

Eat Well, Live Well.



札証IR個人投資家向け 会社説明会

味の素株式会社
証券コード：2802
(東京証券取引所プライム市場)

IR室
経営企画部 経営基盤グループ 飯村 新人
土屋 洋人

2025年1月17日

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、本資料の発表日現在における将来の見通し、計画のもととなる前提、予測を含んで記載しており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績は、今後様々な要因によって、大きく異なる結果となる可能性があります。
- 本資料には監査を受けていない概算値を含むため、数値が変更になる可能性があります。

北海道と味の素グループのつながり

味の素グループでは、北海道で収穫されたこだわりの原料を使用して製品を製造。

「ほんだし®」は、全国でもトップレベルのご支持を頂戴している。

クノール®コーンクリームスープ

業務用ポテトサラダ

代表執行役社長 藤江



コーンパウダー等スープ用自社原料の主要生産工場 (北海道に2箇所)

- ・そのままかじっても甘い、スーパースイートコーンを100%使用（糖度はメロン並み！）
- ・約300軒の農家と契約。栽培面積は東京ドーム200個分！

北海道十勝産の原料のみ*を使用

*十勝の4町5農協で構成される「十勝馬铃薯施設運営協議会」の馬铃薯を使用



北海道では、風味調味料製品の中で「ほんだし®」のシェアが7割超、全国でもトップレベルのご支持を頂戴しています。

インテージ社のSRIデータ調べ



本日の内容

1 味の素グループ概要

2 成長戦略

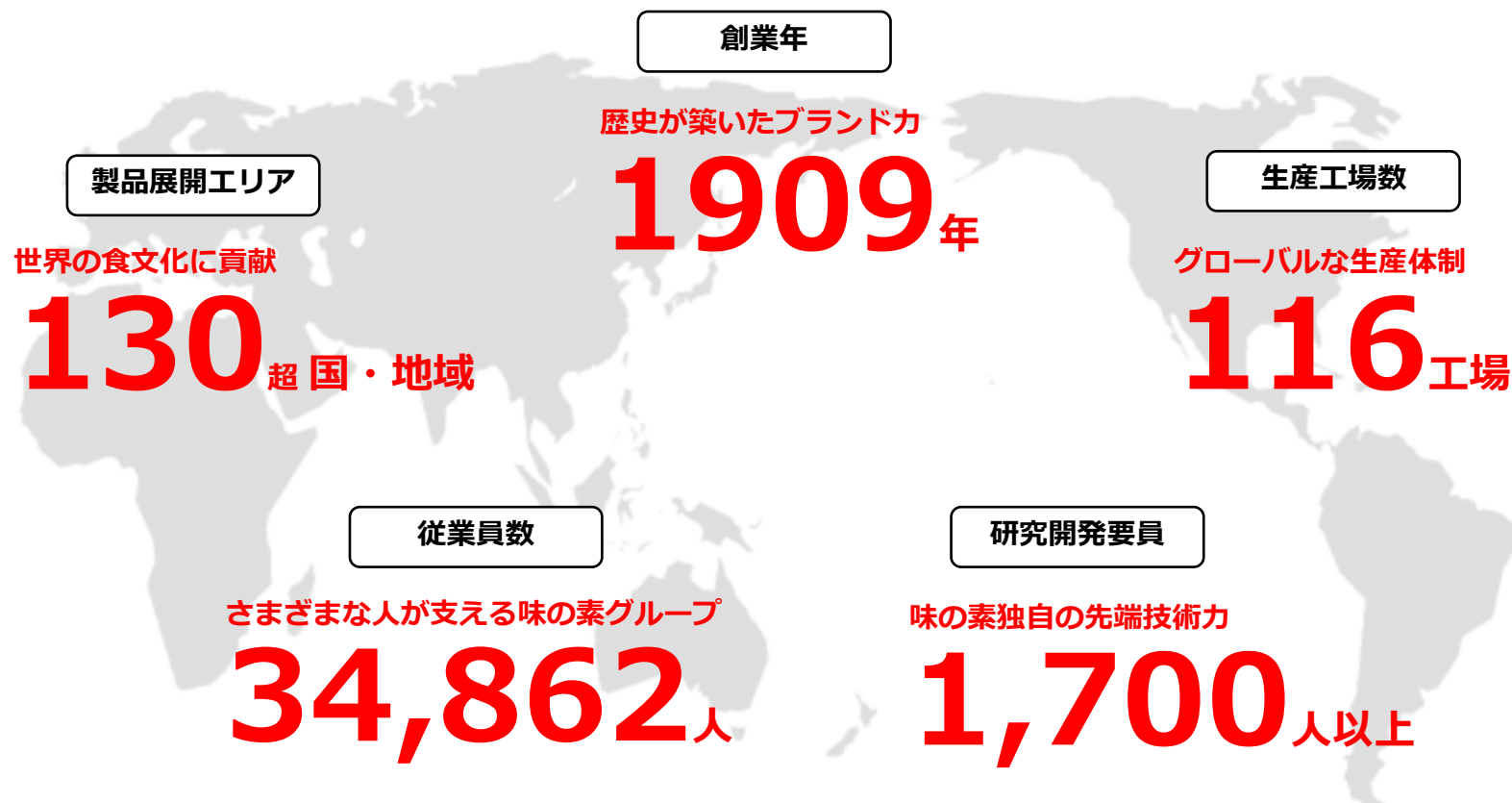
3 2024年度業績予想

4 株主還元・株式分割

*本資料における事業利益（連結ベース）：

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

数字で見る味の素グループ



2024年3月末時点

1909年、昆布だしに含まれるアミノ酸（うま味成分）から
「味の素®」を商品化



「うま味」の発見者
池田 菊苗（東京帝国大学 教授）

創業時の志

食を通じた社会への貢献

うま味を通じて日本人の
栄養を改善したい



味の素グループ創業者
二代 鈴木 三郎助

現在

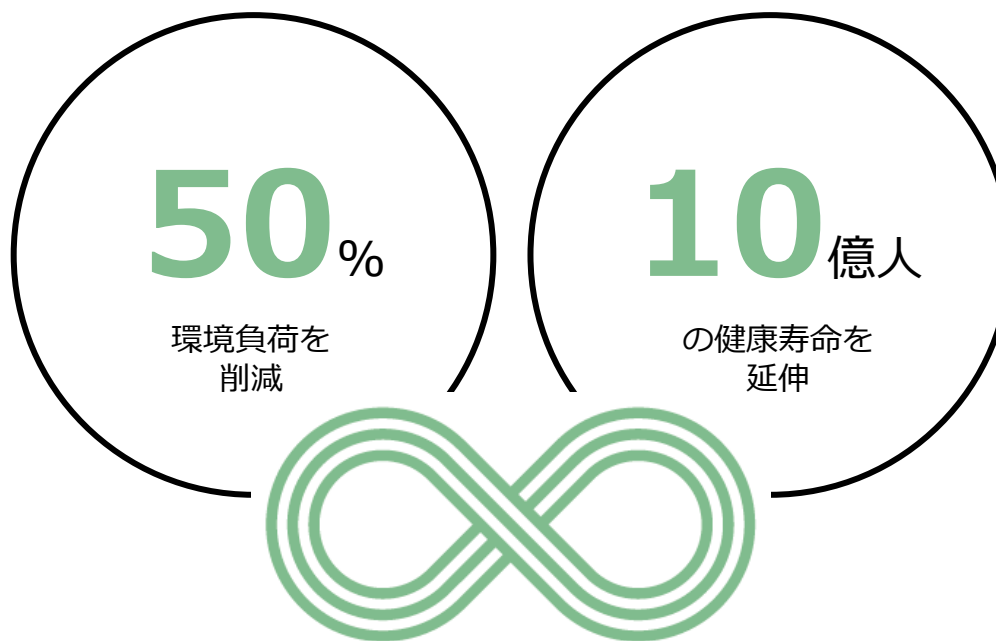
事業を通じた社会価値と経済価値の共創

ASV(Ajinomoto Group Creating Shared Value)



初代「味の素®」
(グルタミン酸ナトリウム)

アミノサイエンス®で 人・社会・地球のWell-beingに貢献する



レジリエントかつ持続可能な
フードシステム

アミノ酸とは

アミノ酸とは、たんぱく質を構成する成分のこと。
 筋肉、消化管、内臓、髪や皮膚のコラーゲンなど、カラダの重要な組織を作るたんぱく質の素。



母乳に含まれるたんぱく質には、必須アミノ酸※をはじめとするアミノ酸がバランス良く含まれる。

そのため、赤ちゃんは、母乳だけでも成長。

※体内で合成できず、食事から摂取することが不可欠なアミノ酸

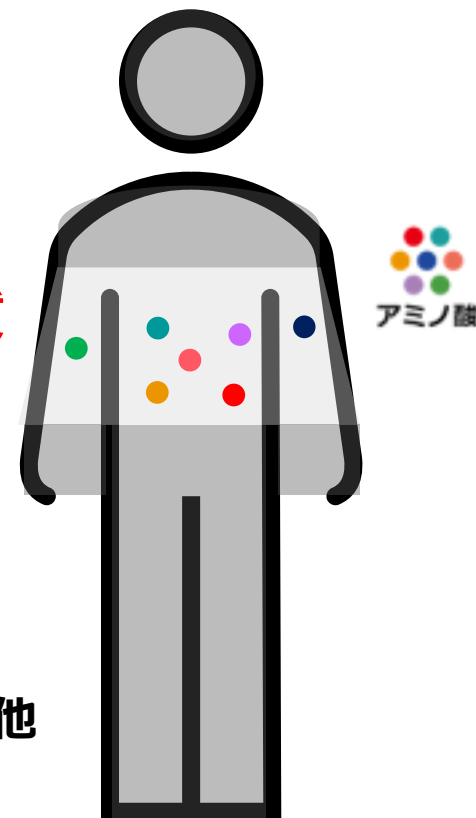
ヒトの体の構成比

脂質
15%

たんぱく質
20%

水分
60%

糖質/その他
5%



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プロセスや実装化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。また、それらを社会課題の解決やWell-being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。

アミノ酸

すべての生きもの
のからだをつくる

基本物質

カラダのさまざまな
機能を担う



アミノ酸のはたらき

呈味機能

おいしくする

生理機能

体の調子を整える

栄養機能

栄養を届ける

反応性

新たな機能を生み出す

価値の創出

味の素グループの事業活動

食品系事業

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 系事業

アミノサイエンス®を
ヘルスケア等に活かした事業

味の素グループ アミノサイエンス®をベースとする事業展開

食品系事業

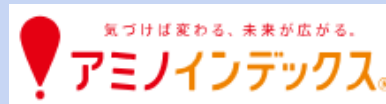


バイオ&ファインケミカル系事業

医薬用・食品用アミノ酸



味の素ビルドアップフィルム®
(電子材料事業)

