

目次

サステナビリティの方針と体制

CEOメッセージ	P002
サステナビリティ担当役員メッセージ	P003
味の素グループビジョン	P004
マテリアリティ	
味の素グループにとっての重要な項目 (マテリアリティ) の特定プロセス	P007
マテリアリティ関係図	P008
味の素グループにとっての 重要な事項 (マテリアリティ)	P009
ESG・サステナビリティに関する体制	P016
ステークホルダーとの対話・連携	
ステークホルダーエンゲージメント	P018
社外ステークホルダーからの期待と提言	P019

2022年度の活動報告 P023

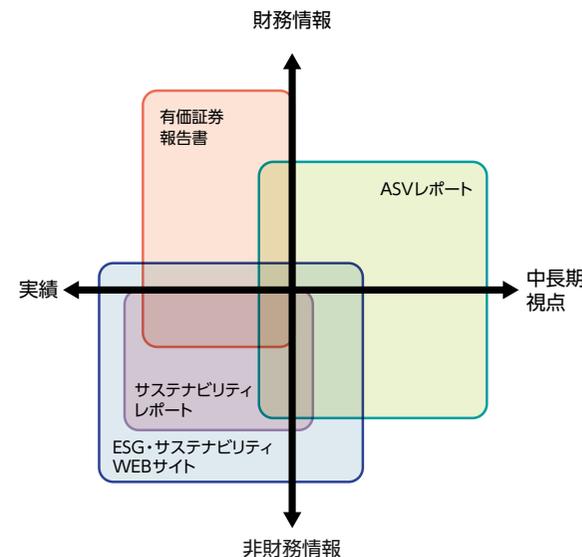
主要な取り組みと進捗	P024
10億人の健康寿命を延伸	P027
環境負荷を50%削減	P044
社会	P087
ガバナンス	P119

編集方針

GRI2-2, GRI2-3

今年から名称を従来の「サステナビリティデータブック」から「サステナビリティレポート」に変更しました。「サステナビリティレポート」は、味の素グループのサステナビリティの考え方や取り組みについて、健康・栄養、環境 (E)、社会 (S)、ガバナンス (G) の観点から、数値データと共にお伝えするレポートです。「ASVレポート」(統合報告書)と併せて、サステナブルな価値創造に向けた味の素グループの姿を、株主・投資家の皆様をはじめとする全てのステークホルダーの皆様にご理解いただければ幸いです。本レポートはGRIスタンダードに準拠しています。

関連資料体系図



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 (2023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

2022年度 (2022年4月～2023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。

より詳細な情報に関しては、当社WEBサイトに掲載しています。

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/activity/>

ステークホルダーの皆様へ

GRI2-22



取締役
代表執行役社長
最高経営責任者

藤江太郎

私たち味の素グループは、アミノ酸の研究を起点として、アミノサイエンス[®]を軸に成長してきました。1908年に「日本人の栄養状態を改善したい」と願っていた池田菊苗博士が発見した「うま味」を、1909年に創業者・鈴木三郎助が「味の素[®]」として製品化したことからその歴史が始まりました。この創業時の「おいしく食べて健康づくり」という志は、100年以上経過した現在も、社会課題を解決しながら社会価値と経済価値の共創を目指す取り組みであるASV (Ajinomoto Group Creating Shared Value) として受け継がれています。

昨今の、変化が非常に激しく予測が難しい事業環境下においては、私たちが拠り所とする志（パーパス）がますます重要になっています。このたび、味の素グループの「志」

を、従来の「アミノ酸のはたらきで食と健康の課題を解決」のその先を見つめ、「アミノサイエンス[®]で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」へと進化させました。この志には、経営層の思いだけでなく、当社グループの従業員から自発的に生まれた思いや、サステナビリティ諮問会議等をはじめとするマルチステークホルダーの皆様の期待に応えていくという決意が込められています。志の進化に伴い、私たちの経営理念である“Our Philosophy”についても進化をさせました。

▶ Our Philosophy

当社グループは、長期的なサステナビリティの課題やサステナブルな価値創造を追求していくため、2021年4月

にサステナビリティ諮問会議を設置し、ありたい姿の実現や長期の企業価値向上に向けて、様々なステークホルダーの皆様と対話を重ねてきました。そして、長期視点で当社グループが取り組むべき重要事項（マテリアリティ）を設定しました。今後、具体的な取り組みやKPI等を経営戦略に盛り込み、測定・開示しながら、ステークホルダーの皆様と対話を重ねてまいります。そして、2030年に向けて、フードシステムでつながる健康栄養課題の解決と環境への貢献にセットで取り組み、「10億人の健康寿命を延伸」と「環境負荷を50%削減」の2つのアウトカムを実現していきます。

私たちのコーポレートスローガンである“Eat Well, Live Well.”には、世界各地にさらなるおいしさをお届けするのはもちろん、毎日の食事を通じた健康づくりへの科学的取り組みや、アミノサイエンス[®]により人類が直面する食糧・医療・環境問題の解決、スマート社会の実現にも貢献していきたいという当社グループの決意が込められています。食と健康の課題解決のその先へ、アミノサイエンス[®]により人・社会・地球のWell-beingへ貢献し、“Eat Well, Live Well.”を実現していくために、これからも、従業員一人ひとりの心の底から生まれる「熱意」と、「志」を共有していただけるマルチステークホルダーの皆様の共感を原動力とし、ASV実現に邁進し、飛躍的かつ継続的な企業価値向上に努めてまいります。

※ アミノ酸のはたらきに徹底的にこだわった研究プロセスや実装化プロセスから得られる多様な素材・機能・技術・サービスの総称。また、それらを社会課題の解決やWell-beingへの貢献につなげる、味の素グループ独自の科学的アプローチ。

アミノサイエンス®でWell-being に貢献

GRI2-22



執行役常務
サステナビリティ・コミュニケーション担当

森島千佳

味の素グループは、事業を通じて社会価値と経済価値の共創に取り組むASV (Ajinomoto Group Creating Shared Value) 経営を基本方針としており、経営のベースにサステナビリティを組み込んでいます。つまりサステナビリティは事業が考慮しなければならないテーマの一つではなく、経営や事業のベースに組み込むべきものとして位置付けています。

2023年2月に当社グループにとって重要な事項〈マテリアリティ〉を刷新しました。これは2050年を見据えた長期視点およびマルチステークホルダー視点で当社グループが持続的に価値を創造していくにあたって必要な能力、重要な視点、価値を整理したものになっています。

同じく2023年2月に、当社グループは志(パーパス)を「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献

する」に進化させました。パーパスとマテリアリティは密接につながっており、マテリアリティに紐づく取り組みは、まさにパーパス実現に向けたASVの取り組みであるといえます。

パーパスの実現に向けて、2030年までに達成すべき2つのアウトカムとして「10億人の健康寿命を延伸」と「環境負荷を50%削減」を掲げ、取り組みを推進しています。この健康寿命延伸に向けた健康栄養の取り組みと環境負荷削減の取り組みはフードシステムによってつながっているものと捉えています。両者に一緒に取り組むことで持続可能で強靱なフードシステムの構築に貢献していきます。

