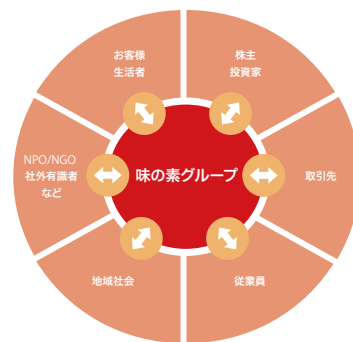


ステークホルダーとの対話・連携

味の素グループが世界の人々から信頼される真のグローバル企業となるためには、様々なステークホルダーとの対話を継続的に行い、いただいたご意見を企業活動に反映しながら成長していく必要があります。継続的な対話や連携を通じて、社会・環境に貢献できる存在となることを目指していきます。



ステークホルダー	主なエンゲージメントの機会	得られた成果／実績など
お客様・生活者	<ul style="list-style-type: none"> お客様相談窓口(国内食品5社、海外法人の一部) 味の素(株)のレシピ&コミュニティサイト「AJINOMOTO PARK」 各種イベント 工場見学 	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声をもとに、製品・サービスを改善商品へのご指摘時の対応満足向上の取り組みを実践(→消費者課題 P129-132) 味の素グループのサステナビリティへの取り組みの認知・理解と参加者の意識の向上(→消費者課題 P133-136) 味の素(株)国内3事業所工場見学者数 2016年度実績約5.8万人
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> 年次株主総会 決算説明会 国内外機関投資家との個別対話 機関投資家向けのESG(環境・社会・ガバナンス)関連の取り組み説明会 	<ul style="list-style-type: none"> コーポレート・ガバナンス体制の強化(→統合報告書2017 P50-61) コーポレート・ガバナンス報告書更新(2017年6月末) 『味の素グループ 統合報告書2017』発刊(2017年7月末) 第3回味の素グループのESG関連への諸取組みの説明会～食とアミノ酸を通じた健康な生活への貢献～(アナリストおよび機関投資家向け)(2017年3月)

社外ステークホルダーから寄せられた期待と提言



株式会社
レスポンスアビリティ
代表取締役
足立 直樹氏

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



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

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



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

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

ステークホルダー	主なエンゲージメントの機会	得られた成果／実績など
取引先	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常的な取引の場でのコミュニケーション ● フードディフェンス説明会・フードディフェンス監査 ● SAQ(取引先の自己診断チェックツール) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 取引先がCSR関連項目について自己診断チェックを通じて課題を認識(→公正な事業慣行 P58) ● 個別の重要原料ごとに持続可能な調達に向けた考え方・方針の伝達(→公正な事業慣行 P59-62)
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ● 「味の素グループWayセッション」 ● 「ASV(Ajinomoto Group Shared Value)セッション」 ● 階層別・部門別研修 ● Ajinomoto Group Principles(AGP)に関する意識調査アンケート ● AGP(行動規範)を考える会 ● ホットライン(内部通報制度) ● ハラスメント相談窓口 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「味の素グループWayセッション」は2015年度末までに国内外の全従業員約33,000人が受講完了 ● 「ASVセッション」は2017年度末までに全従業員が受講完了予定(→労働慣行 P74) ● AGP浸透 AGP(行動規範)を考える会 2016年度実績：31回、297人参加(→組織統治 P53) ● ホットライン通報件数 2016年度実績国内グループ全体63件(→組織統治 P53)
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ● 工場と近隣住民との対話 ● 地域のイベントに参加・協賛 ● 財団による奨学金等の活動(世界4カ国) ● 自然災害の被災地に対する復興支援活動 ● 社会・環境貢献活動「Smile Earth!」 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「環境モニター」制度の導入(味の素(株)川崎事業所)や各工場での近隣住民とのふれあいの場づくり ● 東日本大震災復興支援活動「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」を2011年より継続(2017年3月までに2,452回実施、延べ約37,500名参加)。料理教室を通じて栄養指導を行うとともに、住民間のコミュニケーションを促進(→コミュニティ P147-148)
NPO・NGO／社外有識者など	<ul style="list-style-type: none"> ● 味の素グループ サステナビリティフォーラム ● サステナビリティ・CSR活動に対するご意見・提言をいただく対話 ● 「食・栄養」分野で活動するNPO・NGOを支援する「AINプログラム」 	<ul style="list-style-type: none"> ● 対話を通じていただいた様々なご意見を、サステナビリティ・CSRの計画に活かせるように社内で検討(→味の素グループの事業とCSR P8-10) ● AINプログラムの支援実績(1999～2016年度開始分): 79件/14カ国、受益者数 約14万人、総額3億1千万円(→コミュニティ P141-142)



一般財団法人
CSOネットワーク
事務局長・理事
黒田 かをり氏

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



東京経済大学
現代法学部 講師
寺中 誠氏

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



仙台大学
上級研究リサーチャー兼
アドバイザー
農学博士
遠藤 保雄氏

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