



# 社会

## 生活者への提案

価値観の多様化への対応	P088
適切なコミュニケーションと情報発信	P091

## 製品安全

品質マネジメント	P092
----------	------

## 人権

人権の尊重	P097
-------	------

## サプライチェーンマネジメント

味の素グループのサプライチェーン	P104
サプライチェーンマネジメント	P106
アニマルウェルフェア	P107

## 人財マネジメント

人財と組織のマネジメント	P108
--------------	------

## 地域コミュニティとの関係

地域の発展への貢献	P118
-----------	------



# 価値観の多様化への対応

## 食に求められる価値の多様化への対応

### 考え方

味の素グループは、各国・地域における食の伝統や価値観、多様な嗜好、食へのニーズを理解・尊重し、各地で最適な製品を開発・販売しています。また、各地で手に入れやすい食材や定番メニューを活用した栄養バランスの良いメニューの提案や、食事をする「場」をより良いものにする提案をしています。

近年、ライフスタイルの多様化が進み、食生活にも変化が起きています。一人で食事をする「孤食」や、同じ食卓に集まっても、家族がそれぞれ別々の料理を食べる「個食」も増えてきています。また、多くの人が多忙化により、料理を作る時間、食べる時間を短縮しています。一方で、食事は栄養を摂るだけでなく、コミュニケーションの場としても重要です。楽しく上手に調理することで得られる充足感や、食事を通じて家族や他の人々につながる喜び等、生活者が食に求める価値はより多様化しています。

味の素グループは、こうしたライフスタイルや時代の変化と共に多様化するニーズに対応して、様々な価値を提供しています。例えば、調理時間を短縮したいというニーズに対応した電子レンジ調理可能な冷凍ギョーザ、本格的な味わいを簡単に楽しめるクッキングソースやメニュー用調味料、自宅での調理機会増や働き方の変化に対応した製品等、様々なニーズに対応し、製品のラインアップを拡充しています。また、調理や食を楽しむきっかけ

くりや様々な食の場面に対応するメニュー提案も行っています。



「レンジでギョーザ」(日本)  
電子レンジで簡単に調理でき、焼きたてのおいしい餃子が味わえる。2022年度に中身のジューシーさや焼き目の香ばしさはそのままに、皮をさらにもっちりとおいしく改良。



「羽根つきギョーザ」(タイ)  
簡単に羽根つき餃子が作れる日本で人気の「ギョーザ」をタイ・シンガポールで、それぞれの嗜好・文化に合わせた種類・味で展開。アセアンの生活者にも、日本の餃子のおいしさ・楽しさ・簡便さを提供。



「チキン＆野菜餃子」(欧米)  
餃子は炭水化物、たんぱく質、ビタミン・ミネラル(野菜)の栄養バランスが良いと考えられており、特に北米や欧州ではヘルシーな「チキン＆野菜餃子」が人気。



ドリップ式飲むおだし「Dashi-Cha」(日本)  
新たな食体験を通じてマインドフルなひとときを日常生活の中で味わっていただくために、厳選しただし素材を独自技術で手軽に楽しめるようアレンジしたドリップ式飲むおだし「Dashi-Cha」<かつお><とまと><ごぼう>の3品種を発売。



ハンバーガーミックス(ブラジル)  
ブラジルにおけるフレキシタリアンやベジタリアンのインサイトを深掘り。プラントベースドフードの市場に対して、「TERRANO」ブランドで、おいしさを犠牲にすることなく栄養価の高い、パウダータイプのハンバーガーミックス。



「クノール」ブランパンポタージュ(日本)  
「本格的なおいしさ」と「食物繊維の充足」双方のニーズを満たす製品として、「クノール」ブランパンポタージュを新たに開発。「クノール」ならではのこだわり原料とシェフ品質の再現により、本格的なスープに仕上げた。



「クノール」ポタージュで食べる豆と野菜(日本)  
5-9品目の豆と野菜を使った、素材のうま味と栄養が楽しめるレトルトスープ。素材由来のたんぱく質や食物繊維等の栄養が摂れる。電子レンジで温めるだけですぐに食べられるという手軽さに加えて、具たくさんで食べ応えがあり、時短で1品追加も可能。

## 生活者への提案

生活者のライフスタイルの変化に対する  
迅速な提案

## 実績

ファンと濃密につながる価値共創の場  
「味のもと〜ク」の開設

お客様と濃密につながり製品を含む体験価値を共創していくために、2023年3月、当社グループ商品ファンとの交流の場「味のもと〜ク」（コミュニティサイト）を立ち上げました。オウンドメディア「AJINOMOTO PARK」内にサイトを開設し、味の素グループ社員とお客様、またお客様同士が「おいしいって楽しい！」をテーマに交流しています。

自社で直接にお客様とつながることで、密な双方向コミュニケーションおよびデータ面を含めたより深いお客様理解が可能となりました。

日々の投稿やアンケート、インタビューや体験イベントなど交流を通じて得たお客様の意見を当社のモノづくり・価値づくりにつなげ、多様な体験価値をお客様と共創していきます。

D2Cサイト「GOOD GOOD  
TABLE(グーグーテーブル)」の公開

2023年1月より、新たなD2C<sup>\*1</sup>サイト「GOOD GOOD TABLE」を公開しました。

近年の在宅ワーク浸透等を背景とする内食機会の増加や購買行動のデジタル化により、国内食品通販市場規模は拡大し、EC化率も向上しています<sup>\*\*2</sup>。さらに、生活者のデジタル上での情報取得や企業との双方向のコミュニケーションが容易となり、より嗜好に合った選択や体験価値を重視する傾向が強まっています。こうした状況を受け、食に関する体験価値提供とユーザーとの価値共創の実現を目指すサイトを公開しました。

「GOOD GOOD TABLE(グーグーテーブル)」は、商品の開発秘話などの背景ストーリーを楽しんでいただくだけでなく、ユーザーの食に対する好奇心を満たし、従来の食卓をグレードアップするようなレシピやフードペアリングなどの情報をお届けすることで、新しいおいしさとの出会いを継続的にサポートします。今後は、味の素グループからの情報発信だけでなく、ユーザーからの感想やアイデアなども募集・シェアし、双方向のコミュニケーションも充実したサイトにしていきます。

※1 Direct to Consumer：製造者が生活者に直接販売をするビジネス。  
※2 出典：(株) 矢野経済研究所「食品通販市場に関する調査（2022年）」（2022年9月28日発表）

▶ GOOD GOOD TABLE

Z世代向け事業創造と  
価値観の理解のための取り組み

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おり、また地球環境・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世代です。味の素グループは、Z世代をこの先の人々の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と捉え、Z世代の価値観や真に求めているものを追求しています。既存事業の枠組みにとらわれることなく、Z世代視点・生活者視点で自由に発想し、新領域製品やデジタル技術の活用など、新ビジネスモデル等の事業創造をスピーディーに行うことを目的とし、新たな価値観に対応する事業開発に取り組んでいます。

## ● Z世代における料理を通じたWell-being向上への取り組み

2022年度下期に、慶應義塾大学との共同研究により、社会人として自立を迎える大学生を対象に、自炊料理家の山口祐加氏を講師として「レシピのない料理ワークショップ」を実施しました。学生の心理的变化や調理頻度の変化を観察し、基礎的な料理技術の習得がどのようにWell-beingに影響を与えるのか、評価・考察を行いました。「料理」とWell-beingの関連性を評価し、当社「AJINOMOTO PARK」にてコンテンツ化することで料理行動を喚起していくアプローチにつなげていく予定です。

## 生活者への提案

## ● Z世代のインサイトを捉えるアプローチ開発

Z世代のアイデアを活かしたビジネス展開に取り組むため、関西学院大学西本章宏教授のゼミ生と共に、Z世代に向けたビジネスに関する産学協同プロジェクトを展開しました。エシカル、新しい食生活、メンタルヘルスの3つのテーマに対してZ世代の持つ価値観・生活視点に紐づいた新製品、サービス、事業につながるアイデア発想を行った結果、Z世代ならではの情報収集方法や、既存概念にとられないオケージョン選択など、ビジネス展開につながる気づきを得ることができました。ここで得た情報や気づきは、今後の事業展開に活かしていきます。

## ● 「未収穫農作物」を資源に変える実証実験のサポート

「食と健康の課題解決」という視点から、フードロスの削減や持続可能な地域づくりなどの取り組みを積極的に支援しており、その中でZ世代と共に行う活動も実施しています。大分県中津市では、高齢化や放置竹林による荒廃などの地域課題に向き合い、大分県の大学生と「未収穫農作物を資源に変える実証実験」を実施しました。大学生が放置竹林にある筍の収穫・加工に協力し、それを県内のスーパーマーケットで販売することで、サーキュラーエコノミーにつなげました。Z世代である大学生たちが今後も農業や地域の実態に触れ、持続可能な社会づくりに役立てられる経験ができるよう、今後も継続的に支援を行っていきます。



▶ 味の素(株)の「MIRAINOMOTO®」プロジェクト、伊勢丹新宿店とコラボイベント実施  
▶ AJINOMOTO PARK

## 製品の入手可能性・容易性の向上

## 考え方

GRI203-2

味の素グループは、生活者がいつでもどこでも製品を購入できるように、自社通販や外部のECサイトを通じた事業を拡大しています。デジタルデータを活用して生活者の意識・行動を解析し、自国内、越境を含め各通販サイトの利用者の傾向に即した製品を提供する仕組みを構築しています。一方、開発途上国や新興国の農村部等の流通が発達していない地域も含め、独自の配送ネットワークを確立し、スーパーマーケットのみならず市場内の食料雑貨店一軒一軒にも製品を届けています。各国・地域の状況に応じて、現地スタッフが現金で現物(製品)を販売する現金直売モデルを採用しています。店主や生活者との直接コミュニケーションを通じた、豊富な情報の交換と生活者ニーズの深い理解をもとに、より地域に根ざした提案を行っています。

また、各国・地域の生活状況に合わせ、買いやすい価格、使いやすい形態の両面で工夫しています。例えば、うま味調味料「AJI-NO-MOTO®」の最小容量製品は、インドネシアでは7.5g(500ルピア:約5円)、フィリピンでは11g(3ペソ:約8円)という規格で販売しています\*。味の素グループは、デジタルデータの活用と共に、直接コミュニケーションによる情報収集を行いながら、製品の入手可能性・容易性の向上に努めます。

\* 各製品価格の日本円への換算には、2023年5月末時点の為替レートを  
使用

▶ 製品アクセシビリティに関するグループポリシー



# 適切なコミュニケーションと情報発信

## 生活者との責任あるコミュニケーション

### 考え方

GRI3-3

味の素グループは現在、130超の国・地域で製品を展開していますが、各地にはそれぞれの「おいしさ」があり、調理方法や食習慣にも特徴があります。また、適切とされるコミュニケーションの内容や手法にも違いがあり、製品・サービスの持つ価値を伝えるには各地の文化に適合したコミュニケーションが必要です。

このことから、味の素グループは「マーケティングコミュニケーションに関するグループポリシー」において、責任あるマーケティングコミュニケーションの実践を定めています。特に、子どもに対するマーケティングコミュニケーションには、一層の配慮が必要です。子どもの経験不足や想像力を悪用しないこと、子どもが誤解を招く表現をしないこと等を明示し、責任ある活動を行うことを約束しています。

2020年4月には、このポリシーを改定し、マーケティングコミュニケーションの国際標準とされるInternational Chamber of Commerce (ICC) 制定の“ICC Framework for Responsible Food and Beverage Marketing Communications”を踏まえたポリシーであることを明示しました。

国内においては、グループ各社のWEBサイトで「ソーシャルメディアガイドライン」を掲載し、ソーシャルメディア利用における順守事項を公開しています。また、家庭用の食品のパッケージにおいて、法律で義務づけられた表

示に加え、「アレルギー物質の一覧」や「わかりにくい原材料」等、味の素グループ独自の表示をしています。

- ▶ マーケティングコミュニケーションに関するグループポリシー
- ▶ 製品表示に関するグループポリシー
- ▶ 製品パッケージの表示

## 違反事例

### 実績

2022年度を通じ、景品表示法違反として日本の消費者庁による一般公表を受けた事例はありませんでした。

# 品質マネジメント

## 品質保証システム「ASQUA（アスカ）」

### 考え方

GRI3-3

味の素グループは、独自の品質保証システム「ASQUA（アスカ：Ajinomoto System of Quality Assurance）」を運用しています。2023年3月現在、96社に対して「ASQUA（アスカ）」を適用しています。

「ASQUA（アスカ）」は、品質マネジメントシステムの国際規格ISO 9001を骨格に、HACCP<sup>\*1</sup>やGMP<sup>\*2</sup>等の製造の管理基準と味の素グループ独自の考え方や基準を取り入れて構成されています。また、「ASQUA（アスカ）」は、「グループポリシー<sup>\*3</sup>」「品質保証規程」「品質保証規則」「品質基準」およびそれぞれの組織で定めたルールに基づき運用されています。

