



# 味の素グループ CSRレポート 2011

多様ないのちの  
サステナビリティのために

おいしさ、そして、いのちへ。  
Eat Well, Live Well.

**AJINOMOTO®**

# CONTENTS

---

## 目次

編集方針 .....	1
会社概要 .....	2
トップインタビュー .....	3
理念の実現と課題 .....	9
地球持続性 .....	15
食資源 .....	24
健康な生活 .....	33
お客様とともに .....	41
取引先様とともに .....	48
株主・投資家様とともに .....	50
従業員とともに .....	51
地球環境とともに .....	61
地域社会とともに .....	65
マネジメント体制 .....	74
CSRコミュニケーション .....	77

## 編集方針

### 編集方針

味の素グループの考えるCSRは、企業活動を通じて「味の素グループ理念」を実践していくこととの認識のもと、その具体的な取り組み課題を「21世紀の人類社会の課題」とし、「地球持続性」「食資源」「健康な生活」の3つの社会課題の解決に向けどのような貢献をしていくのかをお伝えしています。また2011年からスタートする中期計画で取り組んでいく「味の素グループCSR方針」について、その取り組みの方向性と内容についてご報告しています。定期的に開催しているステークホルダー・ダイアログでは、これらの取り組みについてご意見をいただきながら、CSR活動に対する専門家からのアドバイスとしています。

本年のCSRレポートは、冊子を廃止し、Webのみの報告としました。一括してお読みになりたい方には、当サイトの情報をまとめたPDFをご用意しています(ダウンロードページからご覧ください)。

なお、環境パフォーマンスなどの詳細情報については、『味の素グループ環境報告書2011』に別途記載しますので、併せてご覧ください。

### 対象範囲

#### 対象組織

原則として、味の素(株)及び連結子会社・持分法適用会社の合計116社(2011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

2010年度(2010年4月ー2011年3月)

活動には、一部直近の内容も含まれます。

発行日:2011年9月

次回発行予定:2012年8月

前回発行:2010年7月

### 受賞のご報告

「Ajinomoto Group CSR Report 2010」及び「味の素グループ環境報告書2010」は、環境省及び(財)地球・人間環境フォーラムが主催する「第14回環境コミュニケーション大賞」環境報告書部門にて持続可能性報告大賞(環境大臣賞)を受賞いたしました。



「Ajinomoto Group CSR Report 2010」 「味の素グループ環境報告書2010」

# 会社概要

## 会社概要

商号	味の素株式会社
本社所在地	〒104-8315 東京都中央区京橋一丁目15番1号
電話番号	03(5250)8111(代)
URL	http://www.ajinomoto.co.jp/
創業年月日	1909年5月20日
設立年月日	1925年12月17日
資本金	79,863百万円(2011年3月31日現在)
従業員数	単体3,310名 連結28,084名(2011年3月31日現在)
決算期	3月31日

## 事業概要 (主な製品区分)

### 食品事業

調味料・加工食品  
加工用うま味調味料  
冷凍食品  
油脂  
飲料(カルピス(株)製品)  
コーヒー類

### アミノ酸事業

飼料用アミノ酸  
医薬用・食品用アミノ酸  
甘味料  
医薬中間体  
化粧品

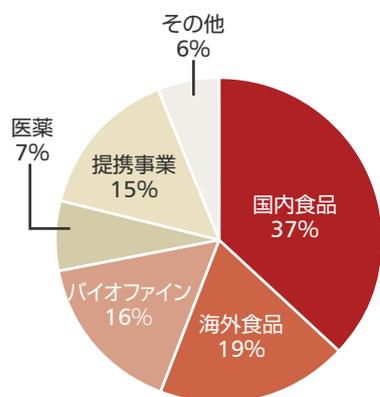
### 医薬事業

医薬・医療食

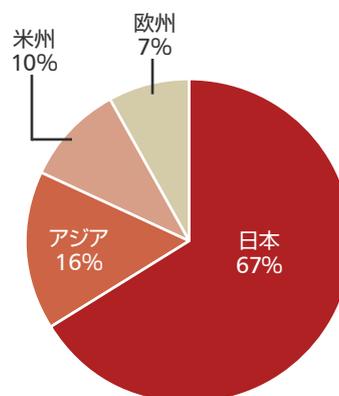
### その他

包材  
物流  
各種サービス他

## 事業別売上高構成比

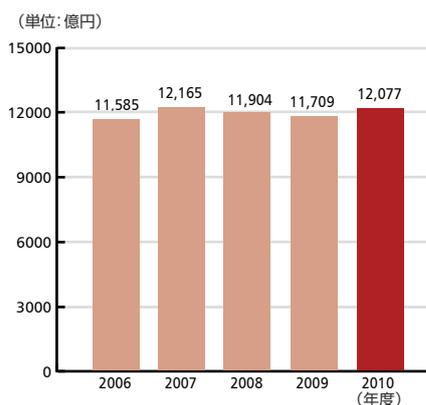


## 地域別売上高構成比

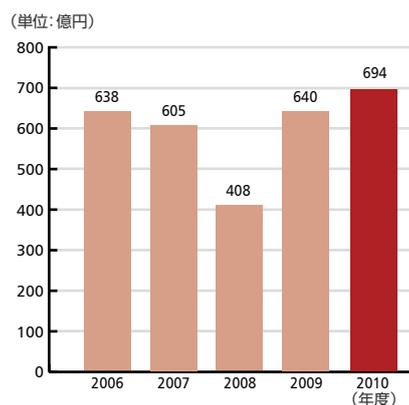


## 2010年度連結決算の概要

### 売上高



### 営業利益



## トップインタビュー



### 東日本大震災を受けて

**本木** 2011年3月11日に東日本大震災が発生しました。多くの人・企業が被災した一方、多くの企業が被災者にさまざまな支援をしています。自らも巻き込まれた災害において何をするか、企業市民としての姿勢や行動が問われたケースではないでしょうか。

**伊藤** このたびの東日本大震災により被災されました皆様に、心よりお見舞い申し上げます。味の素グループは大規模地震に対応したBCP(事業継続計画)に沿って、地震の発生直後、冷静に対応することができました。何よりもまず状況を把握し、従業員の安否確認を行いました。幸いにも、従業員は全員無事でしたが、ご家族には被災された方もおり、非常に残念です。

地震発生後直ちに行ったのは、企業市民としての責任を果たすこと、すなわち、被災された方々への緊急支援として、「食」を用意することでした。自社商品の中から、おかゆなどすぐに食べられるものを集め、物流が混乱している中で、独自に輸送手段を用意して被災地に提供しました。次に、メーカーとして重要な製品の供給責任を果たすべく、サプライチェーンの復旧に取り組みました。味の素グループの工場には大きな被害がありませんでしたが、基幹となる味の素(株)川崎事業所内の物流センターの倉庫内の商品が落下したり荷崩れするなどの被害がでてしまったことで、商品の出荷が滞り、お取引先様のご注文に十分お応えすることができませんでした。

支援物資の供給は微力ながら貢献できたと考えています。一方で、メーカーとして、製品の安定供給という責任が果たせず、これは改善が必要であると強く認識しています。

**本木** 今、被災地では、復興に向かう時期にきているといえます。今後、被災地に対して、どのような支援を考えていらっしゃいますか。

**伊藤** 味の素(株)はこのたびの震災による影響をふまえ、震災後の重要施策の柱を3つに定め、具現化していきます。そのひとつが、被災地特有のニーズである“食事の栄養アンバランス是正”をサポートする“被災地支援”です。これを、3年間を目処に行っていきます。避難所や仮設住宅では、買い物が不便だったり支援物資に偏りがあったりして、栄養バランスが悪くなりがちです。おにぎりやパンを中心とした食事だと、たんぱく質が不足すると言われています。そのような状況で、いかに健康で栄養バランスのとれた食生活ができるようになるか考えなければなりません。味の素(株)には、食に関する知見の蓄積がありますので、それを活かし、ニーズにあった丁寧な支援をしていきます。そのためには、現地に従業員を専任で派遣し、現地の行政、NGO・NPO・栄養士会などとの連絡窓口とし、協力体制を作っていきます。地域の栄養士会と連携し、“健康で栄養バランスのとれた食生活”のための情報提供を、メニューレシピの提供や健康・栄養セミナーの実施を通じて推進していきます。その他、避難所から仮設住宅での生活をスタートするにあたり、調味料などの商品提供を通じた調理のサポートや、従業員のボランティア参画の側面支援も行います。

実際に被災地を訪れ、被災した従業員をはじめ、さまざまな方々と話をさせていただきました。その中で改めて感じたのは、「食」の重要さです。食は電気や通信などに次ぐ第6のライフラインといわれることがありますが、私は「食」が第1だと思えます。人が生きていくために最も基本的なことは食べることです。移動できなくても、電気がなくても、食べなければならない。改めて「食」の大切さと、生きるために必要な製品の供給メーカーとしての責務を認識しました。

**本木** 今夏、電力の大口需要家に対して政府から15%の削減が求められていますが、節電対策はいかがでしょうか。

**伊藤** 先ほどお話した震災後の重要施策の2つ目が、電力エネルギーを適切かつ賢く使用することを基本とする“スマート・エネルギー施策”です。使用電力のピーク時15%削減は進めていきます。生産部門の休日・夜間へのシフトや既存設備の効率向上に加え、新規の自家発電設備導入など、あらゆる箇所での節電に取り組んでいます。現在でも、味の素(株)川崎事業所の自家発電では、地震当日から発電量の約半分を東京電力へ提供しています。それだけでなく、夏季長期休業の実施や夏季始業終業時刻の1時間前倒し、電灯の間引き、エレベーターの一部休止などオフィス環境での工夫も含め、働き方の見直しも行っていきます。

**本木** 震災の経験を踏まえ、事業の中で改善していかなければならないところも出てきたのではないのでしょうか。

**伊藤** 味の素(株)にとって、製品の安定供給は非常に重要なことだと痛感しており、出来得る限りお客様にご迷惑をおかけしないようにしなければなりません。顧客視点に立った、安定供給のためにバリューチェーンを強化していく、これが震災後の重要施策の3つ目です。効率を重視すること自体は変わりませんが、安定供給なくして効率化はあり得ません。“安定供給のための分散化・補完体制”の視点を入れていきます。原料調達から生産拠点、物流という流れのあらゆる点で、従来よりも幅広いリスクを検討し、物流の複線化や拠点の分散化、生産や本社機能を補完できるような体制づくりを行っていきます。これは地震に限らず、あらゆる面でリスク管理として必要なことです。



私自身、被災地に行って感じたのは、支援物資をいかに被災者の手元に届けるかという問題です。平時は、製造ー物流ー販売のそれぞれがうまく連携することができますが、有事では、被災者の手に届けるという、最後の一手が上手く回っていないようでした。物資を、受け手が扱いやすいようにある程度の単位に分けて配るというのは、非常に大変な仕事です。さまざまなニーズをもった被災者に必要な物資が渡るよう、そこはもっと我々企業側がプロとして支援するべきだったかもしれません。これは消費物資の事業に関わるすべての業界の課題ともいえます。



#### 2010年度の振り返り ～情報発信からステークホルダーとのつながりへ

**本木** 2010年は社長自ら、社外のフォーラムで環境への取り組みについて講演されたり、TV・新聞・ホームページなどで企業広告を出されるなど、多くのチャネルで御社の考え方・取り組みの発信に力を入れられました。ステークホルダーとのコミュニケーションに手ごたえはありましたか。

**伊藤** 何か特別なことをしたわけではなく、私たちの取り組みをありのまま、お伝えただけです。これまでに実施したステークホルダー・ダイアログでも、複数の方から「取り組みの割に情報発信が少ない」「社内では当たり前でも、発信しなければ社外からは取り組んでいないとみられる」といったご意見をいただきました。情報発信が十分ではなかったといえます。2010年は、これまで社内ですべてで行ってきたことや味の素(株)の考え方を、複数の場や機会をとらえて積極的に発信しました。情報メディアだけでなく、商品もステークホルダーとのコミュニケーションツールです。お客様や従業員など、ステークホルダーに応じて情報を発信し、ステークホルダーから企業の取り組みや商品に関するご意見をいただく。そして社内にフィードバックし、再び送り出していく。この循環が、ステークホルダーからの信頼、企業価値の向上につながっていきます。ステークホルダーのご意見は宝の山です。宝を大事に、今後もこうしたつながりを大事にしていきます。



朝日地球環境フォーラム2010



「確かなグローバルカンパニー」を目指す中期経営計画

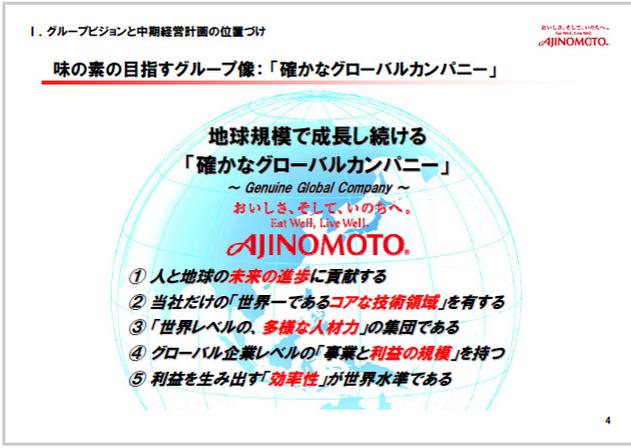
**本木** 2011年4月から、新しい中期経営計画(2011~2013年)がスタートしました。新中期経営計画で特徴的なのは、「21世紀の人類社会の課題」を設定し、自社の事業を結びつけて考えている点です。社会課題を先行して検討し、事業を通じて課題解決に貢献することを明記されるのは非常に素晴らしいことです。社会課題として設定された「地球持続性」「食資源」「健康な生活」の3つに込めた想いをお聞かせいただけますか。



■経営方針(中期経営計画)

**伊藤** これらの3つの社会課題は、いずれも味の素グループの事業分野との関連性が強く、かつその課題の解決に向けて、味の素グループが事業を通じて貢献できるかどうかという視点から設定したものです。まず、我々人類が地球の上で暮らし続けていくためには、地球環境が良好で持続可能でなければなりません。地球の持続性は、すべての基盤に当たります。また、世界の人口は2011年に約70億人、2050年には93億人にもなることが予想されています。人口が増えれば、当然、たくさんの食料が必要になります。そのためには、地球環境が健全であり、かつ農・畜・水産物などの食料の生産性も高めなければなりません。現在は需要と供給の不均衡から、食料価格の上昇が続いています。これが食資源の課題です。そして、世界の約70億人の栄養状態をみると、約10億人が1日に必要な最低エネルギー量を摂取していない飢餓の状態にあります。一方では、約15億人が肥満に近い状態です。肥満は、脳卒中や心臓病、糖尿病など、命にかかわる病気のもとになりやすいといわれています。栄養の不足・過剰によって健康が脅かされているのです。また、世界では先進国だけでなく、途上国でも高齢化が進みつつあります。高齢化が単なる延命でなく、高齢になっても健康でいきいきと、自立した生活を送ることができるようにしなければなりません。味の素グループビジョンで目指している「グローバル健康貢献企業グループ」が貢献する「健康」には、人間だけでなく、その存立基盤である地球の健康(地球環境が健全であること)も含んでいるのです。

**本木** 中期経営計画では味の素グループの目指すグループ像として「確かなグローバルカンパニー」を掲げています。達成するための条件を5つあげていますが、これらの考え方、位置づけを詳しく教えていただけますか。



**伊藤** 中期経営計画で実現したい姿をなぜ「確かなグローバルカンパニー」としたかという、単に売上高や利益目標を達成するだけでなく、世界に役立つ企業を目指していく事が重要だと考えているからです。世界に役立つのが「確かなグローバルカンパニー」であるという想いがあります。

そのために必要な要素が5つあります。第1は、人と地球の未来の進歩に貢献するという事です。これは、先ほどの3つの社会課題への貢献を念頭に置きながらすべての事業活動を行うことで達成できるでしょう。そのための技術力を磨くことが第2の要素です。味の素(株)には、アミノ酸という100年以上も追求してきた技術領域があります。これを発展させて、他の追随を許さない世界一のコアな技術領域にしていけます。そして、現在はまだ日本を中心に海外に展開しているところですが、これをもっと徹底して、地球レベルで物事を考え、仕事をするようにしていかなければなりません。それを実践するのが、第3の要素、つまり、多様な人材力です。事業活動で人と地球の未来に貢献できれば、当然、経済的な成果もついてきます。そして、事業運営の無駄をなくして「効率性」を高めていけば利益につながり、株主様の期待とも一致します。これらが第4と5の要素です。これらの5つの要素を達成していくことで、「確かなグローバルカンパニー」に到達できると考えています。

**本木** 非常にわかりやすいお話です。「確かなグローバルカンパニー」を推進する力は、やはり人材ではないでしょうか。世界レベルの多様な人材力というものについて、グローバルな価値観や人種の多様性など、色々な意味があると思いますが、どのようにお考えですか。

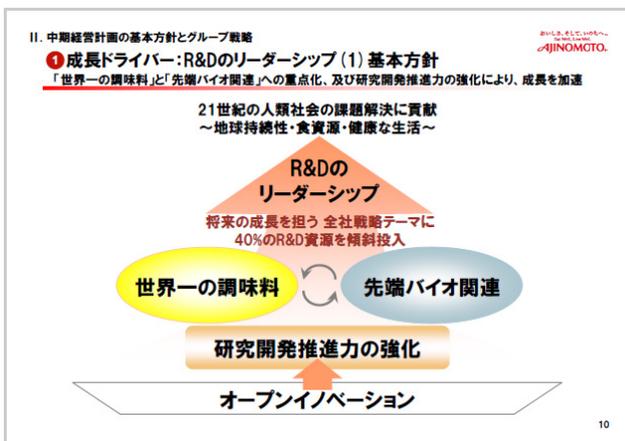
**伊藤** 私たちが使う「グローバル人材」という言葉には、2つの意味があります。味の素グループは現在、130カ国ほどに進出していますが、各地の事業を束ねる「全世界で活躍する」人材が1つです。もう1つは、「現地で活躍する」人材です。これらすべてを含めてグローバル人材であると考えています。「食」というものは、地域の気候や文化に根ざした独特の性質を持ったものです。土地々々で上手くやっていくためには、ローカリティ(現地の地理や事情を知った人)が必要なのです。そして、事業を束ねる人材には多様性を理解することが求められます。超一流の人だけが集まるのではなく、その地域を活かしていくことが重要だと考えています。



**中期経営計画のカギであるR&D (研究開発)**

**本木** グローバル成長とR&D(研究開発)のリーダーシップが中期経営計画の重要な柱(成長ドライバー)となっています。ステークホルダーの視点で見ると、R&Dと社会課題との結びつきに関心があります。さきほど、ご説明いただいた、「21世紀の人類の社会課題」解決に向け、R&Dは「世界一の調味料」と「先端バイオ関連」の2つの柱を軸に推進されていくようですが、その進め方、社会課題とのかかわりについて教えていただけますか。

**伊藤** 味には、「甘味」や「酸味」「塩味」「苦味」「うま味」の5つの基本味があります。その内の「うま味」ですが、その正体であるグルタミン酸(アミノ酸)を見つけたのが創業の原点です。うま味が発見されたのは5番目ですが、アミノ酸に関する研究を100年以上追求した結果、実は1番重要な味覚であると考えられるようになりました。私たちは、「なぜおいしいのか」をひたすら考えます。繰り返し考えることで、新たな切り口が見えてきます。「おいしさ」を導くのは5つの基本味だけでなく、食感や風味(フレーバー)も関係しています。「おいしさ」のメカニズムを追求し、味覚における5つの基本味を極めるとともに、それにフレーバーや食感を加えた全領域において技術を獲得し、世界No.1を目指します。そして、R&Dが導く新しい事業や商品が、人々の食生活への貢献にもつながるのです。



本木 もう一つの「先端バイオ関連」とはどういったものでしょうか。

伊藤 創業の原点となったアミノ酸は、農作物などの原料を使い、発酵技術によって製造します。いかに食糧と競合しない主原料(非可食原料)を使うか、アンモニアなどの副原料やエネルギーを減らし、地球環境負荷を低減できるかが私たちの永遠のテーマです。少ない副原料で発酵する技術については、すでに開発し、来年導入予定です。また、アミノ酸の研究は人間以外の動植物に栄養を与える方向へも広がっています。アミノ酸の栄養機能を活かし、飼料・肥料を補うことで、より高い生産性・質の向上をめざしています。さらに、私たちはアミノ酸の可能性をバイオ医薬・再生医療の分野に見出そうとしています。その第一歩として、血中アミノ酸を測定して身体の健康状態やガンなどの疾病のリスクを明らかにする技術「アミノインデックス」を開発し、健康診断支援サービスに参入しました。

II. 中期経営計画の基本方針とグループ戦略

① 成長ドライバー: R&Dのリーダーシップ (3) 先端バイオ関連

「環境資源貢献」、「動植物栄養」、「先端医療・栄養」の3領域で独自の技術を活かして先端的な役割を果たし、ビジョン実現に貢献する

構築する技術群	創出事業・商品(例)	
<b>環境資源貢献</b> 食糧と競合しない原料を使う発酵技術 ・ 非可食原料の利用技術 ・ 二酸化炭素への取組み	低資源利用発酵生産へのシフト 既存原料の効率的な利用 ・ 非可食原料、低エネルギー発酵 省エネ・創エネ生産向けバイオ新素材 ・ 酵素を始めとする高付加価値素材	地球持続性
<b>動植物栄養</b> 動植物の生産性・質を向上させる技術 ・ 独自のアミノ酸栄養の技術と発酵技術を活用	アミノ酸の栄養機能を活かした 植物・水産・畜産向け栄養 ・ 葉面散布剤・リキッドフード等専業化 ・ 魚粉栄養からアミノ酸組成栄養へ ・ 環境活性コンクリート	食資源
<b>先端医療・栄養</b> 次世代の医薬、医療や栄養改善を支える技術 ・ 先端のバイオとファインの技術を活用	バイオ医薬・再生医療向けソリューション ・ 先端医療向け素材・技術の提供、細胞培養用培地 ・ 血中アミノ酸を使った健康状態を判別する技術「アミノインデックス」の応用拡大	健康な生活

12

本木 企業の研究者は、自分の研究の延長線上で物事を考えていく傾向(インサイドアウト)があると思われま。御社では社会課題と研究課題をどのように結び付けていきますか。

伊藤 課題があるからそれを解決する研究に取り組むという、アウトサイドインの発想に転換していくことが重要です。自分の中にある手持ちのシーズよりも、社会に溢れる課題の解決にどうやって貢献できるか、物事をよりよくするために何が重要かという視点です。こうした発想の転換は容易ではありませんが、経営者が研究者に取り組むべき社会課題(アウトサイド)を明示することも、発想の転換を促すための一手です。そのために、中期経営計画では研究開発の体制も一新しました。国内は3研究所へ再編、グローバルにはロシア、中国に加え、欧州、米国、アジアの5ヶ所の研究所を拠点とします。現地の食文化に根ざした商品開発を強化し、成果の創出のスピード向上に向け、他の企業や研究機関と連携する、オープンイノベーションを加速していきます。

II. 中期経営計画の基本方針とグループ戦略

① 成長ドライバー: R&Dのリーダーシップ (4) 研究開発推進力の強化

研究拠点の再編とオープンイノベーションにより、研究開発推進力を強化

- 国内研究開発体制の再編と重点領域絞込み (2010年10月実施)
  - 9研究所・センターを3研究所に集約・統合
- グローバルR&D体制の構築
  - アジア・米・欧に研究開発拠点を設置し、5拠点化
  - 海外R&D要員比率を30%以上に増加
  - グローバル人材交流を推進
- オープンイノベーションの推進
  - 研究機関・ベンチャー等との新素材・新機能開発
  - 顧客ニーズを知る企業との用途・ソリューション開発 (例) 水産資源・食品・飲料・化粧品領域
- R&Dマネジメントシステムの構築と強化
  - R&D費: 2013年度まで年370億円程度にコントロール

日本発から、グローバル5拠点体制へ

- オープンイノベーションを加速
- 現地の食文化に根ざした商品開発を強化

13

東日本大震災を受けて

2010年度の振り返り

「確かなグローバルカンパニー」  
を目指す中期経営計画

中期経営計画のカギである  
R&D (研究開発)

グループの共通の価値観を  
もって進んでいく

グループの共通の価値観をもって進んでいく

**本木** 最後になりますが、社会の課題解決に貢献する「確かなグローバルカンパニー」に向けて、従業員の皆様にどのようなメッセージをお伝えしたいですか。

**伊藤** 味の素グループの共通の価値観、仕事をする上での基本的な考え方や姿勢を、2009年に発表した「味の素グループWay」で謳っています。中期経営計画でも、その中に「味の素グループWay」が組み込まれています。「人と地球の未来の進歩への貢献」は、「社会への貢献」「開拓者精神」によってなされます。同様に、「コアな技術を有する」は、「新しい価値の創造」です。「世界レベルの多様な人材力」は、「人を大切にする」とつながっています。「確かなグローバルカンパニー」になるためには、「味の素グループWay」をしっかりと持って進んでいくことが重要です。

**味の素グループWay**

**新しい価値の創造 Create New value | Create**  
独自性のある技術とサイエンスに基づき、新しい発想と継続的革新で価値を創造します。  
(技術に裏打ちされた商品価値の創造、新しい食生活の提案)

**開拓者精神 Pioneer Spirit | Pioneer**  
新しい事業、新市場の開拓に常に挑戦し続けます。  
(現場レベルの粘り強い知恵と努力の積み重ね)  
(地域文化や市場に適合した市場創造)

**社会への貢献 Social Contribution | Contribute**  
常に謙虚で誠実な態度で社会の要請を受け止め、事業活動を通じた社会的な価値の最大化を目指します。  
(社会的課題の解決)(地域環境の改善)(安全と安心)  
(信頼されるものづくり)(公正、公平、透明、簡素)

**人を大切にする Value People | Respect**  
味の素グループの事業に参加する全ての人の人間性を尊重し、その人が成長し、能力を最大に発揮できる集団になります。  
(活躍の場の提供)(育成・支援・フォロー)  
(公正な評価)(チームワーク)

1. グループビジョンと中期経営計画の位置づけ

**味の素の目指すグループ像: 「確かなグローバルカンパニー」**

地球規模で成長し続ける  
**「確かなグローバルカンパニー」**  
~ Genuine Global Company ~  
おいしい、そして、いのちへ。  
Let Well, Live Well.  
**AJINOMOTO.**

- ① 人と地球の未来の進歩に貢献する
- ② 当社だけの「世界一であるコアな技術領域」を有する
- ③ 「世界レベルの、多様な人材力」の集団である
- ④ グローバル企業レベルの「事業と利益の規模」を持つ
- ⑤ 利益を生み出す「効率性」が世界水準である



インタビュー プロフィール

本木 啓生 (もとき ひろお)

株式会社イースクエア 代表取締役副社長  
東北大学大学院環境科学研究科非常勤講師

イースクエアは、企業の戦略的CSR・環境経営の支援を通して持続可能な社会の実現を目指すコンサルティング会社。同社における全体の統括責任者として、多岐の業種にわたる大手企業を中心に、CSR・環境経営戦略、CSR・環境ビジョン、ロードマップ策定、ステークホルダー・ダイアログ企画・運営、CSR・環境レポート企画、ビジネスモデル開発等の支援を行っている。

## 理念の実現と課題



### 理念実現に向けて 事業で取り組む

「21世紀の人類社会の課題」に取り組むことを通じて、「味の素グループ理念」の実現につなげていきます。

#### 味の素グループの理念の実現に向けて



「21世紀の人類社会の課題」として、「地球持続性」「食資源」「健康な生活」の3つを掲げ、企業活動を通じて課題解決に取り組めます。

#### 理念を実現する技術と取り組み



「味の素グループ理念」を実現する重要なドライバーである「技術」。アミノ酸を中心として広がっていく先端技術の開発を通じて、3つの社会課題の解決に貢献します。

## 味の素グループの理念の実現に向けて

### 味の素グループ理念について

味の素グループは、2009年に創業100周年を迎えるにあたり、次の100年に向け、改めて、味の素グループに求められていること、味の素グループだからこそできること、味の素グループとして成し遂げたいことを問い直し、これまでの理念に「いのちのために働き」を加え、新しい理念としました。これは、これまでに蓄積していた技術やビジネスモデルを中心にした味の素グループ全体の力と新しいさまざまな素材や機能、技術の発見や事業の可能性を活かし、人類の基本課題の解決に独自の貢献を果たしていこうという志を示したものです。

ここで指す“いのち”とは、「食」と「健康」の基盤にあり、地球上のすべての生き物のいのち、そしてそれを支える地球のいのち（環境）をさしています。つまり、「いのちのために働く」ということは、「いのちという、かけがえのないものを大切に生きていくこと」であり、これまでの「食」と「健康」という分野に加え、人と地球の課題に深く広く貢献するという「志」です。

味の素グループの従業員全員がこの志を共有し、いのちのためにできることは何かを考え、商品やサービスを通じて取り組んでいくことを、社会に約束していきます。



### 味の素グループが貢献する社会課題とは

味の素グループのCSRは、企業活動を通じて、「味の素グループ理念」を実践することです。創業100周年で、「味の素グループ理念」に明記した、“いのちのために働く”を実現するために、“いのち”が直面している課題を「21世紀の人類社会の課題」として、「地球持続性」、「食資源」、「健康な生活」の3つを掲げました。これらの社会課題は、いずれも、味の素グループの事業分野とのかかわりが深く、かつその取り組みには、味の素グループらしさを発揮できるものと考えています。

味の素グループは、調達から開発・生産、そして商品やサービスの提供、地域社会との連携など、企業活動を通じて取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。



