

味の素株式会社 2018年3月期第2四半期 決算概要①

■財務諸表・外部影響等

(単位:億円)

損益計算書	17/4-9月	16/4-9月	増減額	増減率	備考	17/7-9月	16/7-9月	増減額	増減率	FY17 業績予想	進捗率
日本食品	1,846	1,889	▲42	▲2%		924	943	▲19	▲2%	4,037	45%
海外食品	2,218	2,027	190	9%		1,130	1,003	126	12%	4,801	46%
ライフサポート	636	599	37	6%		331	294	37	12%	1,354	47%
ヘルスケア	456	421	34	8%		246	207	38	18%	1,048	43%
その他	310	287	23	8%		158	146	11	7%	630	49%
売上高	5,467	5,224	243	4%		2,790	2,595	194	7%	11,870	46%
日本食品	182	171	11	6%		80	85	▲5	▲5%	418	43%
海外食品	223	220	2	1%		109	100	8	8%	455	49%
ライフサポート	36	21	15	73%		22	9	12	126%	72	50%
ヘルスケア	22	42	▲20	▲48%		21	15	6	42%	74	29%
その他	19	5	14	246%		8	7	1	14%	1	-
事業利益*	483	461	22	5%	持分法による利益 FY17:25、FY16:13	242	219	23	10%	1,020	47%
固定資産売却益	11	4	7	147%		0	0	0	50%	10	119%
その他	27	15	11	79%		11	6	4	64%	-	-
その他の営業収益	39	19	19	95%		11	7	4	63%	-	-
固定資産除却損	10	11	▲1	▲10%		5	8	▲2	▲36%	41	25%
その他	26	39	▲13	▲33%		10	19	▲9	▲47%	-	-
その他の営業費用	37	51	▲14	▲28%		15	28	▲12	▲43%	-	-
営業利益	485	429	56	13%		235	198	37	18%	965	50%
受取利息	22	15	7	47%		10	7	2	34%	-	-
その他	11	51	▲39	▲76%		3	13	▲10	▲75%	-	-
金融収益	34	66	▲31	▲48%		13	20	▲7	▲35%	-	-
支払利息	14	12	2	16%		6	5	1	19%	-	-
その他	7	42	▲35	▲83%		3	5	▲1	▲37%	-	-
金融費用	21	54	▲33	▲61%		9	10	▲0	▲8%	-	-
税引前当期利益	498	440	58	13%		239	208	30	14%	947	52%
税金費用	135	120	14	12%	17/4-9月 税率:27.2%	62	50	11	22%	277	49%
当期利益	362	319	43	13%		176	157	19	12%	670	54%
親会社の所有者	312	270	42	15%		152	134	17	13%	570	54%
非支配持分	49	48	0	1%		24	23	1	6%	100	49%

*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)

除く換算為替	17/4-9月	16/4-9月	増減額	増減率	換算為替影響額	17/7-9月	16/7-9月	増減額	増減率	換算為替影響額
日本食品	1,844	1,889	▲44	▲2%	+2	922	943	▲20	▲2%	+1
海外食品	2,096	2,027	68	3%	+122	1,035	1,003	32	3%	+94
ライフサポート	608	599	9	1%	+27	310	294	16	5%	+20
ヘルスケア	439	421	18	4%	+16	231	207	23	11%	+14
その他	305	287	18	6%	+4	154	146	8	5%	+3
売上高	5,294	5,224	70	1%	+173	2,655	2,595	59	2%	+134
日本食品	181	171	10	6%	+0	80	85	▲5	▲6%	+0
海外食品	204	220	▲16	▲7%	+19	96	100	▲4	▲4%	+13
ライフサポート	37	21	16	78%	▲1	22	9	12	130%	▲0
ヘルスケア	20	42	▲22	▲52%	+1	19	15	4	32%	+1
その他	19	5	13	236%	+0	8	7	0	9%	+0
事業利益	462	461	1	0%	+21	226	219	7	3%	+15

