

味の素株式会社 2025年3月期 第1四半期決算概要①

■連結損益計算書

(単位:億円)

	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額	増減率	FY24 業績予想	進捗率
売上高	3,655	3,395	259	7%	15,270	23%
持分法による損益	23	7	15	210%	-	-
事業利益*	430	428	2	0%	1,580	27%
固定資産売却益	3	1	2	117%	-	-
その他	10	10	▲0	▲6%	-	-
その他の営業収益	14	12	1	11%	-	-
固定資産除却損	7	4	2	55%	-	-
その他	29	30	▲1	▲3%	-	-
その他の営業費用	36	35	1	4%	-	-
営業利益	408	405	2	0%	1,490	27%
受取利息	16	13	3	23%	-	-
その他	9	9	▲0	▲3%	-	-
金融収益	25	22	2	11%	-	-
支払利息	15	10	4	43%	-	-
その他	20	22	▲2	▲9%	-	-
金融費用	35	32	2	7%	-	-
税引前当期利益	398	395	2	0%	1,439	27%
法人所得税	130	99	30	30%	389	33%
税率	32.8%	25.2%			27.0%	
当期利益	267	296	▲28	▲9%	1,050	25%
親会社の所有者	239	272	▲32	▲12%	950	25%
非支配持分	28	24	3	16%	100	28%

* 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	FY24 4-6月	FY23 4-6月	FY24 予想
円/USD	155.85	137.49	140.00
円/EUR	167.85	149.58	154.00
円/THB	4.24	3.99	4.00
円/BRL	29.90	27.81	28.00

(単位:億円)

為替影響額	FY24 4-6月
売上高	+180
事業利益	+23

(単位:億円)

除く換算為替	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額	増減率
売上高	3,474	3,395	79	2%
調味料・食品	2,068	2,001	67	3%
冷凍食品	645	638	7	1%
ヘルスケア等	732	721	11	1%
その他	28	34	▲5	▲17%
事業利益	406	428	▲21	▲5%
調味料・食品	287	309	▲22	▲7%
冷凍食品	25	39	▲14	▲35%
ヘルスケア等	76	69	7	10%
その他	17	10	7	70%

■原材料・原燃料影響

(単位:億円)

	食品原材料(国内)		発酵原燃料	
	FY24 4-6月		FY24 4-6月	
調味料・食品	1	主原料	0	
冷凍食品	▲0	副原料	14	
ヘルスケア等		エネルギー	3	
計	1	計	17	

味の素株式会社 2025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、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259億円上回る3,655億円(前年同期比107.7%)となりました。事業利益は、調味料・食品セグメント及び冷凍食品セグメントにおける戦略的費用の増加等があったものの、ヘルスケア等セグメントの増収効果により、前年同期を2億円上回る430億円(前年同期比100.5%)となりました。

■セグメント別実績

(単位:億円)

以下、増減要因について影響額の大きい順に並べております。

売上高	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額	FY24 予想	進捗率	
売上高 計	3,655	3,395	259	15,270	23%	
調味料・食品	2,143	2,001	142	8,899	24%	<調味料・食品> 調味料: 全体で増収。 日本は、販売増により増収。 海外は、販売増や為替影響により増収。 栄養・加工食品: 全体で増収。 日本は、主に単価上昇効果により増収。 参考> コーヒー(日本): 売上高190億円 海外は、為替影響や単価上昇効果により増収。 S&I: 為替影響や、業務用製品の販売増等により増収。 参考> 加工用うま味調味料: 売上高197億円
調味料	1,114	1,016	98	4,501	24%	
栄養・加工食品	540	520	20	2,435	22%	
ソリューション&イングredients(S&I)	487	463	24	1,961	24%	
冷凍食品	701	638	63	2,927	24%	<冷凍食品> 全体で増収。 日本は、単価上昇効果あるも、数量減により前年並み。 海外は、為替影響や数量増により大幅増収。
ヘルスケア等	781	721	59	3,258	24%	
バイオフィーマサービス&イングredients	332	338	▲6	1,506	22%	<ヘルスケア等> バイオフィーマサービス&イングredients: 為替影響あるも、主にバイオフィーマサービス(CDMO)の販売減により、全体で減収。 ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等): 電子材料の販売好調により大幅増収。
医薬用・食品用アミノ酸	約135	約135	▲2	-	-	
バイオフィーマサービス(CDMO)	約200	約205	▲4	-	-	
ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等)	173	135	38	691	25%	
その他	275	247	28	1,061	26%	その他: 全体で増収。
その他	28	34	▲5	184	15%	