開発・原材料調達から販売・お客様とのコミュニケーションに至るまでの「品質基準」は、社内外の動向に合わせて随時見直しています。2022年度は法規改正への対応および世界標準との連動性強化のため、「食品安全マネジメント基準」「食品GMP基準」「食品添加物GMP基準」等を改定しました。

- ▶ 品質に関するグループポリシー
- ▶ 食の安全・安心に関するグループポリシー
- ▶ 品質保証システム「ASQUA（アスカ）」

\*1 Hazard Analysis and Critical Control Point の略。安全で衛生的な食品を製造するための管理基準。

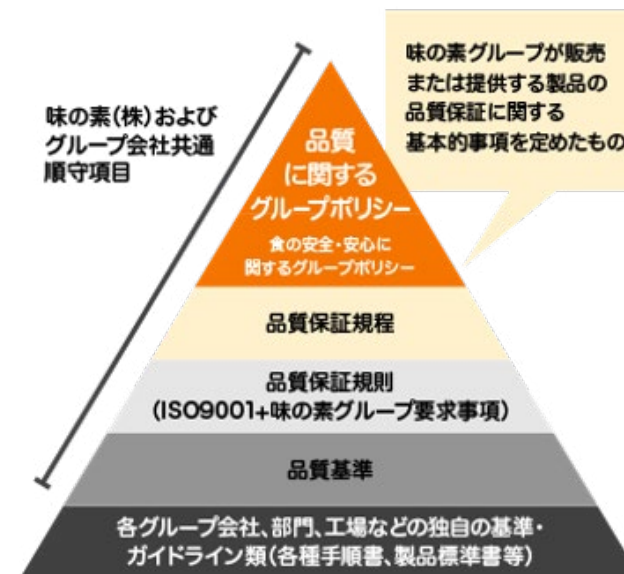
\*2 Good Manufacturing Practice の略。製品の製造管理に関する基準を示すもの。

\*3 「品質に関するグループポリシー」「食の安全・安心に関するグループポリシー」

## 「ASQUA（アスカ）」の構成



## 「ASQUA（アスカ）」の文書体系



## 製品安全

## 品質保証の推進体制

## 体制

GRI3-3

味の素グループは、経営会議の下部機構として品質保証会議を設け、品質保証に関する方針および諸施策等を審議しています。また、グループ全体の品質保証に関する基本的な方針・計画を立案し、経営会議の承認のもと国内外グループ会社に展開しています。その遂行状況は半年ごとにレビューしています。品質保証会議での立案・審議事項は、経営会議および取締役会へ報告しています。

▶ 品質保証・安全・安心への取り組み

## 第三者認証取得・維持の推進

味の素グループでは、ISO 9001の第三者認証の取得・維持を推進しています。2023年3月現在、全対象会社74社に対し、62社でISO 9001を取得しています。未取得の対象会社（多くはM&Aで新たにグループに加わった会社および新規設立会社）についても、認証取得に向けて体制を整備しています。また、お客様からの要請を受けた場合等は、国際食品安全イニシアティブ（GFSI）承認のFSSC 22000等の認証取得も行っています。

## 品質保証レベル向上に向けた人財育成

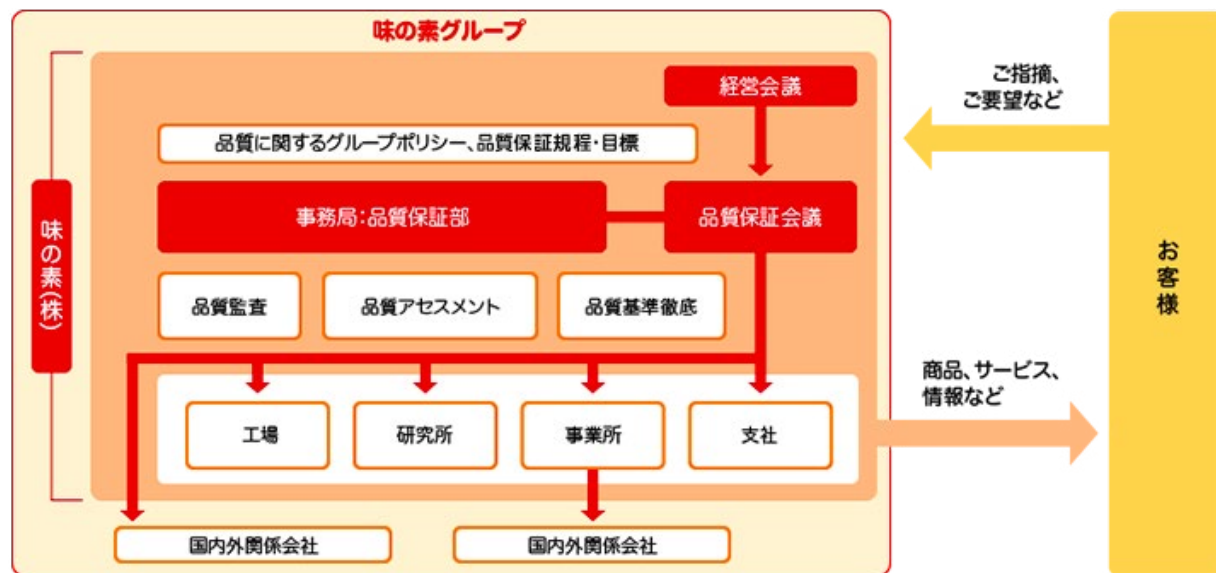
## 実績

GRI3-3

味の素グループは、品質保証レベル向上を目指し、人財育成にも力を入れています。毎年、品質教育計画を見直し、各組織のニーズに合わせて計画的に実施しています。2022年度は前年度に引き続き、新型コロナウイルス感染防止対応として、ほとんどの研修をオンラインまたはeラーニング形式で行いました。

## 2022年度の主な教育

- 日本
  - グループ従業員向け品質教育
  - 海外拠点赴任予定の品質保証責任者向け教育
  - グループ会社役員・従業員を対象とした「品質のマネジメント・技術に関する検討会」
  - 新任単位組織長・国内法人長、新任品質保証責任者・管理者を対象とした「新任トップマネジメント層向け品質教育コース」
  - 食品事業 ISO 9001転入者研修
- 海外
  - 監査事例共有会
  - GMP 監査に関する解説
  - アジア、欧州、米国の規制担当者を対象としたリスクマネジメントに関するセミナー



製品安全

サプライチェーンでの品質保証

体制

GRI3-3, GRI416-1

味の素グループは、「品質に関するグループポリシー」「食の安全・安心に関するグループポリシー」に基づき、開発からお客様とのコミュニケーションに至るまでの全ての段階で「ASQUA（アスカ）」をグローバルに適用し、厳格な品質保証に取り組んでいます。

- ▶ 品質に関するグループポリシー
- ▶ 食の安全・安心に関するグループポリシー

開発

お客様に安全で高品質な製品をお届けするために、「ASQUA（アスカ）」で定めた「品質アセスメント基準」に従い、製品開発の段階ごとに品質アセスメントを厳格に実施しています。この品質アセスメントを全てクリアした製品がお客様に届く仕組みになっています。

原材料調達

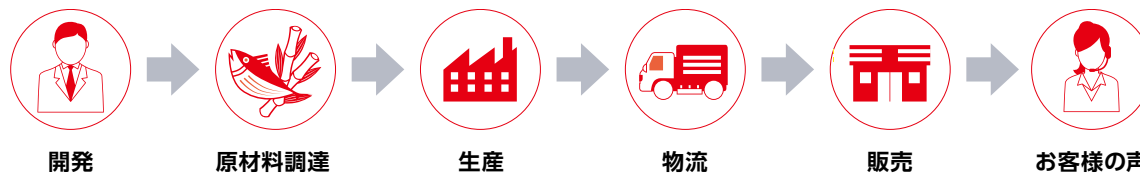
体制・実績

GRI414-1

サプライヤーの選定は、「ASQUA（アスカ）」で定めた「原材料の品質管理基準」に従って行い、購入した原材料は、ロットごとに検査し、厳格に管理しています。

品質リスクの低減や品質レベルの向上に向け、サプライヤーに対し定期的に評価や品質監査、説明会、アンケートを実施しています。サプライヤーとの連携を強化し、継続的な品質改善に努めています。

▶ P106



生産

体制・実績

GRI414-2

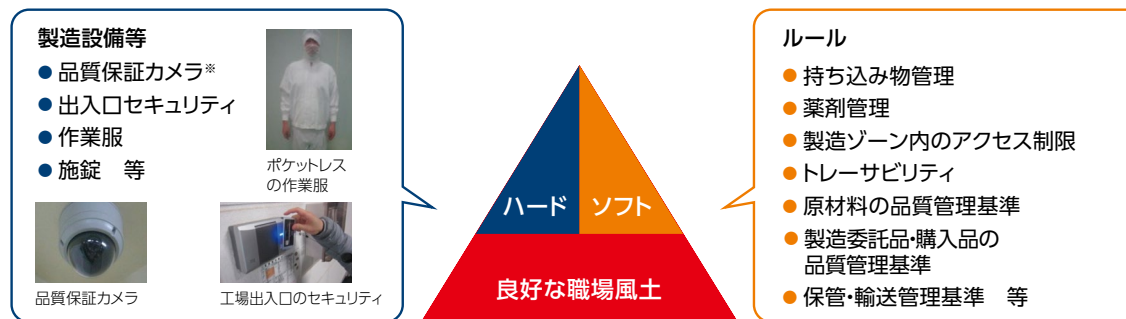
■ 食の安全体制強化

従業員との信頼関係をベースとした風通しの良い職場風土の醸成が食の安全体制強化のための要と考えています。その上で、生産設備等のハード面と品質基準やガイドライン等のソフト面の見直しや強化により、サプライチェーン全体での意図的な異物混入リスクの極小化および徹底した品質保証に取り組んでいます。

■ 品質に関するデータ不正対策

ベースとして、従業員のコンプライアンスおよびお客様起点の品質保証意識の醸成に取り組んでいます。その上で、開発・生産に関わるデータ、食品の機能性データ等は、品質アセスメント会議や社内の専門家が集まる委員会での妥当性を客観的かつ公平に評価・判断しています。また、これらの仕組みの適切な運営について内部品質監査、外部認証審査を通じて常に確認しています。医薬・原薬関連においては、製品の分析データ等が不正操作されない状態で保管されるシステムが世界標準として求められており、これに従った管理を強化しています。

食の安全を保証するための概念図



※工場内でのトラブルや作業ミスがないことを確認する。品質保証カメラの設置により、お客様からの信頼を得る。



製品安全

■ 品質クレーム・トラブル低減への取り組み

GRI416-2, GRI417-2

発生した品質クレーム、品質トラブル全てに対し、一つひとつ徹底的な原因究明を行い、再発防止に努めています。品質に関するトラブル等が発生した際は、その内容と再発防止策を国内外のグループ会社へタイムリーに発信したり、過去の主なトラブル情報をデータベース化してリスク評価に活用したりしています。2022年度は、異物混入による「ザ★<sup>®</sup> シュウマイ」のリコール（対象：6万600袋）のほか、2件の流通回収が発生しました。

味の素グループにおけるリコール・流通回収の推移

年度	2018	2019	2020	2021	2022
件数	4	3	4	5	3

物流

体制

「ASQUA（アスカ）」で定めた「保管・輸送管理基準」や「倉庫管理基準」（日本国内のみ）等に従い、製造工場から出荷後、お客様にお届けするまでの製品の保管および輸送において、鮮度や温度、湿度等の品質管理を徹底しています。

販売

実績

GRI417-1

お客様が安心して製品を購入し、お使いいただけるよう、パッケージやWEBサイト上で情報を提供しています。

■ 製品パッケージ

主な国内グループ会社の家庭用製品のパッケージには、スペースの制約があるものや一部の例外を除き、法律で義務づけられた表示に加えて、以下の品質に関する情報を表示しています。

- 開封後の保存方法
- 使用上の注意
- お客様からの問い合わせが多く、わかりにくい原材料についての説明
- アレルギー物質（義務表示および推奨表示）の一覧表等によるわかりやすい表示
- 包装資材の材質のわかりやすい表示
- お客様の問い合わせ窓口

▶ 製品パッケージの表示

■ WEBサイト

当社WEBサイトでは、グループ全体の品質保証活動を多言語で紹介しています。また、グループ各社のオウンドメディアでは、各国・地域のお客様に合わせた情報を提供しています。

