

Eat Well, Live Well.



味の素株式会社（2802）

2025年3月期 第3四半期実績

理事 IR室長

梶 昌隆

2025年2月3日

*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

本日本お伝えしたいこと

- ・ FY24-3Q累計も増収・増益を継続
売上高・事業利益・親会社に帰属する当期利益は新記録を達成
事業利益はForge社連結影響を除くと前年同期比+16%増益
ロードマップ実現に向け、着実に進展
- ・ 食品事業は、国内はコスト増の打返し途上も、海外の調味料、栄養・加工食品事業が
売上・事業利益ともに着実に成長し、安定した事業拡大に貢献
- ・ バイオ&ファインケミカル事業はファンクショナルマテリアルズの好調継続に加え、
バイオファーマサービス&イングリディエントもロードマップに沿って順調に成長
- ・ 食品事業の持続的成長と同時に、バイオ&ファインケミカル事業の飛躍的成長を実現し、
FY24通期予想の達成とFY25ASV指標、FY30ロードマップの実現に挑戦していく

I-1. FY24-3Q累計(4-12月) 決算ダイジェスト

売上高：増収（新記録）

11,510億円

対前年実績：107%

除く為替影響：約105%

除く Forge社連結影響：107%

増収額：833億円

事業利益：増益（新記録）

1,382億円

