

Eat Well, Live Well.



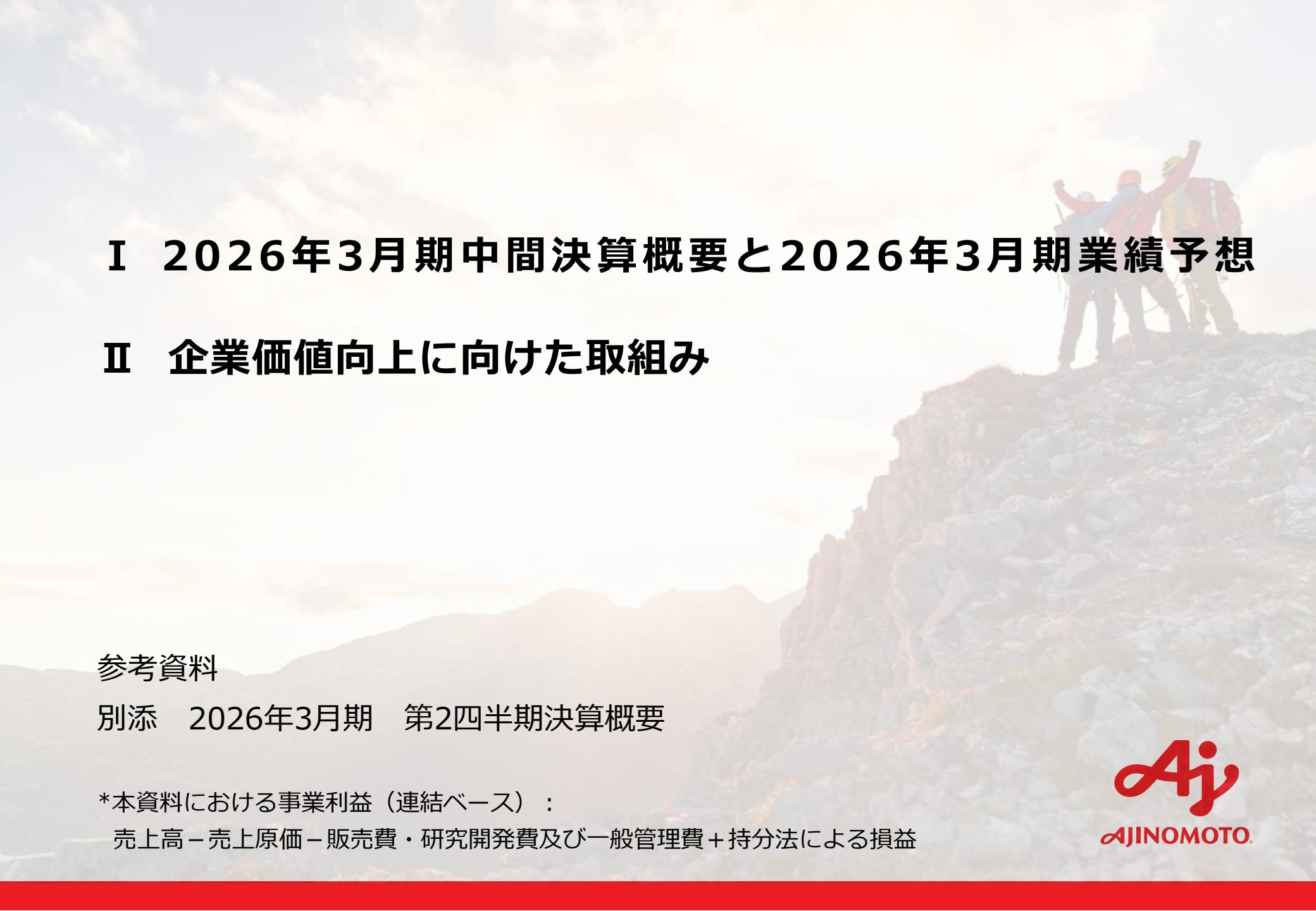
味の素株式会社

2026年3月期業績予想および 企業価値向上に向けた取組み

取締役 代表執行役社長 最高経営責任者

中村 茂雄

2025年11月6日



I 2026年3月期中間決算概要と2026年3月期業績予想

II 企業価値向上に向けた取組み

参考資料

別添 2026年3月期 第2四半期決算概要

*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

- ・ FY25-1Hの売上・事業利益は、ともに前年並みに留まった。
通期計画に対する進捗はやや遅れているものの、FY25-2Qで直面した課題に迅速に対応することで、FY25の業績予想の着実な達成を目指す。
- ・さらなる中長期での成長とASV経営の進化に向けた取組みでは、課題を抽出し、アクションの方向性を定め、具体的な戦略を練り上げてきた。
「2030ロードマップ」の達成に向けて、活動を進化させていくとともに、中長期での持続的成長に向け、イノベーションの創出に挑戦していく。

I 2026年3月期中間決算概要と2026年3月期業績予想

II 企業価値向上に向けた取組み



I -1. 2026年3月期 中間決算ダイジェスト

売上高：前年並み

7,388億円

対前年実績：99.3%

除く為替影響：100%

事業利益：前年並み

867億円

対前年実績：99.8%

除く為替影響：100%

親会社の所有者に帰属する当期利益：
増益

512億円

対前年実績：102.0%

増減額：▲53億円

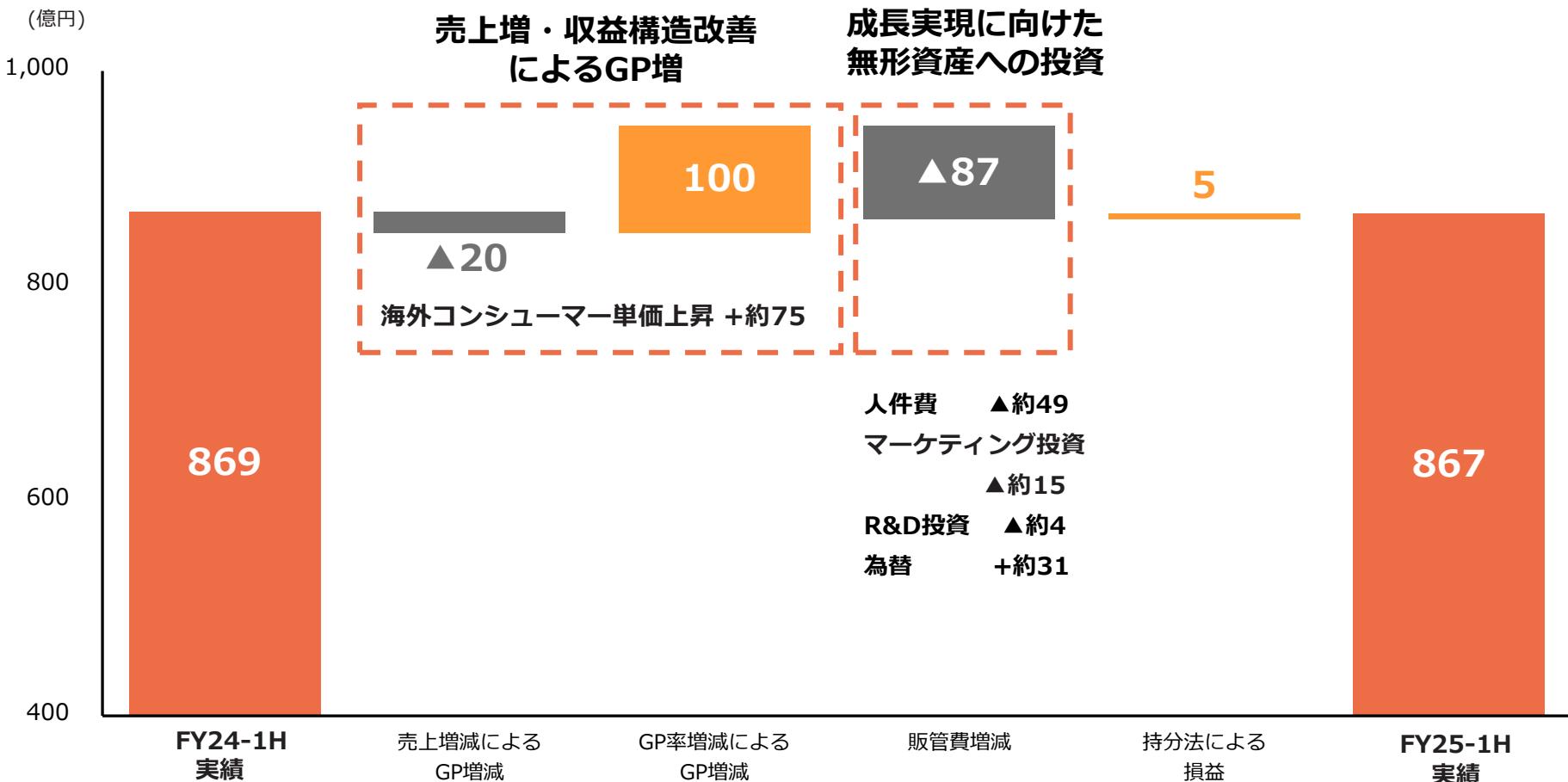
増減額：▲1億円

対前年増減内訳

単位：億円、▲は損サイド

	対1Q-FY24	対2Q-FY24	対1H-FY24	FY25 1H累計に影響した内容
売上高	▲15	▲38	▲53	
売上増減によるGP増減	▲5	▲15	▲20	為替や味の素アルテア社（以下「アルテア社」）売却影響に加え、加工用うま味調味料や冷凍食品の減収によるGP減少
GP率変動によるGP増減	62	38	100	バイオファーマサービスや海外調味料のGP率向上等の貢献によるGP増加
販管費増減	▲23	▲64	▲87	人財投資の拡充や戦略的費用の投入により販管費増加
持分法による損益	8	▲2	5	
事業利益計	41	▲43	▲1	
その他営業収益・費用	44	▲32	11	
金融収益・費用	▲3	12	9	
親会社所属当期利益計	82	▲72	10	

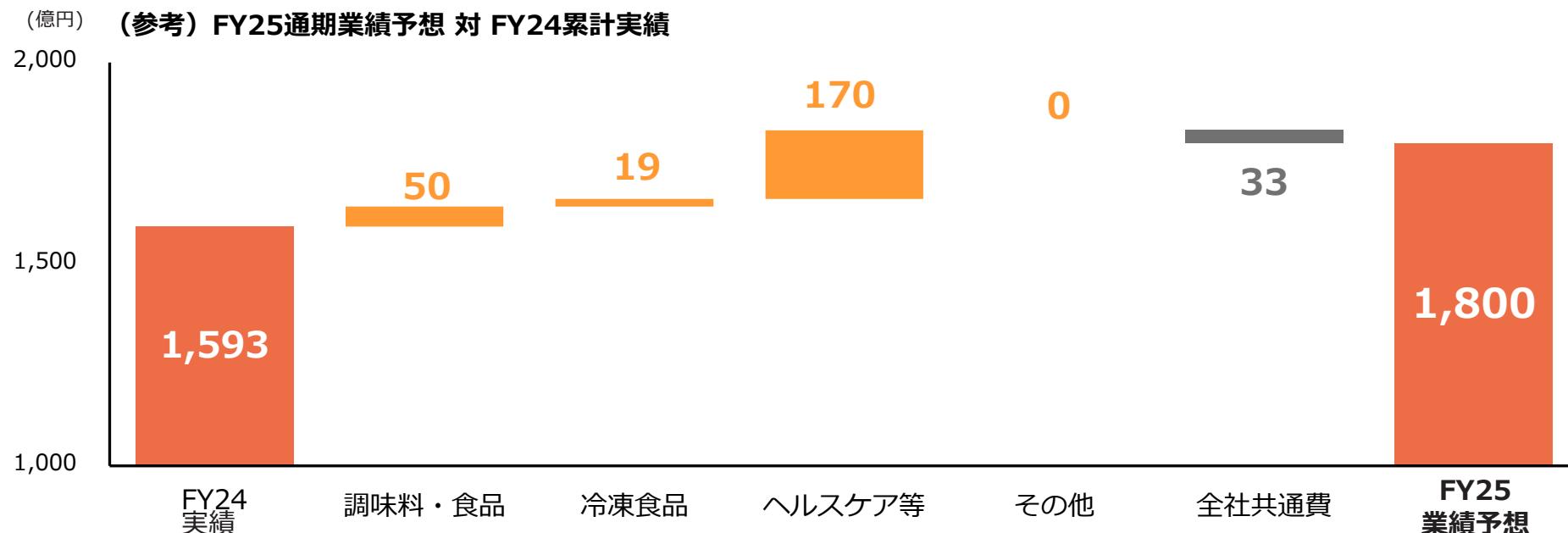
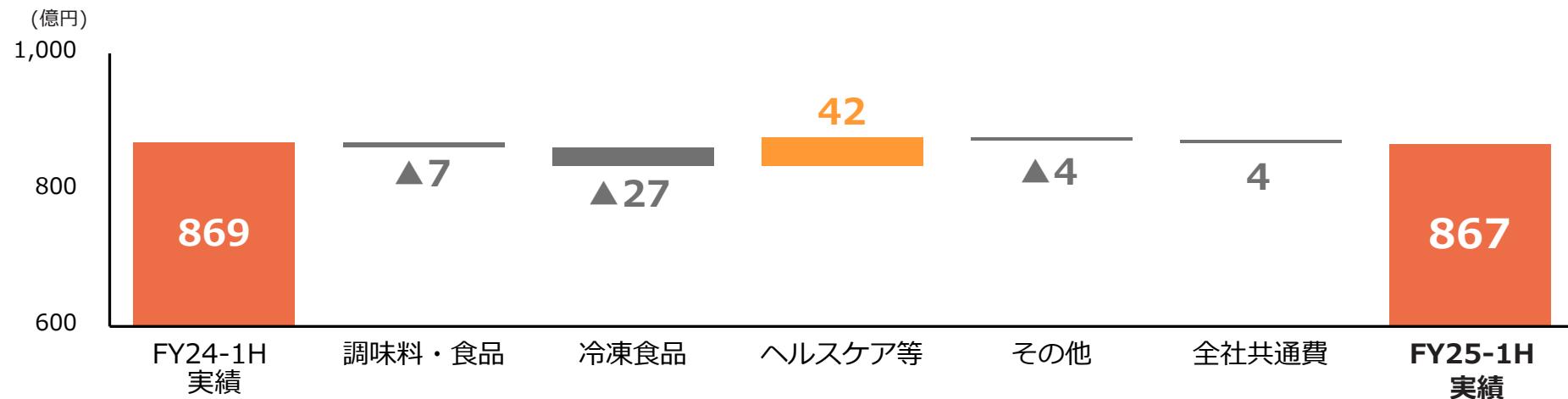
I -2. 事業利益増減要因 (P&L要素別 FY25中間期実績)



