

2019年 アサヒグループ食品事業方針

**主要ブランドの新たなチャレンジにより、
「おいしさ+α」の価値創造をさらに強化し、
お客様のQOLの向上をサポートする。**

アサヒグループ食品株式会社（本社 東京、社長 尚山勝男）は、「主要ブランドの新たなチャレンジにより、『おいしさ+α』の価値創造をさらに強化し、お客様のQOL向上をサポートする。」を2019年の事業方針とし、お客様の満足を目指します。

アサヒグループは、本年1月に新グループ理念“Asahi Group Philosophy”を制定しました。グループのミッションとして「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」を掲げ、世界のグループ社員と理念を共有し、持続的な企業価値向上を目指してまいります。

アサヒグループ食品では、“Asahi Group Philosophy”のもと、長期ビジョン「『おいしさ+α』をもっと身近に、食の探求により、『おいしさ+α』をお客様にお届けし、新たな生活スタイルの提案をします」を掲げています。

■2018年振り返り

2018年は「主要ブランドの強化により、お客様の毎日の生活においしさと付加価値を提供し、さらなる成長を目指す」の事業方針のもと、「おいしさ+α」で新たな生活スタイルの提案に取り組みました。

「ミンティア」は、香りを楽しむ新感覚ミント『ミンティアブリーズ オアシスゴールド』の新発売、“のどタブレット”という新しい価値をさらに高めた「ミンティアエクスカア」のリニューアル、積極的なCM放映やキャンペーン展開などにより、前年比106%となりました。

フリーズドライのおみそ汁は、店頭での積極的な売り場提案や、主力の「いつものおみそ汁」シリーズから10食、5食のまとめ売りタイプを新発売したことで、前年比112%となりました。

「ベビーフード」は、はじめての離乳食づくりにぴったりの「手作り応援ファーストステップ」シリーズや、1歳から食べられる「はじめてのシリアル」の新発売に加え、SNSなどを積極的に活用したコミュニケーションなどにより、前年比106%となりました。

「ディアナチュラ」は、手軽に試せるパウチタイプ「ディアナチュラスタイル」シリーズをはじめ、機能性表示食品の「ディアナチュラゴールド」シリーズ、新発売したプロテインパウダー「ディアナチュラアクティブ」などが好調で、前年比122%となりました。

シニア食品は、「バランス献立」ブランドの「栄養補給飲料」「とろみ調整食品」のリニューアルや、当社では初となるシニア食品のCM放映などにより、前年比120%となりました。

積極的な新商品投入やリニューアル、お客様とのコミュニケーションなどにより主要ブランドを強化したことで、持続的な成長を図ることができました。

■2019年事業方針

「主要ブランドの新たなチャレンジにより、「おいしさ+α」の価値創造をさらに強化し、お客様のQOL向上をサポートする。」

「ミンティア」は、小粒ならではの瞬間的リフレッシュ価値を提供するレギュラーシリーズの主力3品『ミンティア ワイルド&クール』『ミンティア コールドスマッシュ』『ミンティア ドライハード』をリニューアル発売します。大粒ならではの持続的リフレッシュ価値[※]を提供する「ミンティアブリーズ」は、フリーズドライ果汁パウダーを配合し、本格的なフルーツの味わいが楽しめる『ミンティアブリーズ フレッシュグレープ』『ミンティアブリーズ フレッシュレモン』を新発売します。「ミンティア」の売上は、前年比102%を目指します。

※ ミント系商品は1粒5分清涼感が持続、フルーツ系は1粒3分清涼感とフルーツ感が持続

おいしさや利便性だけでなく備蓄食にも適したフリーズドライのおみそ汁は、店頭向けの主力シリーズ「いつものおみそ汁」の販売強化を行い、1食から手軽に本格的な味わいが楽しめるおみそ汁の価値を訴求していきます。フリーズドライのおみそ汁の売上は、前年比112%を目指します。

働く女性や育児に携わる男性の増加により需要の拡大が続くベビーフードは、12か月頃からのお子さまとのおでかけをさらに楽しく応援する「BIGサイズの栄養マルシェ おでかけ」シリーズ5品を新発売します。また、親子で一緒に作れる新シリーズ「ミルクデザート」3品を新発売し、ベビーフードの楽しさをご提案します。ベビーフードの売上は、前年比101%を目指します。

また日本国内だけでなく、ベトナムの乳製品製造販売会社 NutiFood 社と合併会社を設立し、ベトナム市場へ本格的に参入します。両社の知見を生かしてアサヒグループ食品の国内工場共同開発した「和光堂」ブランドの乳幼児・妊産婦向け栄養食品を2019年内に発売します。

セルフメディケーションを支援するシリーズサプリメント「ディアナチュラ」は、お客様の関心が高い成分を手軽に摂取できるよう、ラインアップの拡充を行います。「ディアナチュラ」の売上は、前年比104%を目指します。

「人生100年時代」に調理の簡便さでお役立ちするシニア食品は、介護食やとろみ調整食品の「バランス献立」シリーズの認知拡大、販促強化を図ります。シニア食品の売上は、前年比126%を目指します。

アサヒグループ食品は、赤ちゃんからシニアまで、幅広い世代の方々の「ライフステージ」「ライフスタイル」に寄り添った商品を提供することで、お客様のQOLの向上をサポートします。

＜本件に関するお問合せ先＞

アサヒグループホールディングス株式会社 広報部門 電話：03 - 5608 - 5126

＜お客様からのお問合せ先＞

アサヒグループ食品株式会社 お客様相談室 フリーダイヤル：0120 - 630611
受付時間 10時～17時（土・日・祝日を除く）