

Eat Well, Live Well.



## 第5回

# 統合報告書トピックス説明会

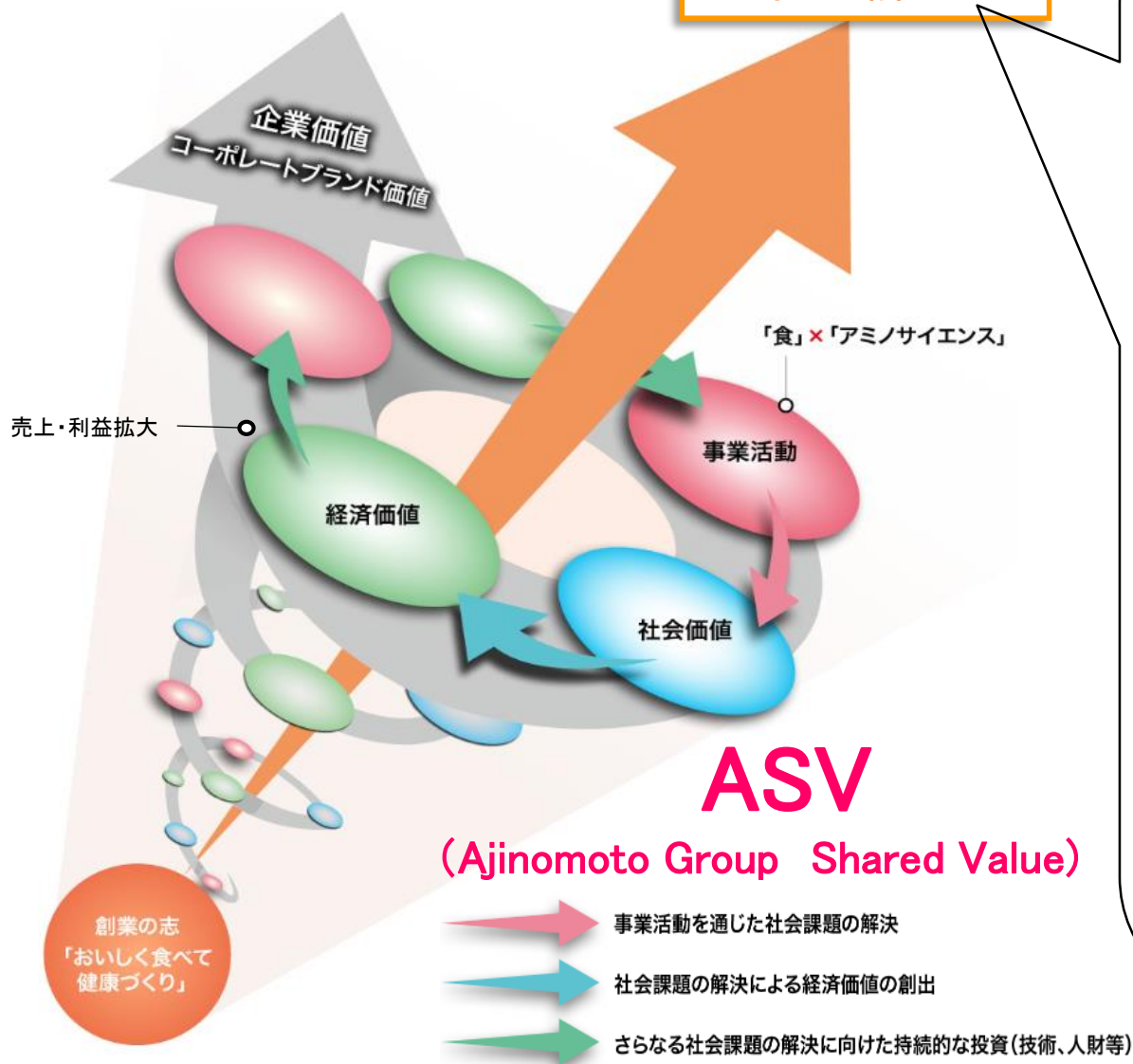
～ASVで目指す「健康なところとからだ」の実現に向けた取り組み～

味の素株式会社 取締役 専務執行役員  
栃尾 雅也

2019年3月29日

# 2020年度へ向けた挑戦～サステナブルな成長～

## ■ASV価値創造モデル



## 解決すべき社会課題

### 健康な生活に対する課題

- ・からだの健康:  
栄養バランスの崩れ (過剰、不足)
- ・こころの健康:  
孤食化、多忙化

### 食資源に対する課題

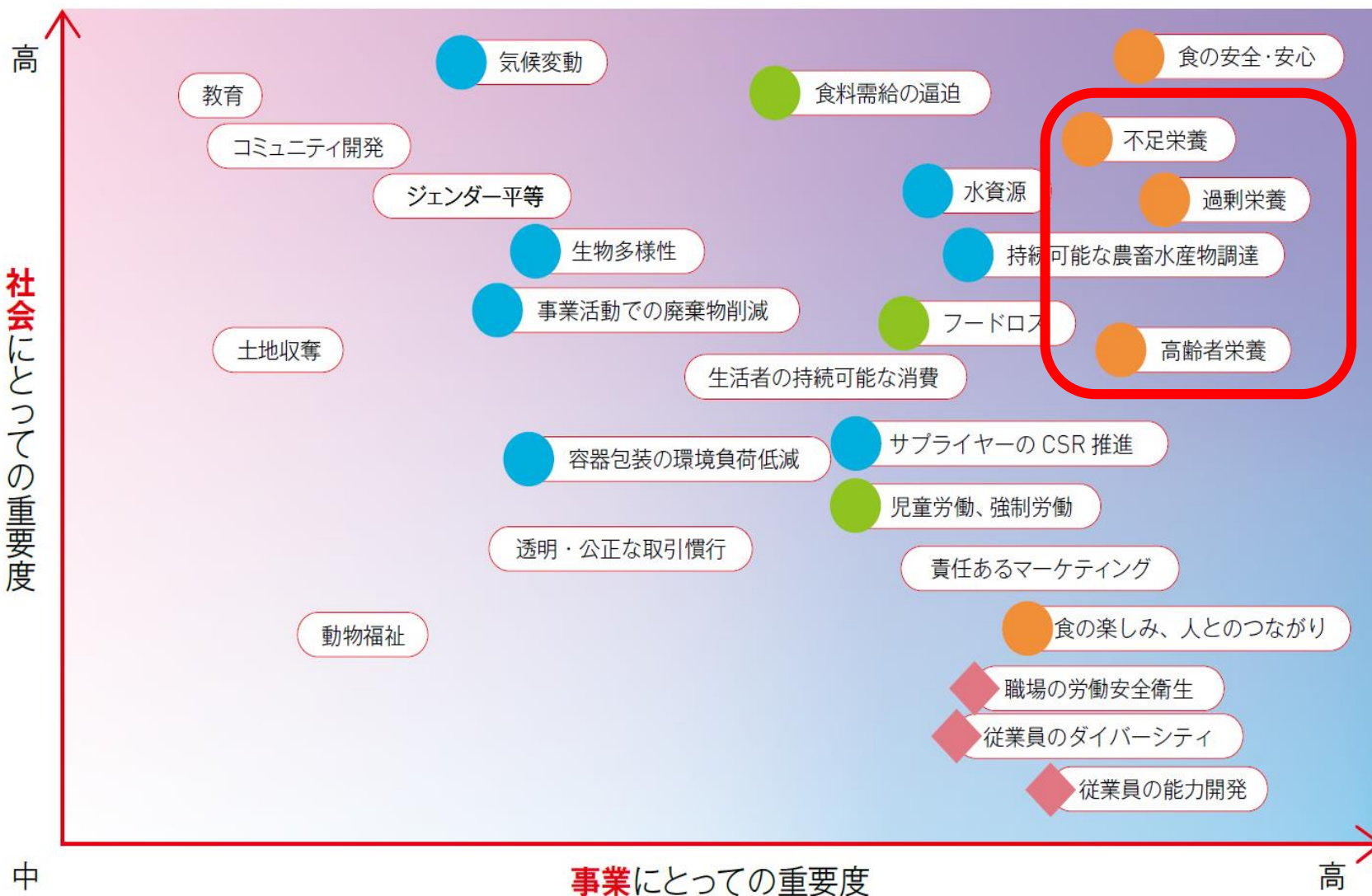
- ・食資源の枯渇
- ・フードロス
- ・サステナブルな原材料調達

### 地球持続性に対する課題

- ・地球温暖化(温室効果ガス)
- ・廃棄物増加
- ・水資源の枯渇

# 味の素グループが事業を通じて解決すべき社会課題

## 味の素グループが検討・抽出したマテリアリティ項目のマッピング (2017年改定)



「21世紀の人類社会の課題」と関わりの深い項目


● 健康なところから



● 食資源



● 地球持続性



◆ 事業活動の基盤

# 味の素グループ栄養ポリシー制定(2017年7月)

- ① 地域、年齢、生活スタイルなど、様々な人々の栄養ニーズに基づき、毎日の食事の栄養バランスを向上させる製品・情報の提供を目指します。
- ② スマートな調理\*とうま味をベースにしたおいしいメニューの提案を通じて、食の楽しさとおいしさを実現し、こころとからだの健康に貢献します。
- ③ たんぱく質・アミノ酸の持つ栄養及び生理機能の科学的な研究によって得られた信頼できるソリューションを提供します。
- ④ 生活者がより健康的な食品の選択と実践に役立つよう公的機関の指針に基づくだけでなく、表示とコミュニケーションを自ら工夫し推進していきます。
- ⑤ 栄養に関わる社会的な活動及び様々なステークホルダーとのコミュニケーションを絶えず続けていきます。

\* 楽しく、上手に、買い物も含む食事の準備、調理、食後の後片付けができること。

- 日常における食事・補食
- 生活時間を創出するスマート調理
- アミノ酸の知見・エビデンスによるアプローチ

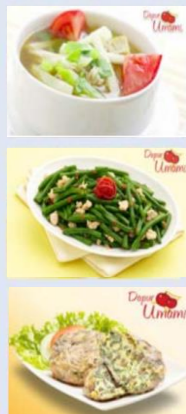
# 海外：風味調味料を通じた、栄養課題の解決（例「Masako®」）＜インドネシア＞

過剰栄養

不足栄養

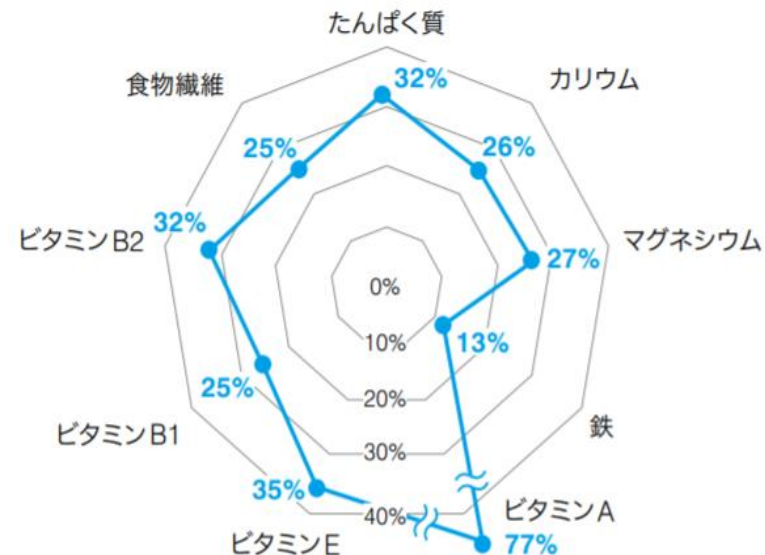


「Masako®」を使用した推奨メニュー(3品)で摂取できる肉・野菜の量



野菜スープ	
人参	60g
キャベツ	60g
「Masako®」	9g
...	

