

Eat Well, Live Well.



味の素株式会社

2025年3月期業績予想および 企業価値向上に向けた取り組み

取締役 代表執行役社長 最高経営責任者

藤江 太郎

2024年11月7日



I 2025年3月期中間決算概要と2025年3月期業績予想

II 企業価値向上に向けた取り組み

参考資料

別添 2025年3月期 第2四半期決算概要

FY2024 セグメント別修正業績予想

*本資料における事業利益（連結ベース）：

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



本日お伝えしたいこと

- ・ FY24中間期は売上高・事業利益とも新記録
事業利益は113%、為替影響を除いても二桁%成長を実現
売上高・事業利益の通期業績予想を上方修正
- ・ ファンクショナルマテリアルズが電子材料を中心に着実に回復
バイオフィーマサービス(CDMO)はForge社を含めて好調に推移し、
ヘルスケア等が全体を牽引した
- ・ 海外の調味料・食品は着実なオーガニック成長を実現
日本国内の食品事業(調味料・食品、冷凍食品)の利益率の低下は課題であり、
原材料高・円安等によるコストアップにさらなる打ち手を入れていく
- ・ 上方修正した営業キャッシュ・フローはキャッシュアロケーション方針に従い、積極的に株主に還元
1対2の株式分割、自己株式取得を発表
- ・ 2030ロードマップの達成に向け、志(パーパス)を礎に、従業員が主人公となり
「ありたい姿」実現に向け、主体的に挑戦し続ける企業文化へ進化させていく

I 2025年3月期中間決算概要と2025年3月期業績予想

II 企業価値向上に向けた取り組み

I-1. 2025年3月期 中間決算ダイジェスト

売上高：増収（新記録）

7,442億円

対前年実績：108%

除く為替影響：約105%

除く Forge社連結影響：107%

増収額：562億円

事業利益：増益（新記録）

869億円

対前年実績：113%

除く為替影響：約110%

除く Forge社連結影響：119%

増益額：103億円

親会社の所有者に帰属する当期利益

502億円

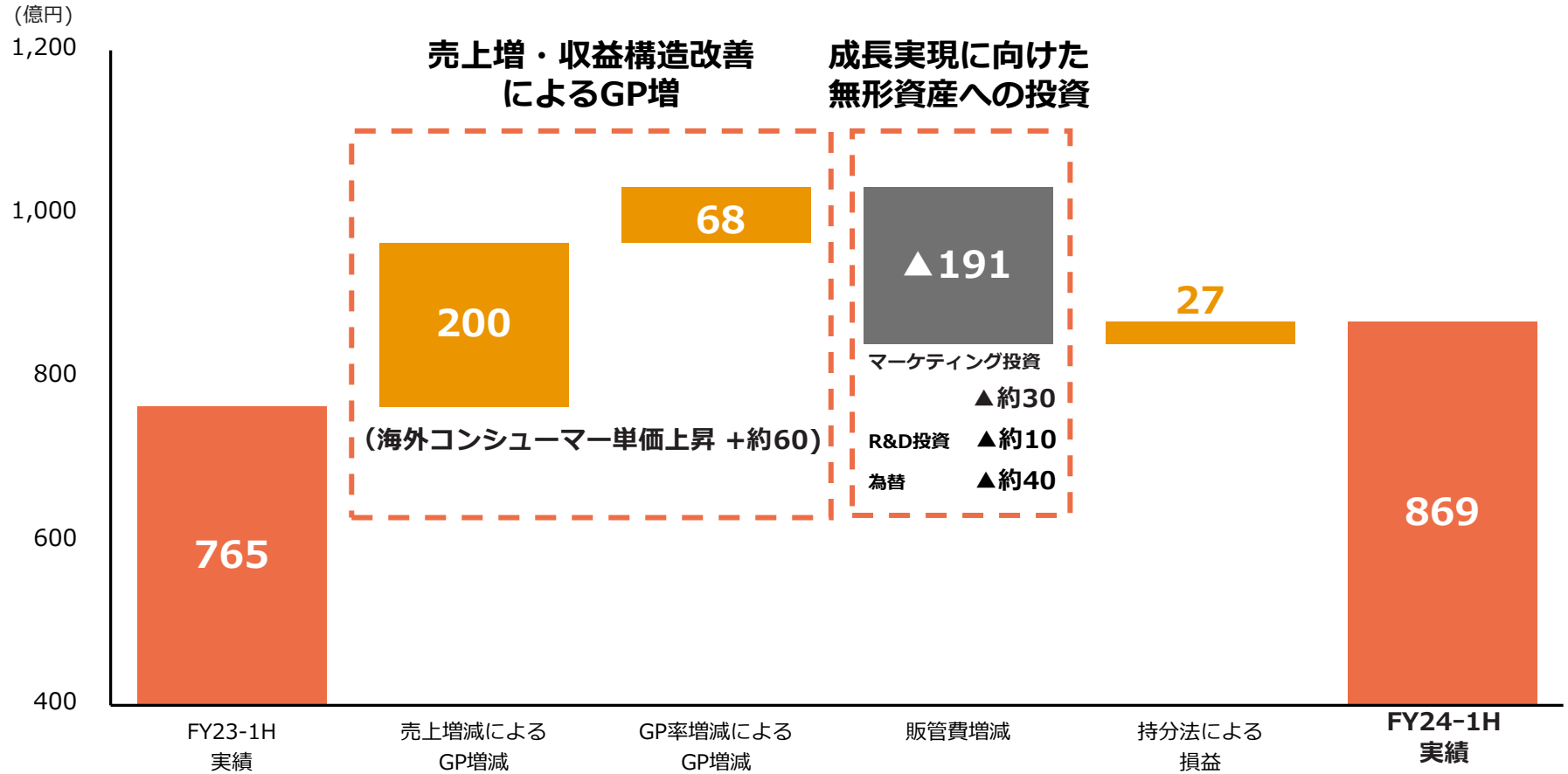
対前年実績：108%

対前年増減内訳

(億円)

	対1Q-FY23	対2Q-FY23	対1H-FY23	FY24 1Hに影響した内容
売上高	259	302	562	
売上増減によるGP増減	95	105	200	主に海外の調味料・食品、海外の冷凍食品、ファンクショナルマテリアルズの増収が貢献
GP率変動によるGP増減	▲2	70	68	ヘルスケア等の大幅なGP率改善が牽引し、増益
販管費増減	▲107	▲84	▲191	為替影響に加え、Forge社連結影響による増加等
持分法による損益	16	11	27	
事業利益計	2	101	103	
その他営業収益・費用	▲0	▲21	▲21	アルテア社構造改革費用計上等
金融収益・費用	0	▲1	▲1	
親会社所属当期利益計	▲32	70	37	

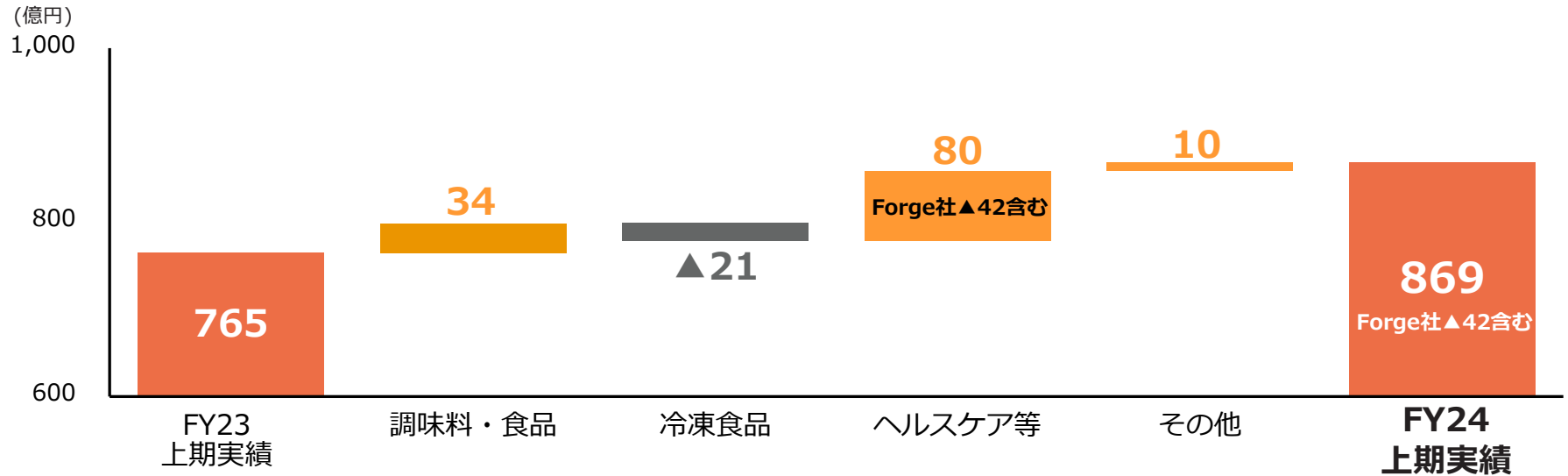
I -2. 事業利益増減要因 (P&L要素別 中間期実績)



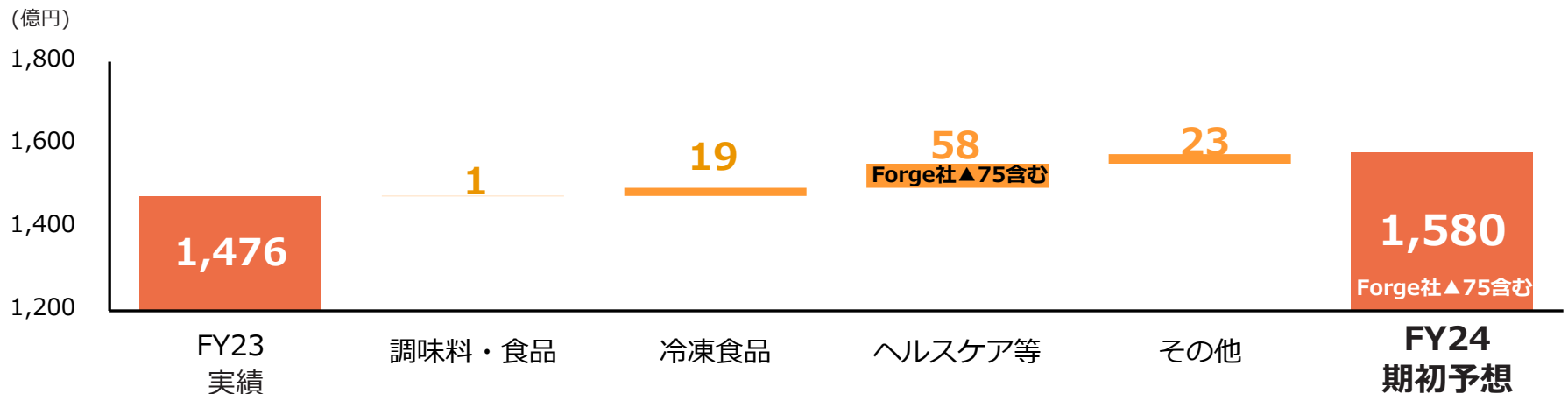
(参考)

