

味の素株式会社 2017年3月期第1四半期 決算概要①

■財務諸表・外部影響等

(単位:億円)

損益計算書	16/4-6月	15/4-6月	増減額	増減率	(除く為替影響)	備考	通期予想	進捗率
日本食品	945	928	▲17	▲1%	2%		4,118	23%
海外食品	1,023	1,172	▲148	▲12%	1%	換算為替影響:▲166億円	4,668	21%
ライフサポート	305	376	▲71	▲18%	▲9%	換算為替影響:▲29億円	1,452	21%
ヘルスケア	213	219	▲5	▲2%	4%	換算為替影響:▲16億円	980	21%
その他	140	222	▲81	▲36%	▲34%		642	21%
売上高	2,629	2,918	▲289	▲9%	▲2%		11,860	22%
日本食品	73	54	▲19	▲34%	20%		352	21%
海外食品	103	107	▲3	▲3%	19%	換算為替影響:▲25億円	414	25%
ライフサポート	8	46	▲37	▲81%	▲75%	換算為替影響:+1億円	117	7%
ヘルスケア	22	18	▲4	▲23%	43%	換算為替影響:▲3億円	58	38%
その他	▲3	4	▲8	-	-		▲31	11%
営業利益	205	231	▲26	▲11%	▲1%		910	22%
受取利息	7	7	0	2%			23	32%
受取配当金	6	6	0	9%			10	69%
持分法投資利益	23	6	▲17	270%			15	156%
その他	5	12	▲7	▲57%			-	-
営業外収益	43	32	▲10	33%			-	-
支払利息	5	5	0	1%			26	22%
為替差損	6	-	▲6	-			-	-
その他	5	5	0	2%			-	-
営業外費用	18	11	▲6	55%			-	-
経常利益	230	252	▲22	▲8%			916	25%
投資有価証券売却益	21	-	▲21	-			-	-
段階取得に係る差益	-	180	▲180	-			-	-
その他	7	1	▲6	453%			-	-
特別利益	29	181	▲152	▲83%			-	-
固定資産除却損	3	2	▲1	66%			-	-
関係会社株式売却損	8	-	▲8	-			-	-
持分変動損	11	-	▲11	-			-	-
その他	6	5	▲1	22%			-	-
特別損失	29	7	▲22	298%			-	-
税引前当期純利益	230	426	▲196	▲46%			884	26%
法人税等	67	77	▲10	▲13%		16/4-6月 税率:29.0%	273	24%
当期純利益	163	349	▲186	▲53%			611	26%
非支配株主帰属当期純利益	25	28	▲2	▲9%			101	25%
親会社帰属当期純利益	137	321	▲183	▲57%			510	27%

外部影響(対前年増減)	16/4-6月	備考
換算為替		
売上高影響	▲220	
営業利益影響	▲30	
貿易為替※		
売上高影響	約0	
営業利益影響	約5	
日本食品原材料	約1	調味料・加工食品 +0、冷食 +1
発酵原燃料	約9	主原料 +2、副原料 +4、エネルギー +3
コストダウン	約6	調味料・加工食品 +2、冷食 +3

※5億円単位の概数で表示

貸借対照表	16/6月末	16/3月末	増減額	増減率	備考
総資産	11,779	12,621	▲841	▲6%	
内、流動資産	5,523	6,240	▲717	▲11%	主に為替およびEAファーマ社の持分法適用会社化影響により減少
内、固定資産	6,256	6,380	▲124	▲1%	
負債	5,537	5,701	▲163	▲2%	
内、有利子負債	2,744	2,647	▲97	3%	
純資産	6,241	6,919	▲677	▲9%	
内、非支配株主持分	626	720	▲94	▲13%	

為替	FY16Q1	FY15Q1	FY16前提
円/USD	108.04	121.43	110.0
円/EUR	121.88	134.21	123.0
円/THB	3.06	3.66	3.2
円/BRL	30.83	39.56	30.3

キャッシュフロー計算書	16/4-6月	15/4-6月	増減額
①営業活動によるCF	195	276	▲81
②投資活動によるCF	▲86	▲396	310
③財務活動によるCF	▲302	216	▲519
④現金および現金同等物の残高	1,719	1,729	▲9
フリーキャッシュフロー(①+②)	109	▲119	228
設備投資	▲134	▲109	▲24
減価償却費	113	127	▲13

▲はキャッシュアウト

■セグメント別実績

【日本食品】 (単位:億円)