## 21世紀の人類社会の課題を中期経営計画に反映する

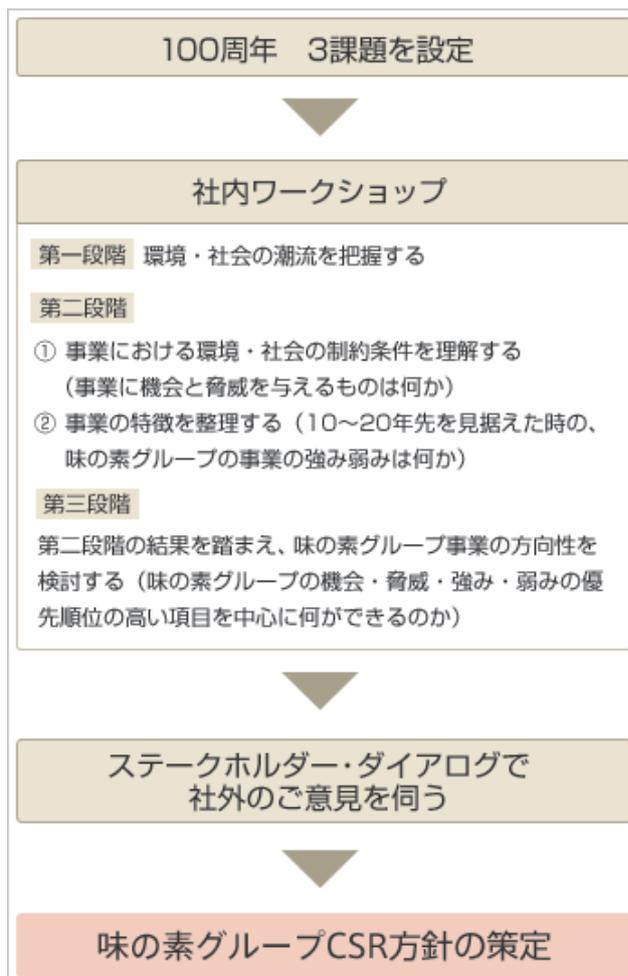
2010年は創業100周年(2009年)を機に、これまでの100年を振り返り、これからの100年を形作るはじめての一步として、2011-2013中期経営計画の策定にあたりました。味の素グループが掲げた「21世紀の人類社会の課題」は、非常に大きな課題のため、課題解決に向けた計画を議論する上でも、どういう側面で捉えればいいのか、切り口となるものが必要でした。

そこで、味の素(株)の事業、生産、研究開発などに携わる部署から約30名の実務担当者が集まり、ワークショップを実施(5月、6月)、部門の垣根を越えて、全社的な視点から具体的な推進テーマを議論することにしました。ワークショップは3段階で行いました(右図参照)。

ワークショップの第三段階で出たアイデアを「社会の貢献度」、「味の素グループの独自性」、「事業の成長性」の観点で絞り込み、特に重要性の高いものから、3つの「21世紀の人類社会の課題」をどういう側面で捉えるべきかまとめ、各社会課題に対する認識も明確にしました。

その後、社内で議論を繰り返し、毎年開催しているステークホルダー・ダイアログにて、ご出席のステークホルダーの方々にも、これまでの経緯とまとめた結果に対するご意見を伺いました。さらに、社会課題解決に向け、抜けている視点がいないか、それぞれのお立場でのご示唆をいただきました。

### ■ステークホルダー・ダイアログ



ステークホルダー・ダイアログを経て、3つの「21世紀の人類社会の課題」のそれぞれの切り口に沿って、課題解決に向けた取り組みの方向性をまとめ、「味の素グループCSR方針」としました。

味の素グループCSR方針

推進領域		取り組みの方向性
地球持続性	低炭素社会に向けて	<ul style="list-style-type: none"> <li>製造工程でのCO<sub>2</sub>のさらなる削減を進めます。                     <ul style="list-style-type: none"> <li>使用するエネルギーのさらなる効率化を進めます。</li> <li>再生可能エネルギーへの転換を進めます。</li> </ul> </li> <li>カーボンフットプリントの研究を進め、ライフサイクル全体での温室効果ガス削減を図ります。</li> </ul>
	生態系・生物多様性の保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>農・畜・水産資源の、持続可能な利用を進めます。</li> <li>アミノ酸やコプロ(Co-Products)※の機能を追求し、生態系・生物多様性の保全に向けた研究・開発を進めます</li> </ul>
	資源循環への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料・燃料・副資材などのさらなる有効・循環利用を進めます。</li> <li>水使用量のさらなる削減と、高度な排水処理技術の追求で循環利用を進めるとともに、バリューチェーンでの水使用量の把握と削減を検討していきます。</li> <li>容器・包装も環境配慮を徹底し、お客様と一緒に資源循環を推進します。</li> </ul>
食資源	食料生産性の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>飼料添加物や水産飼料添加物の提供を通じ、畜・水産資源の生産性向上を図ります。</li> <li>アミノ酸やコプロを活用し、農産資源の収量拡大を促進します。</li> </ul>
	食資源を活かし切る	<ul style="list-style-type: none"> <li>農・畜・水産原料を、無駄なく活かし切る取り組みを推進します。</li> <li>生態系への負荷を極小化するべく、利用技術の革新を推進します。</li> <li>お客様や生活者に、食品や食材を無駄なく活かし切る提案を積極的に進めます。</li> </ul>
健康な生活	栄養を通じた貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>過剰栄養に伴う生活習慣病を中心とする慢性疾患を、機能性食品を通じて予防します。</li> <li>途上国の栄養不足の改善を、社会セクターとの連携によって進めていきます。</li> <li>アミノ酸分析技術を応用し、医薬分野での貢献を進めます。</li> <li>震災被災地の栄養問題に、積極的な健康情報の提供を通じて貢献します。</li> </ul>
	高齢化社会への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>食を通じた高齢者のQOLの向上を図っていきます。</li> </ul>

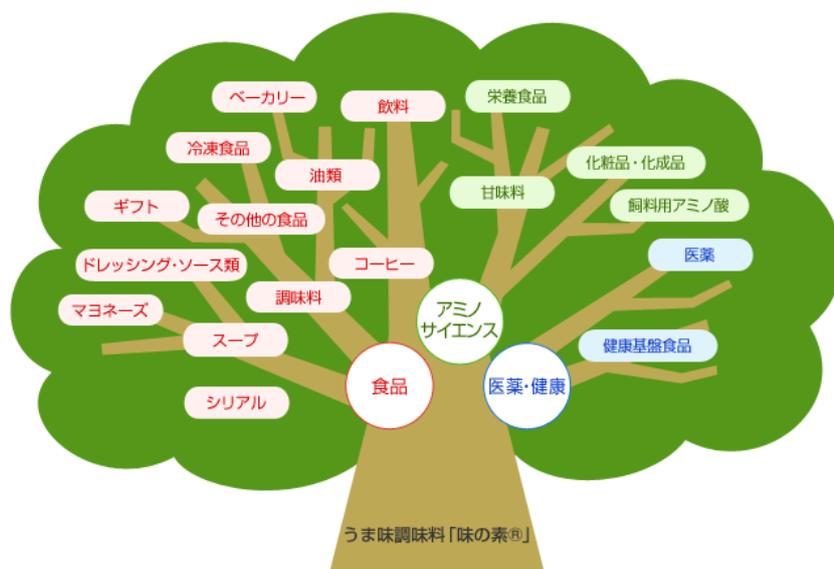
※コプロ(Co-Products)：アミノ酸発酵で作られる栄養豊富な発酵液を、肥料や飼料などに製品化したもの

## 理念を実現する技術と取り組み

### アミノ酸から広がる技術と事業

「うま味」の発見に始まる味の素グループの創業の精神は、「おいしさの本質を究めて健康な生活を創り出すこと」。その思いを原点に、1世紀にわたって、人々の健康な生活のために、アミノ酸を中心に独自の技術開発を行ってきました。味の素グループにとって重要だったのは、創業の原点である「うま味」のもとがグルタミン酸というアミノ酸だったということです。「うま味」を商品化し、研究開発を続けていく過程で、アミノ酸には多様な栄養・生理機能があることが発見され、その成果を活用することで、食品のみならず、さまざまな分野での技術開発が生み出されました。

その中でも、近年はサステナビリティの実現にかかわる技術が増え、発酵生産工程から生まれる副生物の肥料への展開、リジン畜産飼料に利用することによる環境負荷低減、生産からお客様が利用されるまでの総合的な二酸化炭素排出の抑制などを進めてきました。これら独自の技術がそれぞれに連携し重なり合うことによって、事業拡大、ひいては「21世紀の人類社会の課題」解決へ向けた味の素グループならではの貢献につなげていきます。



### 中期経営計画における研究開発の果たす役割

味の素グループは、「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」、「食資源」、「健康な生活」の3つの課題に事業で貢献することにより、安定的で持続的な成長を目指します。2011～2013中期経営計画では、成長のドライバーとして、グローバル成長、R&Dのリーダーシップ、外部資源の活用の3つを掲げました。研究開発においては、「世界一の調味料」と「先端バイオ関連」に資源を重点化させ、新しい価値創造に向かっていきます。

例えば、調味料分野では、うま味も含めた5つの基本味を極めるとともに、おいしさを構成する香りや食感も加えた「おいしさ」を構成する全ての領域の技術構築を行うことで、世界一を目指します。

また、先端バイオ関連技術分野では、「環境資源貢献」「動植物栄養」「先端医療・栄養」の3領域に資源を集中させます。この領域は、「地球持続性」、「食資源」、「健康な生活」という「21世紀の人類社会の課題」にも対応しています。そして研究開発推進力の強化のため、グローバルでのR&D体制を整備するとともに、成果の早期創出に向けたオープンイノベーションにも積極的に取り組みます。

2010年度の研究開発費：36,906百万円

保有している特許数：約4,400件

### 21世紀の人類社会の課題解決に貢献

地球持続性

食資源

健康な生活

世界一の調味料

先端バイオ関連

「おいしさ」を構成する  
全ての領域の技術を構築

「環境資源貢献」「動植物栄養」  
「先端医療・栄養」の3領域に資源を集中

研究開発推進力の強化

グローバルR&D体制

オープンイノベーション

21世紀の人類社会の課題



味の素グループが取り組む領域

**環境・生活技術**  
持続的で地球環境にやさしい技術

**低資源利用発酵生産**

- 未利用で人間が食べない原料の活用
- 低資源環境負荷発酵（水、エネルギー）への深化

**高機能・高効率農畜水産資材**

- 高機能バイオ肥料・農業の開発
- 高機能飼料から動物栄養事業への展開

**再生可能で低環境負荷な化成品**

- バイオプラスチックやバイオ触媒の開発と利用展開
- 省資源・省エネルギーに貢献する電子材料の展開

低炭素社会に向けて      生態系・生物多様性の保全      資源循環への貢献

**食技術**  
地球的視野でおいしさを考える技術

**食資源の有効活用**

- 原料供給・代替戦略

**おいしさの追求と提供**

- 食の安全のさらなる追求
- 地域の食に貢献する調味料や食品の提供

**健康訴求に応える高機能味覚技術**

- 新規呈味（減塩・減糖・減脂）から総合味覚技術への展開
- おいさと健康を提供するアプリケーション技術

食料生産性の向上      食資源を活かし切る

**医・健康技術**  
健康な生活を支える技術

**健康ケア**

- 高齢者栄養・健康支援事業
- 途上国の栄養改善プロジェクト
- 機能性化粧品・化粧品素材の開発

**診断・健康管理**

- 疾病の予防・早期発見につながる診断技術：「アミノインデックス」
- 医療を支えるIT技術：環境生活電子材料の開発

**高度先端医療**

- バイオ・ファインケミカル技術で再生誘導医療やバイオ医薬を推進

栄養を通じた貢献      高齢化社会への対応

地球持続性



## すべての基盤となる 地球の持続性を守りたい

私たちが地球の上で暮らし続けていくために、  
地球の環境を良好に保っていくことが重要です。

### 地球持続性の課題



地球環境の持続性が揺らいでいます。味の素グループでは、健やかな地球環境がすべての基盤であることを認識し、事業活動を通じて地球持続性の課題解決に挑戦します。

### 低炭素社会に向けて



気温の上昇が、大幅な気候の変化をもたらし、農作物の収穫にも大きな影響を及ぼしています。味の素グループは、ライフサイクル全体で温室効果ガスの削減を進めています。

### 生態系・生物多様性の保全



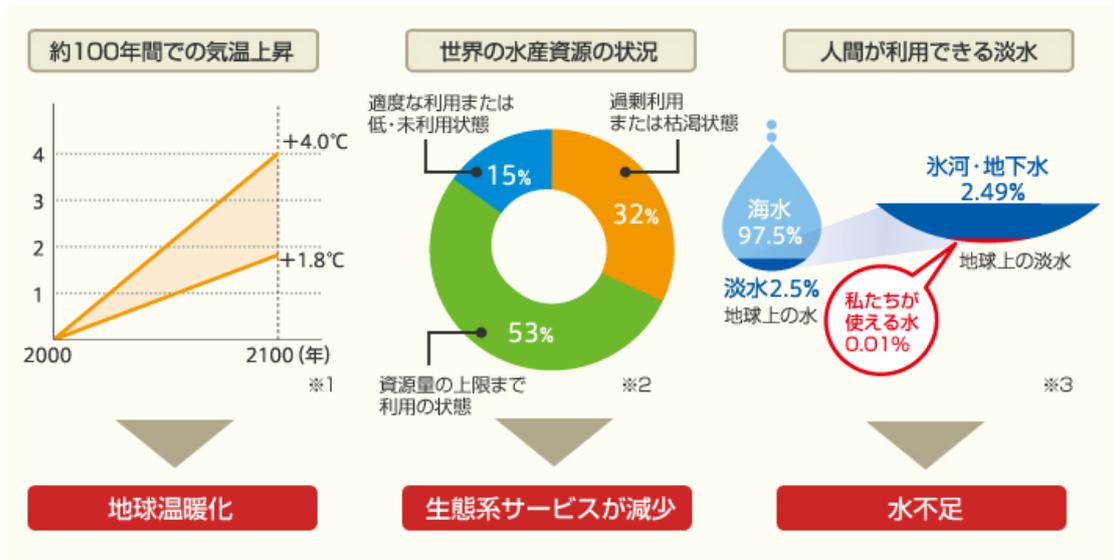
生物多様性が損なわれ、生態系サービスが減少しています。味の素グループは、生態系を保全し、生物資源を持続的に活用するビジネスモデルづくりを進めています。

### 資源循環への貢献



将来にわたっていのちをつないでいくために不可欠な資源の循環利用。味の素グループは、自然の恵みを「活かし切る」視点を持って、バリューチェーン全体で取り組みを進めます。

## 地球持続性の課題



### 今何が起きているのか

私たちが地球の上で暮らし続けていくためには、地球の生態系・生態系サービスが良好でなければなりません。

しかし現在、地球環境の持続性が揺らいでいます。例えば「気候変動」。CO<sub>2</sub>などの温室効果ガスが原因で大気温度が上昇し、地球全体の大気の流れを変化させ、異常気象など気候に影響を与えています。気温の変化は、生物の営みや人々の暮らし、農作物の生育に影響を与えます。

また、生物資源をはじめとする自然からの恵みを受けるには、それを生み出す「生物多様性」も重要です。生物多様性は生き物同士のつながりでもあります。このつながりの多様さが、人間による乱獲や環境汚染によって破壊されつつあるのです。

さらに、生物が生きていくためには「水」が必要です。もともと海水に比べて淡水(真水)は少なく、人が直接利用できる淡水は地球上の水全体の0.01%にすぎません。一方で、人口の増加が水の需要を拡大しており、今後ますます水不足が深刻になることは確実です。

※1 IPCC第4次評価報告書第1作業部会報告書を参考に作成

※2 出所: 国連食糧農業機関(FAO)「The State of World Fisheries and Aquaculture 2010」

※3 出所: 環境省「平成22年版環境・循環型社会・生物多様性白書」

### 気候変動について

- CO<sub>2</sub>の排出などが原因で、世界の平均気温は過去100年で0.74°C、2100年までに1.8~4.0°C上昇すると予測。
- 極端な高温、熱波、大雨の頻度が増加。
- 陸上・海洋ともに環境が大きく変化し、動植物種の絶滅リスクが増大。
- 低緯度地域では、1~2°Cの気温上昇でも穀物生産性が低下。

▶ [低炭素社会に向けて](#)

### 生態系について

- 人間活動の拡大に伴い、動植物の生息地域が減少、生息環境も急激に変化。
- 次の世紀(22世紀)までに、鳥類の12%、ほ乳類の25%、両生類の少なくとも32%が絶滅すると予測。
- 人間生活に必要な水の浄化や大気質の調整などの生態系サービスの60%以上が失われる。

▶ [生態系・生物多様性の保全](#)

### 水資源について

- 人間が利用できる水は、地球全体の水の0.01%のみ。
- 開発途上国で生活をする約11億人が水を十分に利用することができていない。
- 2030年には世界の水需要が、現在の供給量を40%上回ると予測。
- 農業用水が世界の水利用の70%を占めている。
- 海洋汚染のほぼ80%は、農業や内陸の開発などによる海洋汚染物質から発生。

▶ [資源循環への貢献](#)

## 低炭素社会に向けて

### 低炭素社会に向けた考え方と取り組み

地球温暖化による大規模な気候変動は、地球全体の持続可能性にかかわる問題であり、味の素グループの将来にも直接かかわる課題です。製品の製造工程で発生する温室効果ガスを削減することは当然として、事業・製品のライフサイクル全体を通じた削減にも取り組みます。特に、アミノ酸などの機能を追求し、温室効果ガスの発生を抑制できるような商品の開発・提供を通じて、低炭素社会の実現に貢献したいと考えています。

味の素グループでは、「味の素グループ・ゼロエミッション計画」に基づき、事業活動によって排出されるCO<sub>2</sub>の削減に取り組み、着実に成果をあげてきました。特に、主要生産プロセスであるアミノ酸発酵には、多くの原料・エネルギーを利用するため、今後さらに原料やエネルギーの利用そのものを減らす技術開発を進め、投入原料に対する生産効率を向上させます。またアミノ酸などの発酵生産物を取り出す際、必要とされる副原料の使用を抑える技術の開発などを進めることで、利用エネルギーの低減を図っていきます。

一方で、利用するエネルギーそのものについても脱石油を進め、再生可能なエネルギーの導入を進めています。味の素グループでは、2004年度にエネルギー構成比36%を占めていた石油類を、2010年度には11%まで削減しました。また、タイ味の素社カンペンペット工場でのバイオマスボイラー稼働を端緒に、2010年度にはバイオマスがエネルギー構成比5%を占めるようになりました。

このように、製品を作るのに必要なエネルギーにも、食資源と競合しない未利用のバイオマスを活用する取り組みを、味の素グループの各生産拠点に広げられるよう、植物資源の豊富な東南アジアをはじめとして、南米、欧州などでも検討を進めています。

▣ [「味の素グループ・ゼロエミッション計画」に基づくCO<sub>2</sub>の削減実績について詳しくはこちら](#)

### アミノ酸発酵製造工程の改善による温室効果ガス削減

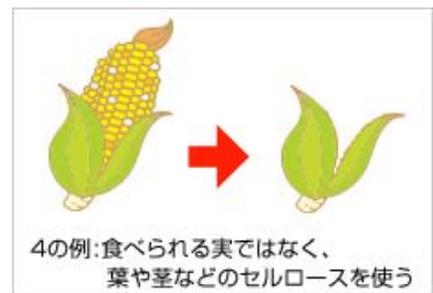
味の素グループの主要生産プロセスであるアミノ酸製造では、サトウキビなどの農産原料から、発酵工程を経てアミノ酸を生産・精製するため、農産原料を直接加工する食品製造と比較すると、水やエネルギーを多く使用します。味の素グループのCO<sub>2</sub>排出総量のうち約70%を発酵関連由来のCO<sub>2</sub>が占めるほどです。そこで味の素グループでは、資源やエネルギーを効率的に利用し、CO<sub>2</sub>をはじめとする環境負荷のさらなる低減を図るため、アミノ酸発酵製造工程に、「低資源利用発酵技術」の導入を進めるとともに、カーボンニュートラルなエネルギー源であるバイオマスエネルギーへの転換も進めています。

#### 事例1 低資源利用発酵技術の導入

味の素グループでは、これまで資源循環型のアミノ酸製造を続けてきました。今後、資源を効率的に利用し、環境負荷を低減、食資源を極力使用しない「低資源利用発酵技術」の導入を進め、さらにプロセスを発展させていきます。

低資源利用発酵とは、1.発酵効率を改善して、使用原料を大幅に削減する技術、2.製品の精製工程での副原料の使用量、廃水や副生物の発生量を削減するための技術、3.サトウキビ搾汁やタピオカ澱粉などの発酵原料の自製化と、その過程で発生するバイオマスを燃料源として利用する技術です。現在、うま味調味料「味の素®」を生産している地域に導入すべく、開発・工業化準備を進めています。さらには、4.発酵主原料として植物の食べられない部分のセルロースなどを利用し食資源の利用を抑えた新しい技術の開発も進めています。

アミノ酸の原料である、サトウキビやトウモロコシといった可食作物は、人口増大や新興国の経済成長、エネルギー作物としての需要増大により、価格が高騰するとともに、供給も不安定となっています。味の素グループでは、このような新技術の導入により、資源の節減、CO<sub>2</sub>や排水などの各種環境負荷の低減に加え、食資源の有効利用・使用節減にも大きく貢献できると考えています。



#### 事例2 バイオマスボイラーの導入

味の素グループの主要なアミノ酸発酵生産工場のひとつである、タイ味の素社カンペンペット工場では、2008年12月より、重油ボイラーの代わりに、地域の米作から供給

される、もみ殻を燃料として使用するバイオマスボイラーを稼働させています。タイでは米の三期作が行われているため、もみ殻も一年を通じて安定して得られます。使用するもみ殻はこれまで未利用だった農業資源であり、カーボンニュートラル※1な燃料でもあります。このボイラーの導入により、この工場からのCO<sub>2</sub>排出量を年間およそ10万トン削減できました。

味の素グループでは初の試みとして、2009年にこの取り組みを日本とタイ政府に“CDM(クリーン開発メカニズム)※2プロジェクト”として申請し、それぞれ承認を得ました。次のステップは、上部機関である国際連合の理事会への申請です。申請に向けた準備を、鋭意進めています。



1万トンのもみ殻が貯蔵できる巨大なサイロ(写真奥)とボイラー(手前)

※1 カーボンニュートラル: 植物は光合成により、成長時にCO<sub>2</sub>を吸収することから、燃やしたときにCO<sub>2</sub>が大気中に戻っても、全体としての大気中のCO<sub>2</sub>は増減しないという考え方

※2 CDM(クリーン開発メカニズム): 京都議定書に規定されているメカニズムのひとつ。先進国が途上国において温室効果ガス削減プロジェクトを行った場合、その削減分を自国の削減分としてカウントできる制度。

## 製品を通じた温室効果ガスの削減

味の素グループは、事業活動を通じて温室効果ガスを排出しますが、味の素グループの製品を使用いただくことで、温室効果ガスの発生を抑制することもできます。こうした抑制効果も含めて、事業・製品のライフサイクル全体での温室効果ガス排出量の把握を進めます。また、飼料用アミノ酸などの、温室効果ガス削減に貢献できる製品・技術の普及に努めます。

## 事例3 カーボンフットプリントの研究

カーボンフットプリント※1とは、商品のライフサイクル全体で排出される温室効果ガスの量のことで、環境に優しい商品かを定量的に“見える化”できる指標のひとつです。現在、2012年にカーボンフットプリントを国際規格(ISO14067)化しようとする取り組みが進められています。

味の素(株)では、この指標が低炭素社会の実現に貢献するインセンティブになるものとして、早くからカーボンフットプリント算定に関する基盤的研究に取り組んできました。そして現在、味の素グループのグローバル商品である、アミノ酸などの発酵素材について、国際的に通用するカーボンフットプリント算定を行い、環境貢献効果を明らかにする取り組みをはじめています。まずは飼料用アミノ酸での算定から着手し、2010年度は、この算定値を経済産業省の「カーボンフットプリント制度試行事業」に申請、商品種別算定・表示基準(PCR)※2の認定を受けました。

2011年度はさらに、主要な発酵素材全般へと範囲を広げ、PCRの認定およびカーボンフットプリントの認証へと範囲を広げていきます。将来的には、発酵素材の環境貢献効果を含めた、ライフサイクル全体での環境貢献を明らかにしていきます。

※1 カーボンフットプリント: 生産から廃棄までを通したライフサイクル・アセスメントの観点から、製品を提供する際に発生した温室効果ガス総排出量

※2 商品種別算定・表示基準(PCR): 商品・サービスごとのカーボンフットプリントの算定・表示に関するルール



カーボンフットプリント表示の試行事例(エコプロダクト2008での展示サンプル)

## 事例4 飼料用アミノ酸の環境貢献の認証-J-VERおよび国内クレジット制度

味の素グループでは、飼料用アミノ酸事業をグローバルに展開しています。飼料用アミノ酸製造にあたりCO<sub>2</sub>が排出されますが、一方でこの製品を使用いただくことで、畜産由来の主要な温室効果ガスである亜酸化窒素(N<sub>2</sub>O)の発生抑制に大きく貢献できることが示唆されており、味の素(株)では、その実証試験を日本国内の研究機関と共同で進めています。

2010年度は、共同研究結果をもとに、“飼料用アミノ酸を加えた低タンパク飼料”による温室効果ガス削減効果を、環境省によるオフセット・クレジット認証制度(J-VER)※1および経済産業省、環境省、農林水産省の3省による「国内クレジット制度」※2の対象プロジェクトとして申請し、認証されました。どちらの制度においても、事業者(養豚業者)が対象プロジェクトを用いて温室効果ガスを削減した場合、CO<sub>2</sub>削減量に応じたクレジットを獲得でき、売却すれば収益を得ることができます。

このように、飼料用アミノ酸の環境貢献効果が国内制度として認められたことは極めて画期的なことであり、大きな成果だと考え



飼料用アミノ酸3種類



「リジン」

家畜の飼料では、もっとも不足しやすい必須アミノ酸の一つ



「スレオニン」

一般的な家畜の飼料では「リジン」に次いで不足しがちなアミノ酸



「トリプトファン」

子豚において、特にトウモロコシ多給時に欠乏しやすいアミノ酸

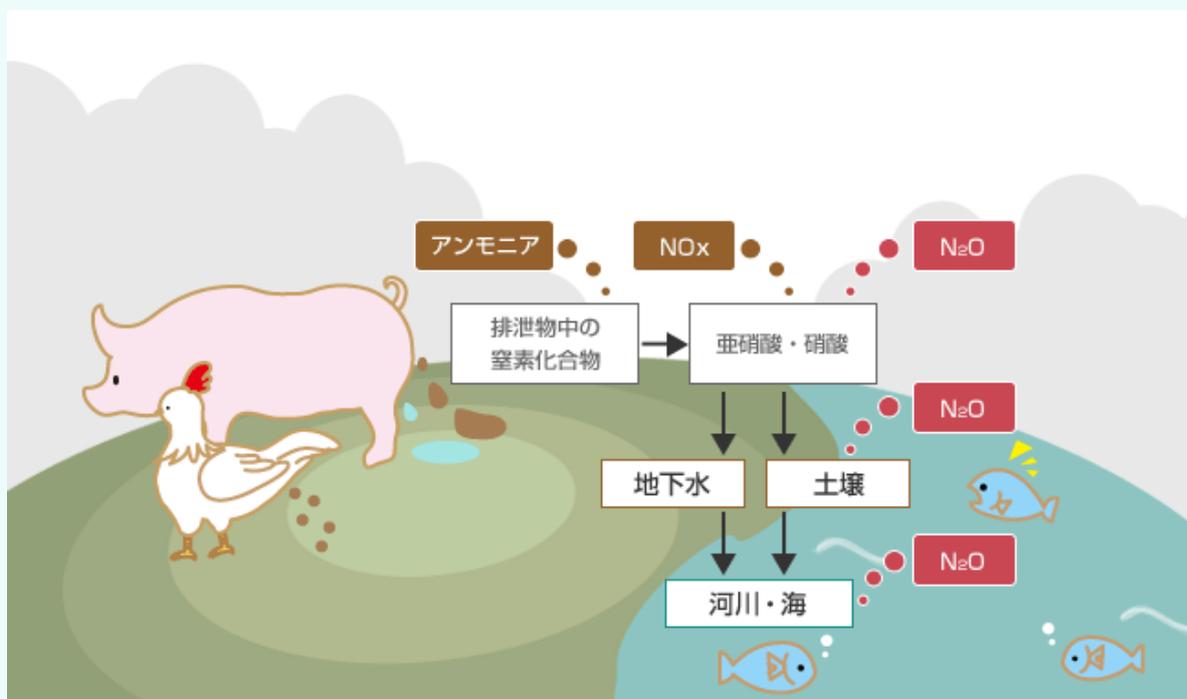
ています。味の素グループでは、今後も、科学的裏付けをもとに飼料用アミノ酸の新しい価値の世界的認知を広げ、この技術のさらなる普及を通じ、地球温暖化防止に貢献していきます。

※1 オフセット・クレジット認証制度 (J-VER) : Japan Verified Emission Reduction。事業者の温室効果ガス削減量を正式なオフセット・クレジットとして環境省が認証する制度であり、事業者はこのクレジットを売却し、収益を得ることができる。

※2 国内クレジット制度: 中小企業などが大企業などから資金や技術・ノウハウなどの提供を受け、共同でCO<sub>2</sub>排出削減に取り組み、その削減分を国内クレジットとして売買できる、経済産業省、環境省および農林水産省管轄の制度。

### 家畜の排泄物由来の温室効果ガス(N<sub>2</sub>O)発生のメカニズムとその割合

家畜糞尿中の窒素化合物は、土壌や大気中で酸化・還元され、一部の窒素がN<sub>2</sub>O(亜酸化窒素)として大気中に放出されます。このN<sub>2</sub>Oは、CO<sub>2</sub>の約300倍の温室効果があり、CO<sub>2</sub>、メタンに次いで影響力が大きな温室効果ガスです。飼料用アミノ酸を補充したバランスの良い低タンパク飼料を用いると、慣用飼料に対して、豚や鶏の排泄窒素量を約2~3割削減できることが知られています。その後の工程から発生するN<sub>2</sub>Oも同等の比率で削減できるため、地球温暖化防止に貢献することができます。



