

味の素株式会社 2022年3月期 決算概要①

■連結損益計算書

(単位:億円)

	FY21	FY20	増減額	増減率	FY21 1-3月	FY20 1-3月	増減額	増減率	FY21 予想 (11/4時点)	進捗率
売上高	11,493	10,714	779	7%	2,951	2,765	186	6%	11,480	100%
持分法による損益	9	13	▲3	▲25%	▲11	▲19	7	▲39%	-	-
事業利益*	1,209	1,131	77	6%	125	131	▲6	▲5%	1,200	100%
固定資産売却益	155	158	▲2	▲1%	2	145	▲143	▲98%	-	-
その他	112	86	26	30%	41	28	13	47%	-	-
その他の営業収益	267	244	23	9%	43	173	▲130	▲74%	-	-
固定資産除却損	48	44	3	8%	21	18	3	17%	-	-
その他	183	320	▲136	▲42%	119	258	▲138	▲53%	-	-
その他の営業費用	231	364	▲133	▲36%	141	276	▲135	▲48%	-	-
営業利益	1,245	1,011	234	23%	27	29	▲1	▲5%	1,143	109%
受取利息	13	18	▲5	▲27%	3	4	▲0	▲15%	-	-
その他	55	20	34	170%	25	11	14	127%	-	-
金融収益	68	39	29	76%	28	15	13	87%	-	-
支払利息	33	35	▲2	▲6%	8	9	▲0	▲4%	-	-
その他	56	31	24	79%	12	11	0	7%	-	-
金融費用	89	67	22	33%	21	20	0	2%	-	-
税引前当期利益	1,224	983	241	24%	35	23	11	47%	1,099	111%
法人所得税	422	320	102	31%	97	47	50	105%	370	114%
税率	34.5%	32.6%			278.1%	199.8%			33.7%	
当期利益	802	662	139	21%	▲62	▲23	▲38	163%	728	110%
親会社の所有者	757	594	163	27%	▲58	▲32	▲25	79%	680	111%
非支配持分	45	68	▲23	▲34%	▲4	8	▲13	▲150%	48	92%

* 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	FY21 4-6月	FY20 4-6月	FY21 7-9月	FY20 7-9月	FY21 10-12月	FY20 10-12月	FY21 1-3月	FY20 1-3月	FY22 予想
円/USD	109.52	107.63	110.11	106.23	113.71	104.49	116.34	106.09	120.00
円/EUR	131.94	118.59	129.83	124.08	130.04	124.61	130.40	127.81	133.00
円/THB	3.49	3.37	3.34	3.39	3.41	3.41	3.52	3.50	3.63
円/BRL	20.71	20.06	21.05	19.74	20.36	19.39	22.35	19.36	26.09

(単位:億円)

	FY21		FY21 1-3月	
	換算為替	貿易為替*	換算為替	貿易為替*
売上高	+287	約+30	+95	約+10
事業利益	+33	約+25	+6	約+5

*5億円単位の概数で表示

(単位:億円)

除く換算為替	FY21	FY20	増減額	増減率	FY21 1-3月	FY20 1-3月	増減額	増減率
売上高	11,206	10,714	491	4%	2,855	2,765	90	3%
調味料・食品	6,506	6,205	301	4%	1,618	1,522	96	6%
冷凍食品	2,142	1,982	160	8%	533	486	47	9%
ヘルスケア等	2,435	2,395	40	1%	670	720	▲49	▲6%
その他	121	131	▲10	▲7%	32	35	▲3	▲9%
事業利益	1,175	1,131	44	3%	118	131	▲13	▲10%
調味料・食品	791	867	▲76	▲8%	66	98	▲32	▲32%
冷凍食品	▲6	23	▲29	-	▲25	▲16	▲8	52%
ヘルスケア等	421	262	159	60%	96	78	18	23%
その他	▲30	▲22	▲7	34%	▲19	▲28	9	▲31%