対前年実績：111%

除く為替影響：約107%

除く Forge社連結影響：116%

増益額：137億円

親会社の所有者に帰属する当期利益：
増益（新記録）

824億円

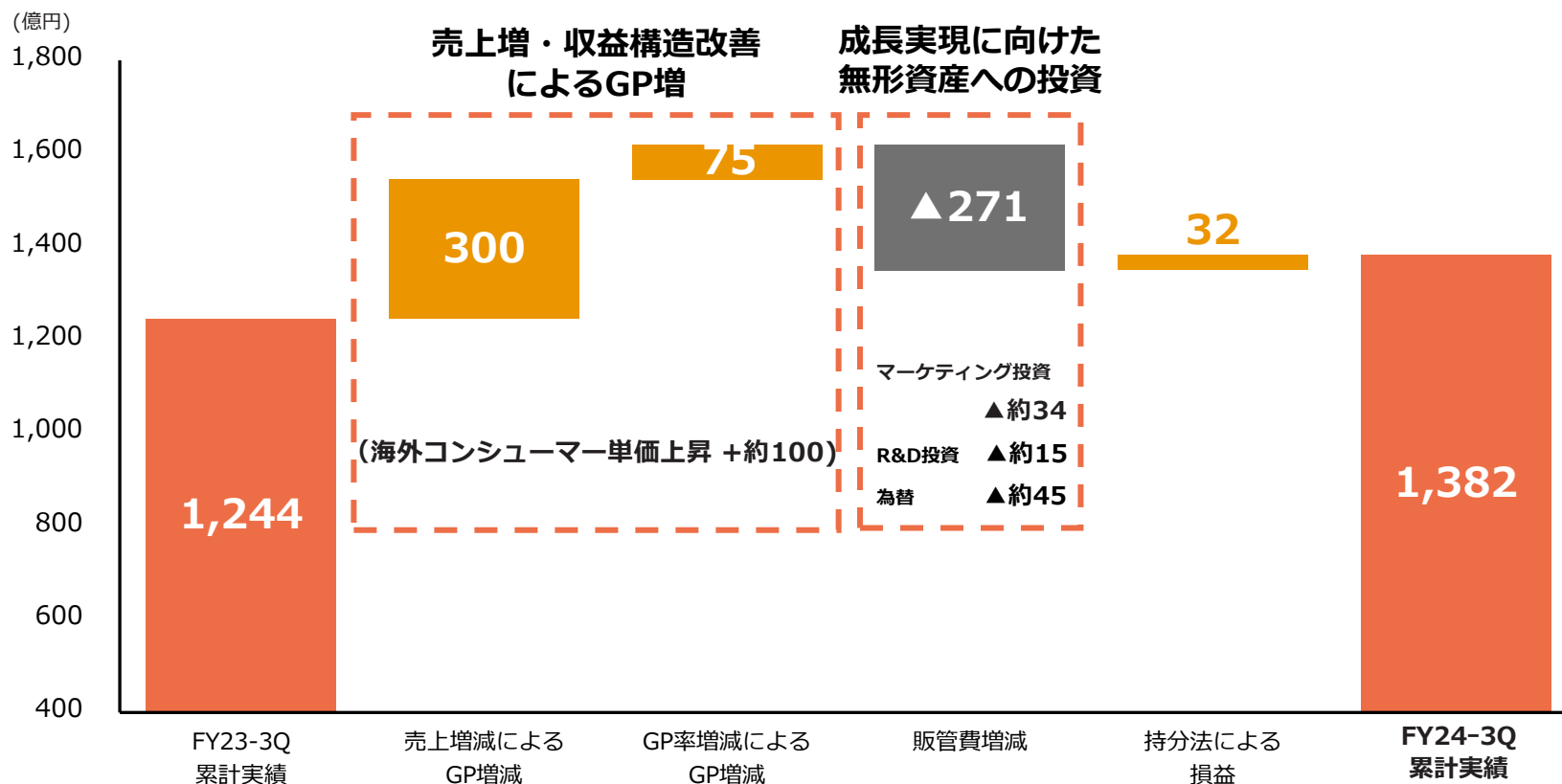
対前年実績：106%

対前年増減内訳

(億円)

	対1Q-FY23	対2Q-FY23	対3Q-FY23	対3Q累計-FY23	FY24 3Q累計に影響した内容
売上高	259	302	271	833	
売上増減によるGP増減	95	105	100	300	主に海外の調味料・バイオフィーマサーサービス&イングリディエント・ファンクショナルマテリアルズの増収が貢献
GP率変動によるGP増減	▲2	70	7	75	ヘルスケア等の大幅なGP率改善が牽引
販管費増減	▲107	▲84	▲79	▲271	ブランド投資等の戦略的投入に加え、為替影響、Forge社連結影響による増加等
持分法による損益	16	11	5	32	
事業利益計	2	101	33	137	
その他営業収益・費用	▲0	▲21	19	▲1	2Qにアルテア社構造改革費用計上等
金融収益・費用	0	▲1	▲2	▲4	
親会社所属当期利益計	▲32	70	10	48	

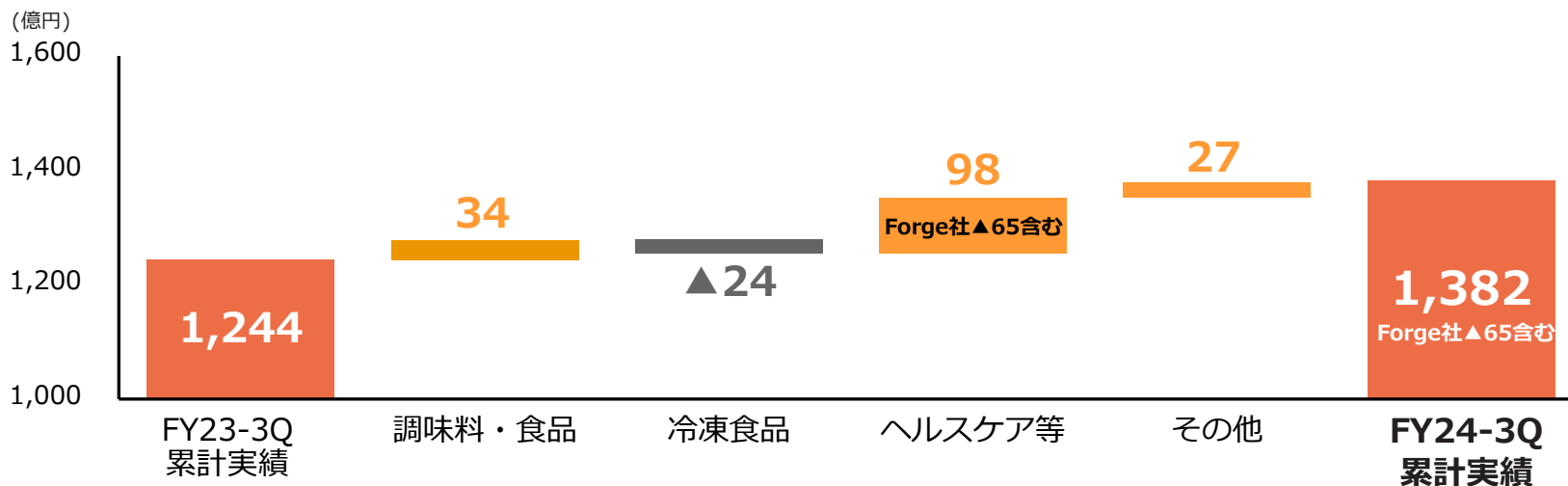
I-2. 事業利益増減要因 (P&L要素別 FY24-3Q累計実績)



