

すこやかな毎日、  
ゆたかな人生

Glico

## 第121期 報告書

---

2025年1月1日～2025年12月31日

—— 存在意義(パーパス) ——

## すこやかな毎日、ゆたかな人生

—— ありたい会社の姿(ビジョン) ——

Glicoグループは人々の良質なくらしのため、  
高品質な素材を創意工夫することにより、  
「おいしさと健康」を価値として提供し続けます。

## 株主の皆様へ

当連結会計年度における我が国経済は、雇用・所得環境が改善するなか、各種政策の効果もあり緩やかな回復基調で推移いたしました。一方、物価上昇の継続、不安定な世界情勢、金融資本市場の変動等の影響による景気の下振れリスクには留意する必要があり、依然として先行き不透明な状況が続いております。

このような状況の中で、当社グループは、存在意義(パーパス)である「すこやかな毎日、ゆたかな人生」の実現のために価値創造を強化し、①健康価値の提供・お客様起点のバリューチェーンの構築、②注力領域への研究投資の集中、③海外事業の拡大に向けて取り組みました。

その結果、売上面では、食品原料事業で前年同期を下回ったものの、前年にチルド商品出荷停止の影響を大きく受けた乳業事業及び国内その他事業並びに海外事業等で前年同期を上回ったため、当連結会計年度の売上高は361,390百万円となり、前年同期(331,129百万円)に比べ9.1%の増収となりました。

利益面では、売上原価率は、主に乳業事業、海外事業における米国等で上昇したため、前年同期に比べ1.2ポイント上昇しました。販売費及び一般管理費は、販売促進費、減価償却費等が増加しました。

その結果、営業利益は8,736百万円となり、前年同期(11,065百万円)に比べ2,329百万円の減益となりました。経常利益は営業利益段階での減益や為替差損等により11,645百万円となり、前年同期(13,348百万円)に比べ1,702百万円の減益となりました。また、親会社株主に帰属する当期純利益は減損損失等により5,036百万円となり、前年同期(8,113百万円)に比べ3,076百万円の減益となりました。

なお、配当金につきましては、中間配当は1株につき45円、期末配当は1株につき50円といたしました。

これからも「人々の健康に貢献する」精神のもと、時代の変化を捉えて新たな価値を創出し、事業を通じて社会に役立つ存在となるよう取り組んでまいります。今後とも株主の皆様の一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2026年3月