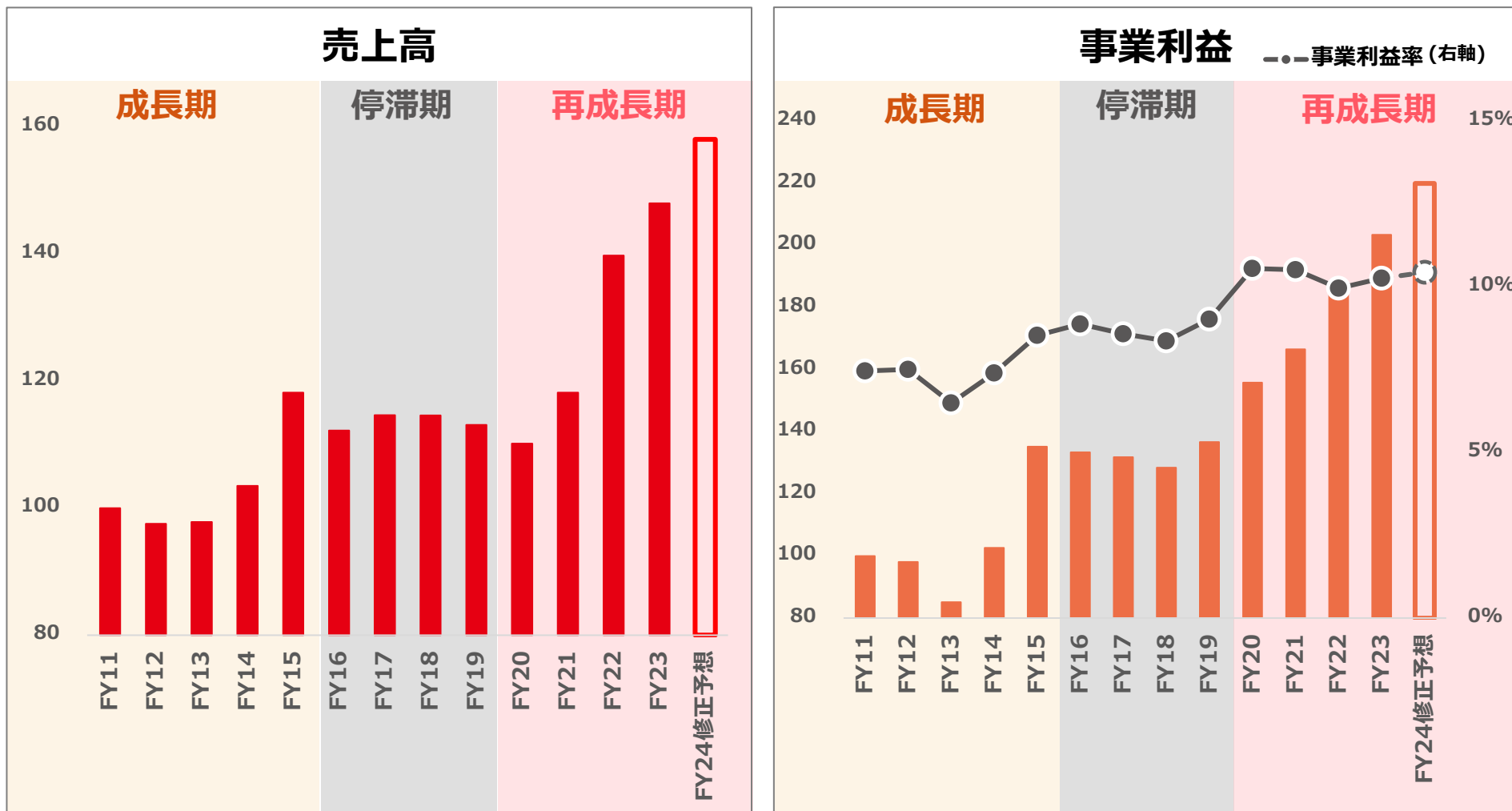


医薬品受託製造サービス (CDMO)



売上高・事業利益の推移

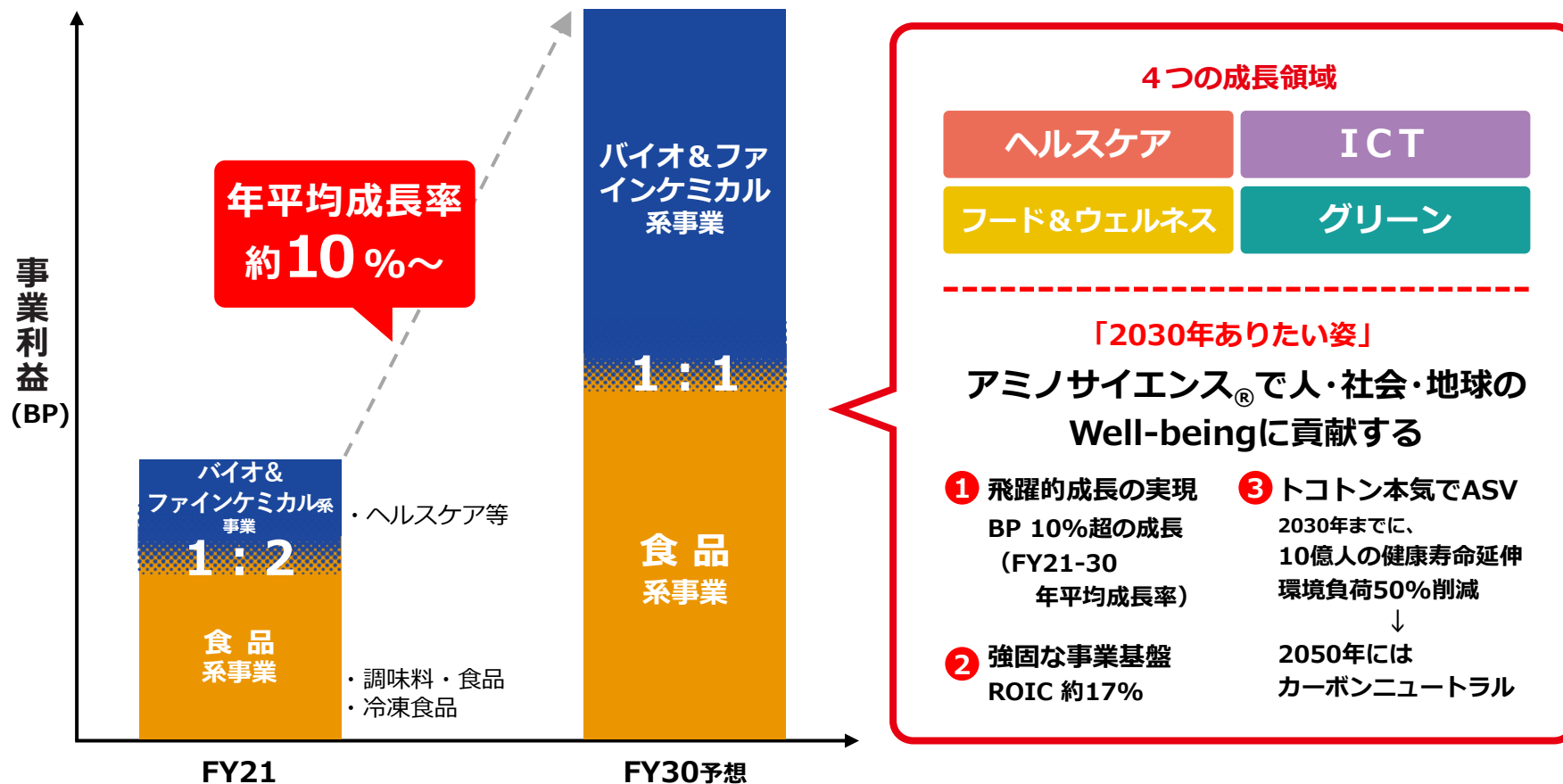
重点事業への集中、無形資産への投資強化などを進め、2020年度以降、再成長期に入っている。



※ FY11を100（左軸）とした際の連結売上高・事業利益の推移
 ※ FY15よりIFRS基準を適用。FY11～FY14の事業利益は営業利益を記載

構造改革から成長へのシフト

味の素グループは、食品系事業を持続的に成長させながら、バイオ&ファインケミカル系事業を飛躍的に伸ばし、高収益かつユニークで強固な構造を目指す。



2030ロードマップ° ASV指標

2030年に向けた挑戦的なASV指標を掲げている。従業員一人ひとりが挑戦を続けることで、企業価値を継続的に向上させる。

		FY23	FY24 中間期	FY24 修正予想	FY25計画	FY30計画	【参考】 EPS 約 3 倍 (FY22対比) を目指す	
ASV指標	経済価値 指標	ROE (Forge社連結影響除く)	11.0% (11.4%)		約 12% (約13%)	18%	約 20%	ASVが 飛躍的・継続的に向上し、 ステークホルダー・ 社会にとって 魅力的な企業で あり続ける
		ROIC (>資本コスト) (Forge社連結影響除く)	8.7% (9.4%)		約 9% (約10%)	13%	約 17%	
		オーガニック成長率	1.7%	4.4%	約 5% (期初予想7%)	5% (FY22-25)	5%~ (FY25-30)	
		EBITDAマージン	15.7%	17.4%	約 16%	17%	19%	
社会価値 指標	環境負荷削減の 取り組み	▲35% CO ₂ 排出量 (Scope1,2)				環境負荷 50%削減 (アウトカム)		
	栄養コミットメント <small>栄養以外の貢献についての指標も 今後検討予定</small>	9.4億人				10億人の 健康寿命延伸 (アウトカム)		
無形資産 強化	従業員エンゲージ メントスコア	76%	76% (速報値)		80%	85%~		
	コーポレート ブランド価値	1,625 (実績 前年比 +17%)				FY22比、CAGR 7%~		

