



グローリーグループ 2026中期経営計画 [FY2024-2026]

目次

1. 2023中期経営計画総括
2. 経営目標
3. コンセプトと基本方針
4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

1. 2023中期経営計画総括

1. 2023中期経営計画総括
2. 経営目標
3. コンセプトと基本方針
4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

1. 2023中期経営計画総括

2021・2022年度は大きく利益が落ち込んだが、
2023年度は売上高、営業利益、ROEともに目標を大きく上回って達成

2023年度実績

売上高

新領域事業
売上高

実績 **3,724** 億円

実績 **360** 億円

目標 **3,000** 億円

目標 **400** 億円

営業利益

実績 のれん償却後 **512** 億円

実績 のれん償却前 **588** 億円

目標 のれん償却後 **300** 億円

目標 のれん償却前 **350** 億円

ROE

実績 のれん償却後 **14.1** %

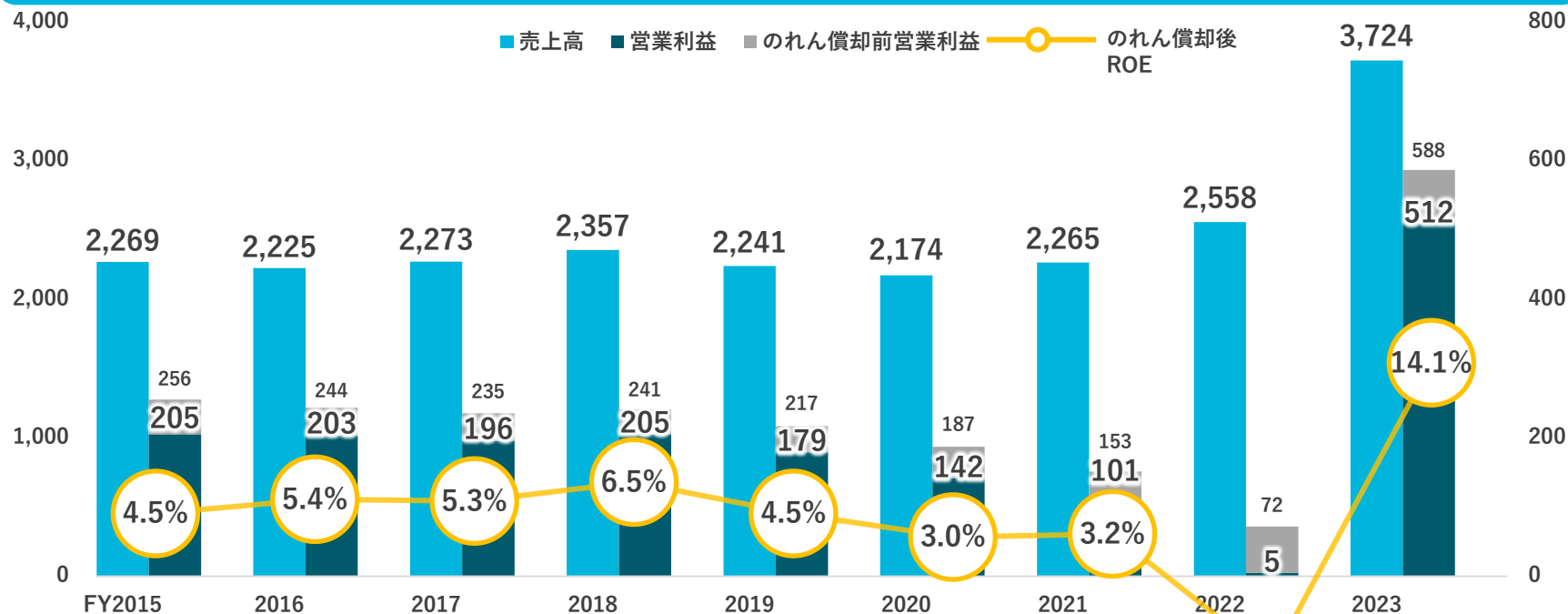
実績 のれん償却前 **17.7** %

目標 のれん償却後 **9.5** %

目標 のれん償却前 **12.0** %

売上高・営業利益

(単位：億円)



主なトピックス

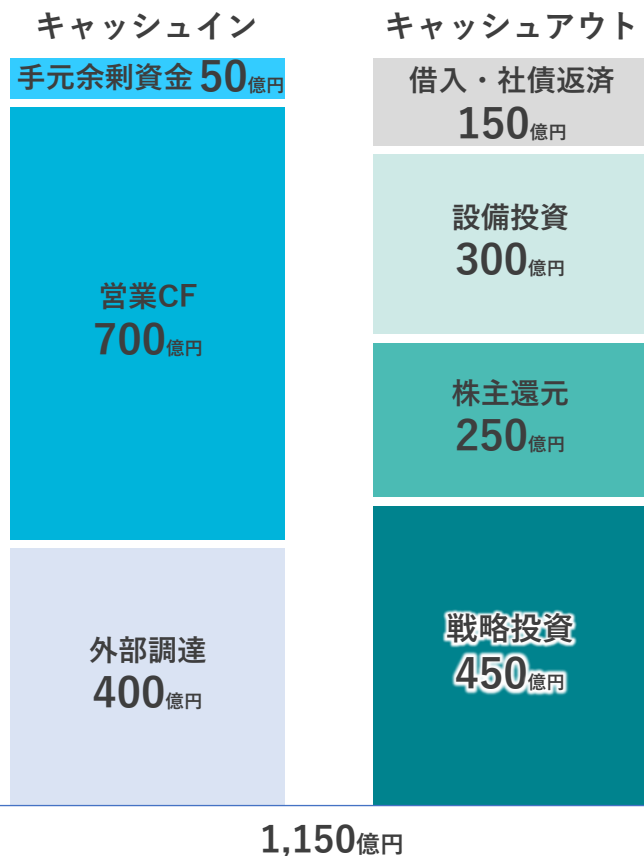
- ① 新型コロナウイルス感染症
- ② 半導体等の部品不足
- ③ 部材価格の高騰
- ④ 子会社社員による不正行為
- ⑤ ERP導入の中止
- ⑥ セキュリティインシデント

- ① 新500円硬貨(改铸)/新紙幣発行(改刷)
- ② Acrelec/Revolution/Flooid買収

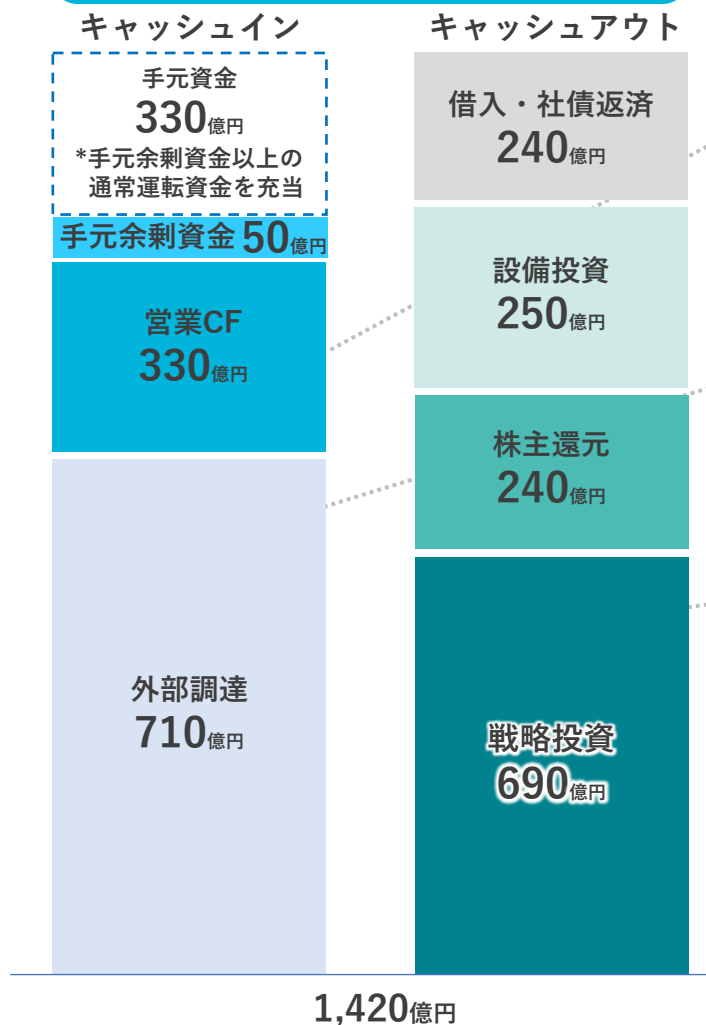
1. 2023中期経営計画総括

営業CFの減少を手元資金と外部調達で補填し、計画的な株主還元と戦略的な投資を実行

キャッシュアロケーション想定



キャッシュアロケーション実績



計画との差異と主な要因

営業CF ▲370億円

- 新型コロナウイルス感染症、半導体等の部品不足の影響による業績悪化に伴い、営業CFが大きく減少

外部調達 +310億円

- 運転資金・戦略投資の増加及び営業CFの減少などにより外部調達が大きく増加

戦略投資 +240億円

- 事業戦略上の必要性を重視し、M&Aや資本業務提携を機動的に実施した結果、戦略投資が大きく増加

Revolution
Retail Systems

flooid

OneBanx

SHOWCASE GIG

AdInte

TTG

REDISH

Clip

1. 2023中期経営計画総括

次世代を切り拓く事業開発の加速

- 飲食・リテール・金融 の3市場を中心に戦略投資、業務提携を実施
コア事業の顧客チャネルが活用できる領域で事業開発を加速
- 新領域事業売上高は未達となったが、有望な新事業としてAcrelecを中心としたKIOSK関連事業及びDMP*事業を発掘

*DMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）とは、収集し蓄積されたオンラインデータや、リアル店舗に来店された消費者の行動履歴等のオフラインデータを管理し、広告配信のアクションプラン等に役立てるデータビジネスを行うプラットフォームのこと

