



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®

2013年12月18日

東洋水産株式会社

味の素株式会社

**東洋水産(株)と味の素(株)、
インド、ナイジェリアにおいて
合併による即席麺事業会社の設立に合意
～成長著しい新興国市場への早期展開を実現～**

東洋水産株式会社（社長：小畑一雄 本社：東京都港区、以下「東洋水産(株)」）と、味の素株式会社（社長：伊藤雅俊 本社：東京都中央区、以下「味の素(株)」）は、インドおよびナイジェリアにおいて合併による即席麺事業会社の設立について合意に達し、本日、基本合意書を取り交わしました。東洋水産(株)の即席麺に関する開発力および生産技術力と、味の素(株)の販売基盤およびマーケティング力を組み合わせることにより、両社は対等なパートナーとして成長著しい新興国市場へのスピーディーな事業展開を実現します。

世界の即席麺市場は2012年度に1,000億食を超え、平均伸長率3%/年で堅調に推移しています。中でも、中間層の購買力の高まりと人口増加^{※1}を背景に、インド（市場44億食、平均伸長率22%/年）、ナイジェリア（市場19億食、平均伸長率7%/年）などの新興国市場が大きく拡大し、今後も成長が期待されています。（出典：世界ラーメン協会）

※1 国連人口推計（2012年）インド 約12.4億人（世界第2位）、ナイジェリア 約1.7億人（同第7位）
（2050年）インド 約16.2億人（世界第1位）、ナイジェリア 約4.4億人（同第3位）

東洋水産(株)は、1961年に即席麺事業に進出し、業界トップシェアの生麺や、冷凍麺の事業などを行う、麺類を中心とした総合食品メーカーです。国内即席麺事業は、「マルちゃん正麺」のヒットもあり、順調に売上を拡大しています。海外即席麺事業は、1972年に米国でスタートし、順調に拡大を続け、現在、同国で約6割、主要輸出先のメキシコでは8割を超えるシェアを獲得し、次なる市場進出を目指せる状況が整いました。また、今後の海外事業のさらなる拡大のために成長市場への早期進出を検討してきました。

一方、味の素(株)は、世界26の国と地域に拠点を置き、食品、アミノ酸などを130以上の国・地域で販売しており、食品については「世界No.1調味料事業」を中核としたグローバル食品事業を目指しています。インドには2003年、ナイジェリアには1991年に進出し、調味料事業の展開により事業基盤を構築してきました。事業ポテンシャルの高い両国でのトップライン（事業規模）の拡大を加速するために、即席麺事業の競争力を強化し、成長ドライバーの一つとして育成することを検討していました。

今回、インドおよびナイジェリアにおいて即席麺事業を新たに展開するにあたり、東洋水産(株)は、味の素(株)の販売基盤（拠点：インド；インド味の素社、ナイジェリア；ウエスト・アフリカン・シーズニング社）およびマーケティング力を活用し、成長市場へ早期に進出することが可能となります。一方、味の素(株)は、東洋水産(株)の即席麺に関する開発力・生産技術力と、競争市場で長年培ってきた知見により、同事業の競争力を強化することができます。

両社は対等なパートナーとして、互いの強みを連携させることにより、成長著しい新興国市場へのスピーディーな事業展開を実現します。

<基本合意書概要>

以下内容の合併会社を設立することを基本合意しました。

1. インド

- (1) 出資比率：東洋水産グループ 51% 味の素グループ 49%
- (2) 代表者：東洋水産(株)が指名する取締役が就任
- (3) 本社所在地：インド共和国タミル・ナードゥ州チェンナイ市
- (4) 事業カテゴリー：即席麺
- (5) 両社の役割：東洋水産グループ；開発・生産の支援
味の素グループ；マーケティング（商品企画・販売）の支援
- (6) ブランド：両社共有の新ブランド（検討中）

2. ナイジェリア

- (1) 出資比率：味の素グループ 51% 東洋水産グループ 49%
- (2) 代表者：味の素(株)が指名する取締役が就任
- (3) 本社所在地：ナイジェリア連邦共和国 首都アブジャ
- (4) 事業カテゴリー：即席麺
- (5) 両社の役割：東洋水産グループ；開発・生産の支援
味の素グループ；マーケティング（商品企画・販売）の支援
- (6) ブランド：両社共有の新ブランド（検討中）

<参考>

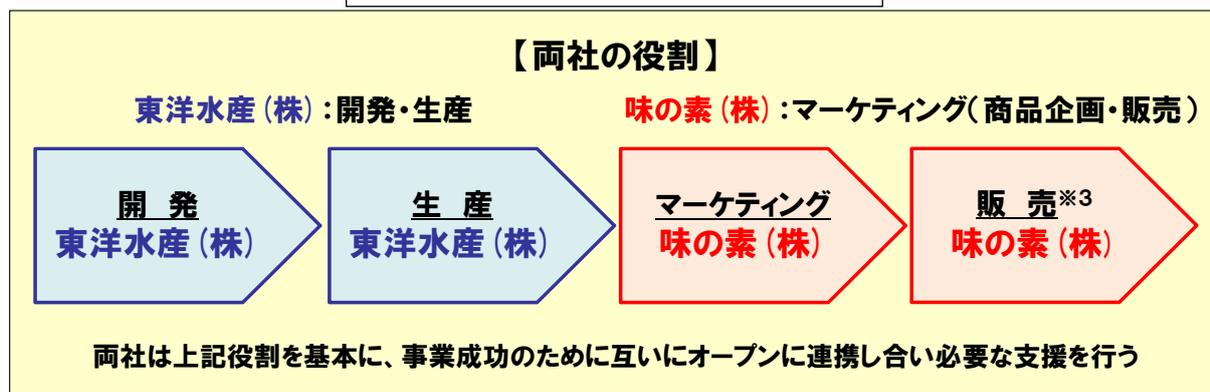
1. インド（人口約12.4億人）

- (1) 投資見込額：約10億円
- (2) 販売目標：10年後、約5億食（南部4州^{※2}における市場シェア15%）
＜南部4州から地盤を固め、順次販売エリアを拡大＞
※2 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
（2011年度の4州合計の人口 約2.5億人）
- (3) 発売時期：2016年度予定

2. ナイジェリア（人口約1.7億人）

- (1) 投資見込額：約10億円
- (2) 販売目標：10年後、約5億食（市場シェア約15%）
- (3) 発売時期：2015年度予定

即席麺事業合併会社の事業スキーム



※3 味の素(株)の海外における販売基盤の活用

ナイジェリア：ウエスト・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

<両社概況>

東洋水産株式会社

- (1) 代表者：代表取締役社長 小畑 一雄
- (2) 所在地：東京都港区港南2丁目13番40号
- (3) 設立：1953年
- (4) 売上高：連結 3,445億円(2013年3月31日現在)
- (5) 従業員数：連結 4,275名(2013年3月31日現在)
- (6) 事業内容：即席麺、生麺、冷凍麺、加工食品等の製造・販売、水産事業、冷蔵庫事業

味の素株式会社

- (1) 代表者：代表取締役 取締役社長 最高経営責任者 伊藤 雅俊
- (2) 所在地：東京都中央区京橋1丁目15番1号
- (3) 設立：1925年(1909年創業)
- (4) 売上高：連結 11,724億円(2013年3月31日現在)
- (5) 従業員数：連結 27,518名(2013年3月31日現在)
- (6) 事業内容：調味料、加工食品、アミノ酸、医薬品、化成品の製造・販売