栄養改善においては、「妥協なき栄養」という独自のアプローチで、減塩や多様なたんぱく質の摂取、栄養バランス

の良い食事の提供を目指しています。また、メニューや献立全体で栄養を考える日本の栄養改善の強みをグローバルな栄養課題の解決につなげていくべく、行政のプロジェクトへの参画や国際機関とのエンゲージメントを精力的に行っています。

環境負荷削減においては、2050年に温室効果ガス排出のネットゼロ実現を目指して取り組むと共に、プラスチック廃棄物ゼロ化、フードロス削減、持続可能な原材料調達、水使用量削減および生物多様性の保全に、事業部門・海外法人・事業所メンバーが参画するサステナビリティ委員会傘下の各タスクフォースで取り組んでいます。

サステナビリティの取り組みテーマは各々が相互に影響を与え合うので、ホリスティックなアプローチが必要であり、当社グループの強みであるアミノサイエンス®を活かした当社グループらしい取り組みで人・社会・地球のWell-beingに貢献したいと考えています。例えば、当社グループの中核技術であるアミノ酸発酵においては、40年以上前からアミノ酸抽出後の栄養豊富な副産物(コプロ)を肥料や飼料としてほぼ100%活用してきており、コプロを発展させたバイオスティミュラント事業の展開も強化しています。またアミノ酸を活用した飼料事業においても酪農におけるGHG(メタン)排出削減の取り組みをインパクトある形に進化させてきています。これらはまさに味の素グループらしいフードシステムへの貢献といえます。これからも当社グループの強みであるアミノサイエンス®を最大限に活用し、環境負荷の削減、さらには環境へのポジティブな貢献を目指していきます。

味の素グループビジョン

Our Philosophy

考え方

GRI2-23

味の素グループは、創業以来一貫して事業を通じた社会課題の解決に取り組み、社会課題を解決しながら経済価値も創造し、成長につなげてきました。

この取り組みをASV (Ajinomoto Group Creating Shared Value) と称し、ASVを志 (パーパス) を実現するための中核として位置付けています。

2023年2月、味の素グループの志 (パーパス) を従来の「アミノ酸のはたらきで食と健康の課題解決」から「アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献する」へと進化させました。味の素グループならではの強みであるアミノサイエンス®を活かし、食と健康の課題解決だけでなく、その先にあるWell-beingへも貢献したいという思いをこの新しい志に込めています。そして、志の進化に伴い、“Our Philosophy”をより簡潔かつ明確に整理し進化をさせました。

[▶ Our Philosophy](#)

コーポレートスローガン Eat Well, Live Well.



味の素グループビジョン

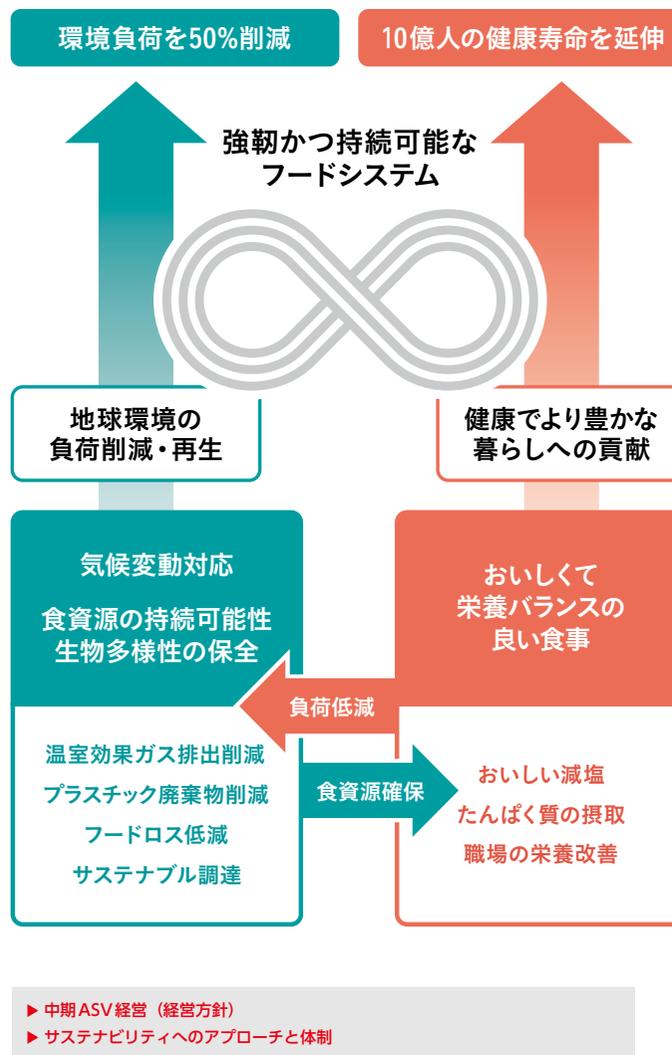
2030年 味の素グループのありたい姿

2030年アウトカム実現に向けた
サステナビリティの考え方

味の素グループがアミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献するためには、2030年までにフードシステムでつながる2つのアウトカムである「10億人の健康寿命を延伸」と「環境負荷を50%削減」を両立して実現することが必要と考えています。

味の素グループの事業は、健全なフードシステム※、つまり安定した食資源と、それを支える豊かな地球環境の上に成り立っています。一方で、事業を通じて環境に大きな負荷もかけています。地球環境が限界を迎えつつある現在、その再生に向けた対策は当社グループの事業にとって喫緊の課題です。気候変動対応、食資源の持続可能性の確保、生物多様性の保全といった「環境負荷削減」によって初めて「健康寿命の延伸」に向けた健康でより豊かな暮らしへの取り組みが持続的に実現できると考えています。味の素グループは事業を通じて、おいしくて栄養バランスの良い食生活に役立つ製品・サービスを提供するとともに、温室効果ガス、プラスチック廃棄物、フードロス等による環境負荷の削減をより一層推進し、また、資源循環型アミノ酸発酵生産の仕組み（バイオサイクル）を活用することで、強靱で持続可能なフードシステムと地球環境の再生に貢献していきます。さらに、味の素グループの強みであるアミノサイエンス®を最大限に活用し、イノベーションとエコシステムの構築により、フードシステムを変革していきたいと考えています。

※ 食料の生産、加工、輸送及び消費に関わる一連の活動



味の素グループビジョン

アミノサイエンス®

考え方

「アミノサイエンス®」とは、アミノ酸のはたらきに徹底的にこだわった研究プロセスや実装化プロセスから得られる多様な素材・機能・技術・サービスの総称です。また、それらを社会課題の解決やWell-beingへの貢献につなげる、味の素グループ独自の科学的アプローチのことを指します。これは、他企業が容易には真似できない、味の素グループの競争優位の源泉の一つです。

▶ アミノサイエンス®

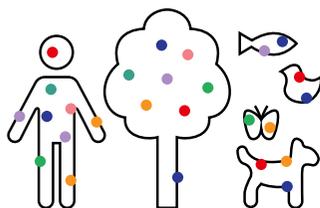
▶ ASVレポート2023（統合報告書）P006

アミノ酸

すべての生きものの
カラダをつくる
基本物質

カラダのさまざまな
機能を担う

 アミノ酸



アミノ酸のはたらき

呈味機能
おいしくする

栄養機能
栄養を届ける

生理機能
体の調子を整える

反応性
新たな機能を生み出す

価値の創出

味の素グループの事業活動

食品系事業

アミノサイエンス®を
調味料・食品、冷凍食品に
活かした事業展開
(例：おいしさ設計技術®)