推奨メニュー(3品計)から摂取できる栄養素のインドネシア国民適正摂取量\*(1日当たり)に占める比率例



\*2. インドネシア保健省発表資料より、20代女性の適正量をベースに計算。

## コミュニケーション 施策(例)



TVCMにおける野菜スープの訴求



レシピ情報サイト「Dapur Umami」の展開



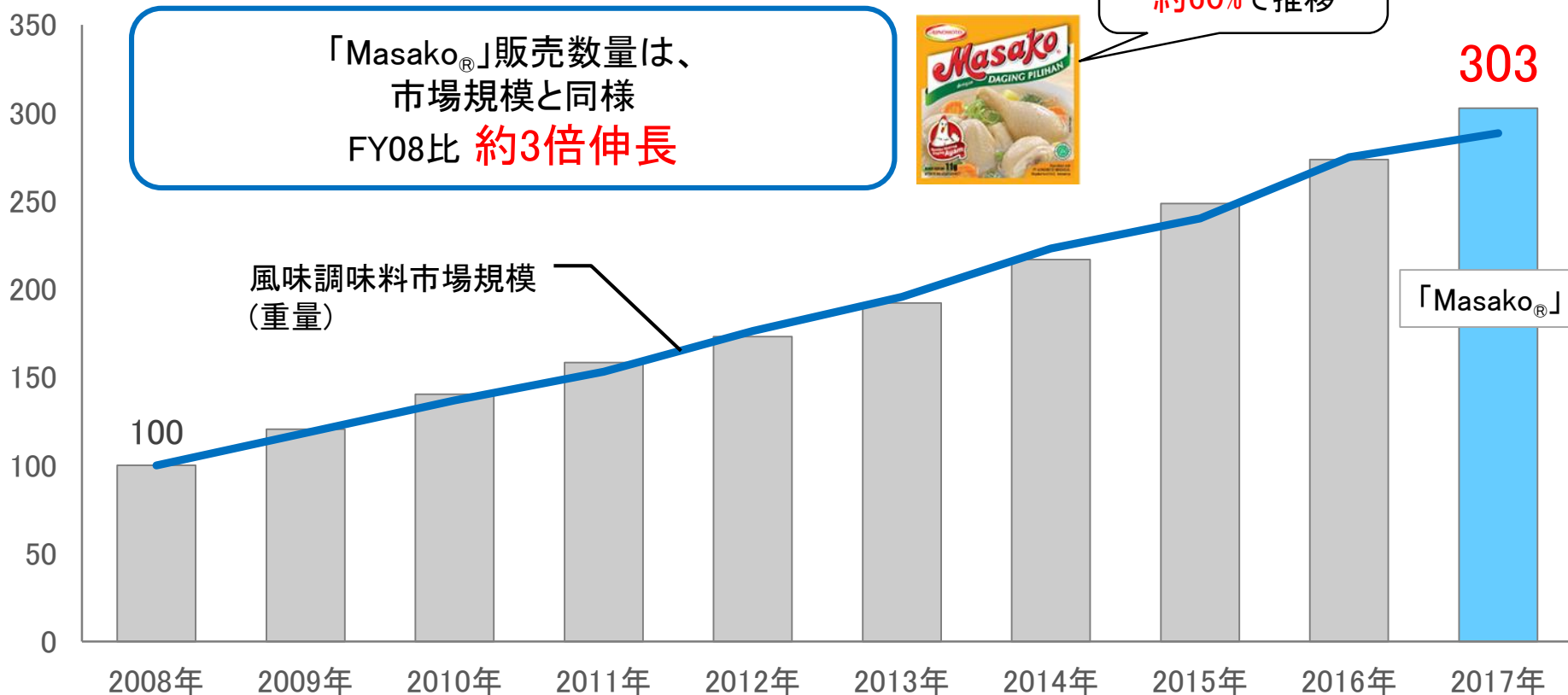
パッケージ裏面で栄養バランスの良いメニュー紹介

# 海外：風味調味料を通じた、栄養課題の解決（例「Masako®」）＜インドネシア＞

## ■風味調味料市場（重量）と「Masako®」販売数量推移 （FY08を100とした場合）

● 過剰栄養

● 不足栄養



### ＜提供価値＞

手頃な価格・おいしさ



栄養バランス改善を訴求

# アミノサイエンス：「アミノインデックス<sup>®</sup>」技術

## 1回の採血で三大疾病の発症リスクを評価

過剰栄養

不足栄養

1回の採血で、血漿中のアミノ酸濃度バランスからさまざまな疾患リスクを一度に評価  
アミノインデックス<sup>®</sup> リスクスクリーニング(AIRS<sup>®</sup>)

アミノインデックス<sup>®</sup>  
がん  
リスクスクリーニング  
(AICS<sup>®</sup>)

アミノインデックス<sup>®</sup>  
生活習慣病  
エーアイエルエス  
リスクスクリーニング (AILS<sup>®</sup>)

今回開発した検査項目

**現在がんである可能性を評価**  
AICS(胃)、AICS(肺)、AICS(大腸)、AICS(膵臓)、AICS(前立腺)、  
AICS(乳腺)、  
AICS(子宮・卵巣)

**4年以内の**  
**糖尿病発症リスクを**  
**評価**  
AILS  
(糖尿病リスク)

**現在の**  
**アミノ酸不足を評価**  
AILS  
(アミノ酸レベル)

**10年以内の**  
**脳心血管イベント**  
**発症リスクを評価**  
AILS  
(脳心疾患リスク)

上記2つの評価結果に基づく4つのタイプのいずれかを  
『検査結果分類(タイプ I ~ IV)として報告』

上記の評価結果に  
基づいて2つに分類

(2019年4月より)

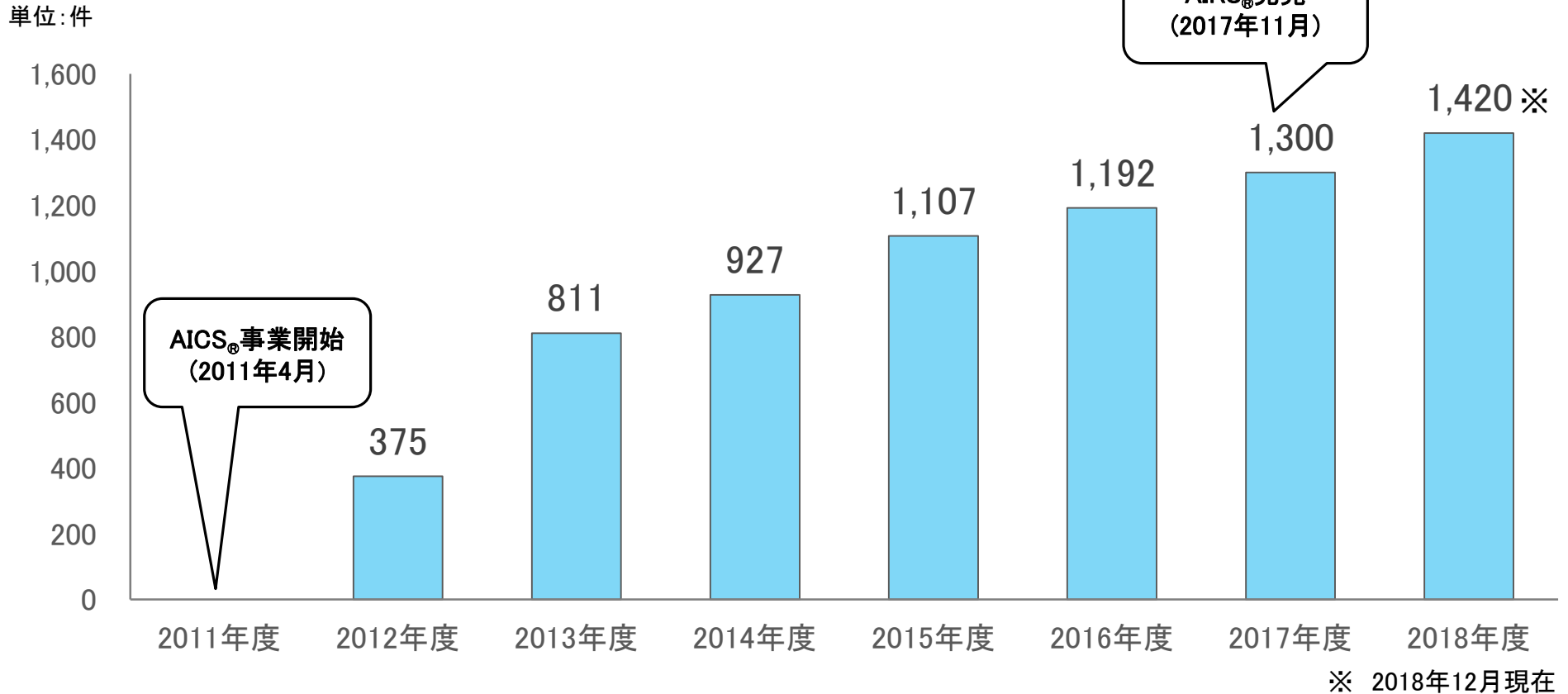
# アミノサイエンス：「アミノインデックス技術」

過剰栄養

不足栄養

高齢者栄養

## ■「AICS®」あるいは「AIRS®」検査が受診可能な施設数の推移



### ■ 当社の方向性

「アミノインデックス技術」を応用して、がんや生活習慣病を含めた様々な疾患の予防や早期発見につながる検査の研究開発を進める。



Eat Well, Live Well.



# 国内営業部門 「ASVを中核とした営業戦略」

味の素株式会社 常務執行役員  
国内営業統括 竹内 秀樹

2019年3月29日

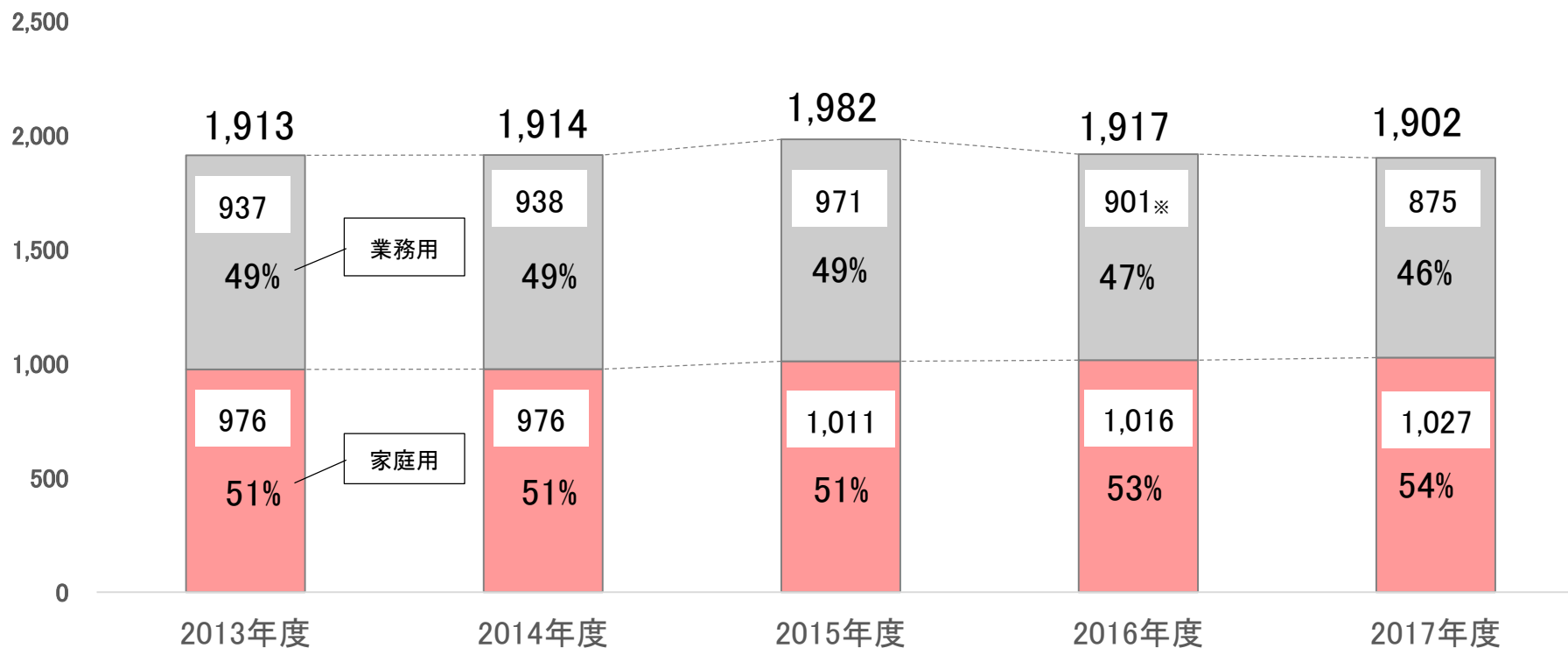
1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略
4. 減塩・野菜摂取の取組みについて
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略
4. 減塩・野菜摂取の取組みについて
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