経営が示す挑戦的目標

本日の内容

1 味の素グループ概要

2 成長戦略

3 2024年度業績予想

4 株主還元・株式分割

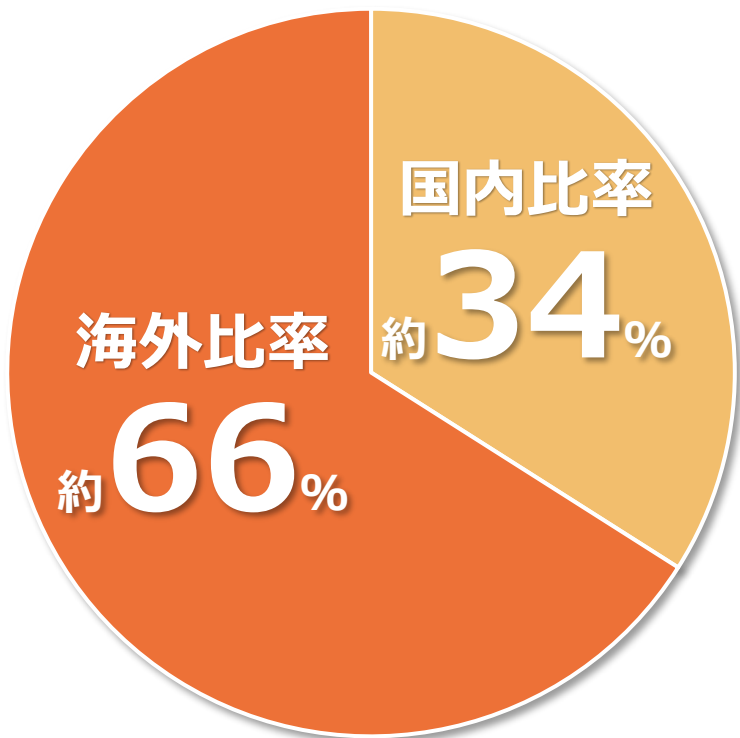
成長戦略① 食品系事業



調味料・食品の売上高比率は国内約3割、海外約7割。グローバルでは、東南アジア、ラテンアメリカなどを中心に、調味料や加工食品などの様々な製品を展開。

＜調味料・食品:売上高＞

FY23実績：8,469億円



国内



うま味調味料
「味の素®」



「ほんだし®」



「クノール®」
スープ



コーヒー類



「ピュアセレクト®」
マヨネーズ



「CookDo®」



「鍋キューブ®」



業務用調味料

海外

うま味調味料



タイ

うま味調味料



フィリピン

風味調味料



インドネシア

風味調味料



ブラジル

メニュー用調味料



インドネシア

メニュー用調味料



フィリピン

マヨネーズ



ベトナム

スープ



ブラジル・韓国・台湾

即席麺



タイ

即席麺



ポーランド

コーヒー等



タイ

加工用うま味調味料



Copyright © 2025 Ajinomoto Co., Inc. All rights reserved.

代表的な製品・展開国のみ記載 15

成長戦略① 食品系事業:更なる事業拡大に向けた戦略

食文化に適合した製品（メニュー用調味料など）の強化、減塩などの高付加価値品など、**製品領域を拡大**。更に既存主要国の**周辺国への事業展開にも注力**。

FY24予想オーガニック成長率5.0%

製品領域の広がり

減塩タイプ製品
および
健康価値付加製品



付加価値
の向上



メニュー用
調味料



風味調味料



うま味調味料



日本

タイ

インドネシア

ベトナム

フィリピン

ブラジル

その他展開国

展開国の広がり

世界共通のグローバルブランドうま味調味料「味の素®」に加え、各国・地域の食文化に根ざした製品・ブランドを販売。高いシェアとなっている。

高シェア
全世界共通
うま味調味料
AJI-NO-MOTO®



当社推定シェア
23年度実績



風味調味料

風味調味料

コーヒー

風味調味料

風味調味料

現地の食文化に
根ざし、高シェアな
調味料・食品



当社推定シェア
23年度実績



成長戦略①

食品系事業:マーケティングの進化による成長ドライブ

組織横断でマーケティングの高度化等を図るべく、マーケティングデザインセンターを設立(2023年4月)。「打席に立ち、バットを振る」ことを重視。お客様起点で独自性のある新たな価値の創出を目指す。今後の柱となる年間二桁億円以上を目指す製品を発売していく。

Point1 コンセプト・製品開発

- ・生活者解析から「狭く・深い」ニーズでスケールできることを発見

これまでのように「家族みんなで食べられる本格中華」ではなく、「高級四川料理」の味をそのまま再現

Point2 反響・ご購入者様の特徴

- ・好調な店頭回転、既存品と比較して男性・若年層からも購入されている
- ・本製品をきっかけに、「Cook Do®」シリーズを初めてご購入したお客様も多い



〈極 麻辣麻婆豆腐用〉の販売好調に伴い、さらに2月2日より2品種を発売予定。
中華合わせ調味料のプレミアムカテゴリーの活性化、売上拡大を図る。



〈極 麻辣回鍋肉用〉



〈極 香辣麻婆茄子用〉



中華プレミアム合わせ調味料
市場は、前年同期比
146%で推移

(2024年4~9月)

インテージ社の「全国小売店パネル調査」調べ

2品種計の
25年度売上目標
約9億円(消費者購入ベース)

成長戦略① 食品系事業:冷凍食品事業の戦略



国内：お客様のニーズに合わせた商品展開で販売を伸ばす。
海外：成長が見込まれるアジア市場を中心に、販売を伸ばす。

IRトピックス:味の素フーズ・
ノースアメリカ社動画



国内

海外

主力品
「ギョーザ」

24年8月発売
「ギョーザ」
大容量品

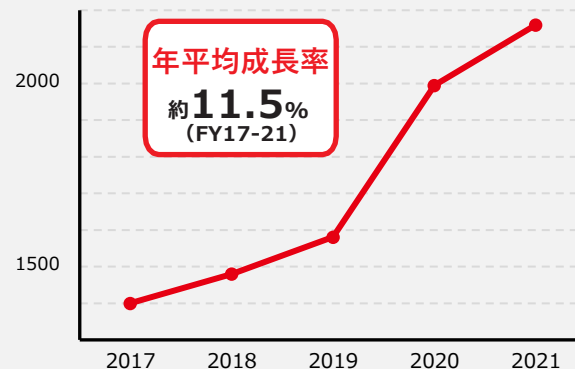
機能価値訴求
(電子レンジ対応)

国内：海外
=約 3：7
(FY23売上高比率)

日本の知見を活かした
日式羽根つきGyozaを展開



(百万USD) 北米のアジアン伸長率



健康価値訴求
(減塩・アレルギー
たんぱく質強化対応)



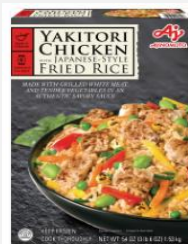
北米：餃子

「ザ★®」ブランド

やわらか
若鶏から揚げ

おべんと
PON™

業務用
冷凍ケーキ



北米
フライドライス



北米
メキシカン (タキートス)