2020中期経営計画

2023中期経営計画

FY2021

FY2022

FY2023



REDISH

飲食

Acrelec、SHOWCASE GIGとの連携により
KIOSK関連事業を中心としたビジネスを展開



flooid

リテール

リテールソリューションを補完する企業買収、
提携を実施し、ソフトウェアソリューション等
を拡大



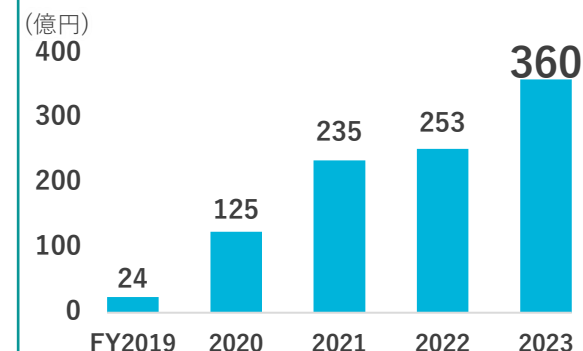
金融

店舗のセルフ化を推進するソリューションの開
発やシェアードサービスを展開

新領域事業売上高

2023年度

実績 360 億円 目標 400 億円



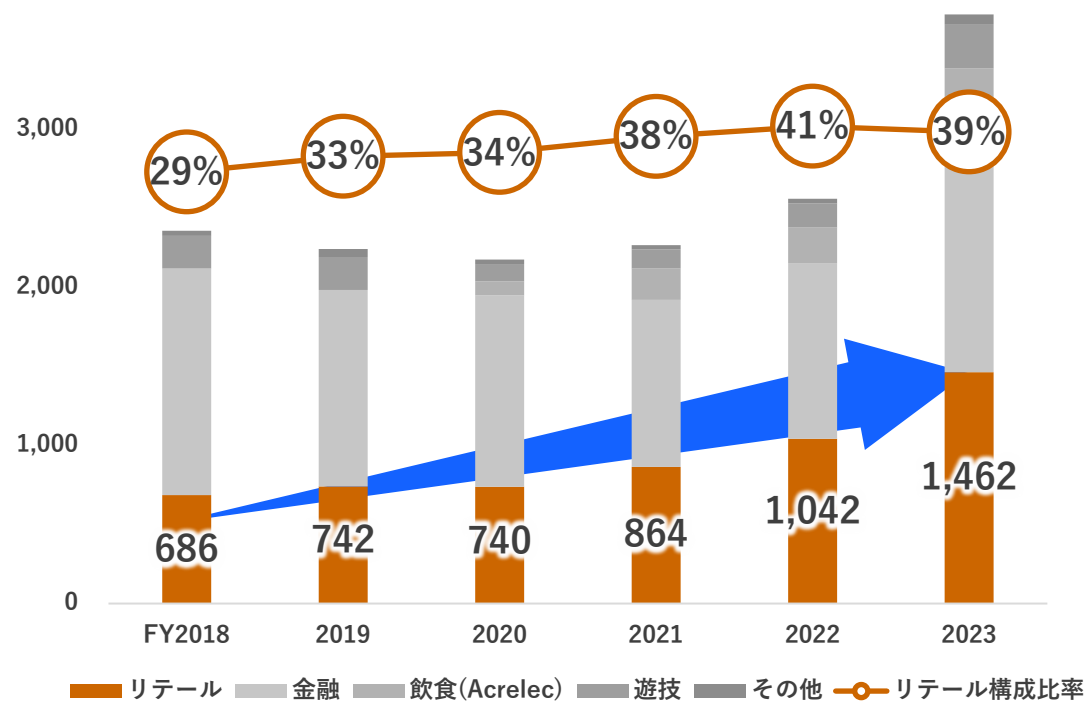
1. 2023中期経営計画総括

II コア事業の革新による収益の最大化

グローバルトップリテーラーとの契約獲得など、リテール市場が拡大
市場の拡大に伴いメンテナンス契約を獲得し安定的な収益源を確保

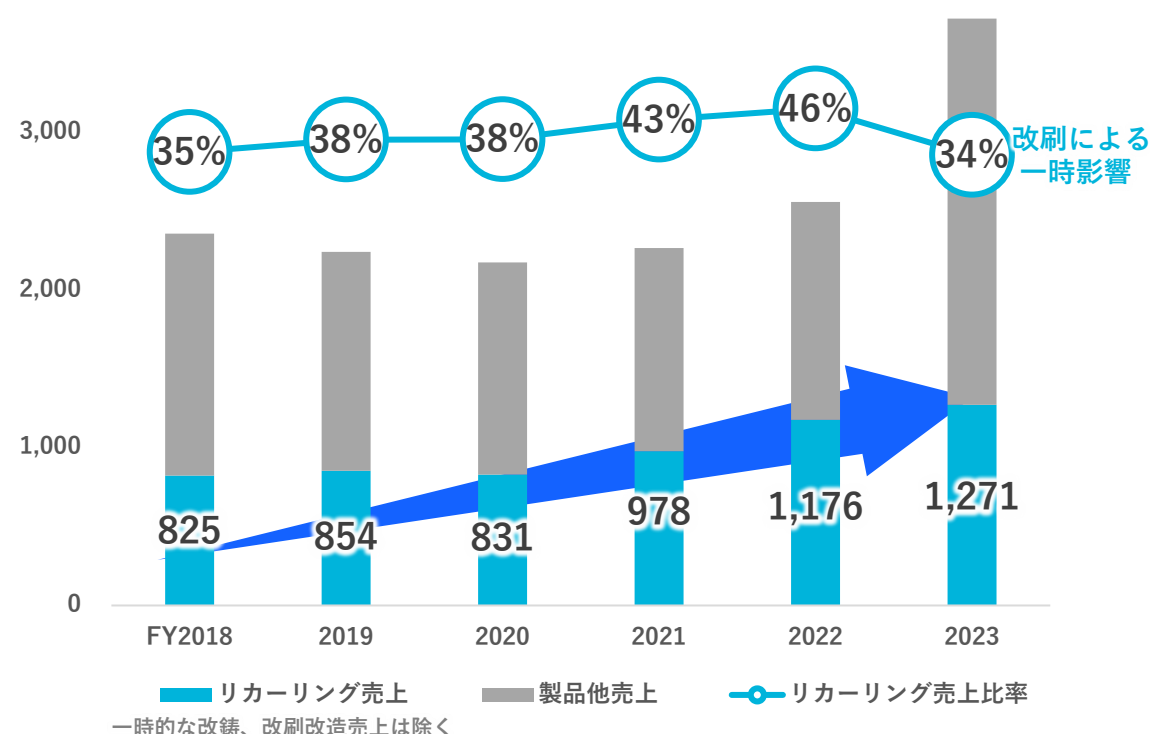
リテール売上高* (国内・海外)

(億円) *流通・交通市場売上高及び海外リテール市場売上高の合計値
(Acrelecは除く)



リカーリング売上高 (国内・海外)

(億円)



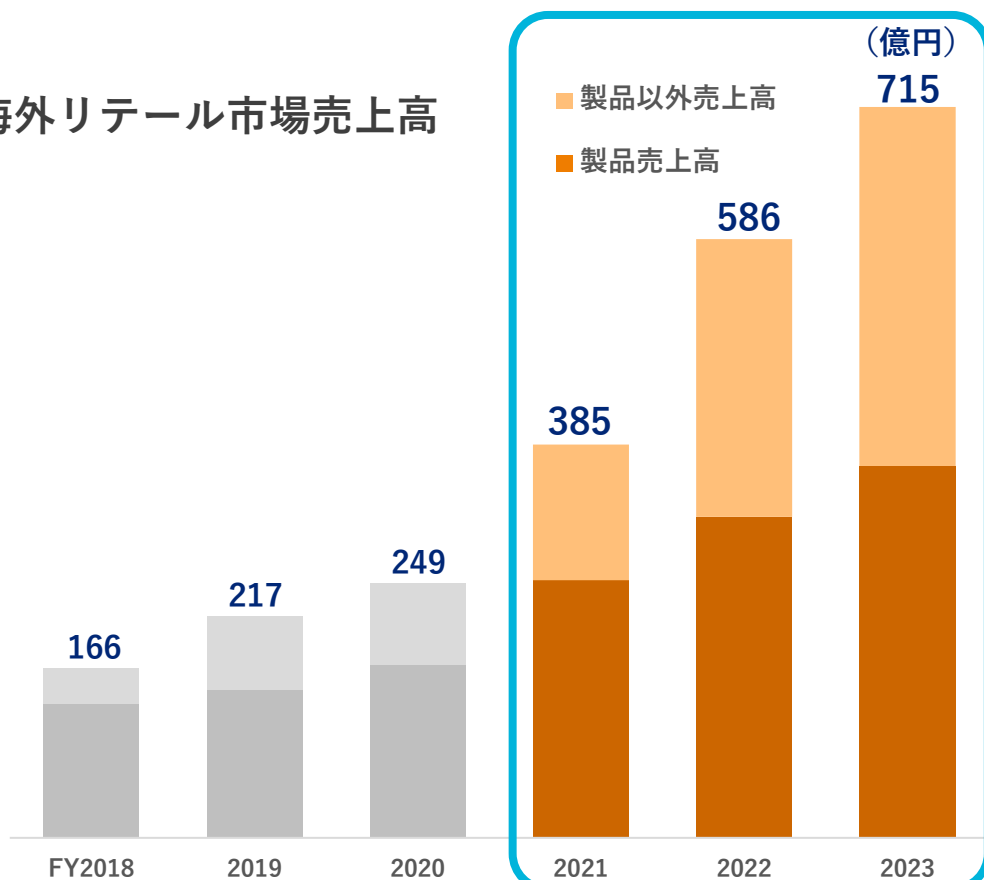
1. 2023中期経営計画総括

II コア事業の革新による収益の最大化

海外事業

省人化ニーズを捉えグローバルトップリテラーとの契約を獲得するなどリテール市場が拡大

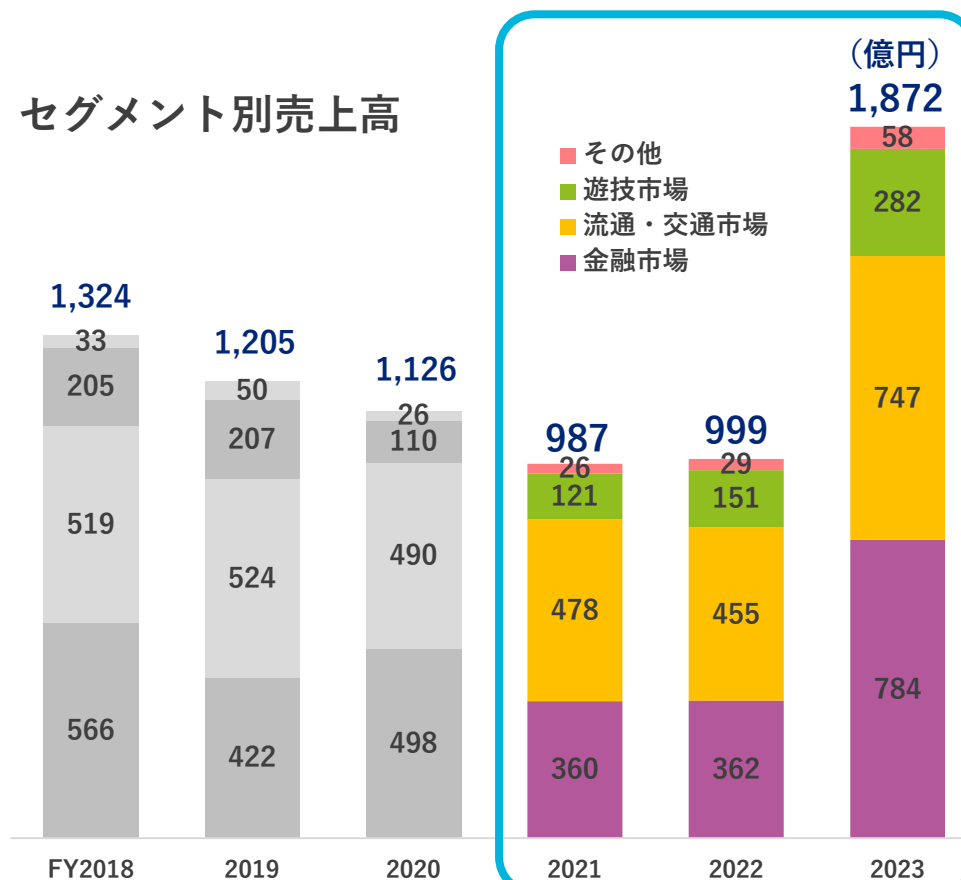
海外リテール市場売上高



国内事業

2023年度は新紙幣対応と遊技事業が収益に大きく貢献
売上高は過去最高

セグメント別売上高



1. 2023中期経営計画総括

II コア事業の革新による収益の最大化

社会インフラを支える企業としての使命を果たすべく、新紙幣への対応を計画的に実施

報告セグメント

	2023年度	2024年度
売上高	500 億円	50 億円
金融市場	対応完了	—
流通・交通市場	計画通り進捗	対応完了予定
遊技市場		

1. 2023中期経営計画総括（まとめ）

成 果

課 題

I 次世代を切り拓く
事業開発の加速

- 有望な新領域事業の発掘
（KIOSK関連事業、DMP事業）

II コア事業の革新に
よる収益の最大化

- リカーリング売上高の拡大による
収益の安定化
- リテール売上高の拡大
- 改刷対応の着実な実行

III 持続的成長を
支える経営基盤の
構築

- ポートフォリオマネジメントの導入
と特定事業の収益改善活動の推進

- 新領域事業の早期収益化
- コア事業の高収益化
- 安定的なサプライチェーンの実現
- サイバーセキュリティの強化

2026中期経営計画で取り組む方針

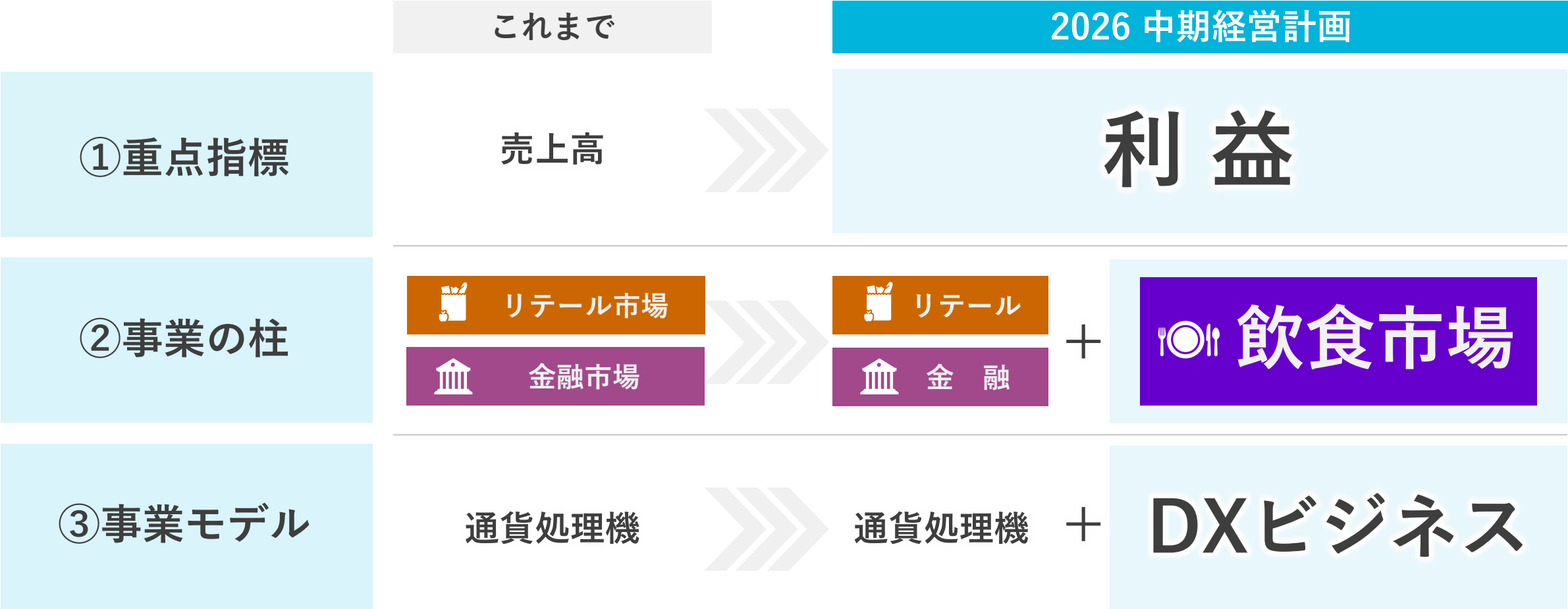
- これまでの戦略投資を最大限に活用し、飲食・リテール・金融で事業成長を実現
- リスクマネジメント強化による安定経営を実現