■飼料用アミノ酸による「土地の有効活用への貢献」について詳しくはこちら

## 生態系・生物多様性の保全

### 生態系・生物多様性の考え方「愛知ターゲット」の下での戦略的取り組みの推進

2010年10月に名古屋で開催された生物多様性条約第10回締約国会議(CBD-COP10)において、人類が自然と共生する世界を2050年までに実現するために、国際社会が2020年までに実効性のある緊急行動を起こすことを求めた「愛知ターゲット」が採択されました。

そして、2011年からは「国連生物多様性の10年」がはじまりました。具体的な政策などについては多くの議論が必要ですが、「いのち」と「暮らし」を維持していくために必要な、ビジネスや社会に関する新しい制度や仕組みづくりがはじまります。

このような中、世界各地でさまざまな生物資源を利用し、「いのちのために働く」味の素グループは、いち早く、生物資源を持続的に活用できるビジネスモデルづくりを推進していきます。それは、地域に根ざして事業をグローバルに展開する味の素グループに期待されている大きな役割であり、また新時代の新たなビジネスチャンスにつながるものでもあります。

そこで、2011-2013環境中期計画では、改めて、生物多様性の保全と生態系サービスの持続可能な利用を、事業活動を通じて持続可能な社会づくりに貢献するための重点施策のひとつに位置づけ、ビジネスリスクとチャンスを戦略的に管理していきます。



「国連生物多様性の10年」ロゴ

### 事例1 生態系サービス評価(ESR)の手法を活用した事業計画の策定と実施

味の素グループがかかわりを持つ生態系サービスの中でも、主要製品の原材料などの生物資源は特に重要です。操業の安定継続と事業の発展のためには、これら戦略的に取り組むべき生態系サービスが何で、どのように事業活動と具体的にかかわりを持っているのか、またその動向がどうなるのかを理解した上で、対応計画を適切に事業計画に組み込んでいかなければなりません。そこで味の素グループでは、2010年度より「企業のための生態系サービス評価(ESR※)」の方法論を参考にして、これら重要戦略原料にかかわるビジネスリスク・チャンスの管理に取り組んでいます。



戦略策定ワークショップ

2010年度に、まず、グループの主要事業領域全体にわたり、生物資源や生態系サービスとのかかわりを網羅的に洗い出し、その中から優先対象とする生物資源や事業分野を選定しました。現在、それら重要戦略原料ごとに、主に安定調達の見点からさまざまな具体的な取り組みを進めています。



中西部太平洋マグロ類委員会(WCPFC)第6回科学委員会(SC6)会合(2010年8月、トンガ)

事業活動と生物多様性との関係性の把握、分析ならびに取り組み対象の優先付けの一連の作業を行うにあたっては、環境部門のみならず、事業、研究開発、調達などの社内関係者や専門家、研究者、NPOなどの社外有識者の参加と協働で実施しました。実務現場のヒアリングや戦略策定ワークショップに多くの時間をあて、客観的な事実認識と選択する計画についての納得・合意に留意しました。

特に、その生態系サービスにかかわる事業活動そのものの持続性を担保する計画策定を念頭に置き、事業、研究開発、調達の実務部門が主体となって、事業継続に必要な生物多様性保全などの具体的施策を実施しています。



カツオ標識放流調査

なかでも、生態系および事業の両方にとって重要度が高いことから注力して取り組みを進めているのは、水産と森林にかかわる資源調達の分野です。水産資源については、主力製品の原料であるカツオの資源管理への貢献と、エビの養殖・加工地における生態系配慮です。森林生態系については、紙やパームオイルの生態系保全配慮調達の仕組みづくりの検討を進めています。また、「地域社会・生態系とともに成長する事業所」を目指した土地利用の検討も始めています。

※ Corporate Ecosystem Services Review、WBCSD、WRIなど(2008)

## 事例2 消波ブロックの概念を塗り替える「環境活性コンクリート」

アミノ酸は生命のあるところには必ず存在し、食品や医薬品、化粧品、飼料などの製品に幅広く利用され、さまざまな機能を発揮しています。アミノ酸について深い知見を持つ味の素(株)では、生物多様性が脅かされつつある水域の活性化にもアミノ酸が役立つ筈である、そんな発想と情熱を発端として、コンクリートにアミノ酸を混ぜて藻類の生長を促す「環境活性コンクリート」の研究を始めました。2009年から、消波ブロックで有名な日建工学株式会社と徳島大学大学院ソシオテクノサイエンス研究部(上月康則教授)と、共同で開発を進めています。「環境活性コンクリート」は、コンクリートにアミノ酸を混ぜた(混和した)もので、水中でゆっくりとアミノ酸を放出します。これまでの試験では、アミノ酸の中でもアルギニンが、コンクリートと混和した時の相性が最も良く、かつ微細藻類の成長を通常の5~10倍も促進する事がわかりました。河川ではアユが、海域ではアワビやナマコ等が集まる傾向も確認されています。現在、地域、漁協の皆様との協力のもと、約20箇所の海・河川にて実証実験中です。

さらに、実用化に向けて、外部専門家による建設材料としての耐久性の試験や、アミノ酸の放出機構と速度などについての評価を進めています。防災機能と水域環境の活性化を両立する、この革新的なコンクリートが、世界各地で活用される事を目指しています。



河川の試験でアユが集まる様子



アミノ酸入り消波ブロック

## CSR調達ガイドラインの策定に向けて

東日本大震災では、東北地方の調達先の被災にともなうサプライチェーンの分断で、事業に大きな影響が出た企業が多数ありました。従来、食品業界は「食の安全と安心」を確保することに重点をおいたサプライチェーンの管理を行ってきましたが、事業継続には、その他のさまざまなリスクに対する配慮も重要であることが認識されました。

グローバル社会では、地球温暖化を進めてしまう要因のひとつとされる熱帯雨林の伐採や、児童労働をはじめとする労働・人権問題などが、調達リスクとして顕在化しており、味の素(株)が製品を供給している欧米の大手食品メーカーから、調達先である私たちに對するCSRの要請も増えてきています。そのような中、サプライチェーン全体で、生態系や生物多様性保全を含めた環境、人権といった社会課題解決に取り組み、改善をしていくことがますます重要になってきています。

味の素グループではこれまでも、「グループ購買基本方針」を掲げ、グループの調達における考え方を示してきましたが、今後、遵守・実践すべきCSRの基準を明確にした、「CSR調達ガイドライン」の策定をサプライヤーの皆様とともに進めていきます。2011年度中にサプライヤー様との対話を実施し、2012年度からの運用開始に向けて作業を進めています。

■[味の素グループ購買基本方針](#)について詳しくはこちら

## 資源循環への貢献

### 資源循環への貢献の考え方と取り組み

地球上のあらゆるいのちに不可欠な食糧や水、エネルギー。将来にわたっていのちをつないでいくためには、こうした貴重な資源を効率的に利用するとともに、代替素材の活用や循環利用を進めていくことが不可欠です。味の素グループでは、今後も、原料・副原料などの資源利用効率をさらに高めていくとともに、自然の恵みを大切に「活かし切る」視点を念頭に、資源の永続的な利用に向けて、資源循環型ビジネスのさらなる発展に取り組めます。

■「味の素グループ・ゼロエミッション」計画に基づく資源循環の実績値について詳しくはこちら

### 容器包装リサイクルについて

味の素(株)では、容器包装リサイクル法の趣旨である容器包装排出抑制に対して「容器包装3R※推進計画」を策定し、2007年4月より運用を開始しています。また、この目標を確実に達成するために「容器包装3R推進会議」を半期ごとに設け、関係部門の代表者が実績確認、計画の推進確認、情報共有を行っています。

※3R: Reduce, Reuse, Recycle

### 事例1 商品・サービスの環境配慮を一目で分かりやすく示す

味の素グループでは、商品・サービスの環境配慮を一目で分かりやすく示すために、2010年秋から味の素(株)の製品パッケージなどで「味なエコ」マーク※を展開しています。容器包装のエコ化についても、「詰替えをお勧めしているもの」、「再生紙を利用しているもの」、「トレイを省いたもの」などから、「味なエコ」マークの展開を開始しています。2011年度は、新たにマヨネーズ製品「ピュアセレクト®」シリーズに、中仕切りを使用しない新形状の外箱を導入しました。これにより、紙使用量およびCO<sub>2</sub>排出量を当社従来比で年間3割削減します。また、味の素グループギフト製品には、蓋にコーティング剤を使用していない再生紙ダンボール紙を導入しました。いずれも「味なエコ」マークで環境配慮のポイントをお伝えしています。今後さらに、環境配慮の内容や表示製品も拡大していく予定です。

※「味なエコ」マーク: 商品・サービスの環境配慮を一目でわかりやすく示すためのマーク。「味なエコ」マークは味の素(株)の登録商標です。

■「味なエコ」マークについて詳しくはこちら



「味なエコ」マークは、対象商品が101品種に増えました！  
(2011年7月現在)



マヨネーズ製品「ピュアセレクト®」シリーズの外箱

### 事例2 冷凍食品トレイ削減の取り組み

冷凍食品トレイは味の素冷凍食品(株)だけで約1億8,500万枚/年、業界全体で約15億枚/年※以上、使用されていると推測されます。味の素冷凍食品(株)は

1997年、いままでトレイ入りが当たり前だった鶏のから揚げにおいて、トレイなしの大袋商品「やわらか若鶏から揚げ」を発売しました。お客様の高い支持を受け、鶏のから揚げ市場で10年連続No.1を獲得しています。その後もトレイなし商品を販売し、年間約3,700万枚のトレイを削減していることとなります。2010年秋より「味なエコ」マークを表示し、お客様とのコミュニケーション強化も図っています。

※トレイ使用枚数は、2010年度家庭用商品のみ推計



## 水の循環利用の取り組み

味の素グループでは、世界的な課題である水資源の希少性を認識し、「味の素グループ・ゼロエミッション計画」に基づき、水使用量の削減と排水負荷量の削減に取り組んでいます。今後、さらに味の素グループ内での利用削減を進めるとともに、バリューチェーン視点からの利用実態の研究を広げ、水資源の保全にさらなる貢献を図っていきます。

「味の素グループ・ゼロエミッション」計画に基づく水資源の利用実績値について詳しくはこちら

## 事例3 排水量の削減と排水中の水質汚濁物質濃度の低減

味の素グループの事業の中核であるアミノ酸発酵生産工程では、多量の水を必要とします。そのためアミノ酸発酵工場は、基本的に水資源の豊富な地域に立地しています。しかし同時に、味の素グループは水の保全について、将来を見据えた非常に重要な問題と考えており、「使う水は必要最小限まで削減し、そして、使った水はきれいに自然に戻す」ことを、重点課題として取り組んでいます。

まず、排水量(≒水使用量)削減について、味の素グループの2002年度の排水量は約2億トンでしたが、2010年度には1億トンを切り、製品1トン当たりの排水量は160トンから38トンへ77%削減されました。これには冷却水の再使用などが大いに貢献しました。

次に、排水における水質汚濁物質の濃度低減(BOD、窒素)は、対象39事業所中20事業所が目標を達成しました。未達の事業所は、次期計画に引き継ぎます。排水濃度低減には、バイオサイクルの推進などの発生源対策とともに、微生物脱窒素法(BDN法)など高度な排水処理設備の導入が必要です。味の素グループは、グローバルに基幹工場への高度な排水処理設備の導入を進めています。国内基幹工場である味の素(株)川崎工場では、排水処理設備の更新に合わせ、最新の排水処理技術を導入することを決定しました。2012年完成の予定です。



ベトナム味の素社のBDNおよび凝集沈殿設備

## バイオ資源を活用した素材生産技術の開発

味の素グループでは、高度な発酵技術を利用して、石油からの合成や天然抽出に限界のある素材をバイオマスから生産する方法の確立に取り組んでいます。実現すれば、石油資源や貴重な生物資源の利用を回避できることにより、持続可能な循環型社会の形成に寄与することができます。

## 事例4 省エネ・創エネ生産向けバイオ新素材

原油価格が高騰し、温室効果ガスの排出抑制が国際的にも求められる中、石油化学製品の代替が可能となる技術開発に期待が寄せられています。

味の素(株)では、アミノ酸をはじめとする製品の原料にバイオマスを利用してきました。そこで行っている発酵生産に用いている菌の育種技術は、世界最高水準を有しています。この技術を用いて、石油からの合成で作られる化学品素材や天然抽出に限界のある素材をバイオマスから生産する方法の確立に取り組んでいます。実現すれば、石油資源や貴重な生物資源の枯渇を回避できることになり、持続可能な循環型社会の形成に寄与することができます。

また石油化学プロセスを、タンパク質を利用した酵素法に置き換えることにより、環境負荷の少ない製造法の確立にも取り組んでいます。

## 食資源



### いのちの源である食資源を これからも大事にしたい

私たちが地球の上で生き続けていくためには、  
十分な食料と栄養が必要です。

#### 食資源の課題



世界の人口が増加し、食料需要が急拡大している一方、需要に対する食料の供給は十分ではありません。需要と供給のバランスが崩れつつあるのです。

#### 食料生産性の向上



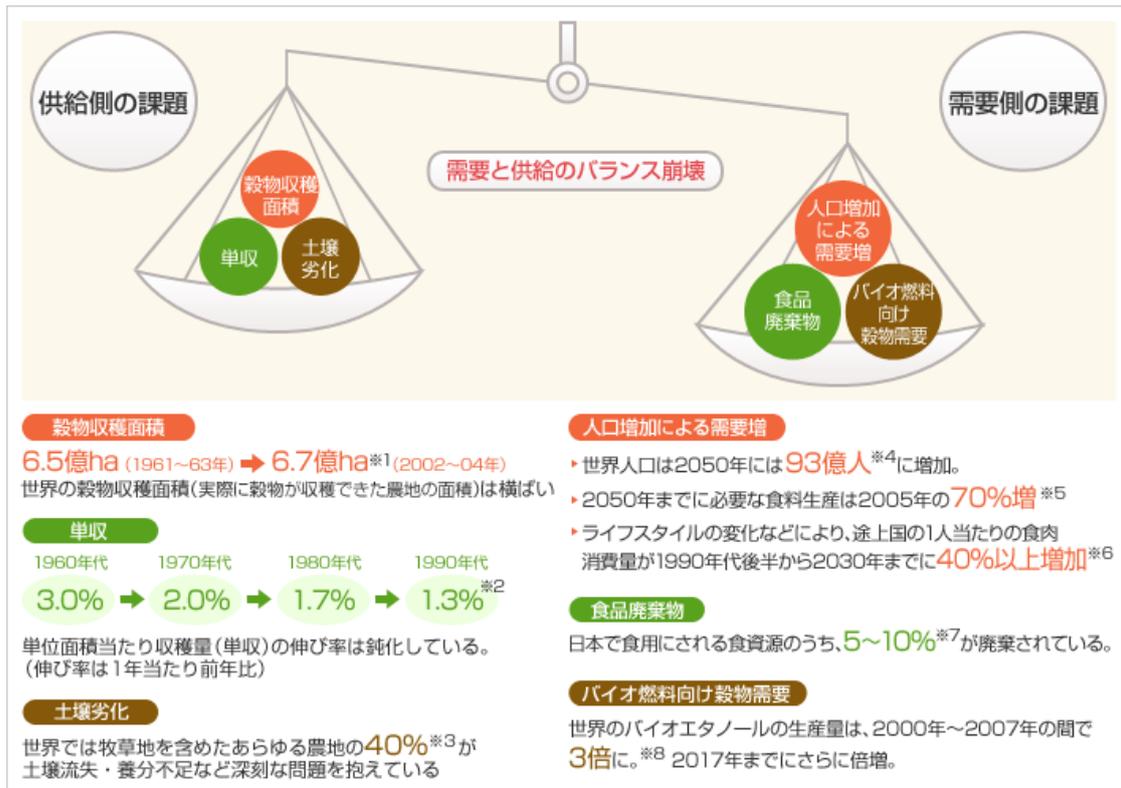
世界の耕作地は増えておらず、土地がやせて収穫の伸びが鈍っています。味の素グループは、高付加価値の肥料や飼料添加物を使って、食料生産性を向上させる取り組みをしています。

#### 食資源を活かし切る



先進国を中心に、食べられる資源が食品廃棄物として大量に捨てられています。味の素グループは、食資源を活かし切ることで、食料供給の不足に貢献します。

## 食資源の課題



### 今何が起きているのか

#### 人口増加で食料需要が急拡大

世界の人口は2011年に約70億人、2050年には93億人にもなることが予想されています。人口が増えれば、当然、たくさんの食料が必要になります。それだけでなく、経済的に豊かになって肉を食べるようになると、家畜を育てるための穀物が必要になります。1kgの肉のために、鶏は4kg、豚は7kg、牛は11kgの穀物を必要とします。

またバイオ燃料は、原料に穀物などの糖類を使うため、食料と競合します。さらに、廃棄物として捨てられる食資源も多く、全体の需要を押し上げています。

#### 食料供給は不足

需要が増える一方、食料を生産する耕地の面積や単位面積当たりの収穫量は、あまり伸びていません。これまで耕地だった土地がやせたり、気候変動で気象条件が変わって、これまで作ってきた作物の栽培が続けられなくなることもあります。食資源の需要拡大に対して、食料生産はそれに対応しきれないほど拡大できる見込みが薄く、需要と供給のバランスが崩れつつあるのです。

※ 国連World Population Prospects, the 2010 Revision

#### 食料生産について

- 世界の穀物収穫面積はほとんど横ばいで増えていない。
- 単位面積当たりの収穫量の伸び率が鈍化しており、食糧生産を増加させることが困難になっている。
- 耕作地や牧場の土地がやせ、食料を育てる環境が悪化している。

■ 食料生産性の向上

#### 食資源の活用について

- 人口増加に伴い、2050年までに食料生産を70%増加させる必要がある。
- 途上国・新興国のライフスタイルが変化し食肉消費が増えたことで、家畜飼料の需要が増加している。
- 先進国を中心に、食べられる食資源が食品廃棄物として大量に捨てられている。
- バイオマスエネルギーの需要拡大により、燃料と食料の間で食資源がとり合いになっている。

■ 食資源を活かし切る

#### 各データの出所

##### 【供給側の課題】

- ※1・2 FAO「FAOSTAT」
- ※3 国連ミレニアム生態系評価)  
(Millennium Ecosystem Assessment)

##### 【需要側の課題】

- ※4 国連「World Population Prospects, the 2010 Revision」
- ※5 OECD-FAO「Agricultural Outlook 2009-2018」
- ※6 FAO「World Agriculture : Toward 2015/2030」

※7 農林水産省

※8 OECD-FAO「Agricultural Outlook 2008-2017」

## 食料生産性の向上

### 食料生産性の向上の考え方と取り組み

味の素グループでは、製品や知見を活かして、食料生産性の向上に貢献しています。特に、主要ビジネスのひとつであるアミノ酸事業を通じて、さまざまな形で農・畜・水産業に貢献しています。アミノ酸発酵生産の過程で生成される栄養豊富な副生物は、世界各地の農・畜・水産業において肥料や飼料として利用されています。この副生物にミネラルなどを添加して、より効率的な栄養補給によって植物の病害抵抗性を高める葉面散布剤など、より高付加価値の製品も世界各地で利用されはじめており、さらなる普及を図っていきます。

また、アミノ酸は、動物や植物の体を作っているタンパク質を構成する成分であり、栄養素としても重要です。アミノ酸バランスの良い栄養を摂取することは、動植物の成長を促進します。味の素グループは、このアミノ酸の栄養素としての特質を活かして、家畜の飼料用アミノ酸を生産しています。今後は水産資源の養殖用としても、さまざまな海産物に適したアミノ酸を開発し、加工技術とあわせて開発することで、供給が不安定になっている魚粉の代替飼料とすることを目指します。

生命に不可欠なアミノ酸には、さまざまな可能性が秘められています。今後も味の素グループの知見を食料生産性の向上に活かせるよう、さらなる研究・開発を進めていきます。

### 世界各地のアミノ酸発酵製造拠点とコプロの活用

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富な副生物を、アミノ酸や核酸と一緒に作られるもう一つの製品＝コプロ(Co-Products)と位置づけ、肥料や飼料として付加価値を付けて製品化し、地域の農・畜・水産業の方々にご愛用いただいています。

### 世界各地の主なアミノ酸・核酸発酵拠点とコプロの利用



### コプロの農・畜・水産業への貢献

味の素(株)では2010年度より、農業資材の事業を「A-Link」と名づけ、コプロの高付加価値化やアミノ酸・核酸の活用を、グローバルに推進しようとしています。すでにさ

さまざまな高付加価値製品が誕生し、世界各地に事業展開が広がっています。例えば、これまで液体肥料・飼料としてご利用いただいていたコプロから、タンパク質が豊富な菌体のみを分離することによって、さらに価値の高い飼料「AJITEINR」を開発しました。2010年度は、タイ、インドネシア、ベトナムで生産・販売が行われるようになりました。

また、コプロに含まれるアミノ酸やミネラルを調整し、葉面から効率的に吸収できるようにした葉面散布剤「AJIFOL®」は、南米を中心に、現在では東南アジア各国で販売されています。この製品は大豆や野菜、果樹などに利用されており、農家の皆様からは、「作物が元気に育ち、収量が増加した」との喜びの声をいただいています。

日本でも、味の素(株)九州事業所の核酸を豊富に含むコプロを用いて、味の素冷凍食品(株)、クノール食品(株)との共同で稲や野菜などの栽培試験を行い、農業資材としての効果があることが確認されました。この成果は、味の素(株)が出展した農業資材展示会「アグロイノベーション2010」でも多くのお客様に関心を持っていただくことができ、2011年4月に「アミハート®」として発売することができました。

味の素グループでは、今後も、コプロのさらなる高付加価値化に向けた研究・開発を進め、地域の皆様に喜んでご利用いただける商品の提供に全力で取り組むことで、食料生産性の向上に貢献していきます。



### 事例1 タイのコプロ専門グループ会社 FDグリーン社の取り組み

FDグリーン社は、タイ味の素社のアミノ酸発酵生産工程で発生するコプロを、農・畜・水産資材として活用する事業を加速するために、2001年に創立された農業関係のグループ企業です。FDグリーン社では、“We Will Make the World Green”をスローガンに、コプロの有効利用に関する技術開発や普及活動を積極的に展開して、地域の農・畜・水産業の生産性向上に貢献しています。

副産物をそのまま販売するだけでなく、地域ニーズに合わせて加工を行うことで、付加価値の高い製品を提供しています。液体肥料「AMI-AMI」のほか、固形粒状肥料の「AMIMATE」、葉面散布剤「AJIFOL®」、タンパク質飼料「AJITEIN」など、多彩な製品を販売しており、2010年度にはこれら製品の総販売量が22万トンに達しました。特に「AMI-AMI」は、液体肥料として30年の歴史があり、タイ農業において長く愛用されています。



FDグリーン社

またタイでは、ティラピアなどの淡水魚の養殖が盛んですが、専用の水産餌料は浸透しておらず、池に化学肥料を撒き、植物プランクトンを発生させ、それをミジンコが食べそれを魚が食べるという食物連鎖を利用した給餌方法が一般的です。「AMI-AMI」は窒素のほかにもミネラルや有機物を豊富に含むため、化学肥料の代わりに撒くと植物プランクトンが多く増えるとされ、養殖産業の方々にも重宝されています。FDグリーン社は、今後も味の素(株)のコプロ事業「A-Link」と連動し、さらなる付加価値製品の開発・製造・販売に取り組んでいきます。



水産養殖の餌として、液体肥料を活用。養殖されているティラピア

### 高収量栽培技術普及活動ーキャッサバプロジェクト(インドネシア)

2005年度より、キャッサバ栽培農家の生活向上と、コミュニティの持続的な発展を目指して、インドネシア・ランブ州でのキャッサバ高収量栽培技術普及活動「キャッサバプロジェクト」を行ってきました。

キャッサバは東南アジアの主要な食資源であり、うま味調味料「味の素®」の発酵原料の一つでもあります。ランブ州農業局やコミュニティ開発の専門家と連携し、プロジェクトの運営資金、キャッサバ栽培技術、コミュニティ開発ノウハウを提供しています。プロジェクト開始当初は、言葉や文化の違い、天候の不順、酸性土壌などさまざまな困難に直面しましたが、5年で単位面積あたりの生産量は2.5倍に増え、農家の皆様の収入も大きく増えました。



キャッサバ芋

インドネシア・ランポン州の東ランポン県では灌漑施設がなく、土壌が酸性のため、キャッサバしか育たないやせた土地が多い。

また、キャッサバ栽培農家の平均的な生活水準は、自作農地1ha、世帯収入5～10万円／年と、インドネシアの米農家の平均(自作農地1ha、世帯収入15～20万円／年)と比較すると貧しい。



一般的な農家



プロジェクトに参加されたご家族

## 2010年度の活動報告

	開始前	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
平均収量(t/ha)	13	22	23	27	29	33

2008年に、活動が持続的に続くことを目指し、農民が主体的に運営するコペラシー(農民協同組合)を設立しました。設立2年目の2009年度よりコペラシーは黒字化し、3年目の2010年度も安定的に利益が創出できるようになりました。

コペラシーの主な事業は、(1)キャッサバの栽培指導、(2)肥料や農薬を一括購入し、組合員に安価に販売、(3)収穫・配送、(4)キャッサバの安定的な販売先確保などです。これらの事業活動により、組合員(農民)は、肥料や栽培管理技術、販売情報へのアクセスが容易になり、収穫量の増加や、安定的な販売先の確保ができるようになりました。また、2009年度からは持続的な発展を目指し、化学肥料より安価なコンポストの試験生産を開始しました。さらに、将来のトラックなどの買い替えに備えて、コペラシーの利益の積み立ても開始し、組合が将来にわたって運営できる基盤が整ってきました。

そして、2011年3月に2010年度の収穫祭とともに、コペラシーの自立を祝うセレモニーを行いました。現地行政からも本活動に高い評価をいただき、モデルコペラシーとして地域に紹介されています。味の素グループは今後、現地活動のモニタリング等に協力し、コペラシーの活動を見守っていきます。



コペラシーでの打ち合わせ



セレモニーでの優秀農家表彰式



セレモニーでの記念撮影



セレモニーの参加者たち

### 農民協同組合 組合長のスダルマン氏より

味の素グループから資金にとどまらず、キャッサバの栽培管理、農民協同組合の立ち上げ・運営について、さまざまなノウハウを継続的に支援していただき、組合活動が自立的に運営できるようになり大変ありがたく感謝しています。今後は自分たちの力で地域の発展に貢献していきたいと考えています。



組合長のスダルマン氏

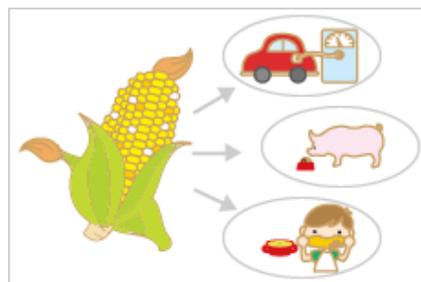
■高収量栽培技術普及活動ーキャッサバプロジェクトについて詳しくはこちら

## 飼料添加物を通じた畜産業への貢献

ここ数年で途上国・新興国のライフスタイルが変化し、食肉需要が高まったことにより、家畜の飼料に使われるトウモロコシや小麦、大豆※への需要も高まっています。さらにバイオ燃料の原料としても、トウモロコシへのニーズは高まっており、アメリカなどでは燃料用の作付面積が増えてきています。このような社会背景の中、限られた土地を利用して食糧需要を満たしていくためには、飼料用作物を節減・有効活用することが強く求められています。味の素グループでは、飼料効率を改善し、家畜の

生産性を高めることができる飼料添加物の提供を通じて、食料生産性の向上に貢献しています。

※ 大豆から油を搾った「かす」は、タンパク質が豊富な飼料資源として利用されています。

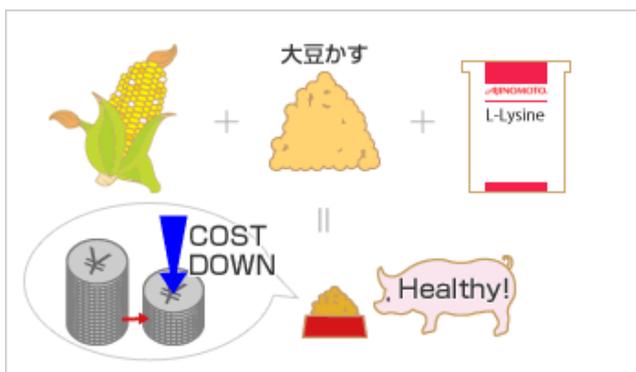


## 事例2 飼料用アミノ酸の貢献—アミノ酸の栄養バランスを考慮した飼料効率の改善

アミノ酸は、生物が生きていくのに不可欠な栄養素で、特に、体内で合成できない必須アミノ酸は、食べ物から摂取しなければなりません。しかし、家畜に与えられる、トウモロコシや小麦などのエネルギー源と大豆かすなどのタンパク源を組み合わせた一般的な飼料では、不足しがちなアミノ酸があり、家畜の成長を最大限に引き出すことが難しくなります。

