

## 味の素株式会社 2025年3月期 第2四半期決算概要①

## ■連結損益計算書

(単位:億円)

	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額	増減率	FY24 7-9月	FY23 7-9月	増減額	増減率	FY24 修正予想 (11/7時点)	FY24 期首予想	増減額
売上高	7,442	6,880	562	8%	3,787	3,484	302	8%	15,325	15,270	55
持分法による損益	40	12	27	211%	16	5	11	213%	-	-	-
事業利益*	869	765	103	13%	438	337	101	30%	1,600	1,580	20
固定資産売却益	4	2	1	72%	0	0	▲0	▲42%	-	-	-
その他	19	24	▲4	▲18%	9	13	▲3	▲28%	-	-	-
その他の営業収益	23	26	▲2	▲10%	9	13	▲4	▲29%	-	-	-
固定資産除却損	16	10	5	54%	9	5	3	53%	-	-	-
その他	67	54	12	23%	38	24	14	57%	-	-	-
その他の営業費用	84	65	18	28%	47	30	17	56%	-	-	-
営業利益	808	726	82	11%	400	320	80	25%	1,490	1,490	-
受取利息	31	24	6	25%	14	11	3	27%	-	-	-
その他	14	12	1	15%	5	3	2	74%	-	-	-
金融収益	46	37	8	21%	20	14	5	37%	-	-	-
支払利息	33	21	12	57%	18	10	7	71%	-	-	-
その他	39	41	▲2	▲5%	19	19	▲0	▲1%	-	-	-
金融費用	72	63	9	15%	37	30	7	24%	-	-	-
税引前当期利益	781	701	80	11%	383	305	78	25%	1,439	1,439	-
法人所得税	223	188	34	18%	92	88	3	4%	389	389	-
税率	28.5%	26.9%			24.2%	29.2%			27.0%	27.0%	-
当期利益	558	512	46	9%	290	216	74	34%	1,050	1,050	-
親会社の所有者	502	464	37	8%	262	192	70	36%	950	950	-
非支配持分	56	48	8	17%	28	23	4	18%	100	100	-

\* 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 7-9月	FY23 7-9月	FY24通期 修正予想	FY24下期 修正予想
円/USD	155.85	137.49	149.71	144.63	148.89	145.00
円/EUR	167.85	149.58	164.28	157.32	163.53	161.00
円/THB	4.24	3.99	4.29	4.11	4.25	4.24
円/BRL	29.90	27.81	26.89	29.59	28.14	27.88

(単位:億円)

為替影響額	FY24 4-9月	FY24 7-9月
売上高	+219	+39
事業利益	+28	+4

(単位:億円)

除く換算為替	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額	増減率	FY24 7-9月	FY23 7-9月	増減額	増減率
売上高	7,223	6,880	343	4%	3,748	3,484	263	7%
調味料・食品	4,251	4,047	204	5%	2,183	2,046	137	6%
冷凍食品	1,357	1,365	▲8	▲0%	711	726	▲15	▲2%
ヘルスケア等	1,538	1,395	142	10%	805	673	131	19%
その他	76	72	4	5%	48	38	10	26%
事業利益	840	765	74	9%	433	337	96	28%
調味料・食品	584	571	12	2%	297	262	35	13%
冷凍食品	41	66	▲25	▲37%	15	27	▲11	▲41%
ヘルスケア等	186	109	76	69%	109	40	69	170%
その他	28	17	10	59%	10	7	3	45%

## ■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 4-9月	FY24 7-9月
調味料・食品	3	2
冷凍食品	▲0	▲0
ヘルスケア等		
計	3	1

発酵原燃料	計	
	FY24 4-9月	FY24 7-9月
主原料	2	2
副原料	34	20
エネルギー	6	3
計	43	25

## 味の素株式会社 2025年3月期 第2四半期決算概要②

当中間連結会計期間の売上高は、換算為替の影響を含め、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562億円上回る7,442億円(前年同期比108.2%)となりました。事業利益は、調味料・食品セグメント及び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103億円上回る869億円(前年同期比113.5%)となりました。

## ■セグメント別実績

(単位:億円)

以下、2025年3月期中間連結会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。

売上高	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額	FY24 7-9月	FY23 7-9月	増減額	FY24 修正予想	進捗率
売上高 計	7,442	6,880	562	3,787	3,484	302	15,325	48%
調味料・食品	4,335	4,047	288	2,191	2,046	145	8,899	48%
調味料	2,245	2,068	176	1,130	1,051	78	4,501	49%
栄養・加工食品	1,098	1,036	61	557	515	41	2,435	45%
ソリューション&イングリディエンツ(S&I)	991	942	49	503	478	25	1,961	50%
冷凍食品	1,430	1,365	65	729	726	2	2,927	48%
ヘルスケア等	1,599	1,395	204	818	673	144	3,313	48%
バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ	695	622	73	363	283	79	1,506	46%
医薬用・食品用アミノ酸	約275	約265	11	約145	約130	13	-	-
バイオフィーマーサービス(CDMO)	約420	約355	62	約220	約155	66	-	-
ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等)	371	285	86	198	150	48	746	49%
その他	532	487	44	256	239	16	1,061	50%
その他	76	72	4	48	38	10	184	41%