・ 為替影響 + 約28億円

I -2. 事業利益増減要因（開示セグメント別 中間期実績）



(参考) FY24期初予想 対 FY23累計実績

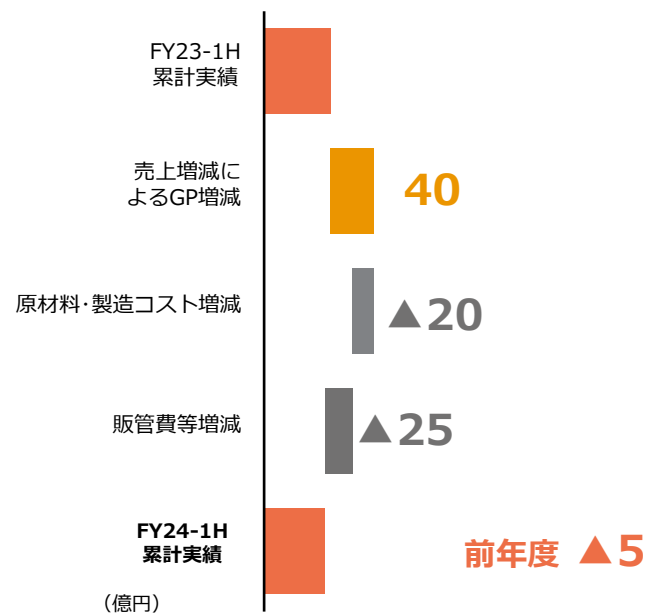


I-3. <調味料、栄養・加工食品> 売上分解と事業利益増減要因

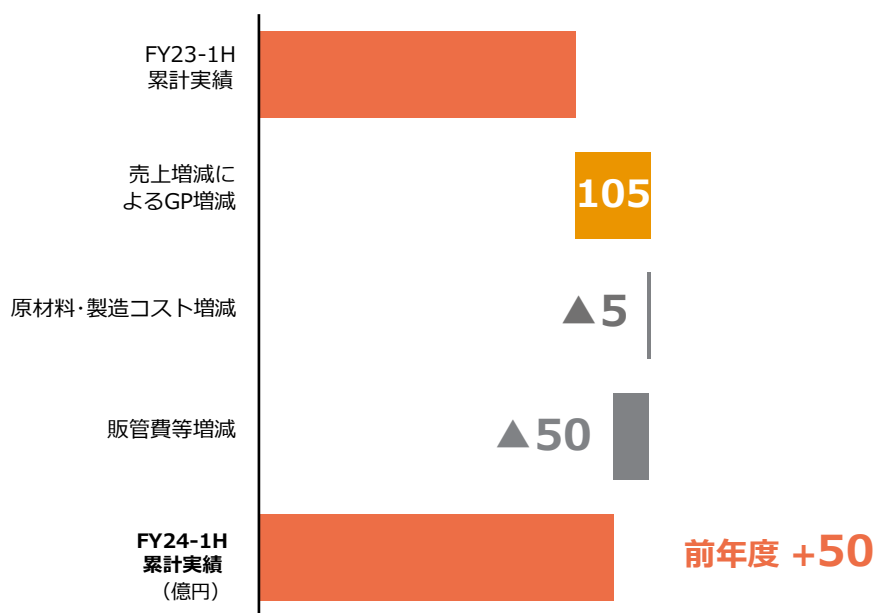
国内・海外別のFY24上期累計の売上分解と事業利益増減要因（前年比較）



事業利益増減要因（日本国内）



事業利益増減要因（海外）※為替影響除く



I-4. 2025年3月期修正予想

FY24通期予想の売上・事業利益を上方修正

上期好調のファンクショナルマテリアルズは、今後のモメンタムの継続を見込み、売上・事業利益を上方修正。一方で日本国内のコーヒー事業(原材料高騰と円安)、全社共通費(将来への投資増)で事業利益を減額。

売上高

15,325億円
対前年実績：106%

除く為替影響：105%

除く Forge社連結影響：約105%

事業利益

1,600億円
対前年実績：108%

除く為替影響：107%

除く Forge社連結影響：約111%

親会社の所有者に帰属する当期利益

950億円
対前年実績：109%

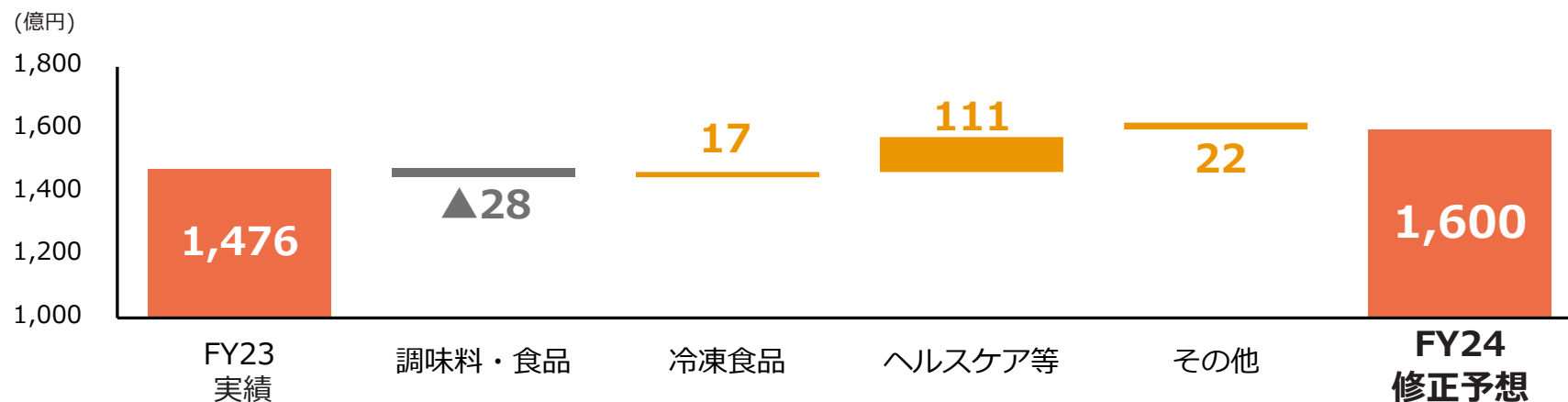
下期為替前提：
145円/USD

単位：億円、▲は損サイド

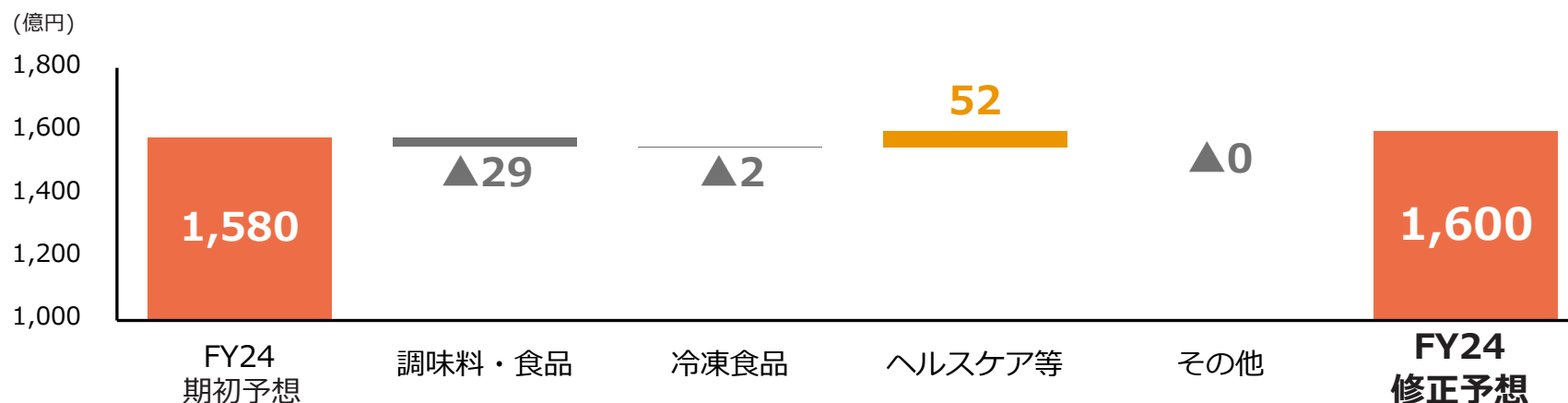
	FY24 修正予想	FY23実績	前年比	FY24 期初予想	期初予想 との差	【参考】 全社共通費 除く修正額
売上高	15,325	14,392	106%	15,270	55	
調味料・食品	8,899	8,469	105%	8,899	0	
冷凍食品	2,927	2,818	103%	2,927	0	
ヘルスケア等	3,313	2,945	112%	3,258	55	
その他	184	158	116%	184	0	
事業利益	1,600	1,476	108%	1,580	20	40
調味料・食品	1,087	1,115	97%	1,117	▲29	▲20
冷凍食品	112	95	117%	115	▲2	0
ヘルスケア等	355	243	145%	302	52	60
その他	44	21	205%	44	▲0	0
親会社帰属当期利益	950	871	109%	950	0	
営業利益	1,490	1,466	101%	1,490	0	
税引前当期利益	1,439	1,420	101%	1,439	0	

I-5. 事業利益増減要因 (開示セグメント別 2025年3月期 修正予想)

FY24修正予想 対 FY23累計実績



FY24修正予想 対 FY24期初予想

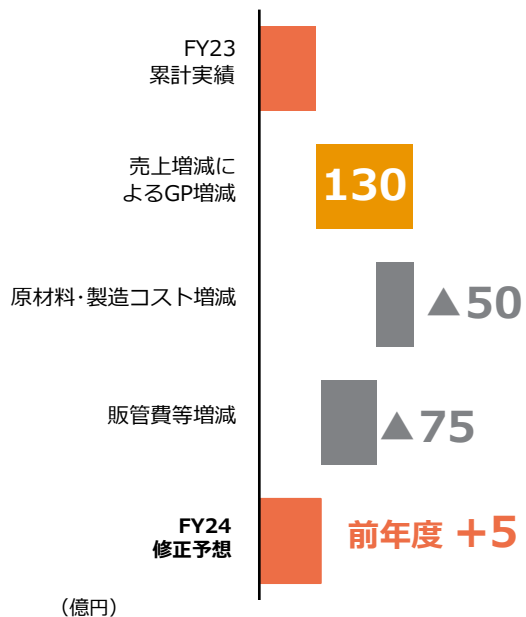


I-6. <調味料、栄養・加工食品> 売上分解と事業利益増減要因

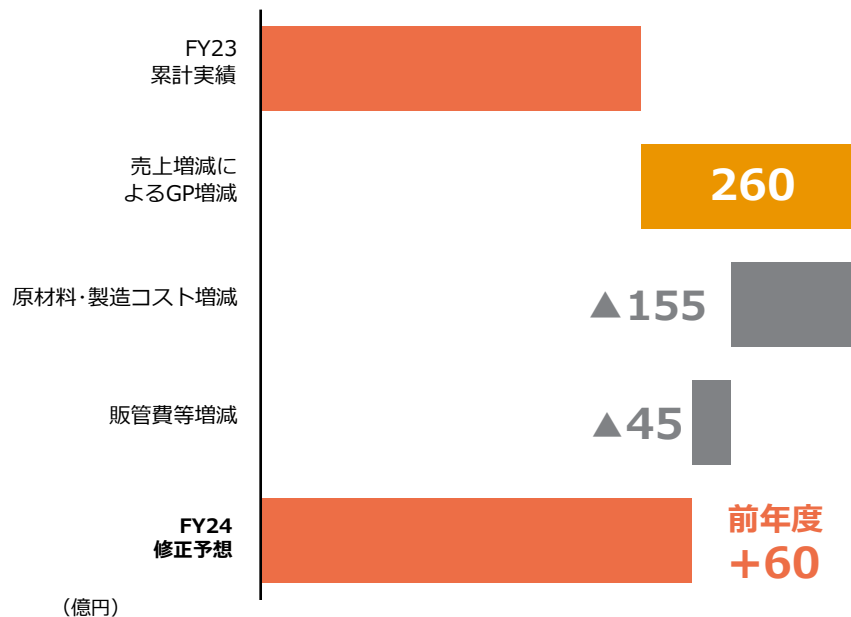
国内・海外別のFY24修正予想の売上分解と事業利益増減要因（前年比較）



事業利益増減要因（日本国内）



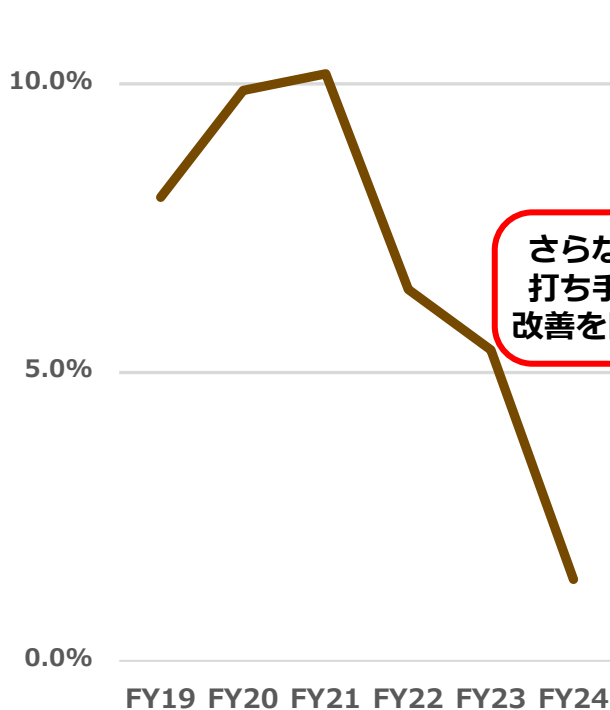
事業利益増減要因（海外） ※為替影響除く



I-7. <調味料・食品> (国内コーヒー事業)