事業利益	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額	FY24 予想	進捗率	
事業利益 計	430	428	2	1,580	27%	
調味料・食品	304	309	▲4	1,117	27%	<調味料・食品> 調味料: 全体で増益。 日本は増収も、戦略的費用の増加等により、減益。 海外は、増収効果等により増益。 栄養・加工食品: 全体で大幅増益。 日本は増収も、原材料等のコスト増影響等により減益。 参考> コーヒー(日本): 事業利益7億円 海外は、増収効果等により大幅増益。 S&I: 増収も、加工用うま味調味料の減益等により、全体で減益。 参考> 加工用うま味調味料: ▲6億円(減)
調味料	234	215	19	851	27%	
栄養・加工食品	42	35	6	191	22%	
ソリューション&イングredients(S&I)	73	80	▲6	244	30%	
全社共通費	▲46	▲30	▲15	▲169	27%	
冷凍食品	28	39	▲11	115	24%	<冷凍食品> 全体で大幅減益。 日本は原材料等のコスト増影響等により減益。 海外は増収も、戦略的費用の増加等により概ね前年並み。
冷凍食品	39	47	▲8	154	25%	
全社共通費	▲10	▲7	▲2	▲39	26%	<ヘルスケア等> バイオフィーマサービス&イングredients: 医薬用・食品用アミノ酸は増益も、バイオフィーマサービス(CDMO)が大幅減益となり全体で大幅減益。 参考> 医薬用・食品用アミノ酸: +1億円(増) バイオフィーマサービス(CDMO): ▲34億円(減)
ヘルスケア等	80	69	11	302	26%	
バイオフィーマサービス&イングredients	▲6	26	▲32	67	-	
ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等)	93	52	40	312	30%	ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等): 大幅増収に伴い大幅増益。
その他	27	19	8	48	57%	その他: 増収に伴い大幅増益。
全社共通費	▲34	▲28	▲5	▲125	27%	
その他	17	10	7	44	38%	
全社共通費	▲1	▲0	▲1	▲7	25%	

■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		
	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額 (増減率)	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額 (増減率)	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額 (増減率)	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額 (増減率)	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額 (増減率)	FY24 4-6月	FY23 4-6月	増減額 (増減率)
売上高	1,232	1,192	40 (3%)	1,056	954	102 (10%)	1,007	842	164 (19%)	358	406	▲47 (▲11%)	-	-	-	3,655	3,395	259 (7%)
調味料・食品	664	663	0 (0%)	1,014	920	93 (10%)	351	289	62 (21%)	113	127	▲14 (▲11%)	-	-	-	2,143	2,001	142 (7%)
冷凍食品	217	217	0 (0%)	13	11	2 (17%)	424	366	57 (15%)	46	42	3 (8%)	-	-	-	701	638	63 (9%)
ヘルスクエア等	322	277	45 (16%)	28	21	6 (30%)	231	186	44 (23%)	199	236	▲36 (▲15%)	-	-	-	781	721	59 (8%)
その他	28	33	▲5 (▲17%)	0	0	▲0 (▲63%)	-	-	-	0	0	0	-	-	-	28	34	▲5 (▲17%)
事業利益	173	152	20 (13%)	196	184	11 (6%)	37	61	▲24 (▲39%)	24	29	▲5 (▲18%)	-	-	-	430	428	2 (0%)
調味料・食品	66	77	▲11 (▲14%)	213	196	17 (8%)	61	49	11 (23%)	7	12	▲4 (▲37%)	▲44	▲26	▲18 (67%)	304	309	▲4 (▲1%)
冷凍食品	12	19	▲6 (▲35%)	5	4	0 (7%)	20	20	▲0 (▲1%)	1	0	0 (15%)	▲10	▲5	▲4 (79%)	28	39	▲11 (▲28%)
ヘルスクエア等	105	61	43 (70%)	4	2	1 (71%)	▲21	9	▲30	23	21	1 (6%)	▲31	▲26	▲4 (18%)	80	69	11 (16%)
その他	18	10	8 (82%)	▲0	▲0	0	-	-	-	1	1	▲0 (▲3%)	▲1	▲0	▲1	17	10	7 (70%)
全社共通費等	▲29	▲16	▲13 (81%)	▲26	▲18	▲8 (45%)	▲23	▲18	▲4 (26%)	▲9	▲6	▲2 (36%)	88	59	28 (48%)	-	-	-