2. 経営目標

1. 2023中期経営計画総括
- 2. 経営目標**
3. コンセプトと基本方針
4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

2. 経営目標

2026中期経営計画における変革ポイント



2. 経営目標

重点指標を売上高から「利益」へ変更し、稼ぐ力を回復する

リスクの顕在化により
稼ぐ力の低下が露呈

2022年度(実績)

のれん償却前
営業利益 72 億円
のれん償却前
営業利益率 3 %

2026年度(目標)

のれん償却前
営業利益 380 億円
のれん償却前
営業利益率 11 %

稼ぐ力の回復

- ROICを基準とする意思決定
- 価格戦略の実行
- 新領域事業の収益化
- 高収益市場へのリソース注入
- 高収益商品・サービスの充実

- 原価低減
- 固定費削減
- グループ組織の再編による効率化
- 不採算事業の改善、撤退

etc.

FY2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

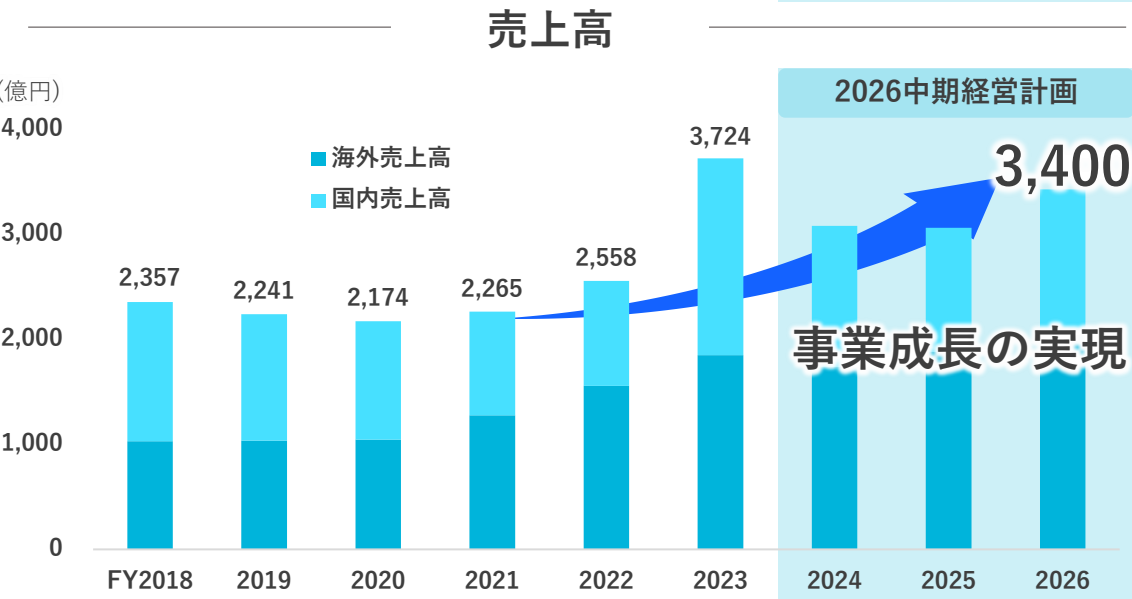
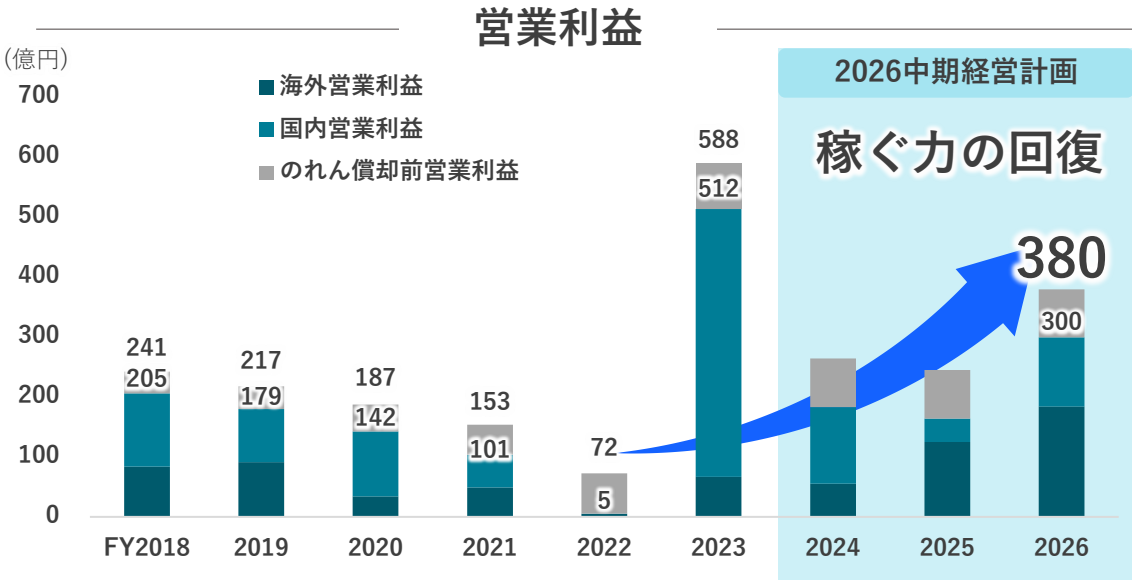
2026

2. 経営目標

2026年度 財務目標

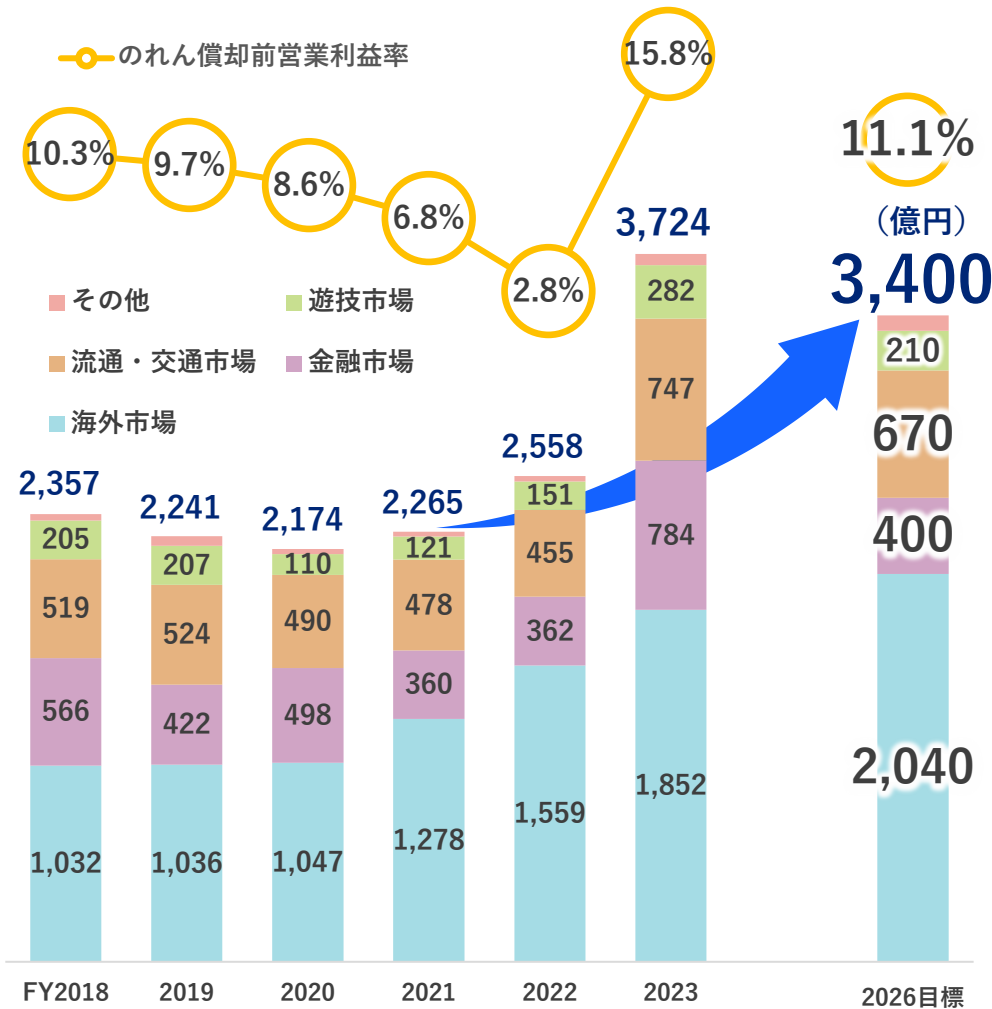
効率性		のれん償却前	のれん償却後
	ROE	10%以上	6%以上
	ROIC	8%以上	5%以上
	ROA	5%以上	3%以上
売上高	営業利益	380億円以上	300億円以上
	売上高	3,400億円以上	
	内 新領域事業 売上高	600億円以上	

想定為替レート 140円/ドル、150円/ユーロ

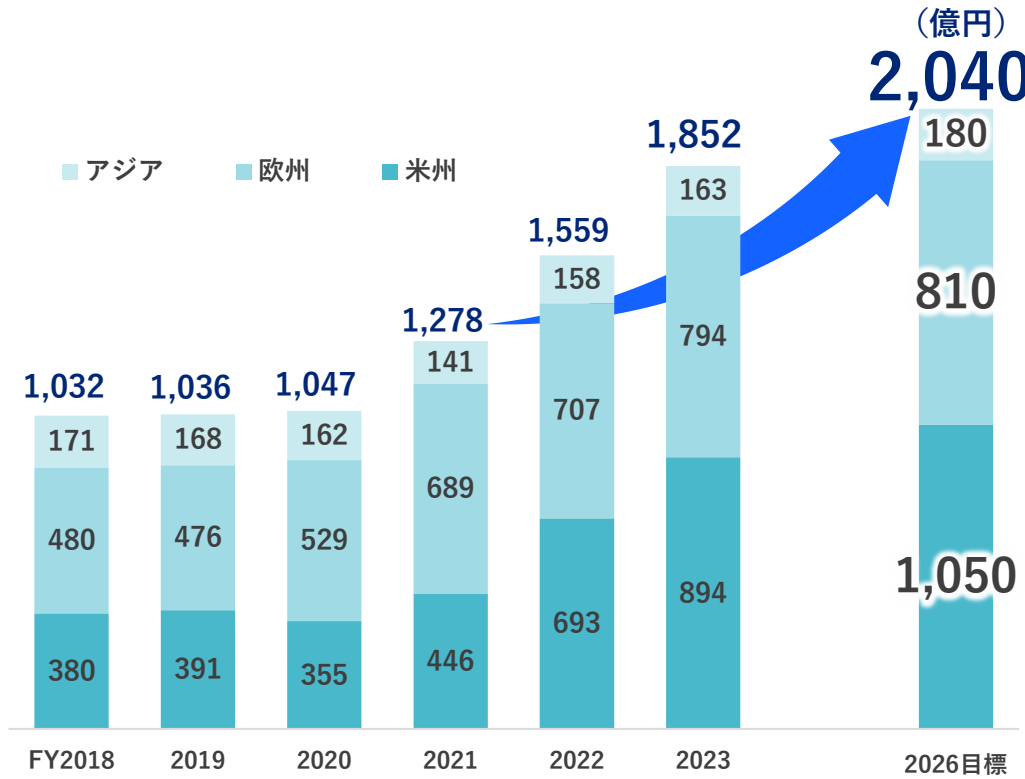


2. 経営目標

のれん償却前営業利益率とセグメント別売上高



海外地域別売上高



PBR1.0倍以上を早期に実現する

ROE・ROIC・ROAの改善

事業の成長加速

(P.20~38)

