

味の素株式会社 2023年3月期 第3四半期決算概要①

修正箇所

■連結損益計算書

(単位: 億円)

	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額	増減率	FY22 10-12月	FY21 10-12月	増減額	増減率	FY22 修正予想 (11/7時点)	進捗率
売上高	10,267	8,542	1,724	20%	3,668	3,039	628	20%	13,670	75%
持分法による損益	39	21	18	85%	11	▲3	15	▲432%	-	-
事業利益*	1,192	1,084	107	10%	448	391	57	14%	1,330	89%
固定資産売却益	9	152	▲143	▲93%	1	14	▲13	▲92%	-	-
その他	55	71	▲15	▲22%	23	23	0	2%	-	-
その他の営業収益	64	224	▲159	▲71%	24	38	▲13	▲35%	-	-
固定資産除却損	25	26	▲0	▲2%	10	10	▲0	▲1%	-	-
その他	53	63	▲9	▲15%	21	17	4	27%	-	-
その他の営業費用	79	89	▲10	▲11%	32	27	4	16%	-	-
営業利益	1,177	1,218	▲41	▲3%	441	401	40	10%	1,290	91%
受取利息	22	9	12	127%	9	3	6	222%	-	-
その他	22	30	▲7	▲25%	▲10	18	▲28	▲160%	-	-
金融収益	44	39	4	11%	▲1	21	▲22	▲104%	-	-
支払利息	29	24	4	20%	10	8	2	29%	-	-
その他	79	44	35	80%	▲1	21	▲22	▲104%	-	-
金融費用	109	68	40	59%	9	29	▲20	▲68%	-	-
税引前当期利益	1,112	1,189	▲77	▲6%	430	392	38	9%	1,220	91%
法人所得税	304	324	▲20	▲6%	121	105	16	15%	330	92%
税率	27.3%	27.3%			28.1%	26.7%			27.0%	
当期利益	808	864	▲56	▲6%	309	287	22	7%	890	90%
親会社の所有者	764	815	▲51	▲6%	293	273	20	7%	830	92%
非支配持分	44	49	▲5	▲10%	15	13	1	14%	60	73%

*当社が経営管理のため独自に定義した利益指標。(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)

■為替影響

為替レート	FY22 4-6月	FY21 4-6月	FY22 7-9月	FY21 7-9月	FY22 10-12月	FY21 10-12月	FY22 修正予想
円/USD	129.73	109.52	138.27	110.11	141.38	113.71	135.00
円/EUR	138.26	131.94	139.26	129.83	144.26	130.04	135.00
円/THB	3.77	3.49	3.80	3.34	3.89	3.41	3.75
円/BRL	26.41	20.71	26.39	21.05	26.87	20.36	25.96

(単位: 億円)

	FY22 / 4-12月		FY22 / 10-12月	
	換算為替	貿易為替*	換算為替	貿易為替*
売上高	+907	約+125	+334	約+45
事業利益	+107	約+55	+37	約+20

*5億円単位の概数で表示

(単位: 億円)

除く換算為替	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額	増減率	FY22 10-12月	FY21 10-12月	増減額	増減率
売上高	9,359	8,542	817	9%	3,334	3,039	294	9%
調味料・食品	5,359	4,978	380	7%	1,955	1,818	136	7%
冷凍食品	1,772	1,655	117	7%	627	591	36	6%
ヘルスケア等	2,105	1,819	286	15%	697	599	97	16%
その他	122	89	33	37%	53	29	23	79%
事業利益	1,084	1,084	0	0%	411	391	20	5%
調味料・食品	643	741	▲98	▲13%	264	290	▲26	▲9%
冷凍食品	3	19	▲16	▲84%	7	9	▲1	▲20%
ヘルスケア等	426	333	93	27%	135	104	30	29%
その他	11	▲10	22	-	4	▲14	18	-

■原材料・原燃料影響

(単位: 億円)

	食品原材料(国内)		発酵原燃料		
	FY22/4-12月	FY22/10-12月	FY22/4-12月	FY22/10-12月	
調味料・食品	▲30	▲11	主原料	▲33	▲25
冷凍食品	▲17	▲7	副原料	▲183	▲25
			エネルギー	▲24	▲7
計	▲47	▲18		▲241	▲58

味の素株式会社 2023年3月期 第3四半期決算概要②

当第3四半期連結累計期間の売上高は、換算為替の影響に加え、調味料・食品セグメント、冷凍食品セグメント及びヘルスケア等セグメントいずれも増収となり、前年同期を1,724億円上回る1兆267億円（前年同期比120.2%）となりました。事業利益は、原材料等のコスト増の影響を受けたものの、換算為替の影響やヘルスケア等セグメントの増収効果等により、前年同期を107億円上回る1,192億円（前年同期比110.0%）となりました。

