

# IR DAY

食品事業本部

調味料・食品セグメント

# 1. 「おいしい減塩」計画 (1) 日本

## ポジティブな減塩訴求をスタート

～「減らしましょう」から、「おいしいから減塩」「おいしくて減塩」へ～

### (1) 「味の素」による減塩訴求

- 行政・流通・メディアと連携した地域エコシステムの構築
- ⇒岩手県減塩モデルの拡大



- 店頭での訴求、啓発の強化
- ⇒若年単身、シニア単身層の購入量の更なる増加



### (2) 減塩製品の提供

- 「おいしい減塩」マーク製品拡売



- 減塩製品開発の加速
- ⇒減塩技術、ANPSの活用



ANPS: Ajinomoto Nutrition Profile System-Products

### (3) 減塩コンテンツ・メニューのデジタル展開強化



上：人気プロガーとタイアップした「味の素」メニュー展開  
右：「おいしい減塩」メニューをSNS配信



# 1. 「おいしい減塩」計画 (2) 海外

## (1)「AJI-NO-MOTO」による減塩訴求

## (2) 減塩製品の提供

行政・流通・メディアと連携した地域エコシステムの構築:マレーシア味の素社

◆「老人ホーム」への「うま味による減塩メニュー」提供 (大学との連携)

2016年:「うま味による減塩メニュー」提案活動開始。

2020年上期: **現地の大学とも連携開始。**

減塩メニューレシピ・規模を拡充。

5つの老人ホーム(約300名)へ提供予定。



(現地メディアへの掲載記事)

(栄養バランスメニューの料理本)

海外での減塩製品展開



## 2. 地域内連携による課題解決（1）日本

行政や生産者、流通業、メディア等、**地域内関係者との協働**  
 ⇒**地域の食と健康の課題解決**を推進

### (1) 「勝ち飯」

- 39都道府県での行政連携  
 ⇒地元食材を活用した健康増進施策の更なる拡大。



- 店頭、オウンドメディアでの訴求



### (2) 九州力作野菜・果物

- 地域内連携によるエコシステム構築  
 ⇒ 農家、流通業等約60社が連携。九州事業所の副産物を活用し、高付加価値野菜を生産。  
 ⇒「第3回ジャパンSDG'sアワード」内閣官房長官賞受賞。

「九州力作野菜®」「九州力作果物®」プロジェクトによるメリット	
副生バイオマスの有効活用	
九州事業所 ・重油使用ゼロ化によるコストダウンと二酸化炭素排出低減	
生産	<b>堆肥製造業者</b> ・安価な副生バイオマスを混合し、高品質な堆肥として耕種農家に提供 <b>耕種農家</b> ・高品質な堆肥を活用による高品質農作物の栽培・安定した販路（九州イオングループ218店舗）確保による所得増
流通	<b>卸業者</b> ・高品質な農作物の取り扱い
販売	<b>イオン九州圏</b> ・高付加価値化された農作物のブランド化販売による競合他社との差別化