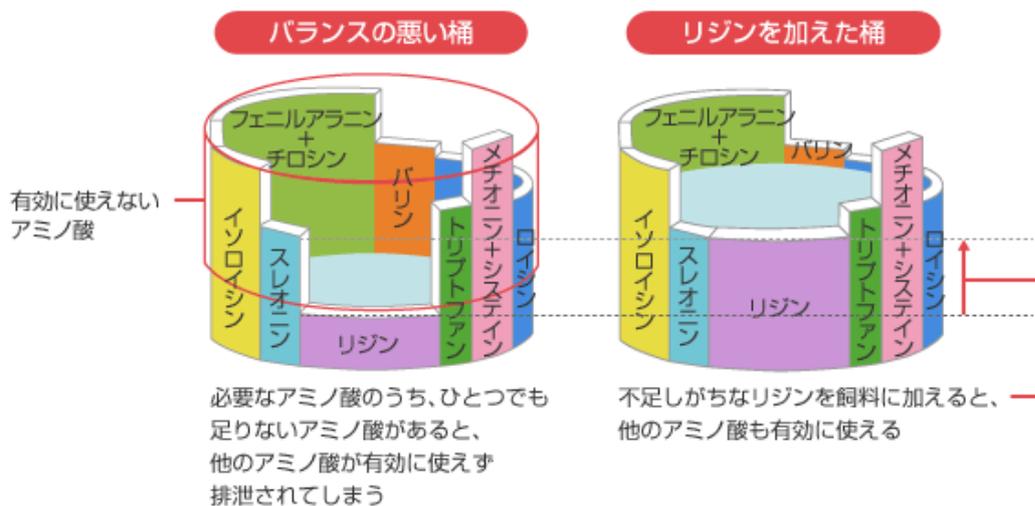
なぜなら、アミノ酸はどんなに多く与えてもそのバランスが悪い場合、一番不足しているアミノ酸の供給量までしか体内で利用されず、他のアミノ酸は排泄されてしまうからです。

味の素グループが製造・販売する飼料用アミノ酸は、そうした不足しがちなアミノ酸を特定して補うもので、代表的なものに、リジン、スレオニン、トリプトファンなどがあります。こうした飼料用アミノ酸を添加することで、無駄になっていた他のアミノ酸を有効に利用できるようになり、家畜の成長や飼料の利用効率を高めることができます。



飼料に「リジン」を添加することによるメリット

## 「桶の理論」に基づく、アミノ酸による飼料効率の改善



## 土地の有効活用への貢献

飼料用アミノ酸は、飼料用作物の生産面積を削減し、限りある農地の有効活用にも役立っています。

飼料中の大豆かすの一部を、トウモロコシと飼料用リジンの組み合わせに置き換えた場合、もちろんトウモロコシの生産農地は必要ですが、単位面積あたり大豆の約3倍収量が多いため、この置き換え分についていえば大豆かすの生産農地ほどの面積は不要となり、約70%も農地を節約できることとなります。もし飼料用アミノ酸がなければ、増え続ける食肉の消費を支えるために、飼料用作物の農地拡大が加速し、無理な森林伐採などにつながるおそれもあります。また、節約した農地を世界的な人口増に対応するための食料生産に利用することが可能となります。



大豆かす50トンをトウモロコシと飼料用リジンに置き換えた場合

## 事例3 有用微生物で穀物使用量の削減

カルピス(株)では、長年にわたる腸内菌叢(複数の腸内菌が集まっている状態)の研究を通じて、微生物に関する技術を蓄積してきました。この技術を活かし、家畜の腸内環境を整える飼料添加物「カルスポリン®」を製造・販売しています。現在、日本をはじめとして、米国、南米、欧州、アジアなど世界39カ国において、主に養鶏・養豚の配合飼料に添加され使用されています。

「カルスポリン®」は、家畜の腸内の有用菌(乳酸菌、ビフィズス菌)を増やします。これにより、家畜は健康な腸内菌叢となり、より少ない飼料で大きく育つことができるようになります(飼料効率※1の向上)。「カルスポリン®」が世界中で使われて飼料効率が上がることにより、配合飼料向け穀物(大豆、トウモロコシ、小麦など)年間約50万トンの削減につながっており、これは

ほぼ東京都と同じ広さで収穫される穀物量に相当します(カルピス(株)試算)。さらに、安全面でも高い評価を得ています。日本では飼料添加物としての指定を受けるとともに、EU法規に対応した品質安全管理システムであるFAMI-QS※2認証を日本で初めて取得しています。EUは効果や品質だけでなく、遺伝子レベルでの安全性などが要求される世界で最も厳しい地域です。

※1 飼料効率：与えた飼料でどれだけ家畜の体重を増やすかを表します。例えば豚の体重を1kg増やすのに飼料が3kg必要とすると、飼料効率は33%になります。飼料効率が低いほうが、少ない飼料で体重を増やすことができます。

※2 FAMI-QS: European Feed Additives and Premixtures Quality System(欧州飼料添加物製造の品質安全管理システム)



「カルスポリン®」

## 食資源を活かし切る

### 食資源を活かし切る考え方と取り組み

日本では、食料の多くを輸入に依存していながら大量の食品廃棄物が発生しています。一方、世界的には人口増に伴う食料不足がますます深刻な状況になりつつあります。限られた食資源を有効活用することは、飢餓人口の削減だけでなく、環境負荷の低減やコストダウンにもつながります。味の素グループでは、自社工場において使用する食品原料を無駄なく活かし切る取り組みの徹底を図るとともに、どうしても発生する残渣は、肥料・飼料化などを通じて、再び食資源を育む循環へと繋げていきます。また、食品として製品が出来上がってからも無駄にならないよう、出荷製品の需要管理の精度向上による在庫削減や、それでも残ってしまったものを有効に活用する取り組みを進めています。さらに、お客様のキッチンや食卓でも食べ物が無駄にならないよう、食材を無駄なく、おいしく活かし切るアイデアやレシピのご提案にも力を入れています。

▶「味の素グループ・ゼロエミッション」計画に基づく副生物の有効利用・再資源化実績値について詳しくはこちら

### 事例1 動植物残渣の肥料化による「資源循環」の取り組み

味の素冷凍食品(株)四国工場では、焼きギョーザ類や揚げないフライなど、家庭用・業務用合わせて約130品種を製造しています。その製造工程では、キャベツの芯や外葉といった野菜の不可食部分や、製品にならずに残った原料などの動植物性残渣が発生します。これら自然の恵みをムダなく活かすため、同工場では2006年度より、工場敷地内に動植物性残渣を肥料化する装置を導入し、肥料を製造・販売してきました。

2008年度下期からは、地元のキャベツ・タマネギの契約栽培農家への肥料販売を開始し、そこで作られた農産物を冷凍食品の原料として利用する「資源循環」に取り組んでいます。

2010年度は、肥料の生産量全体の約40%が、地元で使われるようになりました。今後も地元の契約栽培農家と協働して、自然の恵みを活かし切る「資源循環」を進めていきます。



肥料が使われているキャベツ畑



肥料が使われているタマネギ畑

### 事例2 お客様への活かし切り提案-広げていきます「エコうまレシピ®」

味の素(株)では、毎日のお料理の中で、食材を無駄なく、大切に活かし切っていただくために、「エコ」で「うまい(美味しい・上手い)」、即ち「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。

2010年度に実施した“「エコうま®レシピ」募集キャンペーン”には多くの方にご応募いただきました。15の受賞レシピやアイデアは、Webサイトやリーフレット、イベントなどで紹介しました。

味の素(株)はこれからも、さまざまな機会を捉えて、環境に配慮した素材や調味料選び、食材の使い方、調理・保存方法など、皆様が実践されている知恵や工夫を含めて広くお伝えし、食卓からはじめるエコライフの輪を広げていきます。

※「エコうま®」「エコうまレシピ®」は味の素(株)の登録商標です。

▶「エコうまレシピ®」について、詳しくはこちら



Webサイトで「エコうまレシピ®」をご紹介します

### 事例3 フードバンクとの協働による廃棄商品削減の取り組み

食品の場合、賞味期限が残っている良品でありながら、期限までの残存期間が短いため、販売できずにやむなく焼却処分さ

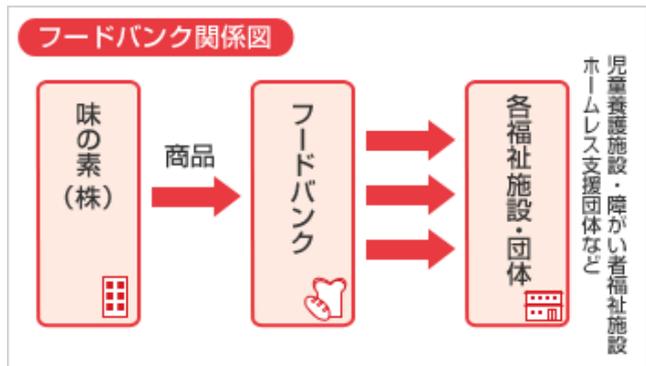
れることがあります。

味の素(株)では、このような商品の発生を極小化するよう努めていますが、それでも年間で数百トン程度、発生していました。そこで、味の素(株)は、貴重な食資源を廃棄せずに有効利用する方法としてフードバンク※に寄付することはできないか、数年前より検討を重ねてきました。

2010年度は、活動実績と規模を考慮して「NPO法人 セカンド・ハーベスト・ジャパン」と協働し、初回テストとして75ケースの商品を出荷しました。2011年度は、最終テストを実施するとともに社内の制度化に着手し、本格運用に入る予定です。

なお、並行して、出荷期限のために販売できなくなる商品を極小化する活動も継続します。

※ フードバンク: 中身の品質に問題がないにもかかわらず、包装の傷みなどによって市場で流通できなくなった食品を、企業から寄付を受け、生活困窮者などに配給する活動およびその活動を行う団体。



## 健康な生活



### 栄養への知見や技術を通じて 世界の人々の健康を守りたい

世界の人々が健康で暮らしていくために、  
食を通じて適切な栄養をとることが重要です。

#### 健康な生活の課題



世界では、飢餓や肥満など栄養状態に問題のある人が数多くいます。また世界的な高齢化に向けて、年をとっても健康に生きるための方策が求められています。

#### 栄養を通じた貢献



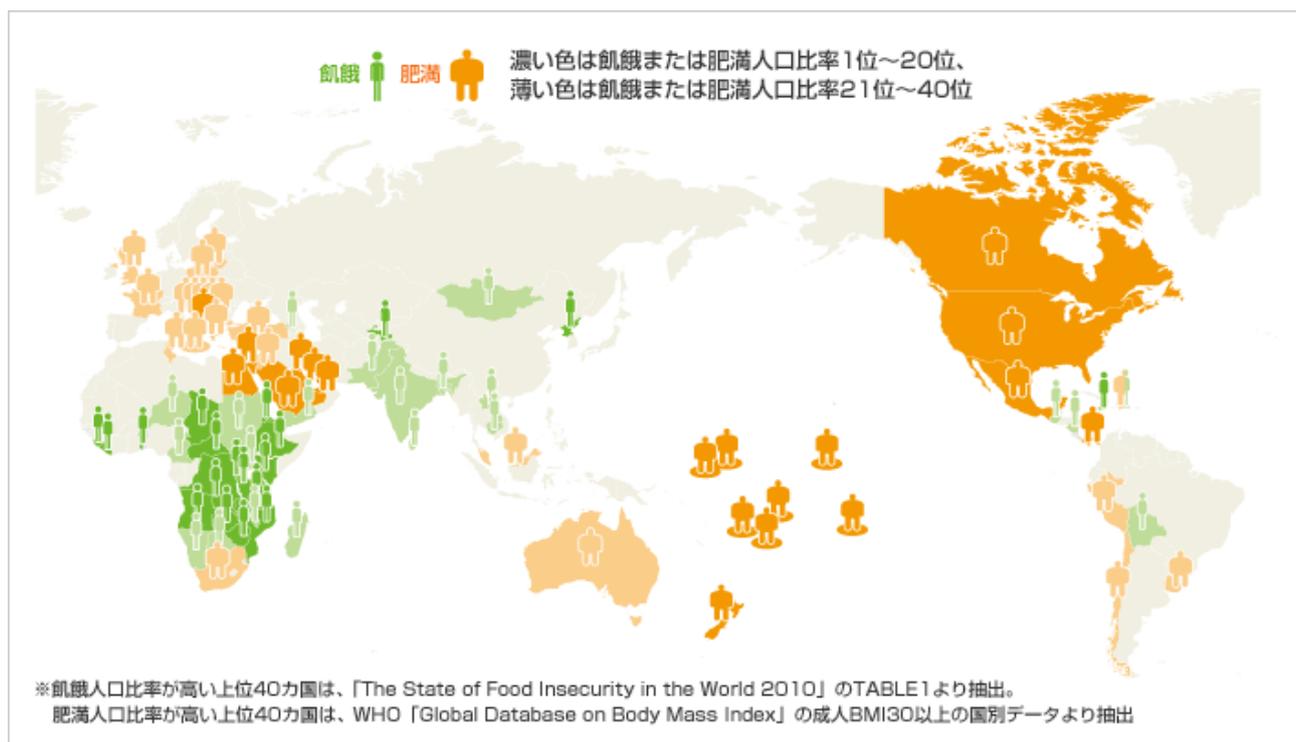
アミノ酸の技術を活用し、飢餓の効率的な緩和や肥満による慢性疾患の予防に貢献します。医療分野においても、独自のアミノ酸技術を適用し、予防医療に貢献します。

#### 高齢化社会への対応



高齢になっても健康で暮らせるよう、うま味の機能性を活かした食生活の改善方法を提案していきます。

## 健康な生活の課題



### 今何が起きているのか

#### 世界の多くの人々が栄養状態に問題



世界人口約70億人のうち、約10億人が一日に必要な最低エネルギー量を摂取していない状態(飢餓)にあります。また、約20億人が健康に重大な影響を及ぼすビタミンやミネラルなどが不足する微量栄養素欠乏症にかかっているといわれています。一方で、約15億人が過体重(BMI25以上<sup>※3</sup>)、さらにその内の約5億人が肥満(BMI30以上)といわれ、生活習慣病のリスクを抱えています。肥満は、脳卒中や心臓病、糖尿病など、命にかかわる病気のもとになりやすいといわれています。

※1 OECD-FAO「Agricultural Outlook 2010-2019」

※2 WHO「Fact sheet No.311」

※3 BMI(Body Mass Index)=体重(kg)÷身長(m)の二乗で求められる肥満度の指標。22が標準。

#### 2050年には高齢者が15億人に



世界では、先進国だけでなく、途上国でも栄養の改善や医療の改善が進むことにより、65歳以上の高齢者人口が急増する見込みです。このまま高齢化が進むと、常に病を抱えた人や寝たきりの人が多くなり、医療や介護に多くの費用・エネルギーが必要になります。高齢になっても健康でいきいきと、自立した生活を送ることができるよう、食生活をはじめとした社会的なシステムを革新していくことが求められています。

※4 国連「World Population Prospects: The 2010 Revision」

#### 栄養について

- 約10億人が一日に必要な最低エネルギー量を摂取していない状態(飢餓)
- 成人の約15億人が過体重(BMI25以上)、その内の約5億人が肥満(BMI30以上)といわれ、生活習慣病のリスクを抱えている。

■ [栄養を通じた貢献](#)

#### 高齢化社会について

- 先進国だけでなく途上国でも高齢化が進む。
- 2050年には世界の高齢者(65歳以上)人口は、約15億人(16%)になる予測。
- 高齢になっても、健康で自立した生活を送りたいというニーズが高まっている。

■ [高齢化社会への対応](#)

## 栄養を通じた貢献

### 栄養を通じた貢献の考え方と取り組み

栄養過剰は先進国のみならず、近年急速な発展を遂げている新興国においても社会問題化している重要な課題です。しかし、これまでの減塩、減糖、減脂のための素材は、食感や満足感をも含んだ「おいしさ」という観点においては砂糖や塩といった素材には及びませんでした。

そこで、おいしさを保ったままで健康価値を実現する素材の開発と、世界各地の実情に合わせた商品開発を行い、世界中の過剰栄養の解決と慢性疾患の予防に貢献します。

また、さまざまな食品素材は、調理・味付けすることでおいしい食事に生まれ変わります。フレーバー技術を活用した新調味料を開発し、栄養バランスの優れた食品を安く提供します。新しい食事は途上国の栄養不足を解消することができると考えています。そのような製品の開発とともに、途上国の社会問題に取り組んでいる社会セクターとの連携をさらに進めていくことで、効果の拡大を図ります。

### 事例1 うま味による満足感に着目した米国肥満問題解決策— 米国農務省研究機関との共同研究

米国農務省(USDA-ARS)の主要研究機関の一つである、West Human Nutrition Research Center (WHNRC。カリフォルニア州、Davis)と味の素(株)は、米国最大の社会問題の一つである肥満問題の解決には、薬や外科的治療方法ではなく、日々の食生活における食品や栄養素に着目した新しい取り組みが必要であるという考えで一致し、「うま味がもたらす満足感による過剰カロリー摂取の抑制効果」についての共同研究を2010年10月より開始しました。

WHNRCは、うま味によりおいしく食べて満足感を高めることが過剰カロリー摂取の抑制に効果があるという味の素(株)の研究結果に着目しました。これは味の素(株)が進めている、健康な日本食のエッセンスとしてのうま味の有用性への大きな期待の表れです。本共同研究では、WHNRCに併設されているカリフォルニア大学Davis校の最先端機能的磁気共鳴解析(fMRI)による脳の画像解析などを用い、うま味摂取による満足感増強効果や健康な食行動制御のメカニズム解析により、同分野の基礎研究もリードしていきます。今後も最先端の研究活動を通じて、世界の人々の食と健康に貢献していきます。



fMRIによる脳の画像解析

### TOPICS「だし・うま味」の味覚教室

「だし・うま味」の味覚教室は、子どもたちの食への関心を高める機会を提供し、和食やだし文化、「うま味」のすばらしさを知ってもらうことを目的とした食育活動です。

従業員が講師として小学校を訪問し、「おいしさ」や「味を感じるしくみ」、和食を支える「だし・うま味」について、体験も交えて楽しく授業をさせていただいています。2006年度に活動を開始し、2010年度は全国で300授業以上実施、講師登録者数は役員も含め約800名になりました。参加した子どもたちからは「味噌汁にだしを入れておいしくなったのすごかった(4年生)」、「うま味を日本人が発見したのは意外だった(6年生)などの感想をいただいています。一方、従業員が講師となって社会と関わりを持ち、食育活動に貢献することによって、自らの企業活動に誇りと自信を持つ機会ともなっています。

味の素(株)は、より多くの子どもたちに「だし・うま味」のすばらしさを知ってもらいたいと考えており、今後も「だし・うま味」の味覚教室を継続する予定です。



かつおぶし削り体験

### TOPICS「だし」のおいしさ、素晴らしさが体験できる「だしCafe®」

「だしCafe®」は、「だし」について知らない若者が増えている、という危機感から、「日本が誇るだしの素晴らしさを気軽に体験できる場所を」という想いでオープンしました。

店内では、お客様の目の前で一番だしをとる「だしとりデモンストレーション」、とりたての一番だしを使ったお吸い物などのご試食、「だしがらレシピ」のご紹介など

を実施しています。

オープン後半年で、約2万名を超えるお客様にお越しいただき、「これからは塩分を控えて、だしをちゃんととっていきたいと思いました」などの嬉しい声も寄せられています。

これからも、さまざまな楽しい企画でたくさんのお客様にだしの良さをお伝えすべく、スタッフ一同尽力していきます。

■「だしCafe®」について詳しくはこちら



オープニング式典



月に1度開催される料理教室にて

### 事例2 「高温蒸気フライ製法」による冷凍フライ品減脂の取り組み

味の素冷凍食品(株)による消費者調査では、主婦が作るお弁当で最も多いのが夫向けとされており、2番目が中高生向けです。中高生向けお弁当における冷凍食品の利用者比率は約6割ですが、夫向けでは4割未満という結果になっています。特に冷凍フライ品に対しては、「カロリーが高い」「油っぽい」等、否定的な印象を持たれていることが分かりました。

そこで独自技術「高温蒸気フライ製法」を活用し、カロリーが低く、油っぽくないフライ品「揚げずにサクッとさん」シリーズを開発・発売しました。発売後、お客様の評価も高く、夫向けの弁当を中心に幅広くご利用いただいています。今後も味の素冷凍食品(株)の独自技術を活用した「おいしさ」と「健康」を兼ね備えた商品を発売し、人々のおいしく・健康的な食生活に貢献したいと考えています。



サクッとさんふっくら白身魚パッケージ



お弁当例

### 事例3 AINプログラム - 途上国での栄養改善活動

味の素グループは、途上国での栄養改善をグローバル健康貢献企業としての重要な使命のひとつと考えています。AIN※プログラムは、1999年の味の素(株)創立90周年を機に開始した「食・栄養」分野の国際協力支援活動です。国内外のNGO/NPOなどからプロジェクトを公募し、有識者による審査、味の素グループ従業員による視察を経て決定します。開始後は各国のグループ会社とともに栄養教育などを側面から支援し、質の高い活動を目指します。

今後も味の素グループが一体となり、さまざまなステークホルダーと連携のもと健康で活力ある社会の実現に貢献していきます。

※AIN: Ajinomoto International Cooperation Network for Nutrition and Health(味の素「食と健康」国際協力ネットワーク)

#### <支援実績>

(1999年-2011年4月実績)

件数: 53件 / 12カ国(インド、インドネシア、カンボジア、スリランカ、タイ、バングラデシュ、フィリピン、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、ブラジル、ペルー)

総額: 1億8千万円

受益者数: 約8万人

## 支援プロジェクトの紹介

### 1. 栄養教育用の調理マニュアルにブラジル味の素社のレシピを活用(ブラジル)

2009年4月～2011年3月の2年間、「園庭菜園および地域で入手可能な食材を利用した子どものための栄養給食プログラム」(光の子どもたちの会)では、現地大学と連携して、ブラジル東北部にある貧しい漁村で子どもたちの栄養不良問題に取り組みました。

母親向け栄養改善講座や調理実習、子どもたちとの菜園づくりなどを実施しました。地域の食への関心が高まり、野菜の摂取量が増えました。

プログラム終了後に大学が作成した調理マニュアルには、ブラジル味の素社が本プロジェクトのために開発・提供したレシピが掲載されました。今後、同じ課題を抱える他の地域でも活用されます。



栄養改善講座



調理実習

### 2. 学校間の交流を通して農業プロジェクトを活性化(タイ)

2010年4月～2011年3月の1年間、「学校給食のための農業プロジェクト」(The Education for Development Foundation)では、給食に使用する食材確保のための農業を、生徒主体で実施しました。

地域の専門家のサポートのもと、野菜栽培、魚の養殖、養鶏などに挑戦。プロジェクトに参加した5校による交流ツアーでは、各々の経験や知識の交換が活発に行われました。また、地道な栄養教育の結果、生徒の食・栄養についての理解も深まりました。

タイ味の素社の推薦を受け、2011年4月からは、リーダーとなる生徒の育成や栄養教育を通じたコミュニティの参加促進などを目指し、2年間の支援をはじめました。



学校給食



養鶏

### 2010年度支援プロジェクト

(●・・・2010年度で終了)

事業名	団体名	実施国	期間
持続可能な地域住民参加協力型学校給食のためのシステム作り	日本・ Bangladesh 文化交流会	Bangladesh	2年 (2010～2011年)
貧困農村の母子の持続的な栄養改善を目指す食育プログラム	特定非営利活動法人 ハンガー・フリー・ワールド	Bangladesh	3年 (2010～2012年)
Bangladesh 住民参加型による安全な水と栄養・健康に関する教材開発事業	社団法人 アジア協会アジア友の会	Bangladesh	2年 (2010～2011年)
●学校給食のための農業プロジェクト	The Education for Development Foundation(現地非営利団体)	タイ	1年 (2010年)
学校給食とオーガニック菜園を通じた食育プロジェクト	LOOB JAPAN	フィリピン	2年 (2010～2011年)
「栄養教育・給食センター建設と菜園開発」による栄養改善事業	特定非営利活動法人 ピープルズ・ホープ・ジャパン	インドネシア	2年 (2010～2011年)
●家庭菜園を利用した農村部高齢者の栄養ケアの実践とモデル構築事業	ベトナム国立タイビン医科大学	ベトナム	3年 (2008～2010年)
●ベトナム山岳地域における子どもの栄養改善事業ー完全栄養母乳育児の推進	社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン	ベトナム	2年 (2009～2010年)
●先住民の子どもの栄養・健康改善のための栄養・健康教育を通じた女性のエンパワーメントプログラム	Universiti Putra Malaysia(現地大学)	マレーシア	2年 (2009～2010年)
●園庭菜園及び地域で入手可能な食材を利用した子どものための栄養給食プログラム	光の子どもたちの会	ブラジル	2年 (2009～2010年)
栄養改善のグッドプラクティス促進のためのネットワーク構築及び地域のエンパワーメント支援事業	特定非営利活動法人AMDA社会開発機構	ペルー	3年 (2009～2011年)

▶AINプログラムについて詳しくはこちら

## 「食と健康」社会貢献フォーラムを開催

2010年10月30日、味の素グループ高輪研修センターにて、「食と健康」社会貢献フォーラムを開催しました。フォーラムでは、世界の栄養問題の最新情報を概観しながら、支援プロジェクトの現地担当者による報告、参加者を交えてのディスカッションなどを行いました。学生・企業・栄養の専門家など、約150名にご参加いただき、「企業の国際協力に興味をもった」「世界の食・栄養の問題について勉強になった」等のご意見をいただきました。



フォーラム会場

## 事例4 ガーナ栄養改善プロジェクト

味の素(株)創業100周年記念事業の一つである本プロジェクトは、開発途上国における大きな社会課題「栄養不足」を、持続可能なビジネスを通じて解決しようという「ソーシャルビジネス」確立の試みです。ビジネスとして成立させつつ、貧困地域の子どもの栄養問題を改善することで、国連ミレニアム開発目標※に貢献していきます。



ガーナの伝統的な離乳食は、発酵コーンを用いた「KoKo」と呼ばれるお粥です。これはエネルギーやタンパク質、微量栄養素が不足しており、子どもの成長が遅れる一因となっています。この問題に対して、味の素グループがもつ技術や知見を活かし、乳幼児の栄養改善に貢献できる食品を開発します。



健康診断に保健所を訪れた母子



KoKoの調理

このプロジェクトは2009年度に、味の素(株)とガーナ大学、Nevin Scrimshaw International Nutrition Foundationの3者の協働で開始したのですが、3者だけでなく、さまざまな広がりを見せはじめています。

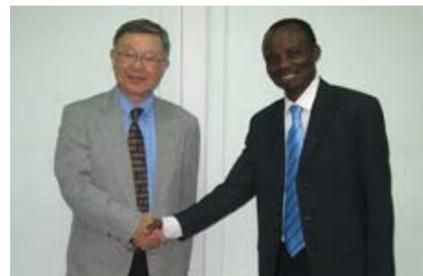
2010年4月には、栄養改善の取り組みで先進的なオランダのライフサイエンス企業DSM社と連携し、「オープンイノベーション」で製品開発をすることを決定しました。11月には、2つの国際NGO、公益財団法人ケア・インターナショナル ジャパン及び公益財団法人プラン・ジャパンとの間で、プロトタイプ製品の試験やマーケティングで協働する覚書を交わしました。12月には本プロジェクトが、日本の国際援助機構(JICA)が行うBOPビジネス支援プロジェクトの1つに選ばれています。

### プロジェクトスケジュール

2009-2010年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>離乳期栄養強化食品の開発、プロトタイプ製品の完成</li> <li>マーケット調査</li> <li>消費者テスト</li> </ul>
2011-2012年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロトタイプ製品を用いた効果確認試験</li> <li>限定地域でのテスト販売</li> <li>本格生産体制検討</li> </ul>
2013年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>本格販売、普及</li> <li>ナイジェリアなど西アフリカ他国への横展開検討</li> </ul>

さらに2011年4月には、ガーナ保健省 Ghana Health Service (GHS)と、プロトタイプ製品の開発効果確認試験実施、栄養教育などについて協働する覚書 (Memorandum of Understanding)を締結しました。本プロジェクトの意義がガーナ保健省にも理解されたといえます。

今後は、現地生産の早期立ち上げとともに、この製品をいかに貧困層に届けるかを検討し、ソーシャルビジネスモデルを確立していきます。そしてガーナモデルを他の開発途上国へ展開していきたいと考えています。



ガーナ保健省との覚書の締結

※ 国連ミレニアム開発目標 (MDGs) : 「2015年までに世界の貧困を半減すること」などを旨とし、開発途上国の貧困問題解決のために、国連や各国政府などの諸機関が共通の目標として8つの目標にまとめたもの。日本を含む189か国が採択した2000年の「国連ミレニアム宣言」と、主な国際開発目標をもとに設定され、達成期限と指標が設定された目標。

▶ [ガーナ栄養改善プロジェクトについて詳しくはこちら](#)  : 1.4MB]

▶ [公益財団法人ケア・インターナショナル・ジャパンについて詳しくはこちら](#) (外部サイトへ移動します)

▶ [公益財団法人プラン・ジャパンについて詳しくはこちら](#) (外部サイトへ移動します)

#### 事例5 アミノ酸分析技術を応用した医療への貢献－「アミノインデックス®」の事業化－

「アミノインデックス®」は、血液中の各種アミノ酸濃度から、健康状態や疾病の可能性を明らかにする、味の素(株)が独自に開発した技術を活用した解析サービスです。味の素(株)は、2011年4月1日に「アミノインデックス®」事業を開始しました。まず、がんリスクスクリーニング検査を、受託臨床検査会社の株式会社エスアールエルとともに予防医療領域から着手し、人間ドックへの導入を中心に展開していきます。

「アミノインデックス®」では1回の採血で簡便に、全く新しいアプローチでの健康チェックが可能です。現在は、肺、胃、大腸、乳腺(女性)、前立腺(男性)の5つのがんの検査ができます。今後も婦人科がんやメタボリックシンドロームなどの、新しい検査項目を増やしていくための研究開発を継続しています。将来的には“病気の予兆を見逃さない”検査体制の一翼を担うことができると考えています。

味の素(株)はこの事業を通じて、アミノ酸という新しい切り口で健康状態を測る機会を広く社会に提供します。そしてそれに基づく栄養ソリューション等の提案を通じて、がんやメタボリックシンドロームなどの2次予防をはじめ、健康の維持と医療の発展、高騰する医療費の抑制に貢献していきたいと考えています。

## 高齢化社会への対応

### 高齢化社会への対応の考え方と取り組み

日本の社会は急激な高齢化に伴い、2030年には高齢者が人口の3分の1に達するといわれています。なかでも介護・支援比率が急増する後期高齢者が増加の中心であり、医療・介護負担をはじめとする深刻な社会問題が危惧されています。