■セグメント別実績

	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額	FY22 10-12月	FY21 10-12月	増減額	FY22 修正予想	進捗率	
(単位:億円)									
売上高	10,267	8,542	1,724	3,668	3,039	628	13,670	75%	<p>以下、2022年3月期第3四半期累計期間に関するコメントです。増減要因について影響額の大きい順に並べております。</p> <p><調味料・食品> 調味料: 全体で大幅増収。 日本は、前年の内食需要拡大の反動等により、減収。 海外は、為替影響に加え、単価上昇、販売数量増等により、大幅増収。 栄養・加工食品: 全体で増収。 日本は減収も、コーヒー類の構造改革影響を除くと増収。 参考>コーヒー(日本): 売上高593億円 海外は、為替影響に加え、即席麺や飲料等の販売増により、大幅増収。 S&I: 加工用うま味調味料の単価上昇や為替影響、外食向け製品の販売増等により、大幅増収。 参考>加工用うま味調味料: 売上高578億円</p> <p><冷凍食品> 全体で大幅増収。 日本は、構造改革の影響あるも、業務用製品の復調や単価上昇等により、前年並み。 海外は、為替影響や単価上昇等により、大幅増収。</p> <p><ヘルスケア等> バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ: バイオフィーマーサービス、医薬用・食品用アミノ酸の販売増に加え、為替影響により、大幅増収。 ファンクショナルマテリアルズ: 主に電子材料の販売好調により、大幅増収。 その他: 為替影響に加え、メディカルフード等の販売好調により大幅増収。</p>
調味料・食品	5,866	4,978	888	2,138	1,818	320	7,847	74%	
調味料	2,887	2,363	524	1,027	846	181	3,822	75%	
栄養・加工食品	1,565	1,443	121	626	556	69	2,113	74%	
ソリューション&イングリディエンツ(S&I)	1,413	1,171	242	484	415	69	1,911	74%	
冷凍食品	2,000	1,655	345	714	591	123	2,611	76%	
ヘルスケア等	2,277	1,819	458	760	599	161	3,035	75%	
バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ	946	717	228	304	221	82	1,261	75%	
医薬用・食品用アミノ酸	約430	約355	73	約130	約110	16	-	-	
バイオフィーマーサービス	約520	約360	155	約175	約110	65	-	-	
ファンクショナルマテリアルズ	567	449	118	195	163	31	747	75%	
その他	763	652	110	261	214	47	1,025	74%	
その他	122	89	33	53	29	23	176	69%	
事業利益	1,192	1,084	107	448	391	57	1,330	89%	
調味料・食品	725	741	▲16	294	290	3	810	89%	
調味料	502	534	▲31	193	195	▲1	619	81%	
栄養・加工食品	153	182	▲29	73	75	▲2	148	103%	
ソリューション&イングリディエンツ(S&I)	207	158	48	69	64	5	234	88%	
全社共通費	▲133	▲133	▲0	▲47	▲43	▲4	▲192	69%	
冷凍食品	4	19	▲15	8	9	▲1	1	387%	
冷凍食品	46	61	▲15	23	23	0	62	75%	
全社共通費	▲42	▲41	▲0	▲15	▲13	▲1	▲61	69%	
ヘルスケア等	450	333	117	142	104	37	558	80%	
バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ	139	118	21	35	18	17	179	77%	
ファンクショナルマテリアルズ	307	213	94	107	80	26	395	77%	
その他	54	51	3	17	20	▲3	56	96%	
全社共通費	▲51	▲49	▲1	▲17	▲15	▲2	▲72	70%	
その他	11	▲10	22	3	▲14	17	▲40	-	
全社共通費	▲8	▲10	2	▲3	▲3	0	▲12	67%	

■地域別セグメント情報

(1)地域別セグメント実績

(単位:億円)

