

2017-2019中期経営計画の進捗

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、過去2期の中期経営計画に続き、スペシャリティの追求による成長ドライバーの展開、事業構造の強化、経営基盤の強化に取り組んでいます。

食品事業（日本食品、海外食品）では日本およびFive Stars*を中核に、事業および地域ポートフォリオの強化に積極投資を行ってきました。その結果、展開国・地域および事業領域が広がり、海外食品の利益貢献度は着実に高まっています。

アミノサイエンス事業（ライフサポート、ヘルスケア）では、動物栄養のスペシャリティ化を進めながら、事業の柱の一つとして育成している先端バイオ医療周辺領域に積極投資を

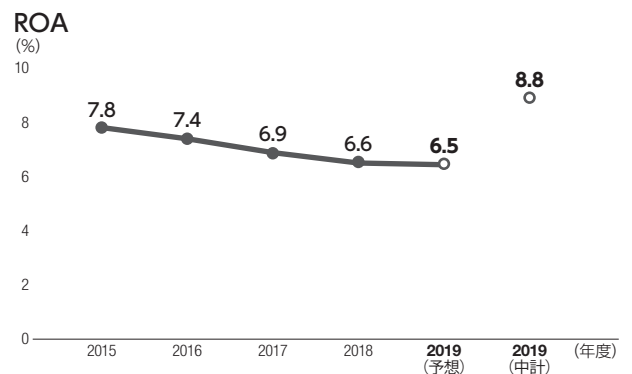
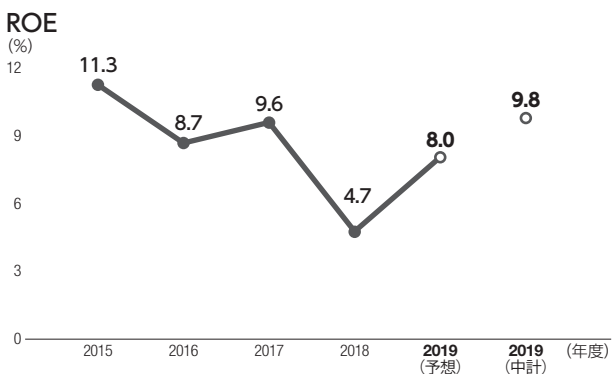
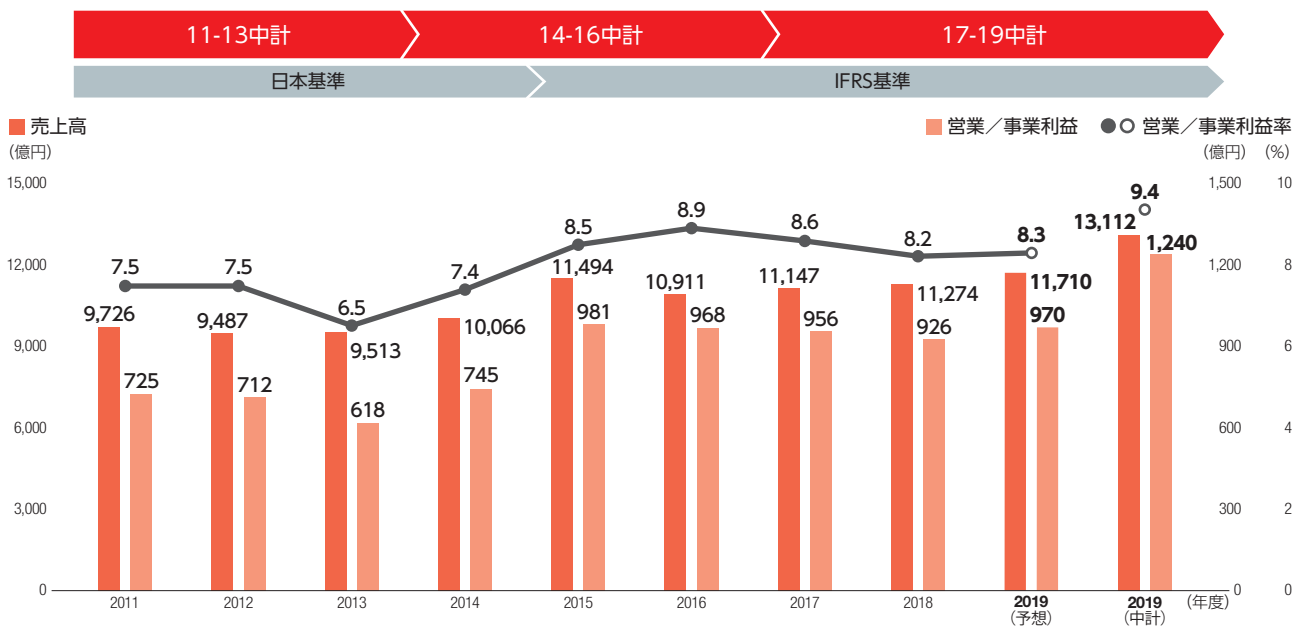
行い、強い事業構造への転換を進めてきました。