アミノサイエンス系事業

アミノサイエンス®を
ヘルスケア等に
活かした事業

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）の特定プロセス

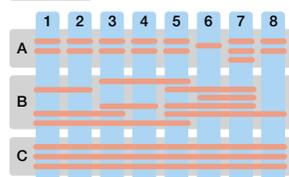
GRI3-1

味の素グループでは、2050年を見据えたマクロ環境の変化を踏まえ、ASVを通じた短中長期の価値創造能力に実質的な影響を及ぼす重要な事項（マテリアリティ）を特定しています。マテリアリティから機会・リスクを抽出し、重要度・優先度を明確にして、事業活動を展開しています。



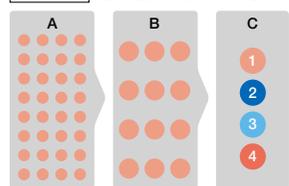
業務執行側で考える2030年、その先の未来についてサステナビリティ諮問会議へインプットし、各分野を代表する社外有識者、重要な分野で卓越した知識と視野を持つ社外の専門家をメンバーに含むサステナビリティ諮問会議での議論、フィードバックのプロセスを経て、取締役会で検討し、2023年2月に承認しました。

STEP1 課題／機会の抽出



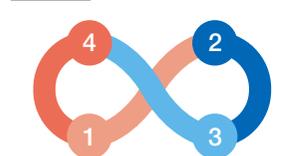
第一期サステナビリティ諮問会議のメンバーが、それぞれの立場を代表して重要な28の課題／機会を抽出しました。

STEP2 課題／機会の分類



課題／機会はより高次の12の要件にグループ化された後、さらに4つのドメインに分類されました。

STEP3 つながりの整理



変革とイノベーションを持続的に実現していくプロセスとして、それぞれの課題／機会のつながりを整理しました。こうした独自の整理の仕方によって、課題の整理にとどまらず、長期視点の取り組み方も示しています。

▶ 第一期サステナビリティ諮問会議 取締役会への答申

次ページで詳細を掲載

マテリアリティ関係図

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）は、味の素グループが長期にわたり持続的に社会価値と経済価値を共創し続けるための重要な事項です。

下の図は、長期視点で企業価値を上げていくための重要な事項とそのつながりを整理した「マテリアリティ関係図」です。

アミノサイエンス®の力や可能性（Scientific Possibilities）と、人・社会・地球のWell-beingに貢献するストーリーの力（Story of Well-being）を結び付けてこのサイクルを回すことで、サステナブルに成長していくという考え方を示しています。①共創力を磨き、②生活者視点をもって③Well-beingを実現し、事業活動を通じて、④共創された価値を還元していきます。

そしてこれらをつなぐ環は、インフィニティ（永遠）を象徴しており、①から④をつなげて回し続けることで、サステナブルに社会価値と経済価値を共創し続けるという意味を含んでいます。



味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ） GR13-2

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）は、経営や従業員の思いや、様々なステークホルダーからの期待が反映されるプロセスで策定しています。事業戦略にも密接に関わり、志（パーパス）そして現場の取り組みと深くつながっています。志（パーパス）の実現に向けて、マテリアリティに紐づいた「取り組み」「目標・KPI」「リスク・機会」を整理、策定しました。今後、味の素グループのASV経営に実装し、取り組んでいきます。

コーポレートスローガン
Eat Well, Live Well.



アミノサイエンス®によるWell-being

4. 価値共創 (ASV)

- 4.1 Living well 健康寿命
- 4.2 Co-wellbeing コー・ウェルビーイング
- 4.3 Value creating solutions ソリューションによる価値創造

1. 共創力

- 1.1 Transformative innovation capability 変革能力
- 1.2 Transparent & objective 透明性・客観性
- 1.3 Constructive engagement for co-creation 共同力



2. 生活者視点

- 2.1 Holistic & inclusive perspective ホリスティック&インクルーシブ視点
- 2.2 Local community perspective 地域コミュニティ視点
- 2.3 Future generation perspective 未来世代の視点

3. ウェルビーイング

- 3.1 Human wellbeing ヒューマン・ウェルビーイング
- 3.2 Community wellbeing コミュニティ・ウェルビーイング
- 3.3 Planetary wellbeing 地球のウェルビーイング

14の主要なリスクと機会

主要な取り組みとKPI

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）、それに基づくリスク・機会を踏まえた志を実現するための「取り組み・KPI」

マテリアリティ

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ：12の要件とその解説）

重要な事項 (マテリアリティ：12の要件)	解説
1.1 変革能力	フードシステムの質や、レジリエンス、サステナビリティを高めるイノベーションを促進する、「アミノサイエンス®」（バイオサイエンスを含む）の深化と応用。
1.2 透明性・客観性	社会・環境課題のソリューション推進に不可欠なガバナンス体制を進化させ、社会価値・経済価値の創出を評価・測定するためのスタンダードづくりに積極的に参画する。
1.3 共同力	グローバルな知のプラットフォームに組み込まれた地域の資産、資源を効率的に活用できる誠実なプラットフォーマーとして、地域社会の長期的な発展を総合的（ホリスティック）に促進。
2.1 ホリスティック&インクルーシブ視点	個人それぞれの主観的ウェルビーイングを向上するための、生活者視点を起点とするR&D能力の向上。
2.2 地域コミュニティ視点	現地の文化や価値観への理解と尊重に基づき、地域の権利を尊重し、権益を促進するような食製品、生産の推進。
2.3 未来世代の視点	将来の人口動態におけるライフステージ課題を理解し、長期的な健康に対する意識を高め、栄養をベースとしたソリューションを通じて、より良いライフスタイルに貢献する。
3.1 ヒューマン・ウェルビーイング	短期的・長期的な事業活動を通じた、権利としてのヒューマンウェルビーイングの推進・支援。
3.2 コミュニティ・ウェルビーイング	ライフとワークの両面において、個人がやりがいと充実感を得られるよう、個人のウェルビーイングを促進・支援する。
3.3 地球のウェルビーイング	地球全体のサステナビリティが確保できる食の入手可能性、アクセス、利用を促進する。
4.1 健幸寿命	現在および将来世代が、トレードオフや妥協に陥らず、自身の健康的なライフスタイルを表現し、共創し、実現できるようにエンパワーする。
4.2 コー・ウェルビーイング	地域、資源、能力の違いに関わらず、人々のウェルビーイングを促進するような価値を創造・共有するバリューチェーンにより、サステナブルなビジネスモデルを創造する。
4.3 ソリューションによる価値創造	事業のコアコンピタンスを活用し、リジェネラティブ（再生可能）なフードシステムおよび社会を実現する広がりのあるソリューションを共創する。

