

すこやかな毎日、  
ゆたかな人生

Glico

---

# 24年12月期 通期 決算説明会

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2025.02.13掲載

2025.02.14説明会開催

---

I. 24年12月期 通期業績報告	P. 3~16
II. 25年12月期 通期業績計画	P.17~23
III. 中期経営計画について	P.24~38
※ 補足資料	P.39~44

# I . 24年12月期 通期業績報告

---

## I. 24年12月期の通期業績報告

- 売上高 : チルド商品出荷停止の影響により売上減、対前年▲0.4%の減収
- 営業利益 : 海外事業で利益増も国内で利益減、対前年▲40.6%の減益

## II. 25年12月期の通期業績計画

- 売上高 : 3,700億円 (対前年+11.7%)
- 営業利益 : 180億円 (対前年+62.7%)

## III. 中期経営計画

- 前中計【FY22-24】: 自社開発の新商品は、商品数も売上規模も満足できる水準に至らず
- 新中計【FY25-27】: 価値創造による利益創出を加速、ROE 6～8%の達成を目指す



# 連結業績の概況



- 売上高 : チルド商品出荷停止の影響により売上減、対前年▲0.4%の減収
- 営業利益 : 海外事業で利益増も国内で利益減、対前年▲40.6%の減益

(単位：億円)

	23年12月期	24年12月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比
売上高	3,325	3,311	▲0.4%
営業利益	186	110	▲40.6%
経常利益	212	133	▲37.3%
当期純利益	141	81	▲42.6%

営業利益率	5.6%	3.3%	—
-------	------	------	---

# 営業利益の状況



(単位：億円)

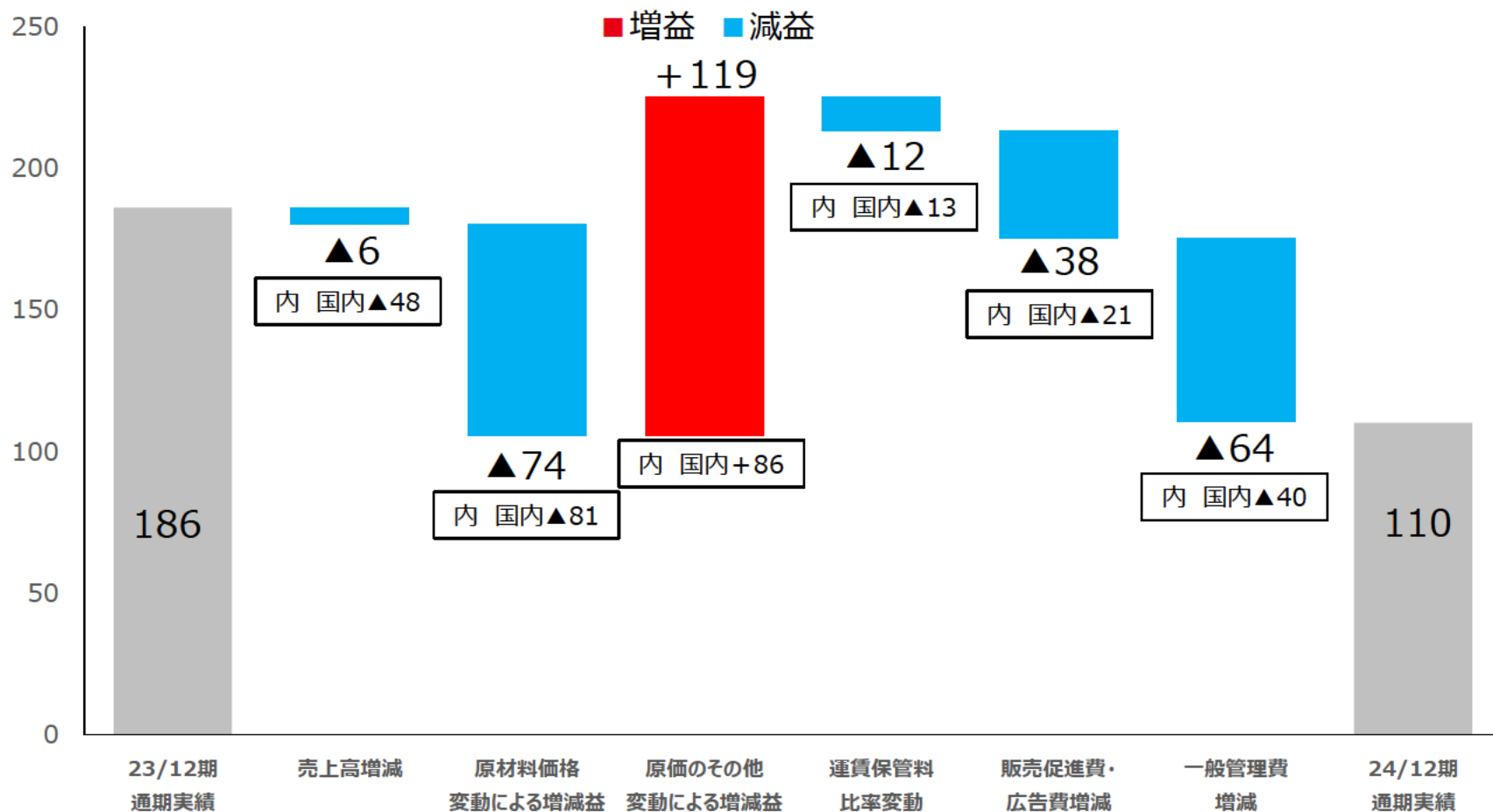
	23年12月期		24年12月期	
	通期実績	売上比	通期実績	売上比
売上高	3,325	100.0%	<b>3,311</b>	100.0%
売上原価	2,087	62.8%	<b>2,034</b>	61.4%
売上総利益	1,238	37.2%	<b>1,276</b>	38.6%
運賃保管料	261	7.9%	<b>272</b>	8.2%
販売促進費	108	3.3%	<b>116</b>	3.5%
広告費	127	3.8%	<b>158</b>	4.8%
人件費・厚生費	320	9.6%	<b>342</b>	10.4%
経費・償却費	233	7.0%	<b>276</b>	8.4%
販売費及び一般管理費計	1,052	31.6%	<b>1,166</b>	35.2%
営業利益	186	5.6%	<b>110</b>	3.3%

# 営業利益の増減要因



- 国内 : 原価その他変動が増加するものの、売上減や原材料価格、一般管理費の増加により減益
- 海外 : 売上増や原価のその他変動の増加により増益

(単位：億円)



# セグメント別売上高の状況



- 国内 : チルド商品を多く含む事業で減収、対前年▲4.8%
- 海外 : 主に中国等で増収、対前年+15.6%

(単位：億円)

	23年12月期	24年12月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比
合計	3,325	3,311	▲0.4%
(国内)	2,613	2,488	▲4.8%
健康・食品事業	504	466	▲7.6%
乳業事業	696	560	▲19.5%
栄養菓子事業	618	647	+4.6%
食品原料事業	133	139	+4.4%
国内その他事業	659	673	+2.2%
海外事業	712	823	+15.6%

<参考> 換算レート	23年12月期 通期実績	24年12月期 通期実績
中国 (CNY)	1CNY=19.80円	1CNY=21.03円
タイ (THB)	1THB=4.04円	1THB=4.31円
米国 (USD)	1USD=140.54円	1USD=151.44円

