

2021年 新年年頭挨拶

コロナ禍を機会とし、人びとのウェルネスへの貢献に一層の邁進を

世界中の人びとがコロナ禍で苦勞に満ちた生活を送るなかで 2021 年が始まりました。世界中の感染者の皆様にご心よりお見舞いを申し上げますとともに、安心して暮らせる日常が一日も早く来ることを心から祈念しております。

2021 年もコロナ禍での制限された生活と働き方を続けなければならない中で、まず私は従業員と家族の健康を第一に行動していくことをお約束します。「食と健康の課題解決企業」として、味の素グループがお客様とともに、人びとのウェルネスに貢献するためには、従業員の健康が最も重要だと痛感しています。

<新常態を機会ととらえて>

私は、コロナ禍で生まれた新しい生活・行動様式、いわゆる「新常態」は、ASV(Ajinomoto Group Shared Value)を向上する機会だと捉えています。新常態には、次の4つの特徴があります。これらには、新たに挑戦しなければならないこともありますが、環境の変化を捉えながら、20-25 中期経営計画に組み込んだ施策を実行することで、目標どおりの成長に

つなげられると考えます。

1. 健康意識の高まり:

自分自身や家族の健康への意識の高まりと生活習慣病予防対策が進みます。

2. 喫食、調理機会の変化:

在宅時間の増加に伴い家庭内調理機会と中食、加工度の高い食品を利用したスマートな内食が増加します。

3. 消費意欲、食関連支出の変化:

景気後退の不安と節約志向に適合する価格帯の幅を保った製品ミックス戦略が必要になります。加えて、エシカル消費、つまり環境への配慮やサステナビリティと製品をつないだサービスやコミュニケーション戦略も重要です。

4. チャネルの変化:

都市部を中心にイートインが減少し、中食やデリバリー、EC(E-Commerce)、そして近くて便利な店舗が宅配を組み入れて伸長します。これについては、新たなチャネル開拓、製品開発の高速化、ベンチャー企業との連携に挑戦を始めています。

<企業文化変革へ>

今年 は DX 推進をキーワードに企業文化変革のための諸施策が次々と具体化してくる年です。業務管理・運営、R&D、マーケティング、SCM で組織を横断した変革を進めてまいります。2021 年は、一人ひとりが企業文化変革の諸施策に参画することで“ASV の自分ごと化”を推進できるよう、私のみならず経営陣が従業員の対話を進めます。ともにより良い企業文化を創造していくことが、お客様への価値創造、そして持続的な成長につながると確信しています。

以 上