■原材料・原燃料影響

(単位:億円)

	FY21		FY21/1-3月	
	食品原材料 (国内)	発酵原燃料	食品原材料 (国内)	発酵原燃料
調味料・食品	▲33	主原料 ▲88	▲17	主原料 ▲31
冷凍食品	▲1	副原料 ▲115	▲1	副原料 ▲49
ヘルスケア等	▲32	エネルギー ▲32	▲32	エネルギー ▲20
計	▲34	▲236	▲19	▲100

味の素株式会社 2022年3月期 決算概要②

当連結会計年度の売上高は、調味料・食品セグメント及び冷凍食品セグメントにおいて、主に海外における家庭用製品の好調や前期新型コロナウイルス感染症の蔓延で影響を受けた外食・業務用製品の販売が一部復調したことに加え、ヘルスケア等セグメントにおいて、主に電子材料及びバイオファーマサービスの販売好調により増収となった結果、前期を779億円上回る1兆1,493億円(前期比107.3%)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いて、原燃料価格等の上昇等の影響を受けたものの、ヘルスケア等セグメントの大幅増収に伴う大幅増益により、前期を77億円上回る1,209億円(前期比106.9%)となりました。

■セグメント別実績

	FY21	FY20	増減額	FY21 1-3月	FY20 1-3月	増減額	FY21 予想	進捗率	
(単位:億円)									
以下、2022年3月期累計期間に関するコメントです。増減要因については影響額の大きい順に並べておりません。									
売上高	11,493	10,714	779	2,951	2,765	186	11,480	100%	<調味料・食品>
調味料・食品	6,642	6,205	437	1,663	1,522	141	6,651	99%	調味料: 日本は減収も、海外が増収となり、全体で増収。 日本は、前年の内食需要拡大の反動等により、減収。 海外は、内食需要拡大に伴う家庭用製品の好調や外食向け製品の一部復調、為替影響、単価上昇等により、増収。
調味料	3,157	2,889	267	794	710	83	3,174	99%	栄養・加工食品: 日本、海外ともに増収となり、全体で増収。 日本は、スープの販売増等により、増収。 参考>コーヒー(日本): 売上高818億円 海外は、即席麺の販売増や単価上昇等により増収。
栄養・加工食品	1,925	1,863	62	481	466	15	1,968	97%	S&I: 加工用うま味調味料の販売増等により、増収。 参考>加工用うま味調味料: 売上高591億円
ソリューション&イングリディエンツ(S&I)	1,559	1,451	107	387	345	42	1,507	103%	<冷凍食品> 日本は減収も、海外は大幅増収となり、全体で増収。 日本は、高付加価値製品の販売増も、構造改革に伴う終売影響等により、減収。 海外は、北米や欧州における堅調な需要継続や、北米の単価上昇、為替影響等により、大幅増収。
冷凍食品	2,217	1,982	234	561	486	75	2,170	102%	<ヘルスケア等>
ヘルスケア等	2,512	2,395	117	693	720	▲27	2,477	101%	バイオファーマサービス&イングリディエンツ: バイオファーマサービス、医薬用・食品用アミノ酸の販売増により、増収。