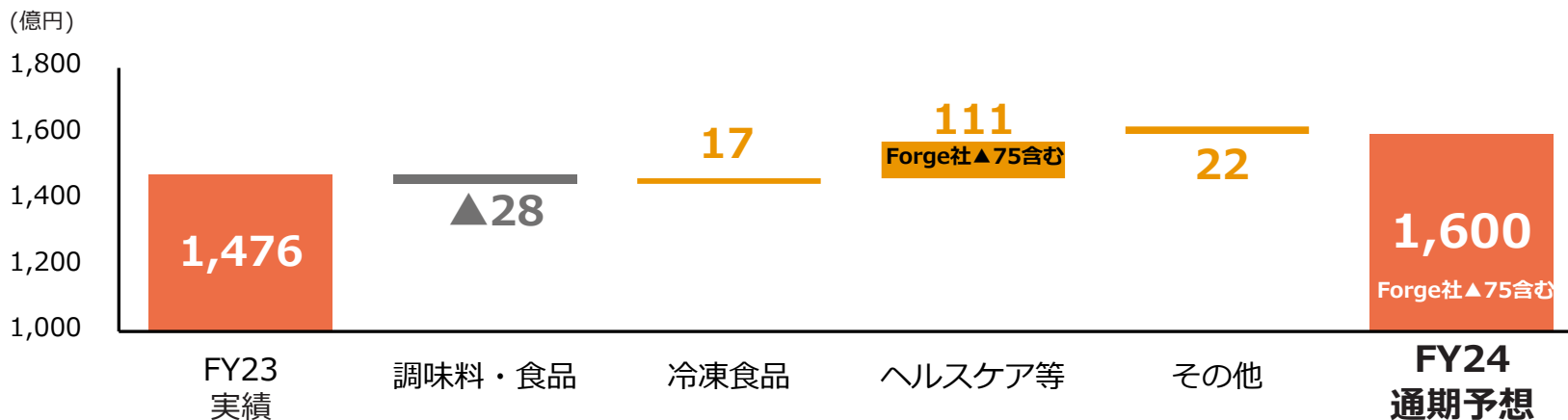
(参考)

・為替影響 + 約40億円

I-2. 事業利益増減要因（開示セグメント別 FY24-3Q累計実績）











(参考) FY24通期予想 対 FY23累計実績



I-3. FY24-3Q累計 セグメント別の決算のポイント(1)

セグメント別 売上高概況

セグメント・エリア		FY24-3Q累計 事業概況	
調味料・食品	国内		調味料は数量・単価共に成長 栄養・加工食品は値上げによる単価成長により増収
	海外		調味料を中心としたBtoC事業は数量・単価共に安定して成長 加工用うま味調味料は単価低下を数量増でカバーして増収
冷凍食品	国内		ギョーザは成長を継続するも、生活者の生活防衛意識の高まりで 主力品が減収となり、前年並み
	海外		アジアンの着実な成長と為替効果で、イタリアン事業売却等の構造改革に よる減収を補って、全体で増収
ヘルスケア等	ファンクショナル マテリアルズ(電子材料等)		半導体市場の回復に合わせ、電子材料が大幅増収
	医薬用・食品用アミノ酸		医薬用アミノ酸の市場における在庫調整が進展し、着実に売上が回復
	バイオフィーマサービス (CDMO)		グローバル一体での事業運営強化により、Forge社を除いた既存事業でも増収
全社			

