぐんソーセージは子どもの体位向上に必要なたんぱく質を簡単にとってほしいという想いでつくられました。

「カロリーを気にしている人にも、おいしいアイスクリームを食べてほしい」という思いで生まれたのがカロリーコントロールアイスです。「アイスは大好きだけど、カロリーが気になるから食べないようにしています」「おいしいアイスはカロリーが高いから、全部食べられない」といったお客様の声に耳を傾け、医科大学の栄養科の皆さんと一緒に研究・開発し、ひとつが80キロカロリーのカロリーコントロールアイスは生まれました。

おいしくて体によいものを食べたいというお客様の思いを実現するために、グリコは妥協せず、いかなる困難にも屈しません。



ビスコ 1933(昭和8)年



カロリーコントロールアイス
2003(平成15)年

Glicoの食品を世界中で召し上がっていただくために、私たちは進みます

Glicoの活動は日本国内にとどまりません。1970(昭和45)年、いち早くタイで生産販売を始めています。それ以降もフランス、中国、韓国、インドネシア、アメリカに生産拠点を設け、お菓子を現地の皆様にお届けしています。昨今は、海外の生産拠点から周辺諸国への輸出にも積極的に取り組んでいます。

Glicoはこれまでに何度も倒産の危機に見舞われました。しかし、そのつど立ち直ることができたのは創業者をはじめ社員が、事業を通じて社会に貢献したいという思いで商品の開発や製造に取り組んできたからに他なりません。

私たちは、私たちがお届けする食品の品質の良さやおいしさに加え、楽しさや喜び、感動やわくわく感、心の潤いや安らぎ、人々のきずなやふれあいを世界中に広めていくことを使命に、これからも企業活動を続けてまいります。



菓子

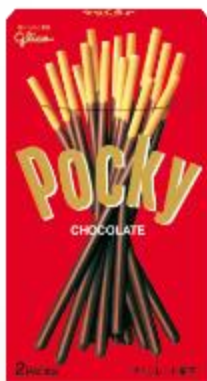
おいしい時間、めしあがれ

「持つところ」があるポッキーチョコレート 独自のアイデアで生まれたロングセラー

人気商品プリッツにチョコレートをつけてみたら——。そんな発想から生まれたのがポッキーチョコレートです。手を汚さず、食べやすいかたちを工夫するうちに、手で持つ部分だけを除いてチョコがけするという斬新なアイデアが生まれました。

以来、食べやすくユニークなかたちのポッキーは、ロングセラーとして市場を独走。「旅にポッキー」「ポッキー・オン・ザ・ロック」などさまざまな食べ方や食シーンも提案してきました。また、イチゴ味のポッキーや細かく砕いたアーモンドをトッピングしたアーモンドクラッシュポッキーなどいろいろな味のバリエーションも広がっています。

小さなお菓子に込められたアイデアが、チョコレートとスナックをひとつにした食べる楽しさにつながり、時代や世代だけでなく、国境を越えて愛されるお菓子になっています。



ポッキーチョコレート

多様なニーズに対応したブランド戦略

徹底した創意工夫から生まれた商品群は、その独創性ゆえに、永年にわたり多くの人から愛されています。1933(昭和8)年にデビューしたビスコをはじめ、アーモンドチョコレート、プリッツ、カブリコなど、どれも他社がまねできないアイデアで生まれました。

しかし、ヒット商品がロングセラーになるためには、確かな品質とつねに市場を創造し活性化していく取り組みが必要です。Glicoは多様化するお客様のニーズに応えるため、主力商品の群開発を展開してきました。商品のグループ力を強化することによって、トップブランドとして市場をリードしています。

大人にも楽しんでほしいお菓子のかたち

お菓子を食べる歓びを思い出してほしい。そんな思いでグリコは、大人にも食べて楽しんでいただけるお菓子を開発し、新たな食シーンを提案しています。

そのひとつが、Glicoが提案するお菓子の新しいかたち—— お酒のおつまみにもなる、大人にも食べていただきたい商品群です。

日本では、アルコールを飲みながら手軽に食べるお菓子といえば、ナッツや珍味、あらねなどの米菓が中心です。このような中、アルコールを楽しむシーンにふさわしいかたちと味で2005(平成17)年に登場したのがクラッツです。ビールにあうお菓子として多くの人から賞賛されています。

その後もチーズをカリカリに焼いたようなあじわいのチーザ、大人がくつろぐ場所と時間に食べていただきたい商品を発売しています。



チーザ

健康の歓びをお菓子でも

Glicoは、お菓子をもつさまざまな機能の研究も進めています。

そのひとつが歯の再石灰化を促す素材、POs-Caを含むガム、ポスカです。ポスカをかむことにより、唾液にカルシウムが溶け出し、歯の再結晶化を促し丈夫な歯を保ちます。

ほかにも、口臭の原因にもなる舌の汚れ「舌苔」に着目して開発されたブレオや、「チョコレートを食べるとほっとする」実感から開発されたメンタルバランスチョコレート GABAなど、お菓子を食べる新しい歓びの提案も進めています。



