

味の素グループ CSRレポート2009



「味の素グループ CSRレポート2009」 目次

1 目次／編集方針

2 **トップ対談**

「おいしさ、そして、いのちのために」世界へ貢献する

伊藤 雅俊 味の素株式会社 代表取締役 取締役社長 最高経営責任者

×
ピーター・D・ピーダーセン氏 株式会社イースクエア 代表取締役社長

5 **特集**

100年目のうま味調味料「味の素®」

世界の食卓においしさを届けるために
味の素グループが取り組んできたこと

15 CSR 総合戦略の策定・推進

ステークホルダー・ダイアログの開催

18 「味の素グループ CSR ビジョン」実現への進捗報告

19 **達成像 ① 食**

より安全な製品をお届けするために、グローバルでの品質管理体制を強化 /
グローバルでのうま味普及活動

21 **達成像 ② 健康・医薬**

アミノ酸を活用した開発途上国の栄養改善活動 /
飼料用アミノ酸による地球温暖化防止への貢献

23 **達成像 ③ 食資源・環境**

もみ殻を燃料として活かし、海外工場からの CO₂ 排出量を削減 /
カツオ資源調査に協力

25 **達成像 ④ 人材育成**

地球規模での人材の育成・登用に向け、「グローバル人事プラットフォーム」を構築 /
「味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン」の策定

27 **達成像 ⑤ パートナーシップ・コミュニケーション**

栄養改善活動 (AIN プログラム) が「企業フィランソロピー大賞 特別賞」を受賞 /
「味の素スタジアム感謝デー」を通じて食・健康・環境に関する情報を発信

29 マネジメント体制

コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス体制

31 人事・労務に関するデータ一覧

32 会社概要

33 第三者意見

株式会社日本総合研究所 主席研究員 足達 英一郎氏
第三者意見を受けて/第三者意見を依頼するにあたって

編集方針

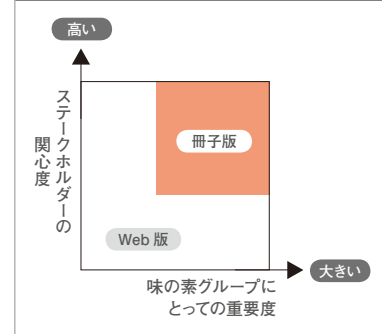
本レポートは、「味の素グループ CSR ビジョン」の実現に向け、企業活動を通じて「5つの達成像」(5つの切り口:食、健康・医薬、食資源・環境、人材育成、パートナーシップ・コミュニケーション)に沿って戦略的に掲げた「CSR 総合戦略テーマ」と、それらに基づいた取り組みを報告しています。さらに各テーマの進捗が確認できる構成としました。また特集ページでは、創業とともに100年を歩んできたうま味調味料「味の素®」について改めて知っていただくことを目的に、地域に根ざした商品展開、製造方法や、その歴史と安全性、環境・品質への取り組みを取り上げています。

なお、本レポートは Web と冊子から構成され、ステークホルダーの皆様の特にお読みいただきたい内容を冊子に、その他の取り組みや関連情報を Web に掲載しています。

味の素グループ CSR への取り組み

<http://www.ajinomoto.co.jp/company/csr/>

冊子版と Web 版の関係性



その他、特に心にとめて編集した点です。

- CSR 活動に対する専門家からのアドバイスを第三者意見としていただきました。(→ P.33)
- 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 2009」(2009年9月発行予定)に記載しています。
- 経済的パフォーマンスは、フィナンシャルレポート(Web)でご紹介しているため、割愛しました。

対象範囲

対象組織

原則として、味の素(株)および連結子会社・持分法適用会社の合計114社(2009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

2008年度(2008年4月~2009年3月)活動には、一部直近の内容も含まれます。

発行日:2009年7月

次回発行予定:2010年7月

前回発行:2008年7月

トップ対談
2009年5月8日

伊藤 雅俊

味の素株式会社 代表取締役
取締役社長 最高経営責任者

ピーター・D・ピーダーセン氏

株式会社イースクエア
代表取締役社長



「おいしさ、そして、いのちのために」

世界へ貢献する

2009年、味の素株式会社は創業100周年を迎えました。これを機に味の素グループ理念を刷新し、次の100年の成長に向けたグループ経営の目指す姿を明らかにしました。奇しくもこの節目の年に新社長に就任した伊藤雅俊が、環境やCSRの分野で活躍の株式会社イースクエア代表取締役社長のピーター・D・ピーダーセン氏と、次の100年に向けた取り組みを話し合いました。

「味の素グループWay」へ込めた思い

ピーダーセン氏 今年は味の素株式会社が創立されて100周年の記念すべき年であり、一方で、世界的な経済リセッションにも直面しています。二つの意味でたいへんな時期に社長にご就任なされたのですが、まずは現在の心境をお聞かせください。

伊藤 おっしゃる通り大変な時期での社長就任となりました。しかし自分たちの過去を見直し、これからどうするか。また世界と味の素グループのかかわり方を考えるには絶好のタイミングなのではないかとも感じています。

ピーダーセン氏 味の素グループの次の100年を考えるために、私は今年1月に発表された「味の素グループWay」に

注目しました。ここではアミノ酸をはじめとした独自の技術とサイエンスに基づいた新たな価値の創造や、新しい事業・市場へのたゆまぬ挑戦など、いわば味の素グループのCSRの基本精神が盛り込まれています。今回策定された狙いや背景はどのようなものでしたか。

伊藤 これも100年を振り返り、私たちはなぜ100年間、企業が存続するのを許されたのかを議論した中から生まれました。お客様の食生活に役立ちたいと願う一方で、当社は他社と何が違うのか。それを再確認して味の素グループの中に一本の背骨を通そうと考えました。「味の素グループWay」はすべての企業活動の基本的な考え方・姿勢なのであり、グループ共通の価値観なのです。

ピーダーセン氏 狭い意味でのCSR活動ではなく、すべての企業活動とオーバーラップしているということですね。



伊藤 その通りです。当時の日本の粗食をなんとか豊かにしたいと願った、うま味の正体を発見した池田菊苗博士や創業者の鈴木三郎助の思いともオーバーラップしています。創業時こそ「日本の」で

したが、次の100年は、グローバルな貢献へとつなげていきます。

ピーダーセン氏 私は、21世紀の企業は、事業と地球的課題への対応が同じベクトルになくなくてはならないと確信しています。90年代、世界で栄養失調とされた人々は8億5,000万人でしたが、この1年で、人口増加とリセッションにより、その数は9億6,000万人に増えています。そういう人たちの生活改善を支援していくのがこれからの味の素グループの重要なミッションになると思います。

伊藤 食べ物は、人が生きていくには必要不可欠なものです。私たちは世界の人々がどのようにすれば毎日当たり前に見えることができるかを考えていかなければなりません。

「いのち」という言葉に込められた意味

ピーダーセン氏 「味の素グループWay」は、自社の持続的な発展だけでなく、地球規模での持続可能性の追究という二つの軸を同じにしたものだと思います。そこでもう一つ私が注目しているのが、「味の素グループ理念」です。特に「いのち」という表現を盛り込んだのはとても意味深いと感じました。

伊藤 食べ物には、成長を維持し、病気を予防する基本的な機能があります。おいしく上手に食べれば健康になり、人々が健康になれば地域は明るくなり、結果的に将来にわたっても「いのち」を守ることでつながっていきます。また人間が上手に自然と共生・共存できれば、地球の「いのち」を守ることができます。

ピーダーセン氏 「いのち」は非常に日本語的な響きのある言葉で、ニュアンスも微妙です。そこには地球規模の大きな視点や哲学が盛り込まれています。英語でライフと表現

してはチープですし、やはり「Inochi」という国際語にしたいぐらいです（笑）。

伊藤 「いのち」という言葉に込められている哲学、倫理、思想のすべてを表現できる英単語があればいいですね。

ピーダーセン氏 私は20世紀の資本主義とはいのちを育む経済システムではなかったと考えています。10年ぐらい前から「ライフ・エンハンスング (Life Enhancing)」、つまり「いのちを育む」という言葉をキーワードに考え、これがCSRの究極の姿ではないかとも考えてきました。

伊藤 なるほど、エンハンスングですか。

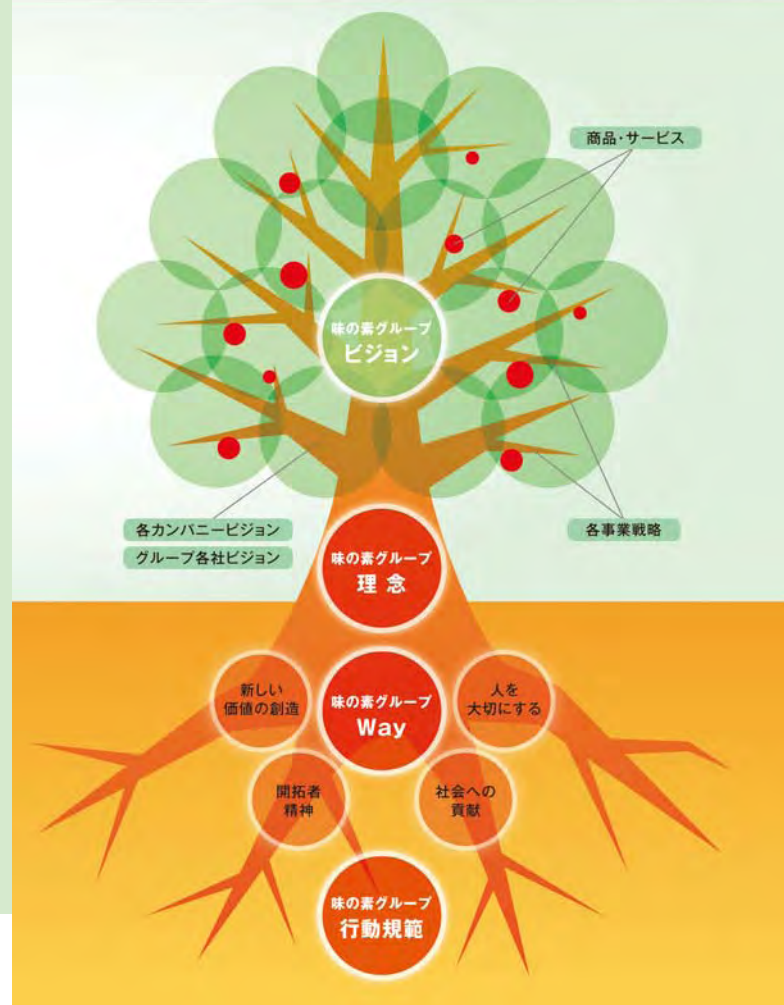
ピーダーセン氏 現在、地球環境問題があり、飢餓と飽食が同時に起きる社会があり、生物の多様性の確保も重要な課題になっています。そうした中では、「ライフ・エンハンスング・キャピタリズム」、いのちを育む資本主義こそ求めるべきものではないでしょうか。

伊藤 食べるとか料理をするという行為は、人間が基本的に持っている能力です。しかし現在は、スピードや利便さ、

味の素グループ理念

私たちは地球的な視野にたち、「食」と「健康」そして、「いのち」のために働き、明日のよりよい生活に貢献します。

理念、Way、ビジョンと味の素グループの事業活動イメージ



簡単さが最優先され、人が生き残っていくための基礎的な能力が徐々に削がれているようにも感じます。

ピーダーセン氏 料理がお好きな伊藤社長らしいお言葉ですね（笑）。味の素グループといえど、市場からスピーディーで便利な商品を求められています。トップとしてはどのように対応しますか。

伊藤 一言で言えば、それらの商品だけに頼るのではなく、商品を上手に利用する、使いこなす技術の普及が求められているのではないのでしょうか。家庭の内食の楽しさ、そこでいろいろな材料や商品を組み合わせる楽しさ、そうした技術を皆さんにお伝えしていきたいと思えます。

ピーダーセン氏 そういう情報を発信することがCSRとしての活動でもありますね。

世界の課題と向き合う

ピーダーセン氏 世界はいま、人口が急増しており、直近の数字では過去1年間に7,900万人も増えました。それらの人々が必要とするカロリーを確保しなければならない一方で、先進国では飽食が進み、課題を解消するジレンマという矛盾もあらわになってきています。こうした事態に、味の素グループはどのような取り組みが可能だとお考えですか。

伊藤 一つは食べ物を供給する力をいかに強化するか、そのために味の素グループには何ができるか、ということがあります。つまり生産の効率性を高めるために味の素グループの技術を投入できないか。サトウキビやキャッサバなどの発酵原料を少なくして生産効率を上げるといったことです。もう一つは、健康希求です。一方で過剰栄養があり、一方で不足栄養の状態がある。この差を解消するための貢献策を探ることです。

ピーダーセン氏 具体的には、どのような。

伊藤 味の素グループは、これまで開発途上国での不足栄養に対して必須アミノ酸リジンを活用して栄養を改善する活動を行っています。ただいま、西アフリカのガーナでは、フィールドテストで栄養や健康状態の改善が得られたことから、さらにもう一步取り組みを進めます。こうした取り組みは、味の素グループだからこそできるものです。

うま味調味料「味の素®」の誕生にCSRの原点

ピーダーセン氏 味の素グループがアジアの食文化をベースにしながらもグローバルな貢献を果たすには、コミュニケーションの問題が重要になってくると思います。と言

ますのも、欧米では、天然成分のうま味は良いけれども工業的に作られているグルタミン酸ナトリウムは絶対ダメだという人が未だに少なくありません。味の素グループの次の100年を考えると、この問題は避けて通れないと思うのです。

