

2019年11月6日

味の素株、2020年3月期第2四半期連結業績の概況 および減損損失の計上、通期連結業績予想の修正に関するお知らせ

味の素株式会社（社長：西井孝明 本社：東京都中央区）の2020年3月期第2四半期（2019年4月1日～2019年9月30日）連結業績の概況を、以下の通りお知らせします。

I. 2020年3月期第2四半期連結業績の概況

（単位：億円）※億円未満切捨て

	売上高	事業利益	親会社の所有者に 帰属する四半期利益
2020年3月期	5,387	480	70
2019年3月期	5,464	445	260
前年同期比	98.6%	107.8%	27.2%

(注) 1. 当社グループは、IFRSの適用にあたり、投資家、取締役会および経営会議が各事業の恒常的な業績や将来の見通しを把握すること、取締役会および経営会議が継続的に事業ポートフォリオを評価することを目的として、「事業利益」という段階利益を導入しています。当該「事業利益」は、「売上高」から「売上原価」、「販売費」、「研究開発費」および「一般管理費」を控除し、「持分法による損益」を加えたものであり、「その他の営業収益」および「その他の営業費用」を含まない段階利益です。

(注) 2. 前第1四半期連結会計期間より物流事業を非継続事業に分類し、非継続事業からの利益は要約四半期連結損益計算書上、継続事業と区分して、売上高、事業利益、税引前四半期利益は継続事業の金額を表示しています。当社は2019年4月1日にF-LINE株式会社（旧味の素物流株式会社）に対する支配を喪失し、第1四半期連結会計期間よりF-LINE株式会社は当社の持分法適用関連会社となりました。当第2四半期連結累計期間において、支配の喪失に係る損益は非継続事業に含め、持分法による損益は継続事業に含めています。

当第2四半期連結累計期間の売上高は、動物栄養が大幅な減収となったこと等により、前年同期を77億円下回る5,387億円（前年同期比98.6%）となりました。事業利益は、動物栄養が大幅減収に伴い大幅減益となったことに加え、持分法による損益にプロマシールド・ホールディングス社（以下、「PH社」）の商標権に係る減損損失を計上したものの、加工用うま味調味料、冷凍食品（海外）および冷凍食品（日本）が大幅増益となったこと等により、前年同期を34億円上回る480億円（前年同期比107.8%）となりました。

営業利益は、その他の営業費用に動物栄養事業の製造設備、PH社に係る持分法で会計処理されている投資およびベーカリー事業の製造設備に係る減損損失を計上したこと等により、前年同期を225億円下回る211億円（前年同期比48.5%）となりました。

親会社の所有者に帰属する四半期利益は、前年同期を189億円下回る70億円（前年同期比27.2%）となりました。

また、上記の減損損失や当第2四半期連結累計期間における直近の業績の進捗を踏まえ、2019年5月10日に公表した業績予想を修正しました。

売上高は、主に動物栄養がアフリカ豚コレラ拡大の影響で大幅に計画を下回っていることから、当初予想から325億円引き下げ1兆1,385億円としました。修正予想に対する売上高の進捗率は47.3%です。

事業利益は、販売単価の上昇等により加工用うま味調味料が当初予想を上回るものの、動物栄養の収益性の悪化やPH社の商標権に係る減損損失の計上等により、当初予想から90億円引き下げ880億円としました。修正予想に対する事業利益の進捗率は、54.6%です。

親会社の所有者に帰属する当期利益についても、事業利益の修正および減損損失計上の影響等を踏まえ、当初予想から320億円引き下げ180億円としました。修正予想に親会社の所有者に帰属する四半期利益に対する進捗率は、39.4%です。

なお詳細につきましては、次項Ⅱ「減損損失の計上、および2020年3月期通期連結業績予想の修正について」をご参照ください。

セグメント別の業績は次の通りです。

(単位：億円) ※億円未満切捨て

対前年実績	売上高	前年同期増減	前年同期比	事業利益	前年同期増減	前年同期比
日本食品	1,801	△7	99.6%	147	23	118.7%
海外食品	2,314	△19	99.2%	253	27	112.3%
ライフサポート	474	△69	87.2%	25	△23	52.2%
ヘルスケア	661	11	101.8%	45	7	119.3%
その他	135	7	105.7%	8	△0	98.6%
合計	5,387	△77	98.6%	480	34	107.8%

業績予想に対する進捗	売上高			事業利益		
	第142期 第2四半期	今回修正 通期予想	進捗率	第142期 第2四半期	今回修正 通期予想	進捗率
日本食品	1,801	3,812	47.3%	147	286	51.6%
海外食品	2,314	4,840	47.8%	253	453	56.0%
ライフサポート	474	942	50.3%	25	21	122.1%
ヘルスケア	661	1,507	43.9%	45	130	35.3%
その他	135	284	47.7%	8	△10	—
合計	5,387	11,385	47.3%	480	880	54.6%