(参考)

- ・為替影響 ▲約7億円

I -2. 事業利益増減要因 (開示セグメント別 FY25中間期実績)



I -3. 2026年3月期業績予想

FY25通期は、着実な業績予想の達成を目指す。

一部課題事業に対して打ち手を講じて回復を図り、全社としての業績予想の達成を目指す。

為替前提:145円/USD

売上高

16,180億円
対前年実績 : 105.7%
除く為替影響 : 106.7%

事業利益

1,800億円
対前年実績 : 113.0%
除く為替影響 : 112.9%

親会社の所有者に帰属する当期利益

1,200億円
対前年実績 : 170.7%

単位: 億円、▲は損サイド

	FY25予想	FY24実績	前年比	FY25-1H実績	対FY25予想進捗率
売上高	16,180	15,305	105.7%	7,388	45.7%
調味料・食品	9,592	8,960	107.1%	4,359	45.4%
冷凍食品	3,040	2,893	105.1%	1,385	45.6%
ヘルスケア等	3,390	3,283	103.3%	1,580	46.6%
その他	156	167	93.2%	63	40.7%
事業利益	1,800	1,593	113.0%	867	48.2%
調味料・食品	1,391	1,341	103.8%	695	50.0%
冷凍食品	150	130	115.3%	41	27.6%
ヘルスケア等	626	456	137.3%	300	48.0%
その他	63	63	100.2%	27	43.4%
全社共通費	▲432	▲398	108.5%	▲198	45.8%

(注1)各報告セグメントに帰属しない全社共通費は、従来、合理的な基準に基づき各報告セグメントに配分しておりましたが、各報告セグメントの業績をより適切に評価するため、FY25より各報告セグメントに配分しない方法に変更いたしました。各報告セグメントに帰属しない全社共通費は、主に親会社の管理部門にかかる費用です

I -4. 2030ロードマップ ASV指標

ASV指標

経済価値指標

	FY23	FY24	FY25 中間期	FY25 業績予想 計画	FY30計画
ROE (Forge社買収影響除く)	11.0% (11.4%)	9.0% (11.3%)	-	約16% (約19%) (約18%)	18% 約20%
ROIC (>資本コスト) (Forge社買収影響除く)	8.7% (9.4%)	6.7% (7.8%)	-	約11% (約12%) (約11%)	13% 約17%
オーガニック成長率	1.7%	3.7%	1.9%	約7%	5% (FY23-25) 5%~ (FY26-30)
EBITDAマージン	15.7%	16.1%	17.5%	約17%	17% 19%

経営が示す挑戦的目標

【参考】
EPS 約3倍

(FY22対比)を目指す

社会価値指標

環境負荷削減の取組み	▲35% CO ₂ 排出量 (Scope1,2)	▲43% CO ₂ 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 栄養以外の貢献についての指標も 今後検討予定	9.4億人	9.5億人	-	-	10億人の 健康寿命延伸 (アウトカム)

無形資産強化

従業員エンゲージメントスコア	76%	76%	78% (速報値)	80%	80%	85%~
コーポレートブランド価値 (mUSD, Interbrand社公表値)	1,625 (実績 前年比 +17%)	1,972 (実績 前年比 +21%)	-	-	FY22比、CAGR 7%~	

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

I -4. 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)			(前年比)			FY24 実績	FY25 業績予想	FY24 実績	FY25 1H実績	FY25 業績予想
調味料 ・食品	調味料	FY24 実績	FY25 1H実績	FY25 業績予想	FY24 実績 (BP額)	FY25 1H実績	FY25 業績予想	FY24 実績	FY25 業績予想	FY24 実績	FY25 1H実績
	栄養・加工食品	4.1%	1.8%	6.7%	1,341 億円	▲1.1%	3.8%	20.9%	約20%	19.4%	20.6%
	ソリューション& イングリディエンツ							WACC 7%			
冷凍 食品	冷凍食品	▲0.9%	▲0.7%	6.3%	130 億円	(BP額) 41億円	150 億円	4.7%	約6%	9.4%	8.3%
ヘルス ケア等	バイオファーマサービス &イングリディエンツ										
	ファンクショナル マテリアルズ (電子材料等)	6.8%	5.7%	11.2%	456 億円	16.5%	37.3%	2.0%	約12%	21.5%	26.3%
	その他							WACC 8%			
合計		3.7%	1.9%	7.4%	1,593 億円	▲0.2 %	13.0 %	6.7%	約11%	16.1%	17.5%
								WACC 7%			

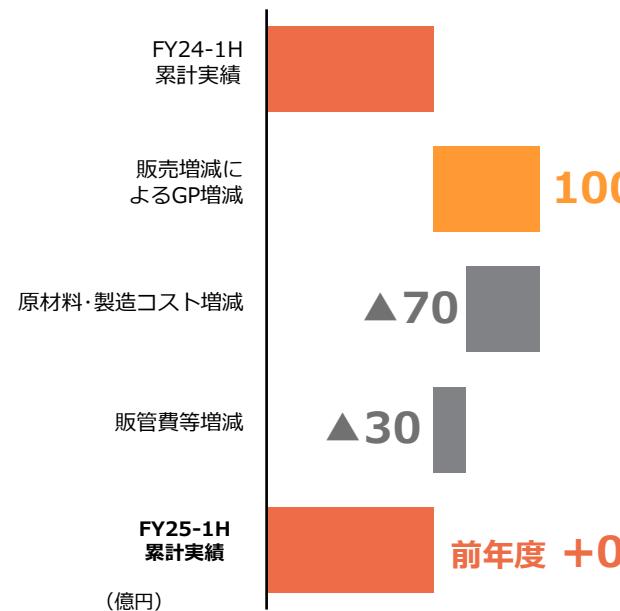
(注1) 各報告セグメントに帰属しない全社共通費は、従来、合理的な基準に基づき各報告セグメントに配分しておりましたが、各報告セグメントの業績をより適切に評価するため、FY25より各報告セグメントに配分しない方法に変更いたしました。上記は、FY24実績も含め、当該変更を反映しております。
各報告セグメントに帰属しない全社共通費は、主に親会社の管理部門にかかる費用です。

I -5. <調味料、栄養・加工食品> 売上分解と事業利益増減要因

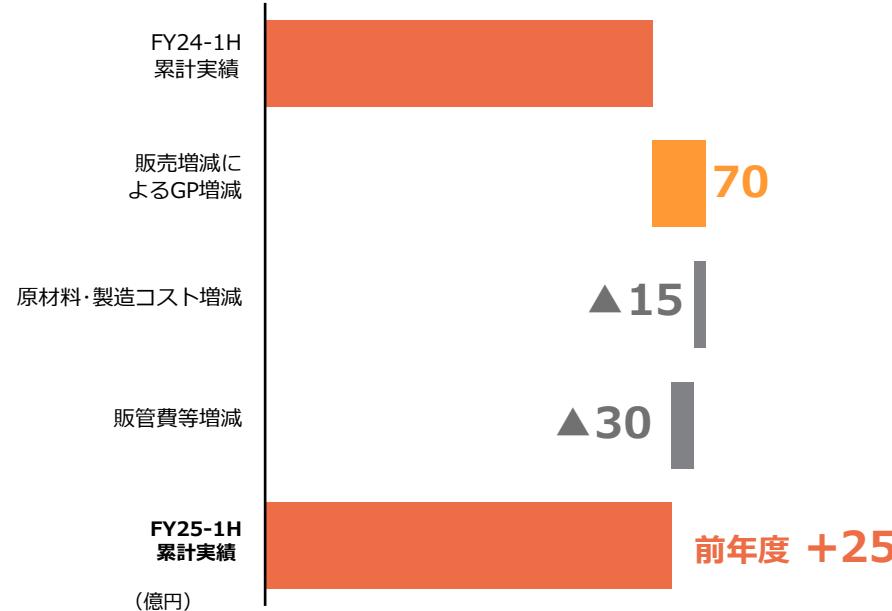
国内・海外別のFY25-1Hの売上分解と事業利益増減要因（前年比較）



事業利益増減要因（日本国内）



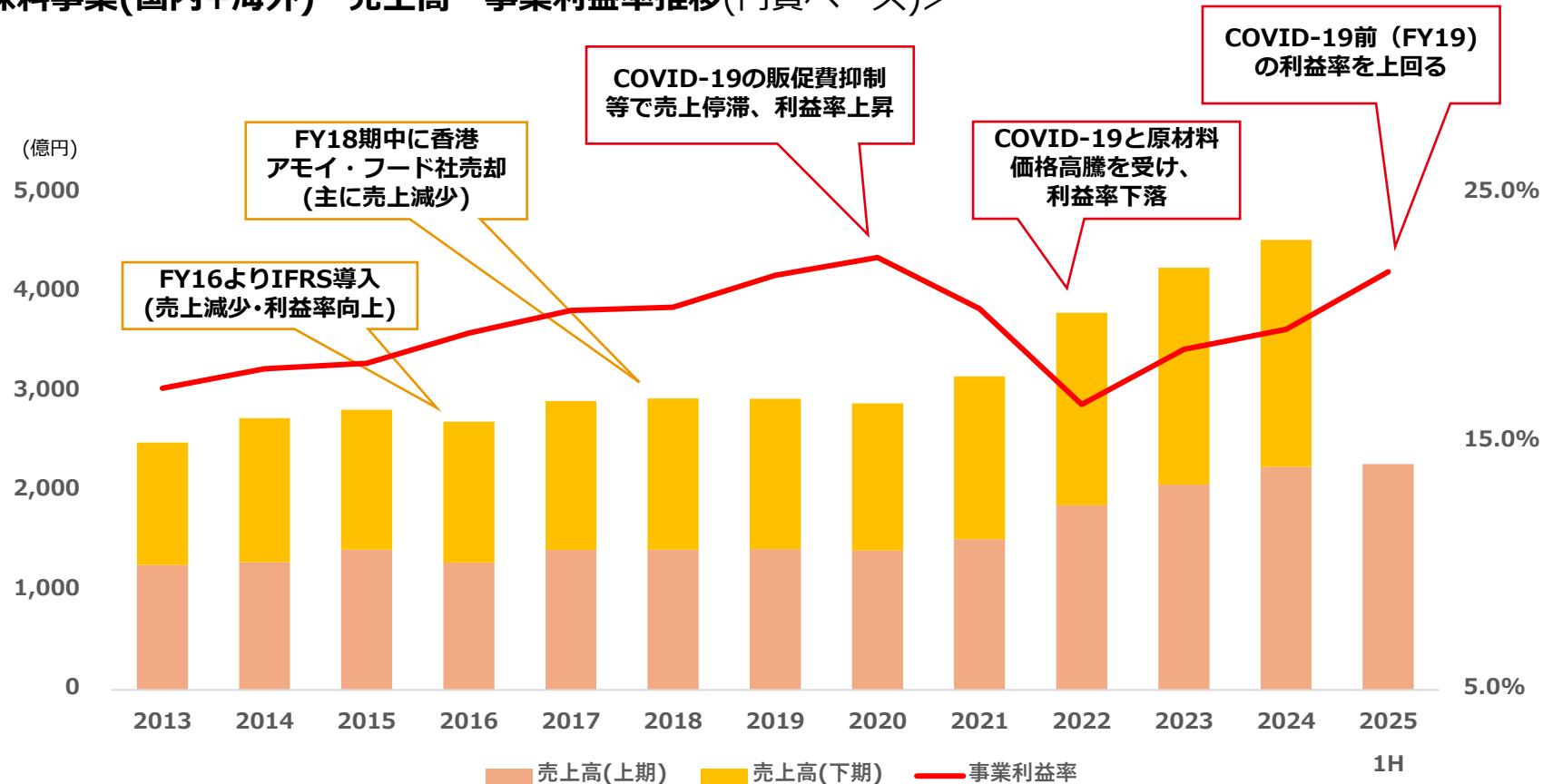
事業利益増減要因（海外）※現地通貨ベース



I -6. <調味料・食品> 調味料

調味料は国内・海外ともに堅調。マクロ環境の影響を受けにくく、トップラインは着実に成長。事業利益率はインフレによる原燃料コスト高騰を吸収し、FY25-1Hはコロナ前(FY19)を上回る。

