

## 味の素株式会社 2019年3月期第1四半期 決算補足資料

: 修正箇所

## ◆当社シェアおよび市場関連情報

(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)

調味料・加工食品

製品領域	主要ブランド	2016年度		2017年度			2018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)	当社シェア(順位)
					4-6月	年度		
うま味調味料	「味の素®」、「ハイミー®」	60	89%(1位)	56	90%(1位)	90%(1位)	54	90%(1位)
和風だしの素	「ほんだし®」	385	57%(1位)	376	57%(1位)	58%(1位)	369	57%(1位)
コンソメ	「味の素KKコンソメ」	120	80%(1位)	121	80%(1位)	81%(1位)	122	80%(1位)
スープ	「クノール®」	920	37%(1位)	940	35%(1位)	38%(1位)	959	35%(1位)
マヨネーズ類	「ピュアセレクト®」	451	26%(2位)	446	26%(2位)	26%(2位)	442	25%(2位)
合わせ調味料	「Cook Do®」、 「Cook Do®きょうの大皿®」	765	30%(1位)	779	32%(1位)	30%(1位)	787	30%(1位)

冷凍食品

製品領域	主要ブランド	2016年度		2017年度			2018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)	当社シェア(順位)
					4-6月	年度		
ギョーザ類	「ギョーザ」等	437	49%(1位)	444	50%(1位)	48%(1位)	3%程度成長	48%(1位)

コーヒー類

製品領域	ブランド	2016年度		2017年度			2018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)	当社シェア(順位)
					4-6月	年度		
インスタント瓶	「Blendy®」、「MAXIM®」	414	4%(3位)	387	5%(3位)	5%(3位)	368	4%(3位)
インスタント瓶詰替え	「Blendy®」、「MAXIM®」	301	42%(2位)	281	41%(2位)	41%(2位)	278	40%(2位)
スティック	「Blendy®」スティック、 「Blendy®」カフェラトリースティック	323	64%(1位)	332	62%(1位)	63%(1位)	365	58%(1位)
ホームレギュラー	「ちょっと贅沢な珈琲店®」	256	17%(3位)	234	17%(3位)	16%(3位)	229	15%(3位)
パーソナル・ レギュラー	「Blendy®」ドリップ、 「ちょっと贅沢な珈琲店®」ドリップ	197	15%(2位)	199	13%(3位)	13%(3位)	211	13%(4位)

(2) 日本食品 家庭用/業務用比率\*1

(単位: 億円)

		2016年度	17/4-6月	2017年度	18/4-6月
調味料・加工食品	売上高	1,917	438	1,902	439
	家庭用	53%	50%	54%	51%
	業務用*2	47%	50%	46%	49%
冷凍食品*3	売上高	1,223	317	1,254	297
	家庭用	62%	64%	63%	61%
	業務用	38%	36%	37%	39%
コーヒー類*4	売上高	1,034	234	964	211
	家庭用	78%	75%	75%	73%
	業務用	22%	25%	25%	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(天然系調味料・酵素製剤等)、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

	2016年度	2017年度	2018年度予想
市場規模*1(百万USD)	611	643	4-5%成長
味の素フーズ・ノースアメリカ社*2	29%(1位)	30%(1位)	-

\*1 除くクラブストア向け、PB

\*2 2018年4月より社名変更(旧味の素ウインザー社)

(4)MSG、核酸系調味料 当社推定市場規模

	2016年度				2017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)	1,620	1,540	3,160*1	約20%	1,640	1,570	3,210*2	約20%
核酸系調味料(千ト)	-	-	44	約30%	-	-	47	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

	2016年度		2017年度		2018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)	25.5前後	30%弱	26.0前後	30%弱	27.0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

		2016年度	17/4-6月	2017年度	18/4-6月	18/4-9月 予想*2	2018年度 予想*2
スプレッド(USD/ST)*1		210	170	195	230	180-240	180-240
市場価格 (USD/kg・ CIFベース)	リジン	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40前後	1.40前後
	スレオニン	1.75	1.70	1.70	1.65	1.60前後	1.55前後
	トリプトファン	8.00	9.00	11.00	12.50	11前後	10前後
市場規模 (千ト)	リジン	2,300前後	/	2,400前後	/	/	2,600前後
	当社シェア	15%前後		15%前後			15%前後
	スレオニン	540前後		640前後			700前後
	当社シェア	20%前後		20%前後			15%前後
	トリプトファン	33前後		37前後			41前後
	当社シェア	20%前後		25%前後			25%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 業績予想の前提とは一致せず

◆セグメント別SG&A、設備投資内訳

(1)減価償却費

(単位:億円)

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度予想
日本食品	105	107	122	124
海外食品	179	175	196	218
ライフサポート	74	59	63	58
ヘルスケア	58	58	72	80
その他	24	21	20	17
全社	54	40	42	40
計	497	462	517	537

(2)設備投資

(単位:億円)

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度予想
日本食品	480	448	168	223
海外食品	196	214	311	410
ライフサポート	76	87	66	55
ヘルスケア	59	88	160	159
その他	40	24	32	32
全社	40	32	55	66
計	893	896	794	945

(3)研究開発費

(単位:億円)

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度予想
日本食品	35	34	34	41
海外食品	33	35	37	39
ライフサポート	48	50	52	54
ヘルスケア	27	25	25	30
その他	-	2	8	2
全社	119	122	119	130
計	265	271	278	296