バイオファーマサービス&イングリディエンツ	1,048	914	133	330	315	15	1,063	98%	ファンクショナルマテリアルズ: 主に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 ^{*1}	約490	約425	64	約135	約115	22	-	-	その他: 動物栄養の構造改革影響等により大幅減収。
バイオファーマサービス ^{*2}	約555	約490	68	約195	約200	▲6	-	-	
ファンクショナルマテリアルズ	605	451	153	156	116	40	567	106%	
その他	858	1,028	▲170	206	289	▲83	845	101%	
その他	121	131	▲10	32	35	▲3	181	67%	
事業利益	1,209	1,131	77	125	131	▲6	1,200	100%	<調味料・食品>
調味料・食品	812	867	▲55	71	98	▲27	807	100%	調味料: 日本は減益も、海外が増益となり、全体で前年並み。 日本は、原材料等のコスト増や減収影響等により、減益。 海外は、原材料等のコスト増影響あるも、増収効果や為替影響により、増益。
調味料	642	640	2	108	111	▲2	636	101%	栄養・加工食品: 海外は増益も、日本が大幅減益となり、全体で減益。 日本は、スープ新工場立ち上げや原材料等のコスト増の影響等により、大幅減益。 参考>コーヒー(日本): 事業利益83億円 海外は、原材料等のコスト増影響あるも、増収効果等により増益。
栄養・加工食品	191	209	▲18	8	14	▲6	204	93%	S&I: 増収も、加工用うま味調味料が原燃料価格上昇の影響を受け、全体で減益。 参考>加工用うま味調味料: ▲25億円(減)
ソリューション&イングリディエンツ(S&I)	182	210	▲28	23	25	▲2	175	104%	<冷凍食品> 日本は前年並みも、海外が大幅減益となり、全体で大幅減益。 日本は、減収も、構造改革効果等により、前年並み。 海外は、北米において、単価上昇効果あるも、原材料等のコスト増影響等により、大幅減益。
全社共通費	▲200	▲192	▲7	▲67	▲55	▲12	▲209	95%	<ヘルスケア等>
冷凍食品	▲6	23	▲29	▲26	▲16	▲9	23	-28%	バイオファーマサービス&イングリディエンツ: 増収に伴い大幅増益。 参考>医薬用・食品用アミノ酸: +14億円(増) バイオファーマサービス: +27億円(増)
冷凍食品	54	82	▲27	▲7	0	▲7	86	63%	ファンクショナルマテリアルズ: 大幅増収に伴い大幅増益。
全社共通費	▲61	▲58	▲2	▲19	▲16	▲2	▲63	97%	その他: 動物栄養の構造改革による費用減等により大幅増益。
ヘルスケア等	433	262	170	100	78	21	396	109%	<その他> 構造改革に伴う損失を計上。
バイオファーマサービス&イングリディエンツ	162	119	42	44	51	▲7	157	102%	
ファンクショナルマテリアルズ	289	189	100	75	45	30	256	112%	
その他	55	28	27	4	6	▲1	56	99%	
全社共通費	▲74	▲74	0	▲24	▲24	0	▲74	99%	
その他	▲30	▲22	▲7	▲19	▲28	9	▲26	113%	
全社共通費	▲12	▲15	2	▲1	▲4	3	▲17	71%	