外部影響(対前年増減)	17/4-9月	17/7-9月	備考
換算為替			
売上高影響	+173	+134	
事業利益影響	+21	+15	
貿易為替※			
売上高影響	約0	約5	
事業利益影響	▲約25	▲約15	
日本食品原材料	▲約4	▲約2	17/4-9月 調味料・加工食品 ▲1、冷食 ▲3
発酵原燃料	約13	約9	17/4-9月 主原料 +8、副原料+7、エネルギー ▲2
コストダウン	約11	約5	17/4-9月 調味料・加工食品 +5、冷食 +5

※5億円単位の概数で表示

為替	17/4-6月	16/4-6月	17/7-9月	16/4-9月※	FY17 業績予想
円/USD	111.09	108.04	111.00	105.20	111.04
円/EUR	122.26	121.88	130.37	118.04	126.32
円/THB	3.24	3.06	3.32	3.00	3.28
円/BRL	34.54	30.83	35.09	31.20	34.81

※前年度は日本基準だったため、累計期中平均レートのみ表示

財政状態計算書	17/9月末	17/3月末	増減額	増減率	備考	キャッシュフロー計算書	17/4-9月	16/4-9月	増減額
資産合計	13,870	13,501	369	2%		①営業活動によるCF	444	351	93
内、流動資産合計	5,777	5,734	43	0%		②投資活動によるCF	▲493	▲247	▲246
内、非流動資産合計	8,092	7,766	325	4%		③財務活動によるCF	▲223	▲488	264
負債合計	6,489	6,594	▲104	▲1%		④現金および現金同等物の残高	1,603	1,567	36
内、有利子負債	3,334	3,359	▲25	▲0%		フリーキャッシュフロー(①+②)	▲49	104	▲153
資本合計	7,380	6,906	473	6%		設備投資	▲408	▲281	▲127
内、非支配持分	763	743	19	2%		減価償却費および償却費	248	225	22

▲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)

	17/4-9月	業績予想	通期進捗	16/4-9月	増減	17/7-9月	16/7-9月	増減
売上高	1,846	4,037	45%	1,889	▲42	924	943	▲19
調味料・加工食品	899	1,941	46%	928	*1▲29	460	467	▲7
冷凍食品(日本)	509	1,016	50%	487	*2	252	245	7
コーヒー類	438	1,079	40%	473	*3▲34	211	230	▲18
事業利益	182	418	43%	171	*4	80	85	▲5
調味料・加工食品	160	-	-	157	3	82	82	▲0
冷凍食品(日本)	44	-	-	42	1	17	22	▲5
コーヒー類	31	-	-	29	1	7	10	▲3
全社共通費	▲53	▲115	46%	▲58	4	▲25	▲30	4

【海外食品】

(単位:億円)

	17/4-9月	業績予想	通期進捗	16/4-9月	増減	17/7-9月	16/7-9月	増減	
売上高	2,218	4,801	46%	2,027	190	1,130	1,003	126	
調味料・加工食品	1,418	3,104	45%	1,255	*1	162	723	627	95
冷凍食品(海外)	482	1,062	45%	456	*2	25	245	223	22
加工用うま味調味料・甘味料	317	635	50%	315	*3	2	160	152	8
事業利益	223	455	49%	220	*4	2	109	100	8
冷凍食品(海外)	16	43	39%	27	▲10	8	16	▲8	
全社共通費	▲71	▲141	50%	▲63	▲7	▲35	▲32	▲2	

<調味料・加工食品 換算為替影響>

4-9月売上高:+80億円、事業利益:+15億円

7-9月売上高:+62億円、事業利益:+11億円

【ライフサポート】

(単位:億円)

