

**モンデリーズ社の保有する
味の素ゼネラルフーズ株式会社の全株式
取得について**

2015年2月27日

**味の素株式会社
取締役社長 最高経営責任者
伊藤 雅俊**

目次

- I. 本日のポイント
- II. 味の素ゼネラルフーズ株式会社の概要
- III. 味の素グループ 2014-2016 中期経営計画
- IV. 事業領域の拡大
- V. 事業構造の強化
- VI. 連結子会社化後の経営

I. 本日のポイント

本件の概要

味の素株式会社(以下「当社」)と米国モンデリーズ・インターナショナル(以下「モンデリーズ社」)との50%:50%の合併会社である味の素ゼネラルフーズ株式会社(以下「AGF」)について、モンデリーズ社が関係会社のクラフト・フーズ・ホールディング・シンガポールを通じて保有する全株式を270億円で当社が取得。AGFを当社の連結子会社化。

本件の意義

- 売上高1,500億円規模*のAGFを連結子会社化することによる当社グループの事業規模の拡大
- 事業各部門の融合による、当社グループの事業構造の強化および「隣地」(既存製品領域の隣接製品、隣接市場)へ事業領域拡大の加速

* AGF決算公告に基づく。当社グループが採用している、販促値引き等を売上計上時に売上高から控除して計上する方法で算出すると売上高1,000億円規模。

II. AGFの概要

1973年に合併会社として設立
現在コーヒーに加え、紅茶、ココアなど幅広く、高品質の飲料製品を提供

基本情報

会社名: 味の素ゼネラルフーズ 株式会社
社長: 横山 敬一
所在地: 東京都新宿区西新宿 3-20-2
東京オペラシティ
設立年月日: 1973年8月1日
従業員数: 1,103名(グループ会社を含む。
2014年4月1日現在)
事業内容: 飲食料品の製造、販売
資本金: 38億6,270万円
株主: 味の素(株) 50%
クラフト・フーズ・ホールディング・
シンガポール (Kraft Foods
Holdings Singapore Pte. Ltd)
50%
販売拠点: 国内12箇所
生産子会社: AGF鈴鹿株式会社
AGF関東株式会社