# セグメント別営業利益の状況



- 国内 : 主に乳業事業の売上減等により、対前年▲81.5%の減益
- 海外 : 主に中国での売上増等により、対前年+101.4%の増益

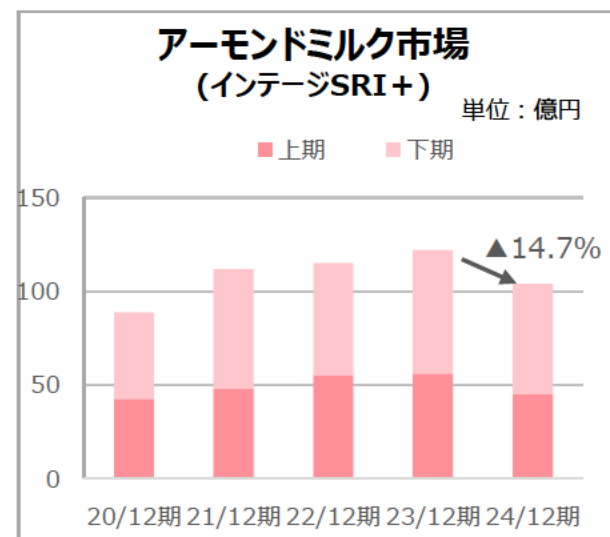
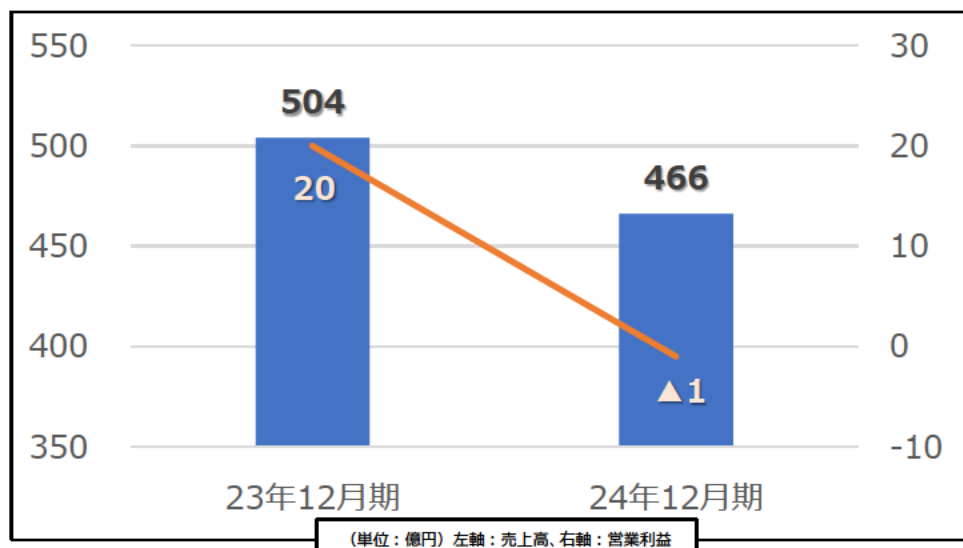
(単位：億円)

	23年12月期	24年12月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比
合計	186	<b>110</b>	▲40.6%
(国内)	144	<b>26</b>	▲81.5%
健康・食品事業	20	<b>▲1</b>	—
乳業事業	5	<b>▲63</b>	—
栄養菓子事業	65	<b>51</b>	▲20.3%
食品原料事業	24	<b>20</b>	▲13.9%
国内その他事業	20	<b>▲0</b>	—
調整	8	<b>19</b>	+123.4%
海外事業	41	<b>83</b>	+101.4%

# セグメント別：健康・食品事業



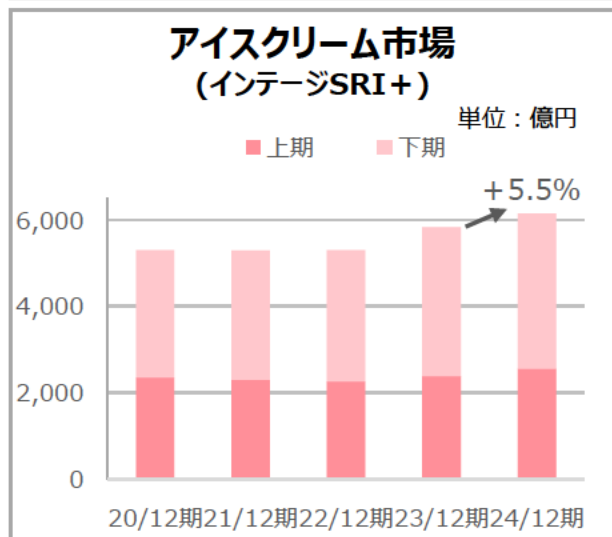
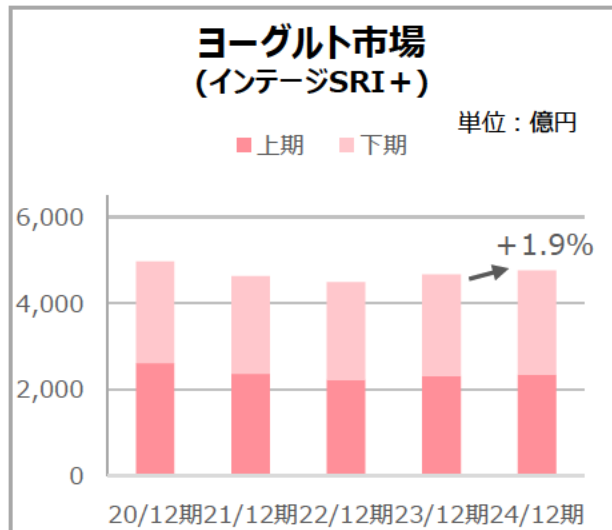
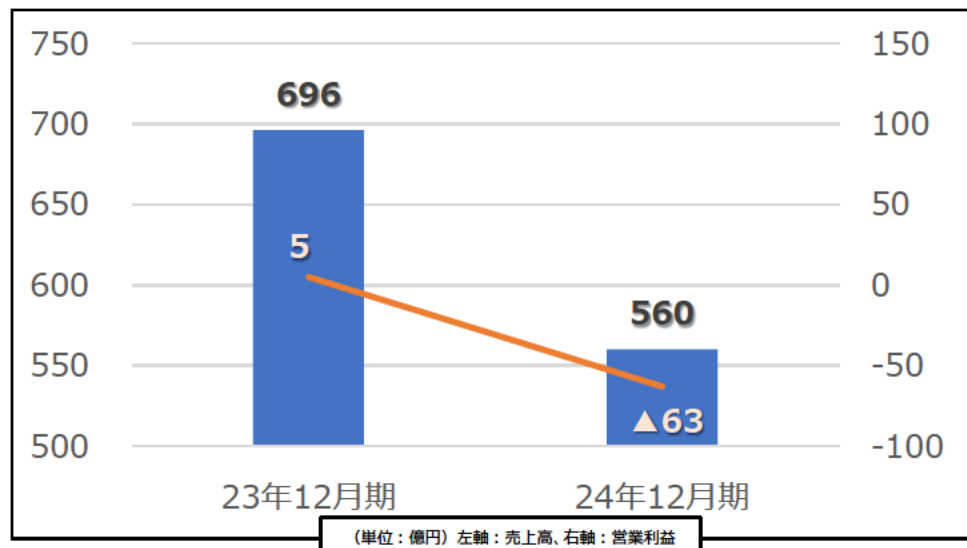
- 健康・食品事業に含まれる主なブランド：  
→アーモンド効果、SUNAO、パピコ、アイスの実、DONBURI亭
- セグメント売上高：減収、対前年▲7.6%の466億円
- セグメント利益：減益、対前年▲22億円の▲1億円  
→システム障害によるアーモンド効果等の出荷停止の影響による
- 商品別：アーモンド効果が減収、パピコ、アイスの実等が増収