*1 2021年度より、「医薬用・食品用アミノ酸」に含まれていたメディカルフードが、ヘルスケア等「その他」へ移動

*2 2021年度より、「バイオファーマサービス」に含まれていた農業サービスが、ヘルスケア等「その他」へ移動

味の素株式会社 2022年3月期 決算概要③

■地域別セグメント情報

(1)地域セグメント実績

(単位:億円)

	日本			アジア			米州			EMEA			地域外			合計		
	FY21	FY20	増減額 (増減率)	FY21	FY20	増減額 (増減率)	FY21	FY20	増減額 (増減率)									
売上高	4,858	4,708	149 (3%)	2,852	2,637	215 (8%)	2,625	2,190	434 (19%)	1,156	1,177	▲20 (▲1%)	-	-	-	11,493	10,714	779 (7%)
調味料・食品	2,705	2,724	▲18 (▲0%)	2,733	2,497	236 (9%)	810	685	124 (18%)	392	297	94 (31%)	-	-	-	6,642	6,205	437 (7%)
冷凍食品	893	917	▲24 (▲2%)	31	26	4 (17%)	1,159	934	225 (24%)	132	103	28 (27%)	-	-	-	2,217	1,982	234 (11%)
ヘルスケア等	1,138	936	202 (21%)	86	112	▲26 (▲23%)	655	570	84 (14%)	632	775	▲143 (▲18%)	-	-	-	2,512	2,395	117 (4%)
その他	120	130	▲9 (▲7%)	1	1	▲0 (▲11%)	-	-	-	0	0	0	-	-	-	121	131	▲10 (▲7%)
事業利益	545	484	60 (12%)	474	453	21 (4%)	116	139	▲22 (▲16%)	72	53	19 (35%)	-	-	-	1,209	1,131	77 (6%)
調味料・食品	353	394	▲40 (▲10%)	537	515	22 (4%)	91	111	▲20 (▲18%)	35	30	5 (18%)	▲205	▲183	▲22 (12%)	812	867	▲55 (▲6%)
冷凍食品	48	45	3 (6%)	10	15	▲5 (▲31%)	▲5	24	▲30	0	▲4	4	▲61	▲58	▲2 (4%)	▲6	23	▲29
ヘルスケア等	302	198	104 (52%)	29	20	8 (44%)	109	73	35 (48%)	68	58	9 (16%)	▲75	▲88	12 (▲14%)	433	262	170 (65%)
その他	▲19	▲8	▲10 (117%)	0	0	▲0 (▲42%)	-	-	-	0	0	▲0 (▲34%)	▲12	▲15	2 (▲19%)	▲30	▲22	▲7 (35%)
全社共通費等	▲140	▲144	4 (▲2%)	▲103	▲99	▲4 (4%)	▲78	▲70	▲7 (11%)	▲31	▲31	▲0 (1%)	354	345	9 (2%)	-	-	-

(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)*		FY21	FY21 1-3月
アジア	タイ	+3%	▲0%
	インドネシア	+6%	+7%
	ベトナム	+4%	+2%
	フィリピン	+5%	+7%
米州	ブラジル	+10%	+21%

*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		
	FY21	FY21 予想	進捗率	FY21	FY21 予想	進捗率									
売上高	4,858	4,937	98%	2,852	2,870	99%	2,625	2,568	102%	1,156	1,103	104%	11,493	11,480	100%
調味料・食品	2,705	2,778	97%	2,733	2,728	100%	810	785	103%	392	358	109%	6,642	6,651	99%
冷凍食品	893	894	99%	31	43	72%	1,159	1,114	104%	132	118	112%	2,217	2,170	102%
ヘルスケア等	1,138	1,087	104%	86	93	92%	655	669	98%	632	627	100%	2,512	2,477	101%
その他	120	175	68%	1	4	24%	-	-	-	0	0	-	121	181	67%

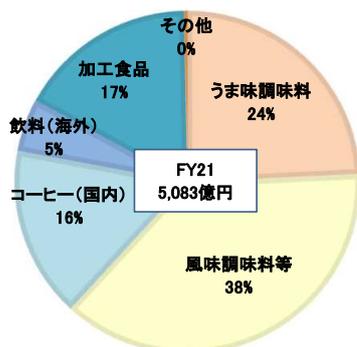
味の素株式会社 2022年3月期 決算補足情報

修正箇所

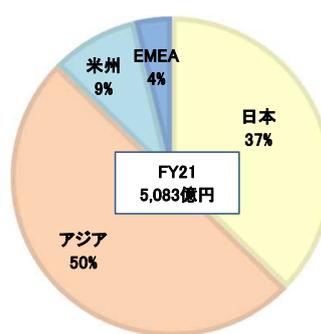
■調味料・食品

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)地域別構成比



(3) コーヒー(日本) 家庭用/業務用比率* (単位: 億円)

	FY20	FY21
売上高	855	853
家庭用	78%	79%
業務用	22%	21%

*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	2020年度		2021年度		2022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®」	54	93%(1位)	53	94%(1位)	56
和風だしの素	「ほんだし®」	383	56%(1位)	371	56%(1位)	371
コンソメ	「味の素KKコンソメ」	133	81%(1位)	123	81%(1位)	126
マヨネーズ類	「ビュアセレクト®」	583	24%(2位)	594	25%(2位)	618
メニュー用調味料	「Cook Do®」、「Cook Do®きょうの大皿®」	818	30%(1位)	797	30%(1位)	805