▶ 品質保証-安全・安心への取り組み

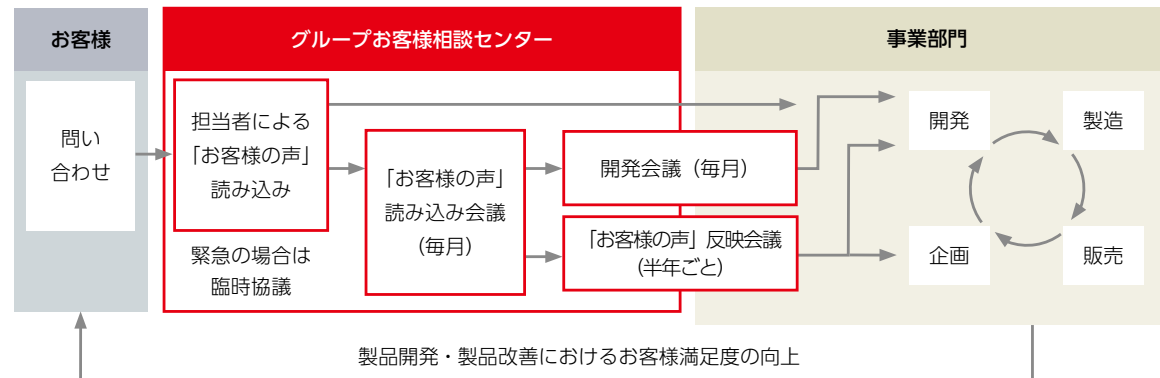
■ お客様の声

■ 「お客様の声」の反映

「ASQUA（アスカ）」で定めた基準に従い、お客様から寄せいただく声を、魅力ある製品・サービスの開発・改善に反映しています。2023年3月時点で、累計13カ国で基準に従った運用をしています。

▶ 品質保証-安全・安心への取り組み

「お客様の声」を製品づくりに反映する仕組み（グループお客様相談センター<sup>※</sup>の例）



※ 味の素（株）、味の素冷凍食品（株）、味の素 AGF（株）の消費者相談窓口機能を担う。

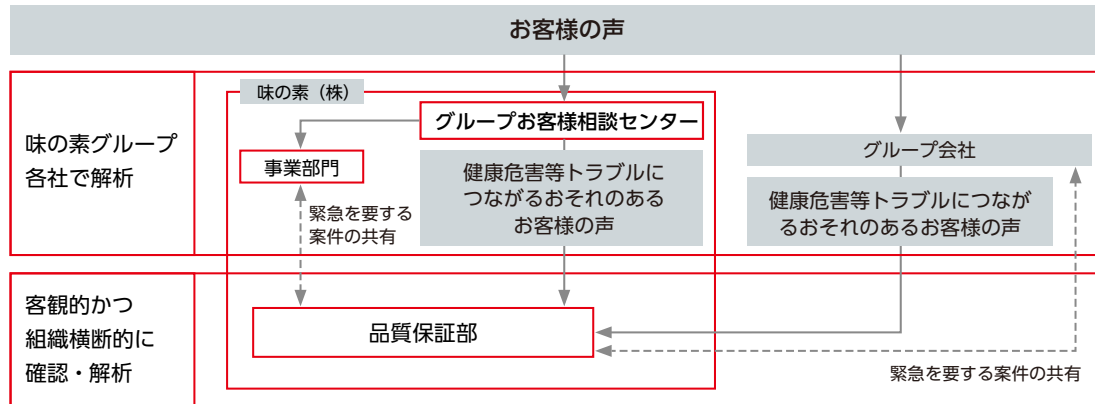
製品安全

■ 「お客様の声」のモニタリング強化

全ての「お客様の声」はグループ各社で解析していますが、そのうち、健康危害や法令違反等の重大なトラブルにつながるおそれのあるものについては、味の素（株）において

も迅速かつ客観的・組織横断的に確認・解析しています。万が一、緊急を要する案件と判断された場合は、速やかに関係部署と共有する体制を整えています。2023年3月時点で、累計16カ国で基準に従った運用をしています。

健康危害等トラブルにつながるおそれのある「お客様の声」のモニタリング体制



実績

「お客様の声」の内訳（2022年度）

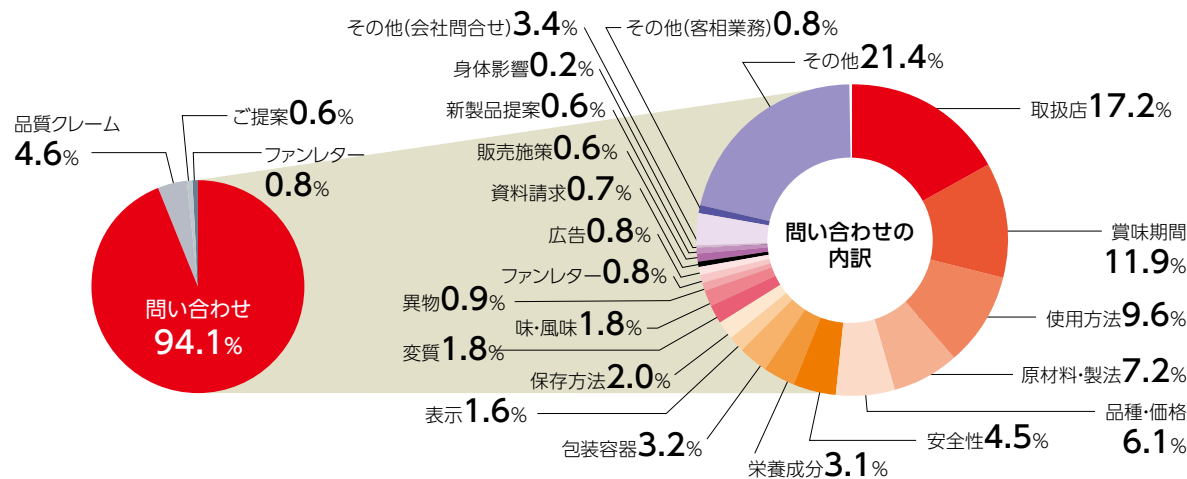
- 味の素（株）「お客様の声」件数：21,567件（2021年度比92.1%）
- 味の素グループ国内食品3社<sup>※</sup>計の「お客様の声」件数：37,260件（2021年度比93.8%）

※ 味の素（株）、味の素冷凍食品（株）、味の素AGF（株）

■ お客様の満足度向上の取り組み

味の素グループ国内食品3社では、品質クレームの対応についてお客様の満足度を確認するアンケートを継続実施し、改善に努めています。具体的なご意見は、調査部門、事業部門、お客様相談部門で共有し、改善に取り組んでいます。味の素（株）では、2022年度の声として「ご提起時の対応に満足」96.0%、「調査結果報告に満足」79.5%、「今後も製品を使用する」90.3%と、お客様から回答をいただきました。

味の素（株）「お客様の声」の内訳



# 人権の尊重

## 考え方・方針・体制

### 基本方針

#### 考え方

GRI2-23

味の素グループは、ASV (Ajinomoto Group Creating Shared Value) を通じたサステナブルな成長を実現し、SDGs等の環境・社会・ガバナンスに関する国際的なコンセンサス達成のためにイニシアティブを発揮していくにあたって、全ての事業活動が人権尊重を前提に成り立っているものであることを認識しています。「世界人権宣言」「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言とそのフォローアップ」「国連グローバル・コンパクト」を含めた国際的な人権基準を支持するとともに、味の素グループポリシーの一つとして「人権尊重に関するグループポリシー」を定めています。本ポリシーは、「国連ビジネスと人権に関する指導原則（以下、UNGPs）」に基づき、グローバルに事業を展開する企業グループとして、味の素グループ各社およびその役職員が国際的に認められた人権を尊重し、活動を行う国の国際的人権義務、ならびに関連する法令の順守を徹底すべく定めるものです。また、味の素グループのビジネスパートナーおよびそのほかの関係者（上流サプライヤーを含む）に対し、本ポリシーを支持し、人権の尊重に努めていただくよう働きかけ、協働して人権尊重を推進します。

味の素グループポリシーは取締役会・経営会議における承認を経て代表執行役社長により署名されています。

### 味の素グループ 人権に関する重点課題 ※「人権尊重に関するグループポリシー」より抜粋

#### 1. 差別の排除

味の素グループは、人種、民族、国籍、宗教、信条、出身地、性別、年齢、障がいの有無、LGBT等の理由による差別を行わず、ハラスメント等個人の尊厳を傷つける行為を行いません。

#### 2. 児童労働、強制労働の禁止

味の素グループは、児童労働、強制労働、奴隷労働、および人身売買による労働を一切認めません。

#### 3. 労働基本権の尊重

味の素グループは、結社の自由、ならびに労働者の団結権および団体交渉権をはじめとする労働基本権を尊重します。

#### 4. 適切な賃金支払いおよび労働時間の管理

味の素グループは、賃金支払いや労働時間の管理を適切に行います。

#### 5. 安全な職場環境の確保と健康増進の支援

味の素グループは、安全かつ衛生的で快適な職場環境を

確保し、世界で働く一人ひとりの健康づくりの支援に努めます。

#### 6. ワークライフバランス実現の支援

味の素グループは、世界で働く一人ひとりのワークライフバランスの重要性を理解し、その実現の支援に努めます。

#### 7. ダイバーシティの向上や包摂的な社会づくりへの貢献

味の素グループは、世界で働く一人ひとりが、人種・国籍・性別などを問わず成長して活躍できるよう、人財の属性や価値観の多様性を尊重し、ダイバーシティの向上に努めます。また、障がい者、外国人労働者やLGBT等、社会からの疎外や人権侵害を受けやすい脆弱な人々の人権を尊重し、それらの人々の自立支援や救済等に取り組みます。

#### 8. 個人情報の適正な取扱い

味の素グループは、個人情報の保護に関する法律および関係する法令を順守し、個人情報の適正な取扱いに努めます。

- ▶ 人権
- ▶ 人権尊重に関するグループポリシー
- ▶ 味の素グループポリシー



人権

推進体制

体制

GRI2-24, GRI2-25

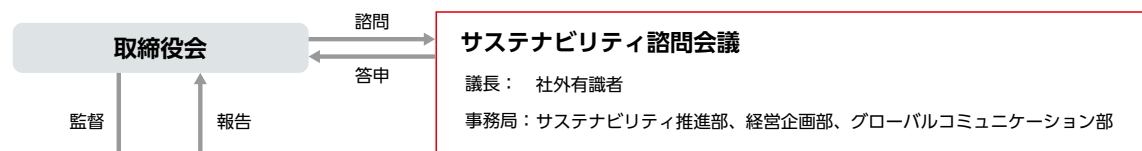
味の素グループは人権尊重を含めたESG・サステナビリティに関する取り組みを、取締役会の下部機構である「サステナビリティ諮問会議」、および経営会議の下部機構である「サステナビリティ委員会」を中心に推進しています。人権尊重の取り組みに関するロードマップ策定、事業計画へのサステナビリティ視点での提言と支援をサステナビリティ委員会およびサステナビリティ推進部で行い、経営会議および取締役会に報告します。

また、取締役会・経営会議、サステナビリティ諮問会議・委員会では、人権テーマに関する議論を適宜行っています。

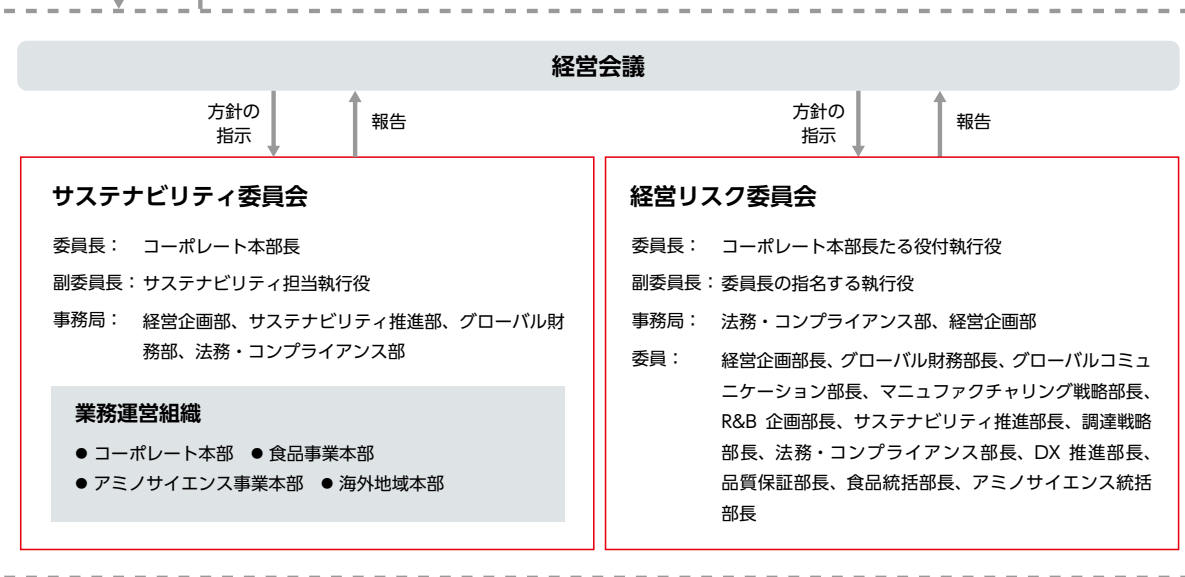
▶ 人権

ESG・サステナビリティに関する体制

【監督】



【執行】



人権

## 人権デュー・ディリジェンス

GRI2-24, GRI2-25, GRI3-3, GRI403-7, GRI408-1, GRI409-1, GRI412-1, GRI414-2

### 味の素グループにおける人権デュー・ディリジェンス

体制・実績

味の素グループは、UNGPや人権尊重に関するグループポリシー等に基づき、人権に関する専門家である第三者機関\*をはじめとする各ステークホルダーと対話・協議を行いながら、味の素グループのビジネスに関わるバリューチェーン全体における全てのステークホルダー（全従業員、ビジネスパートナー、地域社会の人々、お客様等）の人権尊重の実践に取り組んでいます。全事業の原材料調達、生産、販売に関する国別人権リスク評価を定期的（4年ごと：2014年、2018年、2022年）に実施し、これを起点に人権デュー・ディリジェンスプロセスを推進しています。