- 新たな収益源の獲得
- コア事業の収益拡大

負債・資本構成の最適化

(P.42)

- 資産効率の向上
- 適切な自己資本比率

利益率向上及び キャッシュ創出力強化

(P.20~38,40,41)

- DX・AIを活用した生産性向上
- 安定したキャッシュ創出



バランスを考慮した成長投資と株主還元の実施

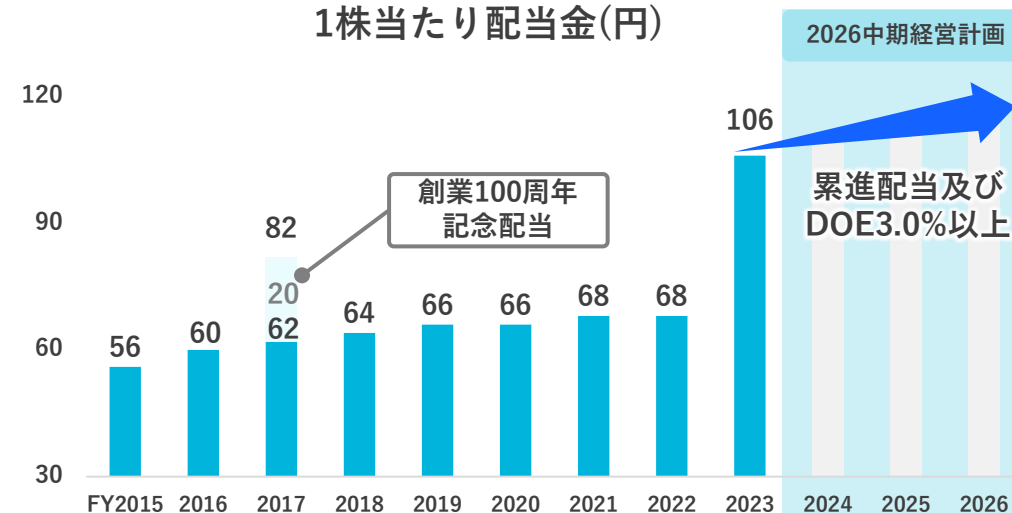
(P.42)

- 成長投資の継続的な実施
- 累進配当及び株主資本配当率(DOE)3.0%以上
- 機動的な株主還元施策



- 非財務目標に対する取組みと開示の充実
- 投資家との継続的な対話による事業戦略の浸透

1株当たり配当金(円)



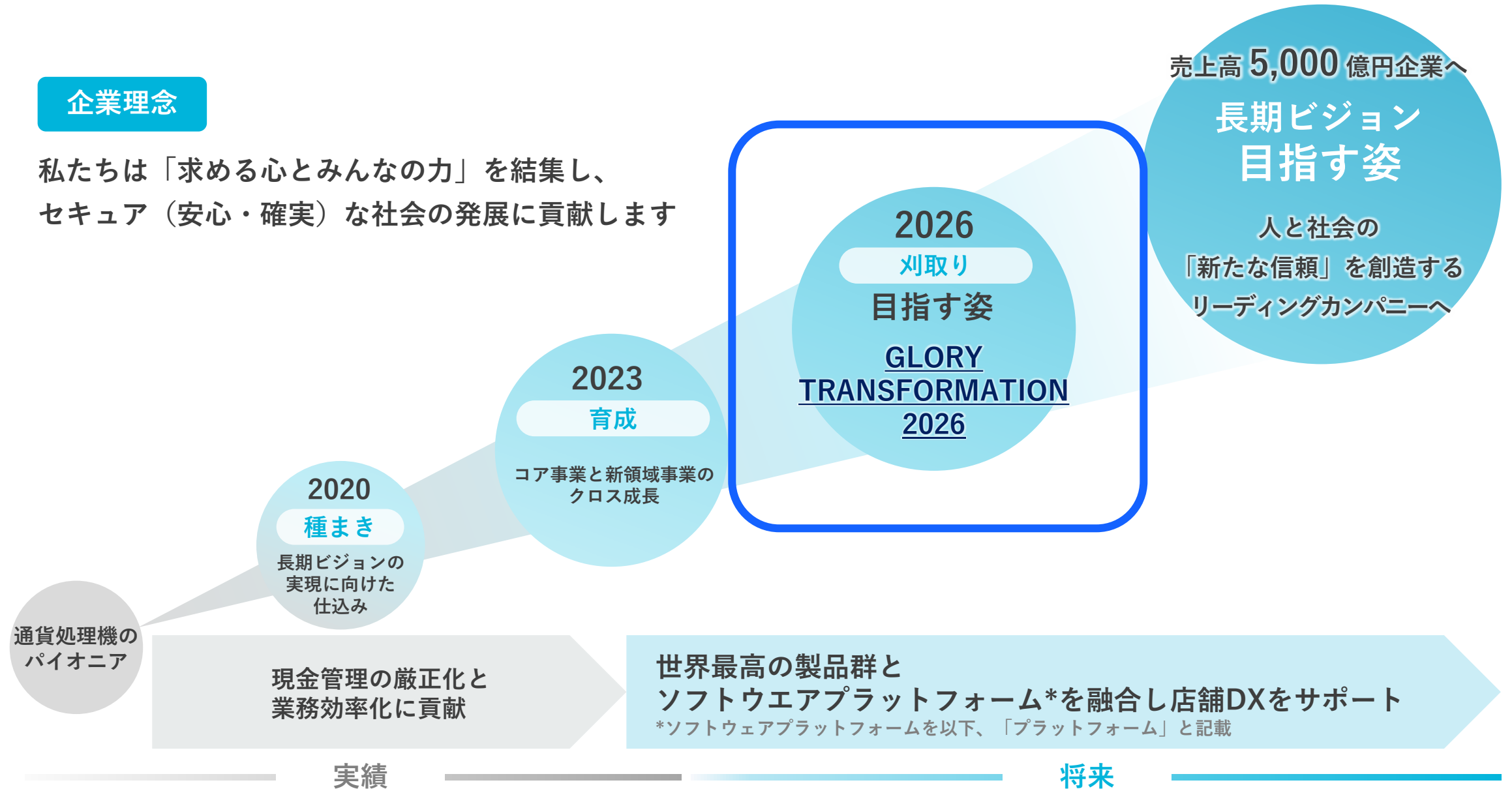
3. コンセプトと基本方針

1. 2023中期経営計画総括
2. 経営目標
- 3. コンセプトと基本方針**
4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

3. コンセプトと基本方針（中期経営計画の位置付け）

企業理念

私たちは「求める心とみんなの力」を結集し、
セキュア（安心・確実）な社会の発展に貢献します



3. コンセプトと基本方針

コンセプト

GLORY TRANSFORMATION 2026

お客様と共に未来を創造するグローリー

基本方針

事業戦略

新たな収益源の獲得

コア事業の収益拡大

経営基盤
戦略

経営マネジメントの強化

リスクマネジメントの強化

3. コンセプトと基本方針（マテリアリティと基本方針のつながり）

サステナビリティにおける最重要マテリアリティを踏まえ、2026中期経営計画で取り組むべき基本方針を策定

最重要マテリアリティ

新しい
価値の創造

社会のニーズに合った製品・
ソリューションの提供

環境

温室効果ガス排出量の削減

社会

事業戦略に資する人材の確保・育成

人権の尊重

ガバナンス

コンプライアンス経営の推進

顧客プライバシー、情報セキュリティの確保

2026中期経営計画の取組み

事業
戦略

基本方針Ⅰ 新たな収益源の獲得

基本方針Ⅱ コア事業の収益拡大

経営
基盤
戦略

基本方針Ⅲ 経営マネジメントの強化

DX戦略

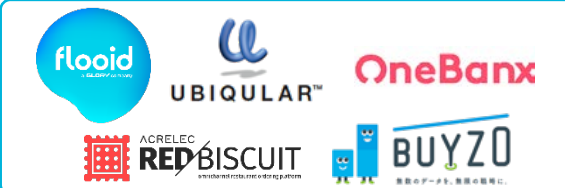
人材戦略

資本・財務戦略

気候変動に対する取組み

基本方針Ⅳ リスクマネジメントの強化

3. コンセプトと基本方針

	基本方針	重点実施事項	ソリューション/プラットフォーム
事業戦略	I 新たな収益源の獲得	・ 注力事業（KIOSK関連事業・DMP事業）の収益化 ・ 製品とプラットフォームの融合による新たなソリューションの創出	
	II コア事業の収益拡大	・ セルフ化ニーズを捉えた製品・サービスの投入 ・ 大口商談の確実な獲得 ・ 米州販売体制の強化	
経営基盤戦略	III 経営マネジメントの強化	DX戦略 人材戦略 資本・財務戦略 気候変動に対する取り組み ・ DX基盤の構築による業務プロセスの革新とDXビジネスの創出 ・ 社員エンゲージメントの向上及び人的資本の充実による競争力強化 ・ 機動的な成長投資と安定的な株主還元の実現 ・ SBTに準拠したCO₂削減目標への取り組み強化	
	IV リスクマネジメントの強化	・ 対応すべきリスクの特定と対応策の確立	

4. 事業戦略

I. 全体戦略

II. 注力市場別戦略

1. 2023中期経営計画総括
2. 経営目標
3. コンセプトと基本方針
4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

4. 事業戦略 会計セグメントと注力3市場の関係

事業戦略上の注力市場を設定

注力3市場

リテール

金融

+

飲食

会計セグメント			 リテール	 金融	 飲食
セグメント	主な取引先	2026年度 売上高目標	1,600億円	1,100億円	410億円
海外市場	海外の金融機関 小売店、飲食店など	2,040億円	○ 1,000億円	○ 700億円	○ 340億円
金融市場	国内の金融機関など	400億円	—	○ 400億円	—
流通・交通 市場	国内のスーパー、コンビニ、 飲食店、病院、鉄道など	670億円	○ 600億円	—	○ 70億円
遊技市場	国内の遊技場 (パチンコホールなど)	210億円	—	—	—
その他	上記報告セグメントに 属さない販売、及び保守先	80億円	—	—	—

4. 事業戦略 I. 全体戦略 (注力市場における当社事業の成長ステージ)

