

**味の素株式会社（2802）
2015年3月期業績予想と今後の展望**

2014年11月10日

**取締役社長 最高経営責任者
伊藤 雅俊**

目 次

I. 2015年3月期予想概況	
2015年3月期業績予想	P2
2015年3月期営業利益への外部環境影響	P3
セグメント別業績予想概要	P4
2015年3月期経常利益、純利益予想	P5
目指す営業利益の構成	P6
確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニーに向けたロードマップ	P7
II. GROW 成長モメンタムの加速化	P8 -17
III. FIT 更なる構造改革	P18
IV. 2015年3月期 財務戦略	P19
V. 動物栄養事業 2015年3月期戦略	P20-23
VI. 医薬事業 2015年3月期戦略	P24-28

参考資料

別添 2015年3月期セグメント別業績予想

I . 2015年3月期 予想概況

2015年3月期 業績予想

売上高、営業利益、当期純利益とも全社では期首予想から変更なし。
営業利益は医薬事業を下方修正、海外食品事業を上方修正。

(億円) ※売上高は新基準	FY2014 予想	FY2013 実績	前年比
売上高(億円)	10,080	9,514	106.0%
営業利益(億円)	700	618	113.3%
当期純利益(億円)	440	422	104.4%
一株あたり純利益(円)	74.32	68.67	108.2%

<期首予想からの修正点>

■ 売上高

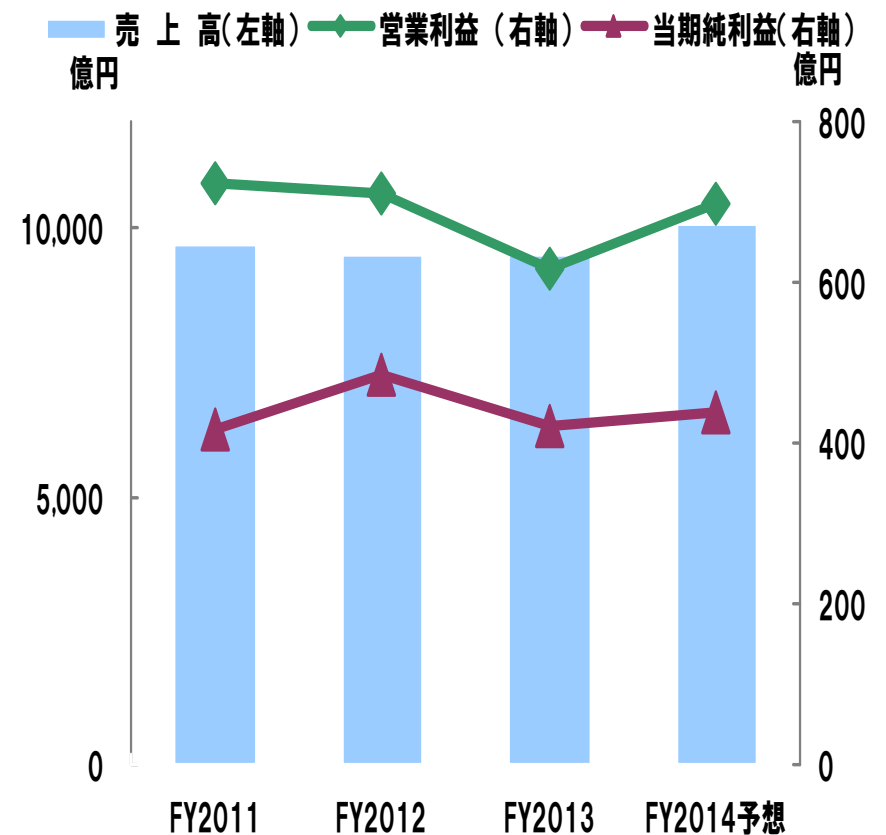
全社では期首予想から変更なし。
医薬の販売苦戦を反映。

■ 営業利益

+：海外食品主要国の伸長、加工用うま味調味料のコスト低減等。
▲：医薬での後発品、競合品影響による販売低迷。

■ 当期純利益

期首予想から変更なし。



2015年3月期 営業利益への外部環境影響

為替レートは期首前提より変更せず。
 発酵原燃料は期首想定より主原料、副原料、エネルギーとも大きく改善する見込み。

為替レート前提（対円）

	FY2014 予想	1H-FY2014 実績
USD	100.0	103.01
EUR	130.0	138.90
THB	3.2	3.19
BRL	44.0	45.76

為替影響（対前年、億円）

	年度予想	上期実績
換算	▲ 9	▲ 1
貿易	▲ 20	10
合計	▲ 29	9

原燃料価格変動影響概算

（対前年。▲＝コストアップ。単位：億円）

	FY2014 修正予想	FY2014 期首予想	1H-FY2014 実績
発酵主原料	52	▲ 7	33
発酵副原料	4	▲ 3	13
発酵エネルギー	11	▲ 5	2
国内食品原材料	▲ 10	▲ 10	▲ 6
原燃料合計	57	▲ 25	42

※前提は今までのレートの変動を勘案し、期首予想から変更せず。

セグメント別業績予想概要

(単位: 億円)

	2015年3月期 修正予想 (A)	営業 利益率	2015年3月期 期首予想	営業 利益率	修正額	2014年3月期 実績 (B)	営業 利益率	対前年増減額(率)	
								(A)-(B)	(A)/(B)
売上高	10,080		10,080		0	9,514		566	6%
国内食品	3,123		3,123		0	2,999		124	4%
海外食品	3,222		3,222		0	2,924		298	10%
バイオ・ファイン	2,384		2,384		0	2,281		103	5%
医薬	409		440		▲ 31	512		▲ 103	▲ 20%
その他	942		911		31	797		145	18%
営業利益	700	6.9%	700	6.9%	0	618	6.5%	82	13%
国内食品	288	9.2%	288	9.2%	0	271	9.0%	17	6%
海外食品	294	9.1%	282	8.8%	12	250	8.6%	44	17%
バイオ・ファイン	97	4.1%	97	4.1%	0	64	2.8%	33	52%
医薬	23	5.6%	35	8.0%	▲ 12	38	7.4%	▲ 15	▲ 40%
その他	▲ 2	▲ 0.2%	▲ 2	▲ 0.2%	0	▲ 5	▲ 0.6%	3	▲ 61%
経常利益	750		750		0	688		62	9%
中間(当期)純利益	440		440		0	422		18	4%
為替レート	円/USD	100.0	円/USD	100.0		100.17			
	円/ユーロ	130.0	円/ユーロ	130.0		134.21			