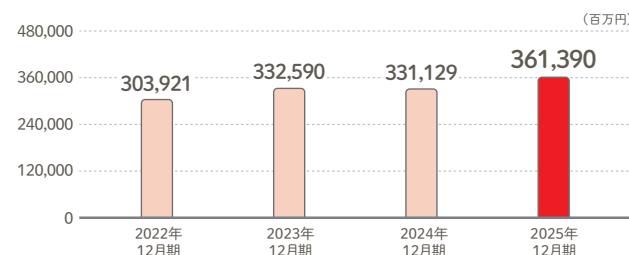
代表取締役社長

江崎 悦朗



## 連結財務ハイライト

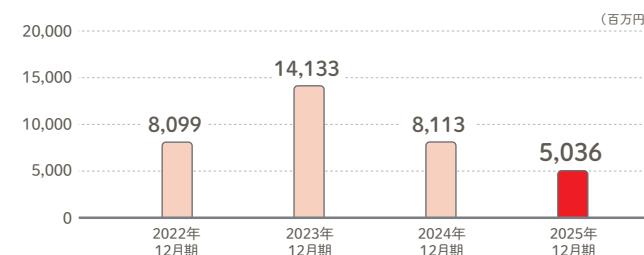
売上高\*



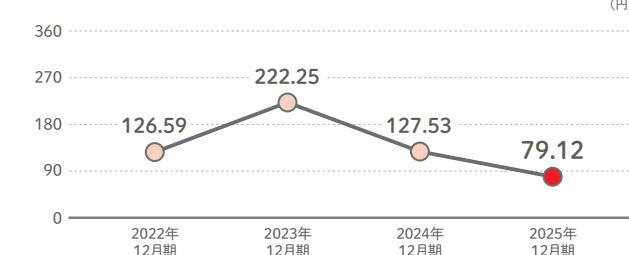
営業利益



親会社株主に帰属する当期純利益



1株当たり当期純利益



## すこやかな毎日 ゆたかな人生

「アーモンド効果ブランド」より  
「オリジナル微糖」を発売

### 多様化する糖分ニーズに応え、 選べる「甘さ」の選択肢を拡充

新商品「オリジナル微糖」を9月15日に発売しました。近年、健康志向の高まりを背景に、消費者の糖分コントロールへの意識が浸透し、「微糖」や「無糖」など甘さに対する好みも細分化しています。こうした多様なニーズにお応えするため、本商品はアーモンドミルクの香ばしさと、毎日飲み続けやすい「ほどよい甘さ」を両立させました。独自の凍結粉碎アーモンド等を使用し、1日分のビタミンEや食物繊維が摂れる栄養機能はそのままに、嗜好に合わせたラインナップを拡充することで、拡大するアーモンドミルク市場における支持獲得を目指してまいります。



アーモンド効果  
＜オリジナル微糖＞200ml



アーモンド効果  
＜オリジナル微糖＞1000ml  
※九州エリア先行で発売中、  
今後全国発売予定。

### 「アーモンド効果 PROTEIN」に新フレーバー2品を追加 植物性たんぱく質と多様な味わいで、 健康的な身体づくりを応援

「アーモンド効果」より、プロテイン配合シリーズの新味として「マイルドカカオ 微糖」「コーヒー 微糖」の2品を発売いたしました。

植物性たんぱく質10gに加え、ビタミンEや食物繊維、ポリフェノールを1本で摂取できる栄養設計としています。カカオの香りやコーヒーのクオクを楽しめるラインナップ拡充により、トレーニング層のみならず、美容や健康維持に関心の高い幅広い層へ、日常的な「飲むプロテイン」習慣を提案してまいります。



アーモンド効果  
PROTEIN  
＜マイルドカカオ 微糖＞



アーモンド効果  
PROTEIN  
＜コーヒー 微糖＞

### チョコレートブランド「Tunmel(トゥンメル)」の新たな展開 特許技術「コールドエクストラクション™」製法により、 カカオ本来の風味を残したチョコレート

2024年にデビューしたチョコレートブランド「Tunmel(トゥンメル)」は、マヤ語で、暦の単位や貴重な石を意味した“Tun”と、“Melt”を合わせて名付けたブランドです。

最大の特徴は、カカオ豆を焙煎せずに低温で抽出する、スイスのOro de Cacao社が持つ国際特許技術※「コールドエクストラクション™」製法を採用した点にあります。厳選されたカカオ豆を焙煎せずに、低温でカカオ由来のアロマやポリフェノール等の原料を抽出。余計なものを加えずに仕上げることで、カカオ豆本来の個性や魅力を引き出しました。産地ごとに異なるカカオの個性を引き立てる形状にもこだわり、お客様へ「時を超える、とろける貴石」のような豊かな体験を提供しています。

※日本を含む複数国で特許が成立している技術。日本における特許番号JP6655178B



Tunmel

### カカオ分80%以上のチョコレートを使用した、 3種のカカオの個性を愉しめる ボンボンショコラのアソート

同ブランドの新たなラインアップとして「ボンボンショコラ カカオセレクション」を2025年12月に発売しました。ボンボンショコラとは、一般的にチョコレートと生クリームを混ぜて作るガナッシュなどを中に詰めた、ひとくちサイズのチョコレートです。本製品は、ペルー、ドミニカ、ガーナ産のカカオ分80%以上のチョコレートを使用しています。

原材料はカカオ、砂糖、生クリーム、水あめのみ。独自製法によって苦みや酸味を抑え、芳醇なカカオの香りと奥行きのある味わいと余韻を楽しめます。当社は、チョコレート市場における高付加価値商品の提案を強化してまいります。