**<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362億円  
 海外は、為替影響や販売増により増収。  
 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404億円

**<冷凍食品>**  
 全体で増収。  
 日本は、家庭用が販売増も、全体で前年並み。  
 海外は、構造改革の影響あるも、為替により増収。

**<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(CDMO)の販売増や為替影響により、全体で増収。  
 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。  
 その他:  
 全体で増収。

事業利益	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額	FY24 7-9月	FY23 7-9月	増減額	FY24 修正予想	進捗率
事業利益 計	869	765	103	438	337	101	1,600	54%
調味料・食品	605	571	34	301	262	39	1,087	55%
調味料	466	420	45	232	205	26	851	54%
栄養・加工食品	88	67	20	45	32	13	171	51%
ソリューション&イングリディエンツ(S&I)	148	153	▲5	74	73	1	244	60%
全社共通費	▲97	▲77	▲19	▲51	▲46	▲4	▲179	54%
冷凍食品	45	66	▲21	16	27	▲10	112	40%
冷凍食品	68	88	▲19	29	40	▲11	154	44%
全社共通費	▲23	▲21	▲1	▲12	▲13	1	▲41	56%
ヘルスケア等	189	109	80	109	40	68	355	53%
バイオフィーマーサービス&イングリディエンツ	19	20	▲1	25	▲5	31	67	28%
ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等)	196	122	74	103	69	33	372	52%
その他	41	25	16	14	6	7	48	87%
全社共通費	▲68	▲58	▲9	▲33	▲29	▲3	▲132	51%
その他	28	17	10	10	7	3	44	62%
全社共通費	▲4	▲2	▲2	▲2	▲1	▲1	▲7	55%

**<調味料・食品>**  
 調味料:  
 全体で増益。  
 日本は増収効果あるも、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。  
 日本は増収効果あるも、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5億円  
 海外は、増収効果等により大幅増益。  
 S&I:  
 増収効果あるも、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: ▲7億円(減)

**<冷凍食品>**  
 全体で大幅減益。  
 日本は、原材料コスト増の影響等により減益。  
 海外は増収効果あるも、戦略的費用の増加等により大幅減益。

**<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:  
 医薬用・食品用アミノ酸は増益も、バイオフィーマーサービス(CDMO)がForge社連結化影響で減益となり、全体で減益。  
 参考>医薬用・食品用アミノ酸: +5億円(増)  
 バイオフィーマーサービス(CDMO): ▲6億円(減)

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:  
 増収に伴い大幅増益。

■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 4-9月	FY23 4-9月	増減額 (増減率)	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額 (増減率)	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額 (増減率)	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額 (増減率)	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額 (増減率)	FY24 4-9月	FY23 4-9月	増減額 (増減率)
売上高	2,534	2,377	156 (6%)	2,163	1,958	205 (10%)	2,076	1,810	266 (14%)	667	733	▲65 (▲9%)	-	-	-	7,442	6,880	562 (8%)
調味料・食品	1,341	1,318	23 (1%)	2,066	1,886	180 (9%)	717	604	113 (18%)	208	238	▲29 (▲12%)	-	-	-	4,335	4,047	288 (7%)
冷凍食品	437	434	2 (0%)	29	24	4 (19%)	878	824	54 (6%)	85	81	4 (5%)	-	-	-	1,430	1,365	65 (4%)
ヘルスケア等	679	554	125 (22%)	67	46	20 (45%)	480	381	98 (25%)	373	413	▲39 (▲9%)	-	-	-	1,599	1,395	204 (14%)
その他	76	71	5 (7%)	0	1	▲1 (▲92%)	-	-	-	0	0	0	-	-	-	76	72	4 (5%)
事業利益	339	262	77 (29%)	397	372	25 (6%)	96	105	▲9 (▲9%)	35	25	9 (39%)	-	-	-	869	765	103 (13%)
調味料・食品	122	141	▲18 (▲13%)	429	400	28 (7%)	131	99	32 (32%)	18	16	1 (10%)	▲95	▲86	▲9 (10%)	605	571	34 (6%)
冷凍食品	17	28	▲10 (▲37%)	7	9	▲1 (▲20%)	45	49	▲4 (▲8%)	▲2	▲0	▲1 (450%)	▲23	▲20	▲2 (14%)	45	66	▲21 (▲32%)
ヘルスケア等	228	133	94 (71%)	15	10	5 (53%)	▲33	▲1	▲31 (1917%)	34	21	12 (58%)	▲56	▲54	▲1 (2%)	189	109	80 (73%)
その他	31	18	13 (72%)	▲0	▲0	0 (▲4%)	-	-	-	1	1	▲0 (▲36%)	▲4	▲2	▲2 (108%)	28	17	10 (59%)
全社共通費等	▲60	▲59	▲1 (1%)	▲54	▲47	▲6 (13%)	▲47	▲41	▲6 (14%)	▲17	▲15	▲2 (14%)	179	163	15 (9%)	-	-	-