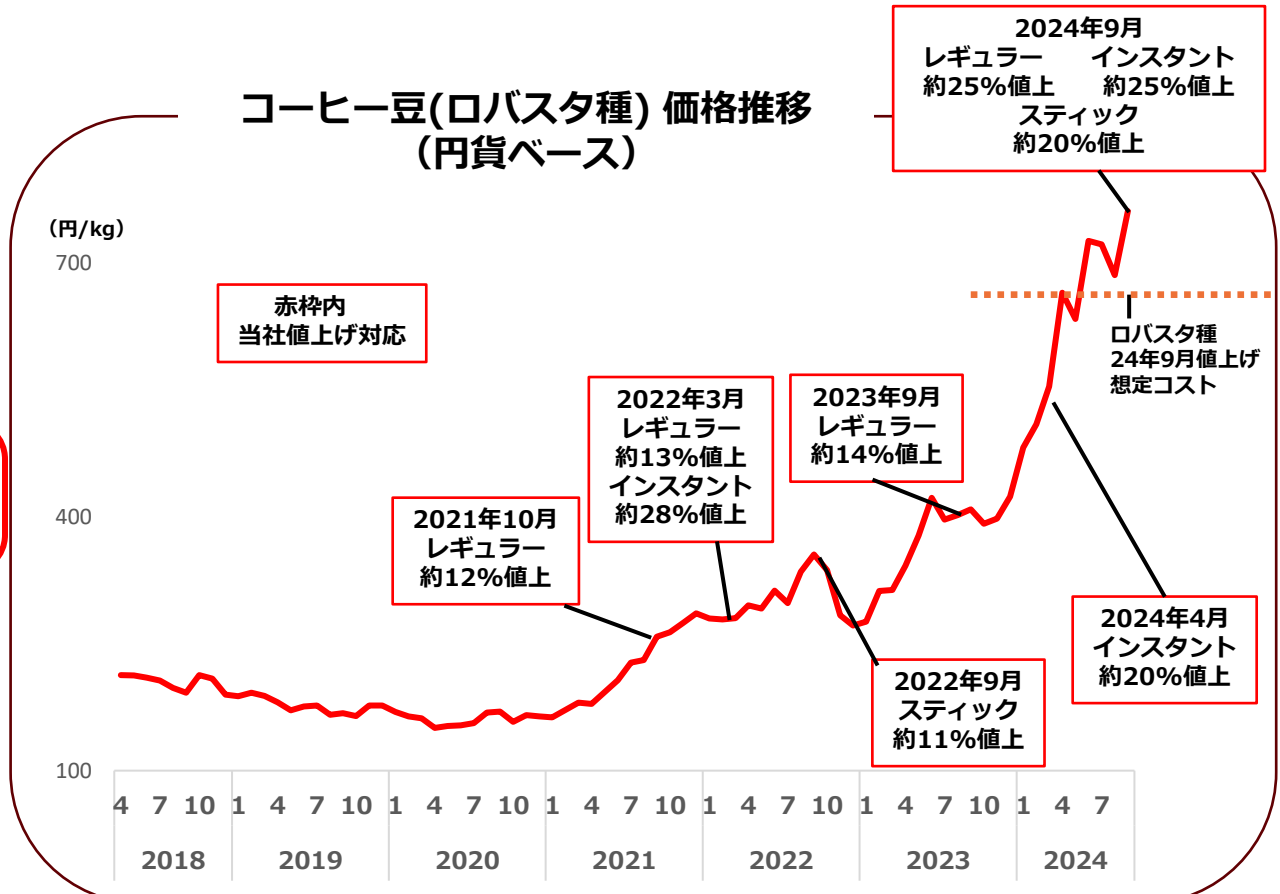
コーヒー豆の高騰・円安によるコスト上昇に対し、
 度重なる値上げを実行するも追い付かず、事業利益率が悪化
 ⇒**原材料価格を注視しつつ、さらなる打ち手を迅速に講じていく**

事業利益率推移
(国内コーヒー事業)



さらなる
打ち手で
改善を図る

コーヒー豆(ロバスタ種) 価格推移
(円貨ベース)



赤枠内
当社値上げ対応

ロバスタ種
24年9月値上げ
想定コスト

[出典] The World Bank Group 「Commodity Markets」&三菱UFJ銀行「外国為替相場一覧表」

I-7. <調味料・食品> (国内コーヒー事業)

売上に占めるコーヒー豆の使用量割合をKPIとして低減を図り、市場価格の影響を受けにくい事業ポートフォリオを構築。値上げによる単価向上も含めてGP率を改善し、安定した事業運営を目指す

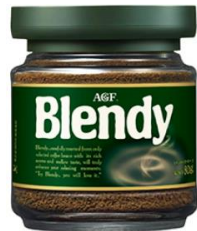
コーヒー豆使用割合の低い製品の構成比上昇

コーヒー豆 市場価格影響の抑制

コーヒー豆 使用量割合 **高**

レギュラー品種

インスタント品種



売上構成比*
約**15%**

売上構成比
約**30%**

コーヒー豆 使用量割合 **低**

スティック品種

パウダードリンク等
その他



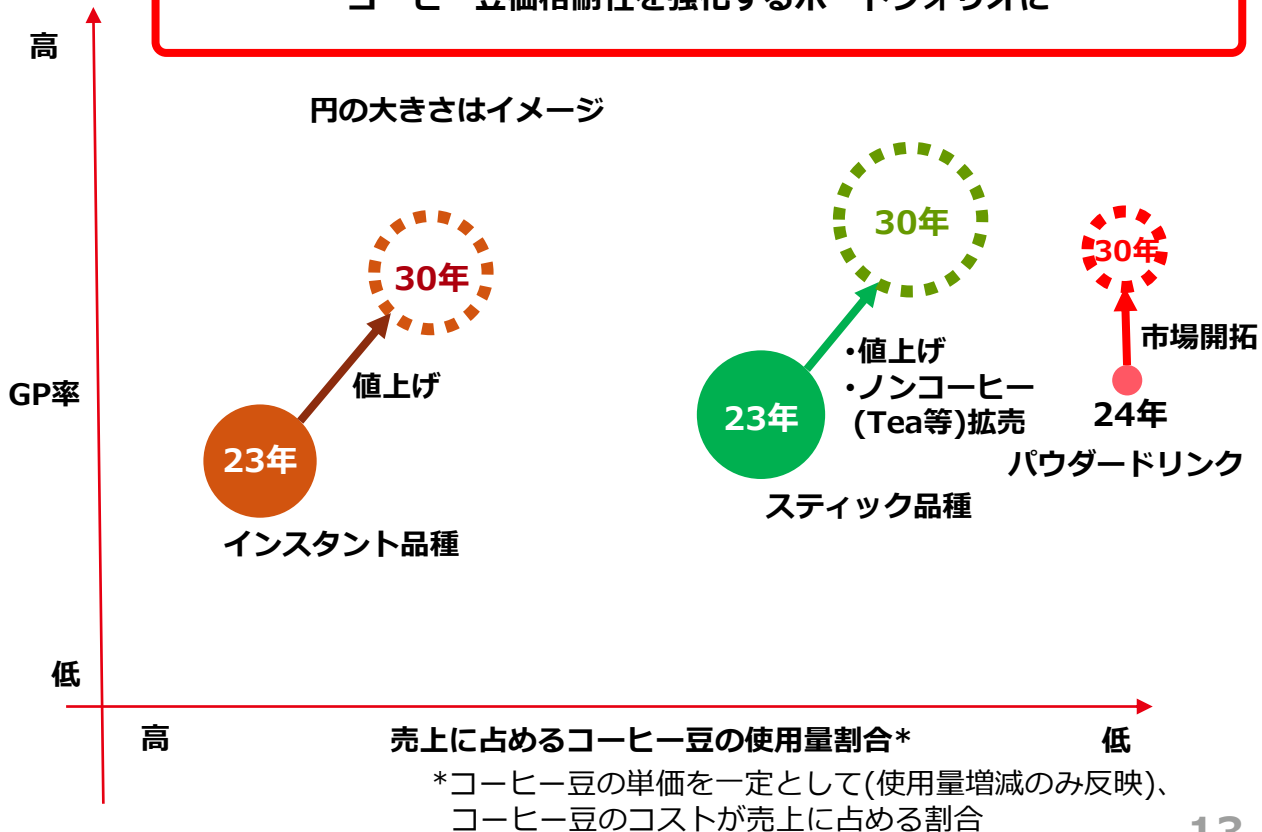
その他
マリーム®
ギフト等

売上構成比
約**40%**

売上構成比
約**15%**

24年マイボトル専用発売

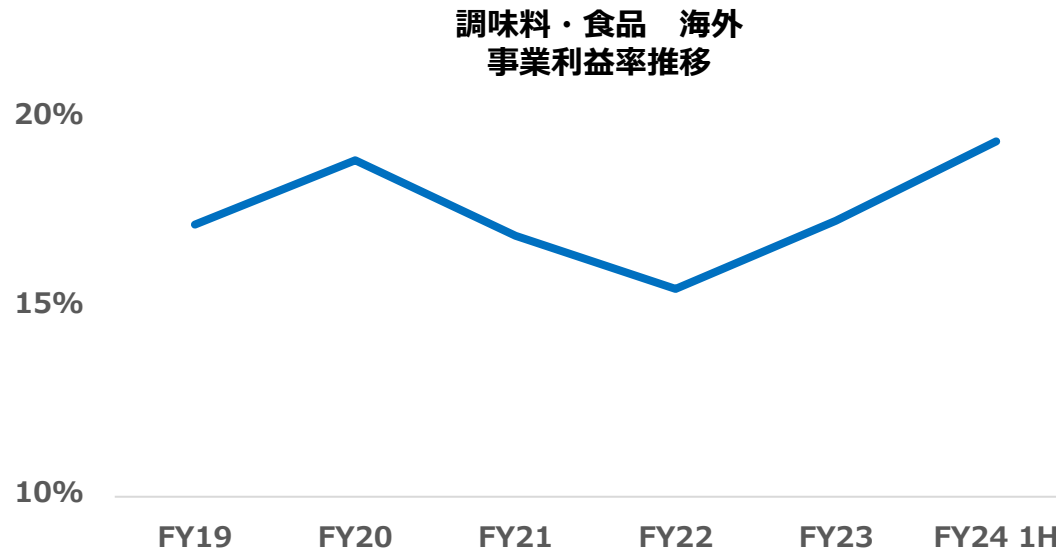
スティック品種の成長と値上げにより
FY21⇒FY23でAGF社売上に於けるコーヒー豆使用量割合を8%低減
コーヒー豆価格耐性を強化するポートフォリオに