	日本			アジア			米州			EMEA			地域外			合計		
	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額 (増減率)	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額 (増減率)	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額 (増減率)	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額 (増減率)	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額 (増減率)	FY22 4-12月	FY21 4-12月	増減額 (増減率)
売上高	3,884	3,682	202 (5%)	2,690	2,139	551 (25%)	2,637	1,912	724 (37%)	1,054	806	247 (30%)	-	-	-	10,267	8,542	1,724 (20%)
調味料・食品	2,071	2,059	12 (0%)	2,587	2,052	535 (26%)	824	589	234 (39%)	383	277	105 (38%)	-	-	-	5,866	4,978	888 (17%)
冷凍食品	686	682	4 (0%)	34	23	11 (48%)	1,146	849	297 (35%)	133	100	32 (32%)	-	-	-	2,000	1,655	345 (20%)
ヘルスクエア等	1,004	853	151 (17%)	68	63	5 (8%)	666	473	192 (40%)	537	428	108 (25%)	-	-	-	2,277	1,819	458 (25%)
その他	122	88	33 (38%)	0	0	▲0 (▲60%)	-	-	-	0	0	0	-	-	-	122	89	33 (37%)
事業利益	546	496	50 (10%)	420	415	4 (1%)	151	114	36 (31%)	73	57	16 (28%)	-	-	-	1,192	1,084	107 (9%)
調味料・食品	251	317	▲66 (▲20%)	451	454	▲2 (▲0%)	121	72	48 (67%)	44	29	14 (51%)	▲143	▲132	▲11 (8%)	725	741	▲16 (▲2%)
冷凍食品	35	42	▲6 (▲15%)	16	8	8 (100%)	▲2	5	▲7	▲0	4	▲4	▲45	▲40	▲4 (11%)	4	19	▲15 (▲76%)
ヘルスクエア等	332	231	100 (43%)	28	23	5 (21%)	92	88	4 (4%)	52	43	9 (20%)	▲55	▲53	▲1 (3%)	450	333	117 (35%)
その他	20	▲0	20	▲0	▲0	▲0 (159%)	-	-	-	▲0	0	▲0	▲8	▲10	2 (▲23%)	11	▲10	22
全社共通費等	▲92	▲95	2 (▲2%)	▲76	▲69	▲6 (8%)	▲60	▲51	▲8 (16%)	▲22	▲20	▲2 (14%)	252	237	15 (6%)	-	-	-

(2)主要国の現地通貨ベース売上高対前年増減率

調味料・食品 (調味料、栄養・加工食品)*		FY22 4-12月	FY22 10-12月
アジア	タイ	+4%	+3%
	インドネシア	+3%	+6%
	ベトナム	+23%	+25%
	フィリピン	+5%	+7%
米州	ブラジル	+12%	+18%

* 海外コンシューマー製品

(3)地域別セグメント売上高進捗率

(単位:億円)

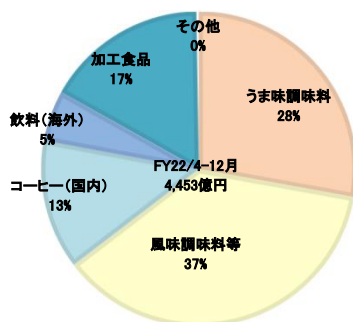
	日本			アジア			米州			EMEA			合計		
	FY22 4-12月	FY22 修正予想	進捗率	FY22 4-12月	FY22 修正予想	進捗率	FY22 4-12月	FY22 修正予想	進捗率	FY22 4-12月	FY22 修正予想	進捗率	FY22 4-12月	FY22 修正予想	進捗率
売上高	3,884	5,225	74%	2,690	3,641	73%	2,637	3,500	75%	1,054	1,301	81%	10,267	13,670	75%
調味料・食品	2,071	2,815	73%	2,587	3,438	75%	824	1,110	74%	383	482	79%	5,866	7,847	74%
冷凍食品	686	900	76%	34	62	55%	1,146	1,501	76%	133	146	90%	2,000	2,611	76%
ヘルスクエア等	1,004	1,338	75%	68	134	50%	666	890	74%	537	671	80%	2,277	3,035	75%
その他	122	177	68%	0	4	8%	-	-	-	0	0	-	122	176	69%

味の素株式会社 2023年3月期 第3四半期決算補足情報

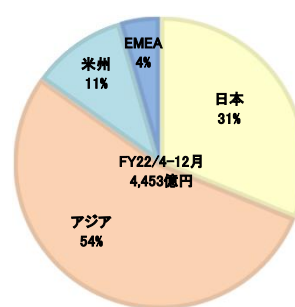
■調味料・食品

①調味料、栄養加工食品(国内・海外)

(1)カテゴリー別売上高構成比



(2)地域別売上高構成比



(3) コーヒー(日本) 家庭用/業務用比率*

	FY20	FY21	FY21 4-12月	FY22 4-12月
売上高(億円)	855	853	650	627
家庭用	78%	79%	79%	75%
業務用	22%	21%	33%	25%

