



Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

東洋水産株式会社

おいしさ、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO®

ナイジェリア、インドにおける 合併による即席麺事業会社の設立に合意 および 味の素(株)の北米冷凍食品事業の強化

2013年12月18日

東洋水産株式会社
代表取締役社長
小畑 一雄

味の素株式会社
代表取締役社長
伊藤 雅俊

本日の内容

●ナイジェリア、インドにおける合併による即席麺事業会社の設立

【東洋水産(株)より】

- 東洋水産(株)にとっての事業背景と目的
- 世界の即席麺市場について
- 本提携の意義

【味の素(株)より】

- 味の素(株)にとっての事業背景と目的
- 合併による即席麺事業会社概要

●味の素(株)の北米冷凍食品事業の強化

- 本提携の背景と意義
- 合併による冷凍麺生産会社概要

本日の内容

●ナイジェリア、インドにおける合併による即席麺事業会社の設立

【東洋水産(株)より】

- 東洋水産(株) にとっての事業背景と目的
- 世界の即席麺市場について
- 本提携の意義

【味の素(株)より】

- 味の素(株) にとっての事業背景と目的
- 合併による即席麺事業会社概要

●味の素(株)の北米冷凍食品事業の強化

- 本提携の背景と意義
- 合併による冷凍麺生産会社概要

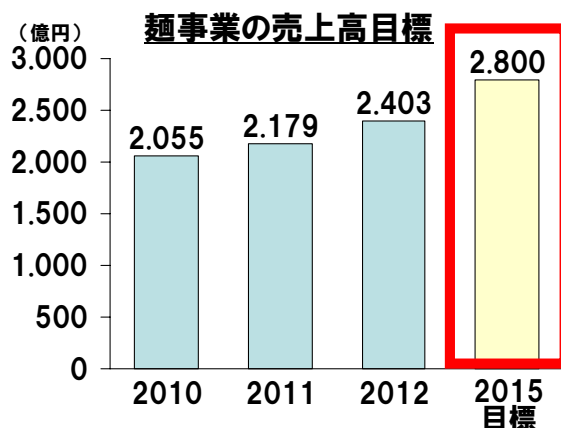
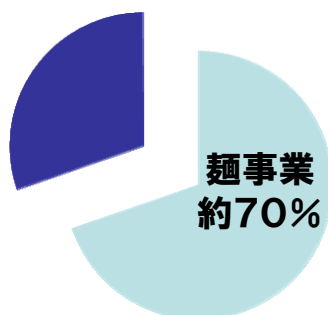


