

「Well-being」を創造する味の素グループの志(パーパス)

アミノサイエンス®で人・社会・Well-beingに貢献する

この志(パーパス)への進化から2年が経過し味の素グループの全従業員にすっかり浸透して、実効性を高める段階へと入っています。

味の素グループでは中村茂雄新社長の下、「環境負荷を50%削減」と「10億人の健康寿命を延伸」という、アグリフードシステムでつながる二つのアウトカム実現に向けて、さらなるスピードアップに取り組んでいます。

AJINOMOTO GROUP PURPOSE

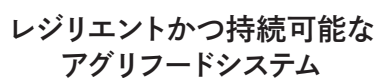
Well-beingを実現してより豊かな未来へと成長発展するために。

味の素グループの志(パーパス)、「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」を実現するためには、事業を通じた社会価値と経済価値の共創が不可欠です。「共感力を磨き、生活者視点を持ってWell-beingを実現し、事業活動を通じて共創された価値を還元していく」。このサイクルを繰り返していくことで人・社会・地球のより豊かな未来に寄与できると、味の素グループは考えます。

そしてそのためには、従業員一人ひとりが志(パーパス)を自分ごととし、関係者の皆さまの共感を原動力に「ありたい姿」の実現に挑戦し続ける姿勢が重要です。味の素グループは、社会価値と経済価値の共創のさらなるスピードアップ×スケールアップを図り、食と健康の課題解決のその先へ、アミノサイエンス®により人・社会・地球のWell-beingへ貢献していきます。

環境負荷を削減

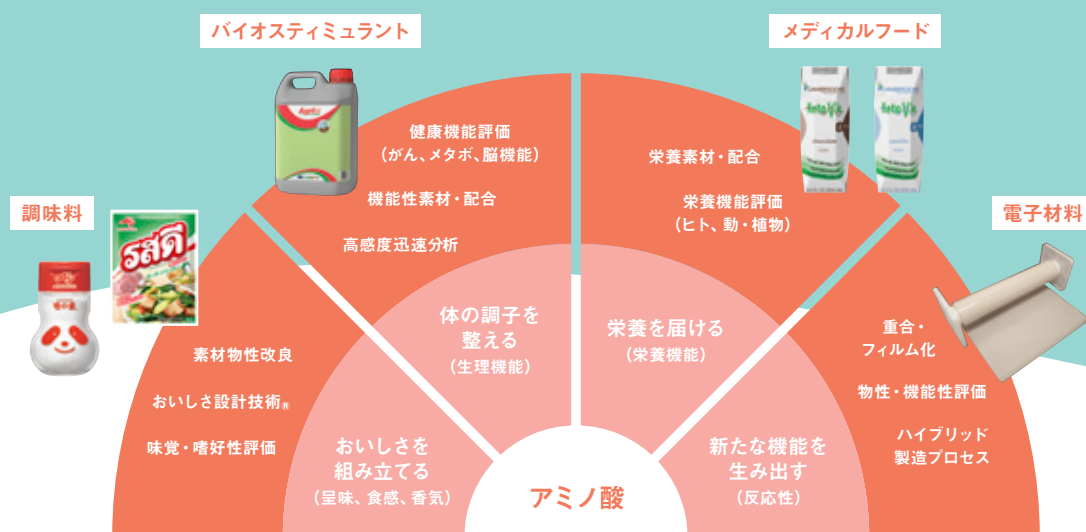
の健康寿命を
延伸



アミノサイエンス®とは？

「アミノサイエンス®」とは、アミノ酸のはたらきに徹底的にこだわった研究や実装化のプロセスから得られる、多様な素材・機能・技術・サービスの総称です。そして、それらを社会課題の解決やWell-beingへの貢献につなげる、味の素グループ独自の科学的アプローチも意味します。これは他企業が容易には真似のできない、味の素グループの競争優位の源泉の一つです。

AMINOSCIENCE



食品から電子材料まで、アミノ酸が秘める無限の可能性

ヒトに限らず、すべての生き物の体の形成にもっとも重要な栄養素がたんぱく質であり、そのたんぱく質を構成する最小単位の成分がアミノ酸です。創業以来、このアミノ酸に真摯に向き合い続ける味の素グループは、アミノ酸が持つ4つの可能性に注目してきました。①食べ物をおいしくする「呈味機能」、②栄養を体に届ける「栄養機能」、③体の調子を整える「生理機能」、そして④新たな機能を生み出す「反応性」です。これらのはたらき