伊藤 今まさに、学者や栄養士、料理家の方々を中心に理解促進に向けた取り組みを行っています。一般にうま味を上手に使っているアジアの方々にはBMI（肥満度）が低いと言われています。ところが、うま味成分であるグルタミン酸を池田菊苗博士が発見したときと同じようにすべて昆布で作ろうとすると、国内の昆布をわずか数日で使い切ってしまう。かつ、昆布は高くして人々に行き渡りません。池田菊苗博士や鈴木三郎助が、とにかくだれでもおいしく食べられるようにしようとうま味成分の工業化に踏み切ったことは、それ自身が食資源を守り、つまりは地球環境保全につながるというサステナブルな思想でした。こうした点を地道に訴えていきたいと思っています。

ピーダーセン氏 私は、味の素グループの努力をもっと見てもらうべきだと思います。もちろん批判もあるでしょうが、その批判もきちんと考慮する。そうした姿勢が、ステークホルダーとの豊かなコミュニケーションを育てるではありませんか。

伊藤 まったく同感です。事実を知ってもらい、良かったら支持してもらい、批判があれば改善する。そういうサイクルこそが事業においてもCSRにおいてももっとも重要なポイントです。言葉を換えれば、味の素グループのCSRが、ステークホルダーの皆様に磨かれていくのが理想です。

ピーダーセン氏 多くの企業は、そこで一步踏み出すのをためらうのですが、味の素グループは、食にかかわる企業としてさまざまな問題に貢献できる資産が多いが故に、大いに期待しています。

伊藤 味の素グループは、アミノ酸の本質を科学的に追究してきた会社です。これまでの蓄積をさらに人類のために活用し、単なる食品企業ではなく、さらにグローバルに貢献できる企業を目指していきたいと考えています。





100年目のうま味調味料

世界の食卓においしさを届けるために味の素グループが

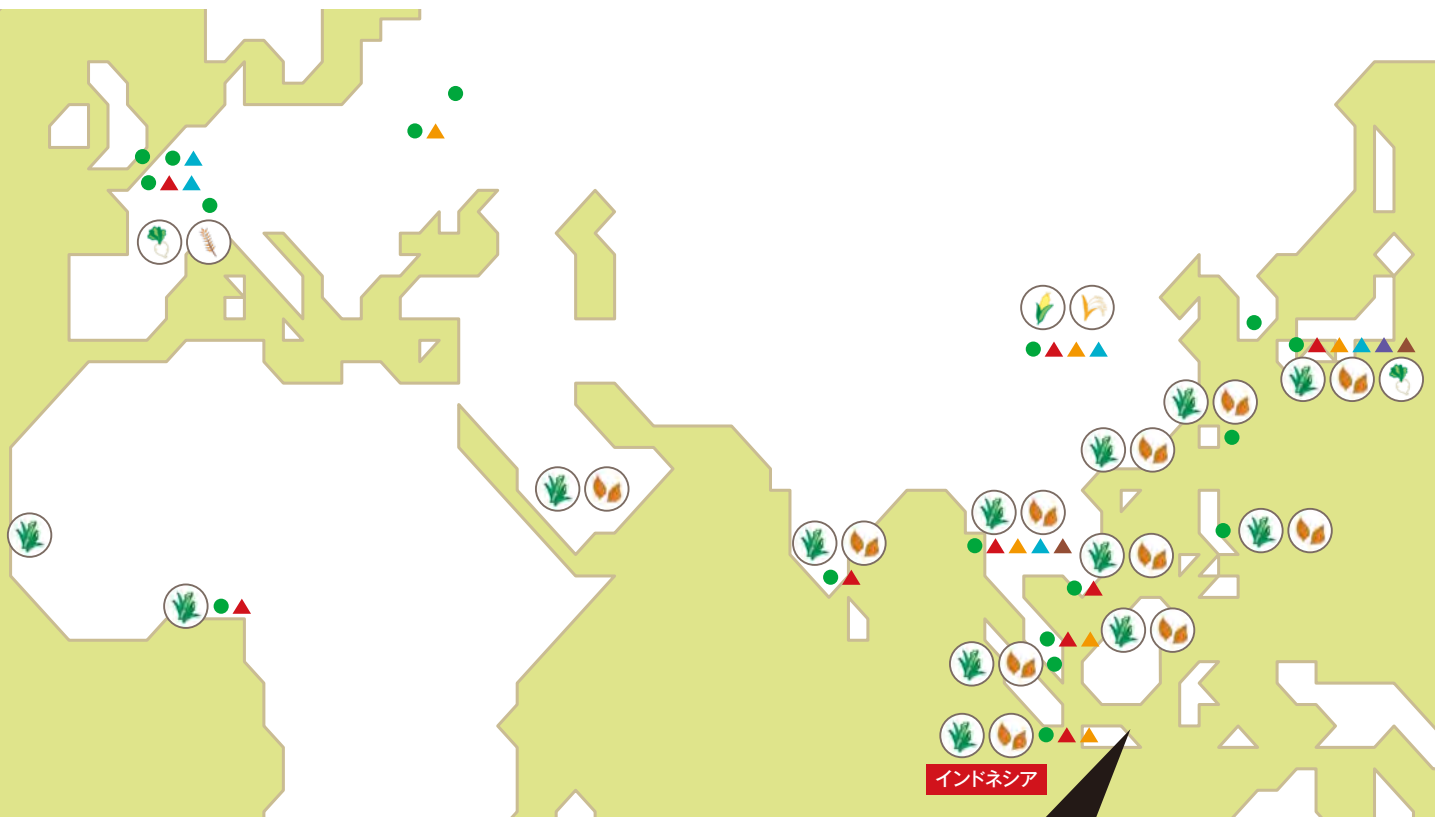
「うま味」発見から101年、うま味調味料「味の素®」誕生から100年。

うま味調味料「味の素®」は日本で生まれ、この1世紀の間に世界各地へと広がって来ました。

日本の約5倍の面積に約2億3,000万人が暮らす東南アジアの国インドネシアでも、

人々の生活にうま味調味料「味の素®」が深く溶け込んでいます。

インドネシアでのうま味調味料「味の素®」の作り方、売られ方、使われ方を通じて、その様子を紹介します。



インドネシア

モジョケルト工場の概要

インドネシア第2の都市・スラバヤから内陸に約40kmほど入ったところに、モジョケルト工場があります。モジョケルト工場では約1,800人の現地従業員が勤務しており、うま味調味料「味の素®」や風味調味料「Masako®」、メニュー調味料「Sajiku®」を生産しています。

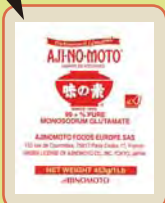


インドネシア味の素社
アジネックス・インターナショナル社
副社長 谷 昌浩



世界の パッケージ

欧州



インド



中国



香港



台湾



フィリピン



タイ



お二人の方にインドネシア味の素社／アジネックス・インターナショナル社
モジョケルト工場を視察していただきました



松永 和紀(まつなが・わき)氏

サイエンスライター。京都大学農学部農芸化学科、同大学院農学研究科修士課程修了(農芸化学専攻)。毎日新聞社勤務10年を経て、2000年1月よりフリーランスの科学ライターとして活動。著書に『メディア・バイアス あやしい健康情報とニセ科学』(光文社新書)など。多様な視点から、食、農業、環境問題などを取材し、科学的な知見に基づいて情報を提供している。



戸部 依子(とべ・よこ)氏

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(NACS) 食生活特別委員会委員長、消費生活研究所主任研究員。近畿大学農学部食品栄養学科、慶応義塾大学法学部法律学科卒業。ライオン株式会社 研究開発本部、品質保証部を経て現在に至る。主に、食品・医薬品の品質保証、消費者と専門家との情報交換のあり方に関する調査・研究を行っている。

「味の素」[®]

取り組んできたこと

● 法人、事務所 ▲ 調味料工場 ▲ 加工食品工場
 ▲ アミノ酸、化成品工場 ▲ 医薬工場 ▲ その他工場

生産工場 世界14の国・地域、102工場
 (日本：48工場、海外54工場) (生産工場は包装工場も含む)

うま味調味料「味の素」の原材料

サトウキビ	トウモロコシ	キャッサバ(タピオカ)
テンサイ	小麦	米

(2009年3月31日現在)



世界に広がる うま味調味料「味の素」

料理のおいしさをつくり出す「うま味」は人類が共通に感じるものです。
 うま味調味料「味の素」の主成分グルタミン酸は、「うま味物質」の中でも代表的なものです。
 うま味調味料「味の素」は誕生以来、日本だけでなく、世界の各地域の伝統料理の中で、おいしさを引き立てる調味料として定着してきたのです。
 その原料も、その地域で手に入るサトウキビやキャッサバといった天然のもの。
 うま味調味料「味の素」は多くの国々で食生活に欠かせないものとなっています。





地域ごとの食文化に
寄り添う調味料として。
いつもの食卓に
「もっとおいしい」を届けています。



レトゥンさん宅の台所。壁には調味料などを入れたホルダーが掛けられ、中にうま味調味料「味の素®」や風味調味料「Masako®」、メニュー調味料「Sajiku®」のパッケージが。料理にはうま味調味料「味の素®」と風味調味料「Masako®」を併用することが多いそうです。



「Masako®」は日本での「ほんだし®」にあたる風味調味料。チキン味とビーフ味の2種類があり、料理によって使い分けます。パッケージの裏に紹介されている地元料理のレシピが便利だと評判です。

VOICE



インドネシア味の素社
モジョケルト工場 食品製造技術担当
田辺 誠

「Masako®」などの風味調味料は料理のベースとして使われるものですから、インドネシアの人々の味覚に合うよう、また普段の食事の味を変えてしまうのではなく引き立てるものになるよう、開発時からお客様の要望に耳を傾けています。風味調味料「Masako®」は、鶏肉・牛肉を原料として使用するとともに、香味野菜・香辛料をバランス良く合わせ、お肉本来のおいしさを引き出すようにレシピや製造法を工夫しています。

モジョケルトにお住まいのレトゥンさんに作っていただいたのは、伝統的なインドネシア料理。メニューは野菜をたっぷり使った健康スープ (Sup Sehat) や空心菜の油炒め (Tumis Kangkung)、それに豆腐とタマネギを小麦粉でからめて揚げたもの (Bakwan Tahu)。味付けはニンニクやトウガラシなどのさまざまな香辛料と塩・砂糖。そこに加える少量のうま味調味料「味の素®」や風味調味料「Masako®」が、パサール (市場) で仕入れた地元の素材が作り出す味の中に、上手く活かされています。「『味の素®』や『Masako®』のおかげで、より短時間においしく料理を仕上げることができるようになりました」とほほえみながら語ってくれました。

COMMENT



戸部氏

作っていただいた料理は、どれも素材の味が活かされたおいしいものでした。スープは思ったより薄味で、野菜のおいしさが良く出ていました。空心菜の油炒めは逆に辛くてしっかりとした味付け。「味の素®」や「Masako®」のような調味料を上手に使って、おいしさを引き出していらっしゃるなど感心しました。



いつでもどこでも 買える調味料として。 それぞれの地域の「買い方」に 合わせて販売しています。

買い物客でごった返すモジョケルト最大のバサール(市場)。色とりどりの果物や野菜、香辛料、牛肉や鶏肉、豆腐、魚、石けんにシャンプー……。地域の人々の生活を支える食材や日用品が所狭しと並んでいます。大半は一人か二人の売り子が管理する小さな店。そこを訪れたのは、「Umami 100years」の文字が入ったキャンペーンの赤いポロシャツを着た、インドネシア味の素販売社・スラバヤ支店の販売員たち。インドネシアの人たちは、ほぼ毎日バサールに買い物に訪れるそうです。そのときにうま味調味料「味の素®」のような調味料も買っていきます。定番商品の小袋は、ほぼ1回分の使い切りで、50ルピア(約0.5円)。販売員はこうして一軒一軒に商品を届け、代金を回収しています。



スーパーマーケットでは、味の素グループ創業100周年を記念して独自のプロモーションを展開

VOICE

インドネシア味の素販売社
スラバヤ支店 副支店長
福井 和樹



インドネシアではまだほとんどの人がバサールで買い物をします。バサールでは、うま味調味料「味の素®」以外にも、さまざまな商品が小分けされた小さな袋で、つり下げられて売られています。バサールの買い物客は、手頃な値段で買え1回で使い切れる小袋が好むようです。一方、スーパーマーケットでは、お得感のある大きめの袋がよく売れています。



ナイジェリア



ペルー



インド

国や地域によって、買い物のスタイルもさまざま。味の素グループでは、「誰でも気軽に買える」「いつでもどこでも買える」「どのような料理もおいしくする」を合言葉に、その地域の皆様がもっとも買やすい形や方法で、世界の店頭の商品を届けています。

COMMENT



松永氏

現地スタッフとともに商品を開発し、歩いて一軒一軒の店に商品を届け、並べる。まさに商売の原点のような仕事のスタイルで、とてもびっくりしました。同時に、現場スタッフの方々がここまでがんばっておられることを嬉しく思いましたし、こうした努力があって、「味の素®」が世界の市場で成長を遂げてきたんだということが理解できました。