### (3) 「ラブベジ」

- 24都道府県での行政連携  
 ⇒行政、農家、流通、メディア、料理家との連携拡大。

「ラブベジ®」で楽しく食育！～幼児教育とのお取組～



## 2. 地域内連携による課題解決（2）海外

日本の「勝ち飯」モデルを参考にし、海外版「Kachimeshi」を海外6か国で展開⇒更なる拡大

### タイ



タイ女子バレーボールチーム向け  
「Kachimeshi」弁当



### インドネシア



当社のスタッフが  
競泳代表のシマン選手へ  
「Kachimeshi」弁当をお届け



### マレーシア



ナショナルスポーツスクールの食堂に  
「Kachimeshi」メニュー導入



### ブラジル



ブラジルオリンピック委員会と  
契約、代表選手をサポート

### フィリピン



空手の月井選手をサポート

### シンガポール



水泳代表チームをサポート

### 3. プレミアム商品の拡充

生活者の未自覚・未充足ウォンツを明確化⇒対応するプレミアム製品開発を加速

#### 日本

##### 「クノールスープグランデ」



レンジ加熱できる  
容器で「簡便性」  
「携帯性」「自在性」  
「保存性」に優れる

1食あたり 350円  
eg.「カップスープ」  
同70円  
**×5.0倍**

##### スチーマー (1都9県・通販 サイトで販売)



当社独自開発の  
圧力スチーム調理  
パウチ、お肉を柔らかくする  
独自技術・  
素材を活用

1食あたり 300円  
eg.「Cook Do」  
同200円  
**×1.5倍**

##### 具たっぷり味噌汁



当社独自開発の  
素材、製法を活用し、  
豊かな風味としっかり  
した食べ応え

1食あたり 140円  
eg. 市場平均  
同100円  
**×1.4倍**

##### 「クノール贅沢野菜」 北海道スイートコーン (自社通販専用品種)



北海道産スーパー  
スイートコーン100%  
使用。通常品の2倍  
のスイートコーン使用  
で濃厚な味わい

1食あたり 180円  
eg.「カップスープ」  
同70円  
**×2.6倍**

#### タイ

##### 「YumYum」 Sood Ded



もちもちとした食感の  
太麺とエビの頭から  
とったスープを使った  
プレミアム製品

1食あたり 10パーツ  
eg.当社レギュラー品  
同6パーツ  
**×1.7倍**

# 4. 提供価値拡大モデル

提供価値  
/ 単価





Food Products Biz



&



Amino Science Biz

Common objectives  
Shared office space

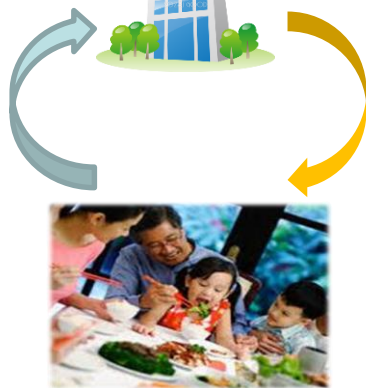
# “One Floor , One Team”

## Cognitive health risk analysis

アミノ酸を知る。今のからだを知る。  
**aminoindex**  
アミノインデックス。



“mobile appli”



