



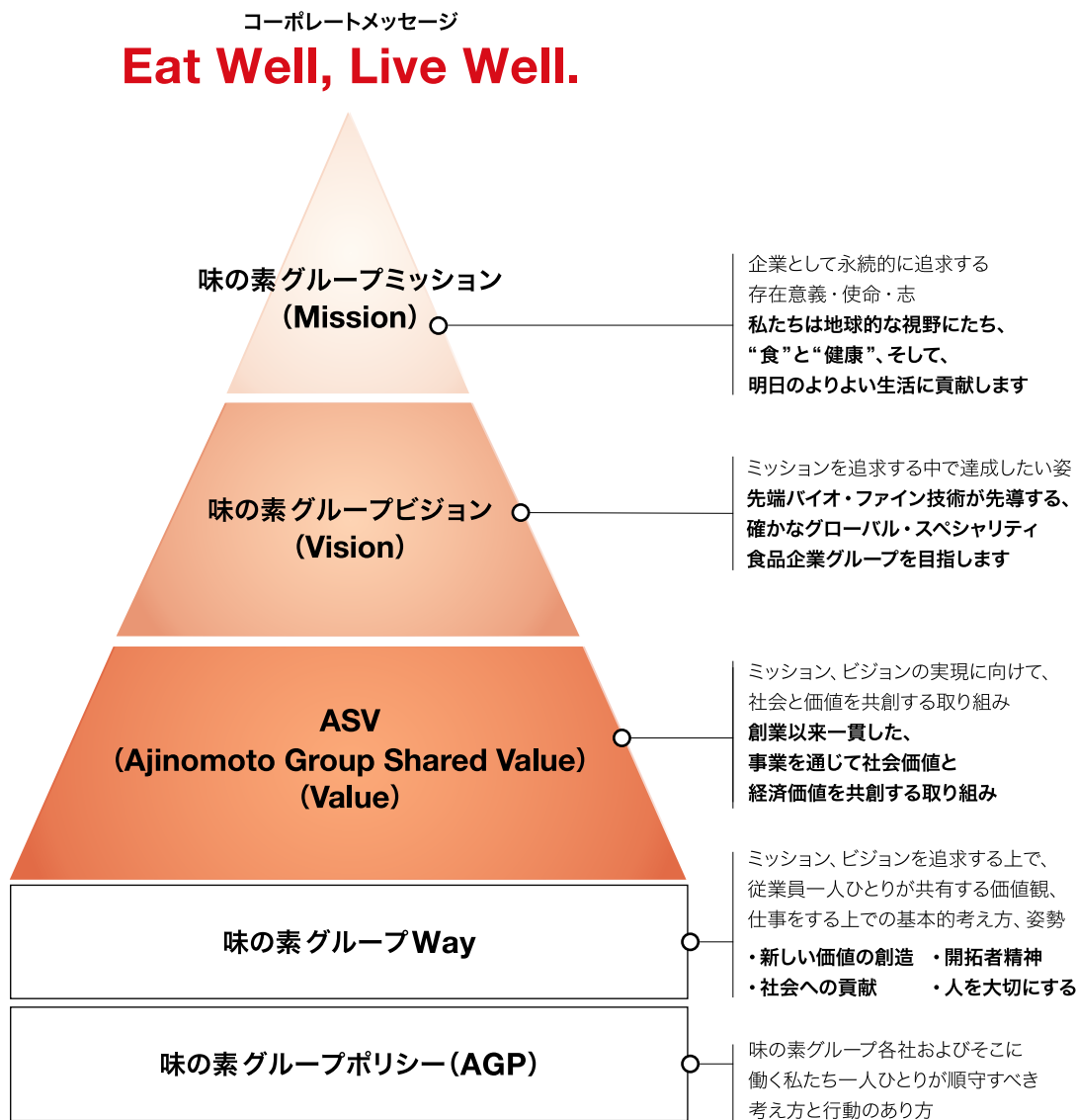
味の素グループ

サステナビリティ
データブック
2018

Aij
AJINOMOTO®

Our Philosophy

味の素グループは、創業以来一貫して事業を通じた社会課題の解決に取り組み、社会・地域と共有する価値を創造することで経済価値を向上し、成長につなげてきました。この取り組みをASV(Ajinomoto Group Shared Value)と称し、ASVをミッションとビジョンを実現するための中核と位置づけた理念体系を“**Our Philosophy**”として設定しています。



編集方針

「サステナビリティデータブック」は、「統合報告書」を補完し、サステナビリティ実現に向けた取り組みをISO26000に基づき記しています。

「統合報告書」と併せ、サステナブルな成長に向けた味の素グループの姿を、株主・投資家の皆様をはじめとする全てのステークホルダーの皆様にご理解いただければ幸いです。

対象組織

原則として、味の素(株)および連結子会社・持分法適用会社(2018年3月31日現在)を「味の素グループ」と表記しています。グループ全体の情報を十分に把握できていない事象は、報告の都度、対象組織を明示しています。

対象期間

2017年度(2017年4月～2018年3月)

ただし、過去の経緯やデータ、最近の事例を示すことが適当である場合は、この期間以外のものを報告しています。

目次

Our Philosophy／編集方針	1
目次	2
社長メッセージ	3
社会課題を解決し、社会と共有する価値を創造する ASV(Ajinomoto Group Shared Value)	5
味の素グループの統合目標	7
重要課題の特定プロセス	8
味の素グループのマテリアリティ	9
ステークホルダーとの対話・連携	11
2017年度活動報告	
健康なところからだ	15
消費者課題・コミュニティ	
- 食と栄養・快適な生活	16
- 製品・サービスの安全・安心	35
- 社会との協働	47
食資源・地球持続性	54
環境	55
公正な事業慣行	87
事業活動の基盤	97
労働慣行	
- 人財	98
- 労働安全衛生	119
人権	128
組織統治	133

より詳細な情報に関しては、当社Webサイトに掲載しています。

URL

<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/>



統合報告書2018

URL

https://www.ajinomoto.com/jp/aboutus/integrated_report/



ASV STORIES 2018

味の素グループのASVの実践事例をまとめています。

URL

https://www.ajinomoto.com/jp/aboutus/asv_stories/



社長メッセージ

ASVの進化と サステナブルな成長の 実現を目指して

代表取締役
取締役社長
最高経営責任者

西井 孝明



味の素グループは、創業の志を受け継ぎ、「食」と「アミノサイエンス」の事業を通じて人と地球の健やかな未来に貢献する、持続的成長力のある「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」の実現に取り組んでいます。

「21世紀の人類社会の課題」の解決に取り組む

われわれの社会的使命は、開発、原材料調達、生産、販売というわれわれ自身の活動から生活者や顧客の使用シーンに至る全バリューチェーンを通して、また、すべての顧客やサプライヤー、そしてわれわれの従業員と家族の社会生活において、「健康なところからだ」「食資源」「地球持続性」の3つに対して常に主体的に貢献していくことです。具体的な課題は、2005年から社外のステークホルダーとの対話を繰り返して、2017年に「当社グループに期待される課題解決」を踏まえマテリアリティ(重要課題)を更新し、統合報告書とサステナビリティデータブックに詳細を掲げています。われわれの中期経営計画をSDGsやパリ協定で採択されたイニシアティブと整合させるにあたり、私が強く意識したのは、「2017-2019(for 2020)中期経営計画」(以下、17-19中計)で掲げた「2020年度統合目標」と「環境長期ビジョン」に示したコミットメントが、国際的合意をリードするものにするということです。

重点的な取り組み

われわれは、なによりも万全の品質保証を第一責任といたします。その上で創業の志「おいしく食べて健康づくり」を事業の中核にして、発展的に世界中の人々に「Eat Well, Live Well.」をより多くの機会に実感していただけるように、食とヘルスケア、ライフサポートの分野でのモノづくり、サービスを通じてこのイニシアティブを発揮していきます。

経営陣は、このイニシアティブによって社会にもたらす価値と企業として追求する経済価値を同時に高めることで味の素グループを持続的成長に導いていきます。そのためにこの価値共創をASV(Ajinomoto Group Shared Value)と名付け、中長期にわたるビジョン実現のための企業戦略の骨子として味の素グループ全体への浸透を図り、17-19中計を策定し、その遂行をけん引しております。さらに、本中計において、事業活動を通じて次の4つの社会課題に重点的に取り組んでいます。

- ① 栄養情報不足による栄養バランスの崩れがもたらす「不足栄養・過剰栄養」
- ② 都市への一極集中や急速に進む高齢化などライフスタイルの変化による多忙化、孤食化がもたらす「こころの健康問題」
- ③ 「食資源の枯渇とフードロス」の食資源課題
- ④ 製品ライフサイクル全体での地球との共生（カーボンニュートラル、フードロスの半減、持続可能な調達、持続的な水資源保全、廃棄物のゼロエミッションの実現）

また、持続的成長を果たすために経営基盤とガバナンスの強化への次の3つのイニシアティブを重点化しています。

- 1 味の素グループ約34,000人の全従業員が高い水準で「働きがい」を実感し、ASV向上と高い生産性を追求し続けるマネジメント
・「健康経営」 ・多様な人財の活躍 ・日本の「働き方改革」
- 2 各国・地域の法規やグローバルルールなども踏まえ、味の素グループの基本的・普遍的な考え方と行動のあり方を示した「味の素グループポリシー」(AGP)とこれに基づく簡素、明確、透明性の高い組織統治、すべての役員、従業員による実践
- 3 すべての役員、従業員が「味の素グループWay」(「新しい価値の創造」「開拓者精神」「社会への貢献」「人を大切にする」)を実践し、切磋琢磨する組織風土の実現

私は、味の素グループを代表して、世界約400社の消費財メーカーとグローバル小売業で組織され、世界中の人々のよりよい生活や持続可能な地球環境といった業界共通の社会課題にリーダーシップを発揮する“The Consumer Goods Forum”のボードメンバーとして、このイニシアティブの普及と啓発に主体的に取り組んでいます。私は、SDGsのような国際的な目標達成についても、これら課題を地域ごとに自分事化し、課題解決のコンセンサス形成と具体的な取り組みへの外部連携がとても重要だと考えています。私は、日本の製造、卸、小売業の各種団体やわれわれが事業展開する主要国でリーダーシップを発揮し、課題解決の輪を広げていきます。

ステークホルダーの皆様との対話を大切に、2020年度以降も味の素グループが持続的に成長し続けられるよう、リーダーシップを発揮する所存です。

代表取締役 取締役社長 最高経営責任者

西井孝明



(左) タイ味の素社カンベンベツ工場にて
(右) われわれのコプロで大きく育ったキャッサバ芋
(農家の方々と)

社会課題を解決し、社会と共有する価値を創造する ASV(Ajinomoto Group Shared Value)

■ 社会の課題に向き合い、社会と共に行動する

グローバル化が進む中、各国・地域には人々の生活や地球環境を脅かす課題が存在しています。先進国であれ開発途上国であれ、課題と向き合い、解決に向けて行動しなければならないという点に変わりはありません。

国連「持続可能な開発目標(SDGs)」は、2030年に向けた持続可能な開発に関する17の目標と169のターゲットを定めたものです。政府のみならず、企業や一般市民の主体的な行動による課題解決が求められているのが特長です。

味の素グループも、グローバルに事業を行う企業体の一つとして、SDGsの達成に寄与していくことを目指しています。



■ 味の素グループが事業を通じて解決すべき「21世紀の人類社会の課題」

味の素グループは、創業100周年にあたる2009年に、事業を通じて解決を目指すべき「21世紀の人類社会の課題」を発表しました。課題の抽出にあたっては、SDGsの前身である国連ミレニアム開発目標(MDGs)や社内外ステークホルダーとの対話などを踏まえ、多様な観点から検討しました。

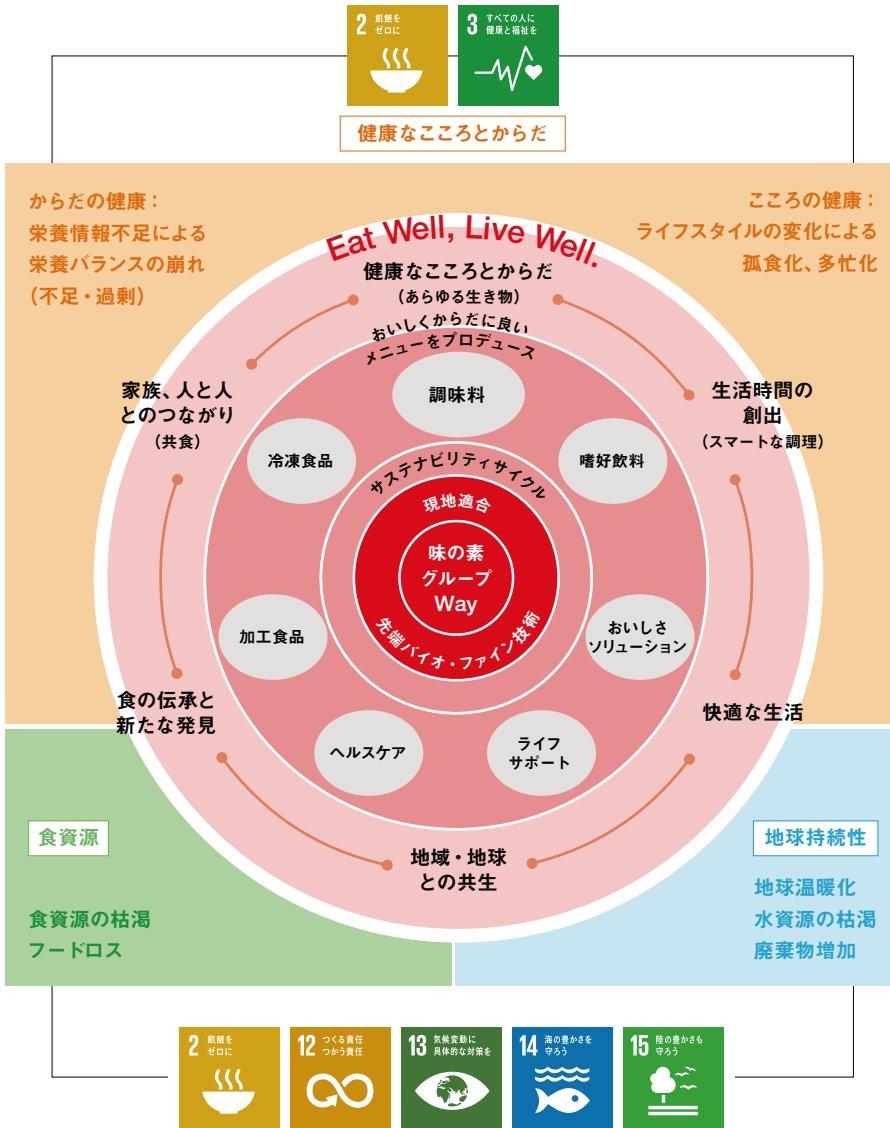
「21世紀の人類社会の課題」は「健康なところからだ」「食資源」「地球持続性」の3つからなります。これらを経営の中心に据え、事業を通じて解決に貢献していくことを宣言しました。

また、これらの社会課題を解決する土台として、コーポレート・ガバナンスや人財面などの「事業活動の基盤」の整備も進めてきました。



■ 味の素グループが目指す創造価値

味の素グループは、「21世紀の人類社会の課題」の解決に向けたアプローチとして、17-19中計においてコアコンピタンスをもとにした「ASVを通じた価値創造ストーリー」を定め、それに基づいた事業活動を展開しています。ASVとは、味の素グループが創業以来一貫して事業を通じた社会課題の解決に取り組み、社会・地域と共有する価値を創造することで経済価値を向上し、成長につなげてきた取り組みです。



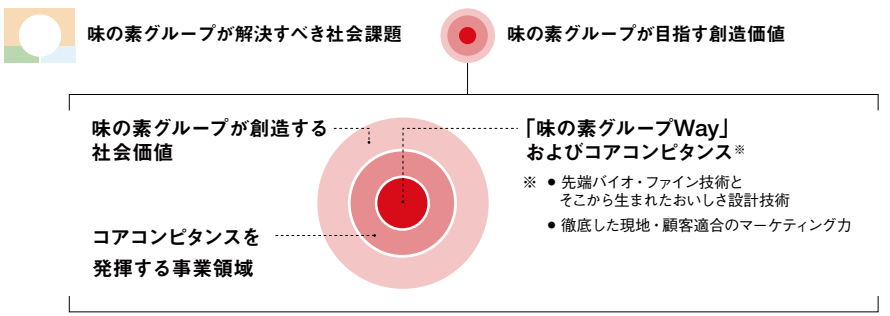
ASVを通じた価値創造ストーリー

1 先端バイオ・ファイン技術とそこから生まれたおいしさ設計技術により、おいしくからだに良い食で、健康づくりに貢献します

2 食を通じて、家族や人と人がつながり、多様なライフスタイルを実現できる社会づくりに貢献します

3 モノづくりから消費の場面に至るまで、社会とお客様と共に地域・地球との共生に寄与します

4 グローバルトップクラスの多様な人財が、お客様起点で地域と価値を共創します

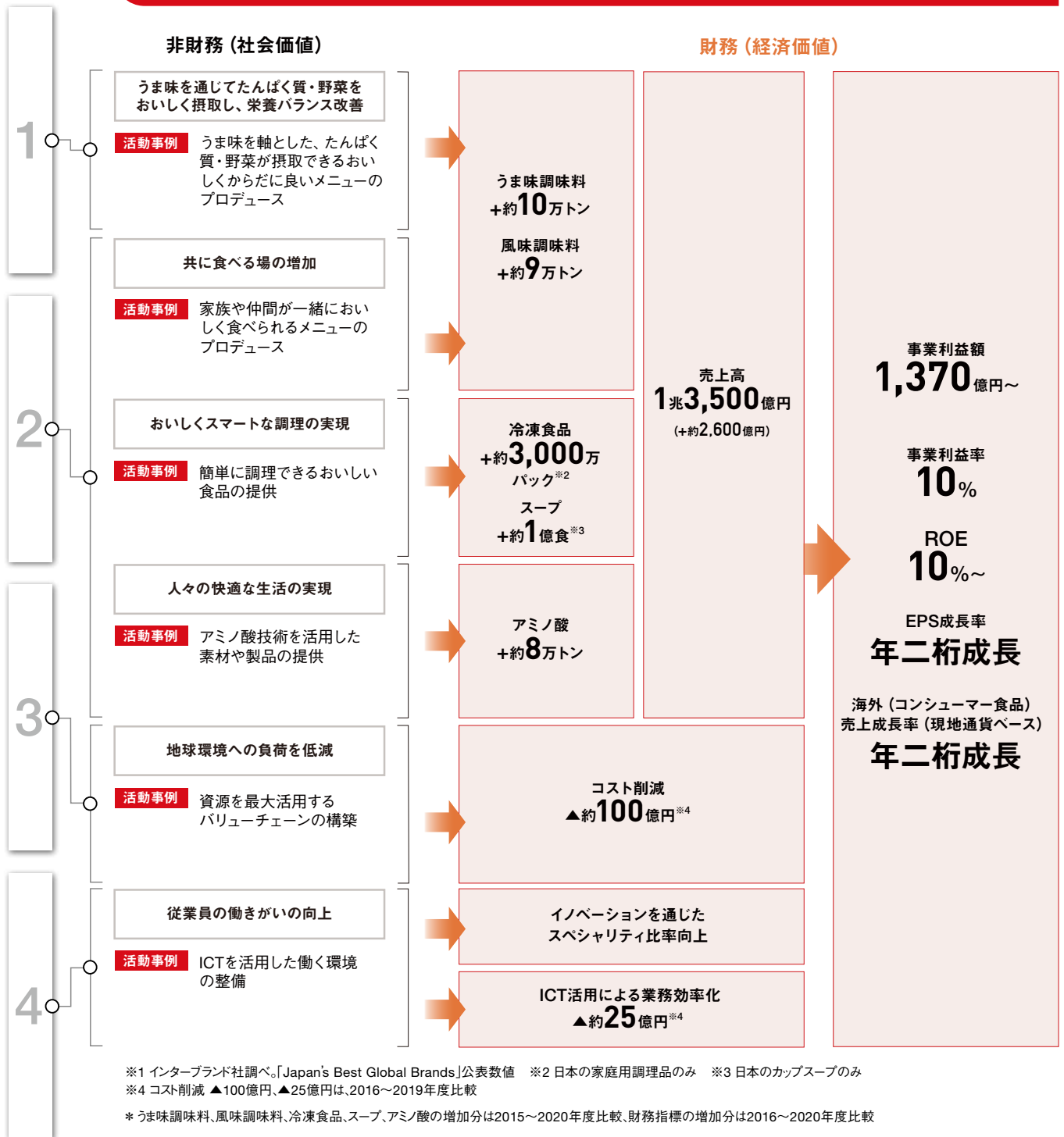


味の素グループの統合目標

ASVを通じた
価値創造ストーリー



2020年度統合目標



※1 インターブランド社調べ。「Japan's Best Global Brands」公表数値 ※2 日本の家庭用調理品のみ ※3 日本のカップスープのみ
 ※4 コスト削減 ▲100億円、▲25億円は、2016~2019年度比較
 * うま味調味料、風味調味料、冷凍食品、スープ、アミノ酸の増加分は2015~2020年度比較、財務指標の増加分は2016~2020年度比較

重要課題の特定プロセス

味の素グループでは、事業活動を通じた価値創造を行うにあたって、重要度・優先度を明確にするために、社外の有識者・専門家から様々な場でご意見を伺ってきました。

また、その都度、最新の社会動向や味の素グループの活動への評価などもいただいています。

いただいたご意見は、事業計画策定などの際に社内で共有し、社会からの期待に応える活動ができるよう反映しています。



味の素グループのマテリアリティ

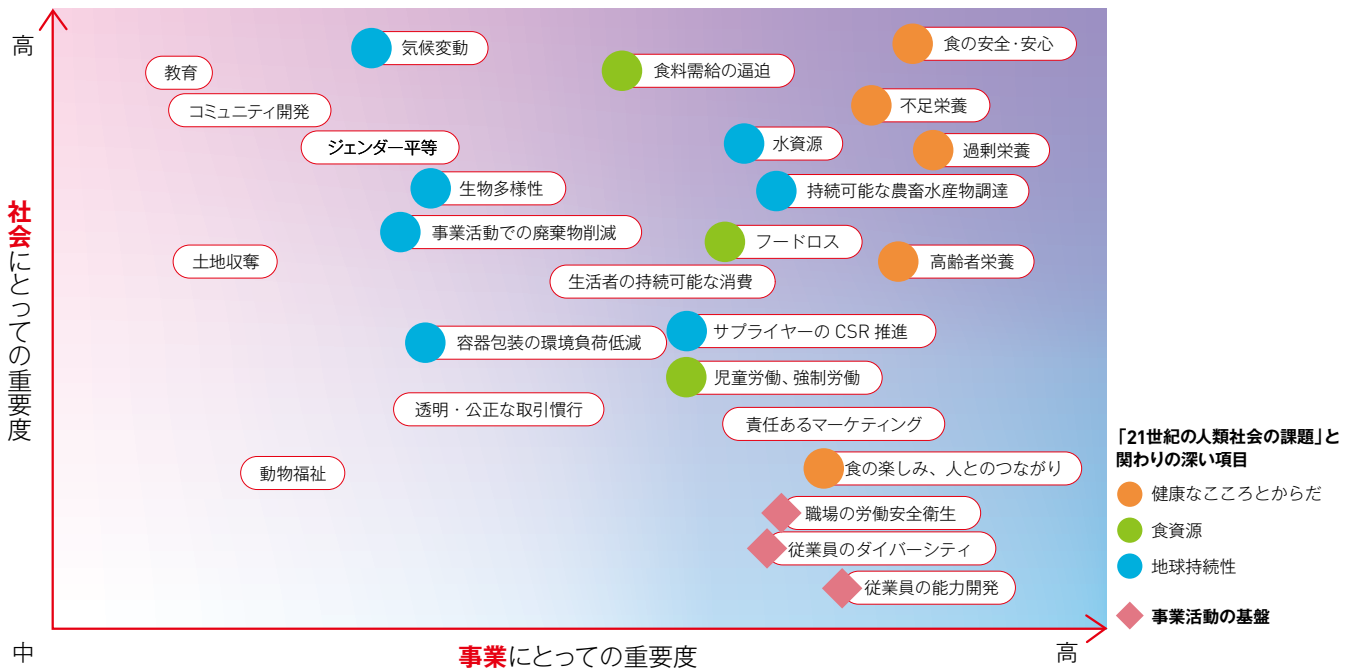
■ 「21世紀の人類社会の課題」を解決するために

味の素グループは、事業を通じて解決すべき「21世紀の人類社会の課題」として、「健康なところからだ」「食資源」「地球持続性」の3つを掲げています。

これらの課題解決は、味の素グループが社会と共存・発展するための前提条件であり、味の素グループならではの技術力や製品開発力を活かすとともに、バリューチェーンへの提案も行いながら貢献できるよう、各部門の計画に反映されています。

また、ステークホルダーとの対話や議論を集約し、社会課題と事業の関係性を再整理して、マテリアリティ項目の抽出・整理を進めています。2015年に行ったマッピングを、社会動向を踏まえて2017年に見直し、これに基づく活動を推進しています。

■ 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)



■ マテリアリティマッピングの一部見直し

味の素グループでは、2017年度にマテリアリティマッピングを更新しました。

その後、味の素グループグローバルブランドロゴ(AGB)を導入するなどの動きがあったことを受け、マテリアリティマッピングの内容についても再度社内で議論しました。その結果、項目および配置については2017年度版を維持しつつ、マッピングの凡例を変更することとなりました。

具体的には、従来の「21世紀の人類社会の課題」の分類に加えて、「事業活動の基盤」を新たに追加しました。これにより、味の素グループの価値創造の基盤となる人財や職場・組織についての項目を整理・管理できるようになったと考えています。

事業を通じたSDGsへの貢献を目指して

■ SDGsに対する味の素グループの認識

2017年度に行ったマテリアリティの分析・見直し後も、17の目標と169のターゲットだけでなく、前文、宣言をはじめSDGs全体を理解し、「誰一人取り残さない」世界を実現するために貢献していく必要があることを認識し、検討を続けています。

「Eat Well, Live Well.」

味の素グループは、食とアミノ酸の知見を活かして、あらゆる生きものの「いのち」を育む支えとなることを目指し、SDGs達成に向けてリーダーシップを発揮していきます。

■ パートナーシップで課題解決に挑む

味の素グループは、開発、調達、生産、物流、販売、サービスといった幅広い機能分野で独自の技術や知見を持つとともに、事業活動を通じて世界各国・地域の様々な関係者とパートナーシップを築いています。一企業が解決できることは限られていますが、広く社会全体で連携・協働し、様々な関係者をつなぐことで、より強く、より強い力を生み出すことができると考えています。

味の素グループは、連携・協働の「ハブ」となり、パートナーシップの要として機能することで、より大きな課題解決につながる原動力を生み出していきたいと考えます。



■ SDGsへの理解を深めるための講演会・意見交換会

2018年4月、SDGパートナーズ(有)の代表取締役CEO 田瀬和夫氏による講演会「今求められている企業価値、ESG経営とSDGs」を味の素(株)で開催し、SDGsの意義や実践にあたり持つべき思考を社内でも共有しました。



田瀬 和夫氏

「SDGsの達成のためには、2030年ないしそれよりもっと先に人類と地球があるべき姿、次世代の子どもたちに残したい社会の姿をわれわれ自身が思い描き、そこから逆算する形で必要な技術革新を起こしていく必要があります。この点、味の素グループが掲げる「Eat Well, Live Well.」には、単に個人がよく食べ健康になるということを超えて、社会の中で食というものがあらゆる意味で健全に捉えられ、個人もまたその中で身体的・精神的幸福を享受できる、さらには人間の可能性を開花できるという含意があるように感じられます。

つまり味の素グループが背負う使命はSDGsが全体として目指すもの、特に(あまり知られてはいませんが)宣言パラ7にある「ビジョン」と完全に合致するのです。その意味でASVはSDGs達成のための戦略そのものにほかならず、今後そこにはより明確かつ具体的なアウトプットやアウトカム、さらには計測可能な社会的インパクトといったことを盛り込む必要性が出てきます。味の素グループが目指すべき消費者認知すなわちブランドは、こうした戦略に基づくものであるべきではないでしょうか。」

ステークホルダーとの対話・連携

味の素グループは、様々なステークホルダーとの対話を継続的に行い、いただいたご意見を企業活動に反映しながら、「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」としてサステナブルに価値を創造することを目指します。

ステークホルダー	主なエンゲージメントの機会	得られた成果／実績など
お客様・生活者	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様相談窓口 ● 味の素(株)のレシピ&コミュニティサイト  ● 各種イベント ● 工場見学 	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様の声をもとに、製品・サービスを改善／対応満足度向上の取り組みを実践(→ P42-45) ● 味の素グループのサステナビリティへの取り組みの認知・理解と参加者の意識の向上(→ P85-86) ● 味の素(株)国内3事業所工場見学者数 2017年度実績:約6.2万人
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 決算説明会 ● 機関投資家との対話 ● 機関投資家向けのESG(環境・社会・ガバナンス)関連の取り組み説明会 	<ul style="list-style-type: none"> ● コーポレート・ガバナンス報告書更新(2018年6月) ● 「味の素グループ 統合報告書2018」発刊(2018年7月) ● 統合報告書トピックス説明会開催～R&Dを通じた社会価値・経済価値の創出～(アナリストおよび機関投資家向け)(2018年4月)
取引先	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常的な取引の場でのコミュニケーション ● フードディフェンス説明会・フードディフェンス監査 	<ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能な調達、CSR調達に関する味の素グループの方針説明会開催、約370社、約600名参加(原料、包材、間接材サプライヤー向け)(2018年2月)(→ P40)
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ● 「味の素グループWayセッション」[ASVセッション] ● 階層別・部門別研修 ● AGPに関する意識調査 ● 味の素グループ行動規範職場検討会 ● ホットライン(内部通報制度) ● ハラスメント相談窓口 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「味の素グループWayセッション」[ASVセッション]は、2017年度末に全従業員が受講完了(→ P102) ● 味の素グループ行動規範職場検討会開催 2017年度実績:30回、297名参加(→ P139) ● ホットライン通報件数 2017年度実績:国内グループ全体71件(→ P135)
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ● 工場と近隣住民との対話 ● 地域のイベントに参加・協賛 ● 財団による奨学金などの活動(世界4カ国) ● 自然災害の被災地に対する復興支援活動 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「環境モニター」制度の導入(味の素(株)川崎事業所)や各工場での近隣住民とのふれあいの場づくり ● 被災地支援活動(→ P52-53)
NPO・NGO／社外有識者など	<ul style="list-style-type: none"> ● 味の素グループ サステナビリティフォーラム ● サステナビリティ・CSR活動に対する個別対話 ● 「食・栄養」分野で活動するNPO・NGOを支援する「AINプログラム」(※財団を通じた支援) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 対話を通じていただいた様々なご意見を、サステナビリティ・CSRの計画に活かせるよう社内で検討 ● AINプログラムの支援実績(1999～2017年度開始分):80団体/14カ国、受益者数約15万人、総額約3億円(→ P47-48)

社外ステークホルダーから寄せられた期待と提言

世界各地で異なる要請に応え続けていくために、各国・地域の有識者から、味の素グループのサステナビリティに対するアプローチ全般や、人権・環境など個別の取り組みについてご意見をいただきました。

グローバルリーダーとなるために 解決すべきサステナビリティの課題

味の素グループの中核的なアプローチは、世界のサステナビリティの課題に適合していると思います。健康なところとからだ、食の安全・安心、食資源・地球持続性に共通する課題に焦点を当てることは、方向性として非常に正しいと思います。味の素グループの強みを発揮することで社会のニーズに応えるこれら意欲的な目標の達成は、味の素グループがどのように他の国内外の団体と連携していくかによります。

持続可能な開発目標(SDGs)を後押しし、SDGターゲットに沿った具体的な目標を立て、業界内外、政府横断のパートナーシップにおいて積極的な役割を果たし、新しい国際的な実行基準を推進していくことで、味の素グループの取り組みに対する認知と支援を得ることができるでしょう。

味の素グループの経営層はこれらの課題について自ら関与し、国際的なフォーラムで公に発言をして、メッセージを広めなくてはなりません。リーダーであるということは、自らが素晴らしい成果を上げるだけでなく、他者にも影響を及ぼす存在でなくてはなりません。



Beyond Business Ltd.
創始者・CEO

エレイン・コーヘン氏
(Elaine Cohen)

長期的視点で 味の素グループに期待すること

前述した通り、味の素グループは、人、社会、地球環境の長期的なニーズに焦点を当て、サステナビリティに関して正しい戦略と方向性を持っています。

味の素グループは、革新的な創造性と知見を活かし、事業戦略と独自の強みに沿って各方面で社会価値を創出しています。私が将来的に味の素グループに期待するのは、5年、10年、20年の長期スパンでのコミットメントをその進捗とともにより明確に示していくことです。長期戦略の一環として、明確な長期コミットメントとそれを達成するためのロードマップを、バリューチェーンの主要分野ごとに見たいと思います。これには、味の素グループが既にコミットしている通り挑戦的なサイエンス・ベース・ターゲットを設定することや、不足栄養と過剰栄養の領域で具体的な目標を宣言し、特に生活者の習慣を変えるために、味の素グループがどのような差別化を図るかが含まれます。

同時に、味の素グループが、業界連合や国際フォーラムに一層積極的に参画し、国や地域を超えた取り組みを強化することに期待しています。

気候変動、人口の爆発的増加、貧富の格差、難民問題など、様々なグローバルリスクに現代社会は直面しています。今、企業に求められるのは、従来のような経済的な企業価値の追求や顧客価値の提供にとどまりません。ビジネスを通じた社会課題の解決の姿勢は、企業にとって生き残るのに必要不可欠の要素となっています。その点から、ASVの成功は、味の素グループが新しい時代の企業として持続的に発展するためのキーとなる戦略であることは間違いないでしょう。

ただし、個々のグローバルな社会課題は、単純なものではありません。その解決策は、時として他の課題を引き起こし、また、他の課題とのトレードオフになってしまうことも多々あります。味の素グループが、真の意味で社会課題の解決に資する企業となるには、ASVの社会的インパクトを的確に把握し、見かけだけでなく、SDGsに資するような真の社会的価値を生み出していく努力が必要です。SDGsの究極の目標である「われわれの社会を変革する」一躍をASVが果たすことを期待しています。



ロイトレジスタージャパン株式会社
取締役
富田 秀実氏

業界トップ企業が負う環境に対する責任は、サプライチェーン上のCO₂排出量や水の使用、森林破壊など、自社の業務の管理外にまで広がっています。このような状況の中、サプライヤーに良い影響を与えるためには、競合他社との協働や情報共有、共通価値を創造する革新的な方法など、新しい発想での取り組みが必要です。

味の素グループの活動で素晴らしいのは、主要農産物原料の一つであるサトウキビについて、サプライヤーと協力し、栄養豊富な副生物を肥料や動物の飼料として活用することにより、循環型のアミノ酸生産方式を開発したことです。これで、50万ヘクタールのサトウキビ農園に必要な化学肥料の70%をカバーしています。今後も、持続可能な未来の実現に向けて最先端の科学が必要不可欠としていることを認識し、味の素グループ全体の戦略を合わせていくことができれば、味の素グループは、低炭素社会で持続可能な成長を実現し、地球の限界を超えることなく、人々の「おいしく食べて健康づくり」に貢献するでしょう。



Carbon Trust
取締役社長
ヒュー・ジョーンズ氏
(Hugh Jones)

食品業界のサプライチェーンでは、人身取引、強制労働などの人権侵害が発生しており、欧米の食品企業は、それらサプライチェーン上の労働・人権問題に対処するとともに、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、人権デュー・ディリジェンスの取り組みを行っています。具体的には、トップがコミットし、トップダウンで進め、人権報告書を発行するとともに進捗状況をステークホルダーに透明性を持って伝えています。それと比較すると日本は、人権に対する認識が低く、企業の取り組みも進められていないのが実情です。2020年に東京オリンピック・パラリンピックが開催されますが、国内で発生している外国人労働者の労働・人権問題は国際NGOが注目しており、その対応が迫られています。グローバル食品企業トップ10クラス入りを目指す企業として、味の素グループには欧米の食品企業に引けを取らない人権の取り組みを行うこと、そしてさらにリーダーシップを発揮することを期待しています。



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
代表理事
下田屋 毅氏

安全で高品質、しかもおいしい食品は、地球すべての人たちの豊かな生活と健康の根幹をなすもの。高い技術開発力、厳しいリスク評価とリスク管理が求められます。ところが食の科学は高度かつ複雑になっており、時には生活者に警戒され誤解も招いてしまいます。そのため、事業の透明化を図り、誠実なコミュニケーションを続けることが求められています。

味の素グループの事業活動は、1908年にうま味を発見した池田菊苗・東京帝国大学教授の想いを受け継ぎ、1909年に「味の素。」を事業化したことに始まっています。これまでの長い歴史の中で時には誤解され誹謗中傷すらも受けながら研究開発を続け、世界の人々の食生活改善に向けて事業を発展させてきた意義はとても大きいと考えます。残念ながら、味の素グループは情報開示には積極的ではないという印象を受けた時期もありました。しかし、現在では世界に向けた情報発信とコミュニケーションが強化されており、例えば、10カ国語で発信している「NEWSLETTER」には、誤解を受け続けてきたグルタミン酸ナトリウム(MSG)の歴史を振り返る号もあって、とても読み応えがあります。批判を恐れず、真摯な情報発信とコミュニケーションを継続することで、世界の信頼を獲得していくことを期待しています。



科学ジャーナリスト

松永 和紀氏

TOPICS

栄養に関する専門家との対話

2017年11月、味の素(株)研究開発企画部は、日米の栄養に関する専門家を招いて、「味の素グループ栄養ポリシー」「味の素グループ栄養戦略ガイドライン」についての意見交換会を開催しました。

【出席者】

女子栄養大学 副学長 香川靖雄氏

ペンシルバニア州立大学 栄養生理学 教授 キャサリン・ロス氏

味の素(株)取締役 常務執行役員 木村毅

味の素(株)研究開発企画部メンバー



専門家から寄せられたコメント

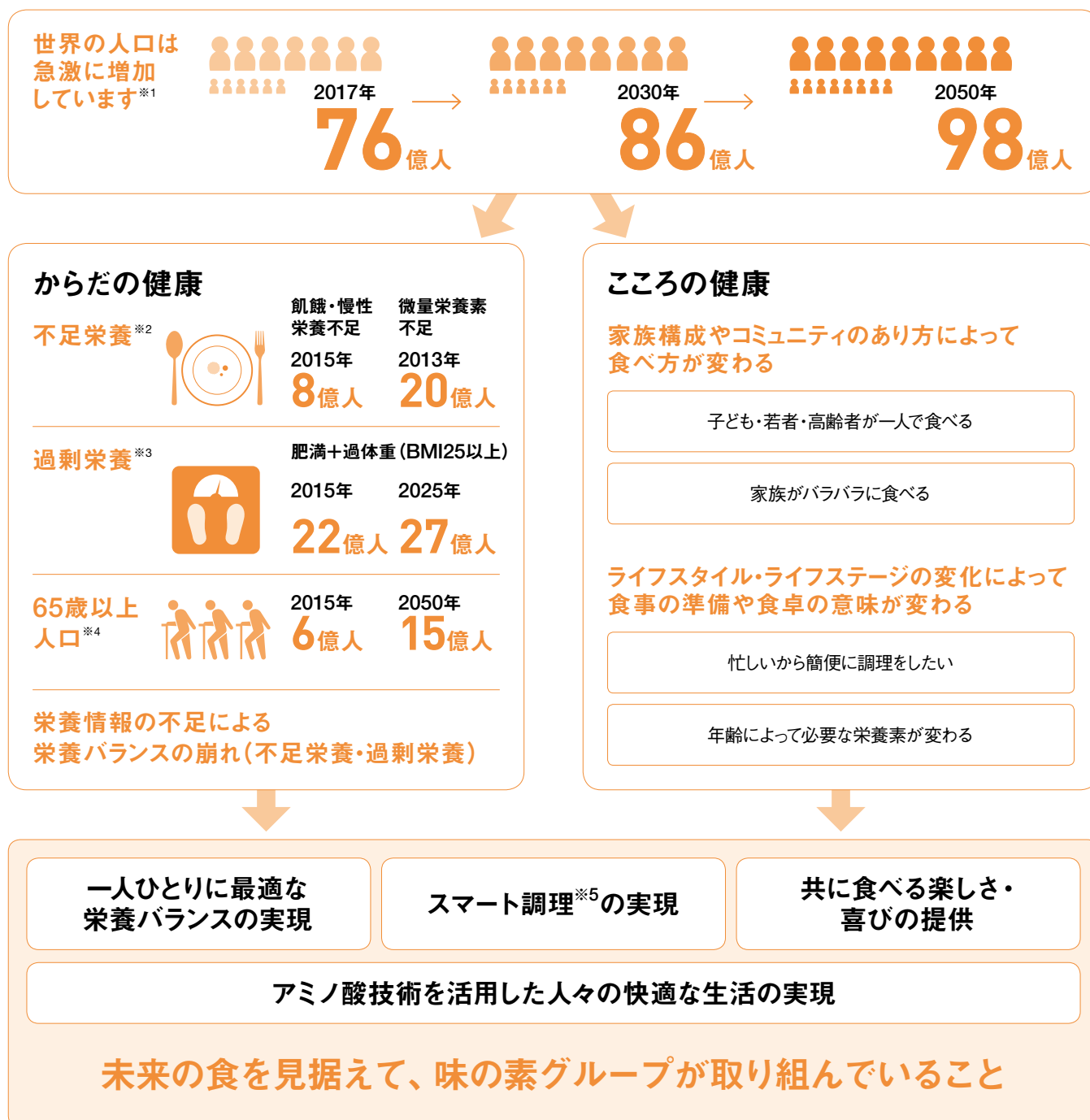
- 地域・年齢などが異なる様々な人々の栄養ニーズに基づき、栄養バランスを向上させるという会社の姿勢を公開し、取り組んでいるのは素晴らしい。
- 栄養素の充足だけでなく、食文化を考慮したおいしい食事を提供するアプローチが大切。不足を補う栄養サプリメントと食事の両輪で社会への貢献を期待している。これは味の素グループだからこそできることである。
- 日本では高齢者の虚弱をいかに防ぎ、改善するかが緊急の課題となっている。骨量減少の防止や筋力を維持することが最も重要であり、アミノ酸を摂るとともに、ビタミンDの摂取を米国推奨量と同等に増やす必要があると考えている。
- 米国でも、高齢者の食欲をいかに維持するかが課題となっているが、一番大きいのは肥満の問題。過剰栄養に関する研究開発に、米国から期待している。
- 味の素グループの研究成果を、米国栄養学会などでぜひ積極的に発信してほしい。

健康なこころとからだ

SDGsのゴールの年である2030年を迎えた後も、「食」をめぐる課題はさらに大きくなっていくと考えています。安全や安心、優れた栄養バランス、人と人とのつながりなど、食に求められるものは国や地域、時代によっても変化し続けていきます。

味の素グループは、多様な食のニーズやライフスタイルの変化に応え、おいしくからだに良い食や、高品質な製品・サービスをお届けすることで、こころとからだの健康に貢献します。

味の素グループの課題認識



※1 国連(UN) (2017) ※2 国連食糧農業機関(FAO) (2015) (2013) ※3 New England Journal of Medicine (2017)、世界保健機関 (WHO) (2016) ※4 国連(UN) (2015)
※5 楽しく、上手に、買い物も含む食事の準備、調理、食後の後片づけができること

消費者課題・コミュニティ

食と栄養・快適な生活

味の素グループのアプローチ

味の素グループは、「おいしく食べて健康づくり」という創業の志を現在まで受け継ぎ、世界各地で事業を展開しています。各国・地域にあ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、各地で異なる栄養課題の解決を目指し、手に入れやすい食材や定番メニューを活用して、栄養バランスが良いメニューの提案を行っています。さらに、空腹を満たすだけでなく、こころも健やかにする食事の実現を目指して、食事をする「場」をよりよいものにする提案にも積極的に挑戦しています。

このように、情報・製品・サービスを組み合わせたトータルでの提案をすることで、健康で快適な生活に貢献します。



味の素グループポリシー

■ 基本原則

1. 栄養改善の取り組み

- 1.1 私たちは、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。
- 1.2 私たちは、栄養素の質と量を適正にするだけでなく、おいしさ・食の多様性・共食・スマートな調理を通じて、“こころとからだの健康”に貢献していきます。
- 1.3 私たちは、生活者の深い理解に基づく、情報、製品、サービスを組み合わせたトータルでの提案で、栄養改善に取り組めます。
- 1.4 私たちは、各国の生活者ニーズに合った手頃な価格かつ適切な形状の商品を通じて、栄養価の高い食事の機会を提供します。

関連するグループポリシー・ガイドライン

栄養に関するグループポリシー

● 栄養戦略ガイドライン

製品アクセシビリティに関するグループポリシー

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
● 不足栄養			○	○
● 過剰栄養			○	○
● 高齢者栄養			○	○
● 食の楽しみ、人とのつながり			○	○

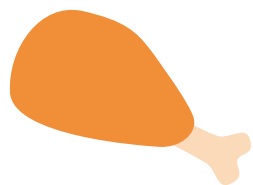
参照

味の素グループのマテリアリティ P9

「健康なこころとからだ」の2020年度目標

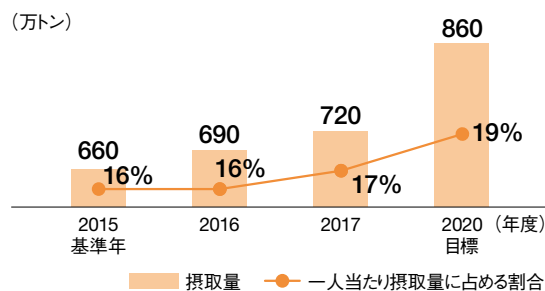


うま味を通じてたんぱく質・野菜をおいしく摂取し、栄養バランス改善

味の素グループ製品による肉の摂取量^{※1}

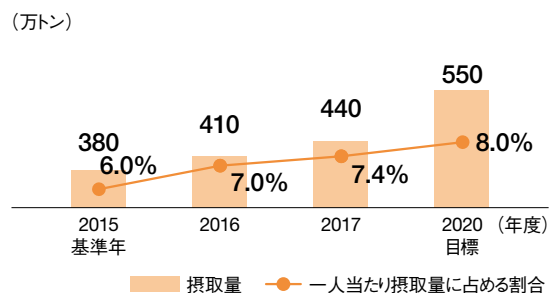
年 **860** 万トン

19%^{※2}(9.7kg/人/年)
対2015年度+3%(+2.0kg)

味の素グループ製品による野菜の摂取量^{※1}

年 **550** 万トン

8.0%^{※2}(6.2kg/人/年)
対2015年度+2.0%(+1.6kg)



※1 日本の合わせ調味料「Cook Do[®]」5品目、冷凍「ギョーザ」、Five Stars (タイ、ブラジル、インドネシア、ベトナム、フィリピン) の風味調味料製品を対象。

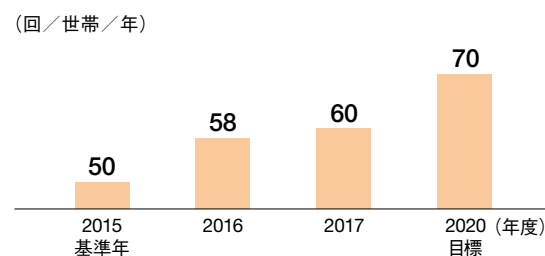
※2 一人当たり摂取量に占める割合。

共に食べる場の増加

味の素グループ製品による共食の場への貢献回数^{※3}

70 回/世帯/年

対2015年度+20回



※3 日本の「Cook Do[®]」5品目、冷凍「ギョーザ」、Five Starsの風味調味料製品を対象。

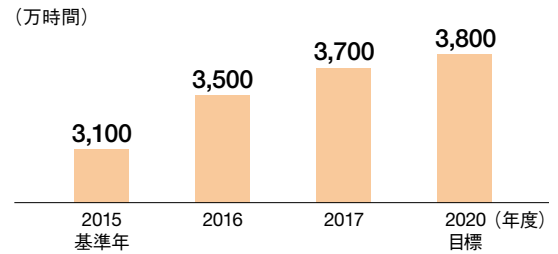
おいしくスマートな調理の実現

味の素グループ製品を通じて創出される時間(日本)^{※1}



3,800 万時間/年

(6時間/世帯/年)
対2015年度+700万時間



※1 冷凍食品(「ギョーザ」「やわらか若鶏から揚げ」「ザ★チャーハン」)および「クノール®カップスープ」3品目を対象。

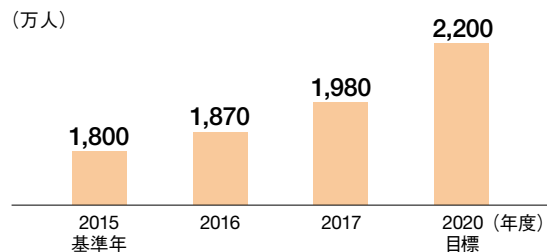
人々の快適な生活の実現

アミノ酸製品を通じた快適な生活への貢献人数^{※2}



2,200 万人

対2015年度+400万人



※2 医・健食アミノ酸(輸液用、メディカルフード用)「アミノバイタル®」「ノ・ミカタ®」「グリナ®」などを対象。

食と栄養に関するマネジメント

■ 推進体制

2017年3月に栄養戦略タスクフォースを立ち上げました。「栄養に関するグループポリシー」の実効性を高めるため、2019年度導入に向けて自社製品が満たすべき栄養素基準(Nutrient Profiling System)の仕組みの整備を検討しています。

おいしく食べて健康づくり

うま味・グルタミン酸ナトリウム(MSG)の持つ価値を世界に広める

■ 「おいしい食事で栄養状態を改善する」という創業時からの想い

味の素グループの創業は、うま味の発見なくしてはありえないものでした。1908年、池田菊苗博士が甘味、塩味、酸味、苦味のほかにもうひとつの味があることを確信し、研究の末にこの味の正体がアミノ酸の一種、グルタミン酸であることを発見しました。池田博士はこの味を「うま味」と名付けました。1909年、味の素グループの創業者である二代 鈴木三郎助は、池田博士の「粗食をよりおいしくすることで日本人の栄養状態を改善したい」という想いに賛同し、グルタミン酸のナトリウム塩をうま味調味料「味の素®」として製品化しました。

近年、うま味に対する関心が世界各地で高まっており、大都市を中心としてうま味の名前を冠したメニューを出す飲食店が現れています。その一方で、うま味のもとであるMSGに対する様々な風評はいまだに繰り返されています。

長年にわたる研究の結果、MSGは安全なものであるということ、また、うま味はグルタミン酸として、東西の食文化の中で常に身近な存在であり、健康に良い影響を与え得るものであることが明らかになっています。味の素グループは科学的根拠に基づく丁寧な説明を繰り返し行うことで、MSGに対する正しい理解を世界中に広めていきたいと考えています。



■ うま味・MSGが健康に与える良い影響

グルタミン酸は食べ物に豊富に含まれ、母乳中にも多く存在しているため、世界中のすべての人が生まれたときからグルタミン酸のうま味に親しんでいると言えます。

うま味の機能の一つとして、唾液の分泌を促すことがわかっています。高齢期になると唾液の分泌能が低下し、味を感じにくくなったり嚥下障害などを引き起こしたりする原因となりますが、ドライマウスの方がうま味を摂り続けることで口の乾きが改善したという研究結果も出ています。

また、うま味を活用して減塩効果を得ることもできます。食塩の摂りすぎは高血圧の原因となり、そこから様々な生活習慣病へとつながる可能性があります。食事にうま味を効かせると塩分を減らしてもおいしさは減少しないという研究がなされています。

味の素グループは、こうしたうま味の持つ可能性を今後もさらに追究し、その成果を広く社会に還元していきます。

NEWSLETTER

味の素(株)は、うま味やMSGに関する情報を10カ国語^{*1}の「NEWSLETTER」で発信しています。

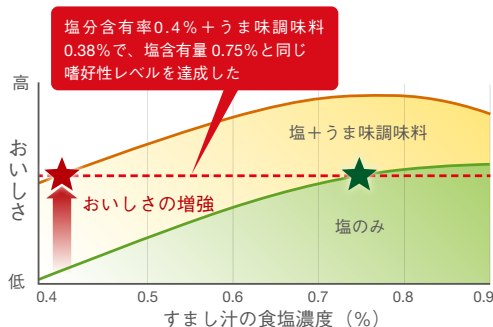


^{*1} 中国語、英語、英語(英国)、フランス語、インドネシア語、マレー語、ポルトガル語、スペイン語、タイ語、ベトナム語(アルファベット表記順)

■ うま味調味料でナトリウム摂取を約30%削減

- WHO加盟国は、塩の摂取量を2025年までに30%削減することに合意

- うま味調味料によりナトリウム摂取量を約30%削減



参照

NEWSLETTER

<https://www.ajinomoto.com/en/aboutus/newsletter/>

Column

科学的根拠に基づく細やかなコミュニケーションの実践

味の素グループは、うま味やMSGの持つ価値をステークホルダーごとに最適な方法で伝える責任があると考えています。

科学的根拠に基づくうま味・MSGの有用性を、栄養士、料理人などの食・栄養に関する専門家に伝え、さらに一般生活者に正しい知識を広く普及・浸透させることを目的に、2017年度より「Umamiプロジェクト」を推進しています。このプロジェクトの一環として、食・栄養の専門家を対象に2018年9月に米国で「World Umami Forum」を開催し、様々なディスカッションや体験を通じて、うま味・MSGとその役割の理解を促進します。

味の素グループは、世界中の人々が安心して食と向き合えるよう、わかりやすいコミュニケーションを実践していきます。



World Umami Forum

開催時期: 2018年9月20~21日

開催場所: 米国ニューヨーク市

URL: www.WorldUmamiForum.com



社長メッセージ〜World Umami Forumに向けて〜

うま味発見110周年を記念して、世界初のMSGメーカーである味の素(株)は、引き続き世界各地の料理においしさをお届けできることをうれしく思います。うま味の最も純粋な形であるMSGは、皆様の食卓に革新的な方法で味をもたらす新しい調味料として、米国市場には1917年に導入されました。過去数十年間にわたる研究の継続により、うま味は古典的な4つの基本味(甘味、塩味、酸味、苦味)と同様に基本味の一つとして認識されています。今回、多様な専門家にお集まりいただくことで、うま味と、そのアメリカ料理における役割についての理解を深めていただきたいと思います。

代表取締役 取締役社長 最高経営責任者 西井 孝明

Column

サイエンスコミュニケーションでうま味・MSGの価値を共有する
〜「Nature Café @ London」の開催〜

2017年12月、味の素グループは世界的な総合科学雑誌「Nature」を発行するSpringer Nature社(以下、ネイチャー社)と共同で、サイエンス・カフェ^{※1}「ネイチャー・カフェ」を英国で開催しました。「Taste Science, Culture and Communication」(味覚の科学、文化とコミュニケーション)をテーマとし、サイエンスライター、科学者など約50人が集まりました。

当日は世界を代表する5名の科学者と味の素(株)取締役常務執行役員の木村毅の講演、シェフによる料理デモンストレーション、パネルディスカッションが行われました。このイベントを通じて、うま味・MSGの正しい理解を促進する科学的情報を積極的に発信し、参加者より大きな賛同を得ました。

また、この取り組みは一部のメディアより、「風評に対して臆するところなく、科学的根拠に基づき、経営陣が顔を見せて堂々と発信していく、SNS時代に必要な『顔の見える広報』』として評価されました。

※1 科学の専門家と一般生活者が、カフェなどの比較的小規模な場所でコーヒーを飲みながら科学について気軽に語り合うイベント



登壇者

Web

「ネイチャー・カフェ」については、ネイチャー社のWebサイト「nature.com」に掲載されました。
<https://www.nature.com/collections/sjxphxybyq/>

