

味の素株式会社 2018年3月期第1四半期 決算概要①

■財務諸表・外部影響等

(単位:億円)

損益計算書	17/4-6月	16/4-6月	増減額	増減率	(除く換算為替影響)		備考	通期予想	進捗率
					増減額	増減率			
日本食品	922	945	▲23	▲2%	▲23	▲2%			
海外食品	1,088	1,023	64	6%	36	3%	換算為替影響:+27億円		
ライフサポート	305	305	▲0	0%	▲6	▲2%	換算為替影響:+6億円		
ヘルスケア	210	213	▲3	▲1%	▲5	▲2%	換算為替影響:+1億円		
その他	152	140	11	8%	10	7%			
売上高	2,677	2,628	48	1%	10	0%		11,870	22%
日本食品	101	85	16	18%	15	18%			
海外食品	116	119	▲2	▲2%	▲8	▲6%	換算為替影響:+5億円		
ライフサポート	14	11	3	27%	3	32%	換算為替影響:▲0億円		
ヘルスケア	0	27	▲26	▲97%	▲26	▲97%	換算為替影響:+0億円		
その他	11	▲1	12	-	12	-			
事業利益*	244	241	2	1%	▲2	▲1%	持分法による利益 FY17:15、FY16:6	1,020	24%
固定資産売却益	11	4	6	157%				10	112%
その他	16	8	7	90%				-	-
その他の営業収益	27	12	14	113%				-	-
固定資産除却損	5	3	1	47%				41	13%
その他	15	20	▲4	▲21%				-	-
その他の営業費用	21	23	▲2	▲10%				-	-
営業利益	250	230	19	8%				965	25%
受取利息	11	7	4	59%				-	-
その他	8	37	▲28	▲76%				-	-
金融収益	20	45	▲24	▲54%				-	-
支払利息	7	6	0	13%				-	-
その他	3	37	▲33	▲89%				-	-
金融費用	11	44	▲32	▲73%				-	-
税引前当期利益	259	231	27	11%				947	27%
税金費用	73	70	3	5%				277	26%
当期利益	185	161	24	14%				670	27%
親会社の所有者	160	135	24	18%				570	28%
非支配持分	25	25	▲0	▲2%				100	25%

* 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)

外部影響(対前年増減)	17/4-6月	備考
換算為替		
売上高影響	+38	
事業利益影響	+5	
貿易為替※		
売上高影響	▲約0	
事業利益影響	▲約10	
日本食品原材料	▲約1	調味料・加工食品 +0、冷食 ▲1
発酵原燃料	約3	主原料 ▲1、副原料+2、エネルギー +2
コストダウン	約5	調味料・加工食品 +2、冷食 +3

※5億円単位の概数で表示

財政状態計算書	17/6月末	17/3月末	増減額	増減率	備考
資産合計	13,520	13,501	19	0%	
内、流動資産合計	5,697	5,734	▲37	▲0%	
内、非流動資産合計	7,823	7,766	56	0%	
負債合計	6,485	6,594	▲108	▲1%	
内、有利子負債	3,402	3,359	42	1%	
資本合計	7,034	6,906	128	1%	
内、非支配持分	752	743	8	1%	

為替	FY17Q1	FY16Q1
円/USD	111.09	108.04
円/EUR	122.26	121.88
円/THB	3.24	3.06
円/BRL	34.54	30.83
為替	FY17予想	参)調整前
円/USD	108.34	100.00
円/EUR	118.74	110.00
円/THB	3.08	2.80
円/BRL	32.86	30.30

▲はキャッシュアウト

キャッシュフロー計算書	17/4-6月	16/4-6月	増減額
①営業活動によるCF	165	202	▲36
②投資活動によるCF	▲189	▲91	▲98
③財務活動によるCF	▲91	▲309	217
④現金および現金同等物の残高	1,748	1,773	▲24
フリーキャッシュフロー(①+②)	▲24	111	▲135
設備投資	▲152	▲134	▲18
減価償却費および償却費	121	113	8