<調味料事業(国内+海外) 売上高・事業利益率推移(円貨ベース)>

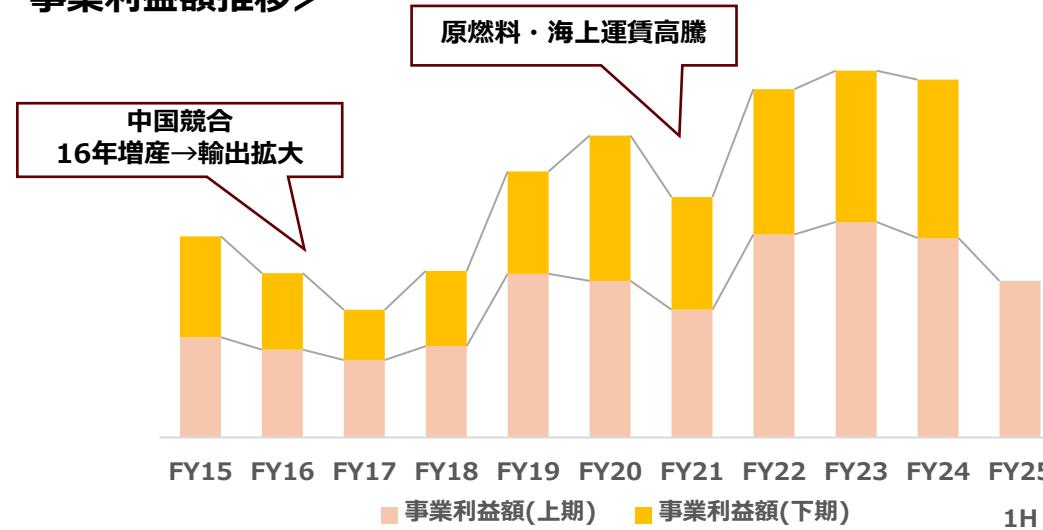


着実な売上成長と事業利益創出で、今後も、当社の基盤である食品事業の安定成長を支えていく

I -7. <調味料・食品> 加工用うま味調味料

中国大手メーカーの増産や新規参入等により、MSG・核酸とともに減収・減益。
過去にも一時的な苦境を乗り越えてきたビジネスで、改善に向けて打ち手を実行中。

<加工用うま味調味料 事業利益額推移>



過去にもFY16～17の中国競合メーカーの大規模増産、FY21の原燃料コスト等の急騰による
減益局面を乗り越えて、着実に事業利益成長を実現

加工用うま味調味料はBtoBの収益だけではなく、成長ドライバーであるBtoC調味料の原料として
食品事業の安定成長を支える重要なセグメント

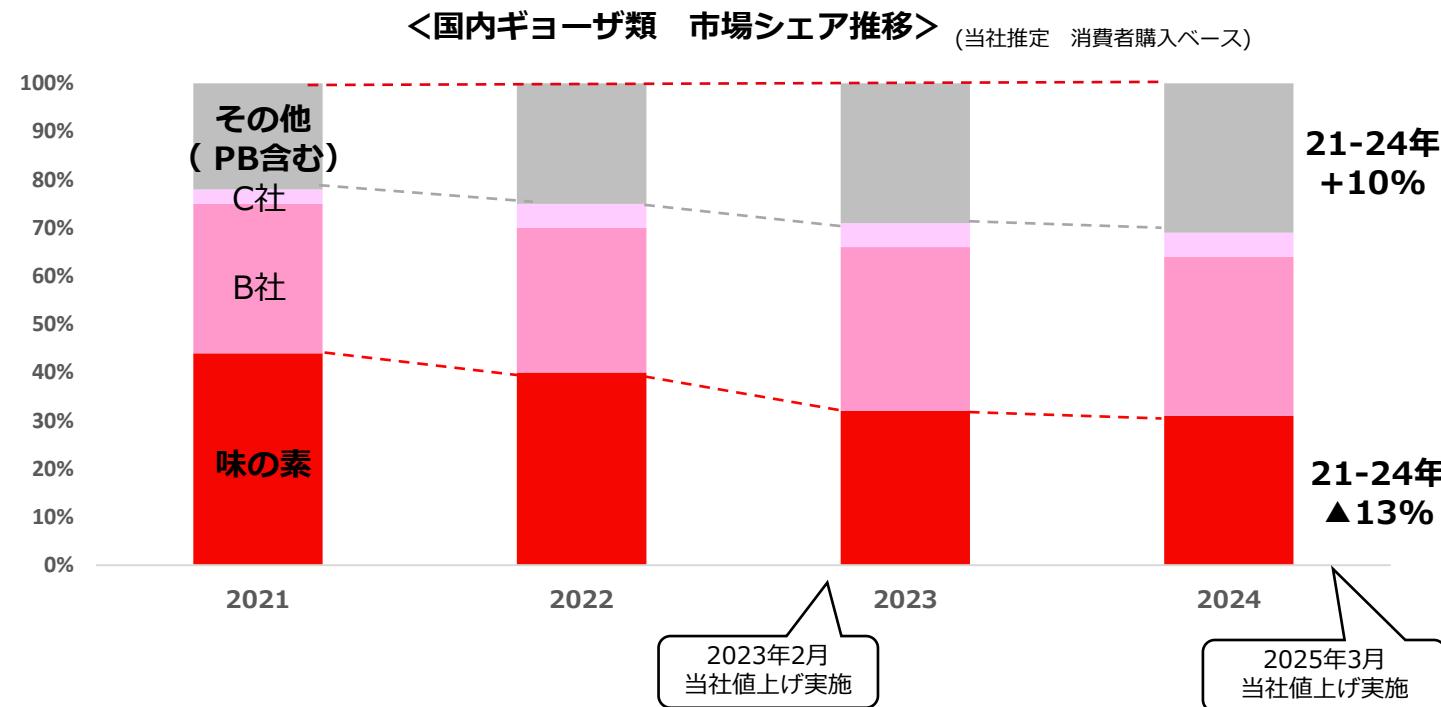
打ち手

- ①MSG事業連携推進班設立(25年4月)…BtoB・BtoCの一元管理で全社最適化、MSG事業利益最大化を図る
- ②当社の無形資産、MSG製造特許の侵害に対しては、知的財産保護施策を通じて優位性を保持していく
- ③独自技術を用いた生産性向上により、コスト競争力を高めていく

I -8. <冷凍食品> 日本国内の取組み①

国内冷凍食品の課題は家庭用の販売不振（業務用は25年3月の値上げ後も順調）。

特に主力品であるギョーザのシェアが、NB大手競合以上にPB含むその他メーカーに流出。



価格戦略を見直し。見直し後の9月には売上は前年を上回り、トップシェアを回復。
生活者とのタッチポイントが多い冷食事業を通じたコーポレートブランドの価値向上

I -8. <冷凍食品> 日本国内の取組み②

中長期では顧客起点でのマネジメントを強化し、多様化する生活者ニーズに対応していく。ギョーザのシェア回復などを通じて国内冷食事業を成長回帰させ、企業価値向上への貢献を拡大していく。

【超短期】

価格戦略見直し

ギョーザの価格戦略を変更。9月（変更後）の売上は前年を上回り、トップシェアを回復

【短期】

製品改訂実施（来春）

顧客起点を強化し、おいしさ設計技術®を活用して製品力・採算性を両立させたギョーザ改訂品を投入予定

【中長期】

顧客ニーズの追求

家庭用製品全体で、多様化した生活者のニーズに適応した、新たな製品ラインナップ(松竹梅など)の拡充を進める

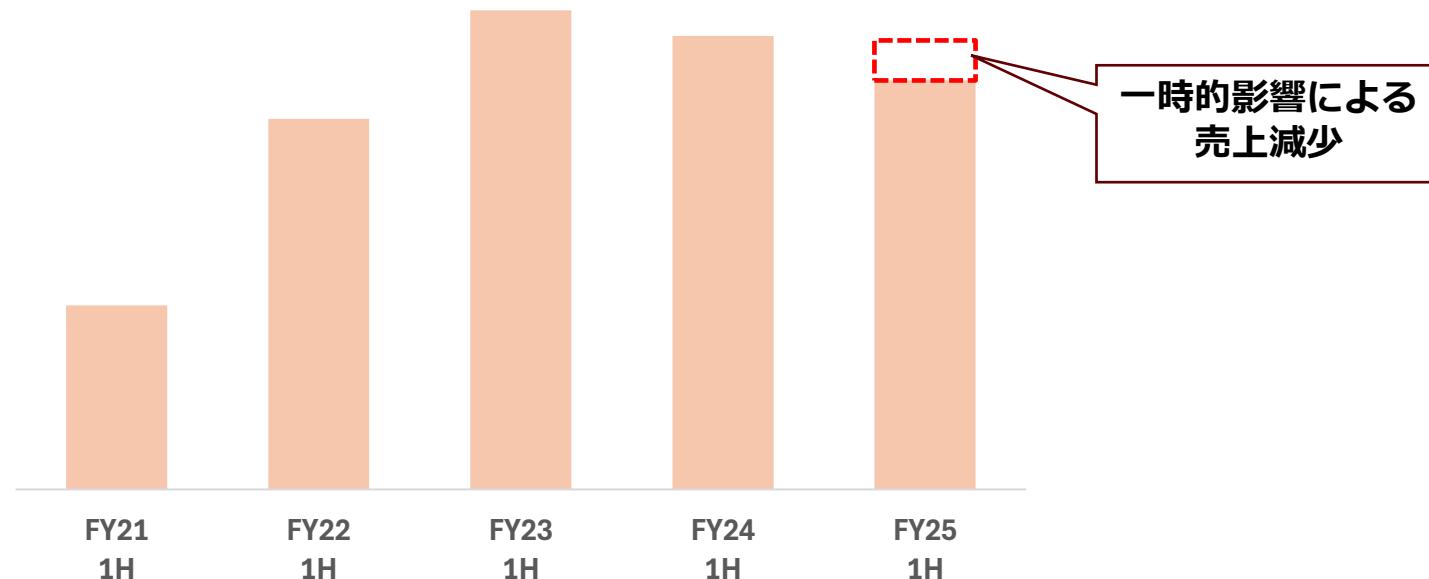
2030年に向けては、売上 CAGR 約3% 事業利益 CAGR 約7%の伸長を目指す

I -8. <冷凍食品> 北米の取組み

FY25-1Hは米国の関税影響・主要アカウントの販促タイミングにより一時的に減収減益も、構造改革やTDC*マージン拡大の取組みにより、安定した収益構造は継続。下期に巻き返しを図る。

*TDC: Total Delivered Cost (= 売上原価 + 物流費 + 納品先に商品を届けるまでのコスト)

