

味の素株式会社 2023年3月期 第2四半期決算概要①

修正箇所

■連結損益計算書

(単位:億円)

| | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 | 増減率 | FY22 7-9月 | FY21 7-9月 | 増減額 | 増減率 | FY22 修正予想 (11/7時点) | FY22 期首予想 | 進捗率 |
|----------|--------------|--------------|-------|------|--------------|--------------|------|------|--------------------------|--------------|-----|
| 売上高 | 6,598 | 5,502 | 1,096 | 19% | 3,382 | 2,738 | 643 | 23% | 13,670 | 13,100 | 48% |
| 持分法による損益 | 27 | 25 | 2 | 10% | 6 | 5 | 0 | 16% | - | - | - |
| 事業利益* | 743 | 693 | 50 | 7% | 337 | 303 | 34 | 11% | 1,330 | 1,240 | 55% |
| 固定資産売却益 | 8 | 138 | ▲129 | ▲93% | 0 | 135 | ▲134 | ▲99% | - | - | - |
| その他 | 31 | 48 | ▲16 | ▲34% | 9 | 33 | ▲23 | ▲70% | - | - | - |
| その他の営業収益 | 40 | 186 | ▲146 | ▲78% | 10 | 168 | ▲158 | ▲93% | - | - | - |
| 固定資産除却損 | 15 | 15 | ▲0 | ▲3% | 9 | 2 | 7 | 313% | - | - | - |
| その他 | 32 | 46 | ▲14 | ▲30% | 18 | 16 | 2 | 12% | - | - | - |
| その他の営業費用 | 47 | 62 | ▲14 | ▲23% | 28 | 18 | 9 | 49% | - | - | - |
| 営業利益 | 736 | 817 | ▲81 | ▲9% | 319 | 453 | ▲133 | ▲29% | 1,290 | 1,160 | 57% |
| 受取利息 | 12 | 6 | 5 | 84% | 6 | 3 | 3 | 105% | - | - | - |
| その他 | 33 | 12 | 21 | 173% | 12 | 5 | 6 | 127% | - | - | - |
| 金融収益 | 45 | 18 | 26 | 141% | 19 | 8 | 10 | 118% | - | - | - |
| 支払利息 | 18 | 16 | 2 | 15% | 9 | 8 | 1 | 19% | - | - | - |
| その他 | 80 | 22 | 58 | 255% | 29 | 6 | 22 | 328% | - | - | - |
| 金融費用 | 99 | 39 | 60 | 155% | 38 | 15 | 23 | 159% | - | - | - |
| 税引前当期利益 | 681 | 796 | ▲115 | ▲14% | 300 | 447 | ▲147 | ▲32% | 1,220 | 1,130 | 55% |
| 法人所得税 | 183 | 219 | ▲36 | ▲16% | 94 | 109 | ▲15 | ▲14% | 330 | 305 | 55% |
| 税率 | 26.9% | 27.6% | | | 31.4% | 24.5% | | | 27.0% | 27.0% | |
| 当期利益 | 498 | 577 | ▲78 | ▲13% | 206 | 337 | ▲131 | ▲39% | 890 | 825 | 56% |
| 親会社の所有者 | 470 | 541 | ▲71 | ▲13% | 192 | 320 | ▲127 | ▲39% | 830 | 770 | 56% |
| 非支配持分 | 28 | 35 | ▲7 | ▲20% | 13 | 17 | ▲3 | ▲22% | 60 | 55 | 47% |

* 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 修正予想 |
|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 円/USD | 129.73 | 109.52 | 138.27 | 110.11 | 135.00 |
| 円/EUR | 138.26 | 131.94 | 139.26 | 129.83 | 135.00 |
| 円/THB | 3.77 | 3.49 | 3.80 | 3.34 | 3.75 |
| 円/BRL | 26.41 | 20.71 | 26.39 | 21.05 | 25.96 |

(単位:億円)

| | FY22 /4-9月 | | FY22 /7-9月 | |
|------|------------|-------|------------|-------|
| | 換算為替 | 貿易為替* | 換算為替 | 貿易為替* |
| 売上高 | +573 | 約+80 | +331 | 約+50 |
| 事業利益 | +70 | 約+35 | +39 | 約+25 |