■セグメント別実績

(単位:億円)

【日本食品】	17/4-6月	16/4-6月	増減
売上高	922	945	▲23
調味料・加工食品	438	461	▲22
冷凍食品(日本)	256	241	14
コーヒー類	227	243	▲15
事業利益	101	85	16
調味料・加工食品	78	75	3
冷凍食品(日本)	26	19	7
コーヒー類	24	18	5
全社共通費	▲27	▲27	▲0

(単位:億円)

【海外食品】	17/4-6月	16/4-6月	増減
売上高	1,088	1,023	64
調味料・加工食品	695	627	67
冷凍食品(海外)	236	233	2
加工用うま味調味料・甘味料	156	162	▲5
事業利益	116	119	▲2
冷凍食品(海外)	8	11	▲2
全社共通費	▲36	▲31	▲5

(単位:億円)

【ライフサポート】	17/4-6月	16/4-6月	増減
売上高	305	305	▲0
動物栄養	190	192	▲1
化成品	109	109	0
その他	5	3	1
事業利益	14	11	3
動物栄養	▲3	▲4	0
化成品	28	26	2
その他	▲0	▲1	0
全社共通費	▲9	▲8	▲0

(単位:億円)

【ヘルスケア】	17/4-6月	16/4-6月	増減
売上高	210	213	▲3
アミノ酸	151	166	▲15
その他	58	46	12
事業利益	0	27	▲26
アミノ酸	9	31	▲22
その他	▲0	3	▲3
全社共通費	▲7	▲7	▲0

(単位:億円)

【その他】	17/4-6月	16/4-6月	増減
売上高	152	140	11
事業利益	11	▲1	12
全社共通費	▲7	▲9	1

*1 家庭用スーブの販売好調維持も、子会社売却の影響等により減収。
*2 業務用はわずかに前年を下回るも、家庭用は「ザ★チャーハン」、「やわらか若鶏から揚げ」の二桁成長に加え、「ギョーザ」も堅調に推移し、全体で増収。
*3 スティックコーヒーの販売堅調も、インスタントコーヒー、ボトルコーヒー等が市場縮小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、増収効果大きく増益。コーヒー類は商標権取得に伴い支払ロイヤリ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 「味の素®」、風味調味料の現地通貨ベースでの成長、子会社の新規連結影響(約17億円)に加え、換算為替も追い風となり(+18億円)、増収。
*2 米国におけるフードサービス減収の影響あるも、新製品の随時拡大や、換算為替影響(+6億円)により増収。
*3 甘味料は前年並みも、加工用うま味調味料は主に単価下落により減収。参考>加工用うま味調味料の売上高 115億円
*4 各事業の合算では増益も、全社共通費やM&A関連費用増加により減益。 参考> 調味料・加工食品 +9、冷凍食品 ▲2、加工用うま味調味料 ▲3、甘味料 +2

*1 トリプトファン、「AjiPro®-L」等のスペシャリティは大幅増収となるも、リジン、スレオニンの販売数量減影響により、全体で微減収。
*2 香粧品リテール(「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、前年並みを確保。
*3 主に化成品(ケミカル)の増収影響により、増益。

*1 参考> 医薬用・食品用アミノ酸 ▲2 製薬カスタムサービス ▲12
*2 参考> 医薬用・食品用アミノ酸 ▲12 製薬カスタムサービス ▲9

*1 主にエンジニアリング事業や物流事業の増収により、増収。
*2 主に前期に医薬事業のPPA確定に伴う費用の影響により増益。

※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。

味の素株式会社 2018年3月期第1四半期 決算概要②

■事業別・地域別実績

<売上高>	(単位: 億円)				
	日本	アジア	米州	欧州	合計
日本食品	902 (▲23)	8 (▲0)	6 (0)	4 (0)	922 (▲23)
海外食品	926	9	5	4	945
ライフサポート	37 (2)	573 (27)	388 (10)	87 (23)	1,088 (64)
ヘルスケア	34	546	378	64	1,023
その他	102 (▲0)	38 (3)	102 (1)	61 (▲4)	305 (▲0)
合計	102	35	100	66	305
ヘルスケア	86 (8)	6 (0)	45 (▲5)	72 (▲6)	210 (▲3)
その他	78	6	50	78	213
その他	123 (8)	28 (3)	-	-	152 (11)
合計	115	25	-	-	140
合計	1,252 (▲4)	656 (33)	542 (6)	226 (12)	2,677 (48)
	1,257	622	535	214	2,628