<北米冷凍食品 売上高推移(現地通貨ベース) >



関税影響：中国からの輸入コスト上昇による利益率悪化、値上げと販促抑制による数量減少

販促タイミング：大型流通の販促の後ろ倒しにより、売上・利益減少(下期に実施予定)

I -9. 食品事業の安定成長に向けた課題への対応

味の素グループの基盤を支える食品事業をしつかりマネジメントし、
2030ロードマップを着実に達成する。

「課題の本質」を「ちゃんと」把握

【加工用うま味調味料】

課題:供給過多による一時的落ち込み

【国内冷凍食品】

課題:顧客ニーズ把握の遅れによる、
継続的なシェアの低下

今後も2030ロードマップの達成に向け

海外食品事業：着実な数量成長実現

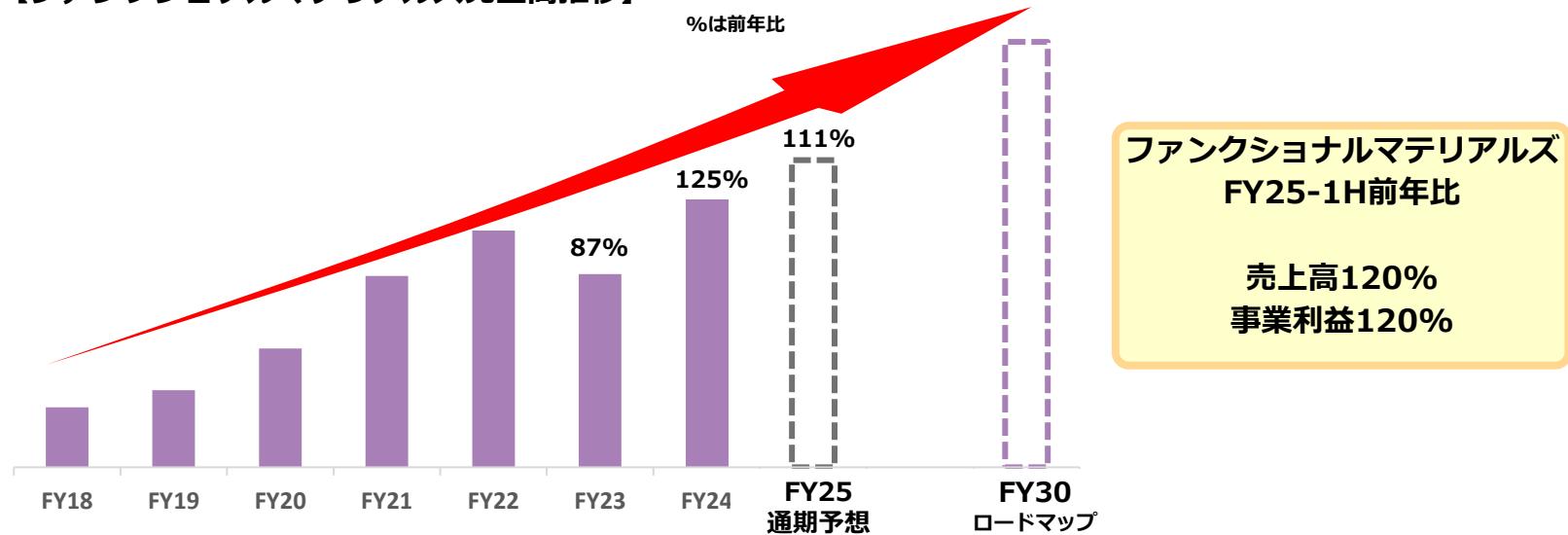
日本食品事業：コロナ前レベルの事業利益率回復

に向けてチャレンジしていく

I -10. <ファンクショナルマテリアルズ（電子材料等）>

FY25-1Qに続き、半導体市場の回復・拡大とともに、大幅增收・大幅増益を継続（7四半期連続）。
FY25-1Hまでの売上は、FY25通期予想（前年比111%）を上回って成長。

【ファンクショナルマテリアルズ売上高推移】



AI向けサーバーの好調に加え、PCおよび汎用サーバー向けもABF®*の販売増に貢献

*味の素ビルドアップフィルム®。「ABF」は当社の登録商標です。

下期も半導体市場のトレンドに変化は見られず、全社の業績を牽引していく

I -11. <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(CDMO)



FY25-1Hは想定線での推移。下期の成長を見込む。

FY25上期レビュー

欧州

主力の低分子を中心に好調が持続
インド拠点への引き合いも強く、
低分子の成長に貢献

日本

「AJIPHASE_®」の出荷タイミングにより、
四半期の実績にボラティリティが生じる。
減収・減益は社内計画にインライン

北米(Forge社)

2Qは、大型出荷があった前年2Q比でも増収。
FY25-1Hでは約1.5倍の増収となり、
事業利益赤字も縮小

FY25下期見込

欧州

低分子の安定的な拡大に加え、
独自技術の中分子の生産増も貢献し、
増収増益を見込む

日本

「AJIPHASE_®」の持続的成長に加え、
「AJICAP_®」の収益貢献も見込む

北米(Forge社)

商用化*対応の前倒しによる費用増あるも、
EBITDAベースでの今期黒字化を目指す

*商用化 …治験を経て、国の機関による「審査」と「承認」を受け、市場で販売すること

I -11. <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(CDMO) Forge社買収後のupdate

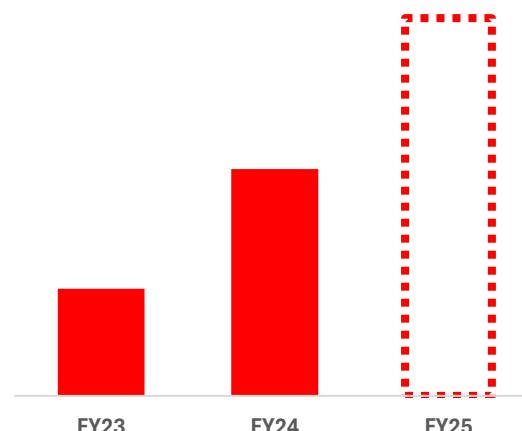


Forge社の現状

- 独自技術への引き合い強く（顧客の97%が使用）、売上・顧客数ともに順調に増加
- プロジェクトも順調に進捗し、IND*承認プロジェクト数も大きく増加
- 早期の承認取得を目指すプロジェクトを有する顧客に対応すべく、商用化準備費用が発生
顧客の要請に応えて商用化に向けた準備を前倒し、成長を加速させる

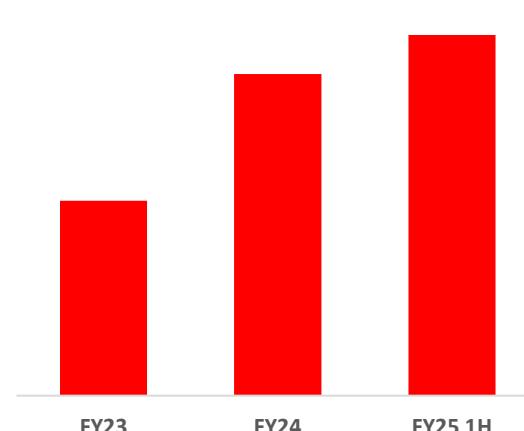
*IND … アメリカ合衆国の新薬臨床試験開始申請 Investigational New Drug Applicationの略

【Forge社 売上高推移】



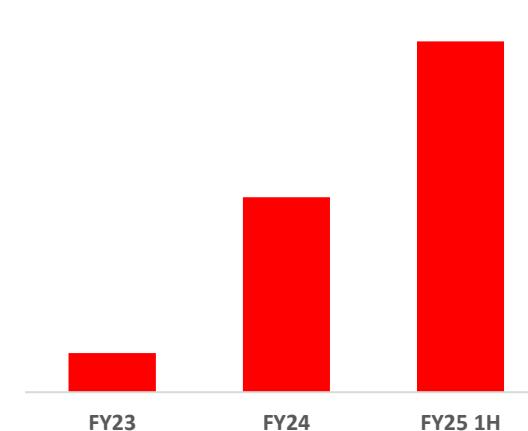
売上:FY25業績予想
対FY23比 約4倍

【Forge社 顧客数推移】



顧客数:FY25-1H実績
対FY23比 約1.5倍

【Forge社 IND承認案件数推移】



IND数:FY25-1H実績
対FY23比 ほぼ10倍

I -11. <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(CDMO)「AJICAP®」



「AJICAP®」は2件の新規ライセンス契約を締結。今後の成長ドライバーとして期待。

顧客の順調な拡大

2025年10月：1社（非公開）の海外企業とライセンス契約締結

2025年10月：アステラス製薬とライセンス契約締結（公開しているADC*のライセンスの締結は3社目）

25年度の売上二桁億円達成・将来の成長ドライバー化に向けて、順調にライセンス契約が増加

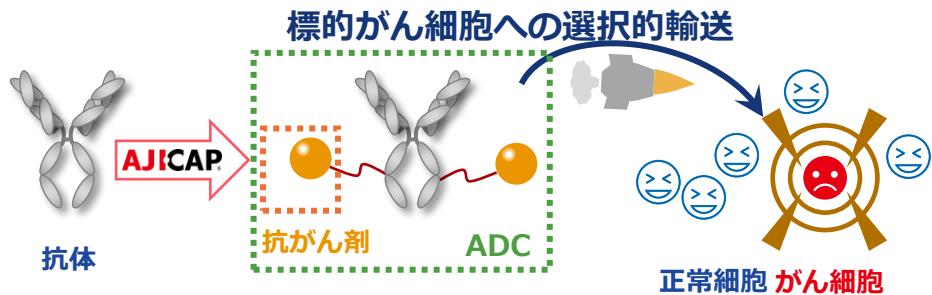
次世代ニーズの取り込み

「AJICAP®」技術は抗体修飾全般で適用可能 ⇒ 既存のADCのみならず、次世代抗体修飾分野への適用拡大

ADCに限らず、様々な適用でのライセンス契約増加を目指す

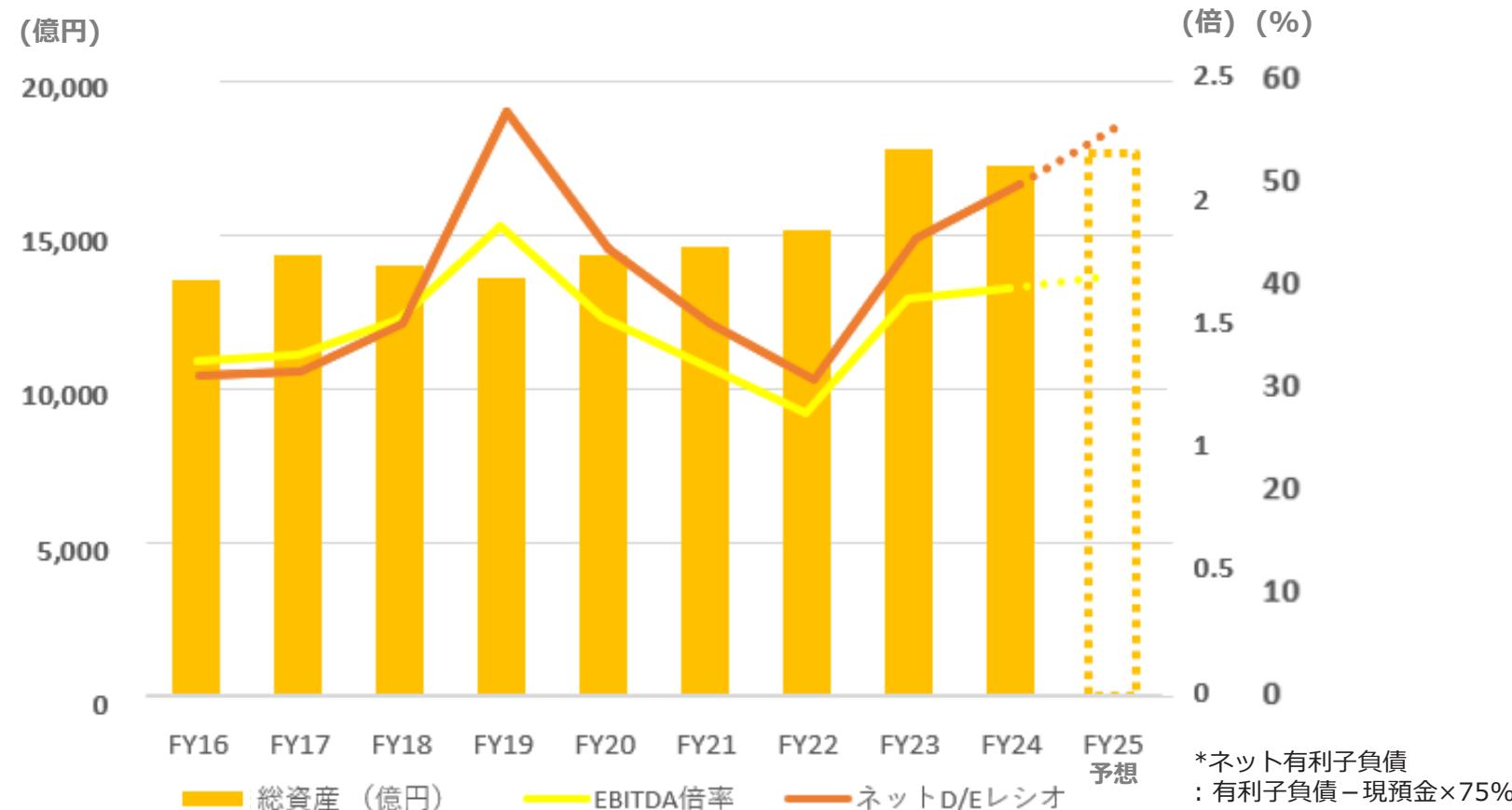
- 「AJICAP®」は、従来のADCの課題を克服する
革新的なADCを創出する当社独自の新技術
- ✓ 抗がん剤に限らず、多様な分子との接合を実証