*味の素AGF社単体の数値。

(4) 主要製品 家庭用市場シェア(当社推定 消費者購入ベース)

調味料(日本)

製品領域	主要ブランド	2020年度		2021年度			2022年度	
		市場規模 (億円)	当社シェア (順位)	市場規模 (億円)	当社シェア (順位)	4-12月 当社シェア(順位)	市場規模予想 (億円)	4-12月 当社シェア(順位)
うま味調味料	「味の素®」 「ハイミー®」	54	93%(1位)	53	94%(1位)	94%(1位)	56	93%(1位)
和風だしの素	「ほんだし®」	383	56%(1位)	371	56%(1位)	57%(1位)	371	57%(1位)
コンソメ	「味の素KKコンソメ」	133	81%(1位)	123	81%(1位)	81%(1位)	126	80%(1位)
マヨネーズ類	「ピュアセレクト®」	583	24%(2位)	594	25%(2位)	24%(2位)	618	24%(2位)
メニュー用調味料	「Cook Do®」 「Cook Do®きょうの大皿®」	818	30%(1位)	797	30%(1位)	30%(1位)	805	28%(1位)

調味料(海外主要国)

エリア	国名	製品カテゴリー	主要ブランド	2021年度 当社シェア (順位)
アジア	タイ	うま味調味料	「AJI-NO-MOTO®」 「AJI-NO-MOTO PLUS」	90%程度(1位)
		風味調味料	「RosDee®」	80%程度(1位)
	インドネシア	うま味調味料	「AJI-NO-MOTO®」	40%程度(1位)
		風味調味料	「Masako®」	50%程度(1位)
	ベトナム	うま味調味料	「AJI-NO-MOTO®」	60%程度(1位)
フィリピン	うま味調味料	「AJI-NO-MOTO®」	100%程度(1位)	
米州	ブラジル	風味調味料	「Tempero Sazon®」	70%程度(1位)

栄養・加工食品(日本)

製品領域	主要ブランド	2020年度		2021年度			2022年度	
		市場規模 (億円)	当社シェア (順位)	市場規模 (億円)	当社シェア (順位)	4-12月 当社シェア(順位)	市場規模予想 (億円)	4-12月 当社シェア(順位)
スープ	「クノール®」	1,124	31%(1位)	1,134	30%(1位)	30%(1位)	1,157	29%(1位)
インスタントコーヒー	「Blendy®」 「MAXIM®」	848	22%(2位)	800	22%(2位)	22%(2位)	784	22%(2位)
スティックコーヒー	「Blendy®」 「Blendy®カフェトリー®」	457	56%(1位)	455	55%(1位)	55%(1位)	465	54%(1位)
レギュラーコーヒー	「ちよつと贅沢な珈琲店®」 「Blendy®」 (ドリップ含む)	531	12%(3位)	546	13%(3位)	13%(3位)	552	12%(3位)

栄養・加工食品(海外主要国)

エリア	国名	製品領域	主要ブランド	2021年度 当社シェア (順位)
アジア	タイ	RTDコーヒー	「Birdy®」	50%程度(1位)

味の素株式会社 2023年3月期 第3四半期決算補足情報

②ソリューション&イングリディエンツ(S&I)

MSG、核酸系調味料 当社推定市場規模

	2020年度				2021年度			
	中国	その他	計	当社シェア	中国	その他	計	当社シェア
MSG(千ト)	1,640	1,600	3,240 ^{*1}	約20%	1,710	1,620	3,330 ^{*2}	約20%
核酸系調味料(千ト)	-	-	60	約25%	-	-	63	約25%

*1 家庭用:60%弱、加工食品メーカー向け:40%強

*2 家庭用:60%弱、加工食品メーカー向け:40%強

■冷凍食品

(1) 冷凍食品(日本) 家庭用/業務用比率*

	FY20	FY21	FY21 4-12月	FY22 4-12月
売上高(億円)	915	893	679	685
家庭用	65%	67%	67%	65%
業務用	35%	33%	33%	35%

*味の素冷凍食品社単体の数値。

(2) 主要製品 家庭用市場シェア(当社推定 消費者購入ベース)

日本

製品領域	主要ブランド	2020年度		2021年度		2022年度		
		市場規模 (億円)	当社シェア (順位)	市場規模 (億円)	当社シェア (順位)	4-12月 当社シェア	市場成長率 予想	4-12月 当社シェア
ギョーザ類	「ギョーザ」等	563	47%(1位)	602	44%(1位)	45%(1位)	105%程度成長	42%(1位)