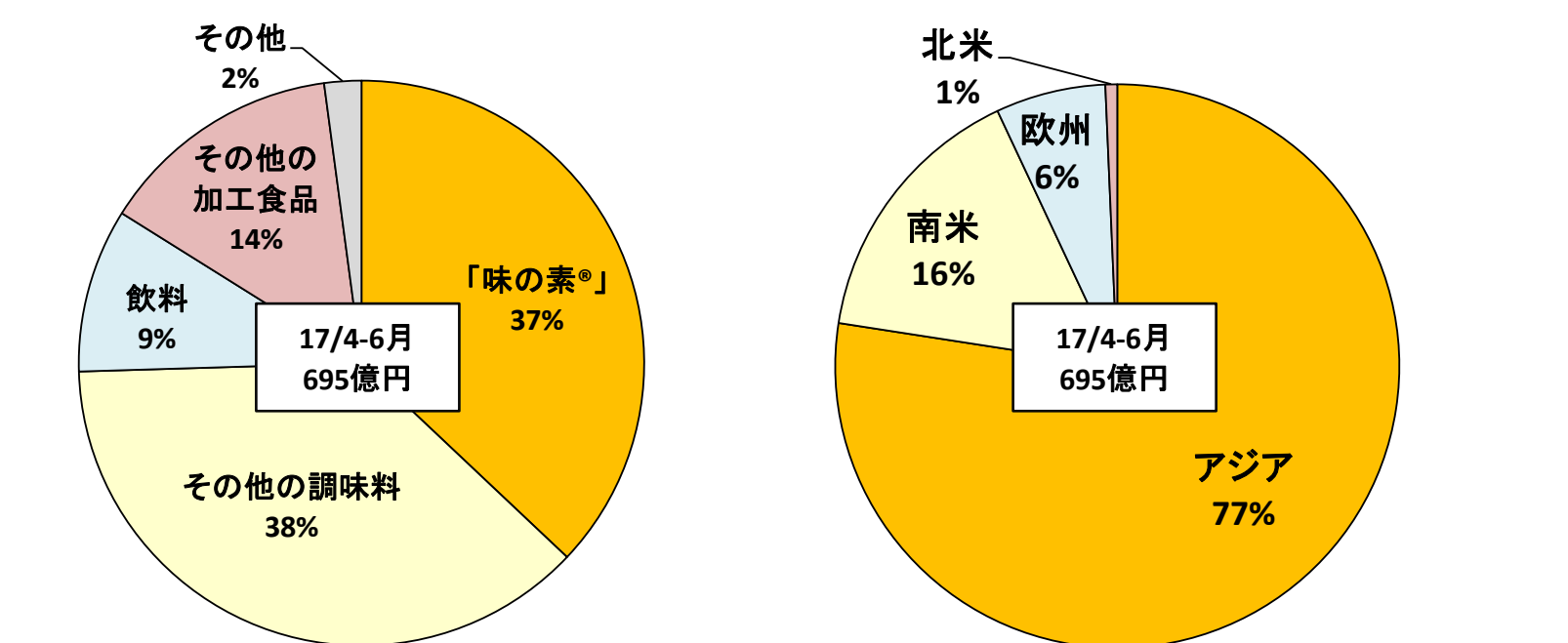
上段:17/4-6月、下段:16/4-6月、()内は増減額。

<事業利益>	(単位: 億円)					
	日本	アジア	米州	欧州	地域外	合計
日本食品	121 (16)	6 (1)	0 (0)	1 (▲0)	▲28 (▲1)	101 (16)
海外食品	105	4	0	1	▲26	85
ライフサポート	▲1 (1)	115 (1)	29 (▲3)	11 (10)	▲37 (▲11)	116 (▲2)
ヘルスケア	▲3	114	33	1	▲25	119
その他	25 (3)	1 (▲0)	▲5 (▲1)	1 (3)	▲8 (▲2)	14 (3)
合計	21	1	▲3	▲1	▲6	11
ヘルスケア	▲1 (▲9)	1 (▲2)	2 (▲10)	5 (▲4)	▲7 (0)	0 (▲26)
その他	8	4	13	10	▲8	27
その他	15 (10)	3 (0)	-	0 (▲0)	▲7 (1)	11 (12)
合計	4	2	-	0	▲9	▲1
