

味の素グループ

サステナビリティ データブック 2017

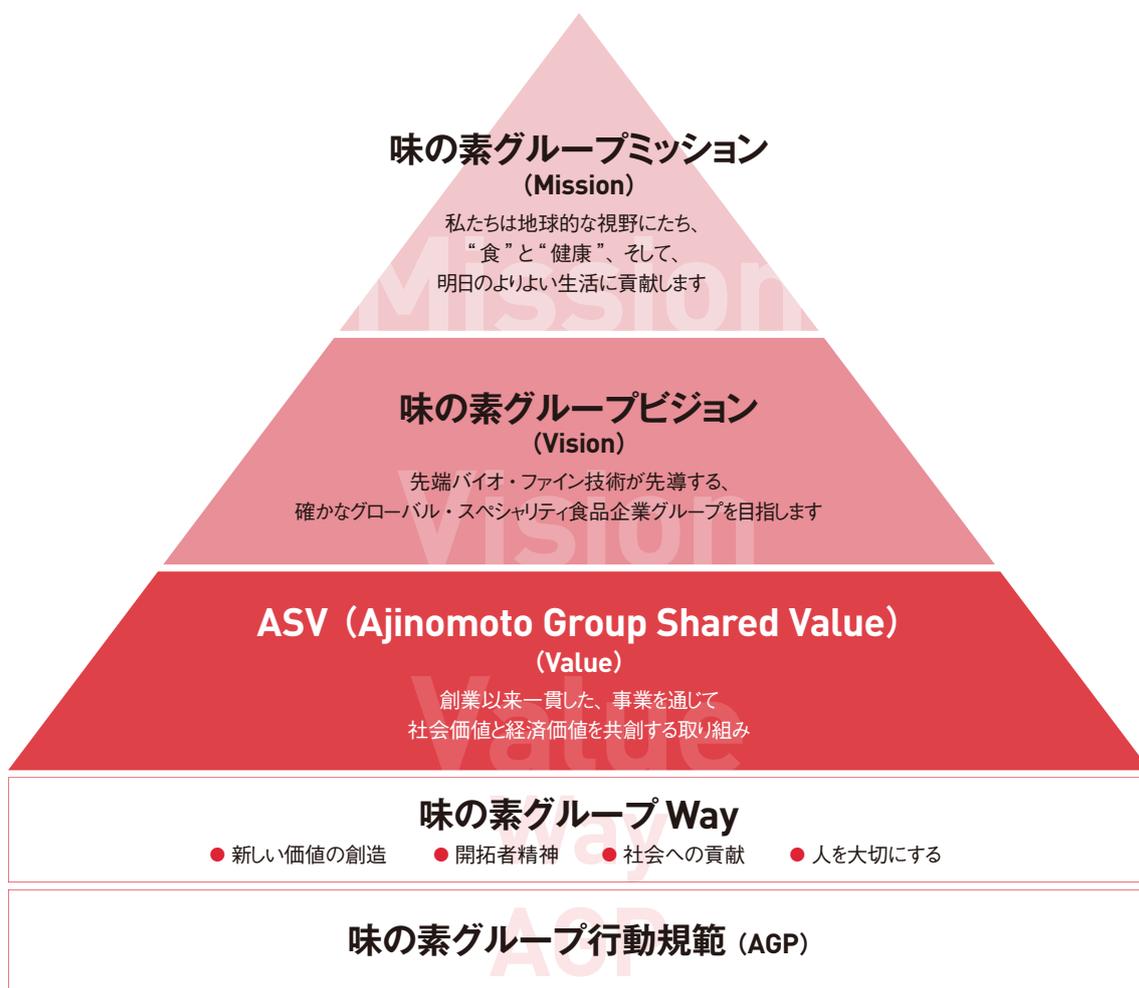
人と地球の未来のために —



味の素グループの目指す姿

Our Philosophy

コーポレートメッセージ Eat Well, Live Well.



『味の素グループ サステナビリティデータブック 2017』 編集方針

味の素グループは、2016年より『統合報告書』を発行し、味の素グループの財務・非財務情報から、企業価値の向上に直結する特に重要度の高い情報を集約、ストーリー化してご紹介しています。

『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の詳細な報告を行うためのツールとして発行しています。

この『サステナビリティデータブック』は、ASV (Ajinomoto Group Shared Value) をもとに味の素グループの全体像を事例を交えて紹介する特集と、ISO26000の7つの中核主題に基づく詳細報告で構成されています。

サステナビリティ実現に向けた味の素グループの取り組み



CONTENTS

1 味の素グループの目指す姿／編集方針

2 目次

味の素グループの事業とCSR

3 社会課題を解決し、社会と価値を共創する
ASV(Ajinomoto Group Shared Value)

5 事業活動と社会価値・経済価値のつながり

7 味の素グループのマテリアリティ

8 重要課題の特定プロセス

9 ステークホルダーとの対話・連携

11 特集1 健康なところとからだ



25 特集2 地球との共生



41 特集3 ガバナンス:多様な人財



2016年度活動報告

47 サステナビリティ実現に向けた
味の素グループの企業責任(CSR)

48 **組織統治**
責任ある経営で企業価値を高める

56 **公正な事業慣行**
倫理的で誠実な取引の実践

66 **人権**
事業にかかわるすべての人の権利を大切にす

71 **労働慣行**
一人ひとりが能力を発揮し、働きがいのある会社へ

92 **環境**
すべてのいのちの基盤、地球持続性を守る

118 **消費者課題**
お客様とともに築く持続可能な社会

137 **コミュニティ**
地域に暮らす人々とともに築く発展

149 味の素グループ グローバルネットワーク

付録

- 味の素グループ行動規範・方針類
- データ編(人事・労務／環境)

Webサイト

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

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(2017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

2016年度(2016年4月～2017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。

発行日:2017年7月(ハイライト版)

2017年8月(フルレポート)

前回発行:2016年10月(フルレポート)

『統合報告書2017』はWebサイトで公開しています。

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



社会課題を解決し、社会と価値を共創する ASV(Ajinomoto Group Shared Value)

■ 世界の課題に向き合い、世界とともに行動する

世界ではグローバル化が進む一方で、各国・地域にはそれぞれ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ぬ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。SDGsでは、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。



■ 味の素グループが考える、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)や社内外でのステークホルダーとの対話など、多様な観点を織り込みました。

「21世紀の人類社会の課題」は「地球持続性」「食資源」「健康なところとからだ」の3つの社会課題からなります。これらの課題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。

その後、社会情勢や事業の動向を踏まえながら、3つの社会課題の中で注力すべきテーマを都度見直し、活動を継続してきました。



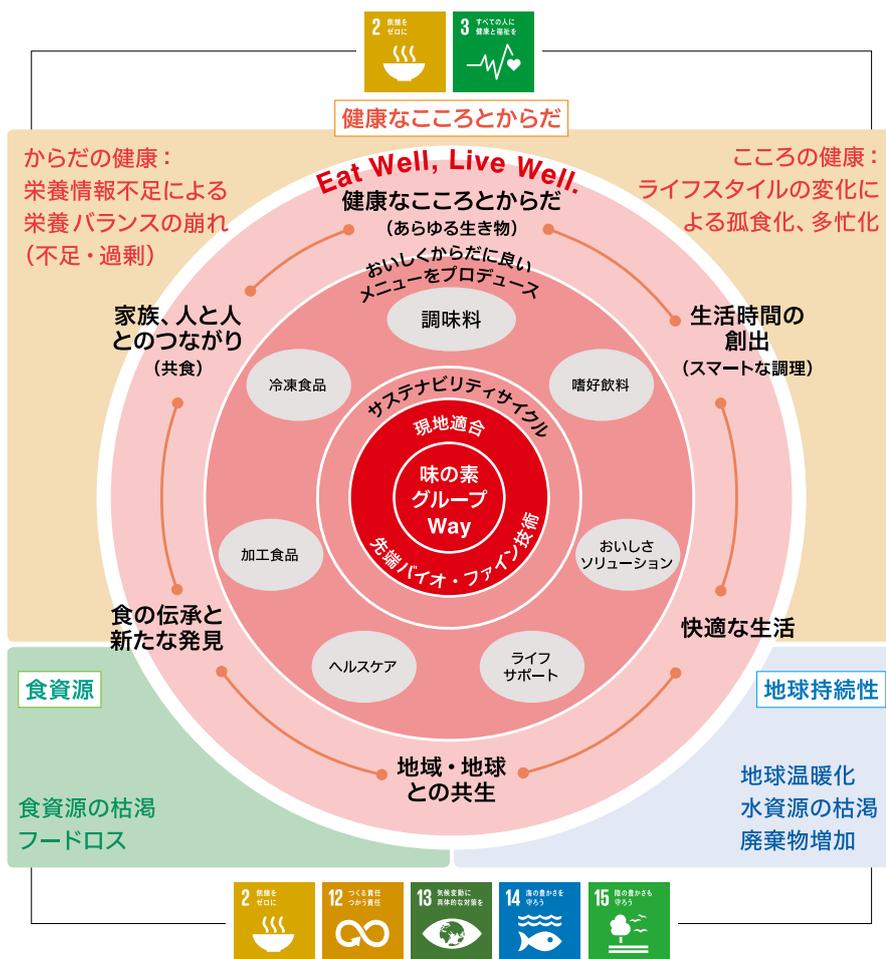
■ 課題解決と価値創造の両立を目指して

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んできました。そして、地域や社会とともに価値を創造することで経済価値を創出し、成長し続けてきました。2014年、この一連の価値創造を「ASV(Ajinomoto Group Shared Value)」と呼び、事業活動そのものであると位置づけました。そして、ASVを強く推進していくことこそが、「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」の実現につながると考え、ASVの進化を中核とした「2017-2019 (for 2020) 中期経営計画」を策定しました。

社会課題は常に変化し続けており、その解決策も一つと限られた

ものではありません。ASVの実践にあたっては、常に世界の課題を意識しながら、味の素グループの持つ強みや技術、思いをどのように課題解決に活かすことができるかを考え、行動し続けることが重要です。そのためには、ステークホルダーとの継続的な対話や、生活者に対して味の素グループの思いや行動を伝える丁寧なコミュニケーションが、今後も継続して必要であると考えています。

あらゆる生き物のいのちの基本である「食」に関わるビジネスを行っているからこそ、味の素グループならではの方法で社会課題の解決に貢献できると確信し、これからも活動を進めていきます。



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

社会との協働 人財と組織

味の素グループが解決すべき社会課題 味の素グループが目指す創造価値

事業活動と社会価値・経済価値のつながり

「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」

ASVを通じてサステナブルに成長し、グローバルトップ10クラスとして、価値を創造し続ける

統合価値

コーポレートブランド

社会・経済価値の創造を通じてブランド価値を向上し、より大きな価値創造へ

2020年度 ブランド価値目標 = 1,500百万USD～

2020年度 統合目標

非財務(社会価値)

財務(経済価値)IFRS



S: 社会 E: 環境 G: ガバナンス

*1. タイ、ブラジル、インドネシア、ベトナム、フィリピン *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. 2016～2019年度比較

SDGsと味の素グループの事業のかかわり

SDGsでは、あらゆる国と地域のあらゆる人を対象に、栄養課題を解決することが明示されました。この課題解決に、味の素グループは事業活動を通じて貢献できるものと考えています。

味の素グループに期待すること(有識者アンケートの結果より)

健康なところから



- 栄養があり、保存性が高く、廉価で入手できるなどの特長を持つ食料・食品を世界規模で展開・普及させることで、開発途上国の弱者・貧困層(とりわけ5歳以下の乳幼児や不利な立場に置かれがちな女児・妊産婦など)の栄養状態を改善し、健やかな成長につなげてほしい



- アミノ酸をはじめとする機能性食品の研究開発を通じて、特に高齢者の栄養問題への取り組みに期待する



ガーナ、マラウイにおける栄養改善プロジェクト

ベトナム学校給食プロジェクト

食資源・地球持続性



- 日本近海などを中心に、水産資源の状況は危機的なものとなっている。これを早急に改善し、持続的な利用を可能にすることは最終製造メーカーとしての責務



- 今後の人口増加や気候変動も踏まえ、持続可能な生産と消費は事業にとっても重要で、農業生産者まで遡っての支援が必要。取り組むべき作物や項目を具体化して、問題が大きなものから順に注力してほしい



- 特に日本においては、フードロスの課題は目標値を立てて取り組むべきテーマ。政府セクター、流通、消費者、NPOなどを交え、業界のリーダーとしての取り組みを期待する



持続可能な農業に貢献する「パイオサイクル」

「食卓からのエコライフ」提案



カツオ生態調査への参画



森を守り、水を育む「フレンドリー」の森 森づくり活動

事業活動の基盤



- 特に途上国では、食や育児の役割が女性の肩にかかっており、次世代の創出と育成、社会改善のスピードアップの点からも、女性のエンパワメントが一番の近道であろうと思う



- 真に差別のないディーセント・ワークとはどういうことか、「百聞は一見にしかず」の場を創出してほしい。味の素グループのバリューチェーンに加わることで、働く人の誇りとなって、それがグループの成長にもつながる、ポジティブなスパイラルに期待する



- 栄養改善や、その他複合的な社会課題を解決していくためには、様々なハードルがある。同じ課題意識を共有するステークホルダーと協業することでこれらの困難を乗り越え、さらには味の素グループが中核となったアライアンスを構築し、世の潮流を動かしていく役割を期待する



ガーナ栄養改善プロジェクト 女性販売員の起用



グローバルHR会議

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

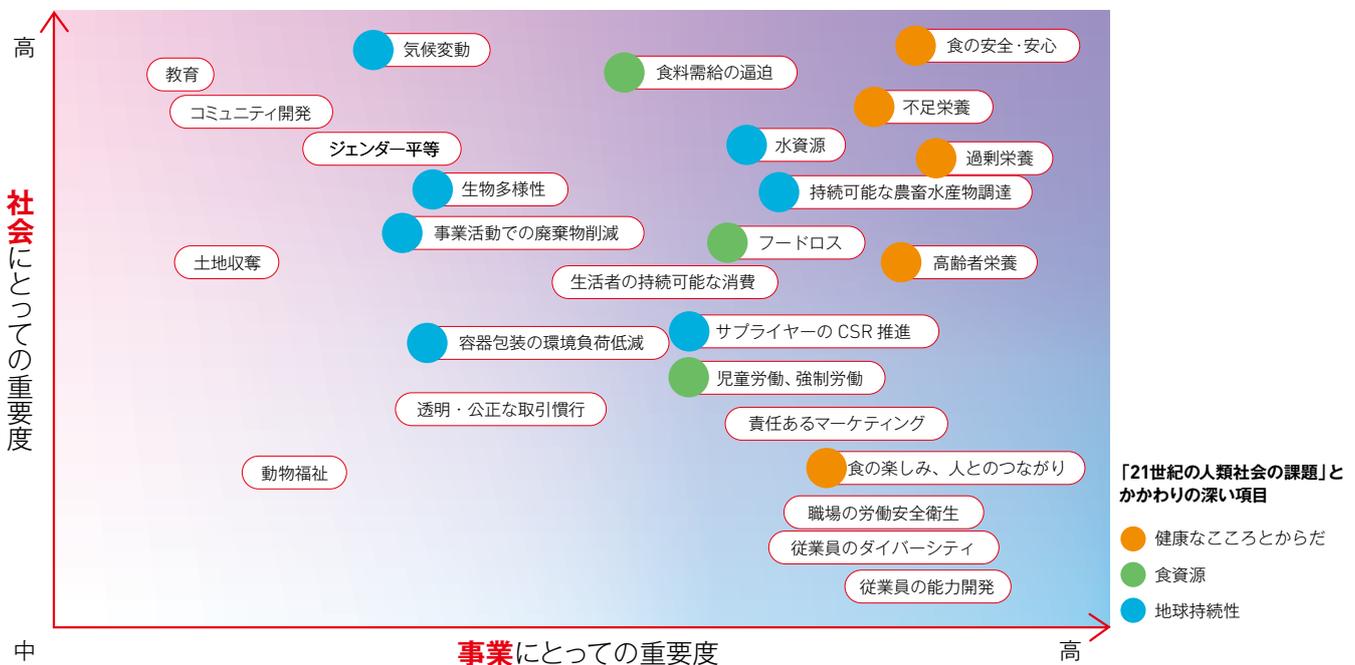
味の素グループでは、社内外の対話を通じて、創業100周年にあたる2009年に「21世紀の人類社会の課題」を整理しました。これは、「地球持続性」「食資源」「健康なところからだ」の3つに対して、特に事業を通じて貢献していく意思を表したものです。

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

めの前提条件であるとともに、味の素グループならではの技術力や製品開発力、バリューチェーンへの提案を通じた貢献にもつなげていけるよう、各部門の計画に反映されています。

また、重ねた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年にマッピングを整理し、それに基づく活動を推進してきましたが、新しい社会動向を踏まえて2017年に見直しを図りました。

■ 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年改訂)



■ マテリアリティ項目の更新

2015年に味の素グループのマテリアリティ項目を整理して以降、パリ協定の発効や国連持続可能な開発目標(SDGs)の採択など、サステナビリティに関連する世界的な動きが続いています。またグループ内でも、「2017-2019中期経営計画」を策定する過程で、マテリアリティに関しても議論が重ねられました。

こうした動向を踏まえ、マテリアリティ項目をアップデートし、今後の活動に反映する必要があると私たちは考えました。

マテリアリティ項目を更新するにあたっては、社内各部署から収集した意見、および社外有識者56名にご協力いただいた「SDGsと味の素グループへの期待」に関するアンケートで集められた指摘・意見等を参考にしました。

[主な変更点]

各項目の重要度の再検討

「持続可能な農畜水産物調達」「サプライヤーのCSR推進」「フードロス」「水資源」「児童労働、強制労働」は、事業とのかかわりが深く、社外からも率先して取り組むべきとの期待が高かったため、重要度を高めました。

項目の追加

中期経営計画やSDGsの観点を反映し、「食の楽しみ、人とのつながり」「生活者の持続可能な消費」「容器包装の環境負荷低減」を追加した。

表現の変更など

「人財育成」を「従業員の能力開発」「従業員のダイバーシティ」に分割する、「腐敗防止」を「透明・公正な取引慣行」に変更するなどの修正を行った。

重要課題の特定プロセス

味の素グループでは、事業を通じた価値創造を行うにあたって、活動の重要度・優先度を明確にするために、社外の有識者・専門家から様々な形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、事業や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をしています。



有識者に対するアンケート調査

(これまでに社内ワークショップやダイアログ、社外での様々な活動でご一緒させていただき、味の素グループの活動にご理解をいただいている方を対象としています)

実施時期 2016年8月

対象 社外有識者56名

マテリアリティ項目の見直しに関する回答の一部

事業の観点から「社会にとっての重要度」で食や栄養に関する項目が高くなっているが、もう少し長期の視点で考えるならば、気候変動、水資源、廃棄物削減などのテーマが高くなってもおかしくないと思われる

右上のほうにマッピングされている項目は、事業とのかかわりが強く重要。それを継続し、発展させていくためには、インプットとなる「持続可能な農畜水産物調達」がより重要な課題となるのではないかと

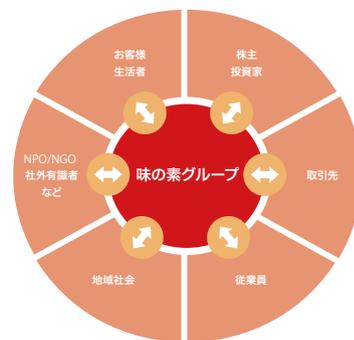
企業のバリューチェーンにおける人権リスクはサプライチェーンで高くなっているため、「サプライヤーのCSR推進」は社会・事業のどちらの軸でもっと高くあるべき

マテリアリティ項目の中で、重要度を上げるべきと回答された主な項目(複数回答)



ステークホルダーとの対話・連携

味の素グループが世界の人々から信頼される真のグローバル企業となるためには、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成長していく必要があります。継続的な対話や連携を通じて、社会・環境に貢献できる存在となることを目指していきます。



| 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(国内食品5社、海外法人の一部) 味の素(株)のレシピ&コミュニティサイト「AJINOMOTO PARK」 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・サービスを改善商品へのご指摘時の対応満足向上の取り組みを実践(→消費者課題 P129-132) 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(→消費者課題 P133-136) 味の素(株)国内3事業所工場見学者数 2016年度実績約5.8万人 |
| 株主・投資家 | <ul style="list-style-type: none"> 年次株主総会 決算説明会 国内外機関投資家との個別対話 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・ガバナンス体制の強化(→統合報告書2017 P50-61) コーポレート・ガバナンス報告書更新(2017年6月末) 『味の素グループ 統合報告書2017』発刊(2017年7月末) 第3回味の素グループのESG関連への諸取組みの説明会～食とアミノ酸を通じた健康な生活への貢献～(アナリストおよび機関投資家向け)(2017年3月) |

社外ステークホルダーから寄せられた期待と提言



株式会社
レスポンスアビリティ
代表取締役
足立 直樹氏

SDGsという世界共通のフレームワークの下、社会の共通課題に対してさらに一歩踏み込んだコミットをしたと理解しました。グローバル食品企業トップ10クラス入りを目指すためには、サプライチェーン上での水、土地、エネルギーの課題、さらにそこに関わる人々の生活や人権への配慮など、原材料の持続可能性を確保することが重要です。また、アミノサイエンスという他の食品メーカーにはない強みを活かして食にまつわる環境負荷を徹底的に削減するなど、さらに高いレベルでの活動も必要でしょう。一方で、食は人間社会の最も基盤をなすものであることを考えれば、中期計画に掲げられたSDGsの課題以外にも、食や調理の習慣を変える、多様なライフスタイルに合わせたスマート調理の提案などで目標5のジェンダー平等など、さらに広範囲での貢献が可能でしょう。食品業界の真のグローバルリーダーとなることを期待しています。



(公社)日本消費生活
アドバイザー・コンサル
タント・相談員協会
代表理事 副会長
大石 美奈子氏

温暖化の加速、紛争・テロによる生活の場や農地の喪失から、食料のひっ迫が予見されます。一方、「フードロス」も世界的な課題で、新興国では原料生産や製造段階で、また先進国では消費者啓発を通じて、味の素グループが「フードロス」削減に果たす役割は大きいと感じます。SDGsの目標12「持続可能な生産と消費」の実現のため、企業として製品にライフサイクル視点で取り組むことはもちろん、消費者には原料調達から廃棄までの“モノの一生”を伝えることが事業者の使命です。特に、農畜水産物が原料となる食品業界では、「持続可能な調達」の方向性を企業が積極的に示すことで、サプライチェーンまた業界全体に大きな影響を与えることができます。味の素グループがあらゆる技術を駆使して世界をリードし、人々の生活、特に食生活面に貢献することに期待しています。



リーダーシップ・
アカデミー-TACL 代表
**ピーター D.
ピーダーセン氏**

味の素グループの非財務目標の中で、「環境目標」は具体的かつ大胆な目標が設定されており、非常に良いと思います。一方、社会関連目標と指標は、無理やりに「社会目標」と「事業性」を連動させているように感じます。もっとストレートに、例えば「世界に跨るサプライチェーンにおける労働者の保護と生産者の保護・支援・課題解決に向けた協働」、「栄養失調がみられる国や地域での栄養改善への貢献」、「栄養過多が多くみられる国や地域での栄養の適正化への支援」など、わかりやすい目標にしたほうがよいのではないのでしょうか。ガバナンスの目標設定に関しては、「グローバルトップクラスの多様で倫理観の高い人財」や「グローバルトップクラスの多様な人財がステークホルダーの意見に耳を傾け、地域と価値を共創します」といったニュアンスがあると、よりふさわしいのではないかと感じます。

| 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 |
|-----------------|--|--|
| 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 ● SAV(取引先の自己診断チェックツール) | <ul style="list-style-type: none"> ● 取引先がCSR関連項目について自己診断チェックを通じて課題を認識(→公正な事業慣行 P58) ● 個別の重要原料ごとに持続可能な調達に向けた考え方・方針の伝達(→公正な事業慣行 P59-62) |
| 従業員 | <ul style="list-style-type: none"> ● 「味の素グループWayセッション」 ● 「ASV(Ajinomoto Group Shared Value)セッション」 ● 階層別・部門別研修 ● Ajinomoto Group Principles(AGP)に関する意識調査アンケート ● AGP(行動規範)を考える会 ● 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」は2015年度末までに国内外の全従業員約33,000人が受講完了 ● 「ASVセッション」は2017年度末までに全従業員が受講完了予定(→労働慣行 P74) ● AGP浸透 AGP(行動規範)を考える会 2016年度実績：31回、297人参加(→組織統治 P53) ● ホットライン通報件数 2016年度実績国内グループ全体63件(→組織統治 P53) |
| 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 ● 財団による奨学金等の活動(世界4カ国) ● 自然災害の被災地に対する復興支援活動 ● 社会・環境貢献活動「Smile Earth!」 | <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 ● 東日本大震災復興支援活動「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」を2011年より継続(2017年3月までに2,452回実施、延べ約37,500名参加)。料理教室を通じて栄養指導を行うとともに、住民間のコミュニケーションを促進(→コミュニティ P147-148) |
| 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活動に対するご意見・提言をいただく対話 ● 「食・栄養」分野で活動するNPO・NGOを支援する「AINプログラム」 | <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に社内で検討(→味の素グループの事業とCSR P8-10) ● AINプログラムの支援実績(1999～2016年度開始分): 79件/14カ国、受益者数 約14万人、総額3億1千万円(→コミュニティ P141-142) |



一般財団法人
CSOネットワーク
事務局長・理事
黒田 かをり氏

食品産業はSDGs(持続可能な開発目標)のすべての目標に密接に関わります。飢餓問題の解消、栄養改善、食資源と安全性、廃棄物の削減、水の管理などに加えて、ここ数年、世界に伸長するサプライチェーン上の人権尊重や気候変動対策への関心が急速に高まっており、社会や環境に配慮して生産される食品を選択する消費者も増えています。国際NGOのオックスファムは、2013年より大手食品・飲料10社の環境や人権への取り組みを評価する「The Behind the Brands Campaign」を実施しています。喫緊の課題として、小規模農家の所得向上、農村女性の意思決定への参加、土地の権利の確保、農場や水産加工における労働環境の改善などがあります。その解決方法として、地元住民との十分な対話、同業他社や政府を含む他セクターとの連携(コレクティブ・インパクト)、責任ある調達方針の徹底などが求められます。



東京経済大学
現代法学部 講師
寺中 誠氏

企業活動を行う上で、人権への配慮は絶対に欠かせません。グローバル企業に求められることは、人権問題は完全に予防することはできず、必ず発生するものだと認識のもと、問題が生じた場合にその解決に向けて真摯に取り組むことができるガバナンス体制を整備することです。そのためには原材料調達から販売に至るバリューチェーン全体のトレーサビリティを把握し、事前の人権に関するリスクを整理し、グループ内あるいはサプライチェーンにおける責任の所在を明確にしておく必要があります。また、人権問題の影響を受けたステークホルダーの意見を聞き、その意見を反映させた改善措置を取る透明性の高いガバナンスの構築も求められます。もし問題が発生した場合でも、真摯に対応し、確に解決できれば、かえって企業の評価を高めることになります。

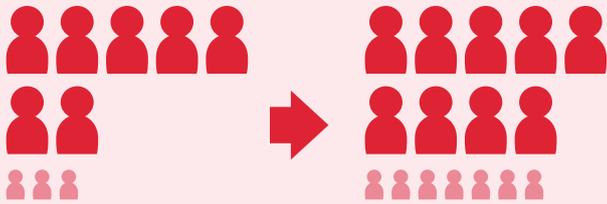


仙台大学
上級研究リサーチャー兼
アドバイザー
農学博士
遠藤 保雄氏

2016年から国連栄養改善10年計画がスタートし、「飢餓・微量栄養素の欠乏」と「肥満」という世界が直面する2つの栄養問題に官民挙げての取り組みが急務です。そうした中、味の素グループは2017年2月に、社会価値を創出することで経済価値を向上させることに加え、栄養改善という社会課題に貢献するASVの考え方を打ち出しました。味の素グループは、「味の素®」、風味調味料などの調味料の提供により、多様な食品の摂取を促すノウハウを持ち、そのビジネスは途上国、新興国、先進国という経済発展の異なる地域にまたがります。また、民族・宗教、食生活・食料生産の違いを踏まえた豊かな食卓づくりに知見を有しています。栄養改善には摂取する食料の量・質の確保と多様な組み合わせの追求が不可欠ですが、味の素グループにはその知見を活かし、栄養改善のCSVビジネスモデルづくりのフロントランナーとしての役割を期待しています。

健康なところとからだ

世界人口



2015年

2050年

73億人※1 **97億人**※1

栄養過剰



BMI 30

肥満
(2014年)

BMI 25

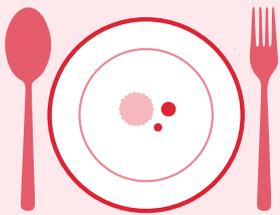
過体重
(2014年)

6億人※4 **19億人**※4

(1980年からほぼ倍増)

「健康なところと
からだ」を
取り巻く
世界の課題

栄養不足



飢餓・慢性栄養不足
(2015年)

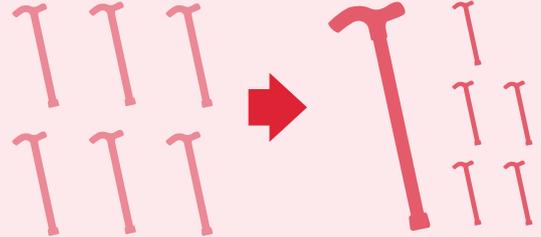
8億人※2



微量栄養素欠乏
(2013年)

20億人※3

65歳以上人口



2015年

2050年

6億人※1 **15億人**※1

※1 UN (2015) ※2 FAO (2015) ※3 FAO (2013) ※4 WHO (2015)

味の素グループの使命

人が生きるために欠かせない「食」の未来を、ステークホルダーの皆様とともに切り拓いていく。それが味の素グループの目指す姿です。世界中で「健康なところとからだ」を実現するために、具体的な目標を持って挑んでいきます。

創業以来培ってきた食とアミノ酸の知見を活かし、製品を展開する130超の国・地域に根ざして事業を展開しながら、様々なレベルの栄養課題の解決に貢献します。

関連の深いSDGs項目



- ① 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。
- ② スマートな調理[※]と、うま味をベースにしたおいしいメニューの提案を通じて、食の楽しさとおいしさを実現し、こころとからだの健康に貢献します。
- ③ たんぱく質・アミノ酸の持つ栄養及び生理機能の科学的な研究によって得られた信頼できるソリューションを提供します。
- ④ 生活者がより健康的な食品の選択と実践に役立つ様、公的機関の指針に基づくだけでなく、表示とコミュニケーションを自ら工夫し推進していきます。
- ⑤ 栄養に関わる社会的な活動および様々なステークホルダーとのコミュニケーションを、絶えず続けていきます。

※ 楽しく、上手に、買い物も含む食事の準備、調理、食後の後片付けができること。

2020年度統合目標における「Social(社会)」の目標

- ① 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 | 野菜の摂取量 |
| 860 万トン | 550 万トン |
| 年 | 年 |
| 19% (9.7kg/人/年) | 8% (6.2kg/人/年) |
| 対2015年度+3% (+2.0kg) | 対2015年度+2% (+1.6kg) |

日本：「Cook Do」5品目、「ギョーザ」Five Stars：風味調味料製品を対象

- ② 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

70 回/世帯/年
対2015年度+20回

日本：「Cook Do」5品目、「ギョーザ」Five Stars：風味調味料製品を対象

- ③ 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)

3,800 万時間/年 (6時間/世帯/年)
対2015年度+700万時間

日本：「ギョーザ」「やわらか若鶏か揚げ」「ザ★チャーハン」、スープ「クノール®カップスープ」3品目

- ④ 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

2,200 万人
対2015年度+400万人

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®」等

おいしく、栄養バランスに富んだ食で 世界中にこころとからだの健康を届ける

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きました。その根幹にあるのは、日本食の「だし」を起点に日本で発見された基本味の一つ、「うま味」です。うま味は日本固有のものではなく、トマトやチーズをはじめ、世界中の様々な食材の中にも含まれています。その土地で入手しやすい食材を組み合わせ、うま味を効かせたおいしい料理が、世界各地に息づいています。

食事のあり方を考えるとき、一つひとつの料理のおいしさはもちろんのこと、栄養バランスに優れていることも重要です。料理を組み合わせる「献立」、なかでも日本食の「一汁三菜」の考え方は、バランスのよい食事の一つの形です。日本で培ってきたそれらの知恵を活かし、各国・地域のライフスタイルや食習慣、食のニーズに応えながら、各地で最適な製品を開発・販売すること。そして、各地の食材や定番メニューを活用し、バランスのよい食事を実践するための情報発信やコミュニケーションにも注力すること。こうした、徹底して現地に適合する事業活動によって、世界各地で起きている栄養課題の解決に貢献していきます。

それと同時に私たちは、食事をする「場」をよりよいものにする提案も行っています。誰もが簡単に調理でき、忙しい中でも料理を楽しむことができる。そうして作った料理を、世代を超えてみんなで味わい、おいしさや楽しさを分かち合う。そんな食卓を実現することで、空腹を満たすだけでなく、こころも健やかに満たす食事を実現できると考えています。

こころとからだの健康を、世界のすべての人に届けるために。
味の素グループはこれからも挑戦し続けます。

おいしく、バランスのよい食事づくりの提案

毎日をより健康に過ごすためには、「何を食べるか、どのように食べるか」を考えた食事が重要です。栄養課題は各国・地域で異なるため、味の素グループでは各地で最適な製品を提供するとともに、栄養バランスがよいメニューや献立の提案を行っています。

「Masako®」



インドネシア味の素社は、風味調味料「Masako®」のパッケージ裏面で栄養バランスの良いメニューを紹介しているほか、食実態と栄養課題を踏まえ、テレビCMで「おいしくてからだどころに良い」共食メニューを提案しています。



「ラブベジ®」



「AJINOMOTO PARK」の「ラブベジ®」特集

「ラブベジ®」とは「Love(愛)」+「Vegetable(野菜)」の造語で、1日あたり350g以上の野菜摂取を後押しする活動

味の素(株)名古屋支社では「もっとおいしくたくさん野菜を食べてもらおう」をテーマに、2015年度より「ラブベジ®」プロジェクトを発足。旬の素材を使って30分以内で調理できるレシピを組み合わせ、十分な量の野菜を摂取できる献立を提案しています。

参照

「AJINOMOTO PARK」内「ラブベジ®」特集

<https://park.ajinomoto.co.jp/recipe/corner/lovevege/>

参照

サステナビリティデータブック2016 特集1 P5

伝統食をより簡単に、よりおいしく調理できる製品の提供

世界各地には、それぞれ長い時間をかけて育まれた「おいしさ」があり、多様な嗜好や価値観、食へのニーズが根付いています。味の素グループでは、各地に特有の「だし」を手軽に使えるようにした風味調味料や、家庭料理の定番メニューを手軽に美味しく味わえるメニュー調味料を数多くラインナップしています。

「Sarsaya®」



フィリピン味の素社が販売する「Sarsaya®」は、濃厚なカキのエキスを主原料とした本格的なオイスターソースです。フィリピンの伝統料理である空芯菜炒めをはじめとする家庭料理が「おいしくなる、本物のカキの味がする、子どもが喜ぶ」と評判です。

「SAORI®」



インドネシア味の素社が販売する液体調味料「SAORI®」は、「いつもの料理を新たなオリエンタル・テイストで簡単に美味しく調理できる」をコンセプトとしています。購入しやすい小袋単位での販売に加え、現地でよく食べられる空芯菜や豆腐を使ったメニューを生活者に提案しています。

「ともに作り、ともに食べる」ことで「こころの健康」を醸成

「こころとからだの健康」を実現するためには、「食」を多角的に捉えることが必要です。味の素グループは、製品・サービス、生活者とのコミュニケーションなど、あらゆる機会を通じて、食や栄養の持つ意義・可能性を世界中の皆様とともに考え、実践していきます。



味の素冷凍食品(株)では、噛むことが難しくなった高齢者でも食べやすいメニューをWebサイトで紹介。冷凍食品を使い「食材をカット」「あんをかける」などひと手間加えれば家族と同じ食事を楽しめる簡単レシピを提案をしています。

参照

おじいちゃん、おばあちゃんもいっしょに食べよう!
冷凍食品活用術
<https://www.ffa.ajinomoto.com/recipe/katsuyoujutsu/>



味の素(株)は、食材ムダなく、おいしく食べ切る「食卓からのエコライフ」を広げる活動に取り組んでいます。

「食エコ」を考える場を通して、誰もが簡単に料理をする楽しみや、いっしょに食べる喜びを伝えていきます。

参照

消費者課題 P133-136
食卓から始めるサステナブルなライフスタイル提案

参照

食卓から始めるエコライフ
<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/environment/eco/>

栄養バランスの改善で、一人ひとりの健康を実現する



一人ひとりの目的に応じた、バランスのよい食事の提案

■ 毎日の栄養バランスを整える「勝ち飯®」

「食」は毎日の生活の中で最も大切な事柄の一つであり、誰もが「おいしく食べて健康に暮らしたい」と願っています。健康なカラダづくりの基本は、バランスのよい食事を摂ることですが、近年、生活習慣やライフスタイルの変化から、日々の食事におけるたんぱく質・野菜の不足や、糖・脂肪の摂りすぎなど、栄養面の課題が顕在化しています。

味の素グループは創業以来、食やアミノ酸に関する研究を重ね、世界トップレベルの開発力・提案力を蓄積してきました。そうした知見を活かし、生活者の様々な健康ニーズに製品やレシピ提案を通じて応えていきたいと考えています。その思いを実践するための提案の一つが、味の素(株)が進める「おいしく食べてカラダづくりとコンディショニングを実践しやすくする食事」=「勝ち飯®」の取り組みです。

■ アスリートのカラダづくりの知見を応用

「勝ち飯®」は、これまで味の素(株)がトップアスリート向けに実践してきたスポーツ栄養サポートを起点としています。

味の素(株)は2003年より、日本オリンピック委員会(JOC)と共同で「ビクトリープロジェクト®」を推進。日本代表選手団および候補選手に対して、食とアミノ酸を活用してコンディショニングのサポートを行ってきました。

こうしたアスリートに対する栄養管理のアドバイスや献立づくりから得られた経験・知見が、一般生活者向けの「勝ち飯®」の提案に活かされています。

■ 「何のために食べるか」を意識した食事の提案

「勝ち飯®」が重視しているのは、「何を食べるか」ではなく「何のために食べるか」を考えることです。カラダづくりや健康維持の目的に合わせて、1日3度の食事をバランスよく揃えとともに、必要な栄養素をタイミングよく摂取するための「補食」も活用することを勧めています。家庭での実践にあたっては、たんぱく質・野菜をしっかりと摂るために、うま味を効かせた汁物を活用するアイデアを紹介しています。

このような食を通じたカラダづくり・コンディショニングの考え方は、積極的にスポーツに取り組むアスリートや部活生はもちろん、万全の体調で試験に臨みたい受験生や、夏バテや寒さなど季節による体調変化を乗り切りたい生活者、欠食しがちな若年層など、様々な目的やニーズを持った人々に有効であると私たちは考えています。

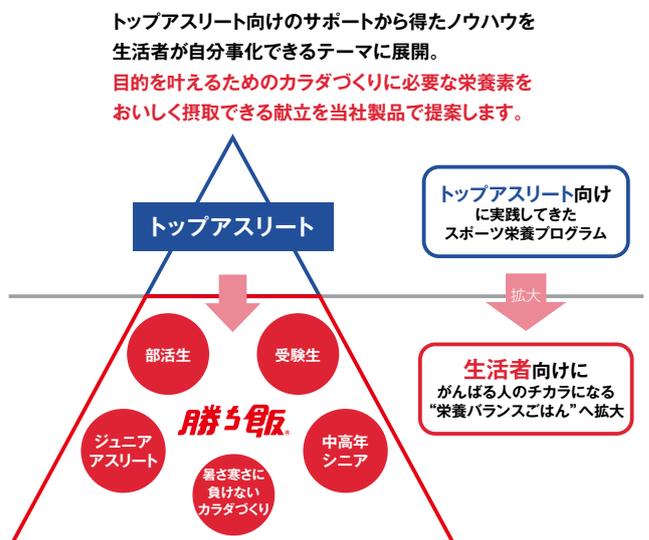
さらには、健康診断の結果を受けて生活を改善したい中高年層や、加齢による身体の変化に負けず若々しい生活を送りたいシニア層のニーズにも応えていくために、味の素グループは今後も研究を重ね、多様な目的に合う、より信頼性の高い提案の実現を目指していきます。

参照

「AJINOMOTO PARK」内「勝ち飯®」レシピ
<https://park.ajinomoto.co.jp/recipe/corner/kachimeshi/>

参照

サステナビリティデータブック2016 特集1 P6



多様な製品で、栄養ニーズに応える

栄養バランスを欠いた生活によって、世界中で様々な健康課題が発生しています。肥満は従来、先進国に多く見られましたが、新興国でも欧米式の高脂肪・高カロリー of 食事が一般的になったことで、増加の一途をたどっています。肥満は、糖尿病や高血圧などの生活習慣病患者を増やすリスク要因でもあり、寿命を縮める原因にもなります。

こうした課題を解決するためには、日常的な食生活の中で栄養バランスを改善していくことが重要です。

味の素グループでは、減糖・減脂・減塩の調味料や甘味料、加工食品を提供することで、こうした健康課題の解決に貢献していきます。

また、減塩のために調味料を単純に減らすと物足りない味になりがちですが、うま味の豊富な食材を使ったり、調理を工夫することで、満足度がありながら減塩を実践できます。味の素グループの持つうま味に関する知見をもとに、うま味を効かせて減塩するアイデアについても、広く一般に提案していきます。



TOPICS

高い技術力で、減塩とおいしさを両立する製品を開発

塩分の過剰摂取は、三大疾病をはじめ、各種生活習慣病の発症リスクを高めます。調査によると、現在の日本人の塩分摂取平均量は、男性11.0g/日、女性9.2g/日であり、厚生労働省指針の塩分摂取基準(男性8.0g/日、女性7.0g/日)を超過、さらにはWHOが推奨する摂取ガイドライン(5.0g/日)とも大きな乖離があります。世界的に見ても、多くの国々でWHO推奨ガイドライン値を大幅に超えているという実態があり、塩分の過剰摂取は日本のみならず世界的に大きな課題となっています。

味の素(株)はこの課題に向き合い、減塩の率を高めながら「おいしい食品」を実現する研究開発を進めてきました。その中で、アミノ酸による塩味の増強作用、γ-PGA^{※1}による食塩代替素材の苦味マスキング、独自呈味・風味素材による嗜好性付与に着目。これらを製品領域ごとに最適な形で組み合わせ、減塩率50%以上を達成することを目指した技術の構築を進めています。

この技術の活用は、国内製品にとどまらず、アメリカの味の素インザー社でも展開。冷凍米飯製品で、30%減塩品が開発されました。

今後も世界に先行して、新規減塩素材の探索、高度なアプリケーション開発により、社会課題の解決に向けた取り組みを深化させていきます



※1 γ-PGA(ポリグルタミン酸):アミノ酸の一つであるグルタミン酸が長くつながったもの。納豆のネバの構成成分として知られている。サトウキビから発酵法で作られる。

アミノ酸とうま味の持つ価値を 世界の人々と共有する



日本古来の知見が導いた、「うま味」の発見や発酵法の確立

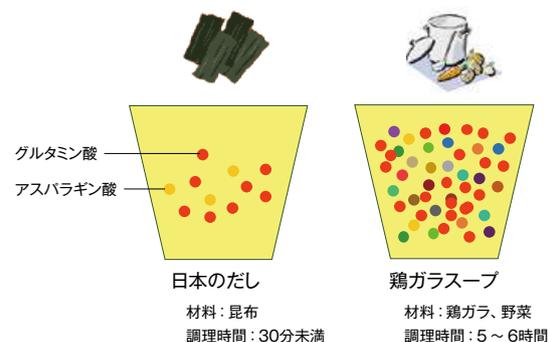
地球上の生命の源であるアミノ酸は、自然界で約500種類が発見されています。そのうち、人間の体のたんぱく質を構成しているのはわずか20種類。中でもグルタミン酸は、微生物や植物、動物などすべての生物が体内で合成し、自然界に最も多く存在するアミノ酸の一つです。食べ物にはグルタミン酸が豊富に含まれ、母乳中にもグルタミン酸が最も多く存在しています。つまり、世界のすべての人が、生まれたときからグルタミン酸に親しんでいるのです。

生命に欠かすことのできないグルタミン酸ですが、その味が発見されたのは約110年前のことです。日本人の池田菊苗博士が、昆布だしの主要な味の成分がグルタミン酸ナトリウムであることを解明し、その味を「うま味」と名付けました。この発見には、日本の食文化が強く影響しています。西洋やアジア圏のだし(スープストック)は肉や野菜を長時間煮込んで作られ、20種類のアミノ酸のほとんどが含まれています。一方日本の昆布だしに含まれる主要なアミノ酸はグルタミン酸であることが、その味の発見につながったのです。

池田博士はうま味の発見にとどまらず、「うま味を庶民の生活に役立つ調味料にして、国民の栄養状態を改善したい」と研究を続行し、グルタミン酸ナトリウム(MSG)の製法を開発。それを1909年にうま味調味料「味の素。」として商品化したことが、味の素(株)の事業の始まりです。

グルタミン酸を効率的に製造するために様々な手法が検討され、現在では発酵法が主流となっています。日本の気候風土が日本特有の多くの伝統的な発酵食品を創り出してきましたが、同時に微生物を育む土壌や微生物・菌類の優れた研究が日本で手掛けられてきたことが発酵法によるグルタミン酸の製造技術の確立につながっています。さらに、発酵法によるグルタミン酸の製造技術はその他多くのアミノ酸の製造技術確立につながり、アミノ酸工業の大きな発展の礎となりました。

日本と他の国のだし(スープストック)比較



「UMAMI」の持つ価値を広く伝え、語り合う

グルタミン酸の味=うま味は、世界中誰もが日々味わっていますが、明確な味質を持つ甘味、塩味、苦味、酸味に比べると曖昧で捉えにくい味です。一方で、和食の味わいの要はうま味であり、日本人の健康長寿とうま味のかかわりが世界に認識され始めています。

こうした背景を受け、味の素グループは、うま味の持つ価値をグローバルに、専門家から一般生活者まで幅広い層に向けて、科学的知見に基づき発信していくことが大切だと考えています。2017年からは「UMAMI Project」をスタートさせ、うま味とMSGに関するコミュニケーションを多角的に行っています。

「UMAMI Project」の主な取り組み

調査・解析

社会文化人類学・
生命科学の観点から
うま味を解析し、
価値を検証する

世界中の人々のためのUMAMI情報&価値共有の場 WORLD UMAMI FORUM (仮称)

UMAMI 料理コンテスト

世界各国で、うま味を活用したメニューを募集し、グローバルに発信。エンターテインメントの側面から、うま味の情報発信・価値共有を行う。

UMAMI カンファレンス

2018年にニューヨークで、国際会議を開催予定。栄養の専門家を対象に、おいしさとうま味、健康・栄養価値について座談会やトークセッション、展示等、これまでとは違った観点から、サイエンスコミュニケーションの場を設定し、うま味/MSGのさらなる訴求を目指す。

世界各地に「うま味／MSG」が普及することを目指して

うま味／MSGの知見を世界各地に広めるために、味の素グループは様々なセミナー・講演会等を開催しています。特に、実際にうま味を味わい、MSGの効果を体感して理解し、参加者が自分の言葉で説明できるようになることを目指して、体験重視型のセミナーに力を入れています。

■ エジプト・カイロ大学での「UMAMIセミナー」

カイロ大学農学部は、イスラム圏でも有数の歴史と規模を誇っています。2016年10月、農学部の研究者たちがうま味の持つ価値について理解を深める機会を提供するために、大学主催の「UMAMIセミナー」が開催されました。味の素(株)とNPO法人うま味インフォメーションセンターは、このセミナーを全面的に支援。エジプト料理にうま味を取り入れることで、エジプト国民の健康増進に貢献できるという趣旨のもと、国際産学連携を目指して取り組みました。

セミナーは、理論編と実践編の2部構成。理論編では、うま味の基本情報に加えて、エジプト料理でよく利用される各種うま味素材について、カイロ大学のシャヒナズ教授が解説。エジプト産トマトは他国産と比較して特にうま味成分含有量が多く、エジプト人は無意識のうちにうま味を味わっているといったことが紹介されました。また実践編では、減塩野菜スープに「味の素®」(MSG)を添加したスープの比較体験を実施。参加者の98%が味の違いを認識し、80%が「味の素®」を加えたスープのほうがおいしいと感じ、「味の素®」が減塩に有効であることが体感を通じて理解されました。

■ プロマシドール社での社内幹部セミナー

2016年11月、味の素(株)はアフリカ36カ国で事業展開する大手加工食品メーカー、プロマシドール・ホールディングス社の株式売買契約を締結しました。プロマシドール社が有するアフリカでの強固な販売基盤と、味の素(株)の製品開発力・生産技術力の相乗効果で、現地の豊かな食生活に貢献することを目指します。

ともにビジネスを推進する前提として、プロマシドール社内でうま味やMSGを正しく理解してもらう必要があります。そこで2017年3月、CEOをはじめとする幹部に対するレクチャーをガーナで実施、さらに同年5月には、3年に一度のプロマシドール社エグゼクティブ会議が南アフリカで開催され、アフリカ各国から集まった同社社員約50名に対して、うま味とMSGの講義を行いました。ここでも体験を重視し、うま味が口の中でどのような感覚を引き起こすのかをドライトマトや減塩野菜スープを用いて参加者全員が体感。MSGの安全性問題がいつどうして起こったのか、様々な風評がどのように世界に広がっていったのかを伝えることで、社員たちはうま味とMSGに対する理解を深めました。2日半にわたる会議では、風味調味料や即席麺、コク味物質やフレーバーを加えた製品開発の可能性など、今後の製品・事業展開のヒントとなる情報も共有されました。



シャヒナズ教授による講演の様子



減塩野菜スープと、うま味調味料「味の素®」を添加したスープの比較体験の様子



プロマシドール社でのセミナーの様子



うま味体験に用いられたドライトマトとチーズ、野菜スープ

アミノサイエンスで実現する 健康で快適な生活



アミノ酸の持つ力を人々の健康に役立てる

■ アミノ酸の力を活かした独自の製品で健康をサポート

アミノ酸はたんぱく質の構成成分であるだけでなく、個々のアミノ酸には多様な役割があり、健康への貢献も科学的に解明されつつあります。

アミノ酸には体内で合成できないアミノ酸(必須アミノ酸)と、日々体内で合成されているアミノ酸(非必須アミノ酸)があります。必須アミノ酸は食事から摂取する必要がありますが、毎日の食事の中で必要なアミノ酸を摂取するのは難しい場合もあります。そのようなときには、栄養機能食品やサプリメントを活用することも、健康を維持するためには役立ちます。

味の素グループは長年にわたりアミノ酸研究を続け、人々の毎日の生活と健康をサポートする独自の技や製品を開発してきました。

■ シニア世代の筋肉づくりを支えるアミノ酸の力

世界に類を見ない超高齢社会を迎えた日本では、高齢者が尊厳を持ち、自立して豊かな人生を享受できる社会基盤を築くことが急務です。高齢期のQOL(Quality of life:生活の質)を向上させるためには健康寿命の延伸が重要な課題となりますが、そのためには

筋肉の維持が大きな影響を及ぼします。

シニア世代では、筋肉が徐々に衰えることが深刻な問題です。対策として適度な運動とたんぱく質・アミノ酸栄養の摂取が求められますが、高齢になるにつれて食が細くなると、必要な量のたんぱく質を食事からだけで摂ることは難しくなります。そこで味の素グループでは、アミノ酸の機能を活かした製品を提供することで、シニア世代の筋肉づくりをサポートしています。

味の素(株)が開発した独自組成であるロイシン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代以上の方の、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。

筋肉のもととなる栄養素はアミノ酸です。中でも必須アミノ酸の一つである「ロイシン」は筋肉をつくり出すシグナルの働きがあります。そのため、「ロイシン」の比率を40%まで高めた必須アミノ酸が効率的に筋肉をつくりだすことができるのです。また、アミノ酸がたんぱく質よりも速やかに体内へ吸収されることも効率的な筋肉づくりにつながります。

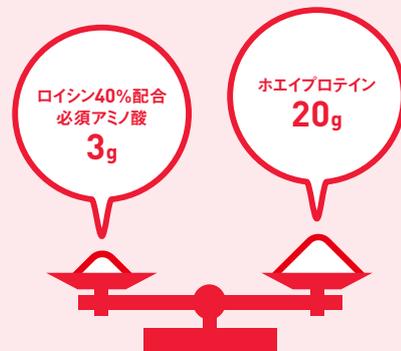
ロイシン40%配合必須アミノ酸を3,000mg配合した、“60代からの筋肉維持に役立つ筋肉づくりと歩く力をサポート”する「アミノエール®」と「アミノエール®」ゼリー ロイシン40^{※1}は、加齢によって衰えるシニア世代の筋肉対策の一助となることを目指した製品です。

たんぱく質の1日推奨摂取量60gを摂取するためには…



高齢者(体重60kg)の場合、日本人の食事摂取基準(2015年版)において、1日のたんぱく質推奨量は約60gとされています。

ロイシン40%配合必須アミノ酸は、理想のたんぱく質と呼ばれる、ホエイプロテインと同等の“筋肉をつくる力”があります



ホエイプロテインは、効率的に筋肉づくりができることから、理想のたんぱく質と呼ばれています。ロイシン40%配合必須アミノ酸には、わずか3gで、ホエイプロテイン20gを摂取した場合と同等の“筋肉をつくる力”があることがわかっています。

※1 「アミノエール®」ゼリー ロイシン40は「アミノケア®」ゼリー ロイシン40からブランド変更した製品です。

日々の暮らしに活かすアミノ酸の力

■ 毎日の食事で、より手軽にアミノ酸を

現代、特に日本における生活者の食ニーズは、世代や家族構成などを超えて複雑化・多様化しています。そのような食ニーズに応えながら、アミノ酸をバランスよく摂取するために、様々な食品にアミノ酸の機能を付加するという方策が考えられます。味の素グループではこれを「食品へのアミノ酸インサイド戦略」と呼び、今後取り組みを強化していきます。

アミノ酸インサイド戦略では、味噌汁やスープ、ふりかけ、カレーなど、日常的に食卓に並ぶメニューの中にアミノ酸ミックス製品を加え、食事や補食を食べることで必要なアミノ酸を摂取できるようにすることを目指します。

味の素グループは、健康と栄養の概念をすべての製品に反映させ、製品を通じて総合的に人々の食生活の向上に貢献するとともに、アミノ酸と食品の融合を実現させていきます。

■ 食品へのアミノ酸インサイド戦略強化

- ◆ アミノ酸の新たな価値創出
- ◆ 新たな食品加工技術創出
- ◆ 販売会社、小売業者へのNew Merchandising



■ 社内でも、アミノ酸で従業員の健康な生活をサポート

味の素(株)では、食堂や給茶機などでのメニュー提供を通じて、従業員が日常的にアミノ酸を補給できる環境を整え、健康づくりに役立てる取り組みが始まっています。

味の素(株)が開発した9種の必須アミノ酸からなる独自組成であるロイシン高配合必須アミノ酸を配合したカレーを期間限定で本社、川崎事業所、東海事業所の各食堂で提供



ロイシン高配合必須アミノ酸を配合したメニューを食べる社員



本場で提供されたメニューの一例

ロイシン高配合必須アミノ酸を配合した飲料を本社・京橋地区内の給茶機に導入



TOPICS

「機能性表示食品」で、生活者に正しい情報を提供する

味の素グループでは、長年にわたるグローバルでのアミノ酸研究に基づく科学的なエビデンスに裏付けされた製品の機能情報を生活者にわかりやすく、適切な表示で提供しています。



■「グリナ®」
すみやかに深睡眠をもたらし、ぐっすりとした眠りとさわやかな目覚めをサポートします。
参照
プレスリリース
https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2015_08_05_1.html



■「アミノエール®」
“ロイシン40%配合必須アミノ酸”が60代からの筋肉維持に役立つ筋肉をつくる力と歩く力をサポートします。
参照
プレスリリース
https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2016_02_23.html



■「アミノエール®」ゼリー ロイシン40
“ロイシン40%配合必須アミノ酸”が60代からの筋肉維持に役立つ筋肉づくりと歩く力をサポートします。
参照
プレスリリース
https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2017_07_06_03.html



■「毎朝ヒスチジン®」
“ヒスチジン”が疲労感を軽減し、頭の冴えや単純な記憶と判断を必要とする作業の効率向上をサポートします。
参照
プレスリリース
https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2017_01_23.html

ベトナム全土で、栄養バランスのよい 学校給食の普及を目指す ～ベトナム・学校給食プロジェクト～



食の知見やノウハウを提供し、課題解決に役立てる

ベトナムでは農村部を中心に、必要な栄養素が欠乏し、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。一方で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。一つの国の子どもたちの間で、栄養不良の二重負荷 (Double Burden of Malnutrition) が起きています。

同国では、学校給食が提供できない地域が依然として多くあります。また、給食が提供されている都市部の小学校でも、栄養バランスのとれた給食メニューを作るのが困難です。その背景には、国として栄養士制度が確立されていないこと、給食調理担当者や教師、親たちの栄養に対する知識や認識が十分でないこと、給食に求められる摂取カロリー、微量栄養素、塩分や糖質の制限、炭水化物・タンパク質・脂質バランスなどを定めたガイドラインがないこと、給食のための調理設備が整っていないことなど、多くの課題が存在しています。

そこで味の素社は、2012年より「学校給食プロジェクト」を開始。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、ベトナム全土で栄養バランスのよい学校給食が普及することを目指して活動を続けてきました。

プロジェクトを通じて、献立のメニューブックや食育教材の開発・配布、給食のオペレーションや衛生管理レベルを向上させるモデルキッチンの設置をベトナム各地で推進。並行して、献立メニュー開発用ソフトウェアの開発も進めました。2016年12月には、教育訓練省によってこの献立ソフトがWeb上に公開され、全国の小学校からの使用登録の受付を開始。2016年度末までに、1,022校でソフトウェアが導入され、急速に普及が進んでいます。

現在、味の素グループの素社では、全国61か所の営業拠点(デポ)のデポ長や、外食営業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。2019年までに、給食の調理設備を持つ4,061校、約142万8,000人の子どもたちに、栄養バランスに富んだ学校給食を提供することを目標に、今後も活動を継続していきます。