*5億円単位の概数で表示

(単位:億円)

| 除く換算為替 | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 | 増減率 | FY22 7-9月 | FY21 7-9月 | 増減額 | 増減率 |
|--------|--------------|--------------|-----|------|--------------|--------------|-----|------|
| 売上高 | 6,025 | 5,502 | 523 | 9% | 3,050 | 2,738 | 311 | 11% |
| 調味料・食品 | 3,403 | 3,160 | 243 | 7% | 1,701 | 1,584 | 116 | 7% |
| 冷凍食品 | 1,144 | 1,063 | 81 | 7% | 591 | 538 | 53 | 9% |
| ヘルスケア等 | 1,408 | 1,219 | 189 | 15% | 717 | 583 | 133 | 22% |
| その他 | 68 | 59 | 9 | 15% | 40 | 32 | 8 | 26% |
| 事業利益 | 672 | 693 | ▲20 | ▲2% | 298 | 303 | ▲5 | ▲1% |
| 調味料・食品 | 379 | 450 | ▲71 | ▲15% | 160 | 207 | ▲47 | ▲22% |
| 冷凍食品 | ▲4 | 10 | ▲14 | - | ▲6 | 0 | ▲7 | - |
| ヘルスケア等 | 290 | 228 | 62 | 27% | 146 | 101 | 45 | 44% |
| その他 | 7 | 3 | 4 | 121% | ▲1 | ▲6 | 4 | ▲69% |

■原材料・原燃料影響

(単位:億円)

| | 食品原材料(国内) | | 発酵原燃料 | |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | FY22/4-9月 | FY22/7-9月 | FY22/4-9月 | FY22/7-9月 |
| 調味料・食品 | ▲19 | ▲8 | 主原料 | ▲8 |
| 冷凍食品 | ▲10 | ▲6 | 副原料 | ▲158 |
| | | | エネルギー | ▲16 |
| 計 | ▲29 | ▲14 | | ▲89 |

味の素株式会社 2023年3月期 第2四半期決算概要②

当第2四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1,096億円上回る6,598億円(前年同期比119.9%)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50億円上回る743億円(前年同期比107.2%)となりました。