ブレオ

乳製品・デザート

楽しさもおいしさのひとつです

独創性がGlicoらしさです

味や食感はもちろん、楽しさを演出する花型の容器、そして何よりも「プッチンと折ってプルンと出る」パッケージ。それらのすべてが結びつき、発売後40年以上を過ぎても食べる楽しさ、食卓でのわくわく感を大切にする商品としてトップブランドの地位を守っています。2012(平成24)年には、プッチンプリンの販売累計個数が、51億個を突破し、世界で最も売れているプリンとして、ギネス世界記録™に認定されました。

洋生菓子店のプリンにはカラメルが上になり、食べるときに自然とカラメルとカスタードベースが口に入ります。こんなプリンを広くお客様に提供できないか検討していたとき、洋生菓子店の職人が、



プッチンプリン

ゼリーが入った容器を皿に伏せ、容器の底にアイスピックで穴を開け中身をツルンと出すのを見たことがヒントになりました。まったく新しい容器の開発には時間がかかりましたが、担当者はこだわりました。お客様が食べるときの喜びをつねに考えることによって、小さなアイデアが商品につながりました。

その後、スーパーマーケット向けの3個パックやコンビニエンスストア向けのBigプッチンプリンを開発し、食べる飲みと驚きを家庭に届け続け、これからも日本中に笑顔を増やしています。



プッチンプリン

「おいしさ与健康」を体現

Glicoの企業理念は、「おいしさ与健康」です。Bifixヨーグルトは、まさにそれを体現した商品です。「おいしさ」は「健康」となり重要な要素であり、健康機能だけでなく、誰もがおいしく食べることができるよう、味、香り、食感などに工夫を凝らしています。スプーンでサクッとすくえる固さで、口の中でツルつとなめらかな食感を楽しめます。またフルーツタイプは、フルーツ本来の甘さと香りを引き出せるようすっきりして食べ飽きない味に仕上げています。さまざまな商品が、Glicoならではの視点で「おいしさ」を追求しています。



Bifix ヨーグルト

原料がすべてのおいしさのはじまりです

Glicoが飲料やデザートに使用するコーヒー豆や果実は、商品にもっとも適したものを世界中から選んでいます。よい原料があると聞けば、現地まで足を運び、農園の環境や果実を自分の目チェックしアドバイスするなど、現地の人と一緒に原料を開発しています。カフェオーレの深い香りも朝食りんごヨーグルトのシャキシャキ感も、最高の原料に出会えたからこそ実現できたおいしさです。

高原牛乳のふるさとは、乳牛の飼養に最適な、選ばれた高原牧場です。乳質にもっとも影響を与えるのは、乳牛の飼養環境。夏の暑さやストレスに弱い乳牛を、生育環境のもっとも適した涼しい高原で育てたい。ミネラルやたんぱく質の豊富な牧草、土壌の質にもこだわりたい。そんな思いで私たちが選んだのが7つの高原牧場でした。高原牛乳は、お客様の地域にもっとも近い牧場から鮮度を大切にしてお届けしています。



朝食りんごヨーグルト

育児用 ミルク

赤ちゃんとお母さんの健やかな明日のために

子育て応援企業をめざして

赤ちゃんの健やかな成長とお母さんの健康にお役に立てるように、育児用ミルクも製造販売しています。

アイクレオのバランスミルクは、「母乳に近い粉ミルクを」というお母さんの声に応え、赤ちゃんにとって理想栄養である母乳の成分に限りなく近づけるため繰り返し改良を重ねてきました。

また、乳児用液体ミルク「アイクレオあかちゃんミルク」は、お湯や水に溶かしたり、薄めたりする必要がありません。災害時だけでなく、母乳が足りない時や、深夜・外出先での授乳時、お父さんによるミルク作りの時にもおすすめです。



アイクレオのバランスミルク



アイクレオ あかちゃんミルク

アイクレオの育児用ミルクのよさを知っていただくために、江崎グリコでは、子育てアドバイザーの資格をもった栄養士がお母さん一人ひとりの不安や悩みの相談に応え、信頼を得る中で商品の良さを伝え広めています。



グリコアイクレオ株式会社
(兵庫県丹波市)

冷菓

わくわくを ひとつひとつに



ジャイアントコーン

いろいろなおいさとかたちでもっと楽しく

Glicoのアイスは、味もかたちも他社にない独自の特長をもっています。

チョコとナッツやクッキーをトッピングし、アイスとコーンの味の変化とハーモニーが楽しめるコーンアイスNo.1のジャイアントコーン。分けて食べられるパピコ、まんまるころころ一口サイズのアイスの実など、どれをとっても独自の市場を築いています。

Glicoでは家庭で食べるアイスにも力を入れています。いろいろなブランドのマルチパックで、お客様のニーズに対応しています。ひとりで食べる、二人で分けて食べる、家族と食べる。Glicoならではのアイデアから生まれたアイスを、さまざまなおいしさ、かたち、シーンで、提案しています。



パピコ

からだに素材のよろこびを

からだに気を配りながら、100%食べることを楽しめる、からだにやさしいおいしさを作りたい。GlicoのSUNAOはそんな思いで生まれました。豆乳やとうもろこし由来の食物繊維といったこだわりの素材で、糖質・カロリーをコントロールしながら、理想のおいしさのために素材選びからはじめ、独自の配合で、濃厚な風味にこだわりました。