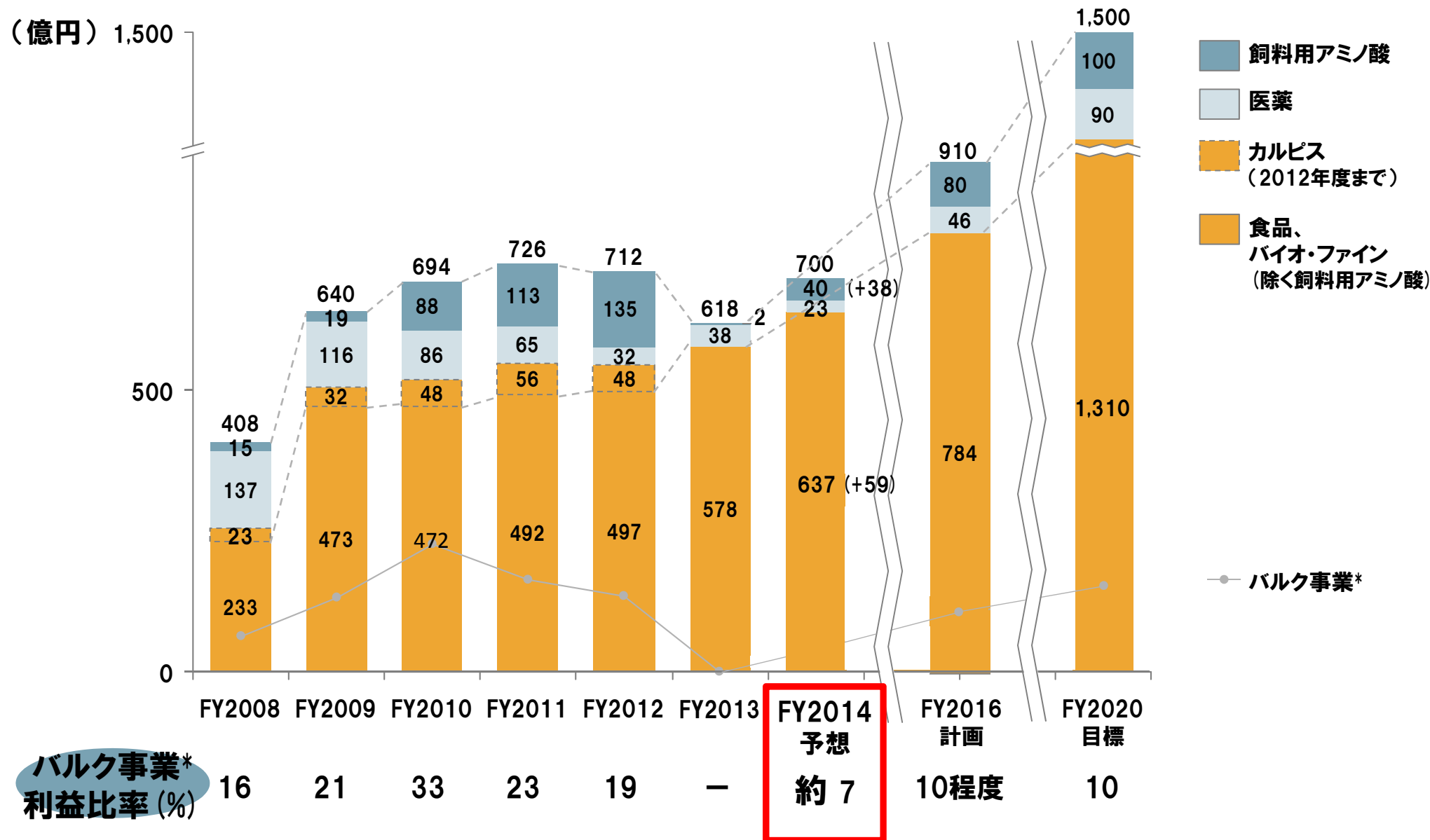
2015年3月期 経常利益、純利益予想

特別損益、当期純利益とも、期首予想から変更なし。

(億円。+が益。)	FY2014 予想	FY2013 実績	差異	主な内容
売上高	10,080	9,514	566	売上高はFY2014からの新基準ベース
営業利益	700	618	82	
営業外収支(▲損)	50	70	▲20	
受取利息	17	21	▲4	
受取配当金	9	11	▲2	
持分法投資損益	41	34	7	
支払利息	▲22	▲20	▲2	
その他	5	24	▲19	
経常利益	750	688	62	
特別損益(▲損)	▲10	38	▲48	
固定資産売却益	10	31	▲21	
関係会社株式売却益	0	23	▲23	
固定資産除却損	▲24	▲12	▲12	
その他	4	▲4	8	
税前利益	740	726	14	
当期純利益	440	422	18	実効税率 FY2013:31.5%、FY2014予:29.7%

目指す営業利益の構成：

バルク事業比率をコントロールし、全事業で「スペシャリティ」を追求することで、利益の質を高める



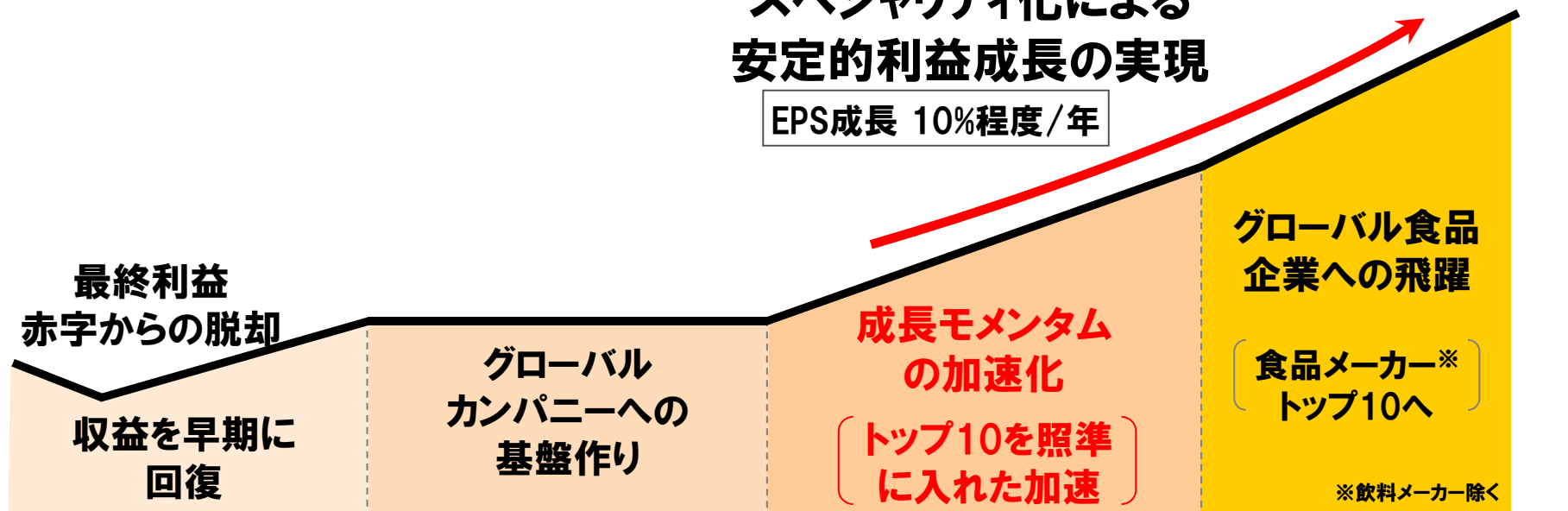
バルク事業*
利益比率 (%)

* バルク事業: 加工用うま味調味料、飼料用アミノ酸、甘味料

「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」に向けたロードマップ： グローバルトップ10を照準に入れ、成長を加速させる

スペシャリティ化による
安定的利益成長の実現

EPS成長 10%程度/年



	FY2008 実績	FY2011 実績	FY2012 実績	FY2013 実績	FY2014 予想	FY2016 (目標)	FY2020~ (目指したい姿)
営業利益(億円)	408	726	712	618	700	910	1,500
営業利益率*1	3.4%	7.5%	7.5%	6.5%	6.9%	8%	10%
同(除くバルク事業*2)	(3.6%)	(6.7%)	(7.0%)	(7.9%)	(7.9%)	(8.4%)	(10.5%)
ROE	-1.7%	6.9%	7.8%	7.1%	7.1%	9%	10%~
1株当たり純利益	-14.6円	61.3円	74.4円	68.7円	74.3円	100円	150円
時価総額(億円)	4,865	7,048	8,985	9,058	—	1兆円~	1兆5,000億円~
バルク事業利益比率*2	16%	23%	19%	—	約7%	10%程度	10%

