

Eat Well, Live Well.



味の素株式会社（2802）

2024年3月期 第3四半期実績

執行役常務

水谷 英一

2024年2月6日

*本資料における事業利益（連結ベース）：

売上高－売上原価－販売費・研究開発費及び一般管理費＋持分法による損益

本日お伝えしたいこと

- ・ FY23の第3四半期(10-12月)、累計(4-12月)は売上・事業利益とも新記録を達成。上期に引き続き、調味料・食品と冷凍食品が売上・利益を力強く拡大させた。ヘルスケア等は減収・減益となったものの、減益幅は縮小傾向。
- ・ 調味料・食品と冷凍食品は事業利益の修正予想に対し、順調に進捗。商品・サービスの付加価値を向上、単価と共に重量も成長させて売上伸長を図り、必要な投資を実施しながら、サステナブルな事業成長を目指す。
- ・ ヘルスケア等は、各セグメントでの減益が続いているが、減益幅は着実に縮小。ABF(電子材料)は、第4四半期には底打ち感が出始める見通し。第3四半期にはForge社取得関連費用の一部を計上。好調な核酸医薬に続くバイオファーマサービス(CDMO)の成長ドライバーとして、「ASV価値向上」に取り組む。
- ・ FY23通期予想は、据え置き。Forge社買収に伴う影響は精査中だが、できる限り吸収すべく引き続き取組んでいく。FY24以降も2030ロードマップの達成に向け、着実な利益成長を目指していく。

I - 1. 第3四半期累計(4-12月) 決算ダイジェスト

売上高：増収 (3Q累計新記録)

10,676億円

対前年実績：104.0%

除く為替影響：100.6%

事業利益：増益 (3Q累計新記録)