\* 経済人コー円卓会議日本委員会（CRT）、一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステナブル・サプライチェーン（ASSC）

### 基本的な考え方

UNGPに基づくバリューチェーン全体にわたるマネジメント体制を構築するにあたり、以下の「網羅性」「深掘性」の二軸を中心とした取り組みを進めています。これらの取り組みを常に外部視点を取り入れながら推進しています。

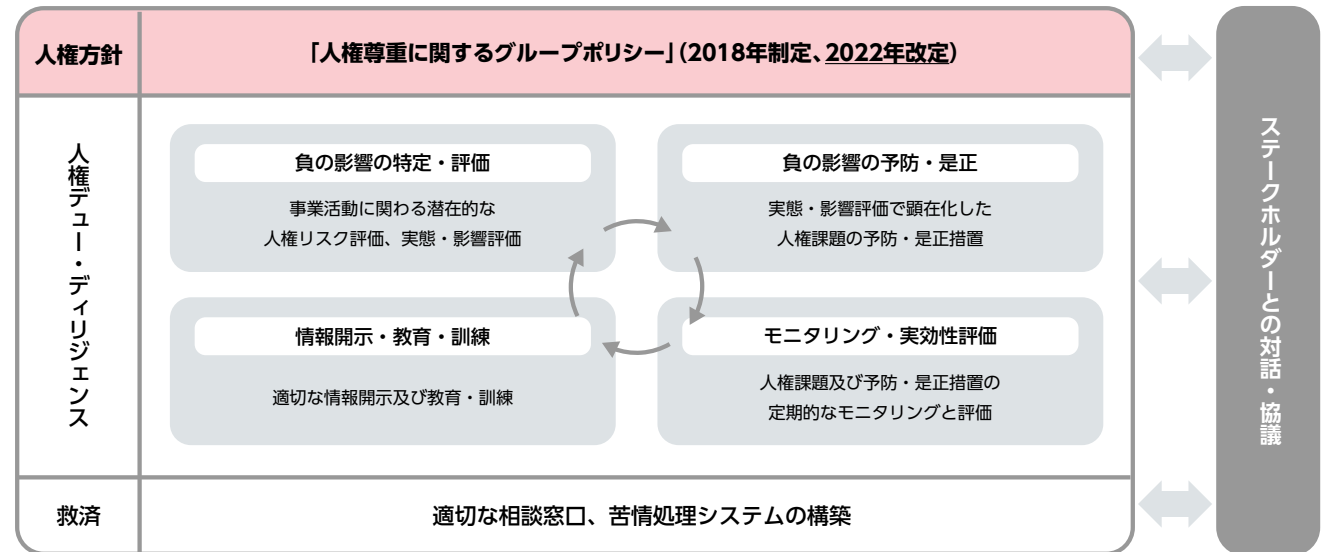
■ 網羅性：

サプライヤーをはじめとする多数の取引先各社との連携強化は不可欠であり、独自のアンケートや情報システムなどを導入し、情報収集・対話の基盤を整備します。

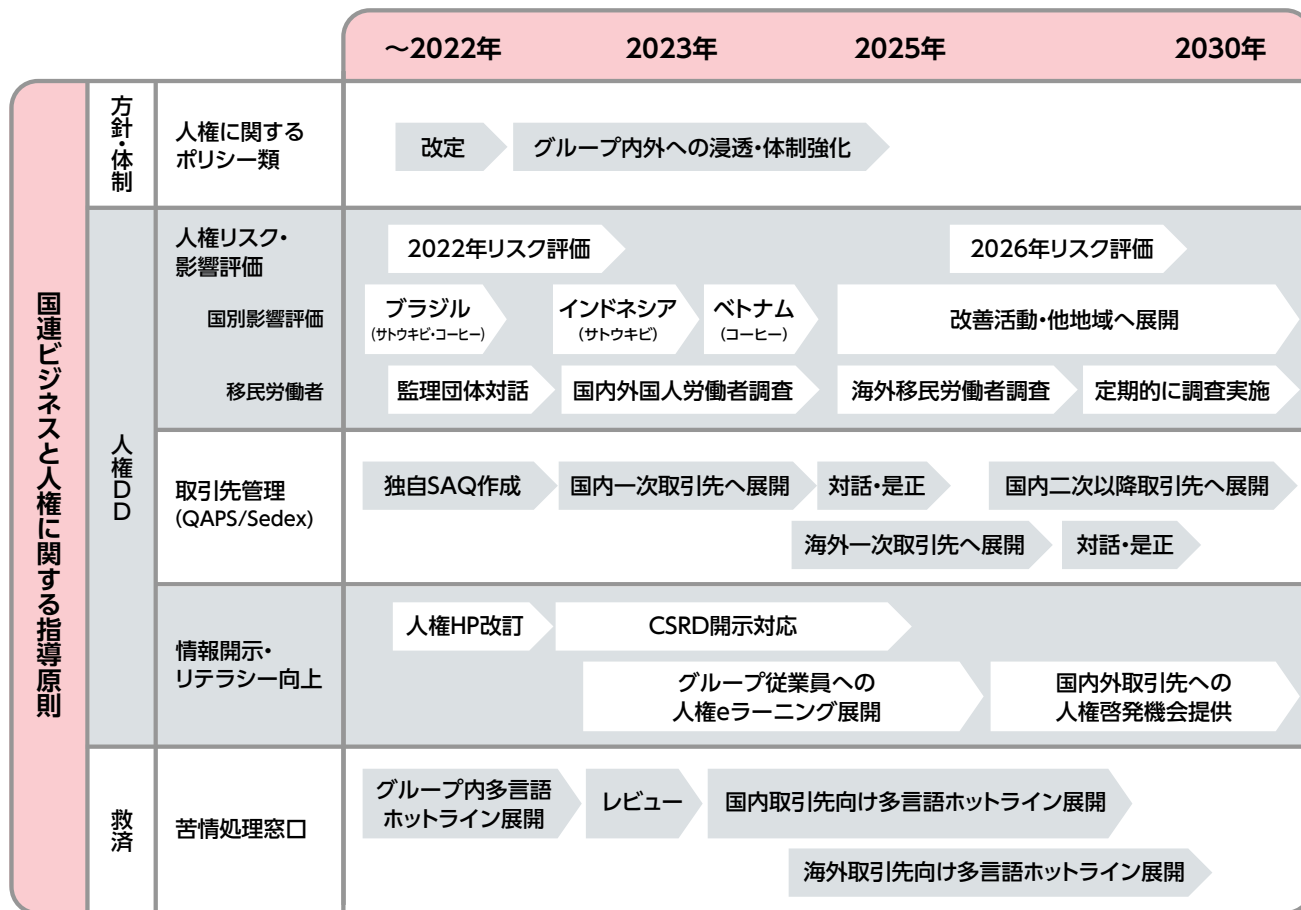
■ 深掘性：

ライツホルダーとの直接対話を通じて、人権課題の抽出及び抽出した課題へ迅速に対処できるマネジメント体制を構築します。

### 味の素グループの人権デュー・ディリジェンスプロセス



2030年に向けたロードマップ



負の影響の特定・評価

味の素グループでは定期的（4年ごと）に全事業の原材料調達、生産、販売に関わる国ごとの人権リスク評価の見直しを実施しています。また、リスクが抽出された国・地域・農産物等において、事業に関わるステークホルダー（取引先企業従業員、地域住民、NPO等）を対象とした現場訪問、ライツホルダーとの直接対話を行い、人権への影響・実態の評価を実施しています。この取り組みを通して抽出された人権課題に対し、予防や改善に向けた検討を進めています。

2018年度人権リスク評価／人権影響評価

①人権リスク評価

Verisk Maplecroft 社人権リスクデータベースを用い、外部有識者であるCRT日本委員会の助言を得ながら人権テーマの特定と分析を実施しました。味の素グループの食品事業展開国において、国別・産業別に高リスクな国・地域を抽出したところ、タイ・ブラジルが特定されました。高リスク項目としては労働安全衛生・児童労働・強制労働等のリスクがあることが抽出されました。

②人権影響評価（ライツホルダーとの直接対話）

●タイにおける人権影響評価（2019年）

水産加工・鶏肉産業を中心に味の素グループのバリューチェーンに関わる製造工場や養殖場等への訪問調査、および、国際NGOや国家人権委員会、また、水産業や家禽産業の業界団体、移民労働者等に対する対話、インタビュー調査を実施。

〈結果概要〉

タイ国内の法制度は整備されており、鶏肉産業において



人権

は効果的な苦情処理メカニズムが機能していることが明らかとなりました。これらの好事例を味の素グループが展開する他事業・他地域へ展開すべく、取り組みを推進していきます。

▶ 人権デュー・ディリジェンス国別影響評価報告書 タイ

● ブラジルにおける人権影響評価（2021～2022年）  
サトウキビ・コーヒー豆産業を中心に味の素グループのバリューチェーンに関わる製造工場や農家、国際NGOや国家人権機関、業界団体等に対する対話、インタビュー調査を実施。（Covid-19の影響によりオンライン形式にて実施）

〈結果概要〉

当社グループの調達地域は機械化が進んでおり、人権リスクは高くないことが明らかとなりました。一方、ブラジル国内の法制度は整備されているものの、具体的な救済メカニズムは不十分であることが示唆されました。今後、この地域における救済メカニズムの構築に向けて検討を進めていきます。

▶ サトウキビ産業及びコーヒー産業のサプライチェーンに関する国別人権影響評価：ブラジル 調査報告書

■ 2022年度人権リスク評価／人権影響評価

①人権リスク評価

前回と同様に Verisk Maplecroft の人権リスクデータと CRT による分析結果により、味の素グループの食品事業展開国において、国別・産業別に高リスクな国・地域を抽出したところ、東南アジア・ブラジルが特定されました。高リスク項目<sup>※1</sup>としては労働安全衛生・児童労働・現代

奴隷（強制労働）・差別等のリスクがあることが抽出されました。また、味の素グループにおける重点原材料<sup>※2</sup>別の評価において、以下のようなリスクが抽出されました。この結果を受けて外部有識者との協議を行い、味の素グループにおいて人権リスクが高い国・産業はインドネシアのサトウキビ、およびベトナムのコーヒー豆と考えられ、当該分野での人権影響評価を進めました。

※1 評価対象としたリスク：児童労働、適正賃金、適正な労働時間、差別、結社の自由、現代奴隷、労働安全衛生、土地争奪  
※2 人権に関しては重点原材料のうち下記5原料を優先してリスク評価を実施した。

2022年人権リスク評価結果（概要）

対象原料	優先課題	対象国
コーヒー	● 児童労働 ● 差別 ● 適正賃金	● ブラジル ● ベトナム ● インドネシア
サトウキビ	● 児童労働 ● 労働安全衛生 ● 現代奴隷	● ベトナム ● ブラジル ● インドネシア
大豆	● 差別 ● 労働安全衛生 ● 土地争奪	● ブラジル ● 中国 ● パラグアイ
エビ	● 現代奴隷 ● 差別 ● 適正賃金	● タイ ● エクアドル ● ベトナム
パーム油	● 適正賃金 ● 労働安全衛生 ● 現代奴隷	● マレーシア ● ペルー ● タイ

▶ P079

②人権影響評価（ライツホルダーとの直接対話）

■ インドネシア（サトウキビ糖蜜サプライチェーン）における人権影響評価（2023年2月）  
第三者機関である人権専門家と味の素グループのサステナビリティおよび調達担当者が現地を訪問し、味の素グループのサトウキビ糖蜜サプライチェーンに関わる製造工場、トレーダー、製糖工場、農家との直接対話を行いました。

〈結果概要〉

重篤な人権課題は見当たらなかったものの、適正な労働時間管理、救済メカニズム、強制労働・労働安全衛生等に関し今後も注視していきます。

▶ インドネシア サトウキビ糖蜜に係る人権影響評価結果

■ ベトナム（コーヒー豆農園）における人権影響評価（2023年4月実施）

コーヒー豆産業について現地サプライチェーンをたどり、農家や輸出業者および現地のコーヒー関連企業との対話、インタビュー調査を実施しました。

〈結果概要〉

今回の調査範囲において強制労働や児童労働など深刻な人権侵害は見当たりませんでした。一方、コーヒー収穫期における短期雇用労働者との契約方法や、輸出業者における労働安全衛生管理方法などについて改善すべき点が見つかりました。（対応検討中）