*1 FY2011より提携事業等の総発売元取引について純額、販促費控除後の計上 *2 バルク事業:加工用うま味調味料、飼料用アミノ酸、甘味料

II. GROW 成長モメンタムの加速化

コンシューマー食品

(1) 国内食品

(2) 海外食品

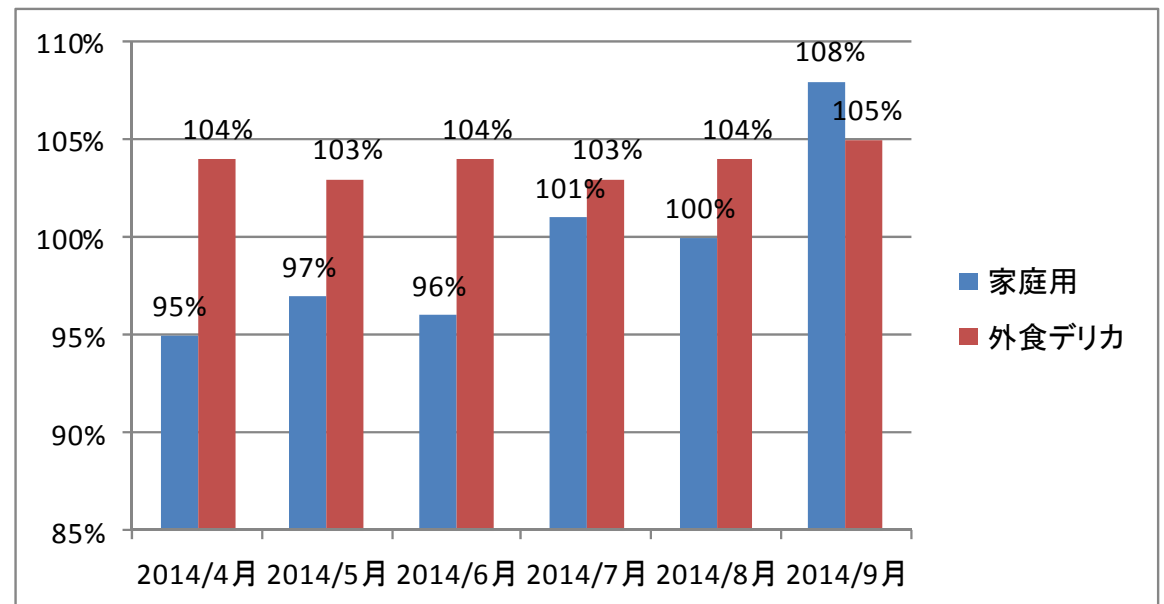
（1）国内調味料・加工食品：消費税増税後の販売動向

家庭用：増税前駆け込み需要の影響は第1四半期までで収束、7月以降は前年を上回って推移。
外食デリカ：増税や天候不順の影響あるも、コンスタントに前年を上回る。

家庭用：上期前年比100%
増税前駆け込み需要の影響を
需要喚起策により打ち返し。

外食デリカ：上期前年比104%
機能型食品の伸長等により
安定的な成長を実現。

国内調味料・加工食品 売上高月別前年比



下期に向けても、スペシャリティ化を継続的に創出。

家庭用、外食デリカとも当社独自技術によりユーザーに適応した価値を提供。
顧客価値創造型製品をさらに広げる。

下期は前年増税前駆け込み需要反動もあるが、通期販売は前年を上回る見込み。

GROW：成長モメンタムの加速化（コンシューマー食品）

（1）国内調味料・加工食品：

顧客価値創造力によるスペシャリティ化

Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO®

2014年秋季家庭用新製品より

「Toss Sala®」 <全国発売>

働く女性のニーズに応え、働く女性の知恵を集めて製品開発。
調理時間は短く、でも、見栄えは良くしたい。
いつも野菜が不足しがち。

当社独自技術を活かした、新しいタイプのサラダ用シーズニング。
「クノール®カップスープ」で培った粉末配合技術。
素材の風味を引き立てる当社独自の調味料。



イタリアン・バジル味

新しい領域の製品を分かりやすく伝えるコミュニケーション

10/4よりTVCM投入

野菜と一緒にまぜる(トスする)だけで
デリのようなワンランク上のサラダが作れる。
トッピングの具と「粉ドレ®」が入った
新しいサラダ用シーズニング。

店頭回転が急上昇！



GROW：成長モメンタムの加速化（コンシューマー食品）

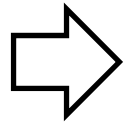
（1）国内調味料・加工食品：

顧客価値創造力によるスペシャリティ化

2014年秋季家庭用新製品より

「クノール® カップスープ」 <塩分40%カット>

通常、食塩を減らすと、塩味だけでなく
とろみやコクも弱く感じてしまう。

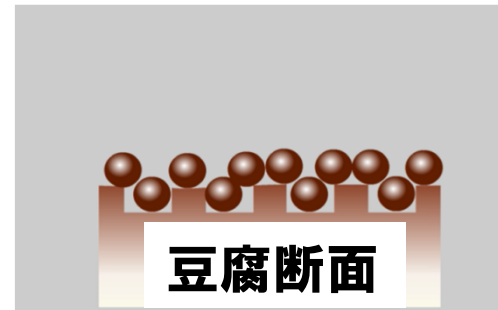
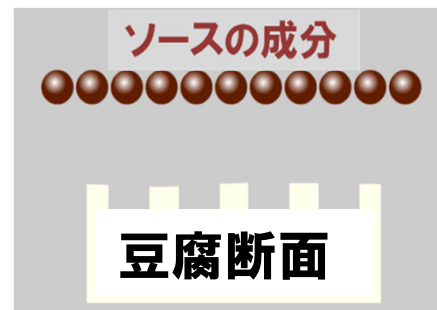
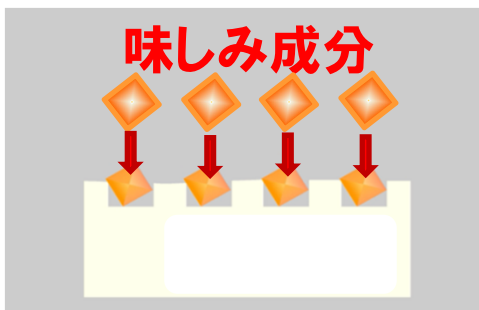


有機酸、天然系調味料、アミノ酸など当社独自の
素材配合技術で通常品に近い味を実現。



「Cook Do® きょうの大皿」 味しみ肉豆腐用

当社独自素材がタンパク質の結合を緩め、ソース成分が
豆腐になじみ、短い煮込み時間で味がしみ込む。



（１）国内食品：冷凍食品事業
FY2014上期レビュー

2014年上期は増収減益。
上期計画には原料高騰等を織り込んでおり、ほぼ当初の予定通り。
海外は好調継続。

2014年上期販売状況：売上高 546億円(前年比105%)

		前年比	状況
	家庭用販売	100%	製品強化と、新たな食べ方提案を行った「具たくさんエビピラフ」が拡大したが、全体では前年比100%と市場並み。
	業務用販売	105%	大手需要家との取り組みが進展し、堅調に推移。
国内販売		102%	
海外販売		121%	北米を中心に引き続き大幅に拡大。

2014年上期営業利益状況：営業利益 25億円(前年差▲2億円)