	17/4-9月	業績予想	通期進捗	16/4-9月	増減	17/7-9月	16/7-9月	増減	
売上高	636	1,354	47%	599	37	331	294	37	
動物栄養	405	908	44%	375	*1	29	214	183	31
化粧品	220	416	53%	216	*2	4	111	106	4
その他	10	29	35%	7	2	5	3	1	
事業利益	36	72	50%	21	*3	15	22	9	12
動物栄養	▲0	15	-	▲7	6	3	▲2	5	
化粧品	58	-	-	50	7	29	24	5	
その他	▲3	-	-	▲4	1	▲2	▲3	1	
全社共通費	▲18	▲35	52%	▲18	▲0	▲9	▲9	0	

【ヘルスケア】

(単位:億円)

	17/4-9月	業績予想	通期進捗	16/4-9月	増減	17/7-9月	16/7-9月	増減
売上高	456	1,048	43%	421	34	246	207	38
アミノ酸	319	777	41%	324	*1▲4	168	157	11
その他	136	269	50%	97	38	77	50	26
事業利益	22	74	29%	42	▲20	21	15	6
アミノ酸	26	-	-	55	*2▲28	17	23	▲6
その他	10	-	-	1	8	11	▲1	12
全社共通費	▲15	▲33	47%	▲14	▲1	▲7	▲7	▲0

【その他】

(単位:億円)

	17/4-9月	業績予想	通期進捗	16/4-9月	増減	17/7-9月	16/7-9月	増減	
売上高	310	630	49%	287	*1	23	158	146	11
事業利益	19	1	-	5	*2	14	8	7	1
全社共通費	▲15	▲31	48%	▲16	1	▲7	▲6	▲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。

以下、2018年3月第2四半期累計期間に関するコメント

*1 家庭用スープの販売好調維持も、子会社売却の影響等により減収。

*2 業務用は前年並みも、家庭用は「ザ★チャーハン」の二桁伸長、「ギョーザ」は前年同期を上回り、「ザ★シュウマイ」の純増により、全体で増収。

*3 スティックコーヒーの販売堅調も、ポトルコーヒー、インスタントコーヒー等の市場縮小および競争激化の影響もあり前年を下回り、全体で減収。

*4 調味料・加工食品は、主にスープの増収効果により増益。冷凍食品は、外部環境のネガティブ影響あるも、増収効果等により増益。コーヒー類は、売上減の影響あるも、商標権取得に伴う支払ロイヤルティがなくなった影響に加え、効率的なマーケティング活動により増益。

*1 換算為替影響(+80億円)、子会社の新規連結影響(約28億円)、「味の素®」および風味調味料の販売数量増等により増収。

*2 北米におけるフードサービス減収の影響あるも、リテールの新製品の順次拡大や換算為替影響(+25億円)により増収。

*3 加工用うま味調味料・甘味料ともに前年並み。参考>加工用うま味調味料の売上高 239億円

*4 調味料・加工食品は、主に換算為替(+15億円)および新規連結影響により増益。冷凍食品は、北米における売上減の影響に加え、原料価格高騰、新生産体制構築に伴う生産コスト増等の影響により大幅減益。参考>調味料・加工食品 +23、冷凍食品 ▲10、加工用うま味調味料 ▲4、甘味料 +4

*1 換算為替影響やトリプトファンの単価上昇および販売数量増、「AjiPro®-L」等のスペシャルティの大幅増収より増収。

*2 化粧品リテール(「JINO®」)のセグメント変更影響(ライフサポート→ヘルスケア)あるも、ケミカルやOEM品の増収により、増収。

*3 主に化粧品(ケミカル)および動物栄養の増収影響により、増益。

*1 医薬用・食品用アミノ酸は大手顧客向け出荷時期後ろ倒しの影響により減収。参考>医薬用・食品用アミノ酸 ▲10 製薬カスタムサービス +6

*2 医薬用・食品用アミノ酸は売上減の影響等により大幅減益。製薬カスタムサービスは新規事業への投資等により大幅減益。参考>医薬用・食品用アミノ酸 ▲20 製薬カスタムサービス ▲8