# 1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移

## ◆当社 日本国内 調味料・加工食品(家庭用・業務用)売上推移(2013年度～2017年度)

(単位:億円)

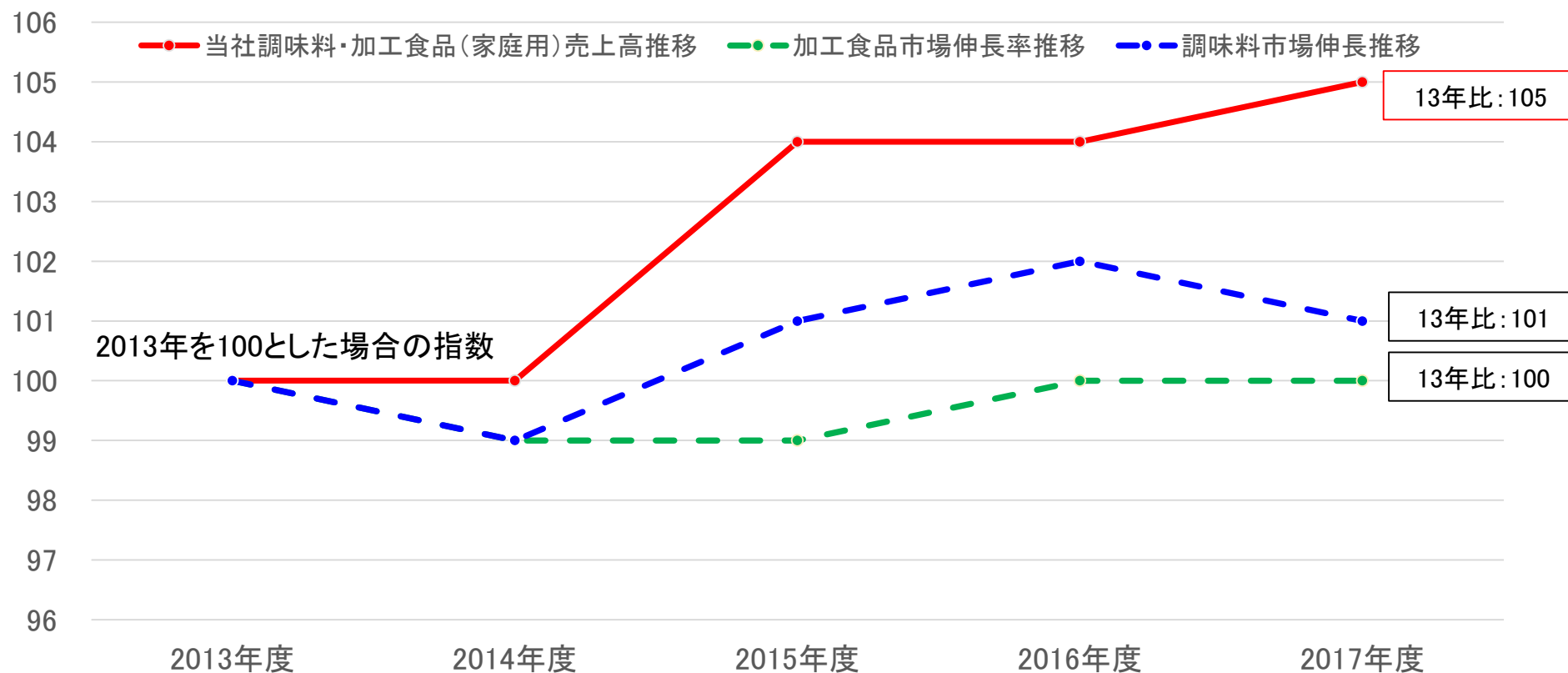


※関係会社資本解消

家庭用堅調も業務用苦戦。全体売上は横這いで推移

# 1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移

## ◆当社売上高推移(家庭用)と国内加工食品市場推移について(2013年度～2017年度)



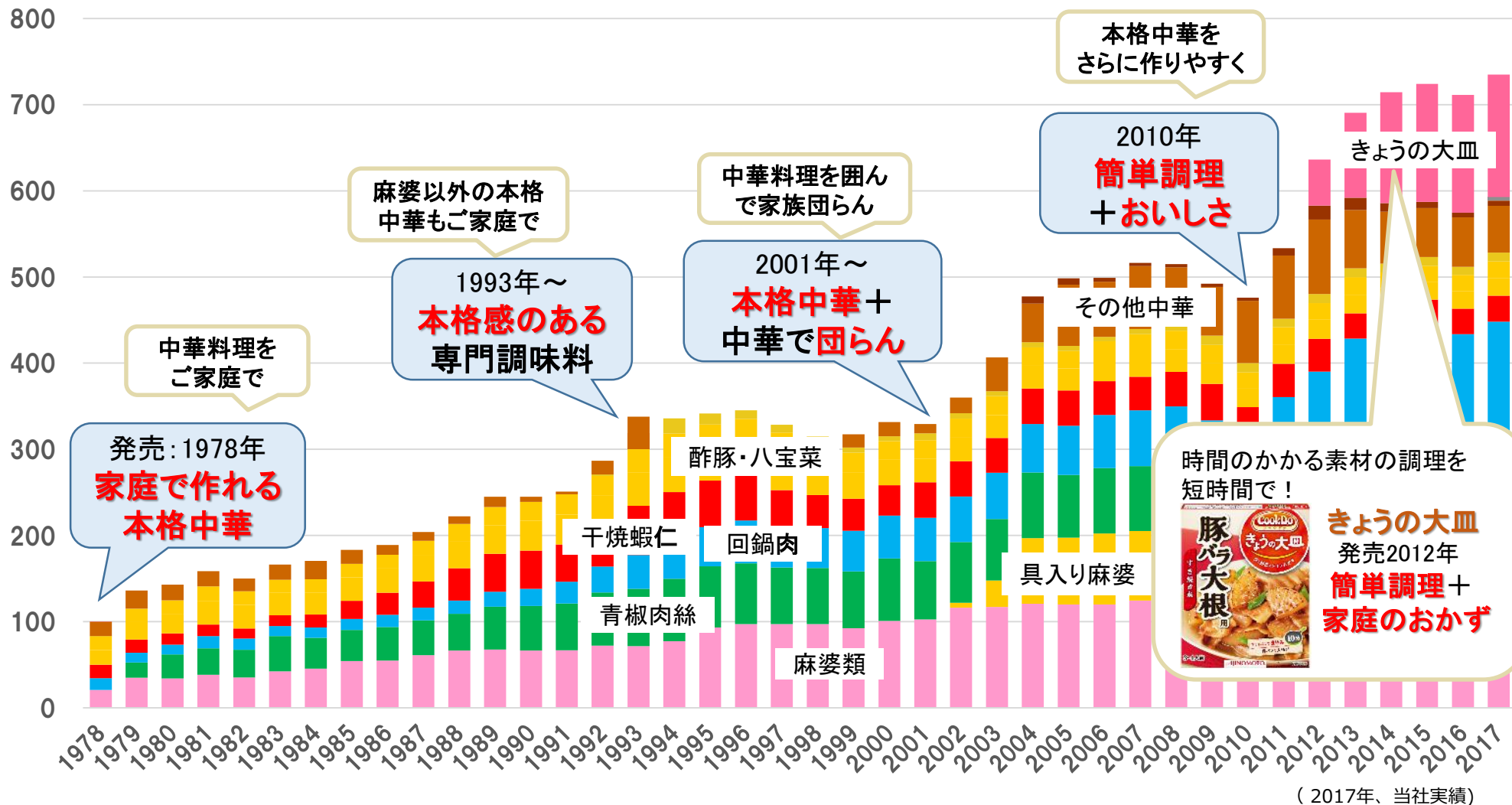
市場伸長率: インテージ社SCI 調味料・加工食品市場規模推移

家庭用については市場が横這いで推移する中、  
持続的な伸長を確保

# 1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移

## ◆「Cook Do®」の価値提案とメニュー調味料の売上高推移

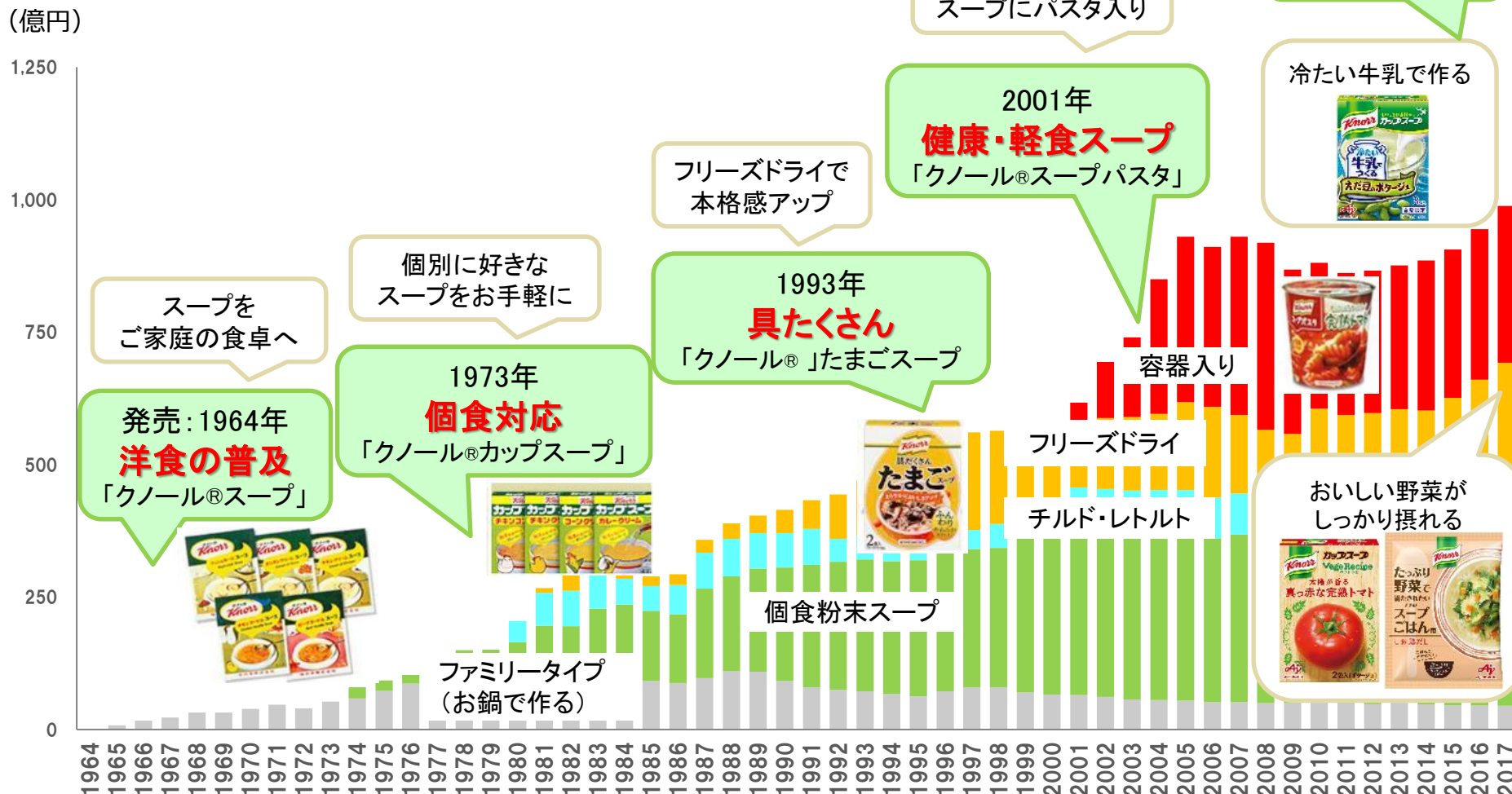
＜1978年発売時を100とした場合の売上高指数＞



