

2021年3月30日

## 味の素(株)、Z世代向け事業創出の専任組織を新設

～スタートアップや大学と価値共創を推進～

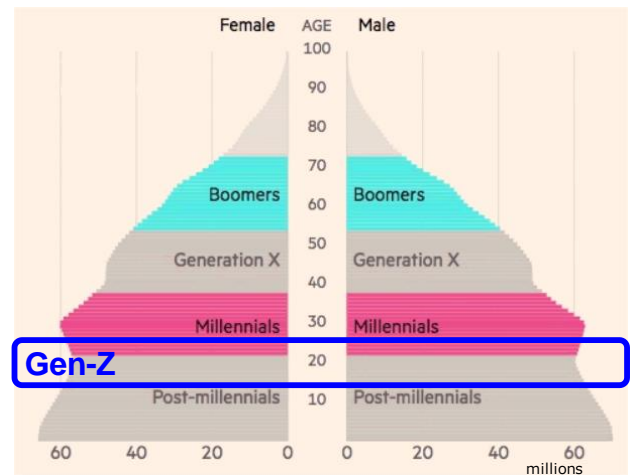
味の素株式会社(社長：西井孝明 本社：東京都中央区)は、2021年4月1日付で食品事業本部内にZ世代事業創造部を新設します。

1995～2009年生まれのZ世代(Gen-Z)は、世界で約13億人と、現在の世代別構成において大きな割合を占めています(下図参照)。地球環境・社会貢献・サステナビリティ・多様性と個の尊重などに対する関心が高いことが特徴として上げられるこの世代(当社調べ)は、この先の時代の人々のWell-beingに向けた価値形成・波及を推進する上で象徴的な存在です。「食と健康の課題解決企業」を目指す当社は、次世代の主流となるこのZ世代を、こころとからだの健康価値や社会価値向上に繋がる新たなフードスタイル・先進的な食マーケティングのビジネスモデルを築くベースとなる重要なターゲットとして位置づけています。



Z世代事業創造部 新事業検討チームメンバーと  
山田 裕介チームリーダー(左から2人目)

### Global Population(2018)



Source: UN Population Division Graphic by Cale Tilford, ©FT

そこでこの度、若年層向け新事業創造の専任組織であるZ世代事業創造部を新設します。Z世代の価値観や真に求めているものを追求し、「食と健康の課題解決」のための価値提供を行う事業創出をグローバルに加速します。なお、Z世代事業創造専任部署の設置は、食品業界では日本初です(当社調べ)。

当部新設に当たり、Z世代の価値観に寄り添い、生活動線に立脚した事業検討を進めるため、新事業検討チームのリーダーに30代の若手基幹職、チームメンバーには社内公募により選出された20代の若手人財3名を起用します。これらのメンバーにより、既存事業の枠組みに捉われることなく、Z世代視点・生活者視点で自由に発想し、新領域製品や新チャネルの開発、デジタル技術を活用した新ビジネスモデルなどの事業創出をスピーディーに行うことを目的とし、事業立案・事業開発・市場定着まで一貫して実施します。

また当部は、従来の社屋を飛び出し、渋谷スクランブルスクエア15階の共創施設「SHIBUYA QWS (渋谷キューズ)」<sup>\*</sup>をベースとして活動します。Z世代と繋がり強いスポットを拠点に、スタートアップや大学等と新たな価値を共創することで事業化を推進し、2021年度中にZ世代向け新製品または新サービスを上市する予定です。

当社は今後も、多様化するライフスタイル・食生活に寄り添った先進的な取り組みを通じて「食と健康の課題解決企業」を目指します。

※SHIBUYA QWS(渋谷キューズ)：『渋谷から世界へ問いかける可能性の交差点』をコンセプトに、多様な人たちが交差・交流し、社会価値につながるアイデアや新規事業を生み出すことを目指した共創施設(QWSはQuestion With Sensibility の略)



「SHIBUYA QWS」

#### 参 考

2021年2月26日付プレスリリース

味の素(株) 機構改革および人事異動のお知らせ

[https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/presscenter/press/detail/2021\\_02\\_26\\_01.html](https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/presscenter/press/detail/2021_02_26_01.html)

味の素グループは、“アミノ酸のはたらき”で食習慣や高齢化に伴う課題を解決し、人々のウェルネスを共創する、食と健康の課題解決企業を目指しています。

私たちは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートメッセージに、アミノ酸が持つ可能性を科学的に追求し、事業を通じて地域や社会とともに新しい価値を創出することで、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2019年度の売上高は1兆1,000億円。世界35の国・地域を拠点に置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります（2020年現在）。詳しくは、[www.ajinomoto.co.jp](http://www.ajinomoto.co.jp)をご覧ください。