

取り組み方針	主な取り組み実績 (2022年度、一部2023年度を含む)	参考資料 (ASVレポート2023、 サステナビリティレポート2023)
<p>1) お客様起点で考える企業風土の醸成と、ガバナンス体制の確保</p>		
<ul style="list-style-type: none"> 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 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 	<ul style="list-style-type: none"> 味の素グループは、コーポレート・ガバナンスを2030年ありたい姿を実現するための重要な経営基盤の一つと位置付け、さらにASV(Ajinomoto Group Creating Shared Value)経営の実効性を高めるため、適切な執行の監督とスピード感のある業務執行を両立し、監督と執行が明確に分離している会社機関設計の指名委員会等設置会社を選択しています。取締役会は多様な取締役で構成し、企業価値を大きく左右する重要な経営事項を議論・検討し、大きな方向性を示すことで執行のリスクテイクを支えるとともに、執行のプロセスと成果の妥当性を検証し、執行を適切に監督します。一方、執行は、取締役会から大幅に権限委譲された最高経営責任者が中心となって、経営会議において重要な業務執行の意思決定を行い、ワンチームで持続的な企業価値向上を実現します。 味の素グループは「アミノサイエンス[®]で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」という志(パーパス)のもと、事業を通じた社会価値と経済価値の共創(ASV)を目指します。この実現に向けて「共創力を磨き、生活者視点をもってWell-beingを実現し、事業活動を通じて共創された価値を還元していく」ことを目指します。 長期的な社会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月に取締役会の下部機構として「サステナビリティ諮問会議」を設置しました。様々なステークホルダーを代表する社外有識者と対話を重ね、最新の社会情勢を踏まえた味の素グループのあるべき姿を議論しています。 	<ul style="list-style-type: none"> ASVレポート2023 : P.26-27 ASVレポート2023 : P.31-32 ASVレポート2023 : P.88-93 サステナビリティレポート2023 : P.2 Our philosophy 第一期サステナビリティ諮問会議 第二期サステナビリティ諮問会議
<p>2) お客様にとってわかりやすく安心できる情報の提供</p>		
<ul style="list-style-type: none"> 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 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 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 	<ul style="list-style-type: none"> 味の素グループでは、「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」「製品表示に関するグループポリシー」において責任あるマーケティングコミュニケーションの実践を定めています。 製品パッケージには法律上の義務表示だけでなく独自表示も記載し、お客様が安心して使える製品づくりに取り組んでいます。またデザインにおいてもお客様とのコミュニケーションを重視し、見やすく使いやすく伝えられるよう工夫しています。さらに製品パッケージに記載しきれない情報はWEBサイト上に一つの製品にページを設け、詳細な商品情報のみならず過去にお客様からいただいたご質問や想定されるご質問へのお答えを掲載、随時更新しています。 味の素グループは、毎日の食生活に密接に関わるグローバル食品企業として、「栄養に関するグループポリシー」とそれに紐づく「味の素グループ栄養戦略ガイドライン」に基づき、栄養改善の取り組みを強化しています。また、2030年までに「10億人の健康寿命を延伸」というアウトカムの実現に向けて「栄養コミットメント」を設定し、2023年度には9.4億人の生活者と「おいさと健康」のタッチポイントを創出しました。今後も、うま味によるおいしい減塩の推進や健康に役立つ製品や、様々な媒体を通じた情報の提供等を通じ、10億人の健康寿命の延伸への貢献を目指します。 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングコミュニケーションに関するグループポリシー お客様相談センターTOP 品質保証・安全・安心への取り組み 栄養・健康 栄養に関するグループポリシー

3) お客様の声の反映

<ul style="list-style-type: none">・お客様との双方向コミュニケーションに努めます・お客様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	<ul style="list-style-type: none">・お客様相談センターの連絡先を広く公開し、お客様にとって相談しやすい・ご意見をお申し出やすい窓口を設けています。お客様からのお声、ご指摘、ご要望、お問い合わせに対しては、正確・迅速・親切にお応えしています。万一、お客様に健康危害が発生するなど緊急を要する場合は、お客様が365日当社にアクセスできる体制を整えています。・独自の「お客様の声反映基準」を設け、製品・サービスの開発に携わる部門で「お客様の声反映会議」を定期的開催し、お客様のお声を一件一件読み込み、製品・サービスへの反映・改善に取り組んでいます。お客様からお寄せいただいた貴重なお声に学び、製品づくりに反映した事例をWEBサイト上でご紹介しています。・2023年3月には「おいしいって楽しい!」をテーマに、お客様と濃密につながり製品を含む体験価値を共創し、楽しく交流できる場「味のもと〜ク」(コミュニティサイト)を立ち上げました。直接お客様と交流し、密な双方向コミュニケーションを行うことで、より深いお客様理解が可能となりました。日々の投稿やアンケート、インタビューや体験イベントなどの交流を通じてお客様の意見を当社のモノづくり・価値づくりにつなげ、多様な体験価値をお客様と共創していきます。	<ul style="list-style-type: none">・ お客様の声に学ぶ仕組み お客様相談センター・ お客様の声を活かしました お客様相談センター・ サステナビリティレポート2023 : P.89・ 味のもと〜ク
---	---	---

4) 事業を通じた社会課題の解決 (ASVの実践)

<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(「健康なところからだ」「循環型社会」「多様な豊かな社会」)、持続可能な社会の実現に貢献します</p>	<p>味の素株式会社は、2024年7月よりキューピー株式会社と企業の枠を超えて連携し、マヨネーズボトルの資源循環に向けた回収を開始しました。この取り組みは海洋プラスチックごみ問題の解決に向けた官民連携プラットフォーム「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス(CLOMA)」の一環になります。現状、家庭から出た使用済みのマヨネーズボトルは可燃ごみやプラスチックごみと区分されています。これらが「ごみではなく、資源である」と社会の意識を変え、使用済みマヨネーズボトルの回収を促進することを目的に、両社はCLOMAの参画企業であるリサイクル会社や素材メーカー、流通、自治体と協力して仕組みを確立するとともに、啓発活動を積極的に展開していきます。また、マヨネーズを長く扱ってきた両社の知見を組み合わせ、国内のマヨネーズボトルの水平リサイクルの社会実装に向けた技術の検証・確立を進めます。</p>	<ul style="list-style-type: none">・ プレスリリース・ 外部イニシアティブへの参画
--	---	---