この解決にはさまざまな取り組みが必要です。なかでも大切なのは、何歳になってもずっと元気に過ごし続けられるようにすることであると味の素グループは考えています。介護を必要とせず自立して暮らす元気な高齢者が増えることが、危惧されている問題を乗り越え、健全な長寿社会を実現させるための大前提です。

高齢化に伴う健康状態の低下の大きな要因として、食が細くなり、蛋白質・アミノ酸を中心とする栄養素を必要な量まで十分に取れなくなること、体が必要とするさまざまな成分を十分に体内で作れなくなることの2点が挙げられます。いわゆる老化現象の多くはこれらに関わってきますが、食生活と栄養の工夫によりこの問題はある程度は正できると考えています。この考えに基づき、幅広い研究開発を継続・強化していきます。

### 事例1 うま味の機能性を活かした食生活の改善(栄養摂取)

加齢に伴って食が細くなることによる栄養摂取不足に対しては、(1)食欲の向上、(2)必要な栄養素をコンパクトに配合した食品の創出、の2方向で研究を進めています。

#### (1)食欲の向上

高齢になると口と胃腸の機能が衰え食欲が低下しがちになりますが、食品中のうま味成分であるグルタミン酸は「口と胃腸の健康」を様々な面から支えて食欲を高め、高齢者の食べる楽しみと栄養に貢献しています。例えば、弱った胃腸にとってタンパク質の消化は大きな負担ですが、グルタミン酸は消化酵素の分泌を助け、タンパク質の消化吸収を高めることが分かっています。うま味成分を上手く活用することで高齢者の胃腸機能を高め、食欲を上げて栄養状態の改善ができないか、現在研究を精力的に進めています。

#### (2)必要な栄養素をコンパクトに配合した食品の創出

栄養ケア食品「メディミル®」シリーズを2009年に発売しました。従来の医療用食品は、必要な栄養素を確実に配合している点では優れていましたが、食品として重要な「美味しさ」には少なからぬ問題がありました。当シリーズは味の素(株)独自の技術を駆使して、栄養素をコンパクトに配合しながら美味しさを改善した製品群であり、スープ・ゼリー・プリンなどを品揃えています。発売後一年になりますが、お客様からの高い評価を得つつあります。



栄養ケア食品「メディミル®」シリーズ

### 事例2 高齢者の健康課題への対応

加齢に伴い、体が必要とするさまざまな成分を十分に体内で作れなくなることに対しては、数年前から「健康基盤食品」として通信販売での品揃えを順次進めてきました。

味の素グループは健康に関わるさまざまな分野での研究成果を生かした製品を創出し、50~60歳代の女性を中心に、お客様の支持が広がっています。

高齢者の健康に今まで以上に貢献すべく、今後も研究開発に邁進し、お客様の役に立つ製品を創出し続けていきます。当面は国内事業を中心に技術・ノウハウを磨き、近未来に必ず訪れるグローバルでの高齢化問題に備えていきます。



燃焼力の向上をサポートする「カプシエイト Natura®」

# 品質保証への取り組み

## 味の素グループ品質方針

味の素グループは、すべての商品・サービスを対象に独自の品質保証システム「アスカ(ASQUA)」を適用し、原料調達から販売までの厳しい品質保証を行っています。

## 理念

私たちは、安全で高品質な商品・サービスを通して、世界のお客様のよりよい生活に貢献します。

## 方針

- 私たちは、お客様の要望に真摯に耳を傾け、お客様に満足いただける商品・サービスをお届けします。
- 私たちは、適切な情報を積極的に提供し、お客様の信頼にお応えします。
- 私たちは、安全性については妥協すること無く可能な限りの調査・研究を尽くし、関連する法律を遵守し、常に一定品質の商品・サービスをお届けします。
- 私たちは、国際標準であるISOの考え方を基本にした味の素(株)品質保証システム【アスカ】で品質を保証します。
- 私たちは、経営のリーダーシップのもと、研究・開発から生産・物流・販売・サービスに至るまでの社員一人一人が、安全で高品質な商品・サービスの提供に最善を尽くします。

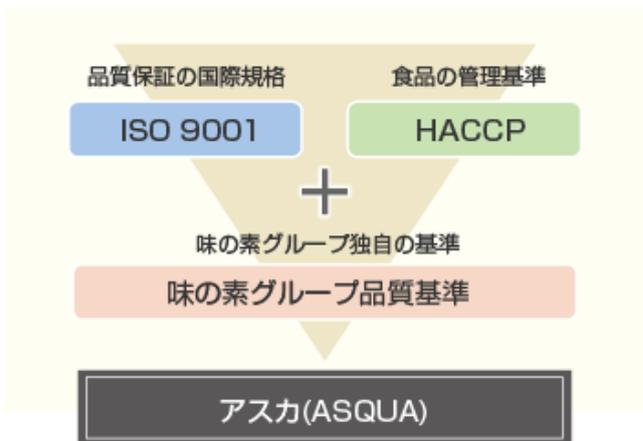
※ISO: ISO9000シリーズは、国際標準化機構が定めた品質保証の国際的標準規格。この規格は、製品そのものについて適用されるものではなく、製造者の品質保証の体制(システム)について、お客様が製品品質に対して信頼感を得るために必要な要求事項を体系的にまとめたもの。

※アスカ(味の素品質保証システム): ISOの考え方を基本とし、味の素ブランドをつけるにふさわしい品質を保証するために必要な事項を体系的にまとめたもの。(ASQUA:Ajinomoto System of Quality Assurance)

## 品質保証システム「アスカ」

「アスカ」とは、1997年に制定した「味の素品質保証システム」(ASQUA: Ajinomoto System of Quality Assurance)の略称です。原料調達から販売まで、自主的に品質保証活動を推進し、お客様からのご意見やご要望などを、すみやかに事業活動や商品・サービスの改善に生かしています。

「アスカ」は、品質保証の国際規格である「ISO9001」に、食品の管理基準のひとつである「HACCP」と、独自の「味の素グループ品質基準」をプラスしたものです。これにより、より高品質な食品づくりを保証するシステムとして機能しています。



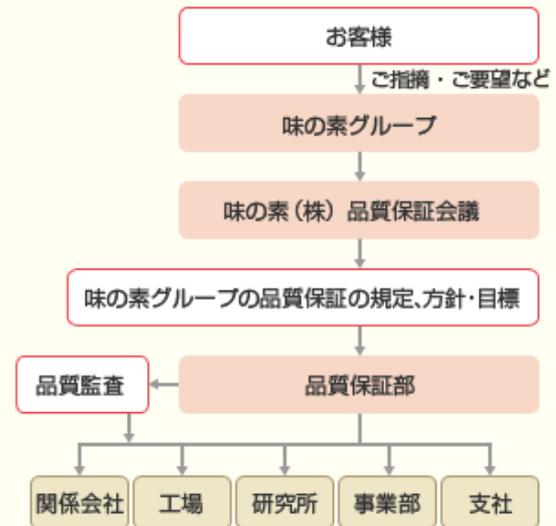
## 味の素グループ品質基準

「味の素グループ品質基準」とは、味の素ブランドにふさわしい品質レベルを保持するための独自の基準です。下記のように、原料、包材、品質管理、表示など広範囲にわたって厳しい基準を定めています。

・品質アセスメント基準	・商品表示基準	・原材料の品質管理基準
・食品包材の安全衛生基準	・食品GMP基準	・医薬品製剤GMP基準
・製造委託品・購入品の品質管理基準	・商品クレーム対応基準	・品質緊急対応判断基準 など

## 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」です。その指導のもとで、品質保証部は品質保証に関する規定を定めて実施しています。これにより、経営から製造現場・販売を担当する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、信頼していただくように努めています。



## 2010年度活動レビュー

2010年度はお客様とのツーウェイコミュニケーションを強化し、お客様の声を組織で共有・活用していくための体制を強化しました。また、お客様から商品の安全に関する情報をもっと提供してほしいとの声を受け、新聞広告やホームページで積極的な紹介を行いました。安全な商品の提供を確実にするために、海外を含めたサプライヤー監査を強化し、サプライヤーの管理レベルの向上を図りました。本年度から始まる2011～2013年度中期計画では、お客様と約束した商品を確実に提供していくための活動を継続します。特に、商品の設計・開発、新規事業分野や海外の新市場における品質保証体制の強化に努めていきます。

## 品質保証レベル向上のための人材育成(教育)

2010年度は味の素グループとして、役員対象の品質勉強会、グループ会社社長と味の素(株)の部門長対象のグループ品質保証活動・2011～2013年度品質保証中期計画共有会を前年と同様に実施しました。31回目となる「品質保証のマネジメント・技術に関する検討会」では、グループ会社の従業員が過去最高の462名参加し、グループ内の取り組みを共有するとともに、品質保証活動の重要性を改めて確認しました。

海外グループ会社の従業員対象の教育にも力を入れています。10回目の「QMS※トレーニングコース」では、タイ、ベトナム、中国、アメリカ、フランスなどから9名が来日し、品質保証の幅広い分野について2週間学習するとともに、法人同士で交流を深めました。アセアン、中国、ブラジルで地域毎の品質教育も活発に行い、世界各地域でアスカスクールを開催しました。アセアン地域(ベトナム開催)では8カ国14法人から24名参加、中国では11法人から26名参加、南米(ブラジル開催)ではペルー、アメリカも含めて26名参加し、味の素グループの品質保証レベルの向上に努めました。



役員対象の品質勉強会の様子



品質保証のマネジメント・技術に関する検討会(ポスターセッション)の様子



アセアン アスカスクール(ベトナム)に参加した海外グループ会社従業員

※ QMS: Quality Management System(品質マネジメントシステム)

## 品質クレーム・工程トラブル低減の取り組み

お客様への安全な商品の提供は、企業にとって欠かすことのできない最も重要な使命のひとつといえます。このために、商品設計、購買、生産、販売のすべてのプロセスで、品質トラブル低減に向けた取り組みを推進しています。

2010年度は、商品設計・開発時の品質アセスメントの仕組みを見直し、強化しました。一つひとつのトラブルに対して徹底的な原因究明を行い、適切な対策をとることにより、品質クレーム・工程トラブルは減少傾向にあります。その中で、賞味期限印字・ラベル・量目不備や異物混入が継続課題となっています。商品の設計・開発時の品質保証体制をさらに強化することによって設計品質の向上をはかり、トラブルの未然防止に努めていきます。

## サプライヤー監査と品質管理

味の素グループでは、製品の製造委託・購入や原材料の購入を通じて国内外のサプライヤー※様と取引をしています。アスカ基準の中に、品質管理基準と品質要求事項があり、取引に際してはそれに基づいた品質管理をサプライヤー様をお願いしています。これらの品質をより確実なものとするためにサプライヤー様との関係を強化するとともに、品質監査などの評価を実施し、適正な取引に努めています。海外においては、法人間の品質監査の相互協力体制(Global Supplier Management=GSM)をアセアン、中国、南米、欧米と全世界で構築・推進し、教育訓練された品質監査員が海外サプライヤー様の監査を実施しています。

※サプライヤー：製品の製造委託・購入先、原材料の購入先

## 商品回収

2010年度は味の素グループで3件の自主回収がありました。8月、カルピス(株)が販売する「カルピス(株) 特撰バター・食塩不使用」の一部商品においてカビの発生があり、約6,000個を自主回収しました。当該商品の包装紙にカビが付着したことが原因と推定され、包装紙の保管管理を強化しました。

12月、ブラジルでブラジル味の素社が販売する調味料「サゾン」を約200トン自主回収しました。新包材への切り替え時に外装に旧包材が使用され、外装と内装のアレルギー表示が異なったためです。変更管理手順の改善、徹底と部門間連携の強化を図りました。

12月、韓国で日本から輸出し韓国味の素社が販売した「アミノバイタル」で韓国では認可されていない食品添加物が使用されていることが判明し自主回収しました。輸出前の品質アセスメントの強化を図りました。

## 品質広報の取り組み

味の素グループでは、お客様が安心して商品をお使いいただけるよう、2008年度よりお客様との品質に関する情報共有をさらに進める「品質広報」に力を入れています。品質に関する姿勢や方針、実際に行っている活動に加え、お客様のご要望を踏まえ、グループとして提供が可能な情報をできるだけ多くお伝えするよう努めています。

取り組みの一環として、一般のお客様向けの商品について「品質情報提供ガイドライン」を定め、グループ企業全体で連携しながら、パッケージやWebで提供する情報の質を高めています。また、2009年にリニューアルしたホームページの「品質保証への取り組み」サイトで、商品の安全と安定した品質を確保するために、原料管理、商品開発、製造などの各過程で行っていること、商品パッケージ情報の見方、社外有識者による食の安全についての社会の関心事(「食中毒」「食品添加物」など)の解説など、お客様との品質情報の共有が一層進むよう、コンテンツの充実を図っています。



品質保証ホームページ「今だから知ってほしい食の安全のこと」

## 食品添加物・GMOの活用に対する考え方や商品表示

味の素グループは、食品添加物やGMO※(遺伝子組換え作物)の活用・表示にあたって、安全性・有用性および適法性の面から厳しくチェックしています。最近、「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(株)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やGMOが、あたかも安全ではないような印象をお客様に与える表示方法は、お客様にとって不利益になると考えて行っていません。

※GMO: Genetically Modified Organisms

▣「商品パッケージの表示」について詳しくはこちら

## 食品添加物の活用と表示

---

食品添加物は、味を良く、香りを高め、栄養を強化することで豊かな食生活を実現するほか、保存性を高めることで、食料資源の流通や有効活用を促すという重要な役割を担っています。これら食品添加物は、多くの人々の口に入るため、各種の厳しい試験が行われ、安全性は行政で確認されています。味の素グループでは、商品の開発・製造にあたり、安全性を含めた最新の情報の下、適切な食品添加物を選定・使用しています。表示の際は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行っています。

▣「[食品添加物](#)」について詳しくはこちら

▣「[今だから知ってほしい食の安全のこと](#)」について詳しくはこちら

## GMO(遺伝子組換え作物)の活用と表示

---

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。必要な情報を消費者に提供するため、表示基準も定めており、味の素(株)もこの基準に従っています。また味の素グループでは、未承認GMO混入防止のために、自社で監査技術を確立しています。

▣「[GMO\(遺伝子組換え作物\)](#)」について詳しくはこちら

## お客様への取り組み

### コミュニケーション指針

味の素グループでは、「つねに“お客様第一”を心がけ、豊かな創造性とすぐれた技術により、安全で高品質な商品・サービスを提供する」ことを事業姿勢としています。

味の素(株)は、品質マネジメント—顧客満足—組織における苦情対応のための指針「ISO10002※」に則り、「お客様満足推進方針」と「お客様満足行動指針」を定めました。これらの考え方のもとに、「お客様満足品質」の実現に向けて取り組んでいます。

※ ISO10002: 苦情対応マネジメントシステムの国際規格。お客様によりご満足いただくために、お客様からの苦情に対し、適切に、迅速に対応するよう、組織がどのようなべきかの要件を指針として定めたもの。

### お客様満足推進方針

私たちは、お客様の声に素直に耳を傾け、お客様の目線で考え、知恵を結集し、お客様にご満足いただける商品・サービスを提供します。

そして、お客様に信頼される誠実な企業をめざします。

### お客様満足行動指針

1. 私たちは、お客様に、安全で安心してお使いいただける商品・サービスを提供します。
2. 私たちは、お客様からのご指摘、ご要望、お問い合わせに、正確・迅速・親切にお伝えします。
3. 私たちは、お客様からいただいた貴重な声を、より価値ある商品・サービスに反映するように努めます。
4. 私たちは、お客様に、適切な情報を積極的に提供します。
5. 私たちは、お客様の権利を保護するため、関連する法規および社内の自主基準を遵守します。

味の素(株)は、上記推進方針・行動指針を実行するために、ISO10002に則った手順書などの社内ルールを作成しました。この社内ルールをもとに、ご指摘、ご要望、お問い合わせをいただいたお客様にご満足いただけるよう、誠意をもって取り組んでまいります。

### お客様相談センターの活動

お客様相談センターは、お客様と直接接する部門として、お客様にご満足いただけるよう「正確・迅速・親切」を対応の基本として取り組んでいます。またお客様から頂戴したご意見やお問合せは、毎日整理・分析し、事業部門や開発部門と共有することにより、お客様にとってより便利で魅力ある商品・サービスの開発につなげるよう取り組んでいます。

私たちは、お客様お一人おひとりとのコミュニケーションを大切に、お客様と味の素(株)の良好な信頼関係づくりに努めるとともに、商品・サービスをはじめとする企業活動における「お客様満足品質」の実現に向けて取り組んでいます。

### 2010年度の主な取り組み

2010年度は、「食の安全・安心」に関するお客様の関心が依然として高く、食品企業に対する期待と厳しい要請が継続している状況であることを認識し、「お客様視点」を大切にする活動の一層の推進を心がけました。また国内グループ会社のお客様相談機能部門間の連携の一層の強化を図り、味の素グループ各社の対応品質向上に向けた活動を推進しました。

主な活動トピックスは以下の通りです。

### 「対応品質」の向上を目指した全員参加による対応者教育プログラムの実施

対応者自身がお客様とのコミュニケーションのあり方について、自ら考え、改善する対応品質向上のための教育プログラムを継続し、お客様満足のための「対応品質」のさらなる向上に努めました。

### “お客様の声”を関係部署と共有する活動の充実・強化

センターにお寄せいただいた「お客様の声」をお客様からの貴重なご提言として、「お客様満足品質」実現のため、社内会議やレポートによりタイムリーに共有し、商品やサービスの改善につなげました。また商品開発時のアセスメント会議において、商品へのご不満の未然防止を目指し、お客様視点での評価を実施しました。

## 「調査回答書満足度」向上

商品に対するお客様からのご提起対応において、その原因の調査結果をご説明する「調査回答書」への満足度を向上させる社内横断的な改善活動を継続しました。ご提起受信から回答書発送までの所要日数や、回答書内容に対する満足度についての目標値を定め、その実現に向けてお客様からのアンケート内容を参考とした改善活動を進めました。

## 社内研修「お客様満足研修」を実施

従業員一人ひとりが「お客様満足」について考え、お客様との直接のコミュニケーションを体験する「お客様相談センター体験実習」に加え、新たな研修プログラムとして、各部門の業務ニーズに応じた「お客様満足研修」を5講座追加し、「お客様満足」の啓発・深化を推進しました。

### お客様満足研修

- 「お客様相談センター体験実習」
- 「お客様の視点」気付き講座
- 「お客様の声」分析実習
- 「お客様の声ポータル」の使い方
- クレーム対応研修
- 「お客様満足研修」サイト・カスタムメイド

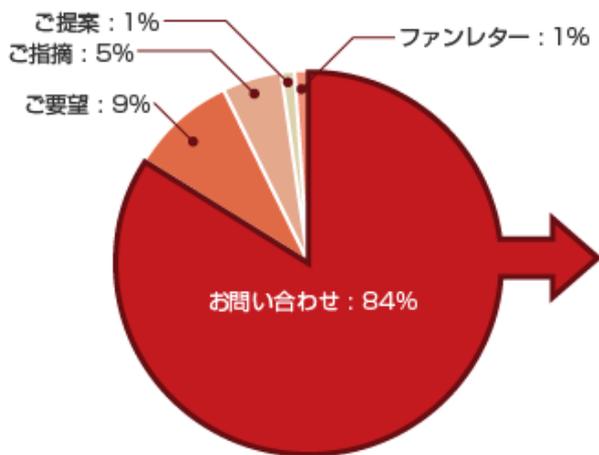
## 国内グループ企業お客様相談部門との連携強化

グループ会社全体でのお客様満足向上を目指して、定期的に協議の場を設け、応対品質向上およびお客様の声の活用強化などにおける課題の抽出および改善について検討を継続しました。

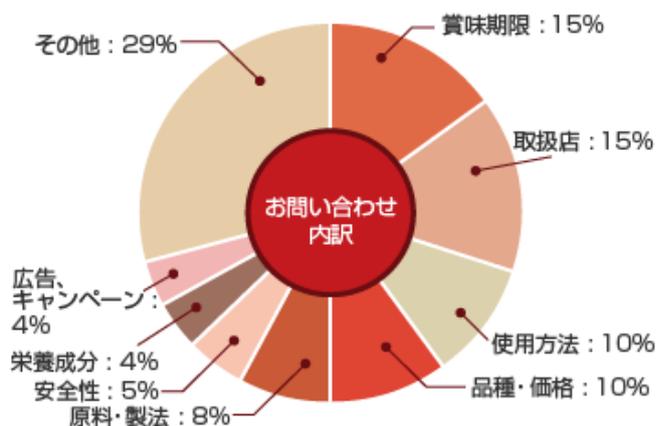
## 2010年度のお問い合わせ内容

2010年度はセンターに約38,000件の受信がありました。昨年度に引き続き、受信件数は減少しましたが、年度末の3月に発生した東日本大震災の影響により放射能汚染への不安による商品の製造日や原料についてのお問合せが急増しました。2007年度より「若年主婦や高齢男性で料理経験が少ない方からの、調理方法などについてのお問合せ」が継続して寄せられ、「容器を分別しやすくしてほしい」などの「環境視点でのお問合せやご提案」の増加も見られました。お寄せいただいたご意見は、関係部署に伝え、今後の改善に向けた参考情報とさせていただきます。

2010年度「お客様の声」内訳(全体 約38,000件)



2010年度「お問い合わせ」内訳



### お客様と味の素(株)を直接結ぶ相談窓口

#### お客様相談センター 電話でのお問い合わせ

調味料・加工食品・ギフト製品、その他 ☎ 0120-688181

甘味料・スポーツニュートリション・アミノ酸サプリメント ☎ 0120-160505

栄養ケア食品(「メディミル®」「アミノケア®」など) ☎ 0120-814222

医療用食品(「メディエフ®」「ペムベスト®」「アクアソリタ®」など) ☎ 0120-814127

☑「お客様相談センター」について詳しくはこちら

## 味の素(株)のユニバーサルデザインの考え方

味の素(株)のユニバーサルデザイン(以下UD)\*では、商品パッケージ開発において例えば

- 容器の「握りやすさ」や「開けやすさ」といった立体デザイン
- 品種区別のための色使い、文字の視認性などの平面デザインなど

多様な方向性からいろいろな基準を定めています。

近年では、高齢化社会を考慮し、年配の方や一人暮らしの方のための商品には、特にUDの視点を重要視しています。介護系商品では、誤認を防ぐために表示情報の優先順位、使用手順なども慎重に考慮した上で、デザイン開発を進めています。パッケージの基本機能とともに、今後は経済性、環境配慮などを両立させたUDの研究を進めていくべきであると考えています。

※ユニバーサルデザイン:「すべての人のためのデザイン」を意味し、年齢や体格・身体的能力の違いにかかわらず、出来るだけ多くの人々が利用しやすいようにすると



## お客様への情報発信—商品広告、企業広告する際に気をつけていること

お客様への情報発信には、2つの目的があります。ひとつは、商品の発売や商品の良さを理解していただき、販売に寄与すること。もうひとつは、お客様に味の素(株)の掲げる理念や活動に共感し、味の素(株)のファンになっていただくことです。どちらの目的を果たすためにも、お客様にとってわかりやすく表現され、価値のある情報として正しく伝わり、共感を得ることが大切です。

最近の広告事例では、お客様に日々の生活で味の素(株)の商品を役立てていただく「使いこなし術」や、「メニューのアイデア」などをお寄せいただき、その情報を広告でお伝えすることも、価値ある情報として、多くの評価をいただいています。

また、味の素(株)創業100周年を機に、8つの環境・社会貢献活動をテーマにした企業広告を行いました。ご覧いただいた方々からは、「活動情報を知ってよかった」「グローバルな企業として理解できた」などの感想をいただきました。

今後も、味の素(株)が取り組んでいるさまざまな活動や提案、商品の役立つ情報を、お客様にとってわかりやすく、正しく伝わるように発信することを心がけていきます。

□「[広告ギャラリー](#)」について詳しくはこちら

□「[企業広告](#)」について詳しくはこちら



## お客様との協働—外食個人店様向けキャンペーン

味の素(株)は、TABLE FOR TWO Internationalとコラボレートし、現在実施中の外食個人店様向けキャンペーンである「味の素KK 必ずもらえるマイレージキャンペーン」で獲得したポイントと交換できる賞品の一つに、「アフリカの子どもたちの学校給食」を2011年4月より加えました。外食個人店において独自の社会貢献活動の取り組みはハードルが高く、実施が困難な状況にあります。味の素(株)は外食個人店が手軽に参加できる社会貢献活動の仕組みを作り上げることで、外食産業全体としての社会貢献度向上に役立っていきたくと考え、今回の取り組みを開始しました。

今後多数の応募が来ることを心待ちにしています。

□「[学校給食支援キャンペーン](#)」について詳しくはこちら



## 取引先様とともに

### 取引先様とのかかわりに関する考え方

「味の素グループ購買基本方針」は、「味の素グループ行動規範」に則り、購買取引における業務プロセスを正しく運用することを目的に、取引を行う際に留意すべきコンプライアンスと企業倫理を確認したものです。味の素グループは、取引先様にも、この購買方針の理解と協力を得ることでサプライチェーンを通じた社会的責任を果たしていきます。

### 味の素グループ購買基本方針

味の素グループは、すべての購買取引において、公正・公平・透明・簡素を心掛け、お客様をはじめ、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、取引先様をビジネスパートナーとして、法令を遵守し、契約を履行し、合理的に業務を遂行します。

#### 1. 遵法・購買倫理

- 購買取引に関連する関係各国の法令、ルールを遵守し、合わせて「味の素グループ行動規範」、その他該当する社内諸基準に則り良識ある行動をします。
- 購買取引において取引先様との契約を誠実に履行します。
- 購買取引において知り得た情報については、その重要性をよく理解し、機密保持に努めます。
- 購買取引は、公正・公平・透明・簡素な業務手順により行います。

#### 2. 購買取引の原則

- 経済的な合理性に基づき、適正価格での取引を行います。
- 取引先の選定にあたっては、価格、品質、納期の他、技術力、安全性、実績等も合わせ総合的に検討し、決定します。不採用の場合、要望によりその理由を説明します。
- 購買取引は原則として複数見積比較(入札等)に抛り行います。
- 新規取引希望については門戸開放を原則とし、採用基準を満たした候補について適当な取引先選定の機会に参加していただきます。
- 取引先様と共同でのコストダウン取り組みについては評価採用のルールを定めて積極的に推進します。

#### 3. 購買取引におけるCSRの実践

- 原材料等の購買取引は、商品の品質・安全性確保のため該当する法令、「味の素グループ品質保証規則」および関連する諸基準を適用します。
- 地球環境保護のため、「味の素グループ グリーン調達ガイドライン」に則り、グリーン調達を推進します。
- 直接購買する対象がその生産、流通にあたって児童労働、不法就労等の人権侵害に関わるものでないことを確認します。

#### 4. 取引先様への要請

- 取引先様に対し、本「味の素グループ購買基本方針」の趣旨の理解と、共にサプライチェーンを構成するビジネスパートナーとしての協力を要請します。
- 取引先様に対し、法令、ルールの遵守徹底、特に自由競争を阻害する行為(価格カルテル等)については厳格な対応を要請します。
- 取引先様に対し、経済合理性に裏付けられた合理化等各種提案の促進を要請します。
- 取引先様に対し、CSR経営推進についての趣旨ご賛同と、原材料等の品質・安全確保、グリーン調達、人権擁護の諸点について協力を要請します。

### 2010年度の取り組み

#### 国内外グループ会社への購買基本方針浸透活動

味の素グループ調達センターでは、2010年度も国内外グループ会社の調達組織と担当者に「味の素グループ購買基本方針と運用ガイドライン」の浸透をはかるため、繰り返し啓発活動を続けてきました。

各国の調達担当者は、この基本方針の理解と実践を通じ、お取引様との相互信頼を築き上げ、サプライチェーンを通じて企業の社会的責任を果たしていきます。

また、「味の素グループ購買基本方針」は、あらゆる購買取引に適用することを定めており、2010年度からは間接材やサービス購買などにも対象を広げ、対象となる購買活動を行う組織、関係会社に対して「味の素グループ購買基本方針」に則った業務プロセスの実践を求めています。



サプライチェーン分科会

### 取引先様との協働による品質・環境・安全・CSRの取り組み

味の素グループは、「アスカ(ASQUA): Ajinomoto System of Quality Assurance」の「品質要求事項」を取引先様にご理解いただき、品質監査を行っています。味の素(株)の食品領域においては、取引先様との関係を強化するSPP(Supplier Partnership Program)活動を始めており、品質監査においても従来の品質保証項目だけでなく、環境・安全やフードディフェンスなどに関しても、取引先様と情報の共有をはかり、議論をしてきました。

環境配慮の観点では、かつお節メーカーや漁業者と協働して味の素(株)の最重要原料の一つである「かつお」について、持続可能な生態系サービスを確保するための活動を開始しました。

また、人権労働の観点では、味の素グループ各国法人にアンケート調査を実施し、児童労働や強制労働の実態把握に努め、現地視察や取引先様へのヒヤリングも開始しています。児童労働や強制労働の実態は確認されていませんが、今後も取引先様への要請を継続し、サプライチェーンを通じた社会的責任を果たしていきます。

### 原材料取引先品質監査実績

味の素グループ調達センターでは、原料62社、包材46社のサプライヤー監査を実施しました。カルピス(株)による原料監査は16件でした。味の素冷凍食品(株)では226社に対し、原料監査部、原材料部、品質管理部による、製造委託先・原材料サプライヤー監査を実施しましたが、2011年3月25日に予定した取引先様との情報共有の場である「原料品質会議」は、3月11日の東日本大震災の影響を考慮し中止しました。

また、各国法人で共通のサプライヤーを合同監査するGSM(Global Supplier Management)は11件行われています。

### 2010年度原材料取引先品質監査実績

実施部署	監査品目	監査件数	備考
グループ調達センター	原料関係	62件	食品:31件、ファイン31件
	包材関係	46件	
	GSM	11件	グローバルサプライヤー共同監査
味の素冷凍食品(株)	原料関係	226件	左記は、原材料・工場による訪問監査の実数 ※その他原料監査部によるものは海外を含め86件
味の素製菓(株)	原料関係	19件	
	委託製品	7件	
カルピス(株)	飲料原料	16件	