Glicoはさまざまな工夫をこらしたアイデアで、お客様の楽しい暮らしを応援しています。



SUNAO



加工食品

健康の歡びを 食卓に

Glicoだからこそ生まれたおいしさの秘密

カレールーに全く新しい発想——「一晩ねかせたカレーはおいしい」という実感をもとに開発されたのが熟カレーです。チョコレートやキャラメルをつくるノウハウを持つGlicoだからこそできた製法で、熟成されたコクと香りを実現しました。それまでのカレールーでは注目されていなかったコクがお客様に評価され、新しい市場を獲得しました。今は20種類の旨みを重ねた深いコクを味わえるプレミアム熟カレーとなり、おいしさに磨きをかけています。

日本人の食生活に欠かせない米飯、特に外食産業で人気の丼に着目し、成熟期を迎えたレトルト市場に一大センセーションを巻き起こしたのがDONBURI亭です。徹底した和のおいしさへのこだわりで圧倒的な支持を得て、トップシェアを維持しています。



プレミアム熟カレー

いつでもどこでも笑顔のお手伝い

ご飯にかけるだけ。「常備用 カレー職人」は、常温でもカレーソースが滑らかでいつでもどこでも手軽に食べられるレトルトカレーです。もしものときの備えとしてお客様の支持をいただいています。

他にも、辛さにこだわったビーフカレーLEEや調理の簡便化や嗜好の多様化に対応した食品で、食卓を囲む笑顔のお手伝いに取り組んでいます。



カレー職人

食品原料



GMIX®

食品の食感改良や品質改善などの目的で、麺、パン、総菜などさまざまな食品加工メーカーに広くご使用いただいております。現在では国内市場でトップシェアを占めるまでとなりました。

その他にも、小麦やタピオカなどを由来とする各種「デンプン」や、各種「着色料」の製造販売など、多くの食品原料分野でお客様に満足いただける商品を提供し続けています。

さらに、近年のお客様の多様化するニーズにお応えするとともに新市場を開拓するために、「ファインケミカル素材」をラインアップに加え、世界中のさまざまな分野でお客様に貢献しています。

独自の商品開発と「安全・安心」な商品で事業を展開していきます

Glicoでは独自の研究開発を進めオリジナルな技術を用いた新商品の開発を行うとともに、さまざまなお客様のニーズに対応した用途開発を積極的に進めています。また独自のノウハウをもとにした製造管理・品質管理を徹底し、お客様へ「安全・安心」な商品を提供しています。

食品用原料素材においては、Glicoの原料事業の起点である小麦たん白「A-グル」をはじめさまざまな物性を持った商品を開発し、品ぞろえしています。また、デンプンでは酵素テクノロジーにより今までにない特長を持つ商品の開発に成功し、酵素処理デンプン「E-スターチ」として販売しているほか、「E-スターチ」をはじめとする複数の原料を組み合わせることで機能性をさらに高めた「GMIX」をラインアップしています。また紅麹より抽出精製した「モナスカラー」をはじめ「クチナカラー」などバリエーション豊かな着色料、米粉類などの多くの商品をお客様に提供しており、食品製造業を支える事業を展開しています。

ファインケミカル素材においても、Glicoで長年培ってきた独自の糖質研究成果と酵素テクノロジーを中心とする糖質関連技術をもとにした優れた技術基盤から生み出した各種商品を取り扱っています。「クラスターデキストリン」「リン酸化オリゴ糖カルシウム(POs-Ca)」「 α -アルブチン」「バイオグリコーゲン」「バイオアミロース」などの素材は、安全性データに加え、各種用途での機能性に関する根拠データを兼ね備えています。ファインケミカル素材の持つ機能と品質は、一般食品分野、健康食品や化粧品、日用品、化学工業品、医薬品など、世界中のさまざまな産業分野における高付加価値化や品質向上などに貢献しています。

今後もGlicoは自社生産に加え国内外のサプライヤーから幅広く商品や原料調達をグローバルに行い、世界中のお客様のニーズにお応えべくチャレンジを続けてまいります。



化粧品原料の開発

お客様に満足いただける原料を提供し続けます

Glicoは半世紀以上前より「食品原料」を通じて日本の食卓に「おいさと健康」をお届けしています。当初、旨味調味料の製造販売から始まった事業は、やがてその原料であった「粉末状小麦たん白(グルテン)」そのものを製造販売する事業に変化していきました。Glicoの小麦たん白は、



新しい販売 チャンネル

食べる楽しさを、 すぐそばに



リフレッシュボックス



リフレッシュボックス スペシャル

職場でリフレッシュ オフィスグリコ

オフィスにリフレッシュメントを提供することをコンセプトに、2002(平成14)年から本格的に事業を始めたオフィスグリコは、販売員がオフィスを直接訪問し、お菓子やアイス、飲料を供給し、代金回収を行う新しい発想で生まれた事業です。職場に設置する「リフレッシュボックス」に入れるお菓子やアイスは、経験に裏付けられた商品管理システムで、2007(平成19)年にビジネスモデル特許を取得しました。小腹を満たすだけでなく、職場でお菓子やアイスを介したコミュニケーションが生まれるといった点も高く評価されています。