* AGF社家庭用における売上構成比

I-8. <調味料・食品> (海外)

調味料・食品セグメントの海外の事業利益率はCOVID-19前の水準を上回る事業ポートフォリオを強化し、さらなる売上拡大と利益率向上を図る



次世代の柱

メニュー用調味料・液体調味料・クッキングソース等の将来の成長ドライバーの育成

高付加価値化

ASVに資する健康・栄養価値製品の成長

フロンティア地域*の拡大

主要5カ国**に加え、周辺国・地域の事業拡大

* アジアではカンボジア、バングラデシュ等、南米ではボリビア等、これから事業拡大を図っていく国・地域

**タイ・インドネシア・ベトナム・フィリピン・ブラジル

I-9. <冷凍食品> (国内)

1. 冷凍食品(国内)のFY24-1H の成果と課題

成果

ギョーザ類のシェアNo.1を奪回

課題

全体で売上は前年並みに留まる。原材料高や円安によるコスト増もあり、減益

2. ギョーザ類の戦略

生活者のニーズに合わせたラインナップと、価値に見合った価格設定でシェアとGP率の上昇を両立
 他社に先行している機能軸製品(健康・調理)の成長を加速

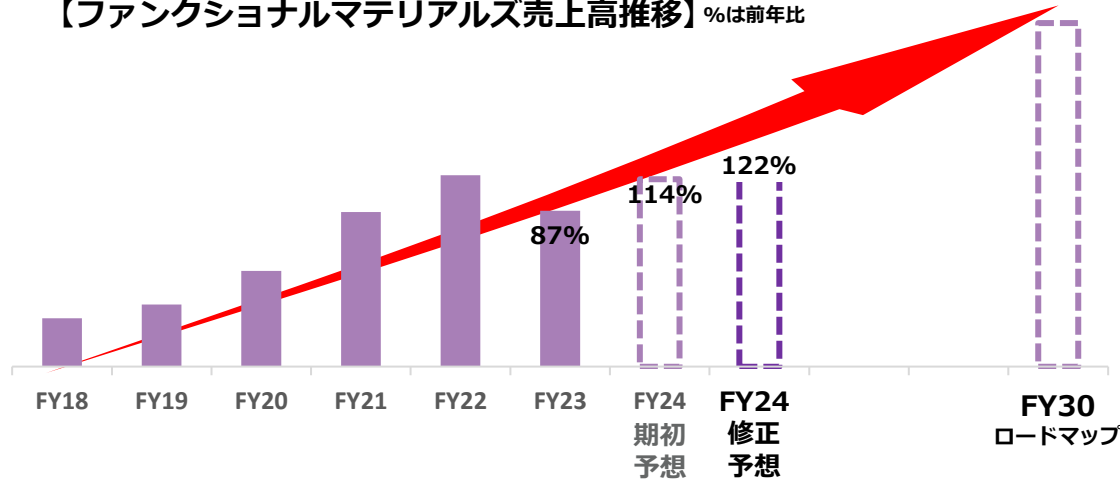
kg単価



I-10. <ヘルスケア等>ファンクショナルマテリアルズ

FY24-1Hは大幅増収・大幅増益。下期もモメンタムの継続を見込み、売上・事業利益を上方修正

【ファンクショナルマテリアルズ売上高推移】%は前年比



売上の上方修正により
 FY22の売上を上回り、
新記録を見込む

24年度上期の用途別状況と今後の見通し

PC向け
 下期も緩やかな需要の回復が続く見込

サーバー/ネットワーク向け
 クラウドサービス市場の回復基調は続き、汎用サーバーの需要も緩やかに伸びていくと想定

生成AI向け
 引き続き生成AI用途の需要が拡大しており、大幅な成長が見込まれる。数年後に全体を牽引するドライバーになる可能性がある。

I-11. <ヘルスケア等>バイオファーマサービス(CDMO)

独自技術の活用により成長をドライブし、既存事業は大幅増益。Forge社も好調に推移

上期の状況

欧州

受注の回復・工場の生産性上昇
ミックスの改善により大幅増益

日本

「AJIPHASE®」が好調に推移し、
大幅増収・大幅増益

北米(アルテア社)

減収減益(現地通貨ベース)も構造改革を推進
市場回復とともに業績も回復段階

北米(Forge社)

受注は前年の2.5倍まで拡大
顧客数は50社に到達

味の素バイオ・ファーマサービスの取り組み

- ・ 独自技術を活かした領域では市場環境の影響を受けにくく、好調を維持し、新規顧客も獲得
- ・ グローバルワンチームでの取り組みを継続して強化、各サイト間連携による顧客獲得につながっている
- ・ 当社独自技術に関心を示す顧客は多く、新規プロジェクトの受注につながっている
⇒2030ロードマップの達成に向け、
順調に事業を成長させている

I -12. 2030ロードマップ° ASV指標

2030 ASV指標への達成に向けて、FY24修正予想の着実な達成を目指す

	FY23	FY24 中間期	FY24 修正予想	FY25計画	FY30計画		
ASV指標	経済価値 指標	ROE (Forge社連結影響除く)	11.0% (11.4%)	約12% (約13%)	18%	約20%	
		ROIC (>資本コスト) (Forge社連結影響除く)	8.7% (9.4%)	約9% (約10%)	13%	約17%	
		オーガニック成長率	1.7%	4.4%	約5% (期初予想7%)	5% (FY22-25)	5%~ (FY25-30)
		EBITDAマージン	15.7%	17.4%	約16%	17%	19%
ASV指標	社会価値 指標	環境負荷削減の 取り組み	▲35% CO2排出量 (Scope1,2)	-	-	環境負荷 50%削減 (アウトカム)	
		栄養コミットメント <small>栄養以外の貢献についての指標も 今後検討予定</small>	9.4億人	-	-	10億人の 健康寿命延伸 (アウトカム)	
ASV指標	無形資産 強化	従業員エンゲージ メントスコア	76%	76% (速報値)	80%	85%~	
		コーポレート ブランド価値	1,625 <small>(実績 前年比 +17%)</small>	-	-	FY22比、CAGR 7%~	

【参考】
EPS 約3倍
(FY22対比) を目指す

経営が示す挑戦的目標

ASVが
飛躍的・継続的に向上し、
ステークホルダー・
社会にとって
魅力的な企業で
あり続ける

(mUSD, Interbrand社公表値)

I-12. 参考 | セグメント別成長の道筋

(期初予想はAppendix参照)



セグメント	オーガニック成長率				事業利益 (BP)				ROIC				EBITDAマージン			
	(前年比)		(CAGR)		(前年比)		(CAGR)		(前年比)		(CAGR)		(前年比)		(CAGR)	
	FY22 実績 (売上高)	FY24 中間期 実績	FY24 修正予想	FY25 計画 (FY22-25)	FY22 実績 (BP額)	FY24 中間期 実績	FY24 修正予想	FY25 計画 (FY22-25)	FY22 実績	FY23 実績	FY24 修正予想	FY25 計画	FY22 実績	FY24 中間期 実績	FY24 修正予想	FY25 計画
調味料・食品	調味料															
	栄養・加工食品	7,750 億円	4.9%	5.0%	5%	848 億円	6.0%	▲2.5 %	12%	14.9%	16.7%		14.9%	18.5%	約17%	16%
	ソリューション&イングリディエント									*11.0 %	*15.0 %	約14%	16%			
冷凍食品	冷凍食品	2,672 億円	▲0.6%	1.9%	3%	20 億円	45 億円	112 億円	100~ 億円	▲3.3%	4.4%		5.5%	8.1%	約8%	8%
										*0.7%	*3.4%	約5%	5%			
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															
	ファンクショナル マテリアルズ (電子材料等)	2,996 億円	7.6%	7.3%	8%	486 億円	73.1%	45.6%	13%	12.6%	4.2%		21.8%	19.5%	約18%	27%
	その他									*4.6%	約5%	18%				
合計	13,591 億円	4.4 %	5.0 %	5%	1,353 億円	13.5 %	8.3 % **約 11%	15% ~		9.9%	8.7%		15.2%	17.4%	約16%	17%
										**9.4%	**約 10%	13%				

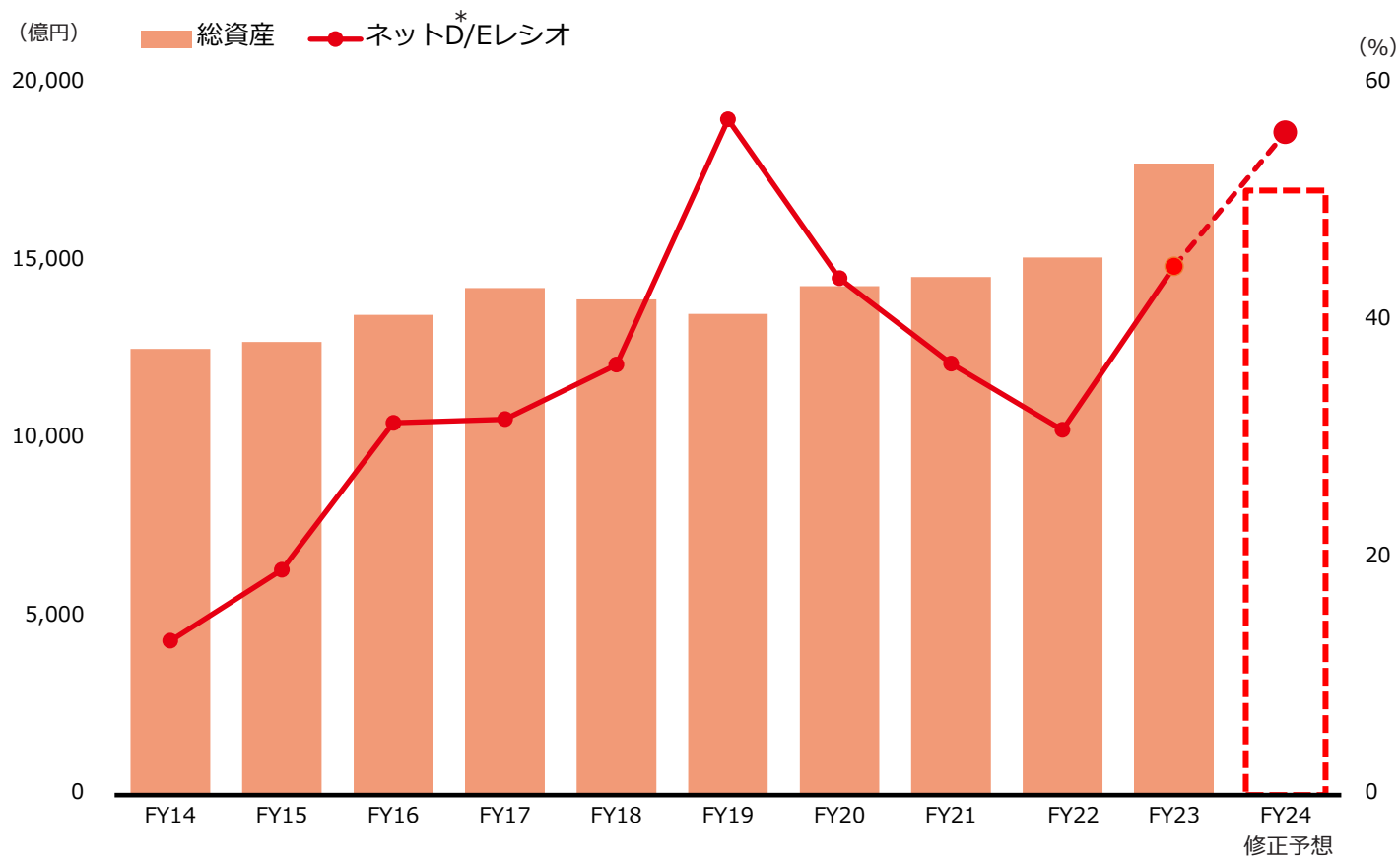
*除く固定資産売却益・減損

**除くForge社連結影響

I-13. 資産・負債

総資産の予想は据え置き

FY24はネットD/Eレシオの範囲を40%-60%に引き上げ(従来30%-50%)