■セグメント別実績

(単位:億円) 以下、2022年3月期第2四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。

| | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 | FY22 7-9月 | FY21 7-9月 | 増減額 | FY22 修正予想 | 進捗率 | |
|------------------------|--------------|--------------|-------|--------------|--------------|-----|--------------|-----|--|
| 売上高 | 6,598 | 5,502 | 1,096 | 3,382 | 2,738 | 643 | 13,670 | 48% | <調味料・食品> 調味料: 日本は減収も、海外は大幅増収となり、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: 日本は減収も、海外は大幅増収となり、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345億円 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380億円 |
| 調味料・食品 | 3,727 | 3,160 | 567 | 1,884 | 1,584 | 299 | 7,847 | 47% | <冷凍食品> 日本は前年並みも、海外は大幅増収となり、全体で大幅増収。 日本は、構造改革の影響もあるも、業務用製品の復調等により、前年並み。 海外は、為替影響、単価上昇により、大幅増収。 |
| 調味料 | 1,859 | 1,516 | 343 | 950 | 758 | 192 | 3,822 | 48% | <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。 |
| 栄養・加工食品 | 938 | 887 | 51 | 467 | 441 | 25 | 2,113 | 44% | その他: 為替影響に加え、メディカルフード、スポーツニュートリション等の販売増等により増収。 |
| ソリューション&イングリディエンツ(S&I) | 929 | 756 | 172 | 466 | 384 | 81 | 1,911 | 48% | |
| 冷凍食品 | 1,285 | 1,063 | 222 | 677 | 538 | 138 | 2,611 | 49% | |
| ヘルスケア等 | 1,516 | 1,219 | 296 | 779 | 583 | 196 | 3,035 | 50% | |
| バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ | 642 | 495 | 146 | 324 | 236 | 87 | 1,261 | 50% | |
| 医薬用・食品用アミノ酸 | 約300 | 約245 | 56 | 約150 | 約120 | 31 | - | - | |
| バイオフィーマーサービス | 約340 | 約250 | 90 | 約170 | 約115 | 56 | - | - | |
| ファンクショナルマテリアルズ | 372 | 285 | 86 | 199 | 151 | 47 | 747 | 49% | |
| その他 | 501 | 438 | 63 | 256 | 195 | 60 | 1,025 | 48% | |
| その他 | 68 | 59 | 9 | 40 | 32 | 8 | 176 | 38% | |
| 事業利益 | 743 | 693 | 50 | 337 | 303 | 34 | 1,330 | 55% | <調味料・食品> 調味料: 日本、海外ともに減益となり、全体で減益。 日本は、減収影響、原材料等のコスト増影響により、大幅減益。 海外は、増収も、原材料等のコスト増影響等により、減益。 栄養・加工食品: 海外は前年並みも、日本は大幅減益となり、全体で大幅減益。 日本は、主にコーヒー類の原材料等のコスト増影響により、大幅減益。 参考>コーヒー(日本): 事業利益25億円 海外は、原材料等のコスト増影響もあるも、為替影響、増収効果等により、前年並み。 S&I: 原材料等のコスト増影響もあるも、増収効果、為替影響等により、全体で大幅増益。 参考>加工用うま味調味料: +32億円(増) |
| 調味料・食品 | 430 | 450 | ▲20 | 190 | 207 | ▲17 | 810 | 53% | <冷凍食品> 日本、海外ともに減益となり、全体で大幅減益。 日本は、主に原材料等のコスト増影響により、減益。 海外は、増収も、原材料等のコスト増影響により、大幅減益。 |
| 調味料 | 309 | 339 | ▲30 | 144 | 157 | ▲13 | 619 | 49% | <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: 為替影響に加え、医薬用・食品用アミノ酸の増収効果等により、増益。 参考>医薬用・食品用アミノ酸: +8億円(増) バイオフィーマーサービス: ▲3億円(減) ファンクショナルマテリアルズ: 大幅増収に伴い大幅増益。 その他: 増収効果等により増益。 |
| 栄養・加工食品 | 79 | 106 | ▲26 | 34 | 52 | ▲17 | 148 | 53% | |
| ソリューション&イングリディエンツ(S&I) | 137 | 94 | 43 | 67 | 43 | 24 | 234 | 58% | |
| 全社共通費 | ▲85 | ▲89 | 4 | ▲47 | ▲45 | ▲1 | ▲192 | 44% | |
| 冷凍食品 | ▲3 | 10 | ▲13 | ▲6 | 0 | ▲7 | 1 | - | |
| 冷凍食品 | 23 | 38 | ▲15 | 9 | 15 | ▲6 | 62 | 38% | |
| 全社共通費 | ▲27 | ▲28 | 1 | ▲15 | ▲14 | ▲0 | ▲61 | 44% | |
| ヘルスケア等 | 308 | 228 | 80 | 156 | 101 | 54 | 558 | 55% | |
| バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ | 103 | 99 | 4 | 47 | 46 | 1 | 179 | 57% | |
| ファンクショナルマテリアルズ | 200 | 133 | 67 | 113 | 72 | 40 | 395 | 50% | |
| その他 | 37 | 30 | 7 | 13 | ▲0 | 14 | 56 | 66% | |
| 全社共通費 | ▲33 | ▲34 | 0 | ▲18 | ▲17 | ▲1 | ▲72 | 46% | |
| その他 | 7 | 3 | 4 | ▲2 | ▲6 | 4 | ▲40 | - | |
| 全社共通費 | ▲5 | ▲7 | 2 | ▲3 | ▲3 | 0 | ▲12 | 42% | |