プロジェクトの主な内容

- 1 主要都市における学校給食メニューの標準化
- 2 調理設備改善のためのキッチンモデルの確立
- 3 栄養計算ソフトウェアシステムの開発と全国への普及



栄養や食事マナーに関する授業の様子。味の素グループの素社が作成した食育教材が活用されている。



日本の衛生管理レベルを基準に厨房設備の標準化を推進。配膳・下膳を児童が行うセルフサービスも導入。



献立ソフトをWebで公開。栄養バランスのよいメニューを作るための様々な機能が準備されている。

VOICE プロジェクトに参加して、変わったこと

給食が変わったことで、生徒たちの食習慣も変わったと感じます。家でも「野菜をもっと食べたい」と言っているようです。献立ソフト

は栄養の知識が少ない私でも使いやすく、性能が優れていて、新しいメニューの組み合わせも考えられるおもしろさもあり、高く評価しています。



Trung Trao 小学校の校長
Phan Van Tri さん

母親たちからの声

- 娘は昔から好き嫌いが多く、野菜と魚が苦手でした。プロジェクトが始まって、給食のメニューが毎日変わるようになり、何でも食べられるようになったのはうれしいですね。娘に頼まれて、給食で出てきたメニューを私が作ったこともありますよ。
- 子どもが幼いころは太っているほうがいい、肉類を多めに食べさせて野菜はどうでもいいと思っていました。だから好き嫌いも多かった。小学校の給食を食べるようになって、残さず食べるようになり、健康的な体つきになった子どもを見て、私の考え方も変わりましたね。

VOICE 多角的な取り組みを継続することで、バランスのよい給食の意義が広まっています

プロジェクト開始当初から、子どもたちや保護者に栄養バランスがよく、種類が豊富でおいしい給食の大切さを理解してもらうことに力を入れてきました。給食前に生徒に対して食物に関する知識やその恩恵を定期的に教育したり、保護者会でプロジェクトの主旨を説明するなどの取り組みを積み重ねたりしてきたことが、全国展開につながっていると感じています。今では、小学校の先生や保護者からたくさんの方の良フィードバックをいただき、私たちの取り組みを高く評価いただいています。また、地元のメディアでもプロジェクトに関する報道が増えています。今後もベトナムの若者の栄養状態の改善と健康な生活に貢献するため、プロジェクトを全国に広めていきたいと思っています。



ベトナム味の素社
コーポレート本部副本部長 広報部・総務部管掌
Nguyen Van Trung



栄養情報を“正しく”伝えることのできる栄養士の養成と地位認定の制度創設をサポート ～ベトナム栄養関連制度創設プロジェクト(VINEP)～

2009年に、ベトナム国立栄養研究所(NIN)と味の素(株)イノベーション研究所がうま味と栄養課題に関する共同研究を実施したことを発端に、2011年より日越連携プロジェクトが始まりました。この活動を通じ、同国初の栄養士養成制度(栄養士コースがハノイ医科大に設置)されるとともに、行政に協力して栄養関連制度に関する啓発活動を継続的に行い、2015年にはベトナムで初めて栄養士という職種を法律で定める(ジョブコード)ことにも成功しました。2017年8月には同国初の栄養士が誕生します。彼らが得た“正しい”栄養知識の普及や栄養課題の改善を進められるよう、さらに踏み込んだ制度の確立を目指して、プロジェクトは現在も進行中です。



日本の栄養専門家とハノイ医科大栄養士コース学生との対話をハノイで行いました。(2017年6月)



ハノイ医科大学栄養士養成課程の1期生卒業式(2017年8月)

※2017年度よりVINEPは(公財)味の素ファンデーションに移管されました。

参照

コミュニティ P138-140

世界各地の「食・栄養」分野の課題解決に向けて

貧困撲滅を目指した栄養不良の解消



離乳期の栄養改善で、子どもの未来を支える

「持続可能な開発目標(SDGs)報告2016」によると、2014年の時点で発育不全状態にある5歳未満児は1億5,860万人で、全体の4人に1人に上るといわれます。また、低栄養は特に途上国で深刻な課題であり、栄養改善は今や国際的な急務となっています。栄養不足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。この期間の栄養不足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、2009年より、政府機関や大学、国際NGO、企業等の様々なパートナーとともに離乳期の子どもの栄養改善を目指すプロジェクトをガーナで推進。離乳食の栄養バランスを強化するアミノ酸入りサプリメント「KOKO Plus」の開発・製造・販売を実現してきました。販売では、現地の女性起業家が活躍していま

す。彼女たちが地域の人々と十分にコミュニケーションを行い、栄養の大切さや「KOKO Plus」が果たせる役割を説明し、理解してもらうことを最優先に取り組んでいます。また、地域のイベントや集会、ローカルのラジオや町内放送などの機会を活用して「KOKO Plus」とそれがなぜ必要なのかを知ってもらい、継続して使ってもらうことを目指しています。

2017年4月、味の素(株)が設立した味の素ファンデーションが公益財団法人として認定取得しました。ガーナ栄養改善プロジェクトをはじめとする食を通じた社会貢献活動やソーシャルビジネスは、今後味の素ファンデーションへ移管し活動を継続します。

味の素(株)は財団へのサポートを通じて、今後も課題解決に貢献していきます。

マラウイで始まった、低栄養の子どものための栄養治療食開発

世界の5歳未満児のうち、約1,600万人が重度の消耗症とされています。急性あるいは重度の栄養不足で死のリスクに直面しているこうした子どもたちの多くは、アフリカ・アジアの途上国に暮らしています。貧困国では病院による治療が困難なため、近年は母乳とあわせて栄養治療食(RUTF)を用いたコミュニティでの治療が一般的になってきています。

こうした背景を踏まえ、味の素(株)はアイルランドのチャリティー団体バリッド・ニュートリションと協働し、マラウイでRUTFの開発を進めています。アフリカの主食は穀類ですが、タンパク栄養が不足しています。そこで穀類にアミノ酸を添加することで栄養効果の高いRUTFを開発しました。2015年10月から栄養効果試験を実施し

十分な栄養改善効果が認められました。今後、将来の事業化を視野に入れ、ASVの実現に向けて活動を推進していきます。



RUTFの試食品と、それを食べる子ども

ソーシャルビジネスを通じて、 企業が栄養不良の解決に挑む意義

2017年2月、味の素(株)取締役社長 最高経営責任者(CEO)の西井孝明と、グラミン銀行創設者のムハマド・ユヌス博士の対談が実現しました。ガーナ栄養改善プロジェクトをテーマに、食品企業が栄養改善に取り組む意義や、ソーシャルビジネスという手法のあり方について意見を交わしました。



経済学者であるムハマド・ユヌス博士は、1983年にバングラデシュでグラミン銀行を創設。農村部で導入した貧困層向けの無担保少額融資「マイクロクレジット」が貧困対策の新しい方策として注目されました。また、グラミン銀行はソーシャルビジネスを含む多様なビジネスを展開し、「グラミン・ファミリー」と呼ばれています。こうした功績が認められ、博士は2006年にノーベル平和賞を授与されました。

ユヌス博士は以前から味の素(株)のガーナ栄養改善プロジェクトに関心を抱いており、来日を機に対談を行うこととなりました。

当日は、西井CEOからガーナ栄養改善プロジェクトの意義やこれまでの経緯を説明。現地で政府やNGO、国際機関、企業などの多様なステークホルダーとともにオープンイノベーションのパートナーシップを構築することで、より効率的・効果的に持続可能なビジネスモデルを生み出そうとしていることを伝えました。

ユヌス博士には「KOKO Plus」の試食もしていただき、プロジェクトに対する評価や期待についてお話いただきました。



(左)味の素(株) 取締役社長 最高経営責任者 西井孝明
(右)味の素(株) 母子栄養改善室 取手恭彦



(左)九州大学大学院 システム情報科学研究院 准教授 アハメド・アシル氏
(右)ムハマド・ユヌス博士

ユヌス博士からのコメント

貧困は根本的な問題で、目をそらすことは許されません。そこから目をそらして「自分は知らない、関係ない」と言っていられない、現実にある問題です。貧困に目を向ければ、世界が抱えている問題に気付くはず。それは難しい問題ですが、解決不可能なものではありません。解決に向けたやる気が問われるのです。

企業がソーシャルビジネスに参加するには、二つの理由があると考えています。一つは、企業が自らの役割を見直そうとしていること。もう一つは、社会から「企業はお金を儲けることばかり考えているのではないか」と厳しい目を向けられているということです。企業は、自身が社会のためにどう役立つか、何ができるかを自問し始めているのです。

味の素(株)のガーナ栄養改善プロジェクトは、非常にエキサイティングで有望な取り組みだと感じました。企業が栄養不良という問題に目を向けることで、課題を解決するためのソーシャルビジネスに結び付き。ガーナでの取り組みは既にソーシャルビジネスと呼べるもので、最初は事業規模が小さくても、大きく成長する可能性を秘めています。味の素(株)は既に世界中でビジネスを展開している企業ですから、一つの国から事業をスタートして、それが持続可能な規模に育ったら、他の国でも展開すればよいのです。その取り組みに大きなコストはかからないでしょうし、投資は必ず回収できると思います。

世界の他の食品企業でも、貧困層の栄養改善や栄養不足の子どもたちに対する栄養供給ビジネスに取り組む動きが見られます。今後はフードロスもソーシャルビジネスとなり得るでしょう。味の素(株)のように、食の分野で歴史のある企業が、専門的な知見を活かして力を発揮することで、他の食品メーカーを触発するに違いないと考えています。

地球との共生

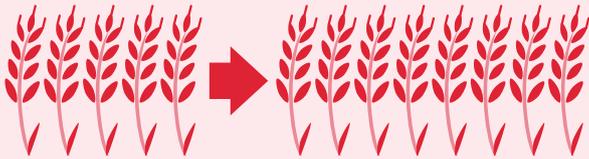
地球温暖化



21世紀末までの
世界平均地上気温の変化

最大+4.8℃^{※1}

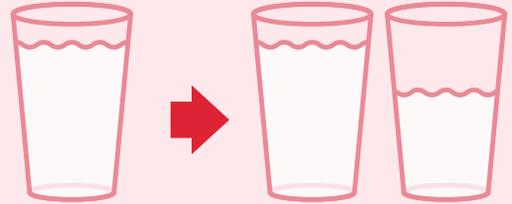
食料生産量



2005~2007年と比較した
2050年までに増やすべき食料生産

+60%^{※3}

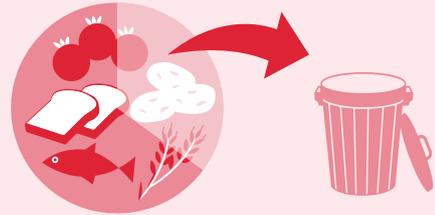
水資源



2000年と比較した
2050年の世界の水需要

+55%^{※2}

フードロス



世界で生産された食料のうち
廃棄される量

全体の1/3 (約13億トン)^{※3}

「地球との共生」を
取り巻く
世界の課題

※1 IPCC (2013) ※2 OECD (2012) ※3 FAO (2012)

味の素グループの使命

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。

味の素グループは、サプライチェーンの最源流である調達段階から、開発・生産活動、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で、ステークホルダーと連携し、価値観と目標を共有しながら行動します。

関連の深いSDGs項目



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。

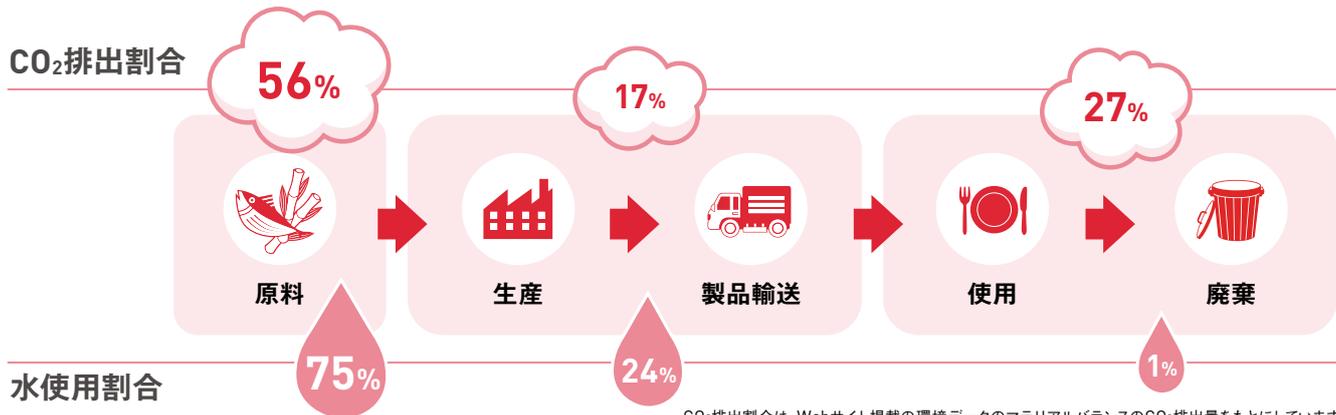
- ① 私たちは、製品ライフサイクル全体から排出される温室効果ガスを地球が吸収可能な範囲に抑え、低炭素社会へ貢献します。
- ② 私たちは、次世代のための食資源の確保と生態系・生物多様性を含む自然環境の保全、水資源の保全に貢献します。
- ③ 私たちは、製品ライフサイクル全体から排出される廃棄物の3R(リデュース、リユース、リサイクル)を適切に行い、資源を活かせる取り組みを進めます。
- ④ 私たちは、関係法令等を順守します。
- ⑤ 私たちは、環境マネジメントシステムの考え方を基本として、環境トラブルの防止を図るとともに、環境改善の取り組みを進めます。

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・お客様とともに地球環境への貢献を実現します。



ライフサイクル視点で見た味の素グループの環境負荷



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。

味の素グループ 環境長期ビジョン・環境目標の詳細

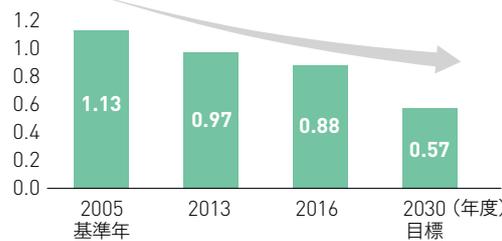
味の素グループの環境長期目標は、生産系（工場）中心の取り組みに、事業活動における「フードロス削減」と「食資源の確保・自然環境の保全」を追加し、製品ライフサイクル全体を対象として展開しています。

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
生産量比排出原単位
(対2005年度)

CO₂排出量原単位



主な施策

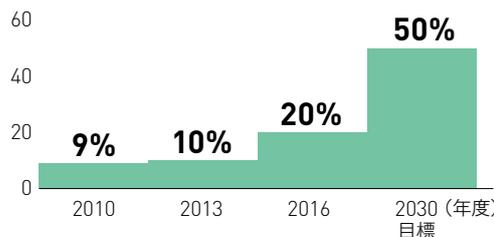
- 10年以上にわたり継続している環境負荷低減活動のさらなる深化
- 自社内のバイオマスボイラー・コジェネの増強、安定稼働
- グリーンエネルギーの活用推進



ベトナム味の素社 ビエンホア工場

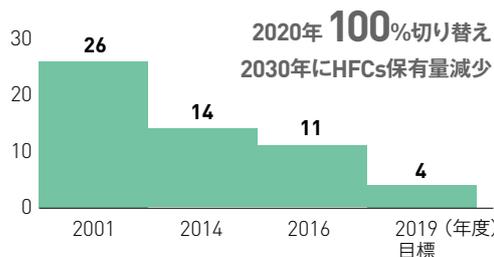
50%
再生可能エネルギー
利用率

再生可能エネルギー利用率



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 (味の素冷凍食品(株))



主な施策

- フロン削減の方針策定
 - ・ 味の素冷凍食品(株)、クノール食品(株)の脱フロン推進
 - ・ インドネシアでのHFO冷凍機導入

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



主な施策

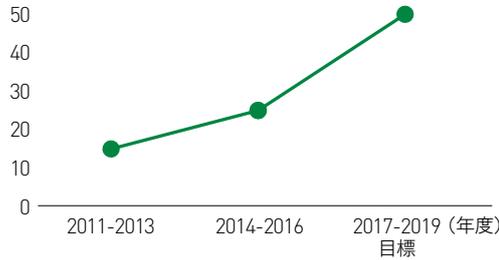
- 原料をムダなく活かすモノづくり
- 製品の賞味期限の延長、年月表示化、納品ルール変更での物流・返品削減
- 製品でお客様の使用時のロス削減
- 生活者においしく残さず食べ切る「食エコ」を提案

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

技術導入数



主な施策

- 原料・エネルギー削減技術
- 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)



主な施策

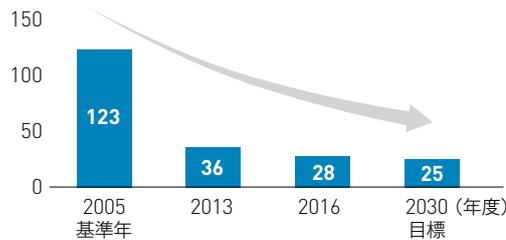
- トレーサビリティの確立
- 認証品、それに準じた原材料の購入
- サプライチェーン関係者との連携を通じた持続可能な調達に関する基準や仕組みづくり

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
工場の生産量比水使用量
(対2005年度)

水使用量原単位



主な施策

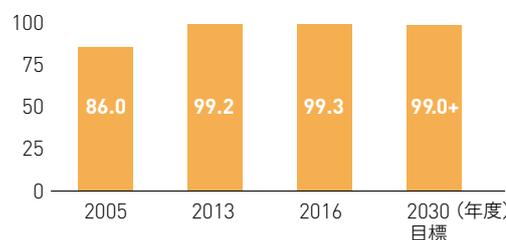
- 10年以上にわたり継続している環境負荷低減活動のさらなる深化
- 排水水質基準 (BOD、TN) 設定 (公共水域に直接放流)

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

持続可能な農業と再生可能エネルギー



地域の恵みで生産し、地域に実りを還す

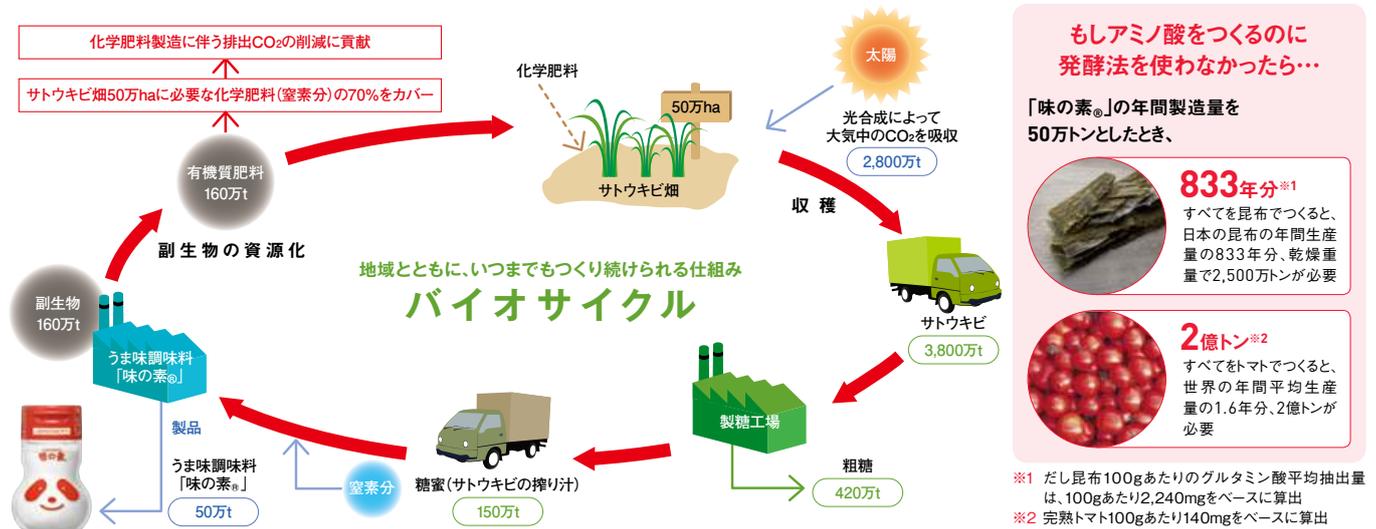
味の素グループは創業以来、地域で入手しやすい農作物を原料としてアミノ酸を生産してきました。発酵法の過程では、アミノ酸を取り出した後に残る栄養豊富な副生物(コブロ)を地域の肥料や飼料としてほぼ100%活用しています。こうした資源循環型アミノ酸発酵生産方式を「バイオサイクル」と呼んでおり、食資源の安定的な確保が世界規模での課題となっている中、持続可能な農業に貢献できる一つの解決策であると考えています。



アミノ酸発酵生産の重要農作物原料であるサトウキビ



コブロをイネの栽培に活用



この図は味の素グループが1年間に世界各地で生産するうま味調味料「味の素®」を50万トンとして、その原料がすべてサトウキビと仮定して表したモデルです。サトウキビ栽培ならびに製糖産業にかかわる数値は世界の標準的な数値を用い、うま味調味料「味の素®」生産に関する数値は味の素グループの実績に基づいています。

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りつつあります。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、シェアリング等の活動を捉える考え方です。

私たちはこれまで、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、私たちの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作す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。



2030年度に再生可能エネルギー利用率50%実現を目指して



タイ味の素社アユタヤ工場



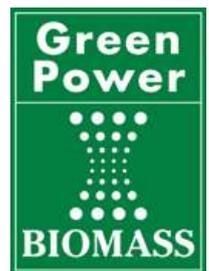
日本自然エネルギー(株)と「グリーン電力証書」の購入に関する契約を締結

味の素グループは、省エネの推進や海外を中心としたバイオマスボイラーおよびバイオマスコジェネレーション(蒸気と電気の併給)の導入・増設を行い、味の素グループ全体で再生可能エネルギー比率を2030年度に50%に高めることを目指しています。ブラジル、タイ、ベトナムにおいてサトウキビの搾りかすやもみ殻などの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の利用を推進しており、当社グループ全体の再生可能エネルギー比率は20%(2016年度実績)となっています。

2016年4月に米のもみ殻を燃料としたバイオマスコジェネレーションシステムを導入したタイのアユタヤ工場では、もみ殻の調達から、コジェネレーションの運転・保守、燃やした後の灰をコプロとして有効利用するまで、自前で管理する仕組みを確立しました。この導入により、年間59,000トンのCO₂排出量を削減できました。

一方、再生可能エネルギーの使用が少なかった日本国内でも、

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、当社グループの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。



本社、研修センター、国内の営業拠点
5支社、北海道味の素社、沖縄味の素社
年間全使用電力(410万kWh)
CO₂排出量で年間2,400トン相当

アミノ酸製造の副産物廃活性炭の活用 ～土壌再生炭～

「味の素®」の製造工程では最後に色素や微量な不純物を除去するために活性炭を使用しています。この廃活性炭は今までは産業廃棄物として廃棄されていましたが、廃活性炭の新たな機能に着目し、川崎工場の廃活性炭を「土壌再生炭」として2012年に発売を開始しました。

日本では昔から農地の改良のために竹炭が利用されてきました。農地で同じ作物を何年も栽培し続けると作物の生育が悪くなるのが知られており、この改善に竹炭や活性炭が有効であることが近年明らかになり世界的に利用されるようになってきています。

小松菜の生育不良の土壌再生炭による改善例



塩類集積のため、生育不良のところがあつた

元肥施用時に、「土壌再生炭」を撒いた

生育するようになった

日本では「アミノ酸入り活性炭」として広く利用されるようになりましたが、「水分が多くベタついて撒き難い」、「アンモニア臭がする」などの課題も明らかになりました。また川崎工場での「味の素®」製造も2015年に終了したため、「土壌再生炭」の製造工場をベトナム味の素社に移転するとともに、お客様の要望に応えるアンモニア臭がなく撒きやすい粒状の「粒状土壌再生炭」の販売を2017年3月より開始しました。

「粒状土壌再生炭」のお客様の評価も上々で今後栽培事例を積んで最適な使用方法を探求し、全世界の「味の素®」製造工場に展開していく計画です。



資源を余すことなく活かす「低資源利用発酵技術」

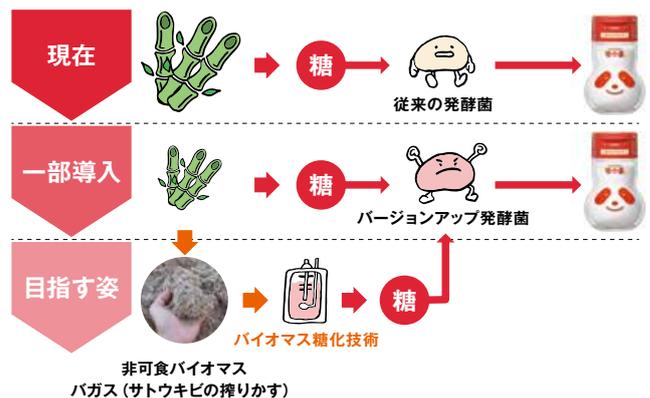
「低資源利用発酵技術」とは

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。アミノ酸の世界的メーカーとして環境負荷の低い生産法の開発に取り組むことは味の素グループの社会的責務です。

味の素グループでは、長年にわたり、独自の先端バイオ技術を活用して少ない原料で効率よく発酵製造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「バイオマスの活用」があります。こうした取り組みは、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、将来的には食資源などと競合しない、バガス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など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、味の素グループのみならず、最先端の技術を持つ国内外のベンチャー企業や大学、研究機関等との連携により、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

主要な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2016年度までに導入しました。2025年度までには対象となる全工場への技術導入完了と、さらなる新技術開発と導入を継続していきます。さらに2025年までに、一部工場で副原料のアンモニアを自工場で製造する技術を導入します。

また、「バイオマスの活用」は、2016年度に約6割となりました。今後も2025年度に向けてコジェネレーション化^{*1}や導入工場の拡大を図っていきます。

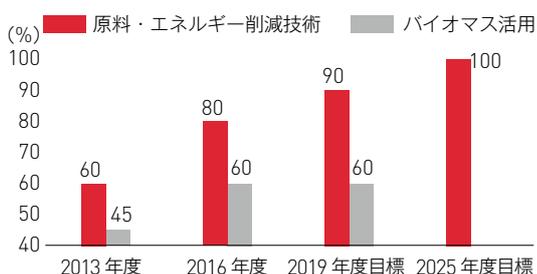
^{*1} 電気と蒸気を同時に発生させる熱電併給システム

「低資源利用発酵技術」を活用した飼料用トリプトファンの生産

飼料用アミノ酸の製造を行う味の素アニマル・ニュートリション・グループでは、低資源利用発酵技術を中心とする最新の生産技術の既存工場への導入を進めてきました。その低資源利用発酵技術をさらに発展させ、より少ない原燃料で環境負荷軽減を可能とさせる新技術を用いた飼料用トリプトファンの生産を、2017年6月から米国で開始します。北米地域では初となる飼料用トリプトファンの域内生産により、今まで以上に安定した供給体制を実現し、北米畜産業界の成長へ貢献していきます。

今後も最先端のアミノ酸発酵技術開発と地域に密着した販売活動を継続し、飼料用アミノ酸のリーディングカンパニーとして、お客様にとって価値ある製品とサービスを提供し続けます。

低資源利用発酵技術の工場導入率

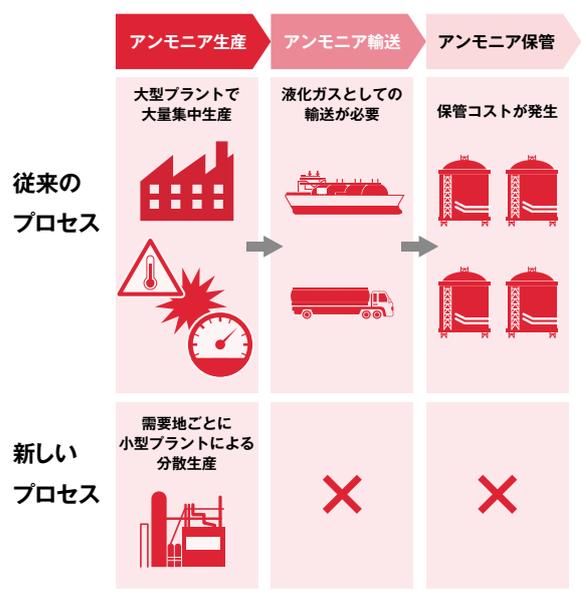


味の素ハートランド社 エディビル工場

アミノ酸発酵の副原料アンモニアの オンサイト生産を目指して

アンモニアは地球上のすべての生命に不可欠な窒素の供給源となる重要な化合物で、世界総生産量は年間1億6千万トンを超えています。そのうち約8割が肥料の原料として、残り約2割は様々な食品・医薬品の原料や化成品の原料として利用されています。

従来のアンモニア製法は100年以上前の技術で空気中の窒素と、天然ガス等から得られる水素を原料に高温かつ高圧の大型プラントでの一極集中・大量生産を行わなければならない、設備投資が高額になるという課題があります。加えて、アンモニアを生産拠点から世界各地に点在する需要地に輸送するためには、専用の運搬装置と保管設備が必要であることから物流コストが非常に大きいことが課題となっています。



アンモニアのオンサイト生産 による発酵製造システム



2017年4月に、味の素(株)はUMI、東工大教授らと出資し、新会社、つばめBHB株式会社(以下、つばめBHB)を設立しました。今後、つばめBHBと協力して味の素(株)の国内外発酵素材工場に本技術を導入し、2021年頃を目途に世界初のオンサイトアンモニア生産の実用化を図ります。それにより、アンモニア生産および輸送におけるエネルギー消費や環境負荷を抑えることで地球との共生を目指します。また、この新しい技術を発酵素材のコスト競争力を高めるドライバーとするほか、将来的には、農業肥料等への適用拡大を図り、より環境に配慮した生産システムの実現を通じて社会への貢献を目指します。

つばめBHB株式会社

味の素(株)とユニバーサル マテリアルズ インキュベーター(株)(UMI)が管理運営するUMI1号投資事業有限責任組合、東京工業大学の元素戦略研究センター長 細野 秀雄教授らと共同で出資した新会社

この課題を解決するため、東京工業大学の元素戦略研究センター長 細野秀雄教授らとの研究開発において、低温・低圧条件下で高効率のアンモニア合成の可能な触媒を発見・発明しました。従来難しいとされた小型のプラントでの生産が可能となり、必要量のアンモニアを必要とされる場所で生産する「アンモニアオンサイト生産」モデルの実現が期待されています。

味の素(株)は、多種のアミノ酸等の発酵生産において多くのアンモニアを原料として利用しています。従前より細野教授らの発見・発見を高く評価し、本技術の実用化に関する共同開発を実施してきました。



左から、科学技術振興機構 理事 後藤吉正氏、つばめBHB(株) 代表取締役 中谷秀雄氏、ユニバーサル マテリアルズ インキュベーター(株) 代表取締役 月丘誠一氏、東京工業大学元素戦略研究センター長 細野秀雄氏、味の素(株) 取締役社長 西井孝明、東京工業大学学長 三島良直氏

参照

プレスリリース

https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2017_04_27_02.html

畜産の栄養課題・環境課題に応える 飼料用アミノ酸



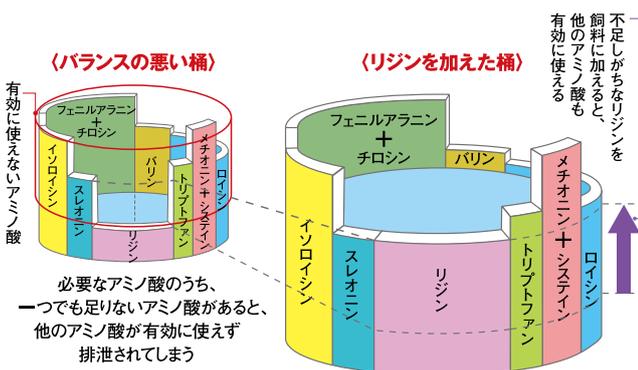
世界人口の増加と、途上国の経済成長を背景に、食肉需要は今後ますます増大すると考えられています。食肉用の家畜には、飼料として小麦やトウモロコシなどの農作物が使われますが、これらは同時に人間の食料にも用いられる作物です。

動物の体は20種類のアミノ酸で構成されており、そのうち数種のアミノ酸は必要な量が体内で合成できません。家畜の成育では、こうしたアミノ酸を補うためにトウモロコシや小麦、大豆ミールなどを配合した一般的な飼料を用いますが、それだけではリジンやスレオニン、トリプトファンが不足しがちになります。アミノ酸のバランスが悪いと、飼料中のアミノ酸が家畜の体内で有効に利用されず、一部のアミノ酸は窒素化合物として排泄されます。糞尿として排泄された窒素化合物は、土壌や大気中で酸化・還元され、高い温室効果を持つN₂O(亜酸化窒素)として大気中に排出されるため、地球温暖化に

も大きな影響を与えます。また、農作物や家畜を育てるためには膨大な水が必要とされます。このように、畜産の効率は様々な環境負荷と密接にかかわっているのです。

味の素グループでは、飼料用のアミノ酸を開発・販売することで、飼料のアミノ酸バランスを改善し、家畜の成長を促進しながら、家畜由来の地球環境負荷の低減を目指しています。飼料用アミノ酸を活用すれば、飼料に用いる農作物を削減でき、窒素排出量を削減することが可能となるのです。

飼料用アミノ酸の環境貢献効果については、ライフサイクルアセスメント(LCA)の手法を用いて、様々な「見える化」を行っています。畜産農家の方々に温室効果ガス削減のメリットをお伝えするとともに、業界団体や行政などとも連携し、飼料用アミノ酸の積極的な利用を進めていきます。



参照 →
環境 P103
外部との連携で「飼料用アミノ酸」を広げる

畜産農家とともに、 家畜由来の環境負荷低減を研究する

カリフォルニア大学デービス校(UC Davis)の畜産学部は、世界でも指折りの研究機関です。味の素ハートランド社は同学部の研究を支援するため、奨学寄付のほか、乳牛用リジン製剤「AjiPro®-L」をはじめとしたアミノ酸の提供を行っています。研究の意義や今後の展望について、同学部のDr. Kebreabにお話しいただきました。

地域の畜産農家の思いに応える、大学での研究

今日、酪農由来の環境負荷は社会的に大きな懸念となっています。特にカリフォルニア州では、農業における窒素排出に対しての規制が年々強化されています。規制当局は近年、「2020年までに酪農由来の温室効果ガスを15パーセント削減すること」を求めてきていますから、定量化は重要なテーマです。このため酪農家たちは、自ら会費を集め、California Dairy Research Foundationという研究基金を組織し、私たちに助成金を出して研究を支援していただけるようになりました。酪農家たちは地球持続性に対して高い関心を持っており、ライフサイクルにおける排出削減のために自分たちが何をすればよいのかを明らかにすべく、私たちの研究に大きな期待を寄せているのです。

牛をはじめとする反芻動物のアミノ酸利用率を算定するためには、消化や代謝だけでなく、ルーメン(第一胃)の常在菌によるアミノ酸の利用なども加味しなければなりません。このため、飼料中のタンパク質がどのくらい排泄されるか、飼料のアミノ酸バランスを取ったときにタンパク質の利用効率がどのくらい変化するかといったモデルを検討し、実際の乳牛に適用できるよう、検証を進めているところです。

カリフォルニアで蓄積した成果を、世界へ広める

私たちの研究室の専門テーマは、「農業におけるカーボンフットプリント」と、「畜産動物の栄養素の要求量・利用量」を明らかにすることです。UC Davisには世界有数の最新鋭の実証実験設備が調っ



味の素ハートランド社
Animal Nutrition Innovation Center of Chicago
Senior Director(当時)
新里 出(右)



Professor, Sesnon Endowed Chair, Deputy Director – Agricultural Sustainability Institute
Dept. of Animal Science, University of California, Davis
Ermias Kebreab, Ph.D.

ていますから、私たちの研究成果が世界をリードし、より環境負荷の低い酪農を実現するための推進力になると考えています。

味の素グループの乳牛用リジン製剤「AjiPro®-L」は、牛の第一胃では分解されず、小腸で消化・吸収されるという特徴があります。この製品を使うことで、実際に乳牛の体内でアミノ酸がどのくらい有効に使われているのか、正確に測定・算出することができるようになりました。

さらに、今後のモデルの精緻化にも「AjiPro®-L」は役立つでしょう。現在、乳牛の飼料のうち17~18%を粗タンパク(農作物から得られるタンパク質)が占めていることがわかっています。これを減らしていったときに、リジンやメチオニンなどのアミノ酸以外に不足しがちなアミノ酸はあるのか、不足しがちなアミノ酸を補うことで乳生産量を維持したまま粗タンパクをさらに減らすことができるのか、といった疑問を明らかにするために、研究を進めています。現在までに、アミノ酸のバランスを整えたときにどの程度飼料中のタンパク質を減らせ、その結果として窒素排泄がどのくらい減るかということを推定できる数学的モデルは確立できています。次の段階では、このモデルで推定される窒素排泄減少効果が実際に牛を使った実験で再現できるかということを検証していきます。この検証には信頼できる乳牛用アミノ酸製品が不可欠であり、味の素ハートランド社が共同で取り組んでくれていることは非常に大きなアドバンテージだと考えています。

カリフォルニアから始まったこの研究が、ゆくゆくは国全体、そして世界にも広く影響を与え、今まで以上に環境負荷の低い酪農を実現できるようになると考えています。

社会全体での 環境負荷削減に貢献する



業界全体で目指す「持続可能な物流体制」

「競争は商品で、物流は共同で」を実現する協議体

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等、多くの課題を抱えています。味の素(株)は、2015年2月に国内食品メーカー6社で“食品企業物流プラットフォーム(F-LINE®)*1”の構築に合意。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、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(2016年4月)の取り組みを進めてきました。

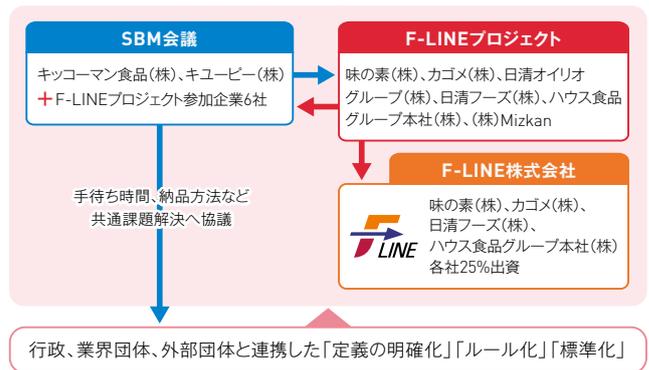
さらなる協働の取り組みの推進に向けて、物流企画立案機能の統合や、トラックドライバーや物流センターなどの物流資産の共有による一層の物流体制の効率化を目指し、味の素(株)、カゴメ(株)、日清フーズ(株)、ハウス食品グループ本社(株)の4社は、2017年3月に合弁会社F-LINE(株)を、2017年4月に九州F-LINE(株)を発足しました。北海道エリアに続き、2018年の九州エリアでの共同物流体制の構築を目指し、さらに、2019年の物流子会社の統合も視野にいたれた全国展開の検討をはじめます。

*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)、キューピー(株)を加えた8社で「食品物流未来推進会議(SBM会議)」を設立しました。今後、行政・業界団体と連携し解決へ向けた活動を推進していきます。

持続可能な食品物流の構築



6社によるF-LINEプロジェクトの課題解決サイクル



主な成果

F-LINEプロジェクト6社北海道共同配送

味の素(株) モーダルシフト率



この活動で受賞!
平成28年度 グリーン物流パートナーシップ
優良事業者表彰
「国土交通大臣表彰」

社会全体で減らす「フードロス」



味の素「食エコKIDs」賞の授賞式の風景



「エコうま。」クッキングに挑戦する子どもたち

■ 2019年度末を目途に 「賞味期限の年月表示化」を実現

世界的な課題の「フードロス」、世界では年間約13億トンと推計されています。日本では約621万トンと推計されており、この量は世界全体の食料援助量(約320万トン)の約2倍に相当します。「フードロス」削減は、地球温暖化などの環境問題や、将来にわたる食料のひっ迫など世界全体が対応すべき喫緊の課題であり、日本でも官民一体となり総合的に取り組む必要があります。

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。味の素(株)は、食品メーカーを代表する企業として率先して、2017年2月から、賞味期間が1年以上の製品で、賞味期間を延長した上で年月表示に変更する取り組みを開始しました。

この「賞味期限の年月表示化」を実行するためには、メーカーは「賞味期限延長」「印字機等の生産工程の見直し」「生産から出荷までの情報システムの見直し」「流通での製品情報の再登録」などが必要で、その準備をしています。2019年度末を目途に、家庭用製品を対象に順次切り替える予定です。社会全体でフードロスを削減するために、味の素グループは社会と協働して取り組んでいきます。

「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

参照

消費者課題 P127
賞味期限の年月表示化への取り組み

■ 独自技術を活かし、 製品を通じたフードロスへの貢献

味の素(株)の酵素技術により、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、独自の配合技術により、唐揚げに代表される厚切り肉メニューで、歩留りが約10%アップする「唐揚げ・お肉ジューシー調理料」等外食・中食産業のお客様向けの製品を通じてフードロスに貢献しています。



参照

サステナビリティデータブック2016 特集2 P10

■ 生活者とともに進めるエコライフ

日本の家庭から出るフードロスは約300万トンと全体の約半分を占めます。そこで、味の素(株)では、普段の料理や食事を通じて実践できる環境活動を、食卓からのエコライフ＝「食エコ」として、生活者に提案しています。食材をムダなく、おいしく食べ切る「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)を広げる活動や、エコな製品を選んでもらうために独自の環境ラベル「味なエコ」マークの製品への表示に取り組んでいます。

また、2010年度から子どもたちの食エコ活動を応援する味の素「食エコKIDs」賞^{※2}の表彰や、2016年度から花王(株)、川崎市と連携して夏休みに実施している体験型環境イベントなどを通じて、社会全体でエコライフを推進していきます。

この活動で
受賞!

第11回キッズデザイン賞
「子どもたちの創造性と
未来を拓くデザイン部門」
(主催:特定非営利活動法人 キッズデザイン協議会)



※2 (一財)グリーンクロスジャパンが実施する「みどりの小道」環境日記に応募された作品の中から環境に配慮した「食」に関する楽しく、すぐれた活動を味の素「食エコKIDs」賞として表彰しています。

参照

消費者課題 P133-136
食卓から始めるサステナブルなライフスタイル提案

社会と協働し、 持続可能な調達を実現する



原料などの調達活動が自然資本である生物資源やそれを育む生態系、地域社会に及ぼす環境・社会的影響は大きいものがあります。持続可能な原料調達を確かなものにしていくためには、自社が調達使用する原材料が環境・社会面で問題がないことを担保することがまず必要ですが、それに加え、持続可能な原材料が社会全体で当たり前に安定的に調達使用できるようにすることが重要です。味の素グループは、持続可能な生産、サプライ／バリューチェーンの社会システムづくりに積極的ににかかり、多様な関係者との連携・協働の取り組みをリードしています。

“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をもたらし、地球温暖化や人権などの社会問題にもつながります。

味の素グループは、原産地の森林破壊ゼロを支持し、グローバルグループ範囲で持続可能な紙・パーム油の調達利用に取り組んでいます。

■ FSC®認証紙の利用推進

味の素グループは、「味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン」に基づき、国内外の味の素グループで使用する事務用紙、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。「ガイドライン」では、“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1)”ことを定めています。

国内味の素グループでは、事務用紙については既にほぼ方針1適合を達成し維持していますが、2015年度から容器包装用紙へのFSC®認証紙の採用を強化してきました。2016年歳暮期よりギフト製品の化粧箱に導入を開始したのに続き、2017年秋季には、「ほんだし」[®]「Cook Do[®]きょうの大皿」といった家庭用主力製品の個装にFSC®認証紙を採用して「FSC®認証マーク」を表示します。持続可能な紙についての社会や消費者の皆様への普及・啓発においてポテンシャルを有する主力製品の役割は大きいものと認識しています。

味の素株式会社は、持続可能な紙利用を推進する企業とWWFジャパンが設立した「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム(CSPU)」の設立メンバーの1社です。コンソーシアムでシンポジウムやステークホルダーとのダイアログを開催するとともに、CSPU参加メンバー各社によるFSC®認証紙への取り組みが展開されています。それぞれの立場役割や影響力を活かした連携協働は、持続可能な紙が合理的に調達利用できる社会に向けて大きな役割を果たしていると考えます。



Web →
WWF「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム」ファクトシート
http://www.wwf.or.jp/corp/upfiles/20131119pcm_br.pdf

参照 →
公正な事業慣行 P61
持続可能な紙利用推進への取り組み



「FSC®認証マーク」を表示した家庭用主力製品



CSPUの関係者とともに

■ 持続可能なパーム油調達の課題に挑む

紙・パルプと並んで、パーム油の調達は森林破壊ゼロに向けた取り組みの重要な領域です。味の素グループはグローバル範囲で「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟^{※1}し、持続可能なパーム油の調達使用ならびにサプライチェーンの構築、社会啓発に取り組んでいます。使用するパーム油関連原料を持続可能なパーム油に切り替えるグループ共通目標の下、持続可能なパーム油の調達可能性の状況が各国・地域ならびに使用する原料により大きく異なることに即し、2020年度までに100%持続可能な調達を目指す目標を掲げ、RSPO認証油の導入などの取り組みを推進しています。

日本においては、持続可能なパーム油の利用の重要性についての社会、産業界の認識はまだまだ低く、広く普及する状況とはなっていません。そこで、味の素グループは、持続可能なパーム油の導入に積極的に取り組む企業有志とNGOとの連携協働に参画し、

個社だけでは不可能な業界横断、社会全体の仕組みづくりにリーダーシップを発揮しています。



進捗確認はwww.rspo.orgへ



※1 2017年3月、RSPOはGroup Membership制度を導入し、企業グループに対し、パーム油にかかわる傘下のすべての子会社等を親会社のmembershipに含めて登録することを義務づけました。これには、持続可能なパーム油への取り組みが世界共通の課題である中、企業グループにおいて一部の事業活動範囲に限定した取り組みとなるおそれに対処するという目的があります。味の素グループは、グループ全体でASVの取り組みを進めている中、この制度の趣旨に即して対応しました

参照

公正な事業慣行 P62
持続可能なパーム油への取り組み

水産資源の持続可能性を高めるカツオ生態調査

世界の人々の水産資源として、そして日本の食文化において重要な素材であり、「ほんだし[®]」の原料であるカツオ。主漁場である中西部太平洋海域でのカツオ漁業の国際的資源管理ルール構築はまだまだ不十分な状態が続く中、日本近海のカツオ漁業の持続可能性への懸念が大きくなっています。国際・国内の両場面で、持続可能なカツオ漁業と資源利用の仕組みの構築に向けた多様な関係者の連携・協働がますます重要です。味の素(株)が2009年から開始した「太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」は、そのベストプラクティスとして大きく展開しています。

■ 台湾～南西諸島海域へ調査範囲が拡大

味の素(株)は国立研究開発法人 水産研究・教育機構 国際水産資源研究所(略称:国際水研)をパートナーとして、他に例をみない共同資源調査の取り組み^{※2}を2009年から継続しています。

2012年から2016年に継続実施した日本の最西端与那国島沖での記録型電子標識を用いた大規模標識放流調査は、南西諸島海域全域にわたるカツオ回遊行動について多くの新知見をもたらしました。この結果、日本近海におけるカツオ回遊経路が推定されたという大きな成果につながりました。さらに亜熱帯海域から日本近海に至るカツオの行動生態を明らかにするためには、日本の領海を越え黒潮源流域の上流である台湾海域へ調査を展開しなければなりません。

そこで、2016年より開始された台湾水産庁など台湾関係者との標識放流魚の再捕・報告についての連携^{※3}を進展させ、2017年より、日台のチーム協働による台東成功鎮沖からの標識放流調査が始まっています。カツオ生態調査の長年の取り組み継続が築き上げた実績と信頼が国際協働を支えています。

※2 水産に関する国の研究機関と漁業や水産業と直接関わりのない民間企業が、水産資源の持続性という長期の公益目的のために基礎的科学研究を共同で実施すること。これまでの調査の成果は「サステナビリティデータブック 2016」を参照

※3 日本で放流された標識魚が台湾において再捕された場合に、確実に日本側に報告が行われる体制を台湾に構築し運用する



(上) 台湾の海洋生物研究所と味の素(株)との協働・連携の旗
(下) 台湾OFDCの関係者とともに



カツオの標識放流調査の様子



調査に関わる研究者、漁業者、味の素(株)のメンバー

最新技術によるカツオ近海生態調査

2015年からは、ピンガー(超音波標識)を用いる最新のバイオテレメトリー技術^{※1}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。この技術により、標識魚を再捕しなくても遊泳深度などの詳細行動データを把握できるので、データ取得の効率性が高まります。2016年には、漁船搭載型受信機システムを開発し、外洋環境で稼働させました。漁船に搭載された受信機からの情報は、携帯電話回線を利用したデータ通信で即時送信されるので、研究者は外洋に出向くことなしに標識魚の詳細な行動生態をリアルタイムで知ることができます。現在、与那国町漁業協同組合の協力により与那国島沖海域に構築された受信機ネットワーク^{※2}を用いて、世界最先端の常時観測体制を運用しています。さらに、台湾沖・南西諸島海域から高知沖に至る黒潮流域沿いに広域ネットワークを構築することを目指し、各地域の漁業者や行政・研究機関など多くの関係者との協議を継続しています。

ピンガー受信機ネットワークは、地域の資源保管理、効率的な操業のための強力な漁業共通インフラになり得ます。しかし、こうしたネット

ワークインフラ構築には、様々な利害関係がある関係者の連携・協働が必要です。

一方、先端技術もこのような実証の場が与えられてこそ応用開発が進展します。そこで、2017年からは、東京海洋大学が参画するCRESTの研究チームが調査に参加しています。

このように、「太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」は、様々な関係者間の連携・協働構築や先端技術を公共の実益につなげることのプラットフォームとなっています。味の素(株)は、水産資源と世界・地域の漁業の持続性を高める取り組みにおいて、広く社会にわたるハブ機能を果たしていきます。



ピンガー(超音波標識)と受信機

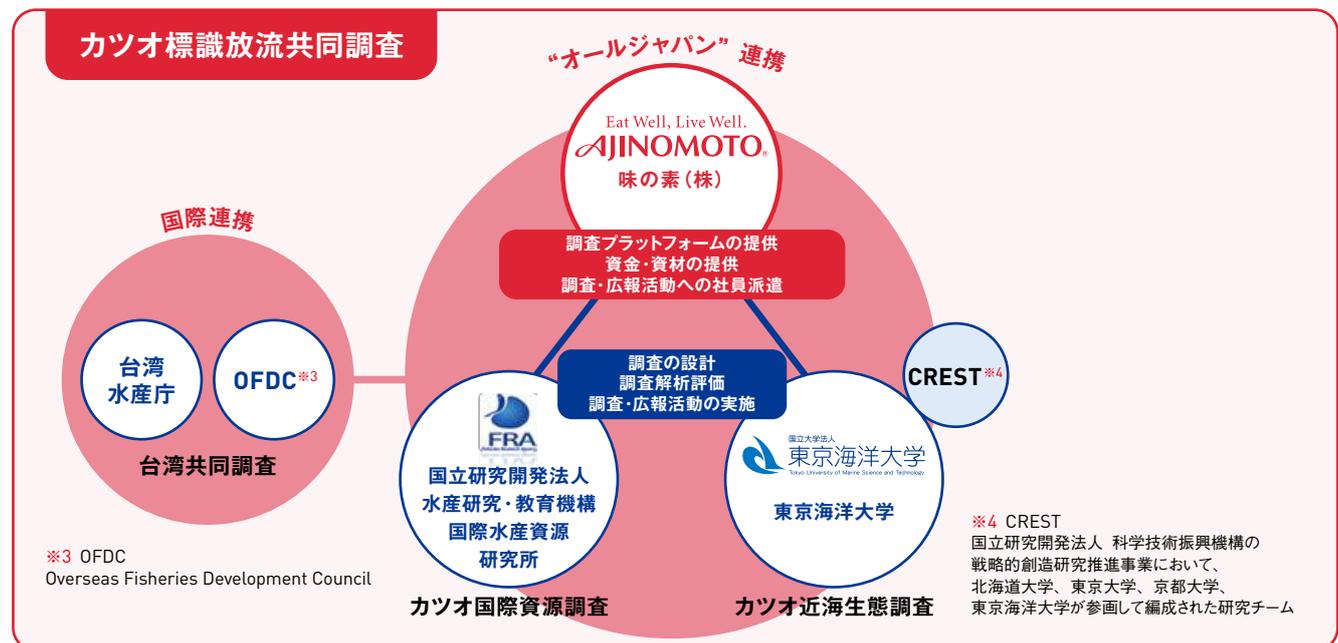
- ※1 生物の行動を遠隔で観測する手法
- ※2 固定浮き漁礁5カ所、受信機搭載漁船5隻

参照

環境 P107-108

持続可能なカツオ漁業と資源利用への取り組み

持続可能なカツオへの連携・協働



社会課題をパートナーシップで解決する味の素グループ

グローバルトップ10クラスの企業は、世界レベルの事業規模や財務基盤を持つだけでなく、その企業ならではのユニークな価値創造を実践しながら、事業を通じて社会的な課題を解決し、展開する国や地域でなくてはならない存在となっています。

味の素グループも、世界各国・地域の社会に根差して展開している食品事業、アミノサイエンス事業を通じて、「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」、「食資源」、「健康なこころとからだ」に積極的に貢献し、社会・経済価値を創造し続けることで持続可能な成長を実現しようとしています。それが「ASV」の考え方です。

「ASV」の実践は、必然的に、持続可能な開発目標(SDGs)の多くの項目にかかわることになります。地球上のあらゆる生き物のこころとからだの健康に貢献する

味の素グループの事業活動は、「誰一人取り残さないー No one will be left behind」共生社会の実現という地球社会全体の目標にそのまま重なるからです。

しかし、この目標は、時には利害関係が必ずしも一致しない関係者間での連携・協働も必要とします。一つの企業グループ単独では解決できない、限られた業種の中だけでは解決できない課題です。

味の素グループは、研究、開発、調達、製造、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、知見を持つだけでなく、世界各国・地域での事業活動を通じ、様々な関係者とのかかわりを持っています。その特徴を活かして、味の素グループは、社会連携・協働のハブとなり、積極的に様々な関係者をつなぐことができると考えます。



ガバナンス：多様な人財

事業展開



30の
国・地域



生産工場
118工場

味の素グループの
事業展開と人財

従業員



全世界で

32,734名

研究開発要員

1,700名
以上

欧州・アフリカ

2,479名
11

アジア

13,571名
41

日本

9,450名
44

米州

7,234名
22

(2017年3月31日現在)

味の素グループの使命

味の素グループが「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」
として成長するためには、グローバルトップクラスの多様な人財が、一
人ひとりの持つスキルや能力を発揮して活躍することが不可欠です。

グループ全体で組織としてのエンゲージメント(働きがい)を向上
させるとともに、キャリア・ダイバーシティを実現させることで、従業員
の働き方を変革し、経営のイノベーションにつなげていきます。

関連の深いSDGs項目



2020年度統合目標における「Governance (ガバナンス)」の目標

組織

- グローバルコーポレートを企画機能に集約し、グループサポート機能を関係会社も含め最適化
- コーポレートガバナンス・コードに適合し、ガバナンス基盤を強化・進化

目標値

■ グループ共通費売上高比率 (定常時費用ベース)



人財

分厚く多様なグローバル人財層を形成し、顧客適合起点でのイノベーションを促進

- 300人の次世代グローバル経営・高度専門人財の育成
- 人事諸制度改定等による女性マネージャーの内部昇格向上と中途採用
- 専門人財の積極中途採用

目標値

■ 女性マネージャー比率 (グループ全体)



■ 経営役員の現地化比率



働き方

従業員一人ひとりの社会との接点を増加し、さらなる価値創造が可能な環境を整備

- グローバル基準の働き方に基づく短時間
- 仕事の標準化(事業管理、会議資料等)
- ICTを活用した「どこでもオフィス」
- 育児・介護へのサポート強化
- 従業員の心身の健康増進

目標値

■ 働きがいを実感している従業員の割合^{※1} (グループ全体)



^{※1} 自身の会社が社会課題の解決に向けて価値を創造していて、自分自身がその価値創造に貢献できていると実感している従業員の割合を測定

■ 年間平均労働時間 (日本)



■ 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

2017年より導入する“Ajinomoto Global Engagement Survey” (全正規従業員対象)を通じた測定結果をもとに、目標と施策内容を定めていく

一人ひとりが自分らしく 活躍できる環境づくり



第9回グローバル選抜研修「AGFLS」



ウエスト・アフリカン・シーズニング社でのASVセッション

「人を求めてやまず、人を活かす」ことが、価値創造を支える

■ 将来にわたって競争力を保ち 成長し続けるための人財戦略

味の素グループの事業を支えているのは、グローバルで約33,000人いる従業員です。その一人ひとりが持てる能力を余すところなく発揮し、いきいきと活躍できる環境を整え、人財育成に力を入れること。それは「人を求めてやまず、人を活かす」という味の素グループのDNAを体現することであり、グループ・グローバルでの価値創造の源泉であると考えています。

今、働く人を取り巻く環境は大きな変化を迎えています。先進国を中心に人口構造が変化し、少子高齢化が進展するに伴って、企業が人財を育成し、技能を伝承することの重要性が増しています。また、多様化する市場の中で企業が成長するために、人財にも多様性が求められています。特に「食」の事業は、各国・地域で異なる多様な食文化を理解し、現地に根ざして事業を行います。このため、グループの目指す方向性を理解しながら、各国・地域の状況に合わせてビジネスを展開していくことのできる人財を育成していくことが重要です。さらに今後は、AI(人工知能)やロボットなどが労働市場に参入してくることによって「人間がどんな働き方をするか」という根本的な問題が立ち上がってくるものと思われます。

