

Eat Well, Live Well.



味の素株式会社（東証1部 2802）

「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニーに向けて」

グローバル財務部 IRグループ長
渡邊裕見子

2019年9月7日

Eat Well, Live Well.



- I. 会社概要
- II. 事業展開
 - 1. 食品事業
 - 2. アミノサイエンス事業
 - 3. 社会課題への取り組み
- III. 財務戦略・株主還元

Eat Well, Live Well.



I. 会社概要

II. 事業展開

1. 食品事業
2. アミノサイエンス事業
3. 社会課題への取り組み

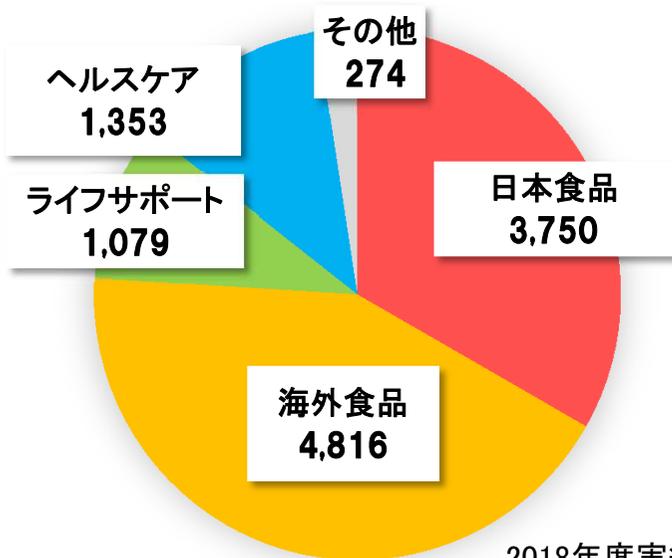
III. 財務戦略・株主還元

I-1. 基本情報

創業 1909年5月20日
本社所在地 東京都中央区京橋一丁目15番1号
代表者 取締役社長 西井 孝明
資本金 79,863百万円



売上高 **1兆1,275億円**



2018年度実績

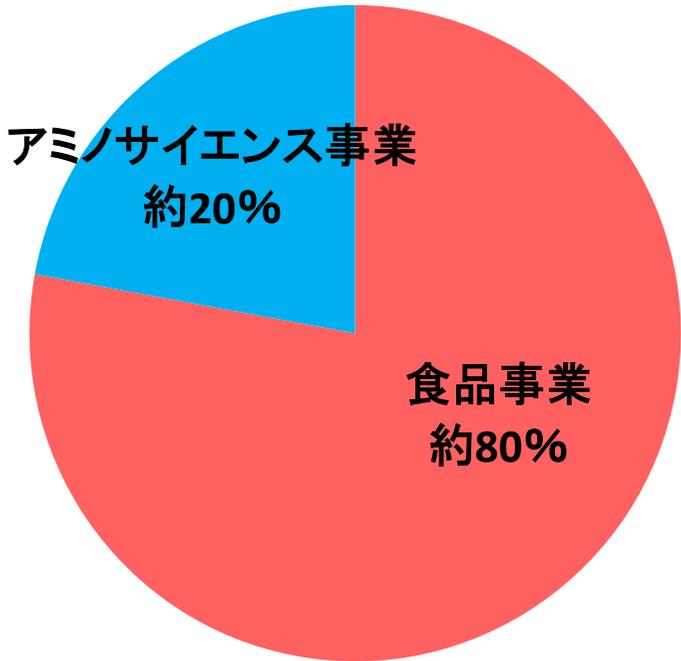


2019年3月31日時点

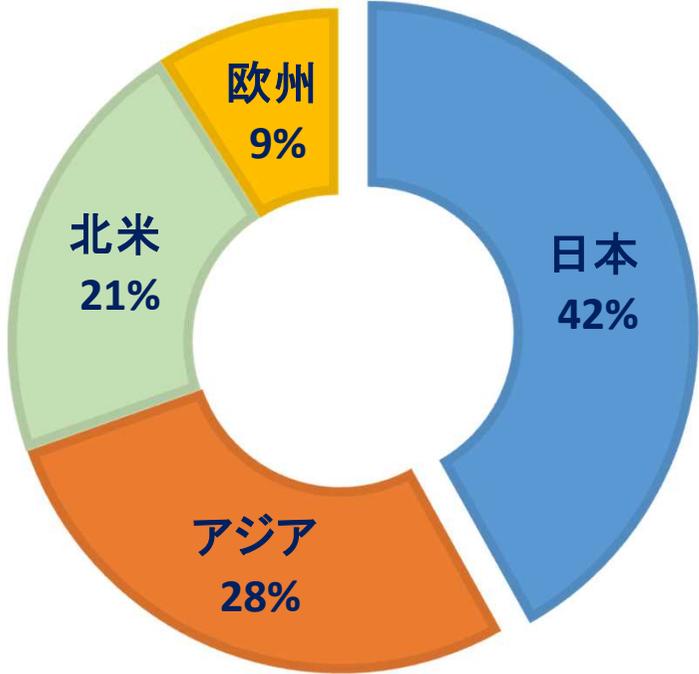
I-2. 事業の特徴①

食品事業が約8割を占める。海外売上比率は50%以上、特にアジアで強み。

売上高
事業別構成比



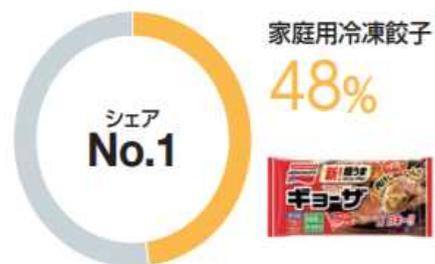
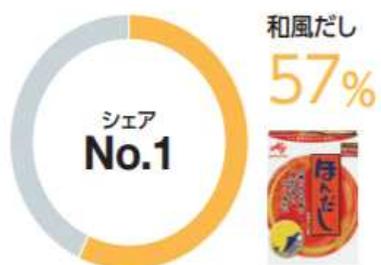
売上高
地域別構成比



I-2. 事業の特徴②

長い歴史の中で多くのカテゴリで優位なポジションを築き上げています。

主要カテゴリの市場シェアと順位(2018年度)*1
(国内)



(海外)



*1 当社調べ

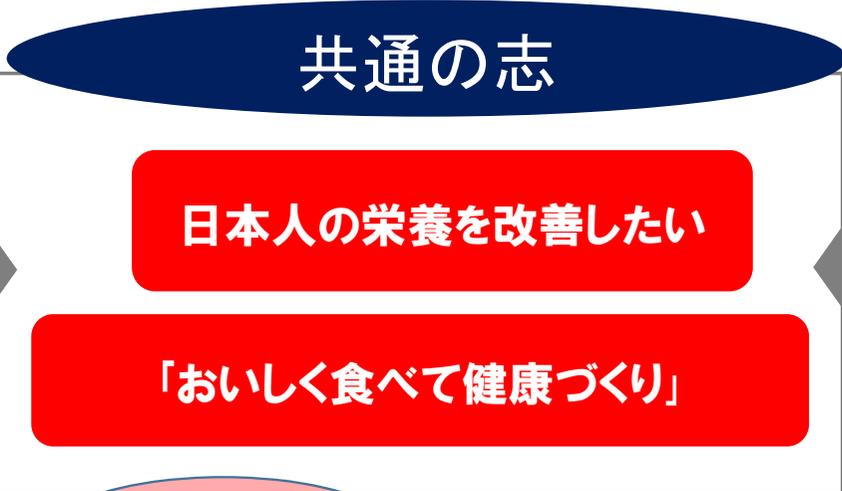
*2 うま味調味料と風味調味料(現地の食文化に根ざした調味料。粉末、キューブ等)