東洋水産株式会社

持続的成長の追求

全社売上高の約7割を占める主力の麺事業を強化・拡大

<売上高構成比>



<麺事業の拡大戦略骨子>



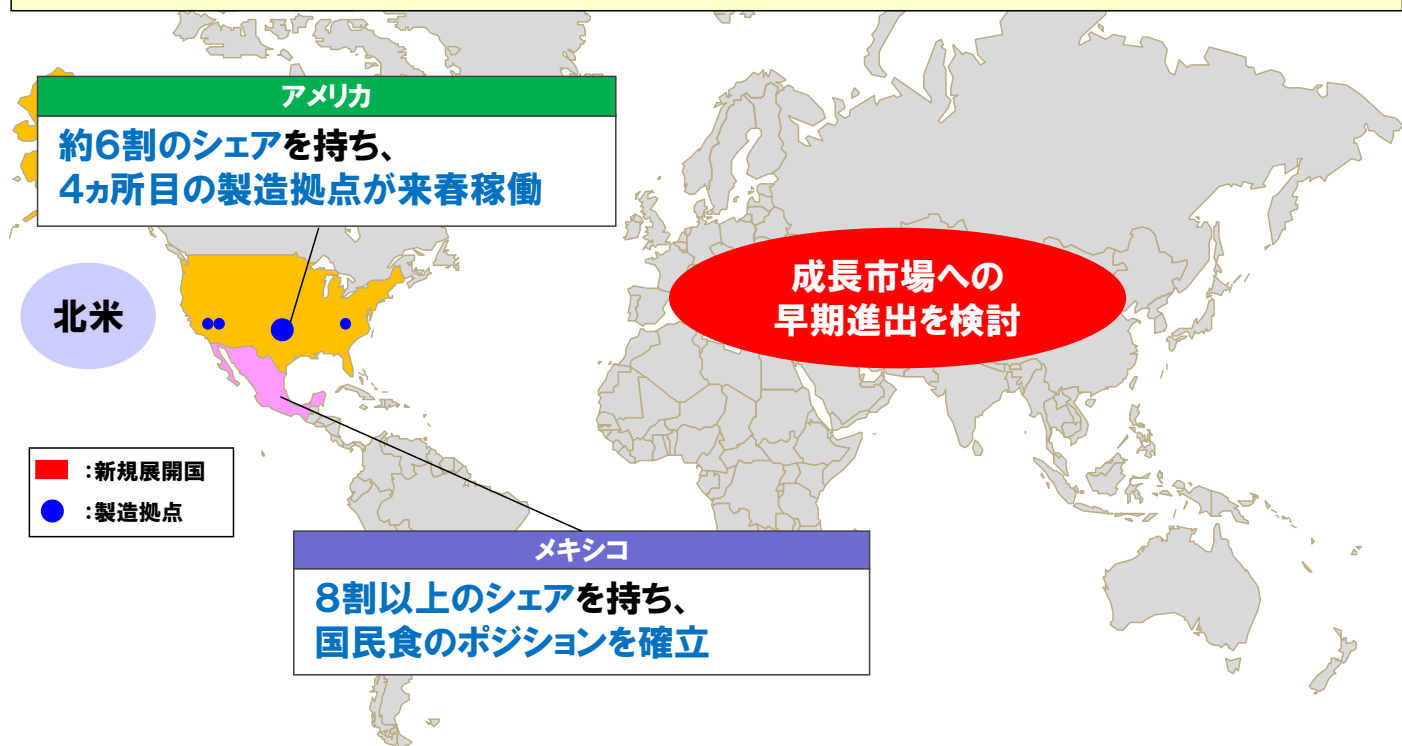
【国内】
国内市場のさらなる深耕



【海外】
北米事業の強化・拡大
成長市場への新たな進出

海外即席麺事業の拡大戦略

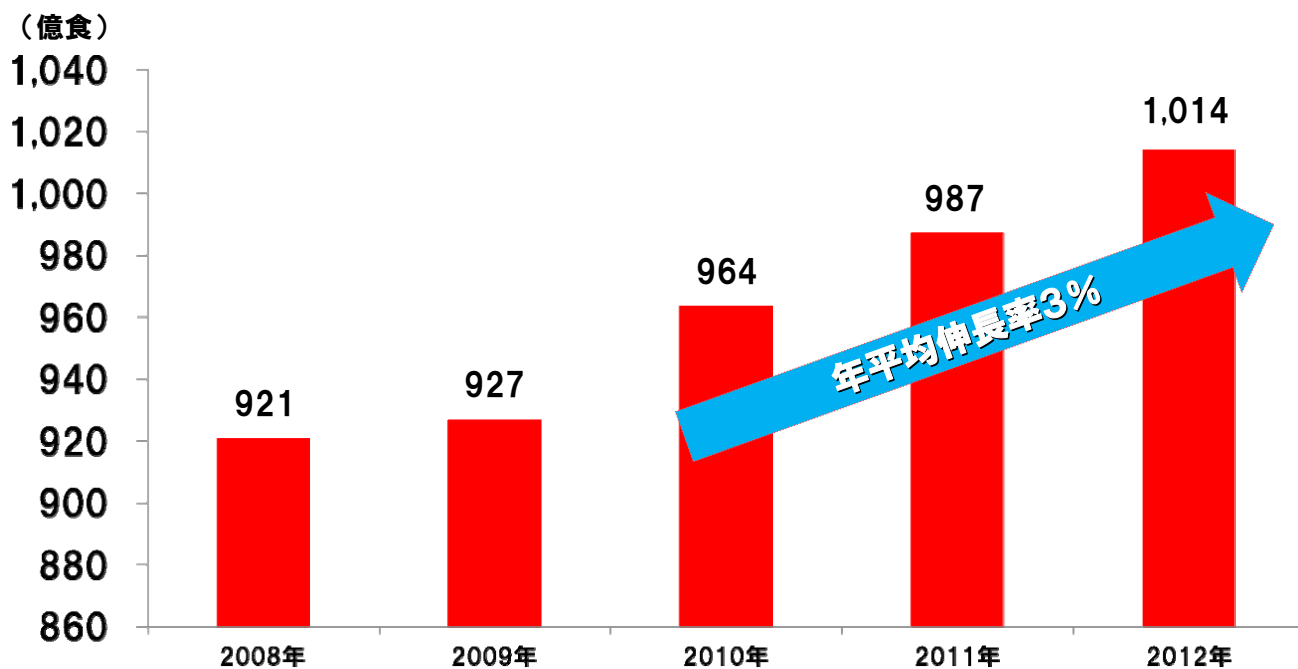
北米事業の拡大戦略と併せて、成長市場へ早期に進出することで
安定的持続的成長を目指す