おいしく、手軽で、栄養バランスの良い食事のあり方を提案する

昨今、世界では健康志向の高まりが見られる一方で、生活習慣やライフスタイルの変化から、たんぱく質・野菜の摂取不足や糖・脂肪・塩分の過剰摂取による栄養面の課題も顕在化しています。これらは生活習慣病発症リスクの増加にも影響を及ぼします。こうした課題の解決には、日常的な食生活における栄養バランスの改善が重要です。

味の素グループは創業以来、アミノ酸に関する研究を軸に、先端バイオ・ファイン技術を磨いてきました。そこから生まれた独自のおいしさ設計技術と、栄養設計に関する知見を活かし、手軽でおいしく栄養バランスに優れた食事を実践するための提案を続けています。

入手しやすい食材や伝統的な調理法を踏まえたバランスの良い食事の基本知識やレシピなどを世界各国・地域で積極的に発信しているほか、生活者の多様な課題やニーズを捉え、調理の工夫とうま味の活用によりおいしさを減少せずに減塩できるアイデアや、たんぱく質や野菜をしっかり摂ることのできる調味料、減塩・減糖・減脂の調味料や加工食品、食事で不足した栄養を補うサプリメントなどを提供しています。

今後も、味の素グループにしか提供できない各国・地域に最適なおいしさをもって、必要な栄養素を的確に摂取できる、バランスの良い食事を世界中で提案していきます。

参照

統合報告書2018 P22-23、P30-35

	「減らす」 おいしく、摂りすぎ対策 減塩・減糖・減脂	「増やす」 おいしく、しっかり摂る対策 たんぱく質・微量栄養素
製品		
レシピ提案	<p>東北エリアでは、「減塩・適塩」を継続的に提案しています。</p> 	<p>「がんばる人のチカラになるごはん」 1日3食で国が推奨する摂取量(たんぱく質60-70g、野菜350g)を満たす献立を提案しています。</p> <p>ポイント1 からだをつくる「たんぱく質」</p> <p>ポイント2 からだを整える「野菜」</p> <p>ポイント3 消化と吸収を助ける、うま味の効いた「汁物」</p> 

■ おいしく、摂りすぎ対策

● おいしさと減塩を同時に実現(「TAI PEI®」)

栄養バランスを欠いた食生活によって、世界中で様々な健康課題が発生していますが、北米においては塩分の過剰摂取が大きな健康課題の一つとなっています。

北米において冷凍食品事業を展開している味の素フーズ・ノースアメリカ社は、ヘルシー志向の高まりに応えるとともに、塩分の過剰摂取の課題解決に向けて減塩プロジェクトを推進しています。味の素グループ独自のおいしさ設計技術と減塩技術・素材を組み合わせ、おいしさの向上と従来品比約30%の減塩を主力ブランド「TAI PEI®」で実現しました。手軽に本格的なアジア・エスニック料理を楽しめるヘルシーな製品で、生活者のおいしさへの期待と健康志向に応えています。

味の素グループは、今後もグループでのシナジーを発揮しながらおいしく栄養面でも優れた食品を提供することで、食習慣の改善に貢献していきます。



「TAI PEI®」シリーズ

● 東北エリアにおける継続的な「減塩・適塩」の取り組み

味の素(株)は、2014年より東北地方で「減塩・適塩」活動を開始し、地域食材を活用した減塩メニューの提案や、栄養士会・食生活改善推進委員に対する減塩セミナーの実施などを通じて、地域全体の意識向上に取り組んでいます。

詳細は「ASV STORIES 2018」をご参照ください。

■ 岩手県の食塩摂取量推移

	男性	女性
2012年	12.9g/全国1位	11.1g/全国1位
2016年	10.7g/全国21位	9.3g/全国18位
全国平均	10.8g	9.2g

参照

ASV STORIES 2018 P10

■ おいしく、しっかり摂る対策

● 調味料で野菜をおいしく手軽に摂取(「Ros Dee®」)

タイでは、95%の子どもの野菜摂取量がWHOの推奨量(120g/日)に満たず、栄養不良が課題となっています。タイ味の素社で2歳から5歳までの子どもを持つ母親にアンケートを実施した結果、子どもに野菜を食べさせるのが難しいのは、野菜がおいしくない、苦い、香りが良くないためということが判明しました。そこで、同社は、栄養豊富な野菜と同社の風味調味料「Ros Dee®」を使い、子どもたちに人気の高いKao Pad(タイ風チャーハン)、Kai Jiao(タイ風卵焼き)で、野菜をおいしく手軽に摂取することを提案しています。オンラインメディア、店頭などでこのメニューを広く周知し、栄養課題解決の一助となることを目指しています。



Kao Pad



Kai Jiao



「Ros Dee®」

● 栄養バランスの良い献立を生活者に提案する「勝ち飯®」

味の素(株)は長年にわたり、世界で活躍するトップアスリートに対して、「食」と「アミノ酸」によるコンディショニングサポートを行ってきました。そこで得た知見を凝縮し、健康・栄養情報や無理なくおいしく作ることのできるテーマ別の献立を「勝ち飯®」として量販店の店頭やWeb上で発信し、生活者のからだづくりを応援しています。

詳細は「ASV STORIES 2018」をご参照ください。

献立当たりのたんぱく質・野菜摂取量(例)



1日3食で実現する摂取量 - たんぱく質 69.8g 野菜 603g

国が推奨する摂取量 - たんぱく質 60-70g 野菜 350g

参照

ASV STORIES 2018 P9

共に作り、共に食べる喜びの実現

近年、核家族化やライフスタイルの多様化により、家族がそろって食卓を囲む機会が減り、食生活も多様化しています。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ものを食べる「個食」も増えてきています。また、多忙化により、料理を作る時間を思うように取れない場合もあります。食事は栄養を摂るだけでなく、コミュニケーションの場にもなります。味の素グループは、食事を通じて、家族や人々がつながる「共食」の喜びを拡げることや、楽しく、上手に食事の準備ができる「スマート調理」により生活時間を創出することで、多様なライフスタイルを支え、世界中に「健康なことから」を届けていきます。

Column

食を通じて、家族の絆づくりをサポート ～ベトナム味の素社～

ベトナム味の素社は休日の食事を家族みんなで楽しみたいというニーズに応え、2016年7月、パンケーキミックスを発売しました。水と混ぜ、フライパンで3分焼くだけで本格的なパンケーキを作ることができるのが、この製品の特徴です。小麦粉の中に牛乳、卵などの必要な材料があらかじめミックスされており、子どもでも失敗なく作ることができます。現地でも人気の高いアニメキャラクターを使ったTVCM、Webサイトでのアレンジメニューの紹介や親子で調理する動画の配信、SNSでの情報発信などにより、家族で楽しみながら料理を作る提案を行っています。今後は、子ども向け媒体への露出、ファンページやYouTubeなどのデジタル活用、料理教室の実施などにより、「共に作り、共に食べる楽しさ」を伝えていきます。

また、同社では2017年5月、若い世代にベトナムの家庭料理を伝え、家族の絆を深めたり、健康に貢献したりすることを目的に「AJINOMOTO COOKING STUDIO」を設立しました。料理の好きな若い世代を対象に、目的・レベルに合わせたクラスを設け、食や栄養に関する講義と調理実習から成る授業を行っています。2017年度は延べ8,124人が参加しました。参加者からは、「素晴らしい経験となり、料理が好きになりました」などのコメントをいただきました。

今後も味の素グループは、様々な分野の専門家と協力しながら食や栄養の大切さ、料理の楽しさ、家族と食べることの大切さを伝え、食を通じた家族の絆づくりに貢献していきます。



家族で調理を楽しむ



「パンケーキMix」



家族で食事を楽しむ



調理実習の様子



「AJINOMOTO COOKING STUDIO」

Column

AIを活用した自動献立提案システムの新開発 ～レシピサイト AJINOMOTO Park～

ビジネスモデル
特許出願中

味の素(株)は、2018年3月にレシピサイト AJINOMOTO Park[®] をリニューアルしました。味の素(株)として初めて開発した自動献立提案システムを導入し、AIの活用によりお客様一人ひとりのニーズに合った献立をお届けしています。

普段食事作りをする人は、「栄養バランスの良い献立」を最も重視している一方、76%の人がおかず(主菜・副菜)や汁物の組み合わせといった「献立を考える」ことに負担を感じています(当社調べ)。そこで当社は、サイト上でお客様が選択したレシピに対し、主菜、副菜、汁物から適切な2品を加え計3品の「献立」として瞬時に提案するシステムを開発し、ビジネスモデル特許を出願しました。システム開発に成功した背景には、栄養士など有資格者の監修のもと、当社が1万以上のレシピをデータベースとして蓄積してきたことがあります。

このシステムは、AIを活用することで、栄養計算、季節、和洋中のジャンル、調理効率(食材・調理器具の数)など、食事作りをする人が考慮するポイントに加え、彩りや味のバランスなど数値や言語では表せない感覚的な要素も含めた献立提案を可能にしています。さらに、栄養士などの資格を持つ者が、AIの提案する献立がOKかNGかをラベル付けし、学習させることでより精度の高いものとしています。

当社は、幅広い献立提案を通じて、お客様のスマート調理、豊かな食生活に貢献していきます。

AJINOMOTO Park[®]
レシピ大百科[®]

自動献立提案システムの概要

献立提案に必要な情報

1万以上のレシピ

データベース

- ・レシピ名
- ・食材
- ・栄養成分
- ・季節
- ・

献立提案のルール

- ・栄養基準
- ・料理ジャンルの統一
- ・季節の統一
- ・調理器具の重複制限
- ・

モデル献立

- ・献立A
- ・献立B
- ・献立C
- ・

献立提案装置

彩りや味のバランス
など感覚的な要素も
考慮して提案



AIによる機械学習で
自ら精度を高める

献立提案



OK/NGを判定・
フィードバック

担当者

--- 特許出願範囲

VOICE

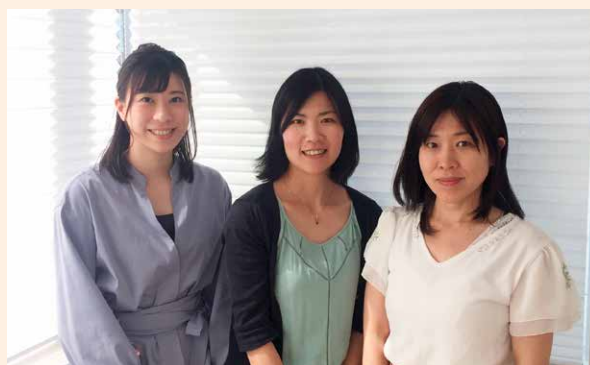
毎日の「おいしい」が見つかるサイトに

レシピに関する調査を行ったところ、献立に関して悩みを持っている生活者は多く、私たちが日々の献立に悩んでいました。新サイトでは、そうしたお客様の悩みを解決できるよう、「献立提案」をリニューアルのポイントに置きました。自動献立提案システムの開発では、人が献立を立てる際に考えていることを条件として入力する必要がありますが、その時、普段何気なく献立を考えているつもりでも、実際に多くのことを考えて献立を立てていることがわかりました。また、提案される献立に違和感がないかどうかを確認するために5万件もの献立を評価しました。まだまだお客様に満足いただけるような提案のレベルには至っていませんが、お客様一人ひとりに合う献立提案ができるよう、さらに発展させていきたいと考えています。

参照

AJINOMOTO Park[®]

<https://park.ajinomoto.co.jp/top/>



AJINOMOTO Park[®] リニューアルのメンバー

栄養不良の解消を目指して

■ 世界が直面する栄養課題

1992年の国際栄養会議(International Conference on Nutrition)で発表された、「栄養不良の二重負荷(Double Burden of Malnutrition)」は、世界各国が直面する栄養課題です。これは、「過剰栄養」と「不足栄養」の問題が混在する状態を指します。

体が必要とする栄養はライフステージに応じて変化するため、「栄養不良の二重負荷」は一人ひとりにおいても起こり得ます。

このように複雑化した栄養課題は企業単体で解決することができるものではありません。味の素グループは、これまでに様々な活動を通して培ってきたネットワークを活かしながら、社会全体での課題解決に貢献していきたいと考えています。

■ 乳幼児期の栄養課題への取り組み

不足栄養の課題に大きく影響を及ぼすのが、妊娠期から子どもが2歳の誕生日を迎えるまでの「最初の1,000日」です。この期間の栄養不良を取り戻すことは難しく、将来の成長不良や知能の低下を招くとされています。

味の素グループは、(公財)味の素ファンデーションのガーナ栄養改善プロジェクトへの支援を通じて、ガーナ共和国における離乳期の子どもの栄養不良の課題解決に貢献しています。

本プロジェクトは、2009年にガーナ大学と味の素(株)の共同で開始し、2017年4月に、(公財)味の素ファンデーションへ承継したもので、政府機関や大学、国際NGO、企業などの様々なパートナーと共に、ガーナの離乳期の子どもの栄養不良問題を持続的に解決する仕組みの確立を目指しています。具体的には、現地の離乳食に不足している栄養を補助するアミノ酸入りの食品「KOKO Plus」の開発・生産・販売・普及を行っています。本活動では、母親が子どもの栄養状態を知り、栄養の正しい知識を持ち、子どもの健全な成長のための行動を、誇りを持って行ってもらうことが最も重要です。そのため政府機関であるガーナヘルスサービスと密接に連携し、母親が育児の際に最も信頼を寄せる保健所などで、ポスターなどを用いて看護師が栄養教育、啓発活動を行っています。

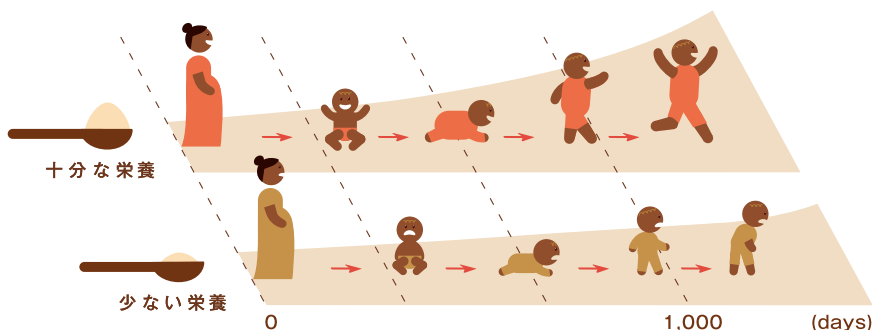


「KOKO Plus」



保健所で使用しているポスター

■ 子どもの発育を決める「最初の1,000日」の栄養



ガーナでは、主に生後6か月以降の離乳期の栄養不良が原因で、2歳児の約30%が低身長。

Web

「KOKO Plus」

<http://www.theajinomotofoundation.org/kokoplus/>

■ 幼年期・少年期の栄養不良の改善

味の素グループは、ベトナムにおいて幼年期・幼少期の栄養課題の解決に積極的に取り組んでいます。ベトナムでは、農村部を中心に低身長・低体重の課題を抱える子どもが少なくありません。一方、都市部では中流層が増加し、肥満・高体重の子どもが増加しています。同国には栄養士制度が確立されておらず、国民の栄養に対する正しい知識や認識が十分ではないこと、専門家による栄養バランスの取れた学校給食の提供がなされていないことなど、子どもの食事や栄養に多くの課題が存在しています。

味の素グループは、これらの課題を解決するために、日本の学校給食システムを応用し、2012年に学校給食プロジェクトを開始しました。教育訓練省や保健省などの中央行政、全国63省の地方行政とともに、ベトナム全土に栄養バランスの良い学校給食が普及することを目指して活動を続けています。具体的には、メニューブック、食育教材の開発・提供や、献立用のソフトウェアの開発を行っているほか、給食運営と衛生管理を総合的に向上させるため、モデルキッチン¹の設置に協力しています。2017年度末までに2,910校にソフトウェアが導入され、2018年5月に第2号のモデルキッチンが設置されました。現在、同社では、全国62箇所の営業拠点の担当者が小学校を訪ね、献立ソフトの活用方法や味の素グループ製品の給食への導入について説明を行っています。2022年度末までに、1,428千人の小学生に、栄養バランスの良い給食を提供することを目指しています。



給食を食べる子どもたち



モデルキッチン

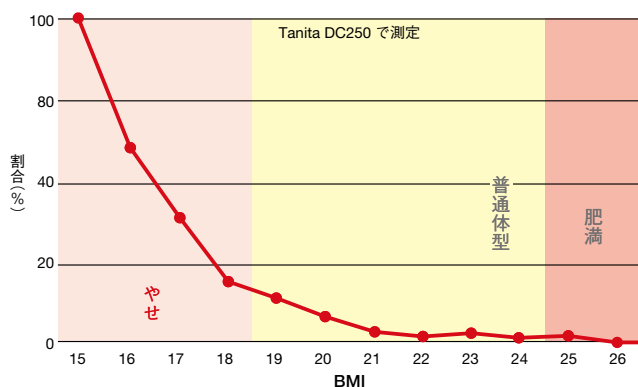
■ 若年女性のやせ・低栄養への取り組み

日本においては、20～30歳代女性の「やせ」が社会課題の一つとなっています。無理なダイエットでエネルギーおよび栄養素の摂取量が不足することで体調不良、肌荒れ、貧血、生理不順などの影響が出たり、将来生まれてくる子どもの肥満発症リスクが高くなったりします。

味の素(株)は、若年女性の栄養課題に対し、バランスよく食べることの重要性を伝える施策を実施しています。2017年度は(一社)日本助産学会と連携し、専門家向けのセミナーや従業員向けの講演会を実施しました。今後もこのような活動を継続し、若年女性の栄養改善に貢献していきます。

第32回日本助産学会学術集会
ランチョンセミナー

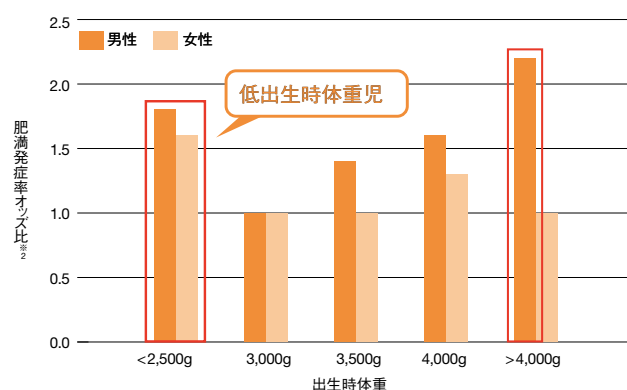
■ 若年女性のBMIと無月経の相関性^{※1}



出典：能瀬ら、日本女性心身医学会、2014データ一部改変

※1 国立スポーツ科学センター若年女性アスリート1,534名、40種目を対象に調査

■ 出生児体重と成長後の肥満発症率の関連(64-73歳)



出典：Eriksson et al., Int J Obes Relat Metab Disord.; 25 735. 2001

※2 3,000gで生まれた子どもを1とした場合の危険度

Column

新しいランチスタイル「#シェア弁」で栄養バランスの良い食事を！

味の素(株)は、若年女性の「やせ」(低栄養)改善を目指し、2017年11月、東京丸の内に勤務している若い女性をメインターゲットに「#シェア弁」の体験編と実践編(料理教室)を実施しました。健康の維持・増進には多種類の食品からバランス良く栄養を摂取することが重要ですが、何種類もの料理を作るのが難しいこともあります。「#シェア弁」は、友人同士で、それぞれがひとつのおかずを2人分ずつ作って持ち寄り、みんなでシェアします。数人で持ち寄ることによって摂取できる食材数を簡単に増やすことができます。参加者からは、「自分もやってみたい」「自分の栄養バランスを見直す良い機会となった」といった声もあり、生活者の健康的な食に役立つコミュニケーションの場となりました。



「#シェア弁」実践編



「#シェア弁」体験編当日のメニュー

参照

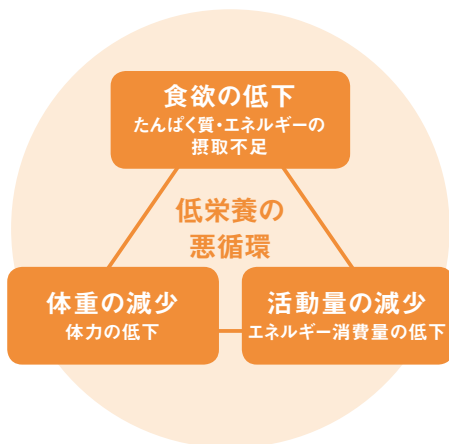
AJINOMOTO NEWS

<https://news.ajinomoto.co.jp/company/20180810shareben.html>

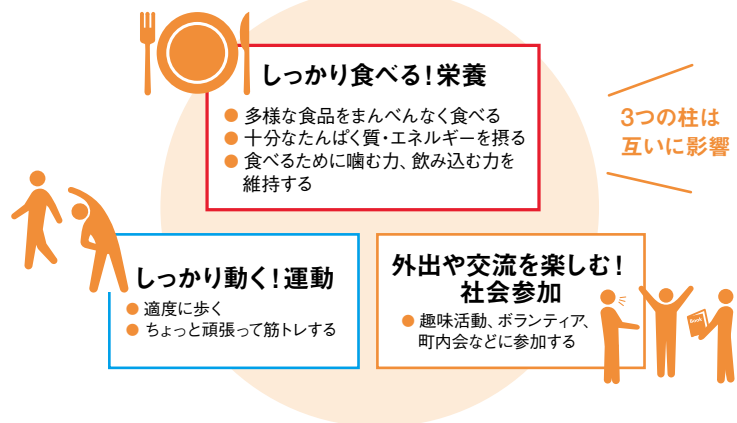
■ 高齢期の栄養課題への取り組み

高齢者は年齢によるからだの機能の衰えや食欲の低下から、食事が十分に摂れなくなることがあります。食事が減ると体重の減少から筋力や体力の低下をもたらす、これにより活動量の減少、さらなる食欲の低下と、気付かないうちに「低栄養」の悪循環(負の連鎖)に陥ることが少なくありません。しかし、正しい知識を持って意識的に対策をとることで、予防につながることができます。

I 低栄養の悪循環



I 低栄養予防の3つの柱



味の素(株)では、強みのひとつであるたんぱく質・アミノ酸栄養の知見を活かし、課題を抱える人に対して、栄養に関する知識の普及・啓発を行っています。医療従事者、管理栄養士、薬剤師に対し、指導ツールとしてすぐに使える情報の提供や啓発活動を実施しています。高齢者が無理なく、楽しく栄養管理を行い、健康な生活を維持できるよう、今後もそれら専門家との連携を図ります。

Column

食べる人にも作る人にもやさしい、介護食レシピを提供 ～「気軽にらく楽レシピ」～

日本では高齢者世帯が全世帯数の約4割を占めますが、その過半数は単独・夫婦のみの世帯となっており、介護を必要とする高齢者も増加し続けています。介護を必要とする家族がいる場合、介護食を別に作ることや、調理自体が負担になり、食事がおろそかになってしまうこともあります。

味の素(株)は、在宅栄養管理の専門家の監修のもと、栄養管理のアドバイスや身近な材料で簡単にすぐできるレシピを紹介した冊子「気軽にらく楽レシピ」を作成し、高齢者やそのご家族の方に栄養指導を行う医療従事者に提供しています。「とっても簡単やわらかレシピ」「加工食品を用いた時間短縮レシピ」「いつものおかずでリメイクレシピ」「おやつで栄養！簡単デザートレシピ」の4つのテーマでレシピを紹介しており、「とっても簡単やわらかレシピ」では、かむ力、飲み込む力に配慮したアレンジメニューも紹介しています。

「気軽にらく楽レシピ」は、Webサイト「栄養管理と介護のためのお役立ちレシピ」でも公開しています。



「気軽にらく楽レシピ」

参照

「栄養管理と介護のためのお役立ちレシピ」

<https://www.ajinomoto.co.jp/nutricare/recipe/>

快適な生活～アミノサイエンスで暮らしを支える～

日々の暮らしを支えるアミノ酸の力

■ 味の素グループとアミノ酸

筋肉や皮膚、血液、さらには神経など、ヒトの体の約20%はたんぱく質でつくられています。その唯一の材料となるのは、アミノ酸です。つまりアミノ酸は、生命にとってなくてはならない栄養素であり、「いのちのもと」といえます。ヒトの体のたんぱく質を構成するアミノ酸は、わずか20種類ですが、いろいろな組み合わせで多数つながることで、10万種類ものたんぱく質がつけられます。このたんぱく質はヒトの体の組織となるだけでなく、酵素として代謝を促したり、抗体として免疫になったりするなど、体内で重要な働きをしています。最初の製品のうま味調味料「味の素®」がアミノ酸の一つ(グルタミン酸)であったことから、味の素グループはアミノ酸の持つ様々な機能および無限の可能性に着目して研究を重ね、科学的根拠を追究する力と、おいしさを実現する力を結集して、製品・サービスとしてお客様にお届けしています。

■ 筋肉づくりを支えるアミノ酸の力

社会の高齢化は、日本をはじめ、各国・地域で大きな社会課題となっており、健康寿命の延伸は特に重要な課題です。シニア世代が健康な生活を送る上で、筋肉の衰えは深刻な問題として認識が広がっています。筋肉はアミノ酸などで構成されますが、9種類ある必須アミノ酸^{※1}の中でも「ロイシン」には筋肉をつくり出すシグナルの働きがあります。この働きに着目し、味の素(株)は独自組成の「ロイシン40%配合必須アミノ酸」を開発しました。ロイシン40%配合必須アミノ酸は、足の曲げ伸ばしなど筋肉に軽い負荷がかかる運動との併用で、60代以上の方、加齢によって衰える筋肉の維持に役立つ筋肉をつくる力をサポートする機能と、歩行能力の改善に役立つ機能があることが報告されています。当社はこの機能を活かした機能性表示食品「アミノエール®」と「アミノエール®」ゼリー ロイシン40^{※2}を通じて、シニア世代の筋肉づくりをサポートしています。

■ 快適な生活を支えるアミノ酸の力

味の素(株)は長年の研究によって発見したアミノ酸の健康価値を快適な生活を支える製品開発に活かしています。

例えば、アミノ酸の一つ、グリシンは体内で皮膚のコラーゲンの3分の1を構成する成分です。グリシンには、速やかに深睡眠をもたらす、睡眠の質の向上とさわやかな目覚めをサポートする機能があります。この機能を活かし、生活者のよりよい睡眠対策の一助になることを目指して開発された製品が機能性表示食品「グリナ®」です。

また、当社がかつおだしに含まれる成分のうち、必須アミノ酸の一つであるヒスチジンが疲労感の軽減や「頭が冴えない」「注意力が低下する」といった疲労に伴う感覚の緩和などに有効であることを世界で初めて発見しました。この機能を活用して製品化したのが機能性表示食品「毎朝ヒスチジン®」で、疲労やストレスに悩む現代人の健康づくりに役立てられています。

■ ロイシン40%配合必須アミノ酸の組成



ロイシンは、9種類ある必須アミノ酸の中でも筋肉をつくり出すシグナルの働きがあります。

※1 体内で合成できないアミノ酸

※2 機能性表示食品「アミノエール®」と「アミノエール®」ゼリー ロイシン40は2019年4月よりリニューアルしています。

参照

ASV STORIES 2018 P5-6

参照

サステナビリティデータブック2017 P19-20

■ アミノ酸の機能を活かした製品



「アミノエール®」



「アミノエール®」
ゼリー ロイシン40



「グリナ®」



「毎朝ヒスチジン®」

■ ダウンストリーム戦略(ブランド+インサイド戦略)

生活スタイルや食生活の変化、高齢化などの世代構成の変化により、生活者の食ニーズは年々多様化しています。味の素グループは、毎日の食事の中で、必要なアミノ酸を無理なく手軽に摂取できるよう、健康素材としてのアミノ酸を様々な食品素材としてBtoBtoCで提供しています。併せて、アミノ酸研究に基づく安全性・機能性に関する科学的なエビデンスに裏付けされた情報の提供を通じて、アミノ酸の健康・栄養価値を広く一般生活者にお伝えしています。

味の素グループでは、これを「ダウンストリーム戦略(ブランド+インサイド戦略)」と称し、取り組みを強化しています。2017年度は米国などにも展開地域を拡大し、様々な国・地域の人々のニーズに合わせて、機能情報とともにアミノ酸素材を提供しています。

味の素グループは、今後もアミノ酸の持つ機能を活かし、様々なスペシャリティアミノ酸ミックスおよび製品設計ソリューションを提供することで、「体の中から健康になりたい」「生活基盤を改善したい」といった、生活者の多種多様なニーズに応えていきます。

参照

統合報告書2018 P39

■ 食品へのダウンストリーム戦略(ブランド+インサイド戦略)

- ◆ アミノ酸の価値の創出
- ◆ 食品加工技術の創出
- ◆ 販売会社、小売業社への製品設計のソリューション提供



Column

アミノ酸の持つ力を健康課題を持つ様々な人に役立てる ～米国のメディカルフード※1市場に参入～

2017年11月、味の素(株)は、味の素ノースアメリカ社(現、味の素ヘルス・アンド・ニュートリション・ノースアメリカ社)を通じて、米国の医療食品会社キャンブルックセラピューティクス社(以下、キャンブルック社)を完全子会社化しました。キャンブルック社は、アミノ酸を体内で代謝できない方向けの医療食品などを生産・販売し、欧州などの米国外でも事業を展開しています。特定の栄養素を体内で代謝できず、通常の食事を摂ることができない方の毎日の食事に欠かせない医療食品は、おいしさやバラエティーの少なさが課題となっています。今後は、当社のアミノ酸の栄養や機能に関する科

学的知見、おいしさ設計技術、食品開発技術をキャンブルック社の事業に適用することで、これらの課題を解決し、必要とする人により充実した食を提供していきます。また、キャンブルック社の知見を当社グループの食品関連事業に導入し、高付加価値の健康・栄養関連製品の拡売を図ります。グループ全体での強みを活かしてシナジーを創出し、社会に新たな価値を提供しながら、様々な人の「食」と「健康」の課題に応え、QOL※2の向上に貢献していきます。

※1 米国食品医薬品局(FDA)が医薬品と栄養補助食品(ダイエタリーサプリメント)の中間に位置づける食品。米国の健康保険の償還可能領域。

※2 Quality of Life: 生活の質



キャンブルック社



キャンブルック社の医療食品



医療現場で活かされるアミノ酸の力 ～再生医療用培地～

■ アミノ酸研究の知見を活かした培地

味の素グループは、長年にわたり培ってきたアミノ酸の知見・生産技術を活かし、1987年よりバイオ医薬品の製造に用いる培地を販売しています。培地とは、細胞が必要とするアミノ酸、糖、脂質、ビタミン、ミネラルに、細胞の成長・増殖を促進する機能を持つたんぱく質などをバランスよく含む栄養液です。

■ 再生医療用培地の実用化

人間の臓器や組織には一度失われてしまうと自力では再生できないものがあります。その生体組織に正常な機能を有する細胞や組織を人為的に再現し、移植することで本来の機能を取り戻そうとするのが再生医療です。従来の臓器移植では、拒絶反応やドナー不足という課題があるほか、移植の難しい組織もありますが、再生医療はこれらを解決する根治療法として現在世界中で盛んに研究されています。

再生医療の実現に重要な役割を果たすと期待されているのが、2006年に発明されたiPS細胞です。iPS細胞とは、人間の体の細胞へ、数種の因子を導入することで、様々な組織や臓器の細胞に分化する能力(Pluripotency)を持つ細胞に変化した、人工多能性幹細胞(Induced Pluripotent Stem Cell)のことです。iPS細胞が持つ多分化機能を利用して様々な細胞を作り出し、細胞移植治療などへの応用が期待されています。

iPS細胞を用いた再生医療では、iPS細胞を生育させ大量に増やした後、心筋細胞や神経などの細胞に分化させて医療に用います。そのためには、長期に安定的な培養が可能な、安全性の高い培地が必要です。

味の素(株)は、2011年に再生医療用の培地開発に本格参入し、2014年に、京都大学iPS細胞研究所と共同で、動物・ヒト由来の成分を含まない、より安全性の高い、高品質かつ高性能のiPS細胞・ES細胞^{*1}用の培地「StemFit®」AK03の開発に成功しました。2016年より「StemFit®」AK03Nとして臨床研究用培地を日本国内で広く販売しており、グローバル市場向けにも上市しました(「StemFit®」Basic03)。

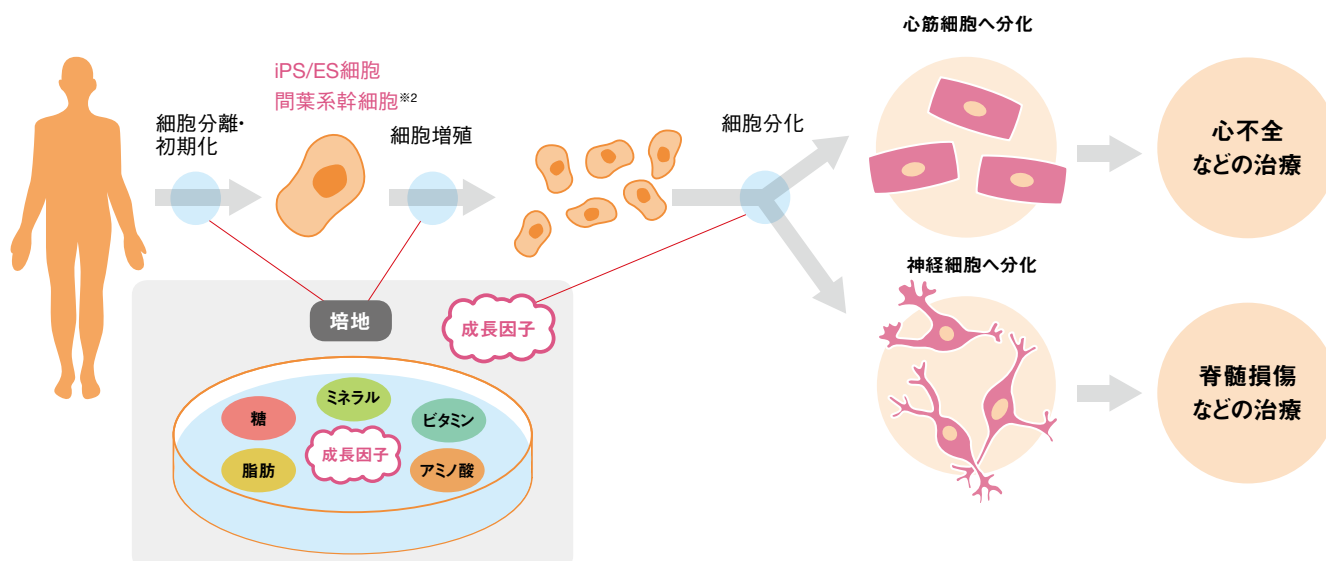


「StemFit®」AK03N

※1 人間の胚の内部細胞塊を用いて作られた胚性幹細胞(Embryonic Stem Cell)のこと。体を構成する様々な組織や臓器の細胞へと分化する能力を持つ。

※2 1970年に見出された幹細胞で、体内に存在し、自己増殖能と多分化能を有する。間葉系に属する細胞(骨細胞、心筋細胞など)への分化能を持つ。

■ 再生医療における培地の役割



■ 味の素グループの強み

味の素グループの培地開発における強みは、原料・素材の生産技術、組成・配合設計、分析技術です。味の素グループは培地の必須成分である医薬グレードのアミノ酸のサプライヤーであり、非動物由来の、精製された成分のみで構成された培地を供給することができます。また、アミノ酸の栄養・代謝研究の蓄積により、最適な組成・配合の培地を効率的に開発することができます。このように、強みとなる技術を活用し、高い性能と安全性を兼ね備えた培地を提供しています。

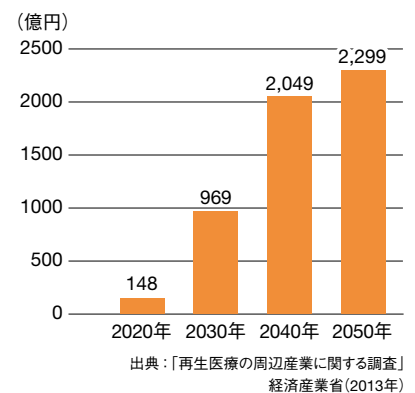
■ 今後の展望

日本の再生医療用培地市場は、iPS細胞やES細胞に加え、先行して研究開発が進む間葉系幹細胞などを使用した再生医療が臨床研究段階を迎える2020年以降、年平均21%で成長し、2030年に969億円、2040年には2,000億円を超える規模に成長するものと予測されており、今後、ニーズが急激に高まることを見込まれます(出典：「再生医療の周辺産業に関する調査」、2013年、経済産業省)。

また、世界における再生医療の材料(培地・試薬・器具など)の市場規模は2030年に1兆円になると予測されます(出典：2013年シードプランニング社資料)。

味の素グループは、今後も再生医療用培地事業を強化し、培地の販売を通じて再生医療の実現や新しい医薬品の開発に寄与します。そして、この事業を通じて、世界中の再生医療を必要とする方々のQOL向上に貢献していきます。

■ 日本の再生医療用培地市場^{※1}予測



※1 血清・試薬を含む消耗品市場

Column

再生医療用培地受託製造事業に参入 ～コージンバイオ(株)と合併会社設立～



味の素コージンバイオ株式会社

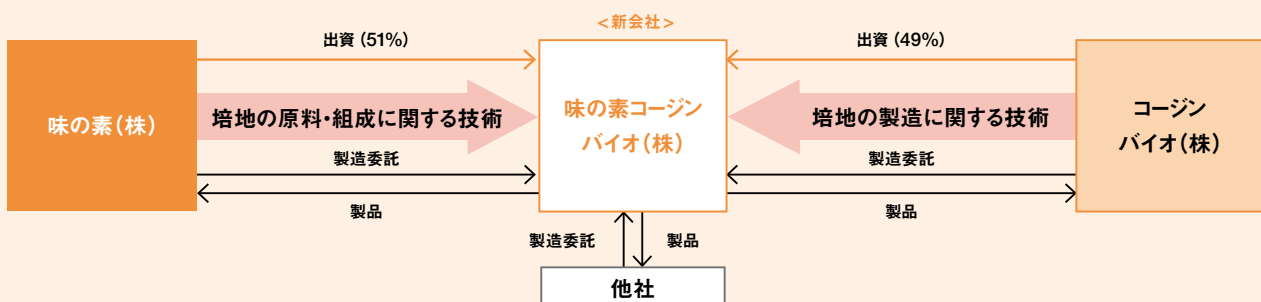
2018年6月、味の素(株)は、再生医療用培地受託製造のリーディングカンパニーであるコージンバイオ(株)と日本初となる再生医療における臨床用培地の受託製造会社、味の素コージンバイオ(株)を設立しました。当社の培地の原料・組成に関する技術とコージンバイオ(株)の顧客企業のニーズに対応した高品質な培地の開発・製造技術、双方の強みを活かしてシナジーを創出し、臨床用培地における日本トップの受託製造会社を目指します。

参照

プレスリリース

https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2018_05_22.html

■ 味の素コージンバイオ(株)のビジネススキーム

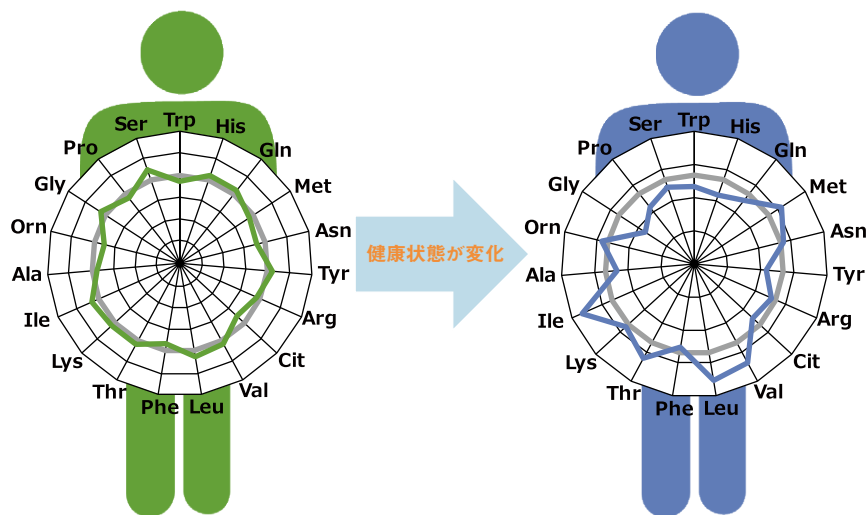


アミノ酸による予防医療、「アミノインデックス技術」

■ 「アミノインデックス技術」の開発

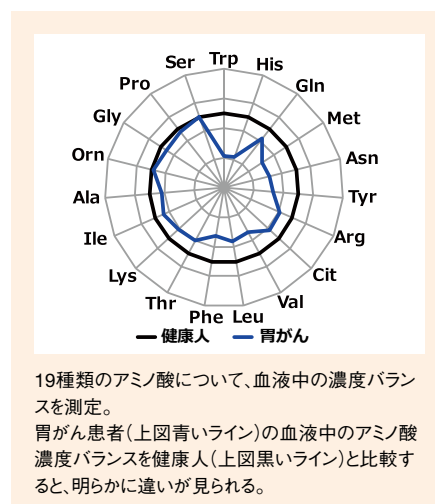
味の素(株)の研究開発はアミノ酸をコアとして、多試料を迅速に測定することができるアミノ酸分析の技術開発を行うとともに、医薬用・食品用などの製品の安全性を評価する生理機能研究を行ってきました。これらの基盤研究の中で、当社は、健康な方では恒常性を保っている血液中のアミノ酸濃度バランスが、病気の方では変化することに着目し、血液中のアミノ酸濃度バランスの変化を統計的に解析することにより、健康状態や病気の可能性を評価する「アミノインデックス技術」を開発しました。これには、高感度かつ短時間でアミノ酸を分析する技術と、血液中のアミノ酸濃度バランスの違いを統計的に解析・指標化する技術という当社ならではの2つの技術が活用されています。

■ 健康状態が変わると血液中のアミノ酸濃度バランスが変化



アミノ酸を測る。今のからだを知る。

aminoindex®
アミノインデックス®



出典：Miyagi Y, et al : PLoSOne 6(9) : e24143(2011)を改変

■ アミノインデックス®がんリスクスクリーニング(AICS®)

がん患者の数は増加の一途をたどっており、がん対策は大きな課題となっています。がん検診による早期発見が治療のカギとなりますが、日本においては、がん検診受診率は依然として低く、がん検診に対する意識を向上させることが重要です。

この課題に対し、味の素(株)は「アミノインデックス技術」を応用し、1回の採血(5ml程度)で男性では、胃がん、肺がん、大腸がん、膵臓がん、前立腺がんの5種、女性では、胃がん、肺がん、大腸がん、膵臓がん、乳がん、子宮がん・卵巣がんの6種について、現在がんである可能性を一度に評価するAICS®を開発、事業化しました。早期のがんを見つけるには、効率よくリスクの高い人を抽出する検査が必要です。AICS®は、従来のがん検査とは違うアプローチの検査であり、AICS®と従来のがん検査を併用することにより、がんを見つけ出せる可能性が高くなると考えられます。

■ アミノインデックス®生活習慣病リスクスクリーニング(AILS®)

日本は過剰栄養と不足栄養が同時に存在する栄養不良の二重負荷という問題に直面しています。過剰栄養は運動不足を伴うことにより、肥満や糖尿病をはじめとする生活習慣病のリスクを増大させます。その一方、欧米型の食習慣に変化したことにより、日本人のたんぱく質と脂質の摂取量は増加しましたが、近年は高齢者の食べる機能の低下により栄養が不足したり、間違った知識に基づくダイエットなどにより、たんぱく質の摂取量が減少しています。生活習慣病の予防には、早期にリスクに気づき、発症する前に生活習慣を改善し、病気を予防することが重要です。

この課題に対し、味の素(株)は「アミノインデックス技術」を応用し、4年以内の糖尿病発症リスクと血液中の必須・準必須アミノ酸の濃度の低さを評価するAILS®を開発しました。2017年11月より、日本全国でAICS®にAILS®を追加したAIRS®(アミノインデックス®)リスクスクリーニング)を提供しており、AIRS®は一度の採血で現在がんである可能性と将来の糖尿病発症リスクを同時に評価することができます。

参照

アミノインデックス®商品情報

<https://www.ajinomoto.co.jp/products/aminoindex.html>

■ アミノインデックス®リスクスクリーニング(AIRS®)の特長

血液中のアミノ酸濃度バランスから様々な疾患リスクを一度に検査
アミノインデックス®リスクスクリーニング(AIRS®)



■ 健康な生活への貢献

現在と将来の様々な疾患リスクを一度に評価する「アミノインデックス技術」は、未病の段階から体の状態を知ることができ、「未病の見える化」への貢献も期待されています。2018年5月には、神奈川県「ME-BYO BRAND(未病ブランド)」^{※1}に継続認定されました。また、5ml程度の採血により、一度に複数のリスクを評価するAIRS®は、がん検診に対する意識の向上のみならず、糖尿病予防のための生活習慣改善といった受診者の行動変容につながることで期待されます。

味の素(株)は、今後も「アミノインデックス技術」を応用し、皆さんが注目するがんや生活習慣病を含めた様々な病気の予防や早期発見につながる検査の研究開発を進め、評価項目拡大を目指し、人々の快適な生活や健やかな未来の実現、健康寿命の延伸に貢献していきます。

※1 「ME-BYO(未病)」とは、健康と病気の間を連続的に変化している状態を指す概念で、「ME-BYO BRAND」は未病が見える化し、改善につなげることでできる製品・サービスのうち、特に優れたものを神奈川県が認定するもの。

消費者課題・コミュニティ

製品・サービスの安全・安心

味の素グループのアプローチ

味の素グループは創業以来、「お客様第一」の姿勢で「製品・サービスの安全・安心」に対する努力を続けてきました。製品・サービスの安全と品質を確保するための体制を整備・強化するほか、お客様から寄せられる声に真摯に耳を傾けるとともに、お客様に適切な情報を積極的に発信し続けています。

その中でも、「食の安全・安心」は、マテリアリティ・マッピングにおいて、当社グループの最重要テーマに位置づけられており、これからもお客様の信頼に応え、この努力を継続し、世界のお客様のよりよい生活に貢献します。



味の素グループポリシー

■ 基本原則

2. 安全で高品質な商品・サービスの提供

- 2.1 私たちは、常に“お客様第一”を心がけ、優れた技術と豊かな創造性をもって、安全で高品質な商品・サービスを開発・提供します。
- 2.2 私たちは、お客様の期待と信頼にこたえ、お客様に満足していただけるよう、商品・サービスに関する適切な情報を提供します。
- 2.3 私たちは、お客様との双方向の活動として責任あるマーケティングコミュニケーションを行います。
特に子どもに対してはより一層の配慮をもって、責任ある活動を行います。

関連するグループポリシー

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

製品表示に関するグループポリシー

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

[サプライヤーに関する内容はこちら](#)

公正な事業慣行 > マネジメントアプローチ P87

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
● 食の安全・安心		○	○	○
● 持続可能な農畜水産物調達		○	○	
● サプライヤーのCSR推進		○	○	
● 責任あるマーケティング			○	○

参照

味の素グループのマテリアリティ P9

品質マネジメント

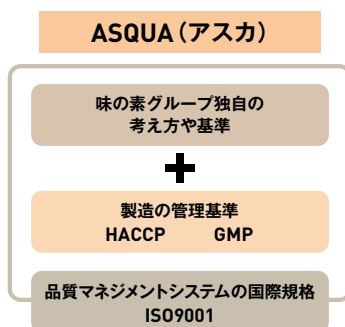
■ 味の素グループの品質保証システム「ASQUA(アスカ)」

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)」を国内外で運用しています。「ASQUA(アスカ)」は、品質マネジメントシステムの国際規格「ISO9001」を骨格に、食品衛生の管理基準の一つである「HACCP」※1、適正に製造するための各種「GMP」※2など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。「ASQUA(アスカ)」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」と、それに紐づく「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から構成される文書体系に基づき運用されています。「品質基準」は、開発からお客様とのコミュニケーションに至るまでの28の基準からなり、社内外の動向に合わせて随時見直しています。

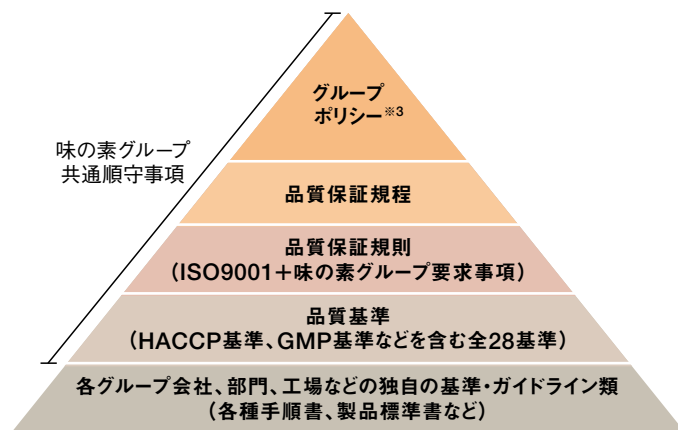
現在、味の素グループ100社以上で「ASQUA(アスカ)」に基づく品質保証の取り組みを徹底しています。また、お客様からのご意見やご要望などは速やかに事業活動や製品・サービスの改善に反映しています。

- ※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」

Ⅰ 「ASQUA(アスカ)」の構成



Ⅱ 「ASQUA(アスカ)」の文書体系



Ⅲ 品質基準一覧

1. 文書管理 (1基準)

2. 教育・訓練 (1基準)

3. 規格設定、検査 (3基準)

- 品質規格設定
- 包材規格設定
- 検査頻度設定

4. 品質アセスメント (1基準)

5. 購買 (2基準)

- 原材料品質管理
- 製造委託品品質管理

6. 製造 (10基準)

- 食品GMP*
- 食品添加物GMP*
- 香粧品素材GMP*
- 原薬GMP*
- 医薬品製剤GMP*
- 飼料用アミノ酸GMP*
- HACCP
- フードディフェンス※4
- 商品表示基準
- 食品包材の安全衛生

*: 商品分野に応じて適用

7. 保管・輸送 (2基準)

- 保管・輸送管理
- 倉庫管理

8. 品質情報 (2基準)

- 品質情報管理
- トレーサビリティ

9. お客様の声対応 (4基準)

- 商品・クレーム対応
- 品質緊急対応
- お客様の声対応
- お客様の声反映

10. 宗教対応 (2基準)

- Halal※5管理
- Kosher※6管理

※4 フードディフェンス(食品防御): 原料調達から販売までのすべての段階において、食品への意図的な異物の混入を防止する取り組み

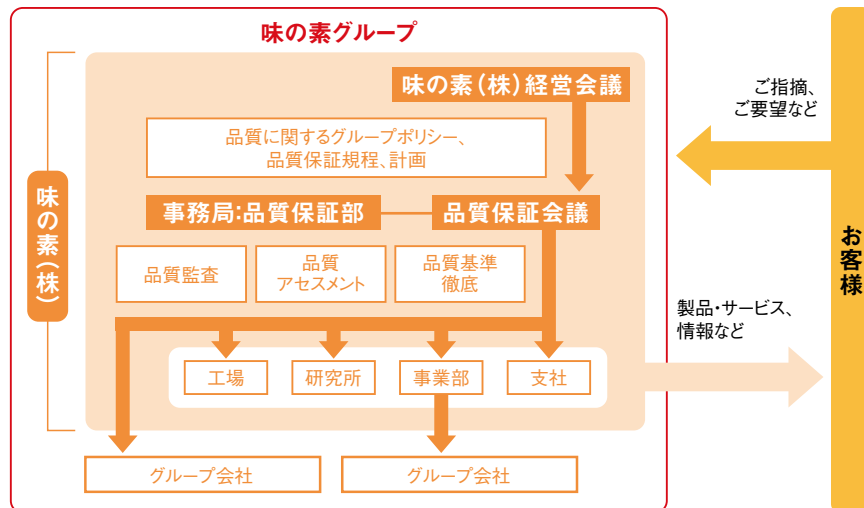
※5 Halal(ハラール): アラビア語で「許される」「合法である」という意味でイスラム法に照らして使用して良い、携わってよいものや行為を示す。食品の場合はイスラム教徒が食べてよいもの

※6 Kosher(コーシャ): ヘブライ語で「相応しい状態」「適正」を意味する。食品の場合、ユダヤ教で定めたユダヤ教徒が食べてよいもの

■ 「ASQUA(アスカ)」の推進体制

味の素グループは、経営会議の下に設置した「品質保証会議」を最高機関として品質保証を推進しています。「品質保証会議」ではお客様の声をもとに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。

I 「ASQUA(アスカ)」の推進体制



「ASQUA(アスカ)」適用対象会社は、

109社(2018年3月末現在)

M&Aで新たに味の素グループとなり、2017年度より「ASQUA(アスカ)」に基づく品証保証体制の整備を開始した主な会社:

- ・(株)ジーンデザイン(日本・核酸医薬品)
- ・フランス味の素冷凍食品社
- ・キャンブルックセラピューティクス社(米国・医療食品)

第三者認証取得・維持への取り組み

味の素グループでは、「ASQUA(アスカ)」の基本骨格であるISO9001の第三者認証を取得・維持することを推進しています。現在、未取得の対象会社の多くが、M&Aで新たに味の素グループとなった会社および新規設立会社ですが、これらのグループ会社においても、ISO9001認証取得に向けて、品質保証体制を整備しています。

また、お客様からの要請を受け、国内外の複数の製造サイトの製品について、国際食品安全イニシアティブ(GFSI)承認のFSSC22000などの認証を取得しています。

さらに、味の素グループは、宗教に基づく「食」の戒律がある世界中のイスラム教徒やユダヤ教徒のお客様にも安心して製品を使っていただけるように、必要な製品に対してHalal(ハラール)およびKosher(コーシャ)認証取得を進めています。宗教上の「食」への尊重と理解に基づいた「おいしさ」をお届けする取り組みを重要な品質保証活動の一つと位置づけています。

今後もISO9001の認証取得・維持、お客様のご要請に応じたGFSI承認の認証取得および宗教対応を進めていきます。

ISO9001の取得対象会社の

77%にあたる**67**社で取得
(2018年3月現在)

2017-2019年度「味の素グループ品質保証中期計画」

指針	重点目標
お客様との約束を守る	品質クレーム、トラブル低減と未然防止の強化
お客様の期待に応える	お客様との双方向コミュニケーションによる魅力ある品質向上とお客様の信頼の確保
確かなマネジメントを目指す	「ASQUA（アスカ）」に基づく品質保証活動の徹底
	品質レベル向上に向けた人材育成

お客様からのお問合せ窓口

味の素グループは、「ASQUA(アスカ)」において、お客様とのコミュニケーションを図る方法を明確にし、事業活動や製品・サービスに反映する活動の推進を方針として掲げています。味の素グループ各社の窓口を通じて、製品・サービスに寄せられるお客様からのご意見・ご要望を真摯に承っています。さらに、いただいたご意見、ご要望などを社内で共有し、事業活動、製品・サービス、リスクの監視に反映する活動を推進しています。

■ お客様相談センターなどのお問合せ窓口のあるグループ会社

日本	味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)、 (株)J-オイルミルズ、ヤマキ(株)
海外	ブラジル味の素社、タイ味の素社、インドネシア味の素社、ベトナム味の素社、 味の素フーズ・ノースアメリカ社、ペルー味の素社など

※窓口のないグループ会社においても、電話、Webサイトなどでお問合せを受け付けています。



味の素(株) お客様相談センター

サプライチェーンでの品質保証体制

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すべての段階で、独自の品質保証システム「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。



開発

■ 製品開発時の「品質アセスメント」実施

味の素グループは、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のお手元に届く仕組みになっています。

原料調達

味の素グループは、「ASQUA(アスカ)」で定めた「原材料の品質管理基準」に従い、サプライヤーを選定しています。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。