(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)*		FY24 4-6月
アジア	タイ	+1%
	インドネシア	+6%
	ベトナム	+0%
	フィリピン	+11%
米州	ブラジル	+7%

* 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)

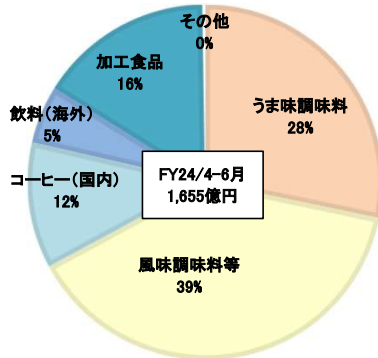
	日本			アジア			米州			EMEA			合計		
	FY24 4-6月	FY24 予想	進捗率	FY24 4-6月	FY24 予想	進捗率	FY24 4-6月	FY24 予想	進捗率	FY24 4-6月	FY24 予想	進捗率	FY24 4-6月	FY24 予想	進捗率
売上高	1,232	5,556	22%	1,056	4,284	24%	1,007	4,002	25%	358	1,426	25%	3,655	15,270	23%
調味料・食品	664	3,041	21%	1,014	4,114	24%	351	1,298	27%	113	444	25%	2,143	8,899	24%
冷凍食品	217	975	22%	13	59	23%	424	1,698	25%	46	194	23%	701	2,927	24%
ヘルスクエア等	322	1,356	23%	28	108	26%	231	1,005	23%	199	788	25%	781	3,258	24%
その他	28	182	15%	0	2	1%	-	-	-	0	0	-	28	184	15%

味の素株式会社 2025年3月期 第1四半期決算補足情報

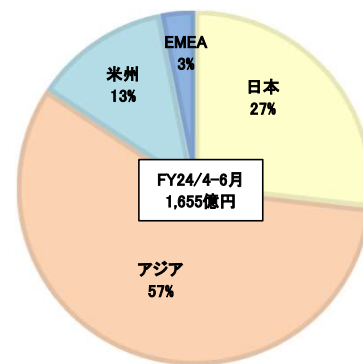
■調味料・食品

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*

	FY22	FY23	FY23 4-6月	FY24 4-6月
売上高(億円)	835	878	206	199
家庭用	75%	73%	73%	70%
業務用	25%	27%	27%	30%