から価値を創出した製品やサービスは、食品、医療から電子材料まで多岐にわたります。近年の研究開発によって、アミノ酸のケイパビリティは医療や電子産業など想像を超えた広範なジャンルに及んでいることが解明されています。アミノ酸のはたらきを使いこなす力こそ、味の素グループの強みです。味の素グループでは、アミノサイエンス®にトコトンこだわり、アミノ酸が秘めるさらなる可能性を追求していきます。

AMINOSCIENCE IS **TASTY**

健康な食生活を提供します

AMINOSCIENCE IS **MEDICAL**

再生医療で活用されます

AMINOSCIENCE IS **SPORTS**

エネルギーの源になります

AMINOSCIENCE IS **FARMING**

栄養バランスを整え、GHG削減にも貢献します

AMINOSCIENCE IS **TECHNOLOGY**

高性能半導体に不可欠な絶縁材として使われます

AMINOSCIENCE IS **AGRICULTURE**

生産性向上に寄与する農業資材になります

アミノサイエンス®を活かした事業展開

アミノ酸のはたらき	呈味機能 おいしくする	栄養機能 栄養を届ける	生理機能 体の調子を整える	反応性 新たな機能を生み出す
	味の素グループの 事業活動	食品事業 アミノサイエンス®を 調味料・食品、冷凍食品に 活かした事業展開	バイオ& ファインケミカル事業 アミノサイエンス®を ヘルスケア等に活かした事業展開	



アミノサイエンス®を
活かした事業展開



アミノサイエンス®
動画



創業者たちの志

おいしく食べて健康づくり

今や第5の基本味として世界で認識されている「UMAMI(うま味)」。
その開発には、日本人の栄養状態の改善を志した1人の科学者の努力と、
その可能性に賭けた1人の実業家の先見の明がありました。

FOUNDING STORY



優れた科学的発見を

世の中に役立つ形で広く普及させたい。

—— 二代 鈴木三郎助



アルト博士から学んでいたのです。

一方、後に味の素グループの創業者となる二代鈴木三郎助は当時、事業に行き詰まって手を出した米相場で負債を抱えてしまい、母が興した実家のヨード事業を手伝っていました。海藻のカジメからヨードを抽出する事業は順調に成長を遂げます。再起した彼は新たな事業展開を模索する中で、研究途上の池田博士と知己を得てきたのです。カジメとコンブ、同じ海藻を原材料としていることもあり、博士の研究を理解しやすかったのかもしれない。

「うま味を通じて粗食をおいしくし、日本人の栄養状態を改善したい」という池田博士の志に共感した鈴木は、1909年5月に世界で初めてうま味調味料「味の素®」を製品化しました。ここに産学連携が実現し、味の素グループの歴史は始まったのです。ちなみに味の素(株)では、創業日を「味の素®」の第1号が誕生した1909年5月20日としています。以来、味の素グループは100年以上にわたり「おいしく食べて健康づくり」という創業の志を受け継ぎ、「アミノ酸のはたらき」を活用しておいしさに妥協せず減塩を実現する等、おいしさと健康のさらなる両立を追求しています。



国民の栄養不良を矯救し、日本人の体格向上に貢献したい。

—— 「うま味の発見者」 池田菊苗

1908年(明治41年)、コンブだしのうま味成分がグルタミン酸であることを発見した池田菊苗博士。しかし、元々彼は食の研究者ではありませんでした。自身の専門である触媒研究のためにドイツに留学していた池田博士は、何よりドイツ人の体格と栄養状態のよさに驚いたといいます。そして「日本人の栄養状態を改善したい」と強く願うようになったのです。

帰国後、東京帝国大学の教授として研究に励んでいた池田博士は1907年のある日、コンブだしの効いた湯豆腐のうまさに、うま味成分の研究の可能性を見出しました。彼は大学での研究と並行して自宅に研究室を構え、調味料の研究を始めます。

その後、試行錯誤を経て、翌年2月、池田博士はコンブだしからうま味成分であるアミノ酸を結晶化させることに成功したのです。そのとき抽出できたのは、12kgのコンブからわずか30gだったそうです。

このアミノ酸がグルタミン酸であることを突き止めた池田博士は、グルタミン酸を原材料としたうま味調味料の製造方法を開発し、7月には特許を取得しています。発明を実用化して形にする重要性を、池田博士はドイツ留学中の師、オストヴ