こうした社会情勢を踏まえ、味の素グループの人財に対する考え方を再整理し、2017～2019年の中期的な方向性を決めました。

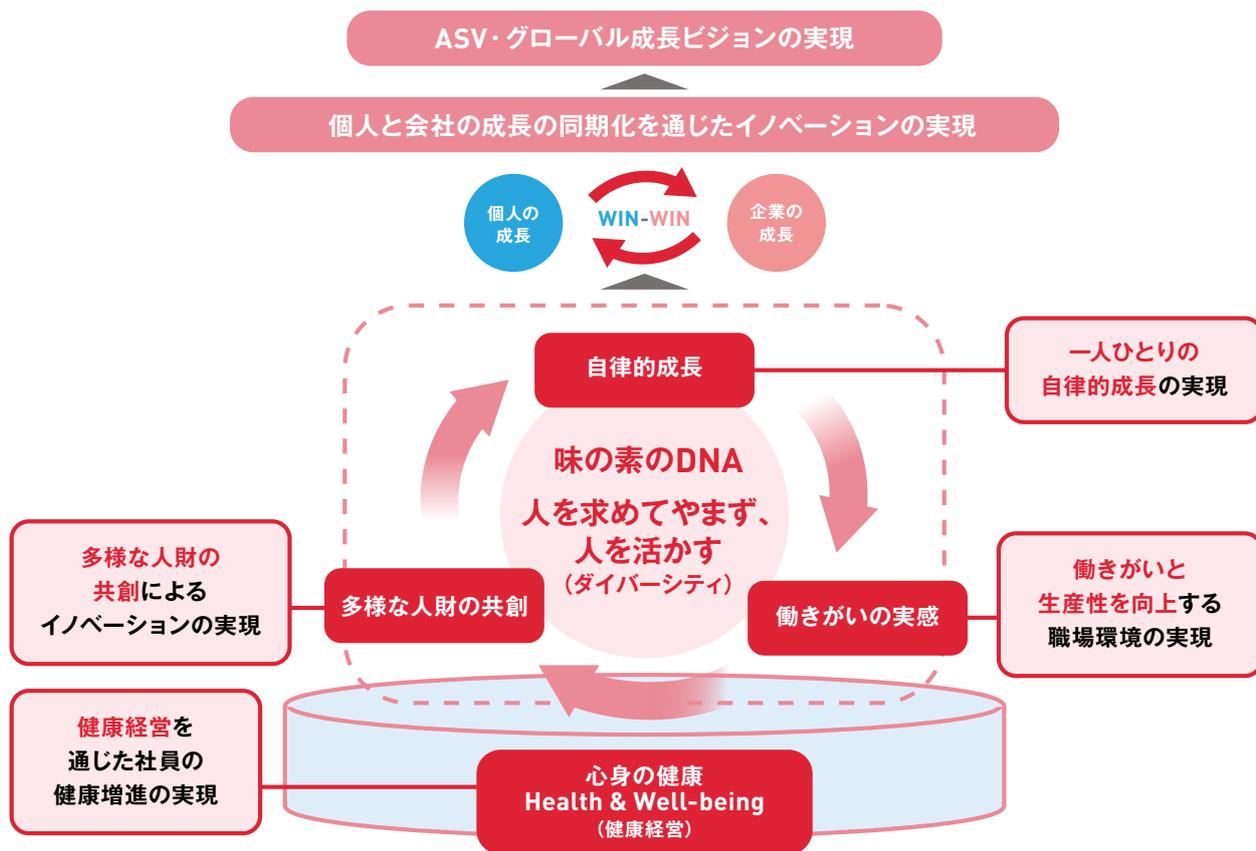
■ 多様な人財の共創による イノベーションの実現

グローバル人財マネジメントの実施にあたっては、世界中で一律のポジションマネジメント・タレントマネジメントの仕組みの構築が必要です。ポジションマネジメントの一環として、2018年度末までに国内外主要法人の基幹キーポジションを特定し、その職務要件を明確にします。あわせてグローバル基幹人財を把握し、個別育成計画を策定・実行していきます。これにより、これまで以上に「適所適財」を実現できるものと考えています。

それと同時に、多様な人財が共創し活躍できる企業文化の醸成にも力を入れていきます。従来、特に日本国内グループでは女性活躍推進を中心に人的ダイバーシティの取り組みを進めてきましたが、今後はLGBTへの取り組みなども視野に入れていく考えです。

■ 一人ひとりの自律的成長の実現

「適所適財」を実現するためには、それぞれのポジションに求められるスキルや役割を明確にすることも必要です。従来、日本やアセアンの一部では年功型・異なる職務を経験させる働き方が一般的でした。しかしその働き方では、個々の専門性が十分高まらないとい



う課題もあります。そこで、グローバルキーポジションの職務・人財要件を明確にした上で、それを従業員一人ひとりのキャリア開発にも反映するという計画を進めています。

「タレントマネジメント」の柱の一つは、キャリア開発支援です。味の素グループでは、キャリアプランやキャリア面談に基づき、一人ひとりの自律的な成長を促すとともに、次期経営人財層の戦略的育成も進めていきます。この取り組みは、2018年度より導入予定の「味の素アカデミー」で、より体系的に行っていく予定です。

■ 働きがいと生産性を向上する職場環境の実現

グローバルに成長を続けるためには、従業員が前向きに、高い生産性を維持して働くことができる環境を整備することも求められます。そこで、各地域の実情に即した形で「働き方改革」の施策を立案し、2018年度より順次実行する予定です。

また、グローバル従業員約33,000人を対象とした「エンゲージメントサーベイ」を2017年10月に実施します。調査の結果をもとにアクションプランを立案し、2018年度から具体的な活動を実施、2019年度に2回目のサーベイを実施してさらなる改善に活かす計画です。

■ 健康経営を通じた社員の健康増進の実現

食・栄養や健康に関する製品・サービスを提供している味の素グループにとって、従業員一人ひとりの健康を支えることは経営課題であると認識しています。そこで、味の素流「健康経営」を実現するための体制整備を始めています。グローバルCHO(Chief Health Officer)と各国CHOを順次任命。WHOの定めるグローバル健康経営指標に基づくグローバルガイドラインを設定する予定です。

また、アブセンティズム(欠勤など)による機会損失)とプレゼンティズム(出勤していても十分にパフォーマンスが上がらない状態)を避けるために、定期健康診断とフォローを行い、自グループの食・栄養や健康に関する製品・サービスを活用した味の素グループならではの施策を展開し、全従業員の生産性向上に役立てていく考えです。



参照 → 労働慣行 P73-80

日本特有の労働環境の課題に 正面から向き合う「働き方改革」

8 働きがいも
経済成長も



従来の日本的な労働慣習が抱えてきた課題

長時間労働の慣習

従来の日本では、生産性の視点が弱く、時間の制約なしに働ける状況が歓迎される風土があり、成果にかかわらず労働時間に対して賃金で報いる考え方が定着してきました。この慣習は長時間労働の慢性化を助長し、仕事と家庭生活の両立、健康の維持、または生産性の低い働き方から脱却が困難になるといった様々な弊害が生まれます。

女性の活躍の阻害

従来の日本では、男性中心を前提とした労働環境が一般的で、日本ではいまだ第一子の出産を機に約6割の女性が離職する傾向にあります。少子高齢化が進み、労働力人口が減少している状況下では、働く意欲があっても働けない人が多くいることは社会的な損失であり、幅広く女性が活躍できる社会づくりが求められます。

画一的な価値観・労働観

従来の終身雇用・年功序列の価値観を前提とする仕事と私生活のいずれかに偏重するという生き方から、今後は現役世代の減少により、一人が何役も担いながら職業生活を送ることが求められるようになります。時間や場所の制約を受けない働き方により、家族の介護などのライフイベントや子どもの病気などの突発事態にも対応が可能な、多様な価値観・ライフスタイルのニーズに応えられる環境の整備が必要です。

メンタルヘルス

景気や雇用情勢、勤務形態や職場環境などは、働く人の心理状態に大きな影響を与えます。ストレスによってメンタルヘルス不調に陥ると、仕事の生産性が下がったり、うつ病等による長期休業につながるなど、仕事にも生活にも多大な影響を及ぼす可能性があります。



日本の労働慣行を変革する先陣を、 味の素グループが切り拓きます

常務執行役員
吉宮 由真

従来の日本型雇用慣行が、高度経済成長期を支えてきたことは事実です。しかし、労働力人口の減少や一人ひとりのニーズの多様化、コスト優位性の低下などが顕在化している現代においては、企業は継続的なイノベーションによって付加価値を生み出すビジネスを行う必要があります。そしてそれを実現するためには、多様な人財が多様な働き方をすることによっていきいきと活躍できる環境を整えることが不可欠です。

こうした課題認識から、味の素グループは「ダイバーシティ&ワーク・ライフ・バランス」と「働き方改革」を経営課題の一つとして位置づけ、性別・国籍・価値観などにかかわらず多様な人財が活躍できる会社を目指します。とりわけ「働き方改革」では、毎日オフィスに通勤して長時

間の残業を行ってきた日本型の働き方を見直し、2020年に「1日7時間労働」を実現すべく、段階的に労働時間を短縮する施策を進めています。また、ICT(情報通信技術)を活用し、オフィスに出勤しなくても業務を遂行できる「どこでもオフィス勤務」も導入。オフィスで顔を合わせない仕事ができないという既存概念を打ち破り、育児や介護等の事情がある人も時間を創出して働ける環境を整備していきます。

「働き方改革」各施策の導入によって、従業員の多様なライフスタイルを支援するとともに、一人ひとりがこれまで以上に社会との接点を増やす機会づくりにもつながると考えています。味の素グループの取り組みが、日本全体の働き方に対する考え方の一モデルとなるよう、今後も積極的に取り組みを進めていきます。

味の素グループが進む、独自の「働き方改革」

「働き方改革」のコンセプトはグループ共通で掲げていますが、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。各社の取り組みが積み重なることで、グループ全体でシナジーを生み、多様なアプローチで「働き方改革」を成し遂げることが可能になると考えています。

味の素冷凍食品(株) 「働き方改革」で変わる職場

味の素冷凍食品(株)では、環境変化に対応できる「働き方改革」の推進を目標に掲げています。そのために3つの重点目標を定め、取り組みを進めています。

一つ目の目標は「多様な人材の活躍実現」です。「公正・公平・透明」な人材育成を推進するために、部門横断型の「人材育成委員会」を組織し、全社の戦略的ローテーションなどを実践します。

二つ目は「効率性と働きがいを向上する職場環境の実現」です。従業員同士が多様性を認め合い、一人ひとりが健康で豊かな人生を実現できるよう、フレックスタイム勤務者への「どこでもオフィス」のテスト運用(2017年10月より本格導入予定)や、プロジェクトチームを通じた大泉ランチでの「オフィス改革」を推進しております。

三つ目は「ライフタイム(余暇時間)の充実」です。社会人としてのスキル向上を支援するために、ビジネススクールでの学習を会社として支援。さらに、「早帰りデー」時の在館時間短縮・営業部門でのフレックスタイム制度の導入により、従業員の私生活の充実もサポートしていきます。



「働き方改革」事務局より

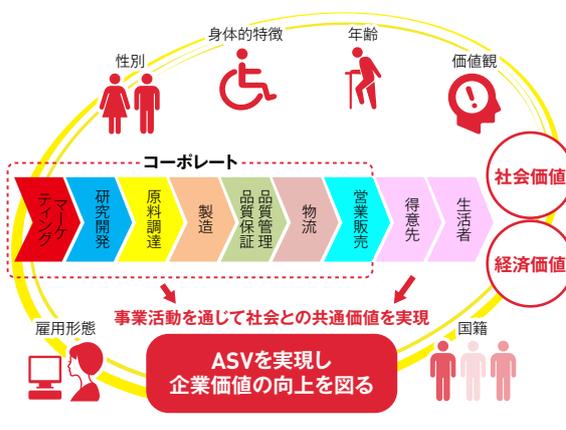
2017年度「働き方改革」のスタートに向けて、各事業所で説明会を行いました。当初は、働き方を大きく変えることを不安視する方もいらっしゃいましたが、実際に「どこでもオフィス」の運用や「早帰りデー」徹底により、仕事が効率化され、また早く帰ることによって家族と過ごす時間が増えたというような声が現場から聞こえてきます。今後さらに「働き方改革」を通じて、働く人が幸せな職場を実現し、生産性と競争力のある仕事を生み出していきます。

味の素AGF(株) 生きがいと働きがいを両立させる「時間の再投資」

味の素AGF(株)では、バリューチェーン全体で社内外の多様な人材が一体となり、ともに価値創造を目指す「TEAM AGF」の考え方を導入しています。その実現に向けて、多様な人材の活躍を支援する様々な施策を打ち出しています。

「働き方改革」では、個人のワーク・ライフ・バランス、会社の持続的な成長と発展、「TEAM AGF」のダイバーシティが三位一体となり、三者がともに成長し価値創造に貢献できることを目指しています。特に従業員個人には、総実労働時間を削減して創出した時間を、自分・家族・友人・地域社会や業務革新に充てる「時間を再投資する」という考え方の浸透を図っています。個々人にとってかけがえのない時間は、会社にとっては貴重な経営資源でありコストでもあります。お互いの時間を大切に、無駄遣いしない・させない意識を醸成していきます。

バリューチェーン一体 (ONEチーム)に加え、多様な人材が一体となり、社外取り組み先(パートナー)と共に価値創造する「TEAM AGF」



参照

労働慣行 P76-77

働き方改革～味の素「働き方改革」～



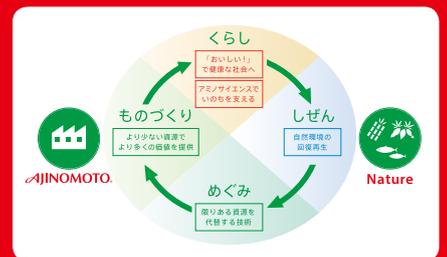
2016年度活動報告

サステナビリティ実現に向けた味の素グループの企業責任 (CSR)

サステナビリティの実現に向けて、味の素グループが果たせる企業責任とは何か—。それは、事業活動を通じて「味の素グループ理念」を実践し、「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」「食資源」「健康なところとからだ」の解決に貢献することであると考えています。

またこうした事業活動の中で、地域や、地域の基盤となる生態系、お客様、お取引先とともに、そのコミュニティやグローバル社会が抱える様々な課題解決に貢献し、期待にお応えしていくことも、私たちの重要な企業責任です。

味の素グループは、私たちの事業活動の全体を通じて、人と地球のサステナブルな未来の実現に向けて、様々な社会課題解決に貢献していきます。



味の素グループでは、2011年度より、社会的責任に関する国際ガイドンス規格であるISO26000を、サステナビリティの実現に向けた取り組みの現状把握および課題整理のツールの一つとして活用しています。



組織統治

責任ある経営で企業価値を高める

INDEX

P49 コーポレート・ガバナンス

- 企業統治の体制
- リスクマネジメントの体制

P51 コンプライアンス体制

- 「味の素グループ行動規範」
(Ajinomoto Group Principles[AGP])
- 従業員へのコンプライアンス教育
- 企業行動委員会によるコンプライアンス活動
- 情報セキュリティの徹底

P55 CSRマネジメント

関連する行動規範・方針類

● 味の素グループ行動規範

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

● 味の素グループセキュリティポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/security_policy.html

● 味の素グローバル・タックス・ポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/global_tax_policy.html

● 味の素グループ・リスクマネジメント基本方針

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/risk_management_basic_policy.html

2016年度の主な活動

● 継続的なコンプライアンス教育や「AGP(行動規範)を考える会」の実施

「味の素グループ行動規範」やコンプライアンス意識の浸透・周知徹底のために、従業員に向けた教育や「AGP(行動規範)を考える会」による課題提起の場づくりを行っています。



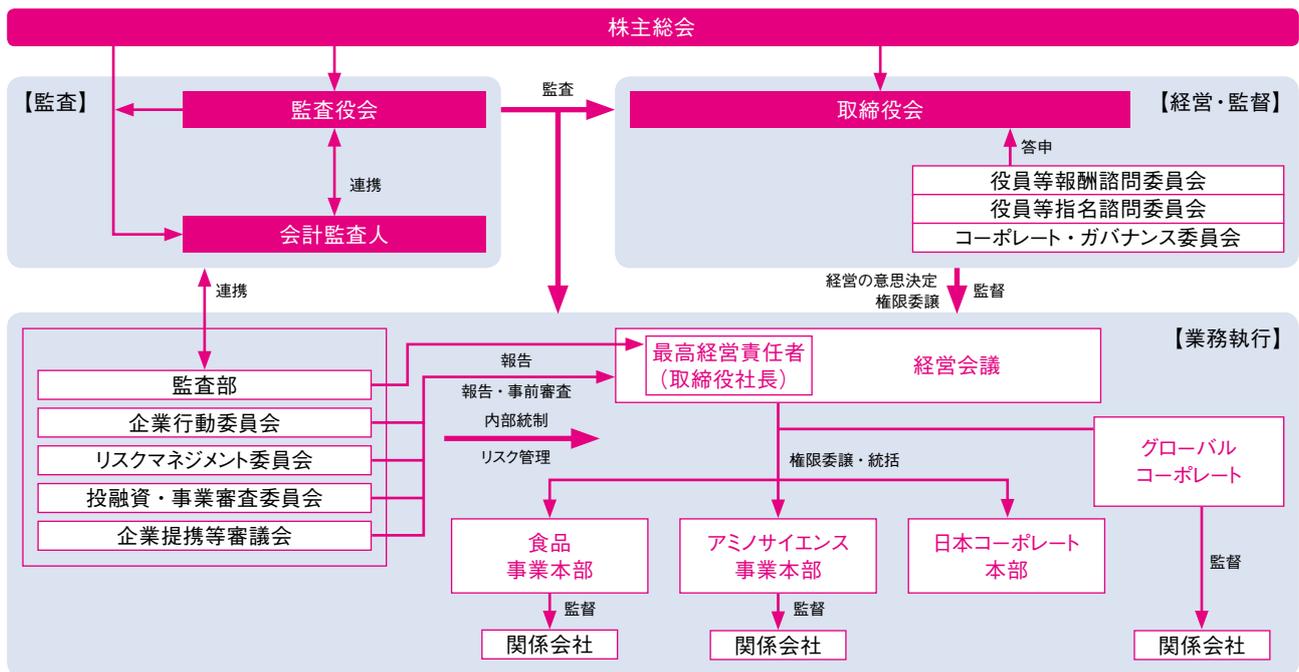
→P52-53

コーポレート・ガバナンス

味の素(株)は、創業時のうま味を通じて国民の栄養改善を目指した志を受け継ぎ、「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」「食資源」「健康なところからだ」の解決に事業を通じて貢献し、コーポレート・ガバナンスの強化・充実を図ることにより、株主をはじめ顧客・従業員・地域社会等のステークホルダーとの良好な関係を築き、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の職務執行を監督

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・執行役員等の報酬案を審議し、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) |
| 監査役の人数(うち社外監査役) | 5名(3名) |
| 取締役会の開催回数(2016年度) | 18回 |
| (社外取締役の平均出席率) | (92%) |
| (社外監査役の平均出席率) | (100%) |
| 監査役会の開催回数(2016年度) | 15回 |
| (社外監査役の平均出席率) | (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 |
| 役員等の報酬制度 | 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 | 新日本有限責任監査法人 |

参照

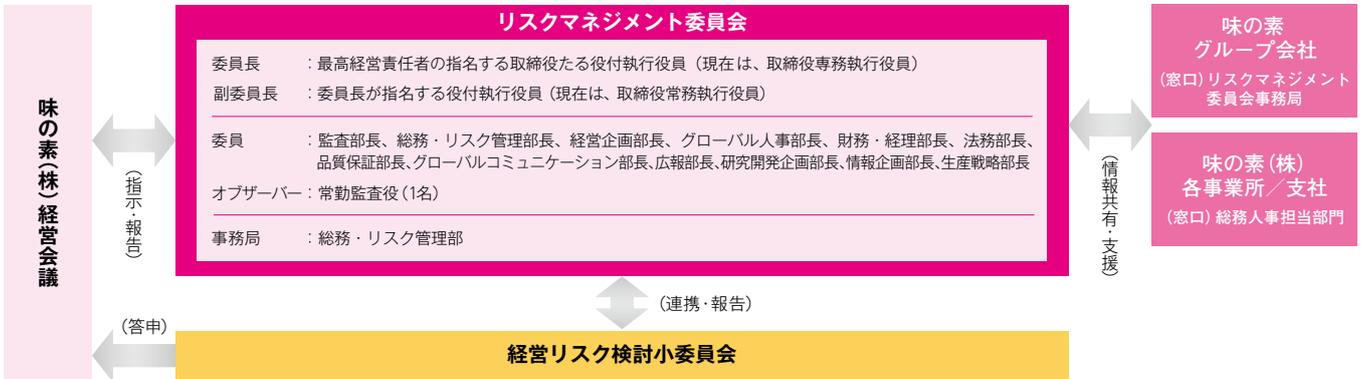
コーポレート・ガバナンス報告書
https://www.ajinomoto.com/jp/ir/strategy/corp_gov/main/00/teaserItems1/0/linkList/00/link/Governance_J.pdf

統合報告書2017
https://www.ajinomoto.com/jp/aboutus/integrated_report/



リスクマネジメントの体制

■ リスクマネジメント委員会の役割



2017年7月現在

■ リスクマネジメント委員会

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、「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」という、味の素グループ・リスクマネジメント基本方針のもと、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います。なおリスクマネジメント委員会は、2017年度中に後述する企業行動委員会と併せて再編し、発展的に内部統制機能の充実、強化を図っていく予定です。

各単位組織およびグループ各法人にリスク責任者(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を回した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。2016年度は、①意図的異物混入などの品質トラブルを中心とした「製品・生産・物流リスク」、②営業秘密漏洩等の「情報管理リスク」、③現場での事故、災害等の「事故リスク」、④各国での様々な労務法令、慣行などに由来する「労務リスク」、⑤各国法令対応などの「リーガル・リスク」の5項目が、味の素グループの5大リスクとなりました。

一方、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・社会情勢などビジネス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・テーマを集約した「全社重要リスク」を策定しています。①「地政学的マクロ環境リスク」、②「グローバル競争リスク」、③「グローバル気候変動リスク」、④「レピュテーション・リスク」、⑤「ICT等技術革新リスク」、⑥「リーガル・リスク」など16項目が、「全社重要リスク」として挙げられ、全社的な対応を進めています。

また、昨今の世界情勢を受け、グローバルな危機管理の強化も重要な課題となっています。リスクマネジメント委員会から、グループ全体へ注意喚起文書を発信しリスク情報を共有するとともに、必要に応じた出張規制等の通達文によりグループ従業員の安全確保を心がけています。2016年度は通達の発信だけでなく、危機に際しての身の守り方を具体的に訓練する、実地型の訓練も開始しました。また万一危機が発生した場合に迅速な対応が可能となるよう、グローバル各地域に置かれた地域本部が、主体となって対処する仕組みを構築中です。

大規模震災などに対して、事業のレジリエンスを高めるBCP(Business Continuity Plan)は各部門に導入されており、定期的に見直しを行いながら取り組みを進めています。

参照 → 味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ・リスクマネジメント基本方針

参照 → 統合報告書2017 P27
重要リスクと対応

コンプライアンス体制

味の素グループは、味の素グループの全役員(これに準ずるものを含む)および従業員(嘱託、パート従業員、臨時従業員等、期間を定めて雇用される従業員を含む)に対して、法令等の遵守だけにとどまらず、「味の素グループ行動規範 (AGP)」に基づく行動と実践を求めています。「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」を目指し、その基盤となるコンプライアンス体制をさらに確固たるものにしていきます。

「味の素グループ行動規範」(Ajinomoto Group Principles [AGP])

「味の素グループ行動規範」(以下、AGP)は、味の素グループ各社の役員および従業員一人ひとりが日々理解し実践すべき行動の在り方を示したもので、同時に、誠実に遵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。2014年にグローバルガバナンスの強化を目的に全グループで統一されたAGPは、日本語・英語を基本言語に味の素グループが事業展開する地域/国の全21言語^{※1}に翻訳され、Webサイトでも公開しています。

今後も、企業行動委員会による各種活動、グループ各社での様々な取り組みを通じ、全役員・従業員への浸透を図っていきます。

AGPの位置づけ

AGPは、再編後の新しい体系「Our Philosophy」においては、Wayに則りミッション・ビジョンを実現するために、従業員一人ひとりが日々理解し、実践すべきあり方を示すものとして再定義しました。

事業を通じた社会の価値共創の取り組みであるASVをビジョン、すなわち「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」を実現する中核であることを内外のステークホルダーに明確に示し、再編後の新しい体系において、WayとAGPはミッション・ビジョン・ASVを支える基盤という位置づけになります。

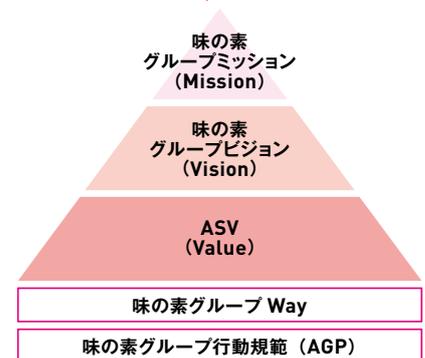
参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ行動規範

味の素グループの目指す姿

Our Philosophy

コーポレートメッセージ
Eat Well, Live Well.



AGPの概要

1. 安全性の高い高品質な商品・サービスの提供
 - 1.1 安全性の高い高品質な商品・サービスの開発・提供
 - 1.2 品質保証活動
 - 1.3 適切な情報提供とコミュニケーション
 - 1.4 広告やマーケティング活動
2. 地球環境とサステナビリティ(持続可能性)への貢献
 - 2.1 事業活動を通じての環境貢献
 - 2.2 社会との環境コミュニケーション
3. 公正で透明な取引
 - 3.1 独占禁止法等の遵守
 - 3.2 公正な購買取引
 - 3.3 購買取引における社会的責任
 - 3.4 適正な交際・儀礼
 - 3.5 贈賄の禁止
 - 3.6 反社会的勢力と関係をもたない
 - 3.7 輸出入管理
4. 人権の取り組み
 - 4.1 人権の尊重
 - 4.2 労働における基本的原則・権利
5. 従業員の人材育成と安全確保
 - 5.1 均等な雇用機会と公正な人事・処遇
 - 5.2 企業の発展と個人の成長
 - 5.3 差別、ハラスメントの禁止
 - 5.4 安全で働きやすい職場づくり
6. コミュニティとともに
 - 6.1 事業活動を通じた社会への貢献
 - 6.2 地域文化の尊重
 - 6.3 NGO・NPOとの連携
 - 6.4 寄付、賛助活動、財団運営
7. 株主・投資家をはじめとしたステークホルダーへの責任
 - 7.1 適切な情報開示
 - 7.2 財務報告の信頼性の確保
 - 7.3 インサイダー取引の禁止
8. 会社資産・情報の保護・管理
 - 8.1 会社資産の管理
 - 8.2 情報管理
 - 8.3 知的財産権保護
9. 公私のけじめ
 - 9.1 利害の対立の回避
 - 9.2 会社に帰属する取引関係
 - 9.3 個人の主張と政治活動



※1 21言語に翻訳され、Webサイトに掲載
アラビア語、ベンガル語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、英語、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、フィリピン語、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)

従業員へのコンプライアンス教育

味の素グループでは、「AGP」の浸透とコンプライアンス意識の向上のために、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、年間約400名が参加)をはじめ、新入社員、昇格時、各階層別の教育・研修を実施しています。そのほか、啓発ポスター(AGPポスター)は、毎年新編を作成し、11言語に翻訳し、国内外グループ法人で広く活用されています。

また、イントラネットを活用し、PC立ち上げ時に自動的に「コンプライアンス啓発メッセージ(AGPメッセージ)」が配信される仕組みをつくり、日々コンプライアンスへの注意喚起を行っています。2016年度は、国内グループ会社2社にも配信先を拡大し、本社や川崎事業所では、同様のコンテンツをデジタルサイネージ(電子掲示看板)でも配信しています。

今後、AGPメッセージ、デジタルサイネージともに、国内のグループ各社、各事業所へ配信先を拡大していきます。



パソコン起動時に立ち上がる「行動規範」啓発画面

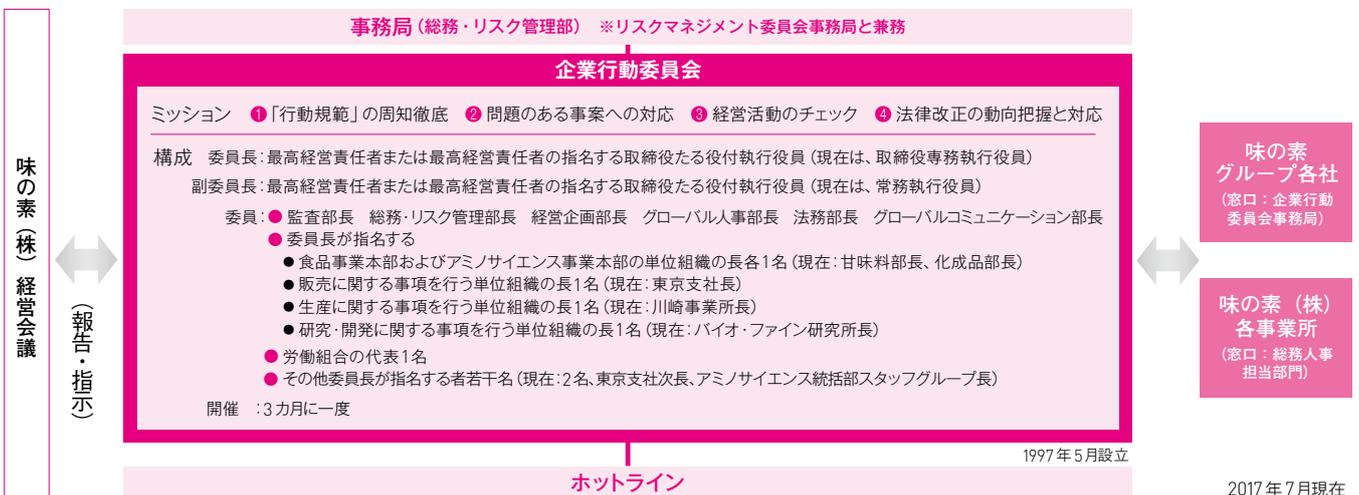


2016年度「行動規範」啓発ポスター(日本語版)

企業行動委員会によるコンプライアンス活動

味の素(株)企業行動委員会は、「味の素グループ行動規範(AGP)」の浸透と、「AGP」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、1997年5月に設立され、グループのコンプライアンス活動を推進しています。また、国内外の主要なグループ各社も、独自の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・各法人の実情に合わせた取り組みを推進しています。

企業行動委員会の役割



■ 内部通報制度「ホットライン」およびハラスメントに関する相談窓口の設置

味の素(株)および主要国内グループ会社では、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、グループ会社の従業員(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います。通報や相談を行った人のプライバシーを遵守し、通報を行ったことにより不利益を被ることがないように社内規程で定めるとともに、各種研修、イントラネットや啓発ポスター、利用方法を記載したカードを配布することで周知を図っています。

2015年度からは、グループ全体の通報件数を把握し公表しており、2016年度のホットラインへの通報件数は、国内グループ全体で63件でした(味の素(株)本体への通報件数は2015年度28件に対し、2016年度は25件)。ホットラインの内容は匿名化した情報として四半期に一度、企業行動委員会報告として経営会議、および取締役会で報告しています。

また、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に担当者を配置するとともに、社外にも窓口を設置しています。

■ 「Ajinomoto Group Principles (AGP)」に関する意識調査アンケート(「AGPアンケート」)

味の素(株)および国内グループ会社では、毎年11月に無記名方式の「AGPアンケート」を実施し、「AGP」に関する理解度・実践度のモニタリング、および各社、各職場におけるコンプライアンス課題の把握を行っています(2016年度はグループ従業員約13,000人超が回答)。

この内容は企業行動委員会で報告するとともに、参加グループ会社にフィードバックし、全体の集計結果はイントラネットで全従業員が閲覧できるようにしています。また、顕在化した課題は当該部署と連携し、個別に対応を図っています。

■ 「AGP(行動規範)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(行動規範)を考える会」、以下「考える会」)を開催しています。2016年度は、味の素(株)で計31回開催、297名が参加し、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に、参加者を通じて各職場にフィードバックされ、同時にイントラネットにも掲載し、従業員全員が確認できます。そこで提起された課題のうち、全社レベルで取り組むべき課題は、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。

2016年度の「考える会」では、グループ会社のネットCMを題材に「人権」問題をテーマとして取り上げ、日本固有の人権問題や差別・ハラスメントについて議論し、全グループ規模で理解を深めました。また、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」の概要や「英国現代奴隷法」等、人権に関する国際動向などグローバルな人権課題についても理解と共有を図りました。

■ ホットラインへの通報件数

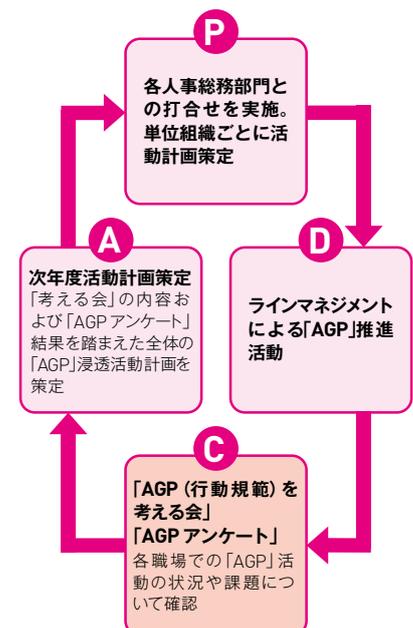
| | 2016年度 | 前年差 |
|----------|--------|------|
| 国内グループ全体 | 63 | (+7) |
| 味の素(株) | 25 | (-3) |

参照 → 人権 P68
従業員に対する人権教育・啓発活動



味の素(株)四国支店での「AGP(行動規範)を考える会」

■ 「考える会」「AGPアンケート」のAGP推進活動における位置づけ



情報セキュリティの徹底

味の素グループでは、情報の取り扱いを適正に行うため、ルールを定めてこれを周知し、取扱状況を点検し、業務改善につなげる情報セキュリティのPDCAサイクルを運用しています。

■ 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。2015年9月より、通常のセキュリティ点検に加え、外部クラウドサービスの利用および管理状況について総点検を開始し、毎年、利用サービスの棚卸しと管理状況のチェックを継続しています。

■ 新たなガイドラインの策定

味の素グループのセキュリティルールとして2004年4月に「味の素グループセキュリティポリシー」「情報取扱規程」を制定しましたが、昨今、急速に進化するIT技術に対応し、2014年7月には「外部クラウド利用ガイドライン」および「スマートデバイスガイドライン」を制定し、国内外の味の素グループ各社へ周知しました。また、2015年9月には技術情報等の高い機密性を要求される情報の管理強化のために、「情報取扱規程」の改定および「営業秘密管理基準」を新たに制定し、国内外の味の素グループ各社へ周知しました。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループセキュリティポリシー

■ セキュリティ教育

セキュリティ教育として新人、管理者向けに集合教育を実施しています。また、2016年5月には、「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。



2016年度実績

- | | |
|--|------------------|
| ① 味の素グループ:事業・営業部門のラインマネージャー対象 2016年7月15日、11月11日、2017年3月10日の3回実施 | 計 210 名受講 |
| ② 味の素グループ:生産・研究開発部門のラインマネージャー対象 2016年5月20日、9月2日、2017年1月13日の3回実施 | 計 180 名受講 |
| ③ 味の素(株)新入社員向け集合教育 2016年4月1日実施 | 計 64 名受講 |

■ 新たなリスクへの対応

IT技術の進化に伴い想定される新たなリスクへの対応に着手しています。昨今各種報道機関で報じられているような標的型メール攻撃によるウイルス感染が原因の情報漏洩への対応としては、従来から進めてきた外部から社内のPCやサーバへのウイルス感染の防御施策やネットへの不正侵入検知施策の強化に加えて、社内ユーザへの教育、ウイルス感染を誘引するような不正なWebサイトへの通信の遮断、外部攻撃者によるPCの乗っ取りを検知する仕組みの運用を実施中です。

参照

→ 消費者課題 P131
お客様情報・個人情報取り扱いの徹底

CSRマネジメント

味の素グループのCSRは、企業活動を通じて「味の素グループミッション」を実現することだと考えています。新しいグループ理念の体系で中核的な考え方となったAjinomoto Group Shared Value (ASV)に基づいて、この理念実現に向けてグループ一丸となって取り組みを進めています。

■ 社外有識者の声を活動に活かす仕組み

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年まで、社外有識者の方々に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」（地球持続性・食資源・健康なこころからだ）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てきました。さらに2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標(SDGs)を活用しながら国内外の有識者にアンケートやヒアリングを実施し、マテリアリティや活動内容の見直しを行っています。

定期的に社外有識者のご意見をいただく仕組みとしては、創業90周年の1999年に創設した「味の素『食と健康』国際協力ネットワーク(AIN)プログラム」の外部有識者委員会を設けています。メンバーは、国際機関、開発援助機関、NGO、大学教授など国際協力や栄養問題の専門家の方々に、NGO・NPO支援公募プログラムの選考や、栄養課題への取り組み、社会貢献活動全般に関するアドバイスをいただいています。

■ グループ一丸となってCSR活動を推進

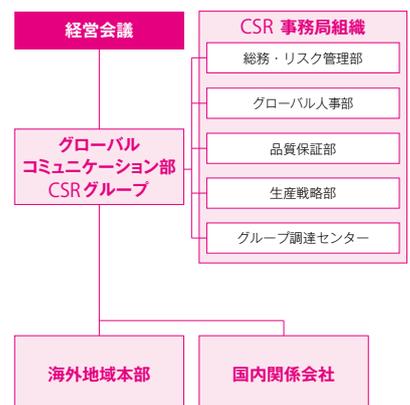
味の素グループでは2008年より、事業活動を通じた社会・環境課題への貢献を戦略的CSRとして推進してきましたが、2014-2016中期経営計画ではそれを発展させ、Ajinomoto Group Shared Value(ASV)として各事業部門の社会・環境貢献を目標化し、2017年2月に発表した2017-2019中期経営計画では非財務目標を設定し、数値化を目指しながらPDCA管理を進めています。

また、事業を通じてサステナビリティに貢献するにあたって、「行動規範」やISO9001、ISO14001などのマネジメントシステムを活用してそのプロセスの適正化を確保してきましたが、現在のグローバル社会が求めるレベルに対応できているかを確認するために、2012年度にはISO26000を活用して、私たちの取り組み状況の把握と課題の整理を行いました。さらに中期経営計画で、GRI(Global Reporting Initiative)、SASB(米国サステナビリティ会計基準審議会)など投資家が求める非財務情報の開示項目を参考にしながら取り組み項目を明確にし、既存のマネジメントシステムを通じて強化を図っていきます。

こうした取り組みを支える実務組織として、グループ全体のCSR活動を推進する専任組織のCSR部を2005年に設置し、CSR主要部門である総務・リスク管理部、グローバル人事部、品質保証部、生産戦略部、グループ調達センターと連携をとりながら各機能部門の活動の中で推進しています。

2016年4月からは、グローバルガバナンスの強化と非財務情報を通じた企業価値向上を目的にグローバルコミュニケーション部を設置し、CSRグループにCSRマネジメントとコミュニケーション機能を移管しました。また2017年にはCSR部業務のうち、公益性の高い活動を、新たに立ち上げた公益財団法人味の素ファンデーションに移管しました。従来からの「ガーナ栄養改善プロジェクト」「AINプログラム」と「東北復興応援」などの社会貢献活動は、今後は味の素ファンデーションへの寄付を通じて活動していきます。

■ CSR活動体制図



参照 → コミュニティ P143
財団による活動

公正な事業慣行

倫理的で誠実な取引の実践

INDEX

P57 CSR調達の推進

- 味の素グループの調達方針
- 重要原料の持続可能な調達に向けた取り組み
- 持続可能なカツオ漁業と資源利用に向けた取り組み
- コーヒー豆の持続可能な調達
- 森林破壊ゼロに向けた取り組み
- 持続可能な紙利用推進への取り組み
- 持続可能なパーム油への取り組み

P63 公正な競争の確保のために

P63 汚職の防止

P64 知的財産を守り、適切に使用する

関連する行動規範・方針類

● 味の素グループ行動規範

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

● 味の素グループ購買基本方針

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/basic_purchasing_policy.html

● 味の素(株)サプライヤーCSRガイドライン

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/supplier_csr_guidelines.html

● 味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/environmentally_responsible_paper.html

● 味の素グループ 生物多様性に関する考え方と行動指針

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/biodiversity_policy.html

● 味の素グループ贈賄防止ポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/bribery_prevention_policy.html

2016年度の主な活動

● FSC®認証紙の利用促進



→ P61

● 様々な組織・団体と連携した活動を推進



→ P62

CSR 調達の推進

世界中に広がる原材料の生産地やサプライチェーンにおける環境や人権、労働安全といった社会的側面に配慮していくことが、将来にわたって持続可能で安定した調達を実現するためにも重要です。

味の素グループは、サプライチェーンの関係者と連携・協働してCSR調達を推進していきます。

味の素グループの調達方針

味の素グループの購買基本方針

味の素グループは、2006年に「味の素グループ購買基本方針」を制定し、すべての購買取引において、公正・公平・透明・簡素を心掛けています。ビジネスパートナーであるお取引先をはじめとするすべてのステークホルダーの方々から信頼を得られるよう、法令を遵守し、契約を履行し、合理的に業務を遂行することを定めています。

また、この「味の素グループ購買基本方針」の中では、「**遵法・購買倫理**」、「**購買取引の原則**」のほか、お取引先とともに協働してCSRを実践していくことを定めています。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ購買基本方針
味の素(株) サプライヤー CSR ガイドライン

CSR調達に関するガイドライン

味の素グループは、「味の素グループ行動規範」のもと、購買取引に関する基本方針として「味の素グループ購買基本方針」を定めています。「味の素グループ購買基本方針」では、購買取引におけるCSRの実践と、お取引先でのCSR推進の要請を謳っており、その具体的なガイドラインとして「**サプライヤーCSRガイドライン**」と「**持続可能な農畜水産物調達に向けた方針・ガイドライン類**」を制定しています。

今後も、サプライチェーンを通じたCSRの実践に向けて、これらガイドラインを大きな柱に、取り組みの実効性を高めていきます。

CSR調達に関するガイドライン体系



■ お取引先へのCSR観点での期待事項の明示

① 味の素(株)の取り組み

味の素(株)は2013年度、「味の素グループ購買基本方針」におけるお取引先へのCSR観点での期待事項をより詳細に明文化した「サプライヤーCSRガイドライン」を制定しました。このガイドラインは、お取引先の自主的な改善の指針となるように制定したもので、味の素グループとお取引先がCSRに関する価値観や目標を共有し、「ともに学び、ともに強くなる」ことを目指し、協働での取り組みを通じて社会からの信頼を得ようというものです。

「サプライヤーCSRガイドライン」を制定後、味の素(株)は、説明会や文書を通じてすべてのお取引先に対し、同ガイドラインに関するお知らせと協力要請を実施しています。さらに、お取引先がCSR関連項目についての自己診断チェックを実施するためのツール(Self Assessment Questionnaire : SAQ)を策定し、お取引先に対して自己診断をお願いし、そのフィードバックも実施しています。この自己診断は、良好な職場風土の醸成、社会的責任に関する項目と、製造工場のフードディフェンス管理に関する項目にて構成されています。2015年6月からは、サプライヤー向けのフードディフェンス監査を開始し、フードディフェンスにかかわるハード面、ソフト面の継続的改善を推進しています。お取引先での自己診断に対する個別フィードバックは2016年3月に実施し、改善を要請しました。さらに、2017年4月からは、品質監査のなかでフードディフェンス項目を確認していきます。

また、2016年6月には、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」を実施しました。調査の目的は、サプライヤーと当社の規範等に基づいた2WAYコミュニケーションができてきているかの確認、サプライヤーからの要望をお聞きして今後の取り組みや方針策定に反映させることです。

② 味の素グループ各社における取り組み

国内の主要グループ会社(味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株))においても、お取引先にCSR観点での期待事項を明示する文書を制定し、それぞれのお取引先へのお知らせ、協働要請を進めています。

今後も、「サプライヤーCSRガイドライン」の取り組みを順次、その他国内外グループ会社の活動へ発展させ、各々のお取引先への展開を進めていきます。

■ 「持続可能な農畜水産物調達に向けた方針・ガイドライン類」の策定

味の素グループでは、製品の個別原材料について、その生産過程で生態系サービスに影響を与えるリスクや、サプライチェーン上に存在する社会課題の特定を推進しています。原材料の生産者や協働するサプライヤーとともに、サステナブルな調達を通じて地域社会・経済に対して貢献していくために、持続可能な農畜水産物調達に向けた方針やガイドラインを体系的に整備しています。

2015年度には、既存の「味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン」の一部方針をより具体化し、環境に配慮した紙の調達における実効性を高める取り組みを行いました。

味の素グループは、既に策定済みの上記「味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン」、「味の素グループ 生物多様性に関する考え方と行動指針」の他、今後、特に重要な原材料を包含する調達方針・行動計画を策定し、持続可能な調達を実践していきます。



「味の素(株) サプライヤーCSRガイドライン」



お取引先への説明会の様子

参照 → 人権 P69

事業における人権への配慮

参照 →

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン
味の素グループ 生物多様性に関する考え方と行動指針

重要原料の持続可能な調達に向けた取り組み

■ 原則となる取り組みの考え方

事業経営の資本の一つは、原料である生物資源やそれを育む生態系の自然資本^{※1}であると認識しています。自然資本を毀損し減少させるような利用の仕方は事業継続と成長を阻害します。そこで、持続可能な原料調達を確かなものとしていくために下表の考え方を持っています。

| ① 実務プロセスの 改善 | ② 自然資本の 回復・増強 | ③ 社会システム創りへの 協働・連携 | ④ 個別的、 順応的なアプローチ |
|--|--|--|---|
| 自然資本を減少させているような調達・利用の実務プロセスは、「原材料調達・利用の影響が生態系の循環・回復の能力の範囲内に収まるように」 ^{※2} 改善する。 | 自然資本を減少させないことに加え、事業活動を通じて環境社会に価値を生み出すよう、自然資本を積極的に回復・増強させる。 | 持続可能な社会システム創りに積極的にかかわる。調達活動を持続可能な自然資本の回復・増強型の生産・サプライチェーンの社会システム創りに展開する。サプライチェーンの最上流に遡って関与し、多様な関係者との協働・連携を図る。 | 各資源・原料ごとの環境社会およびサプライチェーン上の課題に応じ、それぞれに効果的な取り組み方法を探る。実際状況を把握(モニタリング)し、順応的に取り組む。 |

※1 国際統合報告フレームワーク「価値創造プロセス」を参照

※2 生物多様性条約「愛知ターゲット」目標4(ビジネスと生物多様性)の規定を参照。いわば、事業プロセスの是非の視座を、従来の「環境にやさしい」(過去・現在よりも負荷が少ない)から「地球に正しい」(地球持続性の目標に照らして適切)に発展させる

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特にカツオ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年代後半以降カツオ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。

カツオ資源を将来にわたり持続的に利用していくためには、適切な資源管理ルールに基づく国際漁業管理の実施と同時に、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を担保することが重要です。

そこで味の素(株)では2009年から、国の研究機関と共同でカツオの標識放流調査に取り組み、その成果を国を通じて国際漁業管理機関での議論に反映してきました。さらに、先端バイオテレメリー技術を有する国立4大学研究チームとの協働により、持続可能な地域漁業に貢献する実践的研究を展開しています。また、台湾の行政・研究機関との国際連携により、調査研究の海域を、台湾沖・南西諸島海域から高知沖に至る黒潮源流域～西日本黒潮流域の全体に拡大しています。

参照 → 特集2 P38-39
水産資源の持続可能性を高めるカツオ生態調査

参照 → 環境 P107-108
持続可能なカツオ漁業と資源利用への取り組み



コーヒー豆の持続可能な調達

コーヒー豆は、生物多様性豊かな地域で生産され、またその多くが零細農家によって生産されています。

AGFグループでは、2013年1月、コーヒーの生産と流通のサステナビリティの強化・支援に取り組む国際的な非営利組織「4Cアソシエーション^{※3}」に参画。また、農園の自然環境や、従事する人々の生活をよりよい状態に保つ取り組みを推進する「レインフォレスト・アライアンス^{※4} 認証」に賛同し、それぞれが定めた基準に適合した農園で生産されるコーヒー豆の調達に取り組んでいます。

※3 4Cアソシエーション(正式名称「Common Code for the Coffee Community Association」):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

※4 レインフォレスト・アライアンス[Rainforest Alliance]:レインフォレスト・アライアンス認証農園は、森林、河川、野生動物の生息地、労働者や彼らの家族、共同体の権利と福利を保護している

参照 →

味の素AGF(株) 持続可能な調達
<http://www.agf.co.jp/csr/environment/sustainable.html>

4C ASSOCIATION
for a better coffee world



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に直接つながるとともに、温室効果ガス排出の20%を占めるとわれています。森林破壊を止めることは、地球環境社会の持続性にとって極めて重要です。森林破壊が引き起こされる原因は複雑ですが、紙・木材、アブラヤシや大豆の栽培、牛飼育によることが特に大きな影響を与えていると考えられています。

味の素グループは、事業活動で使用している紙、パーム油について、その調達と利用が森林破壊に加担することがないようにするため、グループを挙げて取り組みを進めています。

森林破壊の問題はパルプ生産のためのプランテーションやアブラヤシ農園で起きています。一方、味の素グループは、紙やパーム油関連原材料を調達使用する消費財製造事業者であり、これらの原材料にかかわるサプライチェーンにおいて下流に位置している存在です。紙やパーム油はグループの事業活動にとって必要な原材料で、今後も事業発展にとって重要であり続けます。そこで、味の素グループにとってこれら重要原料に関して責任ある調達を達成し、事業活動の健全な成長を確保するために、次の二つの取り組みを進めています。

まず、現在調達使用している原材料が森林破壊などの環境面や人権問題などの社会面で問題がないことを確認し、担保することが必要です。特に近年では、原材料の生産・加工段階で従事する労働者の人権侵害の有無につき、社会の関心が高まっています。そのためには、調達使用している原材料についてサプライチェーンの最上流まで遡ってトレーサビリティを確立することが重要となります。問題がある場合には、サプライチェーン関係者との協働により、即時、適切な対応をとらなければなりません。

さらに、今後の事業成長に伴い紙やパーム油の調達量が増える場合でも、環境・社会問題がない原材料を安定的に調達使用できることが必要です。それには、これら持続可能な原材料の調達使用が、社会全体で当たり前のもになることが重要です。それが味の素グループの持続可能な調達をも確実にするからです。そのためには、持続可能な生産、サプライチェーンの社会システム創りに自ら積極的にかわり、SDGsの目標12にも掲げられた持続可能な消費と生産に向けた多様な関係者との連携・協働の取り組みをリードしていく決意です。

森林破壊ゼロに加えて、グローバルでの人権課題への対応の重要性が増しており、その双方を満たすためにRSPOのような仕組みを活用することが効果的、効率的、客観的納得性のある手段の一つと考えています。従って、そのような信頼に足る基準や仕組みがある場合には、それらの積極的な活用に優先して取り組みます。また、それらの社会への浸透を後押しします。

ただし、これは、必ずしも認証品を購入することのみを意味するものではありません。認証品の購入が実際に可能で合理的である場合はそれを追求します。しかし、コーヒークリーマーの原料として使われるパーム核油のように、現実に認証品の供給が限定されていて合理的な調達が困難な場合が多いことがあります。このような場合は、持続可能な消費と生産に資する基準や仕組みを活用して、実質的に環境・社会課題がないことを担保する取り組みを着実に展開することも重要と考えます。

紙・パーム油の持続可能な調達への取り組み方針

認識

グローバルレベルでの責任を目指す企業として、原産地の森林破壊ゼロを支持し、グローバルグループ範囲で、持続可能な紙・パーム油の調達利用に取り組む。

方針

- 自社の使用において持続可能な紙・パーム油調達利用を追求
- 目標:2020年までに持続可能な調達を実現する。
- 持続可能な紙・パーム油の調達に向けた社会の仕組みの健全な発展に貢献

参照 → 特集2 P37-38

“森林破壊ゼロ”に向けた取り組み

持続可能な紙利用推進への取り組み

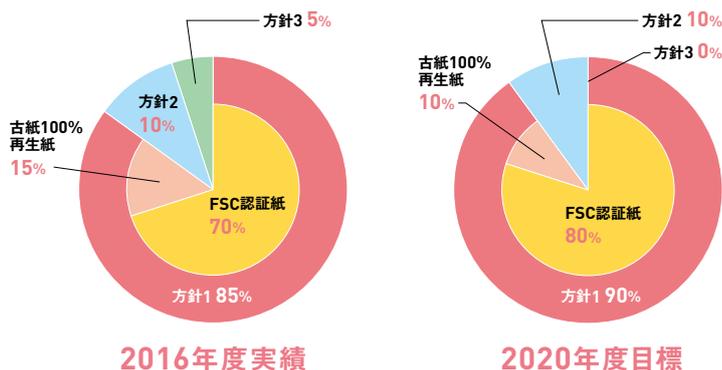
■ 自社使用における取り組み

味の素グループは、「味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン」に基づき、国内外の味の素グループで使用する事務用紙、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。国内味の素グループにおいては、主要な紙の調達をグループ調達センターが管理しています。

国内味の素グループでは、事務用紙については間接材購買システムにより方針への適合維持を継続しています。なお、森林生態系保全や地域社会とのかかわりにおいて、NGO等から問題が指摘されている特定の製紙業者の紙が日本で流通している事例があります。これを踏まえ、味の素グループがこれらの紙を不用意に調達し問題に加担することがないように適切な措置を講じ、問題解決への進展を注視しています。

また、国内味の素グループでは2015年度から容器包装用紙へのFSC®認証紙の採用の取り組みを強化しています。容器包装用紙へのFSC®認証紙の採用は事務用紙に比べ必要とされる紙の性能などから困難な面があります。そこで「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム(CSPU)」と連携し、お取引先の製紙メーカー各社にFSC®認証取得を働きかけるなどしました。その結果、社会全体および当社の包材に使用する原紙でのFSC®認証が大きく進展し、FSC®認証紙包材の導入率も大幅に高まりました。2016年度にはギフト製品のパッケージなどでFSC®認証紙の導入が進み、約70%が切り替わるなど、積極的な導入を図りました。2017年度秋季には、「ほんだし。」や「Cook Do. きょうの大皿」といった家庭用の主力製品のパッケージにもFSC®認証マークを付与する予定であり、2020年までの具体的導入計画に基づき、引き続き、積極的な採用を進めます。

■ 容器包装用紙の実績と計画



■ 「味の素グループ 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%の再生紙の優先調達

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

※方針2の具体例：FSC®管理木材由来の紙



「FSC®認証マーク」を表示した家庭用主力製品

参照 → 特集2 P37
“森林破壊ゼロ”に向けた取り組み

参照 → 環境 P110
容器包装の環境配慮設計の推進

■ 社会連携の取り組み

日本においては、持続可能な紙の調達・利用についての社会・産業界の認識は低い状況です。そこで、味の素(株)では、自社で使用する紙の持続可能性配慮調達を進捗させるとともに、日本で責任ある紙の調達・利用が主流化されることを目指した産業界・社会への働きかけを行っています。その一環としてCSPUの活動を継続しています。



2016年7月、CSPUはサプライチェーンでの企業間連携・持続可能な紙利用の拡大を目指して、シンポジウムを開催しました。より環境や社会に配慮した紙製品を供給・調達しようとするサプライチェーンを通じた具体的な連携事例もみられるようになりました。この流れを加速するために、シンポジウムではCSPUのほか、供給側の企業、業界団体からも取り組みを紹介し、今後さらに持続可能な紙利用を拡大していくために、現状課題となっていることやその解決のために何ができるかなどについて参加者とともに議論しました。

Web →

WWF :「持続可能な紙利用のための
コンソーシアム」ファクトシート
http://www.wwf.or.jp/corp/upfiles/
20131119pcm_br.pdf

持続可能なパーム油への取り組み

■ 自社使用における取り組み

味の素グループの持続可能なパーム油への取り組みは、全体としてまだその取り組みが始まったばかりの段階にあります。様々な規格のパーム油由来原材料が食品事業、化粧品事業で使用されており、それぞれの原材料により認証油の調達の容易さは大きく異なります。特に調達により困難なパーム核油由来原材料の比率が約35%あります。また、タイ、南米といった認証油供給のサプライチェーンが未整備な国・地域での使用量が大きくなっています。この結果、2016年時点で、グループ使用量の約80%については認証油の供給体制がない、あるいは未整備という状況ですので、2016年の認証油(MB、B&C)の使用実績(率)は日本国内の使用になりますが、味の素グループ全体の約9%に達しました。

2017年の初めに、取り組み対象を日本国内から味の素グループグローバルとし、2020年度までに100%持続可能な調達を目指す目標を掲げました。なお、国・地域や事業ごとに状況が大きく異なることに即した2030年度までのロードマップも作成しました。

参照 → 特集2 P38

持続可能なパーム油調達の課題に挑む

Web →

RSP0のAnnual Communications of Progress
(ACOP : 年次報告)
https://www.rspo.org/members/1642/
Ajinomoto-Co.-Inc
※ 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

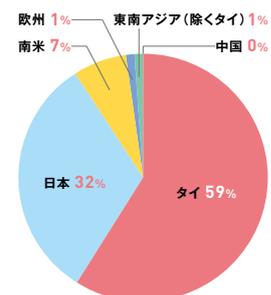
■ 味の素グループの目標

| 日本 |
|---|
| 2020年度を目標年とし、持続可能なパーム油へ転換する |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 段階的導入を予算化 ● 供給がない原料(食品用核油)については、MB供給体制構築努力 |
| 海外 |
| 原料品目や国・地域の個別具体的な課題に即した幅広い推進策を、ステークホルダー(専門家、NGO、取引先等)との協働で検討を進める(例:トレーサビリティ確保、小規模生産者支援、社会啓発リーダーシップ等) |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 取り組み進捗を、RSP0年次報告等で行う |

■ 味の素グループのパーム油(パーム核油含む)の使用量

(トン/年 2016年実績)

| | | |
|--------|------|--------|
| 日本 | 加工食品 | 8,200 |
| | 化成品 | 2,500 |
| 海外 | 加工食品 | 24,300 |
| グループ合計 | | 35,000 |



■ 社会連携の取り組み

持続可能なパーム油の調達・利用を推進するため、味の素(株)は2012年8月にRSP0に加盟し、他企業や日本の関係者との協働・連携を深めてきました。

2016年4月、The Consumer Goods Forum(CGF)主催「JAPAN DAY」では、パーム油特別セッションに食品企業代表として登壇し、呼びかけを行いました。また、CGFのワークショップの運営にも協力しています。さらに9月に開催された「RSP0ジャパン・デー2016」では、実行委員会副委員長を務めました。