## 株主・投資家様とともに

### 株主様とのかかわり

味の素(株)第132回定時株主総会は、会場を帝国ホテルに移して行いました。株主総会に出席して下さる株主の皆様が年々増加するなか、それまでの味の素グループ高輪研修センターではひとつの会場にご入場いただくことが困難になったため、株主の皆様とのよりよいコミュニケーションを目指し、広い会場に変更したものです。

株主総会招集ご通知は、より多くの株主の皆様にご出席いただけるよう、法定期間を大幅に繰り上げて発送しています。また、英文も作成してホームページに掲載するなど、外国人の株主様にもご覧いただけるようにしています。

総会会場では、さらに味の素グループを知っていただく一助になればと願い、味の素グループの商品や環境・社会貢献への取り組みについてパネルなどの展示で紹介しました。



(左)株主総会会場入り口で商品や環境・社会貢献の取り組みを紹介  
(右)「味の素®」の製造工程を説明した「うまみトータルポール」

### 投資家とのかかわり

2010年度は通常の機関投資家・アナリスト向け決算説明会に加え、2011年度から始まる2011-2013中期経営計画の説明会とそれをフォローする形でスモールミーティングを開催しました。中期経営計画では、2013年度のROE8%達成など重要業績評価指標を示すとともに、株主還元策の1つとして機動的な自社株取得の検討に言及し、機関投資家やアナリストからは重要業績評価指標達成の為の施策や原燃料価格影響の見方と対策などを中心に、数多くの質問が出されました。

中期経営計画初年度となる2011年度は、中期経営計画で掲げた施策の進捗状況や達成の道筋を投資家やアナリストに適宜示し、味の素グループへの理解をより深めていただくことが重要であると考えています。



機関投資家・アナリスト向け決算説明会

■株主・投資家様について詳しくはこちら

## グローバルな人材の育成・登用

### 味の素グループ人事理念

あなたは、味の素の「あしたのもと」です。

あなたにしか、つくれないものがある。

あなたのお客さまは、世界中にいる。

あなたには、いっしょに働く仲間がいる。

### グローバルな人材の育成・登用

味の素グループでは、国籍・キャリアを問わず多様な人材を育成し登用する仕組みづくりに取り組んでいます。2010年度は、まずグループの将来を担う人材の発掘と育成にグループ横断で取り組むことを目的として、次世代経営層をになう第一線マネージャー層を対象に海外地域単位のリーダー研修を導入しました。リーダーに求められる資質・行動の理解、さらには職場における実践により、ステージアップをはかることができました。



海外地域単位のリーダーシップ研修



異文化研修の参加者

また、グループ全体の多様性を活かすために異文化理解を促進することを目的として、異文化研修の対象を、日本出向外国籍従業員と同僚従業員だけでなく、海外業務に携わる日本人従業員や地域リーダー研修参加者にも拡大しました。

### 人材育成制度

味の素グループでは、「味の素グループWay※」を体現し、それぞれの役割と期待に見合う成果につながる行動がとれる人材の育成に取り組んでいます。

職場におけるOJTを基本としながら、諸制度（キャリア支援制度など）と各種研修を有機的に結びつけ、個々人の能力開発のステージにあわせた教育を実施しています。

2010年度は、トップマネジメント層を対象とした各種研修を継続実施するとともに、国内グループ共催による集合型研修や海外地域本部と連携したリーダーシップ研修を新たに導入しました。

また、グループの共通価値観である「味の素グループWay」を浸透させるための教育も国内外でスタートしました。



リーダーシップ研修

これからもグループ・グローバル視点で事業の成長を支える人材の育成を推進していきます。

※ 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/人を大切にする)

### 発明補償制度

味の素(株)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。従業員が会社に譲渡した職務発明には、「出願補償金」が支払われ、その職務発明が登録されると「登録補償金」が支払われます。その職務発明が会社により実施されると、会社が得た利益に応じて発明者に「実績補償金」が支払われます。

### 各種表彰制度

味の素グループでは、従業員の働く意欲の向上と活力に満ちた組織づくりを目指し、顕著な功績や他の従業員の模範となる行為があった従業員の表彰を行っています。2010年度は全社業績表彰として13件が認定されました。受賞案件は原価に関する事項、製品品質に関する事項、販売に関する事項から優秀研究に関する事項まで、幅広くさまざまな業務内容から選ばれています。

また、永年勤続表彰として25年勤続、15年勤続の表彰も行い、これまでの会社への貢献に感謝するとともに、「味の素グループWay」を発揮し、全員の力を合わせて次の100年に向かって行こうと呼びかけました。



2010年度全社業績表彰

## ワーク・ライフ・バランスの向上

### 味の素グループ「ワーク・ライフ・バランス」の取り組み

味の素(株)では「ワーク・ライフ・バランスビジョン」で目指す姿を具現化するため、さまざまな取り組みを進めています。

2009年度までは制度面の拡充に主眼を置き、「再雇用制度の導入」を図りました。また、「育児休職の最初の15日間の有給化」も実施し、これにより、男性の育児休職の取得者が、2010年度には11名となりました。

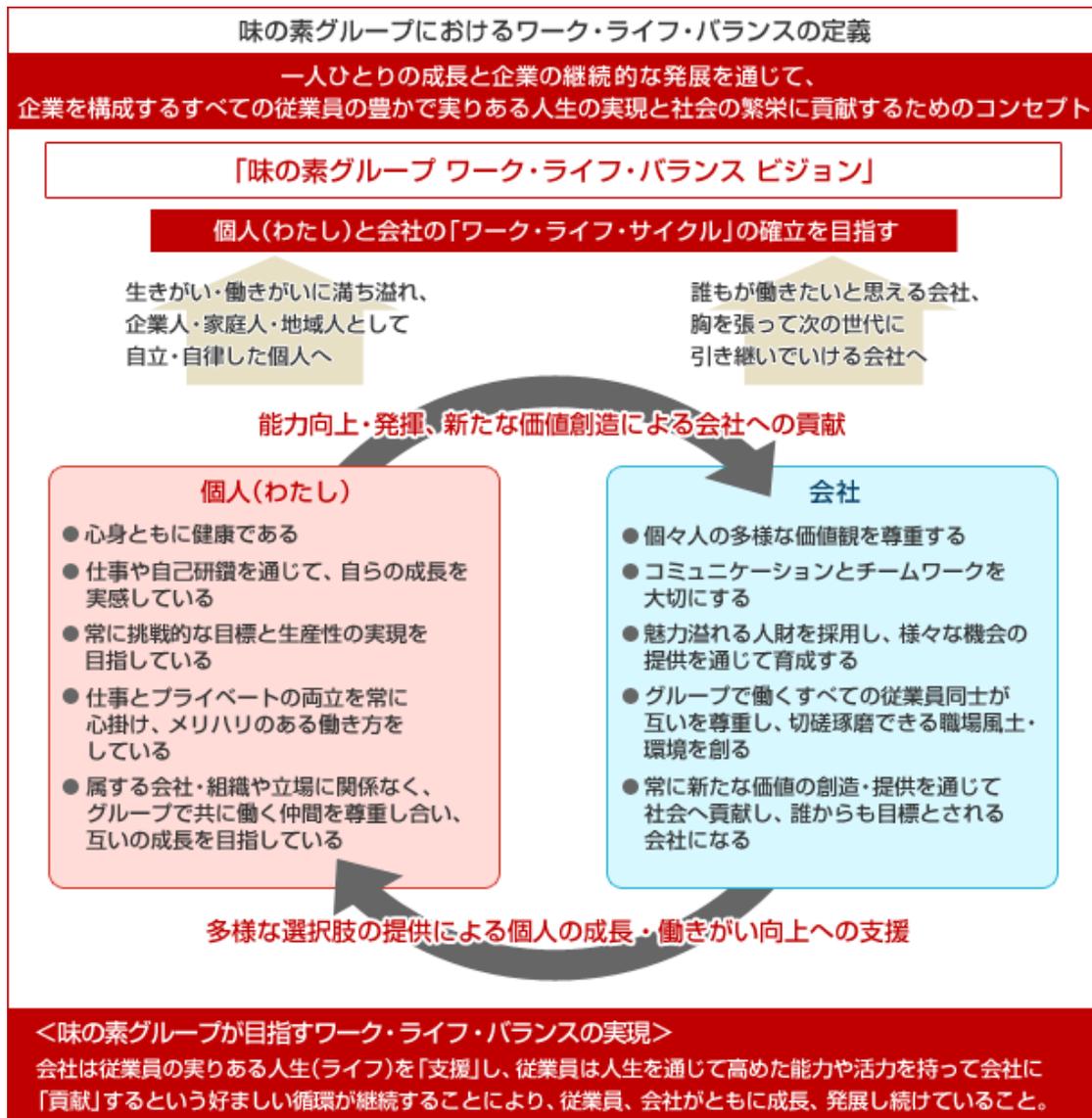
2010年度は、従業員の一層の意識向上を目指し、本社、研究所、全国の事業所、支社にて、外部の専門家による「ワーク・ライフ・バランス Kick off講演会」を開催しました。さらに、それに続く取り組みとして、職場単位でワーク・ライフ・バランスに対する理解を深め、取り組み深化のきっかけとする「職場ワークショップ」も始まりました。聴講した従業員からは、「ワーク・ライフ・バランスの本当の意味が分かった」「職場の仲間とさらに理解を深めたい」などの声が聞かれました。

今後はこれらの取り組みを着実に拡大します。また隔年で実施している組織文化診断により、従業員の意識や風土を的確に把握し、従業員、会社双方の成長・発展につながる取り組みを展開していきます。



ワーク・ライフ・バランス Kick off講演会

### 味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン



## 働きやすい職場づくり

味の素グループでは、個人の成長と企業の持続的な発展を通じて、すべての従業員の豊かで実りある人生の実現と社会の繁栄に貢献します。そのために、労使共同の「ワーク・ライフ・バランス向上プロジェクト」での検討内容をベースに、働きがいのある・働きやすい職場づくりを目指してさまざまな取り組みを進めています。



「次世代育成支援対策推進法(次世代法)」に基づいて策定した行動計画目標の達成結果や、その他の基準への対応が認められ、2009年10月27日に「次世代認定マーク(通称『くるみん』)」の2期目が認定されました。2010年からの新しい行動計画についても、『くるみん』の申請を行う予定です。

### 国の政策と味の素(株)のワーク・ライフ・バランスに関する取り組み

国の政策		味の素(株)の取り組み
	1990年以前	■ ベビーシッター補助の導入
■ 育児・介護休業法施行	1991年	■ 看護休職制度導入
	1992年	■ 育児休職・短時間勤務制度施行 ■ ボランティア休暇制度導入
	2000年	■ 基幹職ACP※制度導入
■ 労働基準法改正 • 企画型裁量労働の要件緩和 • 有期雇用契約期間延長	2003年	
	2004年	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 育児系制度の大改定</li> <li>• つわり休暇(10日間)</li> <li>• 育児短時間勤務期間拡大(小学校4年生までの4年間)</li> <li>• スtock有休取得条件緩和</li> <li>• 子ども看護休暇の新設</li> <li>■ リフレッシュ休暇制度改定</li> <li>• サポートプログラムの実施(「WIWIW」の導入)</li> <li>• 育児ハンドブックの作成</li> <li>• キャリアライフプラン作成</li> </ul>
■ 育児・介護休業法改正施行 ■ 次世代育成支援対策推進法施行	2005年	■ 一般事業主行動計画策定
■ 男女雇用機会均等法改正	2006年	
	2007年	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 看護短時間勤務制度導入</li> <li>■ 次世代認定マーク「くるみん」取得</li> <li>■ 一般事業主行動計画策定</li> <li>■ 配偶者出産時の特休日数拡大(2日→5日)</li> <li>■ 一般職ACP※制度導入</li> <li>■ 交替勤務・営業外勤者の労働時間短縮等に関する措置の設定</li> <li>■ 育児・看護諸規程の適用対象者拡大</li> </ul>
	2008年	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 別居家族の社宅貸与に関する運用ルールの改定</li> <li>■ 平均総実労働時間目標の設定(年間2000時間)</li> <li>■ ワーク・ライフ・バランス向上プロジェクト発足(味の素グループワーク・ライフ・バランスビジョンの策定)</li> </ul>
	2009年	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 一般事業主行動計画策定</li> <li>■ 次世代認定マーク「くるみん」取得</li> <li>■ 再雇用制度導入</li> </ul>
■ 労働基準法改正 • 60時間を超える残業の割増率50%以上 ■ 育児・介護休業法改正	2010年	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 育児休職を一部有給化</li> <li>■ 育児短時間勤務取得期間拡大(小学校4年生まで)</li> <li>■ 半日有休行使日数の拡大</li> <li>■ Stock有休積立上限数拡大</li> <li>■ 子ども看護休暇・Stock有休使用事由の拡充</li> </ul>

※ ACP: Ajinomoto Certified Professional

味の素グループのワーク・ライフ・バランス関連制度の利用状況(2010年度実績)

制度・取り組み	味の素(株)の制度内容	取得人数等
育児休職	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(法定に基づく6カ月の取得期間延長あり)。休職の初日から数えて通算15日間は有給。	97人 (うち男性11人)
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の間、期間制限なく取得することができる。	107人
子ども看護休暇	中学校始期に達するまでの子を養育する従業員は、子ども一人当たり年間10日間の休暇を取得することができる。半日単位での取得も可能。	47人
看護休職	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。	3人
看護短時間勤務	1日2時間30分の短縮を限度とし、対象家族が要看護状態にある場合に、1年毎の更新で対象家族の要看護状態が解消するまで取得することができる。	2人
有給休暇 積立保存制度	配偶者、父母、子、同居または扶養している2親等以内の親族の私傷病によって従業員本人の看護が必要な場合、およびそれらの親族の私傷病により定期的な通院に従業員本人の看護が必要な場合、学級閉鎖となった場合等に積立てた有給休暇を取得することができる。半日単位での取得も可能。積立できる上限日数は40日。	64人
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1回、総数27日を上限とする特別休暇の行使を含む、9日、16日、30日、16日のリフレッシュ休暇を取得することができる。各休暇の行使権利は、前回取得した期間終了日から5年間を経過した以降の最初の4月1日からとする。	160人
ボランティア休暇	非営利団体、社会福祉団体等における「障がい者福祉」、「老人福祉・介護」、「児童福祉」、「自然環境保護」、「災害支援活動」、「骨髄ドナー」、その他会社が認めた活動につき、適用認定を受けた従業員に対し、一年度につき8日間を上限とするボランティア休暇を付与する。	3人
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。 <ul style="list-style-type: none"> <li>● 出産・育児</li> <li>● 介護・看護</li> <li>● 転居をともなう結婚や配偶者の転勤</li> </ul>	登録者数11人 (2011年4月現在)
労働時間削減の 取り組み	ノー残業デーの実施。(事業所ごと)	-
有休取得率 向上の取り組み	有休取得キャンペーンの実施。(事業所ごと)	-
ベビーシッター補助	ベビーシッターを利用する際、割引(1500円/回)を受けられる。	5人

ヘルスケアへの取り組み

味の素(株)の健康推進は「セルフケア」という考え方を核に、産業医8名、医療(保健師・看護師)スタッフ11名、健康推進センター長・スタッフ9名の体制で取り組んでいます。

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。新しく基幹職になる対象者や中堅社員には、自らの健康管理だけではなく、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。

味の素(株)は、最低でも年1回、国内全従業員と産業医・保健師・看護師が面談を行い、健康診断結果をもとに個別に健康に関する指導を行い理解促進に努めています。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のほか、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。今後も従業員が健康に働き続けられるよう、取り組んでいきます。

## すべての人を公平に雇用

### 雇用に関する考え方

味の素グループでは、事業を展開する国や地域の法規を遵守し、文化・習慣を理解、尊重した上で、人種、民族、国籍、宗教、信条、出身地、性別、年齢、身体障がいなどによる差別を禁止することを「味の素グループ行動規範」で定めています。雇用（採用）に際してもこの規範に基づいて、個人の価値観や能力を尊重し、すべての人を公平に扱い、「独創性の重視」「地球規模の発想」「共に働く喜び」といった「味の素人材バリュー」に合致した人材を、グローバルかつ積極的に雇用していきます。

### シニア人材制度

シニア人材再雇用制度は、味の素(株)を60歳で定年退職する一般職、および基幹職(出向者を含む)の再雇用希望者全員を対象としています。「心身ともに健康であり、就業できる状態である」ことを唯一の雇用条件として、2006年4月から制度運用を開始しました。同じく国内グループ各社においても独自のシニア人材再雇用制度を導入しています。

味の素(株)では2010年度、対象の88%の方が再雇用を希望され、元気に活躍されています。

■[退職者数\(再雇用者数\)について詳しくはこちら](#)

### 障がい者雇用の拡大

2011年3月時点の味の素グループ(国内関連15社)の平均障がい者雇用率は1.7%であり、法定雇用率(1.8%)を達成しているのは5社です。従業員数の増加などにより昨年よりも雇用率が低下しましたが、味の素グループでは、ノーマライゼーションの理念を尊重し、新卒やキャリア採用活動における障がい者雇用促進の取り組みを、さらに推進していきます。

■[障がい者雇用数について詳しくはこちら](#)

## 労使関係／人権への取り組み

### 労使関係

味の素グループでは、従業員が味の素グループで働いて良かったと思える職場環境を目指して、労働組合と定期的に、経営方針の確認・共有を目的とした労使協議会や、労働条件について検討する労使専門委員会を行っています。

2010年度は労使共同プロジェクトである「ワーク・ライフ・バランス向上プロジェクト」の具体的なアクションとして、国内の全事業所で「ワーク・ライフ・バランス Kick Off講演会」を実施し、自分のワーク・ライフ・プランを考え実践することで、一人ひとりが良いライフ(人生)とワーク(仕事)のシナジーを生み出しながら生き活きと働こう、という意識啓発を行いました。

また、味の素グループ各社の労働組合役員を対象に、経営トップが直接2011～2013中期経営計画を説明し対話する機会を設け、活発な意見交換を行いました。

これからも労働組合との協議・意見交換を継続し、すべての従業員が心身ともに健康で、働きがいのある会社を目指して活動していきます。



ワーク・ライフ・バランス Kick Off講演会

### 従業員への人権啓発

味の素グループは「確かなグローバルカンパニー」になるために、人権を尊重した明るい社会・職場の実現にむけて取り組むことは、企業の重要な課題の一つと捉えています。

2010年度の味の素(株)の人権啓発活動では、あらゆる差別やハラスメントを禁止した「味の素グループ行動規範」の浸透と最近の人権問題などについて学ぶことで、人権を一層身近なものとして捉え行動する、豊かな人権感覚を身につけた人材の育成を目的に研修を行っています。

また、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ました。その結果とこれまでのアンケートで寄せられた意見・事例など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を行うことで、ハラスメントの理解向上に取り組ましました。また安心して気軽に相談できる社内外の相談窓口の整備を進め、ハラスメントの防止を図っています。

さらに、人権週間企画として国内グループ会社も参加して人権啓発標語を募集しました。従業員とその家族から、前年以上の応募者と作品の応募があり、人権意識の向上につながりました。

2011年度は、前年度に引き続き、人権をより身近に感じることができると人権啓発活動を推進し、人権尊重の一層の定着に向けて取り組みを続けていきます。

### 2010年度に行った主な人権研修

研修名	研修目的
新卒新入社員研修	人権問題を身近な問題として理解し、問題意識を持って職場で主体的に行動できる人材にする
通年採用者研修	さまざまな人権問題を学び、豊かな人権意識・感覚を持った社会人・企業人としての行動基準を確立する
新任部長職研修	企業の社会的責任を自覚し、また国内外のさまざまな人権問題を理解することで、グローバル視点での判断基準・行動基準を確立する
関係会社研修支援	さまざまなハラスメントの事例について研究し、職場でのハラスメント防止の具体的な手がかりとする

### 東京人権啓発企業連絡会《佳作入賞》作品

あいさつは 心をつなぐ愛言葉  
元気な声かけ 明るい職場



フレックデザート(株)  
本社工場品質管理グループ  
神崎光子さん  
※ 所属・役職は受賞時のもの

## 労働安全衛生

味の素グループ労働安全衛生基本理念・方針

味の素グループ「安全衛生スローガン」

“止める(やめる)勇気が心の保護具 迷ったときには まず確認”

味の素グループ「防災及び労働安全衛生基本理念」

味の素グループは、人間尊重を基本とし、防災・労働安全衛生を企業活動の最も重要な基盤のひとつと考え行動します。

味の素グループ「防災及び労働安全衛生基本方針」

味の素グループは

1. 災害及び事故をゼロにするために、労働安全衛生マネジメントシステムの考えに基づき、危険源を特定・評価し、必要な経営資源を用いその低減除去を講じます。
2. 関係法令及び、社内ルール等の順守を徹底し、ライン主導のもと労働安全衛生活動の継続的な向上を図ります。
3. 非常事態を予防し発生時の被害を極小化するため、体制及び訓練の強化と対応の円滑化を図ります。
4. エリアで働く一人ひとりが常に安全で健康に業務を遂行できるように積極的な活動を行います。

2011年4月1日

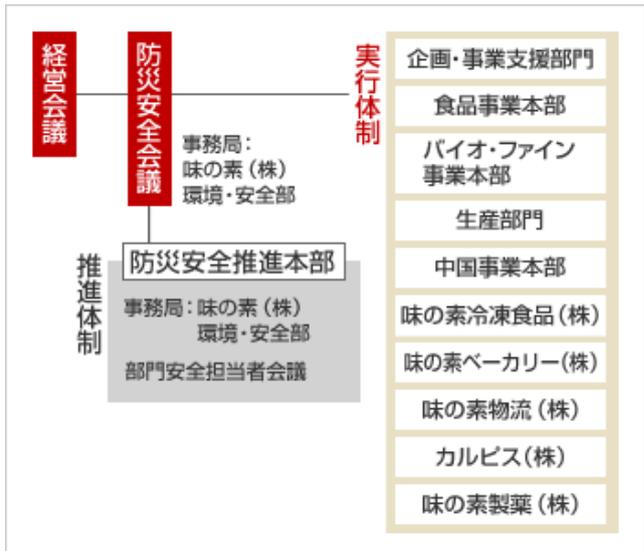
### 2010年度活動報告と2011年度目標

2010年度は、2008年から2010年までの3カ年計画の最終年度であり、目標に執着を持って活動を推進しました。その結果、海外グループ会社の目標は達成しましたが、国内グループ会社は残念ながら目標に及びませんでした。

海外グループ会社の目標達成には、食品事業領域で多く発生していた「巻き込まれ災害」に焦点を絞った活動が、少しずつ効果が出てきたと考えています。統一した設備安全対策やオペレーターまで実施した安全体感教育は、今後、基本的な安全活動としてパッケージ化し、関係組織と連携しながら2011年度中に定着を図る予定です。

国内グループ会社では、生産事業所へのリスクアセスメント導入はほぼ計画通り終了しました。しかし、リスク評価方法に工夫の余地があるため、食品包装系の事業を行っている関係会社で、新たに発足した「ゼロ災会」を中心に課題解決に取り組んでいきます。

### 2010年度 味の素グループ防災安全推進体制



マレーシア味の素社(安全体感教育)



ベトナム味の素社(安全体感教育)



ポーランド味の素社(安全体感教育)



ポーランド味の素社(安全教育)



味の素グループ従業員を対象とした危険予知訓練

## 労働安全の実績

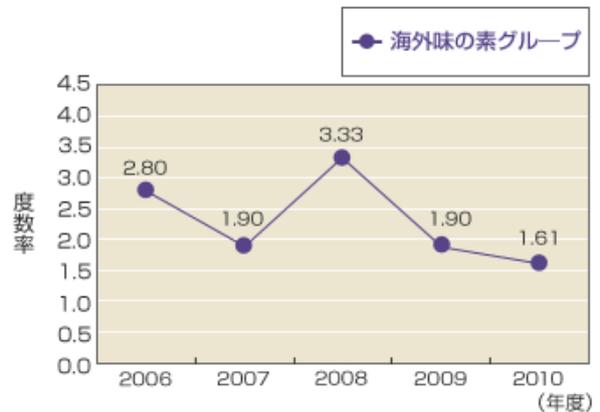
味の素グループ全従業員における労働安全の状況を報告します。

### 国内休業災害度数率の推移

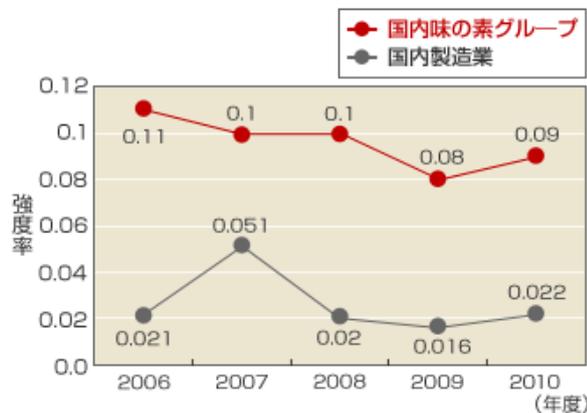


※ 度数率:労働災害による死傷者数÷延べ実労働時間数×1,000,000

### 海外休業災害度数率の推移



### 国内休業災害強度率の推移



※ 強度率:労働損失日数÷延べ実労働時間数×1,000

### 海外休業災害強度率の推移



## 安全スローガン(標語)

前3カ年計画より国内外グループ共通で掲げた安全スローガンは、新3カ年より国内外グループに募集をかけ、応募のあった66作品より味の素製薬(株)研究開発本部 創薬研究センター 開発研究所 製剤研究室 小坂 純(こさか じゅん)さんの作品が選ばれました。



小坂 純さん

## 事例 第3回防災講演会の開催

毎年の防災訓練が形式的なものとならないよう、訓練の直前に従業員に「防災意識」を高めてもらうべく、防災講演会を2008年度より毎年開催しています。プログラムは2部構成とし、第1部では環境・安全部担当課長より「大地震の発生確率」に関する解説、第2部では、阪神淡路大震災の際にアサヒビール西宮工場の復旧・復興の指揮に当たられた戸倉政雄氏を講師にお招きし、「当時の状況や企業の復旧および事業継続活動のあり方」について講演いただきました。受講者84名にアンケートを実施し、「毎年1回の定期開催」や「被災者の体験談」などを望む声が多く聞かれました。2011年度以降も継続開催を予定しています。



防災講演会に聞き入る従業員たち

## 味の素(株)東海事業所行政処分後の継続情報

昨年公表しました、東海事業所での行政への届出・報告義務の違反については、各行政をはじめ関係者のご指導をいただきながら、是正および再発防止の取り組みを確実に進めてきました。

その一環として、東海事業所では、近隣の自治会長様に対して、一連の行政処分の概要、経緯、味の素(株)の対応策について説明会を開催しました。実際に起こった事実をオープンにご説明し、ご迷惑をお掛けした地域の皆様への謝罪を行いました。そして、強い決意のもと安全・環境関連の取り組みを鋭意進めている事を報告し、不安の解消に努めてきました。今後も、毎年実施しているオープンファクトリーの内容充実や、直接顔を合わせて対話する機会を継続して設けるなど、社会・地域の皆様に信頼され、地域とともに発展できる工場運営に努めてまいります。



近隣の自治会長様への説明会



説明会での工場案内

## 各種訓練

### 安否確認訓練

安否確認訓練はこれまでも実施してきましたが、2011年3月11日に発生した東日本大震災の際に安否確認メールを発信したところ、通信会社の回線が遮断されたためにメールの着信に時間がかかり、集計が迅速に行えないという事態が発生しました。よりよいシステムに改善すべく、4月に新しいシステム「安否確認サービス」※への更新を行いました。このシステムでは地震発生と同時に確認メールが全員に対して発信されるので、早期の対応が可能になります。今後は管理者に対して安否集計の訓練を行うとともに、未登録者をチェックして味の素(株)の従業員全員登録を徹底し、迅速で確実な安否確認を目指していきます。

※安否確認サービス:あらかじめ有事の際、安否確認手段として(携帯メール、自宅パソコンメール)を登録しておき、自身の安否や出社可否などについて選択肢を選び返信・回答する

### 避難訓練

2010年9月2日、味の素(株)京橋地区にて避難訓練を実施しました。地震が発生した後に火災が発生するという想定で、全員が館外に避難して人員確認を行うという内容で実施しました。館外避難については、各フロア隊長の指示の下、問題なく実施されました。消火器訓練は、これまで数回にわたり実施し操作方法を修得しているもので、今回は屋外消火栓の操作訓練を実施しました。ほとんどの参加者は初めての経験で、水圧の強さに驚いている参加者もいました。これまで行っていない訓練なので、今後より多くの方に体験してもらいたいと考えています。また今後の避難訓練については、安否確認により重点を置いた訓練を予定しています。



屋外消火栓操作訓練の様子

## 人事・労務に関するデータ

人事・労務関連データ(2011年3月31日現在)

### 従業員数

	正社員			臨時従業員
	男性	女性	全体	
味の素(株)	2,379人	931人	3,310人	295人
国内グループ会社	6,593人	1,621人	8,214人	5,366人
海外グループ会社	11,882人	4,678人	16,560人	8,509人
合計	20,854人	7,230人	28,084人	14,170人

### 地域別基幹職数※

		男性	女性	全体
日本	味の素(株)	853人	52人	905人
	グループ会社	1,664人	58人	1,722人
アジア		892人	395人	1,287人
欧州(含むアフリカ)		204人	71人	275人
米州		348人	80人	428人
合計		3,961人	656人	4,617人