マテリアリティ

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）に関わるリスクと機会

		主要なリスクと機会（○機会 ●リスク）	関連するマテリアリティ要件
No.1	アミノサイエンス®	○味の素グループの強みであるアミノサイエンス®を活かした事業成長の機会、および市場におけるモダリティの進化を先取りしアミノサイエンス®で貢献する機会 ●アミノサイエンス®だけでは市場におけるモダリティの進化に対応し切れないリスク	1.1
No.2	ブランド	●MSGや甘味料に関するネガティブ情報が拡散され、コーポレートブランドが棄損されるリスク ○地域に根付く強いブランド力を活かした事業成長の機会	1.2
No.3	人財	●人財の需給imbalanceにより、イノベーションや事業活動に必要な人財が確保できないというリスク ○当社の志に共感して集う人財が、“多様性”と“挑戦”にフォーカスした積極的な人財投資のもと、共創価値をスケールするという機会	1.1 2.1 3.1 3.2 4.3
No.4	非財務データの収集・定量化	○技術革新により、従来測定・分析できなかった非財務データの収集が可能になり、機会を評価できる定量化メソッド開発へと貢献し、効果的なスタンダード作りと展開に参加しやすくなるという機会 ●社会価値の評価・測定の水準（社会要請）の高まりに対応が遅れ、事業機会を逃すリスク	1.2
No.5	SDGs ネイティブ世代の台頭、SNS普及、未来志向	●若者に見放され事業成長が抑制されるリスクや「おいしさ」が食の重要な要素ではなくなるリスク ○フードシステム上に存在する他企業・機関とのサステナブルなソリューション共創の機運が高まり、リジェネラティブなフードシステム実現のためのエコシステム構築が容易になるという機会	2.3 3.3 4.3
No.6	気候変動、資源枯渇	●気候変動の環境影響や動物資源枯渇課題（プロテインクライシス等）の顕在化により地球全体のサステナビリティが確保できなくなり、原材料の調達ならびに生活者への食の提供、事業継続が困難になるというリスク、およびリジェネラティブなフードシステムの実現が困難になるというリスク	1.3 3.1 3.3 4.1 4.3
No.7	技術革新（フード・農業・環境・デジタル分野）	○リジェネラティブなフードシステムを実現するソリューションの選択肢の幅が広がるという機会、高栄養価の農作物など健康的なライフスタイルに資する技術が普及するという機会、またデジタル化やAI技術導入により広範囲にバリューチェーンを形成しやすくなるという機会 ●食を取り巻くテクノロジーの進化（調理自動化、培養肉など）への対応遅れが事業成長を抑制したり事業機会を損失するリスク	1.2 2.3 3.2 3.3 4.1 4.2 4.3
No.8	サステナビリティ消費・習慣	●サステナビリティ消費・習慣の一般化により、サステナビリティに関する取り組みが経済価値に転嫁できず投資・コストを吸収できないリスクや日々進化を続けるサステナビリティやグリーン化に係る技術が先行し、地域によって生活者や社会の受容性に遅れが生じるリスク	1.1 2.1 2.2 3.1 3.2 3.3 4.3
No.9	人口増加、途上国への資本流入	○世界人口増加や公的機関による途上国への資本の流入の促進により健康・栄養をベースにしたソリューションの需要が高まるという機会やヘルスケア市場が大きく拡大する機会、新興国も含めたソリューション共創が促進される機会	2.3 4.1 4.2 4.3
No.10	法規制	●法規制の整備や一部地域で再生可能エネルギーの選択肢を選ばず事業継続が困難となるリスク ○フードシステムのレジリエンス向上に関連する法規制に適切に対応することで生まれる事業機会	1.1 1.3 3.1 3.3 4.2
No.11	ガバナンス	●コンプライアンス違反や品質・安全管理の不備等により基盤リスクマネジメントが疎かになることによる事業継続リスク ○当社らしい安全・品質・環境マネジメント活動の継続によりステークホルダーからの信頼が蓄積されることで生まれる機会	1.2 2.2 3.1
No.12	パンデミック、紛争	●パンデミックやウクライナ侵攻等に伴う物資の不足によりイノベーションの推進や事業活動が困難となるリスク、および紛争・貿易戦争等により国をまたぐ情報共有が制限され、全社および事業戦略の浸透や開発が滞るリスク	1.1 1.3 2.2 3.1 3.2 4.1 4.2 4.3
No.13	テロリズム・クーデター	●テロリズム・クーデターにより現地幹部・駐在員が拘束されるリスクや特定国の事業活動が継続できなくなるリスク	1.1 1.3 2.2 4.2
No.14	ITセキュリティ、知的財産	●ナレッジマネジメントの不備や急速な技術革新により戦略・重要機密などが漏洩・紛失されるリスクやサイバー犯罪のターゲットとなりセキュリティが脆弱化するリスク ○グローバル視点での知的財産ポートフォリオの構築をはじめとする知的財産戦略の強化により、さらなる競争優位性と事業成長を後押しする機会	1.1 1.2

マテリアリティ

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）に関わる主要な取り組みとKPI

マテリアリティ	取り組み	期待される到達度（目標・KPI*）	リスク・機会対応	
「人の（ヒューマン・ウェルビーイング）」 (3.1)	2.3 未来世代の視点 4.1 健幸寿命	①「食文化」を尊重し、「おいしさに妥協しない食」と「食事ごとの栄養価値・情報」を多くの人に届ける 〈挑戦〉 ● 業務用（BtoB）顧客向けソリューションの提供拡大 ● 食と健康の課題解決に向けた各地域での協業者との協働 ● 健康的な食への行動促進に向けた、栄養価値を可視化する栄養プロファイリングシステムの活用推進 〈実行中〉 ● 栄養価値を高めた製品の割合 56%（2022年度）⇒ 60%（2030年度） ● 「おいしい減塩」「たんぱく質摂取」に役立つ製品提供 年間3.4億人（2022年度）⇒ 年間4億人（2030年度） ● アミノ酸の生理機能や栄養機能を活用した製品の利用機会 対2020年 1.1倍（2022年度）⇒ 対2020年 2倍（2030年度）	No.1 No.4 No.5 No.8 No.9 No.10	
	4.3 ソリューションによる価値創造 1.1 変革能力 1.3 共同力	② 誰も取り残さないヘルスケアシステムへ、先端医療を通じて貢献する	〈挑戦〉 ● ヘルスケア領域におけるソリューションの提供拡大（医薬用アミノ酸から先端バイオ・細胞治療事業まで）	No.1
	2.1 ホリスティック&インクルーシブ視点 4.1 健幸寿命	③ 地球にも人にも健康的でおいしい食を選択できる環境をつくる	〈挑戦〉 ● 環境負荷の低い食品素材や製法で作られた食品・素材の提供（培養肉・プラントベース食品など）	No.4 No.5 No.8
		④「調理の楽しさ・共食による人のつながり」の提供を通じて、「こころの豊かさ」（主観的な豊かさ）へ貢献する	〈挑戦〉 ● 調理、共食のWell-beingへの貢献の可視化（関係性の解明）と貢献度の高い製品の拡大	
		⑤ 一人ひとりに寄り添った製品・サービスの提供を通じて「自己実現」へ貢献する	〈挑戦〉 ● 顧客理解の深化を通じたパーソナライズ化された体験価値開発の加速	