■ サプライヤーとの品質保証、CSRの取り組み

品質保証の徹底には、サプライヤーとの協力関係が不可欠です。味の素グループでは、サプライヤーに対し、「ASQUA(アスカ)」の品質管理基準・品質要求事項に基づいた対応を行っています。定期的な評価および品質監査はもちろんのこと、味の素グループのパートナーであるサプライヤーと連携し、品質リスクの低減やサプライヤーの品質レベルの向上などに取り組んでいます。また、「サプライヤー取引に関するグループポリシー」およびそれに紐づく「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」に基づき、法令の順守、環境、人権、労働安全といった社会的側面への配慮も要請しています。さらに、サプライヤーとの相互理解の促進を図るため、「サプライヤーアンケート」を実施しています。2017年度は、「外国人技能実習制度の活用実態調査」を実施しました(対象497社、回答率85%)。調査結果を踏まえ、必要に応じてサプライヤーとの面談を実施する予定です。

参照

→ 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

■ サプライヤー説明会の実施

原料・包材・間接材のサプライヤーとのコミュニケーションを深める機会として、定期的に説明会を実施しています。2018年2月の説明会には、原料サプライヤー247社、包材サプライヤー115社、間接材サプライヤー7社の総勢369社・594人に参加いただきました。持続可能な調達に関する味の素グループの考え方や取り組みを説明し、協力を要請しました。



サプライヤー説明会の様子

※1 食の安全体制強化への取り組み(下記)の一環としての意図的な異物混入を防御することに特化した監査

■ 原材料サプライヤー監査の徹底

2017年度は、国内のサプライヤーに対し、品質監査を計画的に実施したほか、2016年度に続いてフードディフェンス監査^{※1}も実施しました。

海外のサプライヤーに対しては、海外グループ会社が品質監査を相互に協力する仕組みを構築・活用しています。この仕組みの活用拡大に向けて、2018年度から中国において品質監査員を増員するなど、今後もサプライヤーの品質レベル向上を図ります。

■ 2017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	備考
味の素(株) (グループ調達センター)	原料関係	236件	食品事業関連：185件 アミノサイエンス事業関連：51件
	包材関係	20件	
味の素冷凍食品(株)	原料関係	194件	
味の素AGF(株)	原料関係	18件	うち13件は味の素(株)との協働監査
	包材関係	8件	味の素(株)との協働監査
	製造委託品	16件	

生産

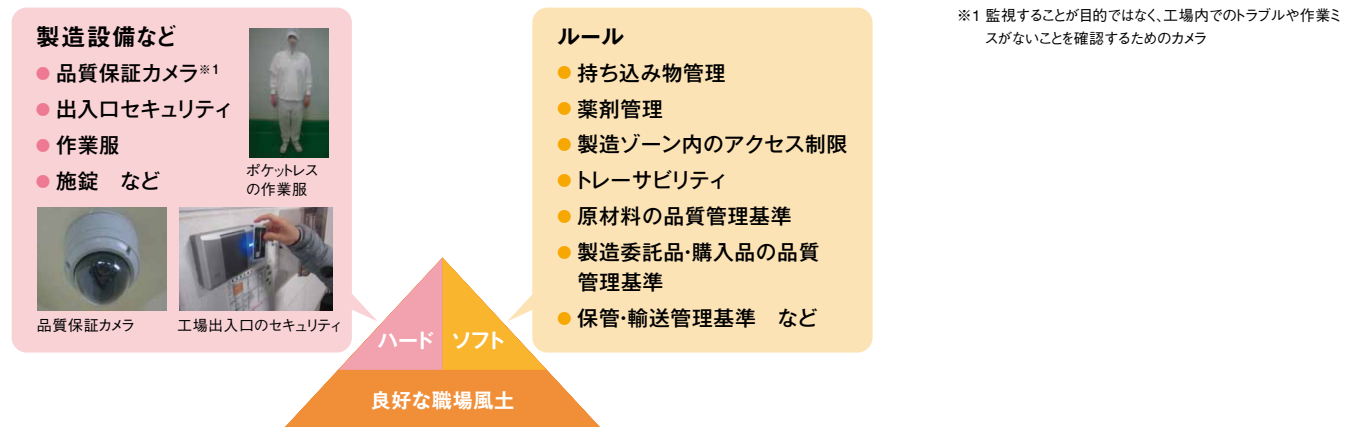
味の素グループでは、お客様に安全で高品質な製品を提供するために、「ASQUA(アスカ)」で定めた「HACCP基準」「GMP基準」「フードディフェンス基準」などに従い、作業環境の整備をはじめ、そこで働く人のルールやマナーの徹底、原料受け入れから製品包装に至るまでの各工程で、検査・チェックなどを行い、徹底した品質保証に取り組んでいます。

■ 食の安全体制強化への取り組み

味の素グループでは、2013年に他社で発生した冷凍食品への農薬混入事件を受け、従業員との信頼関係をベースとした良好な職場風土の醸成を要に、生産設備などのハード面と、品質基準やガイドラインなどのソフト面の見直しや強化により、生産を含めサプライチェーン全体の意図的な異物混入に対するリスクの極小化に取り組んでいます。

本取り組みは、国内外の食品工場において、2017年度末までにおおむね対応が完了しました。今後も、定期的に取り組みをレビューし、課題解決を図る中で、食の安全保証体制を強化するとともにその定着を図ります。

食の安全を保証するための概念図



品質に関するデータ不正操作対策

味の素グループでは、製品の品質に関するデータ不正操作への対策として、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を醸成すべく職場風土改善に取り組んでいます。

開発・生産に関わるデータ、食品の機能性データなどは、「ASQUA(アスカ)」で定めた「品質アセスメント基準」に基づく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、これらの仕組みが適切に運営されていることを内部品質監査、外部認証審査を通じて常に確認しています。別途、医薬・原薬関連においては、製品の分析データなど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、これに従う管理を強化し、他事業への横展開を推進しています。

品質クレーム、トラブル低減への取り組み

味の素グループは、品質クレーム、トラブル低減に向け、発生した品質クレーム、トラブルすべてに対し、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。

2017年度は、賞味期限の印字ミスなどのヒューマンエラーによるトラブルが約半数を占めました。これを受けて、同種トラブルの未然防止のため、トラブル情報およびその再発防止策を国内外グループ会社と共有することを徹底しました。さらに、国内では、品質教育の一つである「品質のマネジメント・技術に関する検討会」において、「ヒューマンエラーの防止」をテーマに各組織・グループ会社の活動情報の共有や意見交換を行い、従業員一人ひとりの意識向上や現場の改善につなげました。

なお、2017年度は、味の素グループで計4件(国内1件、海外3件)の表示ミスなどによるリコール・流通回収を実施しました。再発防止に向け、上記取り組みなどのさらなる推進および強化に努めていきます。

物流

「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)などに従い、製造工場から出荷後、お客様にお届けするまでの商品の保管および輸送において、鮮度や温度、湿度などの品質管理を徹底しています。

販売

■ 品質に関する情報共有

味の素グループは、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サイト上でお客様が製品を購入・使用される際に参考になるような情報を提供しています。

① 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
- お客様からお問合せが多く、わかりにくい原材料についての説明
- アレルギーマテリアル(義務表示および推奨表示)の一覧表などによるわかりやすい表示
- 包材の材質のわかりやすい表示
- お客様のお問合せ窓口

② Webサイト

グループ各社のWebサイトでは、製品情報やレシピ情報をはじめ、製品FAQや各社で取り組んでいる品質保証活動など、それぞれの国・地域のお客様に合わせた情報の提供に努めています。

味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)のWebサイトでは、各社の品質保証体制をはじめ、お客様に「安全・安心」な製品をお届けするためのサプライチェーン全体にわたる品質保証について、わかりやすく紹介しています。

味の素グループ企業情報サイト^{*1}では、品質保証活動を紹介するページ(日本語、英語、タイ語、ベトナム語、インドネシア語)に、ポルトガル語のページを追加しました。2018年度は、本ページの多言語化をさらに進めていっほか、お客様のご要望などに合わせ、Webサイト内の情報の充実化に取り組んでいきます。

※1 味の素(株)では、味の素グループ企業情報サイトおよび味の素(株)商品情報サイトの2サイトを管理・運営しており、前者では、グループの活動情報を中心に掲載し、後者では味の素(株)の製品に関する情報を掲載しています。

参照

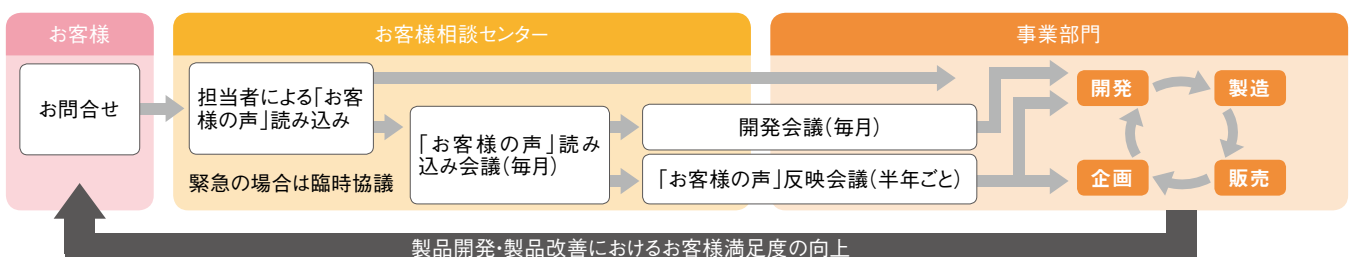
味の素グループ企業情報サイト
<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/quality/>
 味の素(株)商品情報サイト
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/enzen/>
 味の素冷凍食品(株)商品情報サイト
<https://www.ffa.ajinomoto.com/quality>
 味の素AGF(株)CSRサイト
<http://www.agf.co.jp/csr/product/>

お客様の声

■ 「お客様の声」の反映とグローバル展開

味の素グループは、「ASQUA(アスカ)」で定めた「お客様の声対応基準」「お客様の声反映基準」などに従い、お客様からお寄せいただく声を、魅力ある製品・サービスの開発・改善に反映しています。国内グループ会社に続き、ブラジル味の素社、タイ味の素社、ベトナム味の素社、インドネシア味の素社などの海外グループ会社でも、上記2基準に従う運営を開始しています。

Ⅰ 「お客様の声」を製品づくりに反映させる仕組み 味の素(株)の例



■ 国内お客様相談部門の主な取り組み

味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)のお客様相談部門は、各社製品・サービスに関する「お客様の声」を直接承る部門として、お客様一人ひとりのコミュニケーションを大切に、「正確・迅速・親切」をモットーに活動しています。お客様からいただいた声を1件ずつ記録し、翌日には全従業員に共有しています。お客様のニーズやライフスタイルの変化などを分析し、関連部門に提言を行い、製品・サービスの改善につなげる各種活動を実践しながら、「お客様満足品質」の実現に取り組んでいます。

■ 2017年度の主な取り組み

主な取り組み	内容
電話応対者教育プログラムの実施	・グループ共通対応指標に基づく評価と改善のトレーニングや傾聴研修の実施
「お客様満足研修」の実施	・新入社員研修の実施 ・生産部門向け「お客様の声」共有研修の実施 ・営業部門向け品質クレーム対応研修の実施
製品・サービスの品質クレーム対応に対するお客様満足度向上の取り組み	・品質クレーム調査報告書の継続的改善および改善事例の共有 ・生産部門調査報告担当者研修の実施
「お客様の声」反映活動の社内浸透	・「お客様の声」の翌日全従業員への共有 ・「お客様の声」を反映する各種会議の開催 ・「お客様の声」による改善事例の共有

VOICE

「お客様の声」を起点とした品質管理教育の取り組み

味の素冷凍食品(株)では、品質改善に向けた取り組みの向上を目的として、2017年度下期にお客様相談室に寄せられた「お客様の声」の中から、「品質クレームやファンレターの音声」を従業員に共有する報告会を工場6箇所で開催しました。従業員は、品質クレームには渋い表情、ファンレターには嬉しそうな表情を浮かべながら1件ずつ聞き入り、報告会後には改善に向けた前向きな議論をしていました。また、同様の報告会を、工場だけでなく、製品に使用する原材料サプライヤー5社の担当者向けにも開催しました。「野菜や海産物など、原材料由来の異物でもお客様のもとに行く大変心配されることを実感できた」との反響があり、日々の品質管理の重要性を再確認する機会となりました。

こうした活動は、「お客様の声」を自分事化し、改善につなげる有効な施策として、今後も継続していきます。

味の素冷凍食品(株)品質保証センターお客様相談室 室長 **伊藤 聡**



■ 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5社では、品質クレームの対応品質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。主に、「ご提起時の対応が適切か」「ご理解いただける説明ができていますか」「再度安心して製品をお買い求めいただくことができるか」を継続して確認し、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、2017年度の声として「ご提起時の対応に満足」97%、「調査結果報告に満足」85%、「今後製品を使用する」94%と、お客様から回答いただきました。

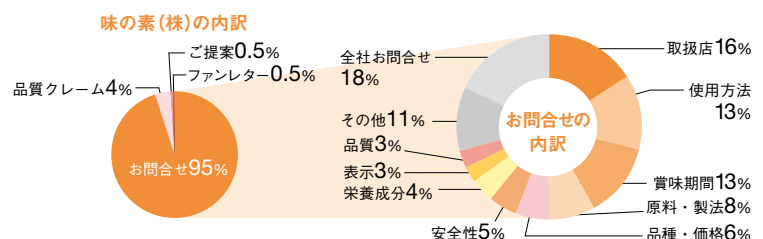
■ 「お客様の声」の内訳(2017年度)

味の素(株)「お客様の声」件数合計:

32,400件(2016年度比95%)

味の素グループ国内食品5社の「お客様の声」件数:

合計62,600件(2016年度比91%)



Column

「お客様の声」をもとによりよい製品へ タイ味の素社での「お客様の声」反映の取り組み

1. お客様情報センター(C.I.C.^{*1})の紹介

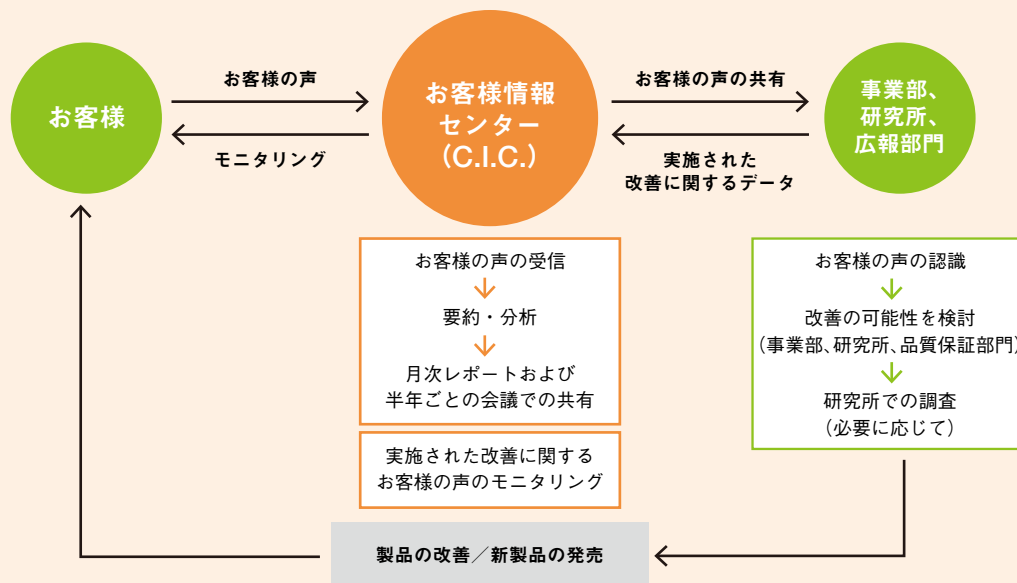
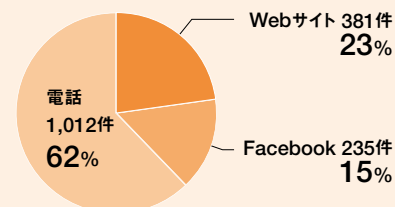
タイ味の素社では、1999年に設置したC.I.C.で「お客様の声」を受信しています。2017年度からFacebookにも窓口を設けています。2017年度は、約1,600件受け付けた「お客様の声」のうち、電話が約60%、メールが約20%、Facebookが約15%となりました。

*1 Consumer Information Center

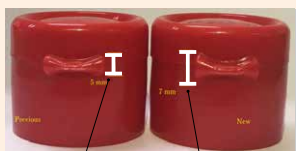
2. 「お客様の声」反映プロセス

「お客様の声」を製品に反映するプロセスは、C.I.C.で「お客様の声」を受信することから始まります。C.I.C.で分析された「お客様の声」に関する情報は、月次レポートおよび半年ごとの会議にて事業部、広報部門、研究所などの関連部署と共有します。これをもとに関連部署は改善を検討・実施します。改善後、C.I.C.ではその改善に関する「お客様の声」のモニタリングを実施し、その結果を関連部署にフィードバックしています。

2017年度の受信件数



3. 「お客様の声」の反映事例



改善前 5mm
改善後 7mm



「AJI-NO-MOTO®」85g瓶タイプ(2016年12月実施)

使用時にキャップの上蓋と下部をつなぐヒンジ部分が破損しやすいというお客様からの提起に対し、ヒンジ部分を厚く改善した新しいキャップを開発しました。C.I.C.では、キャップ破損に関するお問合せのモニタリングを実施しており、2018年5月現在、新たな提起はありません。

4. Webサイトでの製品情報公開

2017年1月に、C.I.C.は、お客様との新たな情報共有ツールとして、Webサイトでの製品情報公開を始めました。お客様からのお問合せの多い製品のアレルギー物質表示、栄養成分情報などを公開しています。

参照

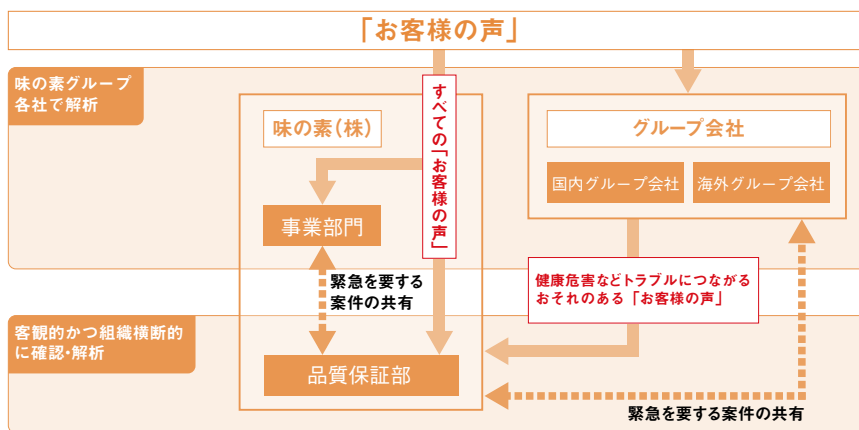
タイ味の素社
<http://www.ajinomoto.co.th/en>

健康危害などトラブルにつながるおそれのある「お客様の声」のモニタリング強化への取り組み

2013年に日本の化粧品メーカーで発生した美白剤による健康危害事故を受け、健康危害や法令違反などの重大なトラブルにつながるおそれがある「お客様の声」が見逃されることがないように、「お客様の声」のモニタリング体制を強化しています。グループ各社に寄せられた「お客様の声」は各社において解析されていますが、これに加えて、味の素(株)品質保証部においても健康危害などトラブルにつながるおそれのある、各社に寄せられた「お客様の声」を迅速に客観的かつ組織横断的に確認・解析し、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。

2017年度は、既に本体制を構築済みである国内グループ会社およびタイ、ブラジル、インドネシア、ベトナムの海外グループ会社につき、フィリピン、ペルーでも運用を開始しました。今後も新たなグループ会社での構築を進め、引き続きモニタリング体制を強化します。

健康危害など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



品質レベル向上のための人財育成

味の素グループは、国内外グループのさらなる品質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、各組織や会社のニーズに合わせて、計画的に品質教育を実施しています。

2017年度は、味の素(株)品質保証部が国内のグループ従業員向けにISO9001、品質監査、食品行政動向、お客様満足などの教育を実施しました。また、2017年度で38回目となる「品質のマネジメント・技術に関する検討会」を開催し、約400名のグループ役員・従業員が参加、品質保証活動について情報共有を行いました。さらに、ICT^{※1}を活用した品質教育を開始し、年10回以上開催していた国内食品事業ISO9001内部監査員教育をe-learningで実施しました。

海外のグループ従業員向けには、「ASQUA(アスカ)スクール」^{※2}をタイ、ベトナム、ナイジェリアで実施したほか、地域本部などの品質保証部門長候補などを対象とした「RQM」^{※3}トレーニングコースを新たに開催しました。今回はタイ、ブラジルから4名が参加し、約1週間の日程で、品質保証の統括業務を行う上で必要とされる基本的な考え方、知識などを習得しました。また、地域本部である味の素アセアン地域統括社が担当地域各社の品質保証マネージャーを対象とした「アセアン品質保証セミナー」を新たに開催し、10カ国より23名が参加しました。

国内外グループ各社でも個別に品質教育を実施しており、2017年度は味の素冷凍食品(株)でISO9001/2015勉強会、アグリスクール(農場管理、農薬管理のフィールド研修と講義)、ベトナム味の素社でHACCP勉強会、タイ味の素社で品質監査勉強会、ワンタイフーズ社でフードディフェンス勉強会など、ニーズに合った品質教育を積極的に実施しました。

今後も、より充実した品質教育を推進し、グループ全体でのさらなる品質レベルの向上に努めていきます。



品質のマネジメント・技術に関する検討会(ポスター発表)

- ※1 Information and Communication Technologyの略
 ※2 味の素品質保証システム「ASQUA(アスカ)」を中心とした、品質保証のノウハウの共有、知識向上を目的とした研修
 ※3 Regional Quality Assurance Managementの略



RQMトレーニングコースを修了したメンバー

2017年度味の素(株)の品質教育(例)

グループ従業員向け教育	味の素(株)従業員向け教育
<ul style="list-style-type: none"> ● 品質のマネジメント・技術に関する検討会 ● RQMトレーニングコース ● ASQUA(アスカ)スクール ● トップマネジメント勉強会 ● お客様満足研修 	<ul style="list-style-type: none"> ● ISO9001内部監査員教育 ● 品質監査教育 ● 食品表示の勉強会 ● 食品行政動向説明会
	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外赴任者研修 ● 新入社員研修 ● コンプライアンス研修 ● 品質アセスメント勉強会 ● 宗教対応勉強会

消費者課題・コミュニティ 社会との協働

財団による活動

味の素グループは、世界4カ国に設立した財団を通じて「食・栄養」分野を中心に、それぞれのニーズに合った活動を実施しています。

日本

■ 公益財団法人味の素ファンデーション（所在地：日本、設立：2016年）

味の素ファンデーションは、2016年8月に味の素(株)が一般財団法人として設立しました。2017年4月1日に同財団が公益財団法人として認定されたのを機に、味の素(株)は食を通じた社会貢献活動やソーシャルビジネスを同財団へ移管しました。同財団は、健康な営みの基盤となる食と栄養に関する4つの事業を通じて、国内外のコミュニティの持続可能な自立、社会課題解決に向けた貢献を目指しています。

主な活動

● AINプログラム（食と栄養支援事業）

開発途上国や住民の健康と生活の質の向上を目指したNPOのプロジェクトに、資金助成するプログラム

● ガーナ栄養改善プロジェクト（低所得国栄養改善事業）

持続可能な活動の仕組みの確立を通して、離乳期の子どもの栄養不良の問題を様々なパートナーと共に解決するプロジェクト

● ベトナム栄養制度創設支援プロジェクト

栄養士の育成、国民の衛生状態・健康改善の貢献に関わる制度の創設を支援するプロジェクト

● 被災地復興応援事業

地域ごとに行政、社会福祉協議会、NPOなどの非営利団体と連携を図り、当該地域のニーズに応じて運営する、移動式調理台を用いた健康・栄養セミナー

Web

(公財)味の素ファンデーション
<http://www.theajinomotofoundation.org/>

参照 → 消費者課題・コミュニティ P25
栄養不足の解消を目指して

Column

開発途上国の衛生状態・健康改善に貢献する栄養制度の創設をサポート ～日越の官民学協同 ベトナム栄養関連制度創設プロジェクト(VINEP)^{※1}～

2011年、栄養課題の深刻化・複雑化に対処できる正しい栄養知識を持ち、それを伝えることのできる人材を養成することを目的に、ベトナム国立栄養研究所(NIN)と味の素(株)がVINEPを立ち上げました。その成果として、2012年に教育訓練省が4年制の栄養学課程設置を承認し、翌年にはハノイ医科大学に栄養コースが開講しました。そして2017年には同国初の「栄養士」が43名誕生しました。VINEPは同年4月に(公財)味の素ファンデーションに移管され、「正しい」栄養知識の普及に向けた制度の確立を目指して、現在も進行中です。



※1 Vietnam Nutrition-system Establishment Project

Column

AINプログラム

開発途上国において、特に食、栄養、健康に改善すべき課題を抱える地域の住民に対する貢献を趣旨として、優れた着目点や実践能力を有し、支援や問題解決に向けた事業を実施するNPOなどの団体に対し、資金の助成および持続的な事業推進のためのノウハウをサポートするプログラムです。

1999年から延べ14カ国80団体を超える住民参加型プロジェクトを支援しています（延べ受益者数約15万人／総額約3億円）。



Web

AINプログラム

<http://www.theajinomotofoundation.org/about/>

支援事業例

カンボジア

健康・栄養のための行動変容を促すライフスキルトレーニング
展開事業

活動主体：(特非) かものはしプロジェクト

支援期間：2017-2019年



ネパール

標高2,000mのネパールの大秘境・コタン郡を食で豊かに！

YouMe Khajaプロジェクト

活動主体：NPO法人 YouMe Nepal

支援期間：2017-2019年



インド

学校給食を通して貧困村の栄養改善を行うプロジェクト

活動主体：チームピースチャレンジャー

支援期間：2016-2018年



バングラデシュ

思春期女子の栄養改善と健康推進プロジェクト

活動主体：(特非) アジア砒素ネットワーク

支援期間：2017-2019年



カンボジア

プノンベン市貧困地区の母親主体のコミュニティ開発と
家庭の栄養改善

活動主体：(一社) 日本カトリック信徒宣教師会

支援期間：2015-2017年




■ 公益財団法人 味の素食の文化センター（所在地：日本、設立：1989年）

主な活動

- 食の専門図書館「食の文化ライブラリー」、展示室の運営
 - ・ 保有する錦絵、貴重書などから日本の食文化をコンパクトに紹介する「食文化展示室」をリニューアル公開(2018年7月)。
- 公開シンポジウムの開催
 - ・ 人間文化研究機構との共催シンポジウム「江戸書物から読み解く庶民の食べ物と生活」を開催。当時の知恵を専門家が解説(2018年1月19日)。
 - ・ 食の文化シンポジウム「甘味の世界」を開催。対象者を若手研究者、学生などテーマに関心のある方とし、専門的な視点で活発な質疑を実施(2017年8月5日)。
- 「食の文化フォーラム」(食文化を学際的に考える会員制の研究討論会)の企画運営
 - ・ 年間テーマ「にのいの時代」のもと、「フレーバーの機能」「香りと食生活」「食品と開発」の3回を通じ、にのいの科学的アプローチによる人類の食文化に対する影響を討論(2017年6月、9月、2018年3月)。
- 食文化季刊誌「vesta(ヴェスタ)」ほかの出版・頒布
- Webを通じた情報発信(2018年4月リニューアル)



人間文化研究機構共催シンポジウム
パネルディスカッション風景

Web 

(公財)味の素食の文化センター
<https://www.syokubunka.or.jp/>

■ 公益財団法人 味の素奨学会（所在地：日本、設立：1957年）

主な活動

- 奨学金給与
 - ・ 大学院在籍在日留学生、毎年5～6名に対し、2年間の奨学金を給与。
 - ・ 渡日前アセアン留学生向け奨学金、アセアン地域5カ国とロシアから、東京大学など6大学大学院修士課程(理系)に留学する研究生および修士生を対象として、合計3年間(研究生1年、修士2年)奨学金を給与。
- 奨学金貸与
 - ・ 日本国内の大学の専門課程または大学院に在学する理系専攻の学生を対象に奨学金を貸与。



在日留学者学生およびアセアン留学者学生とともに、「和食」調理実習体験

Web 

(公財)味の素奨学会
<http://ajisScholarship.com/>

タイ

■ タイ味の素財団（所在地：タイ、設立：1976年）

主な活動

- 「Better Nutrition, Stronger Nation」プロジェクト(地方の小学校への食堂建物の寄付、教師への栄養指導、指導後の改善状況のモニタリング)
- 理工学系専攻の貧困家庭出身学生への支援(奨学金)
- 食品、栄養関連の優秀研究者の表彰
- 遠隔地の学校への教員用住宅の寄付



タイ北部・北東部の寒冷地域への支援

Column

「Better Nutrition, Stronger Nation」プロジェクト

タイ味の素財団では、2010年、タイ味の素社の創業50周年を記念して「50の学校給食施設 建設プロジェクト」を開始しました。2014年までに、43県で50の小学校の給食施設が完成し、10,000人を超える生徒に活用されました。2015年には、本プロジェクトの5年間継続、2019年度末までにさらに50校の給食施設について建設支援することで、タイ教育省と基本合意に至りました。加えて、2017年にはさらに20の緊急支援学校を対象に本プ

ロジェクトを拡大しました。2018年6月現在、67県で90校の給食施設が完成し、18,000人を超える生徒が活用しています。

このほか、2016年度から、給食施設の建設対象となった学校の教師や給食担当者に対する栄養教育を開始しました。2017年度からはマヒドン大学の栄養研究所、ラジャマンガラ大学の協力を得て教育内容を拡充させ、60校から284名の教師、給食担当者が本プログラムに参加しています。

活動実績 (2018年6月現在)

67県で90校の給食施設が完成
(18,000人を超える生徒が活用)



給食施設の贈呈式

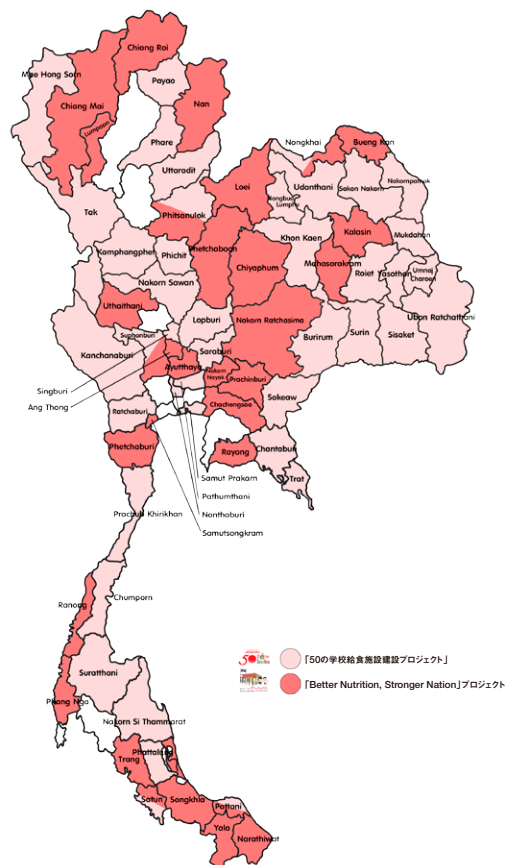


教師らへの栄養教育セミナー



マヒドン大学より派遣された講師

これまでの給食施設寄付実績



ペルー

■ ペルー味の素財団 (所在地：ペルー、設立：2003年)

主な活動

- 健康・栄養に関するワークショップの開催(2017年度26回開催、958名参加)
- 栄養学専攻の学生への支援(奨学金)
- 「ペルー味の素財団賞」(大学生を対象とした、文献検索促進のためのコンテスト)の主催



2017年度の「ペルー味の素財団賞」授与式

ブラジル

■ ブラジル味の素財団 (所在地：ブラジル、設立：1999年)

主な活動

- 障がいのある子どもたちのスポーツ団体に対する助成事業
- 事業所周辺の地域貢献活動(小学校への学用品の寄付など)
- 「ブラジル味の素財団研究賞」の主催による、「うま味」「5つの基本味」をテーマとした研究助成
- 料理学校における若者向けの栄養とうま味の授業の実施
- 従業員ボランティアプログラムの実施(2017年度743名参加)



小学校への学用品の寄付

自然災害による被災地への支援活動

味の素グループは、事業を通じて知見を持つ「食」や「健康」の分野を中心として、被災地域に寄り添った支援を行っています。

自然災害による被災地への緊急支援

日本の災害（2018年8月末までの実績）

対象となった災害	寄付先	支援金・義援金	支援物資	数量
平成30年7月豪雨災害	特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム	600万円	—	—
	日本赤十字社 「平成30年7月豪雨災害義援金」	400万円	—	—
	愛媛県、広島県、岡山県の行政指定先	—	「味の素 ^{KK} おかゆ」(白がゆ)	約31,000食
		—	「アミノバイタル [®] GOLD」ゼリードリンク 135g	10,000個
		—	経口補水液「アクアソリタ [®] 」500ml	9,000本
愛媛県、広島県、岡山県のNPO、 社会福祉協議会の指定先	—	「ブレンディ [®] 」ボトルコーヒー500ml	23,600本	

東日本大震災復興応援活動

■ “食卓からニッポンを元気に「食べるって楽しい！」”プロジェクト

味の素(株)は、2011年度より“食卓からニッポンを元気に「食べるって楽しい！」”プロジェクトと称し、岩手県、宮城県、福島県を対象に、“食”を通じて被災地の復興に貢献するという当社の方針に合致する活動を行う団体に、「クノール[®]カップスープ」(10品種)、「ほんだし[®]」(3品種)の売上げ1箱につき1円を寄付してきました。2017年度は、公益財団法人地域創造基金さなぶりの「子どものたより場応援基金」を通じて、宮城県内の「こども食堂」の拡充や、食育を含めた子どもの学習支援を行っている団体への助成を行いました。

食卓からニッポンを元気に



参照

“食卓からニッポンを元気に「食べるって楽しい！」”プロジェクト

<https://www.ajinomoto.co.jp/tbtn/>

■ 東北に元気を！明日を耕すプロジェクト

味の素冷凍食品(株)は、「東北に元気を！明日を耕すプロジェクト」として東北地方の農業復興支援を行っている団体をサポートしており、従業員による農家や酪農でのボランティア活動も実施しています。

☀️東北に元気を！
明日を耕すプロジェクト

■ AGF「ブレンディ[®]」器の絆プロジェクト

味の素AGF(株)は、2012年よりスティックコーヒー「ブレンディ[®]」の売上げの一部を被災した東北の窯元の修復支援に充てています。本プロジェクトは、2014年に修復から復興活動へとシフトし、2017年はスペシャルサポーターのデザイナー・コシノジュンコさんをお迎えし、被災した4つの窯元と共同制作した器を使った“親子で器の絵付け体験”を実施しました。

同社はほかにも災害支援活動の一環として「いつでも、ふう。AGF[®]」コーヒーの時間を開催しています。東北ではこの「コーヒーの時間」で住民同士の語らいの場づくり、九州では集会所にドリンクバーを設置しやすらぎの空間づくりをお手伝いしています。



参照

AGF「ブレンディ[®]」器の絆プロジェクト
<https://www.agf.jp/tohoku/>

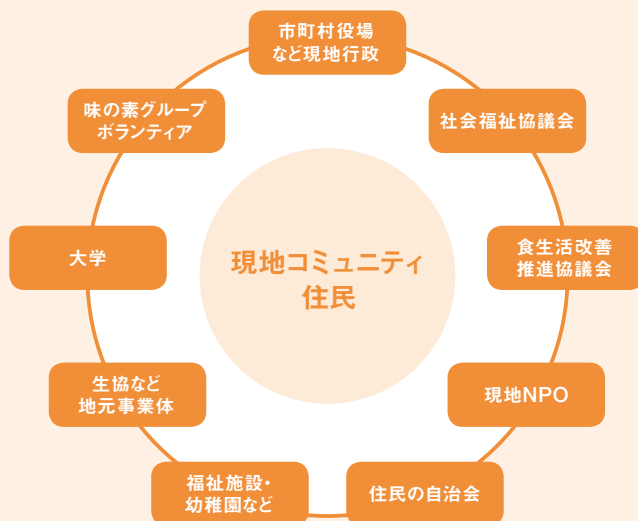
Column

東北応援 ふれあいの赤いエプロンプロジェクト

味の素グループが2011年10月に開始した「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」は、2017年4月、(公財)味の素ファンデーションに移管して活動を継続しています。東日本大震災後の仮設住宅における健康や栄養、新たなコミュニティにおける人と人のつながりの希薄化、高齢者の孤立・引きこもりといった課題への取り組みを応援するプロジェクトで、仮設住宅の住民が集まって一緒においしい料理を作り、語り合うための「場」の提供が基本のコンセプトです。現地の実情やニーズに応じた活動を常に心がけ、住民全般を対象とした「健康・栄養セミナー」のほか、不適切な食生活やアルコール依存症の増加が指摘されている中で始めた男性限定の「男の料理教室」、もともと塩分摂取量の多い東北地方における、幼児期の適切な味覚形成のための保育所の園児を対象とした、減塩してもおいしく食べられる、うま味の効いただしの体験学習「あじのひみつ」を実施しています。

本プロジェクトは、地域行政、社会福祉協議会、食生活改善推進員、NPO、大学、自治会など、復興を担う地元との協働で運営しています。

被災から7年が経過した現在、本プロジェクトに賛同し、「自主開催・運営」する地元団体も徐々に増えてきています。



Web

ふれあいの赤いエプロンプロジェクト

<http://www.theajinomotofoundation.org/akaepu/>

いっしょに作って、いっしょに食べよう!

味の素グループ 東北応援

ふれあいの
赤いエプロン
プロジェクト

「健康・栄養セミナー」

活動実績

参加人数(延べ)

46,123人

実施回数(延べ)

3,088回

実施地域

3県47市町村

地域のパートナーの皆様

約300名と共に

味の素グループ

ボランティア参加人数(延べ)

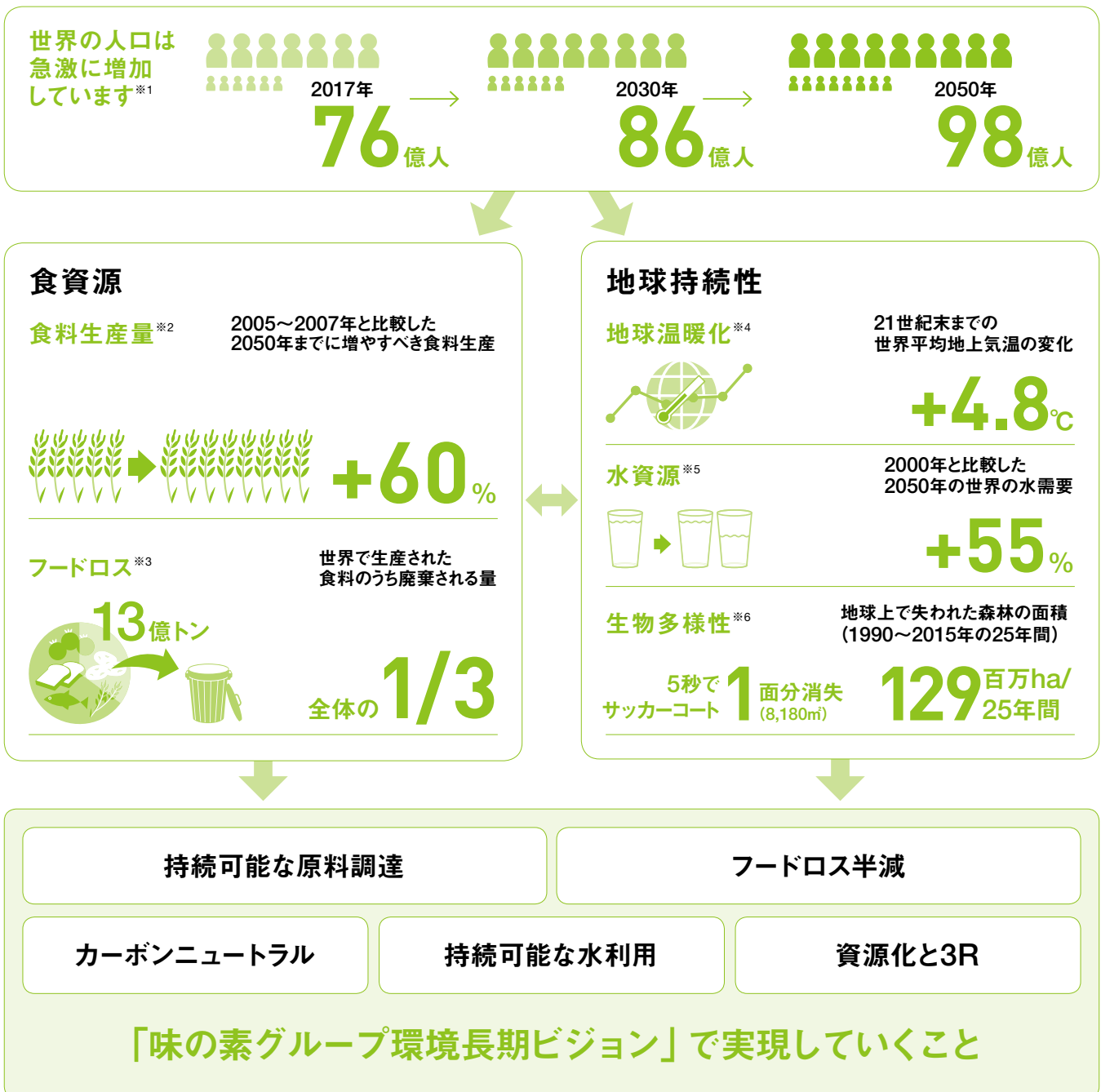
2,698人

※ 活動実績：2018年3月末現在
「延べ」は2011年10月からの累計

食資源・地球持続性

人間による消費需要が地球の生産能力を超えている状況下で、地球環境を守りながら経済活動や日常生活を維持していくためには、「持続可能な生産と消費」の追求が不可欠です。その実現のためには企業の努力が必要ですが、一企業でできることに限りがあるのも事実です。味の素グループは、サプライチェーンのすべての段階でステークホルダーと連携・協働し、長期的な目標を掲げて、環境負荷の低減と新しい価値創造を目指します。

味の素グループの課題認識



※1 国際連合(UN)(2017) ※2 国連食糧農業機関(FAO)(2014) ※3 FAO(2012)
 ※4 国連気候変動に関する政府間パネル(IPCC)(2013) ※5 経済協力開発機構(OECD)(2012) ※6 世界森林資源評価(FRA)(2015)

環境

味の素グループのアプローチ

味の素グループは、事業活動が少なからず地球環境に影響を与え、また影響を与えられていると認識しています。このため「地球との共生」に貢献し、「持続可能な生産と消費」を追求した事業運営を目指しています。

また、環境問題は一企業の取り組みだけで解決できるものではありません。味の素グループは、サプライチェーンの源流である調達段階から、開発、生産、物流、生活者とのコミュニケーションに至るすべての活動において、ステークホルダーと連携・協働し、価値観と目標を共有しながら行動します。



サーキュラー・エコノミー

現在、欧州を中心に「サーキュラー・エコノミー」という新しい提案が広がっています。これは、環境保全のみならず、経済的な成長の戦略として、ムダや廃棄物の削減、リサイクル、シェアリングなどの活動を捉える考え方です。

味の素グループは、これまでもバイオサイクルをはじめ食資源やエネルギーをムダなく活かせる様々な取り組みを進めてきました。取り組みを通じて、味の素グループが成長するとともに、事業活動に必要な原料を生産している地域の農業や経済活動を豊かにする役割も担ってきたと自負しています。

一方、製品・サービスを届ける先である生活の場面では、まだまだできることがあると自覚しています。法制度や体制などの制約もあり、完全なリサイクルを形づくることは難しいですが、生活者の皆様とも連携を図りながら社会全体での「循環」を築けるよう、味の素グループがハブの機能を果たしていければと考えています。



味の素グループポリシー

■ 基本原則

3. 地球環境とサステナビリティ(持続可能性)への貢献

- 3.1 私たちは、社会とお客様とともに地球との共生に貢献し、持続可能な『循環型社会』を実現します。
- 3.2 私たちは、個人においても資源・エネルギーの有効活用、環境に配慮することを奨励します。

関連するグループポリシー

環境に関するグループポリシー

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
● 食料需給の逼迫		○	○	
● フードロス		○	○	○
● 持続可能な農畜水産物調達		○	○	
● 気候変動		○	○	
● 水資源		○	○	
● 生物多様性		○	○	
● サプライヤーのCSR推進		○	○	
● 事業活動での廃棄物削減			○	
● 容器包装の環境負荷低減		○	○	○

参照

味の素グループのマテリアリティ P9

味の素グループ環境長期ビジョン

味の素グループは、国際的な目標に先行する取り組みを通じて、モノづくりから消費の場面に至るまで、社会・お客様と共に地球環境への貢献を実現します。



味の素グループ環境長期ビジョン・環境中長期目標の詳細

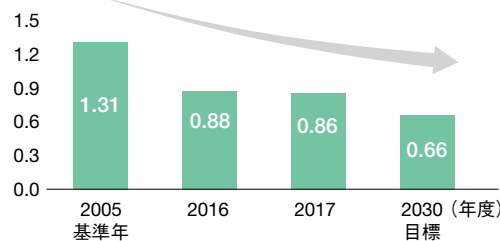
味の素グループの環境中長期目標は、生産系(工場)の取り組みを中心に、「フードロス削減」「食資源の確保・自然環境の保全」を含む製品ライフサイクル全体を対象としています。

製品ライフサイクル全体でカーボンニュートラルにします



50%削減

温室効果ガスの排出量
対生産量原単位
(対2005年度)

温室効果ガスの排出量対生産量原単位^{※1}

主な施策

- 10年以上にわたり継続している省エネルギー活動のさらなる深化
- 自社内のバイオマスボイラー・コジェネレーションの増強、安定稼働
- グリーンエネルギーの活用推進



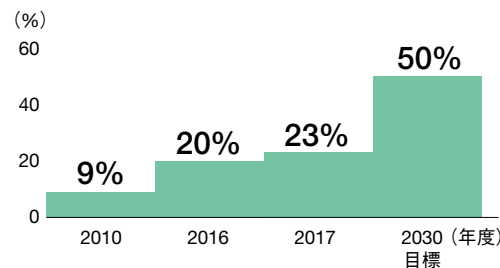
リメイラ工場(ブラジル)

※1 原単位：製品の一定量を生産するために必要な各生産要素(原料・動力・労働力など)の量のこと

50%

再生可能エネルギー
利用率

再生可能エネルギー利用率



主な施策

2030年度にHFCs^{※2}保有量極少化に向けて

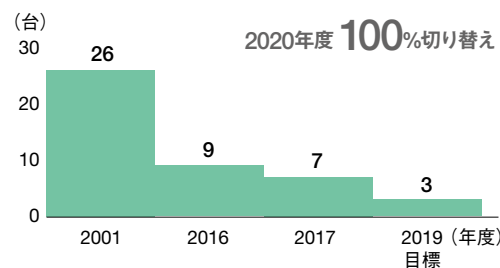
- 味の素冷凍食品(株)、クノール食品(株)、味の素ベーカリー(株)など、自然冷媒の導入
- 味の素(株)、インドネシア味の素社など、GWP150以下の新冷媒の導入

※2 ハイドロフルオロカーボン類の総称

100%

自然冷媒もしくは
GWP150以下の新冷媒使用

フロン式フリーザー保有台数 (国内冷凍食品工場)



2050年までに製品ライフサイクルでフードロスを半減します



50%削減

フードロス
(対2016年度)

2025年度 原料受け入れからお客様納品まで
2050年 製品ライフサイクル全体 (原料～使用・廃棄)

主な施策

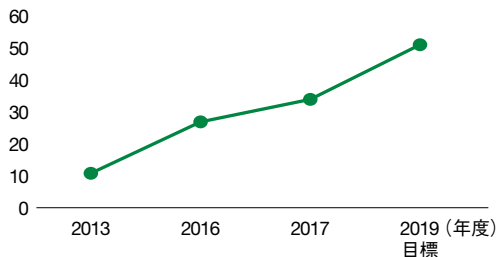
- 原料をムダなく活かすモノづくり
- 製品の賞味期限の延長、年月表示化、納品ルール変更での物流・返品削減
- お客様の使用時のロス削減
- 生活者においしく残さず食べ切る「食エコ」を提案

次世代のための食資源の確保と生態系・生物多様性を含む
自然環境の保全に貢献し持続可能な調達を実現します



60 億円
創出される経済効果

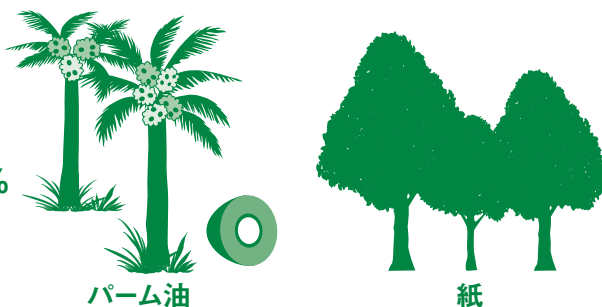
発酵技術導入数



主な施策

- 原料・エネルギー削減技術導入
- 発酵原料自製化
- バイオマス活用

100 %
持続可能な調達
(2020年度)



パーム油

紙

主な施策

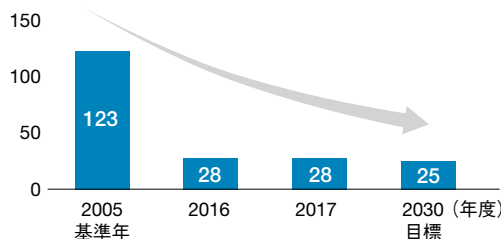
- トレーサビリティの確立
- 認証品、それに準じた原材料の購入
- サプライチェーン関係者との連携を通じた持続可能な調達に関する基準や仕組みづくり

持続的に水を利用し続けられる環境を創出します



80 %削減
水使用量対生産量原単位
(対2005年度)

水使用量対生産量原単位



主な施策

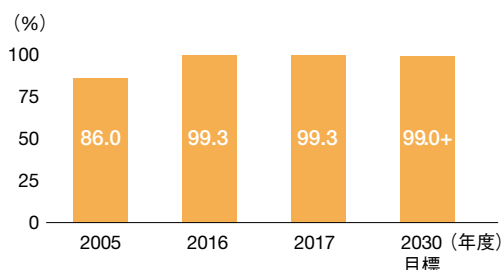
- 10年以上にわたり継続している水使用量や排水量を削減する活動のさらなる深化
- 排水水質基準 (BOD、TN) 設定 (公共水域に直接放流)

廃棄物のゼロエミッションを達成します



99 %以上維持
資源化率

資源化率

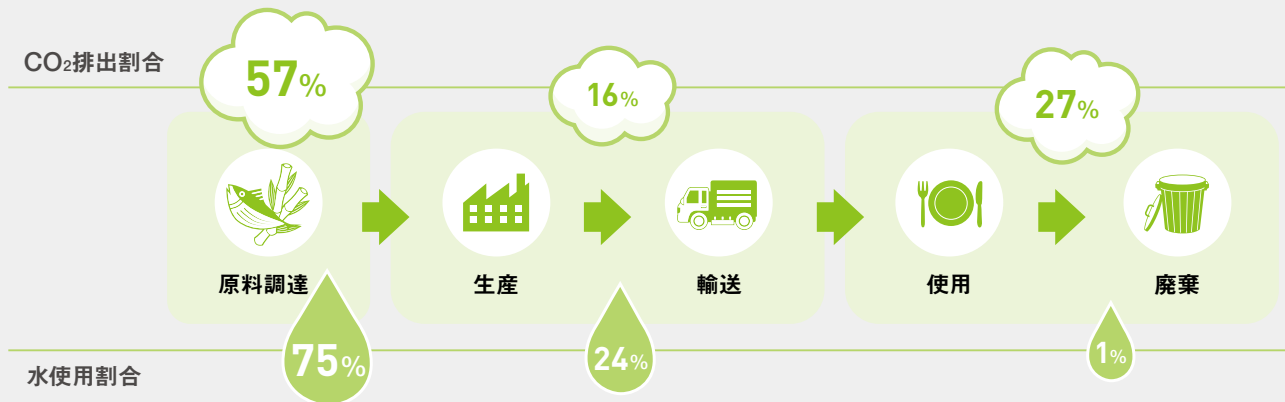


主な施策

- 10年以上にわたり継続している環境負荷低減活動のさらなる深化
- 廃棄物の資源化、副生物の有効利用

ライフサイクル視点で見た味の素グループの環境負荷

ライフサイクル全体で見ると、原料における環境負荷が他に比べて高いことがわかっています。



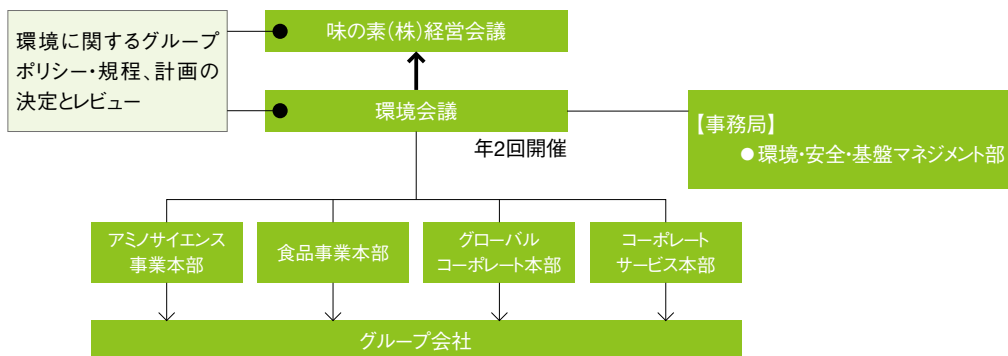
CO₂排出割合は、Webサイト掲載の環境データのマテリアルバランスの2017年度のCO₂排出量をもとにしています。
水使用割合は、[主要な原料]と[生産での使用量]と[輸送・保管のシナリオ]をもとに、Trucost社にて算定した結果です。

環境マネジメント

推進体制

味の素グループは、経営会議を頂点にした環境マネジメント運用体制のもと環境経営を推進し、環境に関する重要方針の決定、計画の策定(中長期目標、年度計画)、活動のレビューを行っています。

味の素グループの環境マネジメント運用体制



ISO14001の認証取得状況

2018年3月現在、味の素グループは対象98社のうち、60社でISO14001の認証を取得しており、未取得のグループ会社でもISO14001の考えに基づいたマネジメントを推進しています。なお、今回より取得状況を拠点単位から会社単位に変更しています。

ISO14001の認証を対象グループ会社の

61%にあたる **60** 社で取得
(2018年3月現在)

■ 環境アセスメントの実施

味の素グループは、新製品の発売や新事業の開始、原料や生産工程の変更などがある場合は、事前にその事業計画の環境影響を評価し適切な施策を講じることで、将来の環境リスク軽減に努めています。味の素(株)では実施責任部門が環境アセスメントを行い、その内容を環境・安全・基盤マネジメント部がグループ全体の視点でチェックした後、決裁します。グループ会社も同様に各社の規程に基づいたアセスメントを実施しています。

さらに、グループ各社や各部門の業績評価においても評価項目の一つに「環境項目」を設け、環境に対する取り組みを重要な事業活動の一つとして位置づけています。

■ 環境監査の実施

味の素グループでは、環境マネジメントの推進に不可欠な環境監査を重視し、ISO14001への適合を確認する外部審査のほか、環境に課題がある事業所に対しては、環境・安全・基盤マネジメント部が、「環境監査要領」に基づいて環境監査を実施しています。

なお、2017年度は環境監査の対象となる事業所はありませんでした。

■ 工場の地域への取り組みと環境事故対応

味の素グループでは、近隣住民の皆様が開かれた工場を目指しています。臭気や騒音などの環境に関する異常を感じた際や、地域の方々の声を聞かれた際は、すぐにご連絡いただけるよう、近隣の自治会や協議会の会合に参加するなど、コミュニケーションを大切にしています。

味の素グループは、環境に関する法令違反や事故などが発生した場合に、速やかに対策を講じる仕組みを構築しています。2017年度は、環境に関わる法令違反(大気汚染防止法)が1件発生しましたが、行政指導に基づいた適切な是正措置や順法対応を実施しました。また、2017年度は事業場外に環境への影響を及ぼす事故が5件(液体原料が漏洩した事故1件、液体製品が漏洩した事故2件、液体燃料が漏洩した事故1件、蒸気ボイラーの不完全燃焼により黒煙が発生した事故1件)発生しました。いずれも環境に重大な影響を与えるものではなく、速やかに行政に報告し、原因究明を行い、必要な措置を実施しました。

今後も、味の素グループ内で環境法令違反や環境事故の情報の共有を実施し、再発防止に努めます。

■ 環境アセスメント項目

1.法令順守	
2.典型7公害	大気汚染、水質汚濁、騒音、臭気、土壌汚染など
3.地球環境問題	省エネルギー、再生可能エネルギー、フロン、物流効率など
4.フードロス削減	賞味期限延長、年月表示化など
5.持続可能な調達	生物多様性保全、認証原料、認証紙、バイオプラスチックなど
6.水資源	水使用量、排水量の削減
7.廃棄物の処分	廃棄物適正処分、排出者責任など
8.循環型社会形成	3R、過剰包装、副生物の有効利用、廃棄物発生抑制など
9.有害物質管理	新規化学物質、PCB、アスベストなど
10.建築物の影響	日照権、電波障害など
11.生活者のエコライフ意識の醸成	環境ラベルの表示



近隣住民との対話の場
味の素(株)川崎事業所「環境モニター会議」

環境教育

■ 専門教育

環境に対して適切な事業運営を行うためには、各業務に応じた専門的で実践的な知識や技術が必要です。

日本国内では、各組織に設置している環境管理者・責任者・担当者に対する教育、新事業・製品を企画する事業部門・研究部門担当者に対する環境アセスメント教育などを継続的に実施しています。

例えば、内部環境監査員養成講座(2日間コース)は2018年3月までの累計で112回実施しており、延べ2,800名以上が受講しました。また、頻繁に改正が行われる環境法令をタイムリーに把握し、確実な対応を行うために、国内の環境マネジメント担当者などを対象に「環境法令研修」を行っています。



内部環境監査員養成講座グループワーク

■ 一般教育

日本国内では、環境・安全・基盤マネジメント部が人事部門、総務部門などと連携をとりながら、味の素グループの環境マネジメントについて周知するとともに、各階層における役割について継続的に教育を行っています。

■ 環境教育体系

	国内グループ会社共通	味の素(株)
専門教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境管理者・責任者・担当者研修 ● 内部監査員養成講座・セミナー ● 環境法令に関するセミナー・勉強会 	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境アセスメント勉強会 ● 環境アセスメントのための容器包装勉強会
一般教育	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス研修 	<ul style="list-style-type: none"> ● 新任基幹職研修 ● 新入社員研修 ● キャリア採用者研修 ● 技術系海外赴任前研修 ● 海外生産技術者育成のための基礎技術研修



「コンプライアンス研修」資料

環境報告の対象組織

「環境」パートでは、「環境規程」に基づく「味の素グループ環境マネジメント」の対象範囲である、味の素(株) およびグループ会社(環境規程適用会社/2018年3月現在)における環境への取り組みを報告しています。実績集計は128事業所(事業の再編や工場の新設・廃止などにより、2017年度報告に比べ17事業所増加)を対象としており、この範囲での集計は、連結財務会計制度上の味の素グループ^{※1}全体の環境に関する実績を代表する内容です。

※1 味の素(株)、連結子会社および持分法適用会社

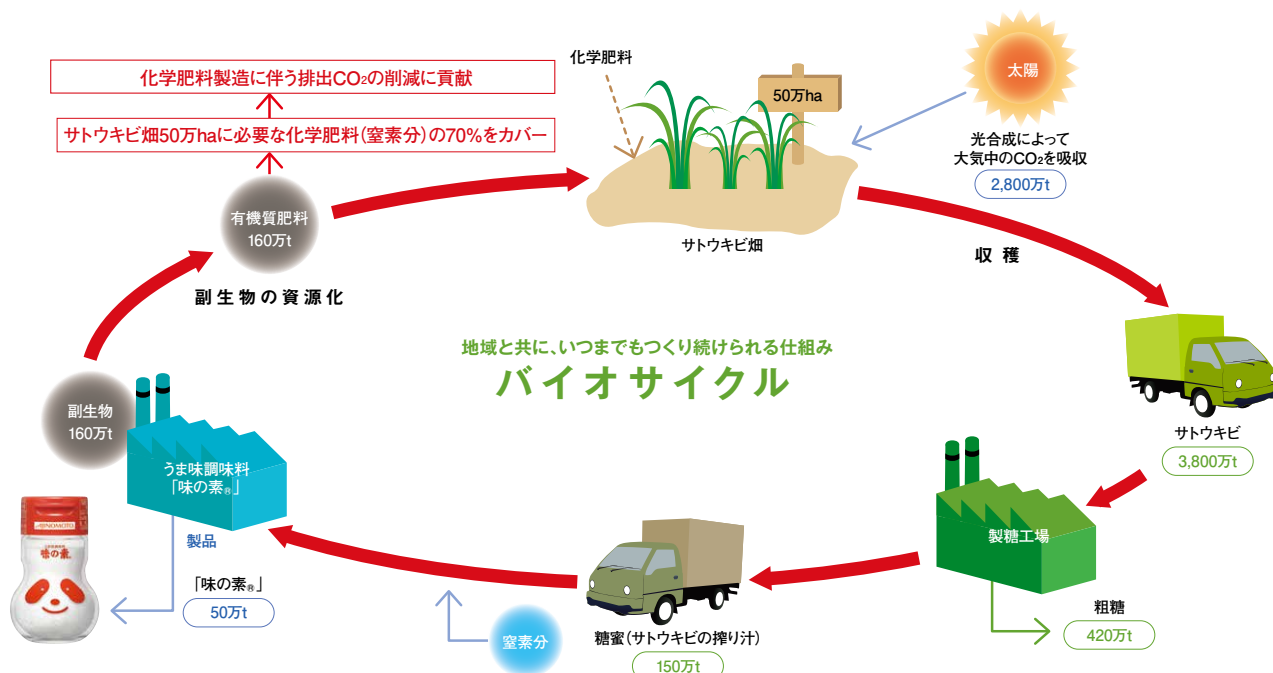
食資源と生物多様性

持続可能な農業に貢献する「バイオサイクル」

味の素グループは、製品に使用するアミノ酸を、それぞれの地域で入手しやすい農作物を主な原料として発酵法で生産し、アミノ酸を取り出した後に残る栄養豊富な副生物(コプロ)を肥料や飼料としてほぼ100%活用しています。こうした地域の農業を豊かにしながら、持続的に農作物を調達する資源循環型アミノ酸発酵生産方法(バイオサイクル)を、食資源の安定的な確保の実現および持続可能な農業への貢献方法のひとつとして、世界各地の発酵工場を導入しています。



アミノ酸生産の主な原料であるサトウキビ(左)、トウモロコシ(右上)、キャッサバ(右下)



もし、アミノ酸をつくるのに発酵法を使わなかったら...