ボンボンショコラ カカオセレクション(3個入り)  
左からガーナ産、ペルー産、ドミニカ産

※カカオ分80%以上のチョコレートベースにシンプルな原料で仕上げました。

## ロングセラーブランド「ポッキー」60周年 ～世界で初めての棒状チョコレート菓子の歩みと進化～

1966年の発売以来、多くの人々に親しまれてきた「ポッキー」。60周年を迎え、その歴史や特徴を守りながら、リニューアルや立体商標登録など、新たな進化を遂げています。

### ポッキーの歴史 世界初の棒状チョコレート菓子の誕生

ポッキーは1966年、「世界で初めての棒状チョコレート菓子」として発売されました。親しみやすい「ポッキー(Pocky)」という名前は、食べた時の「ポキン、ポキン」という軽快な音の響きから名付けられたものです。プレッツェルの一部にチョコをかけず、あえて「持つところ」を作るという画期的なスタイルを確立。この独特な形状により、手を汚さずに軽快に食べられるお菓子として世に送り出されました。その後、ポッキーは世界へと広がります。1970年にはタイに初の現地法人を設立し、1982年にはジェネラルビスケットグリコフランスを設立。人気ゲーム名にちなんで、「ミカド」という商品名で発売されました。1995年には上海グリコを設立。2020年には、「最大のチョコレートコーティングされたビスケットブランド」として、世界売上No.1※のギネス世界記録™に認定されました。

※2019年 年間世界売上高 推計に基づく。



### コンセプト ポッキーのブランドコンセプト「Share happiness!」

ポッキーのブランドスローガンは「Share happiness! Pocky ～分かち合うって、いいね!～」です。人と人との間にポッキーがあることで、会話のきっかけになる、ちょっと関係がよくなる、気持ちがつながる、お互いにしあわせな気分になれる。それがポッキーの望むことです。「Share happiness!」を世界共通の合言葉に、分け合うことで生まれるハッピーな気持ちを届けています。



### Topics! 「ポッキーチョコレート」「ポッキー極細」が10年ぶりにリニューアル

発売からロングセラーを続ける「ポッキーチョコレート」と「ポッキー極細」が10年ぶりにリニューアルされました。今回は素材を一から見直すことで、カカオ豆本来の華やかな香りとコクがより際立つ味わいへと進化しました。プレッツェルには新たに国産全粒粉を使用し、食感と香ばしさを向上。「ポッキーチョコレート」には発酵バターも加えられ、奥深いチョコの魅力を引き立てます。さらに、パッケージも素材へのこだわりや質感を伝えるデザインへ刷新しました。



ポッキーチョコレート

ポッキー極細

### Topics! 「Pocky」の形状が「立体商標」として登録

このたび、ポッキーの形状が特許庁により「立体商標」として登録されました。これは、商品名やロゴマークといった文字・図形情報が付されていないでも、「棒状のプレッツェルをチョコレートでコーティングし、一方の端は覆われておらず持ち手がある」という形状を見るだけで、多くのお客様が「これはポッキーである」と認識できることが公的に認められたものです。食品の形状だけで登録が認められるケースは極めて稀であり、今回の登録は、長きにわたり多くのお客様に愛され続けてきた実績と、積み上げてきたブランドの信頼性が評価されたものといえます。



## すこやかな毎日のために

### 当社初の冷凍幼児食ブランド「cotote(コトテ)」が誕生 30年の知見を結集し、子どもの健やかな「食体験」を育む新事業を開始

当社は、初の冷凍幼児食ブランド「cotote(コトテ)」を2025年9月30日から、グリコダイレクトショップ内のcotote公式サイトにて発売いたしました。「cotote」は、30年にわたり幼児食のパイオニア企業として、当社が培ってきた知見と技術力を結集し誕生したブランドです。本ブランドは、全メニューを通じて50種類の素材を使用しており、幼児期にさまざまな素材に触れる食体験を提供することで、将来のゆたかな食生活を育みます。お子さまがおいしく、楽しみながら食べられるよう彩りにもこだわった、忙しい日々の中でも手軽に提供できる幼児食です。