欧州
餃子

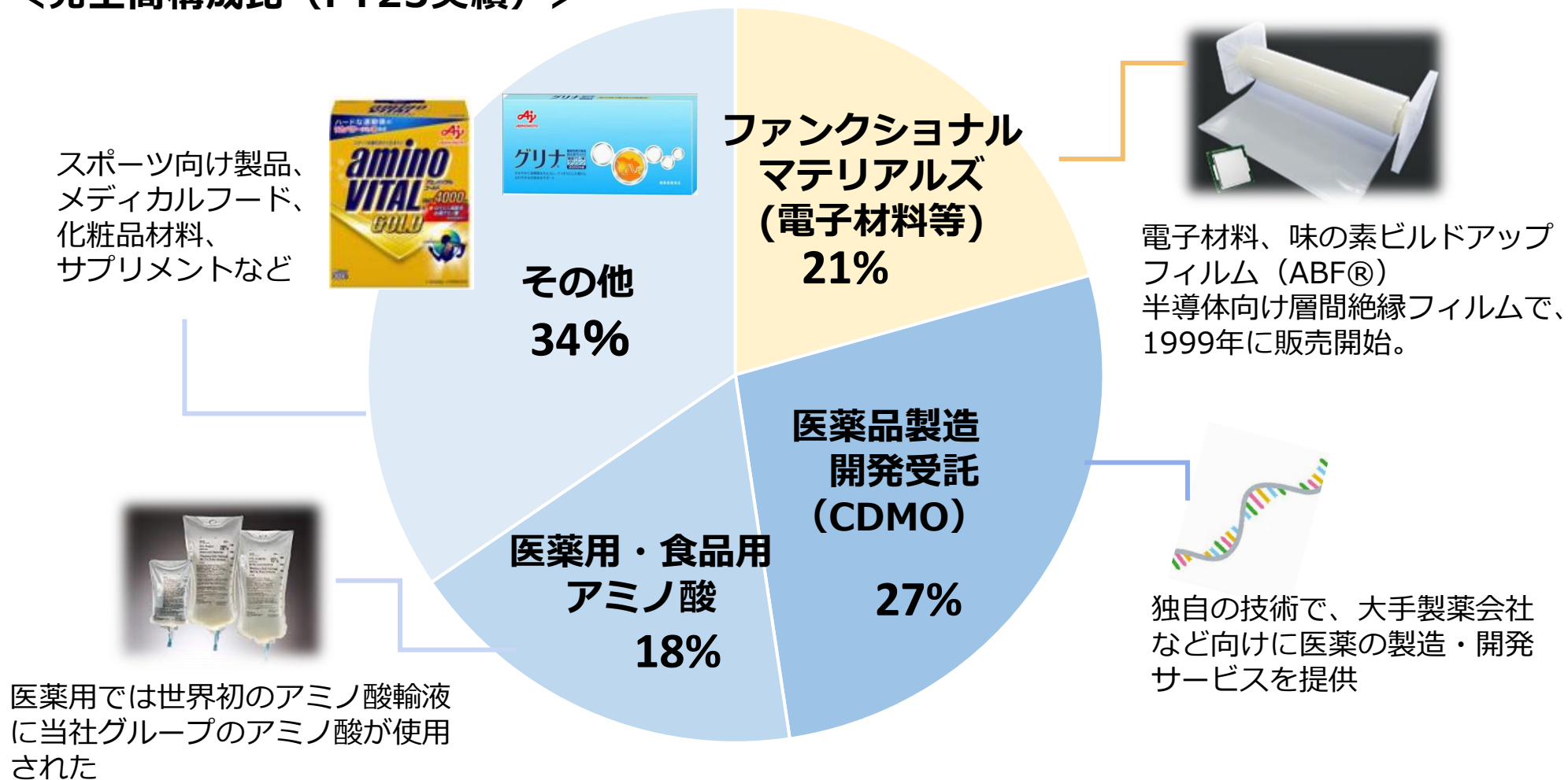


欧州
マカロン

成長戦略② バイオ&ファインケミカル系事業

アミノサイエンス®でアミノ酸にかかると技術を応用し、電子材料、医薬品製造開発受託（CDMO）、
医薬用・食品用アミノ酸など幅広い事業を展開。

<売上高構成比（FY23実績）>



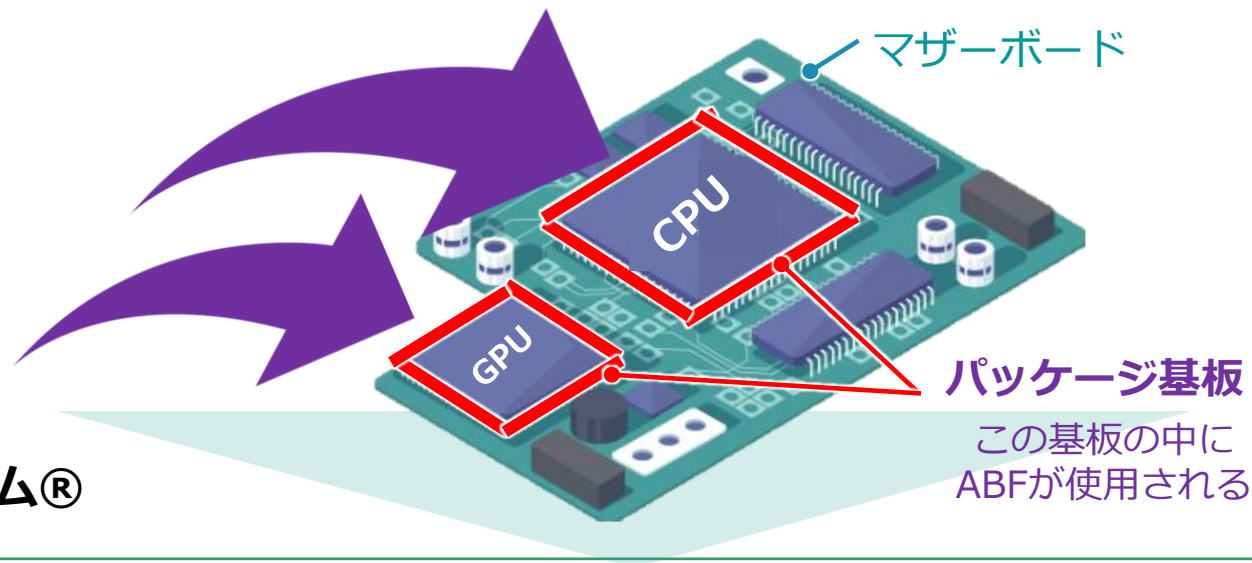
成長戦略②-1

ファンクショナルマテリアルズ- 味の素ビルドアップフィルム® (ABF)

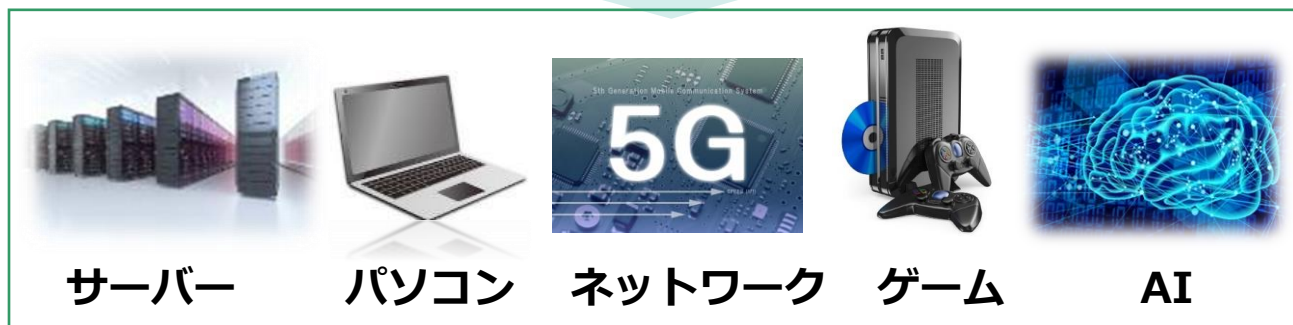
ABFは、世界初のフィルム状のパッケージ基板用絶縁材料。
1999年に発売、グローバルで**95%以上の高いシェア**を有する。



味の素ビルドアップフィルム®
(ABF)



電子材料の
説明会を実施
(24年12月)



サーバーやパソコンを始め、様々な機器の半導体にABFが使用されている

成長戦略②-1

ファンクショナルマテリアルズ-味の素ビルドアップフィルム® (ABF)



ABF®は、ICチップを乗せる「半導体パッケージ基板」に、層間絶縁材料として使用される。

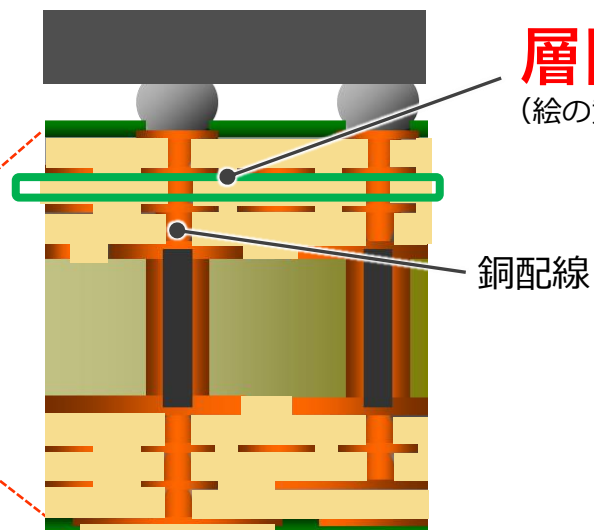
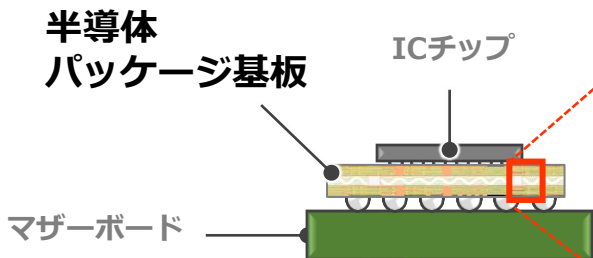


<図②>

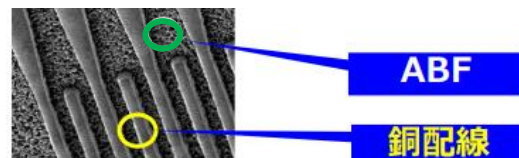
半導体パッケージ 断面イメージ

ABF・銅配線が層として積み重なり、構成される

<図①>



ABFの上には、最先端の基板に必要な細かい銅配線を形成可能
→最先端の電子回路にも対応できる



10um

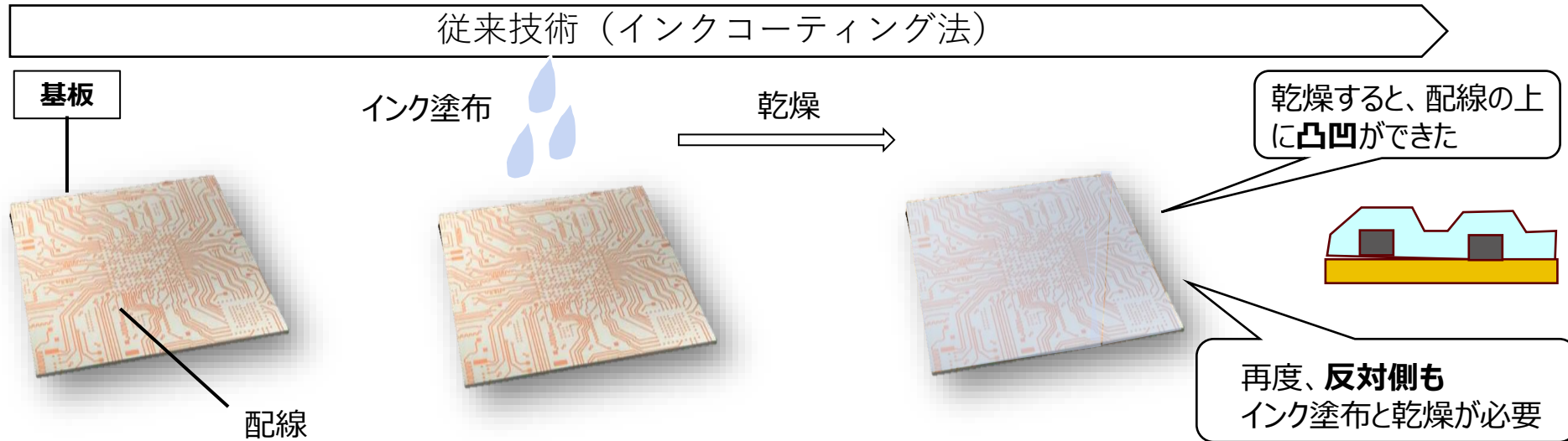
※髪の毛の太さが100um

成長戦略②-1

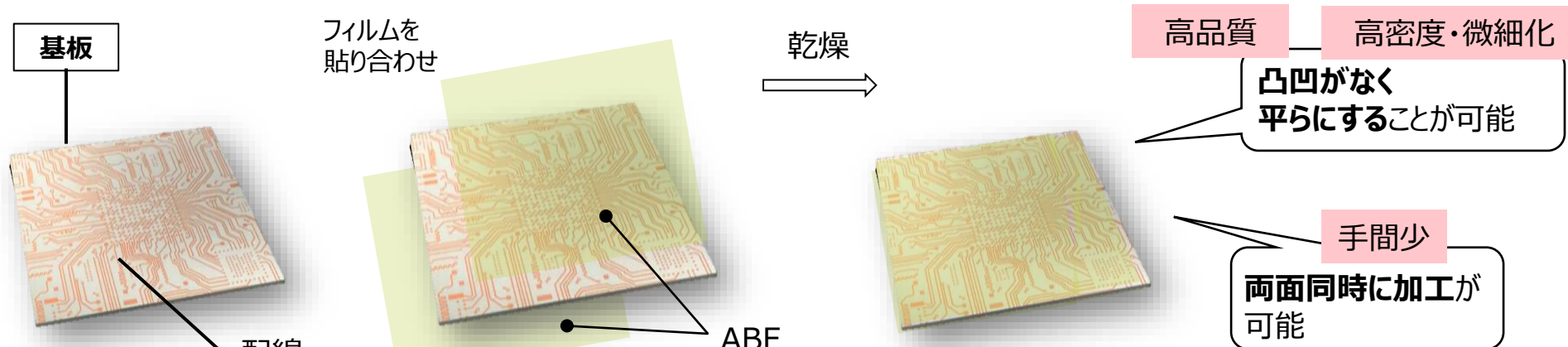
ファンクショナルマテリアルズ-味の素ビルドアップフィルム® (ABF)