	16/4-6月	通期予想	通期進捗	15/4-6月	増減
売上高	945	4,118	23%	928	▲17
調味料・加工食品	461	2,038	22%	449	▲11
冷凍食品(日本)	241	990	24%	221	▲20
コーヒー類	243	1,089	22%	256	▲13
営業利益	73	352	21%	54	▲19
調味料・加工食品	68	-	-	58	▲9
冷凍食品(日本)	18	-	-	3	▲14
コーヒー類	13	-	-	15	▲1
全社共通費	▲26	▲101	26%	▲23	▲3

【海外食品】 (単位:億円)

	16/4-6月	通期予想	通期進捗	15/4-6月	増減
売上高	1,023	4,668	21%	1,172	▲148
調味料・加工食品	627	2,917	21%	719	▲91
冷凍食品(海外)	233	1,066	21%	250	▲17
加工用うま味調味料・甘味料	162	683	23%	202	▲39
営業利益	103	414	25%	107	▲3
冷凍食品(海外)	2	-	-	3	▲0
全社共通費	▲37	▲145	25%	▲37	0

【ライフサポート】 (単位:億円)

	16/4-6月	通期予想	通期進捗	15/4-6月	増減
売上高	305	1,452	21%	376	▲71
動物栄養	192	996	19%	262	▲69
化成品	109	-	-	104	▲4
その他	3	-	-	9	▲5
営業利益	8	117	7%	46	▲37
動物栄養	▲5	65	▲8%	29	▲35
化成品	25	-	-	26	▲1
その他	▲1	-	-	0	▲1
全社共通費	▲9	▲37	24%	▲10	1

【ヘルスケア】 (単位:億円)

	16/4-6月	通期予想	通期進捗	15/4-6月	増減
売上高	213	980	21%	219	▲5
アミノ酸	166	-	-	178	▲12
その他	47	-	-	41	▲6
営業利益	22	58	38%	18	▲4
アミノ酸	28	-	-	22	▲6
その他	1	-	-	2	▲0
全社共通費	▲8	▲32	25%	▲6	▲1

【その他事業】 (単位:億円)

	16/4-6月	通期予想	通期進捗	15/4-6月	増減
売上高	140	642	21%	222	▲81
営業利益	▲3	▲31	11%	4	▲8
全社共通費	▲7	▲34	22%	▲8	0

※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参考数値が含まれます。

※本資料の金額は、億円未満切り捨てて表示しております。

*1 家庭用スープの販売好調維持に加え、新製品「お肉やわらかの素」の貢献等により増収。

*2 家庭用は「ギョーザ」等の主力品が好調に推移。業務用も主力品群が堅調に推移し、全体で増収。

*3 ボトルコーヒーが競合の安値攻勢の影響を受けた事やギフト事業等の減収により、全体で減収。

*4 調味料・加工食品は家庭用、業務用共に増益。冷凍食品は増収効果に加え、円高による輸入コストメリット等により増益。

コーヒー類はPPA確定による遡及適用により前年実績を下方修正(約5億円)。2016年度は販促費用の増加等により、微減収。

*1 風味調味料、飲料等主力品の販売数量は増加となるも、換算為替影響(約▲120億円)等により減収。

*2 米国の売上高は現地通貨ベースでは増収となるも、為替影響により減収。

*3 加工用うま味調味料は主に換算為替影響により減収。甘味料は海外リテール商品の計上セグメント変更(調味料・加工食品に移管)に加え、加工用の販売数量減影響等により減収。

参考>加工用うま味調味料の売上高 121億円

*4 調味料・加工食品は換算為替影響により減益。甘味料は前年の欧州の生産・販売子会社売却効果で固定費削減となり増益。

参考>調味料・加工食品 ▲11、冷凍食品 ▲0、加工用うま味調味料 ▲0、甘味料 +5

*1 主要3製品の販売単価下落や換算為替影響等により、減収。

*2 主に電子材料の販売量増により増収。

*3 動物栄養の主要3製品の販売単価下落等により減益。

*1 参考>医薬用・食品用アミノ酸 ▲6
製薬カスタムサービス ▲5*2 参考>医薬用・食品用アミノ酸 +3
製薬カスタムサービス +2

*1、*2 医薬事業の再編により、EAファーマ社が連結子会社から持分法適用会社となった影響等で減収、減益。

味の素株式会社 2017年3月期第1四半期 決算概要②

■事業別・地域別実績

(単位:億円)

<売上高>	日本	アジア	米州	欧州	合計
日本食品	926 (19)	9 (0)	5 (▲1)	4 (▲0)	945 (17)
海外食品	907	9	6	5	928
ライフサポート	34 (▲4)	546 (▲66)	378 (▲45)	64 (▲31)	1,023 (▲148)
ヘルスケア	39	612	424	95	1,172
その他	102 (3)	35 (▲7)	100 (▲41)	66 (▲25)	305 (▲71)
合計	98	43	141	92	376
ヘルスケア	78 (10)	6 (▲1)	50 (▲7)	78 (▲8)	213 (▲5)
その他	67	7	57	86	219
合計	115 (▲78)	25 (▲2)	-	-	140 (▲81)
その他	194	27	-	-	222
合計	1,257 (▲50)	622 (▲77)	535 (▲95)	214 (▲66)	2,629 (▲289)
合計	1,307	700	630	280	2,918