### 30年にわたる幼児食のパイオニアとして

当社は、幼児食の概念や製品などが定着していなかった1990年代初期から幼児期の食事の重要性に着目し、1995年に「1歳からの幼児食」シリーズを発売しました。そこから30年にわたり、幼児食カテゴリーのパイオニア企業として、食卓から子どもたちのすこやかな成長を支えてきました。

今回誕生した「cotote」は、その知見を活かし、1歳頃から3歳になるまでの成長に合わせた食感や味付けを実現しています。

### 全メニューを通じて「50種類の素材」を体験

「cotote」は、1食で10種類以上、全メニューを通じて50種類の素材を体験できる、彩りゆたかな冷凍幼児食です。お子さまの噛む力に配慮し、発育に合わせた固さ・大きさの素材を使用しているため、しっかりと噛んで食べることができます。ラインアップは、1歳から1歳半頃までの「STEP1」メニュー(全8種類)と、1歳半頃から3歳になるまでの「STEP2」メニュー(全6種類)を展開。お子さまの月齢や味の好みに合わせてメニューをカスタマイズできる、定期宅配型のサービスとして食事をサポートします。



牛肉とこうや豆腐のすき煮



たらのピカタの手づかみセット



さわらの豆乳シチュー

### ブランド名「cotote」に込めた想いと開発背景

ブランド名の「cotote」には、食事を通して生まれる食卓のコミュニケーションと、それによって生まれる家族の時間を「子どもと手をつないで一緒に作る」というメッセージを込めています。

開発の背景には、子育て世帯の「理想と現実のギャップ」があります。当社が実施した「親子の食卓の実態調査」によると、約8割の方が食事を通じて子どもの成長をサポートしたいと考えている一方で、栄養バランスを意識した食事をほぼ毎日実現できている人は約1.6割にとどまりました。また、4割を超える方が「できれば彩りも良くしたいが、そこまで手が回らない」と回答しています。さらに、忙しい日々の中で食事の準備に追われ、子どもとゆっくり食卓を囲む時間が取れないという切実な声もいただきました。

「cotote」は、こうした悩みを解消し、食事の準備時間を、お子さまと笑顔で向き合う時間に変えることを目指しています。

「cotote」はグリコダイレクトショップより購入いただけます。

<https://shop.glico.com/pages/cotote>



当社はこれからも、お子さまの将来につながる、すこやかな毎日のための幼児食を提供してまいります。

# 中期経営計画について

2025年度から2027年度までの3カ年を対象とする中期経営計画を推進しております。その進捗状況と、目標達成に向けた主要事業の戦略についてご説明します。

## 中期経営計画の全体像と進捗

本中期経営計画では、「価値創造による利益創出の加速」を掲げ、ROE(自己資本利益率)6~8%の達成を最重要指標として設定しました。

2025年12月期においては、売上高は前期比+9.1%の3,613億円となりました。営業利益については前年の反動等の影響を受けつつも、価値創造商品の拡大により収益性の向上を図ってまいります。

資本政策においては、成長投資を加速させつつ、資本効率の向上と株主還元の強化を両立させます。配当性向については、45%以上を目標とし、株主の皆様への利益還元を積極的に行っていく方針です。

## 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:さらなる向上を目指す
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% <ul style="list-style-type: none"> <li>■価値創造・向上案件の増加による売上成長・利益向上</li> <li>■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</li> </ul>
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 <ul style="list-style-type: none"> <li>■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</li> </ul>

(単位:億円)

	FY23	FY24	FY25	FY26	FY25-27:加速フェーズ
	実績	実績	実績	計画	経営目標
売上高	3,325	3,311	3,613	3,800	+5~10%/年
前年比	+9.4%	▲0.4%	+9.1%	+5.1%	
営業利益	186	110	87	140	+10~15%/年
前年比	+45.0%	▲40.6%	▲21.0%	+60.2%	
配当性向	36.0%	70.6%	120.1%	60.5%	45%以上
ROE	5.6%	3.0%	1.8%	4%	FY27:6~8% (FY30:さらなる向上を目指す)

## 主要事業の戦略(国内)進捗と対策



### 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**

- 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
- 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
- 栄養菓子事業  
喫食頻度の向上による数量増