ABFが起こしたイノベーション



ABFを使った技術 (ラミネート法)



成長戦略②-1

ファンクショナルマテリアルズ-味の素ビルドアップフィルム® (ABF)



- ✓ 半導体パッケージ基板にはABFが不可欠、シェアは95%以上
- ✓ ABF使用量の拡大が見込まれる(HPC*用途ではABF使用量は従来の10倍以上)
- ✓ AI半導体の進化にもABFが貢献し、成長をドライブ

*ハイパフォーマンスコンピューター

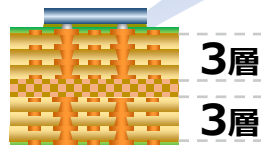
超高速・省電力化へ
(2030以降)

高速化・AI進化
(~2030)

高多層・大型化・微細化
(現在)

基板断面イメージ

ABF



3層

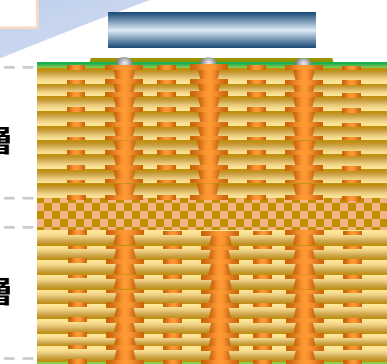
3層

PC



9層

9層



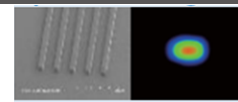
サーバー・データセンター・ネットワーク
(HPC)



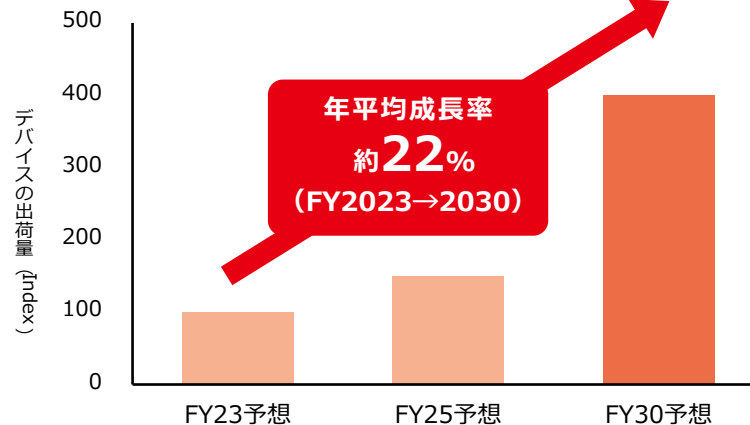
AI 半導体



光電融合パッケージ



<HPC*市場 (デバイス) の伸長>



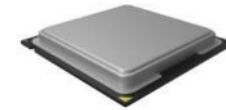
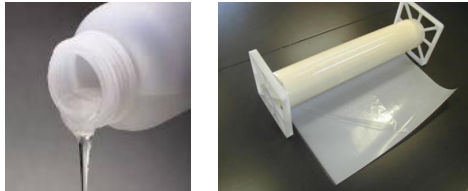
外部調査会社の情報を基に当社推定

成長戦略②-1

ファンクショナルマテリアルズ-味の素ビルドアップフィルム® (ABF)



ABFの提供先企業のみでなく、バリューチェーン上のすべての会社と密に連携。共創エコシステムでの開発を行っている。この事業モデル変革が、ABFの競争優位性を補強している。

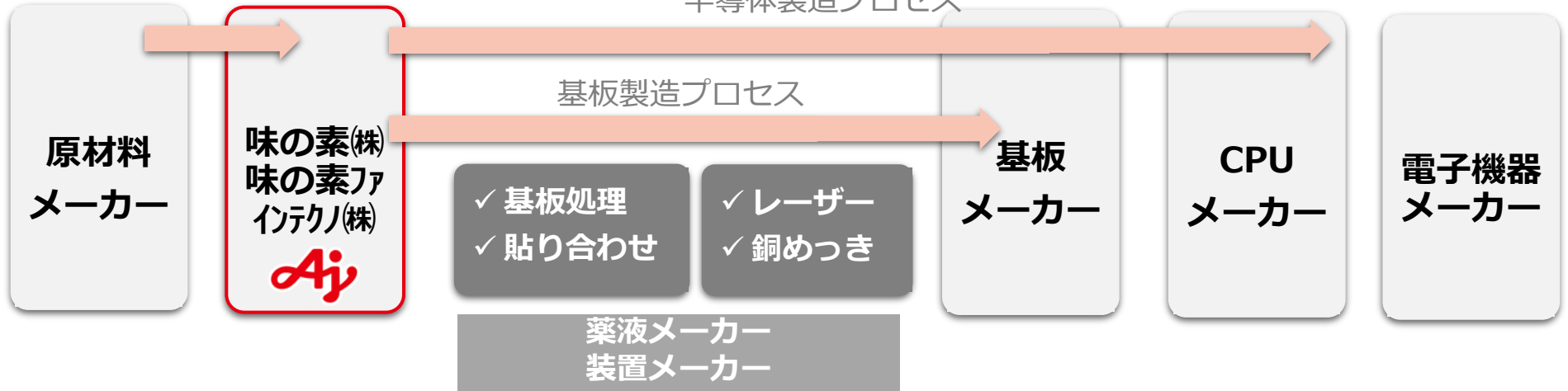


サーバー
ネットワーク
パソコン
AIなど

ABF開発プロセス

半導体製造プロセス

基板製造プロセス

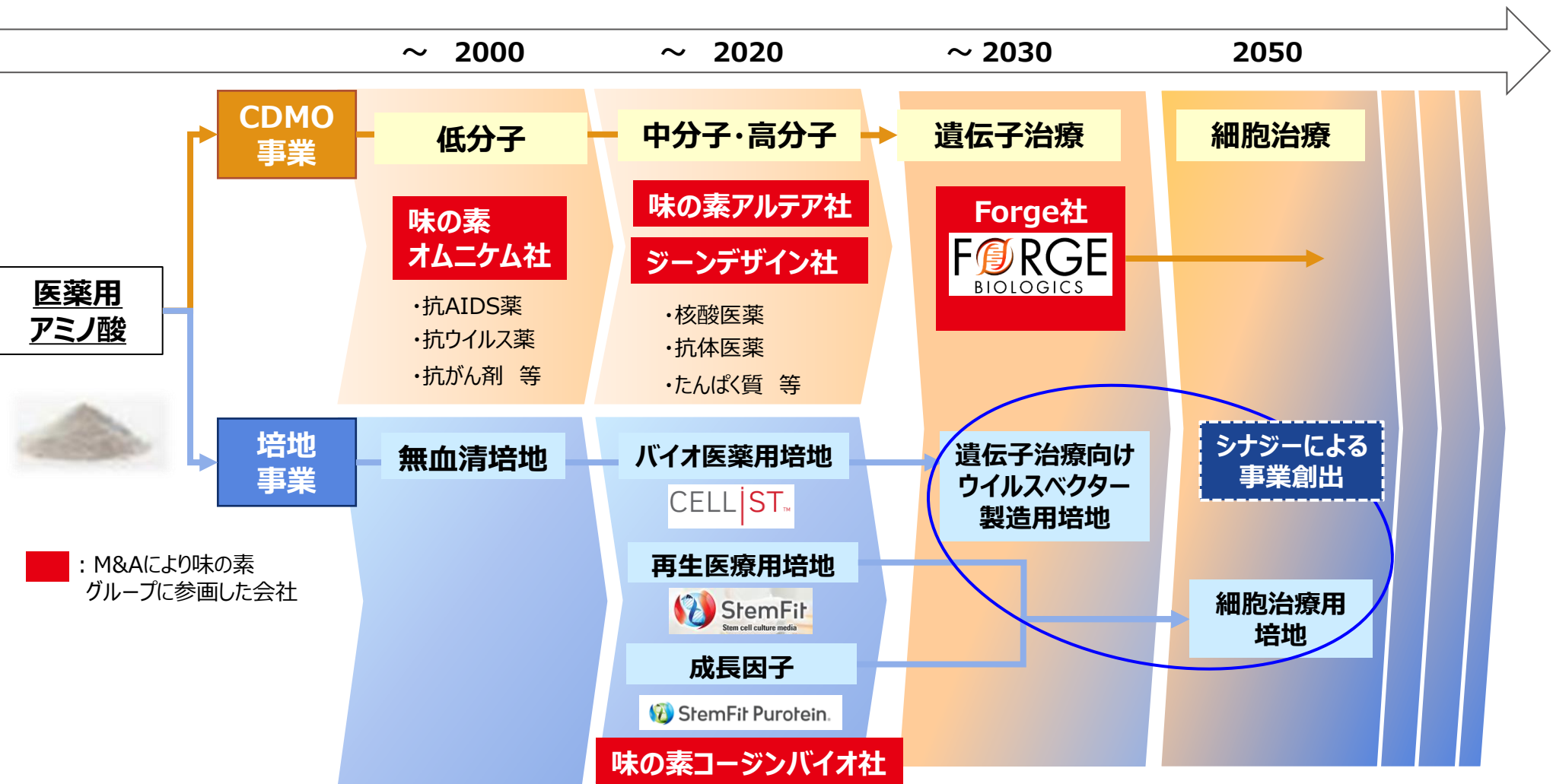


味の素グループ

成長戦略②-2

ヘルスケア領域の成長戦略

1950年代にアミノ酸輸液の原料を世界初で供給したことから医薬用アミノ酸事業開始。
以降、アミノサイエンス®を軸に、医薬品開発製造受託（CDMO）事業や培地事業など事業拡大している。



成長戦略②-2

ヘルスケア領域の成長戦略-医薬品開発製造受託（CDMO）事業



大手製薬会社を中心に、低分子や中分子では原薬（薬の有効成分）の製造プロセスの開発・製造サービスを、抗体薬物複合体（ADC）や遺伝子治療等では開発支援・製造サービスを提供。中分子、ADC、遺伝子治療の分野においては、当社グループの独自製法・独自技術によるサービスを展開。