# 1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移

## ◆「クノール®」スープの価値提案と市場規模の推移

＜家庭用スープ市場推移＞

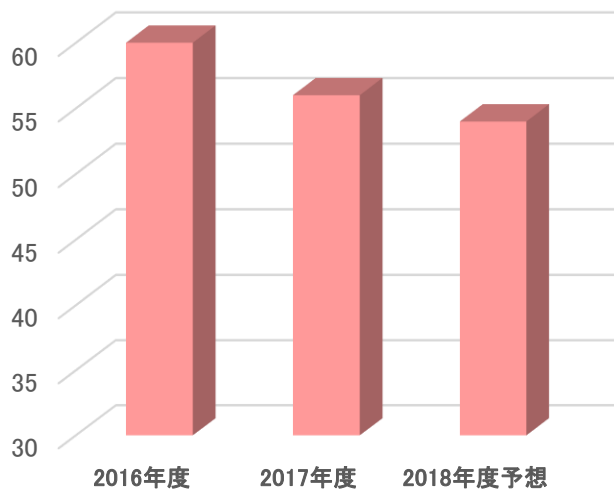


(2017年、当社調べ)

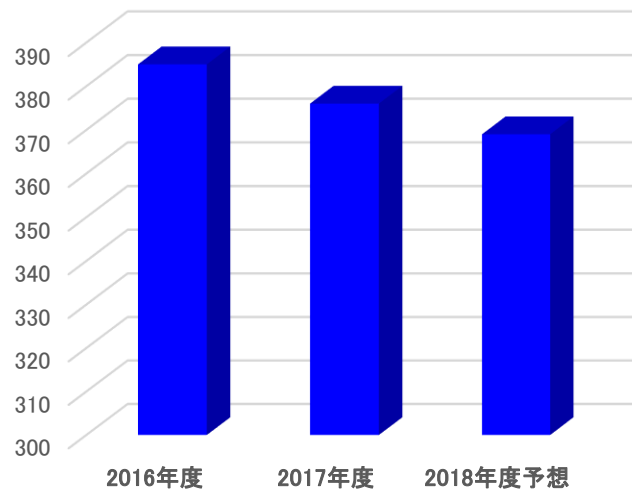
# 1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移

## ◆当社発売カテゴリーー 家庭用基礎調味料 市場推移(当社推定)

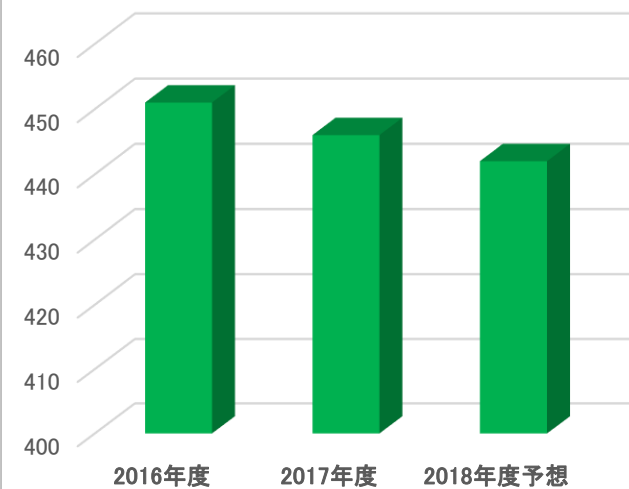
単位:億円 うま味調味料



単位:億円 和風だしの素



単位:億円 マヨネーズ類

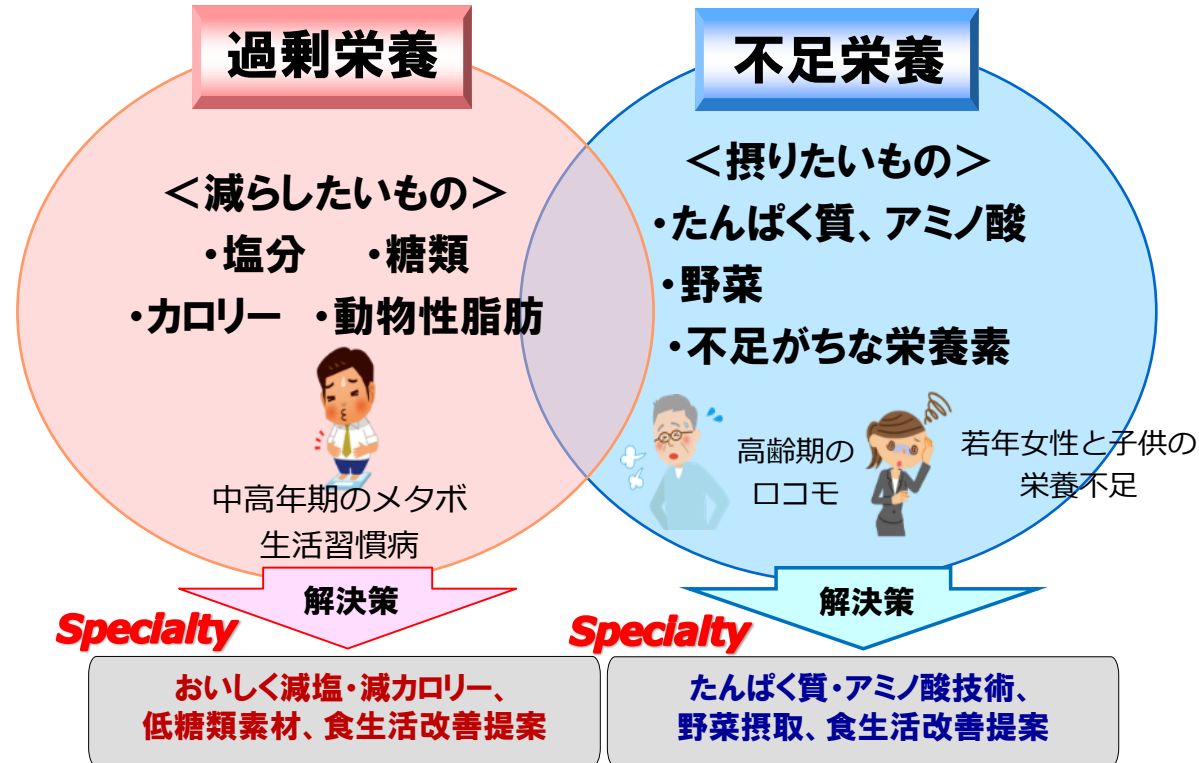


中期的に基礎調味料市場は漸減傾向



# 1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移

## ◆社会全体の健康課題について



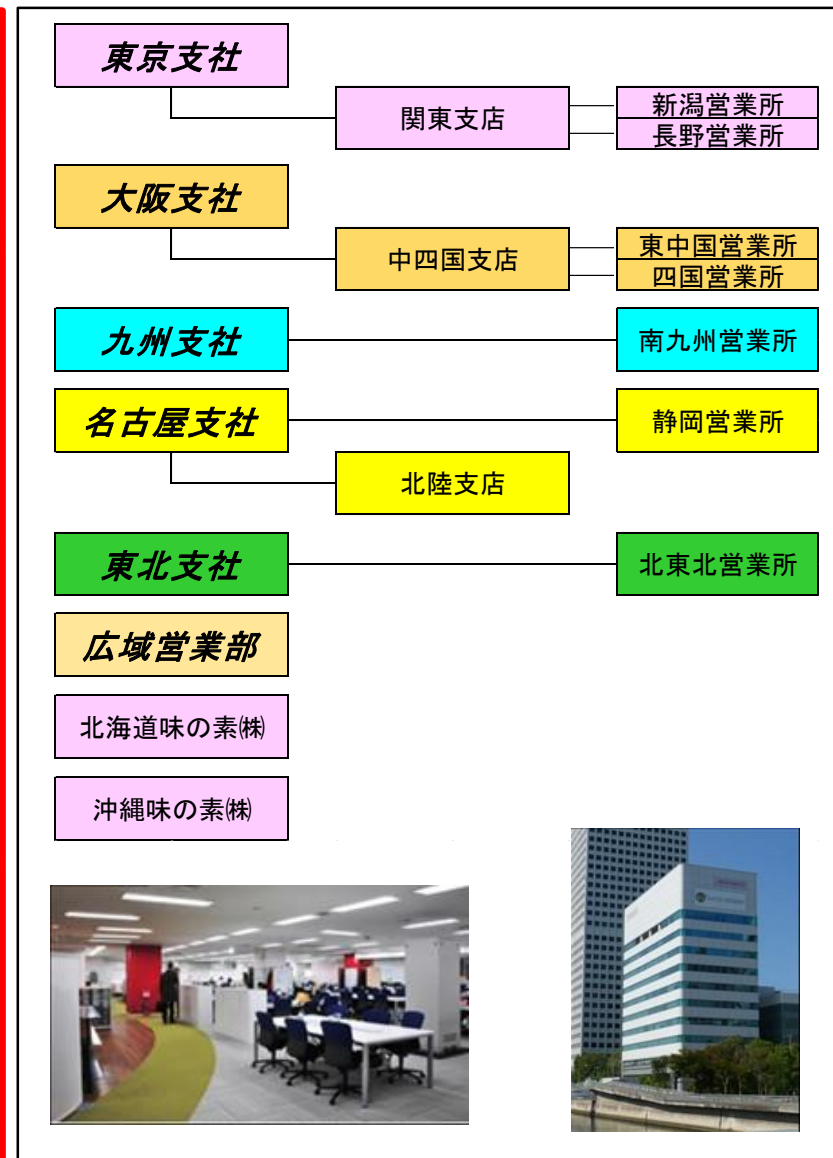
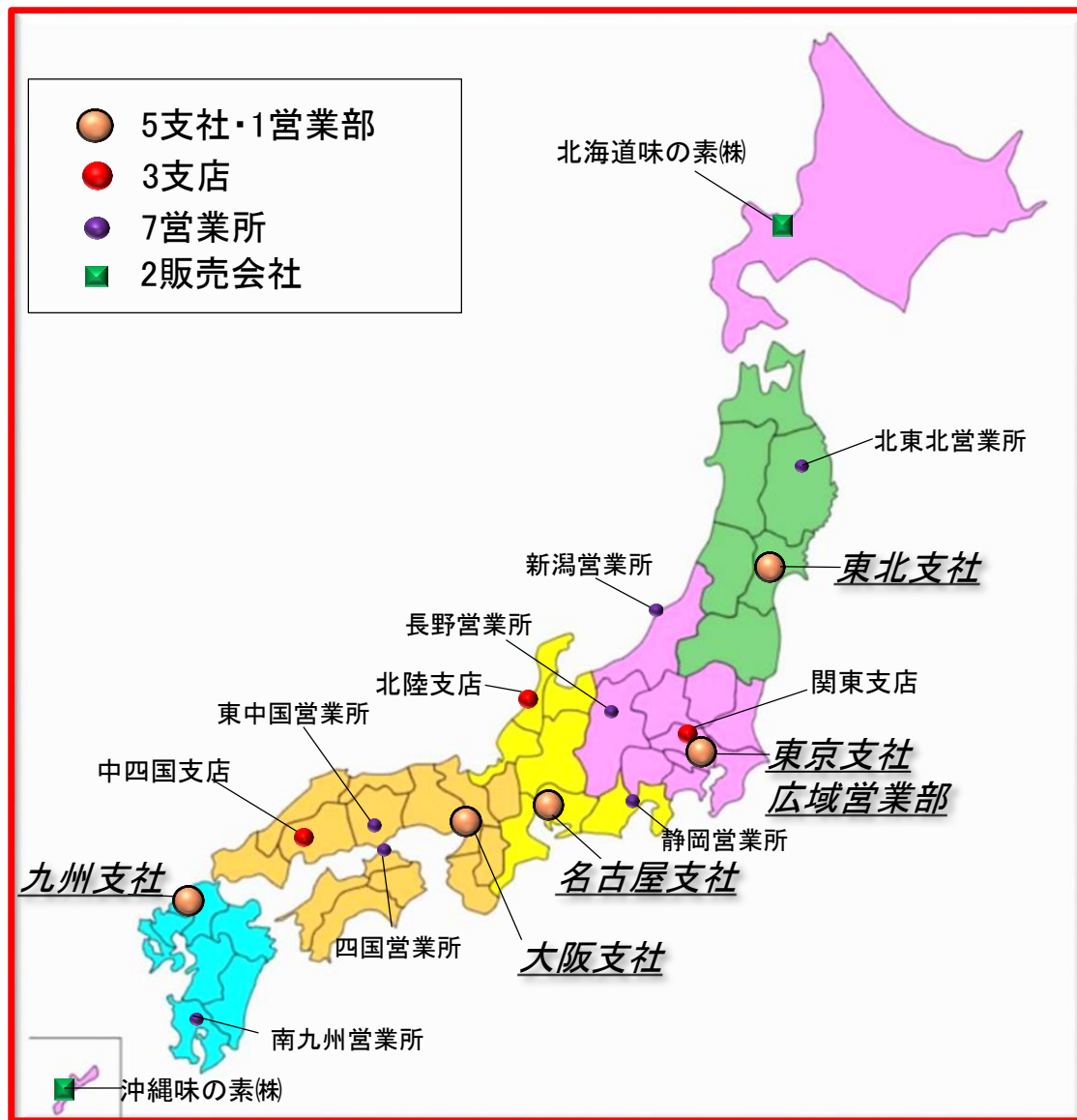
バランスの取れた食事摂取の提案で  
「過剰栄養」と「不足栄養」の栄養不良二重負荷の解消