*ADC … Antibody Drug Conjugate(抗体薬物複合体)



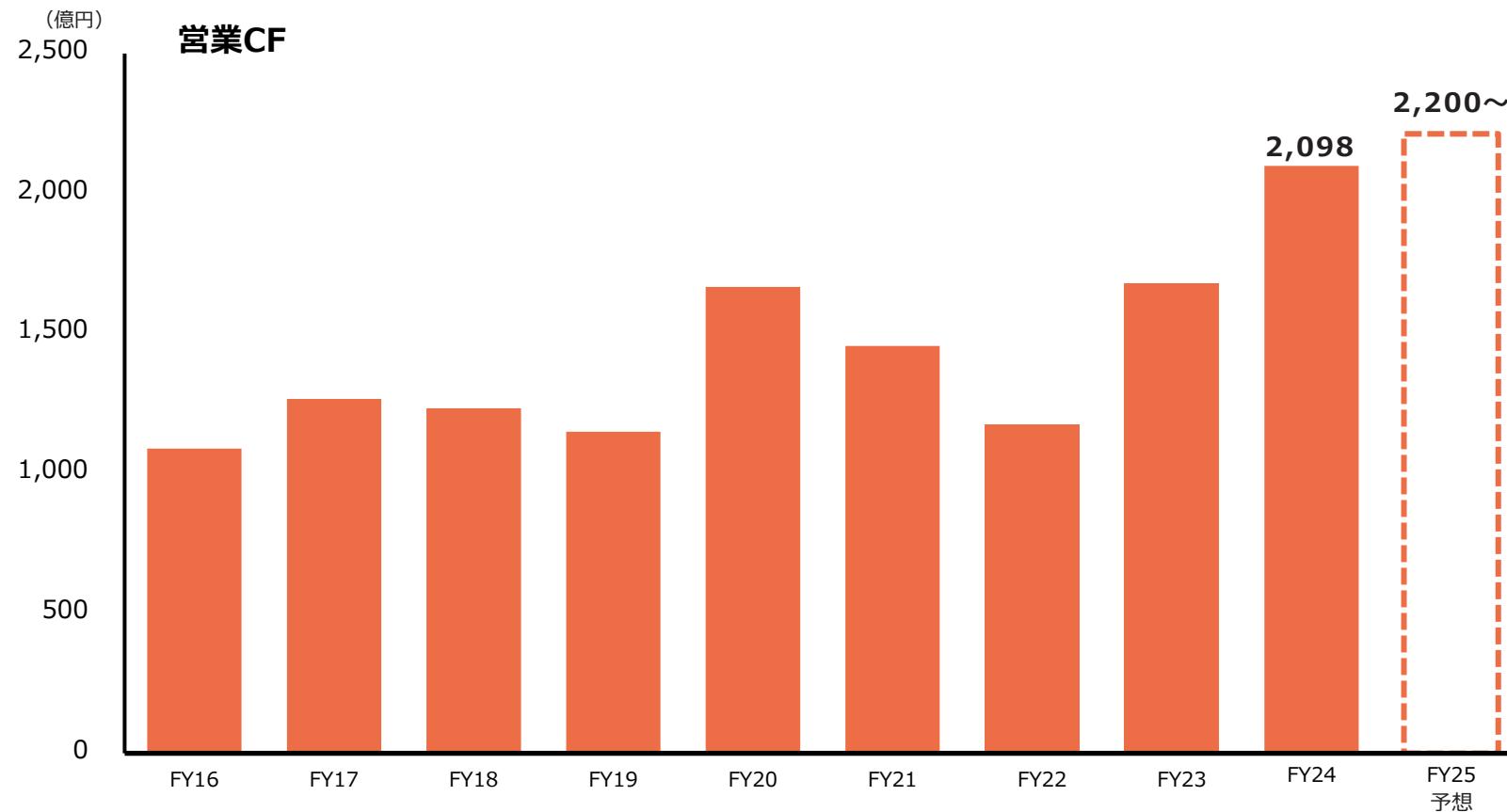
I - 12. 資産・負債

FY25から新たな財務規律指標の目安として「^{*}ネット有利子負債/EBITDA倍率 < 2倍」を採用。
 EBITDAを伸長させつつ、ネット有利子負債のレバレッジを2倍を上限にコントロールする。
 引き続き、オーガニック成長と資本効率に資する適切な財務レバレッジを実現していく。



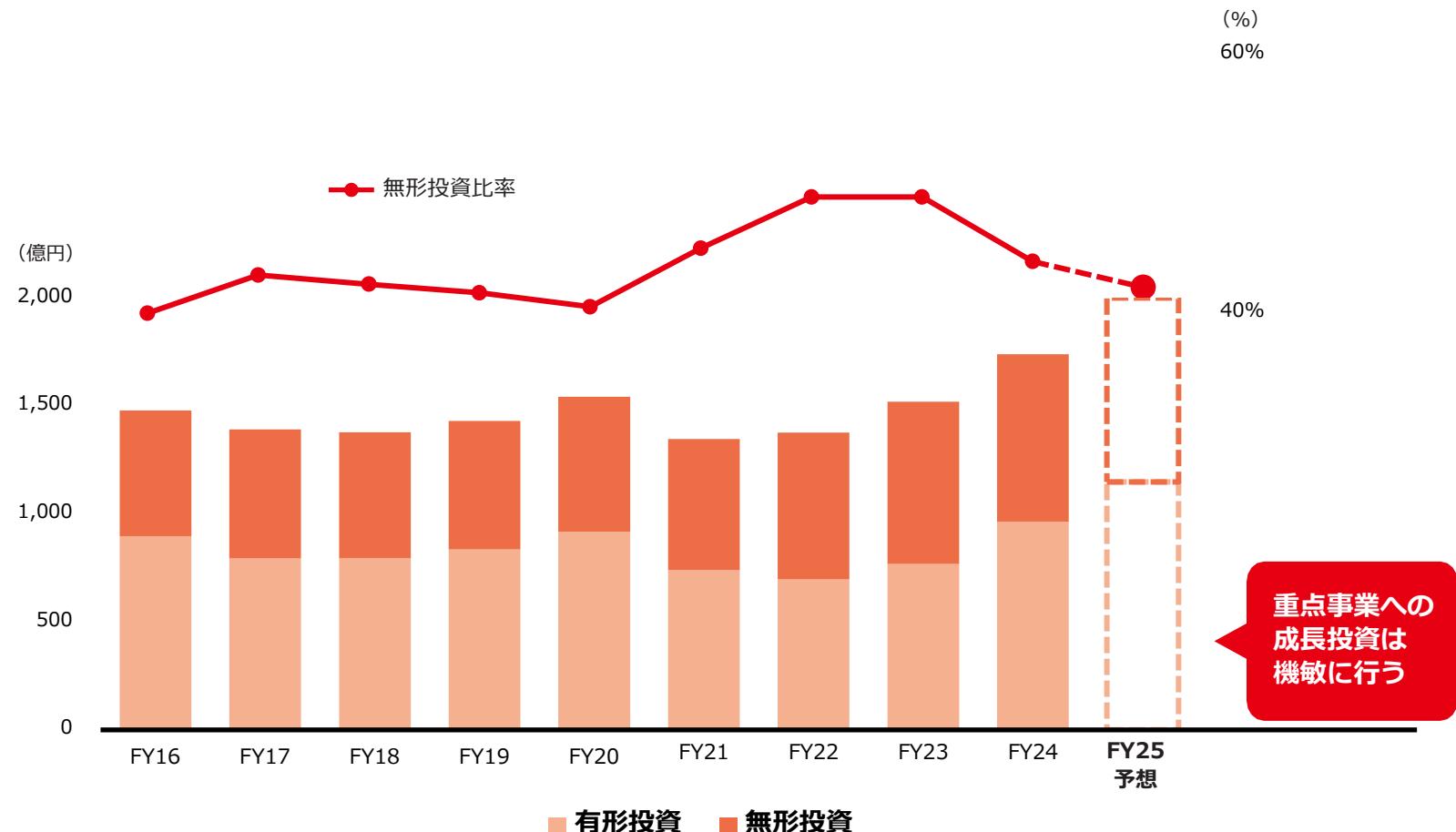
I - 13. キャッシュ創出

FY25は2,200億円超える営業キャッシュフローを予想。2025年中間期は、前年上期を約115億円上回る932億円となった。引き続き、キャッシュ創出力を高めていく。



I - 14. 戦略投資

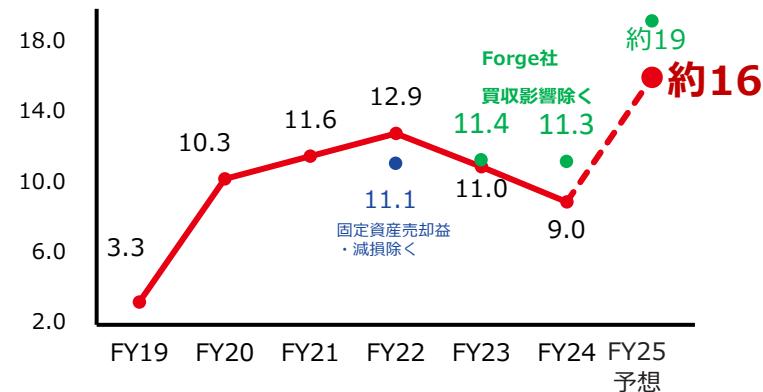
FY25は1,100億円を超える設備投資を計画しており、無形資産への投資も積極的に実施していくが、無形資産投資比率は40%台前半に留まる見込み。



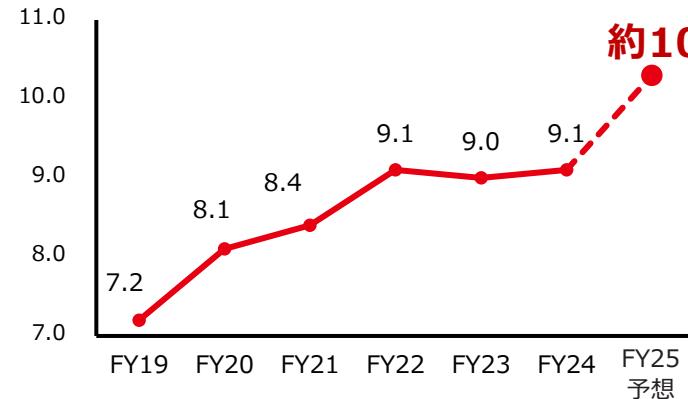
I - 15. 重要経営指標推移

FY25の数値向上を見込む。

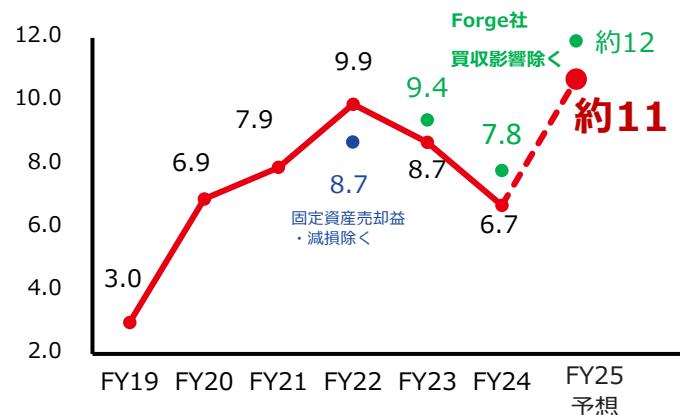
ROE (%)