▶ 味の素株式会社 人権デュー・ディリジェンスにおける国別人権影響評価（ベトナム）報告書 2023

## 人権

負の影響の予防・是正/  
モニタリング・実効性評価

GRI2-26

## ■ バリューチェーンにおける人権

味の素グループでは、企業の社会的責任を果たし、持続可能な社会への貢献を実現するために必要なサプライヤー様への期待事項を「サプライヤー取引に関するグループポリシー」に定めています。これを通じて、味の素グループと取引関係にあるすべての企業・団体の活動を通じて人権に負の影響を引き起こしたり、助長することを回避し、万一そのような影響が生じた場合にはこれに対処します。また、たとえそのような影響を助長していない場合であっても、取引関係によって味の素グループの事業、製品、またはサービスと直接的につながっている人権への負の影響を防止または軽減するように努めます。

- ▶ サプライヤー取引に関するグループポリシー
- ▶ サプライヤー取引に関するグループポリシーガイドライン

味の素グループでは2030年に向けてすべてのバリューチェーンにおける取引先・サプライヤーにおける人権への負の影響をモニタリングし、予防・是正につなげていきます。そこでまず2018年よりSedex<sup>®</sup>の加入・運用を開始し、サプライヤーの全体像を把握することに従事し、また、2019年には味の素版自己評価アンケートを展開開始しました。2022年にはさらにサプライヤーにUNGPsに基づいた取り組み強化策の一環として、自己評価アンケートをベースに「サプライヤー取引ガイドライン」に基づいた独自の質問リスト「サプライヤー取引に関する味の素グループポリシーガイドライン順守状況質問票(QAPS)」を作成しました。これらを用いて、新規取引先採用時ならびに既存取引先については定期的にガバナンス・

人権（強制労働、児童労働など）・労働安全衛生等のリスクを把握・抽出していきます。また、このプロセスを通じて取引先との対話を行い、人権課題の予防・是正・モニタリングを継続的に実施します。

※ Supplier Ethical Data Exchange の略。グローバル・サプライチェーンにおける労働基準、ビジネス倫理等に関するデータを提供する法人

## ■ 外国人労働者の人権

日本国内で働く技能実習制度や特定技能の在留資格を持つ外国人労働者の受け入れに関し、味の素グループは一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステイナブル・サプライチェーン (ASSC) が策定した「外国人労働者の責任ある受け入れに関する東京宣言2020」への賛同を表明（2020年）、さらに2021年度は、CGF 社会的サステナビリティ・ワーキング・グループメンバーの一員として「外国人労働者の責任ある雇用ガイドライン」の策定に参画しました。

これに基づき、国内グループ企業で雇用している技能実習生の監理団体及び特定技能外国人の登録支援団体への訪問・対話を行い、賃金の支払いや就労・生活面でのサポートが適切になされていることを確認しています。

また、国内グループ企業を中心に外国人労働者の雇用現場を定期的に訪問し、労働現場や住居環境の把握・確認、さらには外国人労働者自身や受け入れに携わる現場従業員との対話を定期的に行い、人権リスクの抽出、是正に努めています。



外国人労働者との対話

## ■ 情報開示、教育・訓練

GRI412-2

味の素グループでは、「人権とは何か」「ビジネスと人権について」というテーマについて、2019年にグループ役員・従業員に向けたeラーニングを実施しました。また、その後は「味の素グループポリシー」のグループ内への浸透活動の一環としてビジネスと人権（強制労働・児童労働など）に関するeラーニングを利用したグループ役員・従業員向けの研修を定期的に行っています。

## ■ 各国の人権尊重に関する法規制への対応

味の素グループはグローバルに事業を展開していく上で、各国で定められている人権に関する法令を遵守しています。

## 人権

## ■ ステークホルダーとの対話

味の素グループでは、人権尊重の取り組みを広げ、意見をいただくため、定期的に人権専門家やステークホルダーとの対話、外部に向けた取り組み事例の共有・紹介を実施しています。

2022年度は、味の素グループの人権の取り組み強化・推進に向けて下記のダイアログを実施しました

## ● CRT日本委員会との定例会

毎月1回の定例会を開催し、随時社会の視点で、味の素グループにおける人権課題として未然に防ぐために対処すべき事項はないか、また何か喫緊課題が起きた際には適宜アドバイスをいただくために、対話を継続して行っています。

- 取引先説明会におけるサプライヤーとの情報交換(12月)
- 「令和4年度法務省委託 企業向け人権研修動画」にて味の素グループの取り組み事例を紹介(12月)
- 「令和4年度 経済産業省中小企業庁委託事業 CSR(企業の社会的責任)と人権セミナー」(大阪会場)にて味の素グループの取り組み事例を紹介
- 「経済産業省委託 責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドラインセミナー」(札幌・福岡会場)にて味の素グループの取り組み事例を紹介

## 救済

## ■ 苦情処理メカニズム

GRI2-16, GRI2-25, GRI2-26,  
GRI406-1

味の素グループでは人権の負の影響から生じた被害に対し迅速かつ適切に対処するため、グループ内外に複数の相談・通報窓口を設置しています。各窓口において通報者のプライバシー厳守・保護を徹底しながら、関係部門が連携し適切な対応・解決につなげています。

## ▶ 内部通報に関するグループポリシー

## ■ 味の素グループホットライン

味の素グループの従業員等(正社員、パート社員、派遣社員など)及び役員を対象とした内部通報の窓口です。グループ各社で働く多くの国籍の方のアクセスのしやすさを考慮し、2023年には従来の国内窓口とグローバル窓口を一本化し22言語でのアクセスが可能となりました。通報者は実名/匿名を選択することができます。味の素(株)企業行動委員会の事務局が主管し、関連組織と連携して調査・対応を行います。

## ▶ P122

## ▶ ご相談・通報フォーム

## ■ サプライヤーホットライン

味の素グループでは、2018年度から取引先からの通報窓口として「サプライヤーホットライン」を設置しています。味の素グループ役員・従業員の法令違反や「味の素グループポリシー」(AGP)、「サプライヤー取引に関するグループポリシー」ならびに「サプライヤー取引に関するグルー

プポリシーガイドライン」逸脱の疑いのある行為の早期発見と是正を図っています。

## ■ 外国人労働者向けホットライン

味の素グループでは、日本における技能実習や特定技能の在留資格を持つ外国人労働者の問題解決を図るため、独立行政法人国際協力機構(JICA)を中心に、企業、弁護士、NGO等の多様なステークホルダーでつくる「責任ある外国人労働者受入れプラットフォーム」(JP-MIRAI)に2020年の設立から関与し、アドバイザー企業として参画しています。2022年度は、JP-MIRAIが開始した「外国人労働者相談・救済パイロット事業」に参画しました。将来的にはサプライチェーンに展開し、労働・人権問題等を早期に発見する手段の一つとして活用していく考えです。

## ▶ JP-MIRAIポータル



# 味の素グループのサプライチェーン

## 原材料調達、生産、物流、販売、お客様

GRI2-6

味の素グループは、世界に広がるサプライチェーンの各段階で多様な関係者と関わり合いながら、事業を運営しています。各段階と関連の深い社会的課題・関心事やリスクを以下のように捉えており、関係者と共に着実な取り組みや対応を重ねることで、社会・環境課題の解決を目指していきます。



▶ P106

### 原材料調達

#### ■ 社会的課題・関心事

- 脱炭素社会への移行（気候変動対応）
- 生物多様性
- 水・土壌の保全、汚染防止
- 原材料ロス
- 農業における人手不足、農地確保
- アニマルウェルフェア
- 労働安全衛生
- 労働者の人権の尊重

#### ■ リスク

- 食資源・水資源の枯渇による原材料調達不全
- アニマルウェルフェアや土地収奪、森林破壊への対応遅れによる原材料調達不全
- 原料輸送・保管時のロス増加
- 労働災害の発生

- 潜在的な人権リスク
- 味の素グループの取り組み
- 原材料の責任ある調達（人権・環境デューデリジェンスの推進）
- コプロ<sup>※</sup>活用による持続可能な農業への貢献、原材料ロスの低減
- トレーサビリティの確立および認証品購買の推進
- 品質保証活動の徹底

※ アミノ酸生産時に発生する栄養豊富な副産物

### 生産

#### ■ 社会的課題・関心事

- 脱炭素社会への移行（気候変動対応）
- 製品の品質と安全性
- フードロス
- 水・土壌の保全、汚染防止

- 労働安全衛生
- 労働者の人権の尊重
- リスク
- 意図的な異物混入による信頼低下
- 脱炭素への対応遅れによる環境負荷・コスト増や生産停滞
- 渇水・洪水・水質悪化による生産停滞
- 労働災害の発生
- 潜在的な人権リスク
- 味の素グループの取り組み
- 排出係数の低い燃料への転換による温室効果ガス排出量削減
- 生産工程でのフードロスの低減
- 水使用量削減による水資源の保全
- 委託先の社会・環境監査の強化と課題解決に向けた協働
- 労働安全衛生活動の徹底

## サプライチェーンマネジメント

- 品質保証活動の徹底

## 物流

### 社会的課題・関心事

- 脱炭素社会への移行（気候変動対応）
- 物流業界の人手不足・高齢化
- EC増による物流量増加
- 労働安全衛生
- 労働者の人権の尊重

### リスク

- 脱炭素への対応遅れによる環境負荷・コスト増
- 人手不足・労働時間の規制強化による物流遅延
- 労働災害の発生
- 潜在的な人権リスク

### 味の素グループの取り組み

- モーダルシフトの推進
- 再生可能エネルギー使用比率の向上
- デジタル活用による業務の効率化や労働環境の改善等、スマート物流の実現に向けた他社や行政との協働
- 品質保証活動の徹底

## 販売

### 社会的課題・関心事

- 脱炭素社会への移行（気候変動対応）
- 公正な競争
- 責任あるマーケティング
- フードロス
- 顧客のプライバシー保護
- 労働安全衛生
- 労働者の人権の尊重

### リスク

- 独占禁止法、競争法、食品安全・表示関連法違反等の法的リスク
- 不適切な広告、マーケティングによる信頼低下
- 個人情報保護、プライバシーへの配慮不足による信頼低下
- 労働災害の発生
- 潜在的な人権リスク

### 味の素グループの取り組み

- 独占禁止法等関連法規、贈収賄防止の教育
- 製品・サービス・情報のお客様への適切な届け方の実践
- 賞味期限延長やSCM\*の精度向上等による返品・製品廃棄の削減
- 情報セキュリティの強化
- 品質保証活動の徹底

※ サプライチェーン・マネジメント

## お客様

### 社会的課題・関心事

- 環境問題（気候変動、プラスチック廃棄物、フードロス等）
- 製品の品質と安全性
- 健康・栄養課題
- 情報の氾濫

### リスク

- 製品の誤使用や健康被害
- 廃棄物やフードロスの増大による環境への影響
- 食と健康の正しい情報への理解不足

### 味の素グループの取り組み

- 「お客様の声」の製品・サービスの開発・改善への反映
- パッケージやWEBサイトでの適切な情報共有
- 環境対応型包装資材の活用
- 品質保証活動の徹底
- 栄養改善に役立つ製品・サービスの提供

# サプライチェーンマネジメント

## 体制

GRI3-3

味の素グループでは、味の素（株）がグループ全体の調達方針を策定し、その方針に基づいて国内外のグループ会社が戦略・計画を立て、実践する仕組みとなっています。グループ内で調達方針、ベストプラクティスの共有、グループ内の関係者が必要な情報にいつでもアクセスでき、トピックの適時発信が可能なツールを活用しています。

▶ P104

## サプライヤーとの取り組み

### 実績

GRI308-1, GRI414-1

味の素グループは、「サプライヤー取引に関するグループポリシー」に定めたサプライヤーに対するサステナビリティ観点での期待事項をお伝えし、サプライチェーンにおける社会的・環境的側面の持続可能性確保に協働して取り組むべく、サプライヤーにご理解・ご協力をお願いしています。2018年度には企業倫理データのプラットフォームである Sedex<sup>\*1</sup>に加入しました。2020年度は、外国人技能実習制度や特定技能の在留資格を持つ外国人労働者の受け入れに関し、一般社団法人ザ・グローバル・アライアンス・フォー・サステイナブル・サプライチェーン (ASSC) が策定した「外国人労働者の責任ある受入れに関する東京宣言2020」への賛同を表明し、サプライヤー

に対し、日本で働く外国人労働者がいきいきと働ける環境の整備を要請しました。2021年度は、CGF 社会的サステナビリティ・ワーキング・グループメンバーの一員として「外国人労働者の責任ある雇用ガイドライン」の策定に参画しました。2022年度は、人権においてグローバルに求められる基準を反映させ「サプライヤー取引に関するグループポリシー」「サプライヤー取引に関するグループポリシーガイドライン」を改定し、サプライヤーの皆様へのこれらポリシー、ガイドラインで求めた事項への順守状況を確認するための質問票 (QAPS: Questionnaire for Ajinomoto Group Shared Policy for Suppliers) を作成し、国内のお取引先様にご回答いただくことでリスクの把握を行っています。