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	2021年度当社シェア(順位)
アジア	タイ	うま味調味料	「AJI-NO-MOTO®」および「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	2020年度		2021年度		2022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)
スープ	「クノール®」	1,124	31%(1位)	1,134	30%(1位)	1,157

インスタントコーヒー	「Blendy®」、「MAXIM®」	848	22%(2位)	800	22%(2位)	784
スティックコーヒー	「Blendy®」スティック 「Blendy®カフェラテ リー®」スティック	457	56%(1位)	455	55%(1位)	465
レギュラーコーヒー	「ちよつと贅沢な珈琲店®」 「Blendy®」ドリップ 「ちよつと贅沢な珈琲店®」ドリップ	531	12%(3位)	546	13%(3位)	552

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	2021年度当社シェア(順位)
アジア	タイ	RTDコーヒー	「Birdy®」	50%程度(1位)

②ソリューション&イングリディエント(S&I)

MSG、核酸系調味料 当社推定市場規模

	2020年度				2021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)	1,640	1,600	3,240 ^{*2}	約20%	1,710	1,620	3,330 ^{*2}	約20%
核酸系調味料(千ト)	-	-	60	約25%	-	-	63	約25%

*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

■冷凍食品

(1) 冷凍食品 家庭用/業務用比率* (単位:億円)

日本	FY20	FY21
売上高	915	893
家庭用	65%	67%
業務用	35%	33%

*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	2020年度		2021年度		2022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)	市場成長率 予想
ギョーザ類	「ギョーザ」等	563	47%(1位)	602	44%(1位)	105%程度成長

北米

製品領域	主要ブランド	2020年度		2021年度		2022年度
		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}	-	1,357	28%(1位)	1,570	28%(1位)	110%程度成長

*1 味の素フーズ・フーズアメリカ社単体の数値。

*2 除くPB。2021年度よりクラブストア向けを含む数値に変更、過年度も修正。

■セグメント別情報

(1) 減価償却費及び償却費* (単位:億円)

	2020年度	2021年度	2022年度 予想
調味料・食品	289	309	336
冷凍食品	100	109	110
ヘルスケア等	151	146	176
その他	42	28	10
全社	46	67	60
計	630	662	693

*非継続事業を除く。

(2) 設備投資

	2020年度	2021年度	2022年度 予想
調味料・食品	529	367	279
冷凍食品	134	105	128
ヘルスケア等	177	215	249
その他	6	6	4
全社	70	45	40
計	918	741	700

(3) 研究開発費

	2020年度	2021年度	2022年度 予想
調味料・食品	64	64	73
冷凍食品	12	12	16
ヘルスケア等	82	84	110
その他	0	3	2
全社	98	85	85
計	259	248	285

味の素株式会社 2022年3月期 決算補足資料

(参考1)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&イングリエイENTS	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®」)、 外食嗜好飲料、加工原料、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、家庭用「パルスweet®」等)等
冷凍食品	冷凍食品	餃子類(「ギョーザ」、「しょうがギョーザ」、POT STICKERS等)、 米飯類(「ザ★®チャーハン」、CHICKEN FRIED RICE、YAKITORI CHICKEN FRIED RICE等)、 麺類(YAKISOBA、RAMEN等)、デザート類(業務用ケーキ、MACARON等)、 焼売類(「ザ★®シューマイ」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&イングリエイENTS	
	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	医薬品中間体及び原薬、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(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(リジン、スレオニン、トリプトファン、バリン、「AjiPro®-L」等)、 健康基盤食品(「グリーナ®」、「アミノエール®」)、 機能性栄養食品(「アミノバイタル®」) パーソナルケア素材(アミノ酸系マイルド洗浄剤「アミソフト®」・「アミライト®」、アミノ酸系湿潤剤「AJIDEW®」等) メディカルフード	