*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	FY22		FY23			FY24	
		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)	4-6月 当社シェア(順位)	市場規模予想 (億円)	4-6月 当社シェア(順位)
うま味調味料	「味の素®」 「ハイミー®」	55	93%(1位)	62	96%(1位)	94%(1位)	65	94%(1位)
和風だしの素	「ほんだし®」	345	55%(1位)	354	56%(1位)	53%(1位)	350	56%(1位)
コンソメ	「味の素KKコンソメ」	116	80%(1位)	118	79%(1位)	79%(1位)	122	79%(1位)
マヨネーズ類	「ピュアセレクト®」	656	24%(2位)	736	27%(2位)	26%(2位)	743	27%(2位)
メニュー用調味料	「Cook Do®」 「Cook Do®きょうの大皿®」	765	27%(1位)	780	27%(1位)	27%(1位)	780	27%(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	FY23 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	FY22		FY23			FY24	
		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)	4-6月 当社シェア(順位)	市場規模予想 (億円)	4-6月 当社シェア(順位)
スープ	「クノール®」	1,157	29%(1位)	1,216	30%(1位)	30%(1位)	1,252	29%(1位)
インスタントコーヒー	「Blendy®」 「MAXIM®」	796	22%(2位)	759	23%(2位)	22%(2位)	760	22%(2位)
スティックコーヒー	「Blendy®」 「Blendy®カフェラトリー®」	455	53%(1位)	468	56%(1位)	55%(1位)	477	57%(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)	592	13%(3位)	609	13%(3位)	13%(3位)	615	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	FY23 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 2025年3月期 第1四半期決算補足情報

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

	FY22				FY23			
	中国	その他	計	当社シェア	中国	その他	計	当社シェア
MSG(千トン)	1,760	1,700	3,460*1	約20%	1,810	1,750	3,560*2	約20%
核酸系調味料(千トン)	-	-	65	約20%	-	-	68	約20%

*1 家庭用:60%弱、加工食品メーカー向け:40%強

*2 家庭用:60%強、加工食品メーカー向け:40%弱

■冷凍食品

(1) 冷凍食品(日本) 家庭用/業務用比率*

	FY22	FY23	FY23 4-6月	FY24 4-6月
売上高(億円)	903	867	212	217
家庭用	65%	63%	62%	64%
業務用	35%	37%	38%	36%

*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	FY22		FY23		FY24		
		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)	4-6月 当社シェア(順位)	市場成長率 予想	4-6月 当社シェア(順位)
ギョーザ類	「ギョーザ」等	606	40%(1位)	633	32%(2位)	31%(2位)	103%程度成長	33%(1位)

北米

製品領域	主要ブランド	FY22		FY23		FY24
		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	-	1,785	27%(1位)	1,759	26%(2位)	103%程度成長

*1 味の素フーズ・ノース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)

	FY22	FY23	FY24予想
調味料・食品	341	370	382
冷凍食品	127	137	124
ヘルスケア等	166	197	245
その他	9	8	9
全社	72	68	64
合計	718	782	827

*非継続事業を除く。

(2) 設備投資

(単位:億円)

	FY22	FY23	FY24予想
調味料・食品	291	335	519
冷凍食品	115	88	138
ヘルスケア等	245	301	375
その他	7	10	49
全社	37	33	0
合計	698	769	1,082

(3) 研究開発費

(単位:億円)

	FY22	FY23	FY24予想
調味料・食品	68	76	87
冷凍食品	14	17	21
ヘルスケア等	96	101	127
その他	3	3	1
全社	76	88	97
合計	258	287	336

味の素株式会社 2025年3月期 第1四半期決算補足情報

(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)、 「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	国内外食用・食品加工業用うま味調味料「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®」)、 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等)等
冷凍食品	冷凍食品	餃子類(「ギョーザ」、「POT STICKERS」等)、 米飯類(「ザ★®チャーハン」、「CHICKEN FRIED RICE」等)、 麺類(「YAKISOBA」、「RAMEN」等)、 スイーツ類(業務用ケーキ、「MACARON」等)、 焼売類(「ザ★®シュウマイ」、「エビシュウマイ」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&イングリエディエント	
	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(CDMO)	医薬中間体及び原薬、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(電子材料等)	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「プレーンセット®」、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、 スポーツニュートリション(サプリメント(「アミノバイタル®」)等)、 パーソナルケア素材(アミノ酸系洗浄剤「アミソフト®」、アミノ酸系メークアップ用油剤「エルデュウ®」・粉剤「アミ ホープ®」等)、 メディカルフード、農業サービス等	