# セグメント別：乳業事業



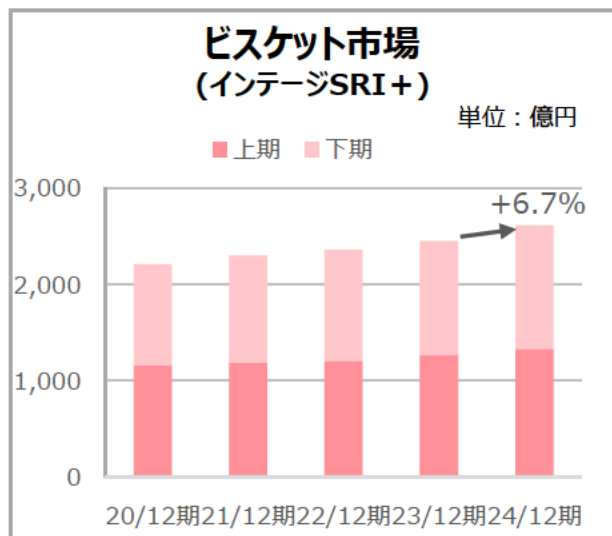
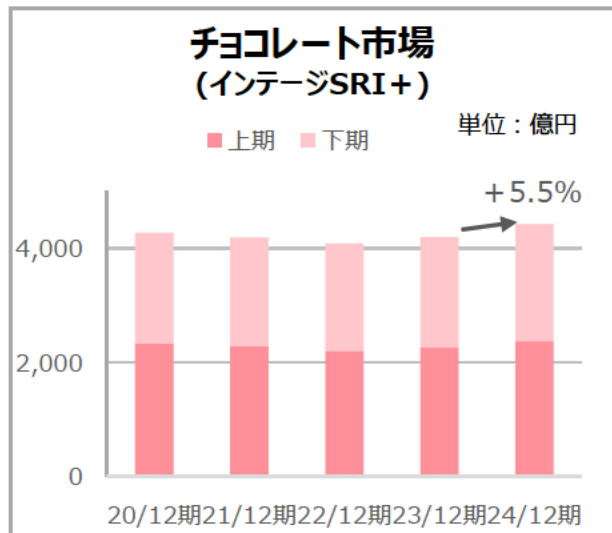
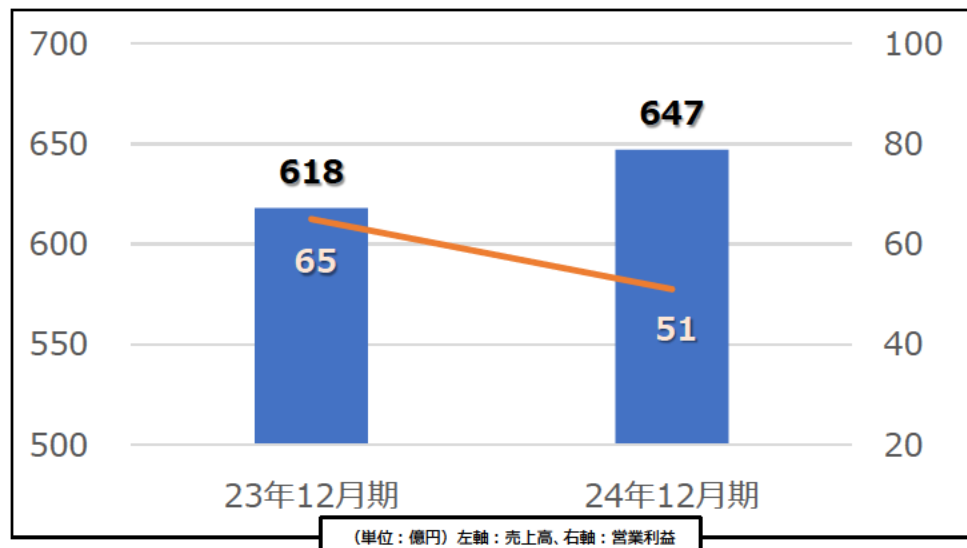
- この事業に含まれる主なブランド：  
→BifiXヨーグルト、ジャイアントコーン、セブンティーンアイス、カフェオーレ、プッチンプリン
- セグメント売上高：減収、対前年▲19.5%の560億円
- セグメント利益：減益、対前年▲68億円の▲63億円  
→システム障害による発酵乳・乳製品等の出荷停止が大きく響く
- 商品別：ジャイアントコーン、セブンティーンアイス等は増収



# 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：増収、対前年+4.6%の647億円
- セグメント利益：減益、対前年▲13億円の51億円  
→ポッキー・ビスコ等の価値向上商品が好調な一方、  
カカオ価格高騰等によってコスト増加
- 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)

	23年12月期	24年12月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比
売上高	1,482	1,871	+26.3%
営業利益	143	228	+59.5%

## ◆ASEAN\*

(単位：百万米ドル)

	23年12月期	24年12月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比
売上高	128	130	+1.4%
営業利益	▲10	0	—

## ◆米国\*\*

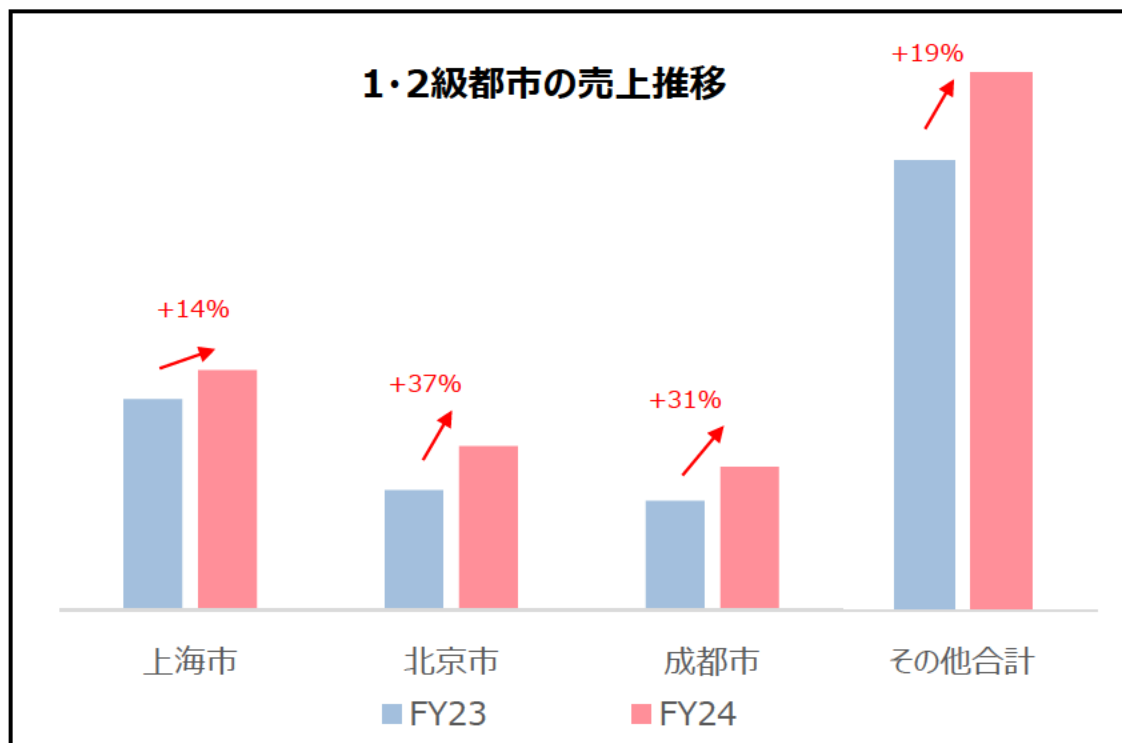
(単位：百万米ドル)