事業を通じた社会課題の解決を実現

1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略
4. 減塩・野菜摂取の取組みについて
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

## 2. 国内営業部門体制と強みについて

### ◆国内営業部門体制(2019年3月現在)



## 2. 国内営業部門体制と強みについて

### ◆得意先フォロー状況

家庭用

業務用

当社によるダイレクトアプローチ・提案の実施

SM

CVS

ドラッグ

EC

中食

外食

給食

販売店

加工食品  
メーカー

585企業※

当社家庭用ビジネスタイプ売上95%カバー

※2018年 食品スーパーマーケット年鑑収録企業数990社

CVS、持ち帰り弁当、  
総菜、大手CK\*、牛丼、  
ラーメン、給食など

加工食品  
メーカー  
BtoB、BtoBtoC

家庭用ビジネスタイプ

外食用ビジネスタイプ

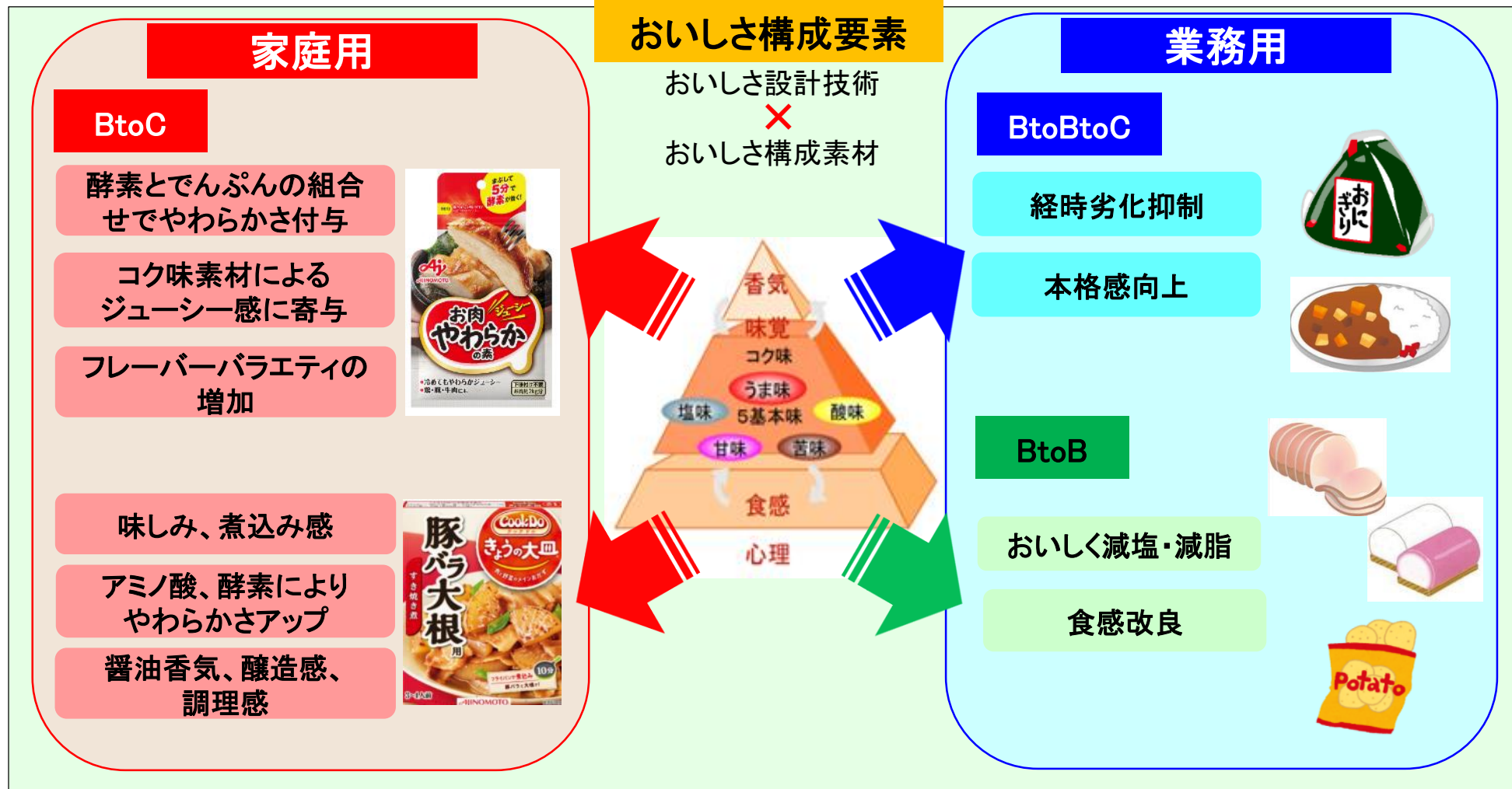
加工用ビジネスタイプ



\* Central Kitchen

## 2. 国内営業部門体制と強みについて

### ◆おいしさ設計技術とおいしさ構成素材の活用



当社独自の素材を組み合わせることで様々なアプリケーション提案が可能

## 2. 国内営業部門体制と強みについて

### ◆社会課題やニーズに合わせたソリューション事例

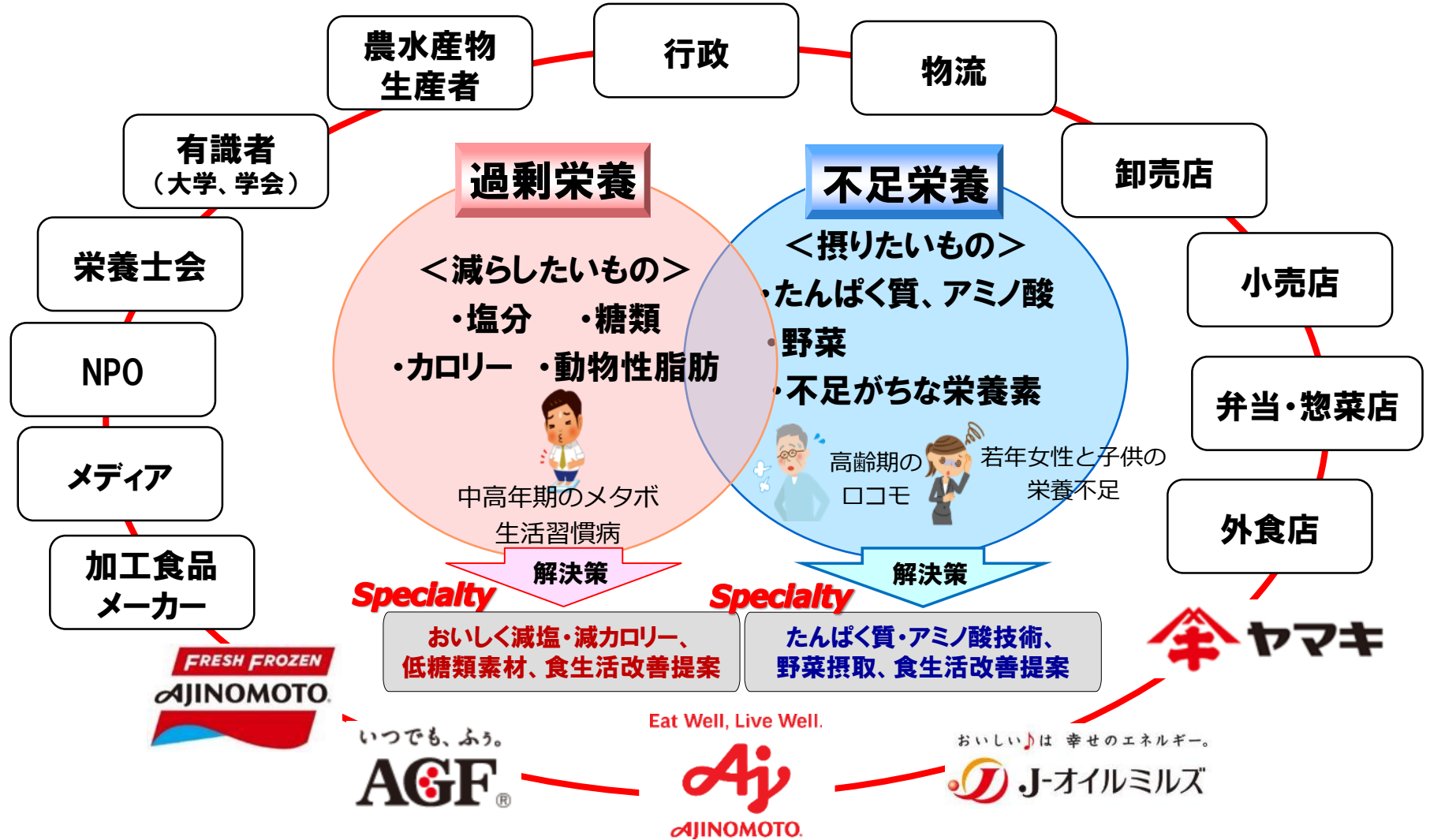
社会課題	原料高騰	食資源の有効活用		人手不足	食の多様化	健康課題
外食店様 メーカー様の ニーズ	コスト ダウン	原料代替	経時劣化 抑制	調理簡便化	おいしさ 向上	減塩・減糖
当社 ソリューション (例)	歩留向上 劣化抑制	やわらか 加工	お米ふっ くら技術	オペレー ション 簡便化	使いこなし 提案	製品・ メニュー 開発支援
<b>独自素材・独自技術</b>						