食資源を枯渇させずに製品をお届けするために「発酵法」で生産しています。

発酵法によりサトウキビやキャッサバなどから
1年間に生産する「味の素®」50万トンとすると...

もし、すべてを昆布でつくったら...

2,500万トン必要
833年分^{*1}

=日本の年間平均生産量の

もし、すべてをトマトでつくったら...

2億トン必要
1.6年分^{*2}

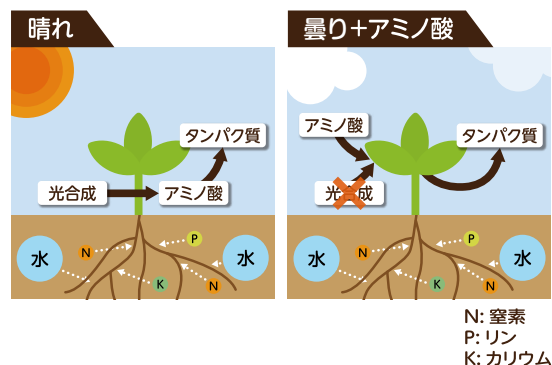
=世界の年間平均生産量の

*1 だし昆布100g当たりのグルタミン酸平均抽出量は、100g当たり2,240mgをベースに算出。
*2 完熟トマト100g当たりのグルタミン酸平均抽出量は、100g当たり140mgをベースに算出。

アミノ酸発酵生産から生まれた「高付加価値肥料」

植物は吸収した窒素と光合成によって得られた糖からアミノ酸をつくり、アミノ酸から生長に必要なタンパク質をつくります。光合成が十分にできない曇天や低温でも、肥料としてアミノ酸を与えることで植物の生長を促進することができます。

味の素グループでは40年以上前から、アミノ酸発酵生産後に発生する栄養豊富なコプロを有機質肥料として有効利用してきました。コプロを原料に、植物に必要なリン酸、カリウムなどをバランス良く配合して、より高付加価値な肥料を開発しています。実験や研究の蓄積により、アミノ酸を活用した肥料に、根張りを良くしたり、生長を促進したり、収穫量を増加させたりする効果があることが明らかになりつつあります。



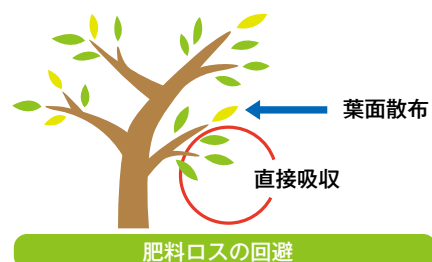
葉から栄養を吸収する葉面散布剤「AJIFOL®」

高濃度アミノ酸とミネラルをバランス良く配合した葉面散布剤で、葉面から少量で効果的に栄養を与えることができます。1989年にブラジルで発売して以降、世界7カ国で生産しています。

世界7カ国で生産される「AJIFOL®」



微量栄養素を少量で効率良く吸収



葉面散布剤「AJIFOL®」の効果

- ① 収量上がる
- ② 病気に強くなる
- ③ 果実の糖度 (Brix値) 上がる



イチゴの高設栽培。根の傷みが原因と思われる生育障害が発生しました。葉の色が薄くなり、樹勢も悪く、花の数も少量でした。葉面からのアミノ酸補給で樹勢が回復しました。

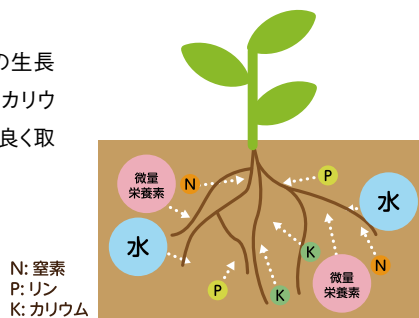
根の張りを良くする「ROOTMATE®」「アミハート®」

植物の発根促進効果を持つ核酸を豊富に含んでいる肥料で、日照不足や高温ストレスを予防し、作物の生育を促進します。



トマトでの効果

根が伸びることで、植物の生長に必要な水や、窒素・リン・カリウム、微量栄養素などを効率良く取り込むことができます。



Column

持続可能なコーヒー豆の調達を目指して 味の素AGF(株)の取り組み

味の素AGF(株)では、いつまでもコーヒーをお届けできるよう、供給不足の懸念のあるコーヒー豆の原産地とのパイプを太くし、安定調達できる仕組みづくりを始めました。

主に、コーヒー農園に対する、各海外グループ会社が生産する「AJIFOL®」などの高付加価値肥料を使った効果検証の委託と農業資材の提供により、生産者との関係強化を図っています。



国内外グループ会社連携によるコーヒー豆でのバイオサイクルの構築



■ ブラジル

ブラジルのコーヒー収穫量は世界トップレベル。主に中部、東部、南西部で生産されています。味の素AGF(株)は、東部セラード地区の農園で2016年9月よりブラジル味の素社(ABR)の肥料「AJIFOL®」を使用したコーヒー豆の生産性や品質向上効果の検証を開始し、農園が長年の経験に基づき使用している既存肥料と同等の効果を確認しています。テストは2年以上を要し、引き続き検証が必要ですが、生産者との関係強化を進め、味の素AGF(株)のコーヒー製品の価値向上につなげていきたいと考えています。



ブラジルのコーヒー農園にて

■ インドネシア

インドネシアでは、2017年9月以降、パガーアラム地区の農家を中心に、「AJIFOL®」のテスト散布のほか、農業資材の提供を実施しています。これまでに、除草機、ビニールテント、害虫トラップ、長袖のTシャツ、長靴、軍手などの物品を配布しました。



配布物品の一部

■ ベトナム

ベトナムでは、2017年5~9月にクロンナン、エアレオ地区の10農家にコーヒーの苗木25万本と、ベトナム味の素社の肥料を配布し、効果検証を開始しました。また、それぞれの地区の公民館にて、地域の農民3,000人以上を集め、水やりの方法、日陰樹^{*1}の植え方など技術指導を実施しました。

^{*1} コーヒーの木を直射日光から守るため、日陰をつくる役割で植えられる樹木



技術指導の様子と参加者

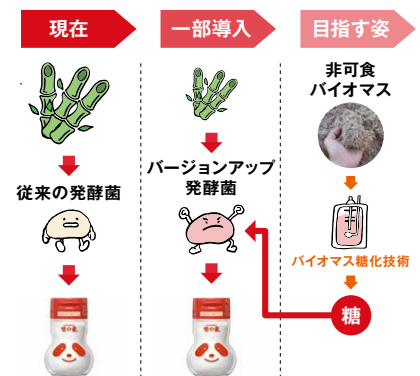
資源を余すことなく活かす「低資源利用発酵技術」

アミノ酸の発酵生産に用いる農作物は、貴重な食資源であるとともに、バイオ燃料や工業用素材としても需要が高まっています。アミノ酸のリーディングカンパニーとして環境負荷の低い生産法の開発に取り組み続けることは味の素グループの社会的責務です。

味の素グループは、長年にわたり、独自の先端バイオ・ファイン技術を活用して少ない原料で効率よく発酵生産する技術や低資源利用発酵技術の開発を精力的に進めてきました。

低資源利用発酵技術には、発酵の生産効率を上げる「原料・エネルギーを削減する技術」と、エネルギー源としてそれぞれの地域の未利用資源だったもみ殻やウッドチップなどを使用する「バイオマスの利用」があります。これらの技術開発は、食資源の確保および原料や生産時に使用する水、CO₂の抑制につながります。また、将来的には食資源と競合しない、バガス（サウキビの搾りかす）やとうもろこしの葉茎といった非可食バイオマスなどの原料を利用する技術の活用を目指しています。

これらの技術のさらなる高度化に向け、味の素グループは、最先端の技術を持つ国内外のベンチャー企業や大学、研究機関との連携により、研究開発を加速させています。



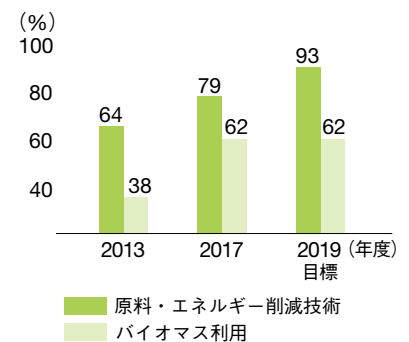
「低資源利用発酵技術」のロードマップ

アミノ酸を生産している「低資源利用発酵技術」導入対象工場の約8割が、「原料・エネルギー削減技術」を2017年度までに導入しました。今後は2019年度までに約9割の対象工場への技術導入を完了させ、同時に新技術開発と導入を進めます。また、一部の工場においては、2021年頃を目途に副原料であるアンモニアの自社工場内での生産の実用化を目指します。

一方、「バイオマス利用」は、2017年度に約6割となりました。引き続き、コジェネレーション化^{*1}や導入工場数の拡大を図ります。

*1 電気と蒸気を同時に発生させる熱電併給システム

低資源利用発酵技術の工場導入率



自然資本評価の取り組み

味の素グループは、持続的成長を実現する上で事業活動が自然資本に及ぼす影響を評価することが極めて重要と考えています。このたび、アミノ酸発酵生産を事例に、現行製法と非可食原料を利用した場合とで自然資本インパクトを比較しました。

具体的にはタイで生産する「味の素®」の原料から製品の生産までを評価対象とし、現在の主原料であるキャッサバを発酵の糖源とした場合と、非可食バイオマスを利用する場合の2つのシナリオで自然資本評価を金銭価値にして比較しました。

その結果、非可食原料を利用した場合、少なくとも数百万米ドルの社会的コストを削減でき、自然資本への負の影響を低減する優位性があることがわかりました。

生態系・生物多様性の保全

■ 生物多様性に関する考え方

味の素グループは、生態系・生物多様性に関する考え方を「環境に関するグループポリシー」「環境長期ビジョン」で表明しており、これらに基づきグループ全体で目標達成に向け活動しています。

参照

環境に関するグループポリシー

参照

→ 環境 P56
味の素グループ環境長期ビジョン

■ 水産資源に対する取り組み

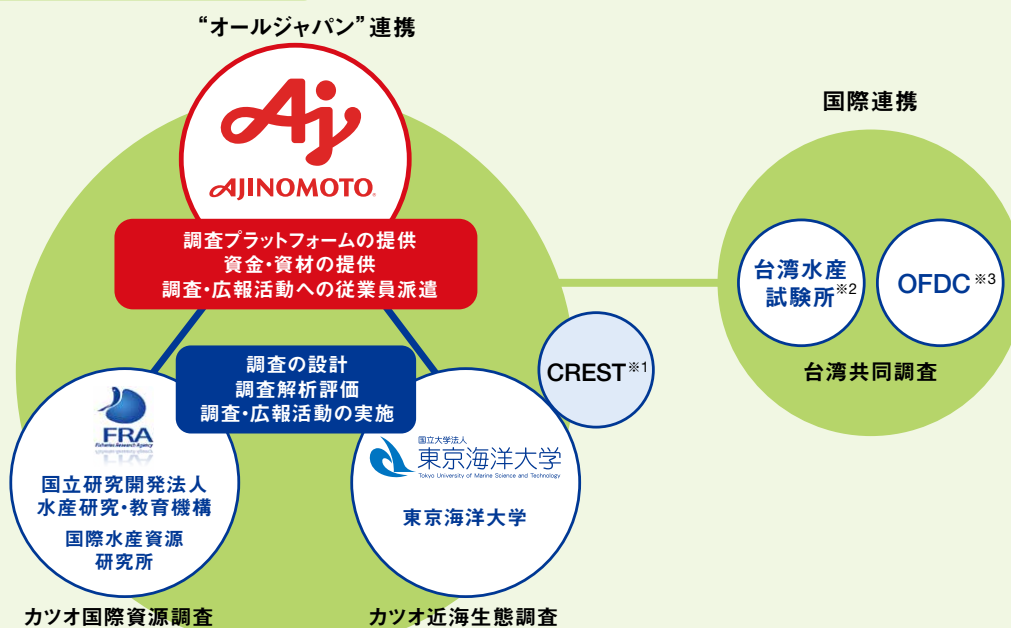
味の素(株)では、主力製品である風味調味料「ほんだし®」の原料としてカツオを利用する立場から、資源の保全と持続可能な利用のために果たすべき役割があると考え、2009年より日本の国立研究開発法人水産研究・教育機構 国際水産資源研究所と共同でカツオの標識放流調査に取り組んでいます。

近年、日本の近海・沿岸でのカツオ不漁が顕著になり、国内カツオ漁業が苦境に立たされていることから、日本の食文化を支える国内カツオ漁業と地域の持続的な発展に貢献することをも目的とし、調査活動で得られたカツオの生態に関する知見を、国内のカツオ漁業関係者に積極的に共有しています。

2016年度より台湾の水産試験所との共同調査も開始し、調査範囲が黒潮の上流に広がりました。さらに、2018年4月より本調査の母体をコンソーシアム化しています。今後、より多くのカツオ漁業関係者の参加を促すとともに、カツオの生態解明を進め、より正確な資源管理や国際資源管理ルールの構築を目指します。



カツオ標識放流共同調査体制



※1 国立研究開発法人 科学技術振興機構の戦略的創造研究推進事業において、北海道大学、東京大学、京都大学、東京海洋大学が参画して編成された研究チーム

※2 台湾行政院農業委員会水産試験所

※3 Overseas Fisheries Development Council

Column

「カツオ標識放流共同調査」の概要と成果

国際資源管理ルールを構築するためには、カツオの生態などの科学的な知見が必要です。しかしながら、カツオは、その生態や日本への回遊経路など、いまだに不明な点が多い魚です。そこで、黒潮本流沿いの南西諸島地域から西日本太平洋沿岸へのカツオ回遊経路を確認するため、2009年から約10,000尾のカツオの通常標識放流調査を開始し、さらに2011年からは、世界最先端の記録型電子標識(アーカイバルタグ)を用いた調査も開始しました。



カツオを釣り上げる。



「通常標識」カツオを放流した時刻、場所、体長などがわかる固有番号が付けられている。



「記録型電子標識」1年間にわたり遊泳中のカツオの日々の位置、30秒ごとの水深、水温、カツオの体温を記録できる。



標識を付けたカツオを放流。次に釣り上げられたときに標識を回収し、カツオの回遊ルートやデータを解析する。

■ 標識放流調査の成果

従来、カツオは黒潮に乗って北上回遊すると思われていましたが、この調査の結果、現在では回遊ルートは亜熱帯域から日本近海にかけて4つあると推定されています(図1)。また、10日間の鉛直遊泳行動を分析したところ、カツオが昼は深く、夜は浅い深度に生息していることなどが判明しました(図2)。

■ 最新型超音波標識(ピンガー)を用いた調査の開始

2015年より、資源調査にカツオの遊泳データを超音波で送信する最新のピンガーを東京海洋大学海洋環境学部門の協力を得て導入しています。2016年には、漁船搭載型受信機システムを開発し、与那国島沖において外洋環境での実証実験に成功しました。

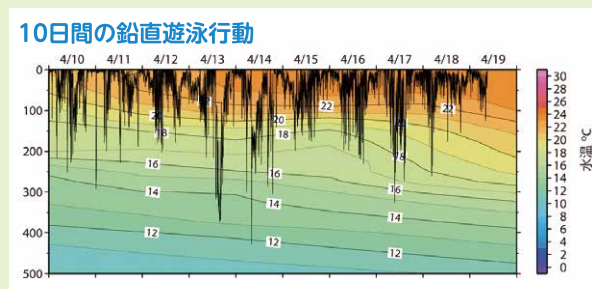
得られたデータから、カツオが海域内での滞留の後に離脱し移動していく様子や、海域内の漁礁間を移動する様子の詳細を捉えることができ、また、現地の漁業者と東京の研究者が同時にデータを共有して魚の行動を観測することもできます。

ピンガー受信機ネットワークをさらに広域に展開すれば、カツオをはじめとする高度回遊魚の広域にわたる回遊行動の解明が大きく進展すると考えられます。現在、宮古島海域や高知沖海域への受信機ネットワーク展開を目指して、各地の関係者と検討を進めています。

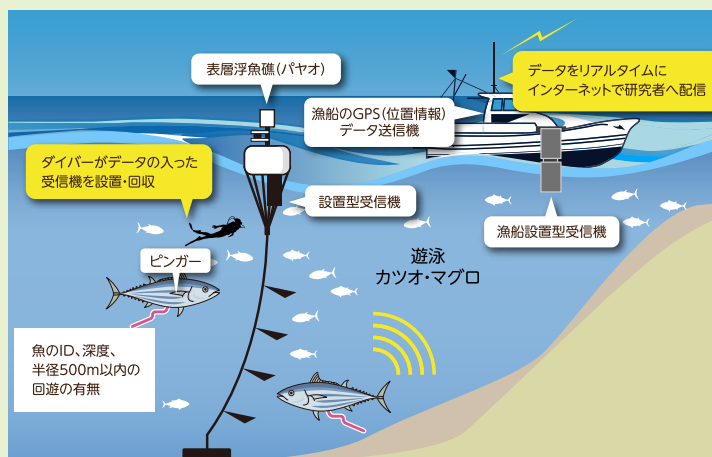
(図1)



(図2)



ピンガーと受信機
受信機から500m範囲内にある標識魚の情報を取得でき、受信したデータはほぼリアルタイムで見ることができます。



ピンガー受信機(表層浮魚礁設置型、漁船設置型)のイメージ

■ 農林資源に対する取り組み

味の素グループは、環境長期ビジョンにおいて、2020年度までに100%持続可能なパーム油および持続可能な紙(FSC®認証紙および古紙利用100%の再生紙ならびに味の素グループが環境に配慮していると認めた紙)の調達の実現を目指しています。

詳しい取り組みについては、「公正な事業慣行」のページをご参照ください。

参照 → 公正な事業慣行 P90-92
原材料の持続可能な調達に向けた取り組み

■ 持続的土地利用・地域生態系に対する取り組み

企業が保有する事業所の敷地も地域の自然環境の一部で、特に緑地などは地域生態系にとって重要な役割を果たします。

三重県四日市市の日本有数のコンビナート地域にある味の素(株)東海事業所には、約5,000㎡の池と周囲を囲む樹林があります。2002年に、池と樹林を中心とする約12,700㎡を生物多様性保護地域「味の素バードサンクチュアリ in 四日市」としました。

現在は、国の準絶滅危惧種、県の絶滅危惧II類に指定されているチュウサギを含む6種類のサギをはじめ、貴重なオオタカや清浄な水域にしか生息しないカワセミなど、多くの野鳥や珍しい昆虫が集まり、渡り鳥の中継地点にもなっています。

四日市地域全体の生態系の復元・維持活動への発展を目指し、今後も生態系調査などの活動を継続します。



カワセミ(左上)、チョウトンボ(右上)、カモ(左下)などの美しい姿が見られる。現在の池の様子(右下)。

カーボンニュートラル

温室効果ガスの排出削減

■ 環境中長期目標

味の素グループは、2030年度までに温室効果ガスの排出量対生産量原単位を2005年度比で50%削減すること、そして2030年度に再生可能エネルギー利用率を50%にすることを目標としています。

2018年2月に、温室効果ガスの排出量対生産量原単位の2018～2020年度の単年度目標を新たに設定したほか、再生可能エネルギー利用率の2020年度目標を上方修正しました。

■ 温室効果ガスの削減目標

	目標			
	2018年度	2019年度	2020年度	2030年度
温室効果ガスの排出量対生産量原単位削減率(対2005年度)	36%	37%	38%	50%
再生可能エネルギー利用率	24%	26%	28%	50%
脱フロン				HFCs保有量極少

■ 2017年度温室効果ガスの排出削減実績

2017年度の温室効果ガスの排出量の対生産量原単位は、基準年の2005年度に対して35%削減と、前年度より2ポイント改善しました。省エネルギー活動、バイオマスなどのCO₂排出係数の低いエネルギーの使用量増加、ブラジル味の素社リメイラ工場でのバイオマスボイラーの本格稼働などが貢献しました。

中長期目標を達成するために、引き続き各工場での安定生産や省エネルギープロセスの開発・導入、バイオマスボイラー・コジェネレーションの増強、安定稼働などを推進していきます。

■ 温室効果ガスの排出量と原単位の推移

	基準年		実績						
	2005年度	比率	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	比率	差
温室効果ガスの排出量(万t)	236	100%	220	221	223	233	230	100%	-6
日本	58	25%	39	40	45	47	46	20%	-12
アジア・アフリカ	87	37%	93	97	104	106	107	47%	20
欧州	33	14%	23	22	17	18	16	7%	-17
北米	23	10%	35	36	35	43	45	20%	23
南米	20	9%	19	18	14	11	8	4%	-12
中国	14	6%	10	9	8	8	7	3%	-7
温室効果ガスの排出量対生産量原単位(製品1tあたり)	1.31	-	0.97	0.94	0.88	0.88	0.86	-	-
削減率	-	-	26%	28%	33%	33%	35%	-	-
参考値 生産量(万t)	180	-	226	235	253	266	268	-	-

再生可能エネルギーへの転換

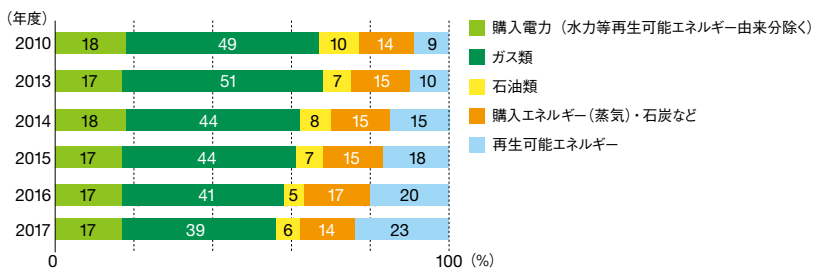
2017年度のエネルギー投入量および製品1トンあたりの原単位は、前年度とほぼ横ばいの結果となりました。また、エネルギーの内訳は、再生可能エネルギー利用率が23%と前年度より3ポイント増加しました。海外事業所を中心としたバイオマスボイラーの導入やバイオマス由来のエネルギー使用量増が貢献しました。

エネルギー投入量

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
エネルギー投入量(TJ ^{*1})	35,342	36,356	37,362	39,105	39,589
エネルギー投入量原単位 (製品1tあたり原単位)	15.6	15.5	14.8	14.7	14.8

※1 TJ=テラジュール、T(テラ)=10¹²

味の素グループのエネルギー構成比(熱量換算)



ビエンホア工場(ベトナム)



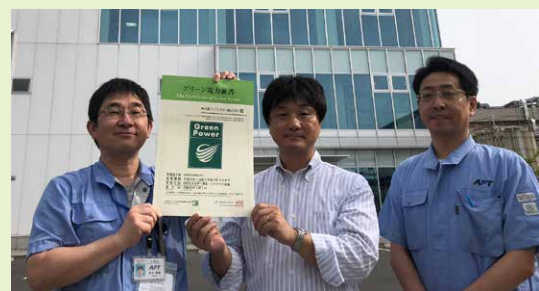
リメイラ工場(ブラジル)

Column

2030年度再生可能エネルギー利用率50%の実現を目指して

2017年度末時点で、世界6カ国(ブラジル、タイ、ベトナム、フランス、中国、日本)の工場で、バイオマスの非可食部分や未利用部分を燃料としたエネルギー(蒸気や電気)を利用しています。ブラジル、タイ、ベトナムにおいては、サトウキビの搾りかす、もみ殻、木質チップなどのバイオマスの利用を推進しています。ブラジル味の素社リメイラ工場では、2017年3月に木質チップを燃料としたバイオマスボイラーを本格稼働し、その後も安定稼働した結果、導入前の2015年度と比較してCO₂排出量を年間約51,000トン削減できました。

一方、従来再生可能エネルギーの利用が少なかった日本国内では、2017年3月に味の素(株)本社、国内営業拠点などの全使用電力を対象とした「グリーン電力証書」の購入に関する契約を日本自然エネルギー(株)と締結しました。沖縄のサトウキビの搾りかすを利用したバイオマス発電由来の再生可能エネルギーを使用したとみなされる「グリーン電力証書」の購入により、対象拠点で使用する電力は2017年度よりすべてグリーン電力となりました。また、2018年度より、日本国内のグループ会社へ日本自然エネルギー(株)の「グリーン電力証書」または「グリーン熱証書」を横展開し、再生可能エネルギーの利用比率向上を進めています。



味の素ファインテクノ(株)



味の素(株) 本社、研修センター、全営業拠点 電力
味の素(株)合計(2017年度実績426万kWh)
CO₂排出量年間2,263トン相当

味の素ファインテクノ(株) 本社・工場 電力
味の素AGF(株) 本社および全営業拠点 電力
デリカエース(株) おにぎり炊飯工程 熱
味の素冷凍食品(株) 本社電力
味の素ベーカー(株) 本社電力
関係会社合計(2018年度見込み811万kWh、電力換算)
CO₂排出量年間4,311トン相当

参照

ASV STORIES 2018 P11

フロン類の管理

味の素(株)はThe Consumer Goods Forum(CGF)のボードメンバーであり、味の素グループとしてCGFのコミットメントである新規に購入する冷凍機などのフロン類(HCFCs^{※1}、HFCs)について、2025年度までに自然冷媒が低GWP(Global Warming Potential:地球温暖化係数)150以下の冷媒に切り替えるとともに、2030年度にはHFCsの保有量を極少化することを目標としています。

2017年度は、味の素グループのフロン類削減の方針に基づき、味の素冷凍食品(株)、クノール食品(株)、味の素ベーカリー(株)などで自然冷媒の導入を進め、味の素(株)、インドネシア味の素社などでGWP150以下の冷媒の導入を進めました。

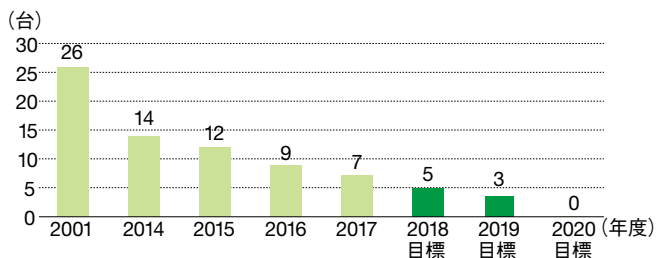
味の素冷凍食品(株)をはじめとする冷凍食品関連の国内全7工場では、2017年度末で23台が自然冷媒に切り替わり、残り7台を2020年度までに脱フロン化する予定です。

※1 ハイドロクロロフルオロカーボン類の総称。オゾン層破壊物質として、モントリオール議定書において先進国で2020年に、開発途上国で2030年に製造禁止となる。一方、HFCsは、オゾン層を破壊しないが、地球温暖化係数(GWP)がCO₂の数千倍と高く、京都議定書での削減対象物質となっている。

Web

The Consumer Goods Forumと連携した取り組み
<http://www.theconsumergoodsforum.com>

フロン式フリーザー保有台数(国内冷凍食品工場)



物流の取り組み

荷主としての取り組み

味の素グループでは、味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)の3社が省エネ法で定める「特定荷主」に該当し、各社個別に輸配送に伴うエネルギー使用量(原油換算)の原単位を5年間平均年間1%以上削減し、行政に報告することが義務づけられています。

3社合計の原単位は、2017年度までの5年間で平均2.8%/年削減しました。2017年度単年度では、モーダルシフト^{※2}、積載効率の向上や一部得意先への定期配送化による配送車両の削減などを進めたことにより、前年度に対し減少しました。

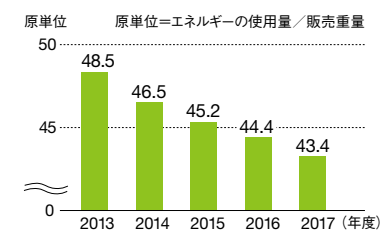
これからも着実に荷主義務である年1%削減達成に向け、取り組みを進めていきます。

味の素グループのモーダルシフトの取り組み

味の素グループでは、味の素(株)および味の素物流(株)を中心に1995年よりモーダルシフトに取り組んでいます。物流を抜本的に見直し、輸送力強化と環境配慮を同時に実現することを推進しています。

日本国内では、従来の鉄道輸送に加え、2014年度以降500km以上の長距離輸送において船舶輸送を強化しています。現在は、関東地区から北海道地区、関西地区から九州地区、川崎地区から関西地区への製品輸送に船便を活用しています。また、輸送効率の良い大型の31フィートコンテナを活用した鉄道輸送も強化しています。2017年度の味の素(株)の長距離輸送のモーダルシフト率は83%です。

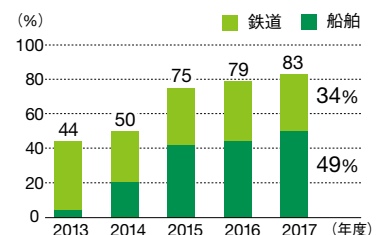
エネルギー使用量原単位の推移^{※3}



※2 環境負荷の低い鉄道や船舶による輸送手段を選択すること。鉄道コンテナ輸送のCO₂排出量はトラック輸送の11分の1、船舶輸送のCO₂排出量は8分の1といわれている。

※3 味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)の3社合計の数値

味の素(株)の500km以上のモーダルシフト率推移



Column

F-LINE、セカンドステージへ

日本の食品物流を取り巻く環境は、トラックドライバー不足、物流コストの上昇、CO₂削減をはじめとする環境保全への対応など、多くの課題を抱えています。こうした中、食品業界では業界全体で「持続可能な物流体制」に取り組んでいます。

■ 食品5社協働で発足～F-LINE(株)～

味の素(株)は、2015年2月に国内食品メーカー6社(下図参照)で「食品企業物流プラットフォーム(F-LINE^{※1})」の構築に合意し、参加メーカーによる協議体(F-LINEプロジェクト)で物流戦略を策定しています。これまでに関東・関西間の中距離幹線輸送再構築(2016年3月)や北海道エリアの共同配送や幹線輸送(2016年4月)の取り組みを進めてきました。2019年1月からは、九州エリアの共同配送も開始する予定です。

さらに、日々深刻化する物流諸課題に全国レベルで対応するべく、味の素(株)、カゴメ(株)、日清フーズ(株)、日清オイリオグループ(株)、ハウス食品グループ本社(株)の5社の出資による物流会社として、F-LINE(株)を2019年4月に発足することで合意しました。味の素(株)、カゴメ(株)、ハウス食品グループ本社(株)の物流子会社の物流機能を再編、F-LINE(株)に統合し、全国の物流諸課題への対応を加速していきます。

※1 Food Logistics Intelligent Network

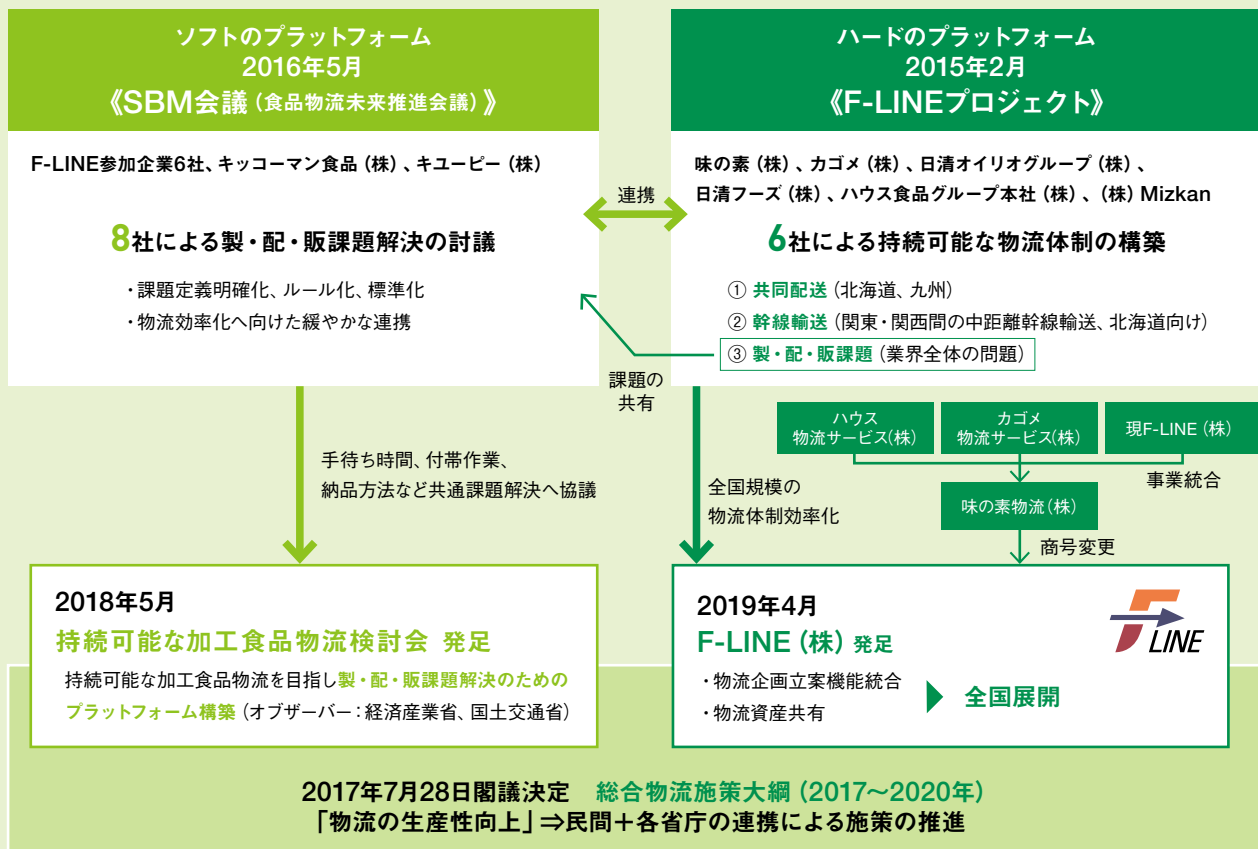
■ 物流の課題を共有し、標準化を進めるための連携～「持続可能な加工食品物流検討会」の発足～

持続的な食品物流構築のため、製・配・販に関わる物流課題を解決すべくF-LINEプロジェクト6社にキッコーマン食品(株)、キュービー(株)を加えた8社で「食品物流未来推進会議(SBM会議)」を設立し、物流課題を討議しています。さらにSBM会議で討議した課題の解決へ向け2018年5月に「持続可能な加工食品物流検討会」を発足し、経済産業省、国土交通省によるオブザーバー参加のもと、課題解決へ向けた活動をさらに推進していきます。



I 取り組みの全体像

持続可能な食品物流を目指したプラットフォームの構築

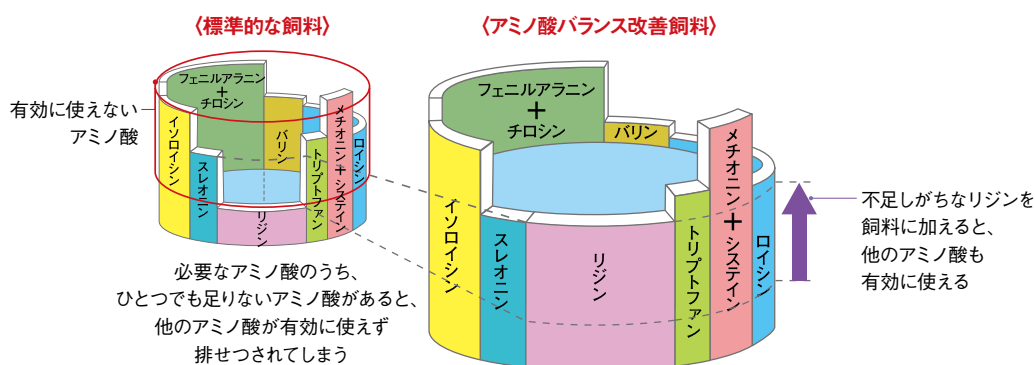


畜産の栄養課題・環境課題に応える「飼料用アミノ酸」

■ 「飼料用アミノ酸」の力

世界の人口は開発途上国を中心に増加しており、これに伴い、食肉需要も今後ますます増大すると考えられています。食肉用の家畜の飼料には、主原料として小麦やトウモロコシなどの農作物が使われますが、これらは同時に人間の食糧資源でもあります。

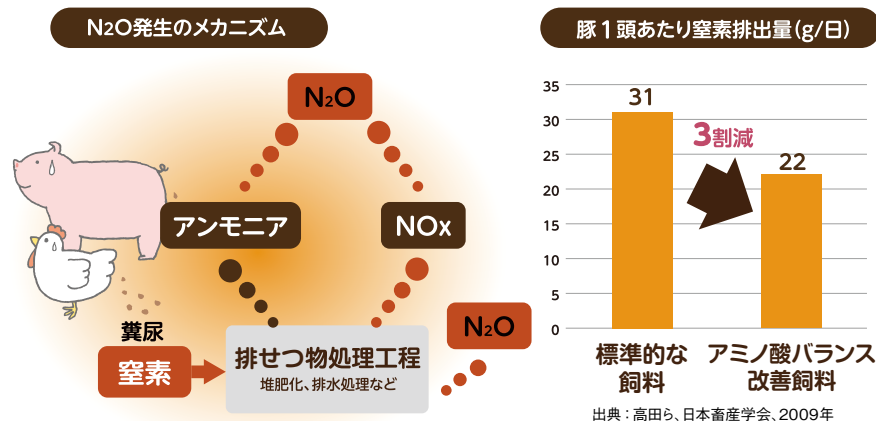
動物の体は約20種類のアミノ酸で構成されており、そのうちの数種のアミノ酸は必要な量を体内で合成することができません。これらのアミノ酸は必須アミノ酸と呼ばれています。小麦やトウモロコシからつくられた飼料は、必須アミノ酸のバランスが悪いため、「飼料用アミノ酸」を加えることでこれを改善し、飼料効率アップ、家畜の成長促進を図ることができます。さらに、環境負荷を低減することもできます。



■ 飼料用アミノ酸で家畜の排せつ物由来の環境負荷を低減

飼料中のアミノ酸バランスが悪いと、家畜の体内で有効に使えなかったアミノ酸がアンモニアなどになり、大量に排せつされます。それらは、排せつ物処理工程でCO₂の約300倍の温室効果を持つとされるN₂O(一酸化二窒素)になるため、環境への負荷が大きくなります。飼料用アミノ酸を利用して飼料中のアミノ酸バランスを整えると、無駄な排せつ物を減らすことができ、排せつ物中の窒素量を約3割抑制することができ、土壌・水質への負荷が軽減します。

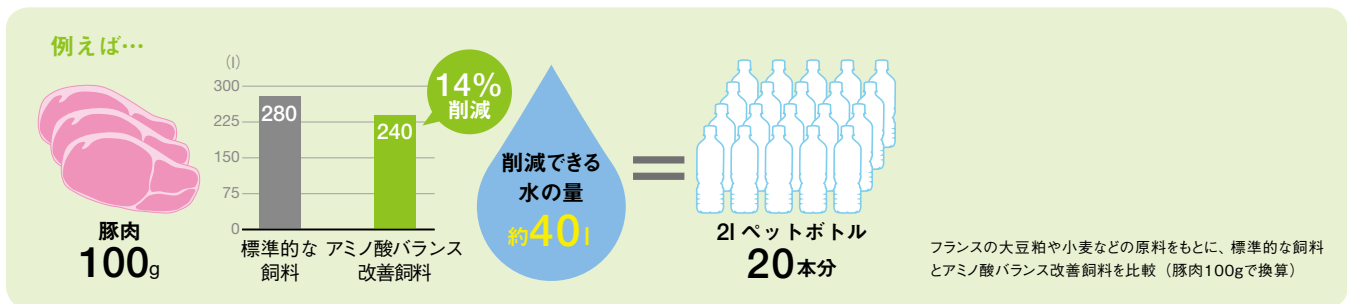
■ N₂O発生メカニズム



■ 飼料用アミノ酸の環境貢献効果の見える化

味の素グループは、標準的な飼料とアミノ酸バランス改善飼料について、ライフサイクル全体のCO₂排出量と水消費量(カーボンフットプリントとウォーターフットプリント^{※1})を計算・比較し、アミノ酸バランス改善飼料の環境負荷が小さいことを「見える化」しています。例えば、フランスの大豆粕や小麦などの原料をもとに比較した場合、豚肉100gで換算すると、CO₂排出量は14%、水消費量は約40l削減できます。これらの結果は、業界団体や行政などと連携し、飼料用アミノ酸の利用拡大に活用していきます。

※1 ウォーターフットプリントとは、「人間が水資源の使用によって地球環境を踏みつけた足跡」という比喻からきており、製品ライフサイクル全体で消費される水の総量を数値換算した指標のこと。



■ 国際飼料工業連盟(IFIF)^{※2}への参画

飼料用アミノ酸および副生物の生産、販売を行う味の素ユーロリジン社は、IFIFへ参画し、家畜に対する飼料用アミノ酸の科学的な栄養面・環境面の貢献を明確化し、飼料産業の持続可能な発展に取り組んでいます。IFIFでは、ナイジェリアなどのアフリカ諸国における飼料の安全性に関する教育プログラムも実施しています。2017年には、味の素ユーロリジン社社長ダニエル・ベルコビッチが同連盟の議長に就任したこともあり、今後、味の素グループは、さらに積極的に飼料用アミノ酸の可能性を世界に広げていきます。

※2 International Feed Industry Federationの略。FAOやWHOなどの国際的な機関とともに、世界の飼料産業を代表し、飼料の供給と世界の食糧問題に取り組む団体。

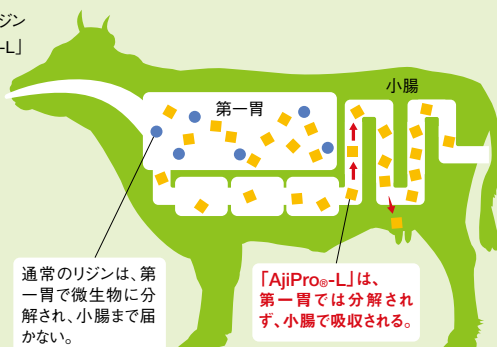
Column

乳牛用リジン製剤「AjiPro[®]-L」

反芻動物である牛は、必要なアミノ酸をそのまま与えても、その大半を第一胃の中の微生物が分解してしまい、小腸まで届かず栄養素として体内に吸収できません。味の素グループは、栄養成分を保護しながら、必要ところでゆっくりと溶け出させる「コントロールリリース」の技術開発を行い、2011年に乳牛用リジン製剤「AjiPro[®]-L」を発売しました。「AjiPro[®]-L」は、牛の第一胃では分解されず、小腸で

消化・吸収されます。この製品の開発より、長年の課題となっていた、反芻動物特有の消化・吸収システムによる飼料の利用効率と乳牛の栄養・生産性を改善することができました。また、乳牛の体内におけるアミノ酸の有効性の測定もできるようになり、畜産の環境負荷低減の研究に活用されるなど、大きな広がりを見せています。

- 通常のリジン
- 「AjiPro[®]-L」



「AjiPro[®]-L」 通常のリジン

参照

サステナビリティデータブック2017 P33-34
畜産の栄養課題・環境課題に応える飼料用アミノ酸

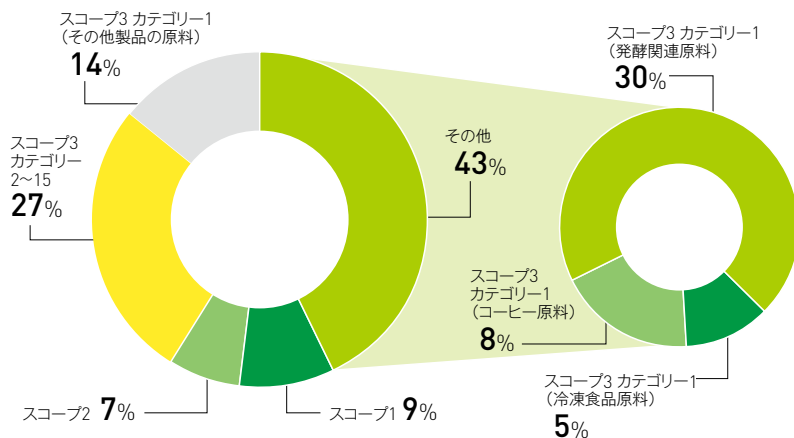
2017年度のマテリアルバランス

スコープ1・2・3を用いた環境影響評価

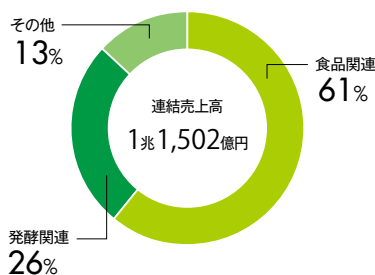
味の素グループは、ライフサイクル全体の環境影響の把握としてライフサイクルアセスメント(LCA)を実施しています。LCAの基本として、製品における原料・生産・流通・家庭での使用(調理方法が決まっているカップスープのような製品のみ)・包材の廃棄にわたるCO₂総排出量を把握するカーボンフットプリント(CFP)を実施しています。一方で、本社、支社、研究所などの間接部門でもエネルギー使用や出張が発生し、環境影響を及ぼしています。そこで、製品のCFPの結果と間接部門データを集計し、事業全体が及ぼす環境影響としてスコープ1・2・3データを算定・把握しています。

スコープ1・2・3の結果を見ると、原料に関連するCO₂排出量が50%以上を占めています。原料の多くは、アミノ酸の発酵原料用植物や風味調味料のエキス用の魚・肉などの農畜水産物が占めています。農畜水産物の生産過程では、水、トラクター・漁船などの燃料、飼料を大量に使用し、環境影響を及ぼす一方、気候変動によるリスクを受けます。そこで、味の素グループでは、生産による原料使用量削減に加えて、研究・開発段階でも環境影響の削減が把握できるように、LCAを用いています。さらに、廃棄段階でも、1991年より容器包装環境対応アセスメントを実施し、包材がライフサイクルに及ぼす環境影響の削減に努めています。

味の素グループのスコープ1・2・3の現況



連結売上高(参考)



(注記)
提携事業(油脂などの事業)を除く味の素グループの事業を、生産方法などによる環境負荷の特徴をもとに区分したもの。連結財務会計上の事業セグメントの区分とは異なる。マテリアルバランスの集計範囲とも異なる。

スコープ1

事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス、車両など)

スコープ2

他者から供給された電気・熱・蒸気の使用に伴う間接排出

スコープ3

その他の排出(製品の使用・廃棄、輸送、従業員の出張・通勤、投資など)

データの算定方法

●集計対象範囲:

連結財務会計制度上の味の素グループのうち、全体の環境に関する重要な影響を与える主要126事業所を対象

●集計対象期間:

2017年4月1日～2018年3月31日



原料

味の素グループが購入したすべての製品の資源採取段階から製造段階までのCO₂排出



生産

味の素グループの生産における燃料電力の使用によるCO₂排出



輸送

原料および製品の輸送によるCO₂排出



使用

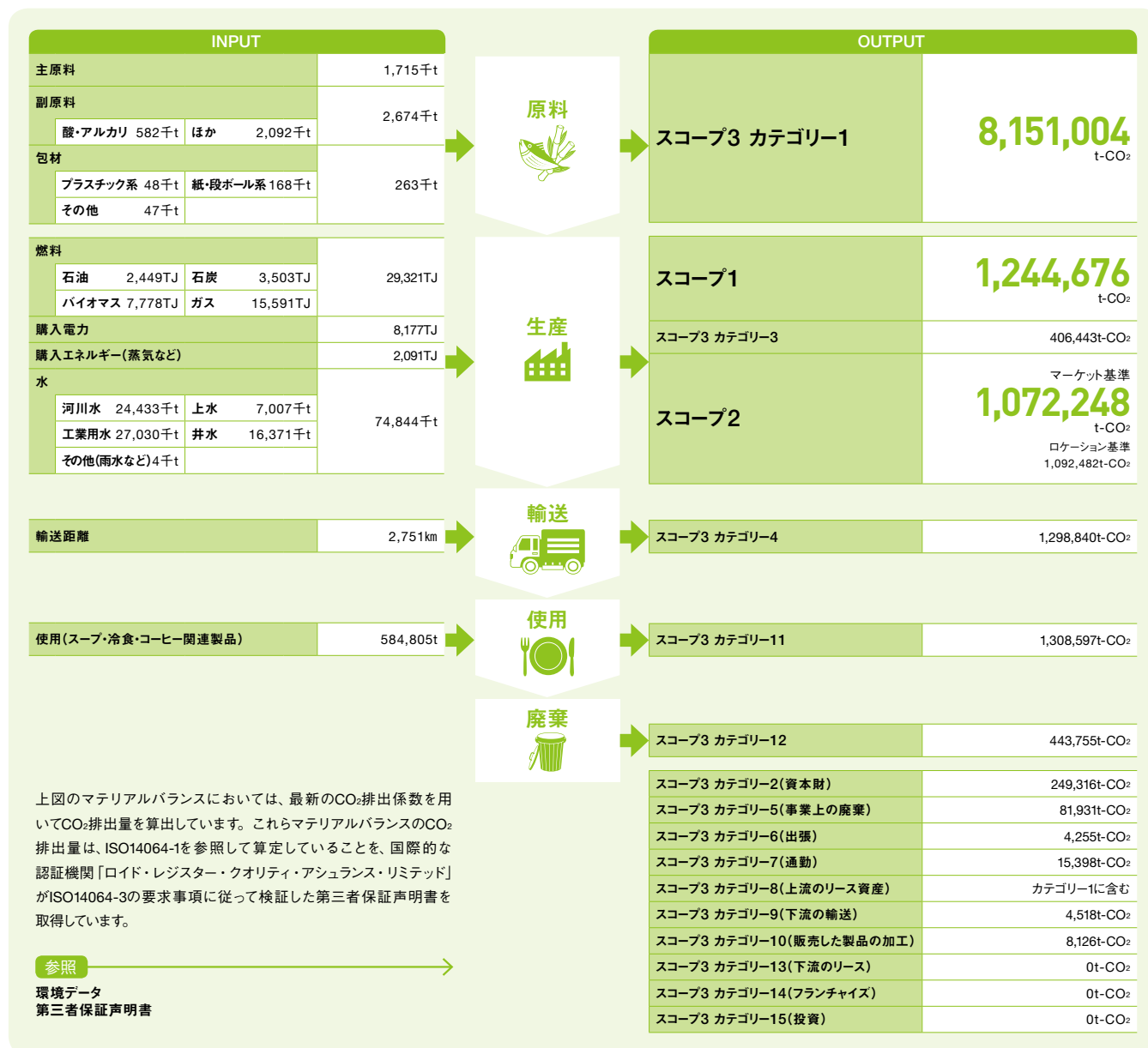
カップスープ、インスタントコーヒー、冷凍食品の調理に必要なCO₂排出



廃棄

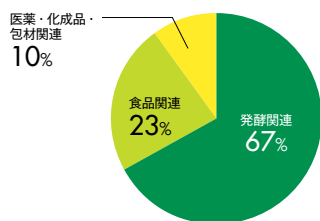
味の素グループの製品の包材が廃棄されたことによるCO₂排出

2017年度 事業のライフサイクルにわたるマテリアルバランス



水使用量

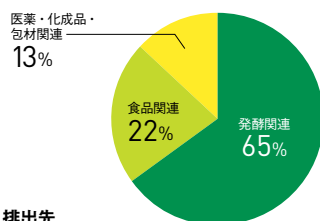
74,844千t



河水	24,433千t
工業用水	27,030千t
井水	16,371千t
上水・市水	7,007千t
其他(雨水など)	4千t

排水量

60,466千t

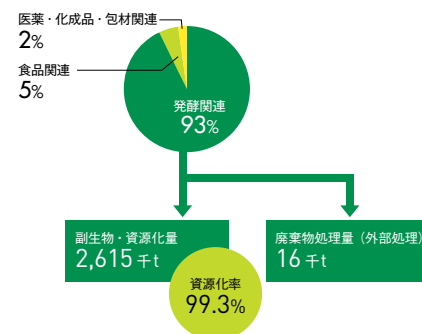


排出先

公共水域 (間接冷却水)	20,824千t
公共水域 (処理後放流など)	28,341千t
公共下水	9,827千t
灌漑用水に利用	1,472千t
BOD量	189t
窒素	340t