	23年12月期	24年12月期	
	通期実績	通期実績	前年同期比
売上高	114	101	▲11.2%
営業利益	21	23	+12.4%

# 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▲9.0%
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで18億71百万元。対前年+26.3%の増収
- 営業利益：2億28百万元。対前年+59.5%の増益
- 地域別：1・2級都市ならびに好調なチャネル（小店）への拡販で売上が伸長したほか、1Q（2024年1月）と4Q（2024年12月）に春節の好影響を享受



健康訴求で好調な  
カカオ含有60%のポッキー



# 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+9.3%、インドネシアは対前年+6.8%
- 売上高：出荷・現地通貨ベース1億30百万US\$、対前年+1.4%の増収
- 営業利益：54万US\$、対前年+10百万US\$で黒字転換
- 地域別：タイでは、アーモンド効果に加え、ポッキープレミアム的好調もあり業績は良好  
インドネシアでは、低価格商品へのニーズが根強く、競争激化で苦戦

ポップアップストアにて陳列した  
ポッキープレミアム等（タイ）



アーモンド効果の販促展開（タイ）



# セグメント別：海外事業（米国）



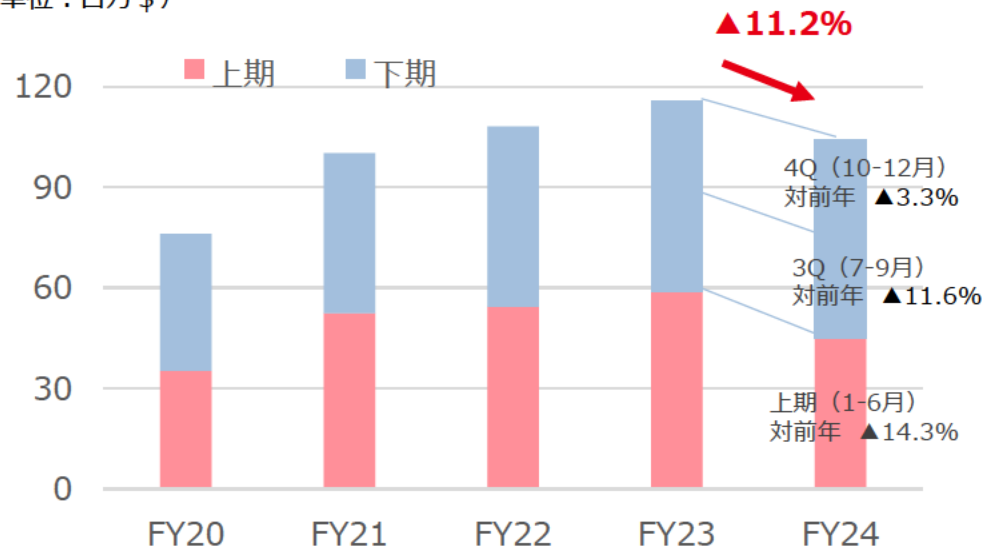
- 市場環境：チョコレート市場、対前年▲0.3%
- 売上高：出荷・現地通貨ベースで1億1百万US\$、対前年▲11.2%の減収
- 営業利益：23百万US\$、対前年+12.4%の増益
- 商品別：厳しい市場環境での消費者の節約志向から苦戦したものの、下期では新製品のポッキーシェアパックの導入等が寄与したことで減収幅は縮小

## 下期に導入したポッキーシェアパック



## 売上高の推移（上・下期）

（単位：百万\$）



## Ⅱ. 25年12月期 通期業績計画

---

# 連結業績の計画



- 売上高 : 3,700億円、対前年+11.7%の増収
- 営業利益 : 180億円、対前年+62.7%の増益

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
売上高	3,311	3,700	+11.7%
営業利益	110	180	+62.7%
経常利益	133	195	+46.1%
当期純利益	81	120	+47.9%

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

# 営業利益の計画



(単位：億円)

	24年12月期		25年12月期	
	通期実績	売上比	通期計画	売上比
売上高	3,311	100.0%	<b>3,700</b>	100.0%
売上原価	2,034	61.4%	<b>2,256</b>	61.0%
売上総利益	1,276	38.6%	<b>1,444</b>	39.0%
運賃保管料	272	8.2%	<b>287</b>	7.8%
販売促進費	116	3.5%	<b>123</b>	3.3%
広告費	158	4.8%	<b>189</b>	5.1%
人件費・厚生費	342	10.4%	<b>347</b>	9.4%
経費・償却費	276	8.4%	<b>318</b>	8.6%
販売費及び一般管理費計	1,166	35.2%	<b>1,264</b>	34.2%
営業利益	110	3.3%	<b>180</b>	4.9%