オフィスでの需要喚起、男性需要の掘り起こしなど菓子市場全体の活性化にもつながる、Glicoならではの独創的でユニークなサービスです。

Glicoが生んだ楽しい売り場 ぐりこ・や / キャラメルキッチン / Baton d'or

Glicoのオリジナル商品を販売する店舗です。「お客様とお菓子の接点を増やし、新たな需要を掘り起こす」という考えのもと、2001(平成13)年から「ぐりこ・や」を、サービスエリアや空港、観光拠点等で展開しています。さらにお客様が製造過程をガラス越しに見ることができる「ぐりこ・やKitchen」と「キャラメルキッチン」、材料・製法にとことんこだわった新しいスティック菓子を百貨店で販売する「Baton d'or」をオープンしました。



ぐりこ・やKitchen



キャラメルキッチン



Baton d'or



新しい販売 チャネル



セブンティーンアイス

本格的なアイスを自動販売機で セブンティーンアイス

豊富な品ぞろえとファッショナブルなアイスクリームショップの楽しさを、自動販売機で実現したのがセブンティーンアイスです。ワンハンドタイプのアイスは、ボウリング場、スイミングスクールなどを中心に拠点を広げ、アイス自動販売機市場で圧倒的なシェアを誇るトップブランドとして市場をリードしています。

いつでもどこからでもお手軽ショッピング グリコダイレクトショップ

Glicoのホームページに、Glico商品を販売するグリコダイレクトショップを開設しています(<http://www.glico-direct.jp>)。ここでしか買えない商品やプレゼントにぴったりのお菓子の詰め合わせ、現地に行かないと買えないお土産、あなただけのオリジナルビスコなど楽しさがいっぱいです。



グリコダイレクトショップ

次世代のおいしさを 創る研究活動



培養細胞を用いた各種素材の機能性研究



食品原料の開発研究(中央実験室)



新素材の機能性評価研究
(歯のX線透過画像フィルム)

研究から始まる商品づくり

商品の開発を行う商品開発研究所と、食品の健康・栄養機能についての基礎研究と新素材開発を行う健康科学研究所を中心に、Glicoは商品づくりを進めています。

Glicoは、創業者江崎利一によるグリコーゲンの研究から始まりました。新しいおいしさと健康機能を探索するDNAは、現在の研究所に色濃く引き継がれ、オリジナリティの高い商品を数多く生み出しています。

「糖」に関する研究では、世界的にもトップクラスの大学や研究機関と共同研究を重ね、「糖」「糖質関連酵素」研究のトップメーカーとして世界でも高い評価を得ています。こうした研究から生まれた素材はどれもオンリーワンの商品で、いずれもGlicoが独自に開発した酵素によって作られています。また、おいしさの研究にも力を入れ、おいしさのメカニズムも解明されつつあります。

最先端の研究で生み出されたGlico独自の「糖」「糖質関連酵素」とおいしさの研究に支えられた商品開発力が、次の時代の商品の開発を可能にしています。



歯の再石灰化を促すPOs-Ca



各種素材の生理機能発現メカニズムに関する研究(共焦点レーザー顕微鏡)

品質安全の 取り組み

安全・安心を支える 品質保証体制



原料や材料から見つかった異物の材質分析 (FT-IR)



微量の農薬も検出可能な分析機器での残留農薬の一斉検査 (LC/MS/MS)



おいしさに直結するにおいの定性・定量分析 (GC/MS)

つねに確かな食品をお届けするために

安全で確かな品質の商品をお届けするため、グループ品質保証部が中心となって商品のリスクマネジメントを進め、商品の設計から製造、販売、広告など商品がお客様の手に渡るまでのすべてのステージにおいて品質保証体制を構築しています。

商品の原料については、Glicoオリジナルの規格にもとづき関連部門が精査し、必要に応じて生産されている現場に赴き、直接社員が監査して原料の採用を決定しています。

分析面では、成分分析、衛生検査はもちろんのこと、安全にかかわる残留農薬やアレルギー物質、遺伝子組み換え農産物、違法添加物などの分析を自社で行い、安全性を高めています。

製造の現場では、Glicoオリジナルの品質管理システムに加え、ISO9000SやFSSC22000などのマネジメントシステムの下で、工程ごとに危害を分析・予測し、特定・管理することで、品質基準の維持、異物の混入防止、不良品の発生や出荷を未然に防いでいます。

また、お客様から寄せられるお申し出を商品の改良に生かすため、定期的に会議を開催して全社の関連部門で共有しています。関連部門でお客様からのお申し出を共有することで、スピーディな解決策を全社で検討し、解決できる体制を整えています。

環境への 取り組み

環境にやさしい 企業活動



中央監視装置によるマネジメントシステムを導入



INVターボ冷凍機による高効率な熱源利用

地球環境に与える影響を最小限に

企業活動が地球環境に与える影響を最小限に抑えることも、「おいしさと健康」を企業理念とする私たちの義務である。——この考えのもと、「Glicoグループ行動規範」に「私たちは、環境にやさしい企業活動を推進します」と謳い、研究、商品設計、製造および販売、間接業務など、すべての企業活動で環境負荷低減に取り組んでいます。

CO₂削減については製造工程や業務を見直し、電気、ガス、ガソリン、水などの使用量を把握し削減しています。廃棄物に関しては、全社で分別・計量し、できるものは再資源化しています。

製品を通じた環境への取り組み



「緑の募金」への寄付

Glicoではエコパウチを利用した商品を販売し、売上金額の一部を「緑の募金」に寄付しています。「緑の募金」は、(社)国土緑化推進機構が行う国土緑化活動を推進する募金です。