沿革

1954年 米国ゼネラルフーズ社の100%
子会社としてゼネラルフーズ株式
会社設立



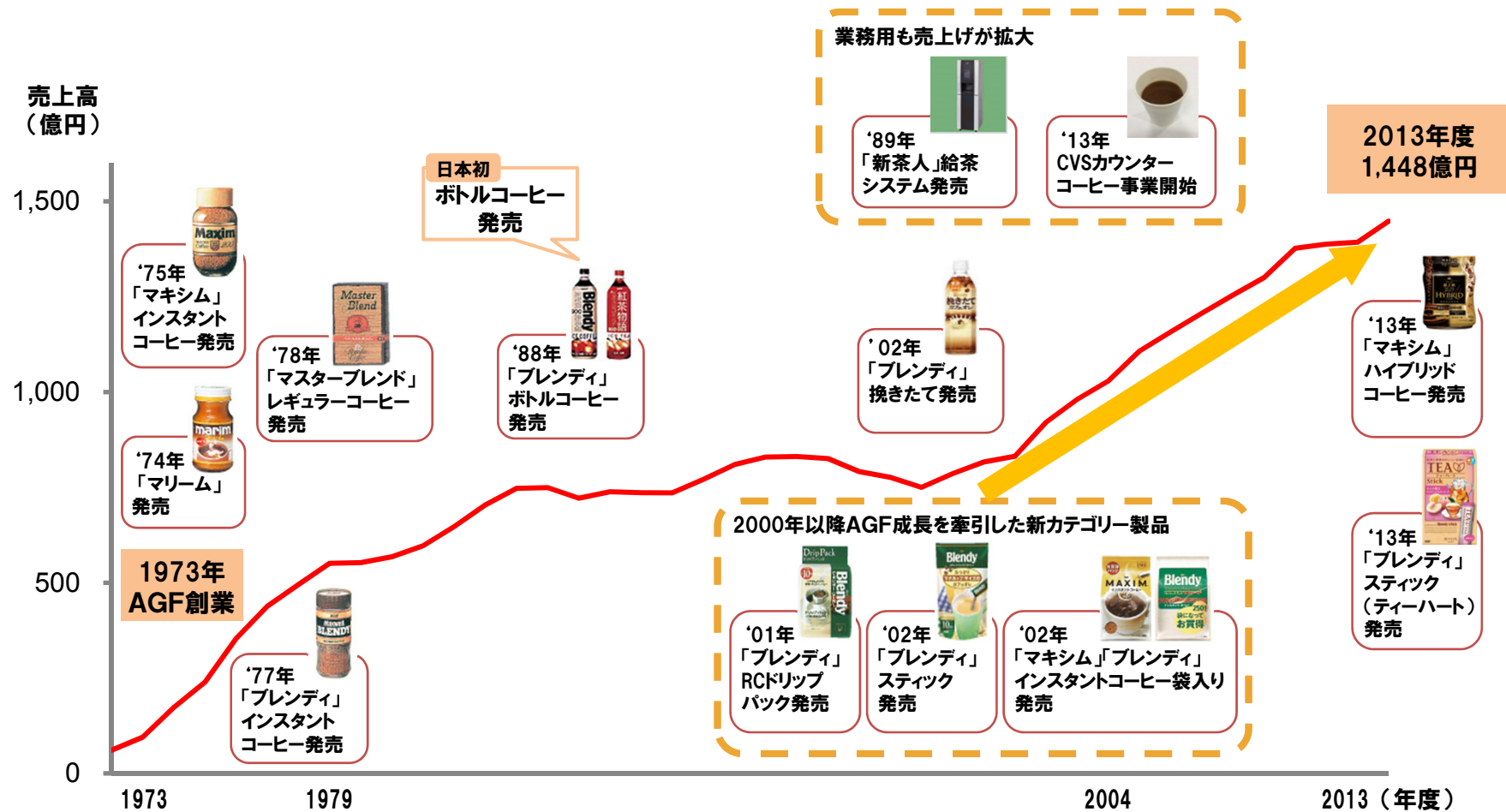
1973年 当社と米国ゼネラルフーズ社との
合併会社AGF設立

2015年現在 コーヒー、紅茶、ココアなど幅広く
飲料製品を提供



II. AGFの概要

消費者のニーズに適した新しい価値を提供し続け成長
家庭用コーヒー飲料市場において、国内でトップシェア* 業務用も売上げ拡大



* ギフトを含むパッケージ製品全体(缶コーヒーを含まない)で2013年度売上高1位

II. AGFの概要

イノベーターな企業風土から生み出される製品、技術

スティックコーヒー／ティー／ココア

- コーヒー、カフェオレ、紅茶、ココアなど多種多様な製品
- 2002年の発売後、市場を創出・牽引してきており、高いシェアを誇る



パーソナルタイプ ドリップコーヒー

- 世帯当たり家族構成人数の減少、お客様の嗜好の多様化に対応し、2001年にパーソナル向けに発売



インスタントコーヒー詰め替え用袋タイプ

- 2002年にインスタントコーヒーの詰め替え用袋タイプを発売
- コーヒーで初めてのエコマーク取得



フレンドリーボトル