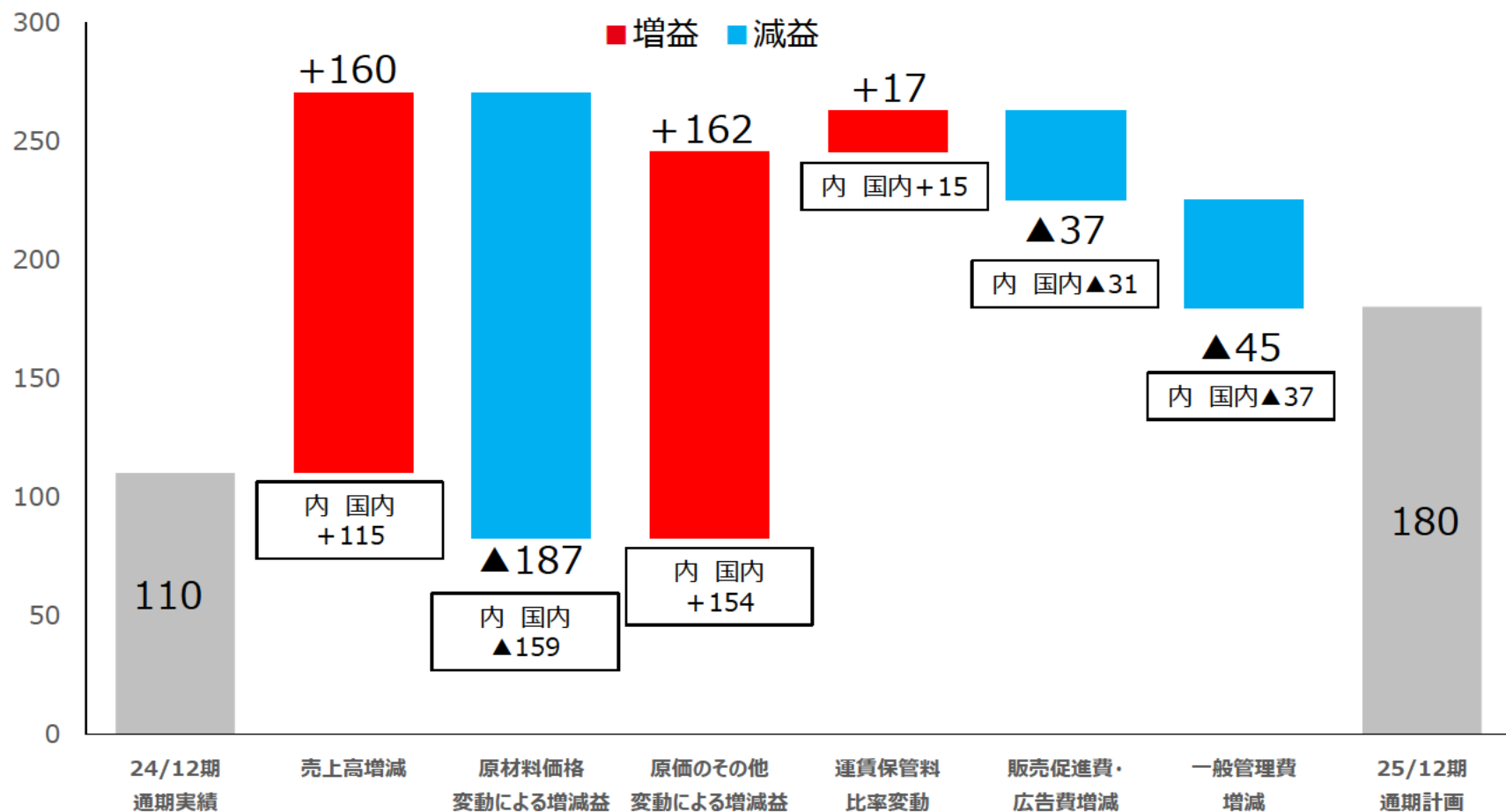


# 営業利益の増減要因



- 国内 : 原材料価格や一般管理費が増加するも、チルド商品の売上増等により増益
- 海外 : 各地域での売上等により増益

(単位：億円)





# セグメント別売上高の計画



- 国内 : チルド商品の出荷戻り、価値創造・向上商品の取り組み強化により増収、対前年+12.1%
- 海外 : 中国やASEAN等での顧客接点拡大により増収、対前年+10.5%

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
合計	3,311	<b>3,700</b>	+11.7%
(国内)	2,488	<b>2,790</b>	+12.1%
健康・食品事業	466	<b>530</b>	+13.5%
乳業事業	560	<b>720</b>	+28.4%
栄養菓子事業	647	<b>680</b>	+5.0%
食品原料事業	139	<b>140</b>	+0.5%
国内その他事業	673	<b>720</b>	+6.9%
海外事業	823	<b>910</b>	+10.5%

<参考> 換算レート

24年12月期 通期実績

25年12月期 通期計画

中国 (CNY)

1CNY = 21.03円

1CNY = 21.67円

タイ (THB)

1THB = 4.31円

1THB = 4.20円

米国 (USD)

1USD = 151.44円

1USD = 158.00円

# セグメント別営業利益の計画



- 国内 : チルド商品の改善および価値創造・向上商品の発売による売上増・収益性改善等により、対前年+57億円の増益
- 海外 : 各地域の売上増等により、対前年+12億円の増益

(単位：億円)

	24年12月期	25年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
合計	110	<b>180</b>	+62.7%
(国内)	26	<b>84</b>	+213.7%
健康・食品事業	▲1	<b>19</b>	—
乳業事業	▲63	<b>▲7</b>	—
栄養菓子事業	51	<b>50</b>	▲3.8%
食品原料事業	20	<b>21</b>	+0.5%
国内その他事業	▲0	<b>6</b>	—
調整	19	<b>▲5</b>	—
海外事業	83	<b>96</b>	+14.4%

# 海外事業-地域別の売上高、営業利益の計画



## ◆中国

(単位：百万元)

	24年12月期	25年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
売上高	1,871	2,030	+8.5%
営業利益	228	260	+13.9%

## ◆ASEAN\*

(単位：百万米ドル)

	24年12月期	25年12月期	
	通期実績	通期計画	前年同期比
売上高	124	139	+12.2%
営業利益	0	1	+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	通期計画	前年同期比
売上高	101	105	+4.4%
営業利益	23	26	+13.0%

## Ⅲ. 中期経営計画について

---

すこやかな毎日、  
ゆたかな人生

Glico

---

# 中期経営計画 【加速フェーズ：FY25-27】説明資料

江崎グリコ株式会社

証券コード 2206

2025.02.13掲載

# 1. パーパスと長期経営構想の概要

PURPOSE 存在意義

## すこやかな毎日、ゆたかな人生

### 長期経営構想

#### 事業構想

- 科学的エビデンスに基づく「おいさと健康」を提供できる商品の上市
- グローバルにお客様起点のバリューチェーンの構築
- 「カテゴリー・マーケティング」から「事業マネジメント」への移行

#### 研究構想

- 注力領域と連動する研究領域でのエビデンス創出に注力
- 研究ポートフォリオマネジメント制の確立およびゲートマネジメントの導入
- 研究組織能力の向上（社外リソースの活用、デジタル・データ機能の拡充）

#### 人財構想

- 長期経営構想の自分事化
- Glico七訓に基づくマインドセットと行動の変革
- 長期ビジョン達成に必要なスキルの習得
- 個人・組織へのサポートによる学びの促進

### 中期経営計画

#### FY22-24 : 基盤フェーズ

売上高 : +3~5%  
営業利益 : +5~10%  
※CAGR (FY21比)