I-3. 当社の成り立ち

「おいしく食べて健康づくり」という創業の志からスタート



「うま味」の発見者
池田 菊苗
(東京帝国大学 教授)



味の素グループ創業者
二代 鈴木 三郎助



初代「味の素®」
(グルタミン酸ナトリウム)

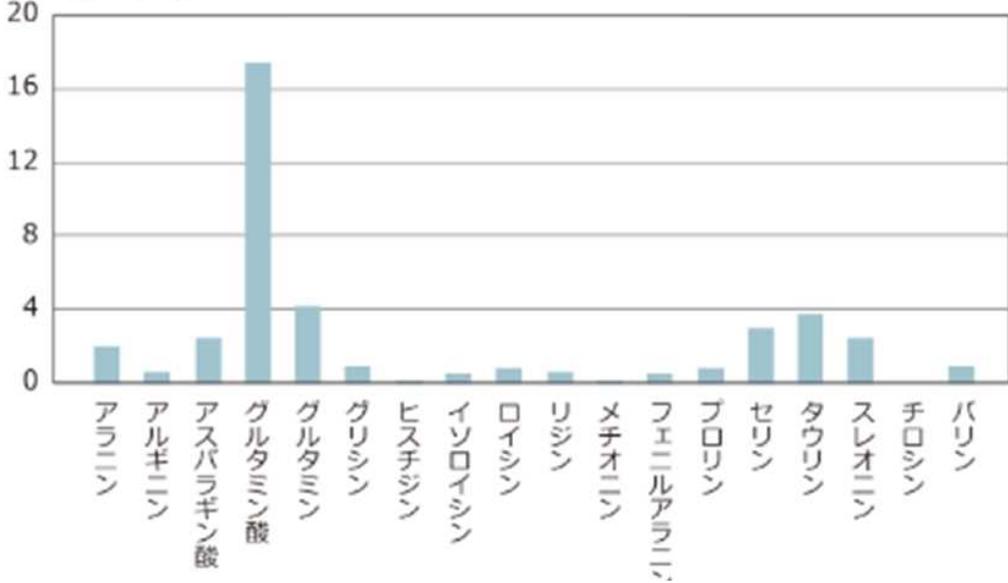
昆布だしに含まれる味の成分「**グルタミン酸**」
(**アミノ酸**)を発見、その味を「うま味」と名付ける

I-4. 「うま味」は人が初めて出会う味



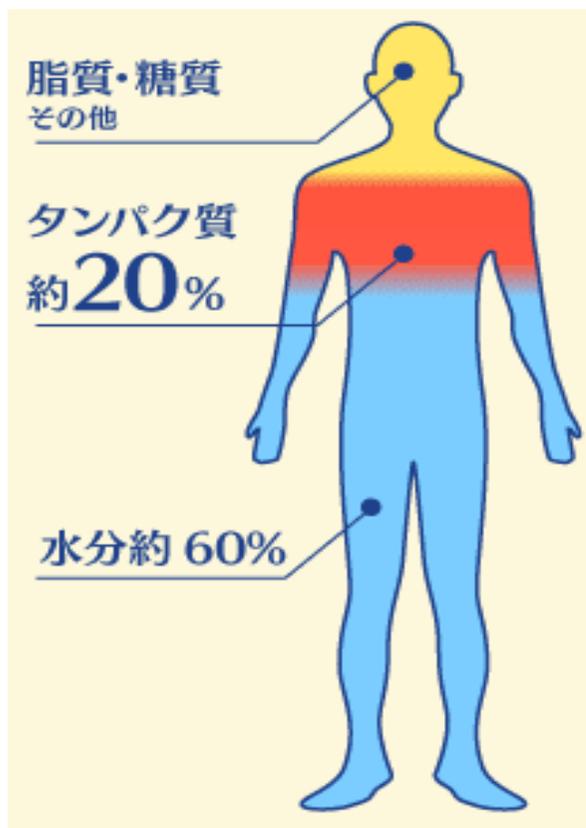
産後7日目の母乳中のアミノ酸

(mg / 100ml)



