

生活者のライフスタイルの変化に対する迅速な提案

アプローチ

味の素グループは、栄養とおいしさの両立を追求しながら、からだだけでなくこころも満たす健康づくりを目指してきました。誰もが簡単に調理でき、忙しい中でも料理を楽しめる「スマートな調理」による生活時間の創出で、多様なライフスタイルを支えるとともに、製品を通じて共に食べる楽しさ、喜びを提供しています。また、健康価値を高めた製品やEコマース等の活用によって、栄養だけでなく安らぎも得られるパーソナルな食品や食体験を提供します。さらに、クリーンラベル(わかりやすい成分表示やシンプルな原材料を使用した製品)の動きやビーガン(植物性食品のみを食べるスタイル)等、生活者の価値観の多様化に応えるために、今後様々なソリューションの拡充を目指します。

具体例

- ・ 公正なマーケティングと広告
- ・ 製品の入手可能性／容易性
- ・ 価値観の多様化への対応(スマートな調理・食の楽しさ等)
- ・ 孤食化・個食化

関連する機会とリスク(○機会/●リスク)

- 共に食べる楽しさ・喜びの提供による企業レピュテーションの向上
- デジタル活用等による新しい価値の創造
- 生活者のライフスタイルの変化、価値観の多様化への対応遅れによる成長機会の損失
- 生活者のライフスタイルの変化による既存事業への影響(調理時間の短縮、調理技術の低下、食品流通の変化)

味の素グループの主要な取り組み

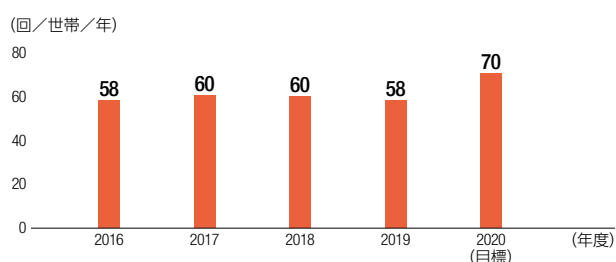
- ・ 食を通じた人と人のつながり・コミュニティの創出
- ・ ビッグデータ・生活者データの活用によるマーケティングの高度化
- ・ スマールマス(都市化等)への対応強化
- ・ 製品・サービス・情報のお客様への適切な届け方の実践
- ・ スマートな調理等、簡便ニーズに対応した製品・サービスの拡充

貢献するSDGsのゴール



17-19中計KPI

味の素グループ製品による共食の場への貢献回数 (日本・Five Stars)



味の素グループ製品を通じて創出される時間 (日本)