低分子

抗ウイルス薬、抗がん剤など
日本、ベルギー、インドで製造

味の素グループ CDMO事業

中分子 (核酸医薬 など)

遺伝性疾患、がんなどの疾病に適用
世界で唯一の独自製法を持つ

AJIPHASE®

BIO・PHARMA
SERVICES

ADC 遺伝子治療等

ADC：独自技術で抗体に結合する薬剤数・位置を調節可能

遺伝子治療：米国Forge社を買収（23年）
高難度な生産技術をもとに、今後の成長に向けて
顧客・パイプラインを着実に拡大中

AJICAP®

FORGE
BIOLOGICS

固相合成法に加え、独自の液相製法AJIPHASE®を有する唯一の核酸CDMO

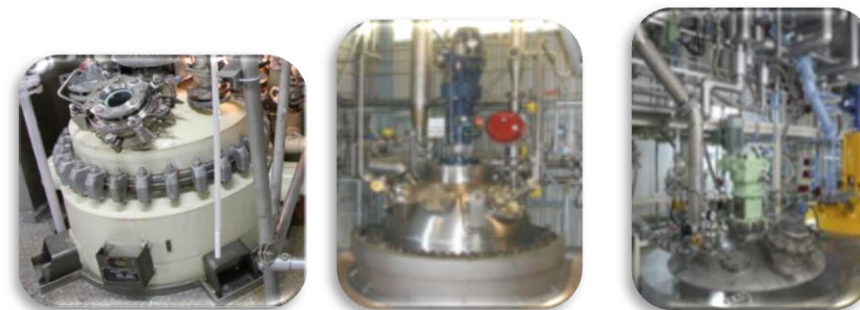
固相合成法



- 世界の**主流製法**
- **早い**が1Bの量が限定的 (合成機に依存)
- 専用の合成機を必要とする
- 有機溶媒・原料の使用量が多い



液相合成法 (AJIPHASE®)

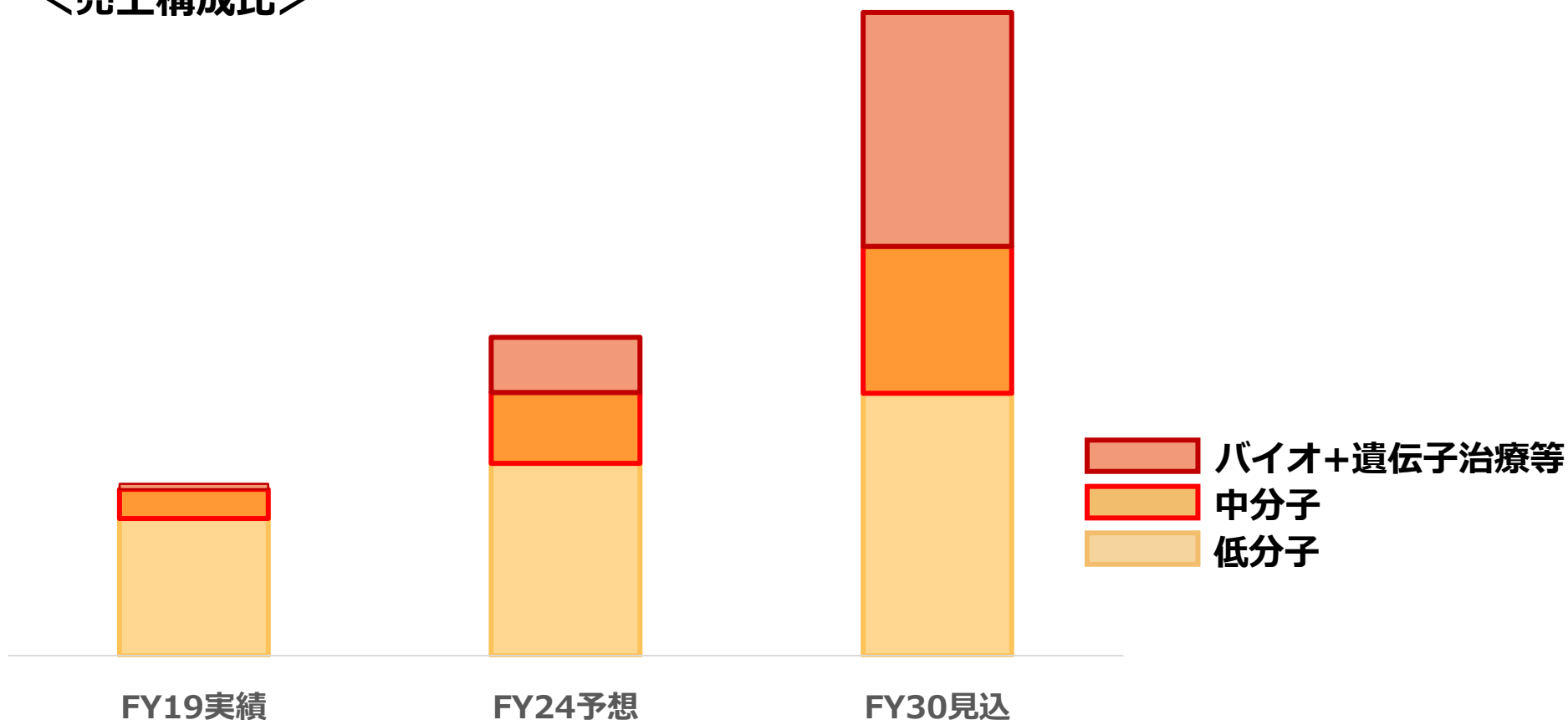


- **工業スケールでの世界唯一の液相製法**
- **汎用的な合成設備が使用可能**
- **大量製造**が可能
- 合成中に分析可能 = **高品質**プロセス構築可能
- 有機溶媒・原料の使用量が少ない

核酸医薬品の商用化実績あり

味の素グループのCDMOは、独自の技術により、既存の設備を最大限活用することで事業を展開。低分子に加え、中分子（核酸医薬など）の成長、先端治療向けの高分子や遺伝子治療の拡大で、2030年に向けて持続的な成長を目指す。

<売上構成比>



成長戦略③ 無形資産の強化

ASVの実現には、無形資産の強化が重要。
全無形資産の価値を高める人財資産については、志を共有いただける多様な皆様からの共感を更に結集し、人財資産の総和を高めていく。

Eat Well, Live Well.

ASV指標

経済価値指標

味の素グループが事業を通じて
得た財務価値（パフォーマンス）

社会価値指標

味の素グループが
提供・共創したい社会価値

無形資産強化

ASV経営を強化する指標

無形資産

人財

すべての無形資産の価値を高める原動力

技術

「アミノ酸のはたらき」の探求をベースとした技術資産を高度化、融合

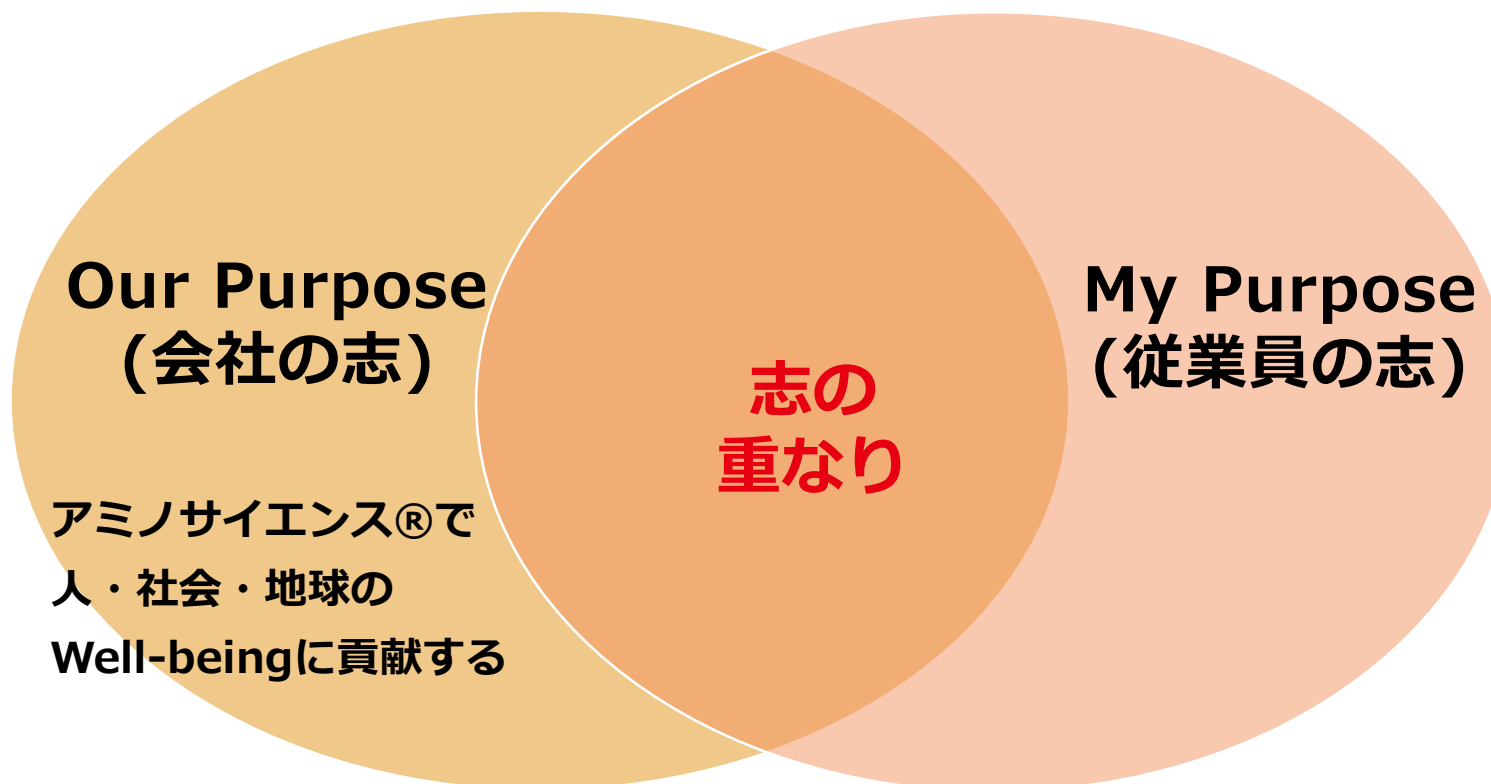
顧客

将来財務価値へつなぐ資産、
現在と潜在的な顧客の双方

組織

志とそれへの熱意、
実現させる仕組み・文化

2030ロードマップの達成に向け、志(パーパス)を礎に、従業員が主人公となり
「ありたい姿」実現に向けて主体的に挑戦し続ける企業文化へ進化させていく。



従業員が自分の志(My Purpose)を紡ぎ出し、会社の志(Our Purpose)との重なりを見出していく
⇒従業員がMy Purposeの実現に自発的・主体的に行動し、結果としてOur Purposeが達成される