* 目標とKPIは、取り組み特性を踏まえた一部定性目標も含む。挑戦はKPIを検討中。実行中はKPI設定済み。

マテリアリティ

マテリアリティ	取り組み	期待される到達度（目標・KPI*）	リスク・機会対応
「社会の（コミュニティ・ウェルビーイング） （3.2）	2.2 地域コミュニティ視点 1.3 共同力 1.2 透明性・客観性	〈挑戦〉 ● 挑戦する人財を促す「ASVアワード」の推進 ● 新規事業創出プロジェクト「A-STARTERS」の推進 ● 労働生産性、労働時間 ● エンゲージメントスコア（ES）の人財、キャリア育成指標（味の素（株）単体） ● Smart Factory化推進 〈実行中〉 ● リーダーシップ層のダイバーシティ 25%（2025年度）⇒ 30%（2030年度） ● 女性管理職比率 35%（2025年度）⇒ 40%（2030年度） ● ASV実現プロセスESスコア 80%（2025年度）⇒ 85%～（2030年度） ● 健康・ウェルビーイングESスコア 85%（2025年度）⇒ 90%（2030年度） ● キャリア採用比率（味の素（株）単体） 20%（2025年度）⇒ 30%（2030年度）	No.3
	⑦バリューチェーンにおける人権の取り組みの推進（国際基準に沿った人権影響評価の実施等） マルチステークホルダーの共感醸成	〈挑戦〉 ● サプライヤーエンゲージメントの見える化 〈実行中〉 ● 人権、環境デューデリジエンスの確実な推進	No.5 No.8
	4.2 コー・ウェルビーイング	⑧サステナブルかつ快適なICT社会の実現	〈挑戦〉 ● ICT社会の実現に貢献する先端材料の出荷比率 ● 継続したイノベーションによる、人々のウェルビーイングに貢献するサステナブルなビジネスモデルの共創

* 目標とKPIは、取り組み特性を踏まえた一部定性目標も含む。挑戦はKPIを検討中。実行中はKPI設定済み。

マテリアリティ

マテリアリティ	取り組み	期待される到達度（目標・KPI*）	リスク・機会対応
<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">地球のウェルビーイング (3.3)</p> <p>4.2 コー・ウェルビーイング 1.3 共同力</p>	<p>⑨ ネットゼロへの挑戦</p>	<p>〈挑戦〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 生物多様性への対応推進 ● フードロス削減、プラスチックリサイクルなど社会実装における各地域での協働 〈実行中〉 ● GHG 排出削減（対2018年度） 2030年度：スコープ1、2で50%、スコープ3は24%削減 2050年度：ネットゼロ、電力再生可能エネルギー化100% ● プラスチック廃棄物 2030年度：ゼロ化 ● フードロス削減（対2018年度） 2025年度：50%削減（原料受け入れからお客様納品） 2050年度：50%削減（製品ライフサイクル全体） ● 水使用量削減（対2005年度） 2030年度：80%削減 ● 持続可能な原材料調達 2030年度：重点原材料の持続可能な調達比率100% アニマルウェルフェア向上の推進 	<p>No.5 No.6 No.10</p>
<p>4.3 ソリューションによる価値創造 1.1 変革能力 1.3 共同力</p>	<p>⑩ 100億人**を支える強靱なフードシステム変革への貢献</p>	<p>〈挑戦〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 環境負荷の少ないアンモニアのオンサイト生産の実用化推進 ● バイオサイクル拡大による資源循環社会実現への貢献 ● 持続可能な農業の実現に貢献する農業資材の提供 ● アミノ酸を用い持続可能な方法で飼育された乳牛、肉牛由来製品の提供 	<p>No.1 No.5 No.6 No.7 No.8 No.10</p>

* 目標とKPIは、取り組み特性を踏まえた一部定性目標も含む。挑戦はKPIを検討中。実行中はKPI設定済み。

** 2050年に想定される世界人口

マテリアリティ

マテリアリティ	取り組み	期待される到達度（目標・KPI*）	リスク・機会対応
「志」の実現を支える取り組み 1.2 透明性・客観性 1.3 共同力	⑪事業環境変化に対するレジリエンス強化	〈挑戦〉 ●グローバルな、品質保証、知財管理のシステム構築によるレジリエンス強化 ●コンプライアンス意識向上のための継続的な施策 ●安全衛生に関するアセスメント・監査・点検の継続実施 ●イノベーション戦略チームの設置 〈実行中〉 ●経営リスクの特定、対応策検討（毎年） ●未来予測、機会の特定、ポートフォリオ戦略（適宜）	No.3 No.6 No.7 No.8 No.11 No.12 No.13 No.14
	⑫従業員のリテラシー向上	〈挑戦〉 ●環境、人権、DXなどのリテラシー向上施策の展開 〈実行中〉 ●栄養教育を受けた従業員数 5.6万人（2022年度）⇒ 10万人（2025年度）	No.2 No.3 No.5 No.6 No.8 No.10 No.11

* 目標とKPIは、取り組み特性を踏まえた一部定性目標も含む。挑戦はKPIを検討中。実行中はKPI設定済み。

ESG・サステナビリティに関する体制

ESG・サステナビリティに関する体制

体制

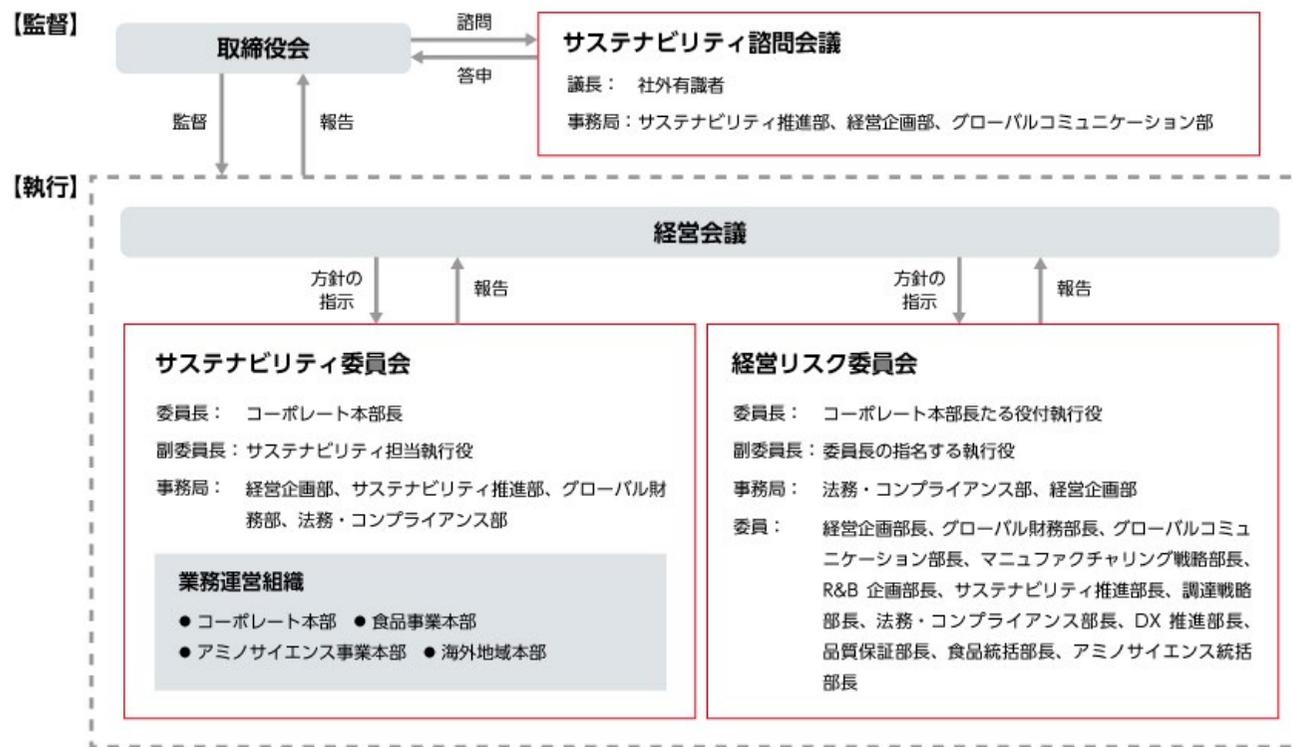
GRI2-9, GRI2-12, GRI2-13, GRI2-17, GRI2-18, GRI2-24