全社共通費等	▲45 (▲3)	▲22 (▲5)	▲16 (▲3)	▲6 (▲1)	89 (13)	▲0 (▲0)
合計	▲42	▲16	▲12	▲4	76	0
合計	113 (18)	105 (▲4)	11 (▲19)	13 (6)	0 (0)	244 (2)
	94	109	30	6	0	241

上段:17/4-6月、下段:16/4-6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 > 全てのサブセグメントで増益。
海外食品	: 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 > 主に化成品で増益。 欧州 > 主に動物栄養で増益。
ヘルスケア	: 日本 > 主に医薬用・食品用アミノ酸で減益。 米州 > 主に製薬カスタムサービスで減益。

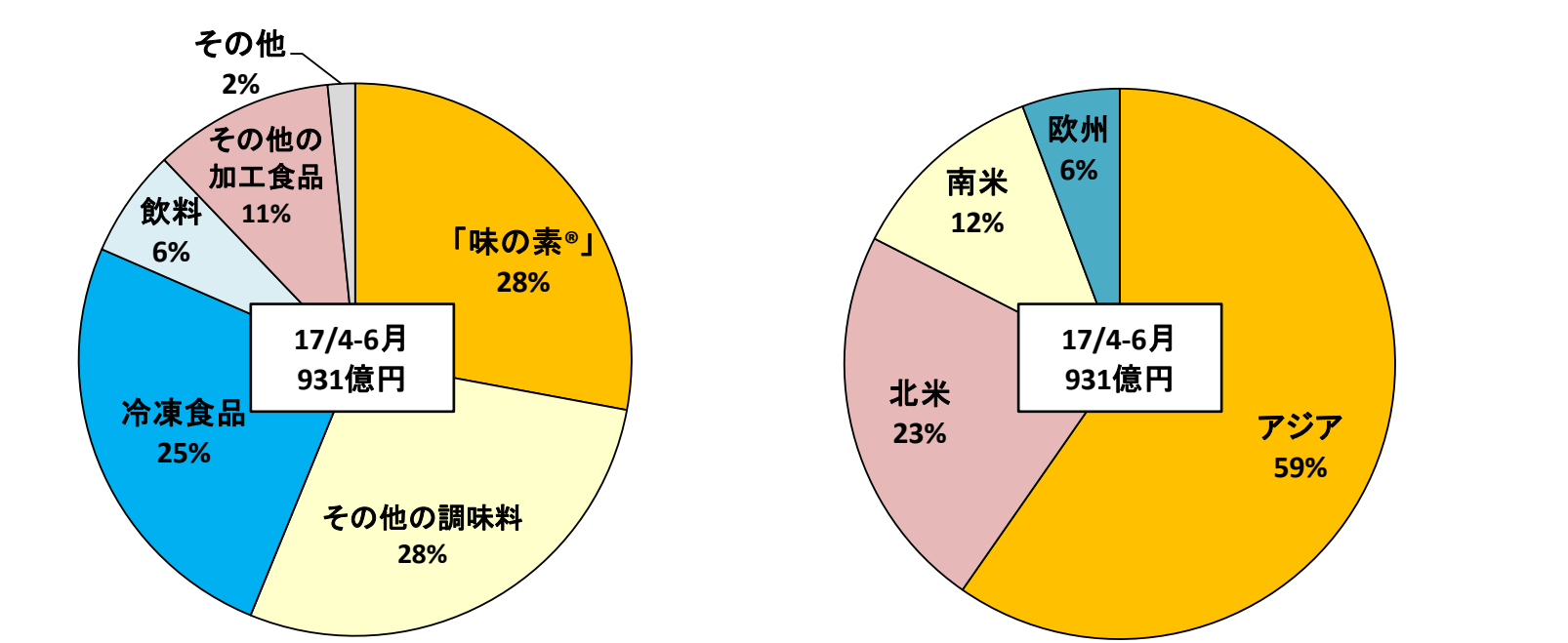
■海外調味料・加工食品実績(構成比は四捨五入)