- 上期の営業利益は、原料高騰を想定した25億円を計画しており、ほぼ当初の計画通り推移。

（1）国内食品：冷凍食品事業

FY2014収益性回復への取り組み状況

**国内・海外販売の更なる拡大と収益構造の更なる強化を実現へ。
営業利益約65億円を見込む。**

■国内・海外販売の更なる拡大

- 2014秋改訂の「ギョーザ」野菜国産化を柱とした販促強化や業務用デザートの販売強化等により、国内販売を更に拡大。
- 好調の海外販売は北米を中心に更に拡大。

海外販売売上構成比は2013年度13%⇒15%へ（ウィンザー社※除く）

■収益構造の更なる強化

- 国内生産ラインを再編。関東工場新棟稼働によるデザートラインの生産性は従来より20%アップし、下期にコストダウン効果が本格化。米飯工場はライン集約で生産性改善。
- 欧州では、味の素Jawo社設立により、域内生産、域内販売を加速。

■更なる収益改善に向けた取り組みを実施

- 食品原料全般の世界的な需要増による価格高騰等に加え、急激な円安の影響もあり、家庭用・業務用で2月からの価格改定を予定。



「ギョーザ」
でCM連動
店頭活動
を展開



北米向け
炒飯



関東工場新棟が本格稼働



Jawo社と新
会社設立

※ウィンザー社：ウィンザー・クオリティ・ホールディングス社

（１）国内食品：冷凍食品事業

FY2014下期営業利益計画達成に向けての取り組み

国内外での販売拡大継続と収益構造の更なる強化を進め、増益基調に回帰。

FY2013下期/営業利益 23億円

原価増
(▲約6億円)

エビや畜肉類の高騰等や円安
進行による原価増

マーケティング費増
等(▲約12億円)

家庭用・業務用の主力商品の重点的拡売

売上増による利益増
(+約21億円)

国内・海外販売の更なる拡大(前年比108%)

工場生産性向上等コストダウン
(+約14億円)

関東工場新棟の稼働に
よる生産性改善や原材料
コストダウン等

FY2014下期/営業利益 約40億円 (+約15億円増)

(2) 海外食品

海外コア展開国“Five Stars”を起点とした飛躍的成長で、日本に次ぐ国・エリアの柱をつくる

2倍、3倍を目指す“Five Stars” : FY2014 売上高 現地通貨ベースで各国の成長率平均10%の伸長



（2）海外食品

“Rising Stars”で飛躍的成長のための基礎構築を加速する

“Rising Stars” 主要な取り組み

アフリカ・中東



- ◆ うま味調味料「AJI-NO-MOTO®」の周辺国への展開を推進
市場浸透のための取り組みを継続

WASCO社によるカメルーン支店、ケニア支店での販売を開始
ケニアでは現地で著名な料理研究家をブランドアドバイザーに起用し、製品訴求活動を本格化



ケニア料理家
スーザン・カマウ氏

- ◆ キュクレ社を通じたトルコ国内事業の拡大
 - ・アダナ県に工場を新設（2014年11月稼働予定）し、健康飲料「シャルガム」の生産・販売を予定
 - ・ドレッシング等の液体系調味料の新製品開発中（2015年3月発売予定）



- ◆ 東洋水産(株)との合併による即席麺事業の立ち上げ（2016年度発売開始予定）
 - ・ブランド名：「A&M」
 - ・社名：マルちゃん味の素ナイジェリア社
マルちゃん味の素インド社



Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

欧州・北米



- ◆ 冷凍食品、即席麺、外食チャネルでの製品力強化/販売基盤確立

・EU内での加工食品を中心とした事業拡大の加速

ポーランドでの冷凍ギョーザ生産
2014年10月冷凍餃子の開発・製造の合併会社、「味の素Jawo社」を設立



North America



- ◆ 北米でのメインストリームにおける冷凍食品のラインアップ拡大
 - ・東洋水産(株)との北米冷凍麺の共同商品開発



Smiles for All.
すべては、笑顔のために。



冷凍ラーメンの販売開始
（2014年10月）

（２）海外食品：ウィンザー社統合後の目標

2020年度までに北米冷凍食品事業規模1,000億円を実現し、日本食・アジア食*の圧倒的No.1を目指す。 *アジア食：中国食、韓国食、タイ食、インド食含む。

成長市場におけるシェア拡大

1. 冷凍食品事業・製品ポートフォリオの再構築

- ① 味の素グループの製品開発技術、品質管理技術の導入によるウィンザー社主力製品の強化
- ② ウィンザー社販路を活用したAJINA*高付加価値品（ギョーザ、麺、米飯）拡売による既存のアジア製品カテゴリー強化
- ③ 低収益品削減、競争力のある付加価値品への集中によるメキシカン、イタリアンカテゴリー強化

2. 新たなブランド戦略の構築

ポートフォリオ再構築に基づき、

- ① 既存のアジア製品カテゴリーのブランドの強化
- ② 日本食製品カテゴリーのブランドの創出
- ③ アモイブランド融合による、更なる既存のアジア製品カテゴリーのブランドの強化

※AJINA：味の素ノースアメリカ社
AFU：アメリカ味の素冷凍食品社

収益構造強化

- ① 味の素グループの生産技術導入による生産性改善
- ② ウィンザー社、AFU*の生産体制の最適化による収益構造強化
- ③ 味の素グループの商品開発力活用による既存製品の品質向上（高付加価値化）