今後も、持続可能なパーム油に関する日本の産業界全体の取り組みが進むよう、貢献していきます。



進捗確認はwww.rspo.orgへ

公正な競争の確保のために

味の素グループでは、公正で透明な取引を行うべく、「味の素グループ行動規範（AGP）」（以下、「行動規範」）において、役員および従業員が世界各国の競争に関する法令、ルールをよく理解し遵守することを定めています。「行動規範」に基づき、日本国内においては「独占禁止法遵守ガイドライン」を制定し、約 20 社の海外グループ会社に対しては「米国独占禁止法遵守ガイドライン」および「欧州競争法遵守ガイドライン」を配布しています。また、味の素（株）の「サプライヤー CSR ガイドライン」において、お取引先に対し、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。

■ 従業員の意識向上のために

味の素グループでは、味の素（株）およびすべての国内グループ会社の基幹職を対象として、定期的に独占禁止法研修を実施しています。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います。2016年度は、米国、フランスおよびベルギーで実施しました。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、必ず時間を取って説明することとしています。

また、2016年度は、味の素（株）の営業担当者全員および味の素冷凍食品（株）のマーケティング部門を対象として景品表示法研修を実施しました。

今後も、継続的に独占禁止法研修を実施し、グループ従業員のさらなる意識向上を図っていきます。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ行動規範

■ 研修実施体系（独占禁止法）

| | 味の素（株） | 国内グループ （含む味の素（株）） | 海外グループ |
|------|----------------------------------|----------------------|--------|
| 一般教育 | ・新入社員研修 ・通年入社者研修 ・営業部門向け研修 | ・コンプライアンス研修 | ・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

汚職・贈賄は、企業の信頼を失墜させるだけでなく、人権侵害や貧困、環境破壊といった地域の発展を妨げる問題の要因にもなりかねません。味の素グループでは、「行動規範」に則って、汚職・贈賄の防止に努めています。

■ 味の素グループ贈賄防止ポリシー

味の素グループでは、いかなる贈賄も行わないことを「行動規範」において明言し、味の素（株）およびすべての国内グループ会社の基幹職を対象として、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。

2016年7月には、「味の素グループ贈賄防止ポリシー」を作成し、あらためて社内外に宣言しました。「味の素グループ贈賄防止ポリシー」では、「公務員」や「賄賂」の意味をよりわかりやすく規定するとともに、公務員等に関連する支出の適切な会計処理について特に留意すべきことや、ポリシーの遵守・運用の状況を監査によりモニタリングすることについて規定するなど、実効性を持たせるための工夫をしています。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ行動規範
味の素グループ贈賄防止ポリシー

知的財産を守り、適切に使用する

味の素グループでは、自社の知的財産を重要な資産であると認識し、適切に使用するとともに、他者の知的財産についても侵害することがないように細心の注意を払っています。

知的財産に関する基本方針

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、①事業のコアとなる技術の戦略的かつ効率的なノウハウも含めた知的財産権の獲得、②オープンイノベーション等、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等、保有技術の活用と権利行使、④商標制度等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を進めています。

参照

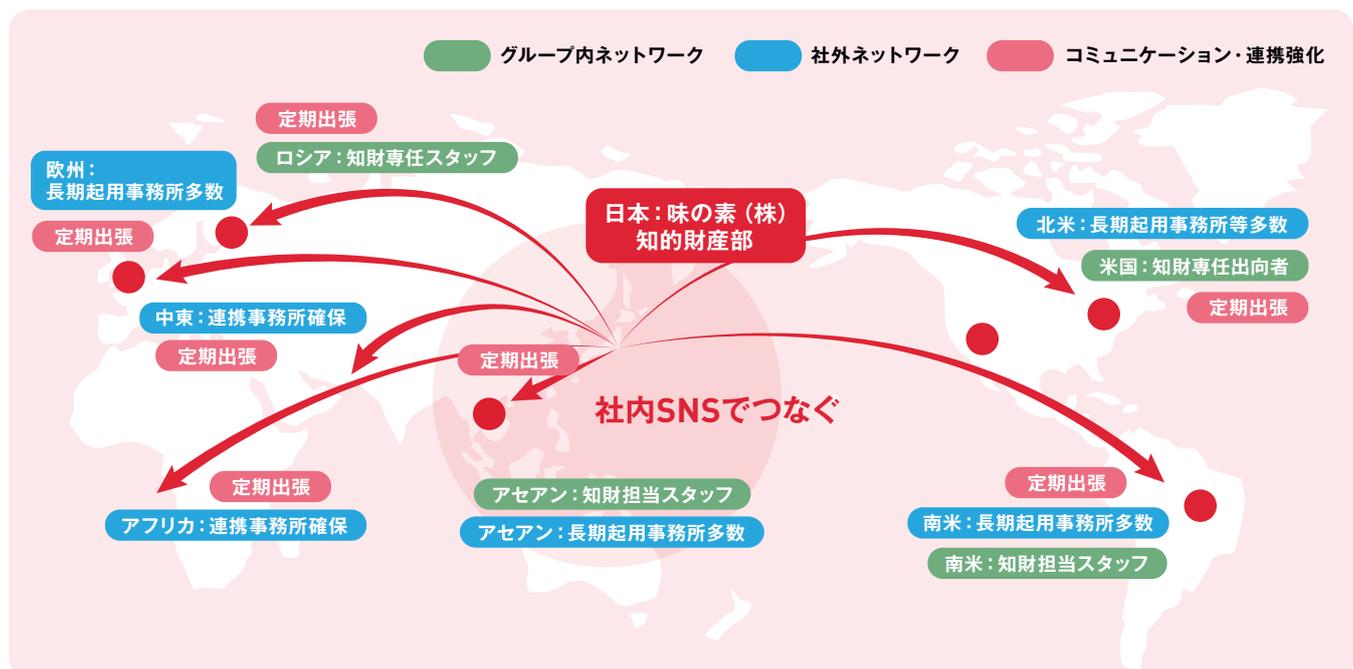
知的財産報告書

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

知的財産管理体制

味の素(株)知的財産部が、知的財産権のライセンス・管理に関しての要領を定めた「味の素グループ知財活用ポリシー」をベースとしてグループ会社の関連部門、担当者と連携して、味の素グループ全体の知的財産(特許、意匠、商標等)を統括しています。また、調査、知財権維持管理業務を専門とする関係会社(株)アイ・ピー・イーがあり、味の素(株)知的財産部より業務を受託しています。グローバルには、米国バージニア州に駐在員、モスクワに知的財産専門のスタッフを配置し、アセアン、南米の各法人に知財キーパーソンを指名しており、長年にわたり信頼関係を築いてきた特許・法律事務所とともに業務を進めています。特に、バイオ関連技術については、日・米・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

パテント・リザルト社(東京都・台東区)では、2016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件数を企業別に集計して、「食品業界 他社牽制力ランキング2016」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

味の素グループでは、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」を国内および海外のグループ会社向けに継続的に開催しています。2016年度におけるセミナー参加者は、味の素(株)および国内グループ会社で計120名です。

■ 発明報奨制度

味の素(株)では、「新価値創造」と「開拓者精神」を基本に、グローバル健康貢献企業グループを目指し、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、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とした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。発明の創出され得るグループ会社においても、ほとんどの会社では同様の制度を導入しています。

■ 「トレードシークレット漏洩防止」の取り組み

味の素(株)では、トレードシークレット(営業秘密)の漏洩防止を目的とした委員会活動を立ち上げて、営業秘密情報管理の実態把握と改善策の検討を行っています。外部機関による診断も受けて課題を抽出し、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モデル基盤の構築を行っていきます。

今後は、グループ会社への展開も行っていきます。

■ 食品業界 他社牽制力ランキング 2016

| 順位 | 企業名 | 引用された特許数 |
|----|-----------------|----------|
| 1 | 味の素(株) | 353 |
| 2 | キリンホールディングス | 243 |
| 3 | 明治ホールディングス | 183 |
| 4 | 日本たばこ産業 | 178 |
| 5 | アサヒグループホールディングス | 152 |
| 6 | サントリーホールディングス | 149 |
| 7 | 不二製油グループ本社 | 147 |
| 8 | 雪印メグミルク | 136 |
| 9 | 日清製粉グループ本社 | 115 |
| 10 | 日清オイリオグループ | 114 |

※ 会社名の表記は、パテント・リザルト社の発表に基づく。

人権

事業にかかわるすべての人の権利を大切にする

INDEX

P67 人権課題を明確にし、認識を深める取り組み

- 人権への理解を深めるための継続的な対話
- 人権リスクの特定
- 人権方針の策定
- 人権推進体制の強化
- 従業員に対する人権教育・啓発活動
- 事業における人権への配慮

P70 職場における人権への配慮の取り組み

- 雇用における配慮

関連する行動規範・方針類

● 味の素グループ行動規範

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

● 味の素(株)サプライヤーCSRガイドライン

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/supplier_csr_guidelines.html

2016年度の主な活動

● 人権専門委員会の設置

企業行動委員会

人権専門委員会

事務局：
グローバル人事部

- 経営企画部
- グローバル人事部
- 法務部
- グローバルコミュニケーション部
- グループ調達センター
- 総務・リスク管理部
- 食品統括部
- 海外食品部
- アミノサイエンス統括部

→ P68

● フードディフェンス監査や労働・人権に関する確認・提言



→ P69

● 障がい者雇用の拡大



味の素ベーカリー(株)が「静岡県知事褒賞」を受賞

● 味の素みらい(株)設立

→ P70

人権課題を明確にし、認識を深める取り組み

味の素グループは、「味の素グループミッション」や、「味の素グループWay」で掲げる「人を大切にする」を実践するとともに、「味の素グループ行動規範」(以下、「行動規範」)の「人権」の項目で、近年社会がグローバル企業に求める幅広い人権課題に対する味の素グループの方針を明確にし、取り組みを進めています。

人権への理解を深めるための継続的な対話

2016年4月、日本貿易振興機構(JETRO)アジア経済研究所 山田美和氏によるグローバル人権に関する講演会と意見交換会を開催しました。講演では、「ビジネスと人権」に関する最新動向とアジアにおける人権課題についてお話しいただき、その後の質疑応答では、アジアにおける具体的な人権リスクの事例やその対応の状況について意見交換しました。

2016年6月、経済人コー円卓会議日本委員会と在タイ日系企業Marimo5の共催による、タイにおけるステークホルダー・エンゲージメント・プログラムに参加しました。政府、NGO、タイ国内企業やタイ進出日本企業などの様々な関係者が集まり、タイを中心とした労働・人権課題についての意見交換を行いました。特に、ミャンマーをはじめ、カンボジア、ラオスからの移民労働は、タイ経済の10%を占める重要な役割を担っているにもかかわらず、その家族も含め、労働・人権問題を抱えていることを把握しました。

2017年3月には、国連ビジネスと人権に関する指導原則の実践をミッションとする非営利組織Shiftのシニアアドバイザー デビッド・コヴィック氏と意見交換を行いました。最近のグローバル人権の取り組み動向に関する情報交換や、国連指導原則の企業内における展開、特に人権デューデリジェンスの実施にあたっての課題等について意見交換を行いました。



2016年4月のダイアログの様子

参照

国連指導原則 報告フレームワーク

<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/useful/index.html>



味の素(株)は、日本での普及促進を目的に「国連指導原則 報告フレームワーク」の日本語訳を作成しました。

人権リスクの特定

味の素グループの人権デューデリジェンスの推進にあたって、まず味の素グループ全体のリスクの把握のために、国・地域別の一般的な人権リスクの基礎調査を実施しました。その後、食品業界特有の人権リスクを大まかに押さえながら、グローバル企業を中心に他社で顕在化した人権リスクの具体的な事例を100件以上リスト化。バリューチェーンの各パートごとに整理・分析し、当社グループの潜在的な人権リスクとしてまとめ、取り組むべき重要項目として明確にしました。

2016年8月には、SDGsを活用したマテリアリティ・マップの見直し作業の中で、人権関連の有識者やNGOの方々にアンケートを実施し、優先すべき課題の見直し作業を行い、マップの修正を行いました。

食品業界において関連が深い人権リスク

労働関連の人権課題

- 児童労働
- 不適切な労務管理(超過労働、賃金未払い、不適切な労働安全衛生)
- 人身取引

水資源と人権

- 気候変動、人口増加等の影響による水ストレス増大等の要因による周辺住民の健康への悪影響

バリューチェーン別の潜在的な人権リスク

研究開発

- 種子等の独占での不公正な価格による生活水準の低下

工場建設

- 先住民の権利侵害、先住民の強制退去等の対立
- 工場周辺の環境悪化、水資源の不足による健康被害

調達

- 過酷な労働条件(長時間、給与未払い、不当解雇等)
- 劣悪な労働環境(安全衛生)
- 児童労働、強制労働(外国人技能実習生も含む)
- 移民労働者に対する人権侵害

生産

- サプライヤー工場における過酷な労働条件
- 工場周辺の環境悪化、水資源の不足による健康被害
- 異物混入等による顧客の健康被害

販売・流通・消費

- 異物混入等による顧客の健康被害
- 子どもの肥満等の健康被害(広告表現等)

人権方針の策定

味の素(株)ではこれまで「行動規範」に基づいて、各部門で人権配慮を進めてきましたが、2012年に、グローバル企業に求められる広範な人権課題への理解を各部門の担当者がより一層深め、グループでの取り組み実態を把握するために、ISO26000をベースに各部門ヒアリングを実施しました。その結果、重大な問題点がないことを確認しました。

一方で、近年求められているグローバルな人権課題の要素をさらに盛り込んだ「行動規範」への改定作業を進め、2014年8月より「人権」項目を新たに設定し、味の素グループにおける人権への取り組み方針を明確にしました。

さらに、バリューチェーンの責任における人権課題についても盛り込み、グローバル企業としての人権への取り組みレベルの向上を進めています。サプライチェーンでは購買取引先に対して働きかけ、協働して課題の解決を進めます。また消費者に対しては、人の生命と健康や環境・生態系に大きくかかわりのある事業を行っているという自覚を持ち、安全性の高い製品を提供し、広告・マーケティング活動においても適正・誠実な表現を心がけます。特に子どもに対するマーケティングでは、責任ある活動を行います。



参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ行動規範

人権推進体制の強化

味の素(株)は2011年、それまでの人権啓発推進委員会を引き継ぎ、企業行動委員会の下部組織として人権専門委員会を設置し、日本国内の人権を中心に取り組みを進めてきました。その後の国連「ビジネスと人権に関する指導原則」の採択以降、社会の企業に求める幅広い人権への対応と国連指導原則の実践を図るため、2017年に人権専門委員会の機能を強化しました。グローバル人事部を事務局とし、人権に関連する機能組織部門と事業部門を集め、従来の国内人権課題に加え、グローバル人権課題に対する検討や啓発を進めていくとともに、人権デューデリジェンスによる人権マネジメントの推進機能を強化していきます。

人権推進体制

企業行動委員会

人権専門委員会

事務局：
グローバル人事部

- 経営企画部
- グローバル人事部
- 法務部
- グローバルコミュニケーション部
- グループ調達センター
- 総務・リスク管理部
- 食品統括部
- 海外食品部
- アミノサイエンス統括部

従業員に対する人権教育・啓発活動

味の素グループでは、あらゆる差別やハラスメントを禁止した「行動規範」の国内外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つけた人財の育成を目的に、各社で人権啓発研修を行っています。

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。2016年度は、この機会に特に「人権」をテーマにあげ、グループ会社のインターネットCMを題材に差別やハラスメントについて理解を深めました。本会は、2016年度末までに国内関係会社全社で実施しています。

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・事例等をハラスメント事例集としてまとめ、全従業員にフィードバック、全職場での職場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。また、国内グループ共通の取り組みとして、12月の人権週間に先立ち、味の素グループ従業員とその家族から、人権啓発標語を募集しています。2016年度は、2,718名から4,086作品の応募がありました。今後も、人権意識の高い企業人の育成を目指して、取り組みを進めていきます。

東京人権啓発企業連絡会による人権啓発標語 2016年度優秀賞作品

つらいのに
つらいと言えない人がいる

気づいて声かけ
支えよう

(味の素パッケージング株式会社
佐野ギフト工場 五十畑 和江)

参照

→ 組織統治 P53
内部通報制度「ホットライン」およびハラスメントに関する相談窓口の設置

事業における人権への配慮

味の素グループでは、製品の製造からお客様にお届けするまで、バリューチェーン全体で、人権を尊重した取り組みを進めています。新製品・新事業の立ち上げ時や新しい工場・事務所の建設には、品質・環境など様々なアセスメントを実施し、人や地域社会への影響評価を行うことで人権への配慮を進めています。

また、サプライチェーンにおける人権配慮として、「直接購買する対象がその生産、流通にあたって児童労働、不労就労等の人権侵害にかかわるものでないことを確認」することを「味の素グループ購買基本方針」に明記し、お取引先に人権尊重の協力を要請してきました。それを明文化した「サプライヤーCSRガイドライン」を2013年度に味の素(株)で策定し、運用を開始しました。このガイドラインは順次、国内外の味の素グループ各社に導入しています。

また、「行動規範」においては、このガイドラインに掲載されている「人権、労働、環境、腐敗防止など」に関する期待事項を明示し、協働して実践していくことを要請しています。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素(株) サプライヤー CSRガイドライン

参照

公正な事業慣行 P57-58
味の素グループの調達方針

サプライヤーCSRガイドライン(抜粋)

II 人権の尊重

お取引先の皆様には、国際社会の人権重視の流れに従い、従業員の人権を尊重し、尊厳を持って扱い、安全で快適な職場環境を確保することを願います。

II-1 強制的な労働の禁止

いかなる形態においても、強制された、または本人の意に反する労働を行わせない。

II-2 児童労働の禁止

児童労働がもたらす弊害を理解し、就業の年齢に満たない児童を雇用しない。

II-3 差別の禁止

各国・地域の法令や文化を尊重し、人種、民族、国籍、宗教、信条、出身地、性別、年齢、身体障害などを理由に雇用機会、採用、昇進、報酬などの処遇で差別をしない。

II-4 非人道的扱い・ハラスメントの禁止

従業員の人権を尊重し、職場からセクシャルハラスメント(性的嫌がらせ)、虐待、体罰、精神的強要、暴言などのパワーハラスメントを撤廃する。

II-5 適切な賃金の支払い

最低賃金、超過勤務、法定給付を含むすべての賃金関連法を遵守した上で、従業員に対し給与の支払いを行なう。

II-6 労働時間の適正管理

法定限度を超えないよう、従業員の労働時間・休日・休暇を適切に管理する。

II-7 従業員の団結権の尊重

労働環境や賃金水準等の労使間協議を実現する手段として従業員の団結権を尊重する。

Column

フードディフェンス監査および労働・人権面の確認・提言

味の素冷凍食品(株)では、サプライヤーにおける品質面等の通常の監査の中で、労働・人権に関する項目を追加し、特にエビの養殖業におけるリスク管理を強化しています。また2008年以降フードディフェンス^{※1}に特化した監査を中国において優先的に、日本やその他の国においても優先順位をつけて、全サプライヤーに対して継続的に実施しています。このフードディフェンス監査においても、原材料サプライヤーの労働・人権に関する監査をあわせて実施しています。

フードディフェンス監査とは、通常、危険物の意図的な混入といったフード・テロを未然に防止する目的で、ハード面のセキュリティを中心に監査するものです。また、それを担保する労働者が、安全に働ける環境で仕事ができているか、経営者とのコミュニケーションがしっかりとれているか、人権を尊重されながら仕事ができているかといったソフト面での定期的な確認も行っています。「そこで働く人々がいきいきと仕事ができることが品質の決め手である」との認識のもと、今後もフード・ディフェンス監査や労働・人権に関する確認・提言を継続していきます。



※1 フードディフェンス(食品防衛):食品への意図的な異物の混入を防止する取り組み。原料調達から販売までのすべての段階において、人為的に毒物などが混入されることのないように監視するもの

職場における人権への配慮の取り組み

味の素グループは、グループの未来を担う人財を国や地域を超えて採用・育成し、すべての従業員に公平な能力開発・能力発揮の機会を提供しています。また、「味の素グループWay」で掲げる「人を大切にする」を実践するとともに、「行動規範」に基づいて、職場での様々な人権配慮の取り組みを進めています。

雇用における配慮

■ シニア人財再雇用制度の運用

味の素(株)では、2006年4月より、60歳で定年退職する一般職、および基幹職の再雇用希望者全員を対象としてシニア人財再雇用制度を運用しており、2016年度は、定年退職者の約59%が同制度を活用して活躍しています。また、基幹職の多様なキャリア選択を支援するため、基幹職キャリア自律支援制度を制定し2014年4月から運用を開始しています。

国内味の素グループ各社においても、2013年4月の「改正高齢者雇用安定法」施行を機にシニア人財再雇用制度を一部改定し、定年退職後の活躍を一層支援しています。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ行動規範

参照

人事・労務データ

→ 労働慣行 P88

参照

人財育成
<http://www.ajinomoto.com/jp/recruit/fresh/education.html>

■ 障がい者雇用の拡大

2016年6月、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。味の素グループ^{※2}では2.07%となりました。グループ各社が障がい者雇用に積極的に取り組み、新たに業務を見出し、障がい者が活躍できる場を創出してきた結果です。

味の素(株)はこれまで毎年数名の身体障がい者を雇用し、ダイバーシティの推進に努めてきましたが、さらに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2016年11月に設立し、2017年4月より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、4月現在11名(うち知的障がい者9名)の社員を雇用しています。味の素みらい(株)では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持ち、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会社を目指します。なお、味の素みらい(株)は2017年度に障害者雇用促進法に定める特例子会社の認定を申請する予定です。

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、これからも障がい者雇用に積極的に拡大し、ダイバーシティを推進していきます。

※2 1人以上の障がい者雇用義務がある従業員50人以上の味の素グループ主要28社

TOPICS

この活動で
受賞!

味の素ベーカリー(株)で障がい者雇用に促進 「静岡県知事褒賞」を受賞

冷凍パンおよび冷凍ベーカリー製品等の開発・販売を行う味の素ベーカリー(株)では、障がい者を積極的に雇用しています。採用を担当する管理部門と、障がい者が実際に働く製造部門で連携し、受け入れ体制を構築。2010年に1.70%だった障がい者雇用率を2016年には3.76%まで向上させました。

この取り組みが評価され、2016年9月16日、「静岡県障害者雇用促進大会」において「静岡県知事褒賞」を受賞しました。



賞状を受け取る味の素ベーカリー(株)社長・宮本(右)

労働慣行

一人ひとりが能力を発揮し、働きがいのある会社へ

INDEX

P72 働きがいのある会社を目指して

- ダイバーシティ&ワーク・ライフ・バランスの向上

P73 多様な人財の活躍推進

- グローバルレベルで人財の適所適財を実現する仕組み
- 味の素(株)における女性活躍推進の取り組み

P76 働き方改革～味の素流「働き方改革」～

P78 キャリア開発支援～自律的キャリア開発の促進～

P79 健康経営

P81 従業員の安全のために

- 安全衛生のための中期計画の推進
- 労働安全衛生マネジメント
- 労働安全衛生活動
- 自然災害に備え、人命を守るために

P88 人事・労務データ

関連する行動規範・方針類

● 味の素グループ行動規範

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

● 味の素グループの人事理念

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/human_resource_values.html

● 味の素グループ労働安全衛生方針

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/occupational_safety_and_health_policies.html

● 味の素グループ災害対策基本方針

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/disaster_management_basic_policies.html

人事・労務データの対象組織

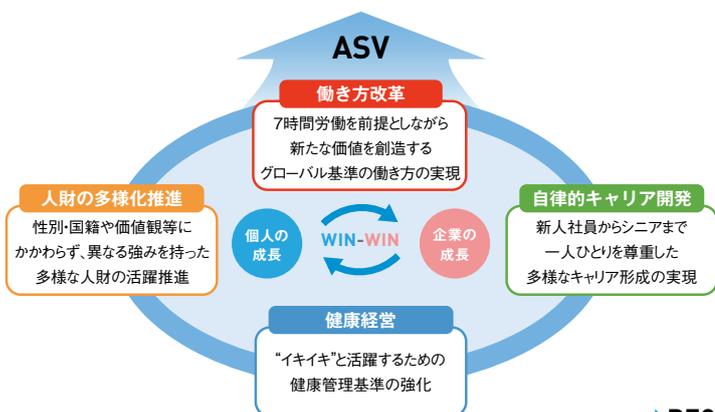
「労働慣行」パートの人事・労務データ編では、2017年3月末現在の、味の素(株)、連結子会社(国内38社、海外54社)における人事・労務データを報告しています。

用語定義

従業員——法人が直接雇用している基幹職、一般職、嘱託従業員
臨時従業員——(直雇用)契約社員およびパート等の直雇用の臨時従業員
役員——法人における取締役、監査役、相談役、顧問、執行役員、もしくはそれよりも上位職に就いている者(非常勤除く)
基幹職——法人における課長、課長職相当の職位、もしくは、課長よりも上位職(除く役員等)の従業員

2016年度の主な活動

- 働きがいのある会社を目指して



→P72

- グローバルレベルで人財の適所適財を実現する仕組み



→P73

働きがいのある会社を目指して

味の素グループは、一人ひとりの働きがいの実現を通じて個人と会社が共に成長する姿を目指しています。

個人と会社の共成長を通じて、ASVを実現する「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」でありたいと考えています。

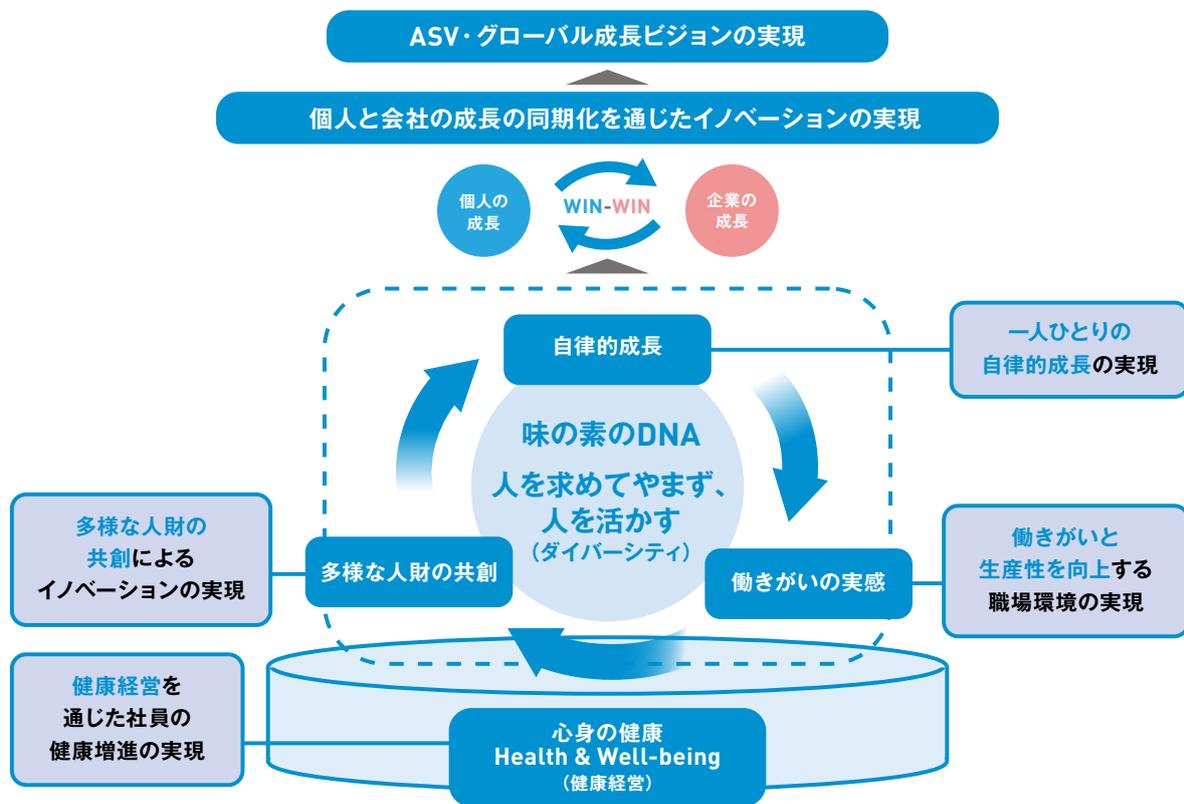
ダイバーシティ&ワーク・ライフ・バランスの向上

味の素グループでは、“一人ひとりの働きがいの向上”と“会社の持続的成長”を実現するため、「ダイバーシティ&ワーク・ライフ・バランス(WLB)」に取り組んでいます。共通の価値観である「味の素グループWay^{※1}」を基盤とし、異なる強みを持った多様な人財が互いを尊重し、活かすことで持続的にイノベーションが起こり、ASV^{※2}の拡大につながると考えています。

※1 味の素グループWay：味の素グループ共通の価値観、仕事をする上での基本的な考え方、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）

※2 ASV：Ajinomoto Group Shared Value。味の素グループが創業以来展開してきた事業を通じた社会的課題解決への貢献であり、社会・地域と共有する価値を創造することで、経済価値を生み成長につなげる取り組み

グローバル人財マネジメントの基本方針



味の素グループにおける重点施策

ダイバーシティ&WLBの実現に向けて、味の素グループでは「人財の多様化推進」「働き方改革」「自律的キャリア開発」「健康経営」を重点施策として推進しています。



参照 → 特集3 P43-44

一人ひとりが自分らしく、活躍できる環境づくり

多様な人財の活躍推進

味の素グループでは、国籍、性別、キャリアのみならず、多様な能力、価値観を持つ人財が活き活きと活躍し、「世界レベルの多様な分厚い人財力」と「利益を生み出す効率性」を実現するため、多様な人財の育成と登用に取り組んでいます。



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、世界各国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。基幹人財と基幹ポストを「見える化」する仕組み(タレントマネジメント、ポジションマネジメント)から構成されます。

2016年度以降は、「グローバル人財マネジメントシステム」の導入により、次期経営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。



2016年度グローバルHR会議

■ 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)

事業戦略の実現のために組織に必要な職務を明確化。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の法令を遵守していること 2. 職務・業績に対する報酬 3. 各国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、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 |

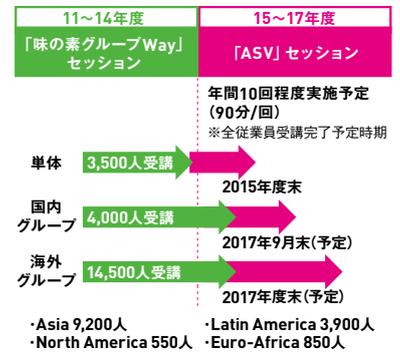
■ グローバル人財育成のための様々な仕組み

味の素グループでは、共通の価値観の浸透を目指す「味の素グループWayセッション」や「ASVセッション」をはじめ、地域横断型の部門別研修や各国ごとの階層別、選択型プログラム、基幹人財を対象とする「リーダー育成研修」など一人ひとりの成長を支援する取り組みを行っています。



■ 共通の価値観の浸透と実践 ～「味の素グループWayセッション」「ASVセッション」～

味の素グループの共通の価値観である「味の素グループWay」の理解・浸透に向け、2011年度より「味の素グループWayセッション」を実施しています。2015年度末までに、全グループ従業員が受講しました。さらに2015年度より「ASVセッション」を開始しました。セッションでは、ASVを理解するとともに、事業を通じた社会的課題解決への貢献を自分事化し、味の素グループで働く意義、自分の業務の本来の意義を考えます。2015年度末で味の素(株)の全従業員が受講し、2017年9月末で国内関係会社はほぼ受講が完了する予定です。今後は海外法人を中心に、2017年度末までにグループ全従業員約33,000人の受講を目指しています。



■ グローバル基幹人財向けリーダー育成研修

味の素グループでは法人、事業部門ごとの研修プログラムに加えて、選抜人財を対象とするグループ共通のリーダー育成研修を実施しています。グローバル基幹人財向けのリーダー育成研修は年齢、階層別ではなく、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。

■ 基幹職の職務グレード

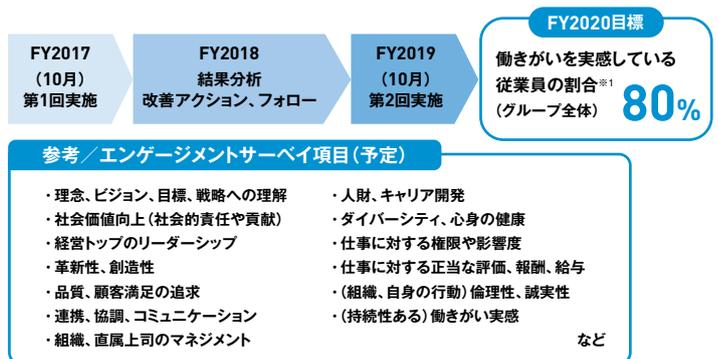


■ 代表的なリーダー育成研修

| 研修名 | 主な対象者 | 開催頻度・研修時間 | 参加人数 | 研修内容 |
|---------------------------------------|--------|---|------|---|
| エグゼクティブ・コーチング | 役員、GEM | 年14回(1時間/回) | 約15人 | トップマネジメントに関する個人コーチングとアセスメントを実施 |
| グローバル&グループリーダーセミナー(GGLS) | JG1相当 | ・Module1:3日間(7時間/日) ・中間報告:1回(2時間/回) ・Module2:2日間(7時間/日) | 約25人 | 自社のグローバル課題に対するアクションラーニングと人材委員会に対するプレゼンテーションを実施 |
| 味の素グローバルフューチャーリーダーセミナー(AGFLS) | JG2相当 | 5日間(7時間/日) | 約15人 | 自分らしいリーダーシップを確立し、ビジョンを戦略に落とし込み未来の組織を推進できる影響力を磨くトレーニングを実施 |
| 味の素グループリーダーセミナー(AGLS) | JG2相当 | 5日間(7時間/日) | 約25人 | 自身と組織を振り返る中で、どのようなリーダーを目指すのかを徹底的に考え抜くトレーニングを実施(国内基幹職のみ対象) |
| 地域本部別若手リーダー育成研修(ARLS) | JG3相当 | ・北米本部:5日間(7時間/日) ・欧州アフリカ本部:5日間(7時間/日) | 約20人 | 自社の理解に加え、コーチングや異文化理解に関するセッションを実施(各地域本部ごとに開催) |
| 味の素グローバルフューチャーリーダーセミナージュニア(AGFLS-Jr.) | 一般職 | ・Module1:5日間(7時間/日) ・コーチング:2回 ・Module2:4日間(7時間/日) | 約15人 | リーダーに必要なリテラシーと見識を身に付け、自身のリーダーとしての在り方を内省するトレーニングを実施 |

■ グローバル“エンゲージメントサーベイ”の実施

味の素グループでは、組織力強化による業績の向上を目的とし、2017年10月よりグループ約100社の従業員約33,000人を対象に、グローバル“エンゲージメントサーベイ”を実施します。2017-2019中期経営計画の非財務目標に掲げた味の素グループ全体で「働きがいを実感している従業員の割合」80%を指標として2年に一度調査する予定です。



*1 会社が社会課題の解決に向けて価値を創造していて、自分自身がその価値創造に貢献できていると実感できている従業員の割合を測定

味の素（株）における女性活躍推進の取り組み

味の素(株)では「日本で最も女性も活躍する会社」の実現を掲げ、女性のキャリア・ポジションが限定されず、多様で魅力的なキャリアを歩んでいる姿を目指し、取り組みを進めています。2015年度より「女性活躍」を加速させるための推進体制として、社内各部門の人事担当者、事業部門担当者、および味の素労働組合担当者をメンバーとする「味の素ウーマンズカウンスル」を設立しました。

■ 経営への提言

「味の素ウーマンズカウンスル」では、現場・当事者の本音・実情を踏まえた課題の抽出とその解決の方向性について経営メンバーに提言を実施。提言では「ちゃんとキャリア」「辞めない会社」「はつらつ職場」を切り口に、十人十色に活躍する女性の姿を経営陣と共有しました。提言内容を踏まえ、各種制度の拡充や人事制度改定が進められています。

提言骨子

女性にとって、
「辞めたくない」会社、
「辞めなくていい」会社
会社にとって、
「いきいき輝く」
「ヤル気ある」女性社員

日本一、女性も活躍する会社を目指す！

- 辞めない会社
今日的な制度仕組みを備えて、働く意欲を持った人財の退職を最小限に!
- ちゃんとキャリア
期待されて、鍛えられて、働き続けたいと思えるキャリアを実現する!
- はつらつ職場
いろんな一人を大切に、フラットでオープンな風通しのよい職場!

■ 仕事と家庭の両立支援

女性も活躍できるダイバーシティな風土醸成には、いろいろな人とのコミュニケーションを通じ、互いを知り、違いを尊重し、刺激を受けあうことが大切であるとの考えから、各種コミュニケーション活動を行っています。

事例

「イマドキ子育て世代 仕事と生活の両立支援セミナー」

| | |
|-----|---|
| 対象者 | 育児休職中・育児休職から復職した従業員(男女)とその配偶者(社外も含む) |
| 人数 | 夫婦14組(28名) |
| 目的 | 「復職後、仕事と育児を両立できるか不安…(母親)」「家事・育児に協力したいけど何をしたらいいかわからない…(父親)」といった不安を解消し、家事・育児を夫婦で協力することの重要性をお互いにも実感し、今後の仕事と生活の両立に役立てる。 |

■ 「エリア申告制度」の導入

ライフステージの変化に伴い、勤務地事由により辞めざるを得ない従業員が働き続けられるように、希望勤務地を申告できるオープンで公平な制度を導入しました。

対象事由

配偶者との同居、育児、介護(介護を除き共働きが条件)

| | |
|---|---|
| 例 | 大阪支社の地域型社員として入社したが、東京在住の方と結婚したためエリア申告制度で京浜エリアへの転勤を希望し、東京支社勤務となった。 |
|---|---|



味の素(株)採用サイトより



■ 女性基幹職数・比率



イマドキ子育て世代 仕事と生活の両立支援セミナーの参加者



子育て中の女性従業員の支援の一つとして、2017年度に味の素(株)本社京橋地区に授乳室を設置しました。

働き方改革～味の素流「働き方改革」～

多様な人材が持てる能力を発揮し、新たな価値を創造するためには、すべての従業員のWLBの実現が重要です。味の素(株)では、2008年に労使共同で立ち上げた「WLB向上プロジェクト」での様々な取り組みにより、従業員の相互理解や働く環境・働き方の見直しを着実に進めてきました。2014年度には、生産性向上を図るために「Work@A～味の素流「働き方改革」～」プロジェクトを立ち上げ、在宅勤務等の新制度導入やITツールの活用促進などを行ってきました。2015年度からは、「ダイバーシティ&WLB」へ進化させ、時間制約の有無にかかわらず多様な人材が活躍できる会社を目指し、ゼロベースで「働き方改革」に取り組んでいます。

■ ゼロベースでの「働き方改革」

「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」としてさらなる多様な人材が活躍する会社になるには、グローバル基準である1日7時間労働を前提とした働き方を志向する必要があります。しかし、現在、国内の当社グループの働き方は、残業前提の働き方であり、男性の家事や育児の関与度が低いと思われ、定時退社を前提としたグローバル基準の働き方へ変える必要があります。2016年度からは、ゼロベースでの「働き方改革」を実行するためマネジメントおよびワークスタイルの変革に取り組んでいます。



■ ロードマップ(味の素(株))

| | FY2015 (実績) | FY2016 (実績) | 20分 短縮 | FY2018 (目標) | 15分 短縮 | FY2020 (目指したい姿) |
|------------|----------------|----------------|-----------|----------------|-----------|--------------------|
| 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 |
| 年間平均労働時間 | 1,947時間 | 1,890時間 | | 1,800時間 | | 1,750時間未満 |



■ マネジメント変革

これまでの延長線上ではなく、抜本的に働き方の改革を行うには、経営主導で全社の仕組みやルールを変えていく必要があります。取締役が主体となり会社の組織体制等を議論する「組織体制検討プロジェクト」の重要テーマとして「働き方改革」を取り上げ、2016年度より順次仕組みやルールの変革を図っています。

- ・「時間生産性」向上の目標化
会社の経営戦略として取り組むため、「時間生産性」向上を評価する仕組みを作りました。(2017-2019(for2020)中期経営計画⇒組織別業績評価目標⇒個人目標)
- ・会議改革
社内統一の会議開催に関するルールを策定し、会議の質と効率を高めています。

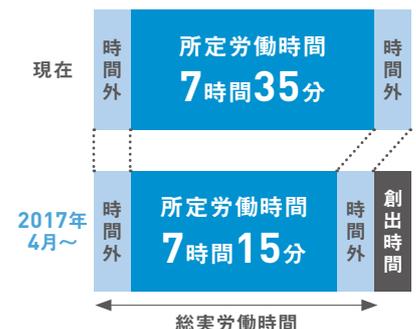
(会議改革の例)

- ① 事前、当日のルール策定
- ② 開催頻度、参加者の見直し
- ③ 標準会議時間帯の設定
- ④ WEB会議の活用、ペーパーレス化 等

■ ワークスタイル変革

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暮らし方の意識を変える必要があります。また、多様な人材がWLBを充実させつつ生産性を最大化できるように、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きます。

- ・抜本的な意識改革
 - ① 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分短縮しました。2020年度までにさらに15分短縮し、1日7時間労働の会社を目指します。
 - ② 始業時刻の大幅な前倒し
スーパーフレックスタイムを前提とし、基本となる始業時刻を大幅に前倒しします。加えて、毎週水曜日は定時退社デーとして本社を17時に消灯しています。一方で、朝型勤務の支援策として焼きたてパンや挽きたてコーヒー等を無料で配布しています。(旧:8時45分～17時20分、2017年度～:8時15分～16時30分)



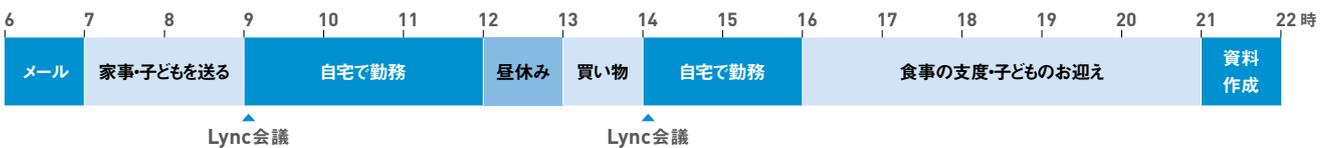
■ 「どこでもオフィス」の導入

成果と時間を創出しつつ、育児、介護等の様々な事情がある人でも働けるようにするため、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として導入しました。

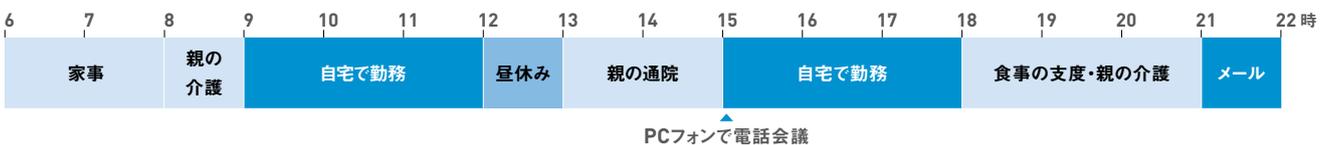
- ・利用回数上限を週2回(月4回)⇒週4回(月の上限なし)
- ・首都圏を中心に外部サテライトオフィスと契約



■ 例① 7時間勤務で仕事と育児を両立する。



■ 例② 7時間勤務で仕事と介護を両立する。



■ 味の素(株)のワーク・ライフ・バランス関連制度

| 関連制度・取り組み施策 | 内容 |
|--------------|---|
| 育児休暇 | 子どもが満1歳になった後の最初の4月末日まで取得可能(通算15日間は有給) |
| 育児短時間勤務 | 1日2時間30分の短縮を限度とし、小学校4年生の始期に達するまで期間制限なく取得可能 |
| 子供看護休暇 | 中学校始期に達するまでの子を養育する従業員は、子ども一人あたり年間10日間の休暇を取得可能 |
| 看護休暇 | 配偶者、父母、子、同居または扶養している2親等以内の親族を看護するために、1年を上限として取得することができる |
| 看護短時間勤務 | 1日2時間30分の短縮を限度とし、対象家族の要看護状態が解消するまで取得可能 |
| 有給休暇積立保存制度 | 同居または扶養している2親等以内の親族の私傷病によって看護が必要な場合、学級閉鎖となった場合等に積み立てた有給休暇を取得可能(積立できる上限日数は40日) |
| 時間単位有給休暇 | 年16時間、時間単位で有給休暇を取得可能(2014年5月導入) |
| どこでもオフィス | 対象となる業務に従事し、会社が認めた場合、最大週4日まで自宅やサテライトオフィス等で勤務することができる制度 |
| スーパーフレックスタイム | 効率的な業務遂行、WLBの向上を目的とし、必ず勤務しなければならない時間帯を設定しないフレックスタイム制度 |
| WLB休暇 | 有給休暇とは別に連続3日間行使できる休暇(年1回) |
| リフレッシュ休暇 | 25歳～32歳、33歳～40歳、41歳～48歳、49歳～56歳の期間においてそれぞれ9日、16日、30日、16日のリフレッシュ休暇を取得可能 |
| ボランティア休暇 | 非営利団体、社会福祉団体等のボランティア活動の適用認定を受けた従業員に対し、1年度につき8日間を上限とするボランティア休暇を付与 |
| エリア申告制度 | 育児や介護等を事由とし、特定のエリアで勤務することを申告できる制度(グローバル型社員:転勤なし、地域型社員:入社時と異なるエリアへ転勤) |
| 再雇用制度 | 退職理由が以下に当てはまり、退職せざるを得ず、本人が希望する場合に再雇用登録の対象とする ●出産・育児 ●介護・看護 ●転居を伴う結婚や配偶者の転勤 |

参照

→ 特集3 P45-46

日本特有の労働環境の課題に正面から向き合う「働き方改革」

参照

→ 労働慣行 P91

人事・労務データ

TOPICS

第1回「働きやすく生産性の高い企業・職場表彰」を受賞

味の素(株)は、多様な働き方を可能にするこれら一連の働き方改革を進めるとともに、労使合意の上、生産性の向上による労働時間の削減に取り組んでいることを評価され、労働生産性の向上と雇用確保・雇用環境(魅力ある職場づくり)の改善を両立させる企業・職場として、第1回「働きやすく生産性の高い企業・職場表彰」を受賞しました。



「働きやすく生産性の高い企業・職場表彰」の様子

キャリア開発支援～自律的キャリア開発の促進～

味の素グループでは、一人ひとりの働きがいを実現するために、自らがキャリアを描き、その実現に向けて成長することが大切だと考えています。そのために、研修プログラムのみならず、味の素(株)ではキャリア支援の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

味の素グループでは、地域横断型の部門別研修や国・事業所ごとの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ラーニング、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(社内リーダー研修や外部派遣型プログラム)」を用意し、それぞれ活用を進めています。



■ 味の素(株)の人財育成プログラム

階層別プログラム

役割や年次で求められる標準的な力を知る

▶ 基幹職向け研修

▶ 一般職向け研修

OJT、事務所・部門別研修、昇格・異動、評価シート作成と面接、キャリア支援制度

気づき

選択型プログラム

「コアとなる能力」「ビジネススキル」の中でより高めたい力を磨く

▶ 集合型研修：オンライン研修

▶ 「通信教育」「eラーニング」ビジネススキル学習補助、キャリア研修

OJT、事務所・部門別研修、昇格・異動、評価シート作成と面接、キャリア支援制度

充実

部門別研修の例

- コンプライアンス、法務関連 (P52、P63)
- 品質保証教育 (P125)
- 営業関連
- 労働安全衛生教育 (P85)
- マーケティング関連
- 環境教育 (P117)
- 知的財産・商標関連 (P65)

グローバル&グループプログラム

「味の素グループ Way」を高いレベルで発揮し、より高い視座・広い視野を持ち、力を発揮する

- ▶ グローバルリーダー育成プログラム
- ▶ リージョナルリーダー育成プログラム
- ▶ 外部派遣型プログラム

OJT、事務所・部門別研修、昇格・異動

さらなる
ステップアップ

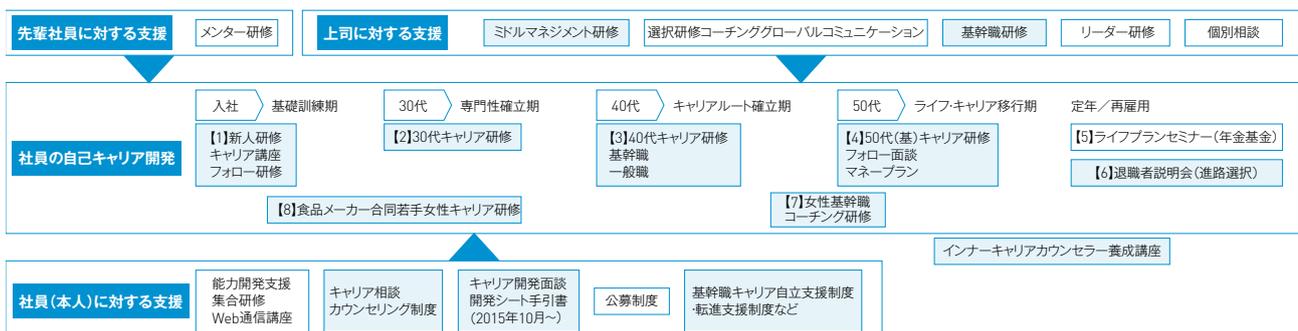
■ 全年代別キャリア研修の開催

個人の価値観・働き方の多様化の中で、個人が自律的にキャリアを考える必要が高まっていますが、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ようとしています。「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られる場を増やす取り組みを行っています。2015年度から年代別のキャリア研修を揃え、各人が節目をつくって考える機会を設け、新入社員のキャリア研修や、新任女性基幹職へのキャリアコーチング等も導入しています。



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



■ キャリアカウンセリング機能の強化

キャリア支援グループメンバーは、カウンセラー、ファイナンシャル・プランナー等の資格を取得し、コンサルタントとして信頼されるキャリア支援を目指しています。50代基幹職向けアップパーミドルキャリア研修では、社外キャリアカウンセラーとのフォロー面談も設け、インナー(社内)キャリアカウンセラー養成研修を行い、人事、事業所、関係会社の総務部門でのカウンセリング機能を備えた要員育成を図っています。



味の素(株)グローバル人事部キャリアサポートチームのカウンセラー

■ キャリア自律推進に向けての制度面の充実

2014年にキャリア選択の拡大を図るため「基幹職自律支援制度」をスタートし、2016年4月から適用年齢を拡大しました。また、定年退職後のシニア再雇用制度も、「お役立ち評価制度」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。

従業員のキャリア開発に対する一連の総合的な取り組みが評価され、「第5回 日本HRチャレンジ大賞」^{※1}を受賞することができました。

※1 人材領域で優れた新しい取り組みを積極的に行っている企業を表彰



50代のキャリア研修の様子

健康経営

味の素グループでは、「会社にとって、従業員の健康はその能力を十分に発揮し、事業活動や社会活動に貢献する上での重要な資源である」と、基本方針として明確に定めています。

■ 「セルフケア」の徹底と充実のサポート体制

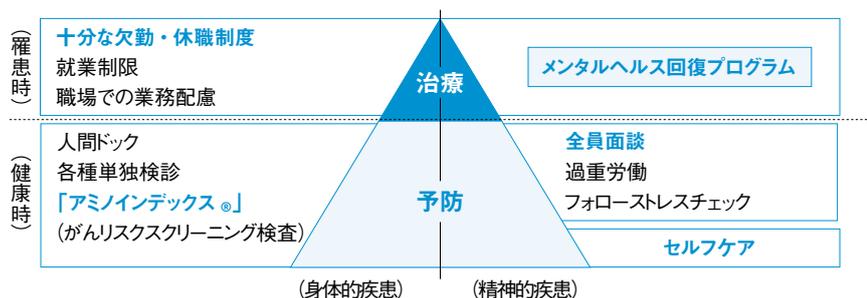
味の素グループでは、従業員一人ひとりの心身の健康を保つためのヘルスキアの取り組みをグループ各社で進めています。

味の素(株)では、「セルフケア」という考え方を核に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って健康管理の観点は違うため、対象に応じた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13名の体制で支援しており、さらに、国内においては、味の素(株)健康推進センターから味の素グループ各社への健康管理業務の支援も行っています。



■ 味の素(株)の健康推進体制



■ すべ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、国内全従業員と産業医・保健師・看護師との面談を行うことを徹底しています。そして、健康診断結果はもとより、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ずに、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、時間外労働の削減に取り組むとともに、法定の基準よりもさらに安全な基準で、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、従業員の健康確保を図っています。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、帯同家族の健康関連の相談にも対応し、アドバイスができる体制を整えています。

■ 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」

メンタルヘルスケアに関しては、味の素(株)独自のプログラムである、「メンタルヘルス回復プログラム」を導入しています。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、単に傷んだ心を治すだけではなく、「傷みにくい心」をつくります。このプログラムにより、再発率を世間水準の1/2以下に抑え、従業員が二度と休業に至らずに、いきいきと働ける状態が維持できるよう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」ビジョンイメージ



■ 自社独自の製品・サービスの活用

自社の製品・サービスであり、悪性腫瘍(がん)の早期発見に有効な「アミノインデックス[®]」ががんリスクスクリーニング検査を定期健康診断の任意検診項目として導入しました。現在、対象者の9割が受検しており、実際にがんの早期発見・治癒に至った事例があります。



TOPICS

「健康経営銘柄2017」に認定

味の素(株)は、従業員等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2017」に認定されました。「健康経営銘柄」とは、国内上場企業約3,600社の中から「健康経営」に先進的に取り組む企業として、原則1業種につき1社が認定され、今年度は24社が選出されました。これと同時に、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」として正式に認定する「健康経営優良法人 ～ホワイト500～」にも選出されました。



「健康経営銘柄2017」発表会の様子

従業員の安全のために

味の素グループは、「味の素グループ労働安全衛生方針」に則り、労働安全衛生を企業活動の最も重要な基盤の一つと考え、従業員が安心して働くことのできる労働環境づくりに取り組んでいます。

2017年4月より、「安全はすべてに優先する」という思いを方針に明確に記しました。この思いは以前より変更はありませんが、全従業員が明確に共通に認識できるようにしました。また、一人ひとりがより主体的に取り組んでいくために、「私たちは」を主語にした表現とするなど、方針の改定を行いました。

安全衛生のための中期計画の推進

味の素グループでは、世界各地でおよそ3万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。

味の素グループでは、「味の素グループ労働安全衛生方針」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に、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。そして、安全衛生の方針を確実に実行するために、2014-2016年度「味の素グループ労働安全衛生中期計画」を定めて取り組んできました。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ労働安全衛生方針

2014-2016年度の重点目標

| | |
|-----------------------|--|
| 「機械への巻き込まれ」による重大災害の撲滅 | <ul style="list-style-type: none"> ・「機械への巻き込まれ」危険源の特定とリスク低減策を実行する ・対象設備総点検の実施、設備安全化が未対応の設備への対策実施、安全体感教育の徹底と継続 等 ・海外食品系事業所における SMP (Safety Management Program) の運用継続 |
| 「転倒」による重大災害の撲滅 | <ul style="list-style-type: none"> ・発生源対策の実施 (水・油・粉・凍結・原料などの漏れやこぼれによる転倒対策 等) ・2S (整理整頓) の徹底 ・人的要因の低減 (中高年齢労働者への運動機能低下抑制施策の実施 等) |
| 「交通事故」による重大災害の撲滅 | <ul style="list-style-type: none"> ・地域の道路・交通事情を把握し、それに伴った防止策を検討し実行する (シートベルト着用の徹底、オートバイ乗車時のヘルメット着用等、車両点検整備の徹底、国内営業車両における運転情報管理システムなどを活用した教育指導) |

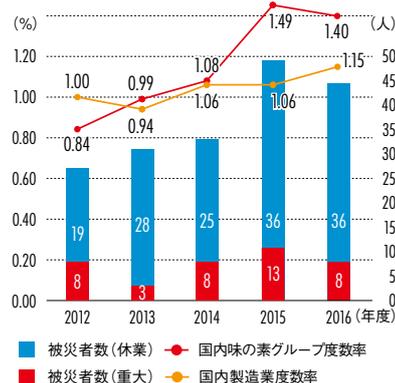
2016年度実績レビュー

- ・味の素グループ全体の災害被災者数は、前年度に比べ、重大災害の被災者数は減少したものの、休業災害の被災者数はほぼ同等であり、依然として災害の多い状態が続いています。
- ・国内味の素グループでは、重大災害の被災者数は減少しました。しかし、前年度の死亡災害に続き、今年度は身体機能を損失する重大な災害^{*1}が発生しました。
- ・海外味の素グループでは、重大災害の被災者数が減少しました。

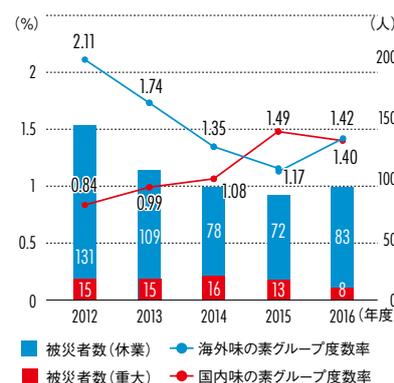
※1 設備(コンベヤー)の洗浄作業が終了後、コンベヤーのローラー部の洗浄状況(汚れの残り状況)の確認を、設備を稼働させながら実施していた。その際に、ローラー部に汚れを発見したため、設備を稼働(ローラーを回転)させたまま、掃除を実施したところ、腕が巻き込まれる重大災害が発生しました。この災害を受けて、味の素グループ全体に事例を共有するとともに、安全総点検の強化を行いました。また、安全柵(カバー)と回転部分との保安距離についても周知し、同種災害の防止に努めました。

※ 2016年度実績から味の素ウィンザー社の実績が加わりました。

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



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等で「後遺症が残った災害」のこと。

■ 「機械への巻き込まれ」による重大・休業災害

2015年度から、設備の洗浄作業時や詰まり・汚れを除去しているときなど、生産における周辺作業時の観点で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等のハード面を中心にした、味の素グループ独自のガイドライン)に基づいた対策に取り組みました。その結果、「機械への巻き込まれ」による被災者数は減少傾向ではあるものの、2016年5月に、設備クリーニング時に腕を巻き込まれるといった重大災害が発生しました。2017年度中のハード対策の完了とともに、リスク特定にバラつきが出ないように取り組んでいきます。

