

2023年9月27日

～"Amna qi parbo!" 「私たちならできる！」～
成長著しい新興国の現場から「Bangladesh味の素社」

当社の食品事業の最前線であるアジア市場の中で、成長が著しいBangladeshの現場をご紹介します。

Bangladeshは2003年度より、シンガポール味の素社から市場開拓を始め、2011年にBangladesh味の素社を設立いたしました。同国でうま味調味料の販売を中心に事業強化を推進し、着実に成長を遂げ、黒字化にも成功しております。

Bangladesh味の素社では、ローカル市場への販売活動に加え、外食店・加工用（食品メーカー等）、一般生活者の方への訪問販売も行っており、多様な販売チャネルから当社品を届けております。

また、その他の取組として、郊外に出向き、新しいお客様に対して、うま味の教育活動を行っております。

Bangladesh味の素社では、"Amna qi parbo!"（ベンガル語）：「私たちならできる！」を合言葉に、積極的に新しい施策を展開しております。是非、現場の様子をご覧ください。

【↓画像をクリックするとリンク先動画に移ります】



味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2022年度の売上高は1兆3,591億円。世界36の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2023年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関するお問い合わせ先：investor_relations@asv.ajinomoto.com