2022年度は、監査を行った上で、新たに5社との取引を開始しました。

※1 グローバル・サプライチェーンにおける労働基準、ビジネス倫理等に関するデータを提供する非営利団体

- ▶ サプライヤー取引に関するグループポリシー
- ▶ 人権
- ▶ P099

## 2022年度の主なサプライヤー監査実績

監査実施組織	監査品目	監査件数
味の素（株）	原料関係 <sup>※2</sup>	97
	包装資材関係	56
味の素冷凍食品（株）	原料関係	133

※2 供給リスクと品質リスクの両面から、現行サプライヤー以外からの調達の困難度合いや当該原料および同じ種類の原料が過去3年以内に品質上の問題や異物混入、残農薬混入などの問題を起こしていないか等の観点で評価を行い、重要なサプライヤーを「キーマテリアルサプライヤー」として選定し、監査を通じて調達リスクの軽減を図っています。

## サプライヤーホットライン

GRI2-26

味の素グループでは、2018年度に「サプライヤーホットライン」を設置しました。役員・従業員からの通報窓口のほか、取引先からの通報窓口を開設し、味の素グループ役員・従業員の法令違反や「味の素グループポリシー」(AGP)、「サプライヤー取引に関するグループポリシー」ならびに「サプライヤー取引に関するグループポリシーガイドライン」に対して逸脱の疑いのある行為の早期発見と是正を図っています。

- ▶ P103
- ▶ P122



# アニマルウェルフェア

## 方針策定と社会との対話

### 考え方

GRI3-3

味の素グループは、事業・製品展開において動物との関わりがあり、生産する食品には、畜肉、卵、エキス等の動物由来の原料が欠かせません。味の素グループでは2018年に制定した「動物との共生に関するグループポリシー」においてアニマルウェルフェアの概念に沿った調達の考え方を示し、日本国内の全ての一次サプライヤーに対して、取引開始時に同ポリシーを共有しています。また、より時代や社会の要請に柔軟に応えられるよう、アニマルウェルフェアの分野の有識者との対話や畜産に関わるステークホルダーとの意見交換を行い、これらを踏まえて、2021年に上述のグループポリシーを「アニマルウェルフェアに関するグループポリシー」と改称の上、より具体的な内容へと刷新し、日本国内の全ての一次サプライヤーに対して共有しました。今後は改定したグループポリシーのもと、バリューチェーンに関わる全ての動物とのより良い共生関係の構築を目指します。

- ▶ アニマルウェルフェアに関するグループポリシー
- ▶ 動物実験最小化にむけての考え方

## 畜産物のトレーサビリティ調査

### 実績

GRI3-3

味の素（株）は、2020年度に畜肉および畜肉エキスの日本のサプライヤーに対してリスク調査を実施しました。その結果、飼養現場までのトレーサ可否は、「フルトレーサ可能」と「条件付きでトレーサ可能」合わせて数量ベースで10%以下でした。日本においては飼養管理指針の浸透が進んでおらず、サプライヤー間での認識に違いがあることが理由として考えられます。引き続き浸透に向けた働きかけを行うと共に、同様の調査をグループ会社でも進めていきます。海外では、各国・地域のアニマルウェルフェアに関する法制度の整備状況調査を行うと共に、サプライヤー各社に対してポリシーや課題を共有していきます。

## ケージフリー卵への切り替え

味の素（株）は、鶏卵の調達において、「アニマルウェルフェアに関するグループポリシー」に基づき、鶏卵に関わるステークホルダーと連携して、品質の安全・安心を確認しながら、安定的で持続可能な調達を推進しています。欧州では使用するすべての卵をケージフリー卵に切り替えることを目指します。その他の地域では、各地の実情を踏まえて課題を整理していきます。

- ▶ 鶏卵の調達に関する考え方

## 「アニマルウェルフェアに関するグループポリシー」の5つの取り組み等

「アニマルウェルフェアに関するグループポリシー」では、5つの取り組み等を推進することを謳っています。そのうち「畜産原料の有効活用・代替に向けた技術開発」については、当社グループが培ってきた「おいしさ設計技術<sup>®</sup>」と「先端・バイオフィン技術」という当社ならではの強みを活かし、おいしさを損なうことなく畜産原料の使用比率を低減する技術・素材・製品の開発や動物性たんぱく質を代替する技術・素材の開発を継続的に行っています。

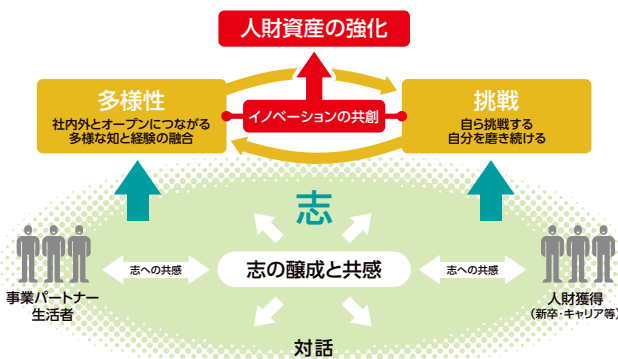
- ▶ アニマルウェルフェアに関するグループポリシー
- ▶ 「おいしさ設計技術<sup>®</sup>」
- ▶ P061

# 人財と組織のマネジメント

## 考え方

味の素グループは、「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」という志（パーパス）の実現に向けて、対話を通じた“志の醸成と共感”の促進に加え、“多様性”と“挑戦”を加速することでイノベーションを共創し、継続的に人財資産を強化します（人財投資額：2022年度 約100億円、2023-2030年累計 1,000億円以上）。当社グループは従業員のエンゲージメントが企業価値を高める重要な要素と位置付け、従業員エンゲージメントスコアの向上を推進します（目標：2025年 80% / 2030年 85%～）。また、従業員のWell-beingは人財資産の強化を支える基盤と考え、健康増進や資産形成等、広い観点で従業員のWell-being向上にも取り組みます。

▶ ASVレポート2023（統合報告書）P062-065



## グローバル人財マネジメントシステム

### 体制

GRI3-3, GRI404-2

味の素グループは、各国・地域の多様な人財を横断的に育成・登用し、人財の「適所適財」を実現するための共

通基盤として、「グローバル人財マネジメントシステム」を導入し、次世代経営・高度専門人財の育成を加速しています。本システムは、基幹ポストと基幹人財を可視化する仕組み（ポジションマネジメント、タレントマネジメント）から構成されます（下表）。

ポジションマネジメント（適所）	
事業戦略の実現のために組織に必要な職務を明確化する。それぞれの職務の要件とその職務を担うために必要な人財の要件を決定する。	
等級制度	職務グレードに基づく等級制度
評価制度	「味の素グループWay」等に基づく目標設定と、行動および業績による評価（年2回のフィードバック[中間・期末]）
報酬制度	グローバル報酬ポリシーを制定 報酬プログラムは各国・地域の法令を順守 職務・業績に対する報酬 各国・地域の報酬市場水準に基づき競争力のある水準

タレントマネジメント（適財）	
人財の発掘、育成を促進するために、上記職務・人財要件に照らし、適所に適財を任用、登用する。優秀人財の早期登用を実現する。	
人財委員会	経営会議メンバーで構成 グローバルでの重要ポジションのサクセッションプラン作成、さらに先を見据えた次世代リーダー層の人財プール等を議論 3本部および4地域本部に人財委員会に相当する組織を設置し本委員会と連動
サクセッションプラン	地域本部・各社・部門ごとのキーポジションについて策定
育成プラン	キータレントについてのプラン策定

## 人財マネジメント

### 人財キャリアマネジメント基盤

GRI404-2

味の素グループでは、従業員と会社の成長を同期化できるよう、職場環境、人事制度、育成プログラム等を整備し、定期的な人事考査を行いながら、従業員の自律的な成長を支援しています。

味の素（株）では各従業員の志の実現や挑戦を支援すべく、1 on 1での対話を大切にしています。特に自身のキャリア実現に向けて、上司と毎年約1時間のキャリア面談や半期ごとのフィードバック面談（1時間程度）を1980年代から実施しており、1 on 1での対話は当社の人財育成の基盤となっています（対話の質の向上に向けて、味の素（株）では全管理職に対するコーチング研修を2023年度実施予定）。また、2021年7月より、新たな「人財キャリアマネジメント基盤」を構築し、その要となる統合人財システムの運用を開始しています。当該システム上での管理職向け360度評価の実施や他のシステム等に点在していた人財に関するデータや施策等を一つに統合しました。当該システムでは、職務・組織情報のほか、各従業員の有する専門性、社内外での経験等のプロフィールを全従業員に公開し、容易に検索できるようにしています。

対話と総合人財システムの組み合わせを通じ、多様なスキルや経験を活かした最適な人財配置を効率的に行うと共に、従業員の自律的なキャリア形成とエンゲージメント向上を促しています。

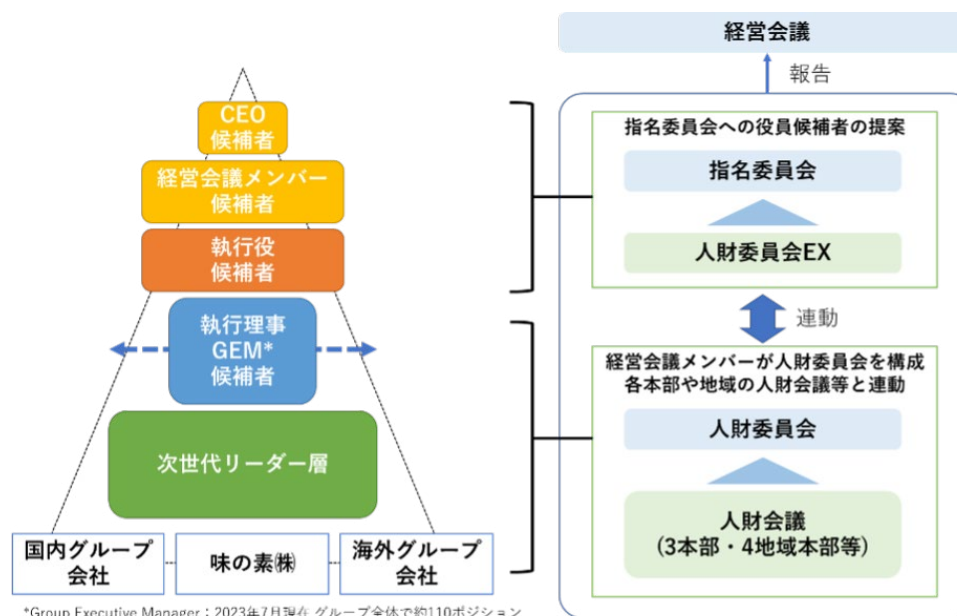
### 人財マネジメント体制

GRI3-3, GRI404-2

グローバル人財マネジメントシステムや人財資産の強化に係る各種施策等の運営体制については、経営会議の下部機構として、最高経営責任者を委員長とし、経営会議メンバーで構成される人財委員会EX／人財委員会を設置し、2022年度実績で全6回の議論を行っています。特に人財パイプラインの構築という観点では、指名委員会と

の連動も踏まえたグローバルでの重要ポジションのサクセッションプラン作成<sup>\*</sup>、さらに先を見据えた次世代リーダー層の人財プール等を形成、戦略的な育成や登用を強化しています。

<sup>\*</sup> 2022年度実績：執行役含む約135のグローバルでの重要ポジションの内、約75%のポジションで後継者候補選出を実施。今後、数年間で対象ポジションのさらなる拡大、および主要国内外グループ関係会社ごとのサクセッションプラン作成等を通じ、グループ全体で多様な人財のパイプライン形成を加速していきます。



<sup>\*</sup>Group Executive Manager：2023年7月現在 グループ全体で約110ポジション

人財マネジメント

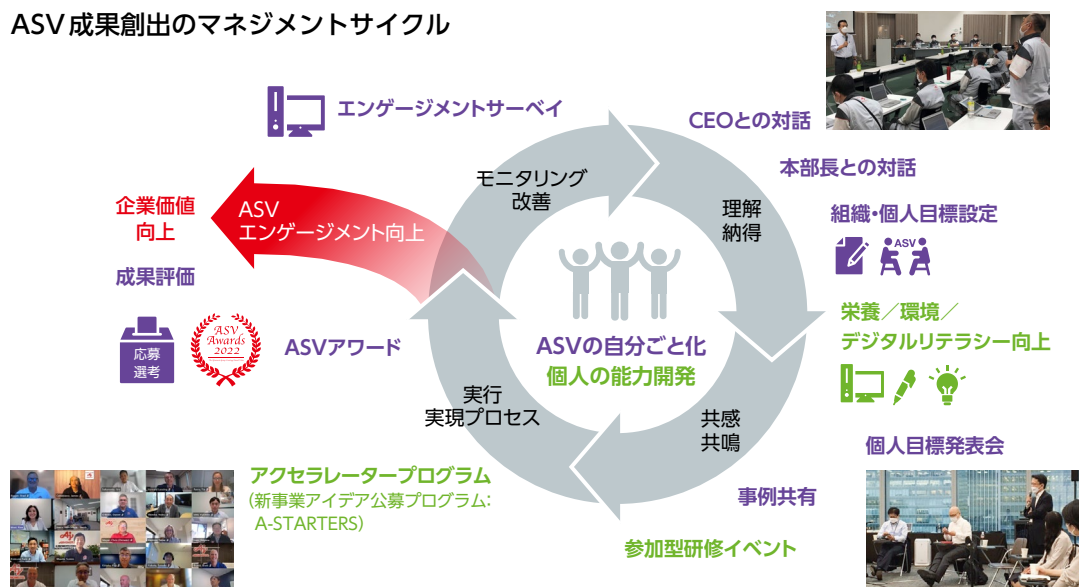
志の醸成と共感への取り組み

味の素グループは「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」という志（パーパス）の実現に向けたマネジメントサイクル標準化による志の醸成と

