

# 消費者志向自主宣言・フォローアップ (2021年度版)

取り組み方針	主な取り組み実績 (2020年度、一部2021年度を含む)	参考資料 (IR：統合報告書2021) (SDB：サステナビリティデータブック2021)
<b>1) お客様起点で考える企業風土の醸成と、ガバナンス体制の確保</b>		
経営のリーダーシップによりお客様起点で考える企業風土を醸成し、従業員への浸透を図ります	個人とチームが共成長しながら、お客様起点の問題解決と付加価値創出のために全てのオペレーションを徹底的に磨き上げるオペレーショナルエクセレンス（OE）の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR：<a href="#">P47～48</a>・<a href="#">P57～58</a></li> <li>SDB：<a href="#">P61</a>・<a href="#">P130</a></li> </ul>
お客様や社会の要望を企業活動に活かすことのできるガバナンス体制を確保します	「ステークホルダーの意見を反映させる適切な執行の監督」と「スピード感のある業務執行」を両立させる、実効的なコーポレートガバナンス体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR：<a href="#">P79～91</a></li> <li>SDB：<a href="#">P111</a></li> <li><a href="#">コーポレートガバナンスに関する基本方針</a></li> </ul>
	サステナビリティの観点で企業価値向上を追求するためのサステナビリティ推進体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR：<a href="#">P21～23</a></li> <li>SDB：<a href="#">P3～4</a></li> </ul>
<b>2) お客様にとってわかりやすく安心できる情報の提供</b>		
お客様への情報提供においては、全てのお客様への配慮を欠かさず、責任ある活動を行います	"ICC Framework for Responsible Food and Beverage Marketing Communications"※を踏まえた「マーケティングコミュニケーションに関するグループポリシー」の改定 ※ International Chamber of Commerce (ICC) が制定している、マーケティングコミュニケーションの国際標準とされるフレームワーク	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDB：<a href="#">P46</a></li> <li><a href="#">マーケティングコミュニケーションに関するグループポリシー</a></li> </ul>
	新常態下の生活者とのコミュニケーションに関する取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDB：<a href="#">P43～44</a>・<a href="#">P46</a></li> </ul>
お客様が知りたい情報やお客様の選択・使用に有益な情報を、製品にわかりやすく表示するよう努めます	法規改正に伴う、味の素グループ独自の品質保証システム「ASQUA（アスカ）」における「商品表示基準」「食品包材の安全衛生基準」の改定	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDB：<a href="#">P47～54</a></li> <li><a href="#">味の素グループの品質保証</a></li> </ul>
	MSGに関する正しい理解を促進するための国内外の活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDB：<a href="#">P55～57</a></li> <li><a href="#">"Know MSG"</a></li> </ul>
	製品の環境配慮に関する独自の環境マークの表示および関連するホームページのリニューアル	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDB：<a href="#">P92</a>・<a href="#">P96</a></li> <li><a href="#">「味なエコ」マーク</a></li> </ul>
ホームページ等で、企業情報・製品情報に加え、品質・栄養等に関するさまざまな取り組みについて公開します	栄養へのアプローチ実現のための情報提供（WEBサイトにおける栄養・健康コンテンツの充実化） ホームページ上のコンテンツ「ストーリー」を通じた理解・共感の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>IR：<a href="#">P36</a></li> <li>SDB：<a href="#">P25～36</a></li> <li><a href="#">栄養・健康コンテンツ</a></li> <li><a href="#">ストーリー</a></li> </ul>
	食と健康に関するリスクコミュニケーションの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDB：<a href="#">P55～57</a></li> </ul>

<p>ホームページ等で、企業情報・製品情報に加え、品質・栄養等に関するさまざまな取り組みについて公開します</p>	<p>新型コロナウイルス感染防止に関する取り組みの発信</p>	<p>・SDB：<a href="#">P43～44</a>・<a href="#">P46</a></p>
<p><b>3) お客様の声の反映</b></p>		
<p>お客様との双方向コミュニケーションに努めます</p>	<p>お客様相談窓口での「お客様の声」件数：国内3社 37,471件、品質クレーム対応時の満足度アンケートにおける「ご提起時の対応に満足」の回答96%</p>	<p>・SDB：<a href="#">P53～54</a></p>
	<p>家庭でのフードロス削減のために役立つ情報や学習プログラムの提供、オンライン料理イベントの開催</p>	<p>・SDB：<a href="#">P96</a>          ・<a href="#">食卓から始めるエコライフ</a>          ・<a href="#">AJINOMOTO PARK「サルベージクッキング」イベントレポート</a></p>
	<p>工場見学や出前授業を通じたコミュニケーションの推進（リモート含む）</p>	<p>・<a href="#">工場見学</a>          ・<a href="#">出前授業</a></p>
<p>お客様や社会の要望を受け止め、社内で共有し、製品やサービスの開発・改善を行います</p>	<p>多様化するライフスタイルや食へのニーズに応える製品・サービスの提供、新型コロナウイルス感染拡大によるライフスタイル変化への対応</p>	<p>・SDB：<a href="#">P41～46</a></p>
	<p>製品の栄養価値を可視化し、継続的な改善につなげるための基盤となる栄養プロファイリングシステム（ANPS）の導入（2021年3月時点の評価対象：7カ国、9法人の製品約500品種）</p>	<p>・IR：<a href="#">P36</a>          ・SDB：<a href="#">P27</a>          ・<a href="#">栄養プロファイリングシステム（ANPS）</a></p>
	<p>お客様の声を反映させる仕組みのグループ会社への展開（新規に台湾・韓国）</p>	<p>・SDB：<a href="#">P53</a></p>
	<p>お客様の声を反映し改善した製品の発売（ワンタッチ瓶タイプの顆粒調味料「中華あじ」、「丸鶏がらスープ」&lt;55g瓶&gt;等）</p>	<p>・SDB：<a href="#">P53</a></p>
<p><b>4) 事業を通じた社会課題の解決（ASV※の実践）</b> ※ Ajinomoto Group Shared Value</p>		
<p>現在のお客様、そして未来のお客様のために、地域・地球と共生し、事業を通じた社会課題の解決（「健康なこころとからだ」「循環型社会」「多様で豊かな社会」）、持続可能な社会の実現に貢献します</p>	<p>食と健康の課題解決への貢献（行政・流通・メディア・栄養士会等との連携による、日本各地域の生活者の健康栄養課題の解決への取り組み）          「Smart Salt（スマ塩）」・「ラブベジ®」・「勝ち飯®」・「アミノインデックス®」・「amino ステップ™」</p>	<p>・IR：<a href="#">P61</a>          ・SDB：<a href="#">P20～40</a></p>
	<p>味の素グループの「栄養コミットメント」の策定</p>	<p>・IR：<a href="#">P35～36</a>          ・<a href="#">味の素グループの「栄養コミットメント」</a></p>
	<p>2030年までに環境負荷50%削減に向けた取り組み</p>	<p>・IR：<a href="#">P33～35</a>          ・SDB：<a href="#">P68～110</a></p>
	<p>多様で豊かな社会の実現に向けた体制整備と施策の実行（ダイバーシティ&amp;インクルージョン、人権デュー・デリジェンスの実施、アニマルウェルフェアに関する方針策定と社会との対話等）</p>	<p>・IR：<a href="#">P60</a>          ・SDB：<a href="#">P58～67</a>・<a href="#">P102～105</a></p>