

味の素株式会社 2021年3月期第1四半期 決算概要①

2020年10月23日修正

■連結損益計算書

(単位:億円)

	FY20 4-6月	FY19 4-6月 *2	増減額	増減率	FY20 修正予想	FY20 期首予想	増減額
売上高	2,479	2,637	▲158	▲6%	10,570	10,480	90
持分法による損益	10	14	▲4	▲29%	-	-	-
事業利益 *1	338	276	62	22%	900	780	120
固定資産売却益	2	7	▲5	▲70%	-	-	-
その他	38	8	30	374%	-	-	-
その他の営業収益	40	15	24	160%	-	-	-
固定資産除却損	6	5	1	25%	-	-	-
その他	17	22	▲4	▲19%	-	-	-
その他の営業費用	24	27	▲3	▲11%	-	-	-
営業利益	354	264	90	34%	614	487	127
受取利息	4	12	▲7	▲63%	-	-	-
その他	7	13	▲6	▲45%	-	-	-
金融収益	11	25	▲13	▲54%	-	-	-
支払利息	8	9	▲0	▲3%	-	-	-
その他	9	12	▲2	▲21%	-	-	-
金融費用	18	21	▲3	▲14%	-	-	-
税引前当期利益	347	268	79	29%	600	473	127
法人所得税	98	73	24	33%	228	196	32
税率	28.3%	27.4%			38.1%	41.6%	
継続事業	249	194	54	27%	-	-	-
非継続事業 *2	-	▲2	2	-	-	-	-
当期利益	249	191	57	29%	371	276	95
親会社の所有者	223	164	58	35%	320	225	95
非支配持分	25	26	▲1	▲5%	51	51	-

*1 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)

*2 当社グループは、前連結会計年度より、包材事業を非継続事業に分類しております。従来より非継続事業に分類している物流事業と合わせ、非継続事業からの利益は連結損益計算書上、継続事業と区分して、売上高、事業利益、税引前当期利益は継続事業の金額を表示しております。

■為替影響

為替レート	FY20 4-6月	FY19 4-6月	FY20 予想
円/USD	107.63	109.90	105.00
円/EUR	118.59	123.50	116.55
円/THB	3.37	3.48	3.21
円/BRL	20.06	28.02	19.09

(単位:億円)

	FY20 4-6月	
	換算為替	貿易為替*
売上高	▲75	+約15
事業利益	▲19	+約15

*5億円単位の概数で表示

(単位:億円)

除く換算為替	FY20 4-6月	FY19 4-6月	増減額	増減率
売上高	2,554	2,637	▲82	▲3%
調味料・食品	1,477	1,520	▲42	▲2%
冷凍食品	488	513	▲24	▲4%
ヘルスクエア等	555	575	▲19	▲3%
その他	33	28	4	14%
事業利益	357	276	81	29%
調味料・食品	251	220	31	14%
冷凍食品	19	7	11	157%
ヘルスクエア等	80	40	39	98%
その他	6	7	▲1	▲16%

■原材料影響

(単位:億円)

	FY20 4-6月	
	食品原材料 (国内)	発酵原燃料
調味料・食品	+0	主原料: +1
冷凍食品	+0	副原料: +4
ヘルスクエア等		エネルギー: +1
計	+0	+7

味の素株式会社 2021年3月期第1四半期 決算概要②

当第1四半期連結累計期間の売上高は、COVID-19のグローバルでの拡大に伴い、主に、調味料・食品及び冷凍食品において、巣ごもり需要の伸張により家庭用製品の販売が増加した一方、ロックダウン等の影響により外食・業務用の販売が減少した結果、前年同期を158億円下回る2,479億円(前年同期比94.0%)となりました。
 事業利益は、調味料・食品及び冷凍食品における家庭用製品の増収効果やロックダウン・外出自粛期間でのマーケティング等の活動抑制による費用の減少、動物栄養の大幅増益により、前年同期を62億円上回る338億円(前年同期比122.5%)となりました。