**進捗と対策**

- ・アーモンド効果、“第三のミルク”市場創造が奏功、大幅に増販  
⇒健康・美容に対する新たな食習慣の提案施策を強化
- ・アイス不振による収益性の悪化  
⇒価値向上した新商品の発売等で、売上・利益を回復する
- ・2024年度のシステムトラブル以降、発酵乳、乳飲料で収益悪化  
⇒抗肥満の機能性表示(「安静時のエネルギー消費向上」と「体脂肪の低減」)を取得した新商品「BifitXヨーグルトα」を発売  
⇒新商品の開発・発売及びターゲット顧客への価値伝達の強化により、乳業事業全体の収益性を早期に改善する
- ・ポッキー(チョコレート・極細)、10年ぶりにリニューアル(25年9月)
- ・ビスコ、価値向上のリニューアル(25年4月)  
⇒厳選した素材を活かしたおいしさに進化。喫食頻度の向上を図る

## 主要事業の戦略(海外)進捗と対策



### 事業戦略 (海外)

**KPI**

- 既存進出国でのブランド成長の加速(ポッキー・ビスコ・アーモンド効果)
- 中国/ASEANの売上成長・利益向上の加速
- 次なる成長基盤としての北米での事業基盤の構築

■売上高: +10%以上/年

**重点領域の戦略**

- 中国  
1・2級都市での顧客接点の拡大
- ASEAN  
各国での顧客接点の強化・拡大
- 米国  
事業基盤の構築、消費者の需要・マーケットに対応した商品の提供

**進捗と対策**

- ・上海以外の1・2級都市、菓子専門店への配荷拡大による事業伸長  
⇒ポッキー・プジョイなど主力ブランドの展開を加速
- ・中国市場での「ウェルビーイング貢献」に向けた健康価値の提供  
⇒アーモンド効果・ビスコの拡販、他カテゴリーの強化
- ・ポッキー、プレミアム化と市場浸透の強化  
⇒タイ・インドネシアを中心に各国での展開を加速
- ・ASEAN市場での「ウェルビーイング貢献」に向けた健康価値の提供  
⇒アーモンド効果の拡販、他カテゴリーの強化
- ・ポッキー、ラインナップ不足による成長鈍化  
⇒新商品投入、主要リテラー特性に応じた販促施策の実施
- ・関税等のコストアップ影響  
⇒価格改定、コストコントロールによる利益水準の確保

## グリコファンの皆様とのコミュニケーション

### グリコファンサイト with Glicoのご案内

グリコファンサイト「with Glico」では、ココロもカラダも元気になる企画やイベントを、年間を通じて多数実施しています。会員登録は無料で、すべてのコンテンツを無料でお楽しみいただけます。また、新たに「まなびのパーク」を開設しました。アプリやワークショップを通じ、全世代が楽しみながら学ぶ場を提供しています。教育機関等と連携し、論理的思考力や創造力の育成を支援します。

登録はこちらから。  
<https://with.glico.com/>



### グリコピアのご案内



#### グリコピア神戸

場 所: 兵庫県神戸市  
 見学内容: ポッキー、ブリッツ、  
 チョコレートの製造工程(一部)  
 体 験: デジタルクッキング 他

予約方法等の詳細情報は、HPをご確認ください。

グリコピア神戸  
<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/kobe/>



#### グリコピア・イースト

場 所: 埼玉県北本市  
 見学内容: ポッキー、ブリッツの  
 製造工程(一部)  
 体 験: クイズチャレンジツアー 他

グリコピア・イースト  
<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/east/>



#### グリコピア CHIBA

場 所: 千葉県野田市  
 見学内容: パビコ、セブンティーンアイスの  
 製造工程(一部)  
 体 験: 冷凍庫、クリーンルーム 他

グリコピアCHIBA  
<https://www.glico.com/jp/enjoy/experience/glicopia/chiba/>



## 株主優待制度のご案内

株主優待の詳細はこちらから  
<https://www.glico.com/jp/company/ir/stock/benefit/>



### 優待制度変更について

株主の皆様の日ごろのご支援に対する感謝のお礼といたしまして、株主優待制度を実施しております。より多くの方々に長期にわたり継続的に当社株式を保有していただくために、長期保有制度の導入を実施し、保有株式数、継続保有期間に応じてGlicoグループの製品を贈呈しております。