副生物・廃棄物発生量

2,631千t



NOx	3,850t
SOx	2,541t
煤塵	2,914t
フロン	10t

水資源の保全

■ 環境中長期目標

味の素グループは、2030年度までに水使用量対生産量原単位を2005年度比で80%削減することを目標としています。2015年度に75%まで削減したことから、2030年度の目標達成のために、2018～2020年度の3年間で約1%の削減を進捗管理目標と定めています。

■ 水資源の保全目標

	2018年度	2019年度	2020年度	2030年度
水使用量対生産量原単位削減率(対2005年度)	78%	78%	78%	80%

■ 2017年度水使用量対生産量原単位実績

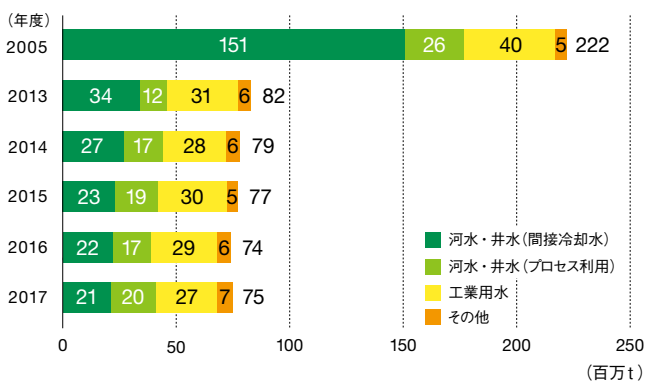
2017年度は、基準年の2005年度に対して水使用量、排水量ともに140百万トン以上削減、水使用量対生産量原単位は約77%削減し、目標を達成しました。前年度に引き続き、設備洗浄水などの節水、工程に使用している水の場内循環活用による水使用量削減の取り組みを着実に進めています。

各事業所での節水や製造プロセス改善などの取り組みを継続的に推進し、中長期目標の達成を目指します。

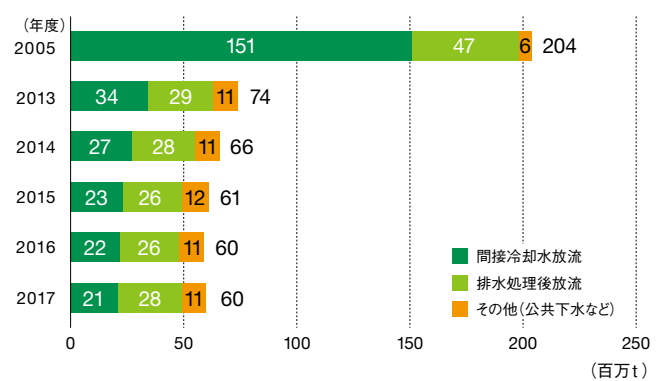
■ 水使用量の推移

	基準年		実績						
	2005年度	比率	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	比率	差
水使用量(百万t)	222	100%	82	79	77	74	75	100%	-147
日本	83	38%	34	30	32	27	25	34%	-58
アジア・アフリカ	82	37%	22	23	21	23	23	31%	-58
欧州	29	13%	13	11	11	12	12	15%	-18
北米	3	2%	5	5	5	6	8	10%	4
南米	18	8%	7	7	6	6	6	8%	-12
中国	6	3%	1	1	1	1	1	1%	-5
水使用量対生産量原単位 (製品1tあたり)	123	—	36	34	30	28	28	—	—
削減率	—	—	71%	73%	75%	77%	77%	—	—
参考値 生産量(万t)	180	—	226	235	253	266	268	—	—

■ 水使用量の推移



■ 排水量の推移



Column

森を守り、水を育む「ブレンディ®の森」活動 味の素AGF(株)、AGF鈴鹿(株)、AGF関東(株)の取り組み

ボトルコーヒーやインスタントコーヒーなど、味の素AGF(株)の様々な製品づくりに欠かせないのが水です。生産拠点であるAGF鈴鹿(株)では鈴鹿川、AGF関東(株)では荒砥川(利根川水系)を水源とする水を使用しています。この水を育むのが、それぞれ鈴鹿山麓と赤城山南麓の森です。これらの森の一角を整備することによって、豊かな自然や清らかな水を育む大切さを体験するとともに次世代へと継承していく—それが、「ブレンディ®の森」活動です。

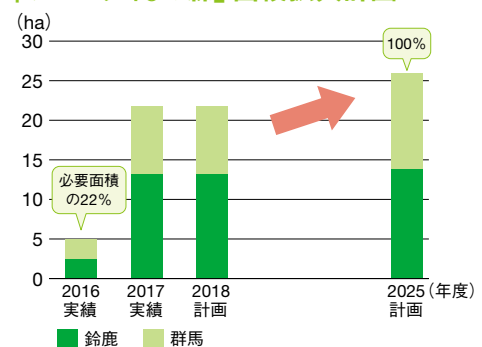


2025年度までに「ブレンディ®の森」の面積を約5倍に

2017年3月時点で2つの「ブレンディ®の森」で育む地下水(涵養^{※1}量)は、2つの工場で生産される「ブレンディ®」ボトルコーヒーで使用する水の約20%相当でした(味の素AGF(株)試算)。味の素AGF(株)は2025年度までに森の面積を2017年3月に対して約5倍に拡大し、「ブレンディ®」ボトルコーヒーで使用する水のすべてを「ブレンディ®の森」で育む地下水(涵養量)で賄うことを目指しています。2018年3月現在、2つの「ブレンディ®の森」を合わせ21.8haと、約4.2倍まで契約エリアを拡大しています。

※1 涵養(かんよう):降水や河川水が地下に浸透し地下水となること。森林面積が大きいと、涵養量(地下水)が増加することを意味する。

「ブレンディ®の森」面積拡大計画



「ブレンディ®の森」看板設置

群馬

2017年5月の「ブレンディ®の森」鈴鹿の看板設置に引き続き、2018年5月、「ブレンディ®の森」群馬の一角に、森のシンボルとして看板を設置し、除幕式を行いました。



除幕式

お客様を招待

群馬

2015年より活動開始した「ブレンディ®の森」群馬は、森の保全活動と並行して散策道などの整備も進み、お客様をお呼びできる森になりました。第1弾として、2018年5月、地域流通との共同企画である「「ブレンディ®の森」自然体験&AGF関東(株)工場見学」を実施し、近隣のお客様を招待しました。



自然体験の様子



拡大エリアでの水源整備を開始

鈴鹿 群馬

2つの「ブレンディ®の森」活動は、2018年6月時点で計36回にのぼり、味の素グループ従業員を含め、延べ約2,430名が参加しました。これまでの活動は、鈴鹿では間伐作業や作業道の整備、群馬ではスギ幼木を守るための獣害対策ネットの設置と順調に育っている幼木周辺の下草刈り作業が中心でした。2017年より新たに拡大したエリアにおける水源または水辺周辺の整備を開始し、活動の範囲を広げています。

「ブレンディ®の森」群馬
水源周辺整備作業の様子

参照

「森を守り、水を育む。AGFグループの森づくり活動」
<http://www.agf.co.jp/csr/environment/forest.html>

廃棄物のゼロエミッションと3R

■ 環境中長期目標

味の素グループは、有限な資源をムダなく使い、廃棄物の発生量抑制に取り組むとともに、発生したものについては徹底的に有効利用し、99%以上資源化することを目標としています。特にアミノ酸の生産においては、副生物の資源化や新技術の導入による生産効率の向上を図っています。また、食品の生産においては、ムダになる原料や包材を極小化するため、販売予測の精度向上やきめ細かな調達などを進めています。

■ 廃棄物の3R目標

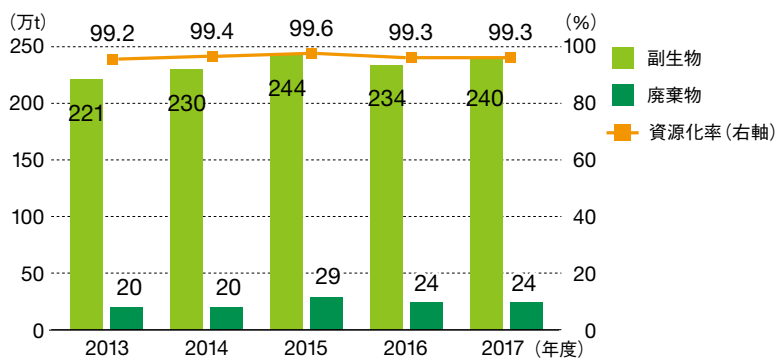
	2018年度	2019年度	2020年度	2025年度	2030年度
事業活動で排出される廃棄物削減・資源化率	99%以上維持				

■ 2017年度廃棄物の3R実績

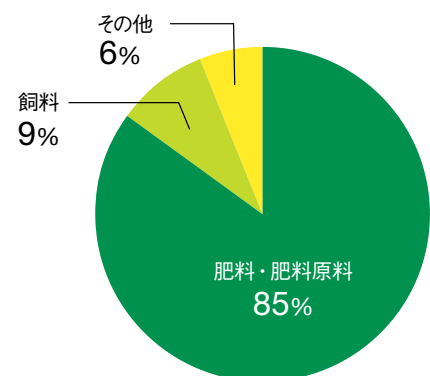
2017年度は、廃棄物の発生は前年と同程度でしたが、アミノ酸の生産量増加に伴い副生物は増加しました。副生物の肥料や飼料としての活用や、バイオマスボイラーから発生した燃え殻などの有効活用を推進することにより、リサイクル率99%以上を維持し、目標を達成しました。

今後も、廃棄物の発生を抑制するために、適切な製品切替・生販管理と生産・物流トラブル削減に向けた取り組みを各部門で推進するとともに、各国・地域法令順守のもと、適切な資源化の取り組みを推進し、資源化率99%以上を維持していきます。

■ 副生物・廃棄物の発生量および資源化率の推移



■ 副生物の資源化用途 (2017年度)



容器包装の環境配慮設計の推進

■ 味の素グループの取り組み

味の素グループは、製品ごとに最適な容器包装を設計する中で、本来の機能を損なわない範囲でできるだけ包材の使用量を削減したり、材質ごとにリサイクルしやすいよう、容易に分離・分別できる工夫を施すなど、3R(リデュース、リユース、リサイクル)の推進に取り組んでいます。また、CO₂削減、フードロス問題、資源枯渇問題、エネルギー問題、海洋投棄問題などに対しても容器包装の果たすべき役割があると考えています。3Rの推進に加え、今後は、鮮度保持機能の強化による賞味期限延長、容器包装への付着を減らすことによるフードロス発生量の低減、材料リサイクルが容易なプラスチック製容器包装の検討のほか、効率的な物流に配慮した容器包装設計によるエネルギーの削減など、幅広い分野における技術開発を進めていきます。

■ 容器包装の環境配慮に取り組む社内の体制

味の素グループでは、調味料、加工食品をはじめとして、冷凍食品、飲料、油など、取り扱う製品も、使用する容器包装も多岐にわたっています。グループ各社の容器包装に関する環境配慮の取り組みを共有し改善のヒントにするため、「グループ食品会議」や「包装設計者連絡会」などを通じて日本国内のグループ会社間の情報交換を行っています。今後もわかりやすい環境配慮設計を目指してグループの総合力を発揮し、さらなる改善に取り組めます。



包装設計者連絡会

■ 社外関係者との連携

味の素グループは、日本の容器包装リサイクルの推進団体や行政関連組織との連携を通じて、社会の多くの皆様に3Rを知っていただく活動を行っています。

例えば、日本の農林水産省が2017年10月に公表した「食品ロスの削減につながる容器包装の高機能化事例集(第二版)」の作成に協力し、「味の素KKおかゆ」白がゆ、「Cook Do®」2人前シリーズなどを事例として掲載しました。

事例紹介

- エコプロダクツ展
- 農林水産省「食品ロスの削減につながる容器包装の高機能化事例集(第二版)」
- 九都県市容器包装ダイエツ宣言
- プラスチック容器包装リサイクル推進協議会への3R改善事例提供
- 紙製容器包装リサイクル推進協議会への3R改善事例提供

■ 環境配慮設計と環境アセスメントの実施

味の素グループは、2013年に規格化されたISO18600シリーズや2015年に日本の経済産業省により規格化されたJIS Z 0130に基づき、容器包装の環境配慮設計の推進に取り組んでいます。容器包装の設計時には、品質保持や製品の保護、物流適正、製品の陳列のしやすさなどの容器包装が本来果たすべき機能に加え、3R、フードロスやCO₂排出量の削減、持続可能な包材の使用などの環境への配慮が求められています。一方で、過度な包材削減による品質劣化や破損などの廃棄ロスを発生させないよう、機能性と環境配慮のバランスが重要です(図1)。味の素グループでは、新製品および改訂品を発売する前に、個々の製品で順守すべき法規制やグループ環境目標への適合性を確認するためのチェックリストをもとに、「環境アセスメント」を実施しています(表1)。さらに、味の素(株)では、「容器包装エコインデックス評価表」をもとに、改訂内容を採点方式で評価しています(表2)。

■ 図1 容器包装の環境配慮設計

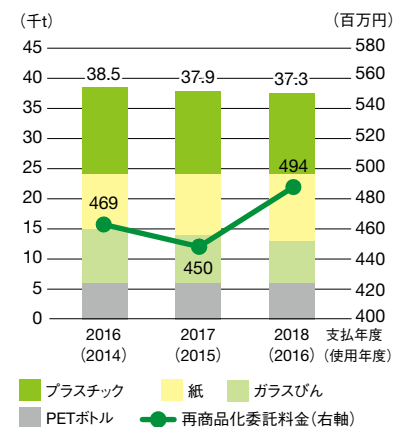


■ 国内グループ3社の家庭用製品の容器包装使用量と再商品化委託料金

日本国内では容器包装リサイクル法に則り、家庭から排出される容器包装ごみの再商品化を容器包装リサイクル協会に委託して行っています。国内グループ3社(味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株))の再商品化義務のある容器包装使用量は2016年度実績で37.3千トン、前年比98.5%でした。この使用量に基づく2018年度の再商品化委託料金は、494百万円、前年比109.9%でした(図2)。

容器包装使用量が減少したにもかかわらず再商品化委託料金が増加した理由は、国による再商品化事業者の入札制度の変更によりプラスチック製容器包装の再商品化実施委託単価が前年比109%に上昇したことや、中国の廃棄物輸入規制の影響でPETボトルの再商品化実施委託単価が前年比460%に上昇したためです。

■ 図2 国内グループ3社の家庭用製品の容器包装使用量と再商品化委託料金



■ 表1 「環境アセスメント」チェックリスト

目的	チェック項目	
順守	廃棄物の3R	環境法令・規制への適合
	フードロスの削減	製品の劣化や破損の防止
	リスク	リスクのある包材の採用
グループ環境目標適合性	廃棄物の3R	3Rにつながる包材の採用
	持続可能な調達	持続可能な包材の採用
	フードロスの削減	フードロス削減につながる包材の採用
	温室効果ガス削減	輸送時の積載率の向上
	生活者のエコライフ意識の醸成	環境ラベルの表示

■ 表2 容器包装エコインデックス評価表

目的	評価項目の例	評価基準の例	評価点
廃棄物の3R	プラスチック容器包装重量の削減	450kg/年以上の削減	+2
	空間率の適正包装	空間率15%未満	+1
	リサイクルシステムへの適合性	すべての部位にリサイクルの容易な包材を使用	+1
温室効果ガス削減	LC-CO ₂ 発生量の削減	既存品より削減	+1
持続可能な調達	環境配慮材料の使用	森林認証紙の採用	+1
生活者のエコライフ意識の醸成	環境対応表示の有無	「味なエコ」マークの表示	+1
フードロス削減	フードロス削減	シェルフライの延長	+1
		小分け包装の採用	+1
温室効果ガス削減	輸送効率	積載効率80%以上	+1

容器包装の環境配慮設計の事例紹介

味の素グループは、特性や形態の異なる様々な製品に合わせて、プラスチック製パウチ、トレイ、ボトル、ガラスびん、PETボトル、紙箱、外装(段ボール箱)に至るまで、最適な容器包装を選択・開発し、環境配慮設計を進めています。ここでは、環境課題ごとに代表的な容器包装の取り組み事例を紹介します。

事例1 「ほんだし®」などスティック包材のプラスチック使用量の削減

2017年度に「ほんだし®」「丸鶏がらスープ」「味の素_{KK} 中華あじ」などのスティック包材のプラスチック使用量を削減しました。この改訂により、プラスチック使用量で年間約11トン、CO₂排出量で約26トンの削減を見込んでいます。また、改訂に伴い重量構成が変わり、容器包装リサイクル法が定める識別マークを「プラ」から「紙」に変更しました。



従来品

改訂品

事例2 FSC®※1 認証紙採用製品の拡大

味の素グループでは、2016年度にギフト製品の化粧箱にFSC®認証を受けた紙製包材の採用を開始しました。2017年度より味の素(株)の「ほんだし®」「Cook Do®」など家庭用主力製品の個箱や他製品の中箱、外装(段ボール箱)などにも順次採用しています。2020年度までに国内グループ会社の容器包装用紙におけるFSC®認証紙使用比率を80%にすることを目標としています(2017年度実績71%)。

また、適切に管理された森林由来の紙を使用していることをお客様にお伝えするため、FSC®認証マークや独自の環境マーク「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マークを製品に表示しています。



※1 Forest Stewardship Council® : 森林管理協議会

「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マーク製品を広げる

容器包装は、日常的に目に触れ、手に取っていただくものでありながら、一つひとつの包装は小さかったり薄かったりするため、包装の軽・薄・短・小や素材の変更といった環境視点での改良は、お客様にはなかなかわかりづらいものです。

「できるだけ環境に良い製品を選びたい」「製品のエコをひと目でわかるようにしてほしい」というお客様のニーズにお応えし、味の素グループでは2010年より独自の環境マークを製品に表示しています。

参照

「味なエコ」マーク
<http://www.ajinomoto.com/jp/activity/environment/eco/life.html>

「ほっとするエコ」マーク
<http://www.agf.co.jp/csr/eco/>

<p>味なエコ</p> <p>「味なエコ」とは？</p> <p>味の素グループが提供する「味の素グループらしい・気のきいた(=味な)」「環境にやさしい(=エコ)」製品や情報のことで、ロゴマークは「地球の緑と食事の喜びを模したもので、食を通じたよりよい地球環境」を表現しています。</p> <p>「味なエコ」マーク製品数 204品種</p> <p>2018年7月現在</p>	<p>ほっとするエコ</p> <p>「ほっとするエコ」とは？</p> <p>味の素AGF(株)製品の環境への取り組み情報のことで、ロゴマークは「地球の緑」と嗜好飲料がもつ「やすらぎ」を表現しています。2015年より表示を開始しました。</p> <p>「ほっとするエコ」マーク製品数 156品種</p> <p>2018年8月現在</p>
<p>植物プラスチックでエコ</p> <p>袋包装の最表面のフィルムに、植物由来原料を20%以上使用したPETフィルムを採用しています。</p> <p>植物性プラでエコ</p>	<p>再生プラスチックでエコ</p> <p>包材の一部に再生プラスチックを使用しています。再生プラスチックを使用することで、石油使用量とCO₂排出量を抑制しています。</p> <p>※レギュラーコーヒー製品の袋包装の最表面のフィルムに、再生樹脂を80%以上使用したPETフィルムを採用</p> <p>再生プラでエコ</p>
<p>森林資源保全でエコ</p> <p>包材の一部に、適切に管理された森林で生産されたことを示すFSC®の認証紙を容器包装に使用している製品です。</p> <p>味の素(株): FSC®N002688 味の素AGF(株): FSC®N002418</p> <p>味なエコ 森林資源保全でエコ</p>	<p>再生紙でエコ</p> <p>古紙パルプの配合量が80%を超える再生紙を使用しています。</p> <p>味なエコ 再生紙でエコ</p>
<p>省包材でエコ</p> <p>包材使用量を従来品に比べ削減しています。</p> <p>味なエコ 省包材でエコ</p>	<p>詰め替えてエコ</p> <p>袋製品から長持ちする瓶に中身を詰め替えて使っていただくことで、環境負荷を抑制できます。</p> <p>味なエコ 詰め替えてエコ</p>
<p>トレイなしでエコ</p> <p>トレイを使用せずに大袋入りにしています(冷凍食品)。ゴミを減量化し、CO₂排出量を20~50%抑制しました。</p> <p>味なエコ トレイなしでエコ</p>	<p>捨てやすくしてエコ</p> <p>包材に捨てやすい工夫が施されています。</p> <p>捨てやすくしてエコ</p> <p>ラベルが簡単にはがれる「易剥離ラベル」を採用しています。</p>

フードロスの削減

フードロスの削減

■ 環境長期ビジョンおよび環境中長期目標

味の素グループは、2050年までに原料からお客様の使用・廃棄までの製品ライフサイクル全体でフードロスを2016年度比で半減するという長期ビジョンを掲げ、様々なステークホルダーとの連携・協働を重視しています。

さらに、2025年度までに原料受け入れからお客様への納品までのグループ内で発生するフードロスを、2016年度比で50%削減することを目標としています。この実現のため、2018年2月に、2020年度までの各年度の目標を新たに設定しました。

■ フードロス削減目標

	実績		目標		
	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2025年度
原料受け入れからお客様納品までのフードロス削減率(対2016年度)	2%増加	10%削減	15%削減	20%削減	50%削減

味の素グループで発生する主なフードロスは以下の通りです。

1. 原料・仕掛品：製品改訂、生産品目変更、使用期限切れなどにより発生する廃棄
2. 生産：(1) 製品切り替えのためのライン洗浄、抜き取り検査など標準作業で定期的に発生する廃棄物
(2) 生産トラブルに由来する廃棄物
3. 製品：製品改訂や生販管理ミスによる賞味期限切れで発生する在庫、誤出荷などによる返品、倉庫や配送時の破損品、サンプル品の廃棄

2017年度は、5%削減の目標に対して、2%増加の24千トンという結果となりました。

■ 製・配・販連携によるフードロス削減～「賞味期限の年月表示化」の実現(日本)

日本のフードロスは年間約646万トン(2015年度農林水産省推計)と、世界の食糧援助量約320万トン(2014年国連世界食糧計画調べ)の約2倍となっています。国を挙げて取り組むべき課題として、日本では官民が連携してサプライチェーン全体の効率化に取り組んでいます。

味の素(株)は、2011年から経済産業省の「製・配・販連携協議会」、2012年からは農林水産省の「食品ロス削減のための商慣習検討ワーキングチーム」に加わり、「賞味期限の年月表示化」「賞味期間の延長」「納品期限の最適化」を検討してきました。2017年2月以降、段階的に家庭用主要製品の賞味期限表示を「年月日」から「年月」へ変更し、併せて賞味期間を延長し、2018年8月に賞味期間が1年以上の製品の切り替えが完了しました。味の素AGF(株)でも賞味期間が9カ月以上の家庭用製品の切り替えが完了しました。

味の素グループは、今後も官公庁および製・配・販各層の連携を図り、サプライチェーン全体でのフードロス削減を進めます。

「賞味期限の年月表示化」による サプライチェーン全体でのメリット

- 管理対象ロット数の減少
- 保管スペースの極少化
- 倉庫や店舗でのオペレーションの簡素化

■ 独自技術を活かした、製品を通じたフードロス削減への貢献(日本)

外食や中食(家庭外で調理されたものを購入し、家庭内で食べる食事)が日常的になるにつれ、外食産業や小売店でのフードロスが大きな課題となっています。

味の素(株)は、酵素技術や独自の配合技術を活かし、炊きたての食感を長時間保持できる「お米ふっくら調理料」や、唐揚げに代表される厚切り肉メニューで、冷めてもおいしさを維持できる「唐揚げ・お肉ジューシー調理料」などを外食・中食産業のお客様に提供しています。今後もこのような製品を通じてフードロス削減に貢献していきます。



生活者とともに進めるエコライフ(日本)

■ 「食卓からのエコライフ」(「食エコ」)の啓発

日本のフードロスのうち、家庭から出るのは年間約289万トン(2015年度農林水産省推計)と発生量全体の約半分を占めています。味の素グループは、家庭のフードロスを減らすべく、毎日の料理や食事を通じて実践できる「食エコ」(エコな製品を選ぶ・食材をムダなく、おいしく食べ切る)を広げる活動に取り組んでいます。

● 「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マーク製品を通じて

お客様にできるだけ環境に配慮した製品を選んでいただくために、味の素グループでは2010年より製品のエコがひと目でわかる独自の環境マークを製品に表示しています。



● 「エコうまレシピ®」を通じて

毎日のお料理は、家庭で今日からすぐにエコライフを始めるチャンスです。味の素(株)では2009年より「エコうまレシピ®」(=エコでうまい(美味しい・上手い)レシピやアイデア)を、Webやイベントなどを通じて広げる活動に取り組んでいます。

参照 → 環境 P83
「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マーク製品を広げる

参照 →
「エコうまレシピ®」のご紹介
<http://www.ajinomoto.com/jp/activity/environment/eco/ecouma/>

※「味なエコ」マーク、「エコうま」「エコうまレシピ」は、味の素(株)の登録商標です。



子どもたちの「食エコ活動」を応援

● 「食エコKIDs」賞で応援

味の素(株)は、2010年度より(一財)グリーンクロスジャパンが実施する「みどりの小道」環境日記^{※1}に応募された作品の中から、「食」に関する楽しく、優れた活動を「食エコKIDs」賞として表彰しています。8回目となる2017年度は9名の子どもたちの活動を表彰しました。

受賞者の日記の一部は「Eco Life Book with 食エコKIDs」としてまとめられ、冊子やWebサイトで紹介しています。2017年度は約15,000冊を作成し、エコプロダクツ展などのイベントや「みどりの小道」環境日記実施校のうち希望校に配布しました。

こうした活動を通じて、未来を担う子どもたちに家庭で楽しく「食エコ」活動に取り組んでもらえるよう、応援を続けていきます。



独自教材「Eco Life Book with 食エコKIDs」

● 企業、行政、NPO・NGO、教育現場と協働して、持続可能な未来を考える

味の素(株)は、2011年に花王(株)、(株)イースクエアと「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」を発足し、未来の地球環境と心豊かなくらしのために、どのように働きかけると生活者が心豊かでサステナブルなライフスタイルを実現できるかを研究テーマに活動しています。その活動から導き出された行動変容のために必要な要素と仮説に基づき、味の素(株)と花王(株)の工場がある川崎市と連携して、川崎市内の小学5年生とその保護者を対象に、2016年度より「食とくらしがつくる地球の未来 夏休みチャレンジ」を実施しています。

本プログラムは、リアルな体験ができるオリジナル「工場・施設見学プログラム」や資源循環(つながり)を理解する「環境ゲーム」を通して身近なくらしから川崎市、世界の環境問題を自分のこととして考えてもらう3日間の体験プログラムと、学んだことを家で家族と一緒に実践し、エコへの気づきを記す1か月にわたる「環境日記」で構成されています。

参加した子どもたちからは、「エコは身近なくらしの中にある小さなことの積み重ね」「エコをみつけて、自分なりに行動するようになった」「つながりを意識し、エコが楽しくなった」などのコメントが寄せられました。2018年度も「夏休みチャレンジ」を実施します。

● 「エコプロダクツ2017」への出展を通じた対話

2017年12月に開催された日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2017」に味の素グループ5社が共同でブースを出展しました。味の素グループの従業員が環境に配慮した事業活動や製品の紹介を行うとともに、「食卓からのエコライフ」提案を行いました。

ブースを訪れた子どもたちには、日本人1人・1日当たりのフードロス量をハンバーガー1個分(約134g)で示し、フードロスを身近に感じてもらいました。



2017年度表彰式

※1 一般財団法人グリーンクロスジャパンが実施する「みどりの小道」環境日記事業では、環境問題に取り組むための参考になるガイドブックと、12週間分の環境日記を記入する日記帳を、約10万人の小学生に配布している。

参照

「食卓から始めるエコライフ」の取り組み
<http://www.ajinomoto.com/jp/activity/environment/eco/>

食とくらしがつくる地球の未来 ～夏休みチャレンジ～



最終日の修了式

Web

「夏休みチャレンジ」実施報告(2018年度活動)
<http://begoodcafe.com/news/challenge2018>



ハンバーガーを使ってフードロスを語る従業員

公正な事業慣行

味の素グループのアプローチ

味の素グループは、世界各地の自然の恵みや、様々な資源を使って製品・サービスを提供しています。地球環境に与える負荷を低減することはもちろん、世界中に広がる原材料の生産地やサプライチェーン上で、環境や人権・労働安全といった社会的側面に配慮していくことの両立が求められています。

味の素グループでは、法令を順守するとともに、サプライチェーンの関係者と連携・協働して将来にわたり持続可能で安定した調達を実現していきます。



味の素グループポリシー

■ 基本原則

4. 公正で透明な取引

- 4.1 私たちは、取引において、公正、透明を心がけ、取引先をビジネスパートナーとして認識し、合理的に業務を遂行します。
- 4.2 私たちは、各国における独占禁止法等の競争に関する法令、ルールをよく理解し順守し、競争する他社との間で、価格や販売・生産数量などを取り決め、競争を制限する行為(カルテル)や入札談合を行いません。また、不正な手段を用いて、競争相手を市場から排除したり、新規参入を妨害したりしません。
- 4.3 私たちは、原材料、商品、サービスの購入先や業務委託先の選定においては、価格、品質、サービス等の条件を公正に評価して、取引先を決定します。また、優越的地位を乱用することにより、取引先に不利益を与える行為を行いません。
- 4.4 私たちは、原材料、商品、サービスの購入先や業務委託先とともに、地球環境保全や人権擁護等の社会的責任を果たすよう努力します。
- 4.5 私たちは、お客様や取引先に対して、不適切な贈り物、接待、金銭の提供等の行為は行わず、良識を持って行動します。
- 4.6 私たちは、国内公務員、外国公務員及びこれらに準ずるものに対し、方法を問わず、贈り物、接待、金銭その他賄賂となる利益提供は行わず、政治、行政とは健全かつ正常な関係を保ちます。

関連するグループポリシー

調達に関するグループポリシー

- 紙の環境配慮調達ガイドライン
- パーム油の調達ガイドライン

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

贈賄防止に関するグループポリシー

政治的活動および政治献金に関するグループポリシー

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
● 持続可能な農畜水産物調達		○	○	
● サプライヤーのCSR推進		○	○	

参照

味の素グループのマテリアリティ P9

2017-2019年度 味の素グループの持続可能な原材料調達に向けた計画

重点目標	施策
サプライチェーンの 人権・社会的側面の持続可能性確保	サプライヤーに対する、Sedex ^{*1} を活用した コンプライアンス、環境・人権・労働安全に関する企業活動の情報開示の要請
持続可能なコーヒー豆の調達に向けた、 味の素グループのコプロ活用	味の素AGF（株）による農園の収率向上支援
重要原料の持続可能な調達 1. パーム油 2020年度を目標に100%持続可能な パーム油の調達を実現 2. 紙 2020年度を目標に100%持続可能な 紙の調達を実現 3. その他	<ul style="list-style-type: none"> 日本における認証油調達比率拡大 ベトナムなどでの認証油調達開始 日本における包材（個箱・段ボールなど）での利用拡大 海外における個箱の現状調査開始およびロードマップ策定 コーヒー豆の4C^{**2}認証品調達およびロードマップ策定 エビに関するサプライチェーンのリスク調査継続およびロードマップ策定 主産地である北南米を対象とした大豆の認証スキームに関する実態調査開始
グローバル調達の高度化	<ul style="list-style-type: none"> 海外グループ会社の調達プロセスチェックの実施 現状と課題の整理と、個社調達レベルに応じた支援ツールの活用 味の素グループグローバル調達会議の年1回の開催

※1 Sedex：サプライヤーエシカル情報共有プラットフォームのこと。順守が求められる法令や規範に関する質問票の情報を共有する。単一の質問票を用いることで、各サプライヤーの情報を漏れなく集めることができるとともに、サプライヤーの監査の負担軽減にもつながる。味の素グループは2018年5月に加盟。

※2 4Cアソシエーション（Common Code for the Coffee Community）：コーヒー生産農家が、持続可能な生産活動のための重要なファーストステップの基準に適合するよう支援している。

公正な事業慣行マネジメント

■ 推進体制

味の素グループでは、グローバルコーポレートである生産戦略部がグループ全体の調達の方針を策定し、その方針に基づいてグループ調達センターをはじめ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。

Column

味の素グループグローバル調達会議

味の素グループでは、グローバル調達会議を2011年から毎年実施し、当社グループの調達方針の共有および調達のベストプラクティスについて議論しています。2017年も10月に東京で開催し、11カ国の調達担当役員や調達部門長とともに、持続可能な調達の実現に向けた取り組みについて協議しました。



■ サプライヤーホットライン

味の素グループでは、2018年6月に「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他、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)逸脱の疑いのある行為の早期発見と是正を図ります。将来的にはサプライチェーンにおける人権・環境問題などを発見する手段の一つとして活用します。

参照 → **組織統治 P135**
ホットライン(内部通報制度)の拡充と運営強化

参照 →
サプライヤーホットライン
<https://i365.helpline.jp/ajinomoto/s-hotline>

原材料の持続可能な調達に向けた取り組み

重要原材料の特定

味の素グループでは、事業活動で利用する原材料を網羅的に把握した上で、社内関連部門と社外有識者(専門家、NGOなど)で分析を行い、当該原料への依存度、代替原料の有無、地球環境の持続性への関わり大きさなどの総合的視点から、農林資源、水産資源の領域で特に重点的に取り組むべき重要原材料を特定しています。重要原材料は、事業や地球環境などの状況の変化に即し、毎年見直しを行いますが、この1年間における大きな変化はありませんでした。

なお、気候変動、生物多様性の劣化、人権問題などへの関わり大きさから、森林破壊ゼロ^{*1}の達成が喫緊のテーマとなっていることを受け、農林資源(パーム油、紙)について取り組みを強化しています。

参照

調達に関するグループポリシー
紙の環境配慮調達ガイドライン
パーム油の調達ガイドライン

※1 味の素(株)は国際的な業界団体であるThe Consumer Goods Forum (CGF)のボードメンバー企業として、パーム油および紙の調達に関し、原産地の森林破壊ゼロを支持しています。

味の素グループにおける重要原材料

農林資源	<ul style="list-style-type: none"> ・ アミノ酸類の発酵生産原料となる糖質系農作物 ・ コーヒー豆 ・ 消費者向け加工食品の容器包装や事務用紙に使用する紙 ・ 加工食品や化成品の原料となるパーム油
水産資源	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「ほんだし[®]」や削り節の原料のカツオ ・ 冷凍食品などの原料となるエビ

森林破壊ゼロに向けた取り組み

森林破壊は、生態系の破壊や生物多様性の喪失、温室効果ガス排出を通じた気候変動の原因となるため、これの予防は地球環境の持続性にとって極めて重要です。森林に依存した生活を営む住民にとって、人権問題にも直結します。森林破壊の原因の一つとして林業や農業のための開発がありますが、これは企業の原材料調達が生産時にその原因になりうることを意味します。

パルプやパーム油生産のためのプランテーション開発は、一部では違法伐採に関わっていることが指摘されています。味の素グループは、「紙の環境配慮調達ガイドライン」を2012年に、「パーム油の調達ガイドライン」を2018年7月に制定しました。これらのガイドラインに基づき、認証を受けた原材料の調達や各種イニシアティブとの連携を通じて、原材料の持続可能性を確保していきます。さらに、認証を受けた原材料の供給は限定されていることから、原材料調達の持続可能性をより確かなものにするべく、独自のトレーサビリティの確立や監査なども進めていきます。

持続可能な紙利用推進の取り組み

■ 自社使用における取り組み

味の素グループは、「紙の環境配慮調達ガイドライン」に基づき、使用する事務用紙と容器包装用紙などについて各国・地域の状況に即して取り組みを進めています。

事務用紙については、「紙の環境配慮調達ガイドライン」に適合した製品のみを間接材購買システムで取り扱うことで、方針への適合を継続しています。

容器包装用紙については、2015年度からFSC®認証紙の採用を拡大しています。2016年度には日本のギフト製品のパッケージなどでFSC®認証紙の積極導入を進め、同製品で使用する紙の約70%を切り替えました。2017年度には「ほんだし®」や合わせ調味料「Cook Do® きょうの大皿」といった味の素(株)の家庭用主力製品のパッケージもFSC®認証紙に切り替え、FSC®および「味なエコ」マークを表示しました。

2018年度は、海外グループ会社の紙の調達について定量調査を開始し、2020年度までのロードマップを策定します。引き続き味の素グループ全体で持続可能な紙の積極的な採用を進めていきます。



「FSC®認証マーク」を表示した家庭用主力製品

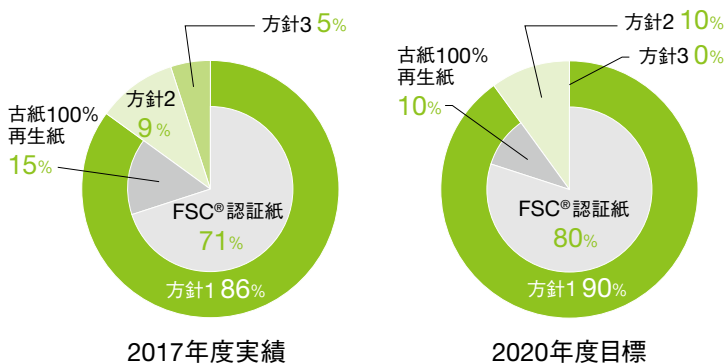
※1 FSC®管理木材由来の紙など

■ 「紙の環境配慮調達ガイドライン」の具体的な方針

方針1
FSC®認証紙および古紙利用100%の再生紙を優先調達する
方針2
味の素グループが環境に配慮していると認めた紙 ^{*1} を調達する
方針3
紙製品の原料となる木材の伐採にあたって現地における森林に関する法令に照らし、手続きが適切になされたことが確認できない紙を調達しない

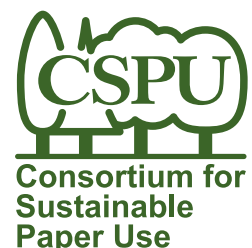
参照 → 環境 P80
容器包装の環境配慮設計の推進

■ 味の素グループの容器包装用紙の実績と目標 (日本)



■ 社会との連携

味の素(株)は、2013年より環境や社会に配慮した紙の利用を社会全体で推進する「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム(CSPU)」に参画しています。この取り組みを通じて、日本における持続可能な紙の調達の主流化と、味の素グループの持続可能な調達の拡大を図ります。



持続可能なパーム油の調達推進

■ 自社使用における取り組み

味の素グループは、2020年度までに100%持続可能なパーム油の調達を実現することを目標としています。パーム油を使用する製品は、カップスープ、即席めん、コーヒークリーマーなどの加工食品や化成品など多岐にわたり、使用する地域も日本、東南アジア、欧州、南米にまたがっています。一部の製品では認証品の調達がより困難なパーム核油を使用していること、一部の地域では認証パーム油の供給に限られることから、国・地域や事業ごとに2030年度までのロードマップを作成しています。

2017年度の味の素グループのパーム油の使用実績は約34,200トンで、そのうち認証パーム油の使用率は全使用量の14%となりました。使用するパーム油の種類や使用地域での認証パーム油の供給体制により、認証パーム油の使用率に地域差が見られました。例えば、グループ内で最も使用しているタイでは認証パーム油の供給のサプライチェーンが未整備なため、認証パーム油の使用率が1%にとどまりましたが、日本および欧州ではそれぞれ32%、68%となりました。2018年度は、日本における認証パーム油使用率の拡大と、ベトナムなどでの認証パーム油の調達開始に取り組んでいます。

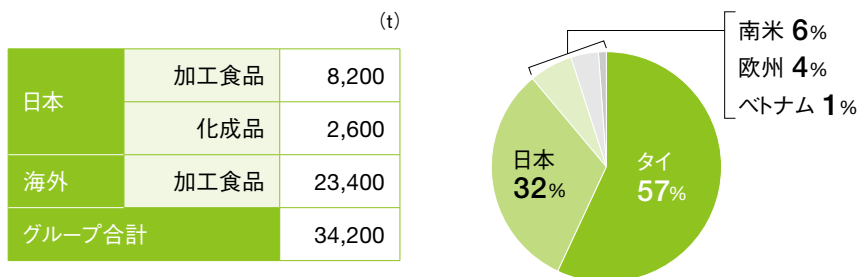
Web

RSPOのAnnual Communications of Progress (ACOP: 年次報告)

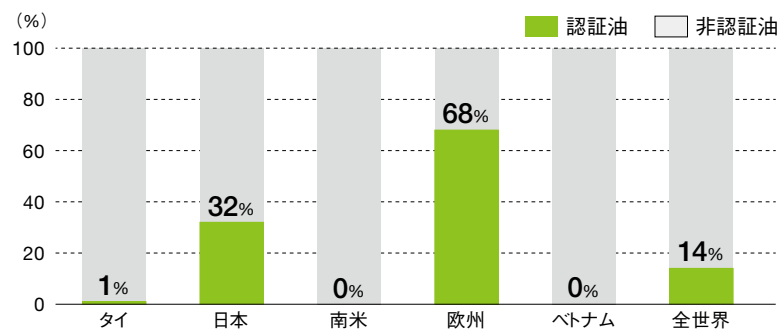
<https://rspo.org/file/acop2017/submissions/ajinomoto%20co.%20inc.-ACOP2017.pdf>

※味の素グループの取り組み実績や計画を詳細に報告しています。

■ 味の素グループのパーム油 (パーム核油含む) の使用量 (2017年度)



■ 認証パーム油使用量 (2017年度)



■ 社会との連携

味の素(株)は、2012年度に持続可能なパーム油の調達を推進する「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟し、他企業や日本のパーム油使用に関わる関係者との協働・連携を進めてきました。2017年度は「持続可能なパーム油会議(JaSPOC)」の実行委員会副委員長を務めるとともに、CGFの日本サステナビリティローカルグループ(JSLG)のパーム油ワーキンググループにも参画しました。今後もこうした取り組みを通じて、産業界全体の持続可能なパーム油の調達の進展に貢献していきます。

持続可能なカツオ漁業と資源利用に向けた取り組み

近年、中西部太平洋熱帯海域でカツオの漁獲量が急激に増加する一方で、日本の近海・沿岸においては2000年代後半以降不漁が顕著になっており、カツオ資源と国内カツオ漁業の持続性に懸念が持たれています。

味の素(株)では、国際資源管理ルールの構築と地域の漁業の持続的発展を目指し、2009年より日本の国立研究機関と共同してカツオの標識放流調査に取り組んでいます。

参照

→ 環境 P66

生態系・生物多様性の保全

コーヒー豆の持続可能な調達

コーヒー豆の生産は、生物多様性が豊かな地域で生産されています。そして、その多くを零細農家に依存しています。

味の素グループでは、農園の自然環境や従事する人々の生活を良い状態に保ち、生産と流通のサステナビリティ(持続可能性)促進に取り組む「4C認証^{*1}」に賛同し、定められた基準に適合した農園で生産されたコーヒー豆の調達に取り組んでいます。



※1 4C 認証

[Common Code for the Coffee Community]
コーヒー生産農家が、持続可能な生産活動のための重要なファーストステップの基準に適合するよう支援している。

Column

国産コーヒー豆を使用した製品の発売を目指して 鹿児島県徳之島産コーヒー豆の生産支援をスタート!

味の素AGF(株)は、2017年6月に、鹿児島県徳之島におけるコーヒー豆の生産を支援するプロジェクトを地元の生産者会、自治体、商社とともに立ち上げました。

徳之島は、コーヒー生産の北限に位置し、日本国内でも数少ないコーヒー豆生産地の一つです。生産量拡大に向けては、苗木の増加、台風対策による生産の安定化、収穫後に使用する精選機などの設備の増強などが必要です。これらの課題を生産農家とともに解決しながら徳之島のコーヒー豆の生産を支援し、徳之島ならではのコーヒー豆を使った製品の発売を目指しています。

また、年4回程、従業員教育の一環として種植えや育苗作業、収穫作業などに参加しており、今後も生産体験をする従業員を増やしていきます。

Web

徳之島コーヒー生産支援プロジェクト
<http://www.agf.co.jp/csr/tokunoshima.html>



徳之島コーヒー

徳之島コーヒー生産支援プロジェクト



コーヒーの苗100本の苗植えの様子

公正な競争の確保

■ 基本方針

味の素グループは、「味の素グループポリシー」(AGP)において、公正で透明な取引を心がけ、役員および従業員が各国・地域における独占禁止法などの競争に関する法令、ルールをよく理解し順守することを定めています。また、日本、米国、欧州の個別の法令に関し、「独占禁止法遵守ガイドライン」(日本)、「米国独占禁止法遵守ガイドライン」「欧州競争法遵守ガイドライン」を定めています。調達関連では、取引先に対し、「調達に関するグループポリシー」および「サプライヤー取引に関するグループポリシー」、関連するガイドラインの趣旨の理解とともにサプライチェーンを構成するビジネスパートナーとして公正・透明・自由な競争を阻害する行為を行わないことを要請しています。

■ 従業員への教育

味の素グループは、日本国内のグループ会社の役員・基幹職をはじめとするラインマネジメントに関わる従業員を対象として、定期的に独占禁止法の研修を実施しており、2017年度は、467名が参加しました。海外の主要なグループ会社でも現地の弁護士を講師として独占禁止法研修を実施しており、2017年度は、インド、シンガポール、ベトナム、フィリピンのグループ会社の役員・マネージャーを対象に研修を実施し、126名が参加しました。独占禁止法は、企業が行う取引に関する様々なルールを定めていますが、これらの研修では、公正な競争への影響が特に大きい「カルテル」の禁止について、必ず説明することとしています。

また、2017年度は、国内グループ会社の希望者を対象に景品表示法研修を実施しました。

参照

調達に関するグループポリシー
紙の環境配慮調達ガイドライン
パーム油の調達ガイドライン
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

■ 研修実施体系(独占禁止法)

味の素(株)	国内グループ会社 (含味の素(株))	海外グループ会社
<ul style="list-style-type: none"> ・新入社員研修 ・通年入社者研修 ・営業部門向け研修 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンプライアンス研修 	<ul style="list-style-type: none"> ・法務研修

※各研修内で独占禁止法のプログラムを実施

汚職の防止

■ 基本方針

味の素グループは、AGPの基本原則において、日本の公務員、外国公務員およびこれらに準ずる者に対し、方法を問わず、贈り物、接待、金銭その他賄賂となる利益提供は行わず、政治、行政とは健全かつ正常な関係を保つことを定めています。2016年には、「贈賄防止に関するグループポリシー」を制定し、その中で以下の事項を定め、グループ各社およびその役員・従業員に対し、本ポリシーおよび関係する国・地域の贈賄禁止法令を順守することを求めています。

- ・会社のすべての取引に関して、合理的な詳細さをもった正確な帳簿と記録を保持すること
- ・特に公務員などに関連する出費について適切な処理を確実にすること
- ・本ポリシーの順守・運用の状況を監査対象とすること

■ 従業員への教育

味の素グループは、日本国内のグループ会社の役員・基幹職をはじめとするラインマネジメントに関わる従業員を対象として、定期的に外国公務員を含めた公務員との付き合い方に関する研修を実施しています。2017年度は、467名が参加しました。また、2017年度は、インド、シンガポール、フィリピン、タイ、カンボジア、ベトナムのグループ会社の主に役員・マネージャーを対象に、現地の弁護士を講師として、贈賄防止に関する研修を実施し、272名が参加しました。

参照

贈賄防止に関するグループポリシー
政治的活動および政治献金に関するグループポリシー

知的財産を守り、適切に使用する

知的財産に関する取り組み

味の素グループは、2018年7月に「知的財産に関するグループポリシー」を制定し、味の素グループの競争優位の確立・利益創出・グローバルな成長に貢献するべく、以下の取り組みを推進しています。

1. 事業のコアとなる技術の戦略的かつ効率的な知的財産の獲得
2. オープンイノベーションなど、積極的な外部技術の取り込みと連携
3. 自社技術のライセンスや訴訟など、保有技術の活用と権利行使
4. 商標制度などを活用した製品の保護とブランド価値の向上
5. 他者知的財産権の尊重と調査、クリアランスの徹底による侵害リスクの極小化
6. 調査解析情報のグループ事業部門・R&D部門への提供
7. 知的財産人財の育成、社内外ネットワークの活用

参照

知的財産に関するグループポリシー

参照

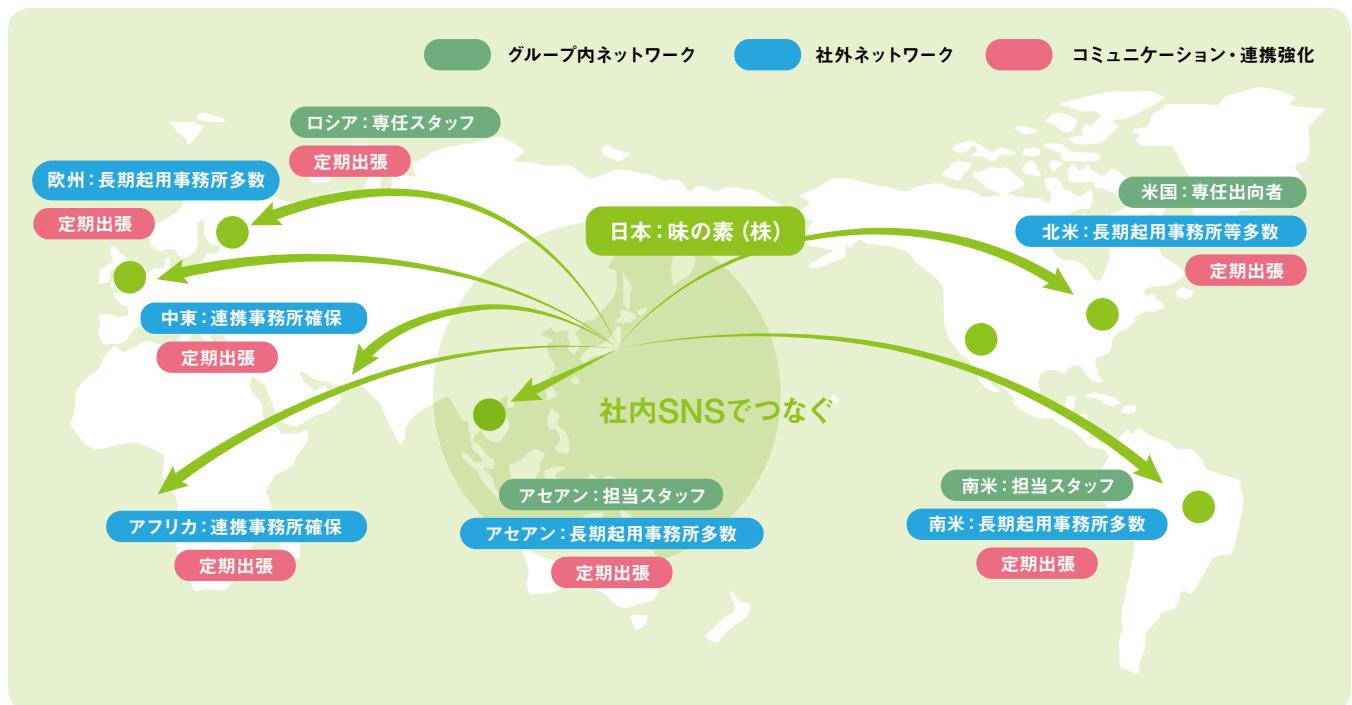
知的財産報告書

<https://www.ajinomoto.com/jp/ir/library/intell.html>

知的財産管理体制

味の素(株)は、「知的財産権のライセンス・管理等に係る要領」に基づき味の素グループ全体の知的財産(特許、意匠、商標など)を統括しています。調査、知的財産権維持管理業務を関係会社の(株)アイピーイーに集約しているほか、米国に駐在員、ロシアに専門スタッフを配置、アセアン、南米の各社に知的財産のキーパーソンを指名し、長年にわたり信頼関係を築いてきた特許・法律事務所と共にその他の業務を進めています。特に、バイオ関連技術については、日本・米国・ロシアの3拠点が連携し、強い特許権の獲得を進めています。

味の素グループ知的財産管理体制



■ 味の素(株)特許の他社特許への影響

(株)パテント・リザルト(本社・東京)では、2017年の特許審査過程において他社特許への拒絶理由として引用された特許数を企業別に集計して、「食品業界 他社牽制力ランキング2017」を発表しています(右表)。引用された特許数が多い会社は、競合他社が権利化する上で、阻害要因となる先行技術を多数保有している先進的な企業としており、当社は1位にランクされています。

また、当社知的財産権を侵害する企業に対しては、警告や知的財産権侵害訴訟を提起するなど権利の侵害を許さない毅然とした態度で対応しています。

■ 商標教育活動

味の素グループは、商標「味の素®」、「AJI-NO-MOTO®」の普通名称化防止や、従業員の商標マインド育成を目的として、商標の基礎知識や「味の素®」をはじめとする商標の表記ルールを学ぶ「商標セミナー」をグループ会社向けに継続的に開催しています。2017年度のセミナー参加者は、計130名でした。

■ 発明報奨制度

味の素(株)は、「新価値創造」と「開拓者精神」を基本に、独創的な技術やコンテンツ、ブランドなどの知的財産権の保護や有効利用に取り組んでいます。また、従業員に対し、発明を積極的に奨励しており、発明へのインセンティブや特許法への対応を目的に発明報奨制度を設けています。