■セグメント別実績

(単位:億円) 以下、増減要因については、影響額の大きい順に並べております。

	FY20/Q1	FY19/Q1	増減	FY20 修正予想	進捗率	
売上高	2,479	2,637	▲ 158	10,570	23%	<調味料・食品> 調味料: 内食需要増により家庭用製品の販売増も、外食需要減により海外における外食向け製品が販売減となり、減収。 国内は、家庭用製品の販売好調により増収。 海外は、メニュー用調味料等が増収も、換算為替影響や外食向け製品の減収影響により減収。
調味料・食品	1,423	1,520	▲ 96	6,143	23%	栄養・加工食品: 内食需要増により国内家庭用製品の販売増も、海外で減収となったこと等により減収。 国内は、家庭用コーヒーやスープが増収も、主に業務用コーヒーの減収影響により減収。 参考>コーヒー(日本): 売上高200億円 海外は、換算為替影響や、即席麺及び飲料の販売減等により減収。 S&I: 外食需要減により、主に国内の外食向け製品の減収影響により減収。 参考>加工用うま味調味料: 売上高123億円
調味料	657	696	▲ 39	2,713	24%	
栄養・加工食品	410	439	▲ 28	1,883	21%	
ソリューション&イングリディエンツ	355	383	▲ 28	1,546	23%	
冷凍食品	482	513	▲ 30	1,968	24%	<冷凍食品> 内食需要増により家庭用製品の販売増も、外食需要減による業務用製品の販売減等により減収。 国内は、「ギョーザ」を中心とした家庭用主力製品の販売増も、業務用製品の減収影響により減収。 海外は、北米が現地通貨ベースで前年並みも、全体では換算為替影響や業務用製品の減収影響等により減収。
ヘルスケア等	540	575	▲ 34	2,298	23%	<ヘルスケア等> アミノ酸: 換算為替影響やバイオファーマサービスの出荷タイミング等により減収。
アミノ酸	221	236	▲ 15	964	22%	バイオファーマサービス: 換算為替影響やバイオファーマサービスの出荷タイミング等により減収。 化成品: 主に電子材料の販売好調により大幅増収。 その他: 主に動物栄養における販売数量減や、スポーツニュートリションの需要減により大幅減収。 参考>動物栄養: 売上高124億円
医薬用・食品用アミノ酸	約120	約125	▲ 5	-	-	
バイオファーマサービス	約100	約110	▲ 9	-	-	
化成品	107	85	21	375	28%	
その他	211	252	▲ 40	958	22%	
その他	33	28	4	159	20%	
事業利益	338	276	62	900	37%	<調味料・食品> 調味料: 家庭用製品の増収効果やマーケティング費用の減少により増益。 国内は、増収効果やマーケティング費用減により大幅増益。 海外は、メニュー用調味料等の増収効果やマーケティング費用の減少等により増益。
調味料・食品	238	220	18	739	32%	栄養・加工食品: 国内は大幅増益も海外は大幅減益となり、全体で減益。 国内は、家庭用製品の増収効果やマーケティング費用の減少により大幅増益。 参考>コーヒー(日本): 事業利益23億円 海外は、減収による大幅減益。 S&I: 加工用うま味調味料で貿易為替プラス影響あるも、国内の外食向け製品の減収影響により減益。 参考>加工用うま味調味料 +5億円(増)
調味料	173	151	21	540	32%	
栄養・加工食品	47	50	▲ 3	176	27%	
ソリューション&イングリディエンツ	65	68	▲ 3	230	28%	
全社共通費	▲ 44	▲ 50	6	▲ 207	21%	<冷凍食品> 家庭用製品の増収効果やマーケティング費用の減少により大幅増益。 国内は、主力製品の販売増効果やマーケティング費用の減少により大幅増益。 海外は、北米でのアジア製品の増収効果やマーケティング費用の減少等により増益。
冷凍食品	18	7	11	▲ 14	-	<ヘルスケア等> アミノ酸: 主に製品ミックスの改善により増益。 参考>医薬用・食品用アミノ酸 +2億円(増)、バイオファーマサービス+1億円(増)
冷凍食品	33	23	9	49	66%	
全社共通費	▲ 13	▲ 16	2	▲ 64	21%	
ヘルスケア等	74	40	34	165	45%	化成品: 大幅増収により大幅増益。 その他: 動物栄養において、販売単価上昇等により大幅増益。 参考>動物栄養: 事業利益9億円
アミノ酸	31	27	3	118	26%	
化成品	45	30	14	136	33%	
その他	14	1	13	▲ 11	-	
全社共通費	▲ 16	▲ 19	3	▲ 78	20%	
その他	5	7	▲ 1	9	62%	
全社共通費	▲ 3	▲ 5	2	▲ 17	20%	