1,244億円

対前年実績：104.4%

除く為替影響：100.3%

親会社の所有者に帰属する当期利益

776億円

対前年実績：101.5%

増収額：409億円

調味料・食品、冷凍食品の増収額が、ヘルスケア等の減収をカバーし、増収。

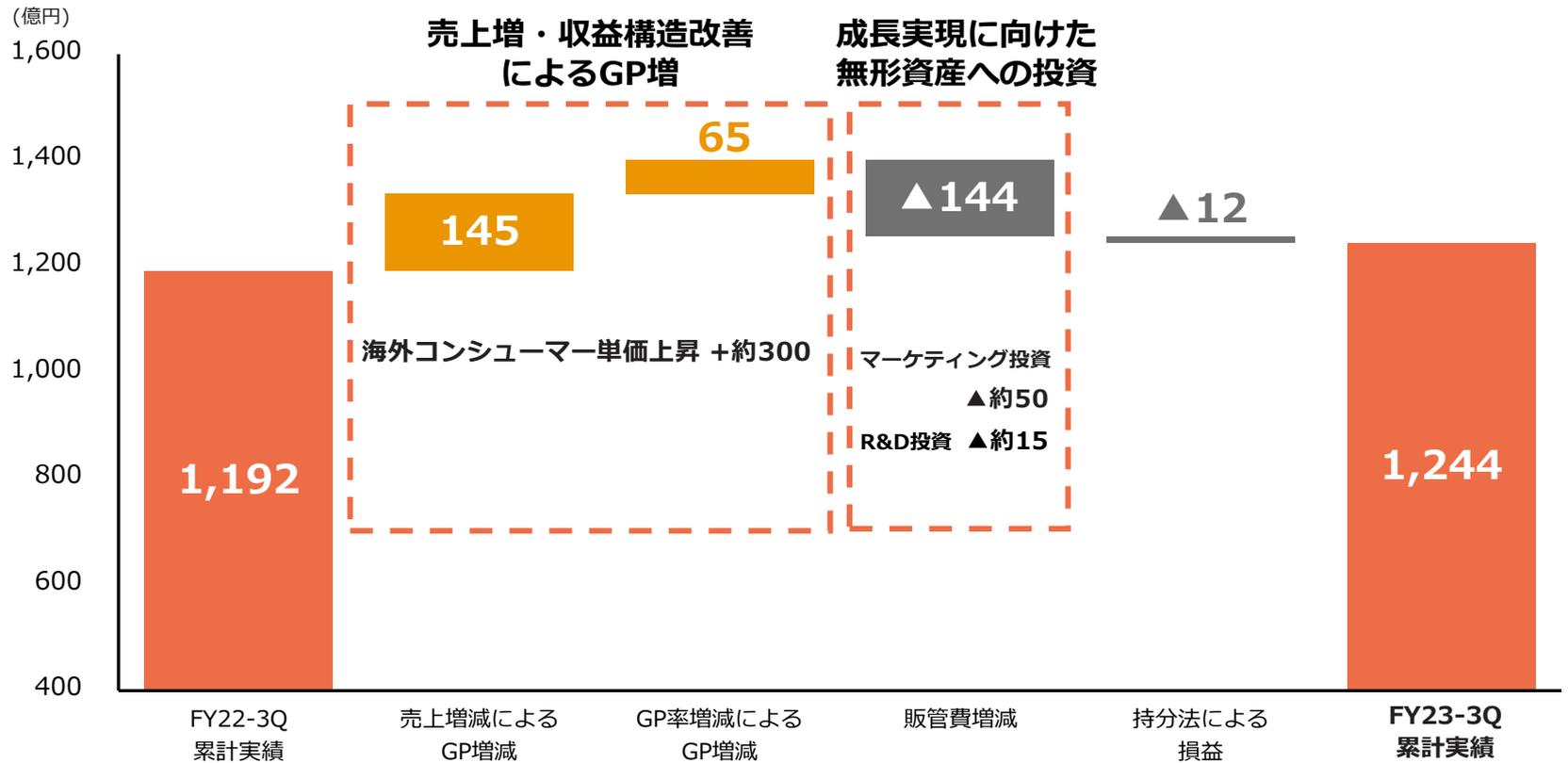
増益額：52億円

主に海外の調味料・食品、冷凍食品の増益に加え、為替影響もあり、ヘルスケア等の減益をオフセットして増益。

事業利益対前年増減内訳 (億円)

	対1Q-FY22	対2Q-FY22	対3Q-FY22	対3Q累計-FY22	FY23 3Qに影響した内容
売上増減によるGP増減	65	35	45	145	海外の調味料・食品、海外の冷凍食品の増収効果がヘルスケア等の減収を上回る
GP率変動によるGP増減	0	7	57	65	海外の調味料・食品、海外の冷凍食品のGP率改善がヘルスケア等のGP率低下を補う
販管費増減	▲27	▲42	▲74	▲144	戦略に沿った広告・R&D投資による販管費増加
持分法による損益	▲14	0	2	▲12	
合計	23	▲0	30	52	

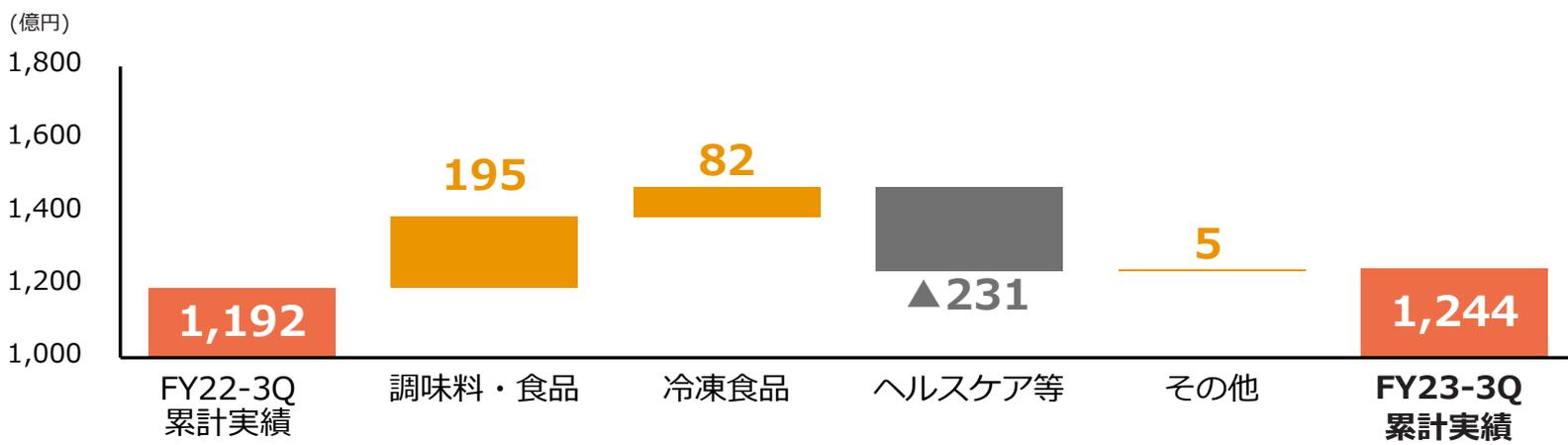
I -2. 事業利益増減要因 (P&L要素別 第3四半期累計実績)