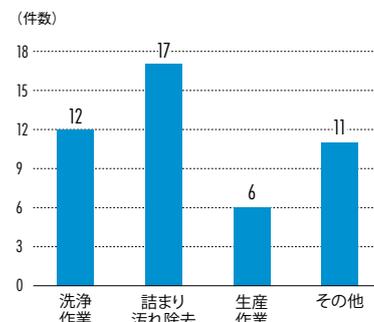
■ 巻き込まれによる被災者数

人、()は重大災害件数

| | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 国内 | 4 (0) | 5 (1) | 5 (1) | 7 (4) | 4 (1) | 2 (1) |
| 海外 ^{※2} | 1 | 5 | 3 | 3 (2) | 2 (2) | 3 (0) |

※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+休業災害の件数を集計しています。

■ 巻き込まれ災害の作業別件数 (2012～2016年度累計)



※ このグラフには、左表の件数のほか、国内の重大ヒヤリが含まれています。

■ 「転倒」による重大・休業災害

2015年度に、国内味の素グループで「転倒」による労働災害が増加したことを踏まえ、2016年度は、「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)」の推進の継続、手すりの設置や通路のスロープ化および通路の段差補修等のハード対策、転倒災害防止に着目したパトロールの実施、体感教育の実施など、各事業所で工夫した取り組みを進めました。結果、転倒災害件数は減少しませんが、転倒による重大災害は減少傾向となりました。

2017年度は、今までの作業面、身体面での取り組みの他に、設備面の改善取り組みも推進するとともに、マネジメント層を対象にした、マネジメントのための転倒予防対策セミナーを開催し、災害減少に向けた取り組みを強化します。

■ 転倒による被災者数

人、()は重大災害件数

| | 2011年度 | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 国内 | 27 (3) | 18 (2) | 16 (0) | 14 (2) | 25 (5) | 24 (2) |
| 海外 ^{※3} | 1 | 1 | 1 | 13 (3) | 13 | 6 (1) |

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



転倒予防体操 (味の素(株)九州事業所)



腰痛講習 (味の素ファインテクノ)

■ 「腰痛」による重大・休業災害

味の素グループで「無理な動作等により腰痛となる」労働災害が増加傾向にあります。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などの取り組みを実施しました。また、OWAS法(Ovako Working Posture Analysing System)を用いた作業姿勢の評価を行い、作業改善への取り組みを開始しました。しかし、腰痛による災害件数は横ばいであり、2017年度以降は、さらにハード対策も含めた作業改善に努めます。



昇降台車を活用 (AGF関東(株))

■ 「交通事故」による重大災害

2016年度の通勤時の交通事故による重大災害の被災者数は、減少しました。しかし、日本で1名、海外で1名の方が、亡くられるという交通事故が発生しました。また、業務中の交通事故も前年度並みの事故が発生しました。

特に国内営業の各支社では①運転者の意識(モチベーション)向上、②ハード対応(自動車装備)、③管理体制の強化、④運転者の個別データ(運転情報管理システムや運転適性診断の結果)を活用した指導と定期的な安全意識の喚起施策の継続した取り組みの他に、全体研修に加えて将来の事故・違反を防止するため、個別研修(事故違反・危険挙動多発者向け研修)などを実施しました。なお、海外は交通事情が国によって異なるため、それぞれの国に合った取り組みを進めています。



営業担当者向け交通災害防止取組教育の様子

■ 交通事故による災害件数

件

| | 2013 年度 | 2014 年度 | 2015 年度 | 2016 年度 |
|--------------|---------|---------|---------|---------|
| 人身加害事故(国内)※1 | 21 | 21 | 9 | 9 |

※1 交通事故の人身加害事故は、国内味の素グループのみ集計しています。

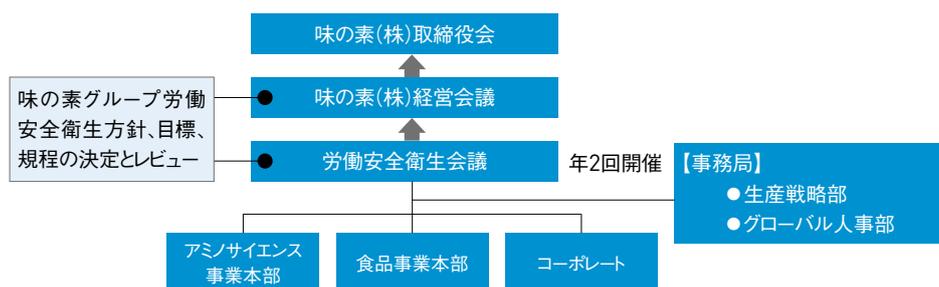
■ 2017-2019年度中期計画

2017-2019年度では、「転倒・腰痛災害の防止」への取り組みを重点テーマとして取り組んでいきます。2016年度までは、腰痛予防体操などのソフト面を中心に取り組んできましたが、労働災害件数の高止まり感、また、被災により骨折するなど症状が重症化していることから、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きます。

■ 2017-2019年度中期計画

| | |
|----------------|---|
| 転倒・腰痛災害の防止 | ①設備面 1) 無理な作業動作にならない設備設計や作業スペースの見直しの実施 2) 自動化や補助ロボットの利用(新規設備導入時:必須、既存設備:検討)の推進 |
| | ②作業面 1) 2Sの徹底(通路の確保と通路に物を置かないことの徹底) 2) 安全行動(慌てない、焦らない、走らないなど)の徹底 3) 発生源(水や原料のこぼれ、段差等)の特定やリスクの洗い出しと対策の実施 4) 作業・動作に起因する発生源(無理な姿勢、やりづらい作業)の特定やリスクの洗い出しと作業改善の実施 |
| | ③身体能力面 一連の作業前のストレッチ体操(ラジオ体操、転倒・腰痛防止体操を含む)の確実な実施 |
| 機械への巻き込まれ災害の防止 | ① 2017年度末までの設備(ハード)対策の完了 ② チェック表に基づく新規ライン・設備および作業の確実なリスクアセスメントの実施と改善 |

■ 味の素グループ労働安全衛生マネジメント運用体制



労働安全衛生マネジメント

日々の様々な事業活動の中で、ほんの一瞬の油断が大きな事故・災害に発展する可能性があります。味の素グループでは、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OHSAS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。

労働安全衛生の実施

味の素グループでは、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や増産または製造工程の変更、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を実施しています。過去の災害事例を教訓とした対策や遵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確認しています。また、各生産系事業場においては、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

味の素グループでは、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、発生の原因や対策等を現地で確認し、同種の災害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等を実施するなどし、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)国内事業所では、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のアップや好事例を学ぶ機会にもなっています。

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し、大切に扱っています。また、味の素グループの生産工場は、1年を通して24時間操業をしているところも多く、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。メンテナンスは非正常作業となり危険を伴う場合があるため、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りました。

新工場の安全監査

新立地に建設された工場や、M&Aで新たにグループ傘下となった工場などに対しては、安全監査を実施しています。特に新工場では、ほとんどの従業員が新規採用であり、会社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に、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。

労働災害抑制強化への取り組み

味の素グループでは、防災安全推進本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等)があると判断した法人あるいは事業所に対し、安全強化策を実施します。それに基づいて法人あるいは事業所(以下指定事業所)は、課題を洗い出し、労働災害抑制強化計画を作成し遂行します。防災安全推進事務局では、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事業所へ行き、計画の進捗確認と教育、技術支援等を行っています。

Column

海外法人の労働災害抑制強化の取り組み

アモイ・フード社は、労働災害が継続的に発生していたため、トップ層の強い決意表明と行動(職場巡視等)、安全・環境部の新設と本部による施策の推進、小集団活動(無災害記録表彰制度導入)、安全体感研修、5Sの徹底と安全パトロールなどを現地主導で遂行しました。また、日本からマネジメントや技術支援も行っています。

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、様々な層へ、様々な形での日常的な教育・訓練が不可欠です。味の素グループでは、管理者層を対象とした安全衛生セミナーや法改正勉強会、製造現場リーダーを対象としたマネジメント力量向上セミナーなどを継続して実施しています。さらにグループ各社では、それぞれの業態に合わせて、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。2016年度は、マネジメント層の安全に対する能力を高めるため、新たに2つの研修を開始しました。



2016年度の教育

人、()は延べ数

| 教育名称 | 内容 | 受講者数 |
|--------------------------------|--|---------|
| 転倒予防セミナー | 職場で直接、転倒防止対策を指導、推進する者を養成（1日コース／1回開催） | 36（179） |
| 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をどう進めるか、経営者として必要な安全衛生に関する知識（安全配慮義務等）を学ぶ。国内グループ各社の管理者層が対象（1日コース／1回開催） | 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に対して改善提言できる者を養成（2日コース／1回開催） | 23（644） |
| マネジメント力量向上セミナー | 職場の管理者が安全衛生活動の意義と効果、役割を認識し、安全衛生活動の活性化と安全文化を醸成できる力量（スキル）を高める。国内グループ各社の化学物質に係る管理監督者が対象（1日コース／1回開催） | 28（55） |
| 安全管理者能力向上セミナー（2016年度開始） | 安全管理者の業務に従事している者に対する指針に基づく能力向上教育（1日コース／1回開催） | 20（20） |
| 職長能力向上セミナー（2016年度開始） | 職長の業務に従事している者に対する指針に基づく能力向上教育（1日コース／1回開催） | 24（24） |
| 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 表示等の管理）を復習し、化学物質管理・安全衛生管理を指導できる能力を高める。国内グループ各社の化学物質に係る管理監督者が対象（1日コース／1回開催） | 30（64） |

※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

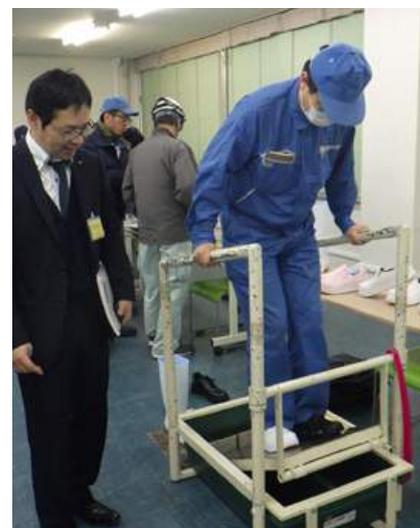
味の素グループ各事業所では、様々な安全体感訓練に取り組んでいます。各社の取り組み事例を下記に紹介します。また、味の素(株)東海事業所では、安全靴メーカーの協力を得て、転倒災害防止のための安全靴展示会(使用環境に応じた様々な靴の紹介と滑り止め効果の体験会)を開催しました。



落下物破壊体験(味の素(株)九州事業所)



玉掛け時の挟まれ体験(味の素(株)九州事業所)



安全靴展示会の様子と滑り体験(味の素(株)東海事業所)

■ 労働安全衛生活動の社外からの評価

味の素グループでは、従業員が日々取り組んでいる安全衛生活動について下記の通り社外から多くの評価をいただきました。今後も事業所の事故防止、労働災害削減の実績にとどまらず、従業員個人の活動にも広げていきます。さらにグループ会社で事故・災害撲滅に取り組むことにより、地域にも貢献していきます。

■ 2016年度の主な表彰

| 会社名 | 内容 | 受賞機関 |
|--------------------------------|-------------------------|--|
| 味の素(株)九州事業所 末次康寛 | 優良ボイラー技士 | 一般社団法人日本ボイラ協会 |
| 味の素労働組合研究所支部 | 平成 28 年度川崎市労働災害防止功労団体表彰 | 川崎市経済労働局労働雇用部 |
| 味の素(株)川崎事業所 遠藤裕子 | 川崎市労働災害防止標語入選表彰「優秀作品賞」 | 川崎市経済労働局労働雇用部 |
| 味の素ファインテクノ(株)群馬工場 | 中小企業無災害記録証 銅賞 | 中央労働災害防止協会 |
| 北海道クノール食品(株)十勝工場 | 中小企業無災害記録進歩賞(第二種) | 中央労働災害防止協会 |
| 味の素パッケージング(株)工程サポート事業部 | 第 52 回事業用自動車事故防止コンクール | 連名顕彰(一般社団法人神奈川県バス協会・一般社団法人神奈川県トラック協会・一般社団法人神奈川県タクシー協会) |
| 味の素パッケージング(株)関東工場 | 防火管理優良事業所 | 川崎消防署・川崎消防団 |
| AGF 鈴鹿(株)高川清文 | 功労者表彰 | 一般社団法人三重労働基準協会連合会 |
| AGF 鈴鹿(株) | 感謝状 | 鈴鹿警察署長 |
| 関西エース物流(株)西日本営業所 あチーム(10名) | 無事故・無違反運動「チャレンジ100」 | 兵庫県警察本部・兵庫県トラック協会 |
| 関東エース物流(株)本社 | 平成 28 年度事業用自動車事故防止コンクール | 一般社団法人神奈川県トラック協会 |
| 中央エース物流(株)厚木営業所 松本恭子 | 全国トラックドライバーコンテスト 女子部門優勝 | 全日本トラック協会 |
| 中央エース物流(株)東扇島第一低温営業所 田村哲章、加納伸一 | 優良フォークリフト運転者 | 陸災防神奈川支部 |

自然災害に備え、人命を守るために

味の素グループでは、「味の素グループ労働安全衛生方針」および、企業継続計画(ECP)で定める「味の素グループ災害対策基本方針」に則り、人命の尊重を最優先として、自然災害対策の検討や訓練・啓発活動を実施しています。

参照 → 組織統治 P50
リスクマネジメントの体制

参照 →
味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ労働安全衛生方針
味の素グループ災害対策基本方針

■ 防災対策の見直し

味の素グループでは、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。

国内味の素グループでは、順次公開されている地震や水害等に関する国や地方自治体の被害想定情報などをもとに、各事業場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てきました。人命の尊重を最優先に、各社・各事業場で検討した地震・津波対策を逐次設備投資計画に反映しています。

また、グループ全体での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総本部の第2拠点や支援拠点の整備・訓練なども行っています。2015年度には南海トラフ大地震に備え、大阪支援拠点が機能不全になった場合に総本部の役割を担う九州支援拠点の機能を、九州支社のほかに自家発電と受注センターがある九州事業所(佐賀県)を加え、強化しました。2016年度には南海トラフ大地震により東京と大阪が機能不全となったことを想定した訓練を実施しています。

■ 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。実際に2016年の熊本地震では数時間で味の素(株)の安否確認を行っています。

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」による連絡フローを構築し、国内主要拠点や役員宅へ配備し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」も定期的を実施しています。さらに2014年度から、各グループ会社、各事業場の被災状況を迅速に収集、確認できるツール「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情報が報告される体制を構築しました。



災害発生後すぐにグループ総本部を立ち上げ、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。国内味の素グループでは、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・各事業所が安否情報や被害状況を連絡し、味の素グループ総本部で集約・集計し、必要に応じて対応の指示などを行うものです。



防災対策本部

味の素(株)川崎事業所



救急患者の救助訓練

味の素(株)東海事業所



消防訓練

味の素(株)九州事業所



アンモニア漏えいを想定した訓練

インドネシア味の素社



可燃性溶剤の取り扱いがある事業所での漏えい、引火に備える訓練



人事・労務データ

味の素グループ従業員数

(単位：人)

| | 2016年度 | | | 2015年度 | | | 2014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 | 43,001 | - | - | 44,500 | - | - | 41,235 | - | - |
| 従業員 | 32,734 | - | - | 33,295 | - | - | 31,312 | - | - |
| 基幹職 | 4,488 | - | - | 4,803 | - | - | 4,520 | - | - |
| 一般職 | 28,170 | - | - | 28,419 | - | - | 26,728 | - | - |
| 嘱託 | 76 | - | - | 73 | - | - | 64 | - | - |
| 臨時従業員 | 10,267 | - | - | 11,205 | - | - | 9,923 | - | - |
| 日本 | 15,595 | - | - | 16,986 | - | - | 16,042 | - | - |
| 従業員 | 9,450 | 7,281 | 2,169 | 10,425 | 8,042 | 2,383 | 9,388 | 7,155 | 2,233 |
| 基幹職 | 2,278 | 2,118 | 160 | 2,692 | 2,527 | 165 | 2,440 | 2,302 | 138 |
| 一般職 | 7,096 | 5,113 | 1,983 | 7,660 | 5,467 | 2,193 | 6,884 | 4,810 | 2,074 |
| 嘱託 | 76 | 50 | 26 | 73 | 48 | 25 | 64 | 43 | 21 |
| 臨時従業員 | 6,145 | - | - | 6,561 | - | - | 6,654 | - | - |
| 味の素(株) | 3,898 | 2,623 | 1,275 | 3,912 | 2,633 | 1,279 | 3,940 | 2,633 | 1,307 |
| 従業員 | 3,459 | 2,449 | 1,010 | 3,477 | 2,473 | 1,004 | 3,484 | 2,478 | 1,006 |
| 基幹職 | 1,078 | 985 | 93 | 1,090 | 1,004 | 86 | 1,076 | 995 | 81 |
| 一般職 | 2,305 | 1,414 | 891 | 2,314 | 1,421 | 893 | 2,344 | 1,440 | 904 |
| 嘱託 | 76 | 50 | 26 | 73 | 48 | 25 | 64 | 43 | 21 |
| 臨時従業員 | 439 | 174 | 265 | 435 | 160 | 275 | 456 | 155 | 301 |
| 国内グループ会社 | 11,697 | - | - | 13,074 | - | - | 12,102 | - | - |
| 従業員 | 5,991 | 4,832 | 1,159 | 6,948 | 5,569 | 1,379 | 5,904 | 4,677 | 1,227 |
| 基幹職 | 1,200 | 1,133 | 67 | 1,602 | 1,523 | 79 | 1,364 | 1,307 | 57 |
| 一般職 | 4,791 | 3,699 | 1,092 | 5,346 | 4,046 | 1,300 | 4,540 | 3,370 | 1,170 |
| 臨時従業員 | 5,706 | - | - | 6,126 | - | - | 6,198 | - | - |
| 海外 | 27,406 | - | - | 27,514 | - | - | 25,193 | - | - |
| 従業員 | 23,284 | - | - | 22,870 | - | - | 21,924 | - | - |
| 基幹職 | 2,210 | - | - | 2,111 | - | - | 2,080 | - | - |
| 一般職 | 21,074 | - | - | 20,759 | - | - | 19,844 | - | - |
| 臨時従業員 | 4,122 | - | - | 4,644 | - | - | 3,269 | - | - |
| アジア | 17,269 | - | - | 17,489 | - | - | 15,319 | - | - |
| 従業員 | 13,571 | 9,404 | 4,167 | 13,292 | 9,274 | 4,018 | 12,667 | 8,882 | 3,785 |
| 基幹職 | 1,153 | 820 | 333 | 1,106 | 764 | 342 | 1,051 | 744 | 307 |
| 一般職 | 12,418 | 8,584 | 3,834 | 12,186 | 8,510 | 3,676 | 11,616 | 8,138 | 3,478 |
| 臨時従業員 | 3,698 | - | - | 4,197 | - | - | 2,652 | - | - |
| 欧州・アフリカ | 2,887 | - | - | 2,897 | - | - | 2,589 | - | - |
| 従業員 | 2,479 | 1,931 | 548 | 2,468 | 1,961 | 507 | 2,499 | 1,982 | 517 |
| 基幹職 | 308 | 223 | 85 | 298 | 215 | 83 | 301 | 227 | 74 |
| 一般職 | 2,171 | 1,708 | 463 | 2,170 | 1,746 | 424 | 2,198 | 1,755 | 443 |
| 臨時従業員 | 408 | - | - | 429 | - | - | 90 | - | - |
| 米州 | 7,250 | - | - | 7,128 | - | - | 7,285 | - | - |
| 従業員 | 7,234 | - | - | 7,110 | - | - | 6,758 | - | - |
| 基幹職 | 749 | - | - | 707 | - | - | 728 | - | - |
| 一般職 | 6,485 | - | - | 6,403 | - | - | 6,030 | - | - |
| 臨時従業員 | 16 | - | - | 18 | - | - | 527 | - | - |

現地従業員役員数・比率

(単位：人)

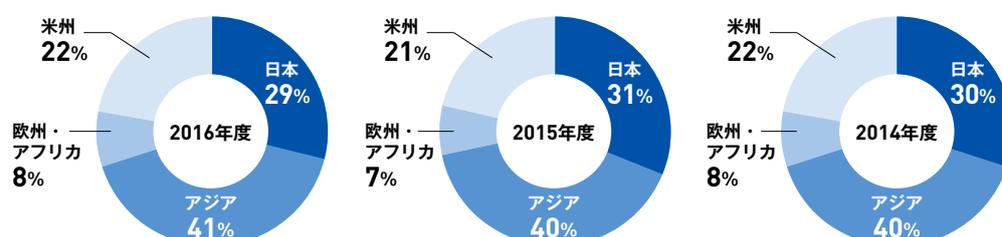
| | 2016年度 | 2015年度 | 2014年度 |
|----------|--------|--------|--------|
| 海外・役員総数 | 180 | 187 | 193 |
| 現地従業員役員数 | 79 | 78 | 78 |
| 現地従業員比率 | 43.9% | 41.7% | 40.4% |

味の素グループ従業員比率

() 内は男女比

| | 2016年度 | | | 2015年度 | | | 2014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 | 76% | - | - | 75% | - | - | 76% | - | - |
| 基幹職 | 10% | - | - | 11% | - | - | 11% | - | - |
| 一般職 | 66% | - | - | 64% | - | - | 65% | - | - |
| 嘱託 | 0% | - | - | 0% | - | - | 0% | - | - |
| 臨時従業員 | 24% | - | - | 25% | - | - | 24% | - | - |
| 日本:総数 | 100% | - | - | 100% | - | - | 100% | - | - |
| 従業員 | 61% | (77%) | (23%) | 61% | (77%) | (23%) | 59% | (76%) | (24%) |
| 基幹職 | 15% | (93%) | (7%) | 16% | (94%) | (6%) | 15% | (94%) | (6%) |
| 一般職 | 46% | (72%) | (28%) | 45% | (71%) | (29%) | 43% | (70%) | (30%) |
| 嘱託 | 0% | (66%) | (34%) | 0% | (66%) | (34%) | 0% | (67%) | (33%) |
| 臨時従業員 | 39% | - | - | 39% | - | - | 41% | - | - |
| 味の素(株) | 100% | (67%) | (33%) | 100% | (67%) | (33%) | 100% | (67%) | (33%) |
| 従業員 | 89% | (71%) | (29%) | 89% | (71%) | (29%) | 88% | (71%) | (29%) |
| 基幹職 | 28% | (91%) | (9%) | 28% | (92%) | (8%) | 27% | (92%) | (8%) |
| 一般職 | 59% | (61%) | (39%) | 59% | (61%) | (39%) | 59% | (61%) | (39%) |
| 嘱託 | 2% | (66%) | (34%) | 2% | (66%) | (34%) | 2% | (67%) | (33%) |
| 臨時従業員 | 11% | (40%) | (60%) | 11% | (37%) | (63%) | 12% | (34%) | (66%) |
| 国内グループ会社 | 100% | - | - | 100% | - | - | 100% | - | - |
| 従業員 | 51% | (81%) | (19%) | 53% | (80%) | (20%) | 49% | (79%) | (21%) |
| 基幹職 | 10% | (94%) | (6%) | 12% | (95%) | (5%) | 11% | (96%) | (4%) |
| 一般職 | 41% | (77%) | (23%) | 41% | (76%) | (24%) | 38% | (74%) | (26%) |
| 臨時従業員 | 49% | - | - | 47% | - | - | 51% | - | - |
| 海外:総数 | 100% | - | - | 100% | - | - | 100% | - | - |
| 従業員 | 85% | - | - | 83% | - | - | 87% | - | - |
| 基幹職 | 8% | - | - | 8% | - | - | 8% | - | - |
| 一般職 | 77% | - | - | 75% | - | - | 79% | - | - |
| 臨時従業員 | 15% | - | - | 17% | - | - | 13% | - | - |
| アジア | 100% | - | - | 100% | - | - | 100% | - | - |
| 従業員 | 79% | (69%) | (31%) | 76% | (70%) | (30%) | 83% | (70%) | (30%) |
| 基幹職 | 7% | (71%) | (29%) | 6% | (69%) | (31%) | 7% | (71%) | (29%) |
| 一般職 | 72% | (69%) | (31%) | 70% | (70%) | (30%) | 76% | (70%) | (30%) |
| 臨時従業員 | 21% | - | - | 24% | - | - | 17% | - | - |
| 欧州・アフリカ | 100% | - | - | 100% | - | - | 100% | - | - |
| 従業員 | 86% | (78%) | (22%) | 85% | (79%) | (21%) | 97% | (79%) | (21%) |
| 基幹職 | 11% | (72%) | (28%) | 10% | (72%) | (28%) | 12% | (75%) | (25%) |
| 一般職 | 75% | (79%) | (21%) | 75% | (80%) | (20%) | 85% | (80%) | (20%) |
| 臨時従業員 | 14% | - | - | 15% | - | - | 3% | - | - |
| 米州 | 100% | - | - | 100% | - | - | 100% | - | - |
| 従業員 | 100% | - | - | 100% | - | - | 93% | - | - |
| 基幹職 | 10% | - | - | 10% | - | - | 10% | - | - |
| 一般職 | 89% | - | - | 90% | - | - | 83% | - | - |
| 臨時従業員 | 0% | - | - | 0% | - | - | 7% | - | - |

地域別従業員比率



採用者数・定着率

(単位：人)

| | 2016年度 | | | 2015年度 | | | 2014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) | 7,072 | - | - | 5,365 | - | - | 4,739 | - | - |
| 日本 | 356 | - | - | 376 | - | - | 360 | - | - |
| 味の素(株) | 107 | 75 | 32 | 66 | 45 | 21 | 112 | 67 | 45 |
| 新卒 | 64 | 42 | 22 | 55 | 35 | 20 | 78 | 47 | 31 |
| キャリア | 43 | 33 | 10 | 11 | 10 | 1 | 34 | 20 | 14 |
| 基幹職 | 6 | 5 | 1 | 3 | 3 | 0 | 7 | 5 | 2 |
| 一般職 | 37 | 28 | 9 | 8 | 7 | 1 | 27 | 15 | 12 |
| 国内グループ会社 | 249 | - | - | 310 | - | - | 248 | - | - |
| 海外 | 6,716 | - | - | 4,989 | - | - | 4,379 | - | - |
| アジア | 4,558 | - | - | 4,061 | - | - | 3,225 | - | - |
| 欧州(含むアフリカ) | 189 | - | - | 184 | - | - | 221 | - | - |
| 米州 | 1,969 | - | - | 744 | - | - | 933 | - | - |
| <参考>定着率(3年後)新卒 | | | | | | | | | |
| 味の素(株) | 95.0% | 93.5% | 100.0% | 97.8% | 96.4% | 100.0% | 97.3% | 95.7% | 100.0% |

退職者数・離職率・再雇用

(単位：人)

| | 2016年度 | | | 2015年度 | | | 2014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 | 7,674 | - | - | 5,469 | - | - | 4,611 | - | - |
| 日本 | 422 | - | - | 416 | - | - | 335 | - | - |
| 定年 | 154 | - | - | 161 | - | - | 116 | - | - |
| 自己都合 | 268 | - | - | 255 | - | - | 219 | - | - |
| 味の素(株) | 118 | 89 | 29 | 83 | 58 | 25 | 81 | 56 | 25 |
| 定年 | 60 | 48 | 12 | 44 | 33 | 11 | 33 | 27 | 6 |
| 自己都合 | 58 | 41 | 17 | 39 | 25 | 14 | 48 | 29 | 19 |
| 国内グループ会社 | 304 | - | - | 333 | - | - | 254 | - | - |
| 定年 | 94 | - | - | 117 | - | - | 83 | - | - |
| 自己都合 | 210 | - | - | 216 | - | - | 171 | - | - |
| 海外 | 7,252 | - | - | 5,053 | - | - | 4,276 | - | - |
| 離職率 | | | | | | | | | |
| 味の素(株) | 1.6% | 1.6% | 1.7% | 1.1% | 1.0% | 1.4% | 1.4% | 1.2% | 1.9% |
| 再雇用 | | | | | | | | | |
| 日本 | 164 | - | - | 157 | - | - | 168 | - | - |
| 味の素(株) | 35 | - | - | 23 | - | - | 23 | - | - |
| 再雇用制度利用 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| シニア(定年後) | 31 | - | - | 23 | - | - | 19 | - | - |
| 国内グループ会社 | 129 | - | - | 134 | - | - | 145 | - | - |
| <参考:再雇用制度登録者数:味の素(株)> | | | | | | | | | |
| 登録者数 | 52 | 2 | 50 | 52 | 2 | 50 | 50 | 1 | 49 |
| 新規登録者数 | 7 | 0 | 7 | 11 | 1 | 10 | 8 | 0 | 8 |

※ 離職率:自己都合退職者のみ対象とする、味の素(株)のみ
 ※ 再雇用:国内のみ
 ※ 国内グループ会社の再雇用は合算値

障がい者雇用【国内のみ】

| | 2016年度 | 2015年度 | 2014年度 |
|----------|--------|--------|--------|
| 雇用者数 (人) | | | |
| 味の素(株) | 88 | 90 | 90 |
| 国内グループ会社 | 219 | 238 | 206 |
| 比率 | | | |
| 味の素(株) | 1.91% | 1.93% | 1.93% |
| 国内グループ会社 | 2.14% | 2.12% | 1.91% |

※ 障がい者雇用の国内グループ会社は、国内連結子会社38社のうち、常用労働者が50人以上の会社28社が対象(2017年3月31日現在)

従業員の状態

| | | 2016年度 | | | 2015年度 | | | 2014年度 | | |
|--------------------|----------|--------|------|------|--------|------|------|--------|------|------|
| | | 全体 | 男性 | 女性 | 全体 | 男性 | 女性 | 全体 | 男性 | 女性 |
| 平均年齢 (歳) | | | | | | | | | | |
| 日本 | 味の素(株) | 43.0 | 43.7 | 40.9 | 42.6 | 43.4 | 40.4 | 42.2 | 42.9 | 39.9 |
| | 国内グループ会社 | 41.2 | - | - | 41.7 | - | - | - | - | - |
| | 海外 | 36.6 | - | - | 36.2 | - | - | 35.7 | - | - |
| 平均勤続年数 (年) | | | | | | | | | | |
| 日本 | 味の素(株) | 19.4 | 20.0 | 17.8 | 19.1 | 19.8 | 17.3 | 18.7 | 19.3 | 16.7 |
| | 国内グループ会社 | 13.9 | - | - | 13.9 | - | - | - | - | - |
| | 海外 | 8.9 | - | - | 8.8 | - | - | 8.7 | - | - |
| 平均年間給与 (千円) | | | | | | | | | | |
| | 味の素(株) | 9,525 | - | - | 9,512 | - | - | 9,231 | - | - |

※ 平均年間給与は従業員(嘱託を除く)の平均値

労働時間、WLB関連制度の活用・利用状況【味の素(株)のみ】

| | | 2016年度 | | | 2015年度 | | | 2014年度 | | |
|--------------------------------|----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 全体 | 男性 | 女性 | 全体 | 男性 | 女性 | 全体 | 男性 | 女性 |
| 労働時間 | | | | | | | | | | |
| | 総実労働時間 (時間) | 1,889 | - | - | 1,947 | - | - | 1,996 | - | - |
| | 平均法定外労働時間 (時間) | 126 | - | - | 166 | - | - | 161 | - | - |
| | 平均有給休暇取得日数 (日) | 17.4 | - | - | 16.7 | - | - | 15.7 | - | - |
| | 有給休暇取得率 | 89.2% | - | - | 85.6% | - | - | 80.5% | - | - |
| ワークライフバランス(WLB) 育児休職制度 | | | | | | | | | | |
| 取得・利用者数 (人) | | | | | | | | | | |
| | 育児休職 | 157 | 32 | 125 | 123 | 10 | 113 | 119 | 7 | 112 |
| | 育児短時間勤務 | 182 | 0 | 182 | 164 | 1 | 163 | 181 | 2 | 179 |
| | 子供看護休暇 | 39 | 3 | 36 | 38 | 3 | 35 | 53 | 3 | 50 |
| 取得率 | | | | | | | | | | |
| | 育児休職 | - | 25.5% | 100% | - | 6.6% | 100% | - | 4.6% | 100% |
| | 育休取得日数平均 (日) | - | 27 | 332 | - | 14 | 262 | - | 22 | 251 |
| | 復職率 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| ワークライフバランス(WLB) その他関連制度 | | | | | | | | | | |
| 取得・利用者数 (人) | | | | | | | | | | |
| | 看護休暇 | 14 | 5 | 9 | 10 | 6 | 4 | 11 | 6 | 5 |
| | 看護休職 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 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 | 104 | 41 | 63 | 83 | 27 | 56 | 84 | 27 | 57 |
| | 在宅勤務制度* | - | - | - | 133 | 69 | 64 | 113 | 57 | 56 |
| | リフレッシュ休暇 | 155 | - | - | 181 | - | - | 213 | - | - |
| | ボランティア休暇 | 55 | - | - | 57 | - | - | 48 | - | - |

※ 在宅勤務制度は、2014年10月に導入

教育【味の素(株)のみ】

| | 2016年度 | 2015年度 | 2014年度 |
|----------------|--------|--------|--------|
| 年間教育研修費用 (百万円) | 504 | 470 | 463 |

安全衛生【味の素(株)のみ】

| | 2016年度 | 2015年度 | 2014年度 |
|-------------|--------|--------|--------|
| メンタルヘルス休職者率 | 0.66% | 0.72% | 0.68% |

環境

すべてのいのちの基盤、地球持続性を守る

INDEX

P93 味の素グループ環境中期計画

P94 「味の素グループ・ゼロエミッション計画」と2016年度実績

- 2014-2016年度
「味の素グループ・ゼロエミッション計画」
- 水資源の保全:2016年度の実績概要
- 温室効果ガスの排出削減:2016年度の実績概要
- フロン類の管理
- 廃棄物の3R:2016年度の実績概要

P99 2016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

P101 地球持続性に貢献する技術・製品開発

- 製品のライフサイクル全体での環境影響評価
- アミノ酸を活用した環境負荷の少ない農業実現への取り組み

P104 生態系・生物多様性の保全

- 生物多様性に関する考え方と方針
- 水産資源に対する取り組み
- 森林生態系資源、持続可能な土地利用・地域生態系への取り組み

P109 環境に配慮した容器包装の開発

- お客様のニーズへの対応と、今後の取り組み
- 容器包装に取り組む社内の体制
- 社外関係者との連携
- 容器包装の環境配慮設計の推進
- 容器包装の環境配慮設計の事例紹介
- 容器包装に配慮した「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マーク製品を広げる

P113 物流の取り組み

- 荷主としての取り組み
- 味の素グループのモーダルシフトへの取り組み

P115 環境マネジメント

- グループ環境マネジメント
- グループ環境経営の取り組み

P117 環境教育・意識啓発活動

- 専門教育・訓練
- 一般教育・啓発活動

関連する行動規範・方針類

- 味の素グループ行動規範
<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/>
- 味の素グループ環境方針
https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/environmental_policies.html
- 味の素グループ 生物多様性に関する考え方と行動指針
https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/biodiversity_policy.html

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)ならびに関係会社(環境規程適用会社/2017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。実績集計の範囲は、111事業所(事業の再編や工場の新設・廃止などにより、2015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

2016年度の主な活動

● 長期ビジョン設定

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・お客様とともに地球環境への貢献を実現します。

● スコープ1・2・3を用いた環境影響評価

味の素グループの事業活動は製品にとどまらず、本社・営業や研究所などの間接部門でも環境影響を及ぼしています。そこで、事業全体が及ぼす環境影響としてスコープ1・2・3データを把握しています。

ライフサイクル視点で見た味の素グループの環境負荷



→特集2 P26-28

→P99-100

味の素グループ環境中期計画

味の素グループは、3カ年ごとに定める「味の素グループ環境中期計画」に基づき環境への取り組みを進めてきました。

2014年度からは、2014-2016年度「味の素グループ環境中期計画」を設定し、活動を推進してきました。

あるべき姿

健やかないのちの営みのために、人類の基本課題である、「地球持続性」「食資源」課題解決のために、味の素グループの事業を通じて貢献している

2014-2016年度「味の素グループ環境中期計画」

| 主要項目 | 重点項目 | 2016年度実績(2014-2016環境中期計画最終年度) | 参照先 |
|---|--|--|---|
| B to N^{※1} 地球とともに | | | |
| 事業活動に伴う排出の極小化/ゼロエミッション計画の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 各事業所におけるロードマップの実行 グループ全体計画の完遂 | <p>〈2016年度のゼロエミッション実績〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギー利用率20%と中期目標を上回って進捗。海外のバイオマスボイラー増強、安定稼働が貢献 CO₂排出量原単位は基準年比33%減と目標(35%減)を達成できず。設備トラブル等によるCO₂排出係数の高いエネルギー使用増、一部工場での生産品目変更等の生産稼働状況によるエネルギー効率悪化も影響 他の項目は目標を達成 | P94-100 |
| 生物多様性の保全と生態系サービスの持続可能な利用 | <ul style="list-style-type: none"> 重要原料を特定し、特性に応じてステップを踏んで実態を把握し、実行計画を策定する 地域生態系の特性に応じて、ステップを踏んで実態を把握し、実行計画を策定する | <ul style="list-style-type: none"> パーム油:日本は2018年を目標年とした認証油への転換に向け、グループ各社で行動計画を検討。グローバルでも、持続可能な調達2020年実現に向け計画を策定 紙(国内):「持続可能な紙利用のためのコンソーシアム(CSPU)」を通じた産業界・社会への働きかけを継続。グループ各社で認証紙採用を推進 カツオ共同調査:調査成果を国際資源管理機関議論に反映、新型標識による調査手法成立実証。台湾との国際連携、国立研究開発法人 科学技術振興機構プロジェクト連携を開始 味の素AGF(株):水源の森を整備する「ブレンディ[®]」の森活動の展開 味の素(株)東海事業所:「味の素(株)バードサンクチュアリ」の再生再構築を全体構想計画に基づき実施 | 特集2 P37-38 公正な事業慣行 P61-62 特集2 P38-39 P107-108 P105 P106 |
| B to S^{※2} 社会とともに—環境課題解決に貢献する | | | |
| 事業・製品・サービスを通じた環境への貢献 | <ul style="list-style-type: none"> 農林水産資源の効率的な活用 農林水産資源を代替できる製品・技術の開発 | <ul style="list-style-type: none"> 味の素AGF(株):再生耐熱PET樹脂100%使用のペットボトルを主力ボトルコーヒー全品種に採用 味の素(株)「鍋キューブ[®]」:スタンディングパウチにCO₂吸収材を使用した包材を採用(業界初) 持続可能な物流体制の構築:2017年、3月から北海道にて合弁物流会社F-LINE(株)を発足、4月から九州F-LINE(株)を発足 食品事業において、フードロスの低減を目的に科学的根拠に基づいた賞味期間延長を推進:賞味期限年月表示化の開始 | P111 特集2 P35-36 |
| 情報発信・社会コミュニケーション・社会との協働の推進 | <ul style="list-style-type: none"> 各地域・事業所において、環境への取り組みについて社会とのコミュニケーションを推進する | <p>〈社外表彰〉</p> <ul style="list-style-type: none"> 第42回資源循環技術・システム表彰「経済産業大臣賞」受賞(対象:「ケミカルリサイクルによるPETボトルの循環利用」として味の素AGF(株)、東洋製罐(株)、ベトリファインテクノロジー(株)の3社で受賞) エコプロダクツ大賞2016「農林水産大臣賞」受賞(対象:飼料用アミノ酸「リジン」) 平成28年度グリーン物流パートナーシップ優良事業者表彰「国土交通大臣表彰」受賞(対象:持続可能な食品物流のプラットフォームの構築と運営)「F-LINEプロジェクト」 第20回環境コミュニケーション大賞「持続可能性報告優秀賞」受賞。11回連続の関連賞受賞(対象:「統合報告書2016」と「サステナビリティデータブック 2016」) 第4回食品産業もたない大賞審査委員会委員長賞(対象:味の素AGF(株)、味の素冷凍食品(株)九州工場、ヤマキ(株)) <p>〈格付け・評価〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス2016(環境、人事・労働条件、CSR、IR等) 食品製造分野で3年連続で上位10%の「World Index」に選定。トータルスコア85点。(2015年83点) 同時にその内容はRobecoSAM社評価で2年連続の銅メダルを獲得した CDP2016「気候変動」:B(2015年B)、「水」:A-(2015年B)、「森林」:パーム A-、紙 B、大豆 B、牛 未回答、「サプライチェーンマネジメント」:「気候変動」B、「水」:A- エコプロ2016 環境とエネルギーの未来展(食品グループ5社共同出展) 川崎市、花王との協働の取り組み「食とくらしがつくる地球の未来 みんなでいっしょに考えよう〜夏休みチャレンジ〜」2016年7〜8月の4日間実施(対象:川崎市の小学5年生と保護者21組) 味の素(株)川崎工場、東海事業所にて工場見学環境コースを開始 | 社外からの評価・表彰 消費者課題 P135-136 |
| 法対応力の強化 | <ul style="list-style-type: none"> 社内外の法改正情報入手源の確保 入手した法改正情報を、管理基準・手順に反映する仕組みの確実な運用 | <ul style="list-style-type: none"> 法違反/事故:海外3件、国内9件 苦情/問い合わせ:近隣住民より苦情3件 法令研修(国内):前年アンケート結果を考慮したプログラムで5回実施 国内グループ向けに、国内法改正情報提供ツール等の使用を推進 | P115-117 |
| マネジメントシステムの有効性向上 | <ul style="list-style-type: none"> 事業活動のPDCAをしっかりと回す、回せる力量の向上を図る | <ul style="list-style-type: none"> 「ISO14001:2015」:各社、各組織にて内部監査員養成等、計画的対応を継続 グループ環境監査:環境監査実施要領に基づき、監査を実施。いずれも重大な不適合は認められなかった 書類監査:対象6法人の監査実施 現地監査:対象4法人・事業所の監査実施 | P116-117 |

※1 B to N: Business to Nature ※2 B to S: Business to Society

「味の素グループ・ゼロエミッション計画」と2016年度実績

味の素グループでは、あらゆる事業分野から発生する環境負荷の極小化を目指して、

グループ共通の「味の素グループ・ゼロエミッション計画」に基づき、その着実な実施に努めています。

年度ごとに実績のレビューを行って進捗を管理するとともに、さらなる負荷極小化を目指し、対象や目標などを改定しています。

2016年度は、2014-2016年度「味の素グループ・ゼロエミッション計画」の最終年度として、目標達成に向けて取り組みました。

2014-2016年度「味の素グループ・ゼロエミッション計画」

2014-2016年度の中期計画は、グループ全体目標として以下の目標を設定し、2016年度の目標達成に向けて、各事業所でロードマップを策定し、活動を進めました。

水資源の保全

水使用量・排水量

-70%

味の素グループの
全生産系事業所における
2016年度の排水量原単位
(対2005年度実績)

- ・アミノ酸発酵関連製品の製造排水に含まれる高濃度の窒素やBOD成分などの濃度低減の目標値を定めています。
- ・大切な水資源は、使用量だけでなく排出する量も操業のリスクになり得る課題として、水使用量および排水量原単位を2005年度比で70%以上削減することとしました。
- ・地下水を利用している事業所では、その地域の水源に関する課題などを把握し、必要なアクションを検討しています。

温室効果ガス削減

CO₂ 排出量

-35%

味の素グループ全体における
2016年度のCO₂排出量原単位
(対2005年度実績)

- ・2011-2013年度計画に引き続き、温室効果ガスの中でも化石燃料由来のCO₂に焦点を当て、全世界の味の素グループ全体で排出量原単位を2005年度比で35%以上削減することとしました。
- ・国内生産系事業場については、省エネ法における事業者義務を参考に、毎年1%の削減を積み上げ、2016年度にCO₂排出総量を2005年度比で11%削減の49.6万吨以下にすることを目標としました。
- **追加指標**
「再生可能エネルギー利用率の向上（グループ全体で15%以上）」を目指すこととしました。海外事業所での各地域でバイオマス由来エネルギーの活用や、国内外全事業所での、エネルギー使用量極小化を進めます。

廃棄物の3R

資源化率

99%以上

味の素グループ全体における
2016年度の再資源化率

- **変更目標**
廃棄物削減の指標を見直し、お客様にムダなくよい製品をお届けできるよう、「トラブル由来廃棄物ゼロ化^{※3}」を目指すこととしました。
- ・全事業分野において、「安定生産の継続」「プロセス改善（省資源・収率向上）」「原料・包材廃棄を生まない事業計画の立案と遂行」「適切な原料の調達と管理の継続（サプライヤーとの協働）」などを通じて実施します。

※3 トラブル由来廃棄物：製品や仕掛品、もしくは製品の製造に用いる原材料が、トラブルにより廃棄に至ったもの

2014-2016年度「味の素グループ・ゼロエミッション計画」の主な数値目標と実績

| | 対象項目 | 対象部門 | 実績 | | | 2016年度達成目標 | 2030年度達成目標 |
|---------------------|-------------------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------|---|----------------------|
| | | | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 | | |
| 水資源 | 排水汚濁負荷濃度 (BOD、TN) | グループ全生産系事業場 (公共水域に直接放流) | 27/34 事業所達成 | 24/32 事業所達成 | 22/31 事業所達成 | BOD≤10ppm TN≤5ppm | BOD≤10ppm TN≤5ppm |
| | 水使用量原単位 (対生産量) | グループ全生産系事業場 | 73%減 | 75%減 | 77%減 | 70%以上削減 <対2005年度実績> | 80%削減 <対2005年度実績> |
| | 排水量原単位 (対生産量) | グループ全生産系事業場 | 75%減 | 79%減 | 80%減 | 70%以上削減 <対2005年度実績> | 80%削減 <対2005年度実績> |
| CO ₂ 排出量 | CO ₂ 排出量原単位 (対生産量) | グループ全体 (全生産系+非生産系) | 28%減 | 33%減 | 33%減 | 35%以上削減 <対2005年度実績> | 50%削減 <対2005年度実績> |
| | CO ₂ 排出総量 | 国内全生産系事業場 | 35.1万トン | 40.7万トン | 44.6万トン | 49.6万トン以下 ^{※1} <対2005年度実績の11%減> | |
| | 再生可能エネルギー利用率 | グループ全体 (全生産系+非生産系) | 15% | 18% | 20% | 15%以上 | 50% |
| 廃棄物の3R | 資源化率 (廃棄物+副生物) | グループ全体 (全生産系+非生産系) | 99.4% | 99.6% | 99.3% | 99%以上 | 99%以上 |
| | 廃棄物発生量 (報告実績ベース) | グループ全体 (全生産系+非生産系) | 1,248トン | 1,785トン | 964トン | トラブル由来廃棄物 発生量ゼロ | トラブル由来廃棄物 発生量ゼロ |

※1 基準年(2005年)55.8万トン

(注記) 2016年度の実績から味の素ウインザー社の実績が加わりました

参照 → 特集2 P26-28
味の素グループ 環境長期ビジョン

優良事業所表彰制度

味の素グループでは、事業活動全領域において発生する各種環境負荷の極小化を、グループ一体となってより一層推進し、またその活動の励みにすることを目的に、「味の素グループ・ゼロエミッション計画」のグループ目標達成に貢献した事業所を「優良事業所」として表彰しています。

表彰は「ロードマップを策定し着実に推進していること」「数値目標を達成していること」を基準としており、2016年度は以下の生産部門2事業所、オフィス部門1事業所を優良事業所として表彰しました。また、トラブル由来廃棄物の削減を大きく進めた2つの工場を「廃棄物ゼロエミ特別賞」として表彰しました。2016年度に限らず継続的なトラブル由来廃棄物発生抑制を期待できる取り組みが進められていることが、表彰の決め手となりました。



アモイ・フード社

受賞事業所一覧

| | 対象事業所 | 受賞に至った主な活動 |
|------------|-----------------------|---|
| 生産部門 | 味の素パッケージング(株) 佐野ギフト工場 | 倉庫内照明や工場周辺の外灯のLED化推進、従業員の節電意識等の細やかな取り組みによりCO ₂ 排出量削減 |
| | ベトナム味の素社ビエンホア工場 | 河川水の下水放流中止、バイオマスボイラー安定稼働、安定生産を推進 |
| オフィス部門 | 味の素(株) 研究所(川崎) | 設備および空調、照明、事務機器のエネルギー管理標準を定め省エネ推進。電子化推進によりマル秘書類廃棄削減 |
| 廃棄物ゼロエミ特別賞 | ブラジル味の素社リメイラ工場 | 製造工程のロス削減する取り組み、原料サプライヤー監視強化により、異物混入等による廃棄を1/5以下に削減 |
| | アモイ・フード社 | 工場一体の「ロス視える化活動」で品質、生産効率、設備トラブルの改善を推進し、製品廃棄量を60%以上削減 |



ブラジル味の素社リメイラ工場



味の素パッケージング(株) 佐野ギフト工場



ベトナム味の素社ビエンホア工場



味の素(株) 研究所(川崎)

水資源の保全:2016年度の実績概要

2016年度は、基準年の2005年度に比べ水使用量、排水量ともに約140百万トン以上削減、水使用量原単位で約77%削減し、目標を達成しました(目標:70%以上削減)。

2016年度も、前年に引き続き水使用量について冷水塔水の活用による間接冷却水の削減や、設備洗浄水等の節水、工程に使用している水の場内循環活用による削減の取り組みを着実に進めました。これに伴い排水量も削減しました。

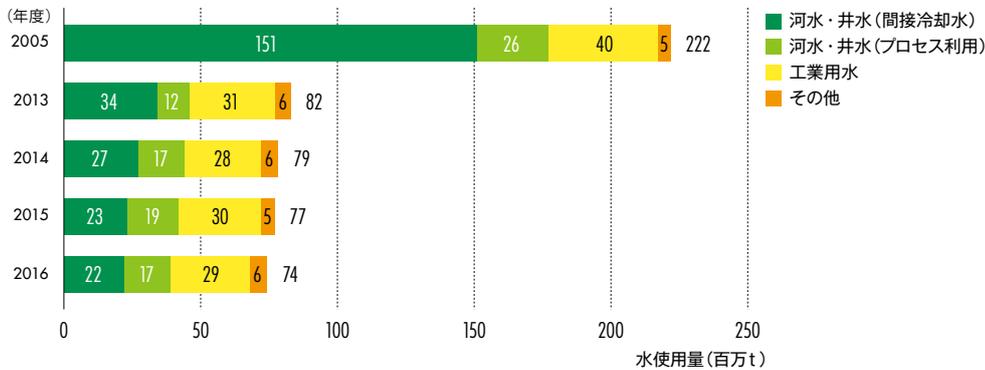
各事業所での節水や製造プロセス改善等の取り組みを継続的に推進し、「2030年に水使用量原単位、排水量原単位の2005年度比80%削減」という長期目標の達成を目指します。

水使用量

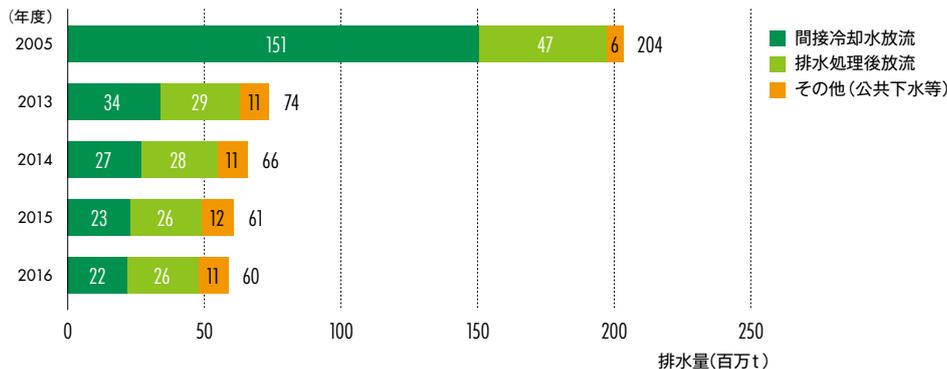
単位:百万t

| | 基準年 | | 実績 | | | | | | |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|
| | 2005年度 | 比率 (%) | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 | 比率 (%) | 差 |
| 水使用量 | 222 | 100% | 110 | 82 | 79 | 77 | 74 | 100% | -148 |
| 日本 | 83 | 38% | 46 | 34 | 30 | 32 | 27 | 36% | -57 |
| アジア・アフリカ | 82 | 37% | 35 | 22 | 23 | 21 | 23 | 31% | -59 |
| 欧州 | 29 | 13% | 14 | 13 | 11 | 11 | 12 | 16% | -17 |
| 北米 | 3 | 2% | 5 | 5 | 5 | 5 | 6 | 8% | 2 |
| 南米 | 18 | 8% | 8 | 7 | 7 | 6 | 6 | 8% | -12 |
| 中国 | 6 | 3% | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2% | -5 |
| 使用量原単位 (製品1tあたり原単位) | 123 | - | 48 | 36 | 34 | 30 | 28 | - | - |
| 水使用量原単位削減率 | - | - | 61% | 71% | 73% | 75% | 77% | - | - |
| 参考値 生産量 (万t) | 180 | - | 230 | 226 | 235 | 253 | 266 | - | - |

水使用量の推移



排水量の推移



温室効果ガスの排出削減:2016年度の実績概要

2016年度は、海外事業所におけるバイオマスボイラー導入等が進んだ一方、一部の工場での設備トラブルや、工場安定運用のためにCO₂排出係数の高いエネルギーの使用が増えました。また、生産品目変更等により一定期間エネルギー使用効率が悪くなった事業所がありました。なお、高性能製品製造等、製品1トンあたりのCO₂排出量原単位の高い事業形態の工場が新たにグループに加わりました。これらのことが影響し、CO₂排出量原単位は基準年に比べ33%削減と前年横ばい、目標達成に至りませんでした。

「2030年までに事業活動に伴う生産量比温室効果ガス排出量を2005年度比で半減」という目標を達成するために、長期的視点で、工場の安定生産の継続とあわせて環境負荷の低いエネルギー安定確保を検討し、バイオマスボイラーの安定稼働を継続していきます。また、事業分野の特性を考慮して、各工場での生産性向上や、省エネプロセスの開発・導入を進めていくことで、エネルギー使用効率を継続的に改善していきます。

CO₂排出量と原単位の推移

単位：万t

| | 基準年 | | 実績 | | | | | | |
|------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----|
| | 2005年度 | 比率 (%) | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 | 比率 (%) | 差 |
| 全排出量 CO ₂ 排出量 | 236 | 100% | 224 | 220 | 221 | 223 | 233 | 100% | -3 |
| 日本 | 58 | 25% | 42 | 39 | 40 | 45 | 47 | 20% | -11 |
| アジア・アフリカ | 87 | 37% | 94 | 93 | 97 | 104 | 106 | 46% | 19 |
| 欧州 | 33 | 14% | 26 | 23 | 22 | 17 | 18 | 8% | -16 |
| 北米 | 23 | 10% | 33 | 35 | 36 | 35 | 43 | 18% | 20 |
| 南米 | 20 | 9% | 19 | 19 | 18 | 14 | 11 | 5% | -9 |
| 中国 | 14 | 6% | 10 | 10 | 9 | 8 | 8 | 4% | -6 |
| CO ₂ 排出量原単位(製品1tあたり原単位) | 1.31 | - | 0.97 | 0.97 | 0.94 | 0.88 | 0.88 | - | - |
| CO ₂ 排出量原単位削減率 | - | - | 26% | 26% | 28% | 33% | 33% | - | - |
| 参考値 生産量(万t) | 180 | - | 230 | 226 | 235 | 253 | 266 | - | - |

クリーンエネルギーへの転換

2016年度のエネルギー投入量は、生産量の増加に伴い増加しましたが、製品1トンあたり原単位は前年とほぼ横ばいの結果となりました。エネルギーの内訳は、再生可能エネルギー利用率が20%(前年度比2%増)と中期目標を継続して達成しました。これには、タイ、ベトナム、ブラジルの工場でのバイオマスボイラーの安定稼働、タイでのバイオマスコジェネレーションシステムの導入等が貢献しました。今後も、国内ならびに海外の全事業所で、トラブルのない安定生産を確実にし、省資源・省エネルギープロセスの開発・導入を一層進め、エネルギー使用量の極小化を図るとともに、バイオマス活用推進、太陽光発電設備設置、ならびにグリーン電力の使用といった再生可能エネルギー導入を推進し、「2030年までに再生可能エネルギー利用率50%」を目指します。



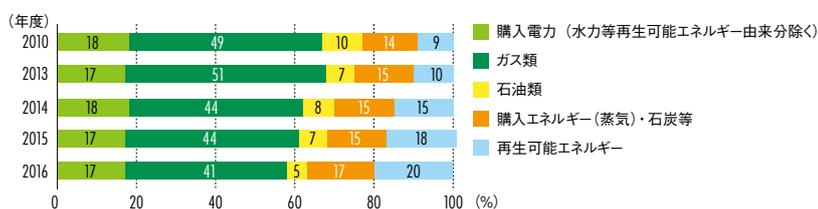
ベトナム味の素社 ビエンホア工場

エネルギー投入量

| | 2012年度 | 2013年度 | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| エネルギー投入量(TJ ^{*1}) | 35,669 | 35,342 | 36,356 | 37,362 | 39,105 |
| エネルギー投入量原単位(製品1tあたり原単位) | 15.5 | 15.6 | 15.5 | 14.8 | 14.7 |

*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)



参照 → 特集2 P30
2030年度に再生可能エネルギー利用率50%実現を目指して

フロン類の管理

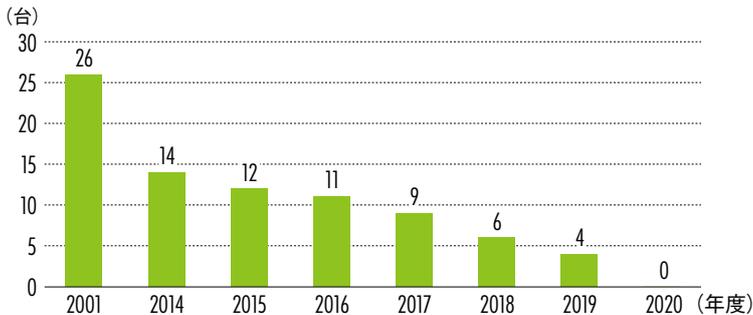
2014-2016年度「味の素グループ・ゼロエミッション計画」では、味の素グループで冷凍機などの冷媒として保有しているフロン類のうち、CFCs^{※2}の使用を全廃し、HCFCs^{※3}、HFCs^{※4}を使用した冷凍機などは、自然冷媒等に切り替えていくことを目標としました。CFCsについては、海外の一部事業所で全廃に至りませんでした。国内でもフロン排出抑制法の施行に伴い設備の再調査を実施したところ一部事業所でCFCsを使用した設備のあることが確認されました。各事業所で順法下での適切な管理を継続し、次の環境中期計画の中で、あらためて全廃に向けた行動計画を策定し実行に移します。