味の素株式会社 2021年3月期第1四半期 決算概要③

■地域別セグメント情報

(1)地域セグメント実績

(単位:億円)

	日本			アジア			米州			EMEA			地域外			合計		
	FY20/Q1	FY19/Q1	増減 (増減率)	FY20/Q1	FY19/Q1	増減 (増減率)	FY20/Q1	FY19/Q1	増減 (増減率)	FY20/Q1	FY19/Q1	増減 (増減率)	FY20/Q1	FY19/Q1	増減 (増減率)	FY20/Q1	FY19/Q1	増減 (増減率)
売上高	1,094	1,144	▲ 50 (▲4%)	603	640	▲ 37 (▲5%)	530	576	▲ 46 (▲8%)	251	275	▲ 23 (▲8%)	-	-	-	2,479	2,637	▲ 158 (▲6%)
調味料・食品	626	655	▲ 28 (▲4%)	565	597	▲ 32 (▲5%)	159	184	▲ 25 (▲13%)	72	82	▲ 10 (▲12%)	-	-	-	1,423	1,520	▲ 96 (▲6%)
冷凍食品	225	244	▲ 18 (▲7%)	8	8	0 (5%)	233	239	▲ 5 (▲2%)	14	20	▲ 6 (▲30%)	-	-	-	482	513	▲ 30 (▲6%)
ヘルスクエア等	209	216	▲ 6 (▲3%)	29	34	▲ 5 (▲15%)	136	152	▲ 15 (▲10%)	164	172	▲ 7 (▲4%)	-	-	-	540	575	▲ 34 (▲6%)
その他	33	28	4 (14%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	28	4 (14%)
事業利益	141	109	31 (28%)	127	119	8 (6%)	55	38	16 (41%)	14	8	6 (74%)	-	-	-	338	276	62 (22%)
調味料・食品	97	88	8 (10%)	141	139	1 (1%)	33	30	2 (8%)	5	9	▲ 3 (▲40%)	▲ 39	▲ 48	9 (▲19%)	238	220	18 (8%)
冷凍食品	17	10	6 (64%)	4	4	▲ 0 (▲0%)	12	10	2 (20%)	▲ 2	▲ 1	▲ 0 (54%)	▲ 13	▲ 16	3 (▲19%)	18	7	11 (151%)
ヘルスクエア等	45	35	10 (29%)	2	0	2 (4190%)	25	16	8 (54%)	16	8	7 (88%)	▲ 14	▲ 19	4 (▲24%)	74	40	34 (83%)
その他	7	12	▲ 4 (▲34%)	▲ 0	0	▲ 0 (▲179%)	-	-	-	1	0	1 (124%)	▲ 3	▲ 5	2 (▲37%)	5	7	▲ 1 (▲19%)
全社共通費等	▲ 27	▲ 37	9 (▲25%)	▲ 21	▲ 25	4 (▲16%)	▲ 15	▲ 18	2 (▲16%)	▲ 6	▲ 9	2 (▲28%)	70	90	▲ 19 (▲21%)	-	-	-

(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)*		FY19	FY20/Q1
アジア	タイ	+ 2%	▲ 8%
	インドネシア	+ 9%	+ 10%
	ベトナム	▲ 12%	+ 7%
	フィリピン	+ 9%	▲ 5%
米州	ブラジル	+ 3%	▲ 0%