従業員による職務発明には、出願時あるいはノウハウ登録時に「出願報奨金」が支払われ、その職務発明が特許として登録されると「登録報奨金」が支払われます。さらにその職務発明が会社により実施されると「実施報奨金」が支払われ、事業貢献が極めて大きい場合は会社が得た利益に応じて発明者に「特別報奨金」が支払われます。

ほとんど全てのグループ会社においても、同様の制度を導入しています。

■ 営業秘密漏洩防止の取り組み

味の素グループは、営業秘密の漏洩防止を目的とした委員会を設置し、外部機関による診断を受け、課題を抽出し、組織・人による管理基盤の整備や物理的・技術的に営業秘密漏洩を起こさせない基盤の構築を行ってきました。味の素(株)と国内外主要グループ会社での取り組みが進んだため、当該委員会は2017年度末に解散し、以降は、情報企画部門と知的財産部門が、営業秘密漏洩の防衛策の立案、実行を担当し、監査部門と連携しつつ、営業秘密の管理および漏洩防止に関する、味の素グループ全体のガバナンスを進めています。

■ 食品業界 他社牽制力 ランキング2017

順位	企業名	引用された特許数
1	味の素(株)	332
2	キリンホールディングス(株)	287
3	明治ホールディングス(株)	189
4	日本たばこ産業(株)	165
5	サントリーホールディングス(株)	162
6	アサヒグループホールディングス(株)	155
7	不二製油グループ本社(株)	134
8	ハウス食品グループ本社(株)	126
9	日清オイリオグループ(株)	117
10	(株)日清製粉グループ本社	116

事業活動の基盤

事業活動を通じて社会課題の解決に貢献し、味の素グループが持続的に成長するためには、グローバルで強固なガバナンス基盤を有する「組織」への進化、イノベーションの源泉となる多様な「人財」の獲得と育成、一人ひとりの活躍を実現する「働き方」の整備が必要です。

それらは「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」を実現するための原動力となります。

個人と会社の成長が同期し、将来にわたって競争力を発揮できる環境を整えるために、味の素グループは変革を続けていきます。

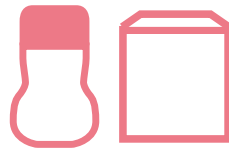
味の素グループの事業規模



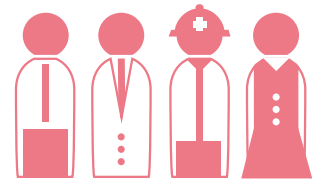
事業展開エリア
35の国・地域



生産工場数
123工場



製品展開エリア
130超の国・地域



従業員数
34,452名

欧州・アフリカ

3,450名
13
売上高 1,147億円

米州

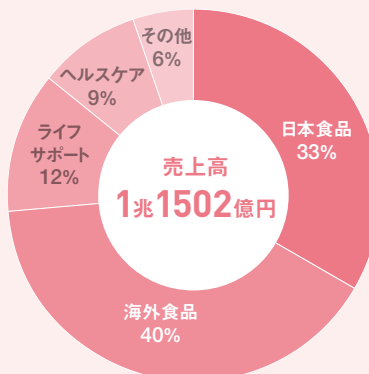
7,684名
23
売上高 2,391億円

日本

9,213名
44
売上高 5,223億円

アジア

14,105名
43
売上高 2,739億円



拠点数：2018年4月1日現在、従業員数：2018年3月31日現在、売上高：2018年3月期

労働慣行 人財

味の素グループのアプローチ

味の素グループは、地球的な視野にたち、“食”と“健康”、そして明日のよりよい生活に貢献するために、最も大切なものは従業員であると考えています。グローバルで約34,000人の多様な人財が、適所適財で能力を発揮することが、社会価値の創出と会社の成長につながります。

そのためには、性別、年齢、国籍などに加えて、異なる経験や価値観を持つ人財が不可欠であり、ダイバーシティを推進することでイノベーションが起きやすい環境づくりに努めています。



味の素グループポリシー

■ 基本原則

6. 人財育成と従業員の安全確保

- 6.1 私たちは、雇用の機会の提供に努め、従業員の多様性、人格、個性を尊重した能力開発・能力発揮の機会を提供するよう努めます。
- 6.2 私たちは、グローバルな視点を持ち、チームワークを重視し、創造性と開拓者精神を発揮し、グループの発展に貢献するよう努めます。
- 6.3 私たちは、企業の継続的发展を通じて、一人ひとりの充実した生活と社会の繁栄に貢献します。
そのために、私たち一人ひとりが自己研鑽に努めます。
- 6.4 私たちは、働きがいの向上と高い生産性を実現できる職場風土を目指します。
- 6.5 私たちは、各国・地域での法令や文化を尊重し、いかなる関係者に対しても、人種、民族、国籍、宗教、信条、出身地、性別、年齢、障がい、LGBT等を理由とする差別行為を行いません。
- 6.6 私たちは、オープンなコミュニケーションを通じて、差別やいやがらせのない、お互いの人間性を尊重する明るい職場を目指します。
- 6.7 私たちは、人間性尊重を基本とし、労働安全衛生を企業活動の最も重要な基盤のひとつとします。

関連するグループポリシー

人財に関するグループポリシー

労働安全衛生に関するグループポリシー

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
◆従業員のダイバーシティ			○	
◆従業員の能力開発			○	

参照

味の素グループのマテリアリティ P9

「人財・働き方」の2020年度目標



分厚く多様な人財層の形成

「性別、年齢、国籍、経験などによらず、従業員一人ひとりが互いに尊重し活躍する会社」の実現

- 300人の次世代グローバル経営・高度専門人財の育成
- 人事諸制度改定などによる女性マネージャーの内部昇格向上と積極キャリア採用
- 専門人財の積極キャリア採用



目標値 (グループ全体)

■ 経営役員の現地化比率

2016年度実績

43%

2017年度実績

41%

2020年度目標

50%

■ 女性マネージャー比率

2016年度実績

19%

2017年度実績

22%

2020年度目標

20%

従業員一人ひとりの働きがいの向上

エンゲージメントサーベイで

グループ全従業員の働きがいの測定

- 課題の把握と改善に向けたアクションプランの検討・実行
- 従業員の心身の健康増進



目標値 (グループ全体)

■ 働きがいを実感している従業員の割合^{※1}

2017年度実績

79%

2020年度目標

80%

■ 自らのこころとからだを健康だと感じている従業員の割合^{※2}

2017年度実績

76%

※1 会社の目指すゴールや目標を支持し、会社の持続的な成長に向けて、働きがいを実感して仕事に取り組んでいる従業員の割合

※2 会社が従業員の健康に配慮しており、自身も仕事と生活のバランスを保ちながらいきいきと仕事ができていると実感している従業員の割合

働き方改革の推進(日本)

グローバル標準の1日7時間労働を前提としたフレキシビリティのある働き方と、多様なライフスタイルの支援

目標値

■ 年間平均総実労働時間

2016年度実績
味の素(株)

1,916時間

2017年度実績
(同左)

1,842時間

2018年度目標
(同左)

1,800時間

2020年度～
グループ全体目標

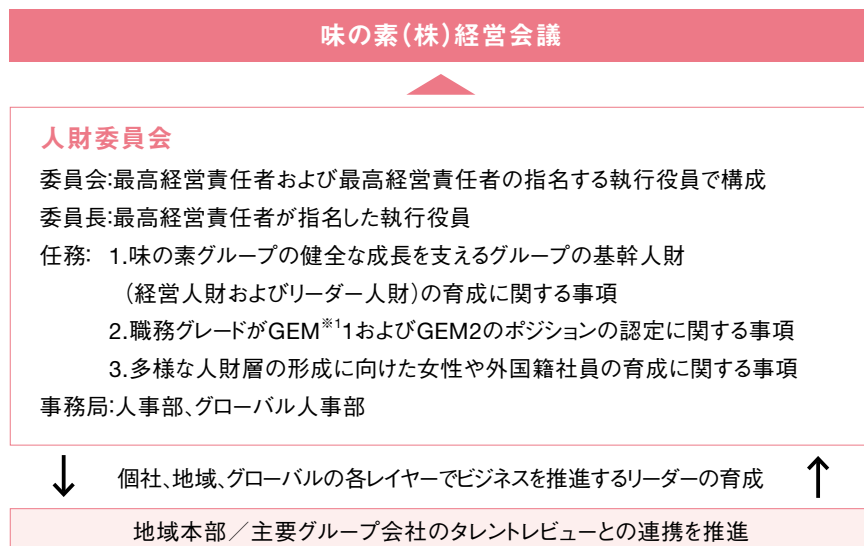
1,800時間

人財マネジメント

■ 推進体制

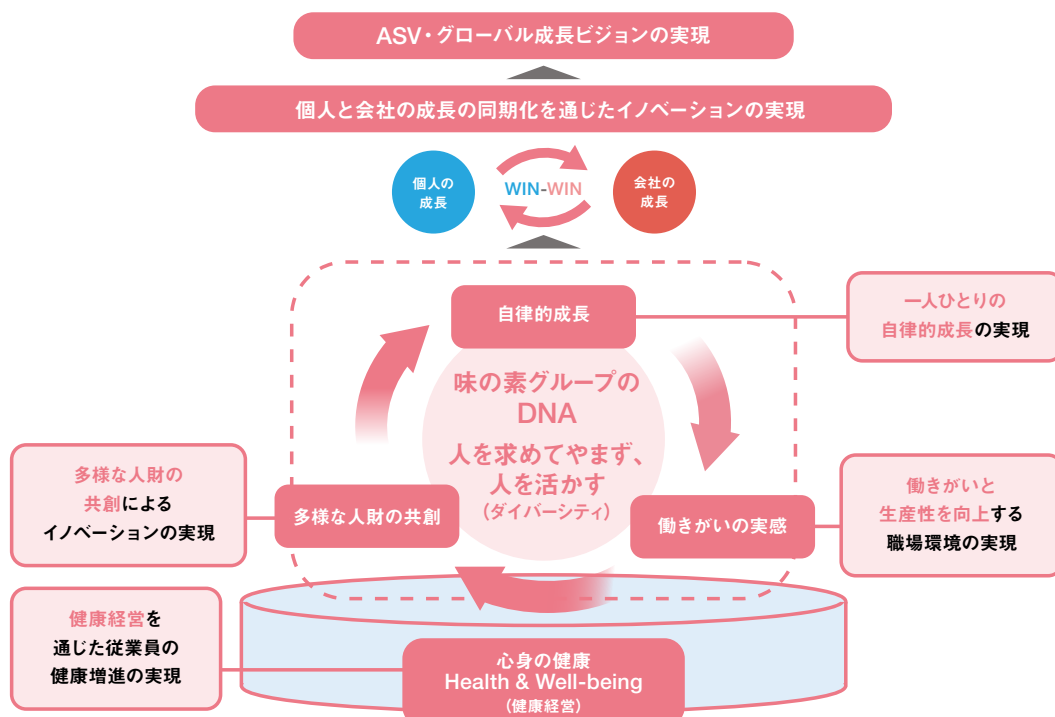
味の素グループの健全な成長を支えるための人財育成に関わる事項の推進を目的として、経営会議の下部機構として人財委員会を設置しています。原則として四半期に1回開催しています。

※1 事業部門長、人事・財務部長、国内外グループ会社のトップクラス



■ グローバル人財マネジメントの基本方針

多様な強みを持つ従業員一人ひとりが働きがいを実感して能力を発揮し、従業員個人と会社が共に成長することが、ASV向上の源泉でもありと考えています。



■ グローバルレベルで人財の「適所適財」を実現する仕組み

「グローバル人財マネジメントシステム」とは、各国・地域の味の素グループ企業に所属している多様な人財を横断的に育成・登用し、人財の「適所適財」を実現することを目的とした人財マネジメントに関する共通基盤です。基幹ポストと基幹人財を「見える化」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。

「グローバル人財マネジメントシステム」の導入により、次世代経営・高度専門人財の育成を加速させています。多様なタレントからなる分厚い人財層をつくり、グローバル・スペシャリティ・カンパニーを支えています。

■ グローバル人財マネジメントシステム

ポジションマネジメント(適所)	
将来の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 ^{*1} に基づく行動評価と業績評価
報酬制度	グローバル報酬ポリシーを制定 1. 報酬プログラムは各国・地域の法令を順守していること 2. 職務・業績に対する報酬 3. 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	ローカル、リージョンに人財委員会に相当する組織を設置
人財ポートフォリオ	業績評価、次世代リーダーシップ要件の2軸 次世代リーダーシップ要件は、ローカル、リージョンが将来目指す姿から決定
サクセッションプラン	ローカル、リージョンのキーポジションについての策定
育成プラン	キータレントについてのプラン策定

※1 味の素グループ共通の価値観、仕事をする上での考え方、姿勢(新しい価値の創造/開拓者精神/社会への貢献/人を大切にする)

■ ホットライン(内部通報制度)の拡充と運営強化

味の素グループは、従来、内部通報制度として「ホットライン」を設け、電話、Eメール、FAX、手紙など複数の手段で役員・従業員(パート社員、派遣社員を含む)からの通報や相談を受け付けてきました。

2016年12月に日本の消費者庁が公表した「公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の整備・運用に関する民間事業者向けガイドライン」および現行ホットラインの活用実態を踏まえ、窓口の整備と通報ルートの複線化を行い、2018年5月より運用を開始しました。

参照 → 組織統治 P135

ホットライン(内部通報制度)の拡充と運営強化

人事・労務データの対象組織

「労働慣行」パートの人事・労務データ編では、2018年3月末現在の味の素(株)および連結子会社(国内35社、海外64社)における人事・労務データを報告しています。

参照 → 人事・労務データ

用語定義

多様な人財の活躍推進

ダイバーシティの推進～多様性を受容する組織風土の醸成～

■ グローバル人財の育成・登用

味の素グループは、ダイバーシティ推進にあたり、国・地域横断での人財の適所適財の実現に取り組んでいます。「ポジションマネジメント」の一環として、2017年度末までに国内外主要グループ会社の基幹ポストを特定し、その職務要件を明確にしました。

また、「タレントマネジメント」の柱の一つである基幹人財の育成プラン策定については、新たに「味の素グループアカデミー」として教育体系を整備しました。分厚く多様なグローバル人財層の形成を推進し、指標のひとつとして経営役員の現地化比率を2020年度に50%とすることを目指しています。

■ 経営役員の現地化比率

(単位：人)

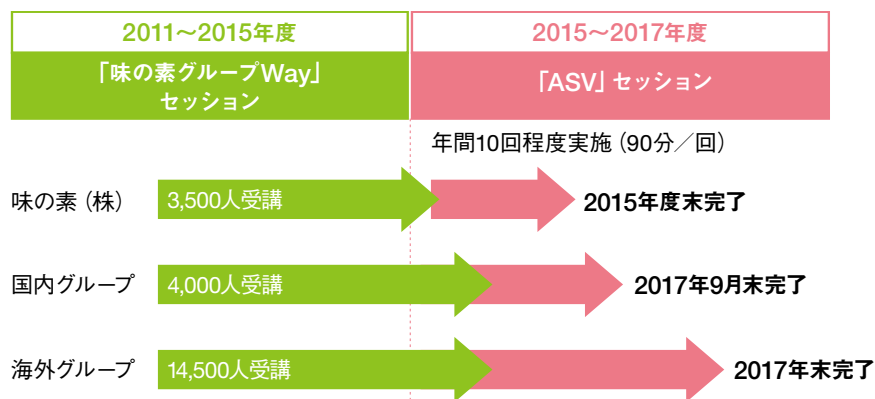
	2016年度実績	2017年度実績	2020年度目標
海外グループ会社役員総数	180	178	—
現地役員数	79	73	—
現地化比率	44%	41%	50%

参照 → 労働慣行 P115-118
人事・労務データ

■ 共通の価値観の浸透

味の素グループの共通の価値観の浸透に向け、これまでに「味の素グループWayセッション」や「ASVセッション」を実施しました。前者は2011～2015年度に、後者は2015～2017年度に実施し、それぞれグループ全従業員が受講完了しました。

今後は、新しく味の素グループに加わった従業員向けのものをはじめ、新たなASV浸透ツールを活用して、研修を実施していきます。



味の素グループは、革新性のあるASVの取り組みを表彰する「ASVアワード」を2016年度に開始しました。

参照 → ASV STORIES 2018

参照 → 味の素グループの目指す姿
<https://www.ajinomoto.com/jp/aboutus/vision/>

■ グローバル人財育成プログラム「味の素グループアカデミー」

味の素グループでは、グローバル成長を牽引する「次世代経営人財」と「次世代高度専門人財および各部門リーダー候補人財」の体系的な育成プログラムとして、2018年度より「味の素グループアカデミー」を開講しています。

「次世代経営人財」には、年齢、階層別でなく、従事している職務グレードをもとに次のステップに向けたプログラムを提供しています。各プログラムでは、「未来への洞察」「リーダーシップの内省と強化」「ビジネスリテラシーの確立」「味の素グループビジョンの実践」に焦点を当て、グローバルリーダーシップの強化を図っています。

また、「次世代高度専門人財」および「部門リーダー候補人財」には、専門性を強化するプログラムの提供を予定しており、2019年度以降、各部門・グループ会社のニーズを踏まえて展開します。

Ⅰ 「味の素グループアカデミー」の主なプログラム

研修名	目的	対象人数	開催頻度・研修期間	プログラム
Global Leaders Seminar (GLS)	広い視野で将来の動向を洞察し、味の素グループビジョンに基づくリーダーシップの強化	対象 味の素(株)事業部門次長職、グループ会社役員、事業部長職 人数 25名前後	年1回 8日間	最先端の知を学ぶ、社内ケーススタディ、経営陣とのパネルディスカッション、アクションラーニングを通じた経営陣への提言
Future Leaders Seminar (FLS)	リーダーとしてのあり方を確立し、未来の事業を推進できるリーダーシップの強化	対象 課長職、部長職 人数 25名前後	年1回 10日間	最先端の知を学ぶ、社内ケーススタディ、コーチングセッションを通じた自己認知の深化
Leadership & Literacy Seminar (LLS)	リーダーとしての深い自己認知と将来に向けた基盤(視点・ビジネス基礎知識)の強化	対象 一般職総括・新任課長職 人数 20名前後	年1回 10日間	リーダーシップの内省、キャリアデザイン、社内外講師の講演を通じたASV理解の深化、ビジネスリテラシー

ダイバーシティ推進に向けた組織風土改革

性別、年齢、国籍、経験などによらず、従業員一人ひとりが互いを尊重し合い活躍する会社と社会を目指し、味の素グループでは個人のキャリアをつなぎ(働き方の多様性)、活かす(キャリアの多様性)仕組みを整備するとともに、多様性を受容する組織風土づくりを推進しています。特に遅れているといわれる日本から具体的な取り組みを進めています。

■ アンコンシャス・バイアス研修の実施

個人の経験、メディアの情報、企業独自の慣習や風土がアンコンシャス・バイアス(無意識の偏見:自分自身が気付かずに持つ偏った見方・考え方)となり、ダイバーシティの推進を阻害するといわれています。2018年3月、味の素(株)は経営会議メンバーを対象にアンコンシャス・バイアス研修を実施しました。研修後の感想や決意は社内報やビデオメッセージでグループ従業員に配信されました。

従業員一人ひとりが多様な視点の意見を受け入れ合う、イノベーションが起きやすい環境づくりの一環として、2018年度以降、本研修を味の素(株)全従業員に実施する予定です。



経営会議メンバーの研修の様子

■ 「ダイバーシティ通信」の配信

ダイバーシティ推進の取り組みを味の素グループ内で共有する仕組みとして、「ダイバーシティ通信」を2018年5月より約2年間配信します。国内外のダイバーシティを推進する取り組み事例や人財を紹介・共有することで、多様性を受容する組織風土の醸成を進めていきます。



ダイバーシティの社内浸透ロゴを作りました。LGBT Ally(支援者)のアイコンとして使用されている6色の虹をモチーフに、従業員一人ひとりが活躍し、成長していく様を表現しています。

誰もが活躍できる、働きやすい環境の実現

■ 味の素グループにおける女性活躍推進

ダイバーシティ推進にあたり、日本における女性の登用は喫緊の課題です。味の素グループは、2022年までに誰もが活躍できる会社となること、その過程で“日本で最も女性も活躍する会社”となることを目指し、従業員が多様な視点や強みを活かしてキャリアをつなげられるよう、環境づくりを進めています。

参照 → 労働慣行 P115-118
人事・労務データ

■ 味の素グループの女性マネージャー人数・比率

	2016年度		2017年度		2020年度目標
	人数	比率	人数	比率	比率
日本	160	7%	165	7%	—
味の素グループ総数	862	19%	1,060	22%	20%

■ 女性人財の育成委員会設置

味の素グループにおいて相対的に低い日本の女性マネージャー比率を引き上げるには、女性の登用計画およびキャリア形成に向けた具体的な支援策が必要と考え、味の素(株)は2017年10月に女性人財の育成委員会を設置しました。

今後、当該委員会が関連部門と連携しながら、人財要件に対する女性従業員のポテンシャルと、一人ひとりが持つ専門性や特別なスキル(経験・語学・資格)などを把握し、計画的な育成を行い、継続的で着実な登用につなげていきます。

また、育成プログラムのひとつとしてメンター制度を導入し、直属の上司以外のメンターによる多面的な育成を行います。



■ 女性活躍推進に関する社外評価

1. 味の素(株)

味の素(株)は2017年度の「なでしこ銘柄^{※1}」に選定されました。「どこでもオフィス」や「コアタイムなしフレックスタイム」をはじめとする、「全社的な環境・ルールの整備」の評価項目が同業種の選定企業の中でトップでした。

※1 「なでしこ銘柄」とは、日本の経済産業省と東京証券取引所が共同して毎年「女性活躍推進」に優れた上場企業を「中長期的な企業価値向上」を重視する投資家にとり魅力ある銘柄として選定し、投資および各社の取り組みの加速を促進しているものです。



2. 味の素AGF(株)

味の素AGF(株)は、2017年4月に「えるぼし(3段階目)^{*1}」、2017年12月に「プラチナくるみ^{*2}」の認定を取得しました。日本の食品企業で「プラチナくるみ」と「えるぼし」最上位の3段階目の両方の認定を受けたのは、味の素AGF(株)が初めてとなります。



※1 「えるぼし(3段階目)」とは、厚生労働大臣が女性活躍推進法に基づく行動計画の策定・届出を行った企業のうち、女性の活躍推進に関する取り組みの実施状況が一定の基準を満たした企業を認定するもの。全5項目の評価項目について基準を全て満たすと、最上位の3段階目の認定となります。

※2 「くるみ」は、厚生労働大臣が次世代育成支援対策推進法に基づき、一般事業主行動計画を策定した企業のうち、計画に定めた目標を達成し、一定の基準を満たした企業が申請を行うことによって「子育てサポート企業」として認定されます。さらに相当程度両立支援の制度導入や利用が進み、高い水準の取り組みを行っている企業を「プラチナくるみ」として認定し、継続的な取り組みを促進しています。

参照

味の素AGF(株) ニュースリリース

<http://www.agf.co.jp/company/news/2018-01-24-853.html>

社内研修、セミナーの実施

1. 仕事と家庭の両立支援セミナー

味の素(株)は、子どもがいる、またはこれから子どもを持ちたいと考える従業員とそのパートナーを対象に、仕事と生活の両立支援セミナーを実施しています。育児・家事を家庭内で協力することの重要性を学び、家庭という「チーム」でどのように仕事と生活をマネジメントするかをパートナーと一緒に考える機会を提供しています。



2. 営業部門のダイバーシティ研修

味の素(株)は、営業部門においてダイバーシティ研修を2017年12月より開始しました。外勤業務という性質上、ライフイベントとの両立が難しい傾向があることから、男性も女性もいきいきと働くことができる環境づくりとして、2018年度末までに外勤・内勤にかかわらず営業部門の全従業員が受講する予定です。



事業所内保育所「アジパンダ®KIDS」の開設

子どもを育てながら働く従業員が、仕事と家庭を両立でき安心してキャリアを継続できる環境づくりを目的として、2018年3月1日、川崎事業所に味の素(株)として初めてとなる事業所内保育所「アジパンダ®KIDS」を開設しました。

“食”と“健康”をコンセプトに、定員19名の小規模施設ながら自主調理ができるフルスペックのキッチンを設け、昼食とおやつは栄養士が施設内で調理を行っています。子どもたちが食と健康への興味を深めることができるよう、ライブキッチンをイメージし、保育室から調理室内が見える大きな窓を設置しました。



■ エリア申告制度とWLB(ワークライフバランス)休職の新設

味の素(株)では、介護、育児、配偶者の転勤にかかわらず従業員が働き続けられるよう、希望勤務地を申告できるオープンで公平な「エリア申告制度」を導入しています。

また、ライフイベントと両立しながらキャリアを継続できるよう、従来の育児休職、看護休職に加え、配偶者転勤帯同と不妊治療を事由とする休職制度を導入し、これらを「WLB休職制度」として一つにまとめました。

■ LGBTへの対応

2018年3月に「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」および「人財に関するグループポリシー」を改定し、LGBTに関する差別の禁止を明確にしました。また、味の素(株)では2018年度の新卒採用において、エントリーシートの性別欄については男女以外を選択できるよう変更し、採用面接担当者向けのガイドに配慮事項として追記しました。

2018年度は、まだ理解の進んでいない日本国内のグループ従業員全員を対象に、LGBT研修を実施する予定です。

■ シニア人財再雇用制度の運用

味の素(株)は、2006年より、60歳で定年退職する一般職および基幹職の希望者全員を対象とするシニア人財再雇用制度を運用しており、2017年度は定年退職者の約45%が同制度を活用して活躍しています。また、2014年度より、基幹職の多様なキャリア選択を支援する基幹職キャリア自律支援制度を運用しています。

国内のグループ各社においてもシニア人財再雇用制度を導入しており、定年退職者の活躍を支援しています。

■ 障がい者雇用の拡大

味の素(株)は、これまで毎年数名の身体障がい者を雇用してきましたが、障がい者の活躍の場の拡大を目指し、障がい者雇用に特化した味の素みらい(株)を設立し、2017年4月に業務を開始しました。味の素(株)の京浜地区にある事業所の清掃やオフィス関連サポート業務を主な事業とし、2018年4月現在11名(うち知的障がい者9名)の従業員が活躍しています。今後も同社にて継続的に知的障がい者を中心に雇用し、障がい者が働きがいをもち、社会や味の素グループへの貢献を感じることができる働きやすい場の提供を目指します。

2018年6月現在、味の素(株)の障がい者雇用率は1.95%で前年とほぼ同率ですが、味の素(株)、特例子会社(味の素みらい(株))およびグループ適用認定会社((株)味の素コミュニケーションズ)の3社計では2.20%となります。また、日本国内のグループ会社計^{※1}では2.21%(対前年0.14%増)となりました。

味の素グループは、障がい者雇用の取り組みをさらに進め、ダイバーシティを推進していきます。

※1 常用労働者が45.5人以上の味の素グループ主要23社および味の素みらい(株)

参照 → 労働慣行 P115-118
人事・労務データ

参照 →
人財に関するグループポリシー

従業員一人ひとりの働きがいの測定～「エンゲージメントサーベイ」～

従業員の自律的成長を促す上で味の素グループが特に重要視しているのが一人ひとりの働きがいです。働きがいと生きがいを強く感じ、モチベーションを高く能動的に働くことが、個人のキャリア形成と会社の成長、ひいては企業価値向上につながると考えています。「エンゲージメントサーベイ」でグループ全従業員の働きがいを定量的に測定し、課題把握、改善に向けたアクションと、PDCAサイクルを回します。



■ 2017年度「エンゲージメントサーベイ」の結果

2017年10月に味の素グループ約100社の全従業員約33,000人を対象に第1回「エンゲージメントサーベイ」を実施しました。その結果、「持続可能なエンゲージメント(働きがい)」についての好意的回答を示すスコアは79%、「自らのこころとからだ健康だと感じている従業員の割合」は76%でした。

2018年度は、サーベイの結果を踏まえ、組織ごとにアクションプランを検討・実行し、2019年10月実施予定の次回エンゲージメントサーベイではスコアの向上を目指します。



働き方改革

「働き方改革」の考え方

「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」として多様な人財が活躍する会社を目指す中、特に遅れている日本でのダイバーシティ推進を加速すべく、味の素グループは、積極的に「働き方改革」に取り組んでいます。グローバル標準である1日7時間労働を前提としたフレキシビリティのある働き方を志向し、多様なライフスタイルを応援しています。

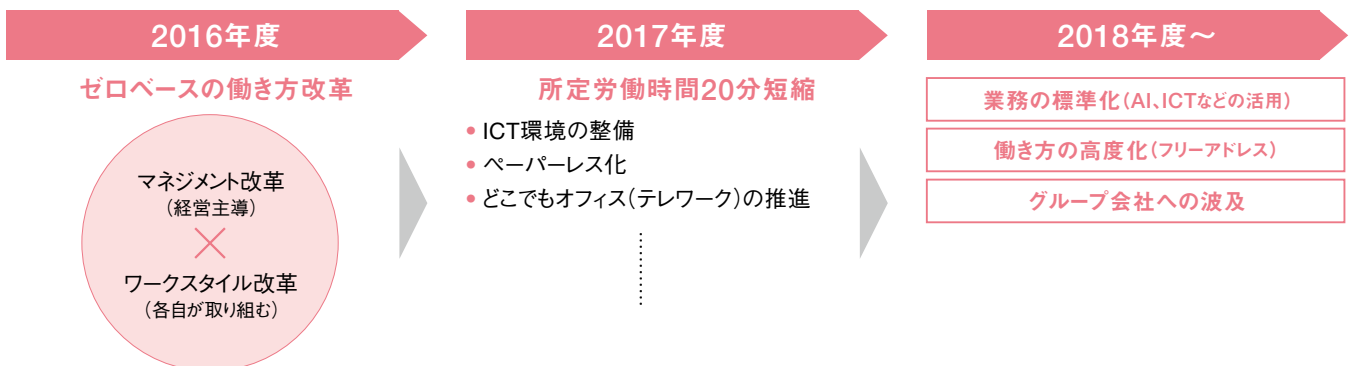
今までの経緯

- 2008年度 「味の素グループWLB(ワークライフバランス)ビジョン」の策定
- 2009年度 再雇用制度の導入
- 2010年度 育短勤務の利用期間拡大(小学校3年生生末まで)、育児休職15日分の有給化
- 2012年度 職場主体によるWLB向上の取り組み開始
- 2013年度 「Work@A~味の素流働き方改革~」の立ち上げ
- 2014年度 コアタイムなしフレックスタイム・時間単位有給休暇・テレワーク(在宅勤務制度など)の導入
- 2017年度 どこでもオフィス導入、休職制度の拡充、エリア申告制度の導入

2017年度までの主な施策

■ ゼロベースでの「働き方改革」

味の素(株)では、2016年度からゼロベースでの「働き方改革」のためのマネジメント改革およびワークスタイル改革に取り組んでいます。2017年度は、所定労働時間を20分短縮し、フレキシブルに働ける環境の整備を行いました。2018年度からは、さらに業務の効率化や働き方の高度化の取り組みを進め、「働き方改革」をグループ各社へと横展開していきます。



■ 味の素(株)のロードマップ

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度目標	2020年度目標
所定労働時間(1日)	7時間35分	7時間35分	7時間15分	7時間15分	7時間
年間平均総実労働時間	1,976時間	1,916時間	1,842時間	1,800時間	1,750時間
生産性向上 ^{*1}	—	—	107.5%	115.2%	—

※1 一人・時間当たり売上高(対2016年度)の割合

■ マネジメント改革

抜本的に働き方を改革するには、これまでの延長線上ではなく、経営主導で全社の仕組みやルールを変える必要があります。経営の重要テーマとして「働き方改革」を取り上げ、組織横断のプロジェクトとして「働き方改革」を推進しています。

● 会議改革

味の素(株)経営会議などの役員会議をペーパーレスにしました。社内の標準会議時間帯を9時から16時と定めているほか、金曜午後は会議を設定しないことを原則としています。「どこでもオフィス」と併せ、Web会議の積極的な活用を促進しています。

● メール改革

メール処理に要する時間が膨大との課題認識から、公文書などの一斉配信文書を掲示板化しました。これにより、2017年度の一斉配信メールが前年より73%削減されました。

■ ワークスタイル改革

残業を前提とした働き方から脱却するためには、一人ひとりの働き方やくらし方の意識を変える必要があります。味の素(株)では、家族と過ごす時間の充実や自己研鑽に充てる時間を創出し、WLBを向上させつつ生産性を最大化することを目的に、働く時間や場所を問わずフレキシブルに働くことができる環境の整備を進めています。

● どこでもオフィス

顔を合わせないと仕事ができないという既成概念を打破し、テレワークの実施場所や利用回数の上限を大幅に緩和した「どこでもオフィス」を2017年4月より全従業員を対象に導入しています。

● 所定労働時間20分の短縮

2017年4月より1日の所定労働時間を20分短縮し、7時間15分としました。2020年度までにはさらに15分短縮し、グローバル標準である1日7時間労働を目指します。

● 始終業時刻の大幅な前倒し

コアタイムなしフレックスタイムを前提とし、基本となる始終業時刻を大幅に前倒しました。例えば、本社では終業時刻を16時30分とし、加えてノー残業デーと定めた毎週水曜日は17時に消灯しています。

2018年度以降の施策

■ 業務の標準化・自動化

グローバル食品企業トップ10クラスにふさわしい「生産性」「創造性」の実現に向けた施策として、味の素(株)およびいくつかの日本国内グループ会社と共同で基幹システムの更新を行い、グループ横断で業務の標準化を進めていきます。

また、近年のAI活用や先端ICT技術を積極的に導入し、事務作業の効率化や、生産・物流の作業を自動化するなど、より付加価値の高い働き方への変革を加速していきます。

■ 働き方の高度化

「より質的な改革」の実現に向けて、ペーパーレス、フリーアドレスを拡大します。味の素(株) 本社では経営会議以外でもペーパーレスを進めるほか、全フロアをフリーアドレス化します。

■ 日本国内グループ会社への「働き方改革」の波及

「働き方改革」のコンセプトはグループ内で共有していますが、その実践にあたっては、事業内容や求める人材像に合わせて、グループ各社が独自に重点目標を定めて取り組んでいます。2018年度より「味の素グループ働き方改革推進会議」を開催し、日本国内グループ全体でシナジーを創出していきます。

TOPICS

テレワークの取り組みで、「第18回テレワーク推進賞 会長賞」受賞

「テレワーク推進賞」は、ICTを活用して場所や時間にとらわれない柔軟な働き方を可能とする「テレワーク」の普及促進を目的に、(一社)日本テレワーク協会が2000年より実施している表彰事業です。第18回を迎えた今年度は、「働き方改革が創造する活気あふれる社会を目指して」をテーマとしてテレワーク実践事例と促進事例が審査された結果、味の素(株)の「どこでもオフィス」が評価され、「会長賞」を受賞しました。



キャリア開発支援～自律的キャリア開発の促進～

自律的キャリア開発の考え方

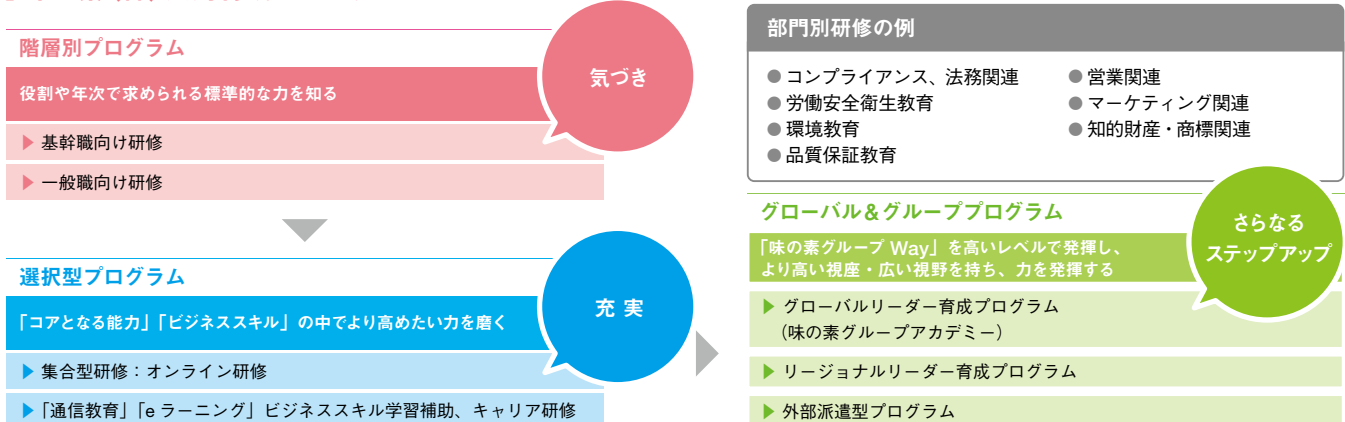
味の素グループは、従業員自らがキャリアプランを描き、その実現に向けて努力し、成果を最大化することが会社の持続的成長にとって不可欠と考えています。一人ひとりの成長を支えるために、様々な研修プログラムやキャリア支援プログラムを提供しています。

■ 一人ひとりの成長を支える人財育成の取り組み

味の素グループは、地域横断型の部門別研修や階層別研修など様々な研修プログラムを用意し、世界中で働くグループ従業員の人財育成に取り組んでいます。

味の素(株)では、従業員が自ら思い描くキャリアを実現できるよう、従業員の成長の段階と目的に合わせた3段階のプログラム「階層別プログラム(新人研修、フォローアップ研修、昇格研修など)」「選択型プログラム(クリティカルシンキング研修などの選択型研修や通信教育、e-learning、マネジメントスクール通学など)」「グローバル&グループプログラム(次世代経営人財と次世代高度専門人財および各部門リーダー候補人財の育成プログラムと外部派遣型プログラムなど)」を用意し、それぞれ活用を進めています。

■ 味の素(株)人財育成プログラム



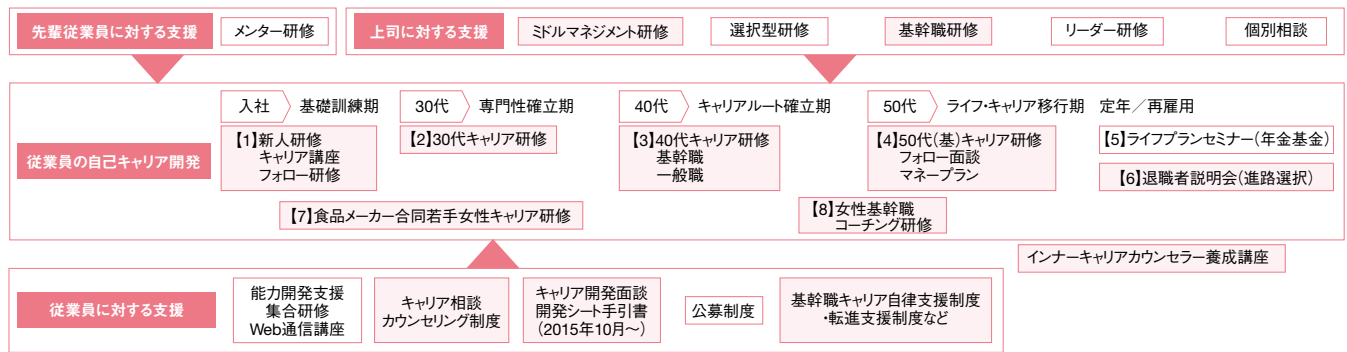
■ 全年代別キャリア研修の開催

個人の価値観・働き方が多様化する中、味の素(株)では、一人ひとりが自分の強みや価値観、特性をよく理解し、ありたい姿(目標やビジョン)を描いて、その実現に向けて自ら行動し、成長することを後押ししています。「働きがいのある会社」と「一人ひとりの自律的成長」の両輪を達成するために、社内、社外で自らのキャリア開発について考える場を増やす取り組みを行っています。2015年度より年代別のキャリア研修を整え、各人が節目をつくって考える機会を設けているほか、新入社員のキャリア研修や、新任基幹職へのキャリア開発講座なども導入しています。



全従業員に配布しているキャリアデザインハンドブック

トータルキャリアサポートMAP



キャリア自律推進に向けての制度面の充実

味の素(株)は、2014年度にキャリア選択の拡大を図るため「基幹職自律支援制度」として早期退職優遇制度、転進支援制度^{※1}を導入しました。2016年度より適用年齢を早め、早期退職制度は47歳から、転進支援制度は54歳から利用可能にしました。

また、定年退職後のシニア再雇用制度に、「組織・職務貢献評価」を導入し、やりがいを持って働ける仕組みを拡充しています。



50代のキャリア研修の様子

※1 再就職支援サービスおよび転進支援休暇

健康経営

「健康経営」に関する考え方

味の素グループは、従業員の働きがいを高め、従業員個人と会社が共に成長するために従業員の健康が最も重要な基盤の一つであると考えています。そこで、従業員のこころからだの健康を維持・増進できる職場環境づくりに努めています。その一環として、2018年5月に「味の素グループ健康宣言」を策定しました。今後、従業員のセルフ・ケアを支援する新たな健康施策(A-Health Solution)を展開していきます。

味の素グループ 健康宣言

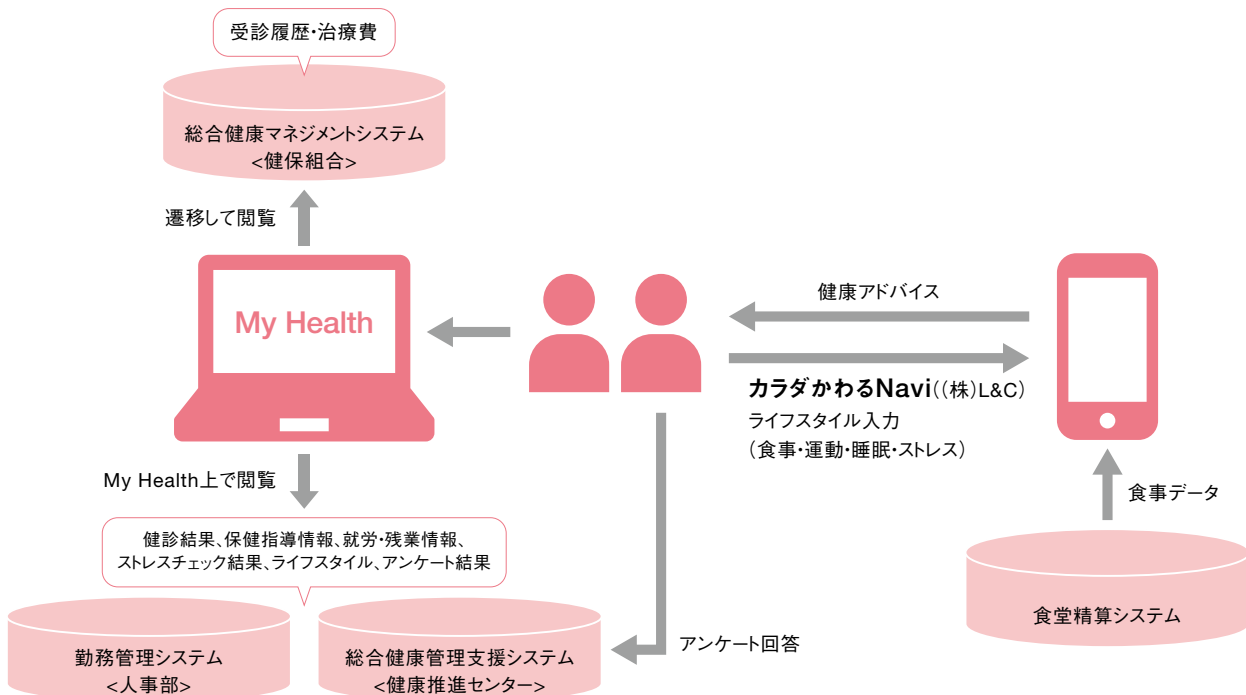
味の素グループは、創業時より「おいしく食べて健康づくり」という志を共有し、今日まで各国で様々な事業を展開してまいりました。味の素グループは事業を通じて、世界の食と健康、そして明日のよりよい生活に最大限貢献できるよう、「人財に関するグループポリシー」に則り、社員のこころからだの健康を維持・増進できる職場環境づくりを推進します。社員は、「健康なこころからだ」の維持・増進を実践することで、ASVを通じた価値創造ストーリーの実現を目指します。

■ 「A-Health Solution」の概要

従業員のこころからだの健康を維持・増進するためには、従業員の健康に対するリテラシーおよびセルフ・ケア能力を高めることが重要です。

味の素(株)では、個人の健康状態の可視化やスマホアプリを用いた健康アドバイスを2018年8月より開始しました。味の素グループ各社では健康増進責任者を順次任命して各社の事情に即した施策を実施していきます。

■ 「A-Health Solution」の仕組み



■ 味の素(株)の健康推進体制

味の素(株)は、健康は従業員が自分自身で守るものである、すなわち、「セルフ・ケア」という考え方を核に従業員の健康維持・増進の取り組みを推進しています。新入社員、中堅社員、基幹職など、それぞれの立場により健康管理の観点は異なるため、産業医による階層別研修を実施しています。新任基幹職や中堅社員には、自らの健康管理だけではなく、部下や同僚の心身の不調を感じ取ることの大切さなどを啓発しています。

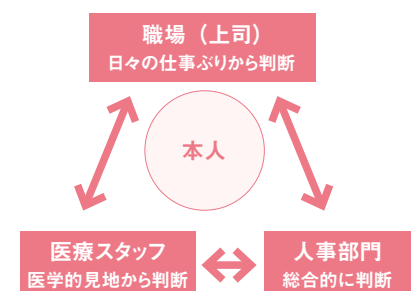
この従業員によるセルフ・ケアを、産業医9名、保健スタッフ12名を擁する健康推進センターにて支援しています。同センターから国内味の素グループ各社に対する健康管理業務の支援も行っています。

また、目指すべき方向性がぶれることなく、従業員が混乱せず健康増進、治療、回復に専念でき、「セルフ・ケア」に努めることができるよう、職場(上司)、医療スタッフ(産業医・保健師)、人事部門の役割の棲み分けを明確化し、それぞれがそれぞれの役割を逸脱せずに判断することを徹底しています。

■ 味の素(株)の健康推進体制



■ 三者の役割分担



■ 全ての不調発見の入り口となる「全員面談」

味の素(株)では、最低でも年1回、健康推進センターの医療スタッフが日本で勤務する全ての従業員と面談を行うことを徹底しています。そして、健康診断結果としては表れにくい潜在的な心身の不調も見逃さないよう、適切な保健指導などを実施しています。さらに、過重労働による健康障害の発生を未然に防止するために、法定の基準よりもさらに厳しい基準で、長時間労働を行った従業員への医療スタッフによる面接指導を行い、従業員の健康維持を図っています。海外勤務者については、海外で毎年受診する健康診断のデータを医療スタッフがチェックし、健康維持に関するフォローを行うほか、帯同家族の健康相談にも対応し、アドバイスができる体制を整えています。

Column

従業員向け健康冊子「上手に食べて健康づくり」

2017年度の定期健康診断後の面談の際、味の素(株)本社でトライアルとして健康冊子「上手に食べて健康づくり」を配布しました。本冊子では、日本の厚生労働省、文部科学省、農林水産省などが発表している健康・栄養に関する課題や方針から年代別の健康課題やリスクを取り上げ、それに対する食と栄養に関する情報提供や、「さあ、にぎやかにいただく※1」で毎日の栄養バランスのチェックを推奨しています。健康への関心が高まる面談後に読んでもらうことで、食生活を見直すきっかけとし、将来のリスクへの気づきなど「セルフケア」に有効活用してもらうことを目的としています。

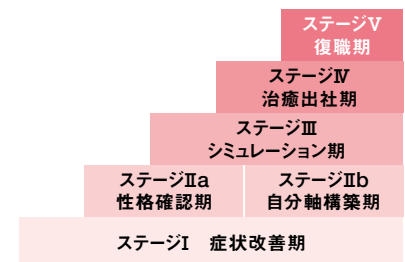


※1 東京都健康長寿医療センター研究所が開発した食品摂取の多様性スコアを構成する10の食品群の頭文字からとったもので、ロコモチャレンジ! 推進協議会が考案した合言葉です。

■ 再発率ゼロを目標とした「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身の性格、価値観を十分な期間をかけて客観的に見直すとともに、元の職場への復職を前提としたシミュレーションを繰り返してトレーニングすることで、単に傷んだところを治すだけでなく、「傷みにくいところ」をつくります。従業員が二度と休業に至らずに、いきいきと働ける状態を維持できるよう、今後も積極的に取り組んでいます。

「メンタルヘルス回復プログラム」



■ 「健康経営銘柄2018」に認定

味の素(株)は、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業として、経済産業省および東京証券取引所より「健康経営銘柄2018」に、2017年に引き続き選定されました。国内上場企業約3,600社の中から従業員の健康増進に積極的に取り組む企業500社を「ホワイト企業」として認定する「健康経営優良法人～ホワイト500～」にも引き続き認定されました。



人事・労務データ

味の素グループ従業員数

(単位:人)

	2017年度			2016年度			2015年度		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
味の素グループ: 総数	44,606	-	-	43,001	-	-	44,500	-	-
従業員	34,452	24,550	9,902	32,734	23,607	9,127	33,295	24,259	9,036
基幹職	4,921	3,861	1,060	4,488	3,626	862	4,803	4,003	800
一般職	29,460	20,639	8,821	28,170	19,931	8,239	28,419	20,208	8,211
嘱託	71	50	21	76	50	26	73	48	25
臨時従業員	10,154	-	-	10,267	-	-	11,205	-	-
日本	15,059	-	-	15,595	-	-	16,986	-	-
従業員	9,213	6,999	2,214	9,450	7,281	2,169	10,425	8,042	2,383
基幹職	2,221	2,056	165	2,278	2,118	160	2,692	2,527	165
一般職	6,921	4,893	2,028	7,096	5,113	1,983	7,660	5,467	2,193
嘱託	71	50	21	76	50	26	73	48	25
臨時従業員	5,846	-	-	6,145	-	-	6,561	-	-
味の素(株)	3,896	2,614	1,282	3,898	2,623	1,275	3,912	2,633	1,279
従業員	3,464	2,429	1,035	3,459	2,449	1,010	3,477	2,473	1,004
基幹職	1,071	974	97	1,078	985	93	1,090	1,004	86
一般職	2,322	1,405	917	2,305	1,414	891	2,314	1,421	893
嘱託	71	50	21	76	50	26	73	48	25
臨時従業員	432	185	247	439	174	265	435	160	275
国内グループ会社	11,163	-	-	11,697	-	-	13,074	-	-
従業員	5,749	4,570	1,179	5,991	4,832	1,159	6,948	5,569	1,379
基幹職	1,150	1,082	68	1,200	1,133	67	1,602	1,523	79
一般職	4,599	3,488	1,111	4,791	3,699	1,092	5,346	4,046	1,300
臨時従業員	5,414	-	-	5,706	-	-	6,126	-	-
海外	29,547	-	-	27,406	-	-	27,514	-	-
従業員	25,239	17,551	7,688	23,284	16,326	6,958	22,870	16,217	6,653
基幹職	2,700	1,805	895	2,210	1,508	702	2,111	1,476	635
一般職	22,539	15,746	6,793	21,074	14,818	6,256	20,759	14,741	6,018
臨時従業員	4,308	-	-	4,122	-	-	4,644	-	-
アジア	17,880	-	-	17,269	-	-	17,489	-	-
従業員	14,105	9,772	4,333	13,571	9,404	4,167	13,292	9,274	4,018
基幹職	1,532	981	551	1,153	820	333	1,106	764	342
一般職	12,573	8,791	3,782	12,418	8,584	3,834	12,186	8,510	3,676
臨時従業員	3,775	-	-	3,698	-	-	4,197	-	-
欧州・アフリカ	3,899	-	-	2,887	-	-	2,897	-	-
従業員	3,450	2,437	1,013	2,479	1,931	548	2,468	1,961	507
基幹職	393	282	111	308	223	85	298	215	83
一般職	3,057	2,155	902	2,171	1,708	463	2,170	1,746	424
臨時従業員	449	-	-	408	-	-	429	-	-
米州	7,768	-	-	7,250	-	-	7,128	-	-
従業員	7,684	5,342	2,342	7,234	4,991	2,243	7,110	4,982	2,128
基幹職	775	542	233	749	465	284	707	497	210
一般職	6,909	4,800	2,109	6,485	4,526	1,959	6,403	4,485	1,918
臨時従業員	84	-	-	16	-	-	18	-	-

経営役員の現地化比率

(単位:人)

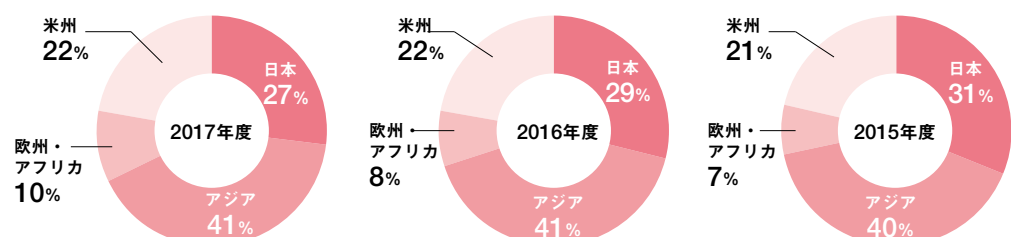
	2017年度	2016年度	2015年度
海外グループ会社役員: 総数	178	180	187
現地役員数	73	79	78
現地化比率	41%	44%	42%

味の素グループ従業員比率

() 内は男女比

	2017年度			2016年度			2015年度		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
味の素グループ：総数	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	77%	(71%)	(29%)	76%	(72%)	(28%)	75%	(73%)	(27%)
基幹職	11%	(78%)	(22%)	10%	(81%)	(19%)	11%	(84%)	(16%)
一般職	66%	(70%)	(30%)	66%	(71%)	(29%)	64%	(71%)	(29%)
嘱託	0%	(70%)	(30%)	0%	(66%)	(34%)	0%	(66%)	(34%)
臨時従業員	23%	-	-	24%	-	-	25%	-	-
日本	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	61%	(76%)	(24%)	61%	(77%)	(23%)	61%	(77%)	(23%)
基幹職	15%	(93%)	(7%)	15%	(93%)	(7%)	16%	(94%)	(6%)
一般職	46%	(71%)	(29%)	46%	(72%)	(28%)	45%	(71%)	(29%)
嘱託	0%	(70%)	(30%)	0%	(66%)	(34%)	0%	(66%)	(34%)
臨時従業員	39%	-	-	39%	-	-	39%	-	-
味の素(株)	100%	(67%)	(33%)	100%	(67%)	(33%)	100%	(67%)	(33%)
従業員	89%	(70%)	(30%)	89%	(71%)	(29%)	89%	(71%)	(29%)
基幹職	27%	(91%)	(9%)	28%	(91%)	(9%)	28%	(92%)	(8%)
一般職	60%	(61%)	(39%)	59%	(61%)	(39%)	59%	(61%)	(39%)
嘱託	2%	(70%)	(30%)	2%	(66%)	(34%)	2%	(66%)	(34%)
臨時従業員	11%	(43%)	(57%)	11%	(40%)	(60%)	11%	(37%)	(63%)
国内グループ会社	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	52%	(79%)	(21%)	51%	(81%)	(19%)	53%	(80%)	(20%)
基幹職	10%	(94%)	(6%)	10%	(94%)	(6%)	12%	(95%)	(5%)
一般職	41%	(76%)	(24%)	41%	(77%)	(23%)	41%	(76%)	(24%)
臨時従業員	48%	-	-	49%	-	-	47%	-	-
海外	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	85%	(70%)	(30%)	85%	(70%)	(30%)	83%	(71%)	(29%)
基幹職	9%	(67%)	(33%)	8%	(68%)	(32%)	8%	(70%)	(30%)
一般職	76%	(70%)	(30%)	77%	(70%)	(30%)	75%	(71%)	(29%)
臨時従業員	15%	-	-	15%	-	-	17%	-	-
アジア	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	79%	(69%)	(31%)	79%	(69%)	(31%)	76%	(70%)	(30%)
基幹職	9%	(64%)	(36%)	7%	(71%)	(29%)	6%	(69%)	(31%)
一般職	70%	(70%)	(30%)	72%	(69%)	(31%)	70%	(70%)	(30%)
臨時従業員	21%	-	-	21%	-	-	24%	-	-
欧州・アフリカ	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	88%	(71%)	(29%)	86%	(78%)	(22%)	85%	(79%)	(21%)
基幹職	10%	(72%)	(28%)	11%	(72%)	(28%)	10%	(72%)	(28%)
一般職	78%	(70%)	(30%)	75%	(79%)	(21%)	75%	(80%)	(20%)
臨時従業員	12%	-	-	14%	-	-	15%	-	-
米州	100%	-	-	100%	-	-	100%	-	-
従業員	99%	(70%)	(30%)	100%	(69%)	(31%)	100%	(70%)	(30%)
基幹職	10%	(70%)	(30%)	10%	(62%)	(38%)	10%	(70%)	(30%)
一般職	89%	(69%)	(31%)	89%	(70%)	(30%)	90%	(70%)	(30%)
臨時従業員	1%	-	-	0%	-	-	0%	-	-

