

HISTORY_1

味の素グループの成長の軌跡

味の素グループは、1909年の創業以来、様々な困難を乗り越えながら開拓者精神、顧客価値起点のイノベーション、パートナーとの共創、ガバナンスや品質保証(安全・安心)の取り組み、構造改革によって成長してきました。

1908年

グルタミン酸発見・
翌年、味の素®発表

イノベーション

共創

1910年代

グローバル進出
(台湾・韓国・中国へ販路拡大)

開拓者精神

共創

1964年

米国コーンプロダクツ社との
提携により「クノール®」スープ発売(日本)

共創

1969年

米国でMSGの
安全性につき問題提起

⇒当社は安全性の科学的実証に注力し、
1980年に安全性が再確認される。

品質

1909 1950

1960

1970

1980

1956年

競合によるグルタミン酸の
新製造方法発表

⇒当社も中央研究所を新設し発酵法の
工業化に成功。同年、輸液用アミノ酸発売

共創

イノベーション

1950~60年代

海外拠点の拡充(タイ、ブラジル、米国等)

開拓者精神

1972年

冷凍食品事業の
本格展開開始

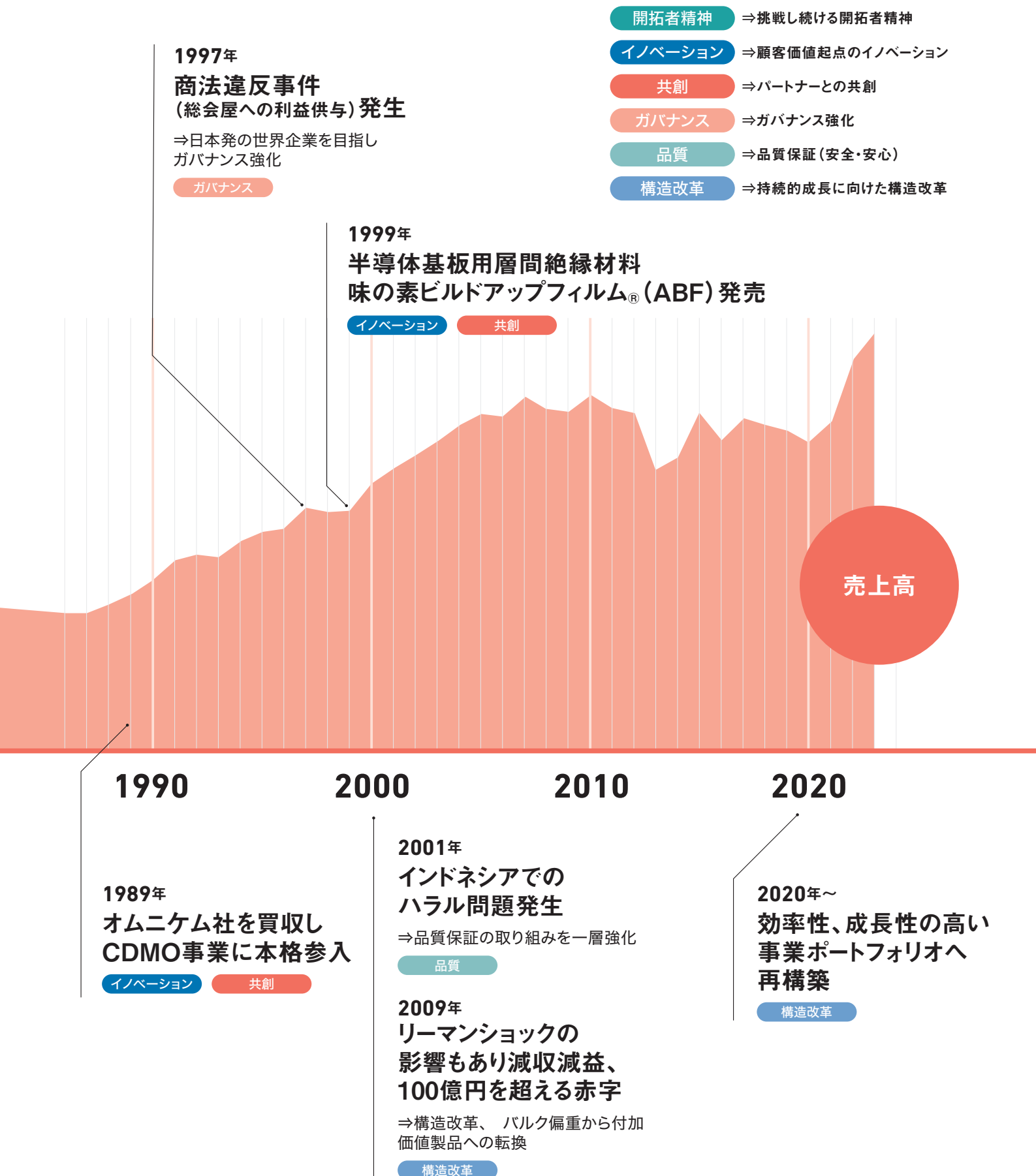
開拓者精神

イノベーション

1973年

米ゼネラルフーズ社との提携により
インスタントコーヒーの発売

共創



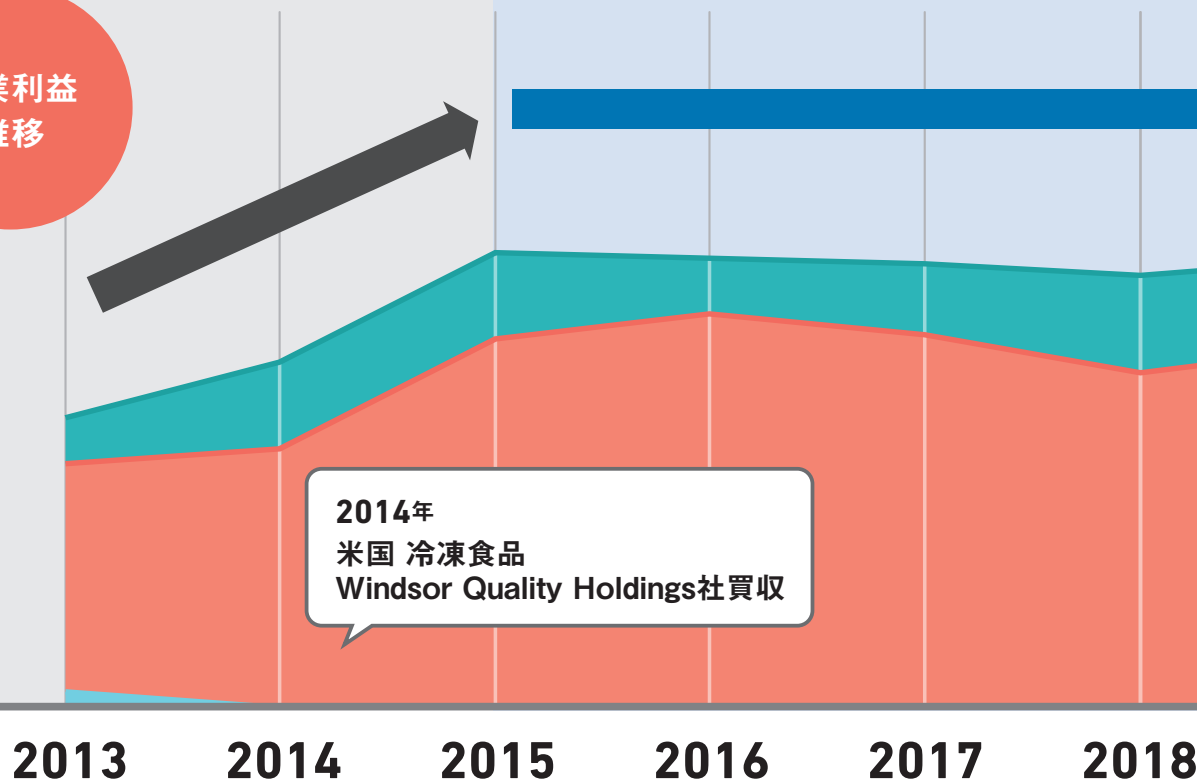
成長期

- コモディティ化する