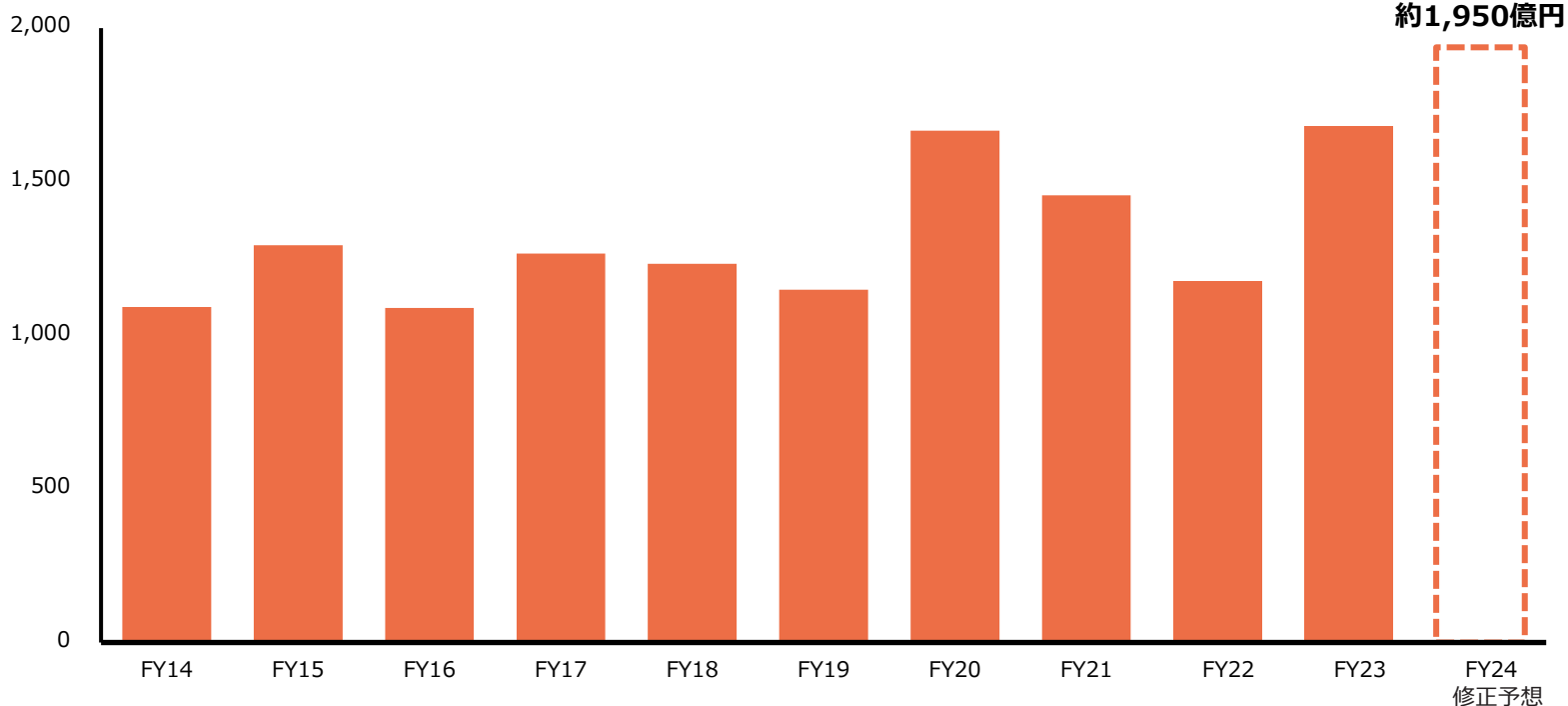
*ネットD:有利子負債-現預金×75%

I-14. キャッシュ創出

営業キャッシュ・フローの予想を上方修正(約200億円の上方修正)
 着実に営業キャッシュを創出し、キャッシュアロケーション方針に則って、
 投資や株主還元の拡充を図る

営業CF

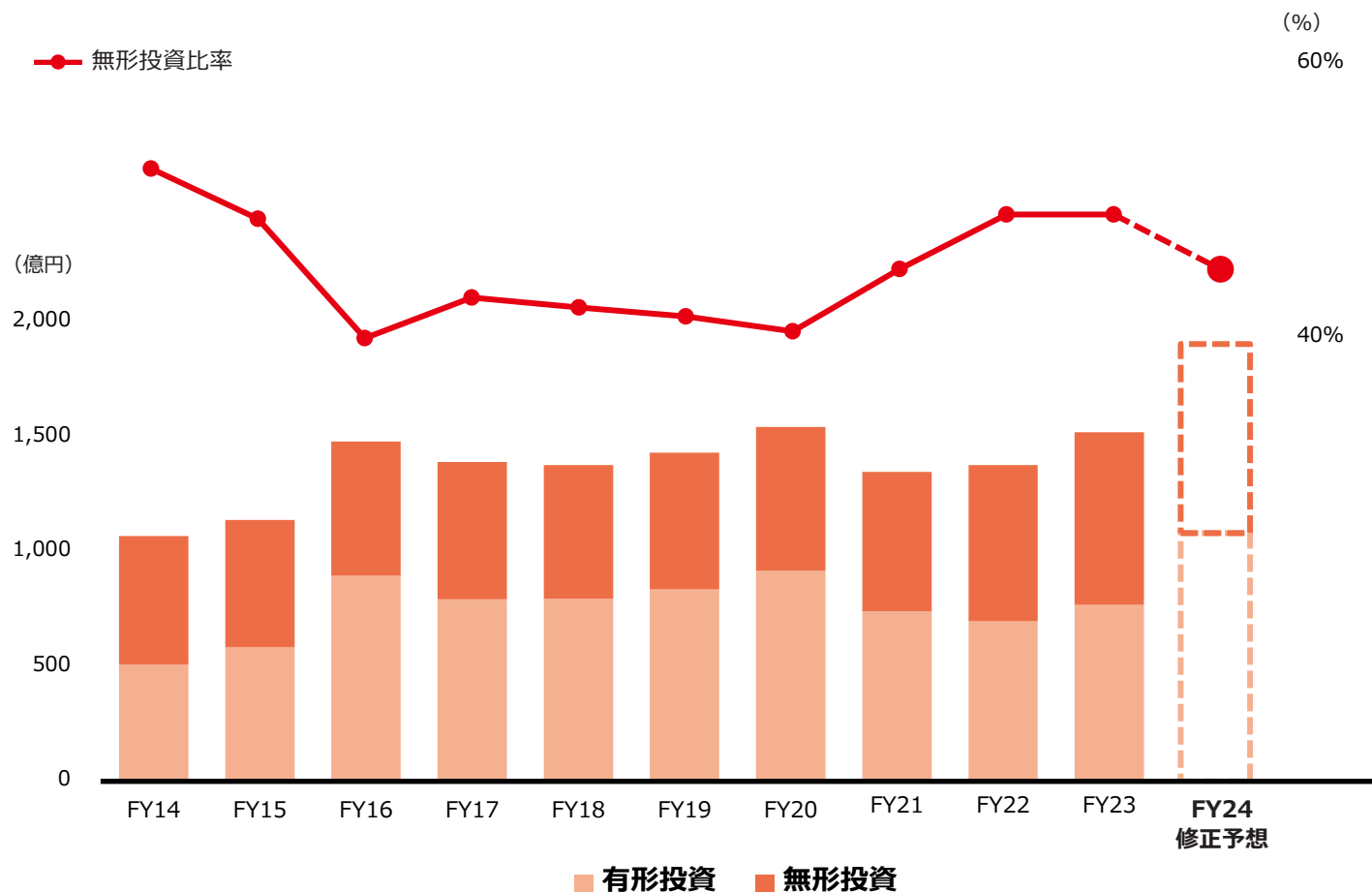
(億円)



I-15. 戦略投資

投資計画の業績予想は据え置き

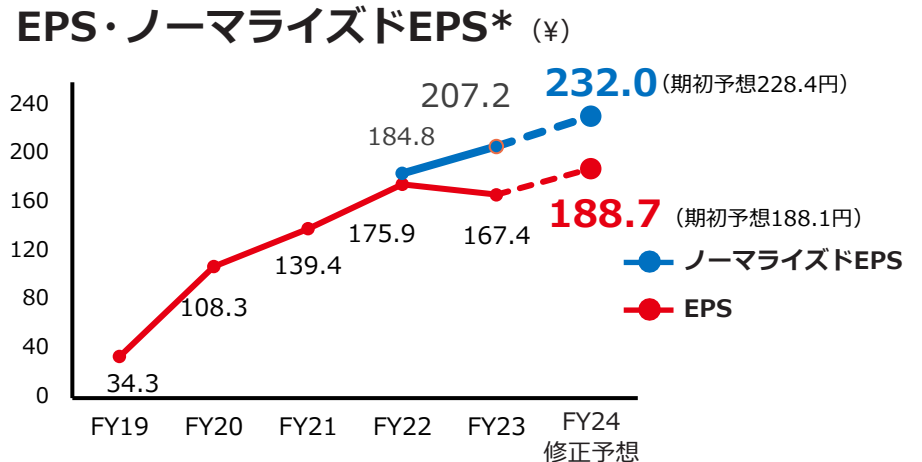
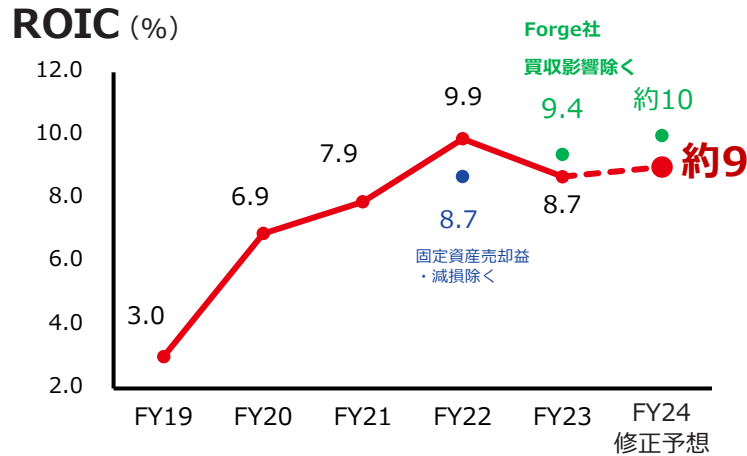
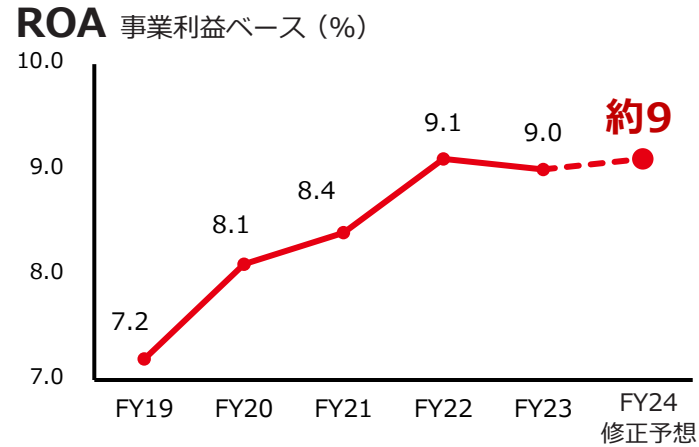
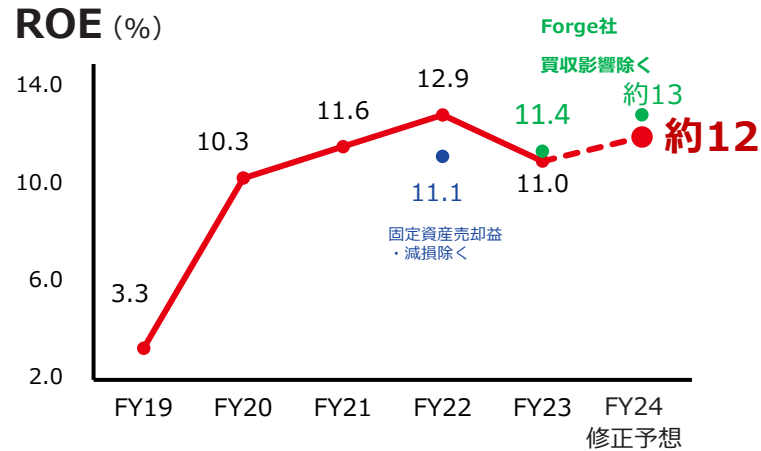
中長期視点では「2030ありたい姿」の実現に向け、利益拡大投資を積極的に推進する