I-5. アミノ酸は生命の源となる栄養成分

人のカラダの2割は**アミノ酸**



約10万種類の
タンパク質

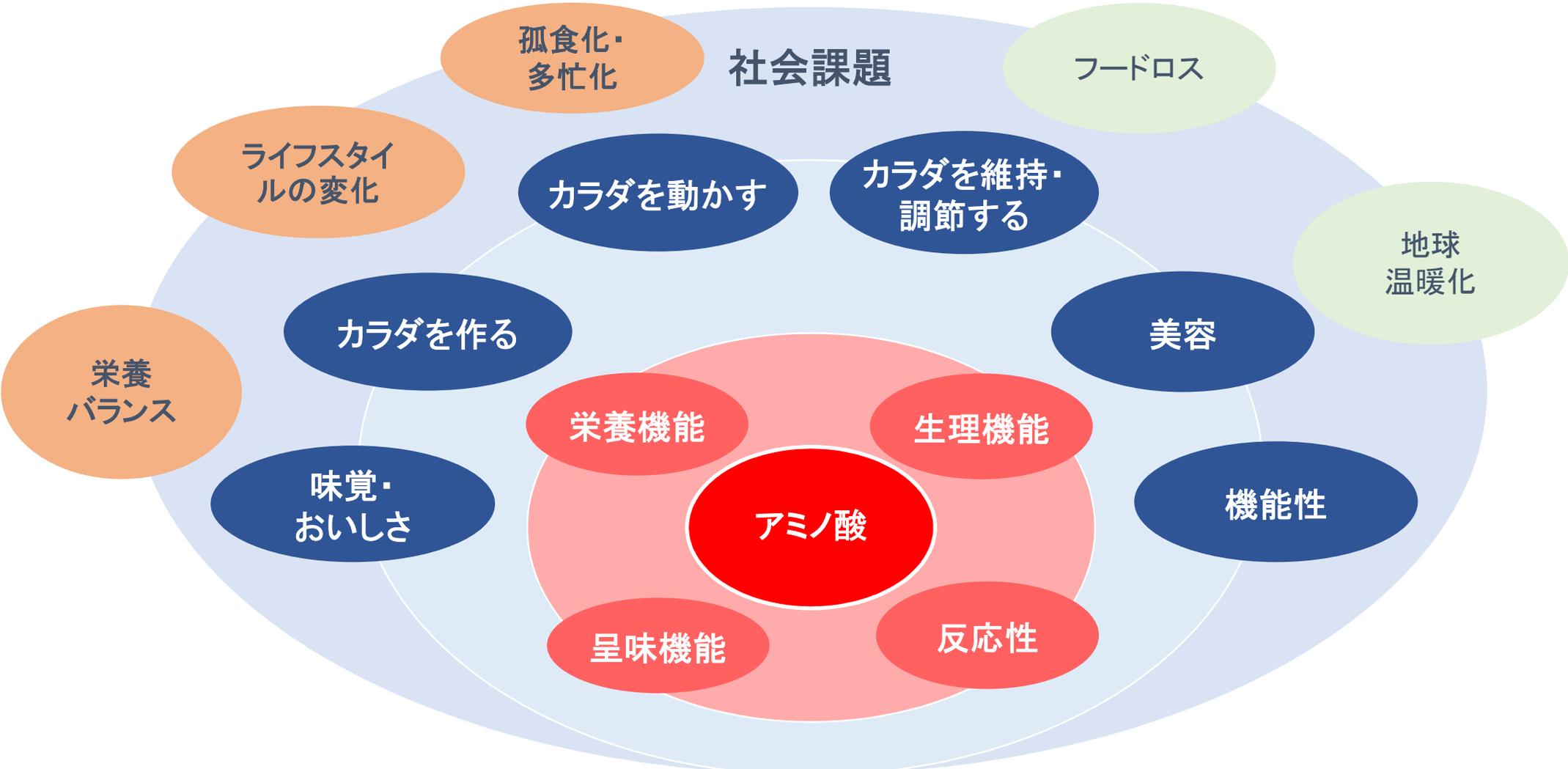


タンパク質を構成する 20種類のアミノ酸

イソロイシン	グリシン
ロイシン	アラニン
リジン	セリン
メチオニン	アスパラギン酸
フェニルアラニン	アスパラギン
スレオニン	グルタミン酸
トリプトファン	グルタミン
バリン	アルギニン
ヒスチジン	システイン
プロリン	チロシン

タンパク質は20種類**アミノ酸**から構成

I-6. アミノ酸の機能は色々な場所で活躍



I-7. アミノ酸技術を起点に幅広い事業を展開

「食」と「健康」 食品事業



冷凍食品



嗜好飲料



健康食品



加工食品



調味料



グルタミン酸ナトリウム
（「味の素®」の主成分）

機能性

アミノ酸 技術

快適な暮らし アミノサイエンス事業



スポーツ
サプリメント



香粧品素材



飼料用アミノ酸



iPS/ES細胞用培地



予防医療



半導体パッケージ用
層間絶縁材料

Eat Well, Live Well.



I. 会社概要

II. 事業展開

1. 食品事業

2. アミノサイエンス事業

3. 社会課題への取り組み

III. 財務戦略・株主還元

II-1. 食品事業(日本): ライフスタイルの変化に合わせて製品展開

1960年代

1970年代

1980年代

1990年代

2000年代～

高度成長期

専業主婦の増加

男女雇用機会均等法
女性の社会進出

共働きの増加

高齢化
単身世帯増加

手作り料理

簡便化

多忙化

パーソナル化

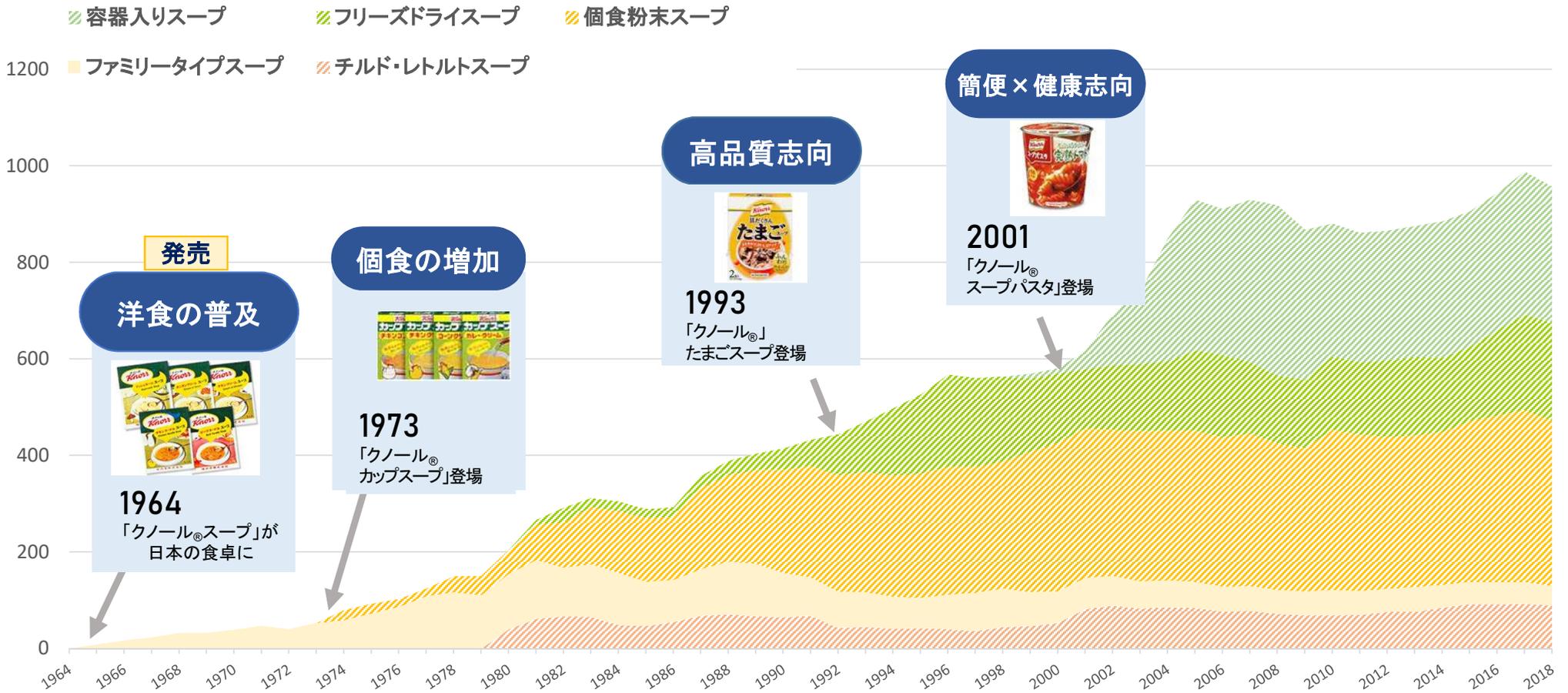
孤食化

栄養不足・過剰栄養



II-1. 食品事業(日本): 事例「クノール®スープ」①

1964年の発売以来、ライフスタイルの変化に応じて進化。



II-1. 食品事業(日本): 事例「クノール®スープ」②

スープの楽しみ方は多様化。様々な食シーンに適したスープを提供。

朝、家族でパンと一緒に「カップスープ」



スープ専門店
で食べる
特別なメニュー

夕食時に野菜を補完

仕事の合間の小腹満たし



II-1. 食品事業(日本):事例「クノール®スープ」③

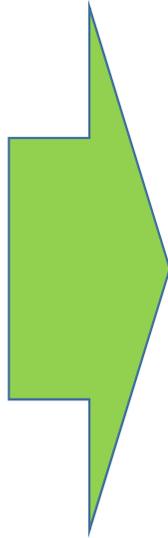
直近では付加価値製品ニーズの高まりもあり、2019年8月にプレミアム製品を発売。