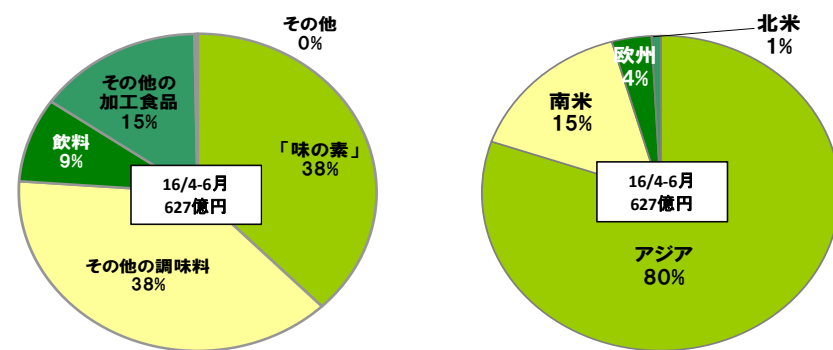
上段:16/4-6月、下段:15/4-6月、()内は増減額。

<営業利益>	日本	アジア	米州	欧州	地域外	合計
日本食品	92 (23)	4 (▲1)	0 (▲0)	1 (▲0)	▲25 (▲1)	73 (19)
海外食品	68	6	1	1	▲23	54
ライフサポート	▲3 (▲7)	113 (▲4)	24 (▲3)	0 (0)	▲31 (11)	103 (▲3)
ヘルスケア	3	118	27	0	▲43	107
その他	20 (▲7)	1 (1)	▲4 (▲19)	▲1 (▲13)	▲7 (1)	8 (▲37)
合計	27	0	15	11	▲8	46
ヘルスケア	7 (▲3)	4 (3)	10 (1)	9 (4)	▲8 (▲2)	22 (4)
その他	10	0	8	5	▲6	18
合計	1 (▲8)	2 (▲0)	-	0 (0)	▲7 (0)	▲3 (▲8)
その他	10	2	-	0	▲8	4
合計	▲37 (1)	▲21 (2)	▲16 (3)	▲6 (2)	81 (▲9)	
全社共通費等	▲38	▲24	▲19	▲8	91	
合計	80 (▲1)	104 (0)	15 (▲18)	4 (▲6)		205 (▲26)
合計	82	104	34	11		231

上段:16/4-6月、下段:15/4-6月、()内は増減額。 全社共通費等には未実現利益消去等も含む。

日本食品	: 日本 > 調味料・加工食品および冷凍食品の増収効果等により増益。
海外食品	: アジア・米州 > 換算為替のマイナス影響等により減益。
ライフサポート	: 米州・欧州 > 主に動物栄養の販売単価下落影響により減益。
ヘルスケア	: アジア > 医薬用・食品用アミノ酸で増益。 欧州 > 製薬カスタムサービスで増益。

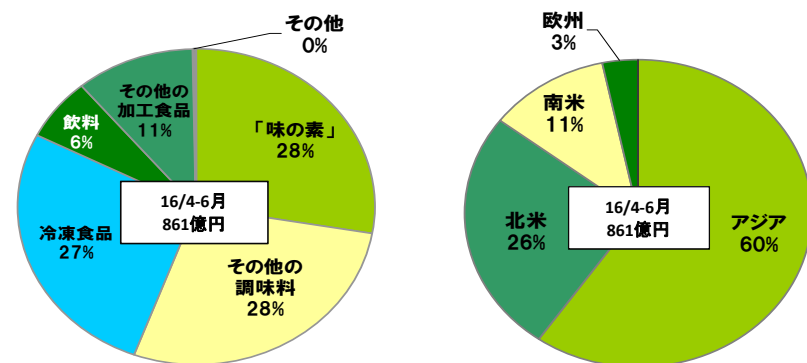
■海外調味料・加工食品実績(構成比は四捨五入)



【16/4-6月 Five Stars売上高】

- タイ 約82億THB (前年比101%、円ベース84%)
- インドネシア 約1兆556億IDR (前年比104%、円ベース91%)
- ブラジル 約2.3億BRL (前年比134%、円ベース105%)
- ベトナム 約1兆6,948億VND (前年比111%、円ベース95%)
- フィリピン 約16億PHP (前年比107%、円ベース91%)

■<参考>海外調味料・加工食品、冷凍食品実績(構成比は四捨五入)