*1 主にエンジニアリング事業や包材事業の増収により、増収。

*2 主に医薬事業のPPA確定に伴い、2016年度第1四半期の売上原価が増加し、事業利益減少。その結果、2017年度第2四半期累計事業利益は増益。

味の素株式会社 2018年3月期第2四半期 決算概要②

■事業別・地域別実績

<売上高>	日本		アジア		米州		欧州		合計	
	売上高	増減	売上高	増減	売上高	増減	売上高	増減	売上高	増減
日本食品	1,805	(▲48)	18	(1)	12	(2)	10	(2)	1,846	(▲42)
海外食品	73	(▲2)	1,169	(92)	804	(55)	170	(46)	2,218	(190)
ライフサポート	221	(16)	75	(7)	210	(11)	129	(1)	636	(37)
ヘルスケア	190	(27)	12	(▲0)	99	(▲9)	153	(15)	456	(34)
その他	253	(16)	56	(6)	-	-	-	-	310	(23)
合計	2,543	(9)	1,332	(107)	1,127	(59)	464	(65)	5,467	(243)
	2,534		1,224		1,067		398		5,224	

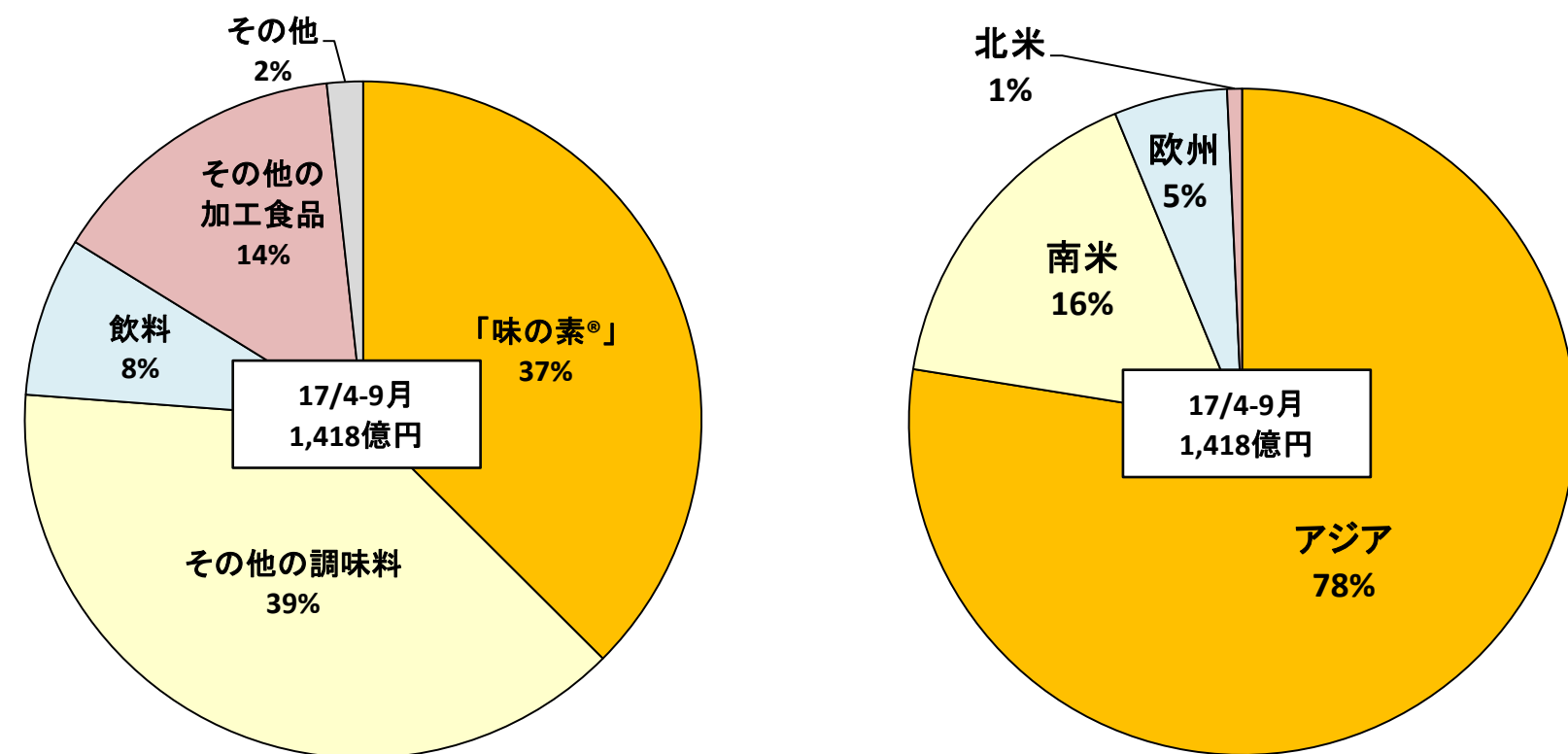
上段:17/4-9月、下段:16/4-9月、()内は増減額。

<事業利益>	日本		アジア		米州		欧州		地域外		合計	