（２）海外食品：ウィンザー社統合のプロセス

既に検討に着手しており、クロージング後、段階的に統合を進める。



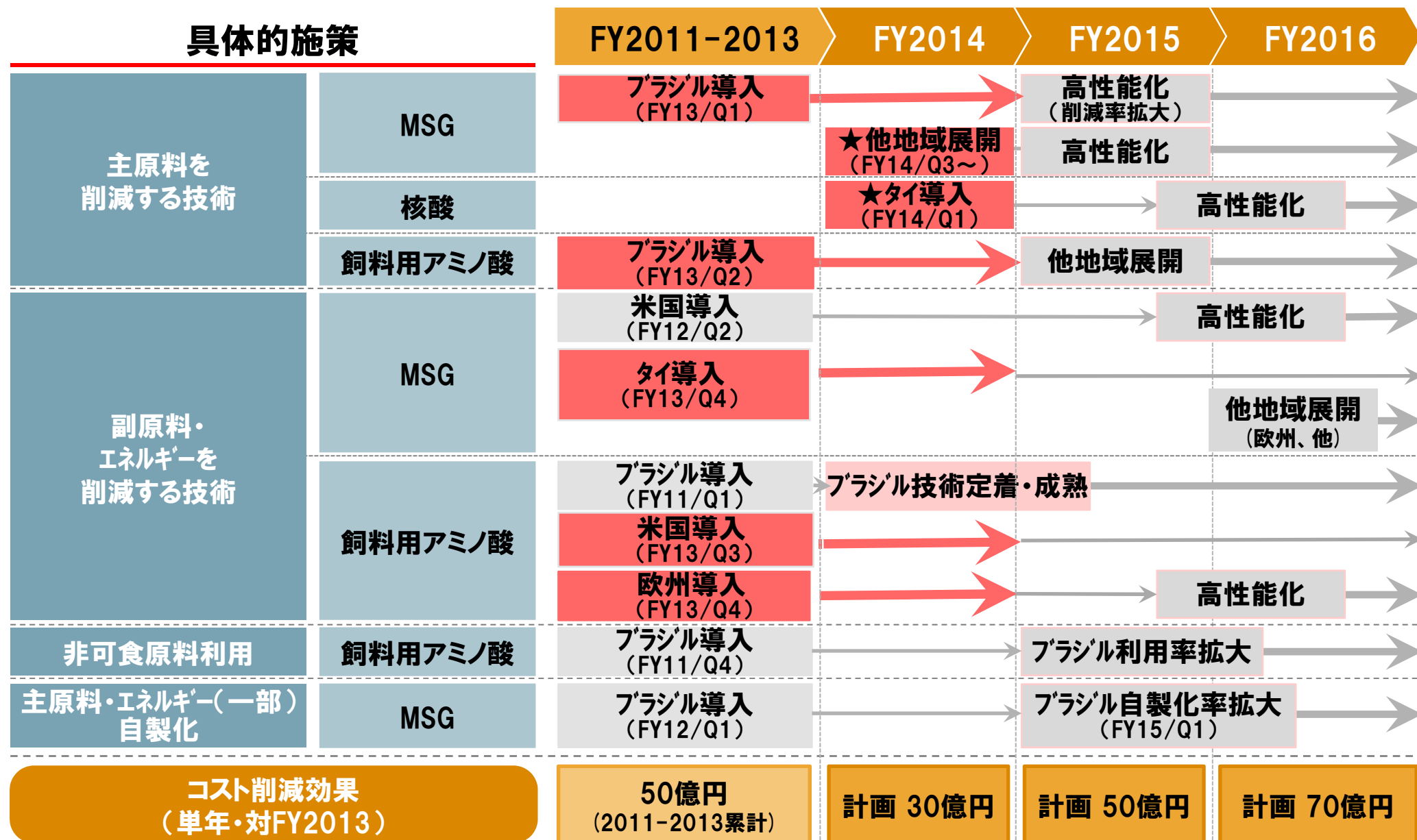
※PMI:Post Merger Integration

III. FIT 更なる事業構造強化

低資源利用発酵技術

低資源利用発酵技術の進捗（R&Dのリーダーシップ）

2014年度で30億円のコスト削減を実現

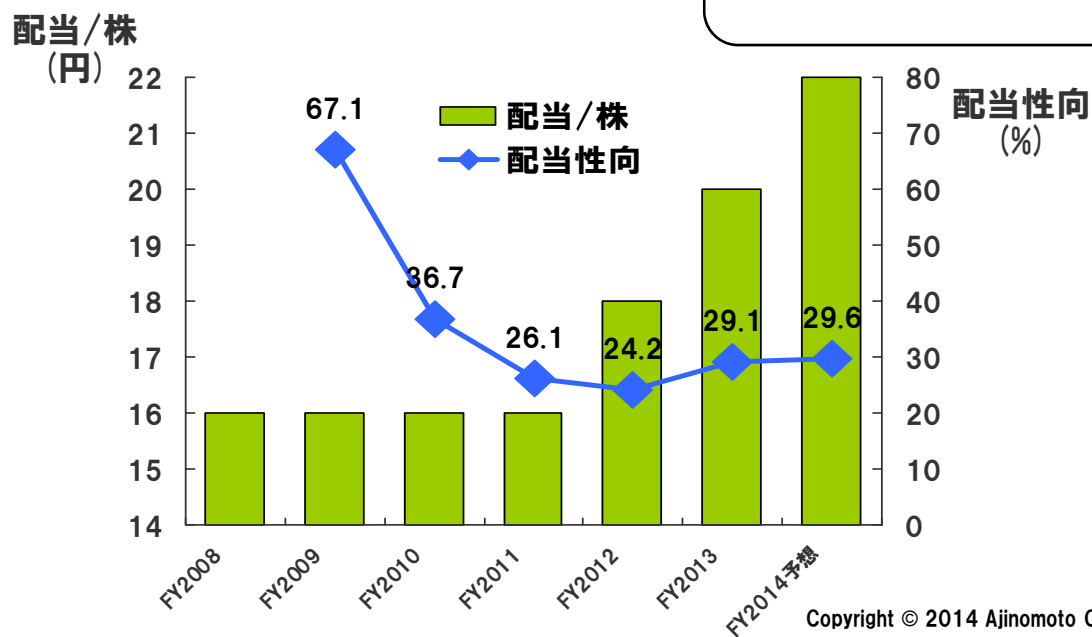
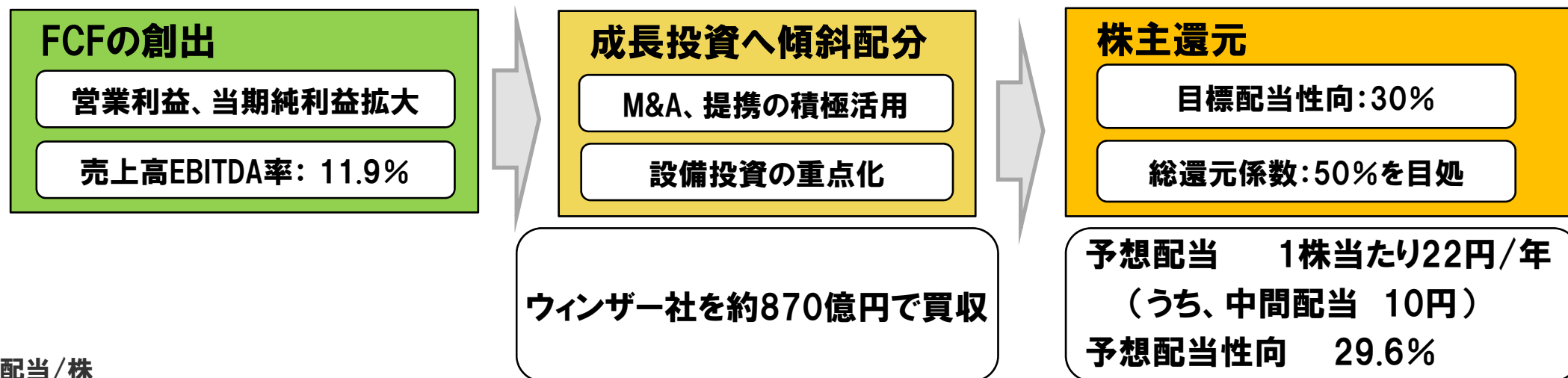


IV. 2015年3月期 財務戦略

2015年3月期 財務戦略

成長投資と株主還元 ～ 株主価値の更なる向上 ～

期末配当を2円増配（10円 → 12円、年間 20円 → 22円）、予想配当性向を約30%とする。



《キャッシュ用途の優先順位と株主還元》

成長投資案件の検討は継続。
(D/Eレシオは50%程度)
単年度ごとに配当性向30%を目指すも、
14-16中計期間での総還元係数50%
を目処とする方針は変わらず。

V. 動物栄養事業

2014年度市場環境と構造改革の進捗

2014年11月10日

**味の素アニマル・ニュートリション・グループ株式会社
代表取締役社長
富樫 洋一郎**

動物栄養事業の構造改革

～ 市場環境 ～

	2014年度前提	2014年度見込	直近
スプレッド (US\$/st)	230前後	230前後	210前後
市場伸長率 対前年	リジン スレオニン トリプトファン	105% 105% 135%	105% 105% 160%