外食・中食における嗜好の高度化・専門化



クラフトビール 大人アイスクリーム ハイカカオチョコレート

いつでもどこでも心と身体も満足できる



新製品「クノール®スープグランデ」



贅沢に使用したトマト、あめ色玉ねぎにミルポア、オリーブオイルをあわせました。



たっぷりのあめ色玉ねぎを贅沢に使用。チキンブイヨンで、じっくり煮込みました。

II-1. 食品事業(日本):メニュー提案① 「レシピ大百科」

テーマやシーン別に調理レシピを提案。

AJINOMOTO Park

レシピ大百科

レシピ特集

献立

栄養バランスと献立の基本

料理の基本

テーマ別健康と食情報

“おいしいを楽しむ”マガジン

キャンペーン

AJINOMOTO Park トップ

新規会員登録

ログイン

料理名や食材で検索



注目ワード

ゴーヤ

豆野菜

そうめん

豆休みランチ

クリップ一覧

閲覧履歴

キャベツ 鶏むね肉 アボカド なす きゅうり オクラ ゴーヤ スズキニ そうめん かぼちゃ とうがん ゴーヤチャンプルー トマト モロヘイヤ ししとう とうもろこし ラタトゥイユ めんつゆ 麻婆茄子 空芯菜 ビシソワーズ



たんぱく質、野菜、汁物をバランスよく組み合わせた献立が毎日の食卓をおいしく彩ります。

レシピ数: 約12,000件
会員数: 約120万人



II-1. 食品事業(日本): メニュー提案②-1 「勝ち飯®」

「がんばる人のチカラになるごはん」

勝ち飯®



「何を食べるか」ではなく、「何のために食べるか」、
「食べ方」を提案。

部活生
応援

メタボ
対策

ロコモ
予防

受験生
応援

若年女性
応援



- 無理なく・継続的に実践するポイント
- ①カラダ作りに欠かせない **たんぱく質**をしっかりと
 - ②カラダを整えるビタミン・ミネラル源の **野菜**をたっぷり
 - ③消化・吸収を助けるうま味のきいた **汁物**を献立に取り入れる

II-1. 食品事業(日本): メニュー提案②-2 「勝ち飯®」

トッパスリートも実践した「勝ち飯®」メニュー



Ⅱ-1. 食品事業(海外): 海外調味料の取り組み①

各国・地域によって“買う場所”も多様化

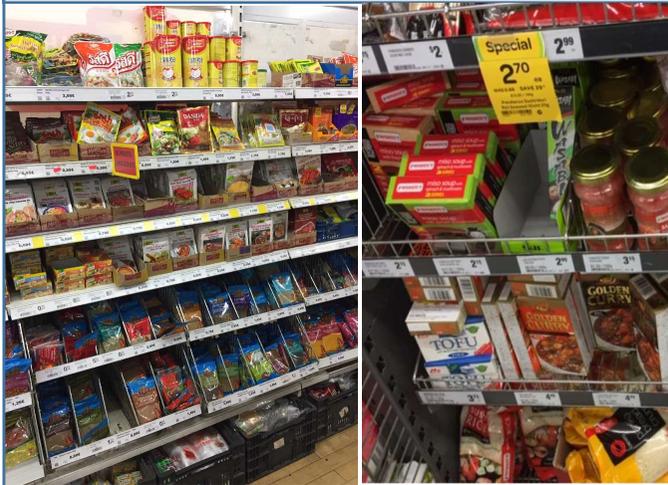
公設市場



<Traditional Trade>

- ・新興国で比較的多い。
- ・現地の消費者が野菜、肉を購入。

スーパーマーケット、CVS



<Modern Trade>

- ・日本、欧米では一般的。
- ・近年、グローバル化により新興国でも増加傾向。

eコマース



- ・インターネットの普及。
- ・新興国でも取引が増えている。

100年以上前から海外展開。伝統的な市場の販売に強み。近年はモダントレードやeコマースにも対応。

II-1. 食品事業(海外): 海外調味料の取り組み②

各国・地域の異なる食文化

日本
鰹節、昆布等(ダシ)



タイ・ベトナム
豚肉ベース



インドネシア・マレーシア
(イスラム圏)
鶏肉ベース



現地の食文化を徹底的に研究

現地の調理方法を研究



消費者調査(インタビュー等)



現地の嗜好にあった製品開発



II-1. 食品事業(海外): 海外調味料の取り組み③

現地の嗜好に合わせたブランディング

日本	フィリピン	タイ	インドネシア	マレーシア	ベトナム
<p>“ほんだし”</p>  <p>かつお節を使用した、“香り高く一番おいしい”和風だしの素</p>	<p>“GINISA” (炒める)</p>  <p>オニオン、ガーリックをブレンドした炒め調味料</p>	<p>“Ros Dee” (味が良い)</p>  <p>タイ料理で大事な香りと味が絶妙</p>	<p>“Masako” (料理する)</p>  <p>肉エキスとスパイスをブレンドしスープから炒め物</p>	<p>“TUMIX” (料理の前処理)</p>  <p>鶏エキスとスパイスをブレンドしスープから炒め物まで</p>	<p>“Aji-ngon” (美味しい)</p>  <p>豚の大腿骨と肉を露出したベトナム人のための調味料</p>

現地の食文化に根ざした調味料

全世界共通 “AJI-NO-MOTO”