味の素冷凍食品(株)の関係会社を含めた国内全7工場では、2016年度末で21基が自然冷媒に切り替わり、残り9基を2020年度までに脱フロン化する予定です。アンモニアとCO₂の二つの冷媒を併用した新技術の導入も業界に先駆けて採用しています。

- ※2 CFCs: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で1996年に製造禁止(先進国)となった。特定フロンと呼ばれる
- ※3 HCFCs: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、発展途上国で2030年に製造禁止となる。指定フロンと呼ばれる
- ※4 HFCs:ハイドロフルオロカーボン類の総称。オゾン層を破壊せず、代替フロンと呼ばれる。温暖化係数がCO₂の数倍と高く、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)
http://www.theconsumergoodsforum.com

フロン式フリーザー保有台数(味の素冷凍食品(株)の例)



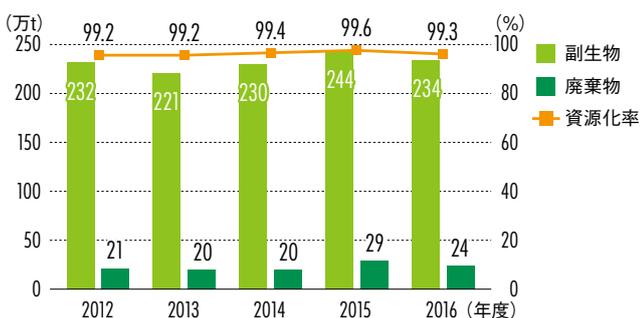
廃棄物の3R:2016年度の実績概要

味の素グループでは、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「アミノ酸製造」では、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、「食品製造」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。

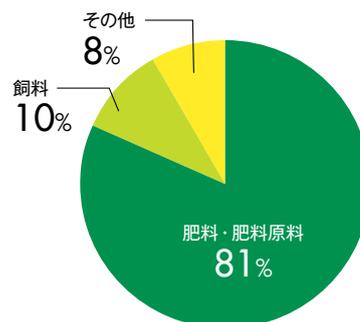
2016年度は、生産量は増加しましたが前年と比べて廃棄物、副生物ともに発生量は抑えられました。製造品目変更などにより、今までの委託先で資源化の難しい副生物等が発生したことにより資源化率は前年より低くなりましたが、副生物のコプロとしての活用や、バイオマスボイラーの燃え殻の有効活用等を推進し、リサイクル率99%以上を維持しました。

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(2016年度)



2016年度のマテリアルバランス

味の素グループはSDGsに賛同し、「味の素グループ環境目標」に基づき地球持続性に貢献し続けます。

その実現のために、事業活動がライフサイクル全体に及ぼす環境影響を把握し、最高効率の資源利用を目指しています。

スコープ1・2・3を用いた環境影響評価

味の素グループでは、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。一方で事業活動は製品にとどまらず、本社・営業や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、発酵の原料用植物や風味調味料のエキス用の魚や肉などの農畜水産物が占めています。農畜水産物の生産では、水やトラクター・漁船等の燃料、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、下流の廃棄段階でも、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。

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109事業所を対象

●集計対象期間:

2016年4月1日～2017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

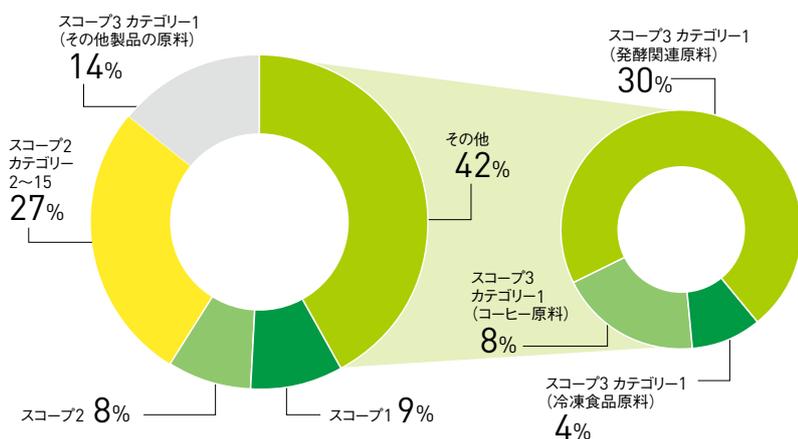
カップスープ、インスタントコーヒー、冷凍食品の調理に必要なCO₂排出



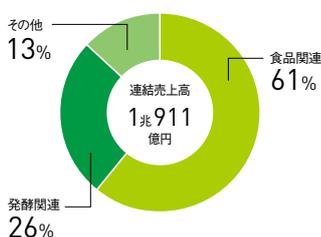
廃棄

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

味の素グループのスコープ1・2・3の現況



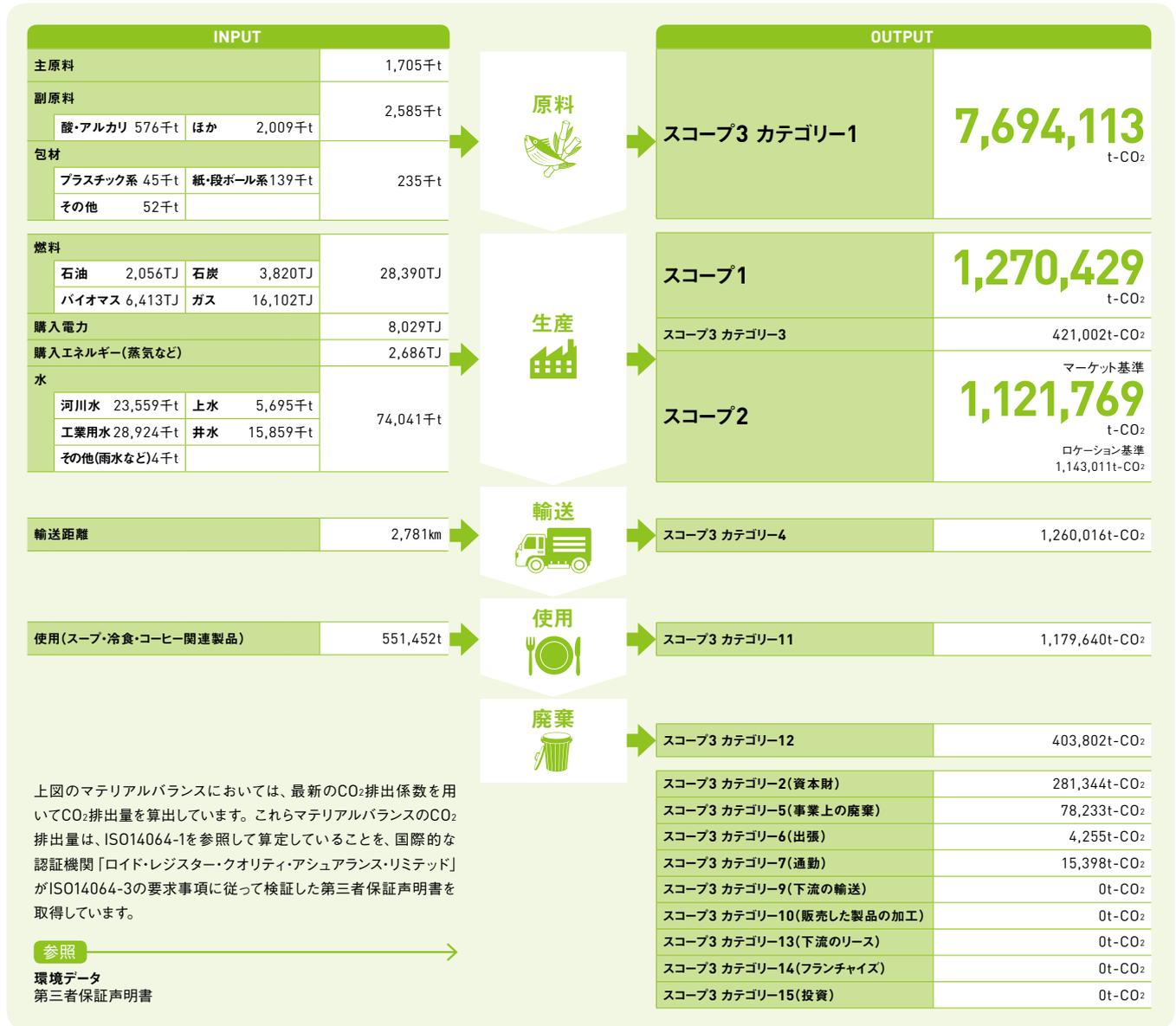
連結売上高(参考)



(注記)

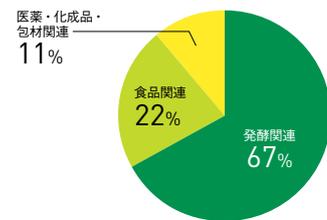
提携事業(油脂などの事業)を除く味の素グループの事業を、製造方法などによる環境負荷の特徴をもとに区分したものを、連結財務会計上の事業セグメントの区分とは異なる。マテリアルバランスの集計範囲と異なる。

2016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

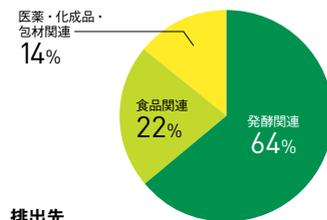
74,041千t



| | |
|-----------|----------|
| 河水 | 23,559千t |
| 工業用水 | 28,924千t |
| 井水 | 15,859千t |
| 上水・市水 | 5,695千t |
| その他(雨水など) | 4千t |

排水量

59,700千t

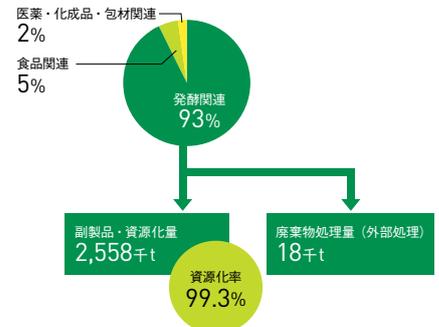


排出先

| | |
|----------------|----------|
| 公共水域 (間接冷却水) | 22,373千t |
| 公共水域 (処理後放流など) | 25,872千t |
| 公共下水 | 9,909千t |
| 灌漑用水に利用 | 1,547千t |
| BOD量 | 170t |
| 窒素 | 385t |

副生物・廃棄物発生量

2,575千t



| | |
|-----------------|--------|
| NO _x | 3,627t |
| SO _x | 2,201t |
| 煤塵 | 2,255t |
| フロン | 5t |

地球持続性に貢献する技術・製品開発

味の素グループでは、製品・事業を通じて環境価値を高めるための研究・技術開発を進めています。ライフサイクル全体での環境影響把握を進めるとともに、私たちの知見を活かして、地球持続性に貢献する新たな事業創出にも取り組んでいます。

製品のライフサイクル全体での環境影響評価

■ カーボンフットプリントの取り組み

カーボンフットプリント(CFP)の評価には、早い段階から着手してきました。2012年5月までに(社)産業環境管理協会の「カーボンフットプリントプログラム」で、飼料用リジンなどのアミノ酸系製品9品目のCFPの算定基準とCFP値が認定されました。家庭用製品においては、カーボンフットプリントの国際規格ISO/TS14067に準じてカーボンフットプリント算定システムを構築しました。2013年度より「ほんだし®」「鍋キューブ®」などの調味料に加え、スティックコーヒー、冷凍食品と味の素グループが日本国内で提供する家庭用製品の代表カテゴリーをほぼカバーしました。2016年度は、グローバルでの環境影響を評価するため、各国で代表的な風味調味料であるインドネシアの「Masako®」、ベトナムの「Aji-ngon®」やタイの「Ros Dee®」を算定し、味の素グループのスコープ3の第三者保証取得に活用しました。

■ ウォーターフットプリントの取り組み

2014年度より、ウォーターフットプリントの規格として発行されたISO14046をベースに、算定の手法を研究しています。水不足が懸念され環境の影響評価の研究が進んでいる欧州の標準的な配合飼料と、アミノ酸を配合する低たんぱく飼料との比較評価をしました。

水の影響評価には、地域特性化係数^{※1}を使用し、原料を生産する地域の水の豊富さに応じ、各水源の国ごとの地域特性の重みづけをして算定しました。

2016年度は、フランスの実態調査をし、使用段階の計算精度向上に努めました。水資源の乏しいフランスの大豆粕や麦などの原料をもとに算出すると、アミノ酸入り飼料のほうが、標準的な配合飼料よりも14%も水が少ないことがわかりました。飼料1トンあたりお風呂500杯分(=100キロリットル)の削減と、窒素負荷が1kg-N削減できることがわかりました。

※1 地域特性化係数(ISO14046の技術報告書(TR)に掲載予定)とは、全地球の平均降水量を1として、地域ごとの水源の水が豊富ならば1以下(1リットル使っても水が豊富だから1リットル使っていないと評価する)、乏しければ1以上(1リットル使ったら水が乏しいから1リットル以上使ったと評価する)として評価した値のこと

視える化事例:「鍋キューブ®」

製品のライフサイクル全体で排出されるCO₂量を、「鍋キューブ®」と家庭の中華だしの一般的な調理と比較すると、およそ3分の1と、少ないことがわかりました。

1リットルのだしをつくるときのCO₂排出量の比較



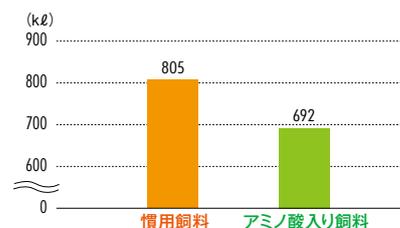
※2 文部科学省「五訂増補日本食品標準成分表」(2005年)に示されている標準的な成分値に対する調理方法を参考にしている

参照

環境データ

味の素グループ製品のCFP値

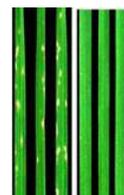
ウォーターフットプリント (河川水・地下水のみ)



アミノ酸を活用した環境負荷の少ない農業実現への取り組み

味の素グループでは、世界No.1のアミノ酸メーカーとしてアミノ酸の生産から活用に関して幅広く技術開発を行ってきました。医療、健康面にとどまらず、「農業におけるアミノ酸の活用」に関しても研究開発を進めています。

アミノ酸は作物の栄養源になることとあわせて「作物の病害感染を軽減する」作用があることを発見しました。イネいもち病やキュウリ炭そ病は作物の収量や品質を大きく低下させ、その抑制には現在農業に大きく依存していますが、それらの病害を、アミノ酸を施用することで抑制することができました(右図)。アミノ酸を化学農薬の代替として活用することは環境負荷軽減につながると捉え、現在は、詳細な作用機構の解析を進めると同時に、国内外の農業での活用を視野に実用化に向け取り組んでいます。



対照区 アミノ酸区

イネの根をアミノ酸(グルタミン酸)の溶液に1日浸した後イネいもち病菌を感染させたイネ。感染7日目。対照区は蒸留水に浸したイネにイネいもち病菌を感染させた。拡大するとイネが枯死してしまう、白いいもち病の斑点がアミノ酸区では全く発生していないことから、その感染が抑制されていることがわかる。(国立研究開発法人農研機構との共同研究)

豊かな実りをもたらす「高付加価値肥料」

味の素グループでは、世界各地のアミノ酸・核酸生産工場の発酵工程で生成される栄養豊かな副生物を、もう一つの製品=コプロ (Co-Products) と位置づけ、肥料や飼料の原料として利用し、研究開発によって付加価値をつけて製品化しています。各地域の農業の状況や栽培される作物に合わせ、様々な製品を展開しています。



アミノ酸の力を活かす葉面散布剤

味の素グループでは30年以上前から、アミノ酸発酵生産の過程で発生する栄養豊富な副生物を有機質肥料 (コプロ) として有効利用する取り組みを進めてきました。さらに、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よく配合した高付加価値の製品開発が進んでいます。実験や研究の蓄積により、アミノ酸や核酸を活用した肥料に、根張りをよくしたり、成長を促進したり、収穫量を増加させるための効果があることが明らかになりつつあります。葉面散布剤「AJIFOL®」は、1989年にブラジルで発売されて以降、世界7カ国で生産しています。葉面から少量で効果的に栄養を与えることができるもので、収穫量が上がる、病害にも強くなる、果物などは糖度 (Brix 値) が上がるなど、喜びの声を多数いただいています。

日本における製品ラインナップ

アミハート®

核酸・アミノ酸入り液体肥料。単分子の形態の核酸を豊富に含むため、吸収がよく、効果が早いと評判です。



トマトでの効果



また、芝用にカスタマイズした製品である「ターフバイタル®プロ」を2015年に発売しました。

葉面散布

微量元素を少量で効率よく吸収させる



肥料ロスの回避

世界7カ国で生産される「AJIFOL®」



アジフォル® アミノガード®

高濃度アミノ酸とミネラルをバランスよく配合した葉面散布剤。イチゴやトマトなどの栽培に使われます。



使用前



2カ月間使用後

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た。葉の色が薄くなり、樹勢も悪く、花の数も少なかった。葉面からのアミノ酸補給で樹勢が回復した

はやね はやおき 早根早起®

核酸・アミノ酸入り液体肥料。窒素・リン酸・加里をバランスよく配合した、苗用の資材です。



水稲での効果



グルハート® プラス

グルタミン酸入り葉面散布剤。日照不足時や低気温時の植物の生育を改善する効果が期待できます。2016年7月に、従来品「グルハート®」から効能成分を増強した「グルハート® プラス」を新発売しました。



グルハート®

グルハート® プラス

ジャガイモの栽培試験。新発売の「グルハート® プラス」を用いると、従来品の「グルハート®」に比べ、さらに11%収量が増加



外部との連携で「飼料用アミノ酸」を広げる

飼料中のアミノ酸バランスを整えることで、飼料の低タンパク質化を実現し、

土壌・水質への負荷や温室効果ガス排出の削減、耕地の有効利用にも効果があるとして注目されている飼料用アミノ酸。

味の素アニマル・ニュートリション・グループ(株)は世界のトップメーカーとして、新たな製品開発や国際社会との連携にも積極的に取り組んでいます。



「リジン」 「スレオニン」 「トリプトファン」 「バリン」 「AjiPro[®]-L」

飼料用アミノ酸の環境負荷低減効果

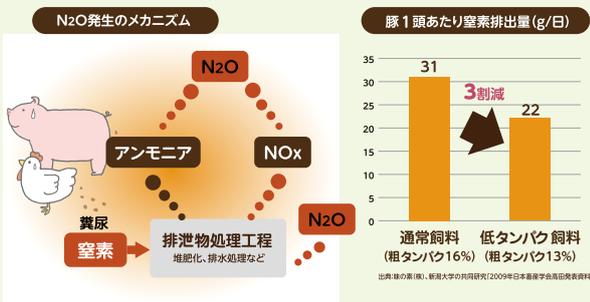
動物の体を構成するタンパク質は、約20種類のアミノ酸でできていますが、そのうち数種のアミノ酸は必要な量が体内で合成されないため、飼料で補う必要があります。

飼料内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窒素化合物として排泄されます。これが土壌や水質への負荷につながり、また土壌や大気中で酸化・還元された一部の窒素がN₂O(亜酸化窒素、CO₂の約300倍の温室効果を持つ)として大気中に放出されることになります。

飼料用アミノ酸をバランスよく添加することで、飼料内の栄養を効率的に利用できるようになり、地球環境負荷の低減に役立てることができます。

味の素冷凍食品(株)では、飼料用アミノ酸を活用し環境負荷を下げた条件下で飼育された鶏肉を使用した製品を製造、販売しています。このように、味の素グループはサプライチェーンの広い範囲にわたり、地球環境の保全に貢献しているのです。

N₂O発生メカニズム



飼料用アミノ酸の可能性を世界へ広げるために

2012年8月、国際飼料工業連盟(IFIF)^{※1}と欧州飼料添加物・プレミックス協会(FEFANA)^{※2}が中心となって、欧州や北南米、日本の飼料産業協会と世界の主要飼料添加物メーカーによるSpecialty Feed Ingredients Sustainability (SFIS) コンソーシアムが設立されました。味の素アニマル・ニュートリション・グループは、SFIS コンソーシアムへの参加を通じ、飼料用アミノ酸の環境負荷低減への貢献を明確化しています。

2016年6月、SFISコンソーシアムのサポートを受けたKebreabrのグループは、飼料用アミノ酸添加による飼料低タンパク質化およびフィターゼ^{※3}の飼料添加による、畜産生産由来の環境負荷(温室効果ガス、河川等の富栄養化および酸性化)低減効果をまとめ、公表しました。この結果の中で、飼料用アミノ酸が欧州では約55%の温室効果ガス削減に貢献していることが報告されています。

※1 IFIF: International Feed Industry Federation

※2 FEFANA: EU Association of Specialty Feed Ingredients and their Mixtures

※3 フィターゼ: フィチン酸を加水分解しリン酸を遊離する酵素

日本における飼料用アミノ酸の環境貢献効果の見える化

“地球にやさしい畜産”を広げるためには、飼料用アミノ酸による温室効果ガスの削減効果をわかりやすくお伝えすること、そして、その削減に寄与した畜産農家の方々にも温室効果ガス削減のメリットが還元される必要があります。そのための様々な「見える化」の取り組みが進んでいます。

■ ライフサイクル全体でのCO₂総排出量の「見える化」

味の素グループでは、カーボンフットプリント(CFP)を活用した、飼料用アミノ酸のライフサイクルにおけるCO₂排出の「見える化」を進めています。

“飼料用アミノ酸”のライフサイクル(原料調達・製造・販売)におけるCO₂排出量の「見える化」に向けた取り組み

- 2011年3月 経済産業省による「国内クレジット制度」の対象プロジェクトとして味の素グループの取り組みを認定
- 2011年9月 経済産業省等による「CFP制度試行事業」で飼料用リジンのCFP値が認定



■ オフセット・クレジット制度の進展に貢献

J-クレジット制度は省エネ設備の導入や森林管理等による温室効果ガスの排出削減・吸収量をクレジットとして認証する制度であり、クレジットの活用による環境と経済の両立を目指して作られました。味の素(株)は畜産生産者が飼料用アミノ酸を利用しやすくなるよう、「『豚・ブロイラーへの低タンパク質配合飼料の給餌』によるN₂O排出削減」を方法論化し、日本国内での制度化の進展に大きく貢献しました。これは日本の畜産業の環境負荷低減に向けた基盤となるだけでなく、今後、グローバルに同様の仕組みを発展させていける可能性を秘めた、大きな成果と考えています。

■ 第13回エコプロダクツ大賞「農林水産大臣賞」受賞

2016年12月、第13回エコプロダクツ大賞の農林水産大臣賞に、味の素(株)と味の素アニマル・ニュートリション・グループ(株)の飼料用アミノ酸「リジン」が選ばれました。畜産生産者が飼料用アミノ酸リジンを適切に添加することによって、畜産動物がアミノ酸を効率よく使用できることになり、結果、余剰窒素の排出量削減につながります。世界中どこで使っても、飼料内栄養の最適化と環境負荷低減を同時に達成できるという点で評価されました。



参照 → 特集2 P33-34
畜産の栄養課題・環境課題に応える飼料用アミノ酸

生態系・生物多様性の保全

味の素グループでは、社外ステークホルダーと連携・協働することにより、より地域に根ざし、サプライチェーン・バリューチェーン全体にわたり地球規模での広がりを持った生物多様性保全の取り組みを展開しています。

生物多様性に関する考え方と方針

味の素グループでは、生物資源を持続的に活用できるビジネスモデルを推進していくために、2012年1月に「味の素グループ 生物多様性に関する考え方と行動指針」を制定しました。さらに、2014-2016年度「味の素グループ環境中期計画」において、重要原料や地域生態系の特性に応じて、ステップを踏んで実態を把握し、実行計画を策定することを重点項目として定め、活動を推進してきました。

2017年度に定めた「味の素グループ環境方針」「味の素グループ 環境長期ビジョン」では、生態系・生物多様性に関する考え方を明文化するとともに、グループ全体で目標を持って活動を推進することを定めました。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ環境方針
味の素グループ 生物多様性に関する考え方と行動指針

参照

→ 特集2 P26-28
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

持続可能な原材料調達に関する取り組みにおいて、味の素グループの事業活動と生態系の両方にとって重要度が高く、注力して取り組みを進めている分野の一つは、“水産資源”のカツオです。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実施している「太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」に2009年度から継続して取り組んでいます。調査の成果は国際資源管理機関の議論に反映されるなど、着実な成果を上げています。

参照

→ 特集2 P38-39
水産資源の持続可能性を高めるカツオ生態調査

参照

→ 環境 P107-108
持続可能なカツオ漁業と資源利用への取り組み

森林生態系資源、持続可能な土地利用・地域生態系への取り組み

パーム油については、味の素(株)が2012年8月に「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟しました。味の素グループ全体で使用するパーム油関連原料については、2020年度までに持続可能なパーム油への切り替えを完了させる行動目標を掲げています。

事業で使用する紙については、「味の素グループ 環境長期ビジョン」で、2020年度までに紙の持続可能な調達を100%実現することを目標としています。2015年度より容器包装用紙へのFSC®認証紙の採用を強化しており、2017年秋季には「ほんだし®」「Cook Do® きょうの大皿」などの家庭用主力製品でもFSC®認証紙を採用し、認証マークをパッケージに表示します。

また味の素(株)は、2013年11月より、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。

参照

味の素グループ 行動規範・方針類
味の素グループ 紙の環境配慮調達ガイドライン

■ 持続的土地利用・地域生態系への取り組み

そのほか、“地域社会・生態系とともに成長する事業所”を目指して、味の素(株)が参画している「企業と生物多様性イニシアティブ(JBIB)」のメンバー企業との協力のもと、事業所の土地利用の在り方についても取り組みを進めています。味の素(株)東海事業所では、敷地内に「味の素 バードサンクチュアリ in 四日市」を設置し、工場と地域生態系の共生を目指した様々な活動を継続しています。

森を守り、水を育む 「ブレンディ®」の森 森づくり活動

【味の素AGF(株)、AGF鈴鹿(株)、AGF関東(株)】

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。味の素AGF(株)では、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し、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。

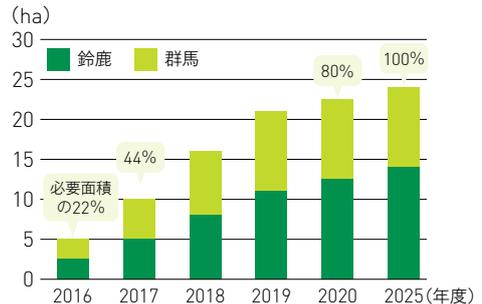


2025年度までに「ブレンディ®」の森の面積を約5倍に拡大

現在、鈴鹿・群馬の2つの「ブレンディ®」の森で育む地下水(涵養^{※1}量)は、味の素AGF(株)の2つの工場(AGF鈴鹿(株)とAGF関東(株))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%です(2017年3月末現在、味の素AGF(株)試算)。そこで、味の素AGF(株)は2025年度までに、「ブレンディ®」ボトルコーヒーで使用する水100%を、「ブレンディ®」の森で育む地下水(涵養量)で賄うために、森の活動面積を2017年3月時点の約5倍に拡大します。

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

「ブレンディ®」の森の面積拡大



お客様を招待

● 「ブレンディ®」の森 鈴鹿 看板設置

鈴鹿

2017年5月、「ブレンディ®」の森の入口広場に、森のシンボルとして看板を設置し、除幕式を行いました。



(左から)味の素AGF(株)品田社長、
亀山市櫻井市長、亀山市坂下地区まちづくり協議会山内会長

● お客様を招待

鈴鹿

2014年開始の「ブレンディ®」の森 鈴鹿 は、これまでの活動の積み重ねにより、お客様をお呼びできる森に発展しました。第1弾は、2016年10月、亀山市、鈴鹿市の小学生を招待し、蝶やトンボ等の昆虫採集と標本づくりの体験教室を行いました。

第2弾は、2017年3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鈴鹿 工場見学”を実施し、近隣のお客様をご招待しました。

このように、保全活動のみならず、森での環境教室実施という新たな展開をスタートしました。



三重県総合博物館の講師による昆虫採集

AGF鈴鹿(株)工場見学

社員の参加(鈴鹿・群馬延べ1,850名)

● 「ブレンディ®」の森 鈴鹿 参加者1,000名突破!

鈴鹿

2014年より三重県亀山市で始めた「ブレンディ®」の森 鈴鹿 の活動は2017年で4年目に突入しました。活動は6月で計19回にのぼり、味の素グループの参加者を含め、延べ約1,250名が参加しました。2016年は、間伐などの保全活動のみならず、森を一周できる周遊道も完成させ、花や植生エリアの案内板設置や休憩用ベンチづくりも進みました。



1,000人突破記念第15回
「ブレンディ®」の森 鈴鹿 集合写真

● スギ幼木を守りながら、広葉樹エリアの整備拡大

群馬

2015年より群馬県前橋市で始めた「ブレンディ®」の森 群馬 の活動は3年目を迎え、計9回の活動で、延べ約600名が活動に参加しました。2016年度の活動は、獣害対策ネットに守られ順調に育っているスギ幼木とネット周辺の下草刈り作業に加え、新たに広葉樹エリアの整備と散策のための歩道づくりと、活動の範囲を広げています。



「ブレンディ®」の森歩道づくり作業の様子(左:群馬/右:鈴鹿)

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>

工場と地域生態系の共生を目指す 「味の素 バードサンクチュアリ in 四日市」

【味の素（株）東海事業所】

環境に敏感な生き物たちが集う、 地域生態系とともにある事業所を目指して

企業が保有する事業所の敷地は、例えば工場であれば生産のための用地ですが、地域の自然環境の一部です。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5,000m²規模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12,700m²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めた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。



カワセミ（左上）、チョウトンボ（右上）、カモ（左下）、サギ（右下）などの美しい姿が見られる



「味の素バードサンクチュアリin四日市」の生態系ポテンシャルと課題

この立地は、東側2kmに四日市港、西側3kmに南部丘陵公園、南北に河川があり、「海の環境」「丘陵の環境」「河川の環境」の影響を強く受け、四日市区における生態系ネットワーク構築の上で大きなポテンシャルを有しています。

2012年～2013年に実施した動植物の専門家による事業所および周辺地域の実態評価調査では、周辺で22科38種の鳥類、61科120種の昆虫類、2科2種の魚類、15科19種の底生動物が生息し、希少なチュウサギの貴重なコロニー（集団繁殖地）にもなっていることも確認できました。その一方で、サギやカワウの繁殖には過密な状態であること、糞害が生じていること、池には外来種のスイレンが繁茂していること、アメリカザリガニなどの外来生物が生息していることなど課題が明らかになりました。健全な地域の生態系拠点とするためには、「味の素バードサンクチュアリin四日市」を北勢地域における重要な生物多様性保護区域として持続的に維持管理する、改善構想が必要となりました。



整備前の状況。外来スイレンが繁茂した池と混雑した樹林

工場見学を通じて「バードサンクチュアリ」の取り組みを情報発信

2016年度より「環境の取り組みを知るコース」を新設し、バードサンクチュアリと東海事業所の環境取り組みについて案内を開始しました。環境に関心の高い市民の皆さんや地域の小学生が来場し、排水、排気管理を学ぶとともに、コンビナート地域に残された鳥たちの姿を興味深く観察し、満足いただけるプログラムとなっています。

2017年2月～3月には、樹木の選択的間伐を行い、池周辺の森の保全に向けた整備を進めています。

今後は、池の外来種対策に向け、地域の研究・教育機関・専門家と共に検討を進めます。長い取り組みとなりますが、北勢地域の生態系との共生を目指し、地域環境資産の保全に努めていきます。



外来スイレンの除去が完了し、池面が確保された池の様子

持続可能なカツオ漁業と資源利用への取り組み

味の素(株)は、2006年から持続可能なカツオ資源利用への取り組みを開始し、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の共同事業である「太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」を2009年より継続しています。

調査開始から約10年を経て、味の素(株)は、これまでの取り組みを通じて築き上げた国内外関係者との連携・協働のハブ(中心)となり、活動をリードしています。



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て

味の素(株)の持続可能なカツオ漁業と資源利用への取り組みは、近年の中西部太平洋海域(特に熱帯域)におけるカツオ漁獲量の急激な増加によるカツオ資源の持続性への懸念を発端としています。

カツオ資源を将来にわたり持続的に利用していくためには、適切な資源管理ルールに基づく国際漁業管理の実施が重要と考え、ルール構築へ貢献することを目的としました。日本近海におけるカツオの回遊などの科学的知見が少ないという課題に対応すべく、2009年から国の研究機関と共同でカツオの標識放流調査に取り組み、その成果を国を通じて国際漁業管理機関での議論に反映してきました。

さらに、日本の近海・沿岸において2000年代後半以降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目的に加え、調査活動で得られたカツオの生態に関する知見を、国内カツオ漁業関係者に積極的に共有してきました。

カツオの資源評価と日本近海の漁業者の懸念

現在、中西部太平洋まぐろ類委員会(WCPFC)による資源管理に関する国際議論は依然続いており、この中で、中西部太平洋のカツオ資源についての、日本と日本以外の多くの関係国との認識に大きなギャップが生じています。

中西部太平洋のカツオ漁獲の中心は、熱帯海域で操業するカツオ国際漁業によるものです。そこでは年間180~200万トン規模の漁獲量が継続して得られています。資源評価結果は「資源枯渇でも、過剰漁獲でもない」とされており、熱帯海域のカツオ漁にかかわる遠洋漁業国や島嶼国には現時点で漁獲量を減らす動きはありません。

味の素(株)の活動目的

原料の安定調達 の視点

カツオの国際資源管理ルール構築への貢献<中西部太平洋海域全体(特に熱帯海域)>

↓
「ほんだし」原料の持続可能な調達

相互に関連

地域の持続的発展 の視点

持続可能な国内カツオ漁業への貢献<日本近海>

↓
カツオ利用の食文化、それを支える地域の持続性

味の素(株)が取り組むカツオ生態調査の意義と状況認識

- ① WCPFCにおける資源評価のプロセスを改善するためには、漁業データを中心とする統計的手法だけでなく、カツオの生物学的、生態学的知見の蓄積が必要。
- ② 熱帯海域と日本近海(亜熱帯~温帯海域)のカツオ資源の関係を明らかにすることが重要であり、黒潮本流源流域は熱帯~亜熱帯海域をつなぐ重要な海域。味の素(株)の調査活動はこの海域で実施している。
- ③ 日本へのカツオ回遊にかかわるこの重要海域は、インドネシア~フィリピン~台湾~日本と連なる沿岸・近海海域であり、WCPFCにおける議論において日本の懸念に理解を得るための重要な関係国・地域。味の素グループの重要な事業活動国でもある。
- ④ 熱帯域の漁業活動以外にも、気候変動、漁業従事者不足、不採算など日本沿岸・近海漁業をとりまく環境はさらに不安定、不確実となることが予想され、合理的・経済的で持続可能な漁業に向けた改善を図ることが重要。特にその影響が出やすい南西諸島海域でのカツオ生態に関する詳細な知見は改善取り組みに直接の貢献が可能。

「太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」の調査成果

①アーカイバルタグ(記録型電子標識)を用いた調査

アーカイバルタグは、照度のデータを利用して毎日正午のおおよその緯度・経度を推定できるとともに、体温、水温、深度を30秒ごとに記録でき、カツオの行動生態パターンの全体像を理解するために役立ちます。2012～2016年に実施した南西諸島海域での調査活動により、回遊行動、鉛直行動、摂餌行動などカツオの生態に関する詳細な新発見がもたらされ、日本近海へのカツオ北上ルートが推定されるという大きな成果が得られました。

黒潮源流域のカツオ回遊行動の調査については、現在、台湾行政・研究機関・漁業者との連携により、台湾沖など黒潮源流域のさらに上流側を含めた回遊行動調査へと展開しています。

主たる共同研究パートナー

(国研) 水産研究・教育機構 国際水産資源研究所

②ピンガー(超音波標識)を用いた調査

ピンガーと受信機を組み合わせたバイオテレメトリーシステムは、カツオの観測ツールとして期待できるだけでなく、魚種を問わず持続可能な水産資源管理の共通社会インフラとなりえる可能性を有しています。

この技術は研究途上であることから、味の素(株)は、国の戦略的創造研究推進事業に参加する国立4大学研究チームとの連携で実用技術確立に向けた共同研究を進めています。

2015年から、与那国島沖の黒潮海域で受信機の設置とピンガー標識放流を開始。現在は、与那国町漁業協同組合の協力のもと、地域の漁船が操業する海域の浮き漁礁すべて(最大5基)と操業漁船5隻に受信機を設置して、与那国島の南西側約500km²の海域をカバーする受信機ネットワークを構築し、常時観測体制を運用しています。

主たる共同研究パートナー

- ・東京海洋大学
- ・科学技術振興機構 戦略的創造研究推進事業(CREST)※1の研究チーム(北海道大学、京都大学、東京大学、東京海洋大学)

※1 国が定める戦略目標の達成に向けて、課題達成型基礎研究を推進し、科学技術イノベーションを生み出す革新的技術シーズを創出するためのチーム型研究



ピンガー(超音波標識)と受信機

バイオテレメトリーシステムは、標識魚(ピンガー)から超音波信号で送られる情報を受信機で受信し記録する。受信機から500m範囲内にい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る



アーカイバルタグ

アーカイバルタグが取得したデータは、内部メモリに記録されるため、標識魚が再捕され標識本体が回収されなければ、情報は得られない。再捕率は数%と低く、複数年にわたる大規模な調査が必要

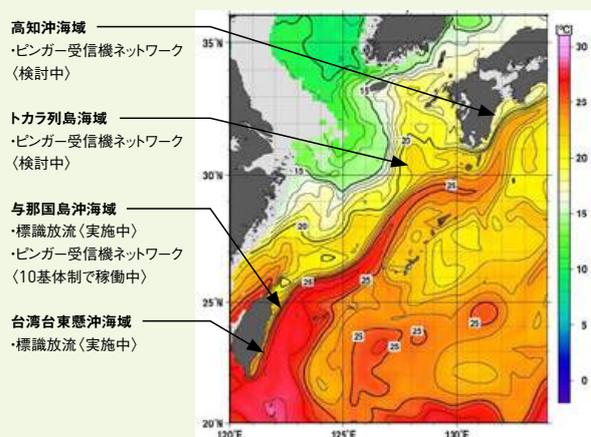


得られたデータから、カツオが海域内での滞留の後に離脱し移動していく様子や、海域内の漁礁間の移動行動の詳細を捉えることができました。また、現地の漁業者と東京の研究者が同時にデータを共有して魚の行動を観測できるようにもなっています。

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に大きな力を発揮すると考えられます。そこで現在、トカラ列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。

黒潮源流域にわたる広域ピンガーネットワーク構想

背景は50m表層水温(2016年5月上旬)の図(気象庁提供)



参照

→ 特集2 P38-39

水産資源の持続可能性を高めるカツオ生態調査

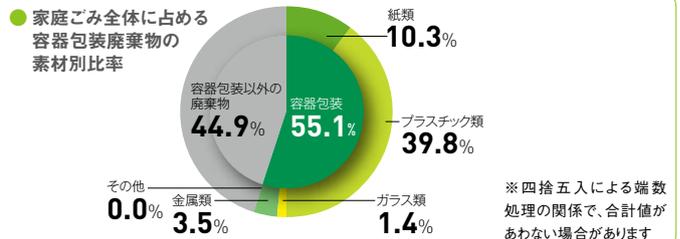
環境に配慮した容器包装の開発

味の素グループでは、中身の品質保持という食品の容器包装の重要な機能を確認しながら、「できるだけ環境に配慮された製品を選びたい」というお客様のニーズにもお応えできる、環境負荷の小さな容器包装の設計・開発に取り組んでいます。

DATA

家庭のゴミと容器包装

平成27年度の日本の一般廃棄物の年間排出量は4,398万トンですが、そのうち家庭からのゴミが2,854万トンで、約65%を占めています。家庭ゴミにおける容器包装が占める割合は容積比で約55%を占めています。 出典:容器包装廃棄物の使用・排出実態調査の概要(環境省)



お客様のニーズへの対応と、今後の取り組み

食品の容器包装は、お客様のお手元に届いてから製品を使い切るまで、中身の品質を保持する大切な役割を担っている一方で、家庭で排出されるゴミの約55%(容積比 平成27年度実績)を占めています。味の素(株)が独自に行った「日々の食卓と地球環境への配慮に関する調査」の結果では、8割以上の生活者が「ゴミを減らすことを心がけている」「分別廃棄をきちんと行う」「なるべく詰め替え品を買う」などの努力をしていることがわかりました。

味の素グループは、包材使用量削減によるCO₂削減に取り組むだけでなく、食料問題、資源枯渇問題やエネルギー問題などに対しても容器包装の技術革新により果たすべき役割があると考えています。例えば、鮮度保持技術による賞味期限延長や容器包装への付着防止技術を通じたフードロス低減への貢献、石油由来原料の代わりとなるバイオマスプラスチックの積極的な導入や非可食素材の活用のほか、物流配送の効率化まで考えた包装設計等、幅広い分野で技術開発を進めていきます。

日々の食卓における環境配慮調査

- 日常生活でゴミを減らすことを心がけている **78%**
- ゴミの分別は面倒でもきちんと行う **95%**
- 調味料は詰め替え品を買うようにしている **83%**
- 食品の包装、生鮮のトレイなどムダが多いと思う **83%**

出典:味の素(株)[AMC調査2015]
対象:全国の20~70代 2人以上世帯の主婦2,064人

容器包装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、油、飲料など、扱う製品も使用する容器包装も多岐にわたっています。各社が独自に容器包装の環境配慮の取り組みを推進していくため「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総合力を発揮し、さらなる改善に取り組んでいきます。



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、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、容器包装リサイクルの法令や制度の改善に参画するとともに、事例の紹介を通じて、社会の皆様様に3Rの推進を知っていただく活動を行っています。

例えば、農林水産省が2017年4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」の作成に協力し、「ほんだし®」60g瓶と「鍋キューブ®」、「アミノバイタル® GOLD」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」
- 九都県市容器包装ダイエツト宣言
- 容器包装リサイクル推進協議会等への3R改善事例提供

容器包装の環境配慮設計の推進

味の素グループでは、容器包装の環境配慮設計の推進に取り組んでいます。環境配慮設計は2013年にISO18600シリーズとして規格化され、国内では経済産業省が主導し、2015年にJIS Z 0130として規格化されました。ここでいう環境配慮設計とは容器包装が本来果たすべき必要な機能を満たした上で、環境に配慮した包材設計を行うことです。

容器包装が本来果たすべき必要な機能としては、製品の保護、物流適正、製品の陳列性、お客様の受容性、情報の表示、安全性、法規制などが挙げられます。一方、環境配慮としては3R(リデュース、リユース、リサイクル)、フードロスの削減、CO₂排出量の削減、持続可能な包材の使用などが挙げられます。

味の素グループでは、機能面からみて過剰となる容器包装は慎む一方で、例えば過度な包材の削減等により製品の劣化や破損など廃棄ロスを増加させ、かえって環境負荷の上昇を招くようなことを防ぎ、両者のバランスの取れた、最も環境負荷の低い包材設計を行うことを心がけています。(図1)

環境配慮設計を国内外の味の素グループで推進するために、新製品および改訂品を発売する前の「環境アセスメント」を2017年4月より改定しました。「環境アセスメント」のチェックリストを法規制など個々の製品で必ず順守すべき項目と3Rの推進など、グループ環境目標への適合性を確認する項目に分け、評価を実施しています。(表1)

国内においては、容器包装リサイクル法により家庭用製品の容器包装廃棄物の減量化と再商品化の義務を負っています。また、食品リサイクル法に関連する取り組みとして2017年4月に農林水産省よりフードロスの削減につながる容器包装の事例集の公表がありました。

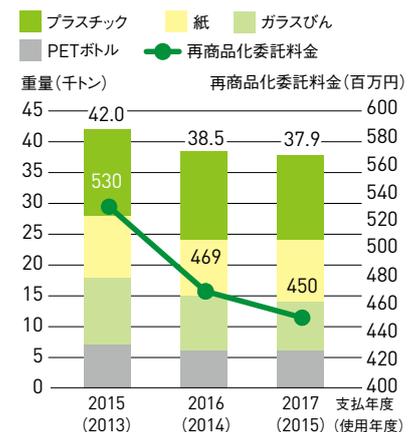
国内グループ各社は独自にこれらに適合する取り組みを行っており、例えば味の素(株)では「環境アセスメント」チェックリストに加えて、2017年4月に改定した「容器包装エコインデックス評価表」を使用し、新製品と改訂品の発売前の評価を採点方式でより細かく行っています。(表2)

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2015年度実績で37.9千トン、対前年比98.4%でした。この使用量に基づいた2017年度の再商品化委託料金は、450百万円で対前年比95.8%でした。(図2)

図1 容器包装の環境配慮設計



図2 国内グループ3社^{※1}の家庭用製品の容器包装使用量と再商品化委託料金



※1 味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)

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

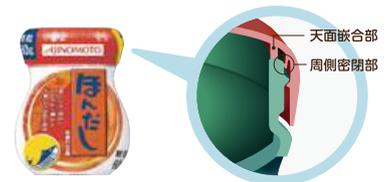
| 目的 | 評価項目の例 | 評価基準の例 | 評価点 |
|----------------|---------------------------|----------------------|---------|
| 廃棄物の3R | プラスチック容器包装重量の削減 | 450kg/年以上の削減 | +2 |
| | 空間率の適正包装 | 空間率15%未満 | +1 |
| 温室効果ガス削減 | LC-CO ₂ 発生量の削減 | 既存品より削減 | +1 |
| 持続可能な調達 | 環境配慮材料の使用 | 森林認証紙の採用 | +1 |
| 生活者のエコライフ意識の醸成 | 環境対応表示の有無 | 「味なエコ」マークの表示 | +1 |
| 廃棄物の3R | 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容易な包材を使用 | +1 |
| | | フードロス削減 | フードロス削減 |
| フードロス削減 | フードロス削減 | シェルフライブの延長 | +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

味の素グループでは、様々な特性と形態を持つ製品に合わせて、瓶、プラスチックフィルム、パウチ、トレイ、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、フードロスの削減と資源保全につながる容器包装の事例を紹介します。

事例1 鮮度保持「ほんだし®」60g瓶

容器の天面嵌合部に追加して側面周側部を密封させるためのリブ(突起)をキャップの内側に付与し気密性を向上させています。これにより、製品開封後の固結防止や香り長持ちなど品質劣化の抑制による鮮度保持を図っています。(2008年度から)



事例2 小分け・個包装「鍋キューブ®」

キューブ状の鍋つゆの素を開発し、1人前(キューブ1個)ずつ個包装化しました。1人前が1個のキューブですので、1人鍋から大人数の鍋まで、作る量を調整することができ、家庭での食べ残しによるフードロスを減少させることが期待されます。(2012年度から)



この活動で
受賞!

CO₂発生量削減包材の開発
第41回 木下賞「研究開発部門」
(主催:(公社)日本包装技術協会)



事例3 破損・損傷の軽減「アミノバイタル®GOLD」

これまでスティック包材の角が尖っていることから、流通時などにスティック同士の突き刺しが起こることがありました。スティックの角に丸みをつけるように製造ラインを改善し、スティック同士の突き刺しによる破損、損傷を軽減し廃棄ロスを削減しました。(2016年度から)



事例4 FSC®認証紙の採用 ギフト「ほんだし®」「Cook Do®きょうの大皿」

味の素グループでは、2016年歳暮期よりギフト製品の化粧箱にFSC®認証を受けた包装資材の採用を開始し、2017年秋季より味の素(株)「ほんだし®」「Cook Do®きょうの大皿」などの家庭用主力製品で順次採用していきます。また、これら製品が適切に管理された森林で生産された紙を使用していることをお客様にお伝えするために、FSC®認証マークおよび独自の環境マーク「味なエコマーク」「ほっとするエコ」マークを表示しています。



事例5 再生耐熱PET樹脂100%使用「ブレンディ®」ボトルコーヒー

味の素AGF(株)では、使用済みペットボトルを化学的に分解した材料を再び耐熱タイプのペットボトルにリサイクルする技術を東洋製罐グループと共同開発し、主力ボトルコーヒー全製品に導入しました。再生耐熱PET樹脂を100%使用したペットボトルは、全世界の飲料メーカーの中でも唯一味の素AGF(株)だけが行う取り組みです。この新技術導入により、原料として年間約2,000トン相当(概算)の石油資源使用量を削減します。(2016年春から)

従来のペットボトルと再生ペットボトルのサイクルの違い



容器包装に配慮した「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、一つひとつの個包装はもともと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。しかし、販売量全体でまとめて見ると大きな環境貢献効果があります。

「できるだけ環境にいい製品を選びたい」「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、味の素AGF(株)では2015年より独自の環境マークを製品に表示しています。



| | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|
|  <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 201 品種</p> <p>2017年7月現在 味の素(株)・味の素冷凍食品(株)・味の素AGF(株)</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年春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 148 品種</p> <p>2017年7月現在 味の素AGF(株)</p> |
|--|--|---|---|--|--|

| | | | | |
|---|---|--|---|---|
| <p>植物プラスチックでエコ</p> <p>包装材料の一部に植物性プラスチックを使用しています。植物性由来原料を使用することで、石油使用量とCO₂排出量を抑制できます。</p> | <p>従来の石油由来原料を植物由来プラスチックに25%以上置き換えたキャップやトレイを採用</p> |   | <p>袋包装の最表面のフィルムに、植物由来原料を20%以上使用のPETフィルムを採用</p> |  |
| <p>再生プラスチックでエコ</p> <p>包装材料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排出量を抑制できます。</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 ※ 主力ボトルコーヒー製品のボトルに、再生樹脂を100%使用したPET樹脂を採用</p> |  | <p>CO₂吸収包材でエコ</p> <p>包材焼却時に発生するCO₂を吸収する素材を使用しています。</p> |  | |
| <p>森林資源保全でエコ</p> <p>包装材料の一部に、適切に管理された森林で生産されたことを示すFSC^{※1}の認証紙を容器包装に使用している製品。</p> <p>※1 Forest Stewardship Council[®]: 森林管理協議会 味の素(株): FSC[®]N002688 味の素AGF(株): FSC[®]N002418</p> |   | <p>詰め替えてエコ</p> <p>袋製品から中身を詰め替えて、長持ちする瓶を繰り返し使っていただくことで、環境負荷を抑制できます。</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。資源を大切に利用していくために、リサイクル素材を積極的に採用しています。</p> |  | <p>間伐材でエコ</p> <p>包装材料の一部に間伐材を使用しています。間伐材マーク認定委員会^{※2}の認定を得ている容器包装^{※3}を使用しています。</p> <p>※2 全国森林協会連合会が設置する委員会 ※3 間伐材パルプを10%以上使用</p> |  | |
| <p>省包材でエコ</p> <p>この製品は、包装材料使用量を従来品に比べ低減しています。</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た冷凍食品です。ゴミを減量化し、CO₂排出量を約20～50%抑制しました。</p> |  | |
| <p>易分別でエコ</p> <p>この製品の包装材料は捨てやすい工夫がされています。</p> <p>ご使用後、簡単に分別できるキャップを採用</p> <p>瓶ラベルが簡単にはがれる「易剥離ラベル」を採用</p> |   | <p>参照</p> <p>「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> | | |

物流の取り組み

食品業界の物流環境の多くの課題に対し、味の素グループは、原料の調達から製品をお客様にお届けする配送に至るまで、環境負荷低減に取り組んでいます。

荷主としての取り組み

味の素グループでは、現在味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)の3社が「特定荷主」であり、2006年4月に施行された改正省エネ法により、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2016年度までの5年間平均の原単位変化は、1.6%/年の削減となりました。2016年度は共同配送推進や自社工場からお得意先までの直送の増加、積載率の向上による配送車両の削減を進めたことで、原単位は前年比でも減少する結果となりました。

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。

エネルギー使用量原単位の推移^{※1}



※1 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

味の素グループのモーダルシフトへの取り組み

味の素グループのモーダルシフト^{※2}への取り組みは、味の素(株)物流企画部や味の素物流(株)を中心に1995年に始まりました。物流を抜本的に見直し、輸送力強化と環境配慮型物流を同時に実現することを現在推進しています。

国内では、2012年までは鉄道のみでしたが、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、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。また、輸送効率のよい大型の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。2016年度の味の素(株)の長距離輸送のモーダルシフト率は79%。海外法人も含めて今後はさらなる取り組みを進めていきます。

※2 モーダルシフト: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8分の1、船舶輸送のCO₂排出量は5分の1といわれている

味の素(株)のモーダルシフト率

500km以上の長距離輸送

79% (鉄道35%、船舶44%)



船舶輸送に使用する貨物専用フェリー

味の素ハートランド社のモーダルシフト

味の素ハートランド社エディビル工場では、敷地内に線路を引き、トラックから鉄道(貨車)使用へと輸送形態を変えています。従来、トラックで100km先の貨車ステーションへの輸送を行っていましたが、2010年より導入されたこのモーダルシフトに伴い、トラックの使用台数を削減しました。台数としては、1カ月約80台のトラックの使用を削減し、20両の貨車に変更しました。これはCO₂換算すると90%削減できることとなり、環境負荷軽減にもつながっています。



味の素ハートランド社エディビル工場の貨車線路



味の素ハートランド社エディビル工場内の貨車ステーション



貨車への製品の積み込みの様子

IEを活用し、SCMの改善から環境負荷低減へ

近年、生産量・消費量の増大に伴い、過剰在庫による廃棄の増加、および生産・物流における消費エネルギー増大が社会的課題となっています。味の素グループでも製品の大量生産・多品種化が進み、原料調達から販売に至るSCM（サプライチェーンマネジメント）の難度が高まっています。味の素グループでは、この課題を解決すべく、IE（管理工学）^{※3}を用い売上拡大や在庫削減、物流費の改善を積極的に行っています。

※3 IE(Industrial Engineering):人・モノ・設備からなるシステムを設計・改善するための技術体系

■ 拠点オペレーション効率の改善による理想的なSCMの実現

SCMの理想はお客様の要望に応じ「必要な時に・必要な分を・必要な場所へお届けする」ことです。その実現に向けては需要予測精度・生産フレキシビリティ・入出荷／配送効率の向上が必須です。味の素グループでは、主にSCM関連業務の情報伝達方法、および工場・倉庫など拠点オペレーション効率の改善を進めています。月に一度まとめて生産を行う月次生産体制に対して、短いサイクルで需要に対応する週次生産体制は、在庫レベルを低い状態に保つことができるため、在庫削減に特に有効で、複数法人で実現しています。また、SCM全体の最適化には生産効率に加え、物流効率の向上も必要です。そのため、他社との協働による効率的なネットワークの構築を実施する等、各拠点で物流体制の再構築も進めています。今後も各拠点それぞれの抱える課題に的確に対応しながら、SCM全体の最適化を目指していきます。

■ ベトナムにおける在庫削減

ベトナム味の素社では、部門間連携の課題とSCM問題の構造を定量把握し、各部門において連携すべき課題の優先順位を決定した上で、「Aji-ngon®」の週次生販導入などを実施し、改善第一段階で25%の在庫低減をしました。現在は、工場における作業品質・生産性改善も進めています。この取り組みの結果、14-16年度でベトナム味の素社を含む海外食品全体でも1週間以上の製品在庫が低減され、ムダのないSCMへと変化を続けています。



作業工程、レイアウト改善後の様子



改善前



改善後

ベトナム味の素社では、設備改善により出荷効率も大幅に向上しています。

ドライバーの労働環境改善と輸送力の安定化～「リレーライナー®」～

長距離輸送トラックの不規則な就業形態、ハードな車中泊、長時間労働の改善に向けて、ドライバーの労働環境改善にも取り組んでいます。味の素物流（株）は、2015年8月から三重物流センター（三重県四日市市）と久喜物流センター（埼玉県久喜市）間の拠点間の輸送において、中間地点の静岡で荷台ごと荷物を交換し、それぞれの発地に戻ることで日帰りを可能とする中継輸送を行うための専用トレーラー「リレーライナー®」の運行を開始しています。「リレーライナー®」の導入により、遠隔地への泊まり運行が無くなって、ドライバーの負担が軽減しました。時間管理もしやすくなり、女性ドライバーにも好評です。

リレーライナー®



「リレーライナー®」という中継輸送の取り組みをきっかけに、週1日の条件で乗務に就いています。「リレーライナー®」は決まったルートのため、安心して走行できます。また、定時便なので乗務日も時間を有効に使うことができ、家族と一緒に過ごしたり、自分の時間も持てるので、ありがたいです。



東海エース物流（株）市川美樹

環境マネジメント

味の素グループでは、海外を含むグループ各サイトでISO14001に準拠した環境マネジメントシステム(EMS)を適用してきました。2015年にISO14001が11年ぶりに改訂されたことにより、会社の競争力強化にも寄与する攻めの環境マネジメントシステムに転換されました。「ライフサイクル思考」の考えが含まれており、これまでの工場や営業所という「サイト」単位での考え方から、事業プロセス全体で考えることが重要となりました。

グループ環境マネジメント

味の素グループでは、経営会議を頂点にした環境マネジメント運用体制を定め環境経営を推進し、重要な環境に関する方針の決定、環境計画の策定(中長期目標、年度計画)、環境活動のレビューを行っています。

グループ環境経営の取り組み

味の素グループは2016年度、会社の統廃合、工場の設立により対象サイトが合計140(2016年3月時点)となっており、118拠点でISO14001の認証を取得し、未取得のサイトでもISO14001の考えに基づいたマネジメントを推進しています。

グループ環境経営を進める上では、事実に基づいた環境実績の「見える化」が重要です。グループ会社の環境データを収集するためのシステムを旧システムからACSES^{※1}というシステムにリプレースし、年2回のデータ収集から組織の運用実態に合わせて、毎月の実績報告も可能となる仕組みをスタートしました。収集されたデータは、各サイトで環境活動での利用や、グループ全体の環境実績の進捗管理、CDPなどの外部情報開示の基礎データに活用しています。