味の素グループでは、グループ各社及びその役員・従業員が順守すべき考え方や行動のあり方を示した味の素グループポリシー（AGP）を誠実に守り、内部統制システムの整備とその適正な運用に継続して取り組むとともに、サステナビリティを積極的なリスクテイクと捉える体制を

強化し、持続的に企業価値を高めています。

持続可能性の観点から企業価値を継続的に向上させるため、サステナビリティ推進体制を強化しており、その概要は以下の通りです。

ESG・サステナビリティに関する体制



取締役会は、サステナビリティ諮問会議を設置するなど、サステナビリティとESGに係る当社グループのあり方を提言する体制を構築し、ASV経営の指針となる味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）を決定するとともに、サステナビリティに関する取り組み等の執行を監督しています。

経営会議は、下部機構としてサステナビリティ委員会を設置し、「マテリアリティに基づくリスクと機会」を選定・抽出し、その影響度合いの評価、施策の立案、進捗管理を行う体制を構築しています。なお、2022年度はサステナビリティ委員会から2回の報告を受けています。

サステナビリティ諮問会議は、2023年4月より第二期サステナビリティ諮問会議として、引き続きサステナビリティの観点で味の素グループの企業価値向上を追求するため、その活動を継続します。第二期サステナビリティ諮問会議は、主として投資家・金融市場の専門家からなる社外有識者4名で構成され、議長は社外有識者が務めています。取締役会からの諮問に基づき、マテリアリティの実装、その進捗についての開示及び対話、それらを通じてステークホルダーとの関係構築を行っていくことについて、取締役会のモニタリングを強化する視点で検討を行い、取締役会に答申します。第二期サステナビリティ諮問会議は1年に1回以上開催され、審議の内容及び結果を取締役に報告します。

ESG・サステナビリティに関する体制

サステナビリティ委員会は、中期ASV経営を推進するため、マテリアリティに則して、施策の立案、経営会議への提案、サステナビリティ施策の進捗管理を行います。また、マテリアリティに基づく全社経営課題のリスクの対策立案、その進捗管理に関する事項を行うとともに、味の素グループ全体のサステナビリティ戦略策定、戦略に基づく取り組みテーマ（栄養、環境、社会）の推進、事業計画へのサステナビリティ視点での提言と支援、ESGに関する社内情報の取りまとめを行います。

経営リスク委員会は、経営会議の下部機構として、サステナビリティ委員会と並列で設置され、経営がイニシアティブをもって対処すべきリスクを特定し、その味の素グループへの影響評価を実施して対応策を立案します。特定されたリスクをサステナビリティ委員会が取り扱う方が実効性高く対応できると判断された場合は、サステナビリティ委員会に対応を委ねるなど、サステナビリティ委員会と緊密に連携します。

- ▶ サステナビリティへのアプローチと体制
- ▶ サステナビリティ諮問会議

ステークホルダーエンゲージメント GRI2-29

自社の利益を追求するだけでなく、あらゆるステークホルダーと創出価値を共有しながら、社会や地球環境のサステナビリティに対する責任を果たすためには、各ステークホルダーが何に関心を持ち、当社グループに何を期待されているかを理解し、分析して事業活動につなげる必要があります。味の素グループは、このため、各ステークホルダーと様々な場面で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ています。

主なステークホルダー	お客様・生活者	株主・投資家	取引先	従業員	地域社会	社外有識者／NPO・NGO／ 業界団体等
ステークホルダーからの関心・期待	<ul style="list-style-type: none"> ● 製品の安全・安心 ● 食と健康の課題解決 	<ul style="list-style-type: none"> ● 公平で透明性の高い経営 ● 事業の持続的成長 ● 建設的な対話およびガバナンスの強化 ● 適時・適切な情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能なサプライチェーンに向けた取り組みの推進 ● 公正な事業慣行 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材育成 ● キャリア開発 ● ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン ● 働きがいの向上 ● 給与・福利厚生 ● 労働安全衛生 ● 外国人技能実習生、特定技能外国人の責任ある雇用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の安全・環境保全 ● 地域の持続的発展 	<ul style="list-style-type: none"> ● 誠実な対話および連携した活動
エンゲージメントチャンネル	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様相談窓口 ● WEBサイト ● 工場見学 ● イベントや講演を通じた生活者との情報共有・意見交換 ● 市場調査 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 決算説明会・IR Day・事業説明会 ● 機関投資家との対話 ● 個人投資家向け会社説明会 	<ul style="list-style-type: none"> ● 調達方針説明会、サプライヤー監査 ● 取引先（原材料サプライヤー・流通・物流）との対話、流通への方針説明会 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種の能力開発・研修 ● CEO・本部長との対話 ● 個人目標発表会 ● ASVアワード ● グローバルに従業員をつなぐSNS型プラットフォーム ● 味の素グループポリシー（AGP）に関する職場検討会 ● ホットライン（内部通報制度） ● ハラスメント相談窓口 ● 外国人技能実習生、特定技能外国人との対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 工場の近隣住民との対話 ● 地域のイベントへの参加・協賛 ● 自然災害の被災地に対する復興支援活動 ● 財団を通じた支援（日本、ベトナム、ガーナ） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社外有識者、NPO・NGO、業界団体・行政との対話 ● ザ・コンシューマー・グッツ・フォーラム（CGF）における消費財メーカーやグローバル小売業との対話
成果・影響	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様の声を反映した、製品の改善 ● 食と健康に関する生活者の課題解決提案（減塩、野菜摂取の促進等） 	<ul style="list-style-type: none"> ● WEBサイトにおけるQ&Aを含めた説明会動画の公開 ● 投資家のご意見の経営やIR活動改善への反映（IR Dayや事業説明会等を通じた当社グループの強みの説明実施等） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本国内におけるコロナ禍の食生活や意識の変化の共有 ● 小売店舗や外食店における食と健康の課題解決につながるメニュー提案（減塩、野菜摂取促進等）、オペレーション改善の提案等 ● サプライヤーとの対話による環境に配慮した包装資材の採用 ● 人権影響評価を通じた実態把握 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営と従業員の対話による労働安全衛生や給与・福利厚生等、労働環境についての相互理解促進 ● ホットライン等への相談内容に基づく職場の改善 ● 外国人技能実習生、特定技能外国人の実態把握 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各地域に存在する健康・栄養課題の把握およびその解決に向けた取り組み（自治体と協働した減塩セミナー、野菜摂取や朝食摂取促進イベントやメニュー提案、ベトナム学校給食プロジェクト、インドネシアの助産師向け栄養セミナー等） ● ウクライナへの寄付を通じた食糧支援 ● トルコ地震への物資支援・寄付 	<ul style="list-style-type: none"> ● グループポリシーやガイドライン・考え方の改定 ● 製配販の業界団体、行政と連携した、日本の加工食品物流の効率化・労働環境改善に向けた取り組みの推進 ● Workforce Nutrition Allianceへの参加と職場の栄養改善活動の強化