1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
- 3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略**
4. 減塩・野菜摂取の取組みについて
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

### 3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略

◆「栄養不良の二重負荷」の解決へ



ステークホルダーの皆様との協働で解決していく



### 3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略

#### ◆取組み背景について

#### 行政(国・地方自治体)

##### <国・自治体>

##### ●健康日本21※ビジョン推進

- ・国民の健康寿命延伸
- ・生活習慣病の発症予防など

#### ★医療費の抑制を図りたい

※国民の健康の増進の総合的な推進を図るための基本的な方針



手立てや手段が無く、  
普及活動に苦慮  
(市民レポート、県民紙掲載など)

#### 流通

・CVS: 若年層⇒高齢化対策・顧客取り込み

・SM : 特売・大量販売の行き詰まり

##### <地域密着の標榜>

- ・地域・生活者の応援・貢献
- ・MDの他社差別化

・ドラッグストア: 食品比率の拡大と  
“街のドラッグ” (CVS化)へ

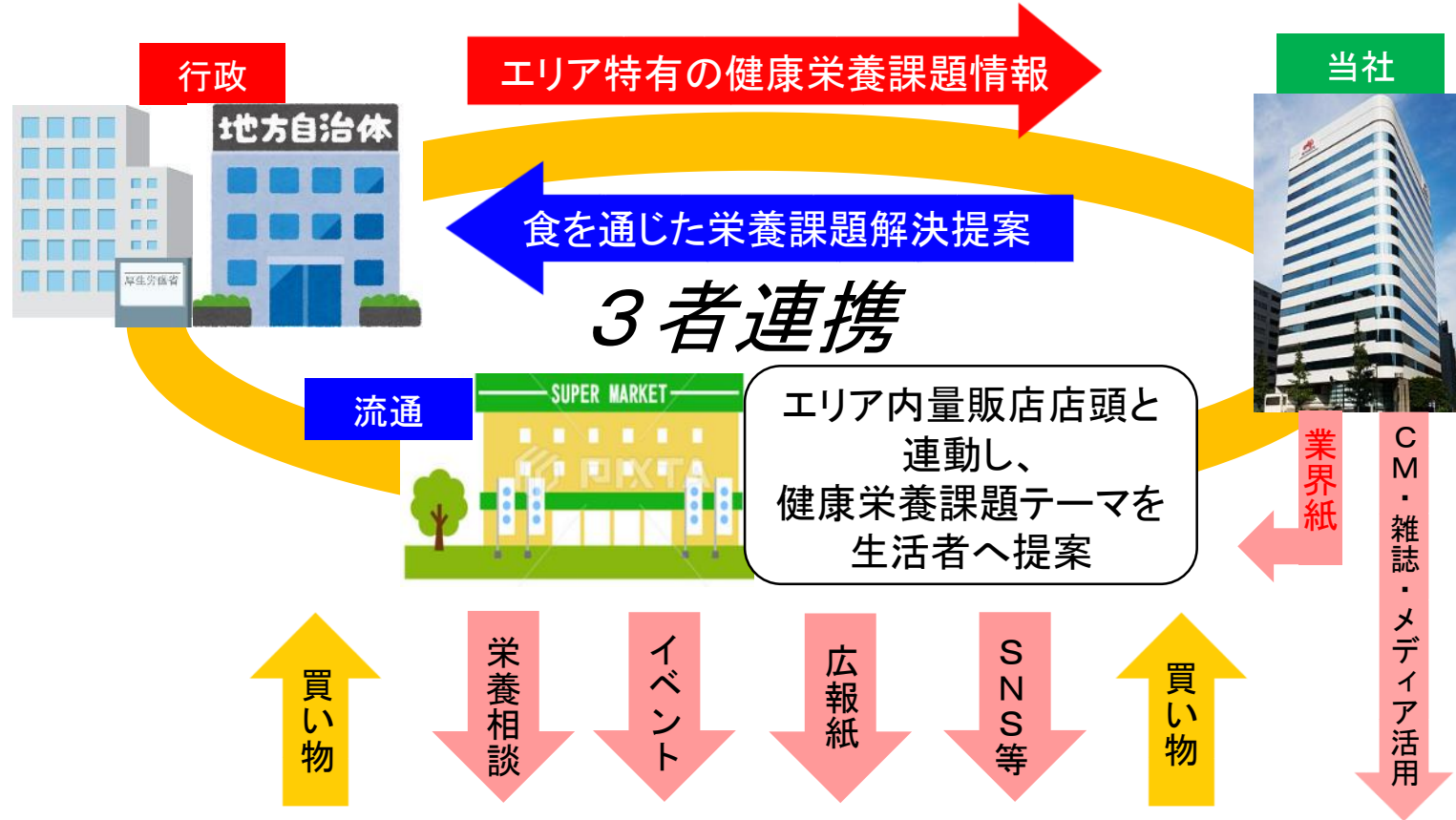
#### ★固定客増・売上増を図りたい



当社の考え方や活動に共鳴をして頂く

### 3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略

#### ◆ASV活動の目指すべき姿



**「生活者」** への情報発信と成功エリアの事例拡大

当社・行政・流通の3者が共鳴し、必要不可欠なものとして展開継続

### 3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略

#### ◆行政との取組み状況

##### 2018年度レビュー

目標：地域の流通・メディア・行政・アカデミア・栄養士会などとの連携により地域振興・健康栄養課題の解決を図る。

数値目標：24都道府県/2020年、28都道府県/2025年  
(県及び市区町村とのコラボレーション)

**2018年レビュー：累計31都道府県と連携した取組みを展開**

##### 2016年時点

都道府県	テーマ	都道府県	テーマ
北海道	アスリート応援	静岡県	健康寿命延伸
青森県	だし活	愛知県	ラブベジ®
岩手県	減塩	大阪府	食育
宮城県	地元食材連携	奈良県	野菜摂取
新潟県	地元食材連携	鳥取県	地元食材連携
石川県	北陸・勝ち飯®	高知県	減塩
富山県	北陸・勝ち飯®	大分県	地元食材連携
神奈川県	未病	鹿児島県	長寿

##### 2018年まで拡大エリア

都道府県	テーマ	都道府県	テーマ
茨城県	朝食欠食	京都府	地元食材連携
栃木県	肥満	兵庫県	減塩
東京都	健康づくり	広島県	ラブベジ
千葉県	健康データ活用	岡山県	健康推進全般
長野県	地元食材連携	長崎県	地元食材連携
三重県	みえ・勝ち飯	沖縄県	減糖
和歌山県	MoreVege	埼玉県	塾ごはん
滋賀県	滋賀めし		

**累計：31都道府県**



**「過剰栄養」「不足栄養」両面から取組み拡大**

1. 日本国内 調味料・食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略
- 4. 減塩・野菜摂取の取組みについて**
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

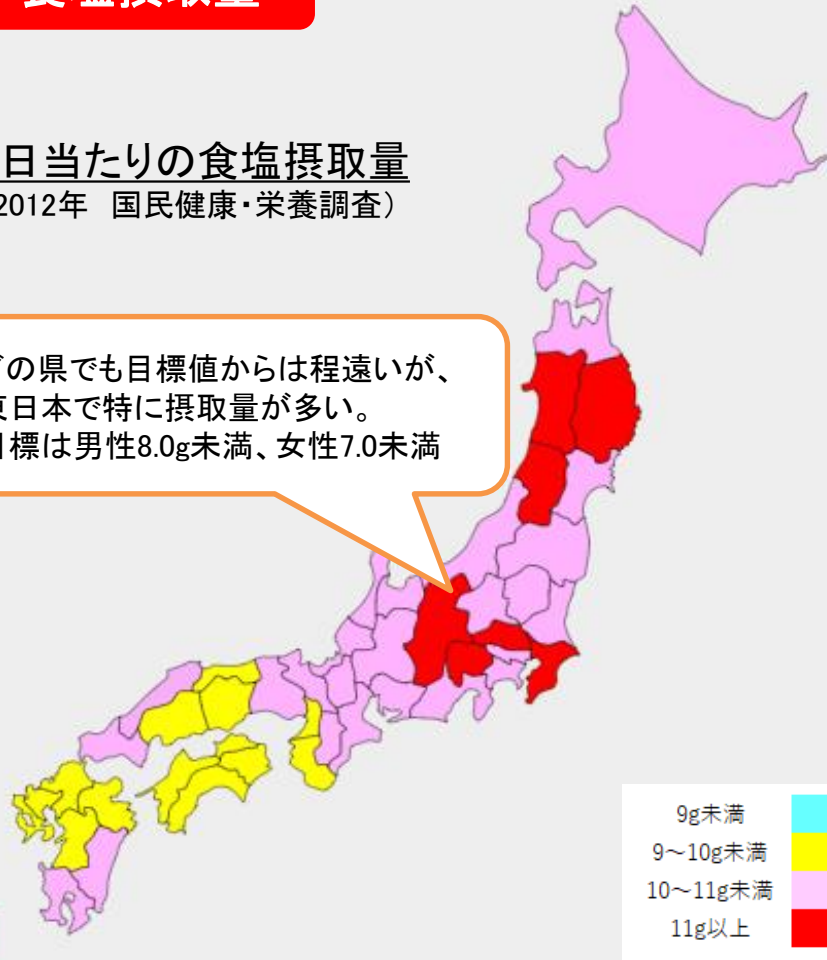
## 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

### ◆地域ごとに顕在化した栄養課題

#### 食塩摂取量

1日当たりの食塩摂取量  
(2012年 国民健康・栄養調査)

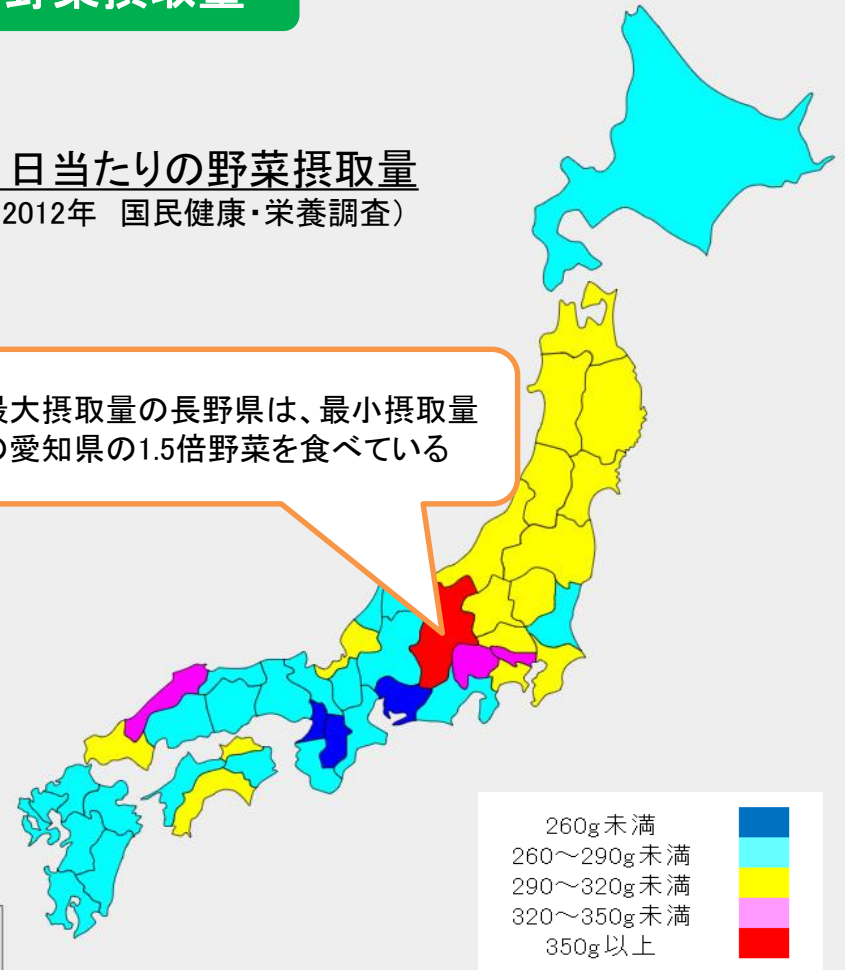
どの県でも目標値からは程遠いが、  
東日本で特に摂取量が多い。  
目標は男性8.0g未満、女性7.0未満