「エコレールマーク」の認定

Glicoの「パリッテ バニラ&ショコラ」「バニラティエ」「パピコ マルチパック」「カレー職人 ビーフカレー(中辛)」「カレー職人 欧風カレー(中辛)」は、(公)鉄道貨物協会から「エコレールマーク」の認定を受けています。「エコレールマーク」は、(公)鉄道貨物協会が認定する、商品、企業に対して付与されるマークです。

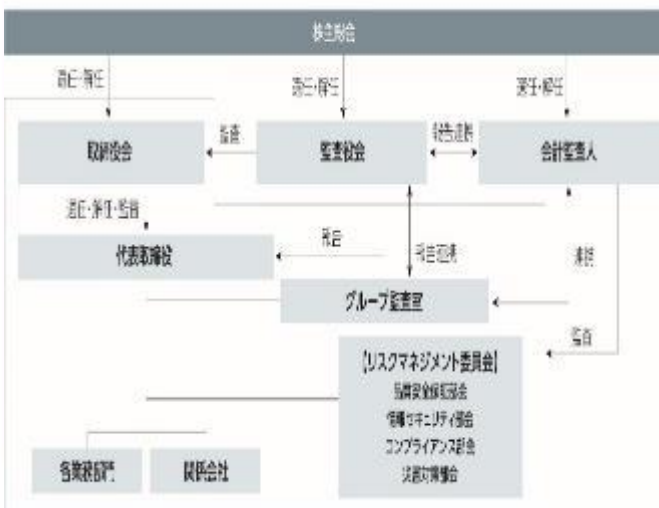
コンプライアンス/ コーポレート・ガバナンス

社会の一員としての 責任ある活動



定時株主総会の様子

〈コーポレート・ガバナンス体制図〉



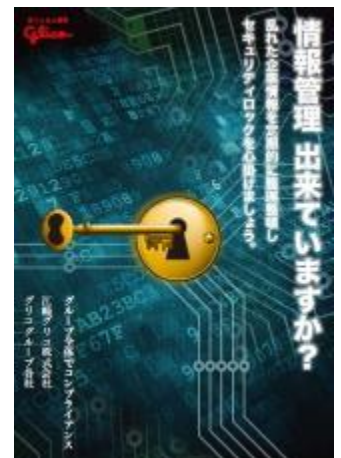
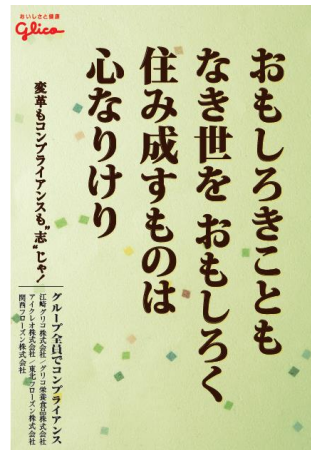
Glicoグループ行動規範にのっとり業務遂行

2002(平成14)年5月に制定された「Glicoグループ行動規範」を常に念頭におき、私たちは業務を進めています。

Glicoグループのすべての役員および従業員が法令や社内規程の違反、または違反の疑いを発見した際、自身が不利益を被る危険を懸念することなく会社に伝えられる内部通報窓口としてGlicoコンプライアンスホットラインを設置しています。通報がなされた場合、経営陣から独立した調査機関が対応します。

江崎グリコは取締役会および監査役会を設置する統治体制を採用しています。取締役会は原則として毎月1回開催しています。監査役は取締役会をはじめとする社内の会議に積極的に参加し、取締役の業務執行を監査しています。

今後も情報開示を通じて経営の効率化を高め、コーポレート・ガバナンスの強化を図ってまいります。



コンプライアンス順守インナーキャンペーンポスター

生きがい、やりがいに つながる職場づくり



指定公的資格(抜粋)

全体共通	中小企業診断士 ビジネス・キャリア検定(1～3級)各種
サプライチェーン マネジメント系	衛生管理者(第1種、第2種) ロジスティクス管理(2級)
研究系	知的財産管理技能検定(1～3級) 食品表示検定(上級)
営業・マーケティング系	販売士(1～3級) 消費生活アドバイザー
管理系	弁理士 社会保険労務士
PC・OA機器	応用情報技術者 基本情報技術者
語学	実用英語検定(1級、準1級) 中国語検定(1～3級)

キャリアアップの為に資格取得支援

「人」こそが最大の経営資源

企業が永続的に発展するためには、社会から支持・信頼・尊敬される企業であること、そして社員が誇りを持てる会社であることが必要です。そうした企業発展の源泉となる最大の経営資源は「人」だとGlicoは考え、「Glicoグループ行動規範」に「私たちは、相互に人格・個性を尊重し、安全で働きやすい環境の維持・向上に努めます」と掲げ、業務を進めています。

社員の能力開発・育成を図るために、職場での教育だけでなく、階層別研修、部門別実務研修の開催、社外セミナーへの派遣、通信教育の推奨、語学教室を準備し、社員の参加を促しています。また、メンタルヘルスに職場全体で取り組み、労働災害の削減、障がい者、高齢者、外国人の雇用にも取り組んでいます。