共感の促進、各取り組みの結果として現れるエンゲージメント向上に向けた取り組みを組織的に推進しています。各施策の2022年度実施状況は、下表の通りです。

また、味の素グループは従業員一人ひとりの課題解決力を高める能力開発、そして自身の志について共感を得る取り組み等も強化しています。中でも栄養、環境、デジタルに関するリテラシー向上を継続実施しております。実績は次の通りです。

ASV 成果創出のマネジメントサイクル



従業員一人当たり年間教育研修費用および GRI404-1 平均研修時間（味の素（株））

	2020年度	2021年度	2022年度
教育研修関連費用 合計 (千円)	222	249	236
人財システム・エンゲージメントサーベイ関連費用 (千円)	79	105	58
DE&I関連費用 (千円)	16	18	16
その他教育研修費用 (千円)	126	126	162
平均研修時間* (時間)	—	40	76

\* 研修時間は研修に係る延べ時間/従業員で計算しています(2021年度から実施)。また、事業や業務に係る各組織主導で実施する研修やトレーニング等の中には集計していないものもあります。

従業員エンゲージメント向上に向けた取り組みと実績

取り組み	2022年度の実績
1. CEOとの経営計画対話	国内外グループ会社で計 63 回実施
2. 事業・コーポレート本部長との対話	国内外グループ会社で計 67 回実施。
3. 組織目標・個人目標の設定	各組織で実施
4. 個人目標発表会	国内7社、海外22社に実施組織を拡大（前年度：計21社）
5. ベストプラクティス共有	従業員による ASV 関連投稿 660 件
6. ASVアワード	第 7 回アワードで 7 件表彰。従業員投票延べ 14,940 票
7. エンゲージメントサーベイでモニタリング	従業員エンゲージメントスコア 62%（前年比+1ポイント） ※2023年度よりASV実現プロセスのカテゴリー平均値へ変更
8. 抽出した課題を次年度計画へ反映	各組織で実施



人財マネジメント

**栄養・環境リテラシー研修**

味の素グループは、2021年からサステナビリティに関するリテラシー向上に取り組んでおり、栄養教育と併せてグループ全従業員に向けたサステナビリティの観点での環境教育を推進しています。世界を取り巻く環境課題と味の素グループの事業とのつながりや当社グループの環

境課題への取り組みについて各従業員の理解・納得、共感・共鳴を促進し、ASV自分ごと化と事業を通じた社会価値と経済価値の共創の実現につなげていきます。2022年度の実績は次の通りです。

▶ P035-036

	2020年度	2021年度	2022年度	2025年度（目標）
栄養リテラシー研修	460人	累計 26,145人	累計 56,316人	累計 10万人
環境リテラシー研修	-	2,765人	累計 9,549人	-

**ビジネスDX人財育成プログラムの各年度の認定者数および従業員比率（味の素（株））**

味の素（株）はDXを実践するのは一人ひとりの従業員であることから、2020年度にDX人財の育成を開始しました。特に「ビジネスDX人財」では、初級・中級・上級の教育

プログラムを提供し、2020-2022年の3年間で延べ2,436名が認定を取得しました。国内外のグループ会社においても順次、育成カリキュラムの導入準備・開設を進めています。

	2020年度		2021年度		2022年度	
	認定者数	従業員比率	認定者数	従業員比率	認定者数	従業員比率
初級	743	23%	854	27%	430	14%
中級	51	2%	192	6%	115	4%
上級	9	0.3%	16	0.5%	26	0.8%
計（延べ*）	803	25%	1,062	33%	571	18%

\* 複数のコースを受講している従業員もいるため。

## 人財マネジメント

## ASV 実現プロセスの可視化による成果創出

GRI3-3

味の素グループは、エンゲージメントサーベイを実施し、課題把握、改善に向けたアクションを行い、PDCAサイクルを回しています。2022年度は、20-25中計において重点KPIとしている「従業員エンゲージメントスコア（「ASV自分ごと化」）」について、ベストプラクティスを表彰する

「ASVアワード」への積極的な従業員の参加や個人目標発表会の活動拡大の効果等もあり、前回調査より1ポイント上昇し62%となりました。今後は本KPIに代わるASV指標として、ASV実現までのプロセス（個人と組織の両面から成果創出までのプロセス）を整理し、エンゲージメントサーベイの複数の設問で構成されるインデックスを設定した「ASV実現プロセス」インデックスをモニタリングしていきます。

## 従業員エンゲージメントスコア（「ASV実現プロセス」）

	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2025年度目標	2030年度目標
(旧) ASV自分ごと化	64%	61%	62%	-	-
(新) ASV実現プロセス	-	-	75%	80%	85%～

## 多様性（ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョン）への取り組み

GRI405-1

味の素グループは、ダイバーシティ&インクルージョン（D&I）という考え方から、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（以下DE&I）へと進化させました。味の素グループにおけるエクイティ、すなわち公平性とは個々のニーズや状況に適した環境を会社が提供し、従業員が等しく権利や機会を受けられるようにすることです。その結果、性別、年齢、国籍、障がいの有無、経験等によらず、従業員一人ひとりが互いに尊重し合い活躍する会社となり、社内外の多様な「個人」が集い、「組織」が多様な個の強みを活かして共成長し、未来に向けた継続的なイノベーションを創出し、2030ロードマップで掲げ

た志に歩みを着実に進めることを目指しています。

ダイバーシティの状況について、リーダーシップ層<sup>\*1</sup>については2030年度までに多様性<sup>\*2</sup>を持った人財の構成比30%を目指します。女性という観点では、地域別女性管理職比率で日本が相対的に低いことから、味の素（株）では、2030年度までに取締役とライン責任者（組織長、グループ長）の女性比率をそれぞれ30%に引き上げることを目標とし、女性人財のパイプライン強化策を推進し、また、高度な専門性や新規事業立ち上げの知見等を有するキャリア採用者の拡大等の施策を推進しています。

※1 リーダーシップ層：執行役および事業部長や組織長、それに準ずる重要なポジション

※2 多様性：ジェンダー・国籍・所属籍等

## 人財マネジメント

## リーダーシップ層の多様性比率

	2022年6月末	2023年6月末	2025年度目標	2030年度目標
多様性比率 <sup>※1</sup>	16%	17%	25%	30%

※1 リーダーシップ層のうち、多様性の因子を一つ以上保有する人数の割合

## 年間採用者の内、キャリア採用の占める比率（味の素（株））

	2019年度 実績	2020年度 実績	2021年度 実績	2022年度 実績	2023-2024年 計画
キャリア採用者の 構成比	25%	32%	31%	33%	50%

## 経営役員の現地化比率（人）

GRI202-2

	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績
海外グループ会社役員総数	177	163	159	162
現地役員数	73	63	63	63
現地化比率	41%	39%	40%	39%

## 女性取締役比率（味の素（株））

	2020年6月末	2021年6月末	2022年6月末	2023年6月末	2030年度目標
女性取締役比率	22%	27%	36%	27%	30%

## 女性ライン責任者比率（味の素（株））

	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2030年度目標
女性ライン責任者比率	9%	11%	11%	11%	30%

## 女性管理職比率

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2030年度目標
グループ総数	24%	26%	27%	27%	40%
日本	10%	11%	11%	12%	-
アジア	37%	37%	38%	38%	-
EMEA	32%	34%	33%	36%	-
米州	31%	34%	35%	35%	-
<参考：味の素（株）> <sup>※2</sup>	10% (11%)	11% (12%)	12% (12%)	13% (15%)	30%

※2（）内は女性初級管理職比率

## 人財マネジメント

## ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョン推進体制

## 体制

味の素(株)は、多様な人財の登用を推進するため、最高経営責任者を委員長とする人財委員会、および各本部長や地域本部長を議長とする3本部・4地域本部人財会議を設置しています。本委員会および会議にて、中長期視点での多様な人財の登用計画策定およびキャリア形成に向けた具体的な支援の検討と実行を行っています。女性のキャリア支援という点では、当社は30%Club<sup>※</sup> Japanにコアメンバーとして参画し、企業間での連携施策を実施しています。また、従業員一人ひとりが自分らしく能力を発揮できるよう、ダイバーシティ・人財担当役員とともに人事部門内に設置したDE&I推進チームが中心となり、主要な部門・グループ会社の担当窓口と共に、以下の取り組みの企画および運営を横断的に行っています。

- 組織風土づくり：アンコンシャス・バイアス研修、DE&Iランチセミナーの企画開催、DE&Iに関するeラーニングの提供、ハラスメントに関する研修、社内外広報
- 多様な人財の活躍：性的マイノリティ支援の制度・施策（国内グループ会社における専用相談窓口設置および担当者研修の実施）、障がい者の働きやすい環境づくり（障害者職業生活相談員の対象事業所配置、障がい者本人と受け入れ部署向けのガイドブック作成、特例子会社味の素みらい(株)の働きがい向上のためのメンタープログラム実施等）、障がい者の雇用および働きがい向上に関する2030年ロードマップに基づくキャリア採用の促進

- キャリアをつなぐ環境の整備：「どこでもキャリア（パートナーの転勤帯同先でも現業務を継続できる仕組み）」、WLB休職（転勤帯同休職、不妊治療休職）、事業所内保育所、授乳室の設置

※ 2010年に英国で創設された、取締役会を含む企業の重要意思決定機関に占める女性割合の向上を目的とした企業トップ等による世界的キャンペーン

なお、国内関係会社でも下記のような取り組みが2022年度から新たに進んでいます。

- 味の素コミュニケーションズ社：基幹職・一般職向けの障がい者雇用の理解促進のためのセミナー開催（2021年度～）、特別支援学校の見学、定着のための支援
- 味の素ヘルシーサプライ社：DE&Iを理解・浸透するための外部講師による講演会とディスカッションの実施および女性リーダー育成プログラムの導入

## ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョン推進実績

## 実績

味の素(株)は、女性人財への機会提供および従業員が自律的にキャリアを考えるための育成サポート施策「AjiPanna Academy（アジパナナ・アカデミー）」を2020年度より実施しています。キャリアワークショップ、ビジネススキル研修、メンタープログラムを通じた多面的な成長支援は、女性人財の成長マインド、女性人財を部下に持つ上司、組織長、役員の子育て支援マインドの醸成に寄与しています。

2022年度の主なDE&I推進実績は次の通りです。

- 一般職女性を対象とした上司同席のキャリアワーク

ショップ：味の素(株)と一部グループ会社の52名とその上司計98名が参加（女性従業員満足度98%、上司満足度94%）。

- 一般職女性を対象とした半年間のビジネススキル研修：味の素(株)と一部グループ会社計22名が参加（カリキュラム全体に対する満足度95%）。
- 管理職女性を対象とした組織長や役員によるメンタープログラム：味の素(株)の23名が参加（満足度100%）。
- DE&Iランチセミナー（一部の国内グループ会社を含む）：LGBT・SOGI（性的指向・性自認）、介護と仕事の両立をテーマに計2回実施、約240名が参加。
- 男性の育児休業制度取得を後押しする組織長4名からのメッセージと取得者7名の事例を社内広報ツールで発信。
- 障害者職業生活相談員研修：対象者12名全員が受講。
- 女性活躍に優れた上場企業として令和4年度「なでしこ銘柄」を受賞。
- 職場における性的マイノリティへの取り組みが評価され、2022年度PRIDE指標でゴールドを受賞。

## 挑戦を加速する取り組み

当社グループは多様な人財一人ひとりが持てる能力を最大限に発揮し、志の実現に向けて自律的に挑戦することが組織と個人の共成長には不可欠であると考え、下記のような取り組みを推進しています。

- 手挙げによる部門異動や複数部門での横断プロジェクトへの参加：2022年度から味の素(株)では社内公募による異動を本格化。事業状況等も踏まえながら手挙げ文化の醸成を推進。
- ネットワーク型の働き方：ビジョン・志への共感と信



## 人財マネジメント

頼をベースに、自身の資格や専門性を活かした貢献、柔軟な連携で価値創出する機会提供を推進（例：栄養リテラシー教育コンテンツ作成、キャリアアドバイザー、タイにおける産官学連携を含む約40団体との連携プロジェクト等）