注力3市場



+



注力市場における当社事業の成長ステージを
明確にした上で事業戦略を実行する

目標指標

2023年度比*新紙幣発行による需要を除く

新領域事業

売上成長
+65%

ACRELEC
flood
AdInte
SHOWCASE GIG
OneBanx



コア事業

利益成長
+30%

メカトロ 認識 識別 データ アナリ ティクス
グローリーのコア技術

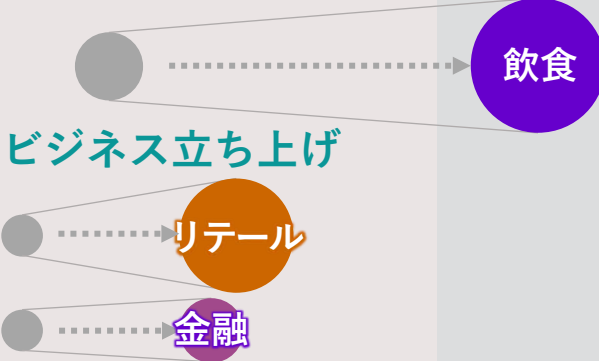
注力市場における当社事業の成長ステージ

導入期

成長期

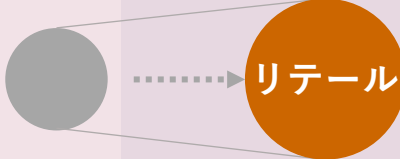
成熟期

ビジネス立ち上げ+成長戦略の実現

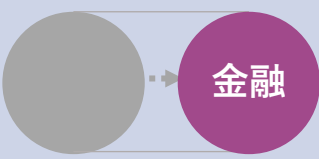


成長エンジン

成長戦略の実現



収益性の維持、向上



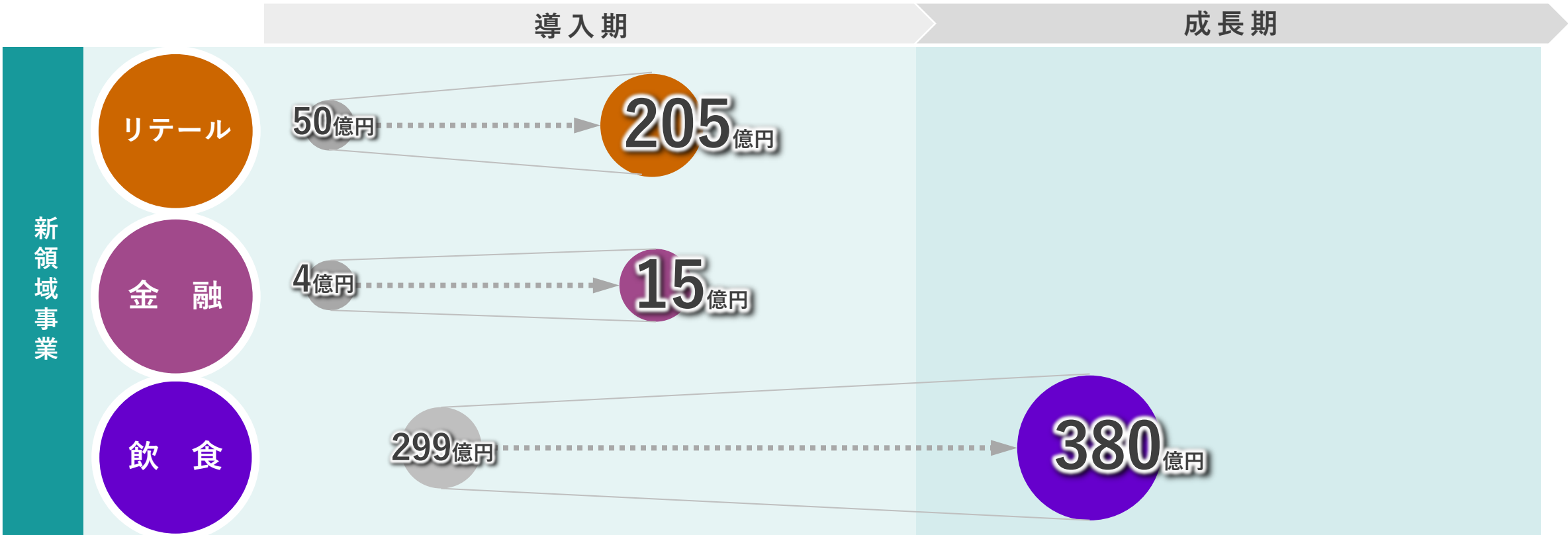
● : 2023年度時点 *新紙幣発行による需要を除く ●●● : 2026年度計画 円の大きさ : 売上の大きさ

4. 事業戦略 I. 全体戦略 (注力市場における当社事業の成長ステージ)