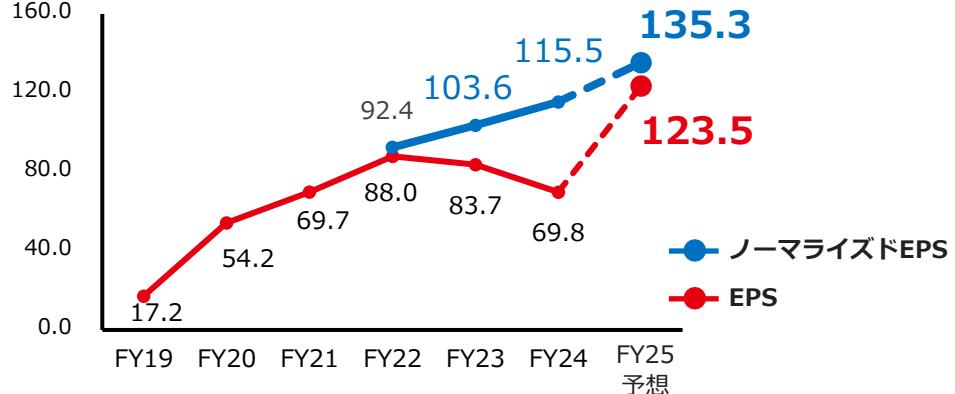
ROA 事業利益ベース (%)



ROIC (%)



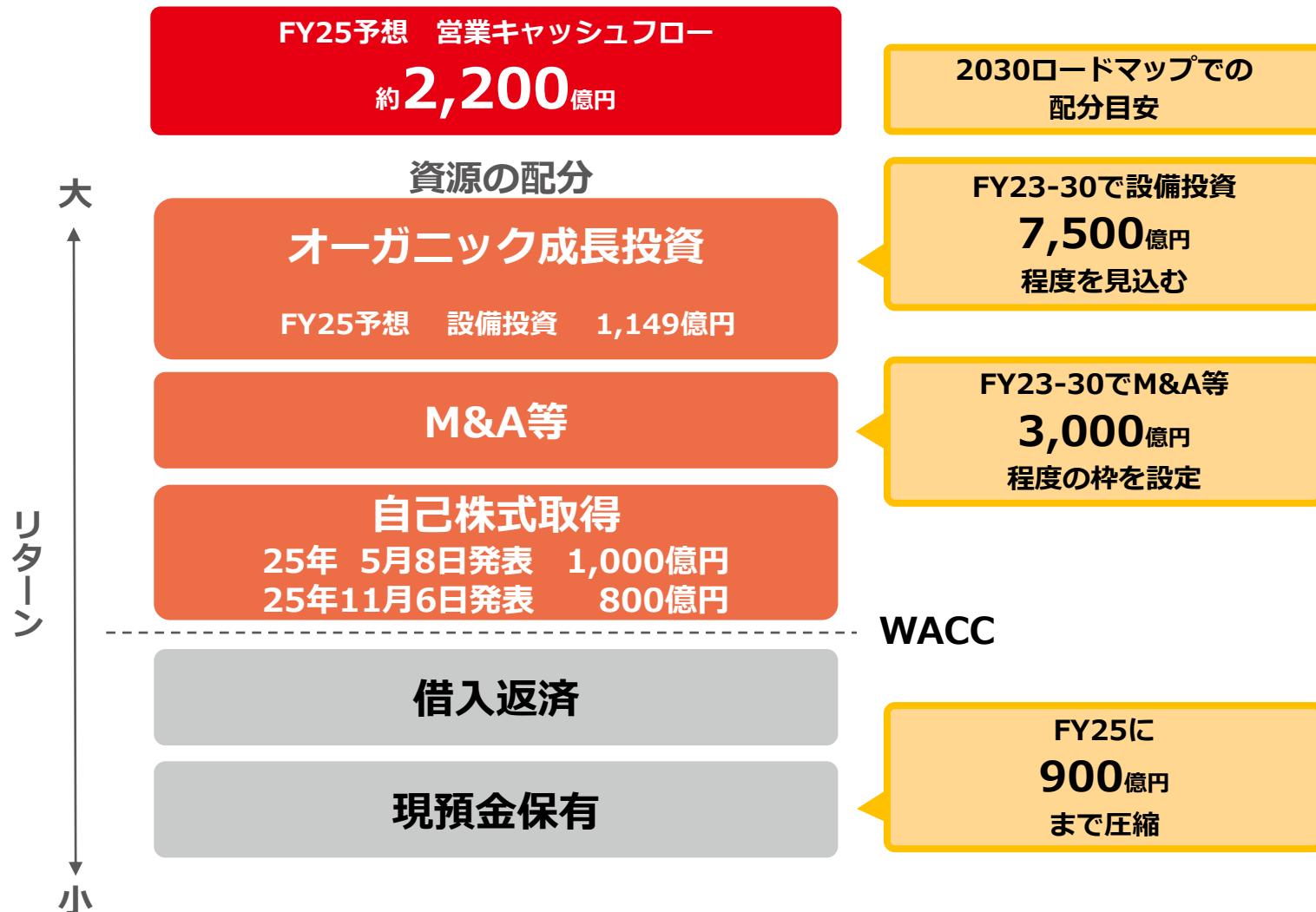
EPS・ノーマライズドEPS* (¥)



* (事業利益×(1-味の素標準税率27%))÷発行済み株式数

I - 16. 成長投資と株主還元（中期ASV経営の考え方）

持続的な事業成長をベースにキャッシュフロー創出力を強化。機動的な自己株式取得で株主還元の充実を図る。



I - 16. 成長投資と株主還元

5月8日に発表した1,000億円(上限)の自己株式取得に加え、800億円(上限)の自己株式取得を新たに発表。

■配当 (FY16-FY25予想)



■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

配当性向 (%)

80

40

20

0

FY25

配当

48円/年 (増配予定)

対FY24 +8円

自己株式取得

2025年5月8日発表の自己株式取得

1,000億円、50百万株 上限

発行済株式総数 (自己株式除く) に対する割合 **5.03%**

2025年11月6日

新たに、800億円、30百万株を上限とする自己株式取得を発表

(取得期間:2025年12月1日～2026年11月30日まで)