Ⅱ-1. 食品事業(海外): 海外調味料の取り組み④

現地スタッフが配送から代金回収まで行う、現地に密着した販売。

直接配送



陳列



受注・代金回収

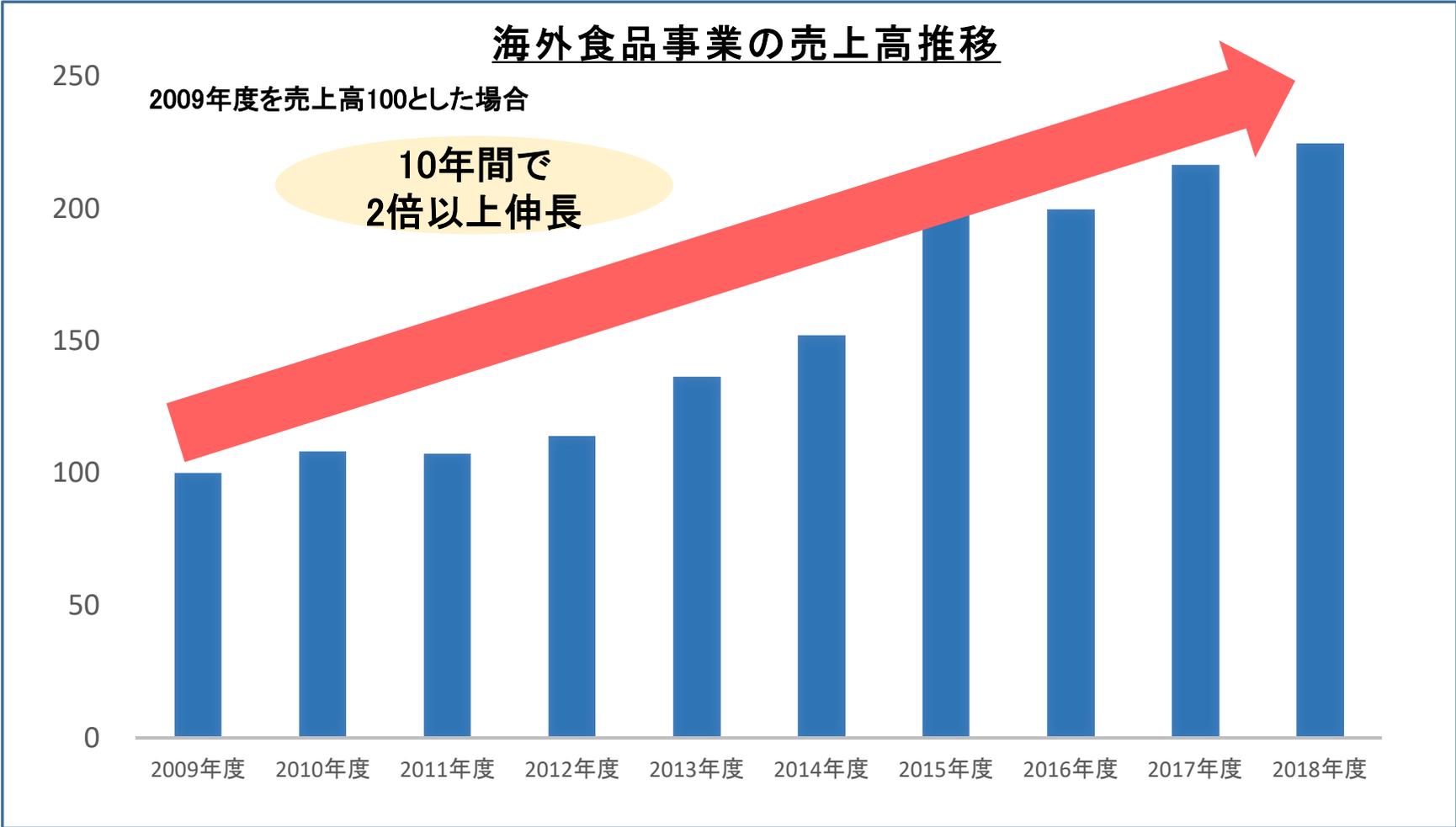


II-1. 食品事業(海外): 各国・地域で段階的に製品を拡売

各国・地域での製品展開



II-1. 食品事業(海外): 着実に海外成長を実現



*「海外食品」セグメント

Eat Well, Live Well.



I. 会社概要

II. 事業展開

1. 食品事業

2. アミノサイエンス事業

3. 社会課題への取り組み

III. 財務戦略・株主還元

II-2.アミノサイエンス事業：がんや生活習慣病の予防や早期発見①

1回の採血で三大疾病の発症リスクを評価

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



5mml程度
の採血で診断

がんの
発症リスクを評価

現在がんである可能性を評価

胃、肺、大腸、膵臓、前立腺、乳腺、子宮・卵巣

生活習慣病の
発症リスクを評価

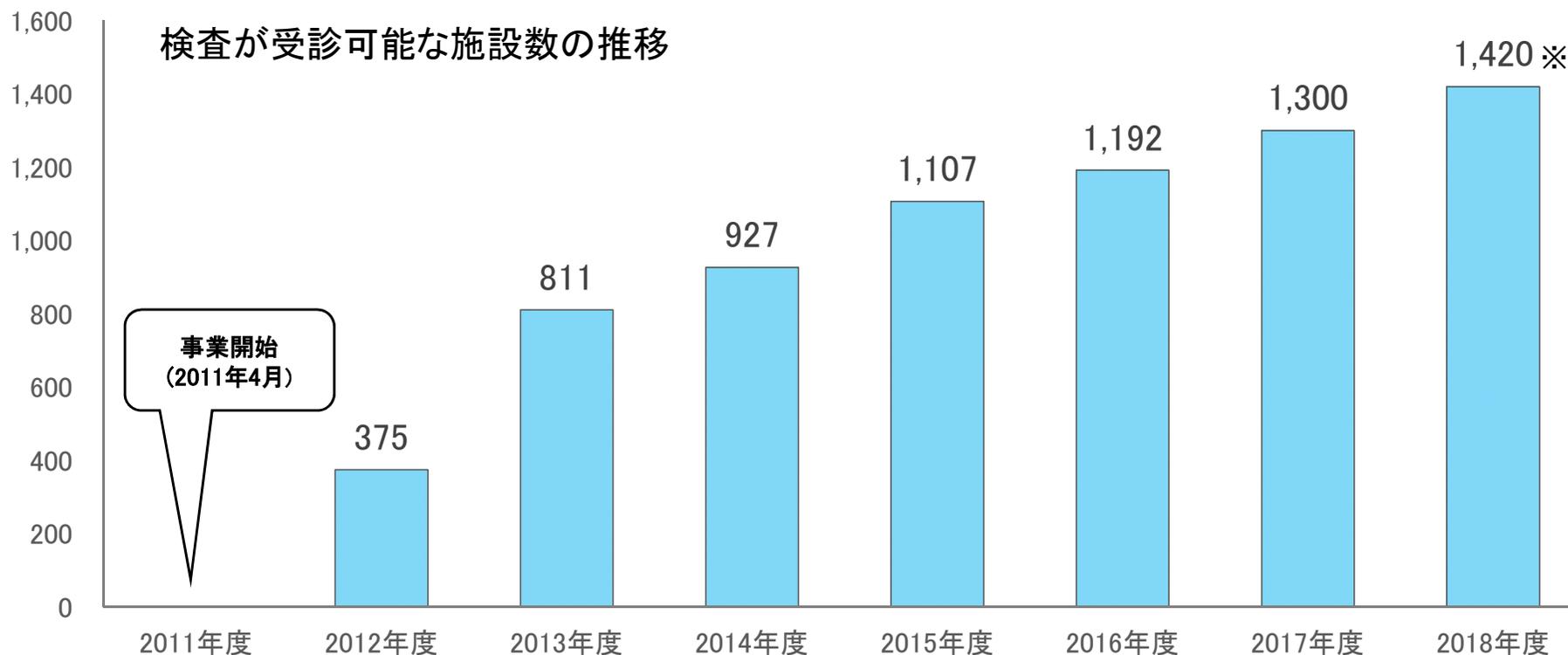
4年以内の糖尿病
発症リスク

10年以内の脳心疾患
発症リスク

Ⅱ-2.アミノサイエンス事業：がんや生活習慣病の予防や早期発見②

2011年から事業を開始し、受診可能な施設数も増加

単位：件



II-2.アミノサイエンス事業：化粧品事業

＜企業向け＞

アミノ酸系パーソナル素材の提供



世界 **55**カ国、**5,000**社以上
(2019年5月時点)に提供

アミノ酸系洗浄剤市場は年率**15%**
(2014年～2017年)伸長。当社推計

＜消費者向け＞

アミノ酸系化粧品「JINO」の販売

アミノ酸。
それが、
美しい肌の素。



Eat Well, Live Well.



AJINOMOTO
ダイレクト

通販を中心に販売

肌に優しい

髪に優しい

地球環境に
優しい

天然の
うるおい

アミノ酸で
肌を整える

II-2.アミノサイエンス事業：電子材料事業

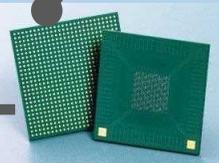
アミノ酸技術を応用した電子材料が身近な生活に



半導体パッケージ用
層間絶縁材料

アミノ酸技術

PC



車載用途



Eat Well, Live Well.