味の素グループはこんな会社です

〔創業年〕

歴史が築いたブランド力

1909年

「うま味」の発見を起点に創業して116年。「開拓者精神」「新しい価値の創造」という創業者の志は、今も変わらず受け継がれています。

〔従業員数〕

様々な人が支える味の素グループ

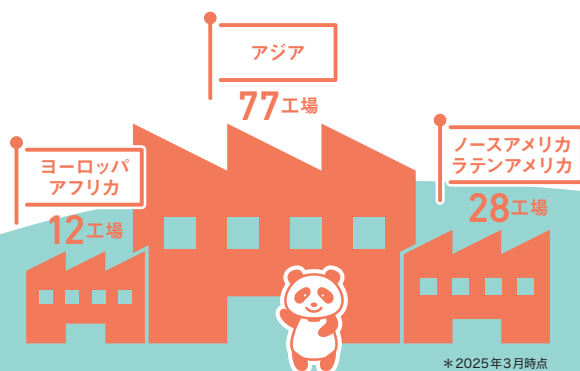
34,860名

世界31の国、地域で様々な個性を持った従業員が各地域の文化に根ざしたビジネスを展開しています。その内訳は日本8,274名、アジア13,925名、EMEA（欧州、中東、アフリカ）3,180名、北米・南米9,481名となっております。

〔生産工場数〕

グローバルな生産体制

117工場



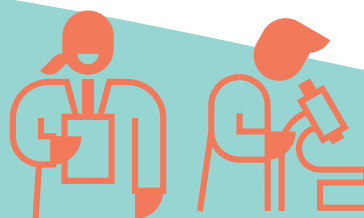
現在は世界24ヵの国・地域に工場を展開し、世界中のお客様へ安全・安心な製品をお届けしています。

〔研究開発要員〕

味の素グループ独自の先端技術力

約 1,700名

1956年、100名でスタートした味の素グループの研究開発要員数は事業の成長とともに増加し、今では世界中の研究拠点を合わせておよそ1,700名。食品、発酵、バイオ、生物、化学、工学等様々な分野における高い専門性を持った人材を擁しており、博士号取得者は500名超です。



数字で見る味の素グループの現在地点。

2024年度、味の素グループの売上高は1兆5,305億円と前年比6%増を記録しました。中期ASV経営 2030ロードマップの実現に向けて、「スピードアップ×スケールアップ」や「挑戦する組織文化」、「変化への機敏な対応」等の取り組みを進化させたことが業績につながっています。成長

曲線を描き続ける味の素グループを、2024年度の様々な数値で検証してみましょう。

まずグループ全体の従業員数は、34,860名。これだけのスタッフが世界31の国と地域で日々、その地域の食文化に寄り添いながらビジネスを展開しています。これはアミノ酸と真摯に向き合い続

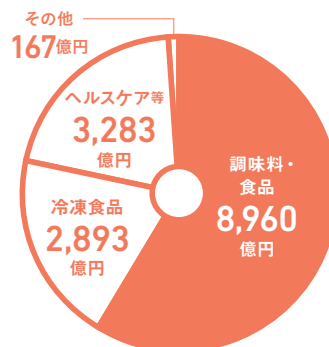
アミノ酸研究を起点にアミノサイエンス®を軸として成長してきた味の素グループは、日本はもとよりグローバルで31の国と地域で事業を展開、製品も食品から電子材料まで多岐にわたり、世界各地で人・社会・地球のWell-beingに貢献しています。

〔売上高〕

幅広い事業を展開

1兆5,305億円

日本および海外において、食品事業のみならず、ヘルスケア、電子材料等幅広い事業を展開し、アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献します。



*2024年度決算より

〔2030年ありたい姿 (ASV指標)〕

経済価値指標

ROE

約20%

ROIC

約17%

オーガニック成長率

CAGR 5%以上

EBITDAマージン

19%

2030年に向けROE約20%、ROIC約17%を設定し、収益性と効率性の向上を目指します。

4つの重点成長領域を中心に毎年5%以上のオーガニック成長を目指します。

事業効率化を促進し2030年にEBITDAマージン19%の実現を目指します。

社会価値指標

10億人の健康寿命を延伸

50%

環境負荷を削減



無形資産強化

従業員エンゲージメントスコア

85%以上実現

志への共感を醸成し、挑戦できる風土を高めます。

コーポレートブランド価値

CAGR 7%以上

技術資産と顧客資産を人財でつなぎ、イノベーションの共創を図ります。

けた116年の歴史が裏打ちするブランド理念と、志（パーパス）を一にする人財資産があるからに他なりません。そして生産体制は、世界24の国と地域に117工場を数えるまでに充実し、研究開発スタッフはおおよそ1,700名、世界のビジネスシーンで「技術が先導する食とアミノ酸の企業」という信

頼をいただいています。

味の素グループは今後もアミノサイエンス®を活かし、食品事業とバイオ&ファインケミカル事業を両輪として成長を実現します。そしてASV指標に掲げた挑戦的なありたい姿に向かって、2030ロードマップを着実に歩み続けていきます。