#### 野菜摂取量

1日当たりの野菜摂取量  
(2012年 国民健康・栄養調査)

最大摂取量の長野県は、最小摂取量  
の愛知県の1.5倍野菜を食べている



# 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

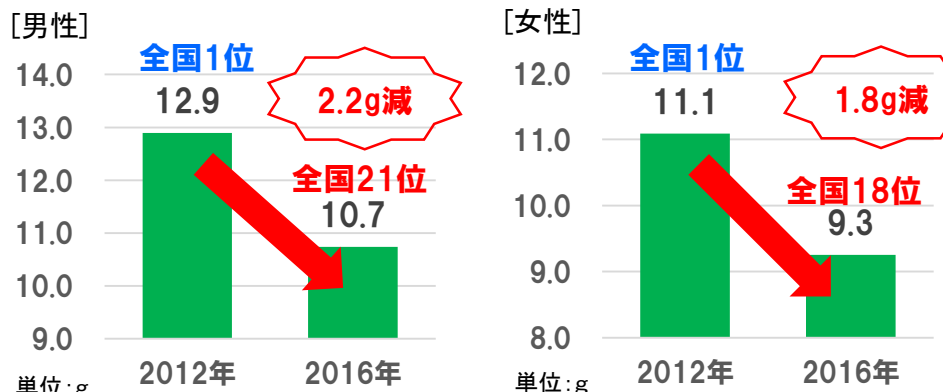
## ◆減塩・適塩の取組み事例①

### 岩手県「減塩の日」企画

減塩食品・調味料が  
県民の方にはすっかり  
おなじみに



4年間で食塩摂取量が1～2割減少できました！



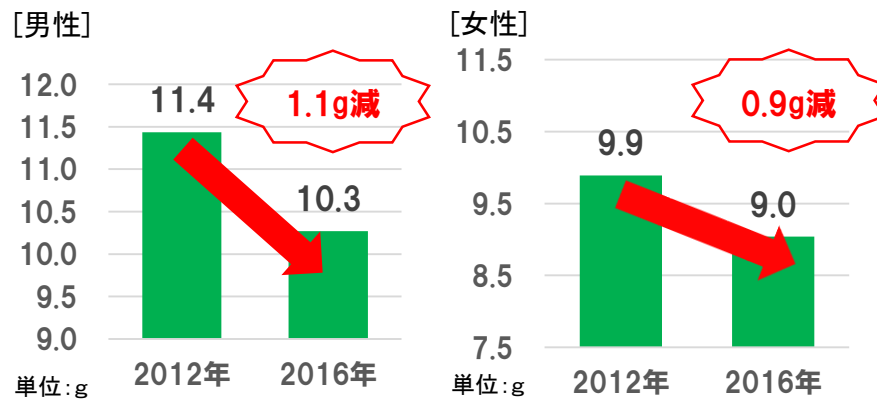
2012年、2016年国民健康・栄養調査

### 静岡県「和食」で減塩を訴求

静岡県の皆様向けの  
減塩 和食献立をご提案



4年間で食塩摂取量が約1割減少できました！



2012年、2016年国民健康・栄養調査

# 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

## ◆減塩・適塩の取組み事例②



# 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

## ◆野菜摂取の取り組み～ラブベジ®～



愛知県の野菜摂取量が**全国最下位の挽回**を目指して、地元大学とレシピ共同開発などの連携を行い、店頭展開・イベント等の実施

### メニュー考案

ラブベジ®弁当



240g以上の野菜が摂れます

私たちが考えました！



椋山女学園大学  
生活科学部 管理栄養学科の  
皆さんとメニュー開発

### 「ラブベジ®」で野菜の日



青果売場における  
展開事例



店内で親子で簡単  
お料理教室を実施



# 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

## ◆野菜摂取取組み事例

### 九州ご当地野菜とのコラボ おいしい野菜の食べ方を提案しています



アミノ酸発酵の副産物を  
肥料に育った野菜たちで、  
丸鶏無限ピーマン

季節の野菜は「CookDo®」で  
おいしく召し上がれます



### 九州ご当地野菜作りの流れ<ピーマン>



# 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

◆地域の健康課題解決に向けて各地での取り組み状況(2018年度)

## 「減塩」への取り組みマップ

■ 「減塩」への取り組み

減塩・適塩の日

和食で減塩訴求

## 「野菜摂取」への取り組みマップ

■ 「ラブベジ®」

■ その他の野菜摂取の取り組み

九州ご当地野菜の野菜摂取取り組み

野菜摂取量が特に少ない、東海・北陸・近畿・中国・四国地方で展開拡大



「減塩」の取り組み：32県

「野菜摂取」の取り組み：46県

# 4. 減塩・野菜摂取の取り組み

◆野菜摂取:「Cook Do®」「Cook Do® きょうの大皿®」の事例



野菜をおいしく摂る！

「Cook Do®」  
「Cook Do® きょうの大皿®」  
を食べた人数(2017年度)  
**5億2,000万人**

キャベツ



775万個

ナス



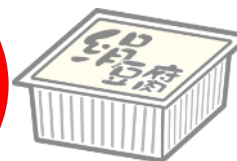
7,500万個

ピーマン



11,429万個

豆腐



3,333万丁

豚肉



6,500 t



＜例えば・・・＞  
2017年度 ピーマン全国出荷量  
**129,800トン**  
「Cook Do®」のピーマン使用量  
**※4,091トン** (青椒肉絲130g/袋、回鍋肉40g/袋)  
※2018年度当社着地見込ベース  
国内のピーマン **“3.2%”** の消費に  
「Cook Do®」が貢献しています。

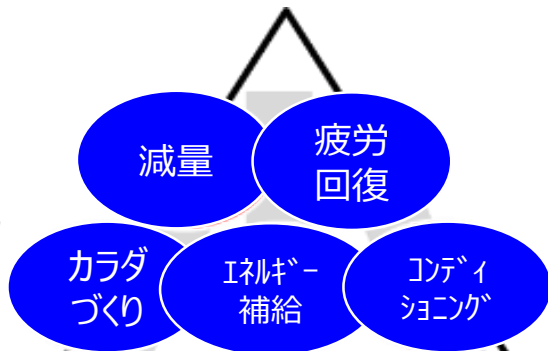
1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略
4. 減塩・野菜摂取の取組みについて
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

◆「勝ち飯®」とは

コアターゲット

## トップアスリート



## 生活者

部活生  
スポーツ実施者



拡大ターゲット

がんばっている  
様々な人



＜これからの「勝ち飯®」＞  
目標に向かって頑張っている人を  
「勝ち飯®」で応援していきます。

“がんばる人のチカラになるごはん”

- アスリートの体づくりの知見を応用
- 毎日の栄養バランスを整える
- 「何のために食べるか」を意識した食事の提案
- 「食事」と「補食」を目的とタイミングを考えて摂る

「がんばる人のチカラになるごはん」

# 勝ち飯®



がんばっている様々な人 = 年齢等に関わらず、生活者全て

## 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

### ◆勝ち飯®の定義

“**栄養バランスごはん**” 提案を通じて、がんばる人を応援！



**部活生**  
応援

**受験生**  
応援

**メタボ**  
対策

**ロコモ**  
予防

**若年女性**  
応援

### 「勝ち飯®」献立の考え方



### 無理なく・継続的に実践するポイント

- ①カラダ作りに欠かせない **たんぱく質** をしっかり
- ②カラダを整えるビタミン・ミネラル源の **野菜** をたっぷり
- ③消化・吸収を助けるうま味のきいた **汁物** を献立に取り入れる

日々目標に向かってがんばっているすべての方へ、  
タイムリーにテーマ・目的に合った  
栄養素・食材・メニューの提案をしていきます。

# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

## ◆展開事例①

# みえ・勝ち飯®

・三重県 × 味の素 連携協定を締結

・企画立案

・メディア、SNS露出⇒認知拡大

・流通展開⇒経済価値創出

・地域行事、イベント連動⇒継続的なサイクル確立



三重県 鈴木知事と



### 三重県の Specialty



### 味の素の Specialty

## みえ・勝ち飯®

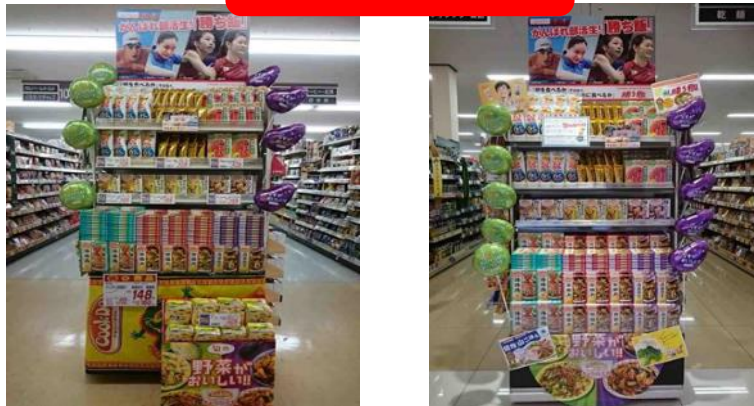


連携協定 取組イメージ	2019年度	2020年度	2021年度
行事	東京オリンピック カウントダウン イベント	東京オリンピック	三重 とこわか国体
イメージ	 「勝ち飯®」 「ベアック™」 「ラブベジ®」	 校内でオリジナルMB配布 家庭での実施促進と 企画ブームアップ	 東海エリア量販店にて 部活性応援フェアを 実施

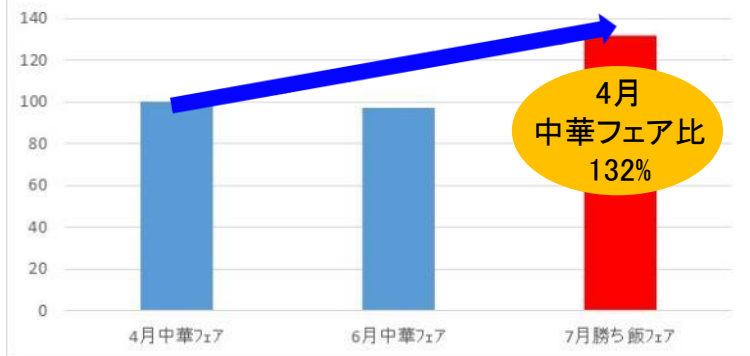
# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

## ◆展開事例②

### 量販店A



企画コーナー売上金額  
※4月を100とした場合の指数

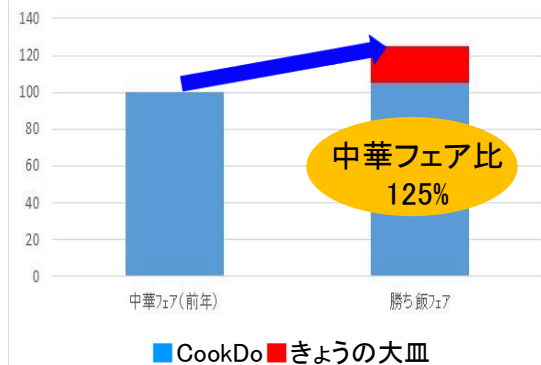


- 売場づくりコンクールによる商品露出強化
- カテゴリーが異なるアイテムの同時エンド展開

### 量販店B



企画コーナー売上金額  
※中華フェアを100とした場合の指数



- カテゴリーが異なるアイテムの同時エンド展開
- チラシ・店頭冊子・レシピリーフ作成と連動



# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

## ◆展開事例③

### <事業所給食>

毎日のお仕事をがんばる人へ

### バランスの良い「勝ち飯®」定食

「勝ち飯」は世界大会で結果を出してきた  
トップアスリートたちが実行してきた栄養プログラム。  
**次はあなたの番です!!**

POINT. 1 **たんぱく質**  
カラダづくりに欠かせないたんぱく質をしっかりとる。

POINT. 2 **野菜**  
カラダを暖めるビタミン、ミネラルの野菜をしっかりとる。

POINT. 3 **汁物(うま味)**  
消化・吸収を助けるうま味の旨み成分がたんぱく質をしっかりと取り入れる。



### トップアスリートたちがコンディションづくりに実践したメニューをあなたに!!



エネルギー豚汁定食



カラダコンディショニング定食

ご好評  
いただきました!