5

世界の即席麺市場

年平均伸長率(2010-2012年)3%で堅調に拡大
1,000億食超の巨大マーケットに成長



(世界ラーメン協会推定)

6

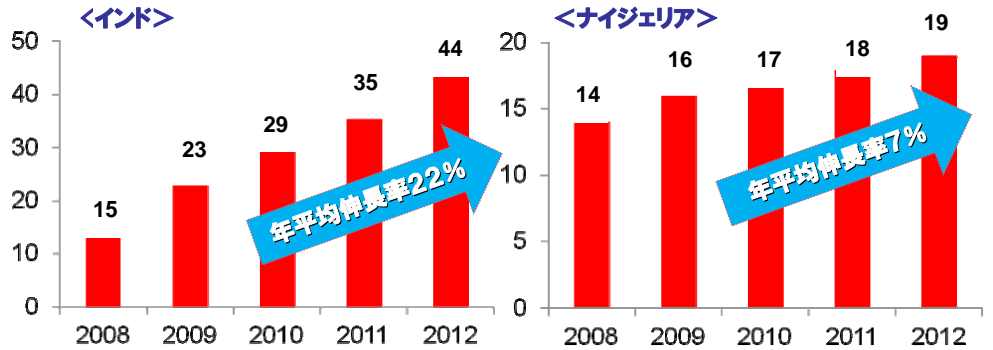
成長著しい新興国市場

**インド、ナイジェリアなどの新興国市場が大きく成長
世界総需要の拡大を牽引**

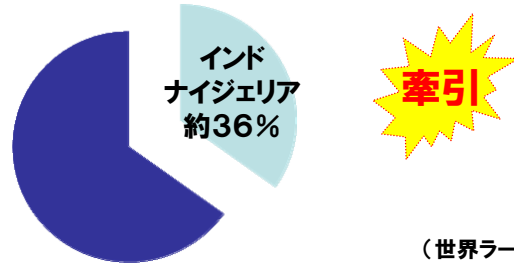
【食数トップ15カ国】

2012			
順位	国名	億食	年平均成長率
1	中国	440	2%
2	インドネシア	141	-1%
3	日本	54	1%
4	ベトナム	51	2%
5	インド	44	22%
6	アメリカ	43	2%
7	韓国	35	2%
8	タイ	30	5%
9	フィリピン	27	0%
10	ブラジル	23	8%
11	ロシア	21	5%
12	ナイジェリア	19	7%
13	マレーシア	13	3%
14	台湾	10	0%
15	メキシコ	9	4%