注力3市場を定め、新領域事業の収益化を加速する

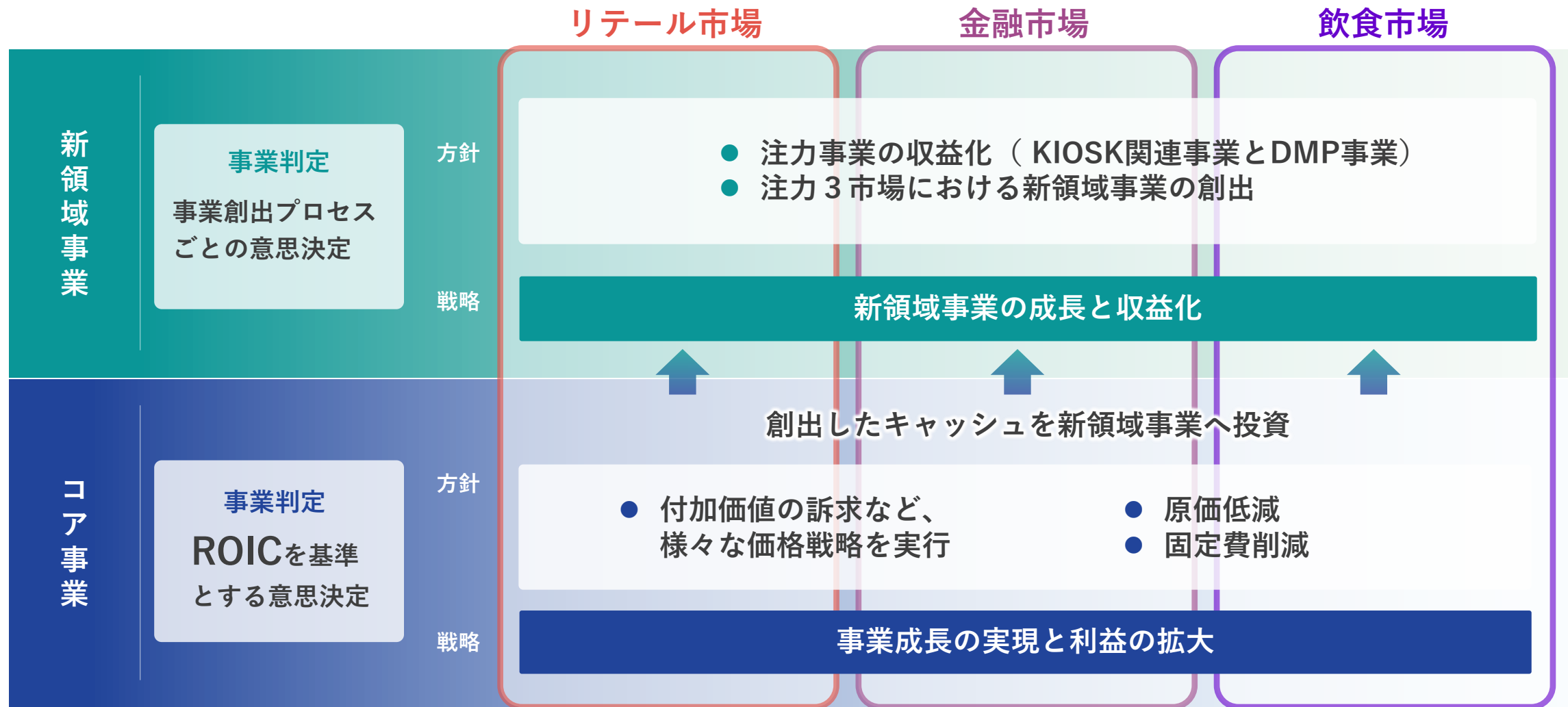
売上高目標
2026年度
600 億円

● : 2023年度時点売上 ●●● : 2026年度目標売上 円の大きさ : 売上の大きさ



4. 事業戦略 I. 全体戦略（事業成長に向けた戦略）

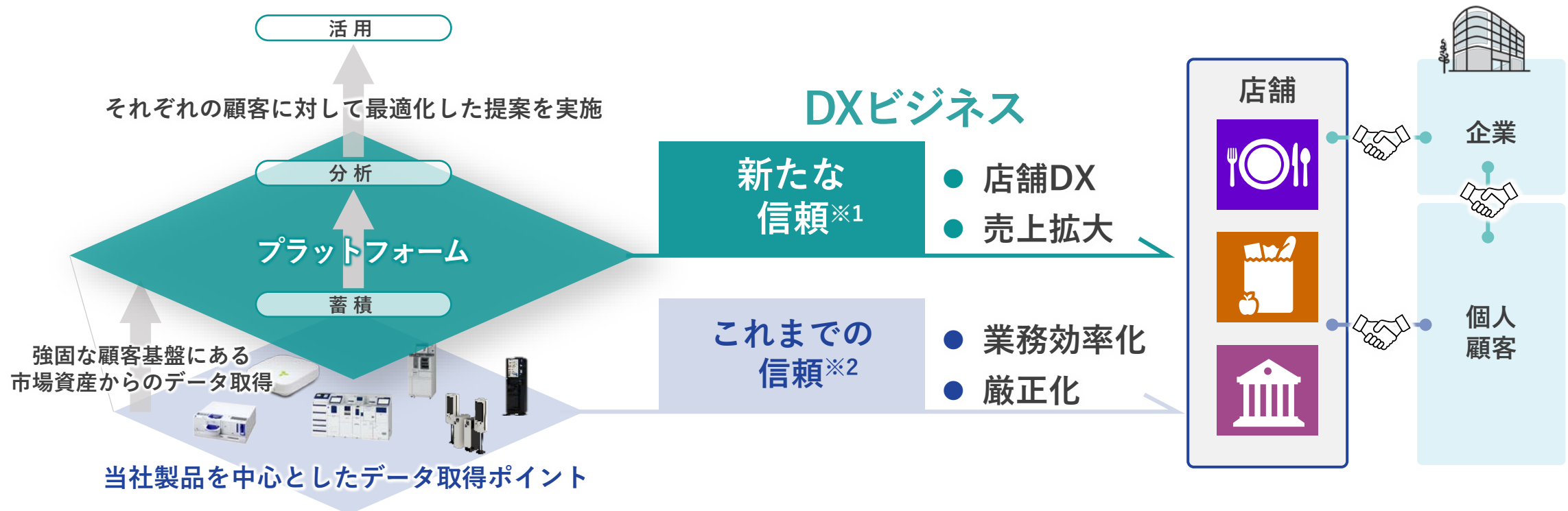
コア事業の収益性向上と新領域事業の収益化を両立し、事業成長を実現



4. 事業戦略 I. 全体戦略（プラットフォームを活用した新たな信頼の構築）

GLORY
TRANSFORMATION
2026

店舗DXと売上拡大への貢献により「新たな信頼」を創造する

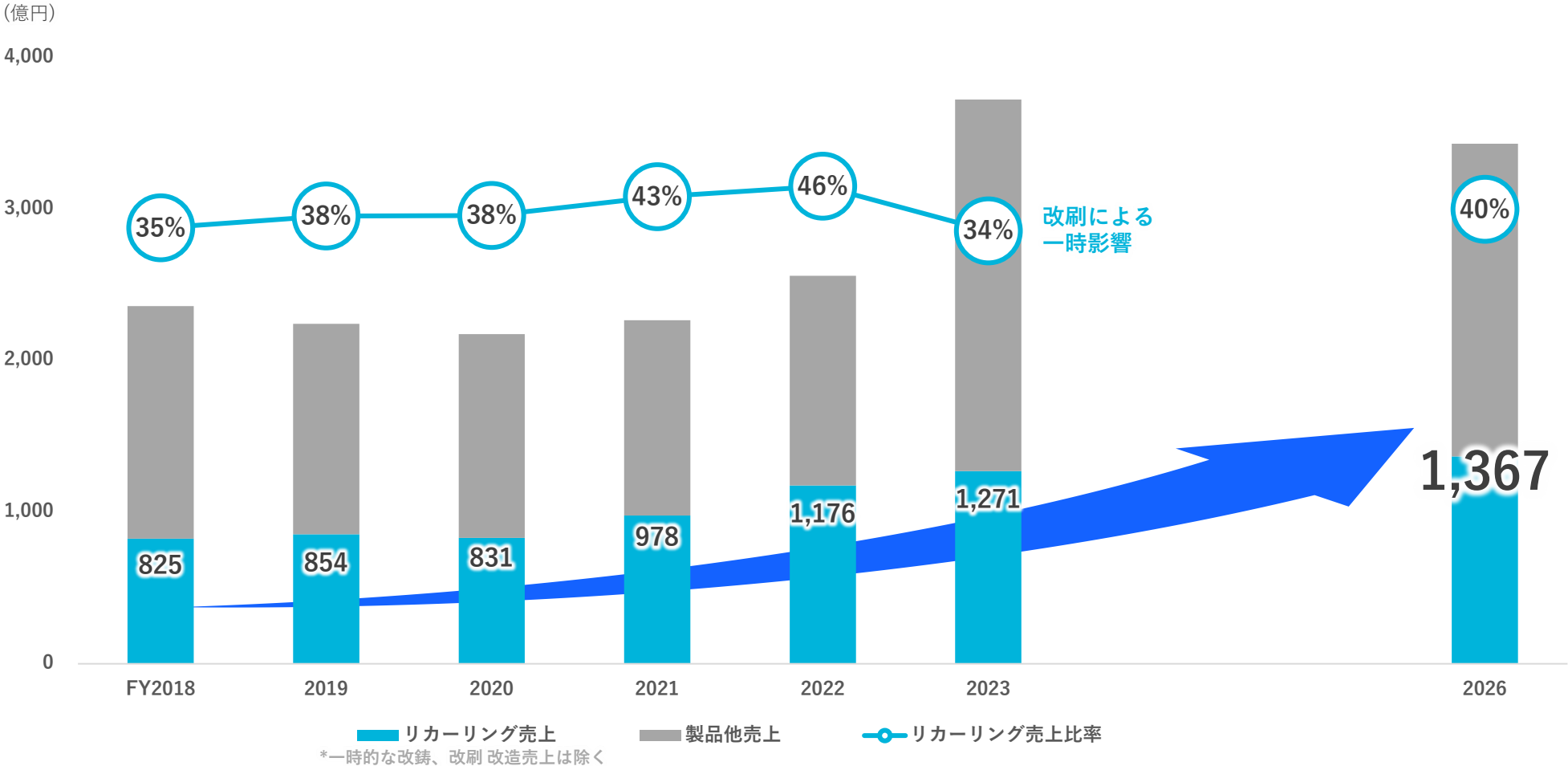


※1 プラットフォームの提供により、データサービスを創出し、新たに「店舗⇄企業」「個人顧客⇄企業」間の信頼を創出する

※2 当社製品の提供による「当社⇄店舗」「店舗⇄個人顧客」間の信頼

4. 事業戦略 I. 全体戦略 （リカーリングビジネスの充実による経営基盤の強化）

保守を中心としたコア事業のリカーリングビジネスに加え、プラットフォーム関連事業などの新領域事業におけるリカーリングビジネスを充実させ、経営基盤の強化を図る



社会課題を解決するソリューションを提供し、社会と共に、持続的な成長を目指す

次世代店舗運営に関する社会のニーズ

解決するソリューション

1

- 人手不足、人件費高騰による効率化
- 衛生配慮を目的とした非対面店舗運営



- セルフソリューション

2

- 不正行為の防止



- 不正行為監視ソリューション

3

- 顧客接点の維持、強化、充実
- 販売機会、店舗サービスの維持



- 遠隔接客ソリューション
- 無人店舗、シェアードサービス

4

- 効率的な集客、客単価の向上
- 販売機会ロス、廃棄ロスの低減



- DMPソリューション

4. 事業戦略

I. 全体戦略

II. 注力市場別戦略

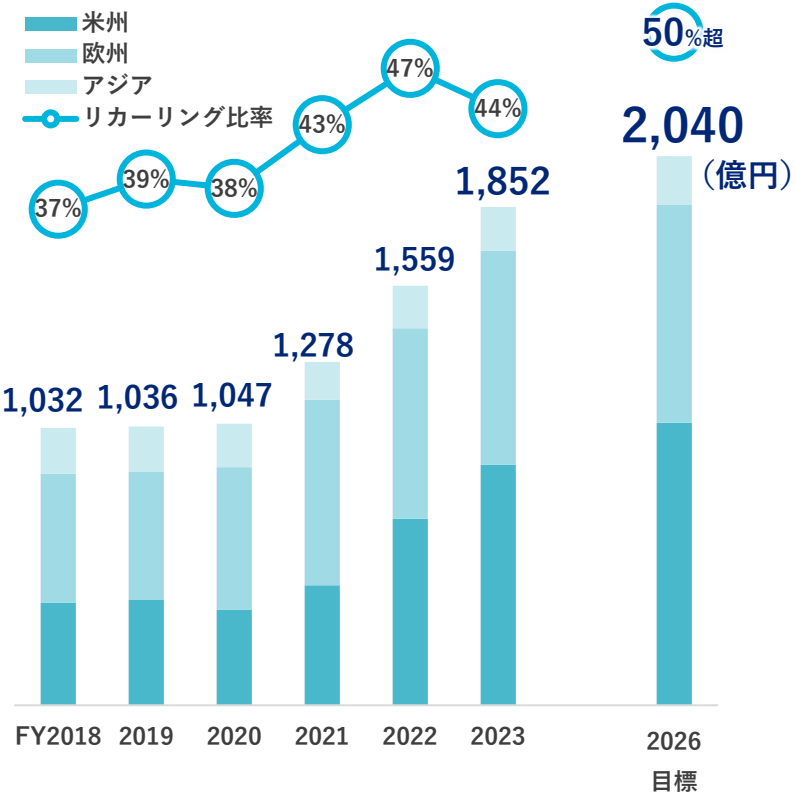
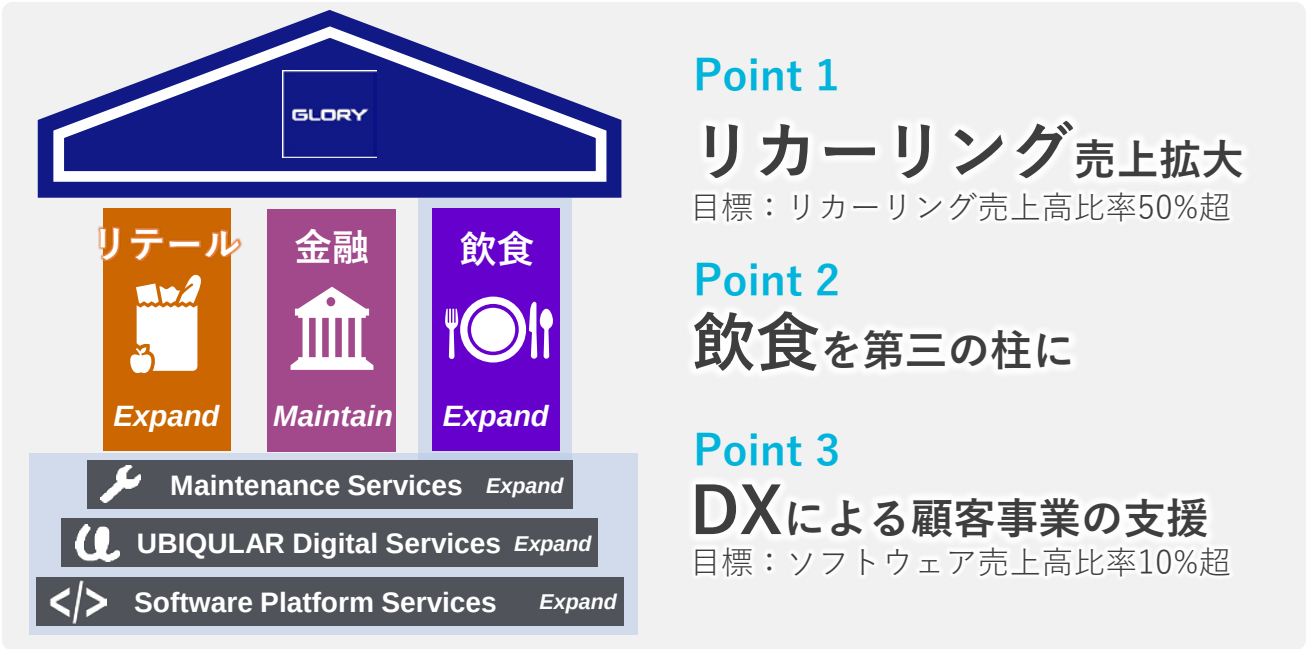
1. 2023中期経営計画総括
2. 経営目標
3. コンセプトと基本方針
4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

事業目標



基本方針

1. 収益構造
- リカーリング売上の拡大（保守＋ソフトウェア）
2. 事業構造
- リテール、金融に加え「飲食」を第3の柱へ
3. ソリューション
- 顧客のコスト削減に加え、売上貢献へ



リテール

売上高目標

2026年度
1,000 億円

内、新領域事業売上高

150 億円

【ソリューション】



つり銭機



後方入出金機



スマート自販機

【プラットフォーム】



UBIQULAR™

Flooid Unified
Commerce Platform

新領域事業

●方針 [注力事業の収益化の加速と新領域事業の創出]

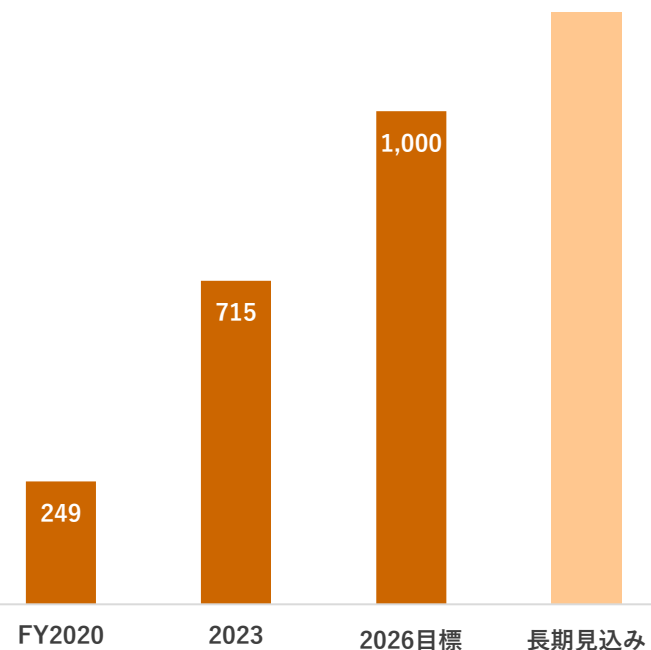
- ・遠隔監視サービス「UBIQULAR」の販売強化によるリカーリング売上の拡大
- ・小売業向けクラウドソリューション「Unified Commerce Platform」の拡販
- ・無人決済店舗サポートソリューションの創出

コア事業

●方針 [新たな機会の獲得による事業成長の実現]

- ・新型セルフ機の販売強化
- ・重点地域の米州における事業強化（製品拡販・リプレース、保守の効率化 etc）
- ・グローバルリテラーTOP50 (Tier1)への展開

売上高推移（億円）



金融

売上高目標

2026年度
700億円

内、新領域事業売上高

10億円

【ソリューション】



窓口用紙幣入出金機



セルフ機

【プラットフォーム】



新領域事業

●方針 [注力事業の収益化の加速と新領域事業の創出]

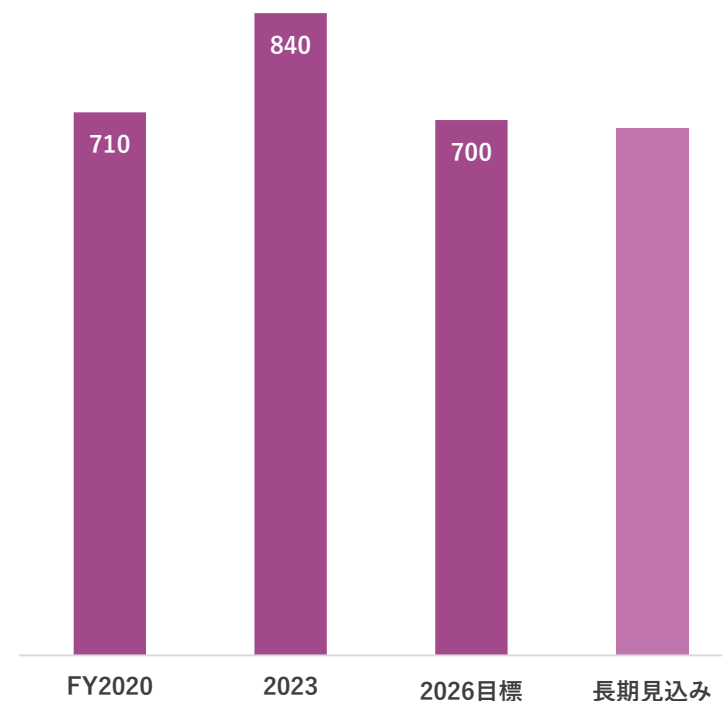
- ・遠隔監視サービス「UBIQULAR」の販売強化によるリカーリング売上の拡大
- ・金融シェアードサービスの収益化

コア事業

●方針 [利益の拡大]

- ・新製品による旧機種リプレイスとシェア拡大
- ・セルフ機の販売強化
- ・紙幣入出金機（TCR）未導入国への展開
- ・大口案件の獲得

売上高推移（億円）



飲食

売上高目標

340億円

内、新領域事業売上高

340億円

【ソリューション】



【プラットフォーム】

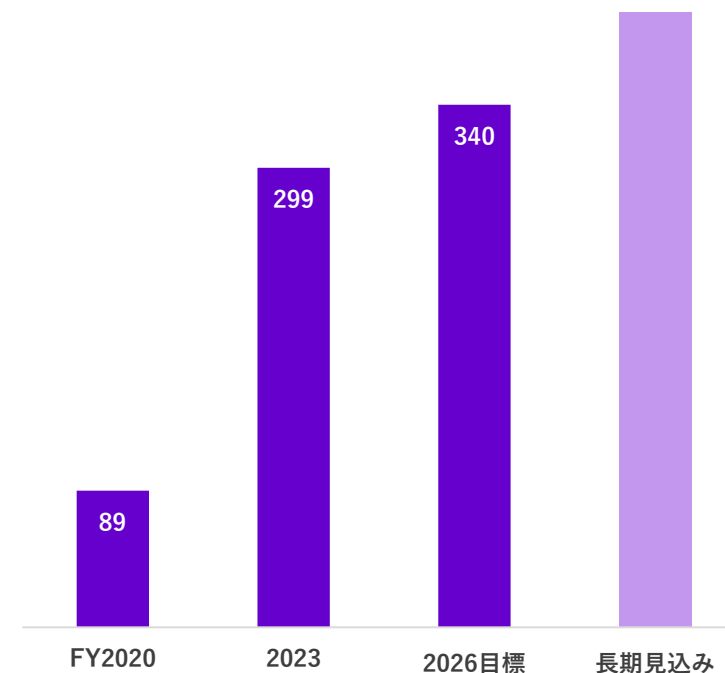


新領域事業

●方針 [注力事業の収益化の加速と新領域事業の創出]