#### FY25-27 : 加速フェーズ

ROE : 6~8%  
売上高 : +5~10%/年  
営業利益 : +10~15%/年

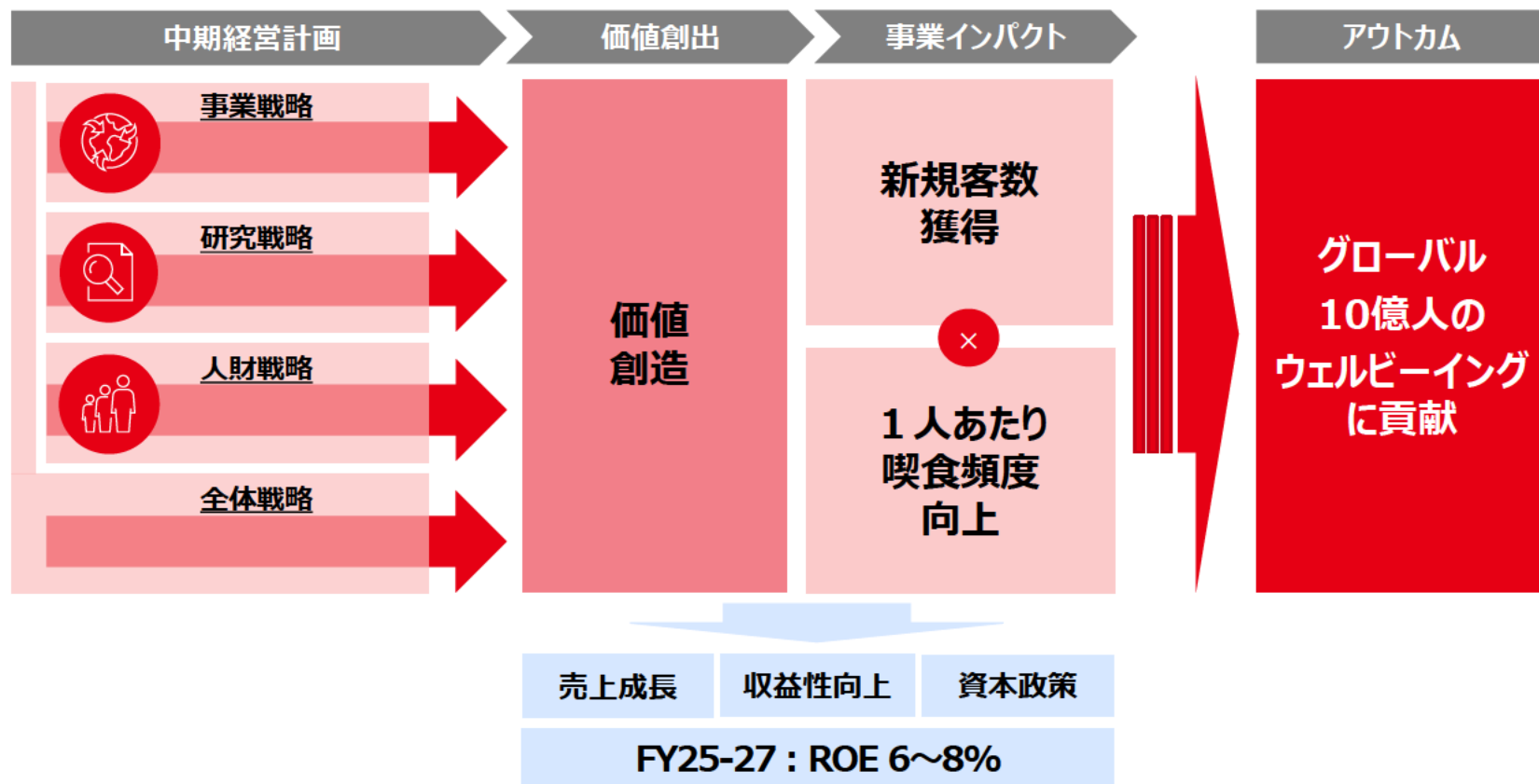
#### FY28-30 : 発展フェーズ

ROE : さらなる向上目指す

# 1.中期経営計画における価値創造・向上の位置づけ *Glico*

PURPOSE 存在意義

## すこやかな毎日、ゆたかな人生



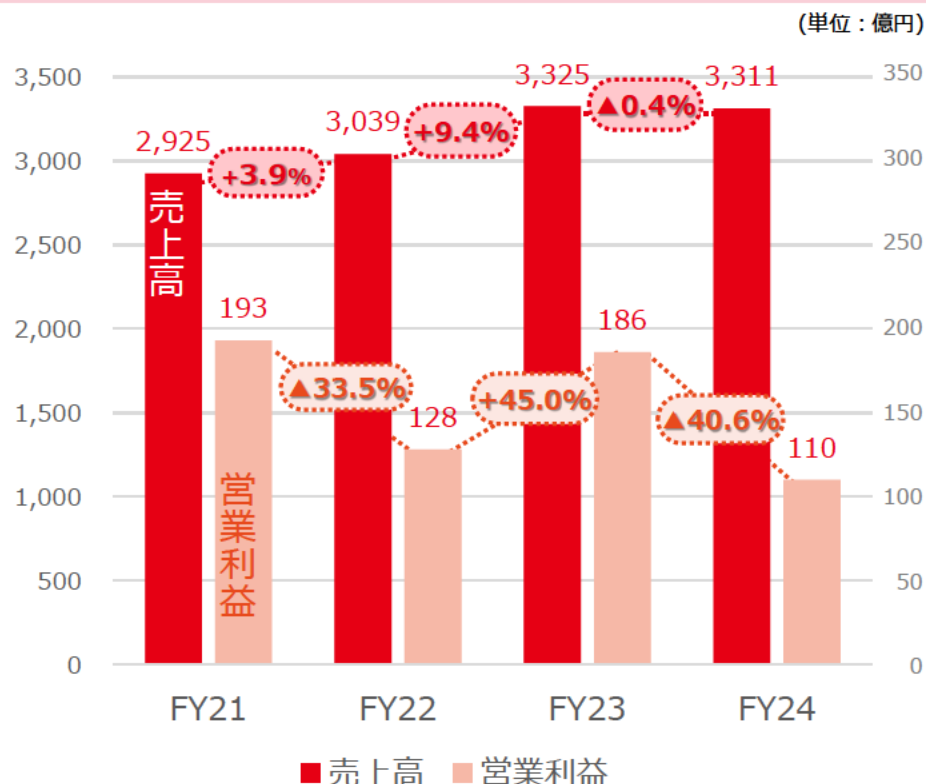
## 2.前中期経営計画【FY22-24】の振り返り①



### CAGR（年平均成長率）※FY21比

- 売上高 : +4.2% (+3~5%/年)
- 営業利益 : ▲17.0% (+5~10%/年)

→FY24 : ERPトラブル影響で売上高 : 対前年▲0.4%  
 ※チルド以外の国内売上高 : 対前年+8%



### 配当性向

- 株主とともに成長するために、35%以上の安定配当を実施

FY22	FY23	FY24
63.2%	36.0%	70.6%



## 2.前中期経営計画【FY22-24】の振り返り②

### 国内事業の変革

- カテゴリーマネジメントから事業マネジメントに移行
- 「健康イノベーション事業」「乳業事業」「グローバルブランド事業」「栄養菓子・補食事業」で5つの注力領域に対して、3つの起点（研究、素材、食文化）でGlico独自の健康価値の創造を推進

### 海外事業の拡大

- 10%以上の売上高の成長とともに収益の拡大にも努める  
売上成長：年平均18%以上、営業利益率：7.8%から10.2%に向上

### 価値創造テーマの上市計25件 FY21:0件→FY24：11件に増加



### Greenspoon社の参画 主菜・副菜分野で価値共創



### インドネシアで新工場を稼働 海外での安定供給能力を増強



## 2.前中期経営計画【FY22-24】の振り返り③



利益成長に伴う安定的な株主還元とともに、成長のための投資を積極的に実施

### 実績

#### 営業キャッシュフロー

- FY22：168億円
- FY23：280億円
- FY24：18億円

営業キャッシュフロー  
(3か年)  
**466億円**

#### 手元資金充当分

手元資金  
充当分  
**758億円**

通常投資  
**243億円**

#### 通常投資 243億円

- 国内：166億円
- 海外：62億円
- システム：15億円

成長投資  
**478億円**

#### 成長投資 478億円

- 基幹システム刷新 (総額 347億円) : 228億円
- 岐阜工場設備新設 (総額 90億円) : 90億円
- インドネシア工場新設 (総額 168億円) : 88億円
- その他 (M&A,出資等) : 71億円

