

<p>取り組み方針</p>	<p>主な取り組み実績 (2019年度、一部2020年度を含む)</p>	<p>参考資料 (IR: 統合報告書 2020 / SDB: サステナビリティデータブック 2020)</p>
<p>1) お客様起点で考える企業風土の醸成と、ガバナンス体制の確保</p>		
<p>経営のリーダーシップによりお客様起点で考える企業風土を醸成し、従業員への浸透を図ります</p>	<p>お客様起点で全てのオペレーションを磨き上げるとともに、従業員エンゲージメントを高めるマネジメントサイクルの導入(経営と従業員の対話等)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IR: P58 • SDB: P52 ~ 53
<p>お客様や社会の要望を企業活動に活かすことのできるガバナンス体制を確保します</p>	<p>「ステークホルダーの意見を反映させる適切な執行の監督」と「機動的な意思決定と実行」を両立させる、実効的なコーポレートガバナンス体制の構築に向けたコーポレートガバナンスに関する基本方針の策定</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IR: P61 ~ 67 • SDB: P97 ~ 98・P102 ~ 103 • コーポレートガバナンスに関する基本方針
	<p>サステナビリティ推進体制の構築</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SDB: P3 • 2021年3月8日付サステナビリティニュース
<p>2) お客様にとってわかりやすく安心できる情報提供</p>		
<p>お客様への情報提供においては、全てのお客様への配慮を欠かさず、責任ある活動を行います</p>	<p>"ICC Framework for Responsible Food and Beverage Marketing Communications"[※]を踏まえた「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」の改定 <small>※ International Chamber of Commerce (ICC) が制定している、マーケティングコミュニケーションの国際標準とされるフレームワーク</small></p>	<ul style="list-style-type: none"> • SDB: P35 • 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
<p>お客様が知りたい情報やお客様の選択・使用に有益な情報を、製品にわかりやすく表示するよう努めます</p>	<p>味の素グループ独自の品質保証システム「ASQUA (アスカ)」の規程・各基準類等に定められた品質監査に関する要求事項を統合した、「品質監査基準」の制定</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SDB: P36 ~ 48 • 味の素グループの品質保証
	<p>MSGの正しい理解の普及・促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IR: P40 • SDB: P45 ~ 48 • "Know MSG"
<p>ホームページ等で、企業情報・製品情報に加え、品質・栄養等に関するさまざまな取り組みについて公開します</p>	<p>製品の環境配慮に関する独自の環境マークの表示</p>	<ul style="list-style-type: none"> • SDB: P77 • 「味なエコ」マーク
	<p>グローバルサイトの改定(「Stories」等のコンテンツを通じた理解・共感の醸成)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • "Stories"
	<p>食と健康に関するリスクコミュニケーションの推進(「食と健康の未来フォーラム」の開催)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 食と健康の未来フォーラム 2020
<p>新型コロナウイルス感染防止に関する取り組みの発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IR: P15 ~ 16 • 新型コロナウイルス感染防止に関する取り組み 	
<p>「CGF グローバルサミット 2019」における、味の素グループのアミノ酸を起点とする取り組みやうま味に関する情報の発信</p>	<ul style="list-style-type: none"> • IR: P40 	

3) お客様の声の反映		
お客様との双方向コミュニケーションに努めます	お客様相談窓口での「お客様の声」件数：国内3社42,800件、品質クレーム対応時の満足度アンケートにおける「ご提起時の対応に満足」の回答97%	• SDB:P44
	家庭でのフードロスを削減するために役立つ情報や学習プログラムの提供	• SDB:P81 • 食卓から始めるエコライフ
	工場見学者62,130名(味の素株式会社の工場合計)	• 工場見学
お客様や社会の要望を受け止め、社内で共有し、製品やサービスの開発・改善を行います	多様化するライフスタイルや食へのニーズに応える製品・サービスの提供	• SDB:P32
	食物アレルギーに配慮した冷凍食品の開発・発売	• SDB:P33
	お客様の声を反映させる仕組みのグループ会社への展開(新規にマレーシア)	• SDB:P42
	お客様の声を反映し改善した製品の発売(「Cook Do [®] 」 醤瓶品種の瓶口拡大、「アミノバイタル [®] 」の口溶け改善等)	• SDB:P43
4) 事業を通じた社会課題の解決 (ASV [※] の実践) ※ Ajinomoto Group Shared Value		
現在のお客様、そして未来のお客様のために、地域・地球と共生し、事業を通じた社会課題の解決(「健康なところからだ」「循環型社会」「多様で豊かな社会」)、持続可能な社会の実現に貢献します。	健康なところからだ(食と健康の課題解決)への貢献(自治体・栄養士会・流通業・メディア等との連携による、日本各地域の生活者の健康栄養課題の解決への取り組み<「勝ち飯 [®] 」・「ラブベジ [®] 」・「ファミリークック [®] 」・減塩>)	• SDB:P11~35
	循環型社会実現への貢献(温室効果ガス排出量削減、水リスク低減、プラスチック廃棄物削減、フードロス削減、サステナブル調達実現)	• SDB:P59~96
	多様で豊かな社会の実現に向けた体制整備と施策の実行(ダイバーシティ&インクルージョン、人権尊重等)	• SDB: P49~59 ・ P87