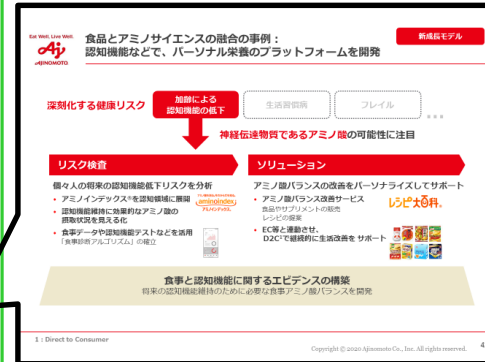
## Health solution

personal nutrition/life improvement  
・ amino acids balance improvement



**AJINOMOTO.ダイレクト** :direct marketing  
**e-commerce**  
**AJINOMOTO.Park**  
**レシピ大百科**

- ・ food/supplement
- ・ information : meal/recipe



B2B in ASD  
Biz models



B2B in FPD  
Biz models



Improve relationship  
with B2B clients



**AJINOMOTO.ダイレクト**

**e-commerce**

links



meal/recipe  
proposal  
Japan/China/  
SE Asia

New e-com  
New Biz model

**e-commerce sales**※

**FY2019⇒FY2022**

around

**3** times

※Domestic+  
Cross-border ec



# IR DAY

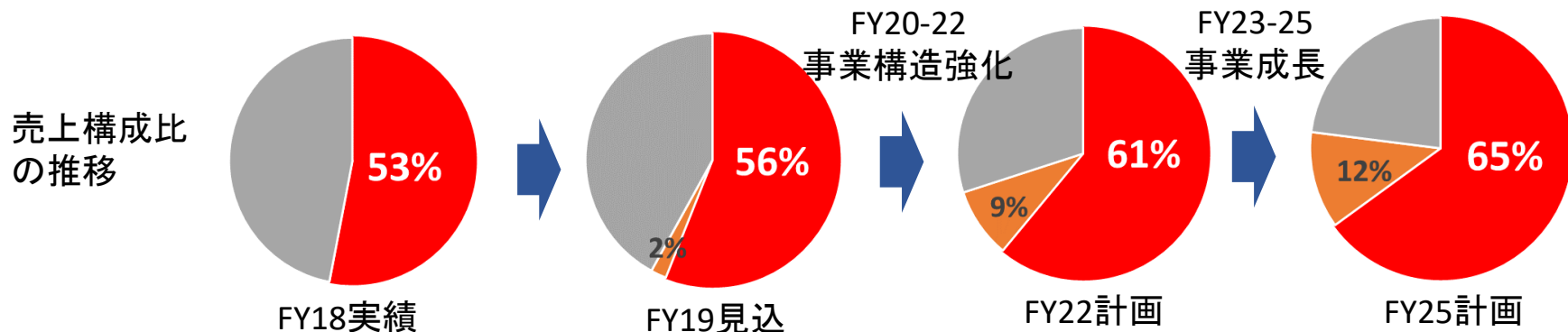
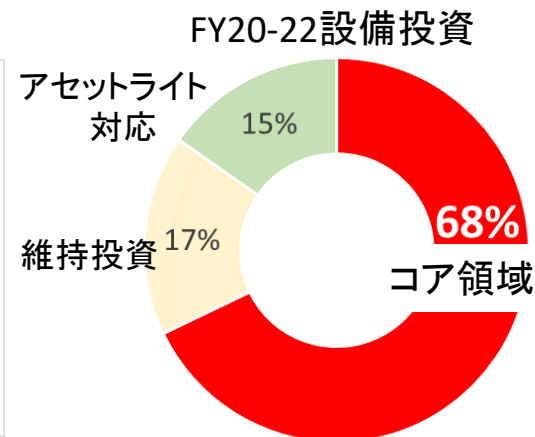
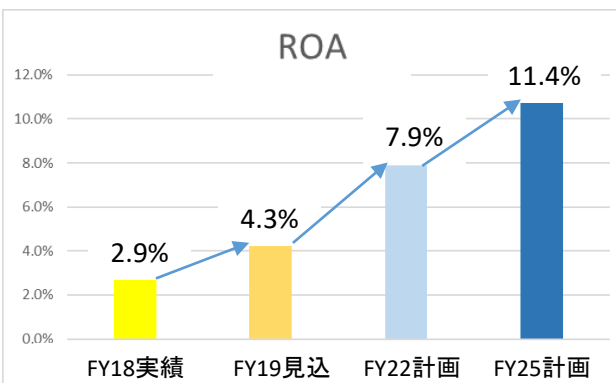
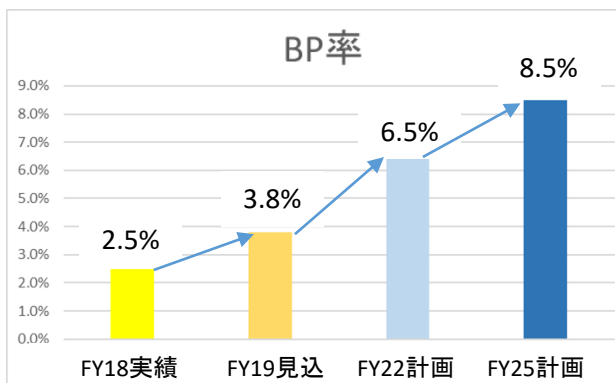
食品事業本部

冷凍食品セグメント

# 冷凍食品事業 FY18実績、FY19見込とFY22・FY25計画

1. FY18→FY19は、BP率・ROAともに改善。FY20-22中計においては、**コア領域拡大と付加価値製品（健康課題解決等）の強化による単価アップを図り、事業構造強化**を実現する。FY23以降は、構造強化を継続するとともに、事業の成長を図る（FY25計画でのBP率8.5%、ROA11.4%）。
2. グローバルな生産再編を行い、45億円の固定資産削減（**アセットライト**）を行う（19→15工場）。さらにグローバル全体の設備投資の68%をコア領域の事業成長に集中的に投資。

※コア領域 海外：アジア、デザート 日本：餃子・焼売・米飯・デザート



# FY20-22における構造改革の取組み

## 【海外市場】

### 1. 事業構造強化

- 1) アジアン領域は徹底強化し、市場を上回る成長を実現する。
- 2) アペタイザー領域は、メキシカンやイタリアン等の収益性の低い商品を縮小し、高単価商品にシフトする。

### 2. アセットライト推進と成長投資

- 1) 工場統廃合により工場稼働率向上を図り、資産効率を改善。
- 2) アジアン領域は、積極的に成長投資を行う。

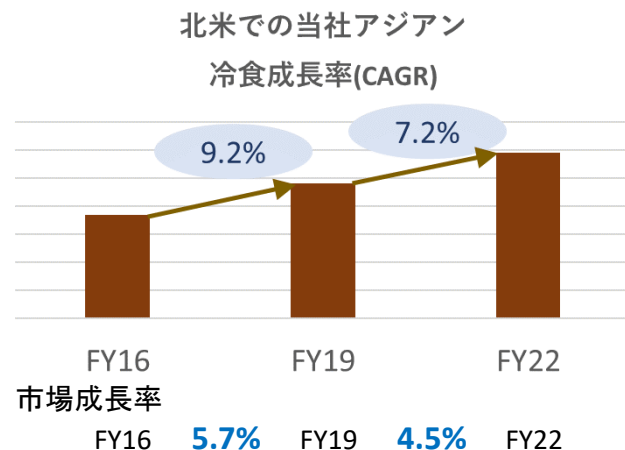
## 【日本市場】

### 1. 事業構造強化

- 1) リテールはコア領域を中心に市場を上回る成長を実現する。同時に健康課題解決型製品の強化を図る。
- 2) フードサービスは不採算品の終売・縮小により売上は落とす。コア領域拡大、オペレーション課題解決型製品の継続強化、OEM活用により、事業構造改革を図る。