株主還元等  
**203億円**

#### 株主還元・従業員還元203億円

- 配当性向 : 35%以上 (153億円)
- 自社株買い : FY22実施 (50億円)
- 政策保有株式 : 純資産の9.5%

CB償還  
**300億円**

#### 転換社債 (CB) 償還 300億円

- 2024年1月末に償還済

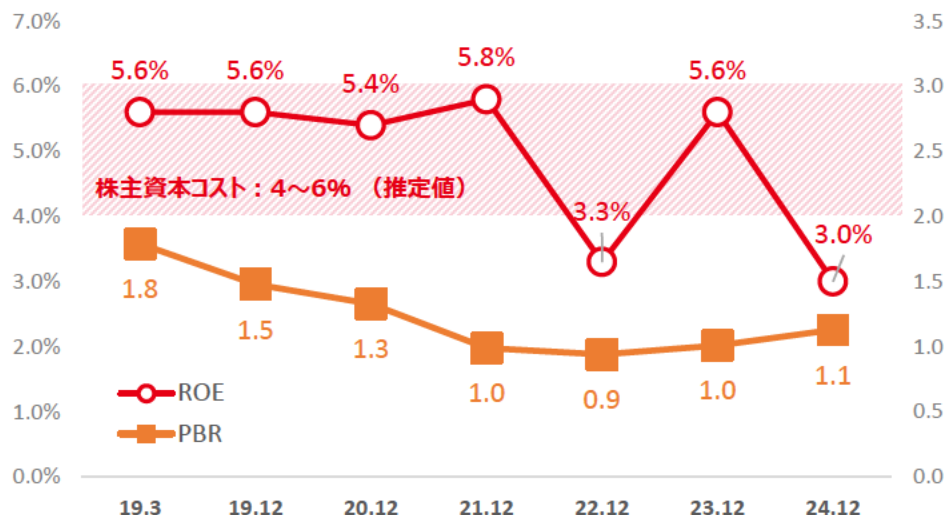
運転資金・余剰資金

# 3.市場評価・資本収益性の分析



## 資本コストについての現状認識

- 株主資本コスト：4～6%と想定
  - WACC：3.69～5.29%
  - CAPM：5.27～5.29%
  - 益利回り（1/PER）：3.69%



## ROE向上・資本コスト低減に向けた取り組み

- 市場評価と資本収益性を高めるため、価値創造による利益創出を加速
- 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

### 収益性 (純利益/売上高)

#### 価値創造による利益創出

- 重点領域の強化と収益性向上
- 社内外の共創（M&A・出資等含む）による成長投資（研究、人財、デジタル）の加速

### 効率性 (売上高/総資産)

#### 資産効率化の推進

- 事業部制と事業別ROICによる収益管理の徹底
- 運転資本の圧縮
- 政策保有株式の縮減（純資産の10%以下）

### 財務レバレッジ (総資産/株主資本)

#### 株主と共に成長

- 配当性向の引き上げ（45%以上）

### 資本コストの低減

- 株式市場との対話、情報開示の拡充
- サステナビリティ経営の推進
- 人財戦略、デジタル戦略の強化

# 4.新中期経営計画【FY25-27】の概要



価値創造による利益創出を加速、ROE6～8%の達成を目指す

<b>ROE</b>	<b>FY25-27 : 6～8%、FY28-30 : さらなる向上目指す</b>
<b>売上高・営業利益 (年成長率、前年比)</b>	<b>売上高+5～10%、営業利益+10～15%</b> ✓ 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
<b>資本政策</b>	<b>成長投資を加速しつつ、資本効率化と株主還元を強化</b> ✓ 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	計画	経営目標
売上高	3,325	3,311	3,700	<b>+5～10%/年</b>
前年比	+9.4%	▲0.4%	+11.7%	
営業利益	186	110	180	<b>+10～15%/年</b>
前年比	+45.0%	▲40.6%	+62.7%	
配当性向	36.0%	70.6%	50.4%	<b>45%以上</b>
ROE	5.6%	3.0%	4.4%	<b>FY27 : 6～8% (FY30 : さらなる向上目指す)</b>



## 事業戦略

- 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
- 海外市場における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での価値創造を通じた成長の加速
  - 北米での事業基盤の強化



## 研究戦略

- 事業戦略と連動した研究戦略・業務プロセスの再構築
- 研究戦略を成果に結実させるための研究部門全体での推進力の強化



## 人財戦略

- 内発的動機の組織力への転換
- 人財ポートフォリオの強化

## 全体戦略

- デジタル・AI変革の推進体制の構築
- サステナビリティ戦略の推進

## 資本政策

- 配当性向の引き上げ（35%以上→45%以上）
- 政策保有株式の縮減（純資産の10%以下）

## 4-2.主要事業の戦略（国内）



### 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

### Glicoのお客様起点のバリューチェーン

お客様や生活者とダイレクトに接点を持ち、そこから得たデータからさらに高い価値を生む、お客様起点のバリューチェーンを通して、必要とされる商品を提供し続ける





## 4-3.主要事業の戦略（海外）



### 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

### Glicoの世界発事業モデル

それぞれの地域において、特性に合ったものを開発し、  
それぞれにふさわしい状態で展開していく





## 研究戦略

- **研究ポートフォリオの再構築・投資の優先順位付け**
- **研究テーマと事業課題を直結させる、業務プロセスの設計**
- **研究戦略を成果に結実させる研究部門全体での推進力強化**
- **顧客理解醸成**に向けたプログラムの設計

## PURPOSE すこやかな毎日、ゆたかな人生

### 事業戦略

#### 研究価値起点

#### 5領域ごとの研究戦略

FY25-27期間で商品化につながる  
研究テーマの推進

- ① 発育・栄養の最適化
- ② 成長の支援
- ③ 運動能力の強化
- ④ 脳機能の向上
- ⑤ ヘルシーエイジング

#### 素材追求起点

#### 重点素材（研究視点）

おいさと健康の価値を持つ  
高品質な素材の追求



#### 食文化創造起点

#### おいしさの研究戦略

高品質な素材 × 素材の良さを  
引き出す製造技術の活用

素材加工技術（発酵など）

添加・調理技術（ダシ、油脂、塩など）

製品加工技術（チルド、冷凍など）

🚩 新しい食文化・ライフスタイルの創造



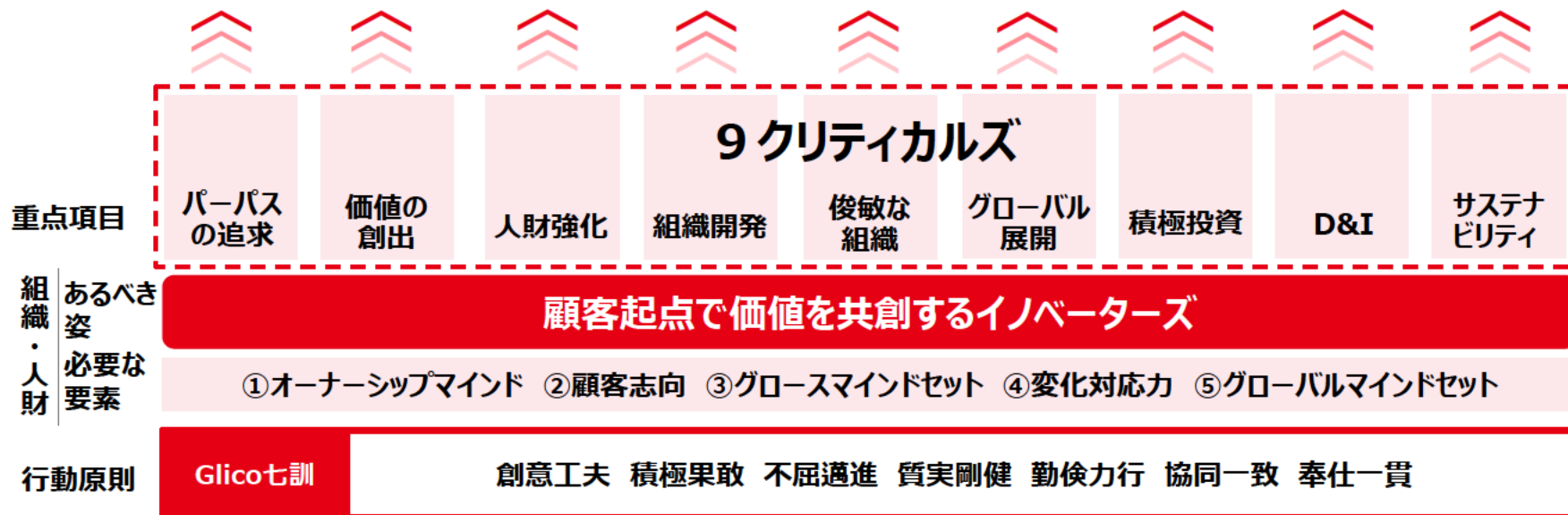


## 人財戦略

- 内発的動機を成果に繋げるための全社的仕組みの構築
- 人財スキル・ポートフォリオの強化
- 人的資本戦略の実効力を上げる体制構築

### PURPOSE すこやかな毎日、ゆたかな人生

VISION : Glicoグループは人々の良質な暮らしのため、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。