- ペットボトルを分子レベルで分解し、品質を損なうことなくペットボトルを再生する革新的な技術



資源を循環させることで
石油由来原料資源60%削減

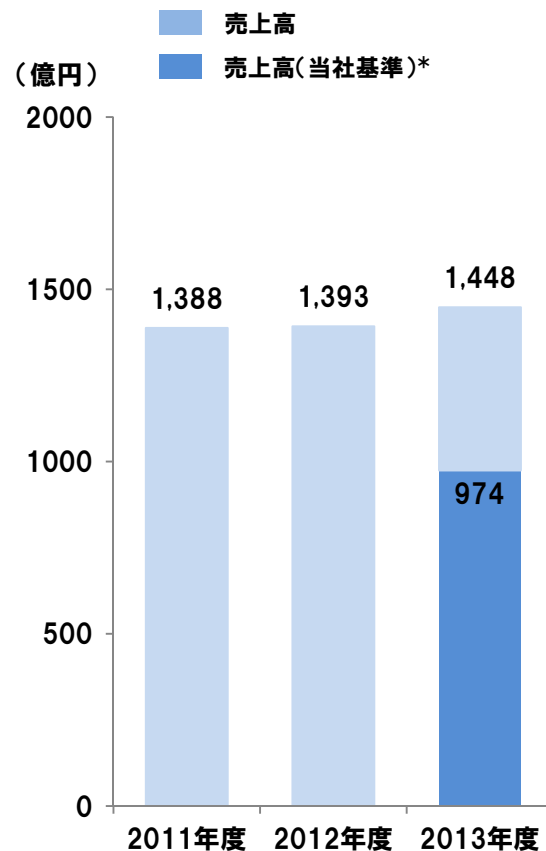


消費者にフレンドリー
持ちやすい、注ぎやすい

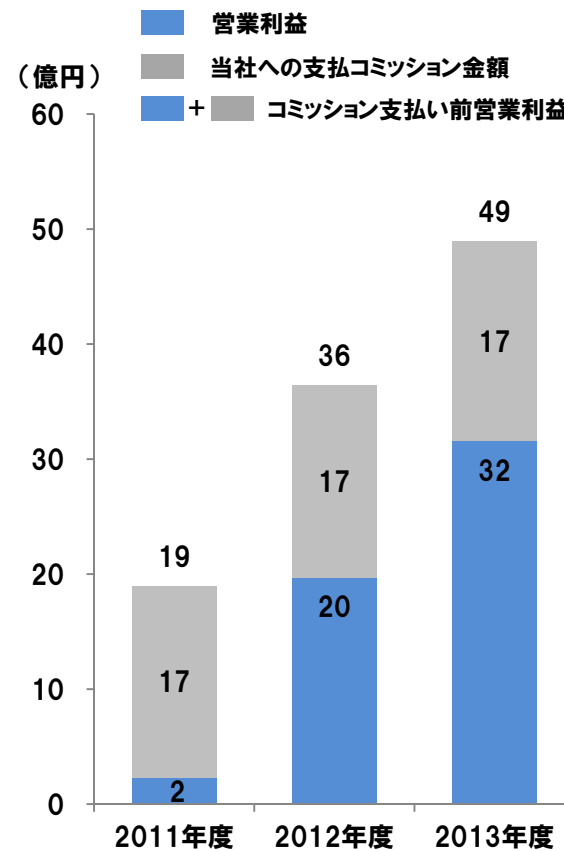
II. AGFの概要

財務情報

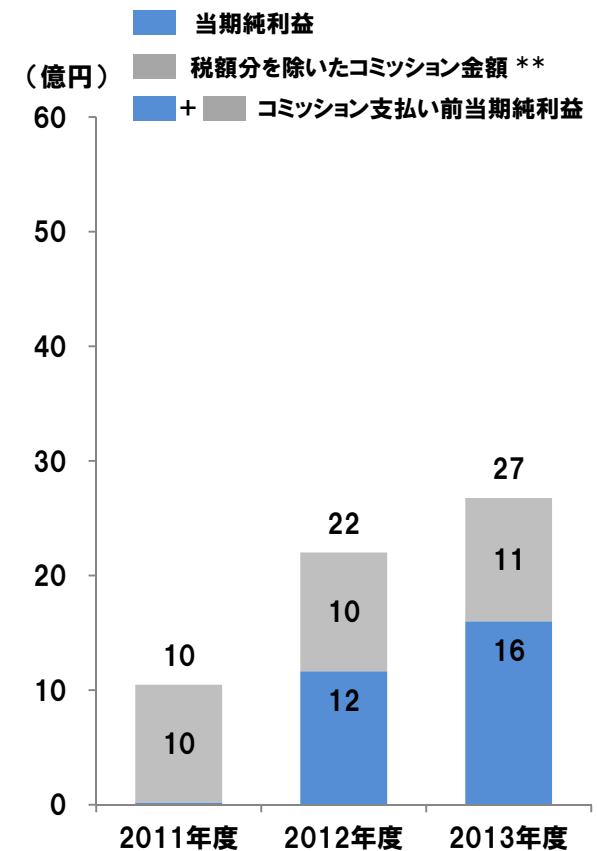
売上高



営業利益



当期純利益



* 当社グループが採用している、販促値引き等を売上計上時に売上高から控除して計上する方法で算出

** 税額分を除いたコミッション金額=当社への支払コミッション金額×(1-法定実効税率)として算出

III. 味の素グループ 2014-2016 中期経営計画

「更なる構造強化」と「成長モメンタムの加速化」



更なる事業構造強化 **FIT**

コモディティ to スペシャリティを軸とした事業構造改革

資本効率を更に高め、株主価値・ROEの向上へ

成長ドライバーの展開 **GROW**

グローバル成長

顧客・国(地域)連合の徹底で各国おいしさNo.1を実現

R&Dのリーダーシップ