I -3. FY24-3Q累計 セグメント別の決算のポイント(2)

セグメント別 事業利益概況

セグメント・エリア		FY24-3Q累計 事業概況	
調味料・食品	国内		一部カテゴリーでの原燃料の高騰や加工向けの生産コスト上昇を補いきれず、全体で減益
	海外		好調な調味料が安定して利益を成長させたことに加え、加工用うま味調味料も数量増で単価低下による減益を抑制し、全体で増益
冷凍食品	国内		原燃料高騰や円安影響によるコスト増で減益
	海外		マーケティング投資の支出タイミングにより、減益
ヘルスケア等	ファンクショナル マテリアルズ(電子材料等)		増収効果に加え、電子材料の製品ミックス向上により大幅増益
	医薬用・食品用アミノ酸		増収効果により、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も、Forge社を除く既存事業では大幅増益
全社			

参考 | セグメント別成長の道筋

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)												
		FY23 実績	FY24 3Q実績	FY24 業績予想 FY25 計画 (FY22-25)	FY23 実績	FY24 3Q実績	FY24 業績予想	FY25 計画 (FY22-25)	FY23 実績	FY24 業績予想	FY25 計画	FY23 実績	FY24 3Q実績	FY24 業績予想	FY25 計画			
調味料・食品	調味料																	
	栄養・加工食品	5.5%	4.6%	5.0%	5%	31.5%	3.7%	▲2.5%	12%	16.7%	*15.0%	約14%	16%	17.3%	18.6%	約17%	16%	
	ソリューション&イングredients									WACC 7%								
冷凍食品	冷凍食品	0.6%	▲0.1%	1.9%	3%	95億円	76億円	112億円	100~億円	4.4%	*3.4%	約5%	5%	8.3%	8.4%	約8%	8%	
						(BP額)				WACC 5%								
ヘルスケア等	バイオファーマサービス&イングredients																	
	ファンクショナルマテリアルズ(電子材料等)	▲6.8%	9.7%	7.3%	8%	▲49.9%	52.0%	45.6%	13%	4.2%	*4.6%	約5%	**約9%	18%	15.0%	19.5%	約18%	27%
	その他									WACC 7%								
合計		1.7%	4.6%	5.0%	5%	9.1%	11.0%	8.3%	15%~	8.7%	*8.0%	約9%	13%	**約10%	15.7%	17.6%	約16%	17%
								WACC 6%										

*除く固定資産売却益・減損

**除くForge社連結影響

II-1. 調味料・食品(単価向上への取り組み)

メニュー用調味料 プレミアム品種新発売 (日本・タイ)
特定のターゲットのニーズに応える高付加価値商品をお届けし、単価向上を図る

日本

「Cook Do®」 極(プレミアム)シリーズ



タイ

「RosDee Menu™」プレミアム



販売が好調な

「Cook Do®」 <極 麻辣麻婆豆腐用> (23年8月発売)

に続き、

<極 麻辣回鍋肉用> <極 香辣麻婆茄子用>

の2品種を新発売

ニッチなターゲットに深く刺さりこむ製品で、
新規ユーザーの獲得を目指す

「RosDee Menu™」の売れ筋2品種(Palo,Laab) の
プレミアム品種 Palo Intense, Laab Limeを発売
(店頭価格：プレミアム22THB、レギュラー17THB)