バルクビジネス偏重から脱却する
構造改革を推進。
- ASEAN、ラテンアメリカ等の
中間所得層の拡大を捉え
海外食品事業が成長を牽引。

停滞期

- 成長を牽引してきた新興国における中間所得層の
伸長鈍化・競合激化や、一部事業のコモディティ化等
事業環境の変化にすばやく対応できず成長が減速。

事業利益
推移



※2013～2014年度は営業利益

HISTORY_2

直近10年の事業ポートフォリオ

2013年度頃からは、海外での事業が成長を牽引しました。2017年度頃から、新興国の中間所得層の伸長鈍化・競合激化、バルク事業のコモディティ化にすばやく対応できず成長が減速。

しかしその後、様々な変革を推進し、事業ポートフォリオを進化させてきました。

味の素グループは今、食品事業を持続的に成長させながら、バイオ&ファインケミカル事業も飛躍的に伸ばし、再成長期に入っています。

再成長期

- 重点事業への集中、無形資産への投資強化。
- 環境変化への適応力強化、マーケティングの進化、資本コストを上回るROIC改善等。
- 食品事業の持続的成長とバイオ&ファインケミカル事業の飛躍的伸長を実現。

2023年
米国 遺伝子治療薬CDMO
Forge Biologics社買収

バイオ&
ファインケミカル
事業

食品事業

その他

2019

2020

2021

2022

2023

2020-2022年度
約2,000億円規模の
アセットライト

2023年
パーパス進化。中期ASV経営
2030ロードマップ発表