地域別従業員比率



採用者数・定着率

(単位：人)

	2017年度			2016年度			2015年度		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
採用者数：総数(新卒+キャリア)	6,882	-	-	7,072	-	-	5,365	-	-
日本	384	-	-	356	-	-	376	-	-
味の素(株)	119	66	53	107	75	32	66	45	21
新卒	85	45	40	64	42	22	55	35	20
キャリア	34	21	13	43	33	10	11	10	1
基幹職	9	7	2	6	5	1	3	3	0
一般職	25	14	11	37	28	9	8	7	1
国内グループ会社	265	-	-	249	-	-	310	-	-
海外	6,498	-	-	6,716	-	-	4,989	-	-
アジア	4,662	-	-	4,558	-	-	4,061	-	-
欧州・アフリカ	376	-	-	189	-	-	184	-	-
米州	1,460	-	-	1,969	-	-	744	-	-
<参考>定着率(3年後)新卒									
味の素(株)	95.7%	97.9%	90.9%	95.0%	93.5%	100.0%	97.8%	96.4%	100.0%

退職者数・離職率・再雇用

(単位：人)

	2017年度			2016年度			2015年度		
	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
退職者数：総数	6,867	-	-	7,674	-	-	5,469	-	-
日本	352	-	-	422	-	-	416	-	-
定年	151	-	-	154	-	-	161	-	-
自己都合	201	-	-	268	-	-	255	-	-
味の素(株)	99	82	17	118	89	29	83	58	25
定年	51	46	5	60	48	12	44	33	11
自己都合	48	36	12	58	41	17	39	25	14
国内グループ会社	253	-	-	304	-	-	333	-	-
定年	100	-	-	94	-	-	117	-	-
自己都合	153	-	-	210	-	-	216	-	-
海外	6,515	-	-	7,252	-	-	5,053	-	-
自己都合、他									
離職率 ^{※1}									
味の素(株)	1.2%	1.2%	1.1%	1.6%	1.6%	1.7%	1.1%	1.0%	1.4%
再雇用 ^{※2}									
日本	145	-	-	164	-	-	157	-	-
味の素(株)	28	-	-	35	-	-	23	-	-
再雇用制度利用	4	0	4	4	0	4	0	0	4
シニア(定年後)	24	-	-	31	-	-	23	-	-
国内グループ会社 ^{※3}	117	-	-	129	-	-	134	-	-
<参考>再雇用制度登録者数:味の素(株)>									
登録者数	47	3	44	52	2	50	52	2	50
新規登録者数	7	1	6	7	0	7	11	1	10

※1 自己都合退職者のみ対象

※2 国内のみ

※3 国内グループ会社の合算値

障がい者雇用【国内のみ】

	2018年6月1日時点 ^{※4}	2017年6月1日時点	2016年6月1日時点
雇用者数 (人)			
日本	333.5	305	328
味の素(株)	90	88	90
国内グループ会社	243.5	217	238
比率			
日本	2.21%	2.07%	2.12%
味の素(株)	1.95%	1.91%	1.93%
国内グループ会社	2.33%	2.14%	2.12%

※4 障がい者雇用の国内グループ会社は、国内連結子会社30社のうち、常用労働者が45.5人以上の会社23社と特例子会社(味の素みらい(株))が対象。

従業員の状態

		2017年度			2016年度			2015年度		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
平均年齢 (歳)										
日本	味の素(株)	43.1	44	41.1	43.0	43.7	40.9	42.6	43.4	40.4
	国内グループ会社	42.6	-	-	41.2	-	-	41.7	-	-
	海外	36.7	-	-	36.6	-	-	36.2	-	-
平均勤続年数 (年)										
日本	味の素(株)	19.6	20.2	17.9	19.4	20.0	17.8	19.1	19.8	17.3
	国内グループ会社	13.2	-	-	13.9	-	-	13.9	-	-
	海外	8.9	-	-	8.9	-	-	8.8	-	-
平均年間給与^{*1} (千円)										
	味の素(株)	9,458	-	-	9,525	-	-	9,512	-	-

*1 従業員(嘱託を除く)の平均値

労働時間、ワークライフバランス(WLB)関連制度の活用・利用状況【味の素(株)のみ】

		2017年度			2016年度			2015年度		
		合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性
労働時間										
	総実労働時間 (時間)	1,827	-	-	1,889	-	-	1,947	-	-
	平均法定外労働時間 (時間)	54	-	-	126	-	-	166	-	-
	平均有給休暇取得日数 (日)	16.9	-	-	17.4	-	-	16.7	-	-
	有給休暇取得率	87.0%	-	-	89.2%	-	-	85.6%	-	-
WLB 育児休業制度										
取得・利用者数 (人)										
	育児休業	149	27	122	157	32	125	123	10	113
	育児短時間勤務	157	0	157	182	0	182	164	1	163
	子供看護休暇	25	2	23	39	3	36	38	3	35
取得率										
	育児休業	-	21.3%	100.0%	-	25.5%	100.0%	-	6.6%	100.0%
	育休取得日数平均 (日)	-	16	288	-	27	332	-	14	262
	復職率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
WLB その他関連制度										
取得・利用者数 (人)										
	看護休暇	14	5	9	14	5	9	10	6	4
	看護休業	1	0	1	0	0	0	1	0	1
	看護短時間勤務	1	0	1	1	0	1	1	0	1
	有給休暇積立保存制度	85	32	53	104	41	63	83	27	56
	在宅勤務制度 ^{*2}	-	-	-	-	-	-	133	69	64
	リフレッシュ休暇	142	-	-	155	-	-	181	-	-
	ボランティア休暇	42	-	-	55	-	-	57	-	-

*2 2014年10月に導入

教育【味の素(株)のみ】

	2017年度	2016年度	2015年度
年間教育研修費用 (百万円)	511	504	470

安全衛生【味の素(株)のみ】

	2017年度	2016年度	2015年度
メンタルヘルス休職者数 (人)	45	31	34

労働慣行

労働安全衛生

味の素グループのアプローチ

味の素グループでは、グローバルで約34,000人の従業員が日々多様な業務にあたっています。その一瞬一瞬に、労働災害や交通事故など思わぬ災害に遭う可能性や、自然災害に見舞われる可能性が潜んでいます。味の素グループは、労働安全衛生を企業活動の最も重要な基盤の一つと捉え、「労働安全衛生に関するグループポリシー」を制定しています。そのポリシーに基づき、従業員と事業所内で働くすべての人たちが安全で健康に業務が遂行できるよう、労働災害および事故ゼロを目標に、安全衛生教育や危険源(危険箇所)を特定・評価し、その低減・除去などを推進しています。



味の素グループポリシー

■ 基本原則

6. 人材育成と従業員の安全確保

- 6.1 私たちは、雇用の機会の提供に努め、従業員の多様性、人格、個性を尊重した能力開発・能力発揮の機会を提供するよう努めます。
- 6.2 私たちは、グローバルな視点を持ち、チームワークを重視し、創造性と開拓者精神を発揮し、グループの発展に貢献するよう努めます。
- 6.3 私たちは、企業の継続的發展を通じて、一人ひとりの充実した生活と社会の繁栄に貢献します。
そのために、私たち一人ひとりが自己研鑽に努めます。
- 6.4 私たちは、働きがいの向上と高い生産性を実現できる職場風土を目指します。
- 6.5 私たちは、各国・地域での法令や文化を尊重し、いかなる関係者に対しても、人種、民族、国籍、宗教、信条、出身地、性別、年齢、障がい、LGBT等を理由とする差別行為を行いません。
- 6.6 私たちは、オープンなコミュニケーションを通じて、差別やいやがらせのない、お互いの人間性を尊重する明るい職場を目指します。
- 6.7 私たちは、人間性尊重を基本とし、労働安全衛生を企業活動の最も重要な基盤のひとつとします。

関連するグループポリシー

労働安全衛生に関するグループポリシー

人材に関するグループポリシー

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
◆職場の労働安全衛生			○	

参照

味の素グループのマテリアリティ P9

労働安全衛生の2018年度目標

2017年度の機械への巻き込まれ災害の増加を受け、2018年度は、「機械への巻き込まれ災害の防止」を最重点テーマとしています。また、2017年度に続き、転倒・腰痛災害予防についても、設備面、作業面、身体能力面の観点から総合的に取り組んでいます。

なお、労働安全衛生マネジメントシステムを、OHSAS18001から2018年3月に発行されたISO45001に切り替えます。ISO45001の各社、各事業所への導入を推進し、各拠点でのPDCAサイクル運用強化により、労働安全衛生活動のレベルアップを図ります。

2018年度の重点目標

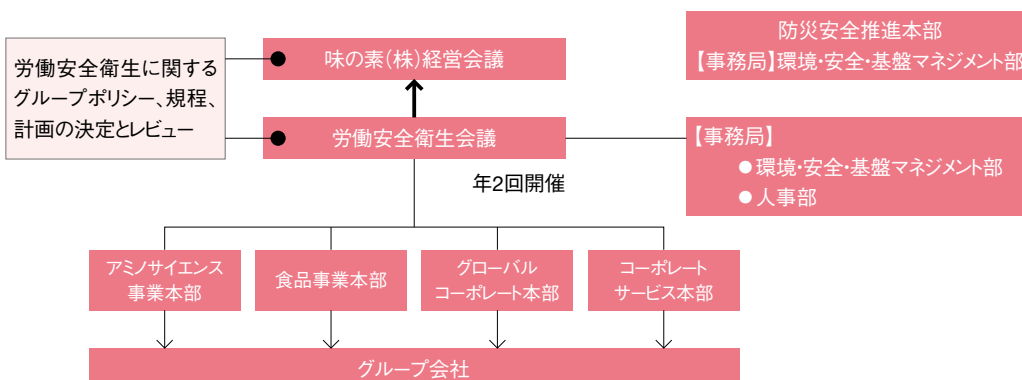
重点目標	施策
機械への巻き込まれ 災害の防止	1. ハード面 (1) 新規の食品加工用機械、包装機器の設計・製作時における メーカーへの安全対策要求の推進 (2) 保護カバーを外して行う作業などに対するハード対策の検討と推進 2. ソフト面 保護カバーを外して行う作業での機械の停止など、基本の再徹底のためのソフト対策・教育
転倒・腰痛災害の防止	1. 設備面、作業面、身体能力維持と教育の各観点からの防止の推進 2. 自動化や補助ロボット導入の推進 3. 腰痛予防セミナーの開催
ISO45001の導入推進	労働安全衛生マネジメントシステム (ISO45001) の認証取得と運用推進

労働安全衛生マネジメント

推進体制

味の素グループは、経営会議を頂点とする労働安全衛生推進体制を定め、グループ共通の計画に従ってアセスメントや教育、監査、設備の点検など、事故・災害の撲滅・未然防止に向けたマネジメントを行っています。運用にあたっては、それぞれISO45001などの労働安全衛生マネジメントシステムを活用し、PDCAサイクルを回しています。

味の素グループ労働安全衛生マネジメント運用体制



■ 労働安全衛生アセスメントの実施

味の素グループは、労働災害を未然に防止する仕組みとして、主に新製品の生産開始、増産、製造工程の変更、新規物質の試作、建築物・構造物・設備の建設または撤去時の計画段階で労働安全衛生アセスメントを実施しています。過去の災害事例を教訓とした対策や順法を中心とした事前確認のほか、新工場の稼働時などには、現地で実際に人の配置や動線などの安全点検を実施し、確実に安全な操業を開始できるかを確認しています。また、各生産系事業所においては、様々な日常作業に潜む災害のリスクを洗い出し、災害の重みをあらかじめ評価して対策を検討・実施することで、災害の未然防止に活かすリスクアセスメントを実施しています。

■ 安全監査・点検の実施

味の素グループは、各社・事業所ごとに労働安全衛生マネジメントシステムに基づいた内部監査を実施し、事故災害や法令違反の未然防止に努めています。グループ内で大きな事故・災害が発生した場合は、味の素(株)として緊急の安全監査を実施し、発生の原因や対策などを現地で確認し、同種の災害の再発防止を図っています。また、国内の一部の事業所では、労働安全衛生コンサルタントや第三者機関を活用した安全点検を実施するなどし、安全衛生活動に社外の目を取り入れた活動を行っています。味の素(株)の事業所では、各事業所の強み(専門性)を活かした安全スタッフによる相互監査を実施しています。また、監査を通じて、スタッフのさらなる知識レベルの向上や好事例の共有を図っています。

2017年度は、重大災害が発生した事業所を中心に、防災安全推進事務局が日本国内の4事業所、東南アジアおよび中国の8事業所の安全監査を実施しました。トップマネジメントの方針確認、災害事案の原因究明と是正措置およびその横展開の状況、小集団活動や教育・訓練の状況などを確認し、現地の災害抑制の取り組みを強化すべく、指導や助言を行いました。

■ 安全・安定生産のための設備点検

工場で使用している設備は、常に安全で安定した生産ができる状態にあることが必要です。そのためには、定期的なメンテナンスや法定点検を実施することが重要です。

味の素グループでは、従業員が日常的に使用する設備を自らの手でメンテナンスを行い、大切に扱っています。味の素グループには、1年を通して24時間操業している工場が多く、そのような工場では、生産をすべて停止し、従業員や専門家が集中して法定点検を行う場合もあります。メンテナンスは非定常作業となり危険を伴うことがあるため、作業前や工程の立ち上げ時はしっかりとリスクアセスメントおよび危険予知を行い、安全な作業を心がけています。また、設備の安全対策を進めるため、安全対策費用の明確化を図っています。

■ 労働安全衛生アセスメント項目

1. 法令順守	
2. 可燃物	有機溶剤、粉塵(ふんじん)爆発など
3. 危険有害物質	酸・アルカリなど
4. 電気設備	配電盤、配線など
5. 建築物・土地	耐震、耐火など
6. 大型設備・重量物の移動	転倒、落下などへの対策
7. 回転機器、駆動機器	安全装置(カバーなど)
8. 交通	車両と作業者の通行区分など
9. その他の危害要因	酸欠、高温など 転倒・腰痛リスクなど

■ 新工場の安全確保に向けた取り組み

新立地に建設された工場や、M&Aで新たに味の素グループになった会社の工場などに対し、安全確保に向けた支援を実施しています。特に新立地の工場では、ほとんどの従業員が新規採用であり、組織もゼロからの組み立てとなるため、味の素グループで定めている方針や労働災害防止計画に沿ったマネジメント、「ゼロ災工場」を目指した運営がなされるよう、関係組織と連携しながら安全指導やフォローアップを進めています。

■ 労働災害抑制強化の取り組み

味の素グループでは、防災安全推進部長が安全衛生上の懸念(事故や災害が連続発生する、マネジメントが機能していないなど)があると判断した事業所を特別安全管理指導事業所(以下、指定事業所)に指定し、安全強化の指導を実施しています。指定事業所は、指導に基づいて課題を洗い出し、労働災害抑制強化計画を作成・遂行します。また、防災安全推進事務局が、関係部門による支援体制をつくり、PDCAサイクルがうまく回っているかという視点で定期的に指定事業所を訪問し、計画の進捗確認や教育・技術支援などを行っています。

Column

「日本一安全な工場」を目指す、味の素ベーカリー(株)の労働災害抑制強化の取り組み

味の素ベーカリー(株)は、2015年度、2016年度と重大災害が続けて発生したことを受け、「日本一安全な工場を目指す」という経営層の強い意志のもと、2016年度より全従業員が一丸となった「プロジェクト・ゼロ」に取り組んでいます。本プロジェクトで重点的に取り組んでいるのは、「設備的な不具合を徹底的になくすこと」および「全従業員の意識を高め、安全第一とする風土を根付かせること」です。

設備対策においては、多額の設備投資を要したり、安全性を確保する反面作業性を損なったりすることもある中、従業員や施工業者と知恵を出し合い改善を実施しました。従業員の意識改革においては、事務局や管理監督者が本気で従業員と向き合い、徹底して教育・訓練を行いました。例えば、夜勤専門の従業員には夜中の避難訓練を実施し、1日3時間勤務のパート社員にも4時間のKYT(危険予知教育)を実施しました。ほかにも体感訓練、非常停止ボタンを押す訓練などきめ細かく訓練を行いました。また、改善の取り組みが実感できるように、改善箇所の見える化に努めました。

これらの結果、全従業員の安全意識が高まり、2016年9月から無災害を継続することができ、静岡労働局長から無災害記録証を授与されました。また、2017年度の品質クレームの発生件数は過去最少となりました。これからも、従業員全員で安全第一の社内風土を作り、「日本一安全で働きやすい工場」を目指します。



夜間避難訓練



体感訓練

労働安全衛生報告の対象組織

「労働安全衛生」パートでは、「労働安全衛生規程」に基づく労働安全衛生規程適用会社180事業所(2017年度報告に比べ12事業所増加、3事業所減少)を対象としており、この範囲での集計は、連結財務会計制度上の味の素グループ^{※1}全体の労働安全衛生に関する実績を代表する内容です。

※1 味の素(株)、連結子会社および持分法適用会社

従業員の安全のために

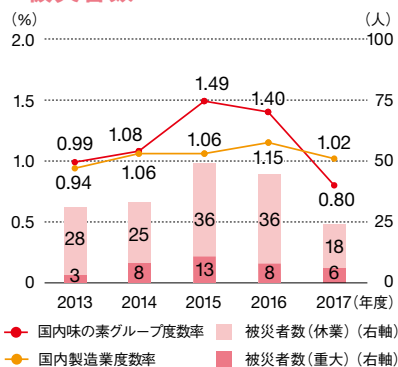
労働安全衛生活動

味の素グループ従業員の休業災害・重大災害被災者数は、2016年度の135人に対し、2017年度は133人とほぼ横ばいでした。日本国内では大幅に減少した一方(44人→24人)、海外では増加(91人→109人)しました。ただし、死亡災害または身体機能の著しい障害が残る重大な災害はありませんでした。

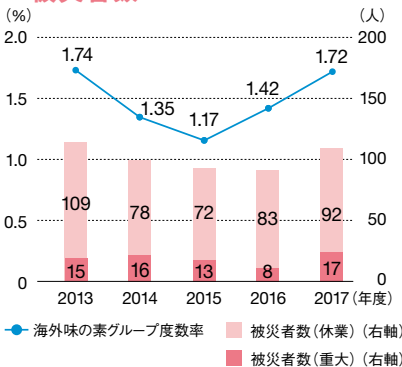
日本国内で減少したのは主に転倒災害で、これは転倒防止セミナー実施など重点施策を継続したことによります。海外で増加した一因として、M&Aにより新たに味の素グループ入りした会社や事業が増えたことが挙げられます。主に「機械への巻き込まれ災害」および「切れ・こすれによる重大災害」が増加しました。

2017年度は、海外の事業所において、工事業者の作業員が作業中の事故で死亡する災害が1件発生しました。今後、従業員に限らず、事業所内で働く全ての労働者に対し、労働災害防止の取り組みを強化していきます。

国内重大・休業災害度数率／被災者数



海外重大・休業災害度数率／被災者数※1



味の素グループの労働災害の定義

- ・休業災害: 業務に起因して受けた負傷により、翌日から1日以上休んだ災害のこと
- ・不休業災害: 業務に起因して受けた負傷で、休業を伴わない災害のこと
- ・重大災害: 業務に起因して受けた「死亡災害」「休業災害(入院を伴う休業が4日以上)」あるいは、災害の結果手指を切断するなど「後遺症が残った災害」のこと

※1 2017年度から味の素フーズ・ノースアメリカ社(旧味の素ウインザー社)、キュクレ食品社(現イスタンブール味の素食品社)の実績が加わりました。

「機械への巻き込まれ」による重大・休業災害

2015年度より、設備の洗浄作業時、詰まり・汚れの除去時、メンテナンス時など、生産の周辺作業時に巻き込まれるおそれのある箇所について、安全対策ガイドライン(安全カバー取り付けなどのハード面を中心とした味の素グループ独自のガイドライン)に基づき災害防止に取り組んできました。しかしながら、2017年度の「機械への巻き込まれ」による被災者数10人(前年5人)、そのうち重大災害は8人(前年1人)とそれぞれ前年に比べて増加しました。

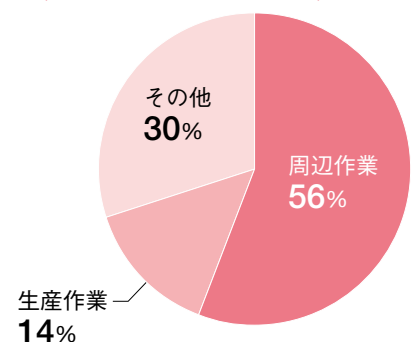
十分な設備対策ができていなかったことや、作業手順書(SOP)で定められた基本動作(機械の電源停止後に保護カバーを外して行う作業)が実行されていなかったことなどが発生原因でした。災害発生事業所では、設備対策をはじめとした安全対策を速やかに実施し、改善を図りました。また、国内外のグループ会社にも周辺作業における同種の巻き込まれ災害防止に向け、安全対策の周知徹底を図っています。

巻き込まれによる被災者数

(単位: 人、()は重大災害人数)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
国内	1(1)	6(4)	2(1)	2(1)	1(1)
海外※2	3	3(2)	3(2)	3(0)	9(7)

巻き込まれ災害の作業別構成比(2013～2017年度累計)



※2 海外事業所は、2013年度まで重大災害のみ、2014年度以降重大・休業災害の人数を集計しています。

■ 「転倒」による重大・休業災害

2015年度に国内で「転倒」による労働災害が増加したことを踏まえ、2016年度以降、手すりの設置や通路のスロープ設置などの設備面の改善をはじめ、味の素グループ転倒予防体操（加齢に伴う身体能力低下の実態を自己診断し、その結果に基づき身体能力を維持する体操（味の素健康保険組合推奨））の推進や体感教育の実施など、各事業所で様々な施策を実施しています。2017年度は、転倒予防対策をより推進するために、国内グループ会社の基幹職、係長などを対象にした転倒予防対策セミナーを2回実施しました。継続的に様々な施策を行った結果、「転倒」による重大災害および休業災害の被災者数は、2016年度の24人に対し2017年度は14人に減少しました。

一方、海外では「転倒」による休業災害（休業以上）が増加しており、「転倒・腰痛防止ガイドライン」を制定する予定です。



転倒予防体感教育(AGF鈴鹿(株))



狭い場所でもできる腰痛予防体操(味の素パッケージング(株))



■ 転倒による被災者数

(単位：人、()は重大災害人数)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
国内	8(0)	6(2)	18(5)	14(2)	6(3)
海外 ^{※1}	1	13(3)	13(0)	6(1)	9(1)

※1 海外事業所は、2013年度まで重大災害のみ、2014年度以降重大災害および休業災害の人数を集計しています。

■ 「腰痛」による重大・休業災害

2015年度に国内で「無理な動作などによる腰痛」災害が増加したことを踏まえ、2016年度以降、朝礼での「作業前の予防体操」の実施、作業治具を使った重量物の運搬、腰痛リスクの安全体感教育の実施、OWAS法(Ovako Working Posture Analysing System)を用いた作業姿勢の評価などを行い、労働災害の削減に取り組んでいます。その結果、腰痛による休業災害の被災者数は、2016年度の6人に対して2017年度は3人に減少しました。引き続き、ハード対策も含めた作業改善に努めます。

■ 「腰痛」による被災者数

(単位：人、()は重大災害人数)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
国内 ^{※2}	5(0)	1(0)	8(0)	6(0)	3(0)

※2 国内グループ会社のみ集計しています。



腰痛リスクの安全体感教育で正しい姿勢を学ぶ(AGF鈴鹿(株))



自動搬送ロボット(味の素パッケージング(株))

TOPICS

味の素(株)川崎事業所は「転倒、腰痛労働災害防止の取り組み」について、中央労働災害防止協会^{※1}主催の2017年度全国産業安全衛生大会で発表しました。また、この取り組みは厚生労働省発行の「企業における従業員の健康保持増進等に配慮した職場づくりのための取組事例集」でも紹介されました。

※1 日本の厚生労働大臣が労働災害防止団体法に基づき、事業主の自主的な労働災害防止活動の促進を通じて安全衛生の向上を図り、労働災害を絶滅することを目的に、1964年に設立された公益目的の法人



全国産業安全衛生大会での発表

■ 「交通事故」による重大災害

交通事故による通勤重大災害被災者数は、2016年度の9人に対し2017年度は19人に増加しました。増加したのは全て海外で(5人→16人)、主に中国でのバイク、電動自転車、自転車での事故によります。交通事情に課題がある中、安全教育やヘルメット着用の徹底などを繰り返し実施し、従業員の意識アップに努めています。

日本における営業車による人身加害事故は、2013年度より導入した運転情報管理システム、運転適性診断を活用した指導、定期的な安全意識の喚起施策により、2015年度以降減少しています。2018年7月までに全営業車にGPS機能付きドライブレコーダーを導入し、運転者全員の運転状況を見える化し、事故防止に努めています。

■ 交通事故(人身加害事故)による被災者数

(単位:人)

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
国内 ^{※2}	21	21	9	4	3

※2 国内グループ会社のみ集計しています。

労働安全衛生活動

■ 従業員への労働安全衛生教育

従業員一人ひとりの安全を守るためには、日常的な教育・訓練が重要です。味の素グループでは、基幹職を対象とした安全衛生セミナーや製造現場リーダーを対象とした職長能力向上セミナーなどを継続して実施しています。さらにグループ会社それぞれの業態に合わせ、独自の安全教育ビデオを使った入職時の安全教育や、各設備の特徴に合わせた安全体感教育など、幅広い教育を実施しています。



5Sトレーニング(ベトナム味の素社)

2017年度の国内グループ会社の教育

(単位：人、()は延べ数)

教育名称	プログラムの内容	対象者	受講者数
経営幹部のための安全衛生セミナー	企業における安全衛生推進と、経営者として必要な安全衛生の知識(安全配慮義務など)の習得を目的とした研修(1日コース/1回開催)：2010年度開始	基幹職	55(372)
OHSAS ^{*1} 内部監査員養成講習会	労働安全衛生マネジメントシステムのPDCAを内側からチェックし、経営への改善提言できる人材を養成する講習(2日コース/1回開催)：2009年度開始(2日コースは2013年度開始)	リーダー層	23(664)
安全管理者能力向上セミナー	安全管理者の業務に従事している者に対する能力向上指針に基づく研修(1日コース/1回開催)：2016年度開始	安全管理者	14(34)
職長能力向上セミナー	職長の業務に従事している者に対する能力向上指針に基づく研修(1日コース/1回開催)：2016年度開始	職長	25(49)
化学物質を取り扱う人のための基礎セミナー	化学物質管理基礎知識(法改正内容、化学物質RA、SDS活用、GHS表示などの管理)の復習と、化学物質管理・安全衛生管理者としての指導能力向上のための研修(1日コース/1回開催)：2015年度開始	化学物質監督者	23(88)
転倒予防セミナー	転倒のメカニズムを理解し、身体機能低下の防止、自職場に合わせた設備、作業面での対策と実践を促進するための研修(1日コース/2回開催)：2017年度開始	基幹職、係長	43(43)

※1 OHSAS(Occupational Health and Safety Assessment Series)：労働安全衛生マネジメントに関する国際的な標準規格

安全体感教育

味の素グループ各事業所では、様々な安全体感訓練に取り組んでいます。その効果を高めるべく、国内グループ会社を対象に、VR(バーチャルリアリティ)技術を活用した「機械への巻き込まれ」やフォークリフトによる事故、災害などの体験研修の検討を開始しており、2018年度よりテスト導入の予定です。



VR体験会(味の素グループ安全担当者)

自然災害に備え、人命を守るために

■ 防災対策の見直し

味の素グループは、自然災害の予測やその被害想定に関する情報を日常的に収集し、随時、建屋や生産設備等における安全の確認、対策の実施、訓練内容の見直しなどを行っています。国内では、地震や水害などに関する国や地方自治体の被害想定情報などをもとに、各事業所建屋の耐震診断や補強工事など、耐震・耐水害の対策を強化し、人命の尊重を最優先に、地震・津波対策を逐次設備投資計画に反映しています。

また、大規模災害対応力を強化するために、大規模自然災害対策本部の第2拠点や支援拠点の整備・訓練なども行っています。2015年度には、東京の対策本部、大阪の支援拠点が、共に機能不全となった場合にその役割を代替する第2支援拠点の機能を、九州に整備しました。2017年度には、対策本部の第2拠点を川崎に設置し、衛星電話を開設して非常時に活用できるよう整備を進めました。2016年度、2017年度の両年においては、南海トラフ大地震を想定した訓練を実施しました。

参照 → 組織統治 P136
リスクマネジメント

参照 →
味の素グループポリシー
労働安全衛生に関するグループポリシー

■ 初動対応における連絡手段の多重化

従業員の安否や被災状況を早期に確認・把握するために、味の素(株)では「安否確認システム」を2006年より導入し、随時最適なシステムに更新しています。グループ各社でも同様のシステムの導入を進めており、これらを活用した訓練を定期的に行っています。

大地震被災地では、ライフラインが途切れたり、通信網が断絶されたりするおそれがあります。そこで、味の素(株)では、「衛星電話」を国内主要拠点や役員宅へ配備し、連絡フローを構築して定期的な訓練を実施しています。

また、夜間・休日などの被災を想定した「緊急連絡訓練」も定期的に行っています。2014年度にグループ各社、各事業所の被災状況を迅速に収集、確認できるWebシステム「災害情報共有システム」の運用を開始し、発災後、各拠点から速やかに報告がなされる体制を構築しています。2017年度には本部員が出先において、本部にすぐ参集できない場合を想定し、「災害情報共有システム」を場所を問わず確認でき、システムへの情報集約ができる仕組みを構築しました。



災害発生後すぐにグループ防災対策本部を立ち上げ、各地の被災状況を集約する

■ 防災訓練の実施

味の素グループでは、それぞれの地域や業態に応じた防災訓練を行っています。国内では、各事業所での独自の訓練のほか、グループ全体で毎年9月に「味の素グループ総合ECP訓練」を実施しています。これは、グループ各社・各事業所からの安否情報や被害状況を味の素グループ地域対策本部が集約・集計し、必要に応じて対応の指示などを行うものです。

味の素(株)川崎事業所



防災対策本部

味の素(株)九州事業所



消火放水訓練

インドネシア味の素社



火災訓練

人権

味の素グループのアプローチ

味の素グループは、サステナブルな成長を実現し、社会から一層必要とされる存在となり、人類の健やかな生活に貢献していく上で、すべ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。

味の素グループは、「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しています。グループのすべての役員・従業員に対し、国際的に認められた人権を尊重し、事業活動を行う国・地域の国際的人権義務、関連する法令の順守を徹底しています。



参照

国連グローバル・コンパクトの支持

<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/csr/gc/>

味の素グループポリシー

■ 基本原則

5. 人権の取り組み

- 5.1 私たちは、国際的に認められた人権を理解し、人権に関する国際行動規範を尊重した事業活動を行います。
- 5.2 私たちは、広くステークホルダーと協力し、自らが人権侵害に加担することがないよう努めます。
- 5.3 私たちは、労働における基本的原則および権利である、(a) 結社の自由および団体交渉権の効果的な承認、(b) あらゆる形態の強制労働の禁止、(c) 児童労働の実効的な廃止、(d) 雇用および職業における差別の排除、を尊重します。

関連するグループポリシー

人権尊重に関するグループポリシー

■ 関連するマテリアリティと事業活動の影響範囲

マテリアリティ	サプライチェーン	原料サプライヤー	味の素グループ (開発・生産・物流)	流通・ユーザー・ 生活者
● 不足栄養			○	○
● 過剰栄養			○	○
● 児童労働、強制労働		○	○	○
◆ 職場の労働安全衛生			○	
◆ 従業員のダイバーシティ			○	
責任あるマーケティング			○	○

参照

味の素グループのマテリアリティ P9

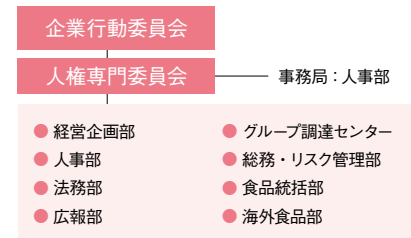
人権マネジメント体制

■ 推進体制

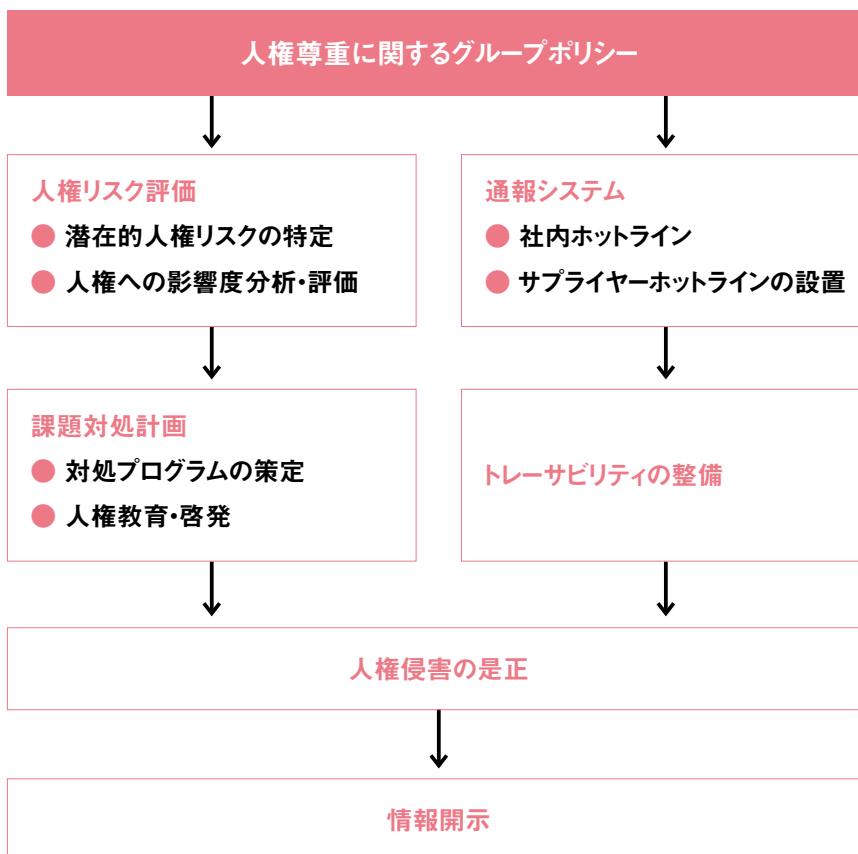
味の素グループは、2017年に人権専門委員会の機能を強化し、社会の企業に求める幅広い人権への対応と国連「ビジネスと人権に関する指導原則」の実践を推進しています。人権に関連する機能部門と事業部門で構成する人権専門委員会では、従来の日本における人権課題に加え、グローバル人権課題に対する検討や啓発を進めるとともに、人権デュー・ディリジェンスによる人権マネジメントの仕組みを構築中です。

2018年度は、味の素グループにとっての「人権への負の影響の特定、分析、評価」を実施し、次なる「適切な対処のための行動」へと着実につなげていきます。

■ 人権マネジメント体制



■ 人権マネジメントの仕組み



従業員に対する人権教育・啓発活動

■ 人権意識の浸透

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ともに、豊かな人権感覚を身に付けた人材の育成を目的に、各社で人権啓発研修を行っています。

味の素グループでは、毎年従業員(パート、派遣社員を含む)を対象に「AGP(行動規範)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、味の素(株)では、全従業員を対象にしたハラスメントのアンケートを継続して実施しており、これまでのアンケートで寄せられた意見・事例などをハラスメント事例集としてまとめ、全従業員へのフィードバック、全職場での点検を実施するなど、ハラスメントの防止に向けた取り組みを推進しています。

■ ホットライン(内部通報制度)の拡充と運営強化

味の素グループは、従来、内部通報制度として「ホットライン」を設け、電話、Eメール、FAX、手紙など複数の手段で役員・従業員(パート社員、派遣社員を含む)からの通報や相談を受け付けてきました。

2016年12月に日本の消費者庁が公表した「公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の整備・運用に関する民間事業者向けガイドライン」、および現行ホットラインの活用実態を踏まえ、窓口の整備と通報ルートの複線化を行い、2018年5月より運用を開始しました。

また、2018年6月に「サプライヤーホットライン」を設置しました。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)逸脱の疑いのある行為の早期発見と是正を図ります。将来的にはサプライチェーンにおける人権・環境問題などを発見する手段の一つとして活用します。

参照 → 組織統治 P135
ホットライン(内部通報制度)の拡充と運営強化

人権課題の把握

人権デュー・ディリジェンス本格実施に向けた、食品業界における潜在的な課題の特定

味の素グループは、人権に負の影響を及ぼすリスクの把握を目的に2014年度に国・地域別の基礎調査を実施しました。その後、食品業界特有の人権関連課題や各地で顕在化したリスクの事例をもとに、当社グループがバリューチェーン全体において取り組むべき重要項目を整理・分析しました。

さらに、2017年10月に「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき「人権尊重に関するグループポリシー」を制定し、味の素グループが人権尊重の責任を果たすために、人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、これを継続的に実施することを明確化しました。そして、食品業界における潜在的な人権課題のうち、グループ全体に関わりの深いものを人権重要課題としてまとめました。

重要課題の特定にあたっては、世界的なリスク調査・分析機関であるVerisk Maplecroft社の人権リスクデータベースに基づき、一般的に事業と関連の深い10の人権課題について、事業領域別・国別に顕著な影響評価の定量調査を実施しました。その結果、味の素グループが展開している事業領域の業界リスクとしては全体的に中～低レベルであり、最も優先すべき潜在的な人権課題は食品業界における「労働安全衛生」「強制労働」「児童労働」であることが特定されました。このうち、「労働安全衛生」は多くの国で、「強制労働」「児童労働」は特にタイ、ブラジルで課題が大きいことがわかりました。

食品業界についてはさらにデスク調査^{*1}を行い、潜在的な人権課題と関わりの深いバリューチェーンおよびステークホルダーの特定を行いました。その結果、バリューチェーン全体に「労働安全衛生」の課題があり得ることがわかりました。また、「調達」「生産」において「児童労働」「強制労働」の取り組みが重要とされました。一般的に食品業界が影響を及ぼす可能性があるステークホルダーとしては、労働者、消費者、地域コミュニティが挙げられました。

今後は、人権への影響度分析・評価を味の素グループの事業の中で確認することにより、具体的な計画への落とし込みを進めていきます。

※1 現地調査ではなく、世界人権宣言の基本的な人権30項目やILOの中核的労働基準をもとに調査員が業界内のリスク情報分析を行うもの。

食品業界が影響を及ぼす可能性があるステークホルダー

労働者	消費者	地域コミュニティ
低賃金、長時間労働、結社の自由や団体交渉の制限など労働者の権利保護が十分でないことによる影響を受ける可能性がある。	高糖分・高カロリー食品に代表される不健康な食品により、健康への影響を受ける可能性がある。	農産物の生産から製品の廃棄・リサイクルに至るまで生計に関わるような影響を受ける可能性がある。
【特に配慮すべきステークホルダー】 移民労働者、女性、子ども	【特に配慮すべきステークホルダー】 子ども	【特に配慮すべきステークホルダー】 女性、子ども、先住民

Column

国内グループ会社における外国人技能実習生労働実態調査

国内外で外国人技能実習生制度に関連した人権侵害の報道がなされていることから、味の素グループ内でこの制度を活用した外国人労働者の労働実態に関する調査を2017年度に実施しました。具体的には、サプライチェーン工場監査の実績を持つ第三者機関を起用し、実習生を受け入れているグループ会社3社(味の素ベーカリー(株)、エースベーカリー(株)、デリカエース(株))を対象に、フィリピン、ベトナム、インドネシア、ミャンマーからの実習生125名の労働実態調査および実習生への母国語によるヒアリングを実施しました。その結果、特段の問題は発見されず、実習生たちの日本での生活についても満足度が高いことを確認できました。

味の素グループは、今後も外国人技能実習生制度の趣旨に適合した運用を行います。



VOICE

2017年9月に当団体で3社のサプライチェーン工場監査を実施しました。軽微な指摘事項はあったものの、グローバル食品企業として、労働環境・条件の向上に取り組む姿勢に感銘を受けました。

引き続き本活動を推進することで、日本企業をリードする存在となることを期待しています。

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
理事

和田 征樹氏



組織統治

味の素グループのアプローチ

味の素グループは、コーポレート・ガバナンスの強化・充実を図り、株主をはじめ顧客・従業員・地域社会などのステークホルダーとの良好な関係を築くことで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上、「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」の実現を目指しています。

2016年より、グローバルガバナンスの強化を目的に「グローバル・ポリシー・インデックス」を作成し各種ポリシー類を整備してきましたが、2018年7月にこれまでの「味の素グループ行動規範」と統合した「味の素グループポリシー」(AGP)を制定しました。AGPは、(一社)日本経済団体連合会(経団連)の「企業行動憲章」(2017年11月改定)の内容を反映しています。



味の素グループポリシー

「味の素グループポリシー」(AGP)は、Our Philosophyを支える基盤であり、味の素グループ各社およびそこで働く役員・従業員一人ひとりが順守すべき考え方や行動の在り方を示すと同時に、誠実に順守することをすべてのステークホルダーに約束するものです。

AGPは、11項からなる基本原則と、これに紐づく一連のグループポリシーで構成されます。AGPは日・英でWeb公開(<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/>)しており、順次、味の素グループが事業を展開する国・地域の全22言語^{*1}に翻訳される予定です。

※1 アラビア語、ベンガル語、ミャンマー語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、英語、フィリピン語、オランダ(フラマン)語、フランス語、ドイツ語、インドネシア語、日本語、クメール語、韓国語、マレーシア語、ポーランド語、ポルトガル語、ロシア語、スペイン語、タイ語、トルコ語、ベトナム語(英語表記アルファベット順)



グループポリシーインデックス

基本原則(項目)	関連するグループポリシー
1. 栄養改善の取り組み	● 栄養 ● 製品アクセシビリティ
2. 安全で高品質な商品・サービスの提供	● 品質 ● 食の安全・安心 ● 製品表示 ● マーケティングコミュニケーション
3. 地球環境とサステナビリティ(持続可能性)への貢献	● 環境
4. 公正で透明な取引	● 調達 ● サプライヤー取引 ● 贈賄防止 ● 政治的活動および政治献金
5. 人権の取り組み	● 人権尊重

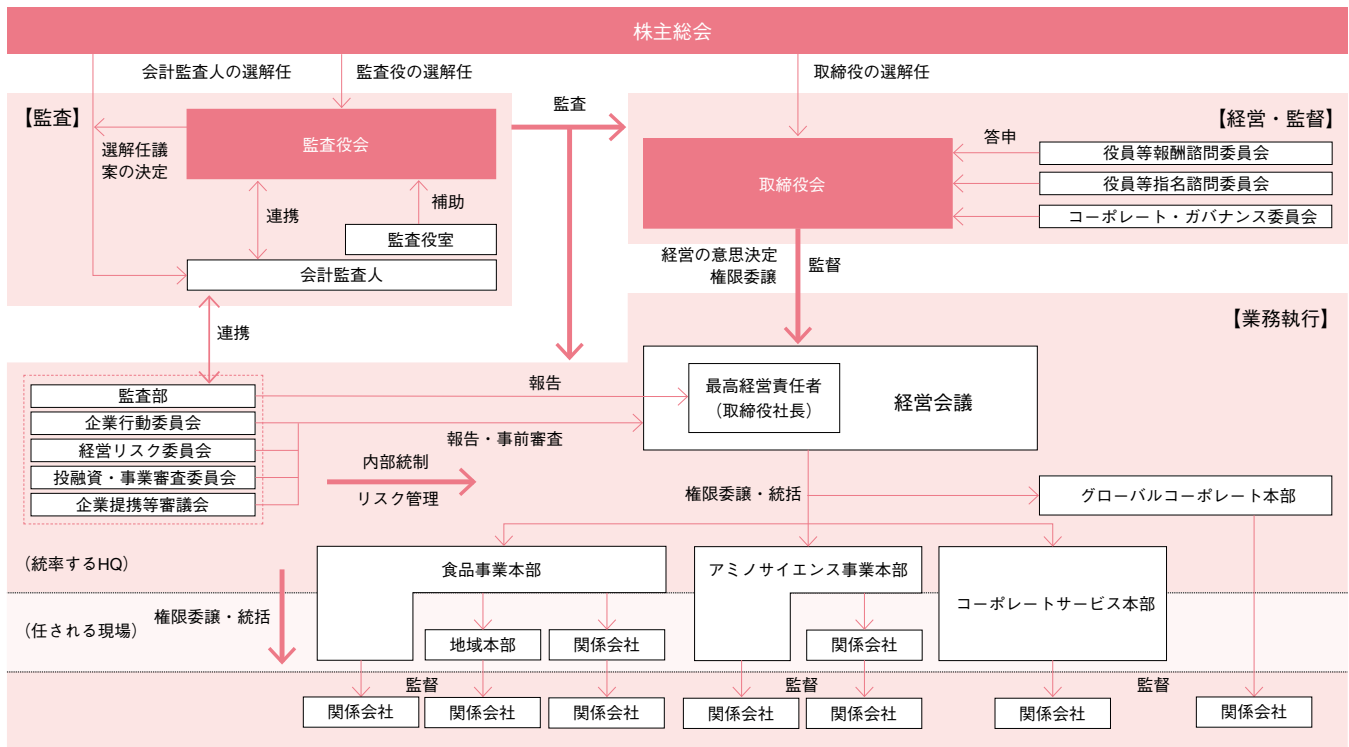
基本原則(項目)	関連するグループポリシー
6. 人材育成と従業員の安全確保	● 人財 ● 労働安全衛生
7. コミュニティとともに	● 地域活性化
8. ステークホルダーへの責任	● グローバル・タックス ● ステークホルダーとの情報共有
9. 会社資産・情報の保護・管理	● 情報セキュリティ ● プライバシー ● 知的財産
10. 公私のけじめ	—
11. 適切なガバナンスの構築と運用	● ガバナンス ● リスクマネジメント ● 不正および流用防止 ● 内部通報

AGP適用対象組織

AGPは、2018年7月1日現在の味の素(株)および連結子会社(国内34社、海外88社)を対象に適用しています。

企業統治の体制

コーポレート・ガバナンス体制



監査役会

会計監査人および内部監査部門と連携して取締役の職務執行を監査

役員等指名諮問委員会

3名の社外取締役を含む4名の取締役で構成され、取締役会の諮問を受け、取締役候補者と役付取締役・代表取締役の選定案を審議し、結果を取締役に答申

取締役会

重要な業務執行を決定し、取締役および執行役員職務執行を監督

役員等報酬諮問委員会

3名の社外取締役を含む4名の取締役および1名の役付執行役員で構成され、取締役会の諮問を受け、取締役・執行役員などの報酬案を審議し、結果を取締役に答申

経営会議

会社の経営に関する基本的方針について協議し、会社の業務執行に関する重要事項を決定

コーポレート・ガバナンス委員会

3名の社外取締役を含む5名の取締役および1名の社外監査役で構成され、取締役会の諮問を受け、ガバナンスに関する事項を審議し、結果を取締役に答申

コーポレート・ガバナンス体制早見表

主な項目	内容
機関設計の形態	監査役会設置会社
取締役の人数(うち社外取締役)	9名(3名)
監査役の数(うち社外監査役)	5名(3名)
取締役会の開催回数(2017年度) (社外取締役の平均出席率) (社外監査役の平均出席率)	17回 (96%) (98%)
監査役会の開催回数(2017年度) (社外監査役の平均出席率)	14回 (100%)
取締役の任期	2年
執行役員制度の採用	有
取締役会の任意委員会	役員等指名諮問委員会 役員等報酬諮問委員会 コーポレート・ガバナンス委員会
役員などの報酬制度 ^{※1}	①月額報酬、②短期業績連動報酬、 ③中期業績連動型株式報酬
監査法人	EY新日本有限責任監査法人

※1 社外取締役および監査役は①のみ

参照

コーポレート・ガバナンス報告書
https://www.ajinomoto.com/jp/ir/strategy/corp_gov.html

統合報告書2018 コーポレート・ガバナンス P41-49

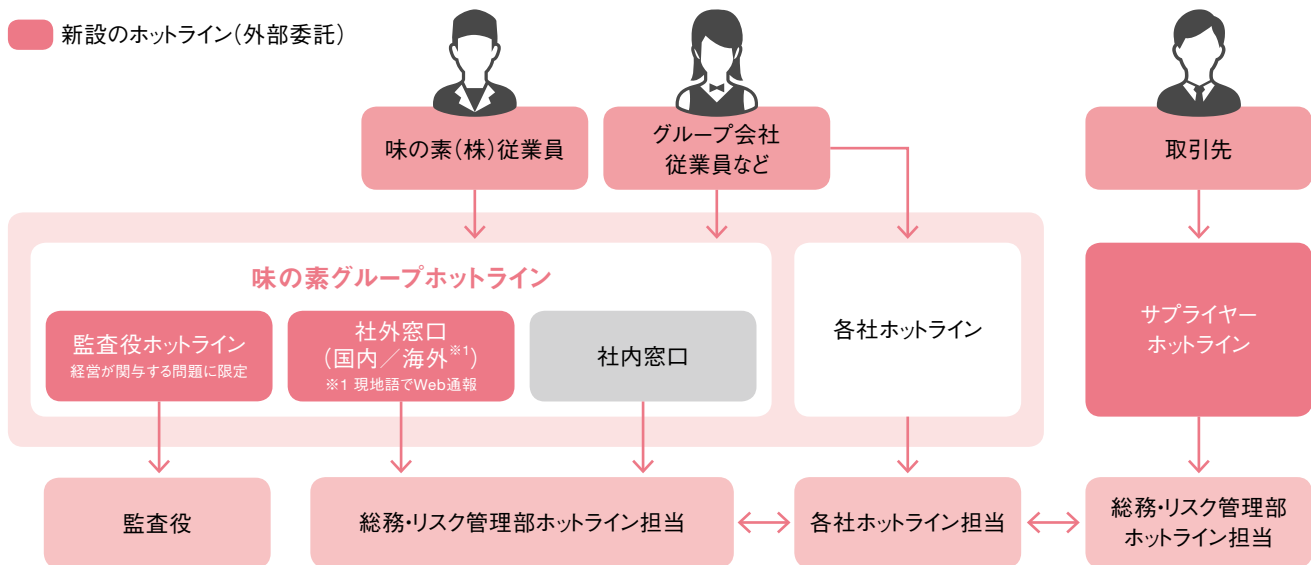
ホットライン(内部通報制度)の拡充と運営強化

味の素グループは、従来、内部通報制度として「ホットライン」を設け、電話、Eメール、FAX、手紙などの手段で役員・従業員(パート社員、派遣社員を含む)からの通報や相談を受け付けてきました。

2016年12月に日本の消費者庁が公表した「公益通報者保護法を踏まえた内部通報制度の整備・運用に関する民間事業者向けガイドライン」および現行ホットラインの活用実態を踏まえ、窓口の整備と通報ルートの複線化を行い、2018年5月より運用を開始しました。

内部通報窓口の整備と通報ルートの複線化

■ 新設のホットライン(外部委託)



概要

1. 通報ラインの拡充(複線化)

下記(1)~(3)の設置により、通報件数の増加を図ります。

- (1) 自社内の窓口に加え、グループで共有する社外窓口を設置
- (2) 役員の直接関与する内容の通報窓口として監査役ホットラインを設置
- (3) 海外のグループ会社従業員から直接現地語でWeb通報が可能な仕組みを順次開設

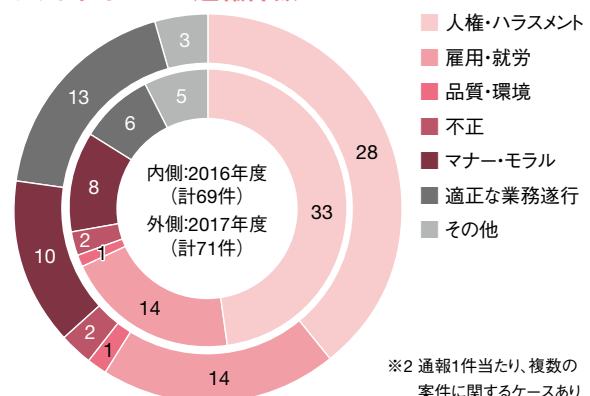
2. サプライヤーホットラインの設置

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AGP逸脱の疑いのある行為の早期発見と是正を図ります。将来的にはサプライチェーンにおける人権・環境問題などを発見する手段の一つとして活用します。

レビュー

ホットラインの内容は、匿名化した情報として四半期に1度、企業行動委員会より経営会議および取締役会に報告しています。

■ ホットラインへの通報件数^{※2}



■ ハラスメントに関する相談窓口の設置

味の素(株)および一部の国内グループ会社では、ハラスメントの専用相談窓口として社内担当者を配置するとともに、社外窓口を設置しています。

リスクマネジメントと危機管理

味の素グループは、2002年に「リスクマネジメント委員会」を設置し、リスクの事前予防を基本に、事故や事件などの危機が発生した際の対応力強化に取り組んできました。

2014年に「リスクマネジメント委員会」の下部機関として「経営リスク検討小委員会」を設置し、大きくかつ急速に変化しつつある、グローバルな政治・経済・社会情勢など事業を取り巻くマクロ環境を考慮し、ボトムアップ方式では捕捉しきれない、組織横断的に管理すべきリスクを評価し、経営会議に答申してきました。

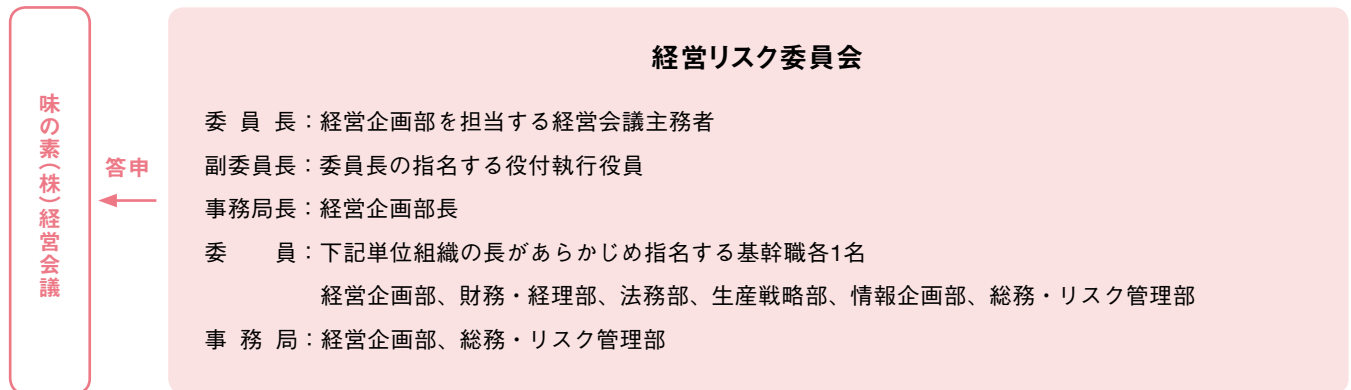
2017年10月、組織横断的に重大なリスクを評価・管理するとともに、危機発生時にタイムリーかつ適切に対応することを目的に経営直轄の委員会を再編成し、前者のリスクマネジメントは「経営リスク委員会」、後者の危機管理は「企業行動委員会」が担う体制に移行しました。