- 自律的な成長の支援：協業先や外部研究機関、MBAや専門大学院への派遣等（例：一橋大学、国際大学、スタンフォード大学等）
- A-STARTERS（新規事業創出プロジェクト）：味の素（株）および国内の主要グループ会社の従業員を対象に、新規事業立ち上げを望む従業員を公募・選抜し、新規ビジネスプランの事業化を推進。2020年からスタートし、採択されたアイデアは事業化に向けた検討を推進（各年の応募総数は下記の通り）

## A-STARTERS 応募数

	2020年度	2021年度	2022年度
応募チーム数	133	47	51

- 一般職人事制度の改定：従業員一人ひとりの強みと専門性を伸ばす多様なキャリア形成と、成長を加速させる目標設定による挑戦の奨励を目的とし、2023年4月に一般職人事制度の改定を行いました。本改定により、従来の職能資格制度による着実な成長の推進に加え、職務等級制度の考え方を一部導入（ハイブリッド等級）することで特定領域におけるエキスパートとしての実力発揮を評価できる人事制度とするとともに、目標難易度に応じた評価設定を導入し、専門性や難易度の高い挑戦を行った人財を適切に評価できる人事制度を構築しています。

## Well-being に対する取り組み

## 考え方

GRI403-3, GRI403-6

味の素グループは従業員のWell-beingは人財資産の基盤と考えており、従業員の働きがいを高め、従業員と会社が共に成長するために従業員のこころとからだの健康増進を支援すると共に、資産形成、キャリア形成の視点からもWell-beingの醸成を促進しています。

- 健康経営：味の素グループは、取締役代表執行役社長を健康増進責任者として、健康経営を推進しています。2018年には味の素グループ健康宣言を制定し、従業員の健康を維持・推進できる職場環境づくりを各国法人の事情に即して取り組んでいます。従業員とその家族の健康が最も重要な経営基盤の一つと考え、会社が従業員とその家族の健康増進を支援する一方で、従業員自身が健康に対する高い意識・知識を持ち、実践している（セルフ・ケア）、心身の健康が維持されている、いわゆる「Health Well-being」が醸成されている状態を目指しています。

味の素（株）では、健康は従業員自身が「バランスの良い食事」、「適度な運動」、「良質の睡眠」を意識し実践する「セルフ・ケア」の考え方を基本としており、産業医8名、保健スタッフ15名を擁する健康推進センター、人事・総務部門、健康保険組合が連携して「セルフ・ケア」を支援しています。

- 産業医・保健スタッフによる「全員面談」

味の素（株）の健康経営では、全ての取り組みのベースとして「全員面談」を実施し、各従業員に必要な健康支援を行っています。最低でも年1回、健康推進センターの

産業医・保健スタッフが日本で勤務する全ての従業員と30分程度の面談を行っています。面談では、健康診断やストレスチェックの結果等を踏まえ、潜在的な心身の不調も見逃さないようにしながら、一人ひとりの価値観や生活スタイルを尊重した保健個別指導を実施しています。長時間労働を行った従業員や海外勤務者に対して指導・アドバイスを行う体制も整えています。

- 「セルフ・ケア」支援施策

味の素（株）は、定期健康診断検査数値の改善度合いをポイント化し、従業員を表彰するイベントを実施し、従業員の「セルフ・ケア」を支援しています。また、「職場の栄養改善」として、国内5カ所にある社員食堂では、「おいしく食べて健康プラス」というコンセプトに基づく減塩メニュー「My Healthランチ」を提供しているほか、パーソナルな健康管理WEBサイト「My Health」上で、従業員自身の健康診断結果、就労データ、生活習慣データがいつでも時系列で確認できるようにしています。

- メンタルヘルス回復プログラム

味の素（株）は、独自の「メンタルヘルス回復プログラム」を導入しています。休業中の従業員が自分の価値観や生きがいを認識し、ストレスとうまく付き合うことでイキイキと働ける状態を目指せるよう、休業開始から職場復帰後まで毎月1回、産業医・保健スタッフとの面談を通じて継続的にサポートし、また、症状の回復ステージに応じた目標設定を行っています。

## 人財マネジメント

- 「健康経営優良法人（大規模法人部門～ホワイト500～）」に7年連続認定

味の素（株）は、経済産業省より、「健康経営優良法人2023」のうち大規模法人上位500社を認定する「ホワイト500」に7年連続で認定されました。2023年には、味の素AGF（株）も「ホワイト500」に初認定されました。

- 健康経営に対する味の素グループ従業員の意識  
2022年度のエンゲージメントサーベイにおける、グループ従業員の「健康経営」に関する好意的スコア<sup>※1</sup>は82%でした。

※1 会社が従業員のこころとからだの健康について配慮し、健康維持・増進のための環境や施策を提供していると回答した従業員の割合

## 従業員の「健康経営」に関するスコア

2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績
79%	81%	83%	82%

- 働きがいにつながる、多様で柔軟な働き方を支える制度
- 国内外でパートナーの転勤帯同や介護などを理由にキャリアストップせずに、フルリモート勤務前提でキャリアをつなぐ「どこでもキャリア」制度導入（2022年）。
- セキュリティが確保され、集中して勤務できる場所であれば、“いつでも、どこでも”テレワークできる「どこでもオフィス」制度導入（2017年）。コロナ禍の2020年度以降、ハイブリッドワークをさらに推奨し、テレワーク日数制限を撤廃。
- コアタイムなしのフレックスタイム制度「スーパーフレックス」「時間単位有給休暇」「在宅勤務」制度導入（2014年）

- 働きがいにつながる、育児休業制度

2022年度の法改正を機に、これまでの男性育休制度から育児休業を柔軟に取得しやすいよう、有給による育児休業20日の付与や分割取得の承認、申請手続きの簡素化等、制度および運用を大幅に見直しました。その結果、2022年度の男性従業員育児休業取得率は91%、平均取得日数も14.3日、10日以上取得した従業員が約半数となりました。今後も、大切な出産、育児だけでなく介護などライフイベントでも「お互いさま・助け合う」風土醸成を目指しています。

▶ ASVレポート2023（統合報告書）P115

▶ 外部からの評価（令和4年度までしご銘柄、2022年PRIDE 指標ゴールド）

- 報酬と資産形成

味の素グループでは、企業の発展に応じた、報酬をはじめとする資産形成、いわゆる「Financial Well-being」の向上をグループ全体で図っています。

区分別、男女別の年間給与（味の素（株）2023年4月時点）<sup>※2</sup>

GRI2-21, GRI405-2

職階	女性の平均給与 (A)	男性の平均給与 (B)	A/B
執行役レベル（基本報酬のみ）	22,560,000円	22,560,000円	1
管理職レベル（基本報酬のみ）	7,450,556円	7,892,759円	0.944
管理職レベル （基本報酬＋賞与その他の現金インセンティブ）	13,533,712円	14,454,808円	0.936
非管理職レベル	7,319,069円	8,620,015円	0.849

※2 人事制度は一本化されており、同等職務レベルであれば男女の賃金は同一となっています。

## 人財マネジメント

持株会（味の素（株）と国内グループ会社の計20社が加盟、加入有資格者8,500名）を通じた、従業員一人ひとりの中期視点での企業価値向上サイクルへの参画意識の向上と自律的な資産形成を目的とした加入促進策を推進し、加入有資格者における加入率は71%（2023年5月末時点）まで上昇しました。また、味の素（株）では、持株会や企業年金基金、DC制度、NISAや遺産相続など、従業員の金融リテラシーを上げることで資産形成につなげるべく、金融リテラシー向上セミナーを定期的にオンラインで開催しています。外部専門家と連携し、自社の制度や施策を踏まえたプログラムを年間通じて提供した結果、2022年度は延べ約2,800名が受講しました。セミナー受講者には希望する従業員に無料でファイナンシャルプランナーとの個別相談の機会を提供しています。

- 従業員に対する人権教育・啓発活動 GRI412-2  
味の素グループは、あらゆる差別やハラスメントを禁止した「味の素グループポリシー」（AGP）のグループ従業員への浸透活動を通じて人権問題への理解を促進すると共に、確かな人権感覚を身に付けた人財の育成を目的に、各社で人権啓発研修を行っています。  
日本では、毎年従業員（パート従業員、派遣従業員を含む）を対象に「AGPを考える会」を実施し、職場における課題を取り上げ、解決を図っています。さらに、AGPに関するアンケートを実施し、ハラスメントの実態把握と防止に取り組んでいます。  
なお、味の素グループは匿名制の「ホットライン」を設け、電話、Eメール、FAX、手紙等の手段で、役員・従業員（パート従業員、派遣従業員を含む）からの通報や相談を受け付けています（電話は日本語と英語、WEBは22カ国言語

対応）。

## 2022年度の主な教育

- ・ 新入社員向け入社時ハラスメント研修：対象者43名全員が受講。
- ・ 階層別研修：対象者284名中93%が受講。
- ・ ハラスメントおよび性的指向・性自認に関する相談窓口担当者研修：対象者54名全員が受講。

## 労使関係

GRI2-30, GRI404-4

味の素（株）では、一般職（非管理職の正規従業員）の100%（全従業員の60%）が労働組合に加入しています。従業員に著しい影響を及ぼす可能性のある重大な変更を行う際には、従業員および従業員代表への通知を行うことを労働協約に定めています（最低通知期間については機密情報のため非開示）。

また、労働協約では安全衛生に関する諸規則を制定、教育訓練の実施や健康診断等について定めており、労使が協力して職場の安全衛生水準の向上と働きがいの向上に努めています。また、労災事故ゼロ化を目指して拠点ごとに労使ほぼ半数ずつで構成する安全衛生委員会を毎月1回開催し、安全衛生活動や就労状況の相互確認や法改正等の情報共有を行っています。

# 地域の発展への貢献

## 考え方

GRI3-3

味の素グループは、事業を通じて各地域の社会課題の解決に取り組むと共に、社会との対話・連携や適正な寄付・賛助活動を行い、地域の発展に貢献することを、「地域活性化に関するグループポリシー」の中で明文化しています。

▶ 地域活性化に関するグループポリシー

## 地域の発展に向けた活動

### 実績

味の素グループが地域発展のために2022年度に実施した主な活動は、以下の通りです。

- 味の素（株）川崎事業所の立地自治体である川崎市が、産業エリアのカーボンニュートラルを目指す世界的プロジェクトに参画することに賛同し、同市や他の賛同企業と共に、イニシアティブを積極的に活用し、国際的な情報発信および他の産業クラスターとの連携に取り組む、川崎臨海部、首都圏のカーボンニュートラル化に貢献しています。
- イスタンブール味の素食品社では、2023年2月6日に発生したトルコ地震の被災地を支援するため、キッチンカーで避難所を訪問し、温かいスープ、サラダ、ピタパンなどを提供しました。また、味の素グループと

してWFP（国連世界食糧計画）に10百万円を寄付、イスタンブール味の素食品社としてトルコ赤十字社（赤新月社）をはじめとする14団体へ約75万食分のスープ（413千トルコリラ相当）を寄付しました。

- ブラジル味の素社では、Covid-19で困難な状況にある人々や地域への支援活動を続けています。2022年度は、ブラジル味の素財団を通じ、工場や本社がある都市の病院や地域社会を支援しました。具体的には、サンパウロ、リメイラ、ペデルネイラス、バルパライソの人々を支援するために、15,000セット（183千USドル相当）の食料品を寄付しました。
- タイ味の素社では、2022年度に国内各地の洪水被害者を支援するため、飲料水やインスタント麺、「Birdy®」缶コーヒーなどを寄付しました。2022年9月には、タイ中央部の洪水被災地に対し「Yum Yum® インスタントヌードル」を、同年10月には、アユタヤ工場近くの洪水被災地に対し、飲料水4,800本、「Yum Yum® Jumbo」インスタント麺100箱を寄付、さらにタイ中央部の被災地には「YumYum® インスタントヌードル」、「Birdy®」缶コーヒーを寄付しました。

## 財団による活動

### 実績

味の素グループは、3カ国に設立した財団を通じて、「食・栄養」の分野を中心に、各地のニーズに合った活動を支援しています。

国名	財団名	URL
日本	公益財団法人 味の素ファンデーション	<a href="https://www.theajinomotofoundation.org">https://www.theajinomotofoundation.org</a>
	公益財団法人 味の素食の文化センター	<a href="https://www.syokubunka.or.jp">https://www.syokubunka.or.jp</a>
	公益財団法人 味の素奨学会	<a href="https://ajischolarship.com">https://ajischolarship.com</a>
タイ	タイ味の素財団	<a href="https://ajinomotofoundation.or.th">https://ajinomotofoundation.or.th</a> (英語・タイ語のみ)
ブラジル	ブラジル味の素財団	<a href="https://www.ajinomoto.com.br/instituto-ajinomoto/">https://www.ajinomoto.com.br/instituto-ajinomoto/</a> (ポルトガル語のみ)