※ 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(除く役員など)の従業員

### 正社員の状況

	平均年齢	平均勤続年数	総労働時間	年次有給休暇取得率※	離職率
味の素(株)	40.2歳	16.9年	2,003.4時間	72.2%	1.1%

※ 年次有給休暇取得率は基幹職含む

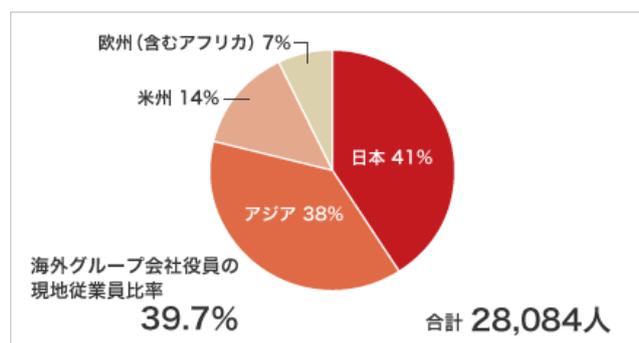
### 障がい者雇用数

	人数	比率
味の素(株)	83人	1.85%
国内グループ会社	246人	1.7%

### 採用者数(新卒+通年)

	人数
味の素(株)	92人
国内グループ会社	256人

### 地域別人員構成



### 退職者数/再雇用者数

	退職者数		再雇用者数※2	
	定年	自己都合※1	定年後	自己都合後
味の素(株)	25人	46人	22人	1人
国内グループ会社	99人	128人	73人	-

※1 2009年4月～2011年3月自己都合退職者数(嘱託終了は含まず)

※2 2009年4月～2011年3月定年退職者および配偶者の転勤などに伴う自己都合退職者の再雇用者数

## 地球環境とともに

### 味の素グループの環境への取り組みの考え方

味の素グループは、“いのちのために働く”ことを次の100年のころざしとして、「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」「食資源」「健康な生活」に事業活動を通じて貢献していきます。

そして、その実現のために取り組むべき3つの重要“環境”課題として、「生態系・生物多様性の保全」「低炭素社会の実現」「資源循環型社会の実現」を掲げて、重点的に取り組みを進めています。



### 味の素グループ環境理念・環境基本方針の改定

2011年4月に、味の素グループ環境理念・環境基本方針を改定しました。2006年の前回改定から5年が経過し、その間に地球環境・社会の持続可能性（サステナビリティ）問題がさらに深刻さを増し、国際社会、市民社会や企業活動をとりまく状況や枠組みが大きく変化し、また変化しようとしています。そして、私たち味の素グループは、2009年に創業100周年を迎え、人と地球の未来の進歩に貢献する“いのちのために働く”存在になることを約束しました。

今回の2011年改定においては、事業活動と地球持続性への取り組みとを重なり合わせ、事業活動そのもので、地球環境、社会を持続可能なものに近づけていくことに積極的に取り組み、社会とともに味の素グループが成長することを鮮明にしています。

■「地球持続性の課題」について詳しくはこちら

### 味の素グループ環境理念・環境基本方針

#### 環境理念

#### （前文）

味の素グループの事業活動は、国際社会と世界各地の地域の人々から寄せられる信頼<sup>※1</sup>に支えられ、健やかな地球環境<sup>※2</sup>、平和で豊かな人々の暮らし<sup>※3</sup>の上に成り立っています。また、これらの健やかさや豊かさは、個々の地域の生態系や社会の多様性と深く関わっています。

しかし、現代社会は、資源やエネルギーなどの利用においても、温室効果ガスや廃棄物、化学物質などの環境負荷排出においても、地球が支えられる限界を超えて拡大を続けています。このような人間活動は、生物多様性の損失や気候変動などの脅威をもたらし、自然災害増大、水不足、食糧不足など、「いのち」の危機に直結する問題として人々の暮らしを脅かしています。また、開発途上国における急速な経済発展は、地球環境課題の深刻化に拍車をかけています<sup>※4</sup>。地域の多様性を損なわない経済の発展が望まれます<sup>※5</sup>。私たち味の素グループの事業活動も、少なからず影響を与え、また影響を与えられています。私たちは、味の素グループが社会になくてはならない存在であり続けたいと強く望んでいます。そのためには、現代社会を自然共生型、低炭素型、資源循環型に変革していくことに貢献する事業活動を行っていくことが必要と考えます。

#### （主文）

私たち味の素グループは、「いのち」のために働き、持続可能な社会の実現に貢献します。

地球上の各地で個性豊かな多様ないのちの営みのつながりが維持され、将来世代にわたるすべての人々が健やかな地球環境の中でよりよい暮らしを享受できることを目指し、事業活動を行い、社会とともに成長します。

## 環境基本方針

### (依存と影響の把握)

世界全体と各地域の両方のレベルにおいて、グループの事業活動が依存する地球環境、社会について、その状況をタイムリーに把握し、評価します。また、グループの事業活動がこれらに与える影響について定量的、体系的に把握し、評価します。

### (負荷の極小化)

世界各国・地域において環境規制等を徹底的に遵守し、また、国際的な基準・規格等に的確に対応します。さらに、自主的に守りまた挑戦すべき基準を定め、味の素グループの全ての事業活動<sup>※6</sup>から生じる環境負荷や生態系への影響を極小化することを追求します<sup>※7</sup>。

資源の利用効率の最大化を追求し、生物多様性・生態系が保全される量・やり方で自然資源を調達するよう努めます<sup>※8</sup>。

### (価値提供)

味の素グループの知見、技術、能力、資産を活かして、自然共生型、低炭素型、資源循環型への社会変革を目指し、食の持続性や生態系の保全・育成など、人と地球の「いのち」に貢献する商品・サービスの提供と技術・システムの提案を推進します<sup>※9</sup>。

### (協働)

地球環境や社会により影響を及ぼすよう、お客様、お取引先などサプライチェーン上の関係者に事業活動を通じて働きかけます<sup>※10</sup>。世界全体と各地域の両方のレベルにおいて、NGO、専門機関、地域の人々など多様なステークホルダーとの適切な連携・協働を推進します。あるべき社会の枠組み作りへの提言を行っていくなど、社会における議論や合意形成に積極的に寄与します<sup>※11</sup>。

### (情報公開)

味の素グループの考え方や取り組みの計画、実績について、体系的にまとめ、定期的に報告します。ステークホルダーとの対話を行い、これを通じ、私たちの活動に対する自己評価が妥当かどうかを点検し、必要な改善や新たな取り組みを検討します。それぞれの事業所は、“地域住民の視点に立ち、ありのままの姿をいつでもお見せする”事業所となるよう努めます。

### (マネジメント)

これらの活動を効果的、計画的、継続的に行い、より貢献できるように変革していくために、味の素グループの全ての組織において、環境マネジメントシステムを活用します。環境マネジメントシステムを他のマネジメントシステムと有機的に連携させ、継続的に改善します。

グループの構成員としてそれぞれが果たすべき自らの役割と確保すべき力量を、グループの構成員ひとりひとりが理解し、具体的な行動に結びつけられるよう、体系的な教育や啓発を行います。

2011年4月改定

### 【補足】

1. 企業としての存在、操業、成長に対する、社会から与えられるライセンス
2. 操業継続のための生態系(環境)的リソース。グループの生産活動などに必要な原料・エネルギー・遺伝資源はもとより、人々の暮らしに欠かせない多様で豊かな生態系サービスを提供する、地球の「いのち」の基盤。健やかな生態系は生物多様性がもたらす。
3. 操業継続のための社会・経済的リソース。食、バイオ・ファイン、健康・医薬の味の素グループの事業領域は、人々の暮らしの中に市場を持つ。
4. 開発途上国は、地球全体の生態系にとって重要な役割を担う生態系を有している。これまで先進国が行ってきたような生態系に過度の負担を与えるようなやり方による開発途上国の急速な経済発展は、これら地域の脆弱な生態系やこれに依存している地域の社会に危機をもたらし、結局、地球全体の危機にもつながる。
5. いわゆる、経済のグローバル化の負の影響として、グローバルレベルでの効率性追求がローカルレベルの多様性を失わせてしまいがちなことが課題である。
6. 事業のサプライチェーンや商品・サービスのライフサイクルなどの全体の範囲

7. 具体的には、例えば、
  - ・「味の素グループ・ゼロエミッション」計画 など。
8. 2010年10月の生物多様性条約第10回締約国会議(CBD-COP10)で採択された新戦略計画「愛知ターゲット」において、遅くとも2020年までに、自然資源の利用の影響を生態学的限界の十分安全な範囲内に抑えることが、国際社会の戦略目標の一つとして合意された。
9. 具体的には、例えば、
  - ・より少ない食資源の消費でより豊かな“おいしさ”を可能にすること、
  - ・生態系や生態系サービスの修復・回復などへの貢献、
  - ・事業活動による資源・エネルギーの使用(負の影響)より、利用していただくことで社会においてより大きな削減などの効果(正の影響)を生む使用商品・サービス・技術・システムの提供、提案、(トータルで正の影響を与える=ネットポジティブ)
  - ・ライフサイエンスの知見・技術による、生態系や生物資源の機能などを活かした商品・技術の開発、など。
10. 具体的には、例えば、
  - ・農畜水産物の一次生産者に対する、安全で持続可能な食資源の確保に向けた支援、
  - ・消費者・生活者に対する、エコライフ提案 など。
11. 具体的には、例えば、
  - ・政策提言、
  - ・国際会議などへの参画、国際規格・基準・ガイドラインなどの制定への参画、
  - ・業界横断的な自主的取り組みのイニシアティブ(リーダーシップ)発揮、
  - ・国際機関、専門機関、NGO・NPO、各種イニシアティブなどへの参画 など。

## ゼロエミッションの取り組みと実績

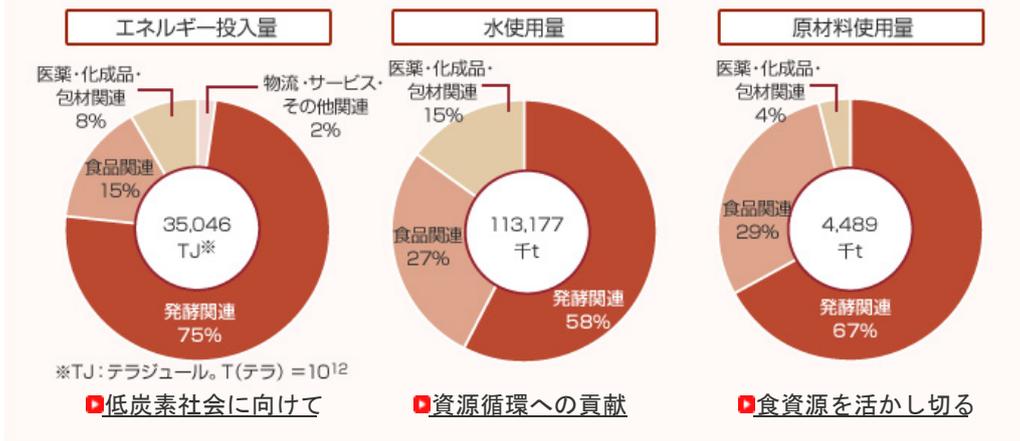
味の素グループは、自然共生社会・低炭素社会・資源循環型社会を目指し、あらゆる事業領域から発生する環境負荷を極小化するため、「味の素グループ・ゼロエミッション」08/10計画(05/10計画の改訂版)の着実な実施に努め、2010年度は著しい成果のもと、08/10計画を完結しました。味の素グループは、「味の素グループ・ゼロエミッション」11/13計画にて、さらに強化した目標のもと、さらなる環境負荷の極小化に努めます。

### 主なゼロエミッション目標と2010年実績

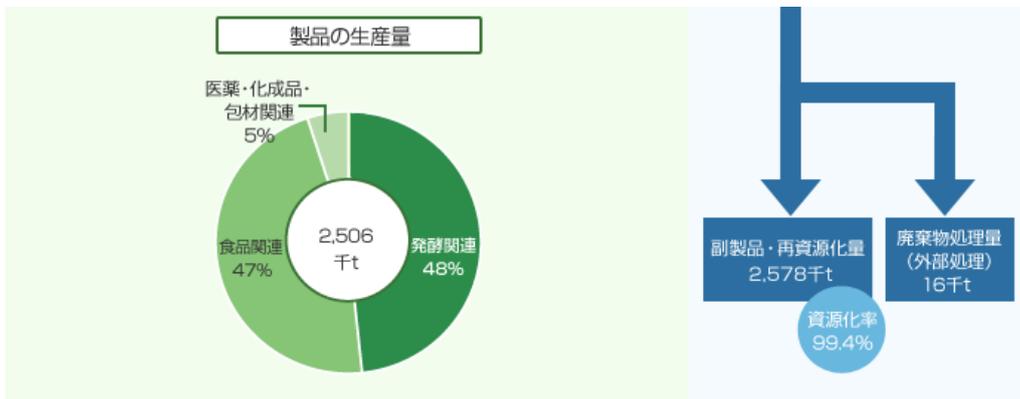
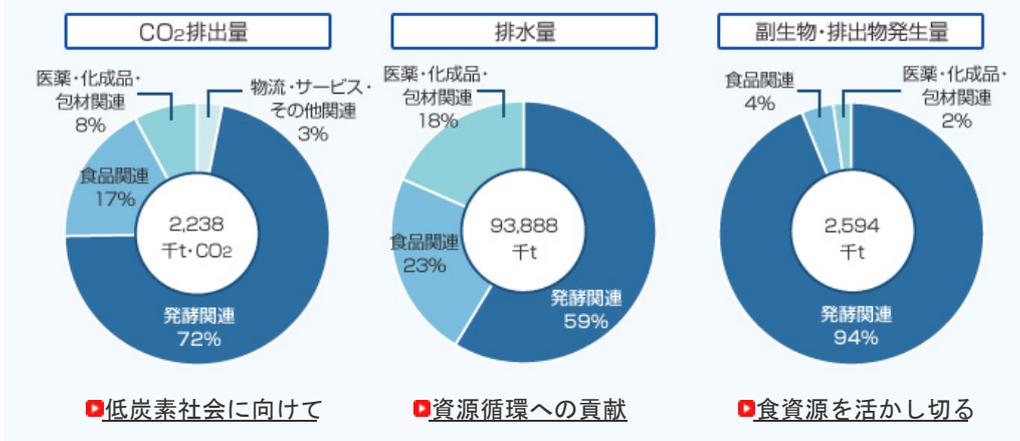
対象項目		2008～2010年度計画			2011～2013年度計画	
		目標	基準年度	2010年度実績	目標	基準年度
CO <sub>2</sub>	国内排出総量 (全生産系事業所)	49.8万t/以下 6%削減	1990	42.7万t	49.3万t/以下 (7%削減)	1990
	原単位	20%削減	2002	43%削減	35%削減	2005
排水	濃度	BOD ≤ 10ppm以下 TN ≤ 5ppm以下	—	39事業所中 20事業所達成	BOD ≤ 10ppm以下 TN ≤ 5ppm以下	—
	排出量原単位	20%削減	2002	77%削減	70%削減	2005
	水使用量原単位	—	—	—	70%削減	2005
廃棄物資源化率		99%	—	99.4%	99%	—

味の素グループのマテリアルバランス

INPUT: エネルギー、水、原材料



OUTPUT: 大気、排水、廃棄物



情報発信と環境報告書

味の素グループの地球環境への取り組みについて、より詳しい情報をホームページの「[環境への取り組み](#)」に掲載しています。  
 また、各年次での活動を「環境報告書」として公開しています。PDFでも公開していますので、ぜひご覧ください。



味の素グループ環境報告書2011



環境への取り組み

## 従業員活動

### Smile Earth! あしたの地球市民活動

2007年度からはじまった「Smile Earth! あしたの地球市民活動」は、全世界の味の素グループ従業員がボランティアで社会貢献していく活動です。参加企業は着実に増加していますが、多くのグループ従業員が気軽に参加できる新たな活動について、今後検討していきます。

#### 1. 全世界一斉事業所周辺清掃活動

2010年10月21日から実施され、233事業所、約9,200名が参加しました。昨年度よりも68事業所、2,600名増加しました。



ワンタイフーズ社(タイ)による清掃活動



味の素製薬(株)関西支店による清掃活動

#### 2. Mottainaiキャンペーン

2010年12月に、昨年度より13事業所多い全世界53事業所で実施されました。書き損じはがきや書籍などの約20万円相当の休眠資源が集まり、特定非営利活動法人地球市民ACTかながわや、特定非営利活動法人ジェンを通じてタイ、ミャンマー、インドの子どもと女性の教育・健康支援活動や、アフガニスタンの学校建設費用として寄付されました。



インドネシア味の素社 ASIサマラン・メダン支店「Mottainaiキャンペーン」

#### 3. ECOアクション

ブラジル味の素社の「クリーンディッシュキャンペーン」(食べ残し削減)、マレーシア味の素社の「廃棄物削減キャンペーン」、味の素(株)九州事業所の「花いっぱい運動」、味の素ベーカリー(株)の「CO<sub>2</sub>削減コンテスト」が実施されました。



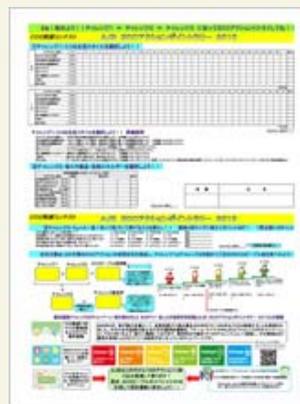
ブラジル味の素社「クリーンディッシュキャンペーン」



マレーシア味の素社「廃棄物削減キャンペーン」



味の素(株)九州事業所「花いっぱい運動」



味の素ベーカリー(株)「CO<sub>2</sub>削減コンテスト」

#### 4. 人権啓発標語

従業員1,962名、家族315名から、各々3,065作品、627作品の応募がありました。

■「[労使関係／人権への取り組み](#)」について詳しくはこちら

#### 5. エコキャップ活動

途上国の子ども達にワクチンを贈るエコキャップ活動は、約200名に贈ることができました。



エコキャップ回収ボックス

#### 6. 児童養護施設訪問

味の素(株)東北支社では、児童養護施設「丘の家子どもホーム」を訪問し、従業員が夕食を作り子どもたちと一緒に食事したり、本の読み聞かせ活動を5年間継続しています。また2010年度は、同ホームへチャリティー募金も行いました。



チャリティー募金

2011年度「Smile Earth！ あしたの地球市民活動」のプログラムのうち、「Mottainaiキャンペーン」「エコキャップ活動」は可能な範囲で東日本大震災の被災地支援とさせていただきます。

#### 「TABLE FOR TWO」プログラムへの参加

2010年4月から味の素(株)本社食堂で「TABLE FOR TWO」(以下TFT)を開始しました。TFTとは、ヘルシーメニューが購入される度に1食につき20円(開発途上国の給食の1食分)が開発途上国の学校給食に届けられる日本発の社会貢献活動プログラムです。

実績としては、2010年度は20,089食が購入され、計401,780円が集まりました。

2011年5月からはそのうち10円分が、東日本大震災の被災者向けの食生活支援に利用されています。具体的には、現地で活動する非営利団体と協働し、避難所や仮設住宅等へ食材配達を実施しています。

また、2011年7月より味の素(株)川崎事業所の食堂でもTFTを開始しました。今後の展開としては、同様の取り組みを他の事業所や味の素グループ内にも広げていきたいと考えています。



TFTを紹介するPOPとメニュー

■「[TABLE FOR TWO](#)」プログラムについて詳しくはこちら(外部サイトへ移動します)

## 地域活動

### 中国四川省における山村自立復興支援活動

四川大地震からの山村(雲華村)自立復興支援プロジェクトがスタートして2年、2010年は大きな転機を迎えました。春には雲華村を含む地域全体が、分散していた仮設住宅から恒久住宅に集中移転し支援対象が広がりました。一方、8月には土石流により、旧仮設住宅のあった地区が甚大な被害を受けました。村民数名の死者・行方不明者が出ただけでなく、観光資源でもある風景が一変、また経済的復興の一助と考えていたキーウイ栽培地も流されました。このような苦難に立ち向かうべく、地域住民による自治能力を向上させると同時に地元の大学生ボランティア団体による支援も強化、経済・文化・教育・健康など多面的な活動を展開しています。中国の味の素グループ従業員も長期休暇時の現地活動に引き続き参加しています。



仮設住宅から恒久住宅に移転(2010年春)



土石流で流される仮設住宅のあった地区(2010年8月)



サマーキャンプに参加する学生ボランティアと現地の子供たち(2010年8月)

### アモイ・フード社による高齢者施設の訪問活動

アモイ・フード社は、醤油や冷凍食品などを生産・販売しています。2010年から、NGO団体「キリスト教連合ネザーソール地域保健サービス(UCN)」の協力のもと、同団体の会員(高血圧などの慢性疾患を抱える高齢者)を対象に健康に関する啓発活動を行っています。会員の皆さんには工場見学を通じて、醤油の種類や生産工程を学んでいただくほか、塩分を多く含む食品を判別して、自分に合った正しい食品を選ぶよう、栄養表示ラベルの読み方も学んでいただきます。また、UCN栄養士監修のレシピで、アモイ・フードの減塩醤油を使ったヘルシーな料理実習をします。UCNのソーシャルワーカーは、この活動について、醤油生産について広く学べると同時に、健康の増進について考えたり人々と交流したりするよい機会になると評価し、今後も協力関係を広げていきたいと話しています。



高血圧などの慢性疾患を抱える方向けのヘルシーな料理実習

## 「味の素スタジアム」感謝デー

味の素グループでは、2008年より(株)東京スタジアムと協働で、年1回『「味の素スタジアム」感謝デー』を企画し、地域の方々にスタジアムの魅力に接していただいています。

2011年は5月15日に第4回目となる『「味の素スタジアム」感謝デー』が開催され、全体で約25,000名が来場しました。味の素グループコーナーでは、CSR活動展示や、味の素(株)・カルピス(株)・味の素ゼネラルフーズ(株)の商品について学べる体験教室、だしのとり方をデモンストレーションする「だしCafe®」などを行いました。約8,000名の方にご来場いただき、楽しみながら味の素グループの企業活動に理解を深めていただきました。

今後もこうした機会を活かし、地域の皆様への情報発信に取り組んでいきます。



だしのとり方のデモンストレーション



味の素ゼネラルフーズ社の体験教室

## 災害支援

### 災害支援

味の素グループは、世界各地の災害被災地が一日も早く復興できるよう、活動支援を行っています。2010年度は、以下の災害支援を行いました。

#### 2010年度の災害支援概要

実施時期	災害名	寄付先	寄付内容
2010年9月	パキスタン洪水	パキスタン大使館	1百万円

東日本大震災への支援については、別途下記ページでご報告しています。

☑「東日本大震災に関する影響と取り組み」について詳しくはこちら

## 財団による取り組み

### 取り組みの概要

味の素グループに関連する社会貢献財団は、世界5カ国(日本、タイ、インドネシア、ブラジル、ペルー)に6財団あります。各国の文化、生活習慣、地域ニーズなどに根ざし地域密着の活動を推進しています。

### 各財団の活動分野

財団名	主な事業内容		
<b>財団法人</b> <b>味の素食の文化センター</b>	 <b>食の啓発事業</b>		
<b>財団法人 味の素奨学会</b>		 <b>奨学支援事業</b>	
<b>タイ財団</b>		 <b>奨学支援事業</b>	 <b>その他の事業</b>
<b>インドネシア財団</b>	 <b>食の啓発事業</b>	 <b>奨学支援事業</b>	 <b>その他の事業</b>
<b>ブラジル財団</b>	 <b>食の啓発事業</b>	 <b>奨学支援事業</b>	 <b>その他の事業</b>
<b>ペルー財団</b>	 <b>食の啓発事業</b>	 <b>奨学支援事業</b>	 <b>その他の事業</b>

### 財団法人 味の素食の文化センター(所在地:日本 設立:1989年)

#### 主な事業内容

- 食の専門図書館「食の文化ライブラリー」の運営
- 「食の文化フォーラム」の企画運営
- 公開シンポジウム・公開講座の開催
- 食文化誌「vesta®(ヴェスタ)」他の出版・頒布事業
- 食文化に関する資料収集と展示

財団法人 味の素食の文化センターは、食文化を学際的に研究議論する「食の文化フォーラム」や食に関する専門図書館「食の文化ライブラリー」の運営など、食文化研究活動の支援を行う研究協力事業と、食文化誌「vesta®(ヴェスタ)」の出版、公開シンポジウム、公開講座、食文化に関する資料の展示など、食文化への理解を深める普及事業を活動の中心に、「食」を学問として考察し、その結果を広く社会に発信することを通じて、人類の豊かな食文化に貢献することを目指しています。

2010年度は、食文化誌「vesta®(ヴェスタ)」を78号から81号まで発刊し、81号の「みんなの朝ごはん」は、日本の朝食スタイルを探る企画で特に好評でした。また、食文化展示室では「錦絵にみるパロディと食」を開催し、錦絵の面白さと江戸時代の食文化について解説し、2カ月間の開催で1,600名の方にご来館いただきました。

▶「味の素食の文化センター」について詳しくはこちら



展示された「水売り」の錦絵

## 食を文化としてとらえ、一般の皆様とともに考えるシンポジウムを開催

### 1. 食の文化シンポジウム2010「食とこころ・からだー医食同源に学ぶー」

本シンポジウムは食の文化フォーラム(会員制)の内容を一般の皆様と共に考える機会として、毎年秋に開催しています。2010年度は11月6日に開催し、ご参加いただいた約250名の方々と、健康や「医食同源」の思想と根拠にふれ、「食」と「こころ」の両面が重要である事を会場との質疑応答を含め、共有する場となりました。



「食とこころ・からだー医食同源に学ぶー」パネルディスカッション



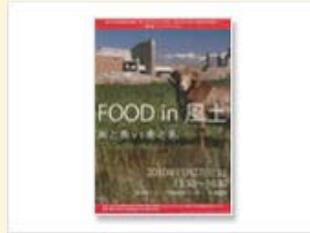
独立行政法人 国立がん研究センター  
がん予防・検診研究センター 津金昌一  
郎 予防研究部長による基調講演

### 2. FOOD in 風土ー米と魚vs麦と乳

国立科学博物館企画展「あしたのごはんのためにー田んぼから見える遺伝的多様性」関連シンポジウムを2010年11月27日に総合地球環境学研究所と共催にて開催し、約260名の方にご参加いただきました。

本シンポジウムを通じ、何をどのように食べるべきか、食に対する人間の知恵・文化・歴史など今後の食生活をあらためて考える機会となりました。

(財)味の素の文化センターでは、今後も公開シンポジウムを通じ、食文化への普及・啓発に努めていきます。



シンポジウムポスター



佛敎大学社会学部 高田公理教授・学術  
博士による基調講演

## 財団法人 味の素奨学会 (所在地: 日本 設立: 2005年ー前身の鈴木奨学会は1957年設立)

### 主な事業内容

#### 奨学支援

- 奨学金給与(在日留学生、アセアン留学生が対象)
- 奨学金貸与

「アセアン留学生向け奨学金」を開始し、2010年4月、アセアン5カ国(タイ、インドネシア、マレーシア、フィリピン、ベトナム)から、東京大学修士課程に研究生、修士生として6名が入学しました。本奨学金は、味の素グループの海外ビジネス展開の最重要地域であるアセアン地域の社会貢献活動の一環として、グローバルに活躍する人材の育成が目的で、留学生から最もニーズの高い渡日前に奨学金が予約できる給与奨学金制度です。今後、アセアン5カ国から5~6名を毎年採用し、研究生1年、修士2年間、合計3年間支援していきます。

味の素奨学会について詳しくは[こちら](#)



2010年度アセアン留学奨学生認定式



在日留学生のスピーチに聞き入る

## タイ財団 (所在地: タイ 設立: 1976年)

### 主な事業内容

- タイ味の素社創立50周年記念 給食施設50校寄付プロジェクト
- 栄養学・食品化学専攻の学生支援
- 教育施設などの建設支援
- 研究支援
- タイ国内の自然災害支援・社会福祉支援

タイ味の素社は2010年に創立50周年を迎え、2014年までの5年間で給食施設を50校に寄付するプロジェクトをはじめました。

教育に関しては、栄養学・食品学を履修する大学3、4年生を支援しています。また、2010年に優秀な成績をおさめたタイ味の素社の従業員の子弟の支援を22年連続で行っているほか、へき地校の教育施設建設支援、学術研究支援も行っています。さらに、タイ保健省と連携し遠隔地保健センター3ヶ所の建設や貧困施設への学校建設支援、タイ国内の自然災害復興支援を行っています。



タイ味の素社創立50周年記念プロジェクトで寄付された給食施設



洪水で被災した学校や寺院の修復に協力した従業員たち

## インドネシア財団 (所在地:インドネシア 設立:1979年)

### 主な事業内容

- 栄養改善給食の提供
- 大学生・職業高等学校生の支援
- 研究支援
- 国内自然災害被害者支援
- 公共チャリティ事業支援

インドネシア財団では、インドネシア国内5都市の職業訓練校生への奨学金を授与しました。また、インドネシア味の素社モジョケルト工場周辺に住む子どもたちへの栄養補助食品の提供などを中心に活動を行っています。



ジャカルタにあるUNJ大学への奨学金の授与式



インドネシア味の素社モジョケルト工場周辺に住む子どもたちへの栄養支援

## ブラジル財団(所在地:ブラジル 設立:1989年)

### 主な事業内容

- 栄養セミナー
- 学校・地域のNGOへの支援
- 食品化学・栄養学の学生支援
- 自然災害支援

ブラジル財団は2010年、健康・教育・栄養をテーマとした活動を行いました。常にコミュニティを第一に考え、さまざまな地域プロジェクトを行っています。

### 栄養教育プログラム

ブラジル財団では、6歳～10歳の子どもたちを対象に、健康的な食習慣を広めるための授業、ゲーム、料理教室を行い、サンパウロ市内の公立小学校3校が参加しました。

### 健康センターに医療設備を寄贈

バルパライソ市立健康センターの臨床分析研究室に必要な医療設備を寄贈しました。

### 学生支援プログラム

栄養学・食品学を専攻する学生の研究活動を奨励するため、奨学金を授与しています。

### 災害支援

- 2010年5月、リオデジャネイロ州で洪水が発生し、100万人が家を失いました。ブラジル財団では、被災地にインスタントスープ「VONO®」を140箱届けました。
- 2010年8月、アラゴアス州で洪水が発生し、10万人が家を失いました。ブラジル財団では、被災地にインスタントスープ「VONO®」を150箱届けました。



