

2022年12月6日

～一人ひとりに寄り添ったフード&ウェルネス共創を目指して～ 「AJINOMOTO ID」スタート

2022年12月7日(水)より「味の素ダイレクト(株)オンラインショップ」から導入開始

味の素株式会社(社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区)は、2022年12月7日(水)より、味の素グループが提供する複数のデジタルサービスを安心・快適に利用することのできる共通ID「AJINOMOTO ID」の導入を開始します。

近年、生活者のEC利用や健康意識の高まりに伴い、日常生活において食や健康に関する提供価値の多様化が急速に進み、デジタルサービスを通じて生活者が自らの嗜好やライフスタイルに合った製品・サービスを選択できることが一般的になっています。

このような状況を受け、当社グループとして生活者との直接的なつながりをより強化し、嗜好やライフスタイルに合わせて複数のデジタルサービスを横断した最適な提案を実施していくために、今回「AJINOMOTO ID」の導入を開始することとなりました。

まずは2022年12月7日(水)より「味の素ダイレクト(株)オンラインショップ」、続いて本年度中に、レシピ・献立を主なコンテンツとした当社オウンドメディア「AJINOMOTO PARK」に導入します。これにより、ID、パスワード、会員登録情報の一元化、シングルサインオン^{※1}を可能とし、それぞれのユーザーの利便性を高めると共に、サービス間連携の強化を進めます。

※1)1つのIDとパスワードを入力して、複数のウェブサービスやアプリケーションにログインする仕組み。入力や管理の手間を省くことでセキュリティを強化することができる。

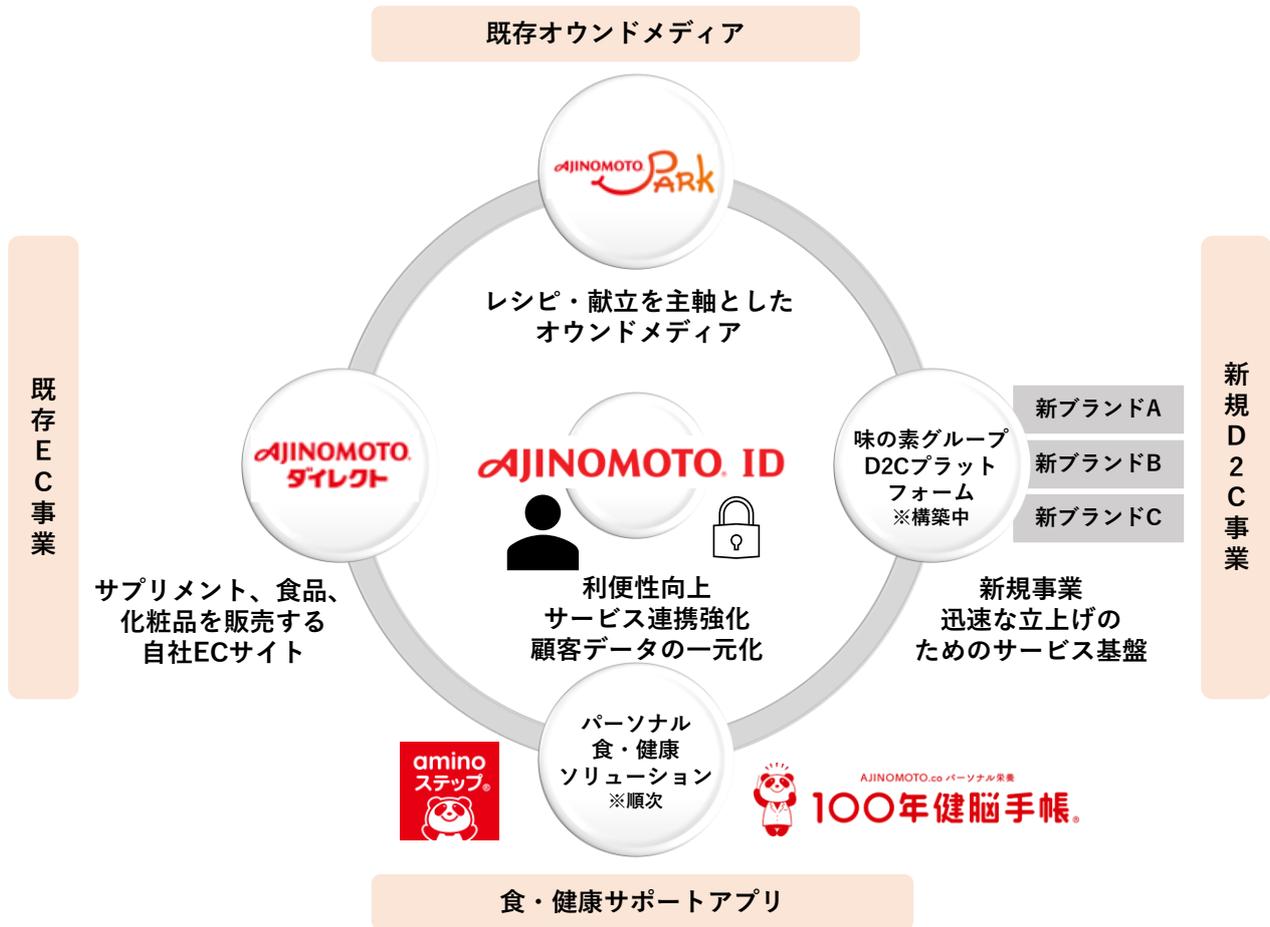
さらに、現在構築を進めている「味の素グループD2C^{※2}プラットフォーム」にも「AJINOMOTO ID」を導入します。本プラットフォームは、各ブランドのECサイト、会員情報、物流や会計に関する機能を集約した、味の素グループ内で新たなD2Cブランドが立ち上がる際の基盤となるものです。今後、本プラットフォームを活用し、会員一人ひとりに適した新たなD2Cブランドの提案につなげていきます。

※2)Direct to Consumer

また将来的には、すでに当社が提供している食・健康サポートアプリへの導入も計画しており、製品とサービスを連動させた食・健康の顧客体験価値を提供する予定です。

これらの取り組みを通じて、当社の強みである食と健康領域におけるサービス間の連携強化を行うと共に、新D2Cブランドの立ち上げを加速することで、多様化する生活者のニーズに柔軟に対応した製品・サービスの提供を進めます。

【「AJINOMOTO ID」でつながる当社グループのデジタルサービス(予定)】



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2021年度の売上高は1兆1,493億円。世界36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(2022年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：Pr_media