味の素株式会社 2023年3月期 第2四半期決算概要③

■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 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 (増減率) | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 (増減率) | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 (増減率) | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 (増減率) | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 (増減率) | FY22 4-9月 | FY21 4-9月 | 増減額 (増減率) |
| 売上高 | 2,443 | 2,343 | 100 (4%) | 1,735 | 1,367 | 367 (26%) | 1,729 | 1,252 | 477 (38%) | 690 | 539 | 151 (28%) | - | - | - | 6,598 | 5,502 | 1,096 (19%) |
| 調味料・食品 | 1,266 | 1,273 | ▲6 (▲0%) | 1,663 | 1,311 | 351 (26%) | 548 | 396 | 152 (38%) | 249 | 178 | 70 (39%) | - | - | - | 3,727 | 3,160 | 567 (18%) |
| 冷凍食品 | 452 | 449 | 2 (0%) | 25 | 14 | 11 (78%) | 739 | 543 | 195 (36%) | 68 | 56 | 12 (22%) | - | - | - | 1,285 | 1,063 | 222 (20%) |
| ヘルスクエア等 | 655 | 561 | 93 (16%) | 46 | 41 | 5 (13%) | 441 | 311 | 129 (41%) | 372 | 304 | 68 (22%) | - | - | - | 1,516 | 1,219 | 296 (24%) |
| その他 | 68 | 58 | 9 (16%) | 0 | 0 | ▲0 (▲74%) | - | - | - | 0 | 0 | 0 | - | - | - | 68 | 59 | 9 (15%) |
| 事業利益 | 309 | 286 | 23 (8%) | 267 | 279 | ▲11 (▲4%) | 102 | 81 | 21 (26%) | 63 | 45 | 17 (38%) | - | - | - | 743 | 693 | 50 (7%) |
| 調味料・食品 | 132 | 163 | ▲30 (▲18%) | 281 | 299 | ▲17 (▲5%) | 79 | 50 | 28 (56%) | 33 | 20 | 13 (63%) | ▲97 | ▲83 | ▲14 (16%) | 430 | 450 | ▲20 (▲4%) |
| 冷凍食品 | 17 | 26 | ▲9 (▲34%) | 14 | 5 | 8 (143%) | ▲3 | 3 | ▲7 | ▲1 | 1 | ▲3 | ▲29 | ▲27 | ▲2 (9%) | ▲3 | 10 | ▲13 |
| ヘルスクエア等 | 209 | 145 | 63 (43%) | 24 | 18 | 5 (29%) | 68 | 60 | 8 (14%) | 46 | 35 | 10 (30%) | ▲39 | ▲31 | ▲8 (26%) | 308 | 228 | 80 (35%) |
| その他 | 12 | 9 | 2 (24%) | ▲0 | ▲0 | ▲0 (124%) | - | - | - | 1 | 1 | 0 (2%) | ▲5 | ▲7 | 2 (▲29%) | 7 | 3 | 4 (128%) |
| 全社共通費等 | ▲62 | ▲59 | ▲3 (5%) | ▲51 | ▲43 | ▲7 (18%) | ▲41 | ▲32 | ▲8 (26%) | ▲15 | ▲12 | ▲2 (22%) | 171 | 149 | 22 (15%) | - | - | - |

(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 4-9月 | FY22 7-9月 |
|--------------------------|--------|--------------|--------------|
| アジア | タイ | +5% | +2% |
| | インドネシア | +2% | +3% |
| | ベトナム | +22% | +16% |
| | フィリピン | +4% | ▲0% |
| 米州 | ブラジル | +9% | +12% |

* 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)