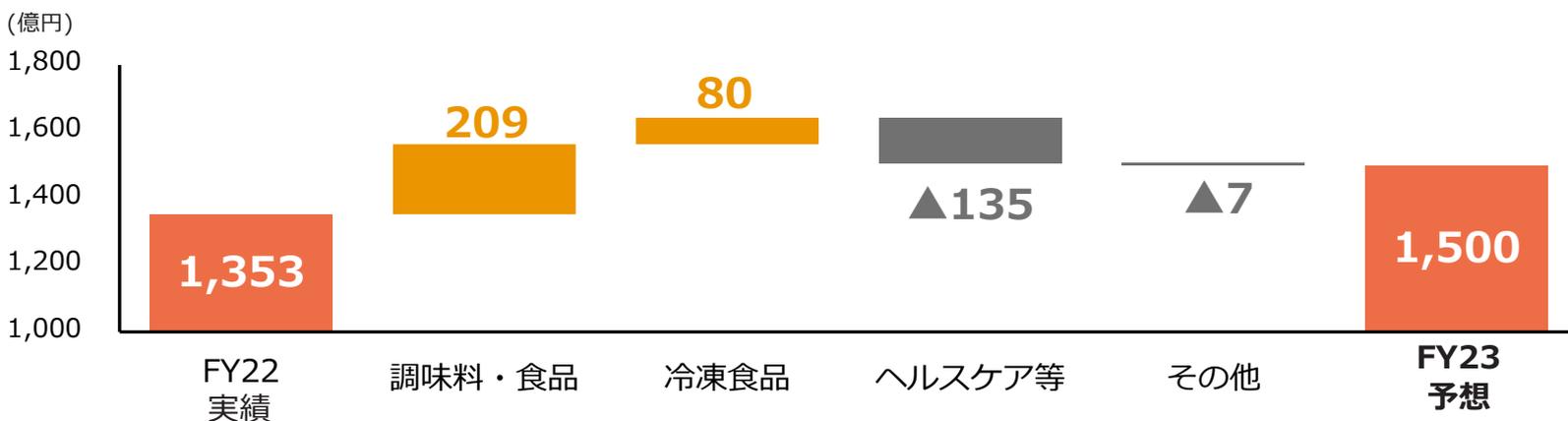
(参考)

・ 為替影響 +約49億円

I-2. 事業利益増減要因（開示セグメント別 第3四半期累計実績）



(参考) FY23予想 対 FY22累計実績



I-3. 参考 | セグメント別成長の道筋

セグメント	オーガニック成長率				事業利益 (BP)				ROIC			EBITDAマージン					
	(前年比) (CAGR)				(前年比) (CAGR)				FY22	FY23	FY25	FY22	FY23	FY23	FY25		
	FY22 実績 (売上高)	FY23 3Q累計	FY23 修正予想	FY25 計画 (FY22- 25)	FY22 実績 (BP額)	FY23 3Q累計	FY23 修正予想	FY25 計画 (FY22- 25)	実績	修正予想	計画	実績	FY23 3Q累計	FY23 修正予想	FY25 計画		
調味料 ・ 食品	調味料								15.9%	約19%		14.9%	18.7%	約16%	16%		
	栄養・加工食品	7,750 億円	5.2%	6.8%	5%	848 億円	26.4%	24.7%	12%	*11.8%	*約17%	16%					
	ソリューション& イングリエディエツツ											WACC 7%					
冷凍 食品	冷凍食品	2,672 億円	1.3%	4.8%	3%	20 億円	100 億円	100 億円	100~ 億円	▲3.3%	約4%	5%	5.5%	9.7%	約8%	8%	
										*0.6%		WACC 5%					
ヘルス ケア等	バイオファーマサービス &イングリエディエツツ																
	ファンクショナル マテリアルズ (電子材料等)	2,996 億円	▲11.7 %	▲3.4 %	8%	486 億円	▲54%	▲27%	13%	12.2%	約8%	18%	21.8 %	15.9 %	約18%	27%	
	その他											WACC 7%					
合計	13,591 億円	0.6 %	4.1 %	5%	1,353 億円	4.4 %	10.8 %	15% ~		9.9%	10.0%	13%	15.2 %	17.0 %	15.4 %	17%	
										WACC 6%							