I. 会社概要

II. 事業展開

1. 食品事業

2. アミノサイエンス事業

3. 社会課題への取り組み

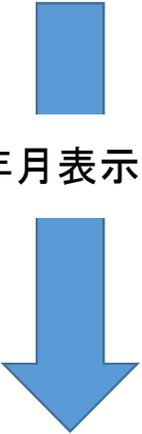
III. 財務戦略・株主還元

II-3. 社会課題への取り組み①



「年月表示」切り替え、賞味期限延長によりフードロス削減

2017年2月 最初に惣菜中華の素3品を変更



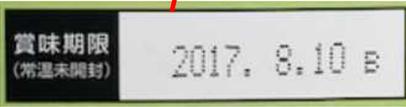
段階的に「年月表示」に切り替え



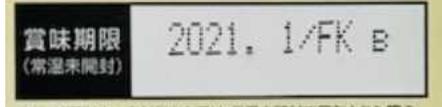
2018年8月 主要製品の「年月表示」が完了

<ほんだしの事例>

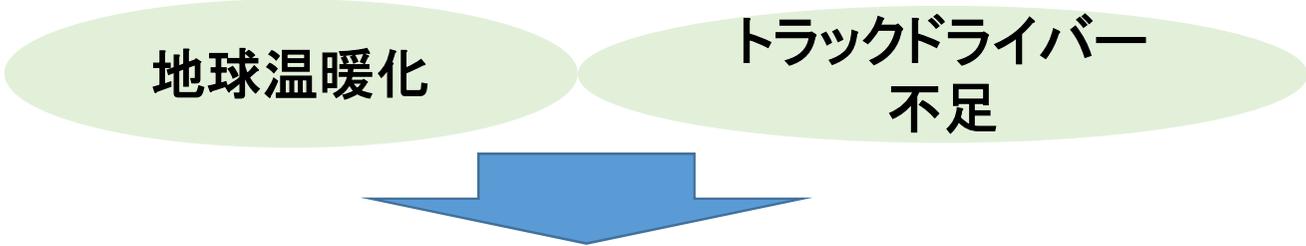
「年月日」表示の場合



「年月表示」の場合

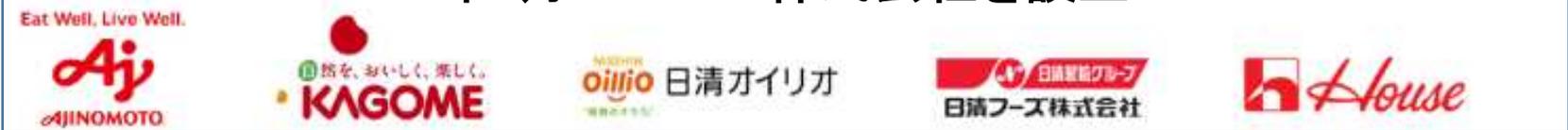


II-3. 社会課題への取り組み②



食品メーカー5社による物流事業を統合し、持続可能な食品物流体制へ

2019年4月 F-LINE株式会社を設立



共同配送による配送
件数の削減

ドライバー・物流セン
ター等の資産共有

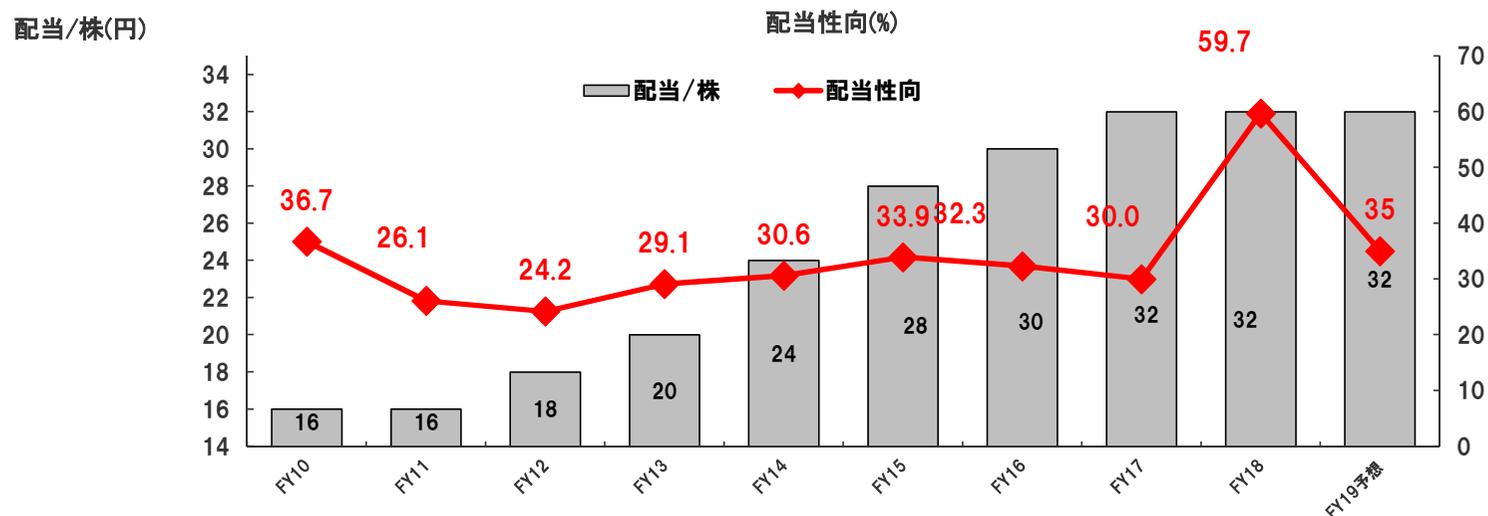
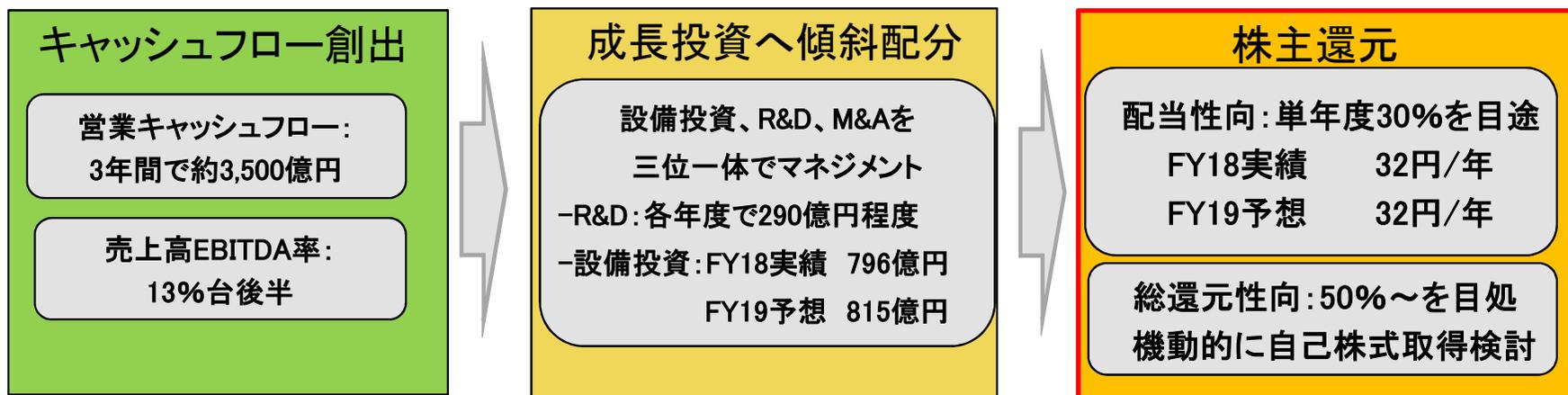
Eat Well, Live Well.