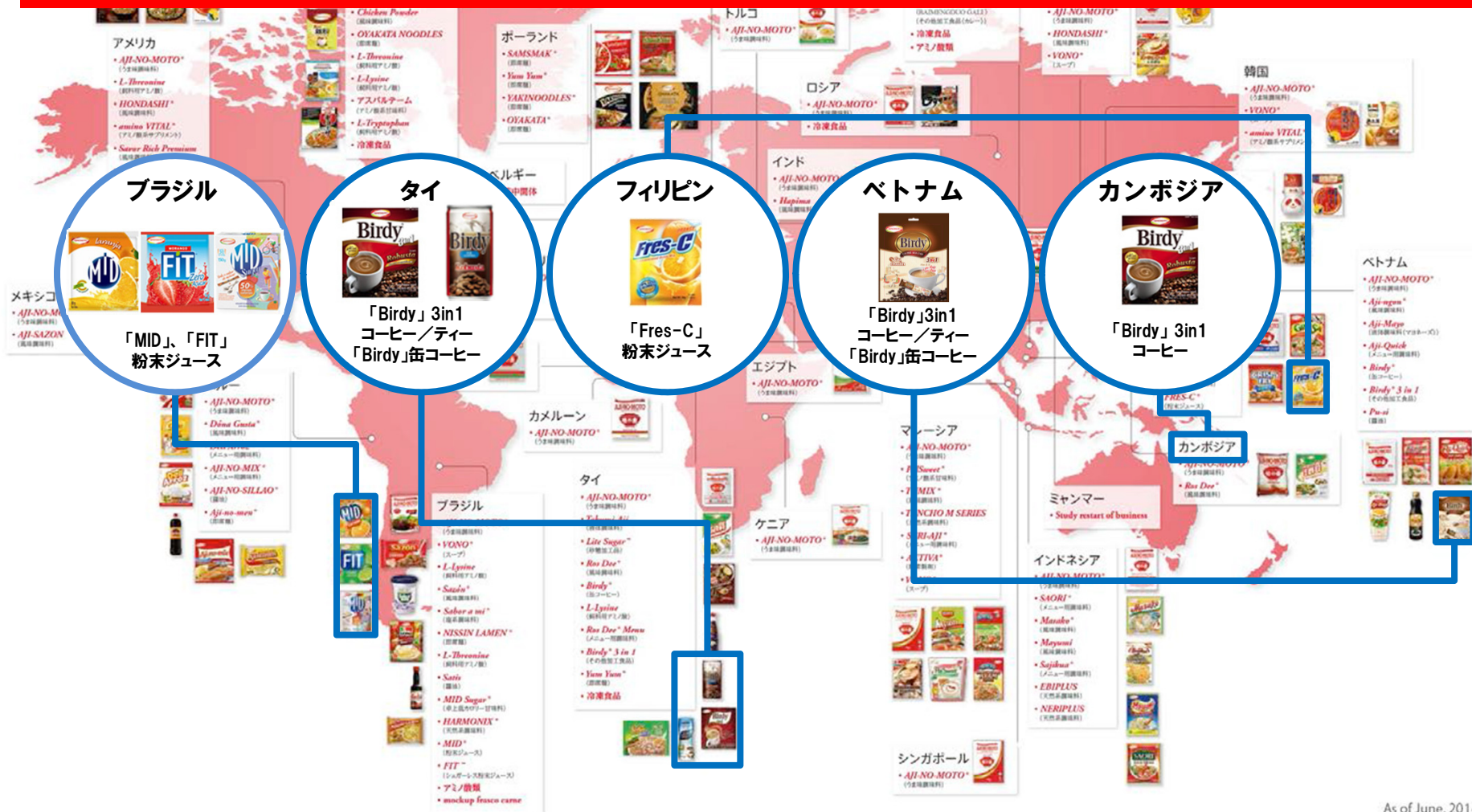


経営基盤の進化(経営イノベーション)

ガバナンス
分厚い人材
Open New Sky

III. 味の素グループ 2014-2016 中期経営計画: グローバル成長

当社独自に、コーヒー・粉末飲料事業を展開
粉末飲料は、海外ローカル事業成長のための次世代中核分野



As of June, 2014

IV. 事業領域の拡大

隣地(既存製品領域の隣接製品、隣接市場)への展開加速
粉末加工製品という共通軸を挺に製品・市場の領域拡大

“Open New Sky”の発想

柔軟な「外部の力の活用(オープン&リンク)」と
発想を広げた「隣地拡大」に日常的に取り組む



粉末加工製品という共通軸を挺に



V. 事業構造の強化

連結子会社化による事業・機能部門の協業

Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO.

+

AGF

コーポレート 機能	グループコーポレート 機能	事業会社コーポレート 機能	期待されるシナジー
生産技術	スープ・風味調味料 等の生産技術等	インスタント・コーヒー、 クリームパウダー等 の生産技術等	
R&D	おいしさの科学、 呈味素材の開発と アプリケーション等	おいしさの科学、 易溶化製剤、コーヒー アロマ・エキス等	
事業	ギフト（調味料・ 油脂）	ギフト（コーヒー）	
営業	外食卸店、CVS、 大手外食、量販店、 加工用	オフィス、CVS、 ドラッグストア、 eコマース	
			重複機能の統合による高質化（シェアードサービス化等）
			粉末加工製品の製造技術交流による品質向上とコストダウン
			組み合わせによる、付加価値の高い新飲料・加工食品の開発
			両社のギフト事業再編による構造強化
			両社の得意チャネルを有効活用した協業深化による販売拡大

VI. 連結子会社化後の経営

**AGFの現経営陣・従業員全員とともに、
AGFおよび味の素グループの企業価値を向上**

- | | | |
|----|---------|----------------|
| 1. | 株式取得日: | 2015年4月中(予定) |
| 2. | 社名: | 味の素ゼネラルフーズ株式会社 |
| 3. | ブランド: | 変更なし |
| 4. | 経営・従業員: | 現行体制を継続 |
| 5. | 総発売元: | 当社のまま変更なし |
| 6. | 販売体制: | 変更なし |

AGF



代表取締役社長
横山 敬一

Eat Well, Live Well.

AJINOMOTO®