(注) 国内外の食品加工業向け「アクティバ®」類および天然系調味料は、日本食品セグメントに区分されています。また、国内外の食品加工業向けうま味調味料「味の素®」、核酸および甘味料は、海外食品セグメントに区分されています。

日本食品セグメントの売上高は、コーヒー類および業務用の調味料・加工食品(日本)が減収となったため、前年同期を7億円下回る1,801億円(前年同期比99.6%)となりました。事業利益は、冷凍食品(日本)およびコーヒー類が大幅な増益となったことから、前年同期を23億円上回る147億円(前年同期比118.7%)となりました。

＜売上高の主要な変動要因＞

- ・調味料・加工食品(日本)は、家庭用は増収も、業務用はベーカリー事業等が前年を下回り、全体で前年並み。
- ・冷凍食品(日本)は、家庭用は、「ギョーザ」シリーズや米飯の好調継続により増収。業務用は、デザート、餃子等の主力カテゴリーの販売が拡大するも、一部製品が前年の販促影響等を受け、減収。全体で前年並み。
- ・コーヒー類は、スティックコーヒーやインスタントコーヒーは増収も、パーソナルサイズリキッドコーヒーの事業縮小により減収。

＜事業利益の主要な変動要因＞

- ・調味料・加工食品(日本)は、売上前年並みも、諸費用およびモア・ザン・グルメ・ホールディングス社の取得関連費用により減益。
- ・冷凍食品(日本)は、主に家庭用の増収や業務用の値上げ効果および生産性改善等により大幅増益。
- ・コーヒー類は、全体で減収も、主力製品の増収や原価低減およびマーケティング費用の効率的使用等により大幅増益。

海外食品セグメントの売上高は、加工用うま味調味料が増収となったものの、調味料・加工食品(海外)および冷凍食品(海外)が減収となったことにより、前年同期を19億円下回る2,314億円(前年同期比99.2%)となりました。事業利益は、調味料・加工食品(海外)は減益となるも、加工用うま味調味料および冷凍食品(海外)が大幅な増益となったことにより、前年同期を27億円上回る253億円(前年同期比112.3%)となりました。

＜売上高の主要な変動要因＞

- ・調味料・加工食品(海外)は、ベトナムでの流通在庫影響や換算為替影響あるも、その他法人の販売数量増や値上げ効果等により前年並み。

- ・冷凍食品（海外）は、北米、欧州におけるアジア製品の継続拡大も、換算為替影響やアモイ・フード社売却影響により減収。
- ・加工用うま味調味料は、主に海外における販売単価上昇により増収。

＜事業利益の主要な変動要因＞

- ・調味料・加工食品（海外）は、前年の値上げ効果等あるも、PH社の減損損失により減益。
- ・冷凍食品（海外）は、米国における前年の値上げ効果および生産性改善等により大幅増益。
- ・加工用うま味調味料は、増収およびコストダウンにより大幅増益。

ライフサポートセグメントの売上高は、化成品が増収となったものの、動物栄養が大幅な減収となったことにより、前年同期を69億円下回る474億円（前年同期比87.2%）となりました。事業利益は、動物栄養が大幅な減収に伴い大幅な減益となったことから、前年同期を23億円下回る25億円（前年同期比52.2%）となりました。

＜売上高の主要な変動要因＞

- ・動物栄養は、アフリカ豚コレラの世界的拡大による需要減少および販売単価の下落により大幅減収。
- ・化成品は、主に電子材料の販売好調により増収。

＜事業利益の主要な変動要因＞

- ・動物栄養は、大幅減収に伴い大幅減益。
- ・化成品は、増収に伴い増益。

ヘルスケアセグメントの売上高は、健康基盤食品や香粧品素材が減収となったものの、医薬用・食品用アミノ酸が大幅な増収となったことにより、前年同期を11億円上回る661億円（前年同期比101.8%）となりました。事業利益は、医薬用・食品用アミノ酸が大幅な増益となったことから、前年同期を7億円上回る45億円（前年同期比119.3%）となりました。

＜売上高の主要な変動要因＞

- ・アミノ酸は、主に医薬用・食品用アミノ酸の販売拡大により増収。
- ・その他は、主に健康基盤食品や香粧品素材が前年を下回り減収。

＜事業利益の主要な変動要因＞

- ・アミノ酸は、製薬カスタムサービスは減益も、医薬用・食品用アミノ酸は増収に伴い大幅増益。全体で大幅増益。
- ・その他は、減収となるも、前年並み。

その他の事業の売上高は、主にサービス関連事業が前年を上回り、前年同期を7億円上回る135億円（前年同期比105.7%）となりました。事業利益は、前年同期並みの8億円（前年同期比98.6%）となりました。