発行済株式総数 (自己株式除く) に対する割合 **3.09%**

* (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%



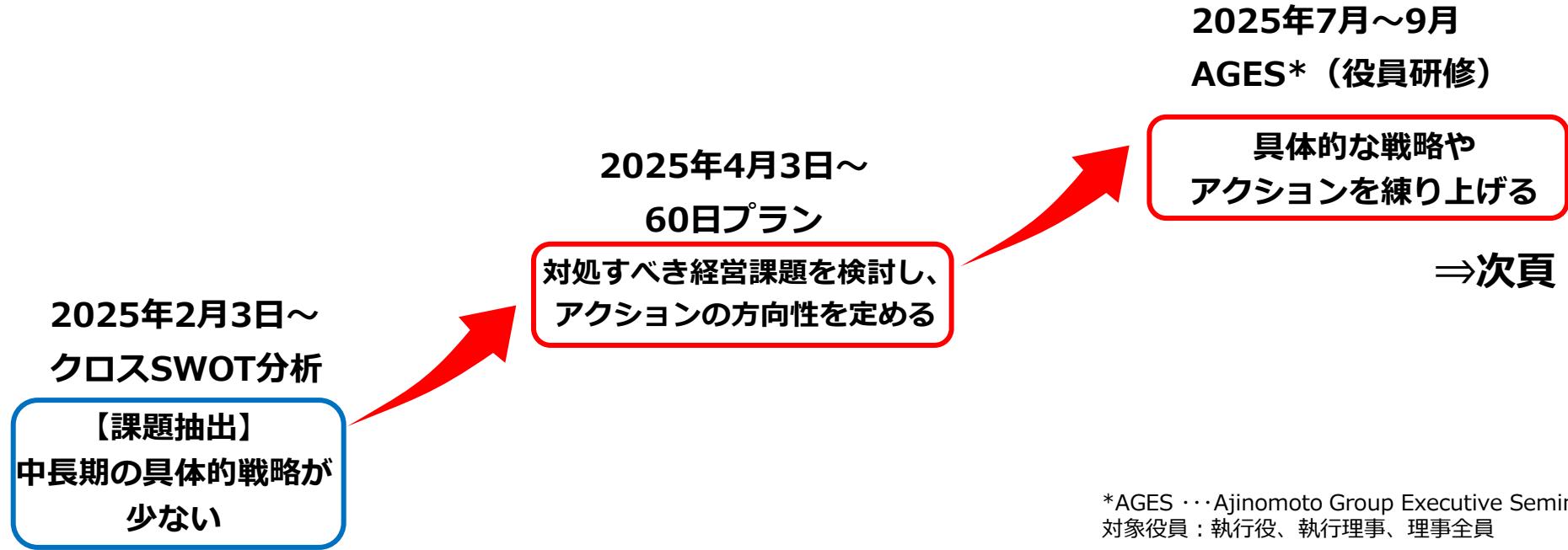
I 2026年3月期決算概要と2026年3月期業績予想

II 企業価値向上に向けた取組み



II - 1. 中村新体制 ASV経営の進化に向けた取組み進捗

味の素グループのさらなる成長とASV経営の進化に向け、取組みを推進。



*AGES … Ajinomoto Group Executive Seminar
対象役員：執行役、執行理事、理事全員

【さらなる成長とASV経営の進化に向けて】

2030ロードマップの達成

⇒食品事業の持続的成長 + ヘルスケア等事業の飛躍的成長

Post2030の構想

⇒イノベーションを創出し、新事業を創造し続ける会社に

II-2. AGES2025のテーマ①

海外法人も含めた部門横断の融合チームで、4つの重点成長領域（ヘルスケア、フード＆ウェルネス、ICT、グリーン）を起点に具体的な戦略やアクションについて議論。

AGES

AGES2025では、4つの重点成長領域を起点に具体的な戦略やアクションを練り上げた

ヘルスケア

フード&
ウェルネス

ICT

グリーン



今後

今後、3Cの切り口により議論をさらに深めていく

Continuity（継続する）：既存のケイパビリティ、事業・施策を維持・発展させる

Change（変える）：環境変化に対応し、変える。ビジネスモデルの変革など

Challenge（挑戦する）：ありたい姿とのギャップから達成に向けて挑戦する

新規事業への挑戦は持続的成長に向けた最重要課題。顧客ニーズを先読みし、連携を強化することで、製品開発・市場投入のスピードと成功確率を向上させていく

II-2. AGES2025のテーマ②

加えて、経営資源の最大化に向け、「コーポレートブランドの強化」、「グローバル経営体制の強化」、「データドリブン経営の強化」について議論。

コーポレート ブランドの強化

各国・各地域・事業領域の状況を踏まえ、ブランド資産をどう強化・活用し、事業を拡大・創造するかを検討

⇒ 全ステークホルダーに対するプランディングの役割分担、事業を通じたブランド価値向上、ブランドを通じた事業強化策等を議論

グローバル経営体制 の強化

グローバル経営を進化させ、グループ経営戦略の実行性を高めるための体制・仕組み・運用面を検討

⇒ グローバル・ローカルの責任・権限範囲、グローバルな人的資本経営に向けた戦略等を議論

データドリブン経営 の強化

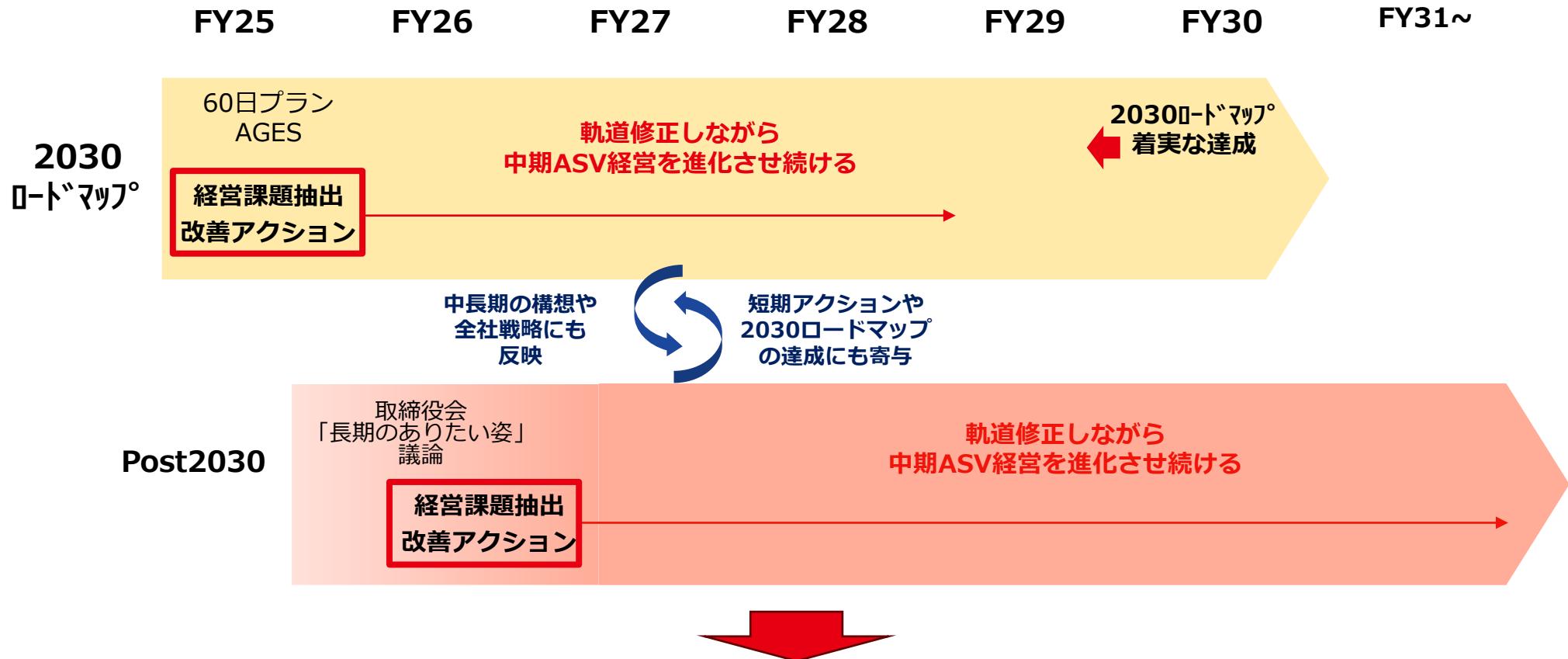
データ・情報にもとづく経営浸透のための環境整備、グローバルでのシナジー・スピードUPのためのナレッジシェア、AIの更なる活用を検討

⇒ データを活用した経営の高度化に向けた推進体制、AI活用による経営インテリジェンスの効率化・高度化、AI活用の実行計画等を議論

経営会議などの場で進捗を確認しながら、具体的な戦略・アクションを推進する

II -3. Post2030の構想

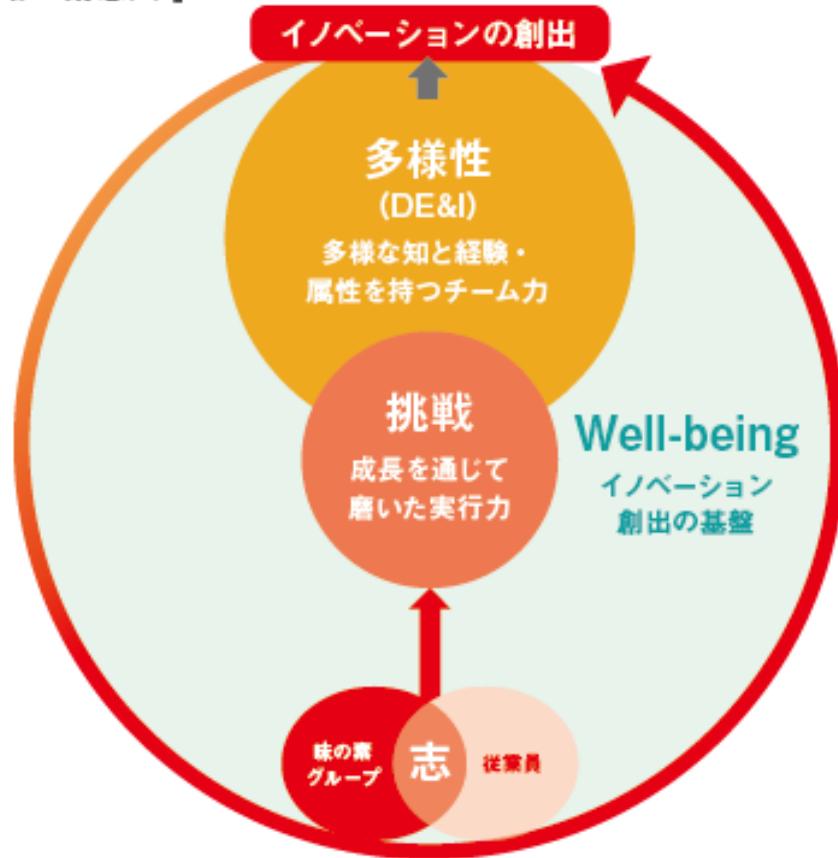
AGESのアウトプット等を材料に、今期中に取締役会で「長期のありたい姿」の議論を開始予定。
2030ロードマップとPost2030を連動させながらそれぞれに磨き、中期ASV経営を進化させ続ける。



II -4. 人財資産

人財は、価値創造とイノベーションの原動力。グローバルな事業成長を牽引する人財を創出しながら、グローバル融合し、真のグローバルカンパニーへと進化する。

[人財戦略の概念図]



グローバルな事業成長を
牽引する人財創出

ジェンダー・地域を
超えた更なる
ダイバーシティ推進
(海外勤務、主要ポジションへの登用)

事業部門・機能部門を
横断したキャリアパス

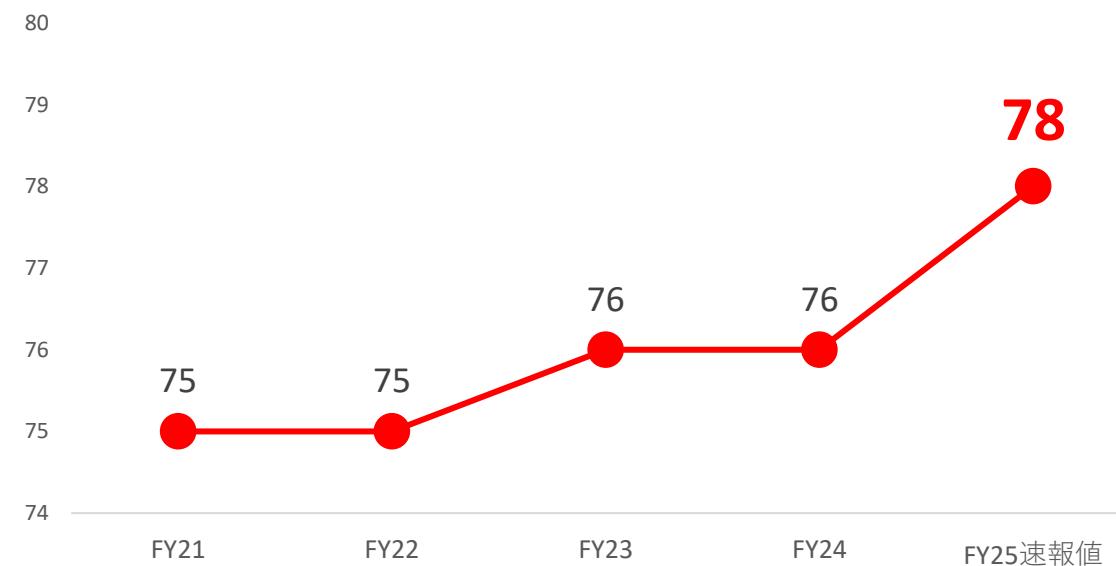
↓
真のグローバルカンパニーへ

II-4. 人財資産の取組み（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カテゴリー平均スコア）」は各カテゴリーで改善し、78と前年に対して2ポイント上昇。Our Philosophy共感推進活動を通じた「志への共感」カテゴリーを含めて、多くのカテゴリーでスコアが上昇。生産性向上（承認プロセスの課題）は前年に対して9ポイントの大幅改善も、依然として絶対値は低位で、さらなる改善に向けて取組みを推進していく。

	25年度 速報値	前年差
ASV実現プロセス	78	+2
志への共感	94	+1
顧客志向	91	+1
ASV自分ごと化	77	+1
チャレンジの奨励	85	+1
インクルージョンによる共創	80	+1
生産性向上 (承認プロセスの課題)	28	+9
イノベーション創出	87	0
社会・経済価値の創出	80	+1

ASV実現プロセススコア



【参考】 生産性向上（承認プロセスの課題）に関する設問
 「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」

CEOメッセージ

- ・ 不透明な環境の中でも変化を「ちゃんと」認識して機敏に対応し、FY25業績予想の着実な達成を目指す。
- ・ 2030ロードマップに対しては、たえず健全な危機感をもち、食品事業の持続的成长とヘルスケア等事業の飛躍的な成長で、前倒しの達成にチャレンジしていく。
- ・ さらに、「2030ロードマップ」の先の成長に向けては、ありたい姿の実現に向けた戦略を具体化し、新たなイノベーションを持続的に生み出すことでさらなる企業価値向上を図っていく。

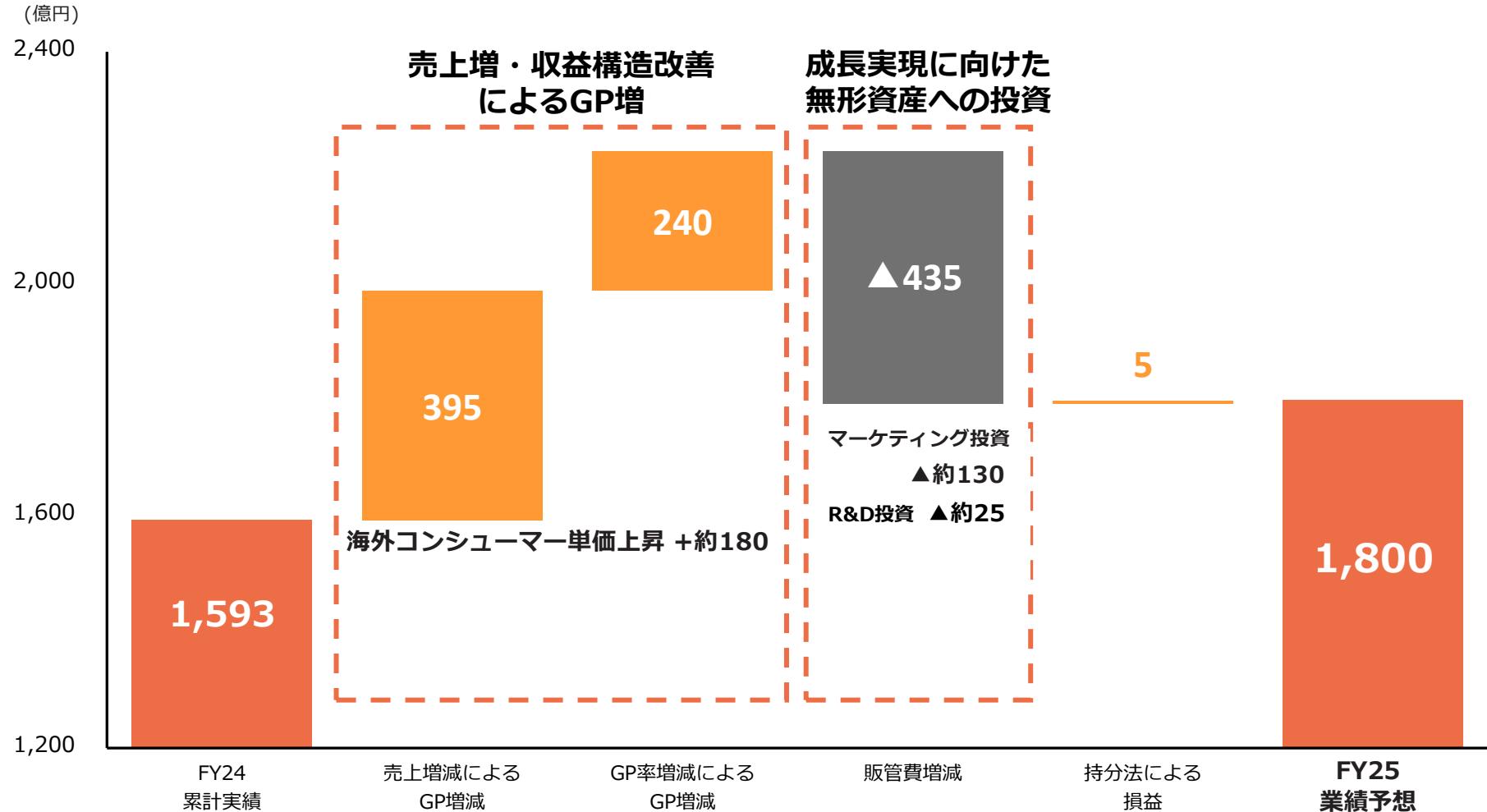
Eat Well, Live Well.