*ROIC(除く固定資産売却益・減損)

FY23より、報告セグメントごとの業績をより適切に評価するため、研究開発費等の費用の配賦方法を変更しました。上記の数値はFY22の実績を含め、当該変更を反映した数値となっております。

II-1. 調味料・食品（日本）

マスからパーソナルヘターゲットをシフトした新製品の積極的発売

「Cook Do®」 <極（プレミアム）麻辣麻婆豆腐用> (23年8月発売)
 リアル店舗やSNSを使った効果的販促も奏功し、
 男性をはじめとした新たな購買層を獲得



サナギ新宿でのリアル店舗「極麻辣麻婆豆腐飯店」の開店・営業イベント



来店者数1,200名(目標900名)
 SNS投稿503名
 メディア露出 259件
 (広告換算 約1億円)

SNSでの好意的コメント(双方向コミュニケーション)



「Cook Do®」
<極（プレミアム）麻辣麻婆豆腐用>
 の新たな取組みに
 マーケティングデザインセンターの
「Swing The Bat」賞獲得

II-1. 調味料・食品（日本）

マーケティングデザインセンター主催 「Swing The Bat※」授賞式

目的：成果の金額や規模では表わせない、驚きや感動を与えてくれる着想や行動、挑戦意欲そのものを称え、皆でエールを贈ること

選考基準：

- ①結果につながらなかったとしても「狙いすましてフルスイング」しているか？
- ②カタチになり、生活者に価値を問うたか？



「Cook Do®」〈極（プレミアム）麻辣麻婆豆腐用〉以外の受賞案件
 -インフルエンサー・生活者とのリアルイベント協業を実施
 -手作りファンコミュニティ「味のもと〜ク」
 -Run for aminoVITAL®（「アミノバイタル®」ラン）

チャレンジした従業員をモチベーションとして、組織風土の変革を推進

※：野球で「バットを振る」ことに例え、新しい挑戦を奨励する賞。

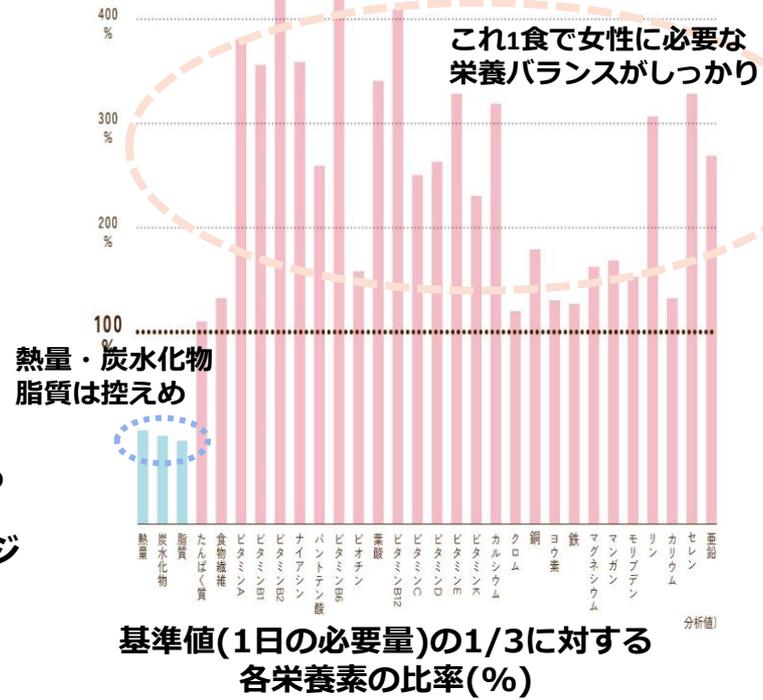
II-1. 調味料・食品（日本）

マスからパーソナルヘターゲットをシフトした新製品の積極的発売

“女性のための完全栄養食※” 「One ALL」 新発売(24年1月)