売上はレギュラータイプに
上乘せとなり、「RosDee
Menu™」の成長に貢献

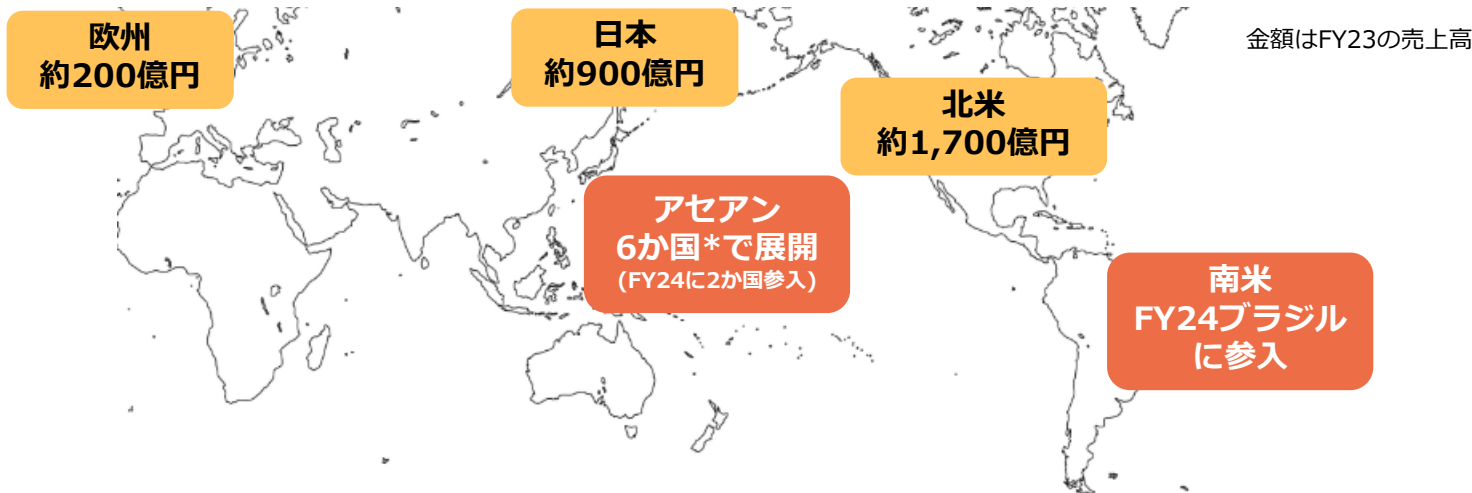
【参考】レギュラータイプ



II-2. 冷凍食品(展開国の拡大と新しい取り組み)

アセアン・南米での冷凍食品事業拡大

**アセアン・南米での売上はFY24-3Q累計で二桁億円を超え、前年比約150%の伸長
飛躍的に事業拡大し、北米・日本・欧州に続く柱とすべく育成**



*タイ・シンガポール・インドネシア・フィリピン・マレーシア・ベトナム

各国横断プロモーションの実施

アセアンでも人気の「ワンピース」とタイアップしたプロモーション



24年11月～25年10月で
ギョーザの価値訴求・需要喚起の一環として
アセアン6か国*で「ワンピース」の
キャラクターとコラボレーションし、
店頭やイベント、SNSを使用した販促を
実施していく

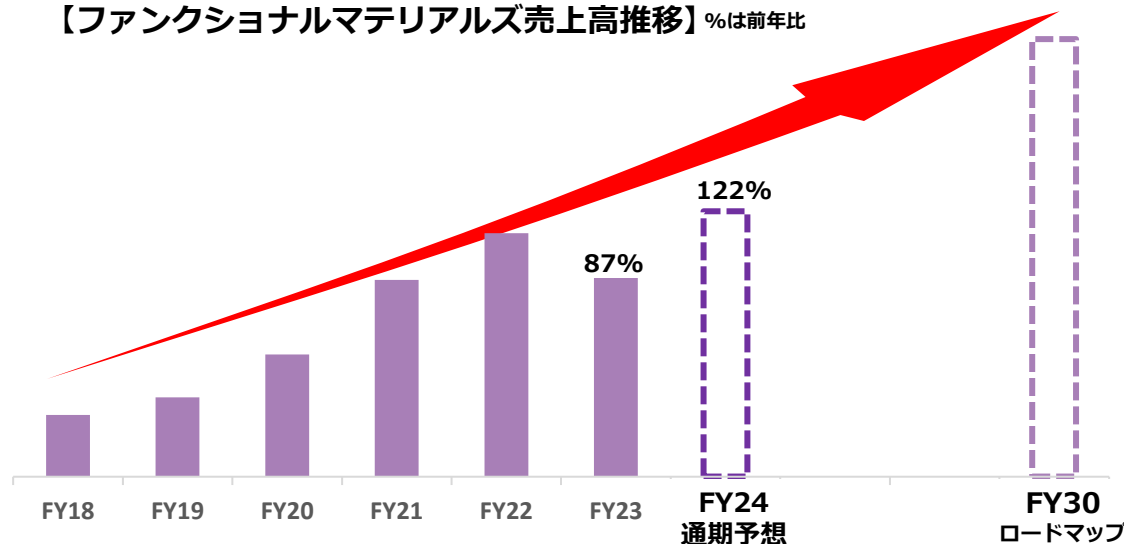
左: マレーシアでのイベント
右: インドネシアでのイベント

II-3. ヘルスケア等(ファンクショナルマテリアルズ)