II. 減損損失の計上、および2020年3月期通期連結業績予想の修正について

当社は、2020年3月期第2四半期連結会計期間（2019年7月1日～2019年9月30日）において、下記のとおり減損損失および持分法で会計処理されている投資に係る減損損失を計上しましたので、お知らせします。また、これに伴い、2019年5月10日に公表した2020年3月期（2019年4月1日～2020年3月31日）の通期連結業績予想を下記のとおり修正しましたのでお知らせします。

1. 減損損失の計上

（単位：億円）※億円未満切捨て

各段階利益影響	事業利益	税引前 四半期利益	親会社の所有者 に帰属する 当期利益
(1) 動物栄養事業の製造設備に係る減損損失	—	149	117
(2) 持分法で会計処理されているプロマシードール・ホールディングス社（以下、PH社）に対する投資に係る減損損失（33.33%出資相当）	—	42	42
(3) PH社商標権に係る減損損失（33.33%出資相当）	38	38	38
(4) ペーカリー事業の製造設備に係る減損損失	—	38	29
合計	38	269	228

(1) 動物栄養事業

ライフサポートセグメントの欧州における動物栄養事業の製造設備について、アフリカ豚コレラの世界的な拡大による需要減少およびこれに起因した販売単価の下落により、動物栄養事業の収益性が急速に悪化しており、また同事業の早期回復が困難であることが見込まれるため、将来の回収可能性を検討した結果、現時点において投資額の回収の可能性が見込めないことから、減損損失を計上しました。

(2) PH社事業

海外食品セグメントのアフリカにおけるPH社事業について、主として、アルジェリア国における乳製品事業の収益性が、乳原料のコスト上昇と国内経済の停滞に起因して急速に悪化しており、また同事業の早期回復が困難であることが見込まれるため、将来の回収可能性を検討した結果、現時点において投資額の回収の可能性が見込めないことから、PH社に対する投資に係る減損損失およびPH社商標権に係る減損損失を計上しました。

(3) ベーカリー事業

日本食品セグメントのベーカリー事業の製造設備について、競合他社との競争激化等による収益性の低下により同事業の早期回復が困難であることが見込まれるため、将来の回収可能性を検討した結果、現時点において投資額の回収の可能性が見込めないことから、減損損失を計上しました。

1. 通期連結業績予想数値の修正（2019年4月1日～2020年3月31日）

（単位：億円）※億円未満切捨て

	売上高	事業利益	親会社の所有者に帰属する当期利益	基本的1株当たり当期利益(円)
期初発表予想（A）	11,710	970	500	91.30
今回発表予想（B）	11,385	880	180	32.84
増減額（B-A）	△325	△90	△320	—
増減率（%）	△2.8%	△9.3%	△64.0%	—
（ご参考） 前期実績（2019年3月期）	11,274	926	296	53.62

2. 修正の理由

2019年5月10日公表の業績予想に対して、売上高、事業利益、親会社の所有者に帰属する当期利益を修正しました。

ライフサポートセグメントの動物栄養において、アフリカ豚コレラの世界的な拡大による需要減少および販売単価の下落に伴う収益性の悪化により、同セグメントの売上高および事業利益は前回予想を下回る見通しです。加えて、海外食品セグメントにおいて、販売単価の上昇等により加工用うま味調味料が当初予想を上回るものの、調味料・加工食品（海外）で、当第2四半期連結会計期間に持分法を適用しているPH社の商標権に係る減損損失を計上したことや、ベトナムでの流通在庫影響による減収等により、同セグメントの売上高および事業利益は前回予想を下回る見通しです。

親会社の所有者に帰属する当期利益の修正は、事業利益が前回予想を下回ることに加え、当第2四半期連結会計期間に上記の減損損失を計上したことや、当社グループで現在推進しているアセットライト化施策の一部前倒し等により、前回予想を下回る見通しです。

これらの結果、売上高、各段階利益ともに前回予想を下回る見通しとなりました。

業績予想の前提となる為替レートについては、1ドル＝107.00円で設定しています。

（注）上記業績予想は、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しています。実際の業績は、今後様々な要因やリスクによって上記予想とは異なる結果となる可能性があります。

味の素グループは、食とアミノ酸の分野で、先端バイオ・ファイン技術が先導する、確かなグローバル・スペシャリティカンパニーを目指しています。

私たちは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートメッセージに、アミノ酸が持つ可能性を科学的に追求することで、事業を通じて世界中の人々のウェルネスに貢献し、地域や社会とともに価値を創出することで、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2018年度の売上高は1兆1,274億円。世界35の国・地域を拠点に置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります（2019年現在）。詳しくは、www.ajinomoto.comをご覧ください。