- ・ 食べ応えのあるショートパスタとスープがたっぷり
- ・ 33種類の栄養素を含み、女性にとって不足が気になる栄養素を1日に必要とされている量の1/3以上摂れる
- ・ ラインアップは、女性に人気のクアトロフォルマッジとバターチキンカレー風味の2品種。
- ・ D2Cサイト(AJI MALL)限定販売



※：食事摂取基準で定めた栄養素33種のうち、摂りすぎが気になる「熱量・炭水化物・脂質」以外を18歳以上女性の基準値の1/3以上含む

今後も積極的に「独自性ある新たな価値」を持つ製品・サービスを投入していく

II-2. 冷凍食品

構造改革を推進し、ROIC5%を達成させ、新領域開拓でさらなる成長へ

北米(海外)

構造改革を推進
 コアカテゴリーへの集中
 不採算事業からの撤退・アセットライト

イタリアン事業の売却

- ・北米で保有するイタリアン製品にかかる製造設備、商標権・レシピ、一部契約等の無形資産を Seviroli Foods LLC社に譲渡
- ・当社はイタリアン事業から撤退し、固定資産を売却 ⇒イタリアン工場をアジア工場に転換

冷凍食品(海外)における構造改革を推進し、アセットライトからコア事業成長を図る

国内

新規事業の創造
 生活者のWell-being向上に貢献
 日本の技術・知見の海外への展開

宅配冷凍弁当「あえて、」開始

- ・まぜご飯の上におかずを詰めた一食完結型の冷凍弁当で、おいさと栄養バランスにこだわった多彩な20種類のラインアップ
- ・当社独自技術(特許出願中)により、お米(ご飯)のおいしさ保持を実現

製品画像(一例)



ファンクショナルマテリアルズ

第4四半期から回復感が出始める見通し。

FY24の回復の力強さを見極め中。

PC向け：
買い替え需要により、調整局面を脱しつつある。

サーバー・ネットワーク向け：
汎用サーバーの需要は足元まだ弱い
が、一部に復調の兆しが見える。

生成AI向け：
全体に占める比率はまだ低い
が、需要が徐々に増えつつある。

医薬用・食品用アミノ酸

主にバイオ医薬の得意先の在庫調整により、販売が停滞。

製品ミックスに加え、固定費負担をカバーできず、減益が続いている。

在庫調整の影響は第4四半期から徐々に一巡する見込。

得意先の在庫状況把握による見込精度向上と共に、得意先のニーズに応え、BtoBの成功の「型」化を進める。

バイオフーマサービス(CDMO)

低分子は想定通りの実績推移、中分子(核酸医薬)は技術優位性を活かした拡大も、アルテア社が得意先からの受注減の影響を受ける。3QでForge社取得関連費用の一部を計上(第4四半期からPLも連結化)。

低分子

核酸医薬への生産ラインの転換で、一時的に減益となっていたが、3Qはほぼ前年並みの利益に改善。4Qは一段の成長を見込む。

中分子

核酸医薬が成長し、大幅な増収を実現。

高分子

アルテア社がバイオ医薬の得意先からの受注減により、販売が停滞。減収影響による固定費負担をカバーできず、大幅減益。

Forge社に出向した日本人をアルテア社兼務とし、バイオフーマサービス全体で、Forge社も一体として戦略を強化。

Eat Well, Live Well.