【インド・ナイジェリア食数推移(億食)】



【世界総需要の伸びに占めるインド・ナイジェリアの構成比(2008-2012)】



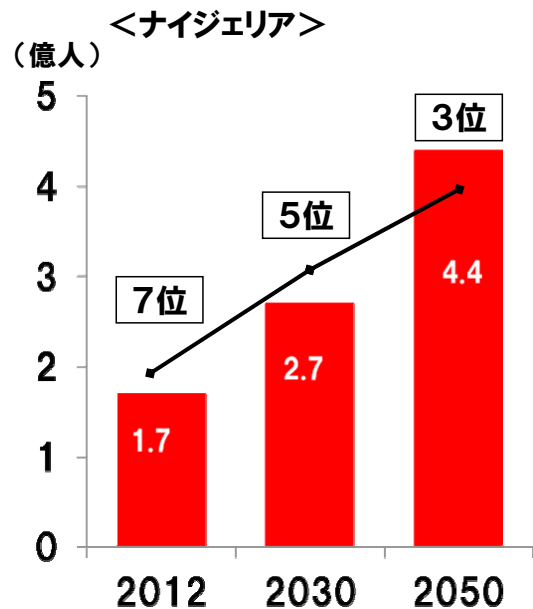
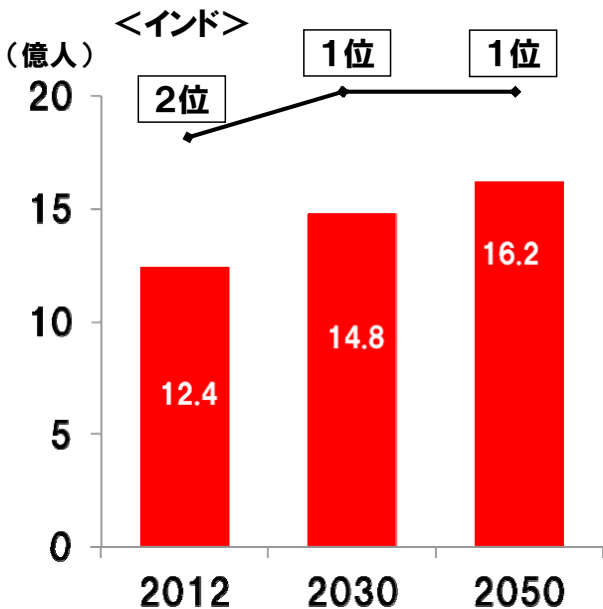
東洋水産(株)展開国 味の素(株)展開国

(世界ラーメン協会推定) 7

事業ポテンシャルが高いインド、ナイジェリア

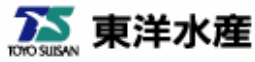
**市場の成長性に加え、今後の人口増加が見込まれる
インド、ナイジェリア**

世界の人口規模ランキング予想



(Source: UN Population prospects)

両社提携による新事業の創出



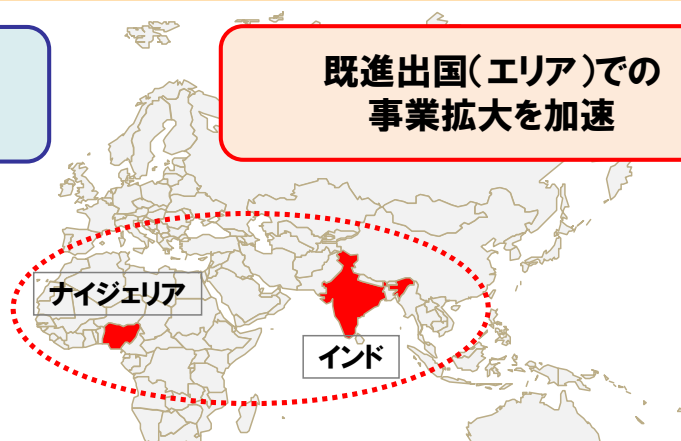
競争市場で培ってきた即席麺に関する
開発力および生産技術力



海外における販売基盤、
およびマーケティング力

成長著しい新興国市場への
早期進出が可能に

既進出国(エリア)での
事業拡大を加速



合併によって競争力のある即席麺事業会社の設立

9

おいしさ、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO.

進出市場において強みを持つ味の素(株)

ナイジェリア



インド



10

製麺技術において強みを持つ東洋水産(株)



共通の価値観

<東洋水産(株) スローガン>



Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

“食を通じ、みなさまに
笑顔をお届けしたい”

<味の素グループ理念>

おいしさ、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.