リスクマネジメント

■ 推進体制

戦略的なリスクマネジメントの推進により、味の素グループをリスクに強い体質にし、企業価値の向上を図ることを目的に、組織横断的に管理する「**全社重要リスク**」の特定と対応の進捗をチェック・管理するとともに、組織単位での自律的なリスクマネジメントを推進しています。

Ⅰ 推進体制



■ 重大リスクの特定と対策

2018年度は、組織横断的に管理する「**全社重要リスク**」を以下の通り12項目リストアップし、これらのリスクへの対応の進捗をチェック・管理しています。

参照

統合報告書2018 重要リスクと対策 P51

- | | | | |
|---------------|-----------------|-----------------------|-------------------|
| ① 不安定な世界情勢 | ④ 水リスク | ⑦ 廃棄物削減・リサイクル取り組み遅延 | ⑩ ICT技術革新への対応遅延 |
| ② 不十分なガバナンス | ⑤ 各国・地域の環境規制リスク | ⑧ 社会・環境面での調達リスク | ⑪ ICTマネジメント体制整備遅延 |
| ③ 競合とのグローバル競争 | ⑥ 脱炭素の取り組み遅延リスク | ⑨ 生活者メガトレンド変化への不十分な対応 | ⑫ ICTインフラ整備遅延 |

■ 組織単位のリスクマネジメント

各単位組織およびグループ各社にリスク責任者(単位組織長または法人長)とリスク担当者を置き、自律的にPDCAを回すリスクマネジメントを徹底し、ボトムアップ方式で積み上げたリスクを集計・分析することで、グループ全体のリスクの傾向を捉えています。

2018年度は、①品質トラブルを中心とした「製品・生産・物流リスク」、②現場での事故、災害等の「事故リスク」、③営業秘密漏洩等の「情報管理リスク」、④各国法令対応などの「リーガルリスク」、⑤各国・地域での様々な労務法令、慣行などに由来する「労務リスク」を味の素グループの5大リスクと捉えています。

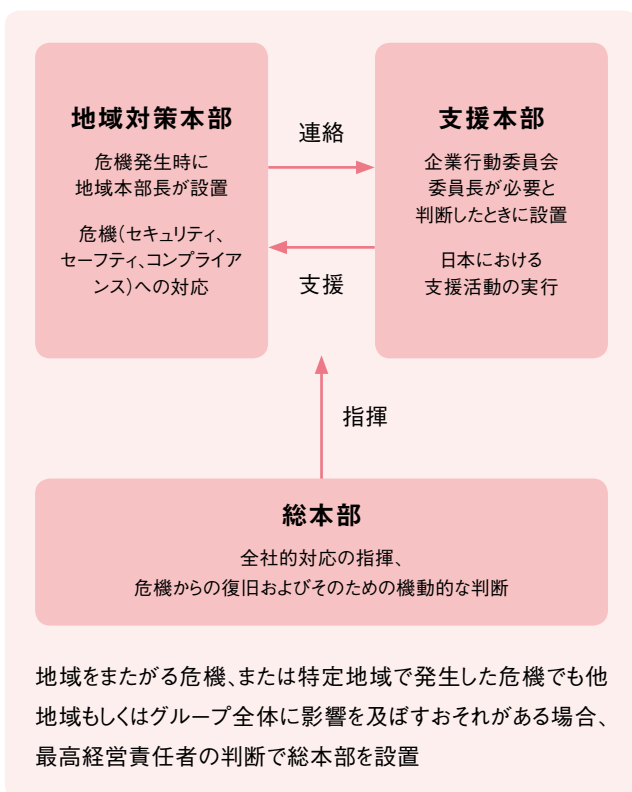
危機管理

■ 危機管理体制

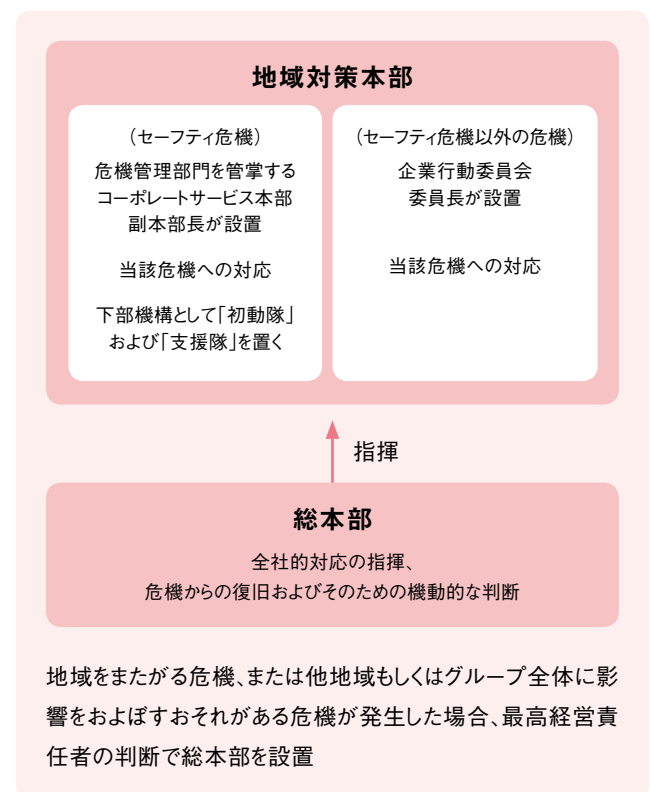
味の素グループでは、平常時からソフト・ハード両面での危機対策を講じるとともに、危機が発生した場合に迅速に対応し、影響を極小化するための活動体制を整備しています。緊急時の対応は、①「人身の安全」、②「社会」、③「事業」の優先順位付けをしています。

2017年8月に策定した「味の素グループ危機管理規程」で定める重大危機が発生した場合は、情報の一元管理と統制を行うことにより、現場が迅速に必要な対応に専念でき、必要なサポートを受けられる危機体制を敷きます。

Ⅰ. 海外(韓国、台湾を除く)で危機が発生した場合



Ⅱ. 日本、韓国、台湾で危機が発生した場合



I 「味の素グループ危機管理規程」で定める重大危機

分類	I.セキュリティ	II.セーフティ	III.コンプライアンス
定義	特定の個人や集団が意図的に起こす破壊行為や暴力行為など、人命に係る問題の発生	意図せずに起きる災害や事故など、地域社会を含む人命に係る問題の発生	意図の有無とは関係なく、コンプライアンス上の大きな社会問題の発生
事象	1. 誘拐 2. 施設・設備への侵入・破壊行為 3. テロ（無差別・標的型の対人暴力行為） 4. 暴動（政治的・経済的・社会的・宗教的） 5. クーデター・内戦	1. 自然災害（地震、洪水、津波、台風、火山噴火など） 2. 感染症の流行（鳥インフルエンザ、エボラ出血熱など） 3. 労働災害／通勤災害（飛行機・自動車など交通事故を含む） 4. 設備の大規模事故（火災、爆発）	1. 法令違反（国際ルール、地域慣習を含む） 2. 不祥事（不正、犯罪を含む） 3. 宗教問題（Halal、Kosherを含む）

■ 企業継続計画(ECP : Enterprise Continuity Plan)の策定

大規模災害などの危機が発生した場合に備え、味の素グループではECPのフレームや対策本部のインフラを整備してきました。2017年度はさらにこれを進化させ、夜間・休日や出張時における危機発生において、対策本部員がすぐ本部に駆け付けられない状況を想定し、必要な情報を社外でも確認できる仕組みの整備を開始しました。また、日本国内で業務に就くすべての役員に最終判断責任者の代行順位を付け、責任者不在の状況が起こらないようにしています。

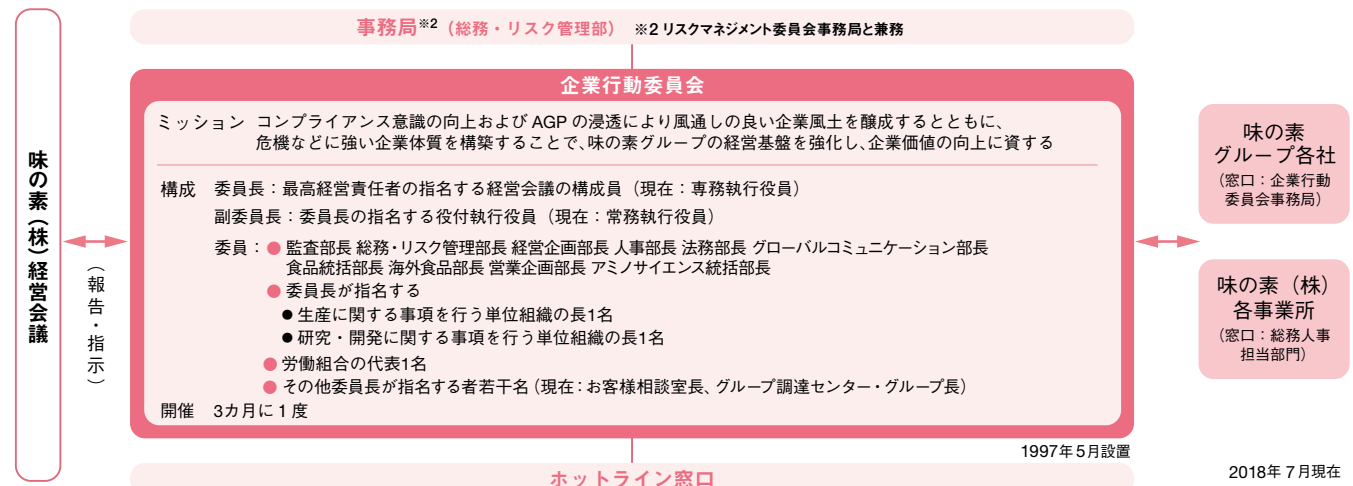
コンプライアンス

■ 推進体制

味の素グループは、コンプライアンス意識の向上および「味の素グループポリシー」(AGP)の浸透により、風通しの良い企業風土を醸成するとともに危機などに強い企業体質を構築することで、経営基盤を強化し、企業価値の向上を図る取り組みを推進しています。

味の素(株)は、AGPの浸透とAGPIに則った企業活動が行われているかをチェックする機関として、企業行動委員会を設置し、グループ全体のコンプライアンス意識の向上を推進しています。また、国内外の主要なグループ会社も企業行動委員会を設置し、AGPを周知徹底するとともに、各国・地域、各社の実情に合わせた取り組みを推進しています。

I 企業行動委員会の役割



「味の素グループポリシー」(AGP)の浸透によるコンプライアンス意識の向上

■ 従業員へのコンプライアンス教育

AGPおよび内部通報制度の認知・理解向上に向けた2018年度の教育、啓発活動は以下の通りです。

1. コンプライアンス研修

日本国内の味の素グループの基幹職を対象としたコンプライアンス研修(6回/年、例年年間約400名が参加)をはじめ、新入社員、昇格者、階層別の教育・研修を実施しています。

2. 啓発ポスター

毎年計12言語で作成しているもので、味の素グループ全従業員のコンプライアンス意識の向上に活用しています。

3. コンプライアンス啓発メッセージ

パソコン立ち上げ時に自動的に「啓発メッセージ」が配信される仕組みを国内グループ会社に展開し、コンプライアンスに関わる注意喚起を日々行っています。



2017年度啓発ポスター

■ 「AGPを考える会」の開催

味の素(株)では、1998年より、企業行動委員会の委員が各職場に出向き、職場でのコンプライアンスに関する課題提起を直接従業員から聞く場として「味の素グループ行動規範職場検討会」(現在の「AGPを考える会」、以下「考える会」)を開催しています。2017年度は、計30回開催、297名が参加しました。国内グループ各社においても毎年継続して同様の会を開催しています。

「考える会」での議論の概要は、企業行動委員を通じて組織長へ、参加者を通じて各職場へそれぞれフィードバックされます。同時に社内イントラネットにも掲載し、従業員全員が閲覧できます。「考える会」で提起されたコンプライアンス課題のうち、全社レベルで取り組むべき課題については、企業行動委員会で報告・議論され、具体的なAGP浸透施策やコンプライアンス推進活動に反映しています。2017年度の「考える会」では、「働き方改革」を通じて得られた成果およびコンプライアンスに関わる課題を中心に議論しました。今後もAGP浸透の中心的な活動として、継続的に実施します。



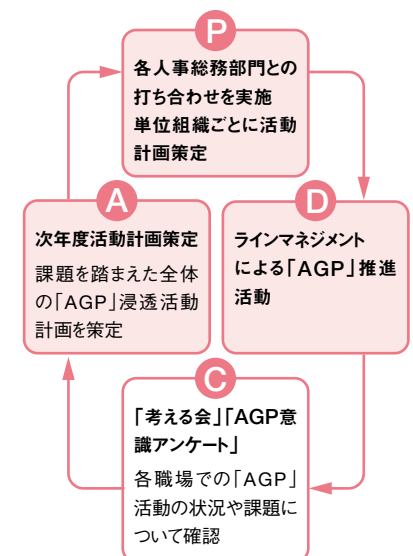
「AGPを考える会」の様子

■ 「味の素グループポリシー」(AGP)に関する意識調査

味の素(株)および国内グループ会社の全従業員を対象として毎年11月に「AGP意識アンケート」を実施し、AGPの認知度・理解度の定点観測を行うとともに、各社・各職場におけるコンプライアンス課題の把握に活用しています(2017年度は約13,000名が回答)。

アンケート結果は、企業行動委員会へ報告の上、グループ会社へフィードバックし、従業員が社内イントラネットで要旨を閲覧できるようにしています。また、顕在化したコンプライアンス課題については、該当職場と連携して個別に対応を図ります。

「考える会」「AGP意識アンケート」のAGP推進活動における位置付け



サイバーセキュリティの確保と個人情報管理

サイバーセキュリティの基本方針

味の素グループは、サイバーセキュリティを重大リスクと定義し、お客様の情報および、会社の機密情報を厳密に取り扱うとともに、「情報セキュリティに関するグループポリシー」とこれに紐づく情報セキュリティ規程、各種の基準、ガイドラインを策定し、サイバーセキュリティの確保に全社を挙げて取り組んでいます。また、IoT機器からの情報漏洩や外部からの侵入リスクに備え、IoTネットワークガイドラインの策定および2018年度中のグループ会社への適用を検討しています。

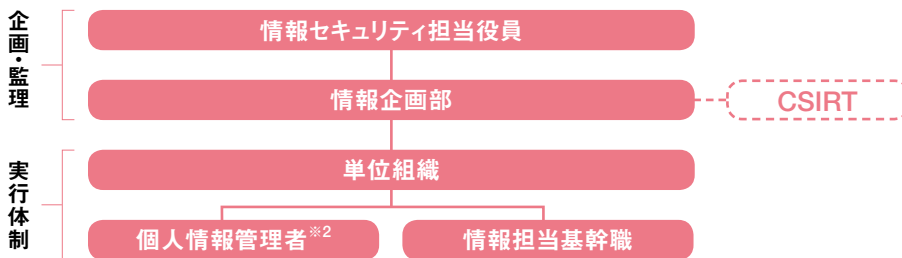
一方、昨今、急速に進化するICT技術に対応し、情報および情報システムにおける味の素グループの管理・運用ルールとして2018年4月に「IT管理運用規程」を制定し、国内外のグループ各社へ周知しました。

参照

情報セキュリティに関するグループポリシー

情報セキュリティの管理体制

グループ全体のセキュリティ管理体制強化に向け、CSIRT^{※1}体制構築の検討を開始しています。



※1 コンピュータセキュリティインシデントに対処するための組織の総称

※2 個人情報管理者

【選任】

単位組織長が組織内基幹職より選任、
情報企画部に申請登録

【役割】

1. 単位組織内の個人情報関連業務の監督
(ルール順守・適正確保)
2. 業務委託先の業務監査と監査結果に基づく
委託先としての適正評価
3. 単位組織内の個人情報取り扱いに関する教育

情報セキュリティ教育

セキュリティ教育として新入社員、管理者向けに集合研修を実施しています。また、「情報取扱ガイドブック(改訂：電子版)」を公開し、味の素(株)全従業員に対するセキュリティ教育の一環として周知徹底するとともに、その内容の理解度テストを全従業員に対して実施しています。

また、情報セキュリティリスクに対する取り組みの一環として、味の素(株)では、役員、従業員を対象とした標的型メール攻撃対応訓練を2016年度より実施していますが、2017年度より国内の味の素グループメール利用会社へ対象を拡大し、訓練を実施しています。



主な研修実績(2017年度)

1. 味の素グループの事業・営業部門のラインマネージャー対象：3回実施、計240名受講
2. 味の素グループの生産・研究開発部門のラインマネージャー対象：3回実施、計250名受講
3. 味の素(株)新入社員対象：85名受講
4. 全従業員へのe-learningによる理解度テスト：国内グループ会社へ展開中、海外にも拡張予定

■ 機密情報の流出防止に向けた継続的な取り組み

味の素(株)および国内グループ会社に展開している標準パソコンへ人工知能を活用した振る舞い検知システムを導入し、不正の検知を徹底しています。味の素(株)から開始し、国内4社に導入、順次拡大中です。

また、国内外グループ会社のWebサイトを対象に、年1回、外部サービスを活用したセキュリティ診断を実施し、継続的な脆弱性対策を講じています。さらに、営業秘密漏洩防止に向けて、海外グループ会社へのアセスメントを開始しました。

■ 個人情報管理の徹底

味の素グループは、お客様情報などお預かりしている個人情報を安全に管理するため、ルールと手順を明確にし、これを関係者に周知することにより、組織的な業務管理を実践しています。個人情報に関わる社内ルールとしては、「情報セキュリティ規程」に紐づく「個人情報取扱ガイドライン」を設け、具体的な手続きを明確に定義しています。このガイドラインは、ISO27001(情報セキュリティマネジメントシステム)の考え方に基づいて作成されています。

味の素(株)では、制定したルールを新入社員・管理職・営業関係など階層・職種別の研修で周知しています。また、業務を外部委託する場合においても、同等の管理レベルを維持するため、委託先の業務・システム状況に関するアセスメントを実施しています。管理している個人情報は「個人情報管理データベース」で全社的に一元管理し、安全の確保に努めています。

味の素(株)では、お客様からお預かりするキャンペーンやアンケートなどの個人情報の収集にあたり、各組織長の責任のもと、個人情報管理者を選任し、個人情報の収集、保管から廃棄までの管理を行う責任者と担当者、収集した個人情報にアクセスして利用する可能性がある関係者を明確化して、お客様の個人情報をより厳格に管理する体制を構築しています。

さらに、「個人情報保護法」の改正(2017年5月施行)を受け、味の素(株)の社内規程および取扱ガイドラインの改定を行い、各組織の個人情報管理者に対する定期的な教育を推進しています。EU一般データ保護規制(GDPR: General Data Protection Regulation/2018年5月施行)への対応準備も進めています。

■ セキュリティ点検

味の素(株)では毎年定期的に全職場セキュリティ点検を実施しています。主な点検項目はIT機器や機密情報、個人情報の管理状況など、情報取り扱いの基本的事項です。外部クラウド・サービスの利用および管理状況についても、毎年チェックしています。

CSRマネジメント

■ 社外有識者の声を活動に活かす

味の素グループは、CSRの推進にあたって、社外の声を大切にしています。「味の素グループミッション」の実現に向け、2005年から2010年にかけて社外有識者にCSR戦略に関する全般的なご意見をいただきながら、具体的な取り組みテーマを「21世紀の人類社会の課題」(健康なこころとからだ／食資源／地球持続性)に絞り込み、事業活動を通じて社会へ貢献する戦略的CSRとして取り組みを進めてきました。2011年以降は、海外の有識者も含め、個別テーマごとの対話を通じてグローバル視点を入れるとともに、課題の掘り下げを行ったり、2015年9月に国連で採択されたSDGsを参照しながら、アンケートやヒアリングを通じてマテリアリティや活動内容の見直しを行ったりしています。

参照 →
重要課題の特定プロセス P8
ステークホルダーとの対話・連携 P11-14

参照 →
味の素グループのASVおよび統合目標設定までの歩み
https://www.ajinomoto.com/jp/ir/esg/asv_history.html

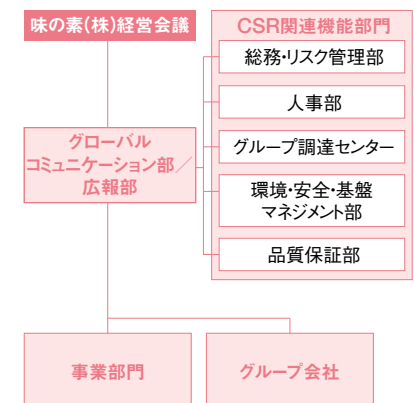
■ ASVを通じたCSRマネジメントの仕組み

味の素グループは、ASVを中長期にわたるビジョン実現のための企業戦略の骨子として、グループ全体への浸透を図っています。17-19中計では、国際的合意のSDGsやパリ協定で採択されたイニシアティブと整合した非財務目標を設定し、数値化を目指しながらPDCA管理を進めています。

一方、CSRマネジメント推進にあたり、「味の素グループポリシー」(AGP)や関連社内規定に基づき、ISO9001、ISO14001などを骨格とするマネジメントシステムを構築し、そのプロセスの適正化を確保しながら運用しています。CSRに関する情報開示においては、2012年度からISO26000を、さらに17-19中計からGRI(Global Reporting Initiative)、SASB(米国サステナビリティ会計基準審議会)などを参考にしながら、投資家をはじめとするステークホルダーの期待に応えるべく取り組んでいます。

こうした取り組みを推進する組織として、グループ全体の方針策定・企画立案やステークホルダーとのコミュニケーションを味の素(株)のグローバルコミュニケーション部と広報部が担い、総務・リスク管理部、人事部、グループ調達センター、環境・安全・基盤マネジメント部、品質保証部などの各機能部門が連携しています。

CSRマネジメント推進体制



グローバルレビュー

味の素グループは、確かなグローバルカンパニーとして、世界各地で異なるサステナビリティについての要請に応え続けていくために、米州、欧州、アジアの有識者から『味の素グループ サステナビリティデータブック2018』についての第三者意見をいただきました。

欧州からの視点

正しいつながりを創造する

味の素グループはサステナビリティの点と点を見事に結び付けています。企業のサステナビリティはとて複雑な分野であり、内部の側面と外部の側面を幅広く深く理解することが求められます。味の素グループは、製品の生産にとどまらず、製品や製造過程、味の素グループが生み出すつながりを通じて生活の変化、健康や栄養の改善、生活の質の向上を実現しています。人々、食、栄養、健康、ライフスタイルと持続可能な地球とのつながりは、私たちの生活の向上に無限の可能性をもたらします。報告書では、これらの機会をどれほど積極的に実現できるか、様々な面でより良い生活をどのようにもたらすことができるかについて、良く示されています。これは味の素グループが掲げるサステナビリティが充実しているポイントであり、企業情報開示の一貫した図式となっています。持続可能な成長を達成しつつ社会課題を解決することを目的として行っているアウトサイド・インのアプローチ - 「健康なところからだ」「食資源」「地球持続性」 - はビジネスをスマートに、資源効率を良く、人々を中心に考えながら進めるといって確固たる基礎に支えられています。味の素グループは、包括的な共通価値の提示という目標の達成に必要な事業行為を定義し、それらを実践することで非財務目標の実現に取り組んでいます。

焦点のスケールと幅

タイトルに目を通すだけでなく、内容まで読み込んでみると、味の素グループは新製品の開発という主軸のビジネスだけでなく、幅広いスケールで様々な取り組みを行っていることがわかります。例えば、若者に家庭料理と栄養について学んでもらおうと開催したベトナムのクッキングスタジオ、人工知能(AI)を利用した自動のメニュー提案プログラム、ストレスや疲労に効果のあるアミノ酸を使用した機能性食品の開発、特別なニーズに合わせたメディカルフード、再生医療のための細胞培養培地や血中アミノ酸濃度に基づく予防スクリーニングへの投資などがあげられます。これらに加えて味の素グループでは、コミュニティ投資の充実したグローバルプログラムや栄養についての教育、より健康的なライフスタイルや科学の進歩などを支援するイニシアチブへのエンゲージメントを行っています。さらには、食品と農業サプライチェーン、生物多様性の保全、効率的な穀物生育の促進、食料廃棄の削減、持続可能な食資源などに尽力していることは、企業が社会に利益をもたらしながらも自然環境との相互作用をスマートに、最大限に引き出している例となっています。これらの取り組みは、国連の持続可能な開発目標(SDGs)に定義されている地球規模の発展 - 飢餓をゼロに(2)と健康と福祉(3)その他いくつかのアジェンダを達成するために欠かせないものです。

期待を超える透明性

サステナビリティに関するパフォーマンスを公開する上で、味の素グループには事業の詳細まで透明性があり、異なるステークホルダーの情報ニーズにきめこまやかな注意を払いながらも、論理的な流れに沿って、非常に明瞭な情報を提示しています。それぞれの章は、味の素グループのアプローチ、関連

エレイン・コーヘン氏
(Elaine Cohen)

Beyond Business Ltd.
創始者・CEO
www.b-yond.biz



する企業方針、地球規模の課題と影響を持つことができる分野への言及から始まり、それぞれの分野での取り組みの紹介や、関連がある様々なデータやグラフを利用して詳しく説明されます。例えば、ベースラインに対する国ごとの資源消費データを5年にわたり、実質、名目共に測定しています。また、温室効果ガスのスコープ3排出量についてもいくつかのカテゴリーで記載しており、これは企業が通常公開する範囲をはるかに超えています。人事に関するデータについても同様に、新入社員の3年以内離職率や有給休暇取得率といった興味深い指標を用いて詳細に述べています。多くの人にとって、実際に吸収できる以上の情報が載っていることは間違いないですし、すべてのステークホルダーが、ここまでの詳細に関心を持っているわけではありませんが、この情報開示の潜在的価値は、味の素グループは社会や地球に影響を与える重要な要素、逆に言えばビジネスの持続的な成長に影響を与えるような問題を掌握しているのだという自信を持てるようになるというところにあります。これほどの強固にデータのコントロールができて企業に出会うことはとても稀です。管理ツールとしても、コアバリューを創造する能力があるのだと証明できるようになるという意味においても、非常に有意義なものです。

測定可能な共通価値に向けて

ここまで、味の素グループは正しい取り組みを行っているという見解を述べてきました。適切なイニシアチブを進め、透明性を持って包括的に、理解しやすい方法で実績を開示しています。情報開示についての改善余地は(もう少し、簡潔にまとめてもいいのではないかと)置いておいて - 144ページは少し、長すぎます!)主に、実際に現場では何が起きているのかという点にもう少し焦点を当てるといって良いでしょう。味の素グループによる、健康や生活習慣を変えるための素晴らしいイニシアチブを読むなかで、実際にどのような影響をもたらしたのだろうかと思うことがありました。グループの取り組みを述べるだけでなく、これらの活動が持つ影響あるいは結果もまた開示する良い機会になると思います。より多くの製品を売り上げたので人々の生活に変化を与えました、というだけでは十分ではありません。意図した通りの効果の人々が享受できていると、何を持って知ることができるのでしょうか。教育プログラムを実施して8,000人の子供たちが参加しましたと言うのは十分ではありません。子供たちがしっかりと聞いていたと、どのように知ることができるでしょう。これからの子供たちの行動が変わるとどうしてわかるでしょう。味の素グループには、ぜひとも主要な活動については社会的な結果を、なんらかの形で測定できる指標を設けることで、より良いストーリーを描いて欲しいと思います。そうすれば、情報開示はより強固なものとなり、味の素グループは共通価値を生み出すだけでなく、真に測定可能な共通価値を生み出す能力があるのだという私たちの信頼をより深めることができます。

欧州からの視点

イントロダクション

味の素グループのサステナビリティ・パフォーマンスの管理とコミュニケーションは、ここ数年で大きく改善し、同社がサステナビリティを重要視していることが分かります。

味の素グループはその製品と生産プロセスの性質から、持続可能なビジネスの手法に大きく貢献することができ、栄養、健康、資源などの厳しくなるグローバルな問題に対応することができる有利な立場にあります。

味の素グループと世界全体の状況

「サステナビリティデータブック2018」および「統合報告書2018」は、味の素グループが世界全体の状況にどう関わっているか、その概要を非常に上手く示しています。同社のビジネスに影響を与える可能性が最も高い世界的なメガトレンドについて、またビジネス活動と国連の持続可能な開発目標(SDGs)との関連性を明確に示しています。同社の活動と関連するSDGsをテーマごとに紐づけ、一貫性と創造性をもって表現したのは、ビジネスと世界全体の状況を関連づける非常に素晴らしい手法です。

サステナブルなストーリーを書く

最高のサステナビリティレポートは、企業の活動、依存関係、脆弱性および影響の全貌を完全に表したものです。この点において味の素グループは改善の余地があり、急速に変化する世界状況で、同社が依存している原材料がいかにしてリスクとチャンスの原因になるかを明確に追求することで改善できるでしょう。さらに、強力なストーリーのあるレポートは、ターゲット読者を非常に効果的に引き込むことができます。そのようなストーリーは、企業活動、社会的および環境的影響、サステナビリティへの野心とビジョン、経営上の優先課題(重要課題)を論理的なストーリー展開で関連づけます。また、これらの重要課題をどのように特定したか、その方法を公開し、それぞれの重要課題に対する明確な目標と実績を報告します。

味の素グループは、このようなストーリーを示すための手法をさらに進化させることができます。特に、重要な持続可能性の優先課題に基づいて報告書を構成することでそれが可能になります。ステークホルダーにとっては、単にビジネス部門別または社内組織別に構成されたレポートよりも、企業の優先課題が目的と目標にどう関連し、どのように継続的な業績向上につながるかを示すことが、より意味のあるレポートになります。

もう一つ味の素グループが考慮すべき点としては、いかにベストプラクティスを用いてサステナビリティ管理と報告を明確に行うかということです。同社は、SASB、GRI、ISO 26000社会的責任ガイダンスなどの主要なガイドラインを積極的に参考にして報告書を作成しています。しかし、これらがどのように使用されているか、すなわち情報とガイダンスの一般的な情報源としてなのか、もしくは味の素グループが従う具体的なプロセスとしてなのか、それが明確ではありません。

持続可能な資源に焦点をあてる

持続可能な発展に取り組んでいる企業が現在抱えている大きな課題は、資源への影響を縮小しつつ、ビジネス成長を維持するためにせめぎ合う複数の優先事項のバランスをとることです。同社は、評価の高い認定基準に従って主要原材料の責任ある調達を確実に行うために、この点においてしっかりとした取り組みを行ってきました。しかし、一部の資源については、依存性の軽減を検討する余地はまだ存在します。資源の使用効率を高め

ジョス・タントラム氏
(Joss Tantram)

テラフィニティ社
パートナー(コーポレートサステナビリティ)



ることが重要な要素です。しかし、使う資源の検討に焦点をあて、異なるサステナビリティの特性を持つ代替案を発見して、全体的な資源の使用を削減するために仕組みを再設計する方法を検討すべきです。

サステナビリティのリスクへの取り組み方を考案

リスクにもチャンスにもなり得るサステナビリティを理解することは、最良のビジネスの実践における発展途上のテーマであり、この点において味の素グループは活動を進化させることが可能です。

サステナビリティの問題がリスクの原因であると、二つの側面から言うことができます。これまで企業は、サステナビリティのリスクとは、自社の活動が社会や環境に影響を与えるリスクだと考えてきました。それに加えて、社会や環境の動向の変化が、同社のリスクの原因となっています。

この主な例としては、海面上昇や、頻度や深刻さが増した自然災害、発生の可能性が高まり、より激しさを増した洪水など、気候変動が味の素グループの生産インフラに及ぼす恐れのある物理的リスクに関わるものです。この点でのベストプラクティスとは、突発的リスク(気候変動によって起こる個別の災害)と慢性的なリスク(長期的な自然環境の物理的変化の一つの側面として起こるもの)に分けて考えることです。現在、味の素グループでは、災害リスクへの取り組みが非常に充実しており、「気候変動予測情報の収集と潜在的な影響の監視」に取り組んでいます。将来的には、具体的に物理的リスクの可能性をより明確に把握し、脆弱性や危険性が高い活動や施設に対して適合計画やリスク緩和計画を優先的に行うことができます。

結論

味の素グループは、グローバルリーダーとしての役割を重視、強調し、持続可能で公平な未来の達成に貢献する大きな責任と機会があるという理解を示しています。

このリーダーとしての地位は、ASV(Ajinomoto Group Shared Value)の継続的な進化と、SDGsを「統合報告書」の中で示していることで強化されています。

味の素グループの資源依存性と脆弱性をより明確により一貫性をもって分析し、より戦略的なイノベーションに取り組む、持続可能性リスク管理の概念をさらに広げて検討し、取り組みと実績の報告にさらに説得力があり効果的なサステナビリティのストーリーを用いることで、味の素グループはこれらの強力な基盤と実績を引き続き構築していくことができます。

私は、味の素グループのサステナビリティ・ストーリーの次のステップに興味を持ち、そして期待しています。

この第三者意見について

この意見は、味の素グループの「サステナビリティデータブック2018」と「統合報告書2018」に対して外部の視点を提供するものです。テラフィニティ社のジョス・タントラムが味の素(株)より依頼され、第三者意見をまとめました。これはいかなる保証または証明を意図した声明ではなく、報告書のレビューおよび評価を基にした意見になります。

米州からの視点

価値創造モデル&事業戦略

味の素グループの2018年のレポート類に対して私の見解をお伝えする機会を頂き、嬉しく光栄に思います。味の素グループのレポートをレビューするのは今回が初めてですが、サステナビリティに関する徹底した努力と統合戦略に対する大胆な取り組みに感銘を受けました。ASV戦略はコアコンピテンシーである食品・アミノ酸技術に基づいて構築されており、よくまとまっています。社会価値と経済価値の統合目標は一所に表示されており、両者を合わせた結果としてコーポレートブランド価値の創造に結びつくよう構成されています。社会価値目標の中のいくつかの指標は、価値創造の観点において他の指標より秀でており、今後どのように発展するのが楽しみにしています。

情報伝達手段

味の素グループの戦略を明確に理解するためには、「統合報告書」「サステナビリティデータブック」「ASV STORIES」のすべてを読まなければなりません。「統合報告書」は統合戦略、「サステナビリティデータブック」は重要課題に関する詳細、「ASV STORIES」は努力が実った事例が記載されています。「サステナビリティデータブック」と同様に、「統合報告書2018」でも情報体系全体像(75ページ)を最初に持ってくれば、読み手が報告書間の関係性を理解しやすくなるでしょう。「統合報告書」だけを読んだ方は、サステナビリティに関する考察の多くを見落とすことになるでしょうし、味の素グループの努力の深さを完全に理解することはできないかもしれません。文中に貼られた報告書内外へのリンクが道案内として機能しており、個々の政策の詳細など追加情報を別の資料から入手するのに役立ってはいますが、現行の報告書体系では数値や指標を得るために資料間で相互参照しなければならず、読み手が大きな負担を強いられます。体系を整備してこの点を改善すると良いでしょう。

何にも増して重要なのは、味の素グループの報告書には、社会、経済、ガバナンスに関する2020年度目標、KPI、進捗を一所にまとめたダッシュボード(訳注:企業業績などのデータをまとめて表示する管理画面のこと)がないことです。「統合報告書2018」の52-53ページにある表「重視するESG30項目」はこれに近いですが、より詳細な説明が必要です。これらESG30項目は、SDGs、CGF、GRI、SASB、その他外部評価機関のフレームワークに沿っていますが、味の素グループのマテリアリティマッピングには完全に合致していないため、読み手はわかり難いと感じるでしょう。報告書にはSASB、GRI、パリ協定を参考にすると記載されていますが、これらの基準との整合性をもっと高めていくと良いでしょう。また、GRI、SASB、SDGs指標を利用すると読み手が必要な情報を見つけやすくなるでしょう。ASVにSDGsを関連づけたことは最初の一步としては良いですが、次の段階として、特定のSDGs指標とより明確な関連付けを行い、すべての社会価値目標に2030年度目標を設定すると良いでしょう。

「統合報告書2017」では、2017-2019中期経営計画に関する明確な戦略が提示されていますが、「統合報告書2018」では提示されていません。全体的に見て、2017年の方が2018年より読みやすいように思います。今後の報告書では、「サステナビリティデータブック2018」の97ページに埋もれてしまっている、会社概要のインフォグラフィックのようなものが最初の方にあると良いでしょう。また、「統合報告書2018」の最初に、事業別の売上・利益・市場シェア、そして可能であれば環境指標があれば、読み手が事業概要を理解しやすかったです。「事業セグメント別概況と成長戦略」の項では、日本食品、海外食品、(冷凍食品)、ライフサポート、ヘルスケアといったセグメント別の統計データが掲載されていますが、調味料、嗜好飲料、冷

セリーヌ・ルーベン・サラマ氏
(Celine Ruben-Salama)



コロニア大学 (NY)
サステナビリティ・マネジメントプログラム講師・教員アドバイザー (気候変動問題・サステナビリティレポート・戦略的IT実装を専門とする長期的事業戦略家)
FOR THE LONG-TERM, LLC
www.forthelongterm.com

凍食品、加工食品、おいしさソリューション、ライフサポート、ヘルスケア、その他といった製品カテゴリ別の世界全体の概要があると良かったと思います。ここに製品カテゴリごとの重要原材料に関する考察を加えれば、事業の成長と将来的な環境影響との関係が理解しやすくなるでしょう。

製品ポートフォリオに関してもう一点、現行製品のうち栄養価が高く健康的と考えられているものが何割あるのかが、「統合報告書2018」では明確にされていないように感じました。栄養バランスの改善という最重要のASVがあるのですから、「栄養ポリシー」や「栄養戦略ガイドライン」で設定された基準を満たしている製品がポートフォリオ内にどの程度あるのか、最も健康的なカテゴリの製品を増やすためにどのような目標を設定しているのか、統合報告書に明記すべきでしょう。自社独自の環境マークは、この問題を解決するために活用できるでしょう。今後の報告書では、「味なエコ」「ほっとするエコ」マーク付き製品の全製品中の割合や対売上比率があると良いと思います。次の段階として、環境マーク付製品への移行目標を示すのも良いでしょう。

品質とコーポレート・ガバナンスへのコミットメント

品質が味の素グループの活動の中核であることは明らかであり、ISO9001とHACCPやGMPなどの製造管理基準を取り入れたグループ独自の品質保証システムASQUAは、自社業務のみならずサプライチェーン全体に適用されています。ISO9001、14001、18600、26000シリーズが使用されていることから、継続的に改善に取り組んでいることや国際基準の順守に熱心である様子が窺えます。ただし、これらの認証を取得している製品や施設の数が一所にまとめて表示されていれば良かったと思います。

味の素グループには強固なコーポレート・ガバナンスの仕組みがあります。取締役会の効率性に対する評価基準は透明性が高く、役員報酬制度に中期業績連動型株式報酬を取り入れたことも素晴らしいと思います。2018年の「統合報告書」と「サステナビリティデータブック」の両方にリスク管理の仕組みがしっかりと記載されており、品質を重視する企業文化の証になっています。国際的な枠組みや取り組みに足並みを揃えようとする努力に沿うべく、今後の報告書では気候関連財務開示タスクフォースも取り入れると良いと思います。「味の素グループポリシー」は包括的ですがすべての関連分野を取り入れており、良いと思います。

達成像、目標、指標

「味の素グループの統合目標」で社会価値と経済価値を並べて表示していることは非常に良いですが、いくつかの基準とその表示方法に関しては改善の余地があると思います。

「コーポレートブランド価値」が米ドルで測定され、それ以外の財務指標が日本円で表示されている点は、不可解に感じました。これによっていたずらに信用が損なわれる可能性があります。修正や説明を加えることで簡単に解決できるでしょう。また、統合報告書の「味の素グループの統合目標」の項に記載されている社会価値目標の基準年が2015年度であることは、「サステナビリティデータブック」を読むまでわかりませんでした。統合報告書内の経済価値目標には2017年度の数値を含む過去5年の業績データが掲

載されているのに、なぜ非財務目標には2017年度の数値が記載されていないのか、当初疑問に思いました。また、財務目標は過去5年の業績データグラフとは別枠で表示されており、明確な基準年が記されていません。このような見せ方をすると、目標に対する進捗が少しわかり難くなるように思います。

「味の素グループ製品による肉・野菜の摂取量」指標は顧客内シェアの概念に似ていますが、どの程度になれば「うま味を通じてたんぱく質・野菜をおいしく摂取し、栄養バランス改善」という社会価値目標を達成できるのか、理解できませんでした。また、米国人としての視点で見ると、肉の消費を促進することはカーボンニュートラルを目指す試みと相容れないのではないか、健康的な食事を計測する基準として適切なのかと疑問に思う人もいます。米国では、野菜中心の食事をとることと肉の消費を削減することが健康的で地球への負荷削減になると考えられており、積極的に推進されています。

味の素グループは従業員を中核的な強みと捉えており、働きがいを実感する従業員の割合を80%にすることを2020年のASV目標に掲げ、いくつかの興味深いプログラムを実践しています。しかし、6つの社会価値指標のひとつにするのであれば、従業員にとっての「働きがい」とは何なのか、この指標の進捗を測定する「エンゲージメントサーベイ」はどのように行われているのか、より詳細な情報があった方が良くと思います。多くのプログラムは既に開発され、従業員の参画が始まっているようですが、ダイバーシティ、LGBT支援、シニア人材再雇用、障がい者雇用の拡大などいくつかのプログラムに関しては達成像や目標が示されていないように思います。また、女性の活躍や現地経営役員比率など、記載されている労務関連の統計のほとんどが管理者レベル中心になっているように見受けられます。非管理者レベルの工場労働者がASV戦略にどう適用するのかについて調べてみると、面白いのではないのでしょうか。全体的に見て、従業員の視点が報告書内に色濃く出でならず、トップダウンの経営スタイルが窺える内容になっていると思います。

「地球持続性」

味の素グループが事業を通じて解決すべき「21世紀の人類社会の課題」の中で、「地球持続性」は他の課題をはるかに凌ぐ成果を出しています。しかしながら、「統合報告書2018」8-9ページの「目標とする経営指標」では「地球環境への負荷を低減」に関する社会価値業績指標の詳細が記載されておらず、「p.26参照」とだけ記されています。このような記載方法だと、この分野は独立したもので、事業にうまく統合されていないという印象を与えてしまいます。しかし実際には革新的な解決策を実装しており、環境(CO₂排出)においても事業利益(発酵技術の改良やその他多くのプログラムからの利益)においても大きな成果を出しています。残念ながら、「統合報告書2018」は、環境分野における味の素グループの広範囲にわたる素晴らしい試みの底深さと幅広さを伝えきれていないと思います。それを理解するには、「サステナビリティデータブック2018」を読まざるを得ないという状況になっています。

環境目標はしっかりと構築されており、2020-2025年を超えて2030年や2050年まで長期にわたり設定されています。環境業績も高く、地球環境への負荷を低減するという誓約を守っていると思います。恐らく最も目覚ましい成果は、廃棄物のゼロエミッション目標99%以上を2016年以降維持していることでしょう。また、「バイオサイクル」プログラムにより、サーキュラーエコノミーの精神を取り入れ、持続可能な農業を支援し、「AJIFOL®」「ROOTMATE®」「アミハート®」などの製品を生み出していますが、これらの製品がどの程度売上や廃棄物の回避コストなどの事業利益に貢献しており、サプライヤーとの関係強化に役立っているのかが不明瞭です。

水に関しては、2005年度対比で生産量原単位の水使用量を80%も削減しています。水使用量や排水量の詳細な数値も表示されており、発酵関

連、食品関連、医薬・化成品・包材関連など事業カテゴリとの関係性も明示されているため、水の影響について読み手が簡単に把握できます。水使用量と排水量は時系列で比較されており、特に間接冷却水放流でかなりの効率化を実現していることがわかります。水使用量が削減していることを伝えるのも大事ですが、特に発酵事業は意欲的な成長計画が立てられているうえ、水使用量が最も多い分野であると推測されるため、今後は水利用に関するより詳細なデータの提示を検討すると良いでしょう。また、水は地域に根付いた問題なので、国ごとに水使用量と水不足との関係性を示すのも良いでしょう。

「サステナビリティデータブック2018」の炭素排出の項で、「製品ライフサイクル全体でカーボンニュートラルにします」という目標がありますが、2030年目標は2005年比で再生可能エネルギー利用率50%、温室効果ガス排出量50%減と設定されているにも関わらず「カーボンニュートラル」の用語を掲げると、誤解を招きかねないでしょう。それはともかく、排出量削減によりデカップリングの兆しが見えていることや、パリ協定に則って科学的根拠に基づく目標(SBT)を設定しているのは素晴らしいことです。冷凍食品がグループ事業のかなりの割合を占めていることを鑑みると、2020年までにフロン式フリーザーの撤廃、2025年度までに自然冷媒が低GWP150以下の冷媒への切り替えを宣言しているのは素晴らしいことです。この分野では、自社事業の範囲を超え、Consumer Goods Forum(CGF)と連携してより深く関与していることも評価できます。また、炭素削減プログラムは垂直統合されており、鉄道から船へのモーダルシフトなど物流関連の取り組みも進めています。これにより、物流分野のエネルギー使用量は2013年以来堅調に減少しています。これらの領域に関して膨大な量のデータが掲載されていることから、炭素会計の正確性に対して真剣に取り組んでいること、炭素排出と水使用におけるライフサイクル全体の影響をしっかりと理解している様子が見てとれます。ライフサイクルアセスメントや事業ライフサイクル全体のマテリアルバランス分析も行っており、炭素排出源の50%を原料が占めていることが判明しています。

「低資源利用発酵技術」にかなりの労力を投じていることは素晴らしいのですが、「サステナビリティデータブック2018」の58ページにある「発酵技術導入数」には、グローバルオペレーションにおける甚大な努力が反映されていないように見えますし、創出される経済効果60億円という数値がどのように算出されたのか不明瞭です。65ページにある原料・エネルギー削減技術の工場導入率は、2019年度までに93%の目標が設定されており、こちらの方がより強い印象を与えるでしょうし、納得できるデータであるように思います。他にも面白い取り組みとして、非可食バイオマスによる発酵技術の研究を行っており、自然資本評価の結果、社会的コストと自然資本への影響との両者において現行製法より非可食バイオマス利用の方が優れていることが判明しています。こうした研究をさらに進め、事業に統合することを期待しています。

容器包装の環境負荷を削減する試みのひとつとして、「環境アセスメントチェックリスト」と「容器包装エコインデックス評価表」を使用しています。他にも、本来の機能を損なわず、鮮度保持機能を維持しながら、プラスチック削減、リサイクルが容易な包材利用、輸送効率改善による物流適正化などの取り組みを行っています。プラスチックの使用禁止に向けた国際的な流れや日本の再商品化委託料の負荷(PETボトルの委託単価は前年比460%増とされています)に鑑みると、今後は使い捨てプラスチック製品やPETの使用削減プログラムにもっと力を入れ、報告書でも詳しく記載すると良いと思います。ISO18600シリーズの容器包装に関する実装数値や、容器包装由来の二酸化炭素排出・水使用・フードロス削減に関する定量データも掲載すると良いでしょう。

「食資源」と「地球持続性」は、「統合報告書2018」では別々に記載されていますが、「サステナビリティデータブック2018」ではまとめて記載されています。分類は両報告書で一貫性を持たせた方が良いでしょう。

「健康なこころとからだ」

健康と福祉に関する世界的な課題として、人口増加、高齢者人口増加、過剰栄養、不足栄養が挙げられており、現行、2030年、2050年の数値が記されています。「健康なこころとからだ」の項では、からだの健康(過剰・不足栄養や塩分過剰摂取など)と、こころの健康(一人で食べる、家族がバラバラに食べる、健康な食事を作る時間がない、現代の生活スタイルでは定期的にバランスのとれた食事をとる時間がないなど)の両課題に挑むと記されています。

からだの問題に関しては、乳幼児期・幼年期・少年期、若年女性、高齢期と、すべてのライフステージにおける栄養課題の解決を目指しています。これを実現するため、アミノサイエンスを活用した健康支援という非常に興味深い事業を活用しており、広範なプログラムと製品を導入しています。社会価値目標の指標のひとつ「人々の快適な生活の実現」も、アミノ酸製品の消費を前提としていますが、「統合報告書2018」内の「ASVを通じた価値創造ストーリー」ではこの指標について詳しく説明されていないように思います。この指標によってどのように「人々の快適な生活」を実現するのか、知りたいと思います。

ビジネスの観点で見ると、意欲的な拡大成長戦略を達成する手段として現地の嗜好に合わせることを重視しており、米国ではアジア料理とメキシコ料理というふたつの成長分野において、減塩に力を入れた冷凍食品を提供しています。しかしながら、より広く世界的なブランド認知を得るためには、現地の視点にも焦点を当てた方が良いでしょう。「サステナビリティデータブック2018」(20ページ)のうま味の項でもWord Umami Forum等が言及されていますが、米国では多くの消費者がMSGは健康に良くないと考えており、これを払しょくするにはかなりの啓発努力が必要になると思われます。相当多くの米国人がこうした偏見を持っているため、「うま味を通じてたんぱく質や野菜を摂取し栄養バランスを改善」という社会価値目標やASV事例に対し、最初は疑問を抱く人もいるでしょう。

人々の健康に貢献しているという国際的な名声を得、アミノ酸技術を使用した食品・原料・製品を通して人々の健康的な生活に大きく寄与したいという野心があるのであれば、こうした世論に正面から取り組んで行かなければならないでしょう。製品ポートフォリオの栄養価に対する透明性を高めているのは良いことですし、栄養に関するグループポリシーも適切な方向への一歩といえるでしょう。今後の展開を楽しみにしています。

アジアからの視点

このレビューでは、味の素グループの「統合報告書2018」とそれに付随する「サステナビリティ データブック2018」に記載された、持続可能性に関する同グループの取り組みについての報告を、アジアの視点から評価します。

味の素グループは現代の消費者に対する責任を自覚

ステークホルダーはこの報告から、味の素グループが長い間表明してきた立場や価値観を詳細に知ることができます。ステークホルダーが支援する困難な目標に対して、同グループが持続可能性の点でどのように取り組んできたのか、その概要が示されています。

味の素グループは世界中で栄養と健康の問題を支援しており、ビジネス感覚を社会的責任とうまく結びつけて示すことができます。これは結果として、消費者の生活水準を上げることにつながります。ASV(Ajinomoto Group Shared Value)は同組織の持続可能性に対するコミットメントを的確にまとめ、表現しています。

味の素グループの成功は、そのサステナビリティ戦略とステークホルダー(顧客、従業員、ビジネスパートナー)との洞察ある関係性づくりに大きく支えられてきました。こうしたステークホルダーには当然ながら、同グループの業績を支えている地域社会も含まれます。味の素グループの成功は、ステークホルダーの健全性と不可分です。ステークホルダーが繁栄すれば、グループも繁栄するのです。

潜在的価値観に基づく野心的な目標

価値観や信念、組織文化は、事業の持続可能性の基礎を成すものです。これらのレポートは企業の説明責任についてのグローバルスタンダードを満たしており、対照となる詳しいデータと説明があります。組織を核となる価値観や健全な企業文化といかに合致させていくかということは、「サステナビリティデータブック2018」の最初のページから繰り返し登場するテーマです。

考え方も統合された「統合報告書」

この報告では、持続可能なものの見方をどのように日々の業務に組み込んだらよいかを明確に示しています。財務目標と非財務目標の統合は、財政的な検討事項に限らず、心身の健康や社会、地域コミュニティなども含めた幅広い資本に対する、味の素グループの説明責任と管理責任を示すよい例です。

持続可能性に関する取り組みの優れた実績と開示

印刷物として出されるレポートと味の素グループのウェブサイトという主に2つの開示ルートを通じて、持続可能性に関する取り組みの実績をデータで明示しています。レポートでは豊富かつ詳細な内容の情報を提供しています。レポート全体を通して、目的や目標、実績をはっきりと曖昧な点を残さずに定義しています。

ASV

味の素グループは持続可能な開発目標(SDGs)に対するコミットメントを確認し、事業の目的に関連する目標ごとに定義しています。2018年は特に、コミットメントの強さが感じられました。ASVは、SDGsとの関連性を事業の運営と社会的価値の創出を通して示そうとするものです。

自然との共生

味の素グループは環境ガバナンスの分野におけるリーダーとして、社会的責任と持続可能な開発に対する高い期待に応えてきました。また、内部環境監査員などのスタッフを対象とした環境教育プログラムを通じて、組織全体に持続可能性の文化への道筋をつけてきました。

ワースー・シーヴィーバー氏
(Vasu Srivibha)



サシン経営大学院(サステナビリティビジネス、エンゲージメント)(タイ)
シニア・リサーチ・アソシエートおよびストラテジック・コーディネーター

2020年までに持続可能なパーム油と紙の100%調達を実現するという野心的な目標を掲げ、同グループが環境にもたらす影響の削減に向けてたゆまぬ努力を続けています。

技術

味の素(株)は **AJINOMOTO Park** というレシピサイトで人工知能(AI)の技術を取り入れました。同サイトでは、栄養バランスが最もよい献立を生活者が見つけられるようになっています。これは日々の暮らし(ここでは食習慣)に役立つ方法でどのように技術を応用できるかを示す素晴らしい例のひとつです。

味の素グループが社会に与える影響

味の素グループは、社会にプラスの影響を与えるという約束を順守しています。たとえばレポートの中で、同グループの製品が生活者に与える影響やグループの全体的な社会活動について詳しく説明しています。

人の育成

学習する組織として長い歴史をもつ味の素グループでは、もっとも魅力的な雇用主としての地位を保つため、将来を見越した人材育成システムを開発しています。今年から始まった「味の素グループアカデミー」は、未来のリーダー育成に対するコミットメントを再確認するものです。LGBTのニーズなど昨今の課題と関連した研修もグループ全体で計画されています。

改善すべき点

パートナーシップ: 社会的に恵まれない人や社会から取り残された人の食と栄養に関して、もっと複数のステークホルダーが関与する取り組みを開発することを考えてもよいかもしれません。こうした取り組みは、SDG17「パートナーシップで目標を達成しよう」に対する企業の貢献を具体化するのに役立つでしょう。

ワークライフバランス: 新しい世代がワークライフバランスの基本的な問題を抱えていることはどの国でも否定できませんが、特に東南アジアで顕著です。味の素グループは働く人のより健康なライフスタイルを奨励するため、「働き方改革」というプログラムを開始しました。従業員がバランスのとれた仕事習慣を実践するための対策やインセンティブを、さらに発展させてもよいかもしれません。

まとめ

組織の中で持続可能性の見通しを達成するまでの道程は、退屈で時間のかかるプロセスになるかもしれません。味の素グループは外部の指導を受けつつ、みずから考え、修正していかなければなりません。それに必要な職務能力はたいいて社内にあるものですが、このような広い視点で独自のニーズに敏感に対応している企業はほとんどありません。

過去の成功事例を足がかりに今後のさらなる発展を目指し、味の素グループはこれからも改善を重ね、持続可能性に向けた取り組みを進めていくことを約束しています。組織の持てる力を投入し、長期的な成功に欠かせない全体的な視点を保ちながら、事業の核となる「人々の暮らしの向上」という目的を休みなく追求していくことが、次の課題となるでしょう。

Eat Well, Live Well.

Ajinomoto
AJINOMOTO

味の素グループ

サステナビリティ データブック2018

表紙について

地球上の生命は、アミノ酸の誕生とともにその歴史が始まり、味の素グループは、創業以来アミノ酸をベースとした事業を展開してきました。表紙では、からだを構成する20種類のアミノ酸を通じて、地球上の生命と味の素グループのつながりを表現しています。

お問合せ先

〒104-8315 東京都中央区京橋一丁目15番1号
味の素株式会社 グローバルコミュニケーション部
E-mail: csr_info@ajinomoto.com
URL: <https://www.ajinomoto.com/jp/activity/>

2018年8月発行（前回2017年8月発行）



「アジバンダ®」は味の素株式会社のキャラクターです。