- 贈呈時期 12月上旬頃年1回
- 贈呈基準 6月30日現在の株主様 12月31日現在の株主様へのご優待はございません。

【継続保有期間】 半年以上3年未満	100株～500株未満 市価1,200円相当の Glicoグループ製品	500株～1,000株未満 市価2,400円相当の Glicoグループ製品	1,000株以上 市価4,800円相当の Glicoグループ製品
【継続保有期間】 3年以上	100株～500株未満 市価1,800円相当の Glicoグループ製品	500株～1,000株未満 市価3,600円相当の Glicoグループ製品	1,000株以上 市価7,200円相当の Glicoグループ製品

※2026年6月末日を基準日とする当社株主名簿に記載された株主様より、上記の株主優待制度を適用いたします。なお、半年以上保有の判定は直近12月と6月の2回株主名簿に登録されていることが条件となります。

### 株主優待FAQ

- Q** 優待の保有制度に関して保有期間と株式数は、何をもとに判定されるのですか？
- A** 半年および3年保有となる株主様は、株主名簿上の登録日から割当基準日まで、同じ株主番号にて連続して株主名簿に登録されていることが条件となります。なお、半年以上は直近2回(12月と6月の2回名簿に登録)、3年以上は直近7回の基準日における保有株式数が、**一度でも100株を下回った場合、対象外となります**のでご注意ください。  
 【ご注意】貸株サービス、相続、贈与、株主名簿からの除籍等により株主番号が変更になった場合、その直後の基準日から起算いたします。
- Q** 最近、引越しをしました(引越します)。株主優待の送り先を変更してください。
- A** 大変恐縮ですが、個人情報は全て株主様ご自身でのお手続きとなり、当社では個人情報の変更ができませんので、**株式を管理されている口座管理機関(各取引証券会社、特別口座の場合は三井住友信託銀行)へお問合せ願います。**
- Q** 自宅と異なる場所に転送してください。
- A** 大変恐縮ですが、当社ではご登録のご住所以外への発送はいたしかねます。次回以降、自宅と異なる場所への発送をご希望される場合は、**株式を管理されている口座管理機関(各取引証券会社、特別口座の場合は三井住友信託銀行)へお問合せ願います。**お手続きが完了いたしましたら、次回以降はご指定いただいた先へのお届けが可能です。
- Q** 株主優待は、年に何回ありますか？いつ頃届きますか？
- A** **年1回、12月上旬頃に発送を予定しております。**  
 ※海外への発送は行っていません。転居された場合は、株式を管理されている口座管理機関(証券会社など)への住所変更の手続きと併せ、郵便局への転居届けの手続きもお願いいたします。



## 会社の概要 (2025年12月31日現在)

商号	江崎グリコ株式会社	営業品目	菓子・食料品の製造および売買
創立年月日	1922年2月11日	従業員数	約5,600人(連結)
資本金	7,773,681,654円		

### ●主な事業所

**本社**  
〒555-8502  
大阪市西淀川区歌島4丁目  
6番5号  
電話(06)6477-8352

**大阪梅田オフィス**  
〒530-0018  
大阪市北区小松原町2-4  
大阪富国生命ビル  
電話(06)6130-6839

**品川オフィス**  
〒108-0074  
東京都港区高輪4-10-18  
京急第1ビル  
電話(03)5488-8170

### ●主な子会社

グリコ栄養食品株式会社  
グリコマニュファクチャリングジャパン株式会社  
関西フローズン株式会社  
東北フローズン株式会社

Glico Asia Pacific Pte. Ltd.  
上海江崎格力高食品有限公司  
Glico North America Holdings, Inc.  
Glico Canada Corporation