リメイラ地区の農村学校に改修資金を支援



ベデネイラス地区の補習教育センターにコンピュータールームを新設

## ペルー財団(所在地:ペルー 設立:2003年)

### 主な事業内容

- うま味国際シンポジウム開催
- 健康・栄養に関するワークショップ開催
- 栄養学の学生支援
- 社会福祉活動の促進・サポート

2003年の設立以来、ペルー財団は地域の持続的発展と福利を目的としてさまざまな活動を行ってきました。

主な取り組みとしては、健康、栄養、衛生に関する討論を行っています。これは開催の頻度、受益者数の観点からも重要な定期事業に数えられる活動で、2010年には180回開催し5,029人が参加しました。

また、2010年8月には、人間の生命におけるアミノ酸の重要性をテーマとして、第7回国際シンポジウムが開催され、健康・食品分野の専門家や学生が参加しました。

また2010年に設立された味の素財団賞では、第1回「グルタミン酸とその栄養学的重要性」をテーマに実施され、学生と指導教員に記念品が授与されました。



第1回味の素財団賞「グルタミン酸とその栄養学的重要性」



健康、栄養、衛生に関する討論会



第7回国際シンポジウム:人間の生命におけるアミノ酸の重要性

## マネジメント体制

### コーポレート・ガバナンス

味の素(株)は、競争力強化、企業の社会性の観点から、コーポレート・ガバナンスの強化・充実を、経営の最優先課題と位置づけています。内外の事例を教訓としてふまえつつ、日本型経営の良い側面を残した実効性のある執行とその監督の体制を作り上げるとともに、事業本部制のもとで事業競争力の強化に取り組み、グループ経営全般にわたる企業価値の向上を目指します。

#### 取締役会・経営会議

取締役会は、経営の最高意思決定機関として、法令および定款に定める事項ならびにその他重要な事項を決議し、また取締役および執行役員の業務を監督しています。経営会議は、取締役たる役付執行役員で構成され、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しています。

#### 監査・監督

社外取締役を選任し、独立・公正な立場から業務執行を監督しています。監査部を設置し、内部監査規定および監査計画に従い、業務運営組織に対して業務監査を、関係会社に対して経営監査・業務監査を実施しています。監査役を設置し、社外監査役3名を含めた5名の監査役により監査役監査を実施しています。

#### 指名・報酬

透明性と客観性を高めるため、取締役会の諮問機関として、社外取締役を含めた取締役数名で構成される役員等指名諮問委員会および役員等報酬諮問委員会を設置し、取締役および執行役員などの、候補者の選任案および報酬について各々審議し、審査結果を取締役に答申しています。

体制図



### リスクマネジメント

味の素グループでは2002年にリスクマネジメント委員会を設置し、危機が発生した後の対応ばかりでなく、未然にリスクを発見することを目的として、リスクマネジメントを徹底しています。

その一環として、新型インフルエンザや地震発生時に社会および業績への影響を極小化するためのBCP(事業継続計画)を策定し、その対応に必要な施策を計画的に進めてきました。東日本大震災においても、機能した部分と十分機能しなかった部分がありました。今回明らかになった課題もあわせて全社的な見直しを実施しています。

### 内部統制

金融商品取引法に基づき、味の素グループでは、全社的な内部統制の整備および運用状況を評価・改善するとともに、業務プロセスを分析した上で、想定されるリスクを洗い出しました。そして、重要性の高いリスクに対する内部統制を整備した上で、日常的にモニタリングを行うことにより、体制の維持に努めています。

これらに基づき、日常業務から独立した部門である、監査部内部統制評価グループ主導による運用テストにより、財務報告に係る内部統制の有効性の評価を行っています。またあわせて、新日本有限責任監査法人の監査も受けています。

2010年度は上記の評価の結果、2010年度末日時点において、味の素グループの財務報告に係る内部統制は有効であると判断

しました。

今後もこの活動を通じ、内部統制の有効性を保持する事で、財務報告の信頼性を確保し、企業としての社会的責任を果たしていきます。

## 情報セキュリティ

「味の素グループ情報セキュリティポリシー」のもと、制度面(情報取扱ルールの整備、社内教育の実施など)と、技術面(社内使用機器の制限、PCの操作記録取得、外部からの攻撃検知、ホームページに対する改竄検知機能など)の両面からの対策により、グループの情報セキュリティレベルの一層の向上を目指します。

## 味の素グループセキュリティポリシー

### 基本方針

1. 私たちは、情報の取扱にあたり、ルールを明確にし、適切な管理を実施します。
2. 私たちは、情報の盗用、改竄、破壊、利用妨害などが発生しないように技術的施策を講じます。
3. 私たちは、常に一人ひとりが情報セキュリティについて十分な知識を持つように努めます。
4. 私たちは、セキュリティ上の問題が発生した場合、その原因を迅速に究明し、その被害を最小限に止めるように努めます。
5. 私たちは、以上の活動をグループ全体で継続的に実施し、情報セキュリティ向上に努めます。

## 個人情報管理

個人情報の管理については、「個人情報保護法」及び関連法規に基づいた社内ルール「個人情報取扱ガイドライン」を制定し、保有個人情報(従業員情報を含む)の管理責任・手順の明確化を行っています。個人情報の取扱を委託する際は、原則、ISO27001(情報セキュリティマネジメント)などの認証を取得しているグループ会社に限定しています。個人情報を取り扱う情報システムの運用・保守ルールを定め、2名が相互牽制して個人情報に関する作業をするなど、人的側面も考慮した対応をとっています。技術面においては、情報システムに対し、脆弱性調査および対策の実施を定期的に行っています。また、世間における昨今の個人情報漏えい事故の要因となった問題点がグループの情報システムに内在していないかのチェックを行い、大きな問題点はないことを確認しています。今後、一層の個人情報保護・管理に努めていきます。

## 機密情報漏えい防止

2004年に制定した「味の素グループ情報セキュリティポリシー」に基づいて「情報取扱規程」、「情報取扱ガイドブック」などを整備してきました。これらを用いて新人研修や管理者研修などの研修を定期的に関催し、毎年多くのグループ従業員が受講しています。

また2009年度に災害対策、セキュリティ対策強化に向け移転した社外の専門事業者によるデータセンターにおいては、電子機器の持ち込み持出し禁止、入退館時の全身X線チェックなど航空機に乗る際の検査よりも厳しいチェックを行っています。これら制度の整備や教育と、設備の充実の両面の取り組みにより法令の遵守や機密保持の徹底を図っています。

## 2010年度活動レビュー

情報セキュリティに対する意識向上のために、情報取扱に関する研修を約500名のグループ従業員が受講しました。

また、「情報取扱規程」をはじめとする社内ルールの改訂を進めており、今後は、改訂したルールの徹底を行っていきます。

技術的対策については、サーバーに対し、ウイルスおよび基本ソフトウェアの脆弱性対策のさらなる強化を行っています。今後も世間動向に応じた対策を継続的に実施していきます。

## 味の素(株)大阪支社でのキャンペーン葉書紛失

2010年7月、量販店様との共同懸賞キャンペーンにおいて、ご応募いただいていた葉書を抽選前に紛失するという不手際がありました。ご応募いただいた方にお詫びするべく、店頭およびホームページに公表し、謝罪いたしました。

今後、再発することがないよう、情報管理ルールの徹底、コンプライアンスの強化に取り組みます。

## コンプライアンス体制

味の素グループ共通の価値観である「味の素グループWay」に則り、「味の素グループ理念」を実現するために一人ひとりが日々理解し実践すべき行動のあり方を「味の素グループ行動規範」として定めています。この「味の素グループ行動規範」を、国内外グループ会社をふくめ全役員と、従業員に周知、徹底を図っています。そのために、さまざまな機会を通じた教育・研修の充

実、マニュアルやポスターの配布、社内イントラネットを使ったメッセージ発信などの活動を行っています。

国内グループ会社では、アンケートや職場での検討会などの定期的なモニタリングを通じて、遵守状況の確認や問題点の洗い出しを行い、企業行動委員会や総務・リスク管理部、法務部などの各業務運営組織が課題の解決を図っています。また、海外グループ各社はそれぞれの国、地域、事業特性にあわせ、より具体的な「行動基準」を「グループ行動規範」や「味の素(株)行動基準」と矛盾することのない範囲で設定しています。現場での理解・実践をしやすいものにするためです。

今後も「確かなグローバルカンパニー」の基盤となるコンプライアンス体制をグループ全体で確固たるものにしていきます。



「Ajinomoto Group Principles」(AGP)は「味の素グループ理念」「味の素グループWay」「味の素グループ行動規範」から成り立ちます。



企業行動委員会で出たご意見をパソコン起動時に紹介する画面(週替わり)

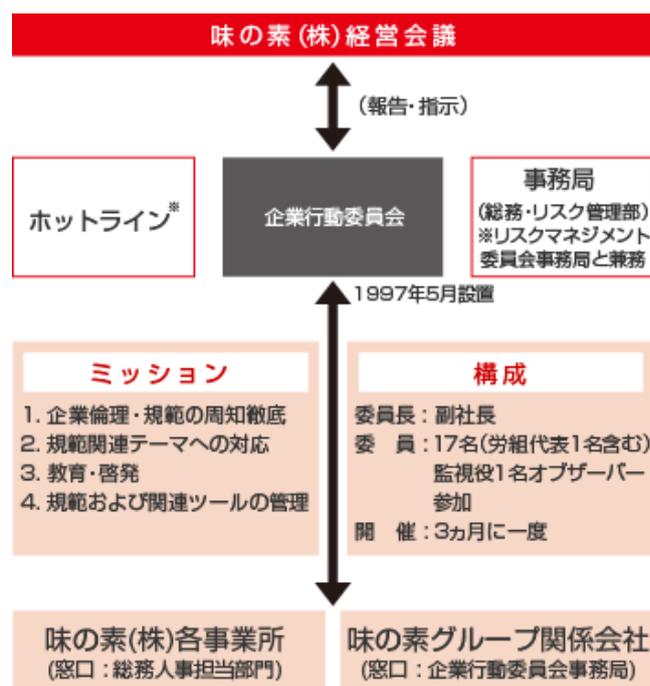
## 企業行動委員会

行動規範の周知徹底と、行動規範に則った企業活動が行われているかをチェックする組織として、1997年5月に味の素(株)企業行動委員会を設立し、コンプライアンス活動推進の中核として活動しています。現在では主要なグループ関係会社各社にも独自の企業行動委員会を設置し、取り組みを行っています。

国内グループ会社では、企業行動委員会の委員が各職場での検討会に出席し意見交換を実施しています。例えば一昨年発生した味の素(株)東海事業所での違法違反の原因と対策について継続議論したり、ハラスメントや雇用多様化の問題についての意見聴取や議論を行っています。海外法人についても独自の企業行動委員会の設置、その国の文化、風土にあった行動規範の周知徹底の活動を始めています。

また、「ホットライン」を会社の定めた公益通報の柱として、周知、活用の向上を図っています。電話、eメール、FAX、手紙など複数の経路で、協力社員を含め幅広く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、通報などを行ったことにより不利益を被ることがないように「ホットライン運営規程」などに明記しています。

### 委員会説明図



※ホットライン：グループの全構成員を対象とした、不正通報および相談受付ツール。利用者はプライバシーを保護され、不利益な取り扱いを受けることはありません

## 研究開発コンプライアンス

味の素(株)の研究・開発は、味の素グループの成長のドライバーとして、味の素グループの成長と「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」「食資源」「健康な生活」の解決に貢献することを目指しています。今後、研究・開発においても、グローバル展開とオープンイノベーションを加速する計画ですが、常に国際的な社会規範、各国・地域での法令や基準に沿って、社内ルールの整備・充実と従業員教育に努めていきます。

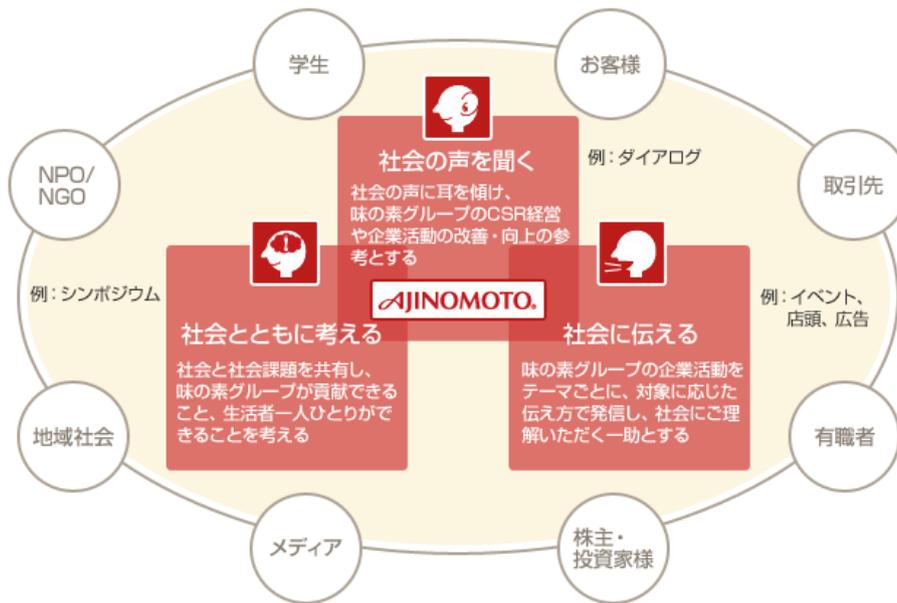
# CSRコミュニケーション戦略

## CSRコミュニケーションの考え方

味の素グループのCSR推進は、社会とのコミュニケーションによって磨かれていくものだと考えています。ステークホルダー・ダイアログがCSR経営の核として、PDCAのCにあたる活動であるように、他にもさまざまなテーマを通じて、社会とのかかわりを深める活動を行っていきます。

これまで毎年開催していたステークホルダー・ダイアログでいただいたご意見や各種調査結果から、味の素グループの企業活動が社会にしっかり伝わっていない傾向にあることがわかりました。そこで私たちは、コーポレート・スローガンである「おいしさ、そして、いのちへ。」を基調として、味の素グループがそこに向かう事業姿勢や具体的成果を、生活者を中心に伝えしていきます。

## CSRコミュニケーションを通じた味の素グループと社会のかかわり



## 味の素グループCSRコミュニケーション計画と取り組み状況

1. 味の素グループビジョンと事業姿勢及び具体的取り組みの関係を、「21世紀の人類社会の課題」との関係で整理し、企業広告を展開します。



2. 「21世紀の人類社会の課題」に向かう事業姿勢の象徴として、下記のメッセージ及びイラストをコミュニケーションシンボルとしました。



3. コミュニケーションターゲットを大きく生活者と専門家に分け、それぞれの期待値に応じていくことで、ステークホルダーの納得感、期待感に応え、ファンの獲得に結び付けていきます。

生活者	専門家
1. 知らなかったことを知る驚きと楽しさ 2. さまざまなタッチポイントでの同一メッセージの反復 3. 身近な企業が、「私」にとってうれしい	1. 事業の将来性・発展性 2. 事実・技術の重み付け 3. 企業の、「社会」に対する貢献

## 社会とともに考える

### 味の素グループの考え方

社会と課題を共有し、味の素グループが貢献できること、社会と協働できること、生活者一人ひとりができることを考えています。

### 食の安全に関するシンポジウム

2010年9月7日、「食と科学ーリスクコミュニケーションのあり方ー」を東京大学食の安全研究センターと共催しました。特別講演ではまず元EFSAコミュニケーション副部長ファン・ヘーステ・ヤコブ氏よりヨーロッパにおける食に関する最先端のリスクコミュニケーション事例についてお話しいただき、次にサセックス大学ハートリー教授より英国科学実験講座「クリスマス・レクチャー」をもとに、植物の進化の歴史と「ヒト」との関わり・未来について、現在食べられている植物の育種改良を含め、ご講演いただきました。  
続くパネルディスカッションでは食の安全について活発な議論が交わされました。



パネルディスカッション



ハートリー教授



ファン・ヘーステ・ヤコブ氏

### 患者さんとのふれあい

味の素製薬(株)は、アミノ酸を主体としたアミノ酸技術をコアとして、肝臓や腎臓、消化器などに特化した医薬品の研究開発および製造販売を行っています。通常、医薬品は病院などへ直接納品され、従業員が実際に服用している患者さんと接することは多くはありません。  
そうした中で、難病の患者さんとふれあい、直に声を聞く機会を持つことができました。

### 第2回「ウォーク&ランフェスタ」2010

2010年9月11日(土)、味の素グループが特別協賛として支援している「ウォーク&ランフェスター難病と取り組む仲間とともに 響け1万人の鼓動!」が「味の素スタジアム」にて行われました。予想外の猛暑の中でのスポーツイベントという事もあり、熱中症対策など万全の医療体制を整えて開催され、フィールド、コンコース、室内ともにたくさんの方々の笑顔に出会うことができました。

このイベントは、「難病や障がいのある人も、ない人もともに身体を動かし元気になる」という趣旨のもとに、2009年に第1回目が開催、第2回目の今回は、約4,000名が来場されました。今回は、一般の方はもちろんですが、障がいのある方も参加できるウォーキングクリニックやランニングクリニック、他のイベ

ントでも好評の「からだ検定」などのほか、世界初のルールで行った5時間走など、昨年とは異なる新しいプログラムが登場しました。

また、患者さんの日常生活の一端を体験することができるものとして、アイマスクをしてボールの跳ねる音だけを頼りに行う「サウンドピンポン」や視覚障がいの方がマラソンをされる時の伴走者体験ができる「伴走教室」、「ペアウォーク&ラン」、「車いすバスケット」やWiiを使った「チェアスキー」、手だけでこぐ「ハンドサイクル」など、日頃体験することができないプログラムも用意しました。

参加者からは、「健康な方、障がいのある方、双方の壁は一切なく、自然とみんなと一緒に楽しめた」、「車いすを使っている人の気持ちを考える良いきっかけになりました」、「今回のイベントをきっかけに、スポーツに興味を持ちました」などの感想をいただきました。

2011年は、9月25日(日)に「WITH」をテーマに開催される予定です。



「ペアウォーク&ラン」



「チェアスキー」

### IBD患者さん 味の素製薬(株)福島工場を見学

2010年11月19日(金)、IBD※ネットワークに所属されている、北は岩手県から南は長崎県の患者会の皆様総勢19名が、味の素製薬(株)の福島工場に来訪されました。同工場は、IBD患者さんが日頃より服用されている成分栄養剤「エレンタール®配合内用剤」を製造しています。

当日は、福島工場の従業員が説明をしながら「エレンタール®」の製造工程を見学していただき、見学後、従業員とディスカッションを行う中で、患者さんやそのご家族からさまざまなご意見や感想をいただく事ができました。

後日、工場長宛に『私は「エレンタール®」を飲み始めてから健康を取り戻すことができ、今でもこの「エレンタール®」を続けることで健康が保たれていると思っております。工場の皆様のお仕事が、我々の健康に直結し、有難く思っております。』というお手紙をいただきました。福島工場は、この度の東日本大震災で被災してしまいましたが、この時にいただいたお手紙を支えに、従業員一同完全復旧に向け取り組んでいます。

※IBD：炎症性腸疾患Inflammatory Bowel Diseaseの略で、腸の粘膜に炎症や潰瘍ができ、腹痛や下痢を伴う原因不明の難病のこと。



「エレンタール®」製造工程見学



患者さんからの手紙

## 社会の声を聞く(ステークホルダー・ダイアログ)

### ステークホルダー・ダイアログのCSR推進における位置づけ

味の素グループでは、CSR推進の中でステークホルダー・ダイアログを重要な活動のひとつとしてとらえています。社会と対話することで、自分たちの取り組みの方向性が社会の要請とずれていないかどうか検証できるからです。味の素グループではPDCAのCにあたるこの活動を有意義な機会として、CSR経営に役立てています。

### 2010年度のダイアログ

#### 実施概要

日時： 2010年11月1日(月)13:30~17:30

場所： 味の素グループ高輪研修センター

出席者： 12名(ステークホルダーの皆様7名、味の素(株)役員5名)

\*文中の所属・役職名は開催時の名称



**石倉洋子氏**  
一橋大学大学院国際企業戦略研究科  
教授



**古沢広祐氏**  
國學院大學経済学部 教授



**久新大四郎氏**  
偏西風事務所 主幹  
(社団法人日本消費生活アドバイザー・  
コンサルタント協会)



**小田理一郎氏**  
有限会社チェンジ・エージェンツ  
代表取締役社長



**寺中 誠氏**  
社団法人アムネスティ・インターナショナル日本 事務局長



**伊藤聡子氏**  
財団法人日本国際交流センター チーフ・プログラム・オフィサー



**小島正美氏**  
株式会社毎日新聞社 東京本社 生活報道部 編集委員

味の素(株)役員 5名  
**戸坂 修**  
代表取締役副社長執行役員  
**横山敬一**  
取締役専務執行役員  
**三輪清志**  
取締役専務執行役員  
**善積友弥**  
取締役常務執行役員  
**岩本 保**  
取締役常務執行役員

討議テーマ：

1. 味の素グループが「グローバル健康貢献企業グループ」として活躍するために求められることとは
2. 味の素グループが食資源を永続して調達・活用するために必要な視点とは

#### 討議テーマの設定背景

2009年に味の素グループが考える「21世紀の人類社会の課題」として、「地球持続性」「食資源」「健康な生活」の3つを掲げました。これらの社会課題解決に向け、どういう切り口で取り組めばよいのか、**従業員によるワークショップ**を通じて議論をしました。ワークショップのまとめをステークホルダーの皆様と共有し、社会課題解決に向け、どのような視点が必要なのか、活躍され

ているそれぞれの分野のお立場から、ご意見をいただきました。ステークホルダーの皆様のご意見は、2011—2013年中期経営計画を進める中で、特にCSRマネジメント体制を構築・強化していくにあたり、社会の声として従業員と共有していきます。

## ダイアログ当日の流れ

2つの討議テーマについて議論する前に、関連するテーマを専門とされているお二人のステークホルダーからプレゼンテーションいただき、それを切り口に、2グループに分かれて議論し、各テーマの議論が終わるごとに、各グループで出した意見を全体で共有しました。

## 討議テーマ1:味の素グループが「グローバル健康貢献企業グループ」として活躍するために求められることは

石倉氏によるプレゼンテーションでは、現地を知るためには現地に行くことが大切である。世界の動向にアンテナを向け、社会課題を俯瞰し、国際的な潮流を捉えスピーディに対応していく必要がある。企業はNGOや国際組織など、現場を知っている人がいるのに上手く連携がとれていない。といったご意見をいただきました。

プレゼンテーションの後、各グループで議論しました。

主にいただいたご意見は以下の通りです。



石倉氏のプレゼンテーション

### 主なご意見(グループ1&2あわせて)

- グローバルヘルスという大きな枠組みの中で、存在感を高めていくべき
- ビジネスは「現場をよく知っている」ということが大変重要
- 企業トップはビジネスの現場だけでなく、国際的議論の場へも参加して、世界の動向を知るべき
- NGOや国際機関と協働するべき
- 世界では多くの農民が貧困に喘いでいる。グローバル食品企業は、このような農民やコミュニティへのサポートを強化しはじめている
- 高齢化社会は、日本が先導市場なので、ここで解決策を見出せれば、世界に対して影響力を発揮できる
- 会社にかかわりの深い社会課題とそれらの解決に貢献できる個別の取り組みをつなぐフィロソフィーを確固たるメッセージとして発信すべき
- より飢餓(貧困)の深刻な国、地域への取り組みをどうするのか
- 仕事に社会的なやりがいを求めている若者もいる。良い人材を確保するためにも社会性を持った企業をアピールすることは重要である
- 報告書は従業員や消費者が読み切ることができるものでなければならない。展望を示し、読み手の意欲、従業員を元気にする内容が望ましい

## 討議テーマ2:味の素グループが食資源を永続して調達・活用するために必要な視点とは

古沢氏によるプレゼンテーションでは、2050年に世界人口は90億人超えが予想される。果たして食料生産は追いつくのか。食料問題は何がどう関連しているのか、全体像を鳥瞰的にとらえなければ、複雑でわかりにくい。一企業としてというより、国でやること、企業でやること、現地でやるべきことを分けて考えいくべきである。といったご意見をいただきました。

プレゼンテーションの後、各グループで議論しました。テーマが企業レベルを超えるものであったことから、より大局的な見地でご意見をいただきました。

主にいただいたご意見は以下の通りです。



古沢氏のプレゼンテーション

### 主なご意見(グループ1&2あわせて)

- まず、食資源の調達の現場で何が起きているのか把握し、国・企業・地域の役割を明確にした上で、状況のレベルに応じて策を講じるべき
- 企業の支援で、従来の農業の生産性向上を図ろうと考える際、それによって環境を崩し、労働・人権や保健衛生の問題を与えないか配慮すべき
- 最貧国では、先進国のような労働生産性の視点ではなく、豊富な労働力を利用し土地の生産性を高めるやり方も考えてみる
- アミノ酸発酵は、伝統的な有機とは異なる資源の使い方であり、食料問題に対するひとつの解決策になり得るかもしれない
- 自社で農地を持つと資源のコントロールはできるが、そうでなければ、調達基準で調達先をコントロールすべき
- サプライチェーンにおける社会性(強制労働、健康管理等)に配慮すべき
- 食品の大量廃棄問題は、消費者教育が大事である

今回のダイアログは非常に大きなテーマを扱ったこともあり、ステークホルダーの皆様のお立場からいただいたご意見も多岐にわたりました。すべてをひとつにまとめることはできませんでしたが、主なご意見をいくつか掲載いたします。

- グローバルに事業を展開する中で、気候変動や原子力拡散問題など、みんなで取り組まなければ解決できないグローバルな課題と資源問題や生物多様性などのローカルで対応可能なユニバーサルな課題を区別して考えること
- 課題の全体像を把握し、どこでどんな問題が起きているのか整理し、中長期の視点で解決策を講じること
- 食資源にとって大事なものは土壌・水・栄養源。グローバル企業としては、これらの要素に対する取り組みスタンスを明確にする必要がある
- 途上国での事業展開でスピードと効率を求めていくと援助機関やNGOとの協働が欠かせない
- 良い取り組みでも効果的なアピールをしないと伝わらない

ダイアログ終了後は、経営層や各部門が一堂に会する場で、いただいたご意見を共有いたしました。ちょうど2011－2013年中期経営計画策定時期だったこともあり、味の素グループが考える「21世紀の人類社会の課題」である「地球持続性」「食資源」「健康な生活」に対し、どういうスタンスで向き合うべきか、また取り組みをどうやって社会に伝えていくべきか、見つめ直すきっかけとなりました。

# 社会に伝える

## 味の素グループの情報発信の考え方

味の素グループは、多くのCSRの取り組みを行ってまいりましたが、十分伝えられてきませんでした。そこで、2009年度味の素グループは、創業100周年を機に、より多くの生活者の方々に企業活動を知っていただくため、テレビを使った企業広告を開始しました。そして2010年度は、テレビ広告の他に、新聞を中心とする活字媒体を通じてCSR活動の内容をお伝えし、さらにご理解を深めていただく取り組みを進めています。

新聞広告では、その多様な読者の方々に味の素グループの幅広い活動内容をご理解いただくことを目的とし、7つの主要なCSRの取り組みをご紹介します。雑誌広告では、それぞれの読者層の興味に合わせたテーマに絞って、情報発信をしています。これら企業広告の取り組みは、まだ始めたばかりで、十分伝え切れているものではありませんが、継続した露出を通じて認知率の向上を図るとともに、工場見学、各種イベントや講演会など直接コミュニケーションも含めたあらゆる生活者とのタッチポイントの場を利用して、取り組みをお伝えしてまいります。

## 企業広告

## 新聞

味の素グループが、  
"おいしさ"と"いのち"のためにできること。  
どうぞ、読んでみてください。

私たちの使命は、世界中の食文化を尊重し、おいしく、健康的に暮らすことへのサポートです。そのために、持続可能な生産活動、環境保護、社会貢献に取り組んでいます。

食の安全と安心を確保するために、厳格な品質管理と安全基準を遵守しています。また、環境にやさしい生産活動を通じて、持続可能な社会の実現を目指しています。

世界中の食文化を尊重し、おいしく、健康的に暮らすことへのサポートです。そのために、持続可能な生産活動、環境保護、社会貢献に取り組んでいます。

味の素グループは、世界中の食文化を尊重し、おいしく、健康的に暮らすことへのサポートです。そのために、持続可能な生産活動、環境保護、社会貢献に取り組んでいます。

**おいしさ、そして、いのちへ。**  
Eat Well, Live Well.  
**AJINOMOTO.**  
<http://www.ajinomoto.co.jp/>

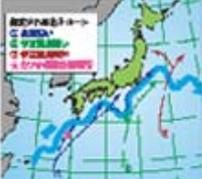
EDO時代の食生活に、ECOのヒントがありました。

昔ながらの食生活には、自然の恵みを大切にし、無駄を省くというECOのヒントがありました。現代の食生活でも、自然の恵みを大切にし、無駄を省くことで、環境にやさしい食生活を営むことができます。

味の素グループは、昔ながらの食生活のECOのヒントを学び、現代の食生活に活かしています。おいしく、健康的に暮らすことへのサポートとして、環境にやさしい生産活動に取り組んでいます。

**おいしさ、そして、いのちへ。**  
Eat Well, Live Well.  
**AJINOMOTO.**  
<http://www.ajinomoto.co.jp/>





**味の素グループの事業展開**

味の素グループは、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。

味の素グループの事業展開は、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。

### 味の素グループの事業展開

味の素グループは、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。

味の素グループの事業展開は、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。



**味の素グループの事業展開**

味の素グループは、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。

### 味の素グループの事業展開

味の素グループは、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。



**味の素グループの事業展開**

味の素グループは、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。



**味の素グループの事業展開**

味の素グループは、日本全国にわたって、味の素の生産・販売を行っています。また、海外にも多くの国々に事業を展開しています。