	利益	増減	利益	増減	利益	増減	利益	増減	利益	増減	利益	増減
日本食品	219	(3)	11	(3)	2	(0)	3	(0)	▲53	(2)	182	(11)
海外食品	▲0	(4)	217	(2)	68	(▲1)	15	(11)	▲77	(▲14)	223	(2)
ライフサポート	62	(22)	0	(▲3)	▲3	(2)	▲4	(▲4)	▲17	(▲1)	36	(15)
ヘルスケア	10	(▲1)	3	(▲1)	11	(▲15)	11	(▲0)	▲15	(▲1)	22	(▲20)
その他	28	(11)	5	(1)	-	-	0	(0)	▲15	(1)	19	(14)
全社共通費等	▲89	(▲0)	▲44	(▲6)	▲32	(▲4)	▲13	(▲3)	179	(13)	0	(0)
合計	231	(40)	193	(▲3)	46	(▲17)	12	(3)	0	(0)	483	(22)
	190		197		64		8		0		461	

上段:17/4-9月、下段:16/4-9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 > 主に冷凍食品、コーヒー類で増益。アジア > 主に調味料・加工食品で増益。
海外食品	: 欧州 > 主に調味料・加工食品で増益。地域外 > 主に全社共通費の増加等により減益。
ライフサポート	: 日本 > 全てのセグメントで増益。
ヘルスケア	: 米州 > 主に製薬カスタムサービスで減益。