ワークも、ライフも

Glicoグループでは「ワーク(仕事)」と「ライフ(仕事以外の生活)」とを分けて考えません。ライフにはワークも含まれていると広く考え、両者の質を上げる取り組みを進めています。具体的にはテレワーク制度やフレックスタイム制度、時間単位年休制度等を導入しているほか、業務効率化による残業時間の削減や年次有給休暇の取得促進にも全社を挙げて取り組んでいます。

女性の活躍支援

Glicoグループでは、企業価値向上の観点から、女性活躍推進が重要と考えています。具体的には、女性の役員・管理職への登用を促進するほか、女性従業員のキャリア開発研修や上司を対象としたダイバーシティマネジメント研修等を実施しています。さらに、子育て支援に関する各種制度を充実させています。



部門、階層ごとに行われる研修

社会との つながり

「おいしさと健康」から 広がる社会とのつながり



設立当時の理事会



ハート型のローラー1922(大正11)年

おもちゃの歴史



創業時代のコーナー

映画付きグリコ自動販売機1931(昭和6)年

親と子の心身の健康増進に貢献する

公益財団法人 母子健康協会

Glicoは心豊かな暮らしのために、さまざまな活動を行っています。

公益財団法人 母子健康協会の支援もそのひとつです。母子健康協会は1934(昭和9)年、Glicoの創業者江崎 利一が私財で設立した財団法人です。ビタミンB1を発見した鈴木 梅太郎博士や、日本柔道の創始者で初代講道館館長の嘉納 治五郎氏、東京女子医科大学の吉岡 弥生学頭など当時を代表する有識者に熱心な助言を、開設時にいただきました。

「親と子の心身の健康増進に貢献すること」を目的に、子どもの健康の増進や疾病の予防とその治療に役立つ小児医学研究助成を中心事業とし、子どもたちの健康に関する情報を満載した機関誌『ふたば』の発行、小児の健康と教育をテーマにしたシンポジウムの開催など、多彩な活動を行っています。

江崎グリコの歴史がわかる

江崎記念館



江崎記念館は、江崎グリコの創立50周年を記念して設立されました。栄養菓子グリコやビスコの歴代のパッケージ、ゴールインマークの移り変わり、1931(昭和6)年、時代を先取りして各地に設置した映画付きグリコ自動販売機、戦前から現代まで新聞、雑誌やテレビなどで展開していたコマーシャル、販売促進のために実施したキャンペーンやその賞品など、Glicoの歩みに関する資料、商品、販促物をはじめ、創業者江崎 利一ゆかりの品々を展示しています。

創業時からグリコに封入していた「おもちゃ」も皆様をお待ちしています。展示しているのは約4,000点。子どもたちに遊んだことがある、懐かしいおもちゃがきっとあるはずです。

2008(平成20)年、江崎記念館の収蔵物が近代化産業遺産に認定されました。

妊婦や母親を対象にした子育て相談

Glicoは、子育て相談にも力を入れています。



栄養相談コーナー

小学生を対象にした食育授業

Glicoのおいしさの秘密や食べることの大切さを伝える出前授業にも取り組んでいます。



社会との つながり

もっとGlicoを知ってほしい

Glicoは、お菓子やアイスを食べるだけでなく、もっと楽しんでいただくために、製造工程を見学できる施設を運営しています。グリコピア・イーストとグリコピア神戸ではポッキーやブリッツの、グリコピアCHIBAではパピコやセブンティーンアイスの製造工程をご覧いただけます。他にも色々、楽しく学べるコーナーがお客様が来るのをお待ちしております。

わくわくファクトリー
glicopia
CHIBA



わくわくファクトリー
glicopia
EAST



わくわくファクトリー
glicopia
KOBE



カメラ操作で工場観察



ポッキーストリート



デジタルクッキング



クリーンルーム



ライブラリーゾーン



製造工程の見学コース



グリコキッチン



ミニファクトリー



クッキングスペース



もっとくわしく
<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/chiba/>



もっとくわしく
<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/east/>



もっとくわしく
<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/kobe/>

多くの人々に支えられて

1919 創業者江崎利一が、牡蠣の煮汁に含まれるグリコーゲンに出会う
(大正8年)



1921 栄養菓子グリコを創製し、試験発売
(大正10年)

1922 大阪三越百貨店でグリコを発売。後に、この2月11日を江崎グリコの創立記念日とする
(大正11年)

1925 大阪市北区豊崎に豊崎工場新設
(大正14年)

1927 豆玩具おもちゃを創案
(昭和2年)



1931 映画付きグリコ自動販売機を東京の百貨店などに設置
現在の本社所在地、大阪市西淀川区歌島に大阪工場新設
(昭和6年)



1932 中国に大連工場新設。大陸や南方へ展開
(昭和7年)

1933 ビスコを発売
(昭和8年)



1934 財団法人 母子健康協会を設立
(昭和9年)

1935 大阪ミナミの戎橋にネオン塔を設置
(昭和10年)



1937 東京工場新設
(昭和12年)

1945 大阪工場と東京工場が空襲により全焼。終戦で国内外の工場・資産を失う
(昭和20年)

1951 大阪工場、東京工場再建
(昭和26年)

1953 九州工場新設
(昭和28年)

1955 アーモンドグリコ発売
(昭和30年)