2011年度から2018年度までの8年間で、利益は着実に増加しました。しかしながら、食品事業を中心に17-19中計は成長性と効率性の両面で遅れが生じています。急速に進むデジタル革命を背景に、生活者の価値観・購買スタイルの多様化が加速している影響で市場の構造が大きく変わりつつあり、競争環境が激化していることがその一因です。

これに対し、2019年度の経営方針として、アセットライト化とデジタルトランスフォーメーションにより、競争優位性を発揮できる重点事業にフォーカスして、イノベーションを創出する成長戦略に転換することを掲げています。

* 海外食品事業の主要展開国（タイ、ブラジル、インドネシア、ベトナム、フィリピン）

中期経営計画の推移



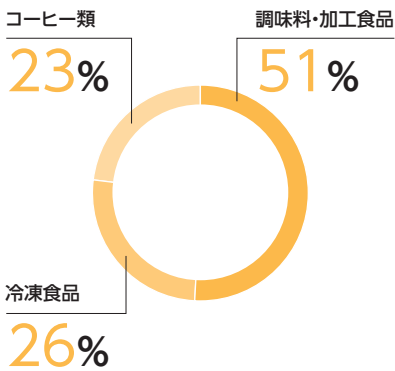
2018年度セグメント別業績レビュー

日本食品

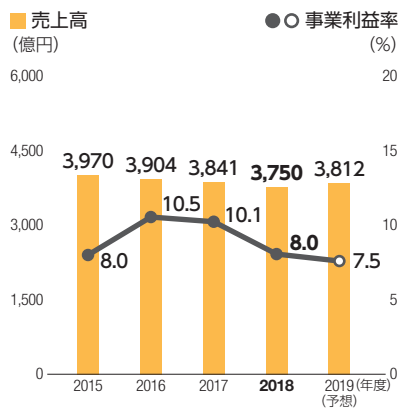
近年特に国内市場では、デジタル技術の進化により消費の多様化が加速、販売チャネルの構造も変化しつつあり競争が激化しています。その中で調味料・加工食品は、コアブランドの拡売を中心に売上高は安定推移するも、原燃料

価格高騰の影響等により事業利益は前年を下回りました。冷凍食品、コーヒー類においては売上高・事業利益ともに苦戦を強いられました。全体では減収減益となりました。

2018年度売上高構成比



売上高・事業利益率



ROA

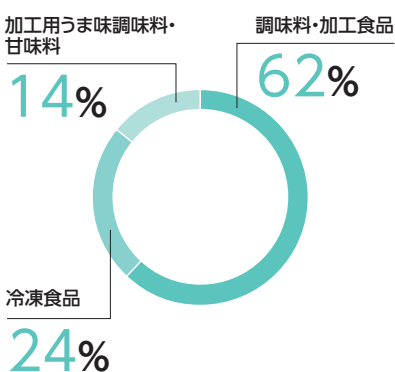


海外食品

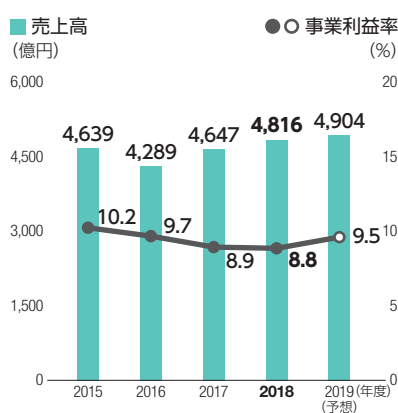
事業の核となるうま味調味料・風味調味料の売上高は安定的に拡大しました。中間所得層の拡大に伴い都市化やライフスタイルの変化が起きている東南アジアや南米では、メニュー用調味料も大きく伸長しました。冷凍食品は、北米や