		14年度上期レビュー	今後の見込
コモディティ	リジン・スレオニン	特に中国メーカーの生産調整が進み市中在庫が低減。市場価格は改善に向かう。	市場価格改善の基調は下期も継続すると見るが、特にスレオニン価格の急騰には注意深く対応。
	トリプトファン	競合の参入により供給量が増えたが、一方で需要も大きく伸長。	更なる市場開拓による需要の拡大、価格安定化を図る。
スペシャリティ	バリン	需要開拓が順調に進み、欧州市場中心に大きく伸長。	競合の新規参入を想定するも、更なる市場開拓による需要拡大を図り、価格安定化を図る。
	AjiPro®-L	製品性能の向上を実現し、9月から市場導入。 増産工事は予定通り進捗。	更なる製品性能の向上に向けた開発を促進。 次期増産計画の具現化。

動物栄養事業の構造改革

～ 構想改革の進捗 ～

- ① スペシャリティ事業の拡大
- ② コモディティ事業の競争力強化



ボラティリティの縮小

① スペシャリティ事業の拡大

- AjiPro®-L
 - ・第2世代品の導入(9月実施)
= リジン有効率アップ
 - ・増産工事(12月完工予定)
1,500 t /年 ⇒ 6,500 t /年
 - ・更なる製品性能向上と増産計画具現化を検討中
- AminoGut®等その他スペシャリティ製品の拡売、R&D重点投下

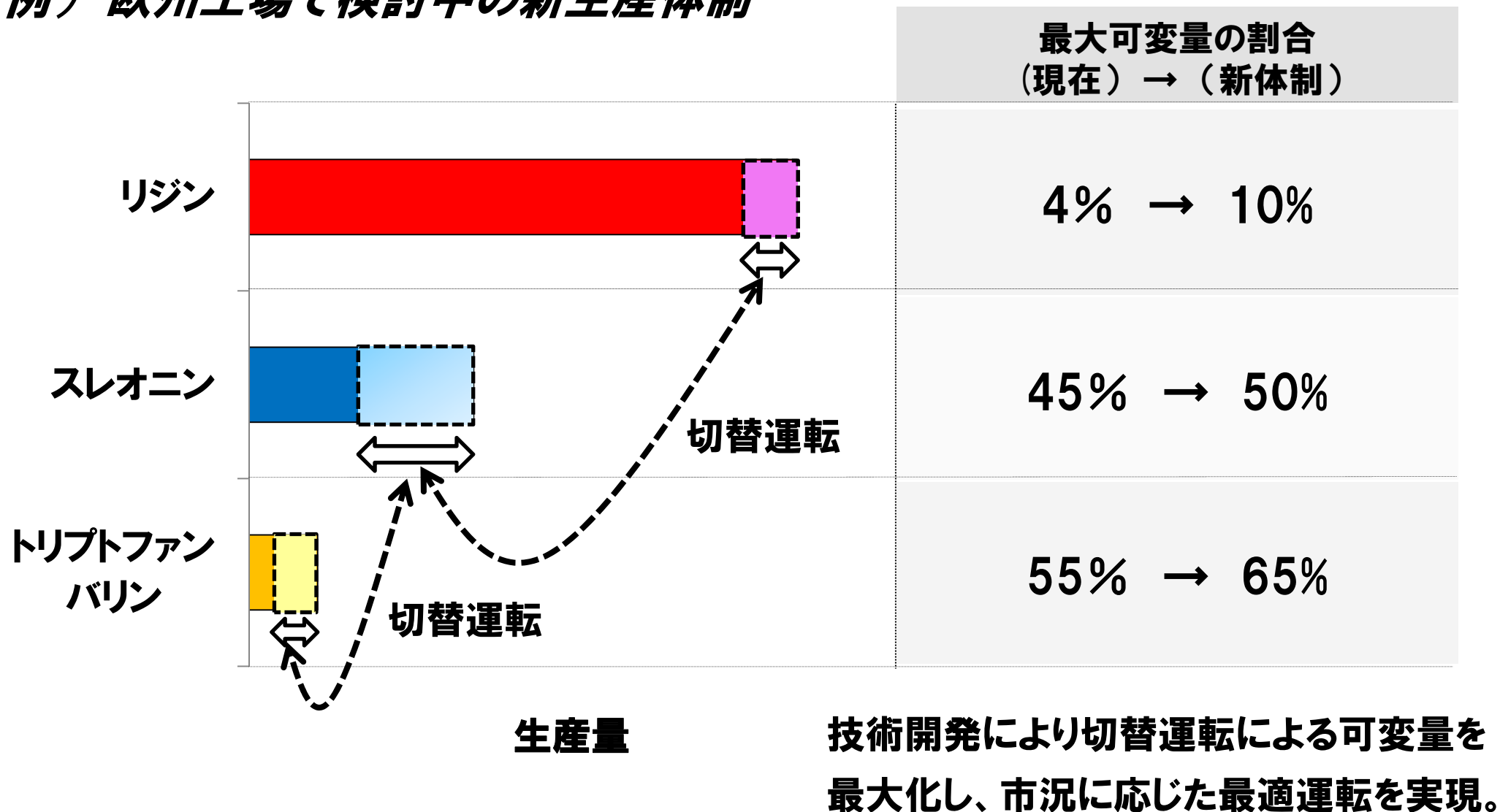
② コモディティ事業の競争力強化

- 新技術導入による生産性向上とコストダウン
 - ・低資源利用発酵技術
 - 目標コストダウン: 順調な進捗
- 外部リソース活用による効率化
 - ・OEM事業拡大
- 小投資によるグローバルなフレキシブル生産体制の強化
(例) 欧州工場での更なる強化

動物栄養事業の構造改革

～ フレキシブル生産体制強化の取り組み ～

(例) 欧州工場で検討中の新生産体制

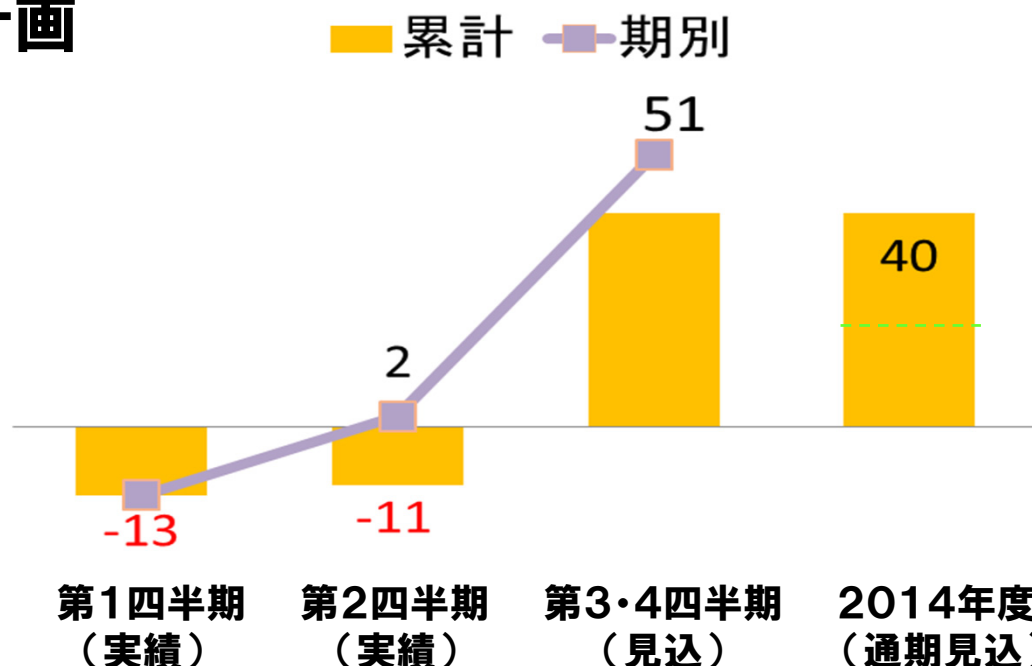


動物栄養事業の構造改革

～ 2015年3月期 実績と見込 ～

・営業利益計画

(単位:億円)