うま味調味料「味の素®」 のことをお話しします

うま味調味料「味の素®」は植物由来の天然原料から、微生物の力を借りて作られています。その主成分であるグルタミン酸は、人間ばかりか生物にとって欠かせないアミノ酸の一種。しかし、この100年、うま味調味料「味の素®」はさまざまな誤解を受けてきました。ここで改めて、そうした誤解や疑問にお答えします。



「うま味」は基本味の一つ。生まれて初めて出会う味です。

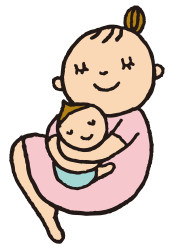


池田菊苗博士
(1864 ~ 1936)

人間が舌で感じる味には、甘味・酸味・塩味・苦味に加え、「うま味」があります。1908年に東京帝国大学（現東京大学）の池田菊苗博士が、昆布だしの成分がグルタミン酸であることを発見し、「うま味」（うまみ、旨味、旨みではない）と命名しました。

5つの基本味はそれぞれ栄養・生理学的意味を持ちます。甘味はエネルギー源、酸味は熟していない果物や腐敗した食物のシグナルです。塩味は私たちの体内の電解質（ミネラル）バランスを保つために重要なナトリウム摂取のシグナル、苦味は毒による危険を示すシグナルです。このように基本味は、摂取しても良いものかどうかを判断するためのゲートキーパーの役割をしています。

「うま味」はタンパク質を構成するアミノ酸の一つであるグルタミン酸の味で、野菜・肉・魚などに含まれています。実は人間の母乳にもグルタミン酸はたくさん含まれており、赤ちゃんは生まれて初めて飲む母乳で「うま味」と出会うのです。



基本味



うま味調味料「味の素®」のグルタミン酸ナトリウムの作り方は、 100年の間に、より効率的な方法へと替わってきました。

1960年代



1909

抽出法

1909年にうま味調味料「味の素®」が販売された当初、その製造法は「抽出法」と呼ばれるものでした。これは、小麦粉などのタンパク質（グルテン）を塩酸を使って分解し、グルタミン酸を取り出す方法です。抽出法では、原料のタンパク質に含まれるアミノ酸の量によって生産量が制約されてしまい、大量生産に不向きであり、かつ製造コストも膨大でした。

1962

ヘビ説

1917年ごろ、「味の素®」の原料はヘビである」という説がまことしやかに流布しました。当時の原料は小麦粉で、「ヘビ説」はもちろん根も葉もないデマでした。味の素（株）の前身である鈴木商店は、これを否定する新聞広告を出していますが、いったん広まった噂はなかなか収まりませんでした。



日本の十大発明

池田菊苗博士は、1908年に「グルタミン酸塩を主成分とする調味料製造」の特許を取得し、翌年、創業者鈴木三郎助とともにうま味調味料「味の素®」の製造・販売に乗り出しました。このことで、池田博士は特許庁による日本の十大発明家の一に選ばれ、1926年に鈴木三郎助は、発明の実施者として帝国発明協会の功労賞を受賞しました。

「うま味物質」の安全性は、国内外の専門家が認めています。

グルタミン酸は昆布をはじめ、チーズ、トマト、ブロッコリーやお茶など多くの天然食品にたくさん含まれています。またこれを製品化したグルタミン酸ナトリウム（うま味調味料「味の素[®]」の主成分）の安全性に関しては、国連機関が、食品や食品中に含まれる成分に適用される「一日摂取許容量を特定せず、つまり一日に摂る上限量を定める必要がない」と結論づけており、通常の摂取では健康への影響がないとしています。国際的に安全性が正式に認められており、食塩や酢、コショウなどと同様、食品として使って何ら問題はないとの結論に至っています。

VOICE



味の素（株）
品質保証部 製品評価グループ 課長
荻原 葉子

味の素グループでは食に携わる者として、安全性に関する問題に対して、社内外にグルタミン酸ナトリウムの安全性を研究するための体制を構築し、科学的な検証を積み重ねてきました。たとえばマウスへの実験（下記参照）は特殊な条件で実施されたもので、通常の摂取であれば何ら問題のないものだとわかりました。いまでは国際的にも、学術的にもグルタミン酸は基本味である「うま味（Umami）物質」の一つであることが定着しています。

安全性を疑問視する研究や論文に対して、繰り返し検証を行ってきました。

「中華料理店症候群」に対する検証

1960年代後半、アメリカで、中華料理店で中華料理を食べたあとに、顔面紅潮や頭痛、しびれなどの不快症状を起こすという報告がありました。中華料理店症候群（チャイニーズレストランシンドローム）と呼ばれ、大量のグルタミン酸ナトリウムを取ることがその原因として疑われました。しかし、その後の実験では中華料理店症候群とグルタミン酸ナトリウムとの関連性は見出されず、中華料理店症候群自体も、その後報告されなくなっています。

「幼若マウスへの高濃度注射実験」に対する検証

中華料理店症候群と同じころ、生まれたてのマウスに大量のグルタミン酸ナトリウムを注射すると、脳の一部が破壊されるという研究報告が科学誌に発表されました。しかしこの実験は、体重60kgの人間に換算すると240gもの量を注射したことになります。通常ではありえない特殊な条件で行われた実験で、食事を通じて摂取したグルタミン酸ナトリウムは、こうした毒性を示さないことがわかっています。

現在のうま味調味料「味の素[®]」のグルタミン酸ナトリウムの製造法である発酵法について、モジヨケルト工場の工程に沿ってご説明します（次ページへ）。

発酵法

2000年代

合成法

1973

合成法は、アクリル繊維などに使われるアクリロニトリルを原料とする製造方法です。世界初の合成法によるグルタミン酸の製法は当時画期的な新技術でしたが、コスト面の問題および化学的合成法そのものが“人工的”なイメージとの風評から中止となりました。

「化学調味料」から「うま味調味料」へ

1960年代、公共放送は番組内で商品名である「味の素[®]」を使用できないことから、この言葉が一般にも定着しました。しかし1980年代後半からは「うま味調味料」という言葉が公式に使われるようになり、現在では「加工食品品質表示基準」など行政で使う用語としても、「うま味調味料」に統一されています。

COMMENT

松永氏

御社がこれからやっていくべきは、ネガティブな情報に対してもきちんと正しい情報を出していく、説明していくことだと思います。情報を公開し、こういう原理・考え方できちんと作っているということを伝えていく努力をすべきでしょう。たとえば、インドネシアでも品質の高い製品を作り、現地の食文化の中に溶け込む努力をしている。そうした姿を伝えることで、消費者にも共感してもらえるのではないのでしょうか。



うま味調味料「味の素®」のできるまで

「その国でお使いいただくものはその国で作る」が味の素グループの基本。

原料も、サトウキビやテンサイの糖蜜、キャッサバ・トウモロコシ・小麦などからとれたデンプンなど、

その土地でとれる入手しやすい植物原料です。これらの原料から、発酵法によって「うま味」成分のグルタミン酸を作り、食べやすく、調理しやすいグルタミン酸ナトリウムの形で商品化します。

製造法 01

原料の受け入れ

インドネシアでは、うま味調味料「味の素®」の原料として主にサトウキビの絞り汁から粗糖を取り上げた残りの成分である糖蜜やキャッサバから作られるデンプン（タピオカ）が使われています。糖蜜には糖分が含まれており、この糖分から発酵法によってグルタ

ミン酸を作ります。モジョケルト工場のある東ジャワ州はサトウキビ栽培が盛んなところで、周辺には製糖工場もたくさんあります。



製糖工場から運ばれてくる糖蜜



工場の近郊で栽培されるサトウキビやキャッサバ

VOICE

インドネシア味の素社
アジネックス・インターナショナル社
技術開発センター長
豊崎 宏

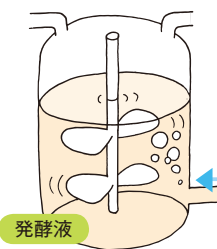


発酵タンクの中では、糖蜜やタピオカに含まれる糖分を栄養にして、グルタミン酸生産菌がグルタミン酸を作ります。この発酵液からグルタミン酸を取り出します。グルタミン酸のままでは溶けにくく、酸味もあるため、使いやすいグルタミン酸ナトリウムの形にします。さらに活性炭で脱色して乾燥し、白いきれいな結晶にします。できた結晶はふるいにかけ、大きさ別に分けて、パッケージされます。

製造法 02

発酵

加熱殺菌した糖蜜と他の栄養素からなる培養液に、グルタミン酸生産菌を加え発酵させる



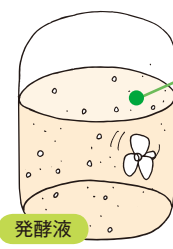
発酵液



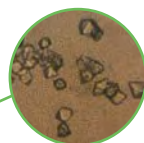
発酵液

グルタミン酸の結晶化

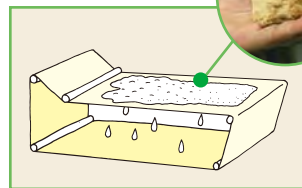
発酵液を酸性にし、グルタミン酸を結晶化する。結晶を含んだ液体から、結晶と液体とを分ける



発酵液



顕微鏡で見たグルタミン酸の結晶



分離機で、グルタミン酸の結晶と液体を分ける

タンクの中では…

● 糖分 ■ グルタミン酸



グルタミン酸生産菌が糖分を取り込む



取り込んだ糖分からグルタミン酸ができる



グルタミン酸を発酵液の中に放出する

グルタミン酸生産菌

グルタミン酸生産菌は、糖分をエネルギー源として活動する過程でグルタミン酸を作り出す微生物です。グルタミン酸を効率良く作る菌株を培養し品質を確認したあと、発酵タンクに加えます。タンクの中では菌が増えながら糖分をグルタミン酸に変えていきます。



顕微鏡を通して観察されるグルタミン酸生産菌

COMMENT

戸部氏

全体のプロセスの中で、グルタミン酸の結晶化(粗製工程)は開放タンク使用、精製工程では密閉タンク使用と、取り扱いが分かれているところに興味を持ちました。異物混入など開放タンクで予想されるリスクについては、精製工程中でろ過や結晶化により除かれ、最終的に工程内の検査で異物がないことが確認されています。このように、プロセス全体で品質が保証されていることを消費者に説明していく必要があるでしょう。





製造法 03

検査

連続的に生産される包装前の製品結晶中に、異物混入がないことをチェックします。万が一異物が発見された場合には、即運転を停止し、原因究明をし、適切な対応を取った上で運転を再開します。異物以外の項目についても、製品が決められた規格を満足する品質になっているか、検査部門で分析し、最終的に品質管理部門で確認します。



異物が混入していないか、綿密に検査



業務用のコンテナバッグや紙袋は、使用前に傷などを検査



金属探知機でチェック

製造法 04

袋詰め・出荷

製品は販売先・販売形態に合わせて袋詰めされ、さらにいくつかの袋をまとめて、段ボール箱に詰められていきます。それぞれの工程ごとに重さや異物などをチェックします。またパッケージへの異物混入を避けるため、複数のプロセスでチェックをしています。輸出用大型パッケージも同様に厳しいチェックを行っています。



人の目で確認しながら袋詰め

ナトリウムを加える

食品用の水酸化ナトリウム溶液を加え、グルタミン酸ナトリウムにする

ろ過

活性炭を使ってろ過し、色および不純物を取り除く

ラボで実験

活性炭で不純物を取り除く

においや色の吸着作用を持つ活性炭がグルタミン酸ナトリウムの製造工程中の不純物を取り除く様子を実験しました



工程中のグルタミン酸ナトリウム溶液を活性炭に注ぐ



活性炭 少

活性炭 多

活性炭の量を変えて、ろ過液の違いを比較してみると...