I-16. 重要経営指標推移

下期の自己株式取得を反映し、EPS・ノーマライズドEPSを上方修正

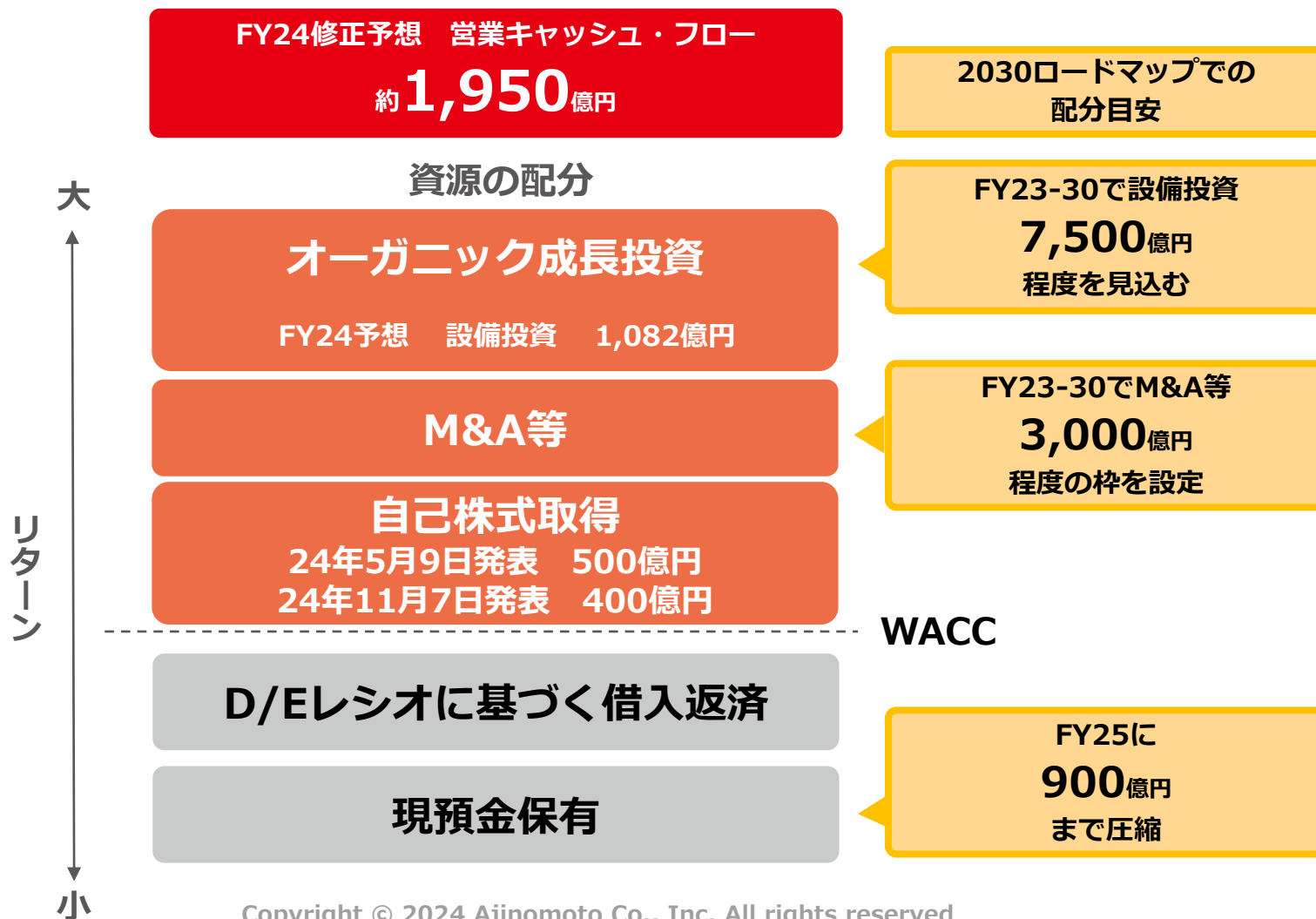
ROEはFY25 ASV指標(計画値18%)との乖離が大きいですが、親会社帰属利益の改善に加えてネットD/Eレシオを引き上げ(P20)財務レバレッジをかけることで、数値上昇を図る。



* (事業利益 × (1 - 味の素標準税率27%)) ÷ 発行済み株式数

I-17. 成長投資と株主還元（中期ASV経営の考え方）

新記録となる営業キャッシュ・フローの期初予想をさらに上方修正
 キャッシュアロケーション方針に則り、機動的な株主還元を発表

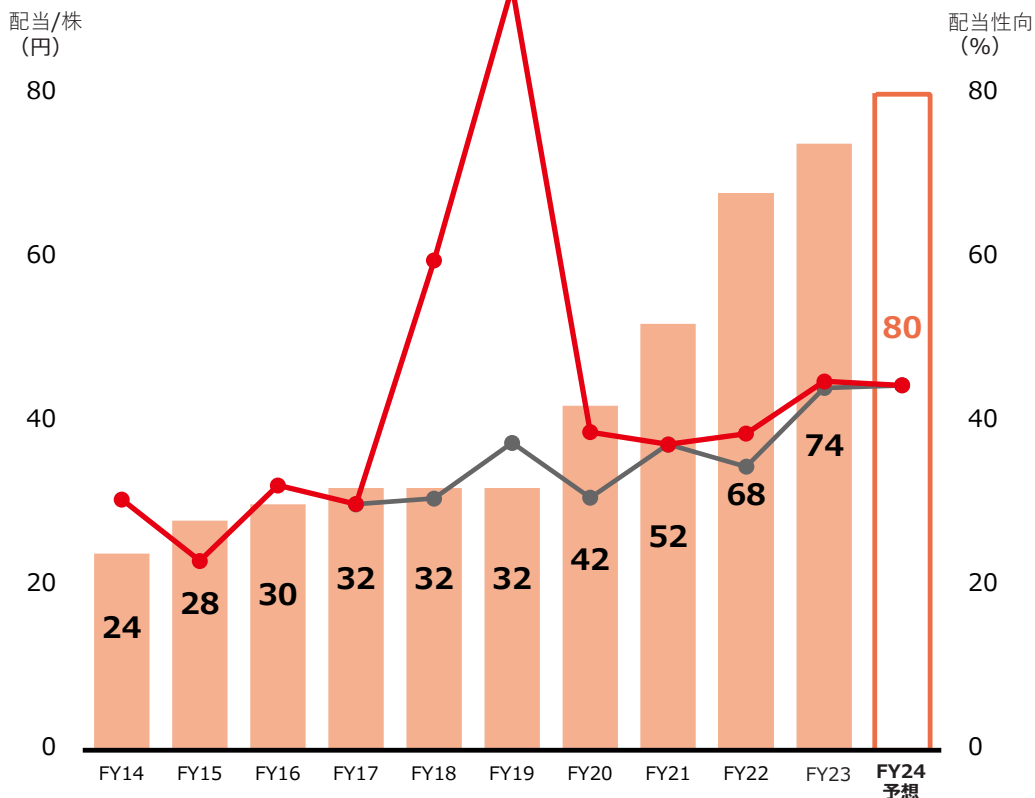


I-18. 成長投資と株主還元

24年度は上期の500億円の自己株式取得に続き、下期も400億円の自己株式取得を発表
株主還元をさらに加速させるとともに、株式分割を発表

■ 配当 (FY14-FY24予想)

- 配当 / 株
- 配当性向
- 配当性向 (除く減損)



■ 株主還元 (中期ASV経営の考え方)

累進配当政策を導入
ノーマライズドEPSに基づく配当*
3か年の総還元性向：50%～を目途

FY24

80円/年 (増配予定)
対FY23 +6円

2024年5月9日発表

**500億円、12.5百万株を
上限とする自己株式取得済み**

発行済株式総数
(自己株式除く) に対する割合 **2.44%**

2024年11月7日発表

**400億円、10百万株を
上限とする自己株式取得**

発行済株式総数
(自己株式除く) に対する割合 **1.98%**

2025年3月31日基準日

1 : 2 の株式分割実施予定

* (事業利益×(1-味の素標準税率27%))÷発行済み株式数×還元係数35%

A photograph of three hikers standing on a rocky mountain peak at sunset. The hikers are wearing colorful gear and have their arms raised in celebration. The sky is filled with soft, golden light from the setting sun, and the background shows a range of mountains under a cloudy sky.

I 2025年3月期決算概要と2025年3月期業績予想

II 企業価値向上に向けた取り組み

Ⅱ-1. 中期ASV経営(「2030ロードマップ」 3年目に向けて)

2025年のASV指標に向けて、事業利益を年率10~15%で成長させている
このモメンタムを維持、加速させていく

FY23 事業利益成長率

FY24修正予想 事業利益成長率

FY25 事業利益見込

Forge社連結影響除く成長率

15%

ロードマップ発射台
(FY22予想)
1,330億円比

Forge社連結影響除く成長率

11%

**10~15%の
成長持続を目指す**

Forge社連結影響を含む成長率

FY30のさらなる高みを目指していくためにも、FY25のASV指標に挑戦していく

Ⅱ-2. 中期ASV経営(「2030ロードマップ」 3年目に向けて)

「中期ASV経営 2030ロードマップ」も2年目の後半に
ロードマップの高みに向け、「挑戦へのマインドセットができた」ステージ

進化もできたが、まだまだ課題もある
課題は「ありたい姿」とのギャップ=成長の伸びしろ、つまり好機(チャンス)

順調に進めていること

事業

構造改革から
成長へのシフト

海外食品事業の安定した成長

バイオ&ファインケミカル系事業の回復
苦境に陥った法人・事業の再生と横展開 等

企業文化

“志”の醸成と共感
“多様性”と“挑戦”を促進

「Swing the Bat」で挑戦を喚起

「やめること」「減らすこと」の推進
手挙げの推進・公募による人事異動の強化 等

ありたい姿との「ギャップ」

日本の食品事業の利益率低下
棚卸資産の縮小・CCCの改善
ROEのさらなる向上 等

従業員・組織の能力を活かしきれていない
タテ型組織のタコツボ化(サイロ化)
物事を決定する承認プロセスの多さ 等

Ⅱ-3. 中期ASV経営(「2030ロードマップ」 3年目に向けて)