# 4-6.資本政策（キャッシュ・フロー・アロケーション）



## 海外を中心に成長投資を強化

営業キャッシュフロー  
950～1,000億円

資産縮減  
50億円  
(手元資金縮減含む)  
■ 政策保有株式の縮減  
(純資産の10%以下)



# ※ 補足資料

---

## 事業セグメントの分類 (売上高)

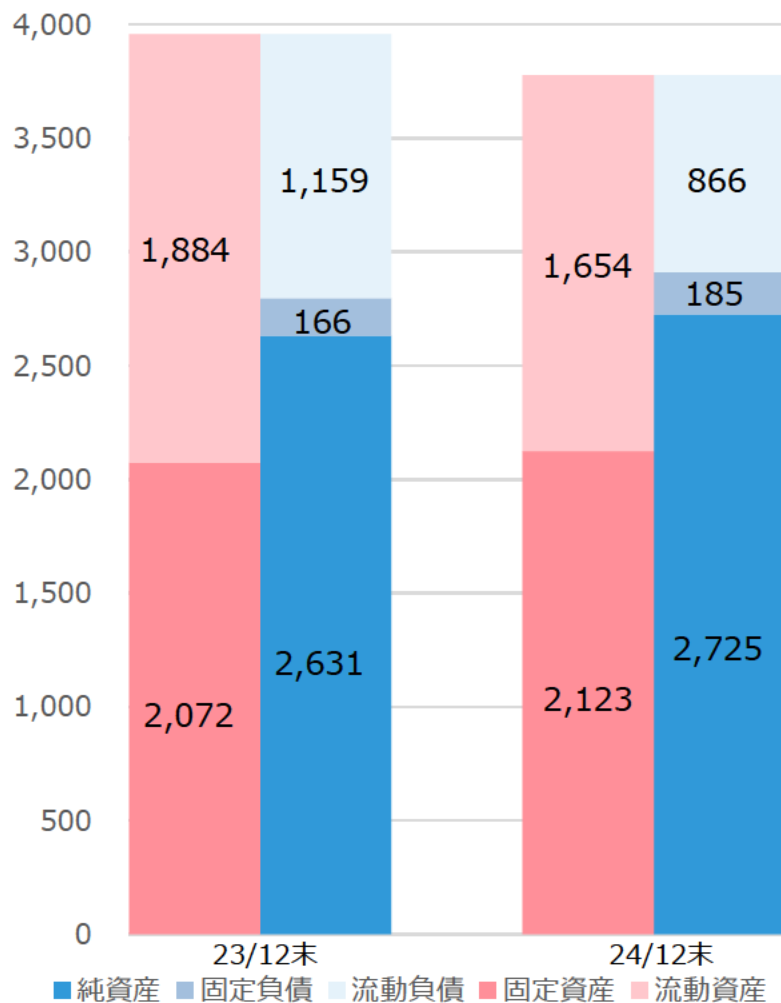


(単位：億円)

セグメント	分類	23年12月期				24年12月期				25年12月期	
		1月-3月	1月-6月	1月-9月	1月-12月	1月-3月	1月-6月	1月-9月	1月-12月	通期計画	前年同期比
健康・食品 事業	健康	28	61	96	127	28	43	74	104	155	+48.4%
	アイスクリーム	26	81	176	209	29	94	191	222	234	+5.2%
	その他	39	76	119	168	41	68	102	139	140	+0.7%
	計	94	218	391	504	99	206	368	466	530	+13.5%
乳業事業	発酵乳	27	59	91	120	28	32	41	60	115	+90.4%
	アイスクリーム	49	127	227	286	56	147	247	307	321	+4.5%
	その他	65	136	215	290	68	92	130	192	283	+47.0%
	計	142	323	534	696	153	272	419	560	720	+28.4%
栄養菓子 事業	チョコレート	85	162	230	357	98	175	246	388	389	+0.3%
	ビスケット	43	95	147	202	52	107	167	229	237	+3.6%
	その他	12	27	44	58	13	16	19	29	52	+77.6%
	計	142	285	421	618	164	299	433	647	680	+5.0%
食品原料事業		26	62	99	133	27	66	103	139	140	+0.5%
国内その他事業		136	303	500	659	147	301	498	673	720	+6.9%
海外		167	337	517	712	196	394	588	823	910	+10.5%
合計		710	1,531	2,465	3,325	789	1,540	2,411	3,311	3,700	+11.7%

## 貸借対照表の状況

(単位：億円)



資産の部 主要勘定科目		23年12月末	24年12月末	増減額
流動資産	現金及び預金	971	602	▲369
	受取手形及び売掛金	484	499	+15
	有価証券	-	-	-
	棚卸資産	338	414	+75
	流動資産合計	1,884	1,654	▲230
固定資産	有形固定資産	1,114	1,118	+3
	無形固定資産	269	305	+36
	投資有価証券	468	466	▲1
	固定資産合計	2,072	2,123	+50

負債の部・純資産の部 主要勘定科目		23年12月末	24年12月末	増減額
流動負債	支払手形及び買掛金	383	386	+3
	短期・長期(1年以内)借入金	-	0	+0
	転換社債型新株予約権付社債	300	-	▲300
	流動負債合計	1,159	866	▲293
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	166	185	+19
純資産	株主資本	2,300	2,303	+2
	純資産合計	2,631	2,725	+94

## キャッシュフローの状況

(単位：億円)

	20年12月期 通期実績	21年12月期 通期実績	22年12月期 通期実績	23年12月期 通期実績	24年12月期 通期実績
営業活動による キャッシュフロー	172	286	168	280	18
投資活動による キャッシュフロー	▲124	▲291	▲201	▲86	▲102
FCF (フリーキャッシュフロー)	47	▲5	▲33	194	▲84
財務活動による キャッシュフロー	▲97	▲48	▲102	▲61	▲392
現金及び現金同等物の 期末残高	924	894	799	946	566

## 設備投資額、減価償却費、研究開発費

(単位：億円)

	22年12月期 通期実績	23年12月期 通期実績	24年12月期 通期実績	25年12月期 通期計画
設備投資額	183	118	106	121
システム投資額	70	61	66	20
減価償却費	138	140	167	180
研究開発費	51	59	62	71

## 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
2021	3/31	110.71	129.80	3.54	16.84	9.78	0.77
	6/30	110.58	131.58	3.44	17.11	9.78	0.77
	9/30	111.42	129.11	3.26	17.15	9.37	0.73
	12/31	115.02	130.51	3.43	18.06	9.73	0.81
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



## 【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](mailto:ir-division@glico.com)