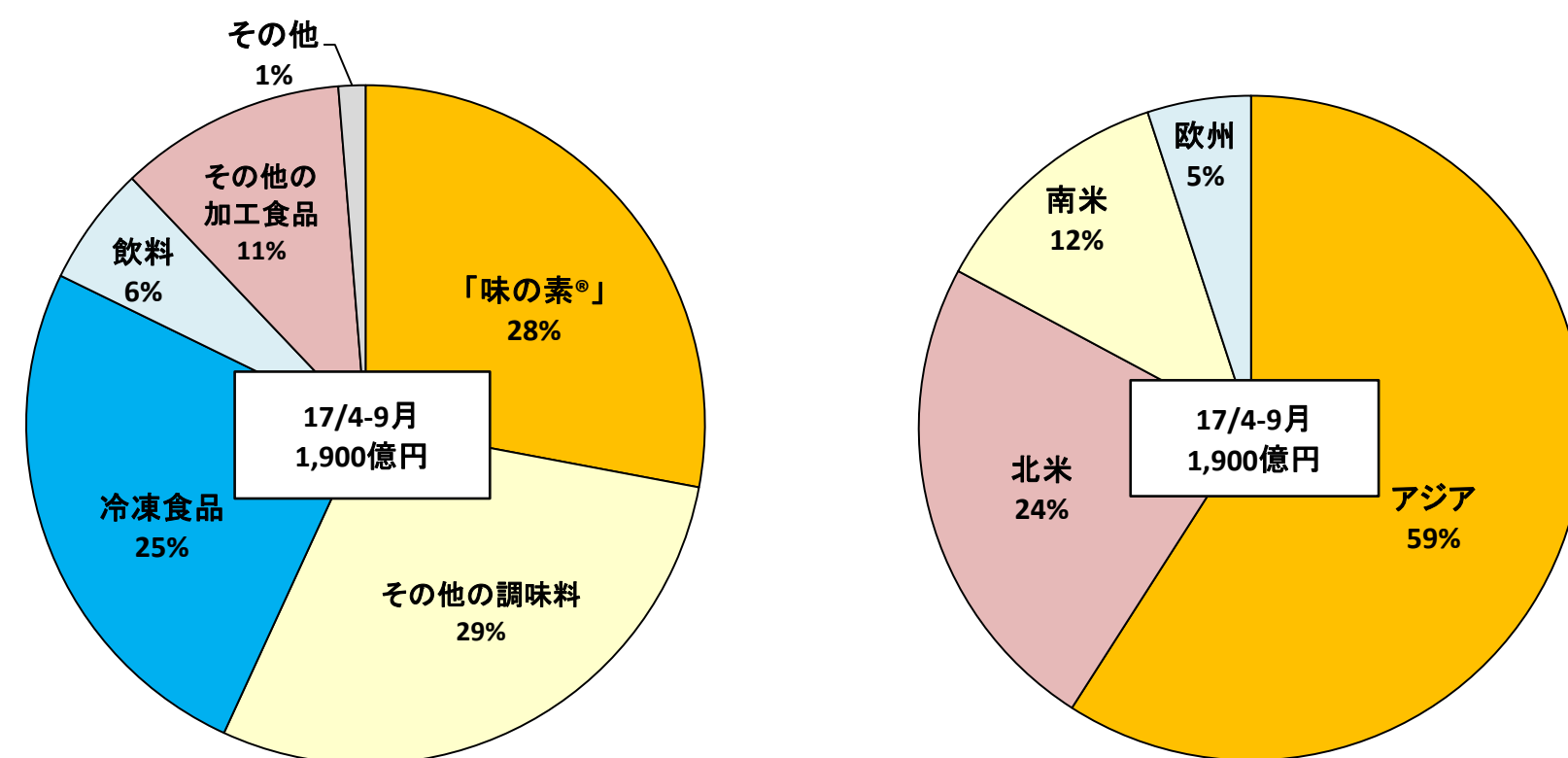
■海外調味料・加工食品実績(構成比は四捨五入)



【17/4-9月 Five Stars売上高】

- タイ 約159億THB (前年比99%、円ベース108%)
- インドネシア 約2兆4,776億IDR (前年比108%、円ベース114%)
- ブラジル 約5.0億BRL (前年比104%、円ベース116%)
- ベトナム 約3兆7,647億VND (前年比107%、円ベース112%)
- フィリピン 約34億PHP (前年比106%、円ベース104%)

■<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)

製品領域	ブランド	2016年度			2017年度	
		市場規模 (億円)	当社シェア(順位)		市場規模予想 (億円)	当社シェア(順位)
			4-9月	年度		
うま味調味料	「味の素®」、「ハイミー®」	60	90%(1位)	89%(1位)	58	90%(1位)
和風だし	「ほんだし®」	385	57%(1位)	57%(1位)	379	57%(1位)
コンソメ	「味の素KKコンソメ」	120	79%(1位)	80%(1位)	121	80%(1位)
スープ	「クノール®」	920	34%(1位)	37%(1位)	940	35%(1位)
マヨネーズ類	「ビュアセレクト®」	451	23%(2位)	26%(2位)	446	26%(2位)
合わせ調味料	「Cook Do®」、「Cook Do®きょうの大皿®」	765	29%(1位)	30%(1位)	773	32%(1位)