【海外 食品事業】

迅速な値上げ対応で利益を回復した海外の食品事業は、好循環のサイクルに事業基盤強化とスピードup×スケールupで2030ロードマップの達成を目指す

2030ロードマップでの海外取り組み事例

スピードup×スケールupの
取り組み

フロンティア地域の成長

次世代の柱の育成

成功の「型」の展開

マーケティングの進化
日本のMDC*のグローバル展開

SCM**変革活動

輸出ビジネス拡大

TDC***マージン改善

事業基盤進化の
取り組み

Rolling Forecast

成果が創出されている取り組み

コストの見える化

将来の種まきとなる取り組み

基盤進化を支えるDX

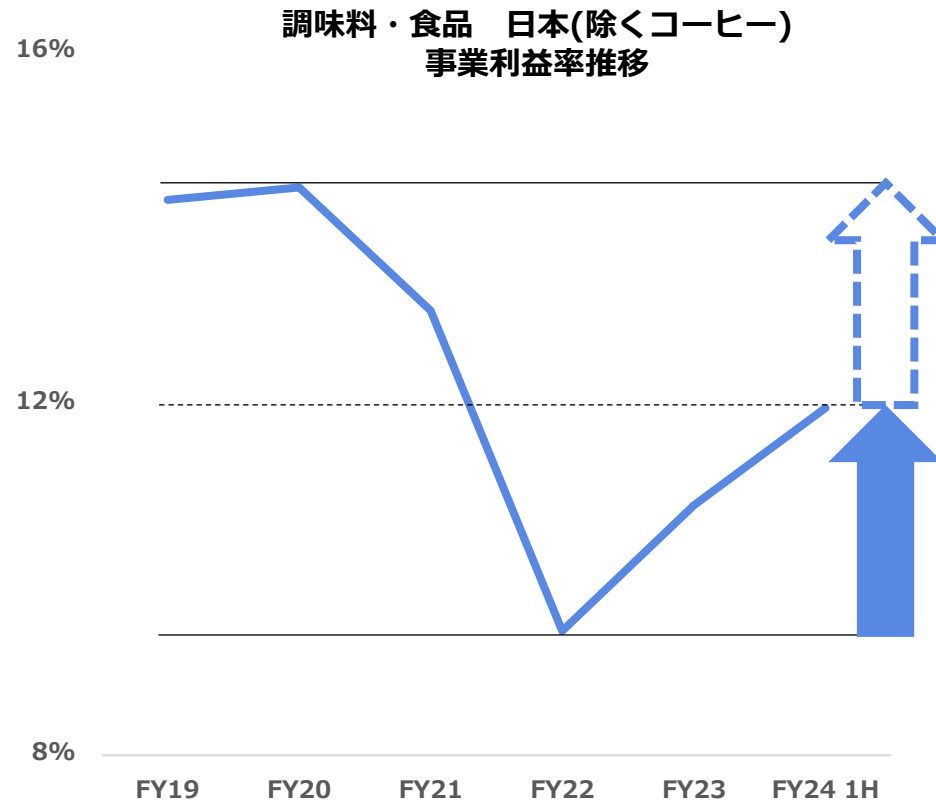
*Marketing Design Centerの略
***Total Delivered Costの略

**Supply Chain Managementの略

Ⅱ-4. 中期ASV経営(「2030ロードマップ」 3年目に向けて)

【日本 食品事業】

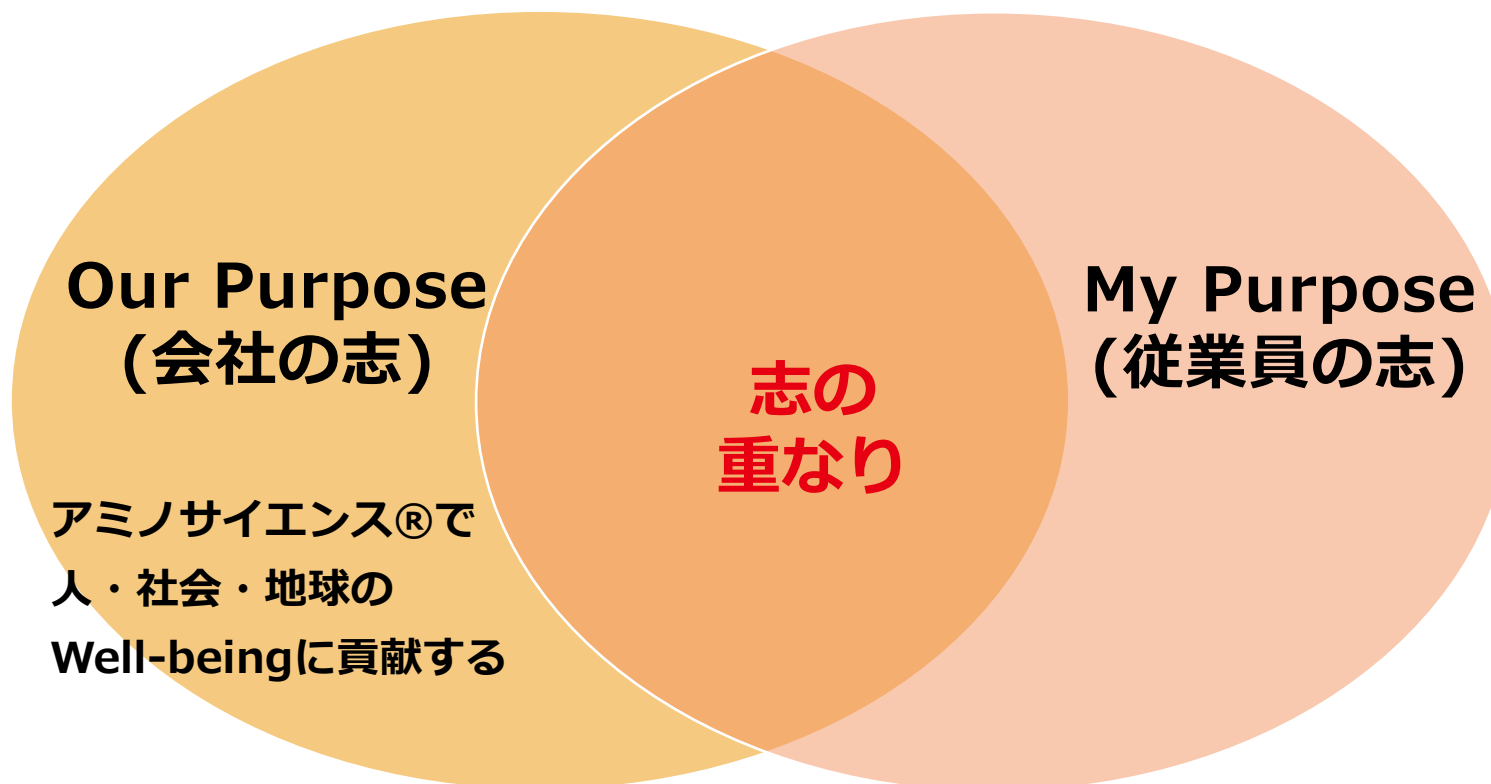
コーヒーを除く日本の調味料・食品は回復基調にあるが、COVID-19前の水準には届いていない



日本の生活者の生活防衛意識が高まる中、着実に事業利益率回復の取り組みを推進している
COVID-19前の水準、それ以上の事業利益率に向けて、値上げを含めたさらなる打ち手を入れていく

II-5. Our Philosophy 共感推進活動

2030ロードマップの達成に向け、志(パーパス)を礎に、従業員が主人公となり「ありたい姿」実現に向け主体的に挑戦し続ける企業文化へ進化させていく



従業員が自分の志(My Purpose)を紡ぎ出し、会社の志(Our Purpose)との重なりを見出していく
⇒従業員がMy Purposeの実現に自発的・主体的に行動し、結果としてOur Purposeが達成される

2024年4月導入

ネットワーク型働き方

= 「テーマ」を起点として、所属部門を超えて組織横断的に仕事すること

TRY & A-CROSS

自発的挑戦をより身近に

- 挑戦・成長の機会提供を増やす
- 挑戦を後押しする制度設計

所属部門を超えたチーム結成

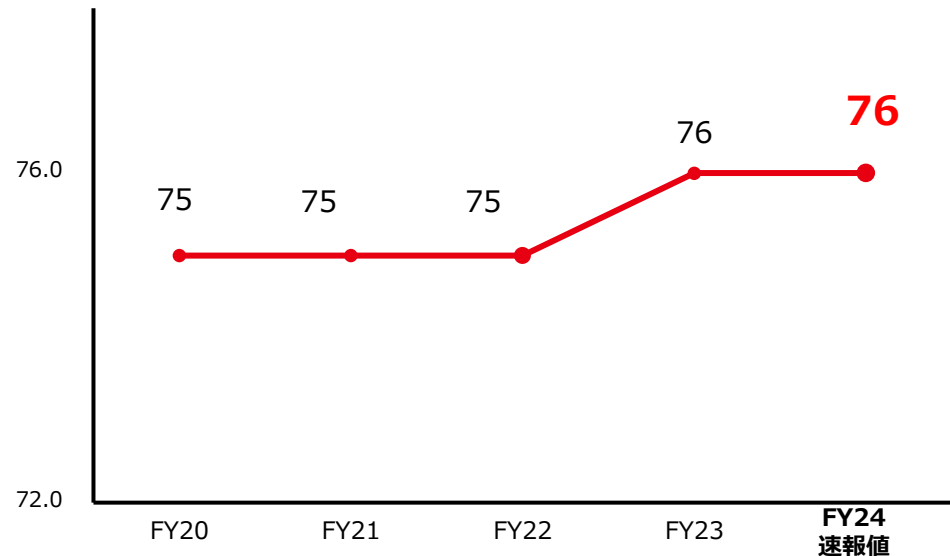
- 柔軟なプロジェクト期間、業務時間
- 多様な専門性、経験を持つ・培うチームをタイムリーに結成

II-7.人財資産の取り組み（エンゲージメントサーベイ速報スコア）

「ASV実現プロセス（8カテゴリ平均スコア）」の好意的回答は76と前年並。

「チャレンジの奨励」、「イノベーション創出」の“挑戦”に関係性が高いカテゴリでスコア改善が確認された。昨年から課題であった「生産性向上」カテゴリは、全社的に承認プロセスの見直しを継続推進しているが、スコア改善には至っていない。自由記述の回答を読み込み、対策を講じていく

	24年度 速報値	前年差
ASV実現プロセス	76	0
志への共感	93	0
顧客志向	90	▲1
ASV自分ごと化	76	0
チャレンジの 奨励	81	+3
インクルージョンに よる共創	80	+2
生産性向上	20	▲8
イノベーション 創出	88	+2
社会・経済価値 の創出	79	+1



「承認プロセス」見直しは全社継続実施。
全社単位でやめる事を明確化にし、AIを含めたDX推進を通じて、
業務の効率化を実現し、さらなる挑戦機会提供の後押しとする

【参考】生産性向上に関する質問

「私は、この会社では、日常業務で物事を決定するまでに、かなり多くの承認を得なければならないと思う」

- ・ FY24中間決算は「2030ロードマップ」に沿って、海外を中心とした食品系事業の持続的成長とバイオ&ファインケミカル系事業のFY23からの回復を実現できた
- ・ 日本国内の食品系事業は進化の余地がある
原材料価格高騰と円安によるコストアップに迅速に手を打ち、2030年のありたい姿に向けて、GP創出による健全な事業成長に挑戦していく
- ・ 当社の企業文化に由来する「ギャップ」も存在する
経営チームが自らの行動と会社の仕組みの両面から進化を続け、信頼する従業員・組織の主体的な挑戦を通じて成長を実現する
経営チームと従業員・組織の両輪で企業文化を進化していくことで、「ギャップ」を埋めて「2030ロードマップ」の達成を目指す

Eat Well, Live Well.