【17/4-6月 Five Stars売上高】

- タイ 約80億THB (前年比98%、円ベース104%)
- インドネシア 約1兆1,584億IDR (前年比109%、円ベース113%)
- ブラジル 約2.3億BRL (前年比100%、円ベース112%)
- ベトナム 約1兆8,324億VND (前年比108%、円ベース110%)
- フィリピン 約17億PHP (前年比106%、円ベース101%)

■<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	2015年度		2016年度		2017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)
うま味調味料	「味の素®」「ハイミー®」	62	89%(1位)	60	89%(1位)	58
和風だしの素	「ほんだし®」	393	57%(1位)	385	57%(1位)	379
コンソメ	「味の素KKコンソメ」	121	80%(1位)	120	80%(1位)	121
スープ	「クノール®」	887	37%(1位)	920	37%(1位)	940
マヨネーズ類	「ビュアセレクト®」	452	23%(2位)	451	26%(2位)	446
合わせ調味料	「Cook Do®」 「Cook Do®きょうの大皿®」	789	28%(1位)	765	30%(1位)	773

コーヒー類

製品領域	ブランド	2015年度		2016年度		2017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)
インスタント瓶	「Blendy®」「MAXIM®」	444	4%(3位)	414	4%(3位)	381
インスタント瓶詰替え	「Blendy®」「MAXIM®」	295	46%(2位)	301	42%(2位)	303
スティック	「Blendy®」スティック「ティーハート®」	313	62%(1位)	323	64%(1位)	335
ホームレギュラー	「ちよつと贅沢な珈琲店®」	269	18%(3位)	256	17%(3位)	251
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	193	18%(2位)	197	15%(2位)	211

(2)国内食品 家庭用/業務用比率*1

製品領域		2015年度	16/4-6月	2016年度	17/4-6月
		調味料・加工食品	1,982	461	1,917
	家庭用	51%	46%	53%	50%
	業務用*2	49%	54%	47%	50%
冷凍食品*3	売上高	1,151	297	1,223	317
	家庭用	60%	61%	62%	64%
	業務用	40%	39%	38%	36%
コーヒー類*4	売上高	1,018	251	1,034	234
	家庭用	75%	75%	78%	75%
	業務用	25%	25%	22%	25%

*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:味の素冷凍食品単体の数値であり、総売上高で記載、*4:味の素AGF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 除くクラブストア向け、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	16/4-6月	2016年度	17/4-6月	17/4-9月 予想*2	2017年度 予想*2
		スプレッド(USD/ST)*1		170	220	210	160-180
市場価格	リジン	1.25	1.30	1.40	1.40	1.35前後	1.35前後
	スレオニン	2.30	1.75	1.75	1.70	1.70前後	1.70前後
	トリプトファン	10.00	8.00	8.00	9.00	9前後	8.5前後
市場規模(千ト)	リジン	2,200前後		2,300前後			2,400前後
	当社シェア	15%前後		15%前後			15%前後
	スレオニン	480前後		540前後			570前後
	当社シェア	25%前後		20%前後			20%前後
	トリプトファン	28前後		33前後			37前後
当社シェア	15%前後		20%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 弊社業績予想の前提とは一致せず