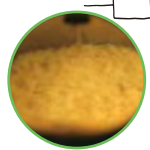
活性炭

グルタミン酸ナトリウムの結晶化・乾燥

加熱して水分を蒸発させ、結晶にしたあと、熱風で乾かすとうま味調味料「味の素®」が完成



加熱するタンクの覗き窓から、真っ白な結晶が見える



活性炭の少ないものは、液体の色が残る

活性炭が多いと、透明なる過液ができる

VOICE



インドネシア味の素社
モジョケルト工場長
川端 泰

発酵は“生き物”です。したがって、いつも発酵液などの状態、色、においなどを、五感をはたらかせてチェックすることが重要です。サンプリングにより、いつでも確認できるようにしています。

そして、結晶化以降の工程において、結晶化・再溶解・ろ過など何段階

も経てグルタミン酸ナトリウムの純度を上げていき、最終的には、工程内検査と品質管理部門による製品検査で確認されたあと、次の包装工程に送られます。このように、プロセス全体での品質保証をしつつ、最適な製造管理を確立できるように日々改善をしています。

当工場では、常にお客様を意識してもらうように“次の工程はお客様”というスローガンの下、ISOの取り組みを2001年より始めました。定着するまでには時間がかかりますが、自分の考えたアイデアが実現し、成功体験が積み重なると、さらに良くしようという自発的な行動が生まれてきます。



「AMINA®」散布の様子



再資源化が進み、週1回しか使われなくなった焼却炉

「製品」に生まれ変わる、廃棄物と副生物

従業員一人ひとりの意識と行動で「再資源化率100%」を実現しました。

モジョケルト工場では2004年に2010年までの環境目標を立て、排水の削減、水質改善や資源化率の向上、温室効果ガスの削減などに取り組みました。その結果2008年までにすべての項目において目標を前倒しで達成、再資源化率は100%となりました。各現場の責任の下、現場のアイデアと工夫で分別を徹底、有効利用と減量に努

めた結果です。

うま味調味料「味の素®」の製造工程で出てくる発酵液の副生物などはもちろん、事業所のゴミも徹底的に分別、食堂の残飯も含めて、すべて地域内で資源としてリサイクルされます。

この取り組みは味の素グループ内にて、高い成果をあげた取り組みに贈られる「業績表彰」を受賞しました。



風味調味料「Masako®」やメニュー調味料「Sajiku®」の製造工程で出てくる残さ。処理して肥料などにリサイクルされる



パッケージのアルミ箔は地元業者が溶かしてアルミを再生

バイオサイクルの考え方で副生物を有効利用します。

発酵液からグルタミン酸を取り出した残りの液には、栄養成分がたっぷり。これをベースに成分調整したものが、液体肥料「AMINA®」です。窒素分を4~5%含み、米、サトウキビ、キャッサバ、トウモロコシなど、この地方の農家にとって欠かせない重要な作物の肥料として有効利用されています。

「AMINA®」はタンクローリーで農地に運ばれ、元肥として散布されます。ディーラーのラッハマンさんによれば、「安いうえ肥効が高く、農家の人気も上々で、需要に追いつかない」とのこと。地域の農地から得たものを地域の農地に戻すことで、「AMINA®」は地域の資源循環（バイオサイクル）の構築に寄与しています。



ディーラーのラッハマンさんとの談話



地元ディーラーがトラックで引き取りに来る「AMINA®」

「副生物」については「味の素グループ 環境報告書2009」もご覧ください

VOICE



アジネックス・
インターナショナル社
モジョケルト工場
原料・環境担当課長
竹田 元治

作業工程を見直し排水や廃棄物を減らす、ロスをなくすことがコストダウンになる、またこれまででは廃棄物として処理していたものが売れる、という成功体験が、現地スタッフのやる気につながったと思います。彼ら自身がリサイクル業者や販路を見つけてきたり、売れる商品として開発しようというアイデアも生まれてきました。生産工程から出る副生物も、工場から出る廃棄物もすべて製品に生まれ変わります。現地スタッフも私も楽しく取り組んでいます。



視察を終えて

松永氏

ゼロエミッションのためにエネルギーやコストを余計にかけたのでは何にもなりません、モジョケルト工場では環境負荷やコストを増やさないシステムを構築しており、しかも現地スタッフの皆さんのアイデアを活かし、有価物として販売しているところがすばらしいと思います。同時にインドネシアという国の奥深さを感じました。

うま味調味料や風味調味料は、使うことで早くおいしいものができる、仕事で忙しい人にとって、とても助かるもの。これからも料理をする人を応援する製品を作りたいと思います。



視察を終えて

戸部氏

製造工程を見て、シンプルでわかりやすく、保証すべきレベルに見合ったメリハリのある対応がされていると感じました。製品パッケージの検査もたいへん厳しく行われていました。適切な品質管理は、何かトラブルが発生したときに迅速な原因究明につながります。また環境面では、再資源化の取り組みについてとても印象深く拝見しました。

日本では再資源化といっても、処理業者に委託することが多いですが、こちらでは自社の製品となるところまで見届けられます。資源の大切さを感じ取れる工場だと思います。

VOICE

アジネックス・インターナショナル社
モジョケルト工場長 セダナ・アルナヤ



この会社はスタッフ同士の人間関係がとても良く、コミュニケーションがよくとれています。トップダウンだけでなく、ボトムアップのしくみがあり、それがスタッフのやる気につながっているのだと思います。気がついたら28年も働いていました。

アジネックス・インターナショナル社 モジョケルト工場
品質保証部長 ユド・コエスバンドリヨ



私が入社した20年前はまだスタッフも少なく、いろいろな仕事をこなさなければなりませんでした。それだけにチャレンジングでやりがいがありました。味の素グループは発酵技術ではリーディングカンパニー。そこで働けることに幸せを感じています。

さまざまな情報発信 2008年度の取り組み

うま味調味料「味の素®」発売100周年を機に、味の素グループでは次の100年に向けてグローバル規模でさまざまな活動を展開しています。ブランドスローガンを「The Essence of Umami」と定め、日本発のうま味を世界に向けて発信していきます。

品質情報を積極的に発信

雑誌の記事広告掲載やWebサイトなどを通じ、うま味調味料「味の素®」の安全性や有用性についての情報発信を強化していくとともに、世界の多くの国や地域で、それぞれの食文化の中に定着し、日常的にご使用いただいていることを積極的に伝えていきます。



うま味調味料「味の素®」パッケージ

グローバルに発売している各国のうま味調味料「味の素®」のパッケージデザインコンセプトを統一化しました。裏面には、何からできているのか、どういう機能があるのか、うま味成分であるグルタミン酸とは何かなどの情報を提供し、お客様とのコミュニケーションを強化しています。



表面



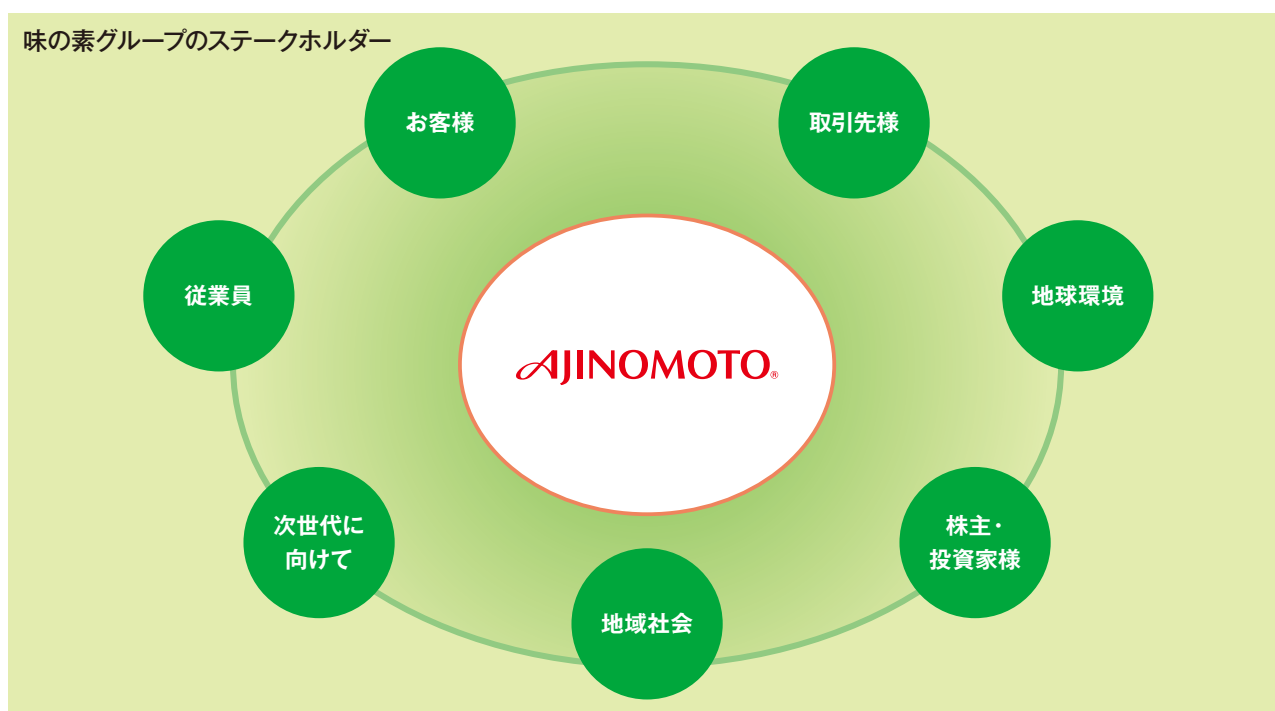
裏面

CSR総合戦略の策定・推進

社会からの要請を取り入れテーマを設定

CSRは企業経営そのものです。対象範囲がすべてにわたるため、味の素グループではCSRビジョン実現に向け、5つの達成像（切り口：(1) 食 (2) 健康・医薬 (3) 食資源・環境 (4) 人材育成 (5) パートナーシップ・コミュニケーション）で戦略的に取り組むべきテーマおよび内容を

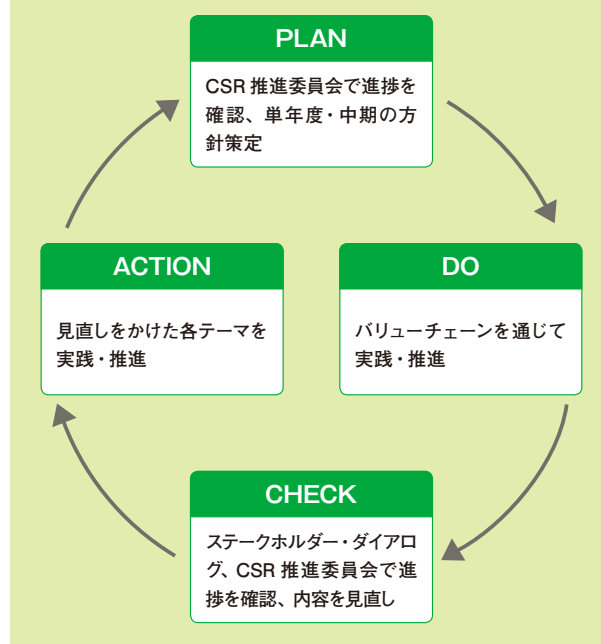
2009年3月に設定しました（以下CSR総合戦略）。この設定までには約1年半を費やし、ステークホルダー・ダイアログ（2007年10月、2008年12月）にご出席いただいた皆様のご意見を参考に、社会の要請に事業を通じていかに対応していくべきか、という視点で社内の議論を重ねてきたものです。



CSR推進委員会を軸に目標・進捗をPDCA化

2009年度からCSR総合戦略のテーマに沿って、CSRを推進していきます。環境や品質保証などCSRの要となる関連部門の担当者と毎月、CSR総合戦略のテーマ進捗確認およびその他の案件について討議を行います。さらに関連部門の責任ある立場の者とは2回/年のCSR推進委員会（新規）を開催し、CSRへの取り組みのPDCA管理・監督の他、CSRの単年度計画および中期計画の方針を決定します。その内容はCSR全体をテーマにしたステークホルダー・ダイアログでご出席の皆様にご諮ります。これは、社会の声をCSR推進に反映するためであり、同ダイアログにはCSR推進委員会のメンバーも出席します。その場でいただいたご意見を参考に、再度CSR推進委員会で次年度のCSR総合戦略テーマを確定していくサイクルを回していきます。

CSR総合戦略テーマのPDCAサイクル





ステークホルダー・ダイアログの開催

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一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ズレていないかどうか検証ができるからです。PDCAのCにあたる活動を味の素グループの経営者も従業員も有意義な機会としてとらえ、CSR経営に役立てています。

味の素グループ
CSR活動に
ご意見をいただく会

味の素グループのCSR総合戦略テーマおよび内容(案)を提示し、ステークホルダーの皆様と意見交換を行う。

日時：2008年12月2日(火) 13:30～17:00

会場：味の素グループ高輪研修センター

出席者：ステークホルダーの皆様21名(消費者団体、人権・環境・社会貢献などのNGO/NPO、メディア)、味の素(株)24名(味の素(株)役員、コーポレート、食品・アミノ酸・医薬カンパニー)



詳細はこちら

企業情報>CSRへの取り組み>CSR総合戦略の策定・推進

各グループの討議テーマと味の素グループに求めること

1グループ

CSR総合戦略の意味するところと、味の素グループとしてのミッション、責任の果たし方

味の素グループに求めること

- 戦略の具体性(リスク評価と重点化)、行動計画、目標などを明確に
- 消費者課題、「食の安全」が最重要ではないか。徹底的にやるべき
- 業界のリーダーとしての使命を果たしてほしい
- 責任を持って推進するためのシステム、あるいは体制をより明確にしてほしい



2グループ

開発途上国の保健・栄養への貢献、ライフサイクル視点での原料調達、労働・人権

味の素グループに求めること

- 研究や技術的なことが社会にどうつながっているのか、もっと説明・PRを。リジンによる栄養改善は、国際機関・NGOなどとの連携での展開を期待する
- 「自社管理農場」は良いとこ取りではないか。単なる調達ではなく、地域に根ざした持続可能な関係づくりを
- 女性の管理職登用が増えてきているが、配偶者も含めた働き方や転勤などへの配慮が重要
- 人材の内部育成と外部採用との両用が大事



3グループ◎ CSR総合戦略の目標設定のあり方と個別テーマ

味の素グループに求めること

- 取り組みは進んできているが、一層の定量化とタイムテーブルの策定による効果測定が必要
- 日本の食品企業として、食糧自給率、食の安全性確保、地産地消などに取り組んでほしい
- 飼料用アミノ酸の貢献は、温室効果ガス削減よりも途上国の食肉ニーズを満たすQOL向上を伝える
- グローバル人材の育成は、幹部だけでなく一般職も大切に、正規・非正規社員の問題も意識する
- 社会貢献を継続的な活動にするため、一人ひとりの活動の位置づけを理解させる



4グループ◎ 環境・食糧資源、社会と企業とのコミュニケーション、人材育成

味の素グループに求めること

- 飼料用アミノ酸の環境への貢献・効果は大きい。社会へもっと発信を
- 食糧危機の対策として主要発酵原料の収率の向上、原料の多様化を
- 食糧危機に対する遺伝子組み換え技術の効果を社会に説明すべき
- 「知らないことに対する不安を取り除く」情報発信を
- 食育・工場見学などの活動の強化を
- 海外工場での労働者・職場の意見の吸収は充分か
- 女性の戦力化・活用を進めるべき