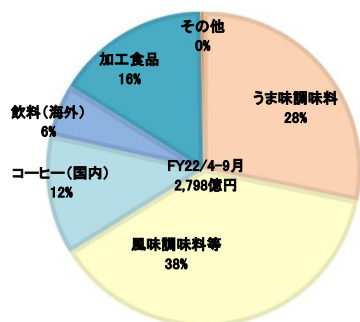
| | 日本 | | | アジア | | | 米州 | | | EMEA | | | 合計 | | |
|---------|--------------|--------------|-----|--------------|--------------|-----|--------------|--------------|-----|--------------|--------------|-----|--------------|--------------|-----|
| | FY22 4-9月 | FY22 修正予想 | 進捗率 | FY22 4-9月 | FY22 修正予想 | 進捗率 | FY22 4-9月 | FY22 修正予想 | 進捗率 | FY22 4-9月 | FY22 修正予想 | 進捗率 | FY22 4-9月 | FY22 修正予想 | 進捗率 |
| 売上高 | 2,443 | 5,225 | 46% | 1,735 | 3,641 | 47% | 1,729 | 3,500 | 49% | 690 | 1,301 | 53% | 6,598 | 13,670 | 48% |
| 調味料・食品 | 1,266 | 2,815 | 45% | 1,663 | 3,438 | 48% | 548 | 1,110 | 49% | 249 | 482 | 51% | 3,727 | 7,847 | 47% |
| 冷凍食品 | 452 | 900 | 50% | 25 | 62 | 40% | 739 | 1,501 | 49% | 68 | 146 | 46% | 1,285 | 2,611 | 49% |
| ヘルスクエア等 | 655 | 1,338 | 49% | 46 | 134 | 34% | 441 | 890 | 49% | 372 | 671 | 55% | 1,516 | 3,035 | 50% |
| その他 | 68 | 177 | 38% | 0 | 4 | 3% | - | - | - | 0 | 0 | - | 68 | 176 | 38% |

味の素株式会社 2023年3月期 第2四半期決算補足情報

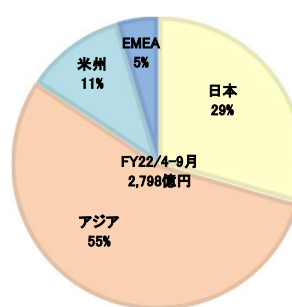
■調味料・食品

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 4-9月 | FY22 4-9月 |
|---------|------|------|--------------|--------------|
| 売上高(億円) | 855 | 853 | 397 | 368 |
| 家庭用 | 78% | 79% | 78% | 72% |
| 業務用 | 22% | 21% | 22% | 28% |

*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) | 市場規模予想 (億円) | 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) | 56 | 93%(1位) |
| 和風だしの素 | 「ほんだし®」 | 383 | 56%(1位) | 371 | 56%(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) | 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) | 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) | 805 | 29%(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) | 市場規模予想 (億円) | 当社シェア(順位) |
| スープ | 「クノール®」 | 1,124 | 31%(1位) | 1,134 | 30%(1位) | 1,157 | 28%(1位) |
| インスタントコーヒー | 「Blendy®」 「MAXIM®」 | 848 | 22%(2位) | 800 | 22%(2位) | 784 | 22%(2位) |
| スティックコーヒー | 「Blendy®」 「Blendy®カフェラトリー®」 | 457 | 56%(1位) | 455 | 55%(1位) | 465 | 55%(1位) |
| レギュラーコーヒー | 「ちよっと贅沢な珈琲店®」 「Blendy®」 (ドリップ含む) | 531 | 12%(3位) | 546 | 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2四半期決算補足情報

②ソリューション&イングリエイENTS(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 4-9月 | FY22 4-9月 |
|---------|------|------|--------------|--------------|
| 売上高(億円) | 915 | 893 | 448 | 454 |
| 家庭用 | 65% | 67% | 69% | 66% |
| 業務用 | 35% | 33% | 31% | 34% |

*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) | 4-9月 当社シェア | 市場成長率 予想 | 4-9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 | 44%(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2四半期決算補足情報

(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、「ちよっと贅沢な珈琲店®」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&イングリディエント | 国内外食用・食品加工用うま味調味料「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ایت®」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&イングリディエント | |
| | 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（リジン、スレオニン、トリプトファン、バリン、「AjiPro®-L」等）、 健康基盤食品（「グリナ®」、「アミノエール®」）、 機能性栄養食品（「アミノバイタル®」） パーソナルケア素材（アミノ酸系マイルド洗浄剤「アミノソフト®」・「アミライト®」、アミノ酸系湿潤剤「AJIDEW®」等） メディカルフード | |