冷凍食品

製品領域	ブランド	2016年度			2017年度	
		市場規模 (億円)	当社シェア(順位)		市場規模予想 (億円)	当社シェア(順位)
			4-9月	年度		
ギョーザ類	「ギョーザ」等	437	51%(1位)	49%(1位)	約2%伸長を見込む	50%(1位)

コーヒー類

製品領域	ブランド	2016年度			2017年度	
		市場規模 (億円)	当社シェア(順位)		市場規模予想 (億円)	当社シェア(順位)
			4-9月	年度		
インスタント瓶	「Blendy®」、「MAXIM®」	414	3%(3位)	4%(3位)	389	5%(3位)
インスタント瓶詰替え	「Blendy®」、「MAXIM®」	301	43%(2位)	42%(2位)	297	42%(2位)
スティック	「Blendy®」スティック「ティーハート®」	323	63%(1位)	64%(1位)	339	63%(1位)
ホームレギュラー	「ちよつと贅沢な珈琲店®」	256	16%(3位)	17%(3位)	242	16%(3位)
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	197	15%(2位)	15%(2位)	203	13%(3位)

(2) 日本食品 家庭用/業務用比率*1

製品領域	用途	2015年度	16/4-9月	2016年度	17/4-9月
		調味料・加工食品	売上高 1,982	928	1,917
	家庭用	51%	48%	53%	51%
	業務用*2	49%	52%	47%	49%
冷凍食品*3	売上高	1,151	600	1,223	631
	家庭用	60%	62%	62%	63%
	業務用	40%	38%	38%	37%
コーヒー類*4	売上高	1,018	489	1,034	453
	家庭用	75%	75%	78%	73%
	業務用	25%	25%	22%	27%

*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AGF社単体の数値を記載

(3) 北米のアジアン冷凍食品市場およびシェア(当社推定)

	2015年度	2016年度	2017年度予想
市場規模*1(百万USD)	568	573	583
味の素ウィンザー社	34%(1位)	31%(1位)	32%(1位)

*1 除くクラフストア向け、PB

(4) MSG、核酸系調味料 当社推定市場規模

	2015年度				2016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)	1,600	1,500	3,100*1	約20%	1,620	1,540	3,160*2	約20%
核酸系調味料(千ト)	-	-	42	約30%	-	-	44	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

	2015年度		2016年度		2017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%程度	25.5前後	30%弱	26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

	2015年度		16/4-9月		2016年度		17/4-9月		17/10-17/3月		2017年度	
	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	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
スプレッド(USD/ST)*1	170		220		210		160-180		165-190		150-200	
市場価格	リジン	1.25	1.35	1.40	1.40	1.40	1.40前後	1.40前後	1.40前後	1.40前後	1.40前後	1.40前後
(USD/kg)	スレオニン	2.30	1.75	1.75	1.70	1.70	1.70前後	1.70前後	1.70前後	1.70前後	1.70前後	1.70前後
CIFベース)	トリプトファン	10.00	8.00	8.00	9.00	9.00	9前後	9前後	9前後	9前後	9前後	9前後
市場規模	リジン	2,200前後		2,300前後		2,400前後		2,400前後		2,400前後		2,400前後
(千ト)	当社シェア	15%前後		15%前後		15%前後		15%前後		15%前後		15%前後
	スレオニン	480前後		540前後		570前後		570前後		570前後		570前後
	当社シェア	25%前後		20%前後		20%前後		20%前後		20%前後		20%前後
	トリプトファン	28前後		33前後		37前後		37前後		37前後		37前後
	当社シェア	15%前後		20%前後		25%前後		25%前後		25%前後		25%前後

*1 シカゴ商品取引所(CBOT)の大豆相対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