1956 江崎グリコ栄食を設立
佐賀県にグリコ協同乳業を設立
(昭和31年)

1957 小麦でんぷんの製造開始
(昭和32年)

1958 アーモンドチョコレート発売
(昭和33年)



1960 ワンタッチカレー発売
(昭和35年)



1962 ブリッツ(ソーダスティック)発売
(昭和37年)



1963 グリココーン(のちのジャイアントコーン)発売
(昭和38年)



1966 グリコ協同乳業7社が合併
(昭和41年) ポッキーチョコレート発売



1969 ヨーグルト健康を発売
(昭和44年)

1970 タイグリコを設立
(昭和45年)

1972 江崎記念館竣工
(昭和47年) 食品用着色料モナスカラー発売
ブッチンプリン発売



1973 高原牛乳1000ml発売
(昭和48年)

1978 パナッブ発売
(昭和53年)



1979 カフェオーレ、
カフェゼリー発売
(昭和54年)

1982 江崎グリコ栄養とグリコハムが合併し、グリコ栄養食品を設立
(昭和57年) ジェネラルビスケット グリコ フランス (GBGF)を設立し、ミカドを発売

1985 セブンティーンアイス
(昭和60年) 自動販売機展開を開始



1986 生物化学研究所を新設
(昭和61年) レトルトビーフカレーLEE発売
アイスの実発売



1988 グリコピア神戸オープン
(昭和63年)



1989 レトルト丼・
(平成元年) DONBURI発売



1992 新企業理念「おいしさと健康」、
(平成4年) Glicoスピリット
「創る・楽しむ・わくわくさせる」、新
ロゴマークを発表

おいしさと健康
Glico

1995 熟カレー発売
(平成7年) 上海グリコを設立



1996 インターネットにホームページ
(平成8年) 「グリコ夢のレストラン」開設

1997 朝食りんごヨー
(平成9年) グルト発売



1998 5代目グリコネオンが点灯
(平成10年)

1999 11月11日を「ポッキー&ブリッツの
(平成11年) 日」に制定

2000 グリコ協同乳業がグリコ乳業に社
(平成12年) 名変更。江崎グリコの100%子会
社に
江崎グリコ本社、全製造会社が、
ISO14001(環境マネジメントシステ
ム)の認証取得

2001 アイクレオ Glicoグループ傘下に
(平成13年)

2002 オフィスグリコ事業を本格展開
(平成14年) Glicoグループ行動規範を制定

2003 米国江崎グリコ設立
(平成15年) 特定保健用食品ポスカム発売
カロリーコントロールアイス発売



2004 カレー-ZEPPIN<絶品>発売
(平成16年)

2005 メンタルバランスチョコレート
(平成17年) 【GABA】発売

2008 チーズ発売
(平成20年)



2009 アイクレオのバランス
(平成21年) ミルク、アイクレオの
フォローアップミルク発売



2010 グリコワゴンが
(平成22年) 全国縦断



2012 グリコ栄養食品が会社分割
(平成24年) グリコピア・イーストオープン
ベトナム、インドネシアで
ポッキー本格発売



グリコピア・イースト

2013 韓国でポッキー発売
(平成25年) インドネシアにグリコウイングス設立

2014 グリコハムの全株式を譲渡
(平成26年) マレーシアでポッキー発売
グリコインドネシアを設立
6代目グリコサインが点灯



2015 17製造会社とマーケティング部門、
(平成27年) SCM部門でFSSC22000の認証取得
グリコフローズン(タイランド)設立
江崎グリコがグリコ乳業を吸収合併

2016 タイでアイスの販売開始
(平成28年) 千葉アイスクリーム拡張
グリコチャネルクリエイト設立
インドネシアでアイスの製造販売開始



2017 グリコ マレーシア設立
(平成28年) グリコ アジア パシフィック設立
グリコカナダコーポレーション子会社化
グリコピアCHIBAオープン

2018 米国のチョーベンチャーズを買収
(平成30年) グリコフィリピン設立
グリコピア神戸リニューアル

2019 アイクレオを吸収分割(合併)
(令和元年)