(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 4-9月	FY24 7-9月
アジア	タイ	+3%	+5%
	インドネシア	+6%	+5%
	ベトナム	+1%	+2%
	フィリピン	+12%	+12%
米州	ブラジル	+13%	+18%

\* 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)

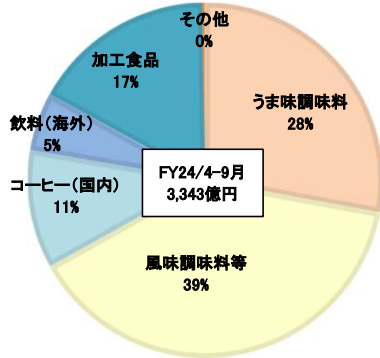
	日本			アジア			米州			EMEA			合計		
	FY24 4-9月	FY24 修正予想	進捗率	FY24 4-9月	FY24 修正予想	進捗率	FY24 4-9月	FY24 修正予想	進捗率	FY24 4-9月	FY24 修正予想	進捗率	FY24 4-9月	FY24 修正予想	進捗率
売上高	2,534	5,611	45%	2,163	4,284	50%	2,076	4,002	51%	667	1,426	46%	7,442	15,325	48%
調味料・食品	1,341	3,041	44%	2,066	4,114	50%	717	1,298	55%	208	444	46%	4,335	8,899	48%
冷凍食品	437	975	44%	29	59	49%	878	1,698	51%	85	194	44%	1,430	2,927	48%
ヘルスケア等	679	1,411	48%	67	108	62%	480	1,005	47%	373	788	47%	1,599	3,313	48%
その他	76	182	41%	0	2	4%	-	-	-	0	0	-	76	184	41%

味の素株式会社 2025年3月期 第2四半期決算補足情報

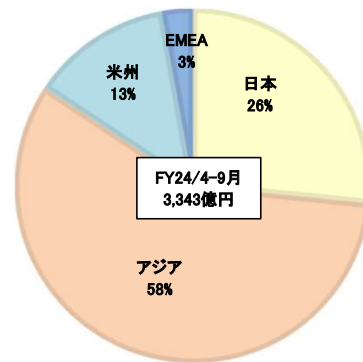
■調味料・食品

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\*

	FY22	FY23	FY23 4-9月	FY24 4-9月
売上高(億円)	835	878	383	381
家庭用	75%	73%	69%	68%
業務用	25%	27%	31%	32%

\*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)	4-9月 当社シェア(順位)	市場規模予想 (億円)	4-9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)	96%(1位)	65	94%(1位)
和風だしの素	「ほんだし®」	345	55%(1位)	354	56%(1位)	55%(1位)	350	57%(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	28%(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)	28%(1位)	780	28%(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)	4-9月 当社シェア(順位)	市場規模予想 (億円)	4-9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)	28%(1位)	1,252	28%(1位)
インスタントコーヒー	「Blendy®」 「MAXIM®」	796	22%(2位)	759	23%(2位)	23%(2位)	760	23%(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	58%(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2四半期決算補足情報

## ②ソリューション&amp;イングリディエンツ(S&amp;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 4-9月	FY24 4-9月
売上高(億円)	903	867	430	440
家庭用	65%	63%	64%	64%
業務用	35%	37%	36%	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)	4-9月 当社シェア(順位)	市場成長率 予想	4-9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	2023/4-9月	FY23	2024/4-9月	FY24予想
調味料・食品	341	179	370	194	382
冷凍食品	127	67	137	70	124
ヘルスケア等	166	93	197	122	245
その他	9	3	8	4	9
全社	72	33	68	34	64
合計	718	377	782	426	827

\*非継続事業を除く。

## (2) 設備投資

(単位:億円)

	FY22	2023/4-9月	FY23	2024/4-9月	FY24予想
調味料・食品	291	85	335	123	519
冷凍食品	115	17	88	32	138
ヘルスケア等	245	103	301	142	375
その他	7	3	10	5	49
全社	37	11	33	12	0
合計	698	221	769	315	1,082

## (3) 研究開発費

(単位:億円)

	FY22	2023/4-9月	FY23	2024/4-9月	FY24予想
調味料・食品	68	36	76	37	87
冷凍食品	14	8	17	8	21
ヘルスケア等	96	44	101	49	127
その他	3	2	3	0	1
全社	76	46	88	50	97
合計	258	138	287	147	336

## 味の素株式会社 2025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)、 「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