AJINOMOTO®

私たちは地球的視野にたち、
“食”と“健康”そして、
“いのち”のために働き、
明日のよりよい生活に
貢献します

食を通して、お客様の幸せを願う気持ちは同じ

本日の内容

●ナイジェリア、インドにおける合併による即席麺事業会社の設立

【東洋水産(株)より】

- 東洋水産(株) にとっての事業背景と目的
- 世界の即席麺市場について
- 本提携の意義

【味の素(株)より】

- 味の素(株) にとっての事業背景と目的
- 合併による即席麺事業会社概要

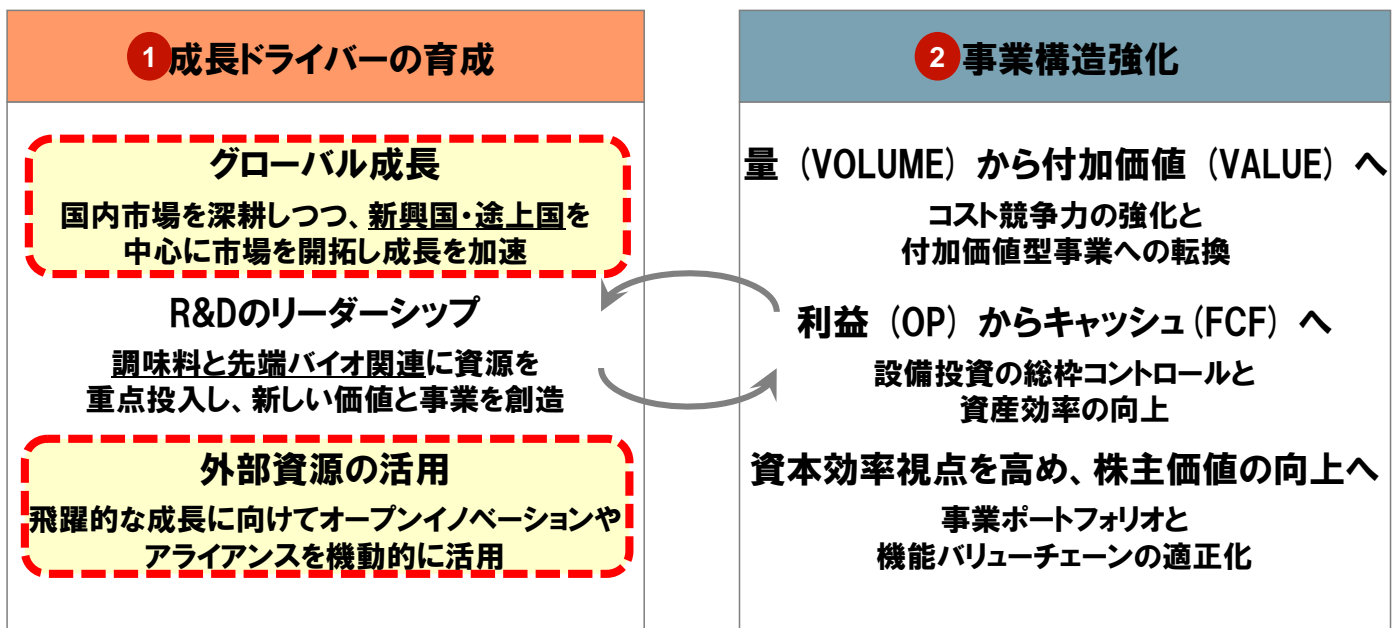
●味の素(株)の北米冷凍食品事業の強化

- 本提携の背景と意義
- 合併による冷凍麺生産会社概要

おいしさ、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.