Ajinomoto logo consisting of a stylized red 'Aji' character above the word 'AJINOMOTO' in a bold, red, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、本資料の発表日現在における将来の見通し、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績は、今後様々な要因によって、大きく異なる結果となる可能性があります。
- 本資料には監査を受けていない概算値を含むため、数値が変更になる可能性があります。
- 本資料の金額は、切り捨てで表示しております。
- アミノサイエンス®は味の素株式会社の登録商標です。



Forge社のAAV製造プラットフォーム技術の優位性

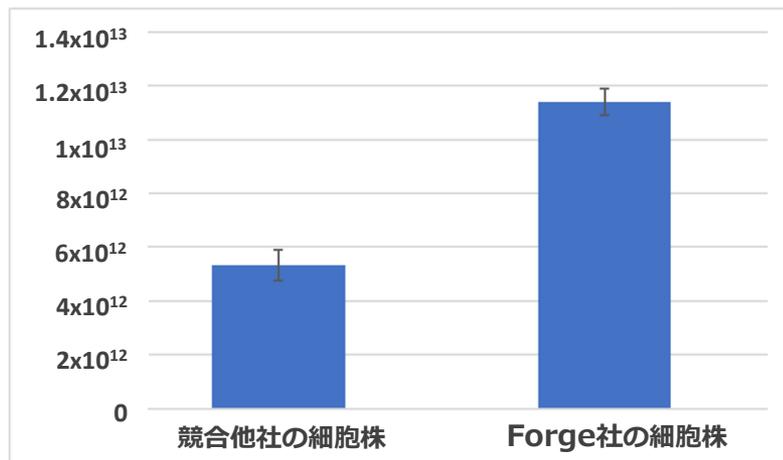
ご質問:

Forge社技術で空ベクターが減るとのことだが、具体的な数値を教えてください

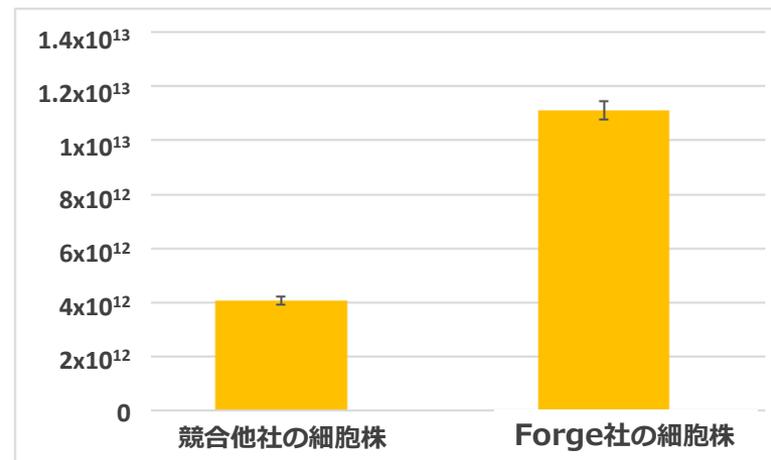
Forge社の細胞株 (Ignition Cell™ Line) は、競合他社の細胞株と比較して高いウイルスベクター収率を示す



粗抽出液中のウイルスベクターの力価*



最終精製工程後のウイルスベクターの力価



*: ウイルス遺伝子量をddPCR法により定量し、3回のバッチの平均を1L当たりの力価として表示

第3四半期（10-12月期）サマリー

売上高：増収(四半期新記録)

3,796億円

対前年実績：103.5%

除く為替影響：100.2%

調味料・食品、冷凍食品が牽引し、
全体で増収

事業利益：増益(四半期新記録)

479億円

対前年実績：106.8%

除く為替影響：102.8%

調味料・食品、冷凍食品の増益が、
ヘルスケア等の減益をカバーし、
全体で増益。

親会社の所有者に帰属する当期利益

311億円

対前年実績：105.9%

事業利益対前年増減内訳 (億円)

単位：億円、▲は損サイド	対3Q-FY22	3Qに影響した内容
売上増減によるGP増減	45	調味料・食品、海外の冷凍食品の増収効果がヘルスケア等の減収を上回る
GP率変動によるGP増減	57	調味料・食品、海外の冷凍食品のGP率改善がヘルスケア等のGP率低下を補う
販管費増減	▲74	戦略に沿った広告・R&D投資による販管費増加
持分法による損益	2	-

参考情報リンク先

味の素グループ IR情報

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/>

味の素グループ ASVレポート2023（統合報告書）

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/library/annual.html>

味の素グループ 中期ASV経営説明会

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/event/medium_term.html

味の素グループ 事業説明会・IR Day

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/event/business_briefing.html

味の素グループ ストーリー

<https://story.ajinomoto.co.jp/>