5グループ◎ 品質保証、消費者とのコミュニケーション、本年度のCSRレポートについての改善提案

味の素グループに求めること

- 冊子の情報が少なく、Web版に頼り過ぎ。基本的な情報は冊子にも記載すべき
- 品質について、消費者の求めるものだけでなく、考え方のより積極的な発信を求める
- 味の素グループのCSRについてのストーリー、ビジョンが1枚の絵になって見えない。たとえば、食の伝統をふまえた新しい日本の食文化の提案などを、リスクを恐れず行ってほしい



6グループ◎ 人材育成、人権

味の素グループに求めること

- 従業員意識調査で顧客志向が弱いとの結果であれば、それを醸成するため、日頃顧客と接する機会の少ない職場の従業員にその機会を作ると良いのではないか
- 派遣社員やパートを含めた従業員を企業の歯車としてとらえないで、皆さんが社会人であるとの前提に立った企業運営を心がけるべき
- 幹部の会議に女性が加わっているのが自然。女性の活用ビジョンをさらに明確にしてほしい
- “消費者”という言葉を使用しない方が良い。同じ社会の構成メンバーであるとの前提で考えるべき



「味の素グループCSRビジョン」 実現への進捗報告

味の素グループは、CSR活動を推進するにあたって目指すべき姿である「CSRビジョン」と、それらを具体的にイメージするための5つの切り口である「2020年のCSR達成像」、そして各達成像ごとの戦略的に取り組むべきテーマおよび内容である「CSR総合戦略」を掲げています。CSRビジョンと達成像の実現に向け、これまでに取り組んだこと、これからの課題についてご報告します。

味の素グループ CSR ビジョン

世界の人々から信頼される真のグローバル企業として、
持続可能な地球環境を守り、食と健康を通じてよりよい社会の実現に貢献しています。

2020年のCSR達成像	CSR総合戦略テーマ	詳細報告ページ
達成像 1 食 食品事業のグローバル展開により、世界各地の食文化に根ざした新製品の開発・普及を進めるとともに、日本発の世界企業として日本の食の持つ特性を活かしながら、世界の人々の安心で豊かな食生活に貢献している	<ul style="list-style-type: none"> ● 食の安全を確保し、社会のモデルとなるバリューチェーンの構築 ● 流通事業者、消費者との情報共有 ● うま味の理解促進と、グルタミン酸の栄養・生理学的新知見の普及 	P.19-20
達成像 2 健康・医薬 アミノ酸のリーディングカンパニーとして、その独自技術のさらなる深化と拡充を通じて新しい価値を創造し、世界中の人々の生命・健康に貢献している	<ul style="list-style-type: none"> ● アミノ酸の栄養価値を活かし、開発途上国における栄養失調の改善を促進 ● 飼料用アミノ酸の環境貢献効果の積極的な普及促進 	P.21-22
達成像 3 食資源・環境 安全で持続可能な食資源の確保のため、農・畜産・水産業への支援を行うとともに、枯渇資源・エネルギーの使用や廃棄物の発生を極小化する循環型ビジネスモデルの確立により、持続可能な地球環境の維持に貢献している	<ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能な原材料調達に向けた農畜水産業との連携・支援 ● 温室効果ガス削減の推進 ● カーボンフットプリントの実態把握と提言 ● 食に関するエコロジーの理解促進 	P.23-24
達成像 4 人材育成 国籍・人種・性別・宗教・文化等の違いを越えて個人の特性・能力を活かした人材の活用を図り、世界から必要とされる優れた人材の育成を通じて、より良い社会づくりに貢献している	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバル人材の育成・登用 ● ワーク・ライフ・バランスの向上 ● 新しい企業像の共有化 	P.25-26
達成像 5 パートナーシップ・コミュニケーション 「Ajinomoto Group Principles」の下、誠実な企業市民として、企業活動に関するさまざまな情報をすべてのステークホルダーに積極的に公開し、対話を通して公正・公平でオープンなパートナーシップを構築し、健全で活力ある社会づくりに貢献している	<ul style="list-style-type: none"> ● 「グローバル健康貢献企業」としての社会貢献の実践 ● CSRコミュニケーションの実現 ● 常に社会の目で評価し、社会との切磋琢磨を図る 	P.27-28

CSR 総合戦略テーマの目標・進捗

テーマ 食の安全を確保し、社会のモデルとなるバリューチェーンの構築

具体的内容

- ①
 - 製造委託先、原料サプライヤー管理レベルの向上
 - ASQUA 要求項目の改訂による品質保証レベルの向上
 - フードディフェンス要求項目の策定
 - CSR 視点 (社会・環境) の要請項目策定
- ② グローバル品質監査体制の構築と監査要員の養成

目標・到達イメージ

当社の製造委託先や原材料サプライヤーとの信頼関係構築と、品質・環境などの CSR コミュニケーション強化によるトレーサビリティの確保を通して信頼される企業ブランドを確立する

進捗

2008 → 2009 → 2010

- 2008
 - ② ASEAN 地区・中国におけるグローバル品質監査体制構築と監査要員教育
- 2009
 - ① ASQUA 改訂、フードディフェンスガイドラインの策定とグループ内運用開始、CSR 要請項目の策定とコミュニケーションの実施
 - ② ASEAN 地区・中国での体制確立
- 2010
 - ② アジア以外の地域への拡大

検討課題

- ① 原材料サプライヤー選定・管理ガイドラインの更新、フードディフェンスガイドラインのサプライヤー展開、CSR 要請項目の監査体制の検討
- ② 展開エリアの拡大

テーマ 流通事業者、消費者との情報共有

具体的内容

製品パッケージ、Web 品質情報の見直しとコミュニケーションの強化 (対象品目：一般消費者向け製品 (食品))

目標・到達イメージ

流通・消費者への食の安全を守る活動の的確な情報共有を通じて商品・企業への理解を促進する

進捗

2008 → 2009 → 2010

- 2008
 - 製造工場、主な原料産地をパッケージ・Web で紹介
 - 一般消費者向け製品の品質情報提供ガイドライン作成
- 2009
 - ガイドラインの運用、グループの品質情報の共有を目的とした連絡会を発足
- 2010
 - ホームページの品質情報コンテンツのさらなる充実

検討課題 グループ企業全体での品質情報提供の推進

テーマ うま味の理解促進と、グルタミン酸の栄養・生理学的新知見の普及

具体的内容

- ① 日本：味覚教室の徹底推進
- ② グローバル：地域に合ったうま味ストーリーづくり
グルタミン酸の栄養・生理学的新知見の普及

目標・到達イメージ

- 各国でのうま味の理解
- グルタミン酸の栄養・生理学的な新知見の理解

進捗

2008 → 2009 → 2010

- 2008
 - ① 味覚教室の立ち上げ
 - ② 各国でローカルうま味ストーリーを使った、従業員勉強会実施、料理家などへの情報発信
- 2009
 - ② うま味ストーリーを使ったうま味広報活動、栄養士・医師などへのグルタミン酸の栄養・生理学的な新知見情報発信
- 2010
 - ② うま味ストーリーを使ったうま味広報活動、グルタミン酸の栄養・生理学的な新知見情報発信

2009 ~ 2010

- ① 味覚教室講師を味の素 (株) 全従業員へ拡大

検討課題 グルタミン酸の栄養・生理学的役割に関する知見を世界の人々の健康、QOL 向上、栄養改善などに応用

web 詳細はこちら 企業情報 > CSRへの取り組み > 達成像1：食

味の素グループの品質保証体制 / 食品添加物、GMOの活用・表示について /

Highlight 01 より安全な製品をお届けするために、グローバルでの品質管理体制を強化

品質保証レベル向上のための従業員教育

取引先様とのリレーション / 原材料価格高騰の影響について / 「グループ調達センター」発足 / 取引先様との信頼関係の構築 / 公正な取引の実現 / 取引先様との協働による品質保証活動

Highlight 02 グローバルでのうま味普及活動 / おいしいの秘密を知る—味覚教室—

お客様相談センターの活動 / 2008年度の主な取り組み / 2008年度のお問い合わせ内容 / 「お客様相談センター体験実習」を実施

おいしいに感謝する—食のガーデン— / おいしいが作られる現場を知る—工場見学— / おいしいを伝える—ビギナースクッキングスクール— / おいしいを広げる—営業売場からの食育活動 / おいしいを支える—「レシピ大百科」— / さらに広がる食育プログラム / 第15回国際栄養士会議に参加

web 関連情報は こちら



品質保証への取り組み

A

<http://www.ajinomoto.co.jp/company/anzen/>



味の素冷凍食品 (株)

B

<http://www.ffa.ajinomoto.com/>



Do you know umami?

C

<http://www.ajinomoto.co.jp/umami/>

Highlight 01 より安全な製品をお届けするために、グローバルでの品質管理体制を強化

2008年1月に発生した中国の天洋食品事件を受け、海外産の農水畜産加工品を多く使用する冷凍食品分野で、(1) サプライヤーならびに原料の管理強化 (2) フードディフェンス (犯罪やいたずらなど、食品への意図的な汚染防止) を組み入れたプロセス管理のさらなる強化 (3) お客様との情報共有の観点で活動を強化しました。

味の素冷凍食品(株)では、品質監査をさらに強化するため、7月に「原料監査部」を新たに設置し、中国産原料を扱う国内外のサプライヤーに対して、フードディフェンス項目を追加した監査を実施しています。2008年度には97社に対して監査を行い、今後は結果を基に改善を進めていきます。また残留農薬などの検査強化に向けて、使用されたもの以外の多様な薬剤を収穫時・輸入時・輸入後に検査できるよう、体制強化を図っています。さらに、パッケージやWebでの原料原産地に関する情報発信を充実させました。

味の素グループ各社は、これらの取り組みを他の食品にも広げるため、並行して品質保証会議の下にグループ横断プロジェクトを編成して各種基準の整備などを行い、原料サプライヤー管理体制強化を進めています。



ASEAN 地域の法人の品質保証担当者を対象としたアスカスクール



中国の各法人の品質保証担当者を対象としたアスカスクール

関連 [web](#) [A](#) [B](#)

Highlight 02 グローバルでのうま味普及活動

2005年から、各国で地域に合ったうま味ストーリーを作成し、うま味普及活動を進めています。現地の方にうま味が身近な食べ物の中にあることを実感し、理解していただくための取り組みです。料理関係者向けのうま味シンポジウム、学校での講演会など、さまざまな活動により、各国でうま味がメディアで取り上げられる機会も増え、世界的にもうま味への関心が高まっています。

東京帝国大学(現東京大学)の池田菊苗博士が、「滋養のある粗食を美味しくすることで栄養改善に貢献したい」との強い志から研究に取り組み、うま味を発見して100年が経ちました。その物語は、フィリピンでは子ども向けのポップなマンガになり、ベトナムでは広報担当者による劇になりました。池田菊苗博士のドキュメンタリードラマ「AMBITION」も各国で紹介されていますが、今年ドイツで開かれた「2009 World Media Festival」ではEducation部門の最高賞を受賞しました。

味の素(株)の研究所では、健康維持やQOL向上、栄養

改善などの視点からグルタミン酸の役割を研究しています。今後は、グルタミン酸の栄養・生理学的な新知見の普及にも取り組みます。



ベトナム味の素社：身近な食材トマトが登場する劇でうま味を紹介



フィリピン味の素社：スーパーマーケットでのうま味プロモーション活動



味の素インテルアメリカーナ社：「umami tasting kit」を使った従業員勉強会

関連 [web](#) [C](#)

CSR 総合戦略テーマの目標・進捗

テーマ アミノ酸の栄養価値を活かし、開発途上国における栄養失調の改善を促進

具体的内容

- 開発途上国のタンパク不足地域・階層の人々が食べられるような、必須アミノ酸（リジン）強化食品を現地パートナー（ガーナ大学）と共同開発する
- 製造・販売を通じて栄養教育、技術教育、また経済の活性化を促進させる
- 現地の教育機関や NGO、国際機関などとの協力関係を構築する

目標・到達イメージ

- 開発途上国の栄養失調に苦しむ人々が、アミノ酸添加によるタンパク栄養改善を通じて元気になるようにサポートする
- サステナブルな事業を形成することを目指し、長期的に取り組む