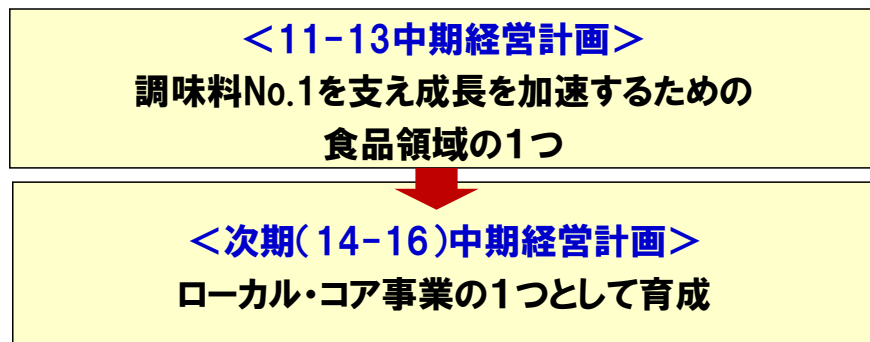
AJINOMOTO

11-13中期経営計画での“外部資源の活用”によるグローバル成長の一環



次期中期経営計画においてローカル・コア事業として即席麺事業を育成

即席麺事業の位置づけ



競争力を強化し、ナイジェリア、インドでのトップライン(事業規模)を拡大



15

対等なパートナーとして協働していく

合併による即席麺事業会社設立に向けた基本合意内容

	ナイジェリア	インド
出資比率	味の素グループ 51% 東洋水産グループ 49%	東洋水産グループ 51% 味の素グループ 49%
代表者	味の素(株)が指名	東洋水産(株)が指名
本社所在地	首都アブジャ	タミル・ナードゥ州チェンナイ市
販売エリア	全土	全土(南部4州※から拡大)

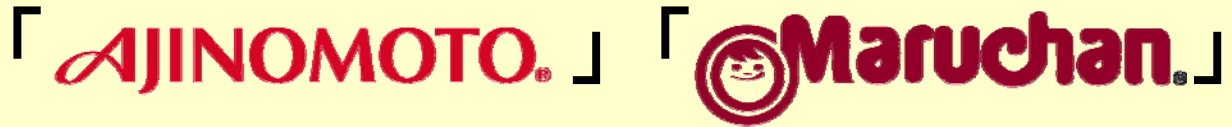
※南部4州(タミル・ナードゥ州、カルナータカ州、
ケララ州、アーンドラ・プラデーシュ州)

<参考>

	ナイジェリア	インド
投資見込額	約10億円	約10億円
発売時期	2015年度	2016年度

16

ブランド



味の素(株)と東洋水産(株)の略称あるいはシンボルを
組み合わせたブランド(検討中)
※新ブランドは両社共有とする

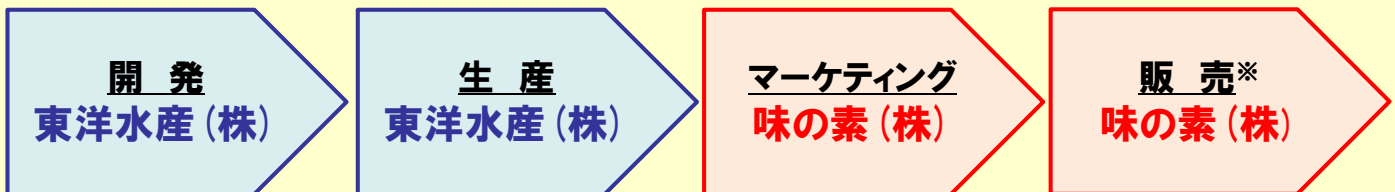
17

事業スキーム

【両社の役割】

東洋水産(株) : 開発・生産

味の素(株) : マーケティング(商品企画・販売)



両社は上記役割を基本に、事業成功のために互いにオープンに連携し合い必要な支援を行う

※ 味の素(株)の海外における販売基盤の活用
ナイジェリア: ウェスト・アフリカン・シーズニング社
味の素(株)100%グループ会社
インド : インド味の素社
味の素グループ100%グループ会社

18

販売目標(発売10年後)

	ナイジェリア	インド
食数	約5億食	約5億食
市場シェア	約15%	南部4州※において 約15% ※南部4州(2011年度の人口約2.5億人) から地盤を固め、順次販売エリアを拡大

19

おいしさ、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO.