本日の内容

- 1 味の素グループ概要
- 2 成長戦略
- 3 2024年度業績予想**
- 4 株主還元・株式分割

2024年度 業績予想

FY24通期予想は、増収増益（ともに新記録更新）を見込む。

食品事業での着実な成長、ヘルスケア等での成長回帰の実現を目指す。

売上高

15,325億円

対前年実績：106%

事業利益

1,600億円

対前年実績：108%

**親会社の所有者に
帰属する当期利益**

950億円

対前年実績：109%

中間決算発表と同時(11月7日)にFY24通期予想の売上・事業利益を上方修正*。

**国内コーヒー事業(原材料高騰と円安)等で事業利益予想を減額する一方、上期好調の
ファンクショナルマテリアルズ（電子材料等）で売上・事業利益を上方修正。**

* 修正前のFY24通期売上高予想・事業利益予想はそれぞれ、15,270億円・1,580億円。

FY24中間期は売上高・事業利益とも新記録。

事業利益は対前年で113%、為替影響を除いても二桁%成長。

売上高：増収（新記録）

7,442億円

対前年実績：108%

除く為替影響：約105%

事業利益：増益（新記録）

869億円

対前年実績：113%

除く為替影響：約110%

**親会社の所有者に
帰属する当期利益**

502億円

対前年実績：108%

増収額：562億円

(対前年)

増益額：103億円

(対前年)

海外の調味料・食品が着実に利益を創出。

ファンクショナルマテリアルズが電子材料を中心に着実に回復。

本日の内容

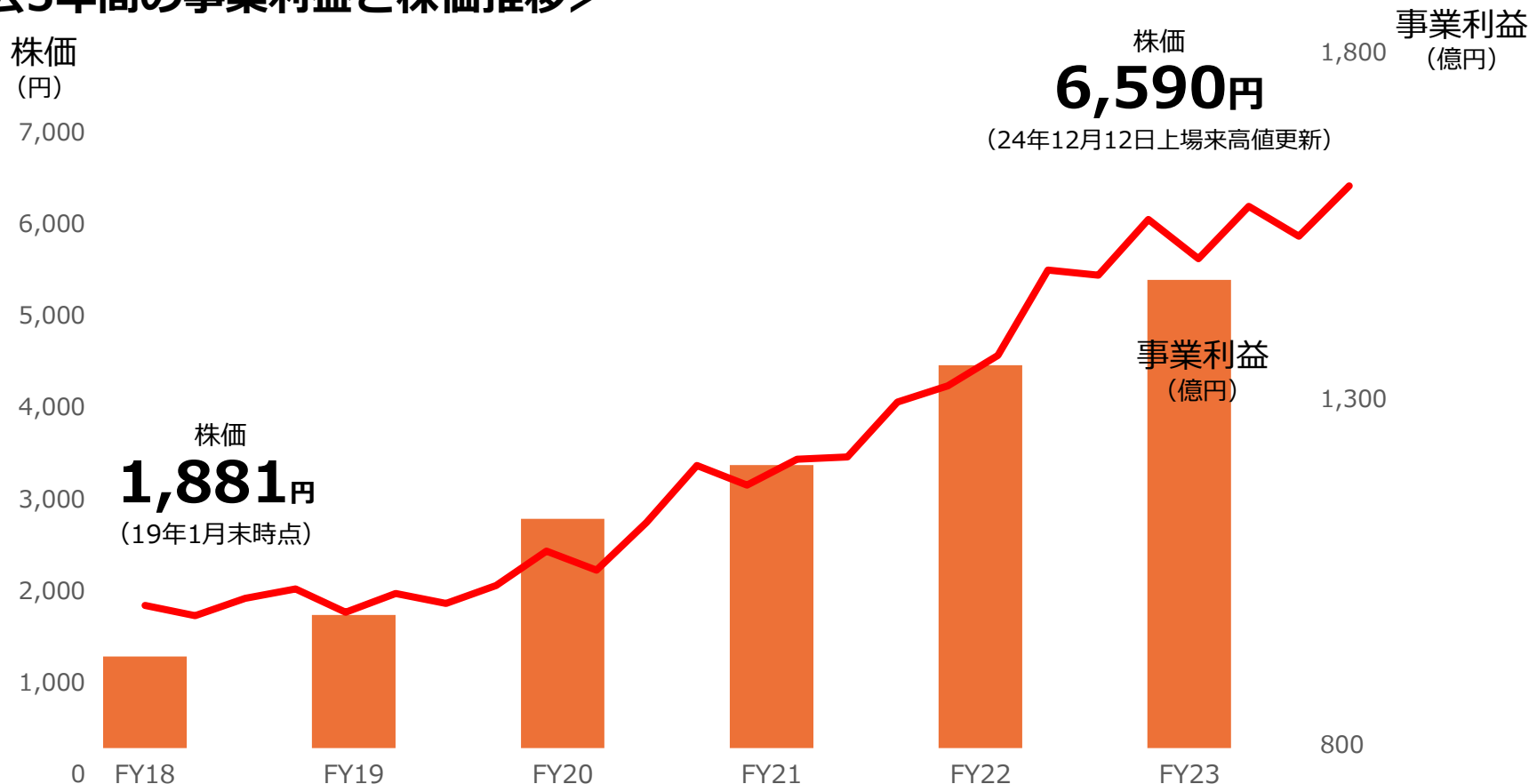
- 1 味の素グループ概要・2030年の目指す姿
- 2 成長戦略
- 3 FY24予想・FY24中間期実績
- 4 株主還元・株式分割

事業利益と株価推移

事業利益では、2024年度、過去最高益を計画。1株当たり利益（EPS）では、2030年には2022年度対比で3倍を目指している。

EPS 3倍へ
(2030) 対FY2022

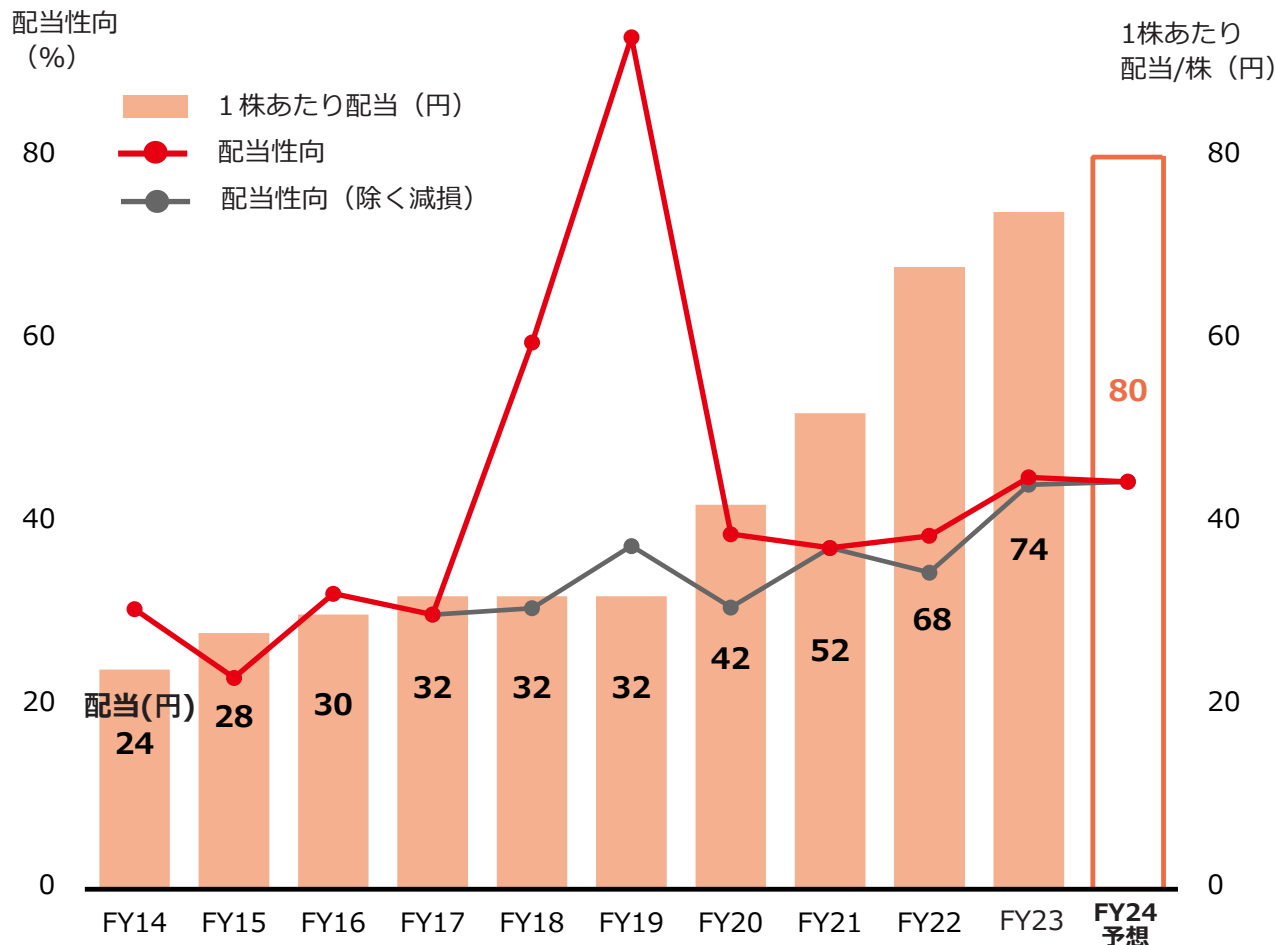
<過去5年間の事業利益と株価推移>



株価:2019年01月31日 - 2024年12月30日

株主様への還元・株式分割

減配せず、利益成長に伴い増配または維持する方針。2024年度の自己株式取得は、上期500億円に続き、下期も400億円(上限)を予定。2025年4月1日に**1:2の株式分割**を実施予定。