進捗

2008

- リジンの必要性、効果効能データの取得
- ガーナの伝統的飲料を使ったリジン強化食品の試作

2009

- 安価・安全な食品添加用リジンの供給体制の構築
- NGO など外部とのアライアンス検討
- 事業化検討

2010

- 具体的プログラム開始

検討課題

- 既存サイエンスデータの検証と、さらなる実証試験の必要性
- 社会貢献から持続可能なビジネスモデルの構築

テーマ 飼料用アミノ酸の環境貢献効果の積極的な普及促進

具体的内容

- リジンなどの使用による畜産業の LC-CO₂ 削減
- 家畜の排泄物から発生する N₂O (CO₂ の 300 倍の温暖化係数) の削減

目標・到達イメージ

飼料用アミノ酸の環境貢献効果を数値化し、特長的効果・効能を訴求、事業を通じた貢献の実現

進捗

2008 ~ 2010

- さまざまな機会を通じ、飼料用アミノ酸の栄養・環境側面での効果の普及
- 外部機関との連携による N₂O 削減効果検証

検討課題

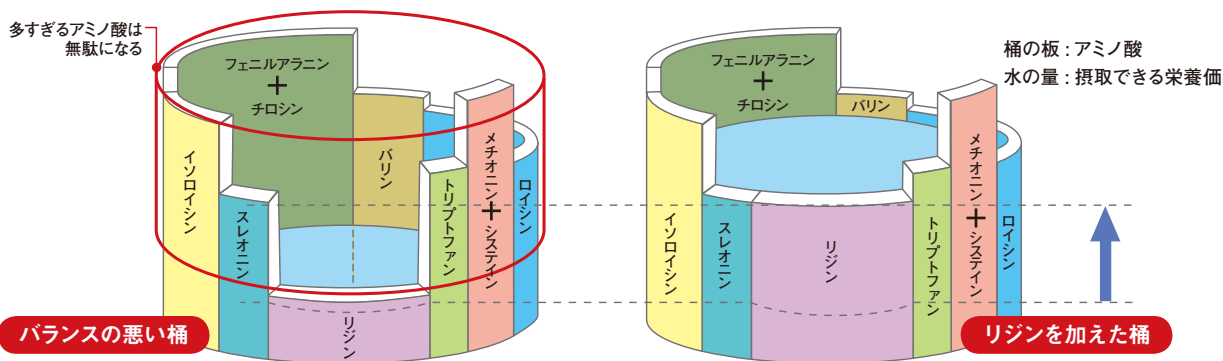
- 外部機関の検証結果を活用した飼料用アミノ酸の ON/OFF (= 添加・無添加) 効果の普及方法
- 農林水産省、環境省、経済産業省へのアミノ酸を通じた環境負荷低減効果の提言

「桶の理論」に基づく、理想的なアミノ酸のバランス

▶▶ リジンとは？

代表的な必須アミノ酸で、小麦粉やトウモロコシにタンパク源を依存することが多い開発途上国では不足しがち。アミノ酸はどんなに多く摂取しても、含まれる量が他より少ないアミノ酸があると、その量までしか体内で利用できない

しくみ（アミノ酸の「桶の理論」）になっています。そのため日常食や飼料に「リジン」を加えると、より多くのアミノ酸を利用できるようになり、人も家畜も栄養状態が改善されます。



web 詳細はこちら 企業情報 > CSRへの取り組み > 達成像2：健康・医薬

Highlight 01 ▶▶ アミノ酸を活用した開発途上国の栄養改善活動

畜産業とのかかわり/環境負荷低減型畜産の実現と食資源確保への貢献/土地の有効活用への貢献/

Highlight 02 ▶▶ 飼料用アミノ酸による地球温暖化防止への貢献

医薬事業と難病の出会い/ユニバーサルデザインフードへの取り組み

中国の糖尿病患者さんのQOL向上に、低カロリー甘味料で貢献/カルピス(株)健康とおいさを伝える『理科実験教室』を実施

web 関連情報は こちら



アミノ酸大百科

<http://www.ajinomoto.co.jp/kfb/amino/>



味の素(株) 医薬カンパニー

<http://www.ajinomoto.co.jp/iyaku/>

Highlight 01 **アミノ酸を活用した
開発途上国の栄養改善活動**

人類と地球にとって不可欠な存在であるアミノ酸ですが、本当に必要な人に行きわたっているとは言い切れません。世界で栄養失調に苦しむ人々は約10億人いると言われ、この解決は国際社会の大きな課題の一つです。

味の素グループは、過去10年以上にわたってパキスタン、中国、シリアなどの開発途上国・地域で必須アミノ酸「リジン」を用いて栄養改善のフィールドスタディを実施し、わずかな量のリジンを日常食とともに摂取することで、栄養失調の症状が改善することを実証してきました。創業100周年を迎える今年は、「スタディ」から「実践」へとステップを進めます。毎日の食事の中で「リジン」を摂取できれば栄養状態が改善され「事業を通じたCSR」が実現できますが、それには多くのハードルがあります。

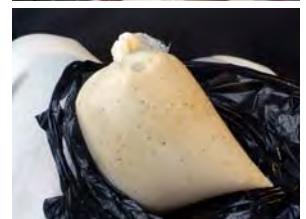
- 現地の人々の食生活に合うおいしいものであること
- 困っている人々にきちんと届くこと
- 健康増進に加え、現地の人々が経済的に豊かになるきっかけになること
- 続けられるものにする

これらの条件をクリアすることは至難の業ですが、味の素グループには実現を可能にする幅広い事業や技術の蓄積

があります。特に最後の条件を満たすしくみを構築するため、2007年より「スタディ」を開始した西アフリカのガーナで、現地のガーナ大学とともに取り組んでいます。ガーナで成功例を作ることができれば、今後の国際的支援・協力事業のモデルケースになります。この活動を通じて、国連ミレニアム開発目標(MDGs)※の達成に貢献することを、国際社会の一員として、また従業員の誇りとして推進していきます。



トウモロコシを発酵させたガーナの伝統食品「ケンキー」を作る女性



「ケンキー」に水などを混ぜた飲料、「ケンキードリンク」も大衆に人気。ストローをさして飲む

※ 国連ミレニアム開発目標(MDGs)：2000年の国連ミレニアム・サミットにおいて、21世紀の国際社会の方向性として採択された「平和と安全」「開発と貧困」「環境」など8つの課題に関する開発目標



Highlight 02 **飼料用アミノ酸による
地球温暖化防止への貢献**

畜産由来の主要な温室効果ガスである亜酸化窒素(N₂O)の削減に飼料用アミノ酸が有効であることが示唆されていますが、その実証試験が日本国内の研究機関と共同で進められています。N₂OはCO₂やメタンに次ぐ温室効果ガスであり、CO₂の約300倍の影響力があることから、わずかな増加が大きな温室効果をもたらす恐れがあります。

今年度は2年計画の2年目で、家畜排泄物処理工程でのN₂O削減効果の定量を目指しており、研究成果が待たれるところです。また欧米でも畜産由来のN₂Oへの注目は高まっており、畜産物のカーボンフットプリント※¹を算出しようと試みている研究者も現れてきています。味の素グループはそういった研究者たちとの情報交換も積極的に行っています。このような科学的裏づけを基に飼料用アミノ酸の新しい価値を世界的に認知させ、この技術のさらなる普及を目指していきます。



家畜の飼料となるトウモロコシ(左)、大豆かす(右)。これらに飼料用アミノ酸を混ぜて与える

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



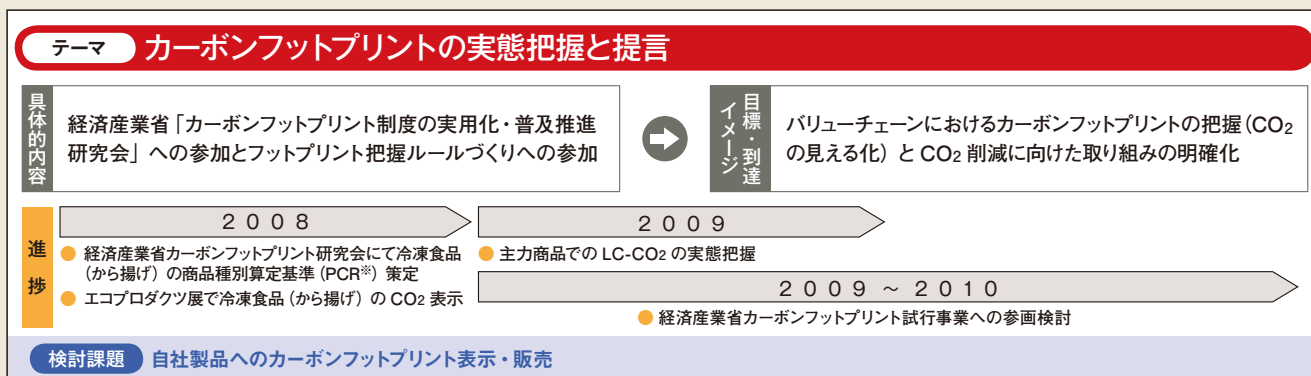
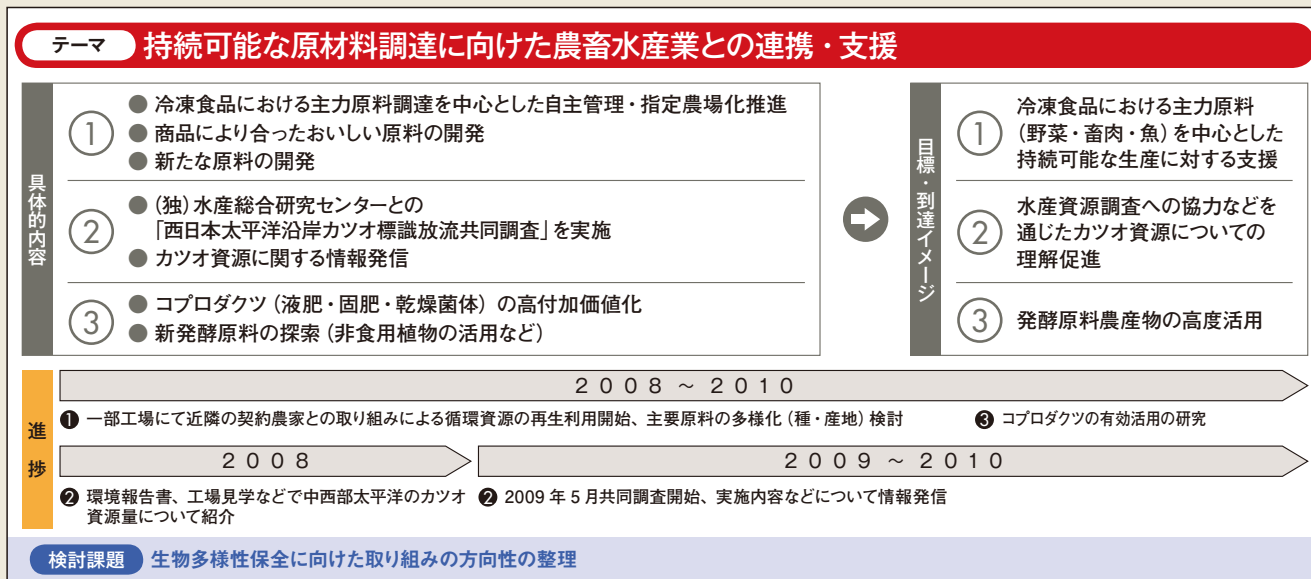
トリプトファン

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

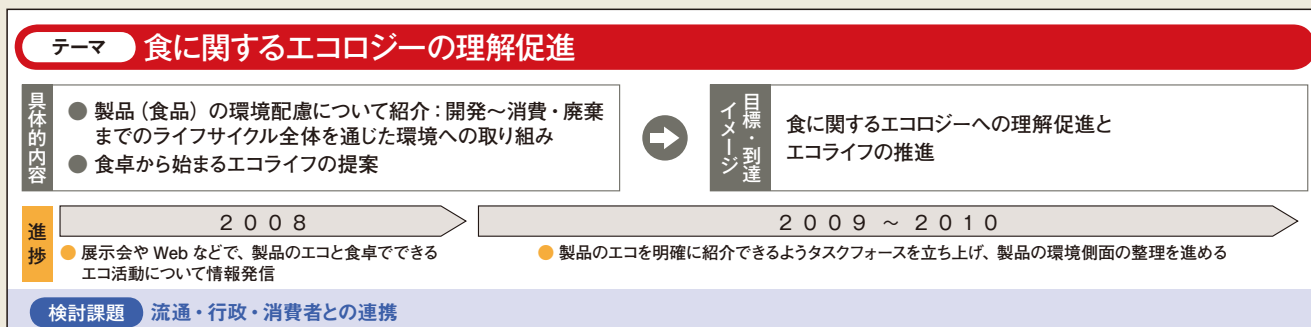
※¹ カーボンフットプリント：生産から廃棄までを通したライフサイクル・アセスメントの観点から、製品を提供する際に発生した温室効果ガス総排出量



CSR 総合戦略テーマの目標・進捗



※ PCR: Product Category Rule





味の素グループ 環境報告書2009

味の素グループの環境への取り組みや考え方、2008年度の実績をまとめています (2009年9月発行予定)



環境への取り組み

<http://www.ajinomoto.co.jp/company/kankyo/>

2008年度の活動ハイライト



カツオ資源調査に協力

味の素(株)の主力製品である「ほんだし®」の原料となるカツオの多くは、太平洋の赤道付近で獲れたもの。現在この海域のカツオ資源量は豊富で安定した状況を保っていますが、いつまでも安心してかつおだしを味わっていたくために、カツオ資源の利用状況と、それを育む環境を注視し続けていくことが大切だと考えています。

その第一歩として、味の素(株)では2009年4月、(独)水産総合研究センター 遠洋水産研究所とともに、西日本太平洋沿岸のカツオ資源調査を開始しました。標識放流調査という方法で、2010年3月までかけて、回遊経路や来遊資源量の変化について解析します。

「平成21年度西日本太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」概要

西日本太平洋沿岸へのカツオ来遊上流域にあたる奄美諸島周辺海域にて、一本釣りで得られたカツオに標識を装着し、放流。放流後、標識の付いたカツオが再捕された場所・時期などの情報から、回遊経路や、一定条件の下での移動速度などが推測可能。1,000尾に及ぶカツオの標識放流は、黒潮流路沿いカツオ回遊経路の途上から西日本太平洋沿岸への来遊群を対象としたものでは最大規模。この調査を通じて、西日本太平洋沿岸での回遊実態が明らかとなり、近年の同海域における曳縄・小型一本釣り漁法による漁獲量減少の原因究明に寄与することが期待されます。