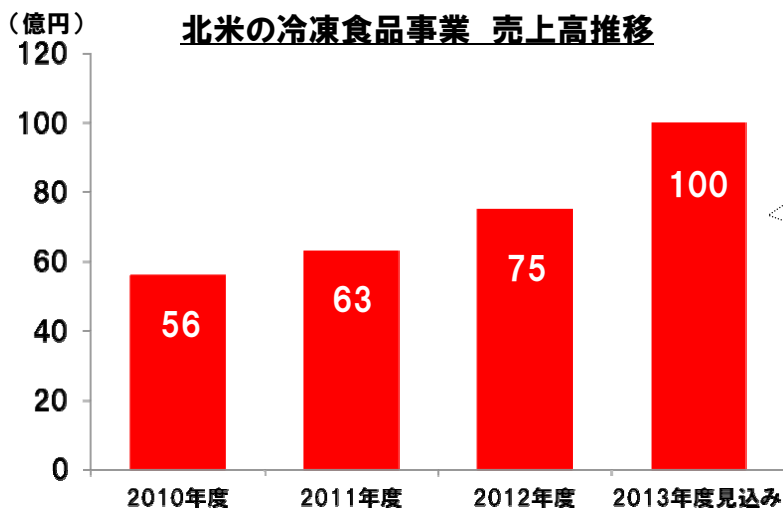
北米の冷凍食品事業

北米での冷凍食品事業は2000年の事業開始、現在順調に拡大
冷凍麺(焼そば)が成長ドライバーとして貢献

展開商品例



焼そば



20

北米の冷凍食品事業の強化

<背景>

2013年4月に北米コンシューマーフーズ事業の拡大・強化体制を整備
(調味料を中心としたドライ事業と冷凍食品事業の統合)

米国冷凍麺市場は、2012年150億円(前年比118%)と伸長
ラーメン店の増加等を背景に、更なる市場拡大が見込まれる

東洋水産(株)の技術面での事業参画による
冷凍麺事業の競争力強化
(高い製麺技術の導入)

好調な焼そばに加え、ラーメンなどの新商品を投入
冷凍麺市場をリードし、北米の冷凍食品事業の拡大を加速

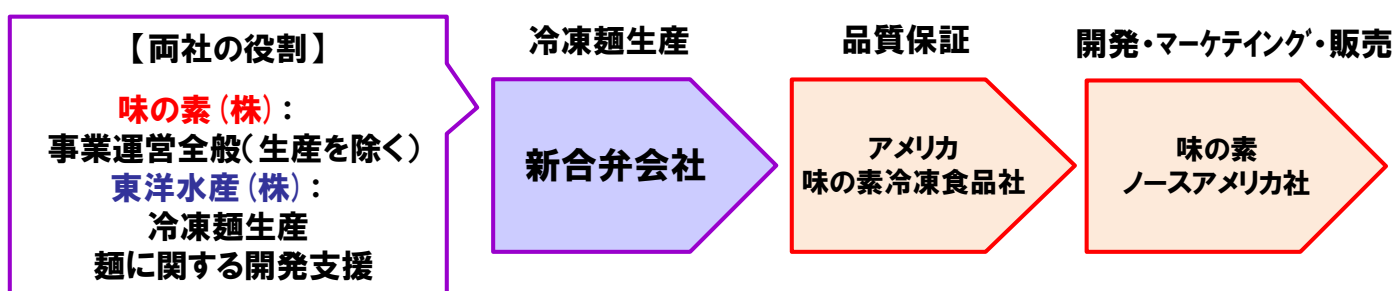
21

既存冷凍麺の生産移管ならびに新領域の展開に向け、
味の素(株)の北米冷凍食品事業に、東洋水産(株)が技術面で事業参画

合併による冷凍麺生産会社設立に向けた基本合意内容

合併による冷凍麺生産会社概要		<参考>	
出資比率	味の素グループ 80% 東洋水産グループ 20%	投資見込額	約25億円
代表者	味の素(株)が指名	事業目標 (発売10年後)	約8千トン(約2千万食)
本社所在地	アメリカ合衆国 オレゴン州ポートランド	ブランド	「AJINOMOTO®」
		発売時期	2015年度

<事業スキーム>



22

両社で麺事業をグローバルで拡大



おいしさ、そして、いのちへ。
Eat Well, Live Well.

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

AJINOMOTO®