### <中食>

### おいしく手軽に「勝ち飯®」

具だくさんスープでたんぱく質と野菜もしっかり摂れます!



具だくさんスープは  
3種類!

これ1品とおにぎりでバランス食



# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

## ◆展開事例④ ～毎日の「食事」から受験生を応援！ 大手予備校と協働～

受験生に  
ぴったり

この時期の体調維持には  
次の栄養素を含む食材がおススメです！

### 受験生を応援！「勝ち飯®」献立を開発

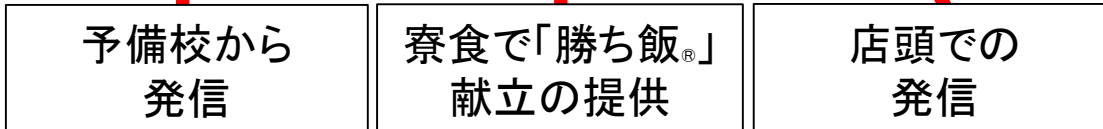
シーン	朝食	昼食	夕食
ポイント	冬の寒さに負けないカラダづくりのために、たんぱく質・ビタミンB6をしっかりと！ エネルギー源となる炭水化物と、その代謝を助けるビタミンB1で朝から脳を活性化！		
献立 (例)	主菜: スペイン風オムレツ 汁物: 完熟トマトスープ (ベジレシピ)	主菜: 基本の親子丼 副菜: 無限えのき 汁物: 大根と発破の味噌汁	主菜: 豚バラ大根 副菜: ひじきの白和え・かぼちゃのだし煮 汁物: 小松菜としめじの生姜風味の味噌汁

**風邪対策にはビタミンC**

<b>ビタミンC</b> 	<b>ビタミンC</b> 	<b>ビタミンB6</b> <b>ビタミンC</b> 
ほうれん草	白菜	さつまいも

**冬の寒さに負けないカラダづくりのためにたんぱく質・ビタミンB6**

<b>たんぱく質</b> <b>ビタミンB6</b> 	<b>たんぱく質</b> 	<b>たんぱく質</b> 
豚もも肉	えび	たまご



入塾説明会  
保護者への説明会  
塾内での告知  
高校へメニューブックの配布



保護者への  
「勝ち飯®」説明会



# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

## ◆展開事例⑤ ドラッグストアでの取組み

ドラッグストア様管理栄養士によるメニュー開発・レシピコンテスト

栄養相談会



販促物



情報発信



店頭展開



## 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

### ◆様々な取組事例紹介

#### 競技団体連携ジュニア向け「勝ち飯®」教室

- ・空手専門誌“JKFan”主催セミナーと連携した「勝ち飯®」教室。
- ・日本代表選手と“食事と補食”についての掛け合いと、「勝ち飯®」の説明を実施。



#### 東京都オリパラ教育プログラム「勝ち飯®」出前授業(2017年10月より)

- ・東京都教育委員会「東京都オリンピック・パラリンピック教育支援プログラム」へ参画。
- ・味の素(株)社員が小中学校にて「勝ち飯®」の出前授業を実施。

＜2017年度実績＞12月より授業開始

都内小中学校10校2,033名へ実施

＜2018年度実績＞10月まで

都内小中学校6校1,066名へ実施

※2017年度、2018年度とも

小学校3年～6年生、中学校1年～3年生



# 勝ち飯®



## 全国のべ **45,000** 店舗\*

### 「勝ち飯®」テーマの店頭化を実現！ ※2018年度実施見込数



東京

大阪

九州

名古屋

東北

勝ち飯 メニュー

勝ち飯 3つのポイント

- 1 たんぱく質
- 2 野菜
- 3 分糖

「がんばる人のチカラになるごはん」

勝ち飯 キャンペーン

抽選で100名様に豪華商品が当たる!!

忙しいあなたに  
とっておきの献立できました!

パワはや!

うまか飯



勝ち飯

高枚野球秋田県大会を応援しています!

「勝ち飯」には、野菜、果物、夕飯の定番の「おかず」と、お米がたっぷり入った「ごはん」がたっぷり入っています。

食事は重要なトレーニング。きちんとした食事をとろう!!

# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

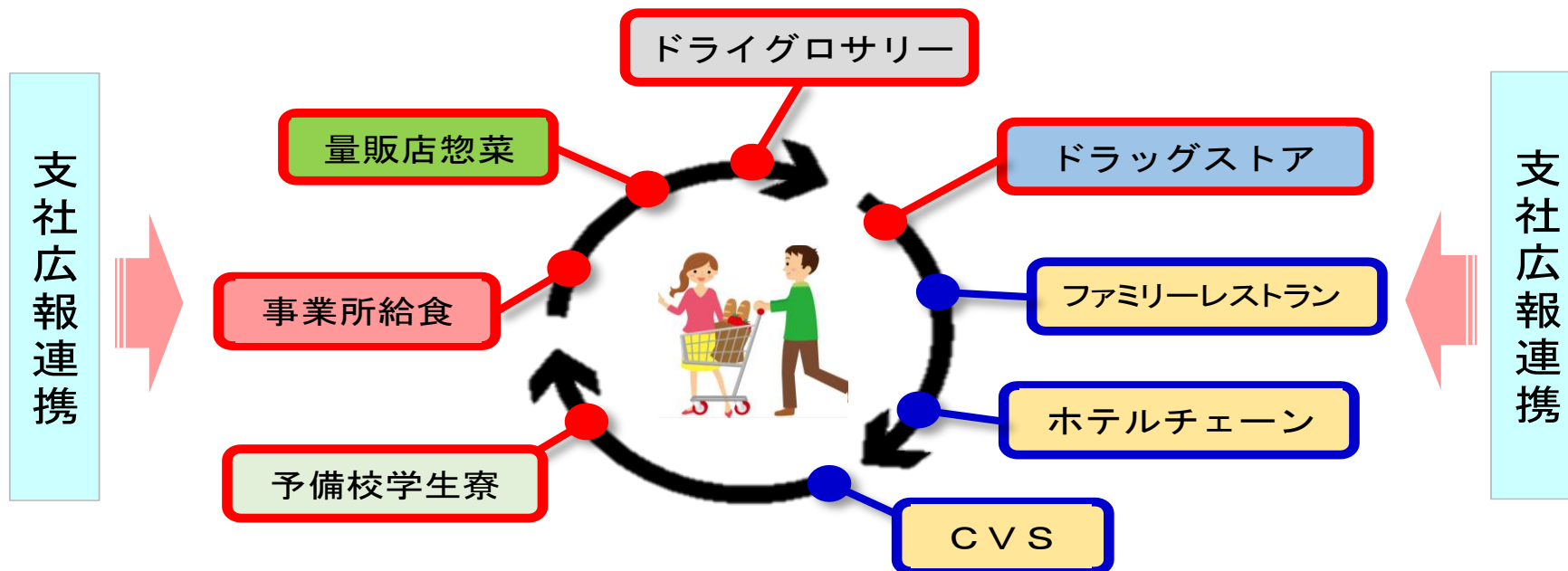
## ◆今後の展開について①

＜チャンネル別での取組み推進＞

<b>量販店エンド</b> 	<b>量販店惣菜</b> 	<b>事業所給食</b> 	<b>ドラッグストア連携</b> 	<b>予備校学生寮</b> 
-------------------	------------------	------------------	----------------------	-------------------

＜支社広報と連動＞

<b>栄養士会連携</b> 	<b>教育委員会</b> 
-------------------	------------------



### 生活者へ多方面からのアプローチを実施

# 5. 「勝ち飯®」の取組みについて

## ◆今後の展開について②

# 店頭活動において ＜店頭展開＞と＜店頭訴求＞

# 計 **60,000** 店舗※を 目指す ※2019年度目標

デジタル広告アプローチ

認知

理解

実践

拡散

バナー

「勝ち飯®」特設ページ

AP「勝ち飯®」ページ

「勝ち飯®」献立投稿



認知  
拡大

▼ 自社広告媒体



▼ 新聞広告



1. 日本国内 調味料・加工食品 売上推移
2. 国内営業部門体制と強みについて
3. ASV(勝ち飯®)を中核とした営業戦略
4. 減塩・野菜摂取の取組みについて
5. 「勝ち飯®」の取組みについて
6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について



# 6. 加工メーカーとのASV取組み事例と今後の方向性について

## ◆生協チャンネルでの「アミノインデックス®」取組みについて ＜アミノインデックス®＞

血液中のアミノ酸濃度バランスから、現在の健康状態や病気の可能性を評価する検査。  
現在がんである可能性や、将来糖尿病になるリスクなどを評価することができる。

### ■新価値創出と成果

#### 1. 社会価値

生協組合員への「がん」早期発見に繋がるサービス提供  
※日本医療福祉生活協同組合連合会との連携

#### 2. 経済価値

約8,000検体販売(16年～18年上期:全国生協宅配販売件数)



10生協で展開

※9月 生協宅配紙面

日本医療福祉生活協同組合連合会

アミノインデックス® (AICS®)

# がん リスク スクリーニング 検査

医療機関での採血(約5ml)により、健康な人とがんである人のアミノ酸のバランスの違いを統計的に解析することで、現在のがんである可能性を評価する検査です。

健康な人とがんである人のアミノ酸のバランスの違いを統計的に解析することで、現在のがんである可能性を評価する検査です。

申込締切 2018年9月3日(月)～11月16日(金)  
10月19日(金) 受診期間:2018年9月～11月 平日午前中

申込番号	組合員価格	検査名称	対象となるがん種	対象年齢
278297	本体 21,000円 (税込22,680円)	男性AICS 5種	胃がん、肺がん、大腸がん、膵臓がん 前立腺がん	25～90歳 40～90歳
278301	本体 21,000円 (税込22,680円)	女性AICS 6種	胃がん、肺がん、大腸がん、膵臓がん、乳がん 子宮がん・卵巣がん*	25～90歳 20～80歳

\*子宮がん・卵巣がんは、子宮頸がん、子宮体がん、卵巣がんのいずれかのがんである可能性について評価することができますが、それぞれのがんの可能性を区別することはできません。

お申し込みからお支払いまでの流れ

1. 申込締切 申込書に必要事項を記入し、お申し込みください。
2. 申込方法 OOKI支店に申込書を送付してください。
3. 検査予約のお願い 検査予約は、1週間前まで、AICS予約センターへお電話ください。
4. 検査予約 AICS予約センターへお電話ください。
5. 予約確定 予約センターへご連絡ください。
6. お支払い 検査費用をお支払いください。
7. 検査結果 検査結果をお知らせいたします。

技術力 × 素材力 × 営業力をベースに  
健康・栄養バランス食の提案を  
全てのステークホルダーへ発信できること

他社に無い *Specialty*

これが当社の強み