半導体市場の回復に合わせ、大幅増収・大幅増益を実現

FY24-3Q累計は売上・事業利益ともにFY22-3Q累計を上回り、新記録を達成

【ファンクショナルマテリアルズ売上高推移】%は前年比



ファンクショナルマテリアルズ
FY24-3Q累計前年比

売上高128%
事業利益154%

PC向け

買い替え需要に加え、エッジAI搭載PC等、PC内での世代交代が始まる

サーバー・
ネットワーク向け

汎用向けサーバー・ネットワークの回復と共に、
AIサーバーの旺盛な需要が成長のドライバーに

**AIを含むHPC(High Performance Computing)用途のABF*の増加が
事業利益率の向上に貢献**

*味の素ビルドアップフィルム®

II-3. ヘルスケア等(バイオフーマサービス<CDMO>)

FY24-3Q累計の事業利益は既存事業主力3社が全て増益、Forge社は着実に成長

地域(法人)	3Q累計収益状況 (現地通貨ベース)	3Q累計 概況
欧州	減収増益	減収も、核酸医薬品も含めた高収益製品が伸長し、大幅増益
日本	増収増益	核酸医薬品は好調が継続 売上・利益ともに二桁成長
北米(アルテア社)	減収増益	構造改革の成果で、3Qから増益に転換 FY24-3Q累計でも増益
北米(Forge社)	増収 (利益はマイナス)	3Q累計の事業利益は▲65億円(現地通貨ベースでは想定レベル) グローバル一体での事業運営も奏功し、顧客数は52社に増加

Eat Well, Live Well.



Ajinomoto logo featuring a stylized red 'Aji' character 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®は味の素株式会社の登録商標です。



第3四半期（10-12月期）サマリー

売上高：増収(新記録)

4,067億円

対前年実績：107%

除く為替影響：105%

除くForge社連結影響：106%

事業利益：増益(新記録)

512億円

対前年実績：107%

除く為替影響：104%

除くForge社連結影響：111%

親会社の所有者に帰属する当期利益：
増益（新記録）

322億円

対前年実績：103%

対前年増減内訳（億円）

単位：億円、▲は損サイド

	対3Q-FY23	FY24 3Qに影響した内容
売上高	271	
売上増減によるGP増減	100	主にバイオファーマサービス&イングリディエンツ、海外の調味料・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	7	ヘルスケア等のGP率改善が牽引
販管費増減	▲79	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	5	
事業利益計	33	
営業収支増減	19	
金融収支増減	▲2	
親会社帰属当期利益計	10	

損益計算書

単位：億円、▲は損サイド

	FY24-3Q累計 (A)	FY23-3Q累計 (B)	増減 (A) - (B)	前年比 (A) / (B)	除く為替前年 比 (A) / (B)	FY24 通期予想 (C)	進捗率 (A) / (C)
売上高	11,510	10,676	833	107%	105%	15,325	75%
事業利益	1,382	1,244	137	111%	107%	1,600	86%
その他の営業収益/営業費用net計	▲72	▲71	▲1	-	-		
営業利益	1,309	1,173	135	111%	-	1,490	87%
金融収益/金融費用net計	▲33	▲29	▲4	-	-		
税引前当期利益	1,275	1,144	131	111%	-	1,439	88%
法人所得税	▲364	▲296	▲68	-	-		
当期利益（含む非継続事業）	910	848	62	107%	-	1,050	86%
親会社の所有者に帰属する当期利益	824	776	48	106%	-	950	86%
非支配持分に帰属する当期利益	86	72	14	119%	-	100	86%