*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		
	FY20/Q1	FY20 修正予想	進捗率	FY20/Q1	FY20 修正予想	進捗率	FY20/Q1	FY20 修正予想	進捗率	FY20/Q1	FY20 修正予想	進捗率	FY20/Q1	FY20 修正予想	進捗率
売上高	1,094	4,795	22%	603	2,471	24%	530	2,140	24%	251	1,163	21%	2,479	10,570	23%
調味料・食品	626	2,852	22%	565	2,322	24%	159	646	24%	72	321	22%	1,423	6,143	23%
冷凍食品	225	919	24%	8	35	25%	233	928	25%	14	84	17%	482	1,968	24%
ヘルスクエア等	209	874	24%	29	111	26%	136	564	24%	164	748	22%	540	2,298	23%
その他	33	148	22%	-	2	-	-	-	-	-	7	-	33	159	20%

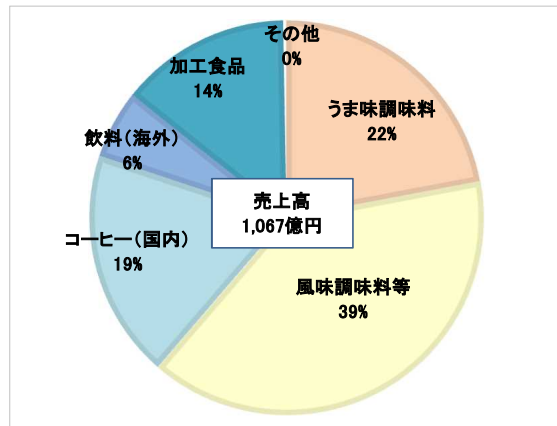
味の素株式会社 2021年3月期第1四半期 決算補足情報

2020年10月23日修正

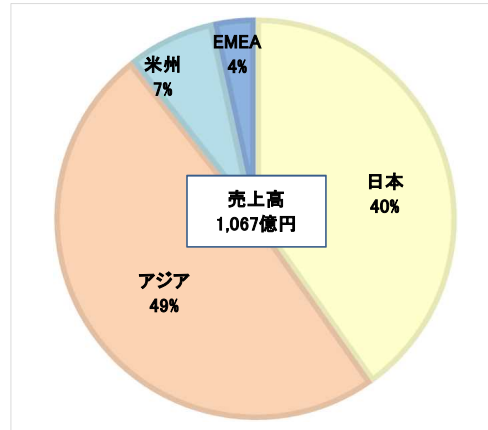
■調味料・食品

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)地域別構成比



(3) コーヒー(日本) 家庭用/業務用比率*

(単位: 億円)

	FY18	FY19	FY19/Q1	FY20/Q1
売上高	909	887	212	207
家庭用	75%	73%	72%	78%
業務用*	25%	27%	28%	22%

*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	2018年度		2019年度			2020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®」	54	90%(1位)	52	91%(1位)	93%(1位)	53	93%(1位)
和風だしの素	「ほんだし®」	364	57%(1位)	364	57%(1位)	58%(1位)	364	54%(1位)
コンソメ*	「味の素KKコンソメ」	118	81%(1位)	120	80%(1位)	80%(1位)	123	81%(1位)
マヨネーズ類	「ピュアセレクト®」	536	26%(2位)	549	27%(2位)	26%(2位)	555	22%(2位)
合わせ調味料	「Cook Do®」、 「Cook Do®きょうの大皿®」	795	31%(1位)	795	32%(1位)	32%(1位)	789	31%(1位)

*当社シェアについて、集計方法を変更しております。

栄養・加工食品(日本)

製品領域	主要ブランド	2018年度		2019年度			2020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		
スープ	「クノール®」	950	31%(1位)	969	29%(1位)	31%(1位)	1,000	26%(1位)
インスタントコーヒー	「Blendy®」、「MAXIM®」	648	21%(2位)	645	21%(2位)	21%(2位)	637	22%(2位)
スティックコーヒー	「Blendy®」スティック 「Blendy®」カフェラトリ スティック	328	58%(1位)	332	57%(1位)	58%(1位)	345	59%(1位)
レギュラーコーヒー	「ちょっと贅沢な珈琲店®」 「Blendy®」ドリップ 「ちょっと贅沢な珈琲店®」ド リップ	439	15%(3位)	451	14%(3位)	13%(3位)	457	12%(3位)

②ソリューション&イングリディエンツ(S&I)