Glicoグループ概要

■江崎グリコ株式会社

◇社長 江崎 勝久
◇創業 1922年2月11日
◇設立 1929年2月
◇事業内容 菓子、冷菓、食品、乳製品等の製造・販売

◇資本金 7,773百万円
◇従業員数 5,381人（連結）
◇本社 大阪市西淀川区

【国内の主な関連会社】



■仙台グリコ株式会社
（宮城県加美郡／レトルト食品等の製造）



■東北グリコ乳業株式会社
（宮城県加美郡／乳製品等の製造）



■茨城グリコ株式会社
（茨城県常陸大宮市／アイスクリーム等の製造）



■那須グリコ乳業株式会社
（栃木県那須塩原市／乳製品等の製造）



■関東グリコ株式会社
（埼玉県北本市／菓子等の製造）



■グリコ千葉アイスクリーム株式会社
（千葉県野田市／アイスクリーム等の製造）



■東京グリコ乳業株式会社
（東京都昭島市／乳製品等の製造）



■岐阜グリコ乳業株式会社
（岐阜県安八郡／乳製品等の製造）



■三重グリコ株式会社
（三重県津市／アイスクリーム等の製造）



■関西グリコ株式会社
大阪ファクトリー（大阪市西淀川区／菓子等の製造）



■関西グリコ株式会社
神戸ファクトリー（神戸市西区／菓子等の製造）



■グリコ兵庫アイスクリーム株式会社
（兵庫県三木市／アイスクリーム等の製造）



■グリコアイクレオ株式会社
（兵庫県丹波市／粉ミルク等の製造）



■鳥取グリコ株式会社
（鳥取県西伯郡／菓子・食品等の製造）



■佐賀グリコ乳業株式会社
（佐賀県佐賀市／乳製品等の製造）

■グリコチャネルクリエイト株式会社（大阪市西淀川区／菓子・食料品等の販売）
■江栄情報システム株式会社（大阪市西淀川区／情報システムの保守・開発）

■東北フローズン株式会社（岩手県一関市／アイスクリーム等の販売）
■関西フローズン株式会社（京都府八幡市／アイスクリーム等の販売）
■正直屋乳販株式会社（愛知県津島市／アイスクリーム等の販売）

■グリコ栄養食品株式会社

◇社長 栗木 隆
◇設立 2012年4月
◇資本金 4億円（江崎グリコ100%出資）
◇主要製品 小麦たん白、各種でん粉、食品用色素等
◇本社 大阪市西淀川区

【主な関連会社】



■中部グリコ栄養株式会社
名古屋ファクトリー（名古屋市港区）



■中部グリコ栄養株式会社
浜松ファクトリー（浜松市北区）

主なグループ会社<海外> / 財務情報

■上海 江崎格力高 食品有限公司

◇設立	1995年9月
◇事業内容	菓子の製造・販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ、プジョイ
◇所在地	中国 上海市

■Glico Asia Pacific Pte. Ltd.

◇設立	2017年6月
◇事業内容	ASEAN各拠点の事業統括等
◇所在地	インドネシア 南ジャカルタ市

■Glico Frozen (Thailand) Co., Ltd.

◇設立	2015年6月
◇事業内容	冷凍のマーケティング・販売
◇主要製品	ジャイアントコーン、パリッ
◇所在地	タイ バンコク都

■PT. Glico-Wings

◇設立	2013年10月
◇事業内容	アイスクリームの製造販売
◇所在地	インドネシア ジャカルタ市

■Ezaki Glico Vietnam Co., Ltd.

◇設立	2019年5月
◇事業内容	菓子等のマーケティング及び販売
◇所在地	ベトナム ホーチミン市

■Glico North America Holdings, Inc.

◇設立	2019年1月
◇事業内容	持ち株会社
◇所在地	アメリカ カリフォルニア州

■TCHO Ventures, Inc.

◇設立	2007年7月
◇事業内容	菓子等の製造販売
◇所在地	アメリカ カリフォルニア州

■Glico-Haitai Co., Ltd.

◇設立	2011年9月
◇事業内容	ポッキーの製造・販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ
◇所在地	韓国 ソウル市

■上海 江崎格力高 南奉食品有限公司

◇設立	2006年11月
◇事業内容	菓子の製造・販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ、プジョイ
◇所在地	中国 上海市

■Thai Glico Co., Ltd.

◇設立	1970年4月
◇事業内容	菓子の製造・販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ
◇所在地	タイ バンコク都

■PT Glico Indonesia

◇設立	2014年2月
◇事業内容	菓子の輸入販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ
◇所在地	インドネシア 南ジャカルタ市

■Glico Malaysia Sdn. Bhd.

◇設立	2017年3月
◇事業内容	菓子の輸入販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ
◇所在地	マレーシア クアラルンプール市

■Glico Philippines, Inc.

◇設立	2019年1月
◇事業内容	菓子等の販売
◇所在地	フィリピン マカティ市

■Ezaki Glico USA Corporation

◇設立	2003年2月
◇事業内容	菓子の輸入販売
◇主要製品	ポッキー、プリッツ
◇所在地	アメリカ カリフォルニア州

■Glico Canada Corporation

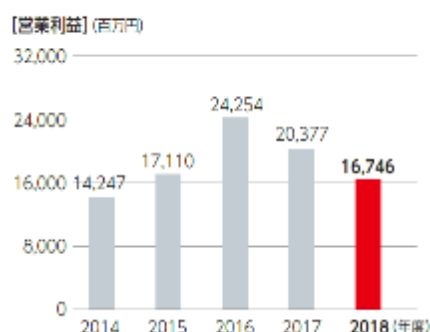
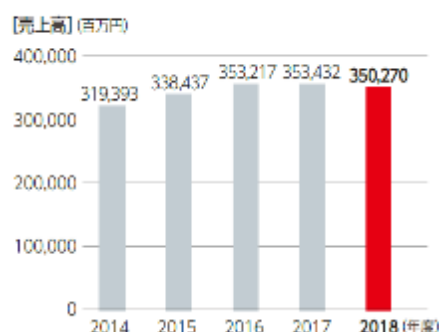
◇設立	2017年6月
◇事業内容	冷凍の製造・販売
◇所在地	カナダ バンクーバー市

■Generale Biscuit Glico France S.A.

◇設立	1982年3月
◇事業内容	菓子等の販売
◇主要製品	ミカド
◇所在地	フランス パリ市

■財務状況

〈業績〉



〈セグメント別売上高とその割合〉