欧州におけるアジアンカテゴリー市場の好調を背景に売上高は増加しました。プロマシールド・ホールディングス社での減損損失計上や北米冷凍食品におけるコスト増があったものの、全体では増収増益となりました。

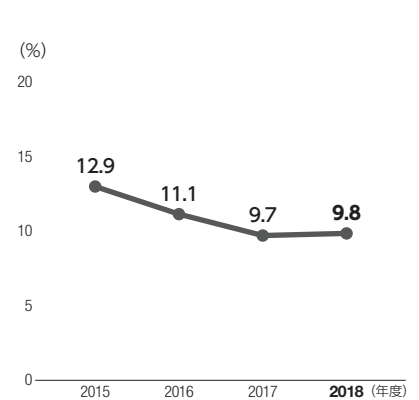
2018年度売上高構成比



売上高・事業利益率



ROA



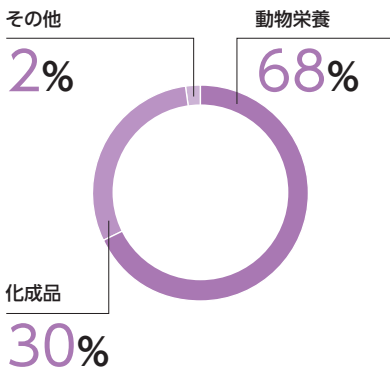
2018年度セグメント別業績レビュー

ライフサポート

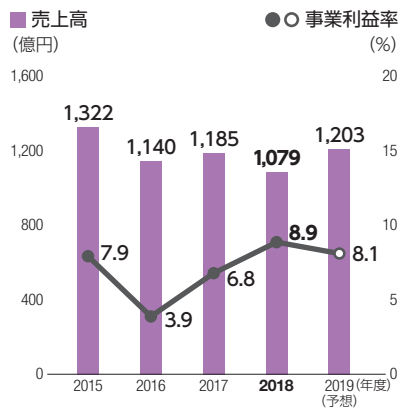
化粧品は、電子材料の販売好調等により、売上高が増加、事業利益も大きく伸長しました。動物栄養は、リジン・スレオニンの販売数量が減少し減収となり、トリプトファンの販売

価格下落により事業利益も前年を下回りました。全体では減収増益となりました。

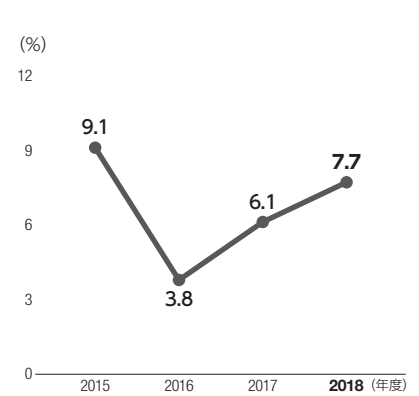
2018年度売上高構成比



売上高・事業利益率



ROA

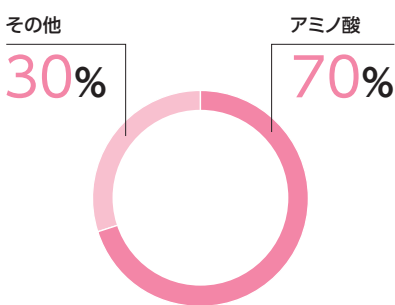


ヘルスケア

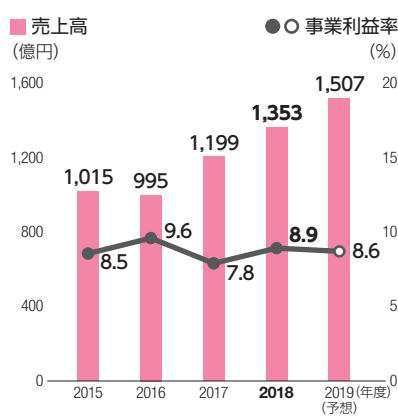
製薬カスタムサービスは、グローバルでの医薬品開発・製造受託市場の成長を背景に、売上高・事業利益ともに順調に拡大しました。医薬用・食品用アミノ酸も好調に推移しま

した。また、化粧品素材やアミノ酸サプリメント、健康基盤食品等の売上高も伸長し、全体で増収増益となりました。

2018年度売上高構成比



売上高・事業利益率



ROA