■参考データ

(1)主要製品 家庭用市場シェア(当社推定 消費者購入ベース)

:修正箇所

調味料・加工食品

製品領域	ブランド	2014年度		2015年度		2016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)	市場規模予想(億円)
うま味調味料	「味の素®」「ハイミー®」	62	92%(1位)	62	89%(1位)	61
和風だし	「ほんだし®」	392	57%(1位)	393	57%(1位)	385
コンソメ	「味の素KKコンソメ®」	121	81%(1位)	121	80%(1位)	122
スープ	「クノール®」	876	36%(1位)	892	37%(1位)	910
マヨネーズ類	「ビュアセレクト®」	453	24%(2位)	452	23%(2位)	442
合わせ調味料	「Cook Do®」 「Cook Do®きょうの大皿®」	787	28%(1位)	789	28%(1位)	810

コーヒー類

製品領域	ブランド	2014年度		2015年度		2016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)	市場規模予想(億円)
インスタント瓶	「Blendy®」「MAXIM®」	433	5%(3位)	444	4%(3位)	426
インスタント瓶詰替え	「Blendy®」「MAXIM®」	250	52%(1位)	295	46%(2位)	295
スティック	「Blendy®」スティック「ティート®」	305	62%(1位)	313	62%(1位)	325
ホームレギュラー	「ちよつと贅沢な珈琲店®」	245	22%(2位)	269	18%(3位)	261
パーソナルレギュラー	「Blendy®」ドリップ 「ちよつと贅沢な珈琲店®」ドリップ	162	21%(2位)	193	18%(2位)	210

(2)国内食品 家庭用/業務用比率*1

製品領域	用途	2014年度	15/4-6月	2015年度	16/4-6月
		売上高	売上高	売上高	売上高
調味料・加工食品	売上高	1,914	449	1,982	461
	家庭用	51%	46%	51%	46%
	業務用*2	49%	54%	49%	54%
冷凍食品*3	売上高	1,155	276	1,151	297
	家庭用	61%	59%	60%	61%
	業務用	39%	41%	40%	39%
コーヒー類*4	売上高	975	242	1,017	251
	家庭用	77%	74%	75%	75%
	業務用	23%	26%	25%	25%

*1:構成比は四捨五入、*2:業務用調味料・加工食品、加工用調味料、弁当・惣菜、ベーカリー、*3:味の素冷凍食品社単体の数値であり、総売上高で記載、*4:味の素ゼネラルフーズ単体の数値を記載

(3)北米の日本食・アジア食の冷凍食品 当社推定市場規模および市場シェア

	2014年度	2015年度	2016年度予想
市場規模*1(百万USD)	523	552	583
味の素ウインザー社	36%(1位)*2	35%(1位)	35%(1位)

*1 除くクラウドストア向け、PB *2 味の素ウインザー社は2015年4月1日設立の為、旧味の素ノースアメリカ社とウインザー・クオリティ・ホールディングス社のシェアを合算

(4)MSG、核酸系調味料 当社推定市場規模

	2014年度				2015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)	1,580	1,470	3,050*1	約20%	1,600	1,500	3,100*2	約20%
核酸系調味料(千ト)	-	-	41	約30%	-	-	42	約30%

*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

(5)アミノ酸系甘味料アスパルテーム 当社推定市場規模

	2014年度		2015年度		2016年度予想	
	市場規模	当社シェア	市場規模	当社シェア	市場規模	当社シェア
アスパルテーム(千ト)	25前後	30%弱	25前後	30%程度	25.5前後	30%弱

(6)飼料用アミノ酸 市況および当社推定市場規模

	2013年度	2014年度	15/4-6月	2015年度	16/4-6月	16/4-9月予想*2	2016年度予想*2	
スプレッド(USD/ST)*1	255	250	185	170	220	230-240	200-250	
市場価格	リジン	1.60	1.40	1.40	1.25	1.30	1.35前後	1.40前後
(USD/kg)	スレオニン	2.05	2.75	2.60	2.30	1.75	1.80前後	1.80前後
CIFベース)	トリプトファン	15.00	17.00	14.00	10.00	7.50	8前後	8前後
市場規模(千ト)	リジン	2,100	2,300		2,200前後		2,300前後	
	当社シェア	15-20%	15%前後		15%前後		15%前後	
	スレオニン	400	445前後		480前後		520前後	
	当社シェア	30%前後	25%前後		25%前後		20%前後	
	トリプトファン	14	23前後		28前後		33前後	
当社シェア	35%前後	20%前後		15%前後		20%前後		

*1 シカゴ商品取引所(CBOT)の大豆粕とトウモロコシの価格差 *2 弊社業績予想の前提とは一致せず