※1 ACSES: Ajinomoto Group Communication System for Environmental and Safety

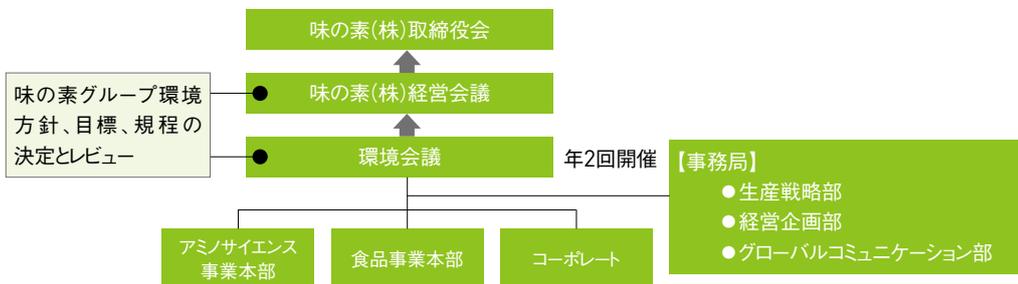
2016年度の実績

環境マネジメント

ISO14001の認証を、対象サイトの

84%にあたる**118**の拠点で取得
(2016年3月現在)

味の素グループの環境マネジメント運用体制



■ 環境アセスメントの実施

味の素グループでは、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。各案件の実施責任部門が環境アセスメントを行い、さらにその内容を生産戦略部がグループ全体の視点でチェックした後、決裁します。2010年4月からは、地域ごとの状況をより深く考慮したアセスメントを行うため、アセアン地区についてはコンシューマー食品の新発売・改訂品発売に関する環境アセスメントの権限を一部委譲しました。

さらに、法人や組織の業績評価においても評価項目の一つに「環境項目」を加え、環境に対する取り組みを重要な企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、環境経営の推進に不可欠な環境監査を重視し、ISO14001規格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、「環境監査」を実施しています。また、日本国内においては、グループとしての環境マネジメントシステムの維持・強化を図るため、監査員が監査を的確に行えるよう、外部の講師を招いて「味の素グループ内部監査員養成講座」を運営しています。2016年度からはISO14001の2015年版に即した内部監査員養成講座を開催し、味の素グループ全体で2015年版内部監査員養成を強化しています。

■ 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事業所を目指しています。臭気や騒音などの環境に関するいつもと違う異常を感じた際や、地域の方々声を聞かれた際には、すぐにご連絡いただけるように、近隣の自治会や協議会などの会合に参加し、コミュニケーションの機会やつながりを大切にしています。また、海外工場でも地域の方を対象に工場見学を実施するなど、環境の取り組みへのご意見を伺っています。

環境に関する法令違反や事故などが発生した場合には、速やかに対策を講じる仕組みを構築しています。2016年度は合計9件の環境法令違反が発生しました。そのうち、6件は廃棄物処理法違反でした。いずれの事例も manifests の保存期間や manifests への記述間違いや産業廃棄物処理業者との委託契約の内容不備など、管轄する行政へ自ら報告し罰則の適用を受けた事例はありませんでした。その他の3件は工場の排水品質基準に関する違反であり、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ています。

2016年度の環境事故の発生は、合計6件となりました。上記の排水に関わる環境法令違反3件以外に、①原料である植物油が配管フランジ部より漏洩し、雨水排水系統経由で工場敷地外へ流出した事例、②物流トラックが顧客の倉庫に積み込みに入る際に、トラックの燃料タンクの連結ホースが裂け、公道に燃料が漏洩した事例、③非定常な作業に伴い工場総排水口の遮断弁を閉止していたが、遮断弁の締めりが完全ではなく排水基準を超過した事例の3件がありました。いずれの場合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、必要な処置を実施しました。

今後とも、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化を実施し、再発防止に努めていきます。

■ 環境アセスメント項目

| | |
|------------------|------------------------------|
| ① 法順守 | |
| 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・年日表示化など |
| 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 |



味の素(株)川崎事業所「環境モニター会議」

環境教育・意識啓発活動

環境への取り組みを進めるためには、従業員の一人ひとりが環境への意識を持つことが基本となります。味の素グループでは、世界各地で働く従業員がそれぞれの現場で具体的な行動に結びつけられるよう、あらゆる機会をとらえて体系的な教育・啓発を行っています。

専門教育・訓練

事業を推進する中で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向上が必要です。味の素グループでは、各組織で任命されている環境管理者・担当者に対する教育、新事業や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。内部環境監査員養成講座(2日間コース)は2017年3月に110回を数え、延べ2,800名以上が受講しました。また、ISO14001の2015年版の発効に伴い2015年版の内部環境監査員養成セミナーを2016年1月より開始し、これまで合計7回の実施で214名が受講しました。

また近年、社会の環境への関心が従来の公害対応から地球環境保全へと広がり、その早急な解決に向けた新たな環境法令や関連条例の制定、環境法令の改正が頻繁に行われています。味の素グループにおいても、こうした情報をタイムリーに把握し、確実な法令対応を行うことが不可欠です。そのため、2011年度より国内のEMS担当者などを対象に「環境法令研修」を開始し、事業活動に関連の深い法令について、実務知識を習得するための専門教育を行っています。2016年度は「廃棄物処理法」や「法令改正動向」をテーマに、各法令のポイントや実務対応について情報を共有しました。その他、化学物質管理に関する法令についても、実務者を対象とした勉強会を定期的の実施するなど、法令順守に必要な力量の確保を図っています。



内部環境監査員養成講座グループワーク



環境法令研修「廃棄物処理編」の様子

一般教育・啓発活動

味の素グループでは、それぞれの業務を通じて「持続可能な社会の実現」を目指すために基盤となる環境教育・意識啓発に力を注いでいます。人事部門、総務部門等と連携をとりながら、味の素グループの環境活動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して教育を行っています。

味の素(株)企業行動委員会が開催している味の素グループ国内の会社の基幹職を対象としたコンプライアンス研修においても、2012年度より環境のテーマを設けました。多様化する環境課題に対する企業の社会的責任を果たすための味の素グループの方針と基幹職の役割を理解し、実践することを促しています。また、味の素(株)では、新入社員や新任基幹職などの各層にも環境教育を実施しています。

他にも、2007年度より継続している社会・環境貢献活動「Smile Earth!」では、毎年「環境意識啓発キャンペーン」を実施しており、2016年度はフードロスの削減を目指して世界で展開しました。2017年度からはグローバル統一の活動ではなく、地域主体でそれぞれの地域の状況に寄り添った活動とすることとしました。



「コンプライアンス研修」資料

環境教育体系

| | 国内グループ | 味の素(株) |
|---|---|---|
| 専門教育 | ・環境管理者・環境担当者研修 ・内部監査員養成講座 ・環境法令研修 | ・環境アセスメント勉強会 |
| 一般教育 | ・コンプライアンス研修 | ・新任管理職研修 ・新入社員研修 ・中途採用者研修 ・海外赴任者研修 |
| グループ共通・啓発活動 ・環境意識啓発キャンペーン (Smile Earth!) | | |

消費者課題

お客様とともに築く持続可能な社会

INDEX

P119 食の安全・安心への取り組み

- 味の素グループの品質保証体制
- 2016年度の取り組みと今後の取り組み

P129 お客様とのコミュニケーション

- お客様の声を聴き、お客様から学ぶ
- お客様情報・個人情報取り扱いの徹底

P133 食卓から始めるサステナブルなライフスタイル提案

- 製品やレシピ、広告を通じて、「食卓からエコライフ」を広げる活動
- 未来を担う子どもたちとともに味の素「食エコKIDS」賞の活動
- 「食エコ活動」普及のための活動
- サステナブルな未来を考える川崎市と花王(株)との取り組み
- 「エコプロダクツ2016」への出展を通じた皆様との対話
- フォーラムを通じて、「望む未来」を語り合う

関連する行動規範・方針類

● 味の素グループ行動規範

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

● 味の素グループ品質方針

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/quality_policies.html

● 味の素グループ食の安全・安心ポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/food_safety_policy.html

● 味の素グループ製品表示ポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/package_description_policy.html

● プライバシーポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/privacy_policy.html

2016年度の主な活動

● 食の安全体制強化の取り組み



→P121-122

● 味の素「食エコKIDS」賞の表彰



→P134

食の安全・安心への取り組み

味の素グループでは、品質方針に基づき、すべての製品・サービスを対象として、独自の品質保証システム「ASQUA(アスカ)」を適用し、原料調達から販売までの厳しい品質保証を行い、製品の安全と品質の確保に努めています。

味の素グループの品質保証体制

味の素グループの品質保証システム「ASQUA(アスカ)」

「ASQUA(アスカ)」とは、1997年に制定した味の素グループ独自の品質保証システムで、「Ajinomoto System of Quality Assurance」の略称です。「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、「味の素グループ品質方針」、「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で運用されています。原料調達から販売まで、全世界の味の素グループで「ASQUA(アスカ)」に基づいた品質保証活動を徹底し、より高品質な製品づくりを保証しています。また、お客様からのご意見やご要望などを、速やかに事業活動や製品・サービスの改善に活かしています。

2016年度は、品質保証におけるさらなるグローバルガバナンスの強化に向け、「品質保証規程」を改定しました。また、M&Aで新たに味の素グループとなったトルコの大手食品会社オルゲン食品社において、「ASQUA(アスカ)」に基づく品質保証体制の整備を開始しました。

今後も引き続き「ASQUA(アスカ)」への適合を進めていきます。

※1 HACCP：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 GMP：Good Manufacturing Practiceの略。製品の製造管理に関する基準を示すもの

味の素グループの品質基準

味の素グループでは、「ASQUA(アスカ)」の中で、味の素グループのブランドにふさわしい品質レベルを維持するための独自の品質基準を定め、これらの基準に基づいて厳しく管理をしています。

品質基準は、原料購買、製造、品質アセスメント、保管・輸送、お客様対応など、原料調達から販売に至るまでの28の基準からなり、社内外の動向に合わせて、改定や新規制定を行っています。

2016年度は、「品質アセスメント基準」を改定しました。

味の素グループの品質基準（全28基準のうち、一部抜粋）

| | | |
|--------------|------------------|---------------|
| 品質アセスメント基準 | 食品包材の安全衛生基準 | 品質緊急対応判断基準 |
| 品質教育・訓練基準 | 食品GMP基準 | フードディフェンス※5基準 |
| Halal※3管理基準 | 医薬品製剤GMP基準 | トレーサビリティ基準 |
| Kosher※4管理基準 | HACCP基準 | お客様の声対応基準 |
| 商品表示基準 | 製造委託品・購入品の品質管理基準 | 倉庫管理基準 |
| 原材料の品質管理基準 | 商品クレーム対応基準 | |

「ASQUA(アスカ)」の構成



「ASQUA(アスカ)」の文書体系



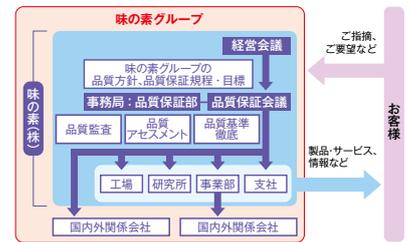
※3 Halal（ハラール）：イスラム法上で合法のもの。ハラール食品とは、イスラム法上でイスラム教徒が食べることを許されている食品
※4 Kosher（コーシャー）：ユダヤ教で定められた「ユダヤ教徒が使用してよい」、または「行ってよい」という意味で、食品に関しては、ユダヤ教徒が食べてもよいものという意味
※5 フードディフェンス（食品防衛）：原料調達から販売までのすべての段階において、食品への意図的な異物の混入を防止する取り組み

■ 「ASQUA (アスカ)」の実施体制

味の素グループの品質保証を推進する最高機関は、経営トップをメンバーとする「品質保証会議」で、経営会議の下に設置されています。「品質保証会議」では、お客様の声をもとに味の素グループの品質保証に関する基本的な方針・計画を立案し、経営会議で承認の上、国内外の対象法人に展開します。その遂行状況を半年ごとにレビューしています。

こうした体制と取り組みにより、経営陣をはじめ従業員一人ひとりに至るまで、品質に対する意識を高め、お客様に「安全」をお届けし、信頼していただけるように努めています。

■ 「ASQUA (アスカ)」の実施体制



2016年度の取り組みと今後の取り組み

2014-2016年度味の素グループ品質保証中期計画では、2011-2013年度の中期計画に引き続き、「お客様との約束を守る」、「お客様の期待に応える」、「確かなマネジメントを目指す」の3つの指針を骨格に、「食の安全体制を強化する」、「健康危害トラブルを未然に防止する」、「お客様の声に耳を傾け、お客様にとって新たな価値や魅力を有する製品をお届けする」等の目標を新たに掲げました。

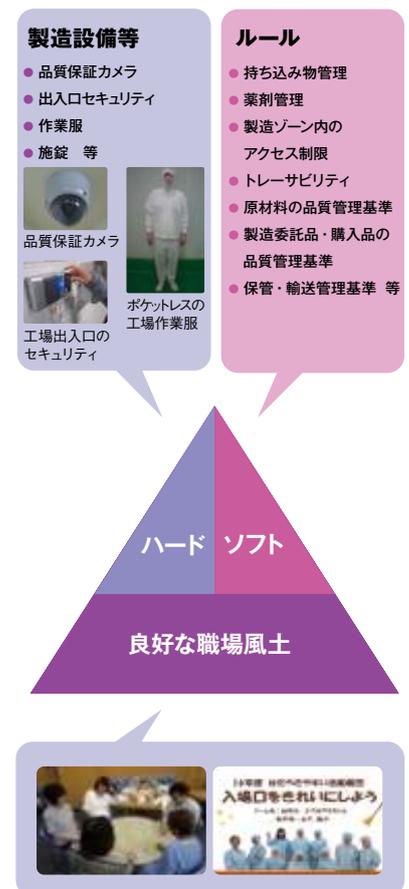
2016年度は、中期計画の最終年度として、グローバルに以下の取り組みを進めてきました。

■ 食の安全体制強化への取り組み

2013年12月に国内他社で発生した冷凍食品への農薬混入事件を受け、味の素グループでは、お客様に安心していただける製品をお届けするため、図の通り、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、製造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、国内外のグループで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一層の極小化に取り組んでいます。

本取り組みは、国内食品製造所においては、2016年度にほぼ対応を完了し、海外については、2017年度末までに対応完了を目指します。

■ 食の安全を保証するための概念図



食の安全体制強化への取り組み ～お客様に安心していただける製品をお届けするために～

味の素グループでは、お客様により一層安心していただけるよう、ASQUA（アスカ）の「フードディフェンス基準」をはじめ、関連する基準に基づき、P119-120のと通りの安全を保証する体制を強化しています。代表的な事例を紹介します。

■ 味の素（株）川崎工場

川崎工場は、1914年に設立され、国内外の味の素グループの中で最も歴史ある工場です。「ほんだし®」や「Cook Do®」などの家庭用をはじめ、業務用の多岐にわたる製品を製造しています。本工場ではASQUA（アスカ）に基づき「川崎フードディフェンス基準」を定めるほか、FSSC22000認証^{※1}を取得し、食の安全体制強化に取り組んでいます。

本取り組みの要である従業員との信頼関係をベースとした良好な組織風土の醸成に向け、指導力向上研修や工場建屋ごとの座談会等を実施することで、臨時従業員等を含めた全従業員を対象にコミュニケーション強化の機会を設け、「つくり始める時点から、お客様が安心できるという風土づくり、意識の定着」「自らの職場は自らが守るという意識の定着」を進めています。

その上で、製造エリア出入口、原料や製品が暴露している原料

置き場や製造ライン等への品質保証カメラの設置、製造エリア外のタンクの施錠管理、製造エリアごとの持ち込み物管理等を実施し、意図的な異物混入に対する抑止力強化を図り、複合的な対策によりトータルでリスクを極小化しています。

※1 FSSC22000:食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO22000とPAS220（食品製造のための食品安全に関する前提条件プログラム）を統合し、国際食品安全イニシアティブ（GFSI）が認定したベンチマーク承認規格



コミュニケーション強化のための「チームビルディング研修」



自分たちが製造している製品の理解を深める調理・試食会



製造エリア内の品質保証カメラの映像



製造エリア外の入水タンクの施錠



製造エリアの入場管理

■ タイ味の素社 Nong Khae (ノンケー) 工場

ノンケー工場は、GMPやHACCPをはじめ、ISO9001、ISO14001、OHSAS18001などの認証を取得し、その仕組みの中でタイ向けの「Ros Dee®」等の食品の製造を行っています。

本工場では、ASQUA（アスカ）の「フードディフェンス基準」に沿ってタイ味の素社におけるフードディフェンスの考え方を具体化した「AJT^{※2} Way of Thinking」を作成し、それに基づき、食の安全体制強化に取り組んでいます。

良好な組織風土の醸成に向けて、関係者全員を対象としたフードディフェンス勉強会の開催をはじめ、「Monthly subcontractor meeting」という月次会議により、臨時従業員を含めた全従業員が情報を共有し、問題があればともに対策を検討するなど、コミュニケーションの充実に取り組んでいます。さらに、「Dare to tell（勇気を持って話す）」をスローガンに、トラブルを発見してすぐに報告した人を表彰するなど、従業員との信頼関係強化に努めています。

その上で、工場建屋および製造エリアへの入退室においては、指紋



Dare to tell 実践者の表彰

認証、施錠、アラーム等を導入して、徹底したセキュリティ管理を行っています。また、異物混入のリスクが高いエリアにおいては品質保証カメラの設置を行っているほか、作業帽に番号を入れることで作業着を着た状態でも個人を識別できるようにしています。これらの取り組みにより、お客様、従業員、他の第三者にも製品の安全性を証明できる「見える化」体制の構築を進めています。

※2 タイ味の素社 (Ajinomoto Co., (Thailand) Ltd.)

■ 味の素冷凍食品(株) 関東工場

関東工場は、2008年に発生した中国の冷凍食品メーカーでの農薬混入事件をきっかけに、国内外の味の素グループの中で食の安全体制強化に早くから取り組み、現在も積極的に活動しています。お客様に安全・安心への取り組みを実際に見ていただく工場として「工場の見える化」を推進しており、「ギョーザ」などの家庭用の冷凍食品をはじめ、フリーカットケーキ等の業務用デザート製造ラインは、見学通路からガラス越しに見ることができるようになっています。

さらに、製造ラインに設置された品質保証カメラの角度をお客様が見学通路から自由に操作して、様々な角度から確認することもできます。



ガラス越しに製造ラインを確認



見学通路から品質保証カメラの角度を自由に操作して製造ラインを見ることができるシステム



味の素冷凍食品(株) 関東工場
品質管理グループ長（役職は2017年6月現在）
堤 将

近隣にある他社の冷凍食品工場で農薬混入事件が発生したことは、関東工場働くすべての従業員に衝撃と動揺を与えました。この農薬混入事件の発生により、身近に起こり得る重大なリスクであることを認識させられるとともに、決して「対岸の火事」としてはならないという思いが、さらなる食の安全体制強化に向けた取り組みへのきっかけになったと感じています。

品質保証カメラや主要箇所のカバー、施錠等、ハード面での防御の取り組みも重要ですが、製造ラインの配置要員が多い冷凍食品工場で特に力を入れているのは、働く従業員全員が不平不満を溜め込むことなく働きやすい職場環境を創り出す「はたらきやすい活動」という取り組みです。本取り組みは、押し付けでやらせる改善ではなく、そこで働く人たちがメンバーとなり、メンバーの意見をもとに働きやすい職場環境へと改善してもらう活動で、従業員同士のコミュニケーション向上が狙いです。最初は「やらされ感」が否めない活動ではありましたが、事務局の工夫、努力や全体の協力もあり、今では工場全体で最も盛り上がる一大イベントとなっています。

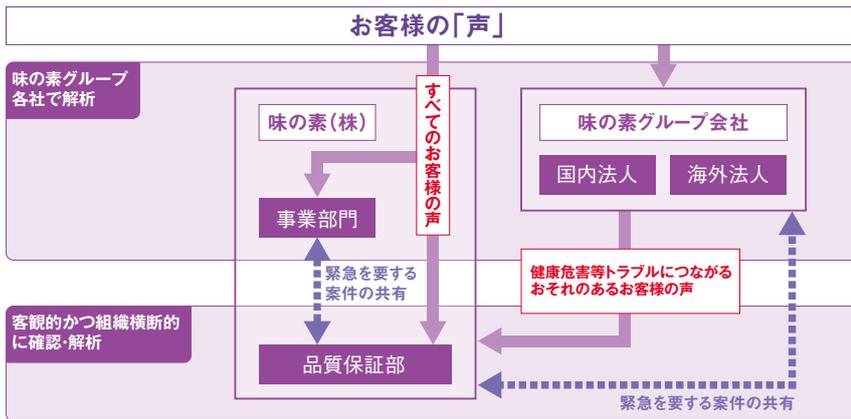
健康危害等トラブルにつながるおそれのあるお客様の声のモニタリング強化への取り組み

2013年7月に国内他社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等の重大なトラブルにつながるおそれの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等トラブルにつながるおそれのある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。

2016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、ベトナムの海外法人において、新体制に基づき、モニタリングを実施しています。また、新たにフィリピンおよびペルーの海外法人でも上記体制の構築を進めてきました。

今後も新たな海外法人での構築を進め、引き続きモニタリング体制を強化していきます。

健康危害等トラブルにつながるおそれのあるお客様の声のモニタリング体制



品質クレーム、トラブル低減への取り組み

味の素グループでは、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。

2015年度は、グループ内で発生した品質クレーム、トラブルのうち、賞味期限の印字ミス等のヒューマンエラーによるトラブルが増加傾向にありました。これを受けて、2016年度は、同種トラブルの未然防止のため、トラブル情報をグループ・グローバルに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・法人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、2016年度は、味の素グループで計6件(国内1件、海外5件)のリコール・流通回収を実施しました。今後このようなことを発生させないように、上記取り組み等のさらなる推進および強化に努めていきます。

■ サプライヤー監査・管理の徹底

味の素グループでは、製造委託・購入先や原材料サプライヤーに対し、味の素品質保証システム「ASQUA(アスカ)」の品質管理基準・品質要求事項に基づいた管理を行っています。定期的な評価および品質監査はもちろんのこと、「サプライヤーパートナーシッププログラム(SPP)」に基づき、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等に取り組んでいます。

2016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、2015年度に続いてフードディフェンス監査^{※1}も実施し、サプライヤー管理を強化しました。

海外のサプライヤーに対しては、GSM^{※2}という海外の法人間で品質監査の相互協力をする仕組みを構築・活用しています。2016年度は、GSM監査の活用拡大に向けて、米国においてGSM監査員を増員し、サプライヤーの管理強化を図りました。

今後もSPPによるサプライヤーとのパートナーシップを強化していくとともに、海外では、GSMを積極的に活用し、お客様に安全な製品を提供できるよう努めていきます。



サプライヤー監査

■ 2016年度の原材料取引先の主な品質監査実績

| 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 | 107件 | 食品:64件、 アミノサイエンス:43件 |
| | 包材関係 | 24件 | |
| 味の素冷凍食品(株) | 原料関係 | 180件 | ※1 フードディフェンス監査:意図的な食品汚染を防御することに特化した監査 |
| | 原料関係 | 37件 | |
| 味の素AGF(株) | 包材関係 | 11件 | ※2 GSM(Global Supplier Management): 海外のサプライヤーに対する品質管理強化のため、海外の法人間で品質監査の相互協力をする味の素グループの仕組み |
| | 委託先 | 26件 | |
| | | | |

■ 第三者認証取得への取り組み

味の素グループでは、ISO9001の第三者認証取得に加えて、お客様からの要請を受け、国内外の複数の製造サイトで、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。

2016年度は、ISO9001あるいはFSSC22000等を既に取得している組織・法人は認証を維持・継続したほか、2013年に新設されたラウタン味の素ファインイングリーディエンツ社においては、新たにISO9001認証を取得、また、味の素ベーカーリーインドネシア社およびインド味の素社においては、ISO22000を取得しました。

さらに、味の素グループは、世界中のムスリム等のお客様に安心して生活を送っていただくため、Halal(ハラール)をはじめとする宗教対応の実践にも取り組んでいます。宗教上の「食」への尊重と理解に基づいた「おいしさ」をお届けする仕組みづくりを品質保証活動の一つと位置づけ、Halal認証やユダヤ教のKosher(コーシャー)認証取得を進めています。

2016年度は、味の素(株)川崎工場にて従来の認証取得に加え、一部の製品に対して、Halal認証を新規に取得しました。

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。

■ 品質レベル向上のための人財育成

味の素グループでは、グループ・グローバルで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、各組織や法人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。

2016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、食品表示、宗教対応等の教育を計画的に実施しました。また、2016年度で37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430名のグループ役員・従業員が参加して品質保証活動について情報共有を行いました。

海外では、「ASQUA(アスカ)スクール^{*1}」をフィリピン、インド、インドネシア、中国、北米で延べ120名に対して実施したほか、2016年度で16回目となる「QMS^{*2}トレーニングコース」も開催し、ブラジル、ペルー、タイ、インドネシア、インドの各社から推薦された計9名の従業員が参加し、2週間にわたり品質保証の幅広い分野について学習するとともに、グループの品質保証のさらなるレベルアップについて活発なディスカッションを行いました。

さらに、国内外のグループ各社においては、味の素冷凍食品(株)で、農場管理、農薬管理、食品表示、フードディフェンス等の教育、タイ味の素社でフードディフェンスやGMP等の教育、アモイ・フード社およびペルー味の素社でフードセーフティの教育、マレーシア味の素社でISO9001内部監査員教育等、ニーズに合った品質教育を積極的に実施しました。

今後は、ICT^{*3}も活用して、より充実した品質教育を推進し、グループ・グローバルでのさらなる品質レベルの向上に努めていきます。

*1 ASQUA(アスカ)スクール: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

*2 QMS:Quality Management Systemの略

*3 ICT:Information and Communication Technologyの略



品質のマネジメント・技術に関する検討会
上:ポスター発表
下:新設した「お客様満足」コーナー(お客様の声を活かした様々な活動を共有)



QMSトレーニングコース

■ 2016年度に実施した味の素(株)主催の品質教育(一例)

グループ従業員向け品質教育

- 品質のマネジメント・技術に関する検討会
- ISO9001 内部監査員教育
- QMSトレーニングコース(海外従業員のみ)
- 品質監査講習会
- ASQUA(アスカ)スクール(海外従業員のみ)
- 食品表示の勉強会
- トップマネジメント品質勉強会
- 食品行政動向説明会
- お客様満足研修

など

味の素(株)従業員向け品質教育

- 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

など

品質に関する情報の共有

味の素グループでは、お客様が安心して商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商品を購入・使用される際に参考になるような情報を共有できるようにしています。

① 商品パッケージでの品質に関する情報共有

味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)の家庭用商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
- ・ お客様からお問い合わせが多く、わかりにくい原材料についての説明
- ・ アレルギー物質(義務表示および推奨表示)の一覧表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
- ・ お客様のお問い合わせ窓口 等

② Webサイトでの品質に関する情報共有

国内外のグループ各社のWebサイトでは、「商品情報」やレシピ情報をはじめ、商品FAQや各社で取り組んでいる品質保証活動等、それぞれの国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)商品情報サイト^{*4}、味の素冷凍食品(株)のWebサイト、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」な商品をお届けするための、原料管理から製造工程、販売までの過程で行われている品質管理についてわかりやすく紹介しています。

2016年度は、上記味の素(株)商品情報サイト内の「確かな商品をお届けするために」サイトにおいて、アクセスするお客様の多様化およびアクセス動向の変化に合わせ、スマートフォンやタブレット端末等のマルチデバイスへの対応およびWebアクセシビリティ^{*5}に配慮したリニューアルを行いました。

さらに、味の素グループ企業情報サイト^{*4}では、グループの品質保証活動を紹介するページ(日本語、英語、タイ語)に、ベトナム語、インドネシア語のページを新たに構築しました。2017年度は、本ページの多言語化(ポルトガル語等)をさらに進めていくほか、お客様のご要望等に合わせ、Webサイト内の情報の充実化に取り組んでいきます。

^{*4} 味の素(株)では、企業情報サイトおよび商品情報サイトの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)の商品に関する情報を掲載

^{*5} 高齢の方や障がいをお持ちの方などを含む様々なお客様がWebにアクセスし、利用できること
味の素(株)のWebアクセシビリティ方針 <https://www.ajinomoto.co.jp/webaccessibility/>



味の素グループ商品情報サイト
「味の素グループの品質保証」
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/>



味の素AGF(株)
「全バリューチェーンの安全・安心と品質向上」
<http://www.agf.co.jp/csr/product/vcaction.html>



味の素グループ企業情報サイト
「味の素グループの品質保証」
日本語
<https://www.ajinomoto.com/jp/activity/quality/>

- 英語 <https://www.ajinomoto.com/en/activity/quality/>
- タイ語 <https://www.ajinomoto.com/en/activity/quality-th/>
- ベトナム語 <https://www.ajinomoto.com/en/activity/quality-vi/>
- インドネシア語 <https://www.ajinomoto.com/en/activity/quality-id/>

Webサイトでご紹介している味の素グループの「食の安全と安心」に関わる考え方や取り組み

食品添加物

食品添加物は、味や風味をよくし、香りを高め、栄養を強化することにより豊かな食生活を実現するほか、保存性などを高めるなど重要な役割を担っています。これら食品添加物は、各種の厳しい試験のもと、行政により安全性が認められています。

味の素グループでは、製品の開発・製造にあたり、安全性を含めた最新の情報のもと、適切な食品添加物を選定・使用しています。表示の際は、各国で定められた法律の基準に従った上で、お客様にとってわかりやすい正確な表示をするように努めています。最近では、「〇〇無添加」、「△△不使用」をキャッチフレーズにした加工食品が増えていますが、味の素グループは、国の基準や科学的根拠に基づき安全と認められている食品添加物が、あたかも安全ではないような印象をお客様に与えるこれらの表示は、お客様に誤認を与えるおそれがあると考えており、そのような表示は行っておりません。

アレルギー物質

日本では、特定のアレルギーを持つ方の健康のため、消費者庁により、小麦、乳、落花生、卵、そば、えび、かにの7品目についての表示が義務づけられ、また、20品目については可能な限り表示することが推奨されています。

国内の味の素グループでは、すべての家庭用製品について、表示義務のある7品目だけでなく、推奨の20品目についてもアレルギー表示を行っています。さらに、公定法（法律で定められた分析法）の導入、コンタミネーション^{※1}防止の取り組みなど、グループにおけるアレルギー物質管理体制の強化にも取り組んでいます。

賞味期限

味の素グループでは、ある一定の保存条件のもと、製品が食品としての価値、お客様に満足いただけるおいしさを持ち続ける期間（賞味期限）を、製品の特性に応じた様々な試験を実施して決めています。

おいしさの化学的・物理的変化については、色、味や香りなどの官能検査や機器分析等により評価し、おいしさが保持される限界点を把握します。具体的には、温度条件を変化させて、品質の劣化状況の変化を時間を追って調べ、それぞれの製品に適した賞味期限を設定しています。

参照

気になる「食」のキーワード>食品添加物
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/additive.html>

参照

気になる「食」のキーワード>アレルギー物質
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/allergy.html>

※1 コンタミネーション:食品を生産する際に、原材料として使用していないにもかかわらずアレルギー物質が微量混入すること

| | |
|------|--|
| 保存条件 | <ul style="list-style-type: none"> ・包装材料、包装形態 ・保存環境(温度、湿度、光など) |
| 評価項目 | <ul style="list-style-type: none"> ・官能評価(外観、香り、食感、風味、味など) ・物性検査(粘度、かたさ、粒度、色、流動性など) ・理化学検査(pH、酸価、過酸化物質など) ・微生物検査(一般細菌数、真菌数、大腸菌群、無菌試験など) |

参照

気になる「食」のキーワード>賞味期限と消費期限
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/limit.html>

賞味期限の年月表示化への取り組み

世界的な課題となっている「フードロス」。日本においても年間621万トン^{※2}が食べることができるのに廃棄されています。国を挙げて取り組むべき課題として、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。その取り組みの一つが「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」です。

味の素(株)では、様々な観点で検討し、2017年2月より、賞味期限延長の確認試験をクリアした賞味期間が1年以上^{※3}の家庭用製品3品種で賞味期間を延長し、年月表示に変更する取り組みを開始しました。2019年度末を目途に、家庭用全製品を対象に順次切り替える予定です。

※2 平成26年農林水産省「食品ロス統計調査」より

※3 法律上は「賞味期間が3か月以上の製品」は年月表示化が可能ですが、味の素(株)では、経済産業省の製・配・販連携協議会の年月表示推進に関し「概ね賞味期間が1年以上のものから着手する」という答申(2014年7月)に基づき、賞味期間が1年以上の製品を対象に年月表示を行う方針にしています

参照

社会全体で減らす「フードロス」

→ 特集2 P36



賞味期限の年月表示化

残留農薬

野菜の栽培で利用される農薬は、害虫や雑草などの駆除、作物の生長の制御などを目的として散布されます。食品中に残留する農薬が人の健康に害を及ぼすことのないよう、各国では、法律に基づいて残留基準を設定しています。

味の素グループでは、原料として使用する野菜の安全性確保のため、一部の製品の主要原料については、「自社管理農場」^{※4}や「指定農場」^{※5}で農薬管理を含めた農場全体の管理を行い、その原料を使用しています。その他の野菜原料についても、サプライヤーに対して、農薬管理をはじめとする厳しい管理体制を要請し、また、生産現場へ出向いて監査、適切な指導を行っています。さらに、味の素グループでは、測定機器を導入し分析技術を確立して、必要に応じて、残留農薬の分析を実施しています。

GMO(遺伝子組換え作物)

遺伝子組換え技術は、農作物に害虫耐性を付与して使用農薬を低減するなど、食料問題や環境問題の解決に大きな役割が期待される重要な技術です。一方で、活用にあたっては、安全性を十分に確認する必要があると考えています。現在、各国では安全確保のため、GMO^{※6}の承認に厳格な安全性評価を実施しており、日本では内閣府食品安全委員会、厚生労働省にて安全性審査が行われています。必要な情報をお客様に提供するため、表示基準も定めており、味の素グループもこの基準に従っています。

トレーサビリティ(履歴情報管理)

味の素グループは、原料や製品の履歴情報を速やかに調査できるトレーサビリティシステムを構築しています。生産、加工、流通の各段階において、原料の出所や製造元、販売先などの情報や製造にかかわる情報を記録・保存し、原料や製品に関する履歴情報を追跡できるようになっています。また、正確な原料情報の入手に不可欠な、適切なサプライヤー管理にも力を入れています。

さらに、お客様からのお問い合わせ時や、トラブル発生時の速やかな対処を可能にし、お客様が安心して製品を購入できるよう、トレーサビリティ体制を構築し、定期的にその有効性を確認しています。

放射性物質

製品の製造にあたり、放射性物質に関しては、基本的には行政による「継続的なモニタリング」と「基準値を超える食品を流通させない取り組み」によって、食品の安全性は確保されていると考えています。味の素グループは、さらなる確認のため、測定機器を導入し分析技術を確立して、必要に応じて原材料を中心に放射性物質の分析を実施しています。

参照

気になる「食」のキーワード>残留農薬
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/biopesticide.html>

- ※4 自社管理農場:味の素グループ駐在員の指導のもとで、栽培から、農薬の選定、購入、使用判断まで一元管理している農場
- ※5 指定農場:味の素グループの厳しい選定基準を満たしており、管理基準に基づく農薬のみを使用し、分析や記録等の管理体制を整えた農場で、定期的に味の素グループによる査察を実施している

参照

気になる「食」のキーワード>GMO(遺伝子組換え作物)
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/gmo.html>

- ※6 GMO:Genetically Modified Organism

参照

気になる「食」のキーワード>トレーサビリティ(履歴情報管理)
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/traceability.html>

参照

気になる「食」のキーワード>放射性物質について
<https://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/keyword/radiation.html>

ブラジル味の素社、タイ味の素社、ベトナム味の素社などの海外法人でも、お客様からのお問い合わせ、ご意見やご要望を伺い、スムーズに社内に伝える体制を整え、商品・サービスの改善活動に反映しています※3。

今後も味の素グループ全体で「お客様の声」をお伺いする応対品質向上の活動と「お客様の声」を反映したよりよい商品・サービスのご提供を目指す活動を、一層推進していきます。

※3 相談窓口のない法人においても、電話、Webサイト等でお問い合わせを受け付けています。

お客様相談窓口を設けている
代表的な海外法人

- 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 等

※ 相談窓口のない法人においても、電話、Webサイト等でお問い合わせを受け付けています。

味の素(株) お客様相談センターの2016年度の主な取り組み

| 主な取り組み | 内容 |
|-----------------------------|---|
| 「応対品質」の向上を目指した応対者教育プログラムの実施 | 傾聴力向上、情報提供力向上のための教育研修、応対指標に基づく評価とトレーニングを継続実施 |
| 「お客様の声」を関係部署と共有する活動の充実、強化 | <ul style="list-style-type: none"> ・「お客様の声」をタイムリーに社内ポータル、会議で共有し、商品やサービスの改善活動に反映 ・商品開発プロセスでの品質アセスメント会議において、お客様の視点での商品評価を実施 ・国内外グループ会社でのお客様の声による改善の事例を共有 |
| 商品に対するご指摘への対応満足度向上の取り組み | ご指摘内容の調査を報告する文書の改善を実施 |
| 社内研修「お客様満足研修」の実施 | <ul style="list-style-type: none"> ・「お客様の視点」体感講座、「お客様の声」分析・活用講座等(全8講座に約170名が参加) ・グローバル人事部主催研修(新入社員、一般職昇格者職場体験) ・営業部門向け階層別ご指摘対応研修(新人、新任総括、新任ラインマネージャー)、コンプライアンス研修 |

VOICE グローバル人事部主催 一般職昇格者「お客様相談センター」職場体験を実施して

グローバル人事部研修担当者の声

生活者との直接的な接点を持ちづらい研究職や企画事業支援部門を中心に、13名が参加しました。研修は、複数の「お客様の声」を分析し、声の本質に迫るワークや、過去実際にあったご指摘の調査回答の事例を題材に、お客様のわかりやすい回答書を作成するワークを行いました。これらは、お客様目線で商品を見直すことを体感し、自身の業務へ活かしてもらうことを狙いとした、2016年度より新たに企画・開発したプログラムでした。実際に寄せられた「お客様の声」を聴くこととどまらず、自身の業務へ活かすことができる学びや気づきを得る工夫を行った結果、参加者満足度が非常に高いプログラムとなりました。参加者からは「お客様に寄り添った姿勢に感銘を受けた」や「職場体験にとどめておくのはもったいない」など、非常に有意義だったことがわかるコメントが寄せられ、今後は他の研修での横展開を検討していきたいと考えています。



研修を企画・運営したグローバル人事部とお客様相談センターメンバー

商品へのご指摘時の対応満足度向上の取り組み

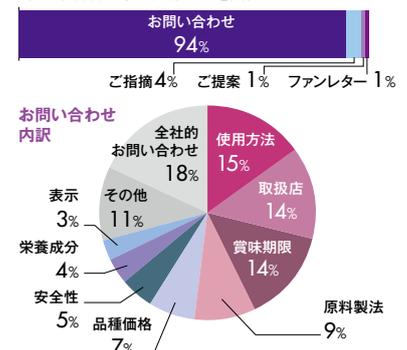
味の素グループ国内食品5社では、お客様からご指摘を承る応対から、ご提起いただいた商品のご指摘の原因を調査した結果のご報告までの各社の対応品質についてお客様の満足度を確認するアンケートを継続実施し、調査報告の改善に努めています。事象の発生原因の調査にとどまらず、お客様が疑問や不安に思われた点も調査結果に織り込み、わかりやすくご説明するよう調査部門、事業部門、お客様相談部門で改善に取り組みました。

味の素(株)では、2016年度、お客様対応におけるヒューマンエラーを防止する取り組みについて「味の素グループ 品質のマネジメント・技術に関する検討会」で共有し、味の素グループ全体で取り組みを推進しました。2016年度は、「ご提起時の応対に満足」97%、「調査結果報告に満足」82%、「今後味の素(株)の商品を使用する」94%と、お客様から回答いただきました。具体的に伺ったご意見は、次年度の改善の活動に反映していきます。

2016年度に寄せられた
お問い合わせの内容

味の素(株)お問い合わせ件数:34,000件(2015年度比89%)
味の素グループ国内食品5社のお問い合わせ件数:合計69,000件(2015年度比94%)

味の素(株)の「お客様の声」内訳



お客様情報・個人情報取り扱いの徹底

味の素グループでは、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。

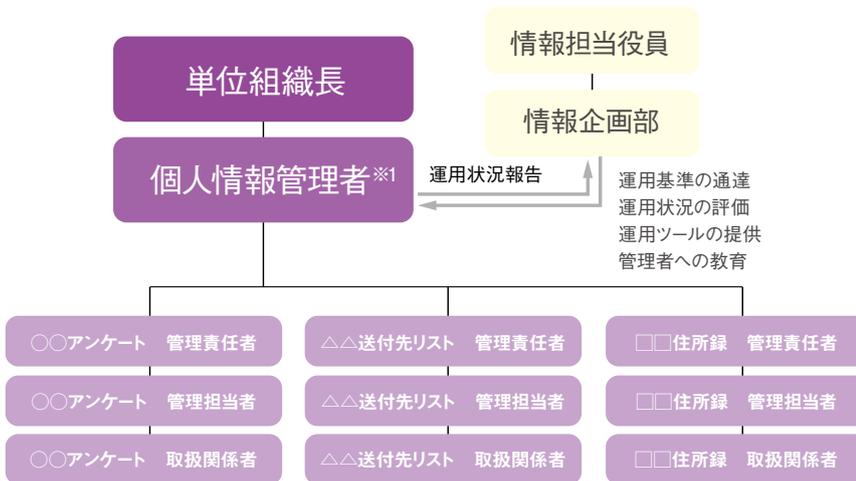
個人情報にかかわるルールとしては、情報セキュリティルールである「情報取扱規程」の下に「個人情報取扱ガイドライン」を制定し、具体的な手続きを明確に定義しています。これらのガイドラインは、ISO27001(情報セキュリティマネジメントシステム)の考え方に基づいて作成されています。

味の素(株)では、制定したルールについて新人・管理職・営業関係等階層・職種レベルでのセキュリティ研修に組み込み周知しています。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」へ登録することにより全社で一元管理し、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等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^{※1}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にするルールに変更(2016年12月)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)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。

個人情報管理体制



参照 → 組織統治 P54
情報セキュリティの徹底

※1 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】

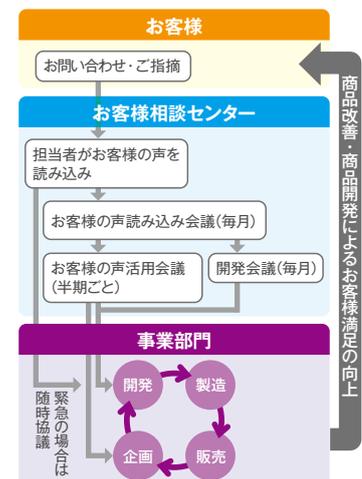
- (1) 単位組織内の個人情報関連業務の監督(ルール順守・適正確保)
- (2) 業務委託先の業務監査と監査結果に基づく委託先としての適正評価
- (3) 単位組織内の個人情報取り扱いに関する教育

お客様の声から課題を抽出し、改善する取り組み

味の素グループは、お客様からいただいたご意見をタイムリーに社内でも共有し、商品・サービスの改善に反映しています。

味の素(株)、味の素冷凍食品(株)、味の素AGF(株)3社では、お客様よりいただいた貴重なご意見・ご要望は、すべて当日のうちにデータ化し、翌日には社内イントラなどを活用し社内でも共有し、「お客様の声」を共有しています。その中で、緊急性の高いご指摘などは直ちに関係各部門へ伝え、原因を究明し再発防止策を講じるとともにお客様へ報告し、品質課題の早期発見・解決につなげています。

味の素(株)お客様の声を事業に反映するしくみ



また、お客様相談部門では、毎月「お客様の声」を1件、1件読み込み、ご意見や要望の背景にあるお客様の商品への期待や不満、食生活上のお困りごとなど様々な角度から分析し、社内関連部門に提言を行っています。その際、先入観を持たずにお客様の声を受け止め、お客様の目線で商品を見直すべく「現物・再現主義」※2に則って検討することを大切にしています。

さらに、新商品・商品改訂への反響や、継続しているお問い合わせの推移、お客様の意識や習慣、環境の変化、ご提案などについて、「お客様の声」を共有する会議を開催し、様々な商品開発や商品改善に反映しています。

※2 現物・再現主義:実際の製品を使ってできるだけお客様と同じ状態を再現し、体感しながら理解すること

参照

品質へのこだわり>お客様の声の反映
<http://www.ajinomoto.co.jp/products/anzen/kodawari/customer.html>

Column

お客様の声をもとに、よりよい商品へ

■ 海外法人ブラジル味の素社の取り組み

ブラジル味の素社では、うま味調味料「味の素®」をはじめ、風味調味料「Sazón®」やカップスープ「VONO®」、2016年からは「amino VITAL® GOLD」等調味料からアミノ酸補助食品まで幅広い商品をブラジル全土で販売しています。ブラジル味の素社お客様サービス部門（“Serviço de Atendimento ao Consumidor”）では、お客様から年間約21,000件の電話や14,000件のメールでご質問、ご意見、ご指摘をいただいています。近年では、SNSでの商品やレシピ情報などの情報発信を積極的に行い、facebookで161,000件ものコメントをいただくなどお客様とのリレーション強化を図っています。

■ 「お客様の声」により改善した事例

■ カップスープ「VONO® Cream and Onion Soup」

いただいたご意見から商品の改訂や味のバリエーションなど様々な商品への反映を行っています。2016年度は、カップスープ「VONO® Cream and Onion Soup」の裏面の文字色が袋の色によって読みにくいとお声を反映し、袋の色を変更するなどの改善を行いました。



改善前

改善後

■ リメイラ工場ファクトリーツアー

また、2016年度の新たな取り組みとして、前年度多くの貴重な意見をいただいた25歳～60歳といった幅広い年齢層のお客様29名をリメイラ工場ファクトリーツアーに招待し、「Sazón®」の工場見学と意見交換を行いました。「味の素社の歴史や経営方針を知ることによって信頼が増した」「品質管理がしっかりと行われていて毎日安心して食べることができる」などの感想をいただきました。

「MID®」Refresco facebook 情報発信例



ブラジル味の素社 リメイラ工場ファクトリーツアーの様子

VOICE ブラジル味の素社 お客様サービス部門の活動

お客様サービス部門メンバーは15名、マネージャーのMs. Solangeは、「様々なチャネルを活用して「お客様の声」を傾聴し、幅広いお客様の生活や社会の変化を察知し、確実に社内でも共有することを大切にしています」と語っています。

ブラジル味の素社お客様サービス部門メンバー
 (後列右:マネージャーのMs. Solange)



食卓から始めるサステナブルなライフスタイル提案

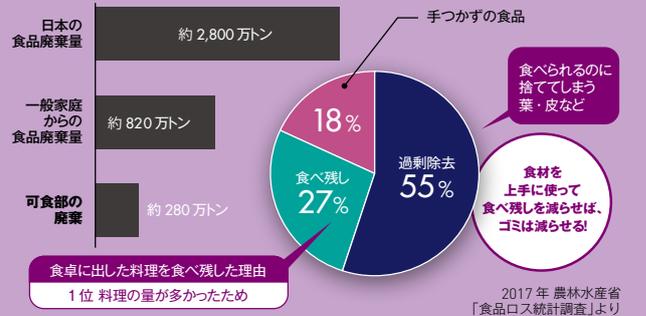
味の素グループは食品メーカーとして、皆様の食卓に「おいしさ」や「健康」だけでなくエコライフをお届けしたいと考えています。それぞれのご家庭にとって、そして地球にとっても、健やかな「食卓」を実現すること。それが、味の素グループの願いであり、使命です。味の素グループは、エコな製品の開発を追求し、エコなレシピやヒントをご提案することで、食卓からのエコライフを支援していきます。

DATA

日本のフードロスは…

日本では年間約2,800万トンもの食品廃棄物が排出されています。この廃棄物のうち、一般家庭からの排出量は約820万トン。そのうち、約280万トンが可食部、つまり食べ残しや調理時の過剰除去、食べずに直接廃棄したもので「フードロス」といわれています。

ご家庭からのフードロスをなくすために、毎日の食卓から、一人ひとりが食べ物を大切に美味しく食べ切る視点が大切です。



製品やレシピ、広告を通じて、「食卓からのエコライフ」を広げる活動

「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マーク製品を通じて

味の素グループでは、家庭でゴミになってしまう製品の容器包装の環境配慮を進めています。2010年秋からはお客様にできるだけ環境によい製品を選んでいただくために、製品のエコがひと目でわかる独自の環境ラベル「味なエコ」マークを、さらに2015年春より新たに味の素AGF(株)の製品に「ほっとするエコ」マークの表示を開始しました。



参照 → 環境 P112

容器包装に配慮した「味なエコ」マーク、「ほっとするエコ」マーク製品を広げる

「エコうまレシピ®」を通じて

毎日のお料理は、ご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、毎日のお料理の中で「エコ」で「うまい(美味しい・上手い)」、すなわち「エコうま®」なアイデアやレシピを広げる活動に取り組んでいます。



※「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。



参照 →

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

広告を通じて

味の素グループでは、企業広告を通じて食卓からのエコライフのヒントを提案しています。



「EDO時代、ECOヒント」篇
EDO時代の食生活に学ぶECOのヒントを紹介。動画版も公開中です。

参照 →

環境広告のご紹介
<http://www.ajinomoto.com/jp/activity/environment/eco/environmentalad.html>

未来を担う子どもたちとともに 味の素「食エコKIDS」賞の活動

味の素(株)では、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、優れた活動を味の素「食エコKIDS」賞として表彰しています。

7回目となる2016年度は10名の子どもたちの活動に贈られました。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。

※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



2016年度授賞式の風景

参照

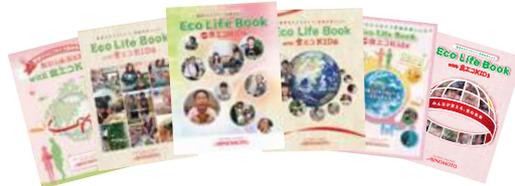
味の素「食エコKIDS」賞
<http://www.ajinomoto.com/jp/activity/environment/eco/award.html>

「食エコ活動」普及のための活動

2013年度より、一部の小中学校やイベントで環境版出前授業を始めました。「ほんだし[®]」、「味の素[®]」を題材に“だし・うま味”とは何かを体験した後に、製品や企業の環境への取り組みを紹介。子どもたちに取り組んでほしい「食エコ活動」を、独自教材「Eco Life Book with 食エコKIDS」を使って楽しく学んでいただいています。

エコプロダクツ展などのイベントでの配布のほか、2013年度より「みどりの小道」環境日記実施校のうち希望する小学校に配布しており、2016年度は約8,000冊を配布しました。

また、冊子の内容や「食エコ」のヒント、過去の受賞作品などをWebサイトで紹介しています。2017年3月に、簡単に作れる「エコうまレシピ[®]」for 食エコKIDSコーナーを新設しました。



味の素「食エコKIDS」賞受賞者の日記の一部を紹介し、小学生に食エコを始めるヒントとして制作。今年で6冊目となります。



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/>



2016年度に表彰した子どもたちの日記を紹介



材料・作り方も写真付き(一部動画あり)4ステップで完成

サステナブルな未来を考える 川崎市と花王(株)との取り組み

味の素(株)、花王(株)、(株)イースクエア(CSR・環境コンサルティング)の3社は、生活者の意識や実態の調査・研究、生活者と一緒に考える場の提供や情報発信を目的に「食とくらしのサステナブル・ライフスタイル研究会」を2011年に立ち上げました。これまで、毎日の食や暮らしの中で、常に環境に配慮した「選択」と「行動」をとってもらうための様々な活動に取り組んできました。

2015年度は、花王と味の素の工場があり、エコとビジネスが調和する、環境先進都市である川崎市と連携して、次世代を担う子どもたちを対象とした「体験型環境教育プログラム」を開発。子どもたちが家族や地域とともに、身近な環境課題と毎日の自分の暮らしとのつながりを考えることで、「自分のライフスタイル」を見直すこと。そして、未来も心豊かな暮らしを実現するためにはどうすべきかに気づき、実践することを狙いとしています。2016年7月～8月のうち4日間、「食とくらしがつくる地球の未来 みんなでいっしょに考えよう～夏休みチャレンジ～」でこのプログラムを実施しました。

4日間のイベントでは、工場見学や料理教室、洗剤の実験などの体験をしたほか、自分たちの住む川崎市の公害の歴史や環境への取り組みを知ることから、地球規模での資源循環について、考え、グループでのワークショップを行いました。そして、イベントで学んだことを家族で対話し、家で実践してもらうきっかけとして、毎日「環境日記」に書いてもらいました。

1か月にわたり参加した子どもたちや保護者の方々からは、「日々の生活の中にエコな気づきがあった」、「エコってこんなに楽しいんだ」、「子どもとの会話が増え、一緒に取り組むようになった」という意見が多数あがりました。2017年度は一部プログラムを見直し、継続します。

食とくらしがつくる 地球の未来 ～夏休みチャレンジ～

この活動で
受賞!