- 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。

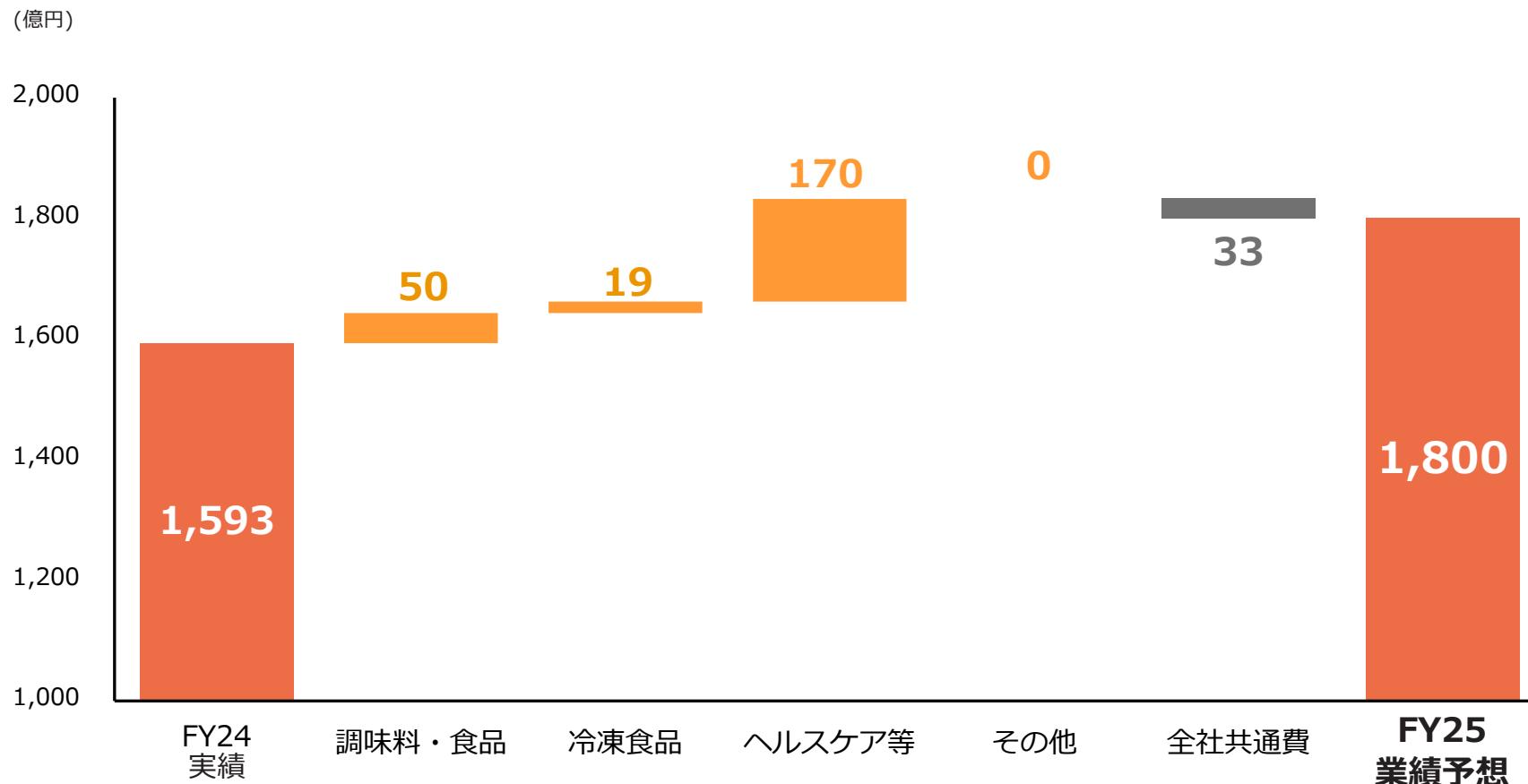


事業利益増減要因 (P&L要素別 FY25 業績予想)



事業利益増減要因（開示セグメント別 FY25業績予想）

FY25業績予想 対 FY24累計実績



各報告セグメントに帰属しない全社共通費は、従来、合理的な基準に基づき各報告セグメントに配分しておりましたが、各報告セグメントの業績をより適切に評価するため、FY25より各報告セグメントに配分しない方法に変更いたしました。各報告セグメントに帰属しない全社共通費は、主に親会社の管理部門にかかる費用です。

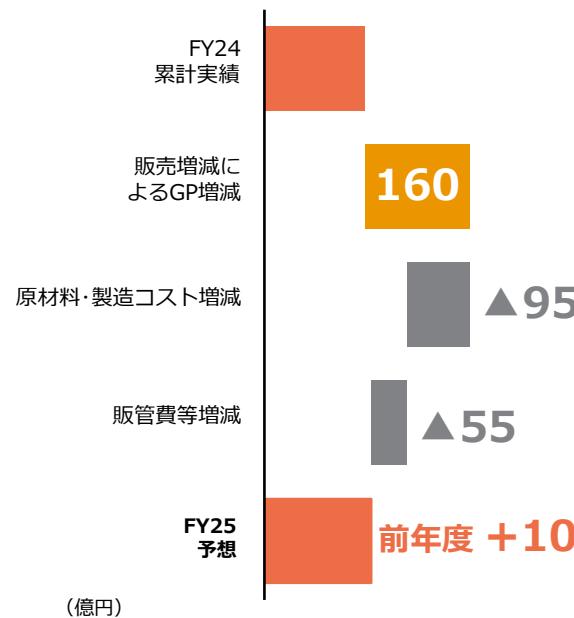
<調味料、栄養・加工食品> 売上分解と事業利益増減要因

国内・海外別のFY25業績予想の売上分解と事業利益増減要因（前年比較）

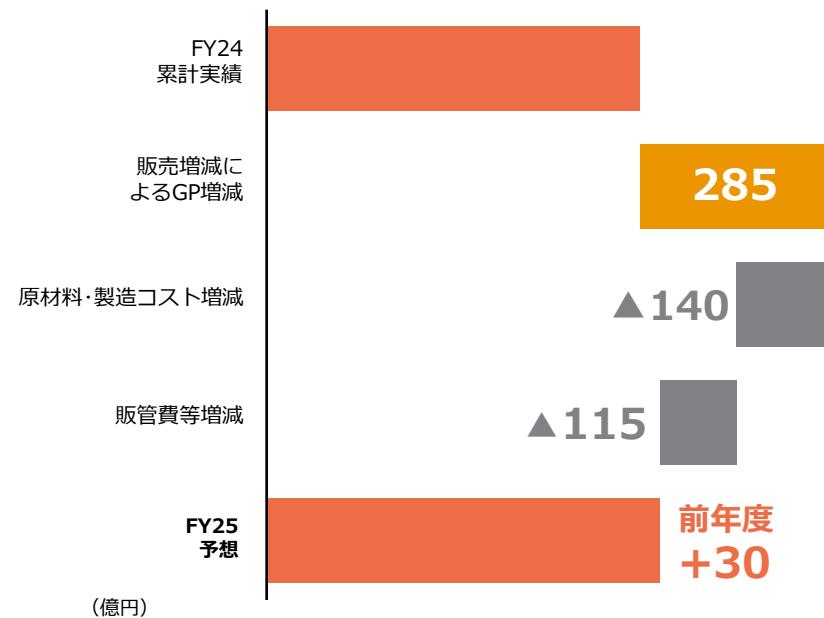
日本国内売上 107%
数量 98% 単価 109%

海外売上 109% (現地通貨ベース)
数量 106% 単価 103%

事業利益増減要因（日本国内）



事業利益増減要因（海外） ※現地通貨ベース



第2四半期（7-9月期）サマリー

売上高：前年並み

3,748億円

対前年実績：99.0%

除く為替影響：98.4%

事業利益：減益

395億円

対前年実績：90.2%

除く為替影響：89.0%

親会社の所有者に帰属する当期利益：
減益

190億円

対前年実績：72.5%

増減額：▲38億円

増減額：▲43億円

対前年増減内訳

単位：億円、▲は損サイド

	対2Q-FY24	FY25 2Qに影響した内容
売上高	▲38	
売上増減によるGP増減	▲15	アルテア社売却影響に加え、加工用うま味調味料や冷凍食品の減収によるGP減少
GP率変動によるGP増減	38	バイオファーマサービスや海外調味料のGP率向上等の貢献によるGP増加
販管費増減	▲64	人財投資の拡充や戦略的費用の投入により販管費増加
持分法による損益	▲2	
事業利益計	▲43	
その他営業収益・費用	▲32	
金融収益・費用	12	
親会社所属当期利益計	▲72	

損益計算書

単位：億円、▲は損サイド

	FY25-1H (A)	FY24-1H (B)	増減 (A) - (B)	前年比 (A) / (B)	除く為替 前年比 (A) / (B)	FY25 通期予想 (C)	進捗率 (A) / (C)
売上高	7,388	7,442	▲53	99%	100%	16,180	45%
事業利益	867	869	▲1	99%	100%	1,800	48%
その他の営業収益/営業費用net計	▲49	▲60	11	-	-	-	-
営業利益	818	808	9	101%	-	1,807	45%
金融収益/金融費用net計	▲17	▲26	9	-	-	-	-
税引前当期利益	800	781	19	102%	-	1,784	44%
法人所得税	▲233	▲223	▲10	-	-	-	-
当期利益	567	558	8	101%	-	1,308	43%
親会社の所有者に帰属する当期利益	512	502	10	102%	-	1,200	42%
非支配持分に帰属する当期利益	54	56	▲1	97%	-	108	50%

為替前提および為替感度

為替前提：対円

	FY25実績		FY25予想
	1Q	2Q	
USD	144.59	147.46	145.00
EUR	163.81	172.30	157.50
THB	4.37	4.56	4.55
BRL	25.53	27.07	25.00

為替感度　為替レート：対円

	FY25予想	事業利益への感度（換算時）
USD	145.00	1円円安 → 約+1.3億円
EUR	157.50	1円円安 → 約+0.8億円
THB	4.55	0.01円円安 → 約+1.1億円
BRL	25.00	1円円安 → 約+4.8億円

セグメント別の決算のポイント(1)

セグメント・エリア		(FY24-1H比)		FY25-1H 事業概況
調味料・食品	国内	売上	➡	コーヒーを除く調味料、栄養・加工食品は主に単価効果により増収 コーヒーは値上げによる単価成長により大幅増収。全体で増収
		事業利益	⬇	原料高騰に対応する値上げを遂行したコーヒーは大幅増益、 調味料やBtoBは生産コスト増加等により減益で、全体で減益
	海外 (除く為替影響)	売上	➡	調味料を中心としたBtoC事業は主に単価効果により増収 加工用うま味調味料は主に数量減により減収も、全体で増収
		事業利益	➡	堅調な調味料の事業利益率向上が、 加工用うま味調味料の減益等をカバーし、全体で増益
	国内	売上	⬇	25年3月の値上げ後の数量減少が影響し、減収
		事業利益	⬇	減収や、生産コストの上昇等により、減益
冷凍食品	海外 (除く為替影響)	売上	➡	アセアン・ラ米などで販売拡大も、北米は関税影響・主要アカウントの販促タイミング（一時的影響）により減収で、全体で前年並
		事業利益	⬇	北米の一時的要因と新規展開国での戦略的費用の投入等により全体で大幅減益

セグメント別の決算のポイント(2)

セグメント・エリア		(FY24-1H比) FY25-1H 事業概況			
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)	売上		AI向けサーバーの好調に加え、PCおよび汎用サーバー向けもABF®の販売増に貢献し、電子材料が大幅増収	
		事業利益		大幅増収により、大幅増益	
	医薬用・食品用 アミノ酸	売上		成長分野であるバイオ医薬品向けや培地用途のアミノ酸の伸びが成長を牽引し、全体で増収	
		事業利益		増収により、増益	
	バイオファーマ サービス (CDMO)	売上		低分子・遺伝子治療が好調も、前期の出荷集中の反動による中分子の減収とアルテア社売却影響により、全体で減収	
		事業利益		低分子・遺伝子治医療が増益、中分子は減益もアルテア社売却の構造改革効果と合わせて増益	
全社 (除く為替影響)		売上			
		事業利益			