### 2. アセットライト推進

日本向け製品を製造するタイ・中国の生産体制再編。



### 健康課題解決型製品



3大アレルゲン不使用  
から揚げ



減塩の五目炒飯

### オペレーション課題解決型製品



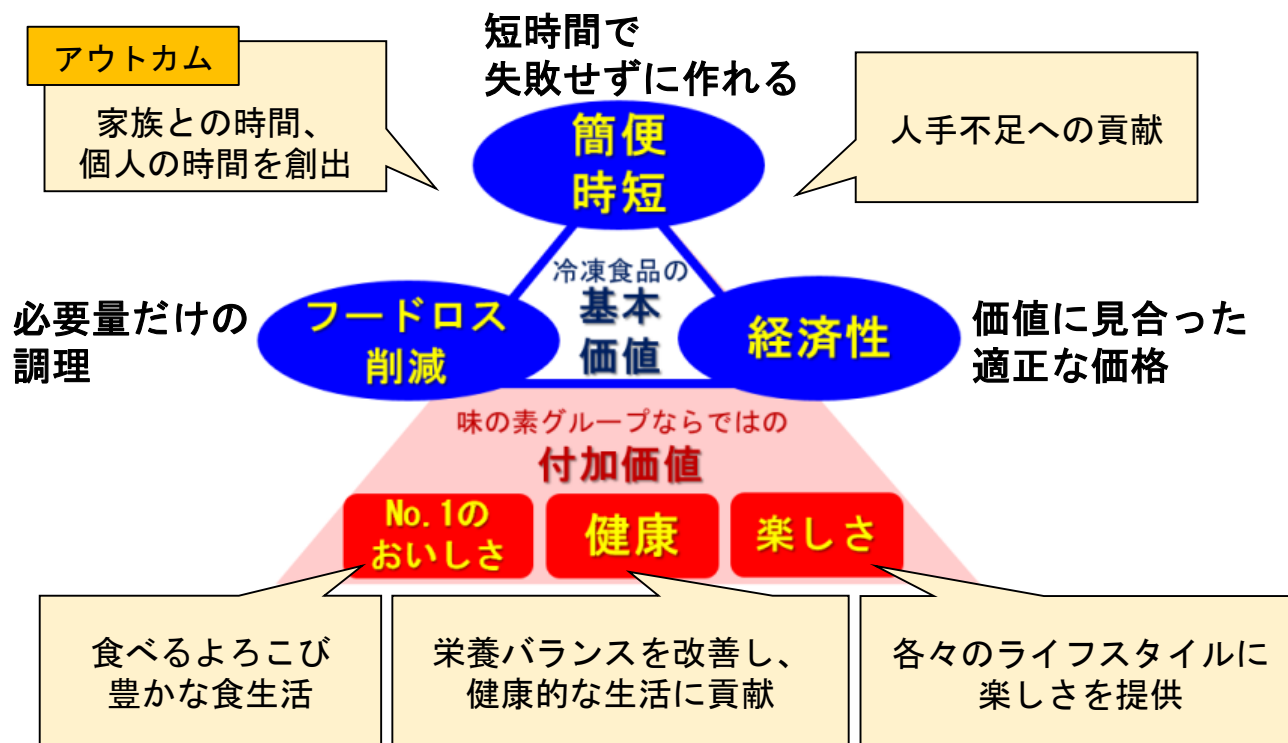
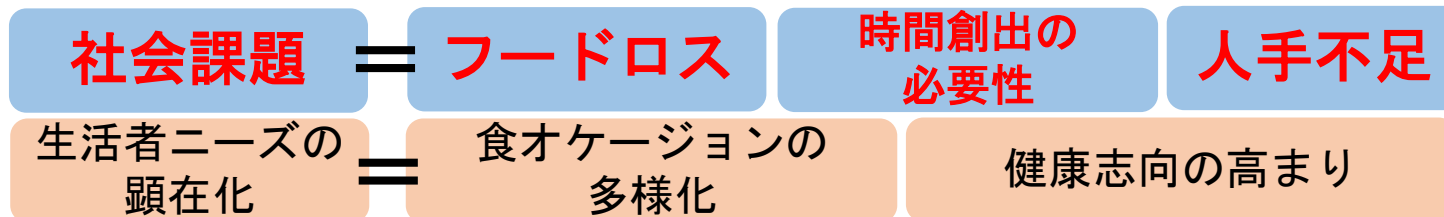
カット済みケーキ



ジャー保存耐性米飯

# 基本戦略 ASV

冷凍食品の基本価値と味の素グループならではの付加価値を通じ、社会課題解決や生活者ニーズの顕在化への対応を強化。ASVを推進する



**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。