第11回キッズデザイン賞

「子どもたちの創造性と
未来を拓くデザイン部門」

(主催:特定非営利活動法人
キッズデザイン協議会)



Web

「夏休みチャレンジ」実施報告(2016年度活動)
<http://begoodcafe.com/news/challenge2016>

「夏休み親子チャレンジ」実施報告(2017年度活動)
<http://begoodcafe.com/news/challenge2017>



手作業で分別ごみの仕分けをする様子にびっくり!
(川崎市浮島処理センター)



工場での容器の工夫や詰め方、段ボールなどの説明
(花王(株)川崎工場)



実験で、洗濯洗剤の汚れが落ちる仕組みを学ぶ子どもたち
(花王(株)川崎工場)



「ほんだし」工場でかつお節削りやモノづくりの現場を見学
(味の素(株)川崎工場)



排水処理の仕組みを学んだ後、施設を見学
(味の素(株)川崎工場)



「エコうま」クッキングに挑戦
(味の素(株)川崎工場)



地球環境と身近な暮らしとのつながりについて学ぶ
(かわさきエコ暮らし未来館)



学んだことを思い出しながら、あらためて自分の暮らしと地球環境とのつながりを考える子どもたち(川崎市産業振興会館)



4日間、みんなで学び、体験した子どもたちに修了証を授与
(川崎市産業振興会館)

「エコプロダクツ2016」への出展を通じた皆様との対話

日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2016」は、2016年12月8日～10日の3日間、東京ビッグサイトで開催され、約17万人の来場者を迎えました。

味の素グループでは、5社が共同でブースを出展しました。味の素グループのエコプロダクツの紹介を行うとともに、ご家庭で簡単に始められる「食卓からのエコライフ」提案を行いました。従業員が直接来場者の皆様とお話する貴重な機会として、様々なご意見を伺うことができました。



グループ従業員およそ160名が参加

フォーラムを通じて、「望む未来」を語り合う

サステナブルな未来を築くためには、味の素グループだけではなく、社会の皆様との連携が不可欠です。味の素グループでは、社会の方々と様々な場面で「望む未来」について語り合い、私たちに何ができるかを考える機会を大切にしています。

その一つとして「味の素グループ サステナビリティフォーラム」を様々な団体と連携して開催しています。



参照

味の素グループ サステナビリティフォーラム
<http://www.ajinomoto.com/jp/activity/forum/>

これまでの開催実績

- 第1回 2012年 3月 「多様ないのちの健やかな未来のために―。」
- 第2回 2012年12月 「食とくらしがつくる地球の未来
～いっしょにつくろう 私たちのサステナブル・ライフスタイル～」
- 第3回 2013年 3月 「食と科学―サステナビリティに向けて―」
- 第4回 2014年 6月 「九州のECOな農業を活性化せよ! バイオマスリンク in 佐賀」
- 第5回 2014年11月 「ニッポンの栄養が世界を変える!」
- 第6回 2015年 9月 「～生命・食・アミノ酸・日常生活で我々にできること～」

Column

官民ワークショップを通じて、「2050年の食」を考える

2016年10月、文部科学省主催による「スポーツ・文化・ワールド・フォーラム」が開催されました。このイベントは、今後日本で開催される国際的なスポーツ大会を見据え、スポーツ・文化・ビジネスによる国際貢献や有形・無形のレガシーについて議論・情報発信することを目的としています。

その中の官民ワークショップ「2050年の食を考える」に味の素(株)が協賛。西井孝明CEOが登壇し、食の価値・楽しみを失うことなくサステナブルな食を実現するための解決策について議論を交わしました。



【登壇者】

オックスフォード大学シーザスカレッジ前学長／英国食品基準庁初代長官 ジョン・クレブス卿
 日本放送協会 解説委員 チーフプロデューサー 道傳 愛子氏
 特定非営利活動法人日本栄養改善学会 理事長 武見 ゆかり氏
 味の素(株)代表取締役 取締役社長 最高経営責任者 西井 孝明

西井CEOのメッセージ

健康と栄養、食資源確保、地球環境の問題はつながっています。文化や社会習慣が技術進歩に待ったをかけるこの時代に、私たちはこれらの問題に正面から取り組んでいきます。

食にはローカリティがあって、それらは地域の歴史に支えられている。その食文化を大切にすることは非常に大事なことです。私たち味の素グループは各国の食文化を尊重した製品・サービス・技術開発を行うことで、2050年の食の未来に貢献していきたいと考えています。

コミュニティ

地域に暮らす人々とともに築く発展

INDEX

P138 世界各地の「食・栄養」分野の課題解決に向けて

- ベトナム学校給食プロジェクト
- 貧困撲滅を目指した母子栄養改善
- ベトナム栄養関連制度創設プロジェクト
- AINプログラムによる途上国の栄養改善
- AINプログラム事例紹介

P143 財団による活動

- 日本
- タイ
- ペルー
- ブラジル

P146 自然災害による被災地の支援活動

- 味の素グループによる、自然災害による被災地への緊急支援
- 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

関連する行動規範・方針類

● 味の素グループ行動規範

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

● 味の素グループ栄養ポリシー

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/nutrition_policy.html

● 味の素グループ栄養戦略ガイドライン

https://www.ajinomoto.com/jp/activity/policy/nutrition_guideline.html

2016年度の主な活動

● ベトナム栄養関連制度創設プロジェクト



→P139-140

● 自然災害による被災地の支援活動



→P146-148

世界各地の「食・栄養」分野の課題解決に向けて

味の素グループは、それぞれの地域の「食・栄養」分野の課題解決に向けて様々な取り組みを行っています。

ベトナム学校給食プロジェクト

ベトナムでは農村部を中心に、必要な栄養素が欠乏し、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。一方で都市部では中流層が増加し、肥満・過体重の子どもが増加しています。一つの国の子どもたちの間で、栄養不良の二重負荷(Double Burden of Malnutrition)が起きています。

そこでベトナム味の素社は、2012年より「学校給食プロジェクト」を開始。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、ベトナム全土で栄養バランスのよい学校給食が普及することを目指して活動を続けてきました。

このプロジェクトの目的は、学校給食の質を向上し、生徒の健康と栄養改善につなげることです。まず最初に、地域別の献立のメニューブックと食育教材を4都市において開発・配布しました。そして、給食のオペレーションや衛生管理レベルを向上させるため、モデルキッチンをホーチミン市の一校に設置し、それを他の学校関係者に見学してもらうことで他校への普及を図っています。次に、栄養バランスメニューを組み立てるためのソフトウェアを開発しました。これは2017年1月より、教育訓練省が全国の調理施設を有する小学校4,061校に対し使用を推奨し始めており、2017年3月現在、全国の1,022校で既に導入されています。このプロジェクトにはベトナム国立栄養研究所(NIN)より栄養の側面から支援・協力を得ています。



参照 → 特集1 P21-22

ベトナム全土で、栄養バランスのよい学校給食の普及を目指す〜ベトナム・学校給食プロジェクト〜

プロジェクトの主な内容

- ① 4主要都市における学校給食メニューブックと食育教材の開発・配布
- ② キッチンモデルの設置(ホーチミン市)
- ③ 栄養バランスのとれたメニュー作成ソフトの開発と全国への普及

貧困撲滅を目指した母子栄養改善

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」に栄養が不足すると成長不良が起こり、5歳までの死亡率が高まるだけでなく、知能の低下も招くといわれています。つまり、乳幼児期の栄養問題は、将来にわたり取り返しのつかない影響を及ぼすのです。

味の素グループは、政府機関や大学、国際NGO、企業等の様々なパートナーとともに2009年より、離乳期の子どもの栄養改善を目指すプロジェクトをガーナで推進。離乳食の栄養バランスを強化するアミノ酸入りサプリメント「KOKO Plus」の開発・製造・販売を実現してきました。

2017年4月、味の素(株)が設立した味の素ファンデーションが公益財団法人として認定取得しました。ガーナ栄養改善プロジェクトをはじめとする食を通じた社会貢献活動やソーシャルビジネスは、今後味の素ファンデーションへ移管し活動を継続します。



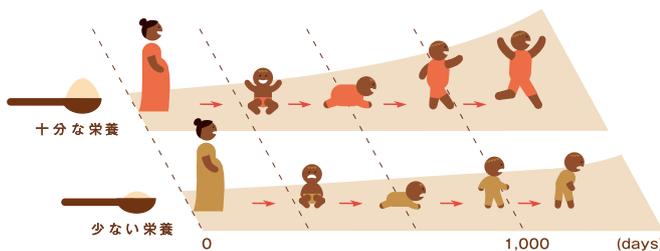
参照 → 特集1 P23

貧困撲滅を目指した栄養不良の解消

参照 → コミュニティ P143

財団による活動

子どもの発育を決める「最初の1,000日間」の栄養



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



ガーナの離乳食であるコーンのお粥「koko」は、エネルギーやタンパク質、微量栄養素が不足している。「KOKO Plus」を加えることで、不足栄養素を補うことができる

ベトナム栄養関連制度創設プロジェクト

■ 栄養の専門家を育てるために、ベトナム行政に働きかけ

2009年、味の素(株)イノベーション研究所は、ベトナム国立栄養研究所と共同で、ベトナム国民の栄養に関する共同研究を実施しました。その結果、ベトナムには栄養の専門家が極めて少なく栄養に関する調査経験が不足しており、正しい栄養知識が国民に伝えられていないことがわかり、栄養や衛生管理に関する正しい知識を持った人材を育成する必要があるという課題が明らかになりました。

この課題を解決するために、味の素(株)では、日本の栄養学の教育手法や管理栄養士の国家資格が参考になると考え、ベトナム政府の複数の省庁に働きかけを行いました。

2010年時点で、ベトナムには国民の栄養や疾病実態に基づく国レベルの栄養改善計画や指針がなく、病院等の医療現場では症状に応じた食事療法や栄養指導も行われていませんでした。また、国内の大学には栄養学を学ぶ学部・講座が存在しないことも課題でした。

そこで、味の素(株)は保健省や教育訓練省、医科大学のキーパーソンを日本に招き、日本の栄養学の教育現場や、行政・病院で活躍する管理栄養士の姿を紹介し、ベトナム国内で栄養の専門家を育成するための体制づくりに着手しました。

そして2011年、ベトナムでの栄養学教育や諸制度の充実を目的に「ベトナム栄養関連制度創設プロジェクト(VINEP^{*1})」をスタートさせました。



ベトナム国立栄養研究所に掲示されているVINEPのプレート



ベトナム味の素社による3期生への奨学金授与



ハノイ医大での栄養生理学の講義の様子

■ 栄養に関する専門教育の場づくりをサポート

2012年8月、味の素(株)はハノイ医科大学、ベトナム国立栄養研究所(NIN)の二者と、ベトナム国内における栄養士養成制度の設立を目的とした覚書を締結しました。この覚書に基づき、同年10月には味の素(株)の寄付金によって「栄養・食品の研究講座」がハノイ医科大学に開設されました。

同年11月に、同国初の栄養士養成制度の設置が教育訓練省より認可されたことを受け、2013年9月、ハノイ医科大学に4年制の栄養学学士課程を開設。47名の第1期生を迎え、以後、毎年約50名の学生が入学しています。

ベトナム味の素社は課程開設当初から、毎年10名程度の入学試験成績上位者に対して、年間授業料相当の奨学金を授与しています。また、ベトナム味の素社および味の素(株)は、学士課程のカリキュラムや専門課程の教科書作成のサポート、専門課程での栄養生理学の講義も行っています^{*2}。

2014年には、(独)国際協力機構(JICA)の事業^{*3}への申請が認定され、味の素(株)が、ハノイ医科大学の栄養士養成課程で学ぶ学生を日本に招聘して、2014年と2015年に2週間の栄養学研修を実施しました^{*2}。

こうした取り組みを重ねた結果、2017年8月、ベトナム初の栄養学士43名がハノイ医科大学を卒業し、病院や企業、行政などへの就職が始まっています。



ベトナムからの研修生・政府栄養関係者のイノベーション研究所訪問



ベトナムからの研修生・イノベーション研究所での実習



ハノイ医科大学栄養士養成課程の1期生卒業式(2017年8月)

*1 VINEP: Vietnam Nutrition System Establishment Project

*2 (公社)日本栄養士会(JDA)、十文字学園女子大学や神奈川県立保健福祉大学(KUHS)等と協働

*3 「開発途上国の社会・経済開発のための民間技術普及促進事業」

■ ベトナム全土で栄養士が活躍することを願って

味の素(株)は、ベトナムで育成した栄養士が社会で活躍できる体制づくりも進めてきました。行政への働きかけにより、2015年10月に、栄養士の地位を定める規程(ジョブコード)がベトナム政府により承認され、同年11月より施行。これにより、栄養士が公務員として就職するための素地ができました。

また、栄養士の活動基準を創設するため、厚生労働省管轄下の医療技術等国際展開推進事業^{※4}を活用し、2015年にベトナムの栄養関係者8名の日本研修^{※5}の実施と、ハノイ、フエ、ホーチミン市でのVINEPワークショップ^{※6}を開催。2016年には中部のフーエン省にて、味の素(株)がベトナム保健省をサポートし、第4回VINEPワークショップ^{※7}を開催しました。

今後は、大学や短大に栄養士の養成制度をベトナム全土に展開するとともに、栄養士の業務内容指針となるニュートリションスタンダードやガイドライン、ライセンス制度などの創設活動を行い、栄養士が働きやすい環境の確立を目指していきます。

これらの活動を通じて、栄養士を養成する教育制度・関連法制度が整備されることで、国内の栄養環境が向上し、ベトナム国民の健康レベルが改善することが期待されます。

※4 国立国際医療研究センターが実施する「医療技術等国際展開推進事業」における研修
 ※5 JDA、KUHS、京都府立大学(KPU)、京都大学医学部附属病院、同志社女子大学や京都女子大学等と協働
 ※6 NIN、JDA、KPU、バックマイ病院、フエ医科薬科大学やホーチミン市医科薬科大学、ホーチミン市栄養センター等と協働
 ※7 ベトナム保健省、NIN、JDA、フーエン医科大学



フーエンでの第4回VINEPワークショップの開催
 (右上)登壇する保健省副大臣

参照 → 特集1 P22
 栄養情報を“正しく”伝えることのできる栄養士の養成と地位認定の制度創設をサポート

Column

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

タイ味の素財団では、タイ味の素社の創業50周年を記念して2010年から「50の学校給食施設 建設プロジェクト」を開始。2014年までに、43県で50の小学校の学校給食施設が完成し、10,000人を超える生徒に活用されてきました。2015年は、この学校給食施設の建設プロジェクトを5年間継続し、2019年度末までにさらに50の学校給食施設の建設を支援することについて、タイ教育省と基本合意に至りました。これにより、2015～16年度は新たに18県で20の学校給食施設が完成し、さらに5,000人を超える生徒が活用しています。

加えて、2016年度においては、学校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も実施しました。2017～18年度はタイ教育省が進める緊急支援対象学校の整備計画に賛同し、各年20の小学校に学校給食施設を建設、2016年から始めた教師への栄養教育も回数を6回／年に増やし、プロジェクトを拡充します。

実績(2017年6月現在)

61県で70の学校給食施設が完成 15,000人を超える生徒が活用

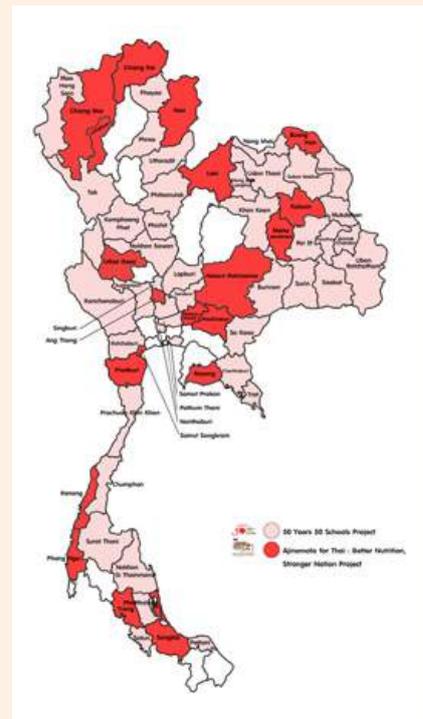


基本合意の締結



教師らへの栄養教育セミナー

これまでの給食施設寄付実績



AINプログラムによる途上国の栄養改善

味の素「食と健康」国際協力支援プログラム(AINプログラム)は、「食と栄養分野の国際協力」の現地活動支援を通して、開発途上国の人々の生活の質の向上を目指す助成プログラムです。1999年以来、2016年までに14カ国において、NPO/NGO等の団体へ支援を行ってきました。その総額は約3億円に及びます。2016年8月に「一般財団法人味の素ファンデーション」を設立し、AINプログラム活動を移管しました。同財団は2017年4月に公益財団法人の認定を取得、さらにその活動地域を拡大していきます。

「栄養改善」はSDGs(持続可能な開発目標)においても重要課題の一つ(目標2)とされており、AINプログラムではこの国際目標に呼応し、社会的インパクトをもつプロジェクトを推進します。



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

2016年度活動中および2017年度より開始するプロジェクト

| 開催年度 | 期間(年) | 国名 | プロジェクト名 | 実施団体 |
|------|-------|------------|---|----------------|
| 2014 | 3 | マレーシア | 食品加工を通じた漁村女性の生活改善(ベナン州) | バルシック |
| 2014 | 3 | ベトナム | 農村地域における母親の離乳食づくり支援事業(ハウザン省・タイグエン省) | 国際生命科学研究機構 |
| 2014 | 3 | カンボジア | コミュニティファクトリーにおける給食・栄養活動を通じた最貧困家庭栄養改善プロジェクト(シムリアップ州) | かものはしプロジェクト |
| 2014 | 3 | Bangladesh | 栄養改善プロジェクト(フルバリヤ郡) | ワールドビジョン・ジャパン |
| 2015 | 2 | 中国 | 沙漠に効く“食”——マスコビーダックの開発普及(内モンゴル・アラシャン) | オイスカ |
| 2015 | 3 | カンボジア | 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(プノンベン市) | 日本カトリック信徒宣教会 |
| 2015 | 3 | 東ティモール | 栄養失調児の減少を目的とした母親対象の栄養と食に関する知識向上プログラムとその実践(ラウテン県・イリオマール準郡) | 東ティモール医療友の会 |
| 2016 | 3 | Bangladesh | 食物へのアクセス制限がある塩害地域の子どもの栄養改善プロジェクト(クルナ管区バゲルハット県) | アライアンス・フォーラム財団 |
| 2016 | 3 | Bangladesh | 思春期女子の栄養改善と健康改善プロジェクト(ジェソール県) | アジア砒素ネットワーク |
| 2016 | 3 | 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(ビハール州ガヤ地区スジャータ村) | チームピース チャレンジャー |
| 2016 | 3 | ミャンマー | 家庭菜園や小規模家畜飼育の普及を通じた5歳未満児の栄養改善事業(エーヤワディー地区) | CWS Japan |
| 2017 | 3 | 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 | かものはしプロジェクト |
| 2017 | 3 | ラオス | 農村部食生活改善プロジェクト | ISAPH |
| 2017 | 3 | ネパール | 標高2,000mのネパール大秘境・コタン郡を食で豊かに! YouMe Khajaプロジェクト | YouMe Nepal |
| 2017 | 3 | ケニア | コミュニティで育む幼児の成長および栄養改善事業 | HANDS |



インド、ガヤ市スジャータ村で、うれしそうに生まれて初めての身体測定を受ける子ども



Bangladeshで新設されたコミュニティハウスに集まった栄養ボランティア



カンボジアの貧困地区で栄養バランスのとれた食事をとる子どもたち



ミャンマーの洪水頻発地帯エーヤワディー地区で食事と栄養状態のベースライン調査を実施



東ティモールで開催した栄養セミナーに集まった子どもたち



Bangladeshのジェソールで、学んだ栄養の知識を自らの言葉で村民に伝える思春期女性

AINプログラム事例紹介

ベトナム

農村地域における母親の離乳食づくり支援事業

| | |
|-----------------|---|
| 活動主体 | 特定非営利活動法人 国際生命科学研究機構 (ILSI Japan) ベトナム国立栄養研究所 |
| 期間 | 2014年4月～2017年3月 |
| 活動地域 | ベトナム北部山岳地方ハウザン省・タイグエン省の計10コミュニティ |
| 活動／アウトプット | <ul style="list-style-type: none"> ① 300人超のビレッジ・ヘルス・ワーカー育成を通じて乳幼児を持つ母親に対し栄養・食品衛生改善のプログラムを実施した結果、衛生的で栄養バランスに優れた離乳食をつくることのできるようになった ② ベトナム国立栄養研究所の協力のもと、フリップチャートなど、利用しやすくわかりやすい教材を作成、活用したことが決め手になった |
| 成果(アウトカム・インパクト) | <ul style="list-style-type: none"> ① 6カ月～2歳未満の成長不良児の割合が20.1%から5.3%に減少 ② 多様な離乳食を摂る子どもが66%から85%に上昇 |



カンボジア

コミュニティファクトリーにおける給食・栄養活動を通じた最貧困家庭栄養改善プロジェクト

| | |
|-----------------|--|
| 活動主体 | 認定NPO法人かものはしプロジェクト |
| 期間 | 2014年4月～2017年3月 |
| 活動地域 | カンボジア国シェムリアップ州ソニコム地区 |
| 活動／アウトプット | <ul style="list-style-type: none"> ① 三食食品群をもとにしたモデル献立を50種類以上考案し、給食として3年間で587回、平均157名に提供(計92,000食) ② 栄養知識テストの実施、平均点が13.5点/15と高得点に ③ 食日記学習・メニュートレーニング学習等のトレーニング手法開発 |
| 成果(アウトカム・インパクト) | <ul style="list-style-type: none"> ① 工房で働く女性たちの年間一人あたりの病欠日数が年平均4.5日から2.5日に半減 ② 家庭の食事内容が改善した女性が60%以上、家庭の献立決定時の着眼点に変化があった女性が93% ③ 工房で働く「女性たちの生きる力指標」^{*1}が6カ月で平均25%改善 |

*1 当団体が独自開発した「女性たちの生きる力指標」における最終年度6月・12月の評価結果比較



財団による活動

味の素グループでは、世界4カ国で財団を設立し、奨学金をはじめ「食・栄養」分野を中心にそれぞれの国・地域のニーズに合った活動を、各国の法人と連携して実施しています。

日本

■ 社会とともに、食を通じた持続的な栄養改善への貢献を目指して ～公益財団法人 味の素ファンデーション設立～

「栄養改善」は、2015年9月に国連総会で採択され2030年までの達成を目指す「持続可能な開発目標(SDGs)」においても重要課題として明示されています。こうした社会課題を企業単独で解決することは難しく、国・地域行政や非営利団体など、国際社会、地域社会と連携して解決に当たることがより重要です。

味の素(株)は、食を通じた持続的な「栄養改善」への貢献を目指して、味の素ファンデーションを設立しました。従来、当社は日本の被災地復興応援などの社会貢献活動や低所得国・地域の栄養改善事業にも取り組んできましたが、国・地域行政や非営利団体など、国際社会、地域社会との連携を深め、将来にわたり食を通じた社会貢献活動やソーシャルビジネスの持続性を高めるため、それらの活動は味の素ファンデーションが承継します。

今後、味の素(株)は、事業を通じて社会課題の解決に貢献するとともに、食を通じた栄養改善の貢献を目指す財団のサポートを通じて世界各国の人々の「健康なこころとからだ」の実現を目指します。

「持続可能な開発目標」(SDGs)

目標2: 飢餓に終止符を打ち、食料の安定確保と**栄養状態の改善**を達成するとともに、持続可能な農業を推進する



Web

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

参照

プレスリリース (2017年4月3日)
https://www.ajinomoto.com/jp/presscenter/press/detail/2017_04_03.html

公益財団法人 味の素ファンデーション

(所在地: 日本、2016年8月に一般社団法人として設立、2017年4月に公益財団法人として認定)

■ (公財) 味の素ファンデーションが取り組む4つの事業

食と栄養支援事業

(AINプログラム: 途上国の食と栄養を改善するNPO助成事業)



開発途上国の「食と栄養」の改善を目的とした現地活動支援を通して、開発途上国の人々の生活の質の向上を目指す団体に対し、資金の助成および継続的な事業推進に向けたサポートを行うプログラムです。



低所得国栄養改善事業

(ガーナの乳幼児の離乳期に不足しがちな栄養を補助する食品「KOKO Plus」を用いたソーシャルビジネス)

地域の食生活に適した栄養食品の研究、開発、製造、販売および栄養に関する知識の普及を通じて、対象国の母子の栄養改善に貢献。



栄養士制度創設事業

(ベトナム政府との栄養士制度創設支援など)

栄養学教育を受けた学士が栄養士として職権を認められ、教育現場(学校、保健所等)や職場(病院、大規模給食施設等)に適正に配属される制度を確立し、高所得国で提供されているような栄養教育、栄養バランスが適正な食事メニューの開発・提供などを通じて、対象国の国民の衛生と健康向上に貢献。



被災地復興応援事業

(東北復興応援 ふれあいの「赤いエプロンプロジェクト」健康・栄養セミナーなど)

地域ごとに行政、社会福祉協議会、NPO法人などの非営利団体と連携を図り、その地域のニーズに応じて、移動式調理台を用いた参加型の健康・栄養セミナーの開催をサポート。

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



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」、公開展示(錦絵等)の運営
人間文化研究機構国文学研究資料館と協働し、当センターが所蔵する江戸時代の料理本300冊の食文化資料をデジタル化終了。2017年5月公開。
- 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「和食文化の多様化」を開催。地域により様々であり、また常に変化し続けてきた「和食文化」について、活発な議論が展開された(2016年10月15日)。
 - ・食の文化シンポジウム「栽培化と家畜化～食べていくための人類の選択」開催。人間の食料獲得の経緯をふりかえりつつ、近代以降の食料獲得に関わる課題を動物・植物にも目を向け未来の道筋を探る内容となった(2016年11月26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「甘みの文化」のもと、「甘み」が人類の食文化に対して持つ意味を、様々な角度から捉え直す機会となった(2016年6月、9月、2017年3月の3回開催)。
- 食文化季刊誌「vesta®(ヴェスタ)」他の出版・頒布事業
- Webを通じた情報発信

公益財団法人 味の素奨学会

(所在地:日本、(財)鈴木奨学会として1957年設立、2005年名称変更、2012年公益財団法人認定)

主な活動

- 奨学金給与(在日留学生、アセアン留学生を対象。「アセアン留学生向け奨学金」は、アセアン地域の5カ国から、東京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)
- 奨学金給与(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)

Web

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



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)味の素奨学会
<http://ajisScholarship.com/>



在日留学奨学生およびアセアン留学奨学生とともに、「味の素グループま味体験館」にて

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への寄付、教師への栄養指導)
- 理工学系専攻の学生と有名大学の学生への支援(奨学金)
- タイ北部・北東部の寒冷地域への支援(2県の生徒へ2,500着のコート、11,500枚のブランケットを提供)
- 地域健康センターの建設、改築支援
- 大学生のボランティアキャンプ支援(教育施設の建設支援)



タイ北部・北東部の寒冷地域への支援

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

- 貧血および栄養不良の改善に関するプロジェクトの支援
- 各学校において「健康的な食習慣」の模範となる児童の育成
- 健康・栄養に関するワークショップの開催(2016年度は60回開催、2,310名が参加)
- 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



正しい食生活を広めるための児童向け栄養教育

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

- 障がいを持つ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等)
- 「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
- 従業員ボランティアプログラムの実施



スポーツ団体に対する助成事業

TOPICS

ブラジル味の素財団のボランティアプログラム “Social Game”

ブラジル味の素財団では、2015年より、ボランティア活動を通じて地域の社会的課題の解決に向けて従業員が積極的にかかわっていくことを目的に、「AJIBEM」と名付けたボランティアプログラムを立ち上げました。このプログラムの特徴は、グループ活動であること、そして地域のコミュニティや従業員以外のボランティアを巻き込みながら、自ら寄付を集め、イベントを実施することです。

AJIBEMの立ち上げにあたって、従業員のボランティア精神醸成のためにスタートしたのが“Social Game”です。これは、3つのテーマに基づくコンペ形式で各グループが切磋琢磨するとともに、それ以外のテーマにもボランティア活動を広げていく取り組みです。

第2回目の実施となった2016年度は、11チーム、132人のボランティアが参加し、それぞれのチームが3つのテーマでボランティア活動を実施しました。

AJIBEMに参加することで、自らの行動の結果とその意義を実感する従業員が増え、年度の活動終了後もボランティア活動を継続するチームもあるなど、着実に活動が定着・拡大しつつあります。

2016年度の活動実績

- ① 学用品の寄付
ペンやノートなど8,500を超える学用品を5,000人以上の子どもに配布
- ② 食料品と衛生用品の寄付
4トンに及ぶ食料品と20,000個の衛生用品を10,000人以上の人に配布
- ③ 栄養、健康、うま味に関する情報提供のイベントの実施
約1,000人のボランティアが37のイベントを実施し、約25,000人が参加



子どもたち向けのリサイクルワークショップ



食料品と衛生用品の寄付

自然災害による被災地の支援活動

私たちは地球のどこでも、常に様々な自然災害と隣り合わせて暮らしています。起こってしまった災害に対しては、被災地である地域社会の復興支援が必要です。味の素グループでは、事業を通じて知見を持つ「食」や「健康」の分野を中心として、地域に寄り添った支援を行っています。

味の素グループによる、自然災害による被災地への緊急支援

日本の災害(2017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 | 個数 |
|-------------------|-----------------------------------|--|--|---------|
| 平成28年 熊本地震 | 特定非営利活動法人ジャパンプラットフォーム | 2,000万円 | — | — |
| | 日本赤十字社 「平成28年熊本地震災害義援金」 | 400万円 | — | — |
| | 農林水産省 | — | 「味の素KKおかゆ」(白がゆ、梅) | 54,000個 |
| | | — | 「アミノバイタル [®] 」ゼリードリンク マルチエネルギー [®] | 30,240個 |
| | | — | 「アクアソリタ [®] 」500ml | 12,000本 |
| | 熊本市役所 | — | 「味の素KKおかゆ」(白がゆ、梅、玉子) | 4,860個 |
| | | — | 「アミノバイタル [®] 」ゼリードリンク マルチエネルギー [®] | 6,000個 |
| — | | 「ブレンディ [®] 」ボトルコーヒー低糖900ml | 12,000本 | |
| 陸上自衛隊、熊本消防局、熊本県警 | — | 「アミノバイタル [®] 」ゼリードリンク マルチエネルギー [®] | 15,000個 | |
| 平成29年7月 九州北部豪雨 | 特定非営利活動法人ジャパンプラットフォーム | 500万円 | — | — |
| | 特定非営利活動法人 全国災害ボランティア支援団体ネットワーク | — | 「アクアソリタ [®] 」500ml | 2,400本 |

Column

被災地の「声」に耳を傾け、復興の応援を継続中

味の素(株)九州支社は、2017年4月2日に熊本県益城町で開催されたイベント「第2回つながる広場」にて「丸鶏がらスープの水餃子」を提供しました。このイベントは、一般社団法人よか隊ネット熊本が熊本県内各地のみなし仮設住宅^{*1}にお住まいの被災者の交流促進や生活支援を目的として開催しているものです。九州支社は、九州各県で味の素グループファンづくりを促進するために継続してきた「ファンファンファン活動」のノウハウをフル活用し、すべて熊本県産の野菜をたっぷり使った「丸鶏がらスープの水餃子」を調理・提供しました。当日のイベントには557人の方が参加されました。

誰でも簡単に作れるレシピを提供

味の素(株)では、2016年度、「使い慣れない仮設住宅のキッチンでは調理する気持ちになれない」等の声に対応し、仮設住宅の限られたスペースでも簡単に調理できる5品のレシピをまとめた小冊子「楽チ〜ンレシピ」を作成し、熊本県内約5,700世帯の皆様にお届けしました。

※1 自治体の借り上げる「みなし仮設住宅」は、一見ただけではそこに被災された方がいるかわからないため、支援の手が届きにくく、熊本地震の被災者支援の課題の一つになっています。



イベントに参加した味の素(株)のスタッフ

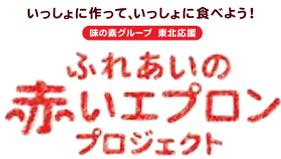


丸鶏がらスープの水餃子



「楽チ〜ンレシピ」

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



「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」は、味の素グループが2011年10月から継続している東日本大震災の復興応援活動です。岩手・宮城・福島の3県を中心に、地元の行政、社会福祉協議会、食生活改善推進員協議会、NPO、大学、仮設住宅の自治会等と連携し、仮設住宅の集会所等で料理教室をはじめとする活動を実施しています。

プロジェクトの始まり

味の素(株)では、2011年7月に当プロジェクトの専任担当者を任命し、被災地域に派遣。現地の行政、社会福祉協議会、大学、NPO等の関係者に、被災地域における「食」や「栄養」に関する課題は何か、ヒアリングを行いました。その結果、仮設住宅のキッチンの狭さなどに起因する「料理離れ」により、栄養バランスが偏り、これに起因する健康課題が顕在化しているとの声が寄せられました。また、仮設住宅という新たなコミュニティにおける住民同士の交流の希薄化や、高齢者の孤立・引きこもりといった課題も挙げられました。

そこで、味の素グループは、栄養バランスの良い食事を住民の方々と「いっしょにつくって、いっしょに食べる」ことで、住民の方々の栄養課題を改善するとともに、新たなコミュニティを築ききっかけにしていきたいと考えました。

そして、2011年10月、地元の行政、社会福祉協議会、食生活改善推進員協議会、NPO、大学、仮設住宅の自治会等を主催者とし、味の素グループは移動式調理台等の資材や栄養バランスの良いレシピ等の知見を提供する形で、「移動式料理教室」の活動を開始しました。



協働パートナー主体の活動

① 参加型の調理会とすること

当プロジェクトの目標の一つは、料理づくりを通じて参加者がつながり、コミュニティ再生のきっかけにさせていただくことです。交流を深めるためには、食べるだけでなく「いっしょに料理をする」という体験が大切と考えました。また、塩分摂取量の多い東北地方において、メニューを通じて減塩を体感し日々の健康管理に努めていただきたいと思います。

② 料理教室の主催者は協働パートナーにすること

行政やNPO、社会福祉協議会、食生活改善推進員協議会、仮設住宅の自治会など、地域の社会課題に向き合っている方々が集いの場を提供し、そこに住民を導くことで、両者の結びつきがより親密になると考え、この形式をとっています。また、企業の単独開催だと(単発的な)イベントのような形になり、継続した活動につながり難いことも考慮しました。こうした「地域の社会課題に向き合っている方々」のことを、「協働パートナー」と呼びんでいます。

③ 料理教室のテーマは、協働パートナーに決めていただくこと

当プロジェクトの料理教室のテーマは、各地の課題に対応して変えています。例えば男性の引きこもりが深刻な課題であれば、男性対象の料理教室を開催しています。そして、こうしたテーマは必ず「協働パートナー」の皆さんに考えていただいています。各地の課題は「協働パートナー」の皆さんが一番、よくおわかりであり、その声をよく聞きながら進めていくのが重要であると考えています。



協働パートナーとの関係性(概念図)



■ プロジェクトの成果

①「人脈」

味の素グループはこの活動を通じて、社会福祉協議会や食生活改善推進員協議会の皆さんと出会うことができました。こうした皆さんは震災前から地域に密着し、社会課題や栄養課題に向き合ってこられた方々です。当プロジェクト推進を通じて、こうした方々と出会い、「地域ごとの社会課題は何か」、「その課題に対応するため、企業としてどのようなお手伝いをさせていただくことができるか」を、学ばせていただいています。

この学びの中で、企業がすべき社会貢献活動は、必ずしも「物資」や「お金」の提供だけではないことがわかりました。むしろ求められていることは、企業が、「地域ごとの社会課題」をこうした方々と同じ目線で見つめ、この課題に対し、企業ごとの本業・得意技をもって解決策を提案することでした。

味の素グループの場合は、それが「食」と「栄養」であり、「移動式料理教室」という解決策を提案しています。これが、当プロジェクトの本質です。

② 従業員の学びの場

『「食」と「栄養」』による被災地支援は、ボランティアとして参画するグループ従業員が、「味の素グループの一員であることの誇り」を再認識させていただく場にもなっています。

ボランティア参加経験者からは『「食」がいのちの基本であることを実感した』といった声がよく聞かれます。また、研究者や財務部門の担当者など、普段、なかなか生活者と接点がない従業員からも『被災地域の皆様から、「ありがとう」と声をかけていただいた。食品企業の一員としての使命を思った。』といった声が挙がります。

味の素グループのミッションは「食」と「健康」そして、明日のよりよい生活に貢献することですが、従業員がこのことを実感する場として貴重な機会をいただいています。

③ 書籍の発刊を通じた、知見の共有

当プロジェクトは、(株)小学館を通じ、「復興ごはん」という書籍を2016年5月に出版しました。この書籍は、東北の地で私たちの「協働パートナー」として、ともに歩んでくださった皆さんの「声」を通じて、災害復興期における「食のチカラ」を伝えるものです。

■ 今後の展望

当プロジェクトは、「仮設住宅がなくなり、復興の足取りが確かなものになるまで」活動を続けることを宣言しています。

復興が少しずつ進む今、東北の地では、「仮設住宅」から「災害公営住宅」への移転も進んでいます。そして、「災害公営住宅」という、また新しいコミュニティにおける人と人とのつながりの課題も、顕在化しています。

当プロジェクトは今、こうした課題に対しても、移動式料理教室を通じて「いっしょにつくって、いっしょに食べる」という解決策を提案しています。

「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」は、2017年度より、
(公財)味の素ファンデーションに移管されました。

活動実績

参加人数(延べ)

37,485名

実施回数(延べ)

2,452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**とともに

従業員ボランティア参加人数(延べ)

2,219名

※ 活動実績：2017年3月末日現在。「延べ」は2011年10月からの累計



東日本大震災復興支援活動：味の素グループ各社の取り組み

食卓からニッポンを元気に



"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年度より食を通じて東北の復興を支援する"食卓からニッポンを元気に 食べるって楽しい!"プロジェクトを継続しています。

☀️ 東北に元気を！ 明日を耕すプロジェクト

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、2011年度より「ギョーザ」製品(4品種)の売上に対し1袋あたり1円を、支援金として東北地方の農業復興支援を行っている団体に寄付するプロジェクトを実施しています。

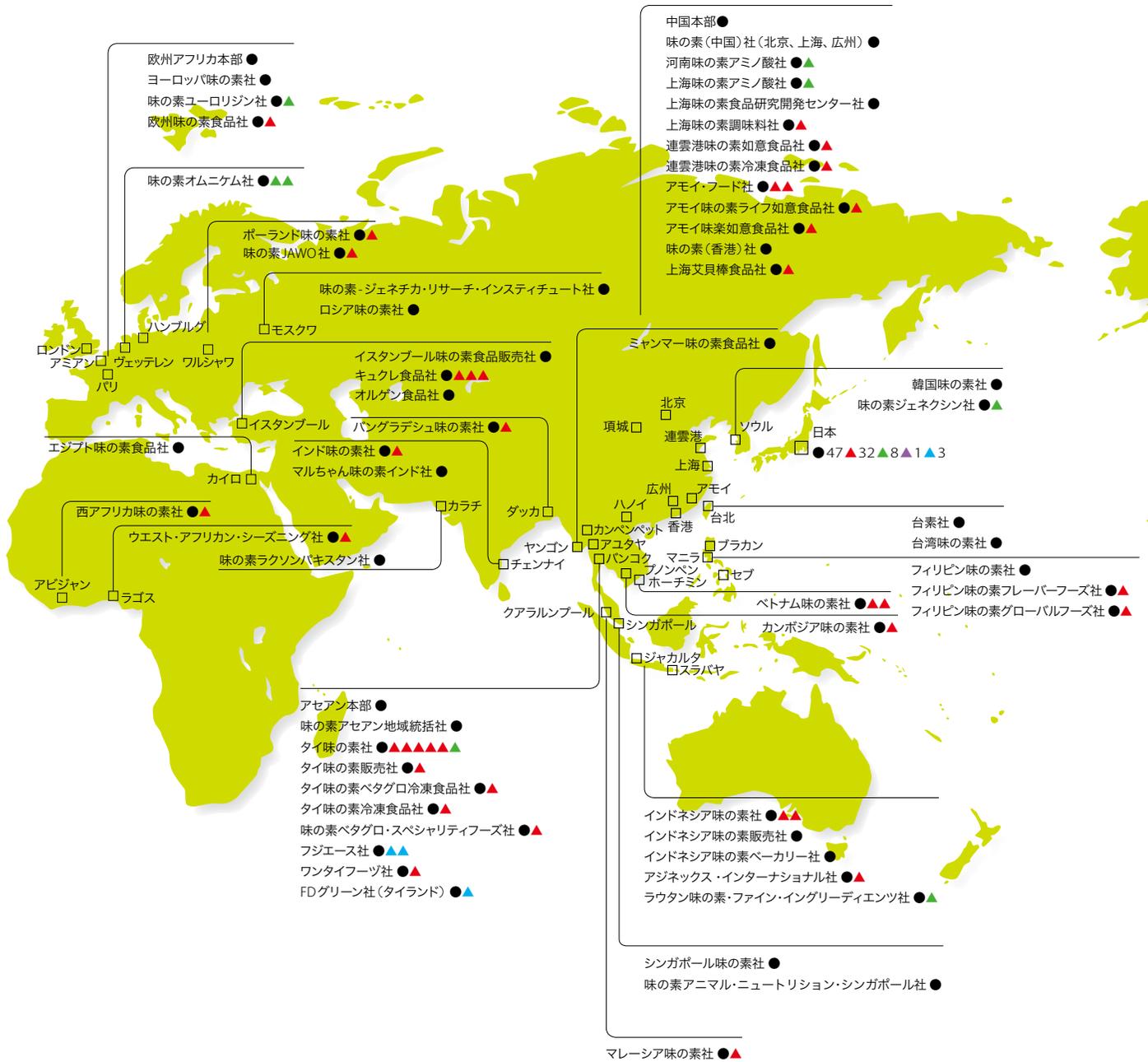


AGF「ブレнди®」器の絆プロジェクト

味の素AGF(株)は、2012年より「ブレнди®」の売上の一部を、被災した東北の震災の修復支援にあてています。2012年に立ち上げたこのプロジェクトは、2014年に修復から復興活動へとシフトし、プロジェクトを展開しています。

グローバルネットワーク (2017年4月1日現在)

味の素グループは、現在30の国・地域で、事業を展開しています。
 主な法人・工場をご紹介します。



30の国・地域(日本を含む)

【うち生産工場 世界22の国・地域 118工場(日本:44工場、海外74工場)】

- 当社地域本部、法人
- ▲ 調味料・加工食品・冷凍食品・飲料工場 86
- ▲ アミノ酸・化成品工場 24
- ▲ 医薬工場 1
- ▲ その他工場 7

※1 生産工場は包装工場も含みます

※2 地図上に表示されていない工場もあります



- 【東京】
- 東京支社
 - 広域営業部
 - 味の素アニマル・ニュートリション・グループ(株)
 - 味の素エンジニアリング(株)
 - (株)味の素コミュニケーションズ
 - 味の素AGF(株)
 - 味の素トレーディング(株)
 - 味の素トレジャー・マネジメント(株)
 - 味の素物流(株)
 - 味の素ペーカリー(株)
 - 味の素ヘルシーサプライ(株)
 - 味の素冷凍食品(株)
 - 川研ファインケミカル(株)
 - (株)J-オイルミルズ

国内ネットワーク

(2017年7月1日現在)

- 本社
- 支社・営業部
- 支店・営業所
- 事業所・工場
- グループ会社



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、日本の有識者から『味の素グループ サステナビリティデータブック2017』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

味の素の約束

味の素社の年次サステナビリティデータブックのレビューにこの数年間携われることを嬉しく思います。御社のサステナビリティ・ビジネスと社会や環境への良い影響に対する取り組みには豊かさや深さがあります。さらに、一貫性もあります。味の素は、現状に対して有効なサステナビリティの取り組みを継続的に適用し、更新しながら、サステナビリティ戦略と活動を推進するための一貫した構造と枠組みを維持しています。これは味の素の約束です。サステナビリティデータブックを詳細に見せていただき、取り組みの継続性と、新たな状況への対応を示す、しっかりした、効果的な、透明性のある魅力的なコンテンツであると思います。

このデータブックは2017年も変わっていません。味の素グループミッション、味の素グループビジョン、味の素シェアードバリュー(ASV)の3つの柱 - 「地球持続性」、「食資源」、「健康なこころからだ」は、引き続き御社の取り組みの拠り所となっています。ただし、マテリアリティ項目のマッピングの国連持続可能な開発目標に合わせた改訂や、栄養ポリシーの制定、2020年度統合目標の導入、そして何よりも、サステナビリティと財務目標を一つの一貫した方向性で統合したページは、この2017年のデータブックに新たに取り入れられ、このエキサイティングな会社の将来の約束を示しています。

マテリアリティ、ステークホルダー、目標および統合報告書

味の素が改訂したマテリアリティ項目のマッピングでは、一部の項目の優先順位を変更したことに加え、新たに「食の楽しみ、人とのつながり」「持続可能な消費と生産」「容器包装の環境負荷削減」の3つの項目が加わるとともに従業員に関わるトピックが「従業員の能力開発」と「従業員のダイバーシティ」とに分割されました。このことは以下の理由において非常に良いことです。[1]マテリアリティ項目のマッピングのレビューは、56名の外部専門家へのアンケートを含むステークホルダーの協議をもって行われています。結果は透明性のある形で開示され、数名の専門家の意見が含まれています。これにより、マテリアリティのレビューが検証され、信頼性を与えています。[2]新たな課題は、主に味の素の社会への影響を反映しています。このことは、社会価値を高めることへの真のコミットメントを示しています。例えば、「食の楽しみ、人とのつながり」は、私たちが暮らしているインスタントでデジタル、ストレス過多で、しばしば非人間的な世界の中である意味置き去りにされてきた社会的価値への重要な回帰です。食品会社にとって、消費者の食習慣を再構築し、社会的利益の提供を目標とするということは、共有価値の創造およびプラスの効果をもたらす賢明な要素であると私は考えます。[3]新しいマテリアリティ項目のマッピングは、前のものよりも包括的です。これは、さらなる社会的価値を創出するための意欲が増しており、非常に幅広い分野の課題においてコミットメントを公に宣言する意志を示しています。

このレポートにもう一つ追加されたものは、間違いなく最先端の内容です。非財務目標と財務目標を並べた報告は、統合された考え方と、すべてのステークホルダーにとってビジネスの全体的な影響を反映した結果です。数値化された2020年度非財務目標は、それ自体が優れた内容です。人々の快適な生活への貢献人数2,200万人、年間3,800万時間の余暇の創出、

エレイン・コーヘン氏
(Elaine Cohen)

CSRコンサルタント、サステナビリティ報告書
専門家、作家、ブロガー、スピーカー。
詳細情報はこちらをご覧ください：
www.b-yond.biz



共に食べる場を1世帯当たり年間70回創出など、味の素の影響を驚くべき規模と範囲で視野に入れ、責任ある企業の行動が社会のあり方を真に変えることができることを示しています。もちろん、これらの目標はすべて業務と密接に関わっており、対応するビジネス目標および財務目標に反映されます。これは非常に合理的であり、私が見た「統合された考え方」の最善例の1つです。私は味の素が本当の変化を起こすと約束したように、これらの複数年目標を達成することを願っています。

報告年度における違い

2017年のサステナビリティデータブックは、非常に詳細で150ページあります。内容は、健康、環境、そしてガバナンスに関する3つの特集記事と、味の素のサステナビリティに関する影響のほぼすべての分野にわたる詳細な報告とデータを提示しています。各セクションでは、冒頭にいくつかの重要ポイントを提示していますが、読者はこの長い文書を読むのに、かなりの時間と労力を必要とするでしょう。味の素の透明性は高く評価できますが、私は、このアプローチの効果を検討する余地があると考えています。一つ目に、報告書の冒頭に、報告年度における実際の変化と効果を短くまとめたものを掲載すれば、味の素が2017年度に実現した変化の概要として、非常に有用であるかもしれません。読者は、そこを見て自分の興味のある分野から読み始めることができるでしょう。二つ目に、古いコンテンツはすべて整理してしまってもよいかもしれません。過去数年間に繰り返し掲載されている内容がいくつかあり、これらの内容は今年度の報告書には必ずしも必要ではありません。これらの内容のため報告書が冗長になり、焦点がぼやけてわかりにくくなっています。進行中のプログラムや基本方針に大幅な進展が年度内に無かった場合、それを再び報告する必要はありません。三つ目に、外部の報告書の枠組みへの言及は、読者がこの報告書を読んで理解するのに役立ちます。「持続可能な開発目標」との間には緩やかな相関関係がありますが、それに加えて、「GRIスタンダード」、「CDプレポート」、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」やその他の枠組みも、読者が報告書を読む上で、味の素の大きな取り組みが、サステナビリティ活動と報告における世界のベストプラクティスに同調したものであると理解する手助けになります。このような枠組みが無いと、読者は味の素の貢献について比較する視点を持つことができません。

約束の実行

この数年間、味の素の進歩を見させていただき、私はこの優秀な企業がサステナビリティの約束を実行すると確信しています。2017年の報告書では、アプローチの成熟度が向上し、社会的価値が強化されていると感じました。情報開示と継続的な投資、イノベーションと情熱にもう少し重点を置くことで、味の素のサステナビリティの約束は、確かに信頼できるものとなるでしょう。

米州からの視点

ここ数年にわたって進捗をレビューしてきましたが、味の素グループ サステナビリティレポート2017でもまた機会をいただき、嬉しく光栄に思います。サステナビリティに向かう長い旅路において、味の素は数々の新たな節目にたどり着こうとしています。戦略の設定やレポートに、「国連持続可能な開発目標(SDGs)」を取り入れている点は高く評価されるでしょう。今回のコメントでは、味の素の進捗をまとめるとともに、さらなる可能性、機会、懸念事項についても考察しました。

成果

人権味の素は、「国連ビジネスと人権に関する指導原則」に従って、バリューチェーンにおける潜在リスクの特定を進めており、高く評価できます。このようなデューデリジェンスは、企業が取り組むべき重要なプロセスです。グループ内のさまざまな部門を含む人権専門委員会の設置は素晴らしいです。今後は、海外における課題にも対処する組織へと拡大することを期待します。

味の素グループ栄養ポリシー2017年に味の素グループ栄養ポリシーが制定されました。これまでに同様のものはなく、味の素グループのビジョンを明示しています。

環境本レポートで味の素は、製品ライフサイクルでフードロスを半減する、製品ライフサイクル全体でカーボンニュートラルにするといった2050年に向けた長期目標を掲げています。また、「2020年までに持続可能な調達100%を実現」することも約束しています。

責任ある消費とフードロス：フードロスの削減に向けて、「賞味期限表示の見直し」、「酵素技術の活用」、「味なエコマークの活用」の3つの重要な対策を取っています。

ソーシャルビジネス：ガーナ栄養改善プロジェクトでは、引き続き栄養不足の問題に取り組み、大きな貢献をしています。西井社長と、この「ソーシャルビジネス」の成長を支持するムハマド・ユヌス博士との対談の実施は大きな成果です。ユヌス氏同様、ガーナ栄養改善プロジェクトの拡大を期待しています。

UC Davisとの協働味の素は、酪農由来の温室効果ガス(GHG)削減に向けてCalifornia Dairy Research Foundationと共同研究を進めています。このように、複数のステークホルダーを巻き込んだ取り組みは業界全体の解決策を見出すのに有効です。2020年までにGHG排出量15%削減というカリフォルニア州の目標達成に貢献するとともに、業界の支援にもつながるでしょう。

持続可能な物流味の素は、ほかの食品企業と協働し、物流センターやトラックドライバーの共有などで国内の物流体制の効率化を図っており、高い評価に値します。その結果、GHG排出量は15%削減、1日あたりに使用するトラックの台数は18%削減されました。

評価できるコミットメント

本レポートには、重要なコミットメントがいくつか明記されています。

従業員の健康味の素は、グローバルCHO(Chief Health Officer)と各国CHOを任命することを約束しています。これは、「味の素アカデミー」の導入とともに、従業員の健康のための重要なコミットメントです。また、LGBTQのインクルージョンに向けた課題への対応も明記しています。

目標設定本レポートでは、2020年に向けて女性基幹職と経営役員の現地化の目標を設定していますが、さらなるインクルージョンの推進に向けた重要な一歩です。

さらなる可能性、機会

味の素は、「持続可能なパーム油のための円卓会議」やFSCなどサステ

デボラ・ライプツィヒ氏
(Deborah Leipziger)



『The Corporate Responsibility Code Book』著者。企業責任、サステナビリティ分野におけるアドバイザー。ハブソン大学Lewis Institute ソーシャルイノベーション シニアフェロー。

ナビリティ推進のためのさまざまな国際的な取り組みに参加しています。最初の一步としては良いですが、グローバル食品企業トップ10クラス入りを果たするにはさらなるリーダーシップの発揮が必要です。そのために、Good Growth Partnership(2017年9月発足、パーム油、牛肉、大豆などの持続可能な調達に関するパートナーシップ)への参加を推奨します。このパートナーシップは、国連開発プログラム(UNDP)、WWF、国連環境計画などが主導するものです。味の素には、この重要なグローバルイニシアチブに多大な影響を及ぼす力があります。

懸念事項

環境中南米と中国を除く主要地域すべてでCO2排出量が増えています。これは生産拡大によるものでしょうか?詳細な分析結果を明記する必要があります。

サプライチェーンにおける人権サプライヤーCSRガイドラインの文言を強化して参画を促すべきです。「お取引先の皆様には、国際社会の人権重視の流れに従い、従業員の人権を尊重し、尊厳を持って扱い、安全で快適な職場環境を確保することをお願いします。」(現状の文言)

原料に関連する健康リスク原料としてのパーム油の使用量を減らす試みはありますか?健康に良い原料でしょうか?同様に、グルタミン酸ナトリウム(MSG)の健康に対する影響に関しても議論の余地があります。

移民味の素は、世界の移民・難民の問題に対処するための枠組みを作るべきです。本レポートでは、タイで実施された移民に関するステークホルダーとのワークショップについて言及されていますが、この世界的な課題に対してさらに取り組む必要があります。

育児・介護「育児・介護へのサポート強化」を目指しているとありますが、リソースや指標の観点からはどのように考えているのでしょうか?

2020年度統合目標社会価値と財務価値を組み合わせ合わせた統合目標を記載していることでレポートに深みが増しています。しかしながら、統合目標が少し曖昧なため、より具体的に明記するとさらに良いでしょう。

GRI(Global Reporting Initiative)GRIガイドラインに従って情報開示を行い、GRIの枠組みに沿って記載した一覧を掲載することを推奨します。

CDP透明性と説明責任の向上のため、温室効果ガス排出量に関するCDP評価の開示を引き続き行うよう期待します。比較可能性と透明性確保のために大切です。また、CDPを通じた水利用の開示も必要です。

まとめ

過去4年にわたって、味の素はサステナビリティの目標達成に向けて前進してきました。成果を上げてきた背景には、官と民の両方のパートナーと連携して目標達成に取り組んできたことが挙げられます。味の素グループが、グローバルな舞台でのさらなるリーダーシップを今後どのように発揮して、サステナビリティを推進していくのかを楽しみにしています。

アジアからの視点

本レビューでは、味の素グループによるサステナビリティの取り組みをアジアの視点から評価します。

全体の印象

2013年より、味の素グループ サステナビリティレポート／サステナビリティデータブックのレビューの機会をいただき光栄に思います。年を追うごとに、明らかに進展が見られます。

今年は、2014年以降続いていた構成（主なサステナビリティの枠組みの提示、3つの特集記事、ISO26000の7つの中核主題に沿ったレポート）に加えて、最も心強い進展として、さまざまな国における活動が多く取り上げられている点が挙げられます。その一例として、味の素財団が日本以外のタイやペルー、ブラジルで設立されています。さらに、味の素グループウェブサイトの品質保証活動のページに、日本語、英語、タイ語の他、ベトナム語とインドネシア語が新たに加わり、ポルトガル語などの言語も加わる予定です。また、ブラジルやタイ、インドネシア、ベトナムなどにある海外の子会社でも、すでに各社のお客さま相談センターを設置しています。このことは、「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」を目指し、2020年までにグローバル食品企業トップ10入りを目指すグループの真摯な姿勢を表しています。もう一つ高く評価できる点は、作業員の事故や法律違反の事例、環境に関わる事故など、ポジティブでない情報の開示です。

一方、150ページにおよぶデータブックで繰り返し多く見られました。特に、特集で紹介されている事例が、ISO26000の中核主題に沿った形で再度詳述されています。具体的な例として、ベトナム学校給食プロジェクトとカツオ生態調査が挙げられます。

味の素グループによるサステナビリティの優れた取り組み

マテリアリティ:2017年に味の素グループがマテリアリティ項目を見直し、各項目の重要度の再検討や、新たな社会動向を踏まえた項目の追加、表現の変更など、部分的に大幅な更新を行ったのは、非常に素晴らしい動きです。

環境長期ビジョン:2016年のデータブックでは明記されておらず、思い切った行動です。このビジョンには、2020年度までに持続可能なパーム油の100%調達を目指すという目標も含まれます。その目標達成を課題のひとつとしつつも、その動きを先導していくことをコミットメントとして示している事実を踏まえると、この点はとりわけ高く評価できます。

フードロス削減の取り組み:日本人は世界で最も要求が多い消費者と数えられ、食品小売業界において賞味期限が常に課題になっていることを考えると、味の素(株)で2011年から「賞味期限の年月表示化」や「賞味期限の延長」に取り組み、フードロス削減に努めている点は高く評価できます。

コーポレート・ガバナンス:味の素グループのコーポレート・ガバナンスについて、体制や構成のほか、詳細な説明が記載されており、高く評価できます。なぜなら、開発途上段階にある国も含めて、アジアの多くの国では、世界的動向にならって、ステークホルダーがコーポレート・ガバナンスに一層注目するようになっているためです。同様に政府法定機関もますます重点を置くようになってきており、上場企業に対してコーポレート・ガバナンスに関する規則や規制を厳格化しています。

味の素グループ行動規範(AGP):実践的な価値が少ない包括的な枠組みのままとするのではなく、グループの全従業員が日々理解し実践すべき行動の在り方を示したものととしてAGPが再定義された点は高く評価できます。さらに、AGPに基づいて「味の素グループ購買基本方針」を規定

ウオン ライヨン氏
(黄麗容)



CSRコンサルタントとして、多国籍企業の事業への深い理解、グローバル課題・社会課題への経験に基づいた専門性、5カ国語を扱う語学力を活かし、アジア各地で企業や教育機関に対して効果的なCSR活動の助言をしている。また、社会的責任の能力開発のための革新的な教育プログラムを提供する社会的企業であるFirst Penguinを設立。マレーシア理科大学産業コミュニティエンゲージメントアドバイザーや長田広告株式会社CSRアドバイザーを務めるなど、アジア各地のコミュニティ開発に従事している。さらに、ペナングリーンカウンシルより組織委員会として任命を受け、ペナン州における環境教育施設の設置に取り組んでいる。慶応大学大学院経営管理研究科経営学修士、横浜国立大学経営学博士号取得。2016年、内閣府による「アジア・太平洋輝く女性」の1人に出選された。

していますが、大企業で一般的に定められているものに比べ、より明確なビジョンを持ったものとなっています。この取り組みは、味の素グループが「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」となるべく真摯に取り組んでいる姿勢をはっきりと表しています。

海外における環境面での成果:日本以外のブラジルや香港、ベトナムといった海外の事業所が、「優良事業所」として社内の環境賞を受賞している点は、とても素晴らしいと思います。味の素グループの環境の取り組みが海外の事業所でも実践されていることの表れです。2016年度のグループのCO2排出量原単位は前年横ばいではあったものの、タイやベトナム、ブラジルの工場で再生可能エネルギーを生産するバイオマスボイラーを導入している点も非常に素晴らしいと思います。

戦略的でインパクトが大きい地域貢献プロジェクト:ベトナムの学校給食プロジェクトは、味の素グループが「21世紀の人類社会の課題」として取り組む3つの課題のうちの一つ「健康なこころから」に直結しています。プロジェクトの詳細な説明から、年を追うごとに少しずつ進展し、ベトナムにインパクトがもたらされ、日本の高度な知識やトレンドが取り入れられてきたことが分かります。

経済価値と環境価値のバランス:味の素グループで培われてきた知識と技術を活用して環境負荷を削減する一方で、アミノ酸を活用して商品化された飼料、副産物廃活性炭などは経済的な成果ももたらしています。これは、企業の社会的責任(CSR)がまだ寄付や資金支援であると一般的に考えられていて、石油・ガスやプランテーションなど環境負荷の大きい業界を除いて「持続可能性(サステナビリティ)」という表現に触れることがめったにない多くのアジアの企業にとって模範的なモデルです。

改善に向けた提案

ダイバーシティ:本データブックで取り上げられているマテリアリティに関するフィードバックに参加した社外ステークホルダーは皆日本を拠点としていることが明白です。本データブックは日本で編集され、日本語を原語として書かれているため無理もないと思いますが、味の素グループが確かなグローバルカンパニーを目指していて、世界各地に読者(ステークホルダー)がいることが想定されることから、日本以外の社外ステークホルダーの声を掲載することを強く推奨します。グループが世界各地で協働しているNGOの声を取り上げることですぐに始められます。また、マテリアリティ項目の調査(8ページ)に参加した社外有識者56名の地域を明示して、味の素グループが目指すダイバーシティ達成に向けた取り組みを反映させることも提案します。(私もこの調査に参加しているように、日本を拠点とする有識者のみを対象とした調査ではありません)

従業員に対するコーポレート・ガバナンスとコンプライアンス意識向上の取り組み:コンプライアンス教育や「ホットライン」、AGPに関する意識調査、情報セキュリティの徹底など、コーポレート・ガバナンスやコンプライアンスに関する取り組みは、ほとんどが味の素(株)と日本国内のグループ会社に集中しているという印象を受けます。味の素グループが、まだ開発途上段階にある多くの国で事業を行っていることを考えると、今後のデータブックでは、そのような国の従業員のコーポレート・ガバナンスやコンプライアンスに対する意識を向上する取り組みについて記載されると良いでしょう。現在日本について取り上げている事例以外に、コンプライアンス教育に関するポスターやデータ、記載があれば、さらに多くの海外の読者の目を惹くと思います。

グローバルなCSR活動体制:体制図では、「海外地域本部」は「グローバルコミュニケーション部CSRグループ」の指揮命令下に置かれていることが明示されています。味の素グループは「確かなグローバル・スペシャリティ・カンパニー」となることを真摯に目指していることから、グループ全体の組織(海外の子会社も含む)を対象として、社会貢献方針などのCSRに関係する方針／指針、研修に関するより多くの情報を本データブックで開示することを提案します(アジアの開発途上国ではまだ、CSRは大企業が慈善事業に対して行う寄付や資金支援と同じだと社会で広く認識されています)。

汚職の防止:「味の素グループ贈賄防止ポリシー」を作成して、味の素グループの贈賄に対する姿勢を強化したのは歓迎される動きですが、日本で実施されているような定期的な研修を、リスクが高い国でも同様に実施することを強く推奨します。もし実施されているのであれば、その情報を開示すべきでしょう。なぜなら、アジアの開発途上国の多くでは、いまだに「汚職は経済の潤滑剤」というのが社会通念だからです。

人権:人権課題に関してステークホルダーとの対話を継続的に行っている点は高く評価できます。一方で、その対話で得られた見識に基づく行動について記載すれば、より多くのアジアの読者の関心を惹くのではないのでしょうか。アジアの開発途上国の多くでは、人権課題はますます広がり、解決に至っておらず、一層関心が高まっています。

Eat Well, Live Well.
AJINOMOTO®



お問い合わせ先
味の素株式会社 グローバルコミュニケーション部
〒104-8315 東京都中央区京橋一丁目15番1号
TEL 03-5250-8165
FAX 03-5250-8314
E-mail : csr_info@ajinomoto.com
URL : <https://www.ajinomoto.com/jp/activity/>

「アジパンダ®」は味の素株式会社のキャラクターです。