○スペシャルティ比率
通期で40%以上

	第1四半期 (実績)	第2四半期 (実績)	第3・4四半期 (見込)	2014年度 (通期見込)	
売上高	211	229	583	1,023	(億円)
営業利益	-13	2	51	40	(億円)
リジン市場価格	1.30	1.40	1.55	1.45	(USD /Kg)
同 (前年度)	1.75	1.65	1.50	1.60	(USD /Kg)

<リジン価格>

- 第2四半期より上昇基調、第3四半期にかけても継続。
- ただし、来年初より供給量増も見込まれ、市況に応じた適正価格での販売を目指す。

VI. 医薬事業 2015年3月期戦略

2014年11月10日

味の素製薬株式会社

取締役社長 長町 隆

1) 2014年上期業績

	FY2013 上期実績	FY2014 上期実績	前年度との差	FY2014 下期見込	FY2014 年間見込
売上高(億円)	279	188	▲91	221	409
売上総利益(億円)	162	125	▲37	150	274
売上総利益率(%)	58.1	66.5	8.4	67.9	67.0
営業利益(億円)	15	2	▲13	21	23
営業利益率(%)	5.4	1.1	▲4.3	9.5	5.6

1)薬価改定に伴う影響に加え、後発品伸長による影響を強く受け、輸液・透析分割影響を除く売上高は対前年▲35億円となり(薬価改定▲10億円)、営業利益は▲13億円の減益。

2)下期はロイヤルティ、一時金収入を見込むものの年間営業利益は23億円にとどまる見込。

2) 2014-2016 中期経営計画

基本方針

**味の素グループの食と健康領域拡大の中で、医薬・医療周辺領域
における事業拡大のための専門的機能を担う**

課題解決 施策

- 1 味の素製薬(株)機能の見直しと組織要員適正化による徹底した構造改革**
- 2 IBD領域を中心とした製品・パイプラインの強化** ※IBD:炎症性腸疾患
- 3 アジアを中心とした海外事業展開の加速**
- 4 味の素グループ医療周辺領域における専門的機能の発揮
(培地関連、「アミノインデックス」関連等)**

3) 徹底した構造改革

～ 味の素製薬(株)の機能の見直しと組織要員の適正化 ～

R&D機能の再編

メリハリを付けた機能再編へ

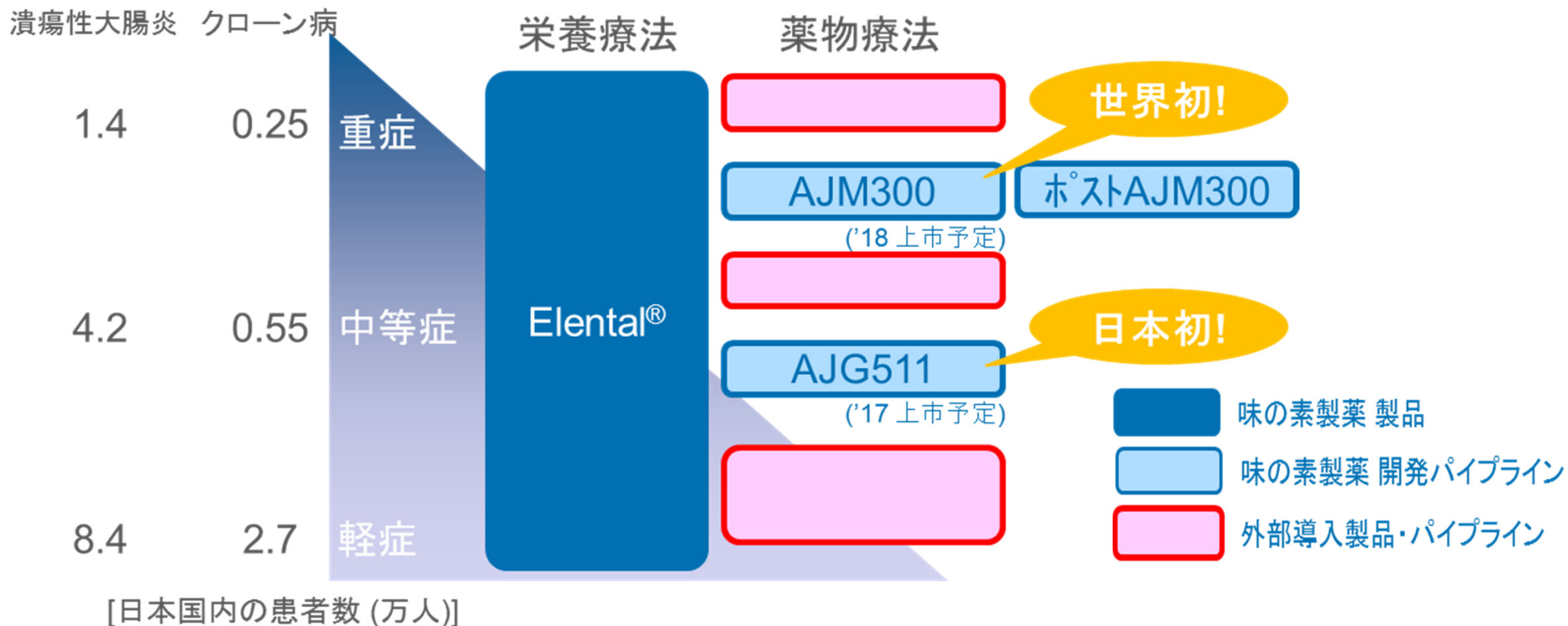
創薬研究所:175名⇒99名体制

- 探索機能はIBD領域に特化しスリム化
- 開発機能は強化し、スピードアップと成功確率の向上
- アカデミア・外部資源の徹底活用
(オープン&リンクイノベーションの推進)

探索から開発への投資シフトチェンジ、

確率を重視したパイプライン生産性向上

4) 製品・パイプライン強化①



**自社開発と外部導入を組み合わせることで
IBD領域における製品・パイプラインを強化**

※IBD:炎症性腸疾患

4) 製品・パイプライン強化② ～ 3つの方向性とその展望 ～

1. 自社開発

- AJG511 14年下期 PIII開始('17上市予定)
(潰瘍性大腸炎治療薬 注腸フォーム剤)
- AJM300 14年下期 PIII開始予定('18上市予定)
(潰瘍性大腸炎治療薬 経口インテグリン阻害剤)
- AJG533 PII試験実施中('18上市予定)
(慢性特発性便秘治療薬)

2. 個別導入

3. 包括的提携

3つの方向性

積極的な導出

(国内共同開発・販売含む)

消化器領域強化のための
製品・パイプラインの取得

味の素製薬(株)の抜本的な製品力
強化に資する包括的な提携

味の素グループの先端的R&Dの成果も取り込み
味の素グループならではの製薬企業を目指す

参考資料

2015年3月期予想の前提条件等

【参考】2015年3月期予想の前提条件等

為替レート（対JPY）

	平均レート	営業利益への感度(換算時)
USD	100.0	±1円 →約0.5億円
EUR	130.0	±1円 →約0.5億円
THB	3.2	±0.01円 →0.5億円強
BRL	44.0	±1円 →2億円弱

飼料用アミノ酸

1) 推定市場規模（千トン）

	FY2012	FY2013	FY2014予
リジン	1,950	2,100	2,200前後
スレオニン	330	400	430前後
トリプトファン	9	14	23前後