MSG、核酸系調味料 当社推定市場規模

	2018年度				2019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)	1,660	1,600	3,260*1	約20%	1,680	1,620	3,300*2	約20%
核酸系調味料(千ト)	-	-	54	約25%	-	-	58	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

味の素株式会社 2021年3月期第1四半期 決算補足情報

2020年10月23日修正

■冷凍食品

(1) 冷凍食品 家庭用/業務用比率*

(単位:億円)

日本	FY18	FY19	FY19/Q1	FY20/Q1
売上高	973	982	243	221
家庭用	54%	57%	57%	67%
業務用	46%	43%	43%	33%

*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	2018年度		2019年度		2020年度		
		市場規模 (億円)	当社シェア (順位)*1	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
					4-6月	年度		
ギョーザ類*	「ギョーザ」等	467	49%(1位)	512	49%(1位)	49%(1位)	106-107%程度	48%(1位)

*味の素冷凍食品社単体の数値。

北米

製品領域	主要ブランド	2018年度		2019年度		2020年度	
		市場規模*1 (百万USD)	当社シェア (順位)	市場規模*1 (百万USD)	当社シェア(順位)		市場規模予想*1 (百万USD)
					4-6月	年度	
日本食・アジア食*2	-	655	33%(1位)	732	30%(1位)	104-105%程度	

*1 除くクラブストア向け、PB

*2 味の素フーズ・ノースアメリカ社単体の数値。

■セグメント別情報

(1) 減価償却費及び償却費*

(単位:億円)

	2018年度	2019年度	2020年度予想
調味料・食品	249	279	305
冷凍食品	83	105	106
ヘルスケア等	127	155	177
その他	13	44	41
全社	45	29	34
計	518	614	665

*非継続事業を除く。

(2) 設備投資

(単位:億円)

	2018年度	2019年度	2020年度予想
調味料・食品	363	501	457
冷凍食品	109	97	150
ヘルスケア等	217	184	206
その他	13	6	6
全社	91	46	40
計	796	836	860

(3) 研究開発費

(単位:億円)

	2018年度	2019年度	2020年度予想
調味料・食品	58	60	73
冷凍食品	12	13	15
ヘルスケア等	84	83	81
その他	2	2	1
全社	120	115	105
計	278	275	276

味の素株式会社 2021年3月期 第1四半期 決算補足資料

(参考1)セグメント対比表

FY19セグメント

日本食品	
調味料・加工食品	家庭用 調味料(日本) 業務用 調味料(日本) 加工食品(日本)
冷凍食品(日本)	
コーヒー類	
海外食品	
調味料・加工食品	家庭用 調味料(海外) 業務用 調味料(海外) 加工食品(海外)
冷凍食品(海外)	
加工用うま味調味料・甘味料	加工用うま味調味料 甘味料
ライフサポート	
動物栄養	
化成品	
その他	
ヘルスケア	
アミノ酸	医薬用・食品用アミノ酸 製薬カスタムサービス
その他	

その他

FY20セグメント

調味料・食品	
調味料	家庭用 調味料(日本・海外) 業務用 調味料(海外)
栄養加工食品	加工食品(日本・海外) コーヒー類(日本)
ソリューション&イングリエディエント	業務用 調味料(日本) 加工用うま味調味料・甘味料
冷凍食品	
冷凍食品(日本)	
冷凍食品(海外)	
ヘルスケア等	
アミノ酸	医薬用・食品用アミノ酸 バイオフィーマサービス*1
化成品	
その他	動物栄養 ライフサポート その他 ヘルスケア その他

*1 製薬カスタムサービスの名称変更

その他

(参考2)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」、「ビュアセレクト® 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)、 「SAJIKU®」(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、「ちょっと贅沢な珈琲店®」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&イングリエディエント	国内向け外食用・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、ペーカリー製品、核酸系調味料、 甘味料(加工用アスパルテーム、家庭用「パルスイト®」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」等)、等
ヘルスケア等	アミノ酸	
	医薬用・食品用アミノ酸	医薬用・食品用アミノ酸、培地、メディカルフード
	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
	化成品	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「ブレインセット®」、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®」)、「アミノソフト®」、 化粧品素材(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)	