場所：奄美大島周辺海域 放流数：1,000尾

時期：2009年4月～2010年3月

(標識放流：2009年5月、回収：～12月、

結果分析：～2010年3月)



一本釣りで次々とカツオを釣り上げる



細い棒状の標識を一尾ずつ装着



もみ殻を燃料として活かし、海外工場からのCO₂排出量を削減

味の素グループが排出するCO₂(2008年度：238万トン)のうち、全体の約78%は海外工場が占めています。特に事業成長が見込まれる、東南アジアや南米でのCO₂排出量増加抑制は重要な課題です。そこで味の素グループでは、2009年3月よりタイ味の素社のカンペンペット工場にて、重油などの化石燃料の代わりにもみ殻をバイオマス燃料*1として使用する、バイオマスボイラーが稼働しています。これによって、味の素グループが1年間に排出するCO₂の4%(約10万トン)を削減します。

もみ殻は工場周辺の米作農家から購入します。1機あたり、1時間に14.5トンの蒸気を供給できる4機のバイオマスボイラーでもみ殻をエネルギーに変え、うま味調味料「味の素®」などを製造します。使用後に出るかすの再利用も行い、うち一部は肥料としての活用を検討しています。このバイオマスボイラーのしくみを、従来からのバイオサイクル*2に組み込むことで、地域資源循環型のアミノ酸発酵製造モデルが実現しました。(図1)

味の素グループでは、本件をCDM*3プロジェクトとして日本政府とタイ政府に申請し、それぞれ承認を得ました。今後は上部機関である国際連合の理事会に申請予定です。

植物資源の豊富なブラジルやベトナムでも、現地に適したバイオマス燃料への転換を検討していきます。



もみ殻

32棟のサイロで、1カ月あたり約1万トンのもみ殻を貯蔵。タイは世界第6位の米生産国で、カンペンペットはその穀倉地帯。日々大量に発生するもみ殻を活かすことで、廃棄物削減にも貢献

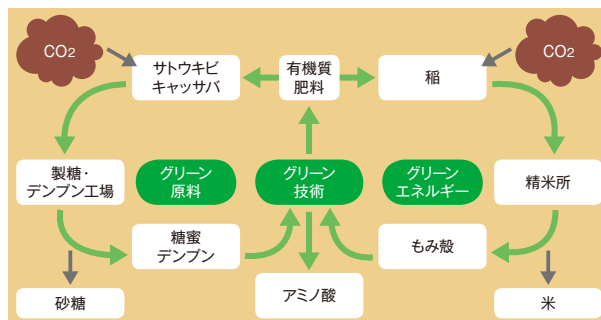


図1：地域資源循環型のアミノ酸発酵製造モデル

*1 バイオマス燃料：再生可能な生物由来の有機性エネルギーや資源(化石燃料を除く)。植物は成長過程でCO₂を吸収するため、燃やしてもCO₂排出量はゼロ(カーボンニュートラル)とみなすことができる

*2 バイオサイクル：発酵法を使って農作物からアミノ酸を取り出したあとに残る、栄養豊富な液体を有機質肥料として畑に戻し、資源を循環させるしくみ

*3 CDM：Clean Development Mechanism(クリーン開発メカニズム)。先進国が開発途上国で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。京都議定書に規定されている

達成像 4 人材育成

CSR 総合戦略テーマの目標・進捗

テーマ グローバル人材の育成・登用

具体的内容 グローバル基幹人材育成のしくみの検討・構築により、一人ひとりの個性を最大限に引き出す

イメージ・到達目標 世界中で働く味の素グループ従業員が、自分に適したキャリア目標を持ち、多様な価値観を認め合いながら、味の素グループビジョンに向かって生き生きと働いている姿

進捗

- 2008
 - 従業員意識調査の実施による課題の優先順位づけ
 - グローバル研修の拡充
 - グローバル基幹ポジションの職務評価による基幹ポストの可視化
- 2009
 - グローバル基幹人材のデータベースの整備
 - グローバル基幹人材のキャリア開発のしくみ構築
- 2010
 - グローバル基幹人材のキャリア開発のしくみの運用開始
 - リージョナル基幹人材のキャリア開発のしくみへの展開検討

検討課題 国内グループ会社への展開

テーマ ワーク・ライフ・バランスの向上

具体的内容 ワーク・ライフ・バランス実現に向けた働き方の提案

イメージ・到達目標 味の素グループ従業員の一人ひとりの成長と、企業の継続的な発展を通じて、豊かで実りある人生の実現と社会の繁栄に貢献する

進捗

- 2008
 - 国内(単体)：組織文化診断の実施
 - 海外(グループ)：マネージャーへの意識調査
 - 「味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン」の策定
- 2009
 - 「味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン」の浸透
- 2009 ~ 2010
 - ビジョン実現のための、定量・定性目標に向けた具体的な取り組みの推進

検討課題 国内グループ会社への展開

テーマ 新しい企業像の共有化

具体的内容 グループ従業員が新しい企業像に込められた想いを理解し、共有する

イメージ・到達目標 味の素グループ一体となって、お客様に役立つ独自の価値を創造し続ける「グローバル健康貢献企業グループ」を目指す

進捗

- 2008
 - 新しい企業像(理念、Way、ビジョン)の策定・施行
- 2009
 - 人権規範の明文化を含む企業行動規範の改定
- 2009 ~ 2010
 - 新しい企業像の浸透

検討課題 グローバルコンパクトへの署名



詳細はこちら

企業情報 > CSRへの取り組み > 達成像4：人材育成

Highlight 01 地球規模での人材の育成・登用に向け、「グローバル人事プラットフォーム」を構築

人材教育制度 / 発明保証制度

Highlight 02 「味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン」の策定

働きやすい職場づくり/ヘルスケアへの取り組み

安全な職場づくり/2009年度 防災安全衛生活動目標/グループ共通の安全スローガン作成 / 安否確認訓練の実施

すべての人を公平に雇用/シニア人材雇用制度 / 障がい者雇用の拡大

人事に関する考え方/人事・労務に関するデータ一覧

労使関係/人権への取り組み



関連情報は こちら



人事理念



<http://www.ajinomoto.co.jp/company/agp/personnel/>



採用情報

<http://www.ajinomoto.co.jp/recruit/fresh/>

Highlight 01 地球規模での人材の育成・登用に向け、「グローバル人事プラットフォーム」を構築

味の素グループでは、グループ全体の人材力の強化が、これからの100年の成功の礎だとの考え方に立ち、地球規模で人材を育成し登用するしくみづくりに取り組んでいます。目指すのは、グループの全従業員が、国や法人の枠組みを超えて、自分に適したキャリア目標とグループ・ビジョンに向かって前向きに仕事に取り組んでいる姿です。

その実現のため、2008年度は(1)従業員意識調査による実態把握を行った結果、(2)キャリア開発支援と有望人材の育成・登用を優先課題とし、その課題解決のための情報基盤として、(3)海外グループ企業の主要役職に求められる職責を統一基準で評価し、人材と役職のデータベース化に着手しました。あわせて、グループ経営の中核となる人材を継続的に育成することを目指し、(4)新任経営人材向け研修GGLS※1に加え、将来のリーダー候補の母集団

拡大のために、AGFLS※2とAGLS※3という二つの研修を新たに実施しました。計15カ国26法人から74人が味の素グループ研修センターに集い、グループの未来のために真剣な議論を交わしました。

※1 GGLS: Global & Group Leader Seminar (2007年度より継続実施)
 ※2 AGFLS: Ajinomoto Global Future Leader Seminar
 ※3 AGLS: Ajinomoto Group Leader Seminar



AGFLS ではロールプレイングなどを実施



Highlight 02 「味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン」の策定

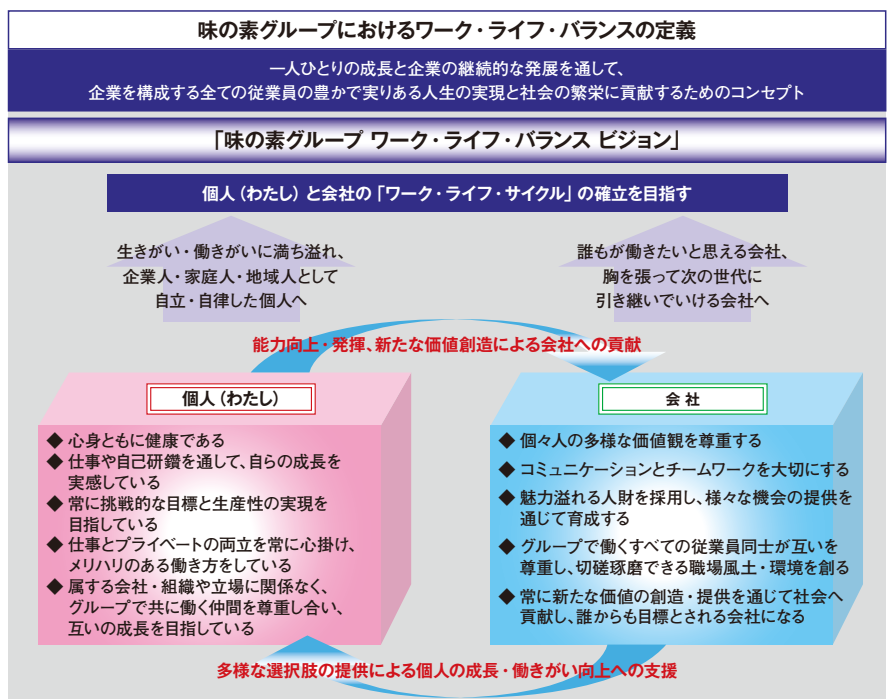
味の素(株)では、2008年7月に労使共同体制による「ワーク・ライフ・バランス向上プロジェクト」を発足しました。このプロジェクトでは、すべての従業員の実りある人生の実現と社会の繁栄に貢献することを目指して「味の素グループワーク・ライフ・バランス ビジョン」を策定し、現在、グループ各社への浸透を図っています。

また、施策の一環として、味の素(株)で働く全従業員を対象とした「組織文化診断(従業員の意識、組織風土に関する調査)」を実施しました。その結果、会社への愛着の強さや、人を大切にする風土への前向きな評価が確認された一方で、一部の事業の将来性に対する不安なども出され、今後グループとして取り組むべき課題が明らかとなりました。この調査は今後も2年ごとに実施し、従業員の意識や組織風土の変化を的確に把握していきます。

「味の素グループ ワーク・ライフ・バランス ビジョン」の実現を目指して、従業員・会社双方が成長・発展するための具体的な取り組みを今後も継続していきます。



「ワーク・ライフ・バランス向上プロジェクト」でのディスカッション



達成像 5 パートナーシップ・コミュニケーション

CSR 総合戦略 テーマの目標・進捗

テーマ 「グローバル健康貢献企業」としての社会貢献の実践

具体的内容	① 味の素グループが連携し、現地ニーズをしっかりと把握したより効果的な栄養改善活動の推進	目標・到達イメージ	① AIN 活動を通じて、「食・栄養」の重要性を社内外に浸透させ、MDGs 達成に貢献する
	② コペラシー（農民協働組合）の自立的運営・維持を目指し、コミュニティの自立発展を実現		② グローバル食品企業として食資源保護活動を推進し、地球環境に貢献する
進捗	2008	2009	2010
	① 現地法人との連携強化 ② コペラシーの円滑な立ち上げ	① 現地法人と連動した地域への貢献 ② コペラシーの自立的運営の支援	① 一部現地法人で活動の現地化
検討課題	ステークホルダーの理解・共感を高める		

テーマ CSRコミュニケーションの実現

具体的内容	● 「味の素スタジアム感謝デー」「エコプロダクツ展」「ウォーク & ランフェスタ」などのイベント・展示会や、工場見学を通じて、取り組み全体を発信する	目標・到達イメージ	さまざまな機会でのコミュニケーションを通じ、企業活動への理解を促進する
	● 企業活動を環境、品質などのテーマで分け、消費者啓発の視点でわかりやすく発信する（新聞やテレビでの企業広告、講演会、ホームページ、食育活動など）		
進捗	2008 ~ 2010		
	● グループ会社の参加拡大 ● ターゲット、テーマに即したコンテンツづくり		
検討課題	グローバルに発信できるコンテンツの整理		

テーマ 常に社会の目で評価し、社会との切磋琢磨を図る

具体的内容	NGO/NPO、有識者との定期的な対話を通じて、社会からの声を受け入れるしくみづくり	目標・到達イメージ	ステークホルダー・ダイアログを通じ、社会の声を企業活動に活かす
進捗	2008	2009 ~ 2010	
	● 総合ダイアログ（CSR 活動にご意見をいただく会）の開催（詳しくは p.16-17）	● 総合ダイアログの開催（1回/年） ● テーマ別ダイアログを順次開催	
検討課題	ステークホルダー・ダイアログのグループ会社への展開		

web 詳細はこちら [企業情報 > CSRへの取り組み > 達成像5：パートナーシップ・コミュニケーション](#)