- I. 会社概要
- II. 事業展開
 - 1. 食品事業
 - 2. アミノサイエンス事業
 - 3. 社会課題への取組み
- III. 財務戦略・株主還元**

Ⅲ-1. 財務戦略・株主還元

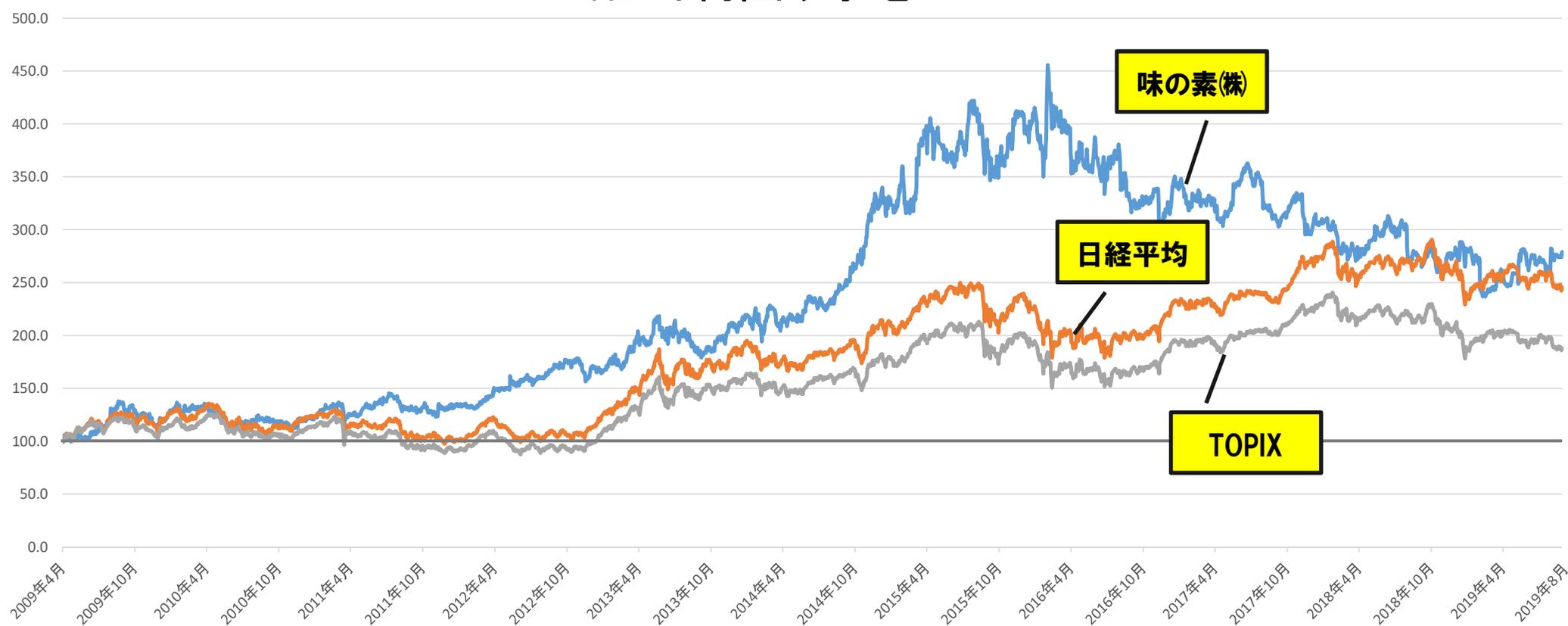
キャッシュフロー創出力拡大により成長投資を強化し、安定的な株主還元を実現



Ⅲ-2. 株価動向

直近の株価: 1,937円 (2019年8月30日終値)

⇒配当利回り予想 1.65%



※2009年4月1日を100とする。日足終値ベース。

Ⅲ-3. 株主優待

株主優待のご案内 当社株式の保有株式数および保有期間に応じて、以下の株主優待を実施いたします。

100株以上1,000株未満保有の株主様^{*1}

味の素グループの食品詰め合わせセット *3

市価1,000円相当



1,000株以上の保有期間が継続3年未満の株主様^{*1}

味の素グループの食品詰め合わせセット *3

市価3,000円相当



1,000株以上の保有期間が継続3年以上の株主様^{*1*2}

市価6,000円相当 **選べる** 味の素グループの製品(市価6,000円相当)複数の選択肢の中から**1個を選択** *3

または 公益財団法人 味の素ファンデーションへ株主優待品相当額(6,000円)の寄付



Ⅲ-4. 株主様イベント

対象 100株以上保有の株主様 (2019年3月31日現在の株主名簿に記録された株主様)

* 株主様1名につき、同伴者様(小学生以上)1名のみご参加いただけます。

対象

500株以上保有の株主様
(2019年3月31日現在の株主名簿に記録された株主様)
* 株主様ご本人のみご参加いただけます。

味の素(株)川崎事業所

神奈川県川崎市川崎区鈴木町1-1



味の素グループうま味体験館、「ほんだし」工場に加え、特別企画として「クライアント・イノベーション・センター※」をご覧ください。

※通常の工場見学ではご覧いただけない研究関連の施設です。



主な製造製品

- 「ほんだし」
- 「Cook Do」
- 「アミノバイタル」など

味の素冷凍食品(株)中部工場

岐阜県揖斐郡池田町柏ヶ原字日吉1766番1号



お弁当に便利な「エビ寄せフライ」の製造工程をご覧ください。「ギョーザ」をはじめ、人気商品のご試食をご用意しております。



主な製造製品

- 「ギョーザ」
- 「エビ寄せフライ」など

AGF関東(株)

群馬県太田市世良田町1588-16



コーヒーの生産を間近で見ることができる工場見学、おいしいコーヒーの淹れ方教室、コーヒーの飲み比べをご体験いただけます。



主な製造製品

- 「ブレンドィ」レギュラー・コーヒー、スティック、ボトルコーヒーなど

味の素ナショナルトレーニングセンター

東京都北区西が丘3-15-1



当社がネーミングライツ契約している国内トップアスリート専用施設※見学、「SAKURA Dining」(通称：勝ち飯®食堂)にて、「勝ち飯®」試食会をご用意しております。