NUMBERS

AJI LUNCH

私の働く味の素みらい社での
主な業務は清掃業です。
味の素グループの皆さまが
気持ちよく会議室を利用し、
笑顔で帰って頂けるよう
毎日頑張っています。



秋葉竜也

味の素みらい株式会社

企業の責任を果たしながら
生活の質と発展を向上させ、
社会的価値と経済的価値を
創出することを意味します。
麺の製造における全ての行動は、
どんなに小さなものであっても、
家庭やお客様、社会に影響を与え、
共有価値を創出しています。



Alexander Cirilo

ペルー味の素社
Production



命を救う医薬品原薬を製造する一方で、
水処理およびガス処理設備の
適切な管理を通じて、
環境への影響を最小限に抑えること。

Frederik Verbeke

味の素オムニカム社
Environmental Officer

「感動で笑顔」を
広げること。

嶋田唯希

味の素冷凍食品株式会社キーアカウント事業部
広域フードサービスグループ



100年先も美味しいコーヒーを提供し続け、
「ふう」があふれる社会の実現を目指し、
全ての人と地球が「笑顔」になる、
サステナブルサイクルの構築に貢献すること。



鶴岡俊哉

味の素AGF株式会社
広域支社第一営業グループ

ASV、私たちはこう考えます

人々が健康で、
活力ある生活を送れるよう
明るい未来を築くことです。

池田真菜

味の素デジタルビジネスパートナー(株)
Business Support Tower



人・社会・地球の
Well-beingに貢献する
モノを作る！
それがASVや！

中村茂雄

味の素(株)
取締役 代表執行役社長 最高経営責任者



安心で高品質なオリゴ核酸を提供し、
核酸医薬品の開発を支援することで、
人々の疾病の治療と予防に貢献し、
健康で豊かな未来を目指すこと。

斎藤恵美

株式会社ジーンデザイン
核酸製造部



フィリピンの人々に
満足と喜びをもたらす
最高水準の品質を
保証することです。

Madeleine Nicole Bo

フィリピン味の素社
QA



WHAT ASV MEANS TO US



私たちは社会のWell-beingへのコミットメントから、ブラジルの栄養士の方々と一緒に製品や健康の価値を広めています。彼らが信頼されている専門家として私たちのメッセージを消費者に届けてくれることで、信頼が深まり、当社ブランドのイメージも向上し、持続的なビジネスの成長にも貢献しています。

Priscila Andrade

ブラジル味の素社
Nutrition and Consumer Relationship Department



私たちが持つ強みや特長を活かしながら、希少疾患による深刻な影響に向き合い、遺伝子治療の可能性を広げることで、より健康で、誰もが公平に暮らせる世界の実現を目指します。

Jennifer Kelly

フォージ・バイオロジクス社
Finance



全ての選択がより健康的な地球を支え、人々の生活と幸福の向上につながること。

Paulo Ruiz Ayala

味の素フーズ・ノースアメリカ社
Procurement Team



多様な個性を輝かせるインクルーシブな環境を育むことで、社会の課題を解決できる幅を広げ、世界に貢献する食の価値を創造します。

荒牧楓

味の素食品(株)
総務・人事部 人事グループ

ASV (Ajinomoto Group Creating Shared Value) とは、事業を通じて社会価値と経済価値の共創に取り組むこと。味の素グループが「将来ありたい姿」、志(パーパス)を実現するための基本的な考え方です。世界で活躍する味の素グループのメンバーたちはこのASVをどう理解し、どのように取り組んでいるのか聞いてみました。



「食を通じて健康に、よりよく生きる」という理念を体現するスマートな食品ソリューションを提供すること。

Fulya Meriç içen

イスタンブール味の素食品社
International Sales and Business Development Manager



原材料のグリーン調達を通じて便利な製品・サービスを世の中に提供し、人々の良い暮らし及び地球持続性の実現に貢献したい。

戴雁

味の素ファインテクノ(株)
生産企画部購買グループ



牛の健康に貢献することで、地球のWell-beingに貢献できます。地球環境の負荷削減と経済価値創出の両立を実現したいと考えています。

神原真生

味の素(株)
バイオ・ファイン研究所 動物栄養ソリューショングループ



健康は職場において重要な役割を果たしています。健康プログラムの実施における課題は行動変容ですので、従業員の行動変容を促す、柔軟で参加しやすいプログラムを提供しています。

Dimas Widodo

インドネシア味の素社
HR



プラスチック廃棄ゼロを目指した環境対応の包材設計で、人・社会・地球のWell-beingに貢献します。

河原広隆

味の素(株)
食品研究所 コンシューマーフーズ開発センター 包装設計グループ