Ajinomoto logo featuring the stylized red characters 'Aji' above the word 'AJINOMOTO' in a bold, red, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

- 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概算値を含むため、数値が変更になる可能性があります。
- 本資料の金額は、切り捨てで表示しております。
- アミノサイエンス®(味の素株式会社の登録商標です。

第2四半期（7-9月期）サマリー

売上高：増収

3,787億円

対前年実績：108%

除く為替影響：107%

除くForge社連結影響：107%

事業利益：増益

438億円

対前年実績：130%

除く為替影響：128%

除くForge社連結影響：134%

親会社の所有者に帰属する当期利益

262億円

対前年実績：136%

対前年増減内訳 (億円)

単位：億円、▲は損サイド

	対2Q-FY23	FY24 2Qに影響した内容
売上高	302	
売上増減によるGP増減	200	主に海外の調味料・食品、海外の冷凍食品、ファンクショナルマテリアルズの増収が貢献
GP率変動によるGP増減	68	ヘルスケア等の大幅なGP率改善が牽引し、増益
販管費増減	▲191	為替影響に加え、Forge社連結影響による増加
持分法による損益	27	
事業利益計	101	
営業収支増減	▲21	アルテア社構造改革費用計上
金融収支増減	▲1	
親会社帰属当期利益計	70	

損益計算書

単位：億円、▲は損サイド

	FY24-1H (A)	FY23-1H (B)	増減 (A) - (B)	前年比 (A) / (B)	除く為替前年比 (A) / (B)	FY24 修正予想 (C)	進捗率 (A) / (C)
売上高	7,442	6,880	562	108%	105%	15,325	48%
事業利益	869	765	103	113%	109%	1,600	54%
その他の営業収益/営業費用net 計	▲60	▲38	▲21	-	-		
営業利益	808	726	82	111%	-	1,490	54%
金融収益/金融費用net計	▲26	▲25	▲1	-	-		
税引前当期利益	781	701	80	111%	-	1,439	54%
法人所得税	▲223	▲188	▲34	-	-		
当期利益（含む非継続事業）	558	512	46	109%	-	1,050	53%
親会社の所有者に帰属する当期 利益	502	464	37	108%	-	950	52%
非支配持分に帰属する当期利益	56	48	8	117%	-	100	56%

修正予想：為替前提および為替感度

為替前提：対円

	FY24通期 修正予想	FY24実績		FY24下期 修正予想	FY24 期初予想
		1Q	2Q		
USD	148.89	155.85	149.71	145.00	140.00
EUR	163.53	167.85	164.28	161.00	154.00
THB	4.25	4.24	4.29	4.24	4.00
BRL	28.14	29.90	26.89	27.88	28.00

為替感度 為替レート：対円

	FY24下期 修正予想	事業利益への感度（換算時）
USD	145.00	±1円 → 約0.8億円
EUR	161.00	±1円 → 約0.4億円
THB	4.24	±0.01円 → 約1.1億円
BRL	27.88	±1円 → 約3.9億円

FY24中間期 セグメント別の決算のポイント(1)

売上高	調味料・食品 +288億円	国内	栄養・加工食品で主にコーヒーが値上げによる影響で数量減も、調味料は単価増に加え数量増を実現し、全体で増収。
		海外	主に調味料が数量・単価ともに着実に成長したことに加え、加工用うま味調味料の単価低下影響を数量増と為替効果で吸収し、全体で増収
	冷凍食品 +65億円	国内	業務用は減収も、家庭用は「ギョーザ」が牽引し、全体で前年並み
		海外	構造改革(イタリアン等)影響あるも、アジアンが好調で全体で前年並み(現地通貨ベース)
	ヘルスケア等 +204億円	ファンクショナルマテリアルズ	半導体市場の回復に伴う、電子材料の売上が牽引
		医薬用・食品用アミノ酸	得意先の在庫調整はさらに進展し、増収
バイオフィーマサービス(CDMO)		AJIPHASE [®] 等が好調に推移し、除くForge社でも増収。	

枠内の金額は前年同期差

(注)枠の緑と黒は以下を示す

増収 減収

FY24中間期 セグメント別の決算のポイント(2)

事業利益

調味料・食品

+54億円

(除く全社共通費)

国内

調味料、栄養・加工食品、ソリューション&イングリディエンツと全てのサブセグメントで減益

海外

加工用うま味調味料は減益となったものの、好調な調味料を中心に増益を実現し、全体でも増益

冷凍食品

▲19億円

(除く全社共通費)

国内

売上が計画未達であることに加え、原材料高騰と円安により減益

海外

積極的なマーケティング投資により大幅減益

ファンクショナルマテリアルズ

増収に加え、ミックス改善効果もあり大幅増益

ヘルスケア等

+89億円

(除く全社共通費)

医薬用・食品用アミノ酸

増収効果・ミックス改善により増益

バイオフィーマサービス(CDMO)

Forge社連結影響により減益(除くForge社は大幅増益)

全社共通費

2030ロードマップに沿って、戦略的な投資を計上
上期で約▲30億円の増加(損サイド)

(注)枠の緑と黒は以下を示す

増益

減益

枠内の金額は前年同期差

参考 | セグメント別成長の道筋 (期初予想)

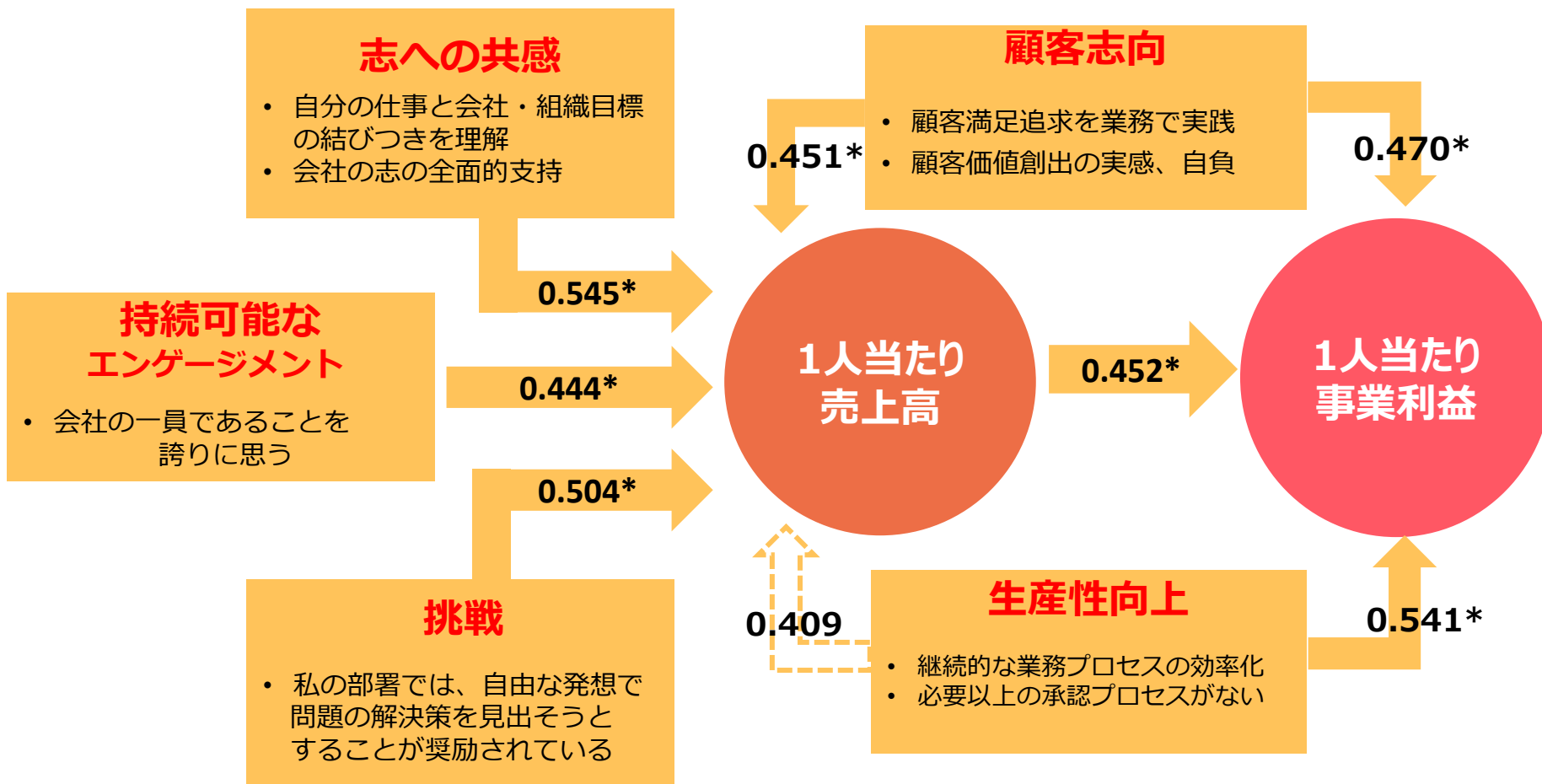
セグメント	オーガニック成長率				事業利益 (BP)				ROIC				EBITDAマージン						
	(前年比)		(CAGR)		(前年比)		(CAGR)		(前年比)		(CAGR)		(前年比)		(CAGR)				
	FY22 実績 (売上高)	FY23 実績	FY24 業績予想	FY25 計画 (FY22-25)	FY22 実績 (BP額)	FY23 実績	FY24 業績予想	FY25 計画 (FY22-25)	FY22 実績	FY23 実績	FY24 業績予想	FY25 計画	FY22 実績	FY23 実績	FY24 業績予想	FY25 計画			
調味料・食品	調味料																		
	栄養・加工食品	7,750 億円	5.5%	7.3%	5%	848 億円	31.5 %	0.2%	12%	14.9%	16.7%	約15%	16%	14.9%	17.3%	約17%	16%		
	ソリューション&イングリディエツ									*11.0 %	*15.0 %	約15%	16%						
冷凍食品	冷凍食品	2,672 億円	0.6%	6.1%	3%	20 億円	95 億円	115 億円	100~ 億円	▲3.3%	4.4%	約5%	5%	5.5%	8.3%	約8%	8%		
										*0.7%	*3.4%	約5%	5%						
ヘルスケア等	バイオフィーマサービス &イングリディエツ																		
	ファンクショナル マテリアルズ (電子材料等)	2,996 億円	▲6.8 %	8.8%	8%	486 億円	▲49.9 %	24.0%	13%	12.6%	4.2%	*4.6%	約4%	**約7%	18%	21.8%	15.0%	約17%	27%
	その他										**6.0%								
合計	13,591 億円	1.7 %	7.4 %	5%	1,353 億円	9.1 %	7.0 % **約 10%	15% ~	9.9%	8.7%	*8.0%	約9%	**約 10%	13%	15.2%	15.7%	約16%	17%	

*除く固定資産売却益・減損

**除くForge社連結影響

参考 | 人財資産の取り組み（業績との相関分析 FY23）

エンゲージメントサーベイの結果と業績との相関分析を継続実施（下図はFY23の結果）
 「顧客志向」、「生産性向上」、「志への共感」に加え、「持続可能なエンゲージメント」、「イノベーション（=挑戦）」カテゴリと1人当たり売上高に相関を確認



*相関関係は95%で統計有意

Eat Well, Live Well.



Ajinomoto logo featuring the stylized red characters 'Aji' above the word 'AJINOMOTO' in a bold, red, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

- 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概算値を含むため、数値が変更になる可能性があります。
- 本資料の金額は、切り捨てで表示しております。
- アミノサイエンス®(味の素株式会社の登録商標です。