FY24 配当予想

80円/年 前期 +6円

- 累進配当政策を導入
- ノーマライズドEPSに基づく配当*
- 総還元性向：50%~の方針

* (事業利益 × (1 - 味の素標準課税27%)) ÷ 発行済み株式数 × 還元係数35%

FY24 自己株式取得

2024年5月9日発表

500億円、12.5百万株
上限とする自己株式取得済

2024年11月7日発表

400億円、10百万株を
上限とする自己株式取得

株主優待制度



2024年株主優待品（一例）

味の素グループの食品詰め合わせセット

WEB限定で選べる優待品もあります♪



4,000円相当の一例

写真はイメージです

または

公益財団法人 味の素ファンデーションへの寄付

- ①食と栄養支援事業
- ②低所得国栄養改善事業
- ③栄養制度創設事業
- ④被災地復興応援
健康・栄養セミナー事業



所有株式数	保有期間	優待内容
100株以上500株未満	100株以上を 継続半年以上 (注1)	1,500円相当
500株以上1,000株未満		3,000円相当
1,000株以上	1,000株以上を 継続3年以上 (注2)	4,000円相当
		7,000円相当

注1) 株主優待の割当基準日（毎年3月31日）において、株主名簿基準日（3月31日および9月30日）の株主名簿に100株以上の保有記録が同一株主番号で2回以上連続している場合をいいます。

注2) 株主優待の割当基準日（毎年3月31日）において、株主名簿基準日（3月31日および9月30日）の株主名簿に1,000株以上の保有記録が同一株主番号で7回以上連続している場合をいいます。

★ **2025年度の株主優待は、現行（上記）の制度に基づき実施します。**
2024年11月7日発表「株主優待制度の変更」は、**2026年度から適用されます。**

株主優待制度（2026年度から適用）



【変更後株主優待制度】 ★ 2026年度から適用。

保有株式数	保有期間	優待内容	
100 株以上 200 株未満	100 株以上を継続 半年以上（注 1）	「味の素グループ製品」または 「寄付」	500 円相当
200 株以上 1,000 株未満			2,000 円相当
1,000 株以上 2,000 株未満			4,000 円相当
2,000 株以上			5,000 円相当
	2,000 株以上を継続 3 年以上（注 2）		8,000 円相当

詳細は、以下当社ページをご覧ください。

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/stock/stockholder.html>

注 1) 「100 株以上を継続半年以上」とは、株主優待の割当基準日（毎年 3 月 31 日）において、株主名簿基準日（3 月 31 日および 9 月 30 日）の株主名簿に 100 株以上の保有記録が同一株主番号で 2 回以上連続している場合をいいます。

（注 2）「2,000 株以上を継続 3 年以上」とは、株主優待の割当基準日（毎年 3 月 31 日）において、株主名簿基準日（3 月 31 日および 9 月 30 日）の株主名簿に 2,000 株以上の保有記録（2025 年 3 月 31 日までの株主名簿においては 1,000 株以上の保有記録）が同一株主番号で 7 回以上連続している場合をいいます。



株主様限定イベント

味の素グループの工場見学や味の素スタジアムなどの施設見学などに参加いただけます。

■ 株主様施設見学デー



工場見学



味の素スタジアム



味の素ナショナルトレーニングセンター

■ オンライン新製品説明会



■ オンライン 株主様向け決算説明会



IR トピックス

味の素株式会社 グローバル財務部 IR グループ
〒104-8315 東京都中央区京橋 1-15-1

Eat Well, Live Well.



2023年12月15日

～ナイジェリアの生活者の豊かな食生活に貢献する風味調味料～
ナイジェリア味の素食品社「DeliDawa™」

ナイジェリア味の素食品社の「DeliDawa™」という製品をご紹介します。

ナイジェリアの食生活に欠かせない「ダダワ (Daddawa)」という伝統的な発酵調味料があります。ダダワは、イナゴ豆を茹で、葉に包んで発酵させた後、挽いて丸めてペースト状にして作られ、スープ、シチュー、その他の料理に広く使われます。

ダダワを自宅で使用するのは手間がかかる上、衛生管理が難しく、また日持ちしないという課題がありました。こうした課題を解決するべく開発されたのが風味調味料「DeliDawa™」です。2020年の発売以降、発酵もたらす独特なダダワの風味を衛生的かつ手軽に楽しめる調味料として、着実にナイジェリアの生活者に受け入れられており、この需要拡大に応えるべく、2023年8月には新工場も稼働しました。

ナイジェリア味の素食品社は、ナイジェリア、及び西アフリカ地域のすべての人々の健康と幸せ、そして将来世代のより良い生活に貢献する事を目指しています。今後益々の広がりが期待される「DeliDawa™」の生産・販売の現場の様子をご覧ください。

また、書籍「地球行商人」(著者：黒木亮氏)にも、当社グループが世界の食品市場を開拓してきたエピソードの一つに「DeliDawa™」が登場しております。よろしければ是非ご一読ください。

【↓画像をクリックするとリンク先動画に移ります】



参考

「DeliDawa™」紹介サイト:<https://story.ajinomoto.co.jp/history/001.html>

「地球行商人」中央公論新社サイト:<https://www.chuko.co.jp/tanko/2023/10/005698.html>

「IRトピックス」

投資家の皆様に当社事業をよりご理解頂くために、海外現地の様子などを、短い動画とともに、月一回を目途にお届けしています。



2023年 IRトピックス一覧：

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/news.html#2023_irtopics



2024年 IRトピックス一覧：

https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/news.html#2024_irtopics



Eat Well, Live Well.

Aji
AJINOMOTO®

- アミノサイエンス®は味の素株式会社の登録商標です。



技術力と安定供給力を高めながら高品質アミノ酸のシェアはグローバルNo.1を確保。

主な用途



- ・ アミノ酸輸液
- ・ 医薬品原薬、添加剤（バイオ医薬品含む）

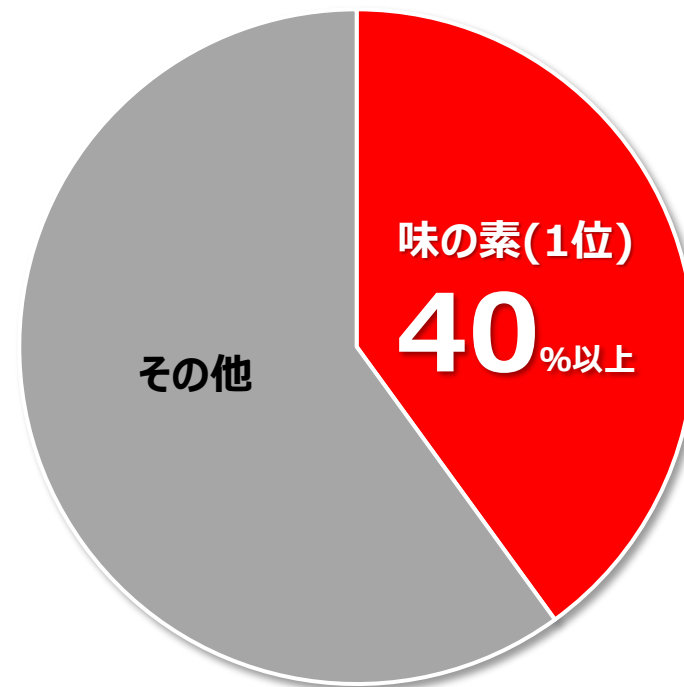


- ・ バイオ医薬品製造用培地
- ・ 再生医療用培地



- ・ 食品原料
（メディカルフード、サプリメント等）

グローバル市場シェア (FY23当社推定)



10億人の健康寿命を延伸:2030 ASV指標 | 社会価値

「妥協なき栄養」のアプローチによる取組みを進め、10億人の健康寿命延伸に貢献していく。



妥協なき栄養のアプローチとして
進める取組み（栄養コミットメント）

- おいしい減塩の実践
- 健康に役立つ製品の提供
- レシピや情報、メニューの提供
- 職場の栄養改善

うま味調味料の提供人数 **5.9億人** + 減塩製品、あるいは、たんぱく質摂取に役立つ製品の提供人数 **3.5億人** = **9.4億人** (FY23実績)

うま味を加えることで
1日に削減できる塩分摂取量*

	削減率(%)	量(g)
日本	12.0-21.1	1.3-2.2
米国	7.3-13.5	0.6-1.1
英国	9.1-18.6	0.5-0.9

*塩分を含有した食品の100%（英国は90%）をうま味を活用して減塩した食品に置き換えた場合を指す。

50%の環境負荷を削減: 2030 ASV指標 | 社会価値

2030年の環境負荷50%削減、そして2050年のカーボンニュートラル達成に向け取り組みを進める。

課題		指標	目標	FY23 (実績)
気候変動対応	温室効果ガス	スコープ1、2総量	FY30 : 50%削減 (対FY18)	35%削減
		スコープ3原単位	FY30 : 24%削減 (対FY18)	2%削減
	水リスク	水使用量	FY25 : 80%削減 (対FY05)	79%削減
資源循環型 社会の実現	プラスチック廃棄物		FY30 : ゼロ化	-
	フードロス	原料受入から お客様納品まで	FY25 : 50%削減 (対FY18)	53%削減
		製品ライフサイクル 全体	FY50 : 50%削減 (対FY18)	-
	廃棄物ゼロエミッション	資源化率	99%以上維持	98.8%
サステナブル 調達の実現	森林破壊 生物多様性 人権 動物との共生	持続可能な調達比率 紙 パーム油 大豆 * コーヒー豆 牛肉、サトウキビ	FY30 : 持続可能な調達100%	99% 94% 69% (国内事業向け調達分) 60% リスク評価開始

*国内事業向け調達分

AjiPro®-Lを活用した持続可能な畜産の実現

アミノサイエンス®を活用した飼料用アミノ酸「AjiPro®-L」を通じ、乳業メーカー・畜肉メーカーのGHG排出削減、飼料コスト低減に貢献する。



糞尿由来の
N2O排出

- 約**25%**^{*1}

タンパク源の原料調達
(大豆粕など) に関わるCO2排出

- 約**20%**^{*1}

飼料コスト

- 約**100 \$**^{*1}~

2030年に向けて、
年間**約100万トン**規模
のCO2削減も視野に入れ
取り組みを強化

^{*1} 年間乳牛1頭あたり、当社算定

その他要素も含め、当社技術の活用により
年間1頭あたり**約1トン**^{*2}のCO2削減

グローバル乳業メーカー・畜肉メーカーと提携を検討開始

^{*2} 農家の飼料設計などにより削減量は変化