社外ステークホルダーからの期待と提言

世界各地で異なる要請に応え続けるために、各国・地域の有識者から、味の素グループのサステナビリティ全般に対するアプローチや人権・環境等の個別の取り組みについて、ご意見をいただきました。



Beyond Business Ltd.
創始者・CEO
エレイン・コーヘン氏
(Elaine Cohen)

味の素グループは、新しいマテリアリティ・フレームワークに革新と創造をもたらし、味の素グループにとって、また同社の社会への貢献について何が最重要事項であるかを判断するために、多大な努力を行っていることは明らかです。

このハイレベルなフレームワークが、経済、社会、環境に対する実際の影響をどのように管理しているのか、そして、サステナビリティの課題が味の素グループの長期的な成長にどのような影響を与えるのかについて、もっと具体的に知りたいと思います。

世界のサステナビリティの状況において、「ダブルマテリアリティ」という考え方が高い支持を得るようになってきました。会社のビジョンを表明するだけでなく、マテリアリティ・フレームワークと社会、

環境、そして事業への定量的な影響との直接的な相関関係や、マテリアリティの項目を特定するまでのプロセスについて知りたいと思います。

味の素グループの今後のレポートで、これらのことが明確に開示され、新しいフレームワークによって、有意義で、測定可能で、管理可能なマテリアリティ項目の特定につながることを期待します。取締役会に情報提供をする、第二期サステナビリティ諮問会議が設置されたことは歓迎すべき進展です。

取締役がサステナビリティの知識に基づいて戦略、リスク、機会を適切に監督できるようになることは極めて重要です。

しかし、複数の分野に影響があるグローバル企業として、より世界的に通用する諮問会議にするべく、人権、労使関係、サプライチェーン、気候変動、より幅広い社会的影響などのサステナビリティのトピックに関する専門家を含めたメンバーの構成の拡大を検討する余地があるのではないかと思います。



FOR THE LONG-TERM,
LLC プリンシパル
コロンビア大学(NY)
サステナビリティ・マネジメント
プログラム講師・教員アドバイザー
**セリーヌ・ソルフベン・
ルーベン・サラマ氏**
(Celine Solsken Ruben-
Salama)

新しいマテリアリティの構造では、味の素グループの長期的な価値共創モデルが美しくまとめられています。しかしながら、現時点では、この新たなフレームワークは少し難解な感じがしますし、「マテリアリティ一覧表」に記載されたKPIや指標は曖昧に感じます。次回の報告書では、新たなマテリアリティ項目ごとに定量的KPIが設定され、経営戦略に落とし込まれていることを期待します。

既に確立されたサステナビリティ報告書フレームワークを新たなマテリアリティ項目に合わせてどのように変換するのか、拝見するのを楽しみにしています。また、「環境負荷低減、健康寿命延伸の姿等、社会価値創出に関する2030年以降の目標」がサステナビリティ諮問会議の役割ではなくなりましたので、次の報告書にそれらが明示されていることを期待します。サステナビリティ諮問会議は、長期・マルチステークホルダー視点に立ったマテリアリティ評価が完了したことにより第二期に入り、外部専門家の人数や役割がシンプルになりました。新しい委員構成は、性別の多様性に関しては均衡が取

れていますが、グローバル企業として人種的多様性も検討することを推奨します。

WEBサイトの変更に関しては、人権のページが強化され、国や主要原材料ごとの顕著な人権課題に関する綿密な評価、トレーサビリティ強化のための継続的な対話について記載されていたことを嬉しく拝見しました。新しくできた「Along with society」ページは、魅力的ではあるものの、「ストーリー」ページとの関連性や違いが不明瞭だと感じました(訳者注:英語版サイトのみ Along with societyの下に大きなStoriesのリンクがあります)。また、ニュース性のある情報をシンプルに時系列に並べた「サステナビリティニュース」のページへのリンクが見にくくなっている点は残念に思いました。

今後WEBサイトのサステナビリティ関連ページを更新・開発する際、現行のページ閲覧者を深く把握することで、より効果的にユーザー経験の合理化やコミュニケーションの改良を実現できると思います。

ステークホルダーとの対話・連携



マレーシア理科大学、マング
ローブ生態学者
マレーシア自然協会・ペナン支
部、名誉監査人

**フォン・
スウィーヨック氏**
(Foong Swee Yeok)

味の素グループは、グローバルな総合事業会社の先進的なリーダーとして、進化する環境の持続可能性要件に対応するために、素晴らしい取り組みをしています。

ASVレポート2022では、2025年度と2030年度までに達成すべき短期的な目標について、インパクトのある見通しを明確に示しています。また、2050年度までの長期的な企業目標は、世界的なエネルギーの見通しとよく整合しています。これらの目標すべてが、企業にとってより厳しいGHGプロトコル基準を満たすために極めて重要であり、味の素グループの今後の企業コンプライアンスの準備を整えるためにも重要です。

気候関連情報の開示や、排出量削減の義務付けを求める国や地域が増え続ける中、持続可能性の課題に取り組むには、総合的なアプローチを採用することが有効です。

持続可能な包装材を求める消費者の声に応じ、2030年度に向けてプラスチック廃棄物ゼロ化を目指すことは評価に値します。

プラスチックの回収、分別、リサイクルの社会実装が成熟している国では、プラスチックのリサイクルを推進するために、単一素材や薄型包装材の使用を目標とすることが適しています。しかし、廃棄物の管理やリサイクル率が低い社会では、生分解性プラスチックへの切り替えにより、石油系プラスチックの削減を加速させる可能性があります。プラスチックの持続可能性を実現するための万能な解決策はありません。味の素グループは、2025年度までにプラスチック削減を完了させるという目標を掲げていますが、私からは、価格競争力のある、環境に優しい代替パッケージの調達に重点を置くことをご提案いたします（本稿執筆時点では、海藻ベースの代替プラスチックは商用化の段階に入っています）。

また、プラスチック廃棄物について、汚泥や動植物性残渣などの一般的な「非有害廃棄物」とは分けてデータ報告を行うことをご提案したいと思います。より信頼性の高い評価が可能となり、味の素グループのプラスチック循環実現へのソリューションにつながるでしょう。変化し続けるビジネス環境の中で、持続可能性を維持することは、より困難になってきています。私は、味の素グループがこのような環境においても、繁栄し続け、リードしていくことに大きな自信を持っています。



twentyfifty
最高経営責任者(CEO)
ルーク・ワイルド氏
(Luke Wilde)