※一般の方の利用はできず、イベント以外でご覧いただくのが難しい施設です。



(ご案内) 第3回オンライン会社説明会(LIVE)を開催

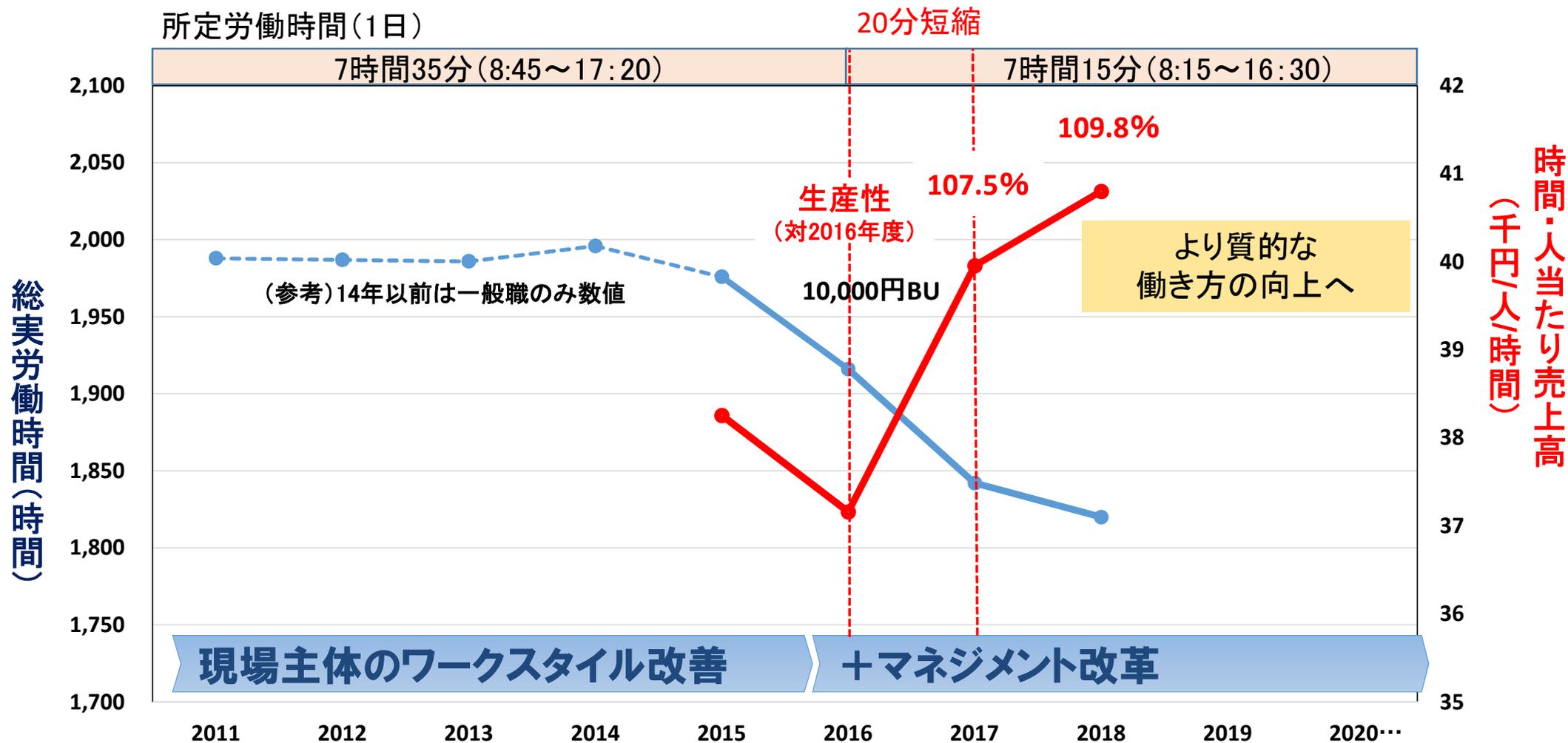
**個人投資家向け
オンライン会社説明会**

2019年12月13日(金)
20時-21時を予定

プレゼンター
取締役社長 最高経営責任者
西井 孝明

詳細は後日弊社HPでご案内

(トピックス) 働き方改革の取り組み:味の素(株)の場合



味の素グループの挑戦

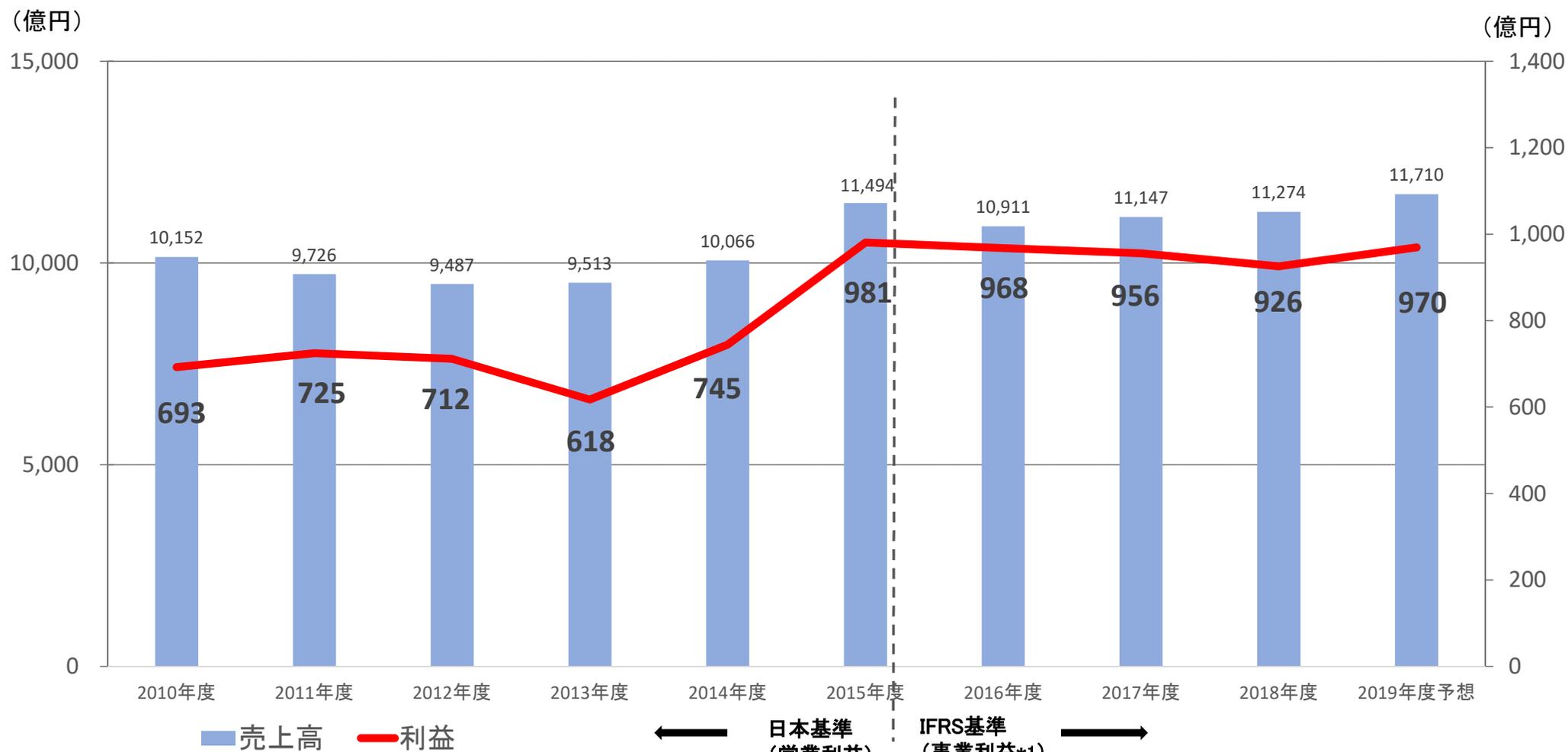


味の素グループは
「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」を目指し、
サステナブルな成長を実現していきます

Eat Well, Live Well.



(参考) 連結業績推移



*1 当社が経営管理のために独自に定義した利益指標 (売上高-売上原価-販売費・研究開発費及び一般管理費+持分法による損益)