- ・重点国におけるKIOSKの販売強化
- ・セルフチェックアウトシステム(現金処理機+KIOSK)の販売拡大
- ・新たな店舗向けソリューション「Red Biscuit」による大手F&Bの開拓 (Tier1)
- ・標準パッケージングソリューションの拡販 (Tier2-3)

売上高推移 (億円)



事業目標

2026年度
売上高 **1,360** 億円

2023年度比較
-512 億円

2023年度
改刷関連売上高
500 億円

基本方針

1. コア事業の利益額の最大化（ROIC経営の浸透）
2. リテール及び飲食の成長
3. 顧客基盤をフル活用したDXビジネスの拡大

Point 1

「セルフ化」をキーワードにした
新たなソリューション創出

Point 2

戦略的ターゲット層への**販売拡大**

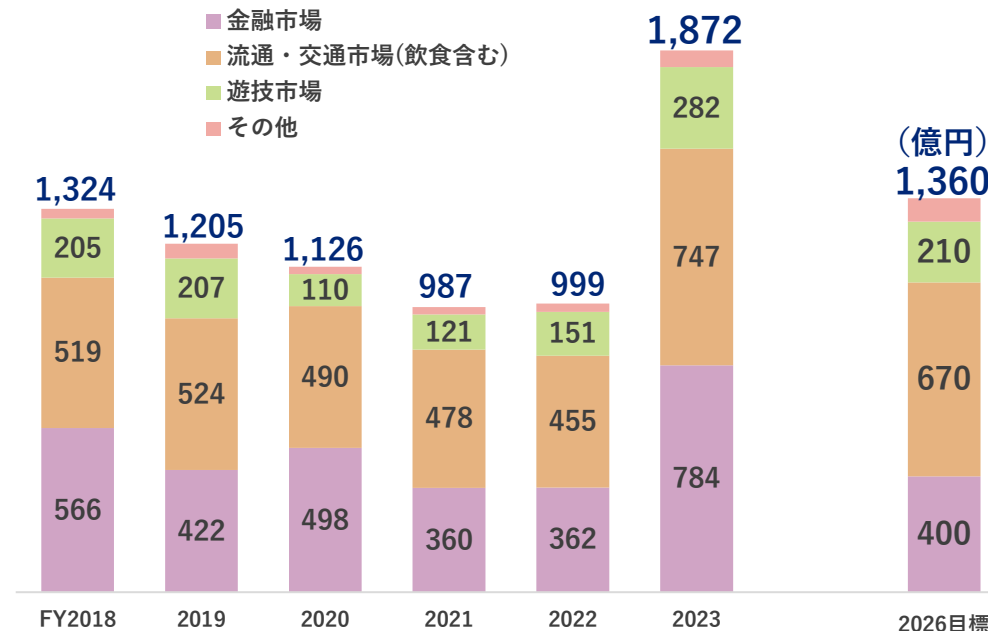
Point 3

プラットフォームを含めた
トータル提案の実施

Point 4

海外飲食ソリューションの**日本展開**

セグメント別売上高推移



リテール

売上高目標

2026年度

600 億円

内、新領域事業売上高

55 億円

【ソリューション】



つり銭機



遠隔接客サービス



業務支援アプリ



無人決済店舗システム

【プラットフォーム】



新領域事業

●方針 [注力事業の収益化の加速と新領域事業の創出]

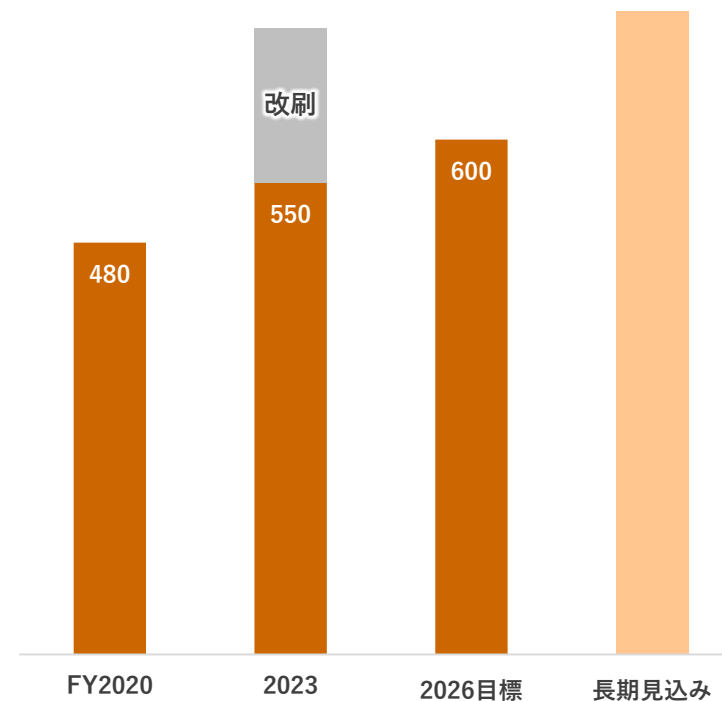
- ・前中計期間中にリリースしたソフトウェアソリューションの収益化
- ・店舗のDX化を推進する新たなソリューションの創出
 - －セルフ化に伴う不正リスクを低減するソリューション
 - －無人店舗サポートソリューション など

コア事業

●方針 [新たな機会の獲得による事業成長の実現]

- ・新型セルフ機のリリースによるレジつり銭機のシェア拡大
- ・コンビニやドラッグストアなどへの展開拡大

売上高推移（億円）



金融

売上高目標

内、新領域事業売上高

2026年度

400億円

5億円

【ソリューション】



オープン出納システム



遠隔接客サービス



監視サービス

【プラットフォーム】



新領域事業

●方針 [注力事業の収益化の加速と新領域事業の創出]

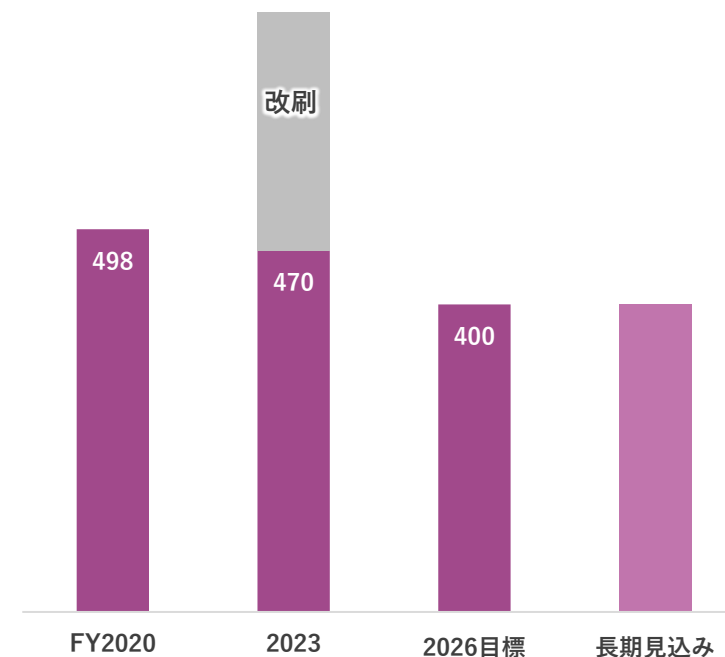
- ・ 前中計期間中にリリースしたソリューションの収益化
- ・ 次世代店舗構想の提案強化
- ・ 店舗監視サービスなど新しいソリューションの確立

コア事業

●方針 [利益の拡大]

- ・ 大口商談の確実な獲得
- ・ 保守収益モデルの維持・拡大
- ・ 改刷改造機の確実な更新

売上高推移（億円）



飲食

売上高目標

70 億円

内、新領域事業売上高

40 億円

【ソリューション】



セルフサービスKIOSK



ドライブスルーシステム

【プラットフォーム】

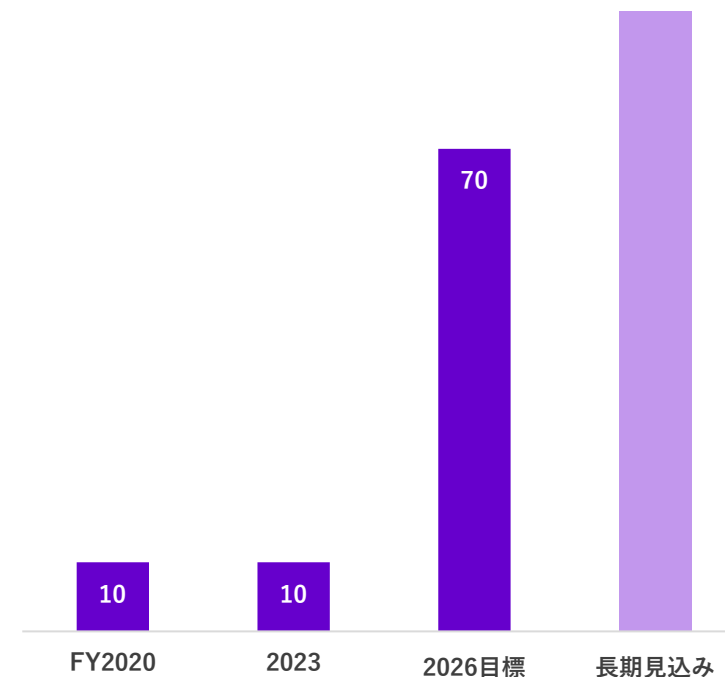


新領域事業

●方針 [注力事業の収益化の加速と新領域事業の創出]

- ・ 大手飲食チェーンへの展開継続
- ・ TOFREEソリューションの展開
- ・ Showcase Gig社との協業強化などによるプラットフォームとの
トータル提案の推進
- ・ セルフサービスKIOSKの販売拡大

売上高推移（億円）



5. 経営基盤戦略

- I. DX戦略
- II. 人材戦略
- III. 資本・財務戦略
- IV. 気候変動に対する取組み
- V. 事業リスクへの対応

- 1. 2023中期経営計画総括
- 2. 経営目標
- 3. コンセプトと基本方針
- 4. 事業戦略
 - I. 全体戦略
 - II. 注力市場別戦略 [リテール・金融・飲食]
- 5. 経営基盤戦略
 - I. DX戦略
 - II. 人材戦略
 - III. 資本・財務戦略
 - IV. 気候変動に対する取組み
 - V. 事業リスクへの対応

GLORY DIGITAL VISION

DX基盤構築

部門横断

データの
整備・蓄積サイバー
セキュリティDX人材育成
組織づくりデジタルを活用した
革新的な新製品サービスの創出主管：ソフトウェアプラットフォーム事業統括部
DXビジネス推進統括部

DXビジネスの創出

プラットフォームの整備

製品のIoT化による付加価値創造

営業スタイルのDX

データアナリティクスなどコア技術の確立

業務プロセスの革新

主管：情報システム部

業務プロセスのデジタル化

データドリブン経営

データ活用のためのシステム刷新

働き方改革

デジタル環境の整備

顧客体験の向上
－攻めのDX－<目指す姿>
プラットフォームで
ソリューションをつなぐFlooid Unified
Commerce PlatformO:der
Platform

etc.

従業員体験の向上
－守りのDX－<目指す姿>
全従業員がデジタルツールを使いこなす

etc.

