

■社長プレゼンテーション資料 開示数値の前提

スライドNo.		2019年度見込	売上高成長率	2020～2022年度 アセットライト化影響	2020～2022年度 全社事業リスク															
本編																				
7	<p>20-22年見込 23-25年見込 2020年目標</p> <p>ROIC (9%) FY19 FY22 FY25 9% 12% 17% → 6%</p> <p>有機成長率 (2%) FY19 FY22 FY25 2% 4% 5% → 5%</p> <p>売上高売上高比率 FY19 FY22 FY25 65% 70% 80% → 80%~</p> <p>営業利益率 (営業利益/売上高) FY19 FY22 FY25 55% 70% 80% → 85%~</p> <p>平均ROIC (営業利益/平均ROIC) FY19 FY22 FY25 2.5% 3% 3%</p>	直近の見込	2020～2022年度 前年比≒CAGR 2023～2025年度 前年比≒CAGR	含む	含む															
17	<p>ROIC WACC</p> <p>9% 12% 17% → 6%</p> <p>-0% 1% 5% → 5%</p> <p>-0% 10% 12% → 8%</p>	直近の見込		含む	含む															
18	<p>ROIC WACC</p> <p>9% 10-11%</p>	直近の見込		含む	含む															
19	<p>有機成長率の伸び</p> <p>4% 5% → 5%</p>	直近の見込	2020～2022年度 前年比≒CAGR 2023～2025年度 前年比≒CAGR	含む	含む															
参考資料																				
36-38	<p>事業戦略: 調味料・食品</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2019年度見込</th> <th>22年度計画</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上高 (億円)</td> <td>6,545</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>オーガニック売上高成長率</td> <td>1%</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>事業利益率</td> <td>11%</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>		2019年度見込	22年度計画	売上高 (億円)	6,545	-	オーガニック売上高成長率	1%	5%	事業利益率	11%	12%	2019年度中間決算時 修正予想	2020～2022年度 CAGR	含まない	含まない			
	2019年度見込	22年度計画																		
売上高 (億円)	6,545	-																		
オーガニック売上高成長率	1%	5%																		
事業利益率	11%	12%																		
41	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>売上高成長率 (FY2022-CAGR)</th> <th>BP率 (FY22)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本</td> <td>2%</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>アジア</td> <td>4%</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>米州</td> <td>5%</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>欧州、中東および アフリカ</td> <td>-5%</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>		売上高成長率 (FY2022-CAGR)	BP率 (FY22)	日本	2%	9%	アジア	4%	15%	米州	5%	8%	欧州、中東および アフリカ	-5%	9%	2019年度中間決算時 修正予想	2020～2022年度 CAGR	含む	含む
	売上高成長率 (FY2022-CAGR)	BP率 (FY22)																		
日本	2%	9%																		
アジア	4%	15%																		
米州	5%	8%																		
欧州、中東および アフリカ	-5%	9%																		