### ●役員

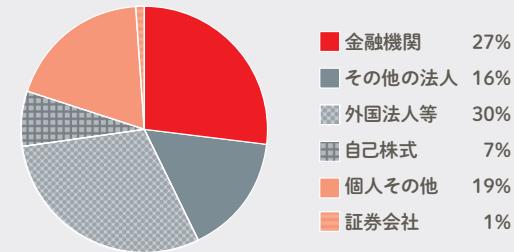
代表取締役会長	江崎 勝久	取締役	大石 佳能子	監査役(常勤)	吉田 敏明
代表取締役社長	江崎 悦朗	取締役	原 丈人	監査役(常勤)	大貫 明
取締役	栗木 隆	取締役	滝口 広子	監査役	工藤 稔
取締役	本澤 豊	取締役	武藤 華子	監査役	寺本 悟
				監査役	内藤 文雄



## 株式の状況 (2025年12月31日現在)

会社が発行する株式の総数	270,000,000株
発行済株式総数	68,468,569株
株主数	31,561名

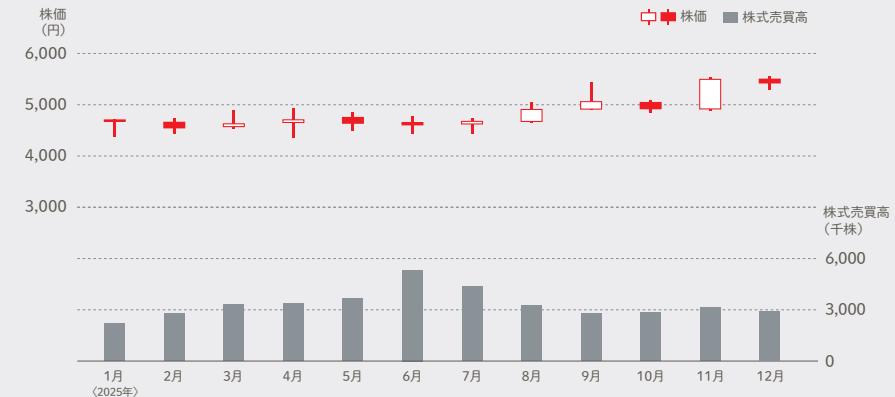
### ●所有者別株式比率



### ●大株主 ※自己株式除く ※持株数は表示単位未満の端数を切捨て

氏名または名称	持株数(千株)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	7,059
掬泉商事株式会社	4,131
大同生命保険株式会社	3,500
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	2,476
佐賀県農業協同組合	1,943
江崎グリコ共栄会	1,789
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,642
大日本印刷株式会社	1,621
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	1,540
THE CHASE MANHATTAN BANK, N.A. LONDON SPECIAL ACCOUNT NO.1	1,431

### ●株価および株式売買高の推移



株式や業績に関する  
IR情報は  
HPをご覧ください。

<https://www.glico.com/jp/company/ir/>



# 株主メモ

事業年度	毎年1月1日から12月31日まで
定時株主総会	毎年3月開催
基準日	定時株主総会 毎年12月31日 期末配当金 毎年12月31日 中間配当金 毎年 6月30日 そのほか必要があるときは、 あらかじめ公告して定めた日
株主名簿管理人 および特別口座 の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人 事務取扱場所	大阪市中央区北浜四丁目5番33号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便の場合	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先 受付時間	☎ 0120-782-031 (土日休日を除く) 9:00~17:00
インターネット ホームページURL	<a href="https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/">https://www.smtb.jp/personal/ procedure/agency/</a>
よくある ご質問 (FAQ)	<a href="https://faq-agency.smtb.jp/?site_domain=personal">https://faq-agency.smtb.jp/ ?site_domain=personal</a>
証券会社の口座をご利用でない株主様は、上記電話照会先 までご連絡ください。なお、お手続き方法やよくあるご質問は、 上記「よくあるご質問(FAQ)」サイトでご確認いただけます。	
公告方法	当社のホームページに掲載する。 <a href="https://www.glico.com/jp/">https://www.glico.com/jp/</a>
上場証券取引所	東京証券取引所



江崎グリコ株式会社

<https://www.glico.com/jp/>