DX戦略KPI

*各KPIは、DX人材を除き
全てグローリーグループの指標

新たな信頼の創出

・ 新領域事業売上高 **600**億円

DX人材

・ DX・IT推進リーダー
及びその候補者* **430**名以上・ DX・IT推進サポーター* **100**名以上・ 全従業員に対するDX/ITの
基礎教育の完了* 推進リーダー：DXにより業務・ビジネス変革ができる人材
推進サポーター：デジタルリテラシーを職場に浸透させる人材

生産性向上

・ 固定費削減 **10**億円

「財務・非財務目標の達成」「持続的な成長の実現」

人材戦略
目標

競争力の源泉となる人的資本の充実

社員エンゲージメントの向上

人的資本の基盤づくり

施策

個人と会社の成長

- DX人材の確保、育成
- 次世代の経営を担う人材の育成、強化
- 成長が実感できる良質な学びの提供

働きやすさの向上

- 健康経営の推進
- ダイバーシティの推進
- 人権の尊重

人材戦略KPI



*各KPIは、グローリー(株)単体の指標
障がい者雇用率は、国内所在関係会社を含む

社員エンゲージメント

- 社員肯定回答率 **55%以上**
(2023年度比13%UP)

健康経営の推進

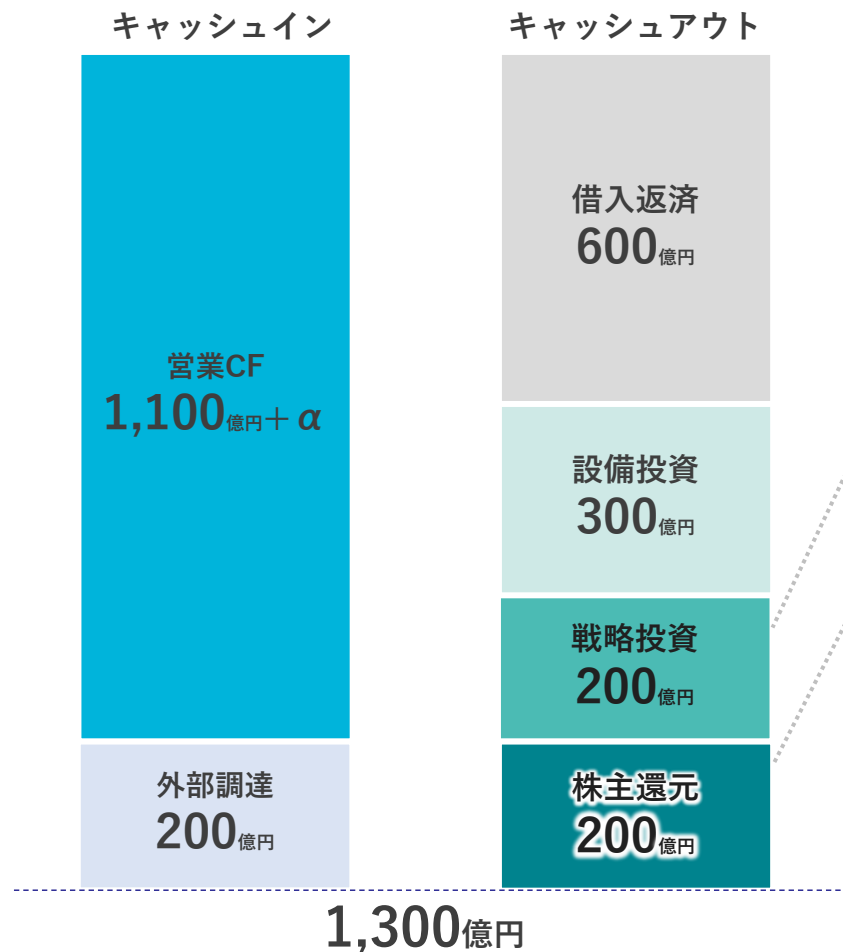
- 一人当たり年間総労働時間 **前年度以下**
- 年次有給休暇取得率 **70%以上**

ダイバーシティの推進

- 女性採用比率 **25%以上**
- 女性管理職比率 **5%**
- 男性育休取得率 **90%**
- 障がい者雇用率 **2.7%**

財務健全性を確保したうえで、機動的な成長投資と安定的な株主還元を実現する

キャッシュアロケーション



1. 健全性確保

信用格付A格を維持する

自己資本比率 **50%程度**

D/Eレシオ **0.6以下**

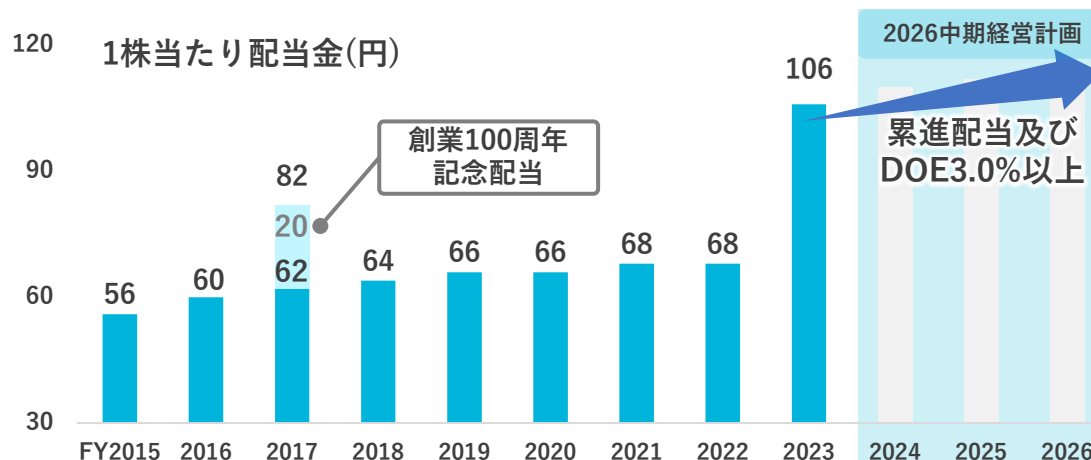
2. 戦略投資

新領域事業への機動的な戦略投資（M&A等）とDX基盤整備やコア事業の生産性向上に向けた投資を実施する

3. 株主還元

配当目標 : 2026中期経営計画期間においては、2024年3月期の配当金額（1株につき年間106円）を基準とした累進配当及び株主資本配当率（DOE）3%以上を実現する

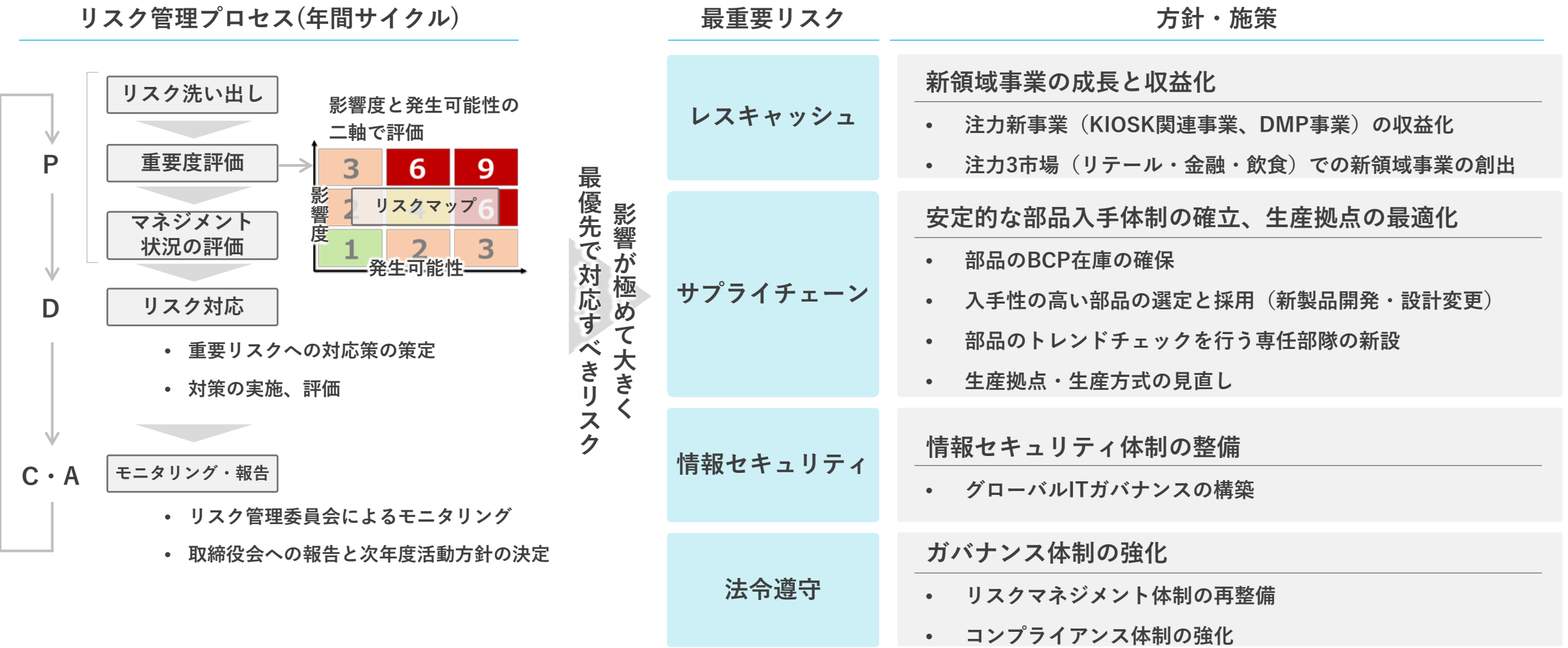
自己株式の取得：経営状況を踏まえ、機動的に実施する



カーボンニュートラル実現に向けた取組み強化のため、SBT認定基準に基づく目標に改定の上
集計対象拠点を日本国内からグローバルに拡大し、CO₂排出量削減に取り組む

サプライチェーン		サプライヤー	グローリー	ユーザー
対 象		購入した原材料など	燃料の燃焼、電気の使用など	販売した製品の使用など
目標	2026年度	Scope 3 – カテゴリ1 – 主要一次サプライヤーに対するCO ₂ 排出量削減自主目標設定率 80%	Scope 1・2 CO ₂ 排出量 (2022年度比) 21.2%削減	Scope 3 – カテゴリ11 – CO ₂ 排出量 (2022年度比) 12.4%削減
	2030年度	主要一次サプライヤーとSBT基準に基づくCO ₂ 削減目標を共有する	CO ₂ 排出量 (2022年度比) 42.4%削減 2050年度 カーボンニュートラル	CO ₂ 排出量 (2022年度比) 24.8%削減
施策		エンゲージメント活動（説明会、対話など）の実施	- 省エネ設備の導入 - 太陽光発電の導入 - 社用車のエコカーへの切り替え - CO₂フリー電力の購入	- 開発段階の製品アセスメントによるエネルギー効率の改善 - 製品売上高に占める環境配慮型製品の比率向上

リスク管理プロセスに基づき、当社グループにとって最優先で対応すべきリスクを特定し、対応策を確立することで発生時の事業運営への影響を最小限にとどめる





Confidence Enabled

人と社会の「新たな信頼」の創造へ

End of Document

Appendix セグメント別業績推移

(単位：億円)

		FY2018	2019	2020	2021	2022	2023	2026目標
海外市場	売上高	1,032	1,036	1,047	1,278	1,559	1,852	2,040
	のれん償却前 営業利益(率)	123 (12.0%)	135 (13.1%)	79 (7.6%)	99 (7.7%)	71 (4.6%)	142 (7.7%)	270 (13.2%)
	のれん償却後 営業利益(率)	87 (8.5%)	97 (9.4%)	34 (3.3%)	47 (3.7%)	4 (0.3%)	66 (3.6%)	190 (9.3%)
金融市場	売上高	566	422	498	360	362	784	400
	営業利益(率)	67 (11.9%)	33 (7.8%)	98 (19.8%)	46 (12.9%)	1 (0.4%)	241 (30.8%)	18 (4.5%)
流通・交通市場	売上高	519	524	490	478	455	747	670
	営業利益(率)	46 (8.9%)	51 (9.9%)	16 (3.4%)	25 (5.3%)	-5 (-1.3%)	105 (14.2%)	37 (5.5%)
遊技市場	売上高	205	207	110	121	151	282	210
	営業利益(率)	19 (9.6%)	19 (9.6%)	-2 (-2.6%)	-3 (-3.0%)	16 (10.7%)	100 (35.6%)	56 (26.7%)
その他	売上高	33	50	26	26	29	58	80
	営業利益(率)	-15 (-45.5%)	-23 (-46.9%)	-4 (-17.0%)	-14 (-52.4%)	-11 (-37.6%)	-1 (-3.0%)	-1 (-1.3%)
合計	売上高	2,357	2,241	2,174	2,265	2,558	3,724	3,400
	のれん償却前 営業利益(率)	241 (10.3%)	217 (9.7%)	187 (8.6%)	153 (6.8%)	72 (2.8%)	588 (15.8%)	380 (11.2%)
	のれん償却後 営業利益(率)	205 (8.7%)	179 (8.0%)	142 (6.5%)	101 (4.5%)	5 (0.2%)	512 (13.8%)	300 (8.8%)

Appendix 海外地域別売上高推移

(単位：億円)

	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2026
米州	370	384	348	446	693	894	1,050
欧州	439	441	502	689	707	794	810
アジア	150	152	147	141	158	163	180
OEM	71	57	48	—	—	—	—
海外売上高(合計)	1,032	1,036	1,047	1,278	1,559	1,852	2,040
海外売上高比率	43.8%	46.2%	48.2%	56.4%	60.9%	49.7%	60.0%
国内売上高	1,324	1,205	1,126	987	999	1,872	1,360