2) 当社グループ販売数量（千トン）

	FY2012	FY2013	FY2014予
リジン	350	350	350前後
スレオニン	95	110	110前後
トリプトファン	4	5	5前後

3) 市場価格予想（USD/kg, CIF）

	FY2013	FY2014予**	
		1H	通期
リジン	1.60	1.35前後	1.45前後
スレオニン	2.05	2.20前後	2.50前後
トリプトファン	15	16前後	17前後
スプレッド*	255	280前後	230前後

*スプレッド(USD/ST): シカゴ商品取引所の大豆粕とコーンの価格差

**弊社業績予想の前提価格とは一致しません

Eat Well, Live Well. AJINOMOTO®

- 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、四捨五入で表示しております。

(別添)

FY2014セグメント別業績予想

(単位:億円)

国内食品	A	B	A-B	C	A-C	D	E	D-E	A-D	C-E	(A-D)-(C-E)	修正要因 又は 2H増減要因
	FY14 修正予想	FY14 期首予想	11/6 修正額	FY13 実績	対FY13 増減額	1H-FY14 実績	1H-FY13 実績	対1H-FY13 増減額	2H-FY14 修正予想	2H-FY13 実績	対2H-FY13 増減額	
売上高	3,123	3,123	0	2,999	124	1,473	1,443	30	1,650	1,556	94	調味料・加工食品は引き続き需要喚起策の実施等と同時に、なお一層のコストダウンおよびマーケティング費の重点化による経費の効率的使用により、下期での増収増益を見込む。 ・冷凍食品は家庭用「ギョーザ」の野菜原料国産化の訴求や北米を中心とした海外販売拡大により下期増収を見込む。加えて、デザート生産を集約した関東工場新棟の本格稼働によるコストダウン効果等もあり、下期増益を見込む。
調味料・加工食品			0	1,962	約35	927	922	5		1,040	約30	
冷凍食品			0	1,038	約90	546	521	25		517	約65	
営業利益	288	288	0	271	17	101	114	▲13	187	157	30	
調味料・加工食品			0	292	約15	116	121	▲5		171	約20	
冷凍食品			0	51	約15	25	27	▲2		23	約15	
全社共通費	▲85	▲85	0	▲72	▲13	▲40	▲35	▲5	▲45	▲38	▲7	

海外食品	FY14	FY14	11/6	FY13	対FY13	1H-FY14	1H-FY13	対1H-FY13	2H-FY14	2H-FY13	対2H-FY13	修正要因 又は 2H増減要因
	修正予想	期首予想	修正額	実績	増減額	実績	実績	増減額	修正予想	実績	増減額	
売上高	3,222	3,222	0	2,924	298	1,531	1,441	91	1,691	1,483	208	・コンシューマーフーズはコストダウンの更なる推進、および経費の効率的使用により、営業利益を上方修正。 ・コンシューマーフーズはトップライン成長の為の販促活動を更に強化し、下期は大幅な増収を見込む。 ・加工用うま味調味料は低資源利用発酵技術によるコストダウンの更なる推進等の構造改革強化により、営業利益を上方修正。
コンシューマーフーズ	2,717	2,717	0	2,409	308	1,280	1,189	91	1,437	1,220	217	
加工用うま味	504	504	0	514	▲10	251	252	▲0	253	263	▲10	
営業利益	294	282	12	250	44	164	128	36	130	122	7	
コンシューマーフーズ					52			36			16	
加工用うま味					10			6			3	
全社共通費	▲116	▲116	0	▲96	▲20	▲54	▲46	▲8	▲62	▲50	▲12	

バイオ・ファイン	FY14	FY14	11/6	FY13	対FY13	1H-FY14	1H-FY13	対1H-FY13	2H-FY14	2H-FY13	対2H-FY13	修正要因 又は 2H増減要因
	修正予想	期首予想	修正額	実績	増減額	実績	実績	増減額	修正予想	実績	増減額	
売上高	2,384	2,384	0	2,281	103	1,083	1,116	▲34	1,301	1,165	137	・飼料用アミノ酸はリジン・スレオニンを中心とした販売価格の上昇や販売数量増、コストダウン、原料価格安、スペンジャーティ商品の売上増効果の貢献等により下期増収増益を見込む。
飼料用アミノ酸	1,023	1,023	0	941	82	439	475	▲35	583	467	117	
アミノ酸			0	857	約25	411	392	19		465	約10	
医薬用・食品用アミノ酸				約320		約170	約165	4		約155		
製薬カスタムサービス				約300		約125	約115	9		約185		
甘味料				約235		約115	約110	6		約125		
化成品			0	431	約5	217	223	▲6		208	約10	
その他			0	52	▲約10	15	27	▲11		25	約0	
営業利益	97	97	0	64	33	26	39	▲13	71	25	46	
飼料用アミノ酸	40	40	0	2	38	▲11	9	▲19	51	▲6	57	
アミノ酸			0	55	約5	28	21	7		34	▲約5	
化成品			0	93	約0	55	51	4		42	▲約0	
その他			0	▲18	▲約0	▲9	▲8	▲1		▲9	▲約0	
全社共通費	▲78	▲78	0	▲69	▲9	▲37	▲33	▲4	▲41	▲36	▲5	

医薬	FY14	FY14	11/6	FY13	対FY13	1H-FY14	1H-FY13	対1H-FY13	2H-FY14	2H-FY13	対2H-FY13	修正要因 又は 2H増減要因
	修正予想	期首予想	修正額	実績	増減額	実績	実績	増減額	修正予想	実績	増減額	
売上高	409	440	▲31	512	▲103	188	279	▲91	221	233	▲12	・本年度の医療制度改革における後発品の使用促進影響が期初想定よりも大きく、売上高、営業利益を下方修正。 ・ロイヤリティ収入増、自販品および提携販売品の販売促進、あらゆる経費改善により修正予想の達成を目指す。
営業利益	23	35	▲12	38	▲15	2	15	▲13	21	23	▲2	
医薬	39	51	▲12	53	▲14	9	23	▲14	30	30	0	
全社共通費	▲16	▲16	0	▲15	▲1	▲7	▲8	1	▲9	▲7	▲2	

その他	FY14	FY14	11/6	FY13	対FY13	1H-FY14	1H-FY13	対1H-FY13	2H-FY14	2H-FY13	対2H-FY13	修正要因 又は 2H増減要因
	修正予想	期首予想	修正額	実績	増減額	実績	実績	増減額	修正予想	実績	増減額	
売上高	942	911	31	797	145	401	410	▲9	541	387	154	
油脂・コーヒー			0	23	約0	10	11	▲1		12	約0	
営業利益	▲2	▲2	0	▲5	3	▲8	2	▲9	6	▲7	12	
油脂・コーヒー			0	22	▲約5	9	11	▲2		11	▲約0	
全社共通費	▲36	▲36	0	▲30	▲6	▲17	▲15	▲2	▲20	▲15	▲5	

総合計	FY14	FY14	11/6	FY13	対FY13	1H-FY14	1H-FY13	対1H-FY13	2H-FY14	2H-FY13	対2H-FY13	
	修正予想	期首予想	修正額	実績	増減額	実績	実績	増減額	修正予想	実績	増減額	
売上高	10,080	10,080	0	9,514	566	4,676	4,689	▲13	5,404	4,825	579	
営業利益	700	700	0	618	82	286	297	▲12	414	321	93	

表示上の注意: 非開示
約** 概算値

※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。
※本資料は、億円未満四捨五入で表示しております。