味の素グループの野心的なサステナビリティ戦略は、間違いなく膨大な労力と熟慮を尽くして策定されています。

人権に対する取り組みは、国連やOECDが打ち出している人権デュー・ディリジェンスのベストプラクティスと明確に合致していますし、近年実施した人権影響評価では、バリューチェーン上の関係者との対話ができていることが示されています。透明性をさらに高めるためには、味の素グループが人権への影響に対処するためにどのような取り組みを行い、その結果、取り組みがどのように進化したかについての情報提供を強化すると良いでしょう。

サステナビリティ戦略で設定された野心的な目標は、明確に人々や人権に関連するものがありますが、将来的には、これらの関連性をさらにはっきりとわかりやすく示すことができる余地があります。

今後、味の素グループが取り組むべきこととして、透明性の向上と影響の実証がますます重要になってくると思います。

欧州などでの法規制は、企業の人権への影響とそれに対する取り組みについての報告への要求が高まっていくでしょう。その結果、情報提供に対するステークホルダーの期待も高まります。

近い将来、取り組みのプログラムの内容について説明するだけでは不十分になり、それがどのような影響をもたらしたかについての説明が不可欠になるでしょう。

また、小売業界では、調達活動に関わる人権・サステナビリティの問題や、生活賃金・所得へのコミットメントへの関心が高まっていることも注目すべき点です。

ステークホルダーとの対話・連携



サシン経営大学院(タイ)
チーフ・インパクト・オフィサー
ワースー・
シーヴィーバー氏
(Vasu Srivibha)

味の素グループは、藤江太郎社長兼最高経営責任者が掲げるサステナビリティ推進への強いコミットメントを示し、それが社会価値と経済価値の共創につながることを明確にしています。サステナビリティ戦略をいかにして卓越した事業展開に反映させ、共有価値を創造していくかについてわかりやすく解説しています。サステナビリティ諮問会議を設置し、様々な分野のステークホルダーと共にサステナビリティへの貢献および将来のビジョンについて議論を重ね、企業努力にサステナビリティを確実に組み込むことに注力しています。味の素グループのサステナビリティに向けた取り組みをさらに強化し、社会全体にプラスの影響を与える機会として以下が期待されます。

栄養課題への取り組み

食料生産エコシステムの持続可能性を考慮し、環境負荷を最小限に抑え、さらに天然資源の責任ある利用により、現在と「将来の食料」需要を満たすことが期待されます。

ダイバーシティ&インクルージョンの推進

多様でインクルーシブな職場づくりにより、一人ひとりの従業員が評価され、多様な価値観が尊重され、能力を発揮できると感じることによって、活動に存分に参加し、貢献することができます。すべての人に均等な機会、公正さ、公平さを促進する組織風土を育むことによって、この分野での新たな展開や取り組みが期待されます。

地域コミュニティへのプラスの影響

味の素グループが事業を展開する地域のステークホルダーとの積極的な対話を通して、各地域のニーズや優先事項を理解し、これに対応する取り組みを進めることが重要です。地域社会に合わせた取り組みを行うことにより、プラスの影響を生み出し、関係を強化し、地域コミュニティのウェルビーイングと発展に貢献することができます。

味の素グループがサステナビリティ戦略を語る上で、より「インパクト」に重きを置くことを期待します。インパクトを考慮することで、地域社会との信頼を強化しつつ、取り組むべき課題を認識することにつながります。これは道義的責任であると同時に、戦略的な優位性による長期的な成功と競争力向上をもたらします。



LRQAサステナビリティ株式
会社
代表取締役
富田 秀実氏

業界のリーダーとして、よりアグレッシブな取り組みに期待

味の素グループとして着実にESGへの取り組みが進捗しており、経営の中に組み込まれつつあると思います。ただし、サステナビリティ先進企業としての期待感からすると、やや物足りない面があることも否めません。食品に関わる企業として、TCFDは当然としてTNFDへの先進的なチャレンジがまだ見られないですし、サプライチェーンの人権に対する取り組みなど、急速に高まる社会からの要請を先取りするような活動が進んでいないことは残念です。これまで多くの先進的な取り組みでサステナビリティをリードしてきた味の素グループには、グローバルで業界のリーダーシップをとるアグレッシブな姿勢を望みたいところです。また、新たに策定されたマテリアリティについては、意欲的なフレームワークであることは確かであり、価値創造ストーリーとしては理に適っていますが、社外のステークホルダーからすると、要件を満たしていないように見える部分もあります。今後の詳細な開示において明らかになるとは思いますが、現時点では実際の活動やKPIとの関係、2030年のアウトカムとのつながりもわかりづらく、より明快な説明を期待します。

ステークホルダーとの対話・連携

株式会社ニューラル
代表取締役

夫馬 賢治氏

栄養課題における国際的なリーダーシップを期待

ウクライナ問題の長期化などを踏まえ、世界的に食料安全保障の問題とともに栄養課題の重要性は高まってきており、人口増加や気候変動などとも絡み合いながら、巨大な社会課題になっています。適切に栄養を摂れる状況を社会全体で作り出していく必要に迫られる中、食品関連の企業は、栄養課題についてどのようにリスクと機会を捉え、対応していくのが問われています。食の分野で日本を代表する味の素グループも、栄養課題解決に向けて何に取り組み、何を仕掛けていくのか、大きな期待と責任を担っています。国内では、これまで培ってきたアミノサイエンス[®]によるアプローチがソリューションにつながるという認識が広がり、期待は高まっていると思います。反面、栄養課題に対するグローバルなイニシアチブでは、味の素グループが想起されることはまだ少なく、国際コミュニティにおける存在感を感じることができません。機関投資家も同ような印象を感じていると思います。日本では環境サステナビリティ分野で高い評価を得、またアジア圏を中心に海外売上比率が高いことと併せて考えると、業界のリーダーとして国際的なイニシアチブにも今以上に積極的に参加し、リードしていく姿勢が求められるのではないのでしょうか。

九州大学大学院 工学研究院
都市システム工学講座 教授
経済産業研究所(RIETI)
ファカルティフェロー

馬奈木 俊介氏

サプライチェーン全体で自然資本に貢献

食品業界において、サプライチェーンは最も重要なテーマの一つです。味の素グループには日本の食品業界のリーダーとして、人権影響評価にとどまらず、人権を考慮したサプライチェーンの構築に率先して取り組んでいただきたいところです。その結果としてサプライチェーンの下流、原材料の生産者までを含めた社会全体の幸せに貢献することが、味の素が目指す「幸せの素」というストーリーにつながるのではないのでしょうか。環境面の取り組みにおいては、自然資本まで踏み込んでいないように見えます。食品企業として、持続可能な土地利用、あるいは住人たちがその後も住み続けられるという側面まで責任を持ってアプローチする姿勢が求められています。減塩などの栄養面での貢献も、結果的には環境負荷削減につながります。

個人の栄養バランスとグローバルなサプライチェーンの両方の視点を備えている味の素グループだからこそ、大きく貢献できる可能性があると考えます。今後は、人権や環境、自然資本の改善への取り組みのルール化にも率先して取り組み、原材料の生産地域への貢献も含めて、サプライチェーン全体の連携を広げ、深めるリーダーシップの発揮を期待しています。