北米

製品領域	主要ブランド	2020年度		2021年度		2022年度
		市場規模 ^{*2} (百万USD)	当社シェア (順位)	市場規模 ^{*2} (百万USD)	当社シェア (順位)	市場成長率 予想
日本食・アジア食 ^{*1}	-	1,357	28%(1位)	1,570	28%(1位)	110%程度成長

*1 味の素フーズ・フーズアメリカ社単体の数値。

*2 除くPB。

■セグメント別情報

(1) 減価償却費及び償却費*

(単位:億円)

	2020年度	2021/4-9月度	2021年度	2022/4-9月	2022年度 予想
調味料・食品	289	153	309	171	336
冷凍食品	100	51	109	61	110
ヘルスケア等	151	72	146	82	176
その他	42	17	28	5	10
全社	46	32	67	37	60
合計	630	327	662	357	693

*非継続事業を除く。

(2) 設備投資

(単位:億円)

	2020年度	2021/4-9月度	2021年度	2022/4-9月	2022年度 予想
調味料・食品	529	132	367	92	279
冷凍食品	134	25	105	38	128
ヘルスケア等	177	74	215	94	249
その他	6	2	6	2	4
全社	70	19	45	12	40
合計	918	254	741	239	700

(3) 研究開発費

(単位:億円)

	2020年度	2021/4-9月度	2021年度	2022/4-9月	2022年度 予想
調味料・食品	64	30	64	32	73
冷凍食品	12	6	12	6	16
ヘルスケア等	82	39	84	45	110
その他	0	1	3	1	2
全社	98	45	85	40	85
合計	259	123	248	125	285

味の素株式会社 2023年3月期 第3四半期決算補足情報

(参考)事業の内容

報告セグメント	サブセグメント	主要製品
調味料・食品	調味料	うま味調味料「味の素®」、「ほんだし®」、「Cook Do®」、「味の素KKコンソメ」、「ピュアセレクト® マヨネーズ」、「Ros Dee®」(風味調味料)、「Masako®」(風味調味料)、「Aji-ngon®」(風味調味料)、「Sazon®」(風味調味料)、「SAJKU®」(メニュー用調味料)、「CRISPY FRY®」(メニュー用調味料)等
	栄養・加工食品	「クノール® カップスープ」、「YumYum®」(即席麺)、「Birdy®」(コーヒー飲料)、「Birdy®3in1」(粉末飲料)、「Blendy®」ブランド品(「CAFÉ LATORY®」、スティックコーヒー等)、「MAXIM®」ブランド品、「ちょっと贅沢な珈琲店®」ブランド品、ギフト各種、オフィス飲料(カップ自販機、給茶機)等
	ソリューション&イングリディエンツ	国内外食用・食品加工工業用うま味調味料「味の素®」、外食用調味料・加工食品、加工用調味料(天然系調味料、酵素製剤「アクティバ®」、外食嗜好飲料、加工原料、弁当・惣菜、ベーカリー製品、核酸系調味料、甘味料(加工用アスパルテーム、家庭用「ハルスイート®」等)等
冷凍食品	冷凍食品	餃子類(「ギョーザ」、「しょうがギョーザ」、POT STICKERS等)、米飯類(「ザ★®チャーハン」、CHICKEN FRIED RICE、YAKITORI CHICKEN FRIED RICE等)、麺類(YAKISOBA、RAMEN等)、デザート類(業務用ケーキ、MACARON等)、焼売類(「ザ★®シューマイ」等)、鶏肉加工品類(「やわらか若鶏から揚げ」、「ザ★®から揚げ」等)、等
ヘルスケア等	バイオフィーマサービス&イングリディエンツ	
	医薬用・食品用アミノ酸	医薬用・食品用アミノ酸、培地
	バイオフィーマサービス	医薬品中間体及び原薬、無菌製剤(Fill&Finish)等の受託製造サービス
	ファンクショナルマテリアルズ	電子材料(半導体パッケージ用層間絶縁材料「味の素ビルドアップフィルム®(ABF)」等)、機能性材料(接着剤「ブレンセット®」、磁性材料「AFTINNOVA® Magnetic Film」等)、活性炭、離型紙、等
	その他	飼料用アミノ酸、ダイレクトマーケティング(健康基盤食品(「グリナ®」、「アミノエール®」等)、スポーツニュートリション(サプリメント「アミノバイタル®」等)、パーソナルケア素材(アミノ酸系マイルド洗浄剤「アミソフト®」、「アミライト®」、アミノ酸系マイクロプラスチックビーズ代替「アミホープ®SBシリーズ」等)、メディカルフード、農業サービス等