食資源保護活動—キャッサバプロジェクト/活動プロセス/2008年度の活動報告

Highlight 01 ▶ **栄養改善活動（AINプログラム）が「企業フィナンソロビー大賞 特別賞」を受賞**

AINプログラム支援先/2008年度—2009年度支援先活動報告（マレーシア・インド・ペルー）

Highlight 02 ▶ **「味の素スタジアム感謝デー」を通じて食・健康・環境に関する情報を発信**

おいしいが作られる現場を知る—工場見学—/日本プロテイン（株）従業員の家族向けに「工場見学会」を実施/
「カルピス®」ひなまつりプレゼント

財団による取り組み/味の素食の文化センター/味の素奨学会/タイ財団/インドネシア財団/ブラジル財団/ペルー財団

従業員による社会貢献活動—「Smile Earth! あしたの地球市民活動」

web 関連情報は こちら



社会貢献活動 **A**

<http://www.ajinomoto.co.jp/company/kouken/>



カルピス（株）CSRの取り組み **B**

<http://www.calpis.co.jp/csr/>



味の素ゼネラルフーズ（株） **C**

<http://www.agf.co.jp/>

Highlight 01 栄養改善活動 (AIN※プログラム) が「企業フィランソロピー大賞 特別賞」を受賞

国連ミレニアム開発目標 (MDGs) への貢献を視野に入れ、開発途上国の人々の栄養改善を目的に、NGO/NPO、大学などが実施する国際協力プロジェクトへの支援を行っています。「食」にかかわる地域固有の自然、社会、文化などの環境に根ざした取り組みは住民自身が日常的に実践しやすいため持続性が高く、地域の活性化にもつながります。

活動を始めて10年目となる2008年度は「企業フィランソロピー大賞 特別賞『地球共生賞』」(主催：社団法人日本フィランソロピー協会)を受賞し、グローバル企業のCSRのあり方の模範として高い評価をいただきました。今後も、食と健康、そして、いのちのため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)

AINプログラム概要

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

支援地域：アジア、南米

支援件数：38件 / 12カ国 (1999年 - 2009年4月実績)

選考方法：国内外の非営利団体から公募し、外部有識者による審査、当社従業員による視察を経て決定



村での栄養セミナー (インド：アーシャ = アジアの農民と歩む会)



栄養給食を食べる子どもたち (インドネシア：ピーブルズ・ポープ・ジャパン)



企業フィランソロピー大賞授賞式

関連 [web](#) [A](#)

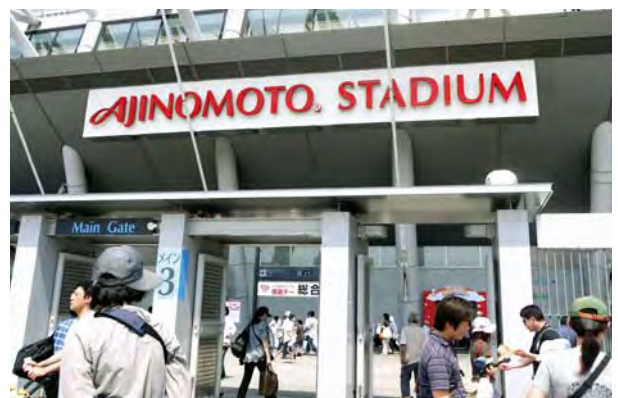
Highlight 02 「味の素スタジアム感謝デー」を通じて食・健康・環境に関する情報を発信

2003年3月、味の素グループは日本の公共施設として第1号となる、「味の素スタジアム」の命名権を取得しました。また2008年には、命名権5周年と契約更新を記念して、(株)東京スタジアムや地元3市(調布市、三鷹市、府中市)他と共同で「味の素スタジアム感謝デー」を開催し、以後年1回の開催を定例化し、毎回2万人を超える地域の皆様にスタジアムの魅力に接していただけるようになりました。

2008年の第1回「味の素スタジアム感謝デー」においては、味の素グループは「人も地球も健康に」をテーマに掲げ、味の素(株)、カルピス(株)、味の素ゼネラルフーズ(株)他との共同で、「健康的な食生活とからだづくり」の大切さを伝える「親子で体験できる食育授業」などのコーナーを提供しました。また同時に、そうした生活の基盤となる地球環境を保全するための、身近に取り組める「食卓からのエコアクション」を提案するなど、地球に優しい行動実施喚起を行いました。

2009年の第2回では「おいしさ、そして、いのちへ」をテーマに新しい体験教室企画を提供するなど、味の素グ

ループの企業活動を幅広く紹介しました。今後もさまざまな機会を通して、地域の皆様への情報発信に取り組んでいきます。



味の素ゼネラルフーズ(株)による食育授業「コーヒーができるまで」



カルピス(株)による食育授業「『カルピス®』のおいしさのヒミツ」

関連 [web](#) [B](#) [C](#)

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。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、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

監査部は、内部監査規程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、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

役員指名および報酬の透明性と客観性を高めるため、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と役員等報酬諮問委員会を設けて審議しています。

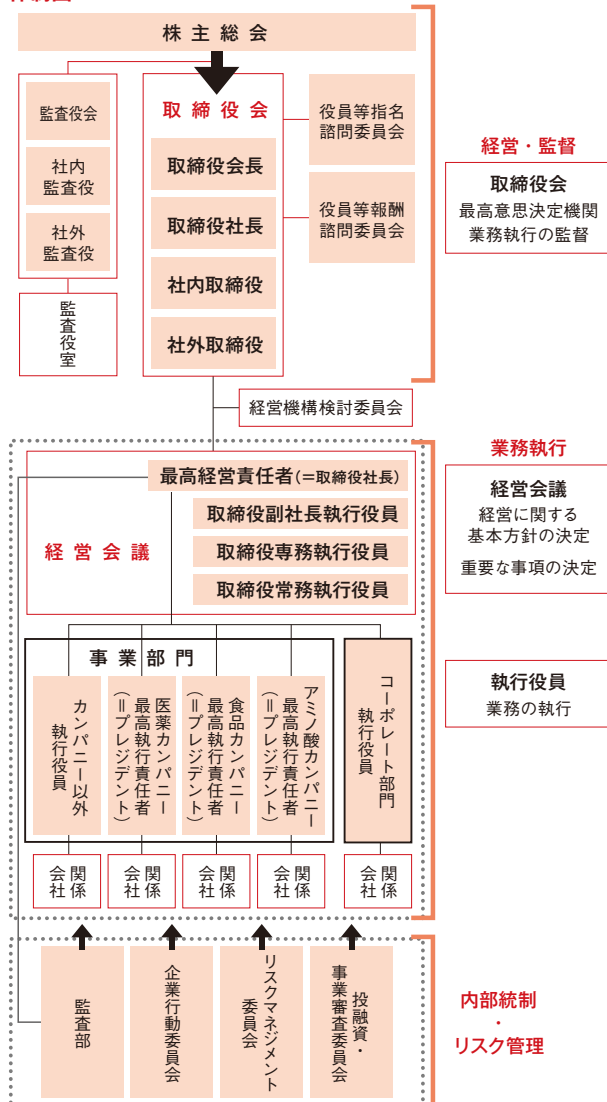


リスクマネジメント

味の素グループでは2002年度にリスクマネジメント委員会を設置し、JIS Q（日本工業規格の管理システム）に則ったリスクマネジメントを徹底しています。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も目的としています。

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）を策定しています。特に医薬関連などの、社会的責任が大きい商品や影響度が高いものは優先して検討し、情報や物流の確保など、その対処に必要な施策を計画的に進めています。

体制図



内部統制

2008年度より、金融商品取引法に基づく「財務報告に係る内部統制報告制度」が適用されています。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の評価・改善や、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、重要性の高いリスクに対する内部統制の整備状況を文書化し、必要な是正活動を行って、整備を進めてきました。

2008年度以降は、日常業務から独立した視点で、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うとともに、新日本有限責任監査法人の監査を受けています。この活動を通じ、内部統制の有効性を保持することで、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下、制度面（情報取り扱いルールの整備、社内教育の実施など）と、技術面（社内使用機器の制限、パソコンの操作記録取得、外部ネットワークとの接続監視など）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ています。

また、個人情報の管理については、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の人的側面も考慮し、対応しています。また、外部機関による情報システムの脆弱性調査および対策を定期的実施しています。今後も社会動向に応じた対策を継続的に実施し、皆様にご安心いただけるサービスの提供に努めていきます。

コンプライアンス体制

味の素グループは、2000年度に「味の素グループ行動規範」を制定しました。制定以来、教育・研修の充実やマニュアルの配布、社内イントラネットを使ったメッセージ発信などを通じて、行動規範や各種法令が遵守されるよう徹底しています。また、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。

2009年は、新しくなった「味の素グループ理念」「味の素グループWay」に合わせ、「味の素グループ行動規範」の改定を実施します（2009年1月1日より、新しいグループ理念などは施行しています）。この改定を機に、グループ全体への一層の浸透を図ります。



パソコン起動時に立ち上がる「AGP」に関する標語（週替わり）

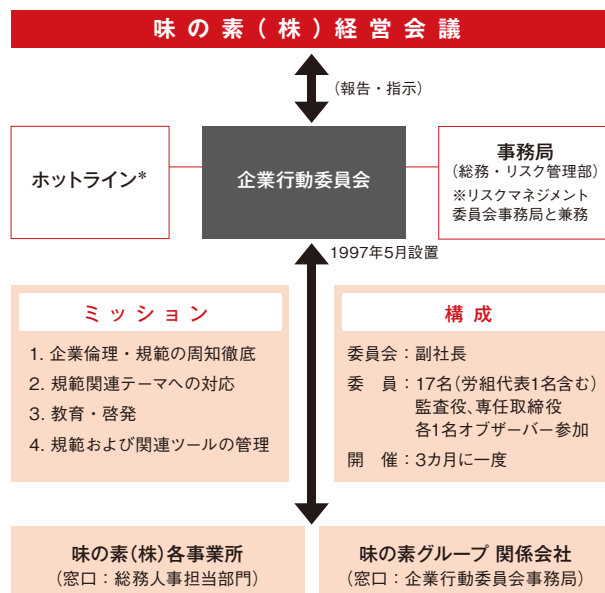


企業行動委員会

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ました。現在では主要なグループ各社にも企業行動委員会を設置し、遵法性はもちろん、良き企業市民としての倫理性的観点からの取り組みをグループ全体で行っています。「雇用多様化に伴う諸課題への対応」や「メンタルヘルス対策」などを取り上げています。

また、「ホットライン」を社内における公益通報の柱として、周知・活用の向上を図っています。

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）では、グローバル健康貢献企業を目指す研究開発において、法令や社内基準・規程の遵守と研究者への教育に努めています。環境や人々の健康に貢献するテーマを重点的に推進する中で、研究開発の計画段階から実験に用いる道具や材料、操作について法令上の確認をするとともに、あらかじめ設置された各種委員会（バイオセーフティー実験安全委員会や、食品などの人を対象とする試験審議委員会など）による審査を行っています。



人事・労務に関するデータ一覧

2009年3月31日現在

従業員数

	男性	女性	全体	臨時従業員
味の素(株)	2,708人	1,025人	3,733人	265人
国内グループ会社	5,950人	1,559人	7,509人	6,218人
海外グループ会社	10,696人	4,931人	15,627人	6,872人

地域別基幹職数

		男性	女性
日本	味の素(株)	924人	56人
	グループ会社	1,388人	35人
アジア		657人	339人
欧州(含むアフリカ)		209人	60人
米州		210人	40人

正社員の状況

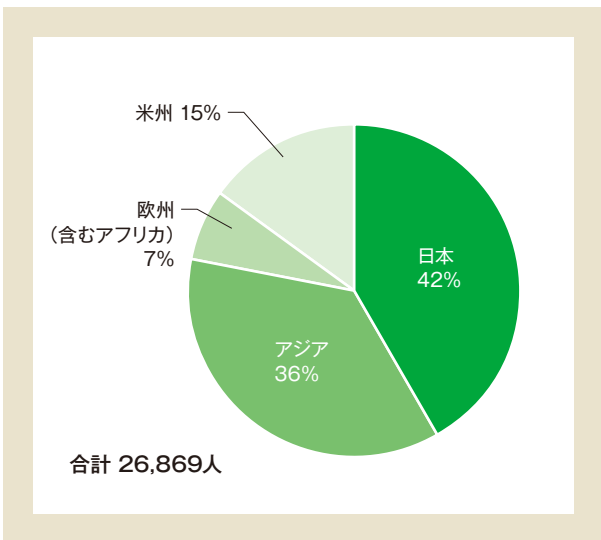
	平均年齢	平均勤続年数	総労働時間	有休消化率※	離職率
味の素(株)	39.5歳	16.3年	1999.5時間	13.5日(71.1%)	0.9%
海外グループ会社	33.6歳	7.4年	/	/	/

※有休消化率は基幹職含む

障がい者雇用数

	人数	比率
味の素(株)	79人	1.8%
国内グループ会社	167人	1.9%
海外グループ会社	128人	0.8%

味の素グループ 地域別人員構成



退職者数(再雇用者数)

	退職者数		再雇用※2
	定年	自己都合※1	
味の素(株)	46人	37人	28人
国内グループ会社	170人	185人	115人

※1 2008年4月～2009年3月自己都合退職者数(嘱託終了は含まず)

※2 2008年4月～2009年3月定年退職からの再雇用者数

味の素(株)は2007年7月に厚生労働省の定める次世代育成支援対策推進法に基づく認定マーク「くるみん」を取得しました。現在、2007年6月～2009年5月の行動計画に対する認定申請を行っています。



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 (2009年3月31日現在)
従業員数 単体3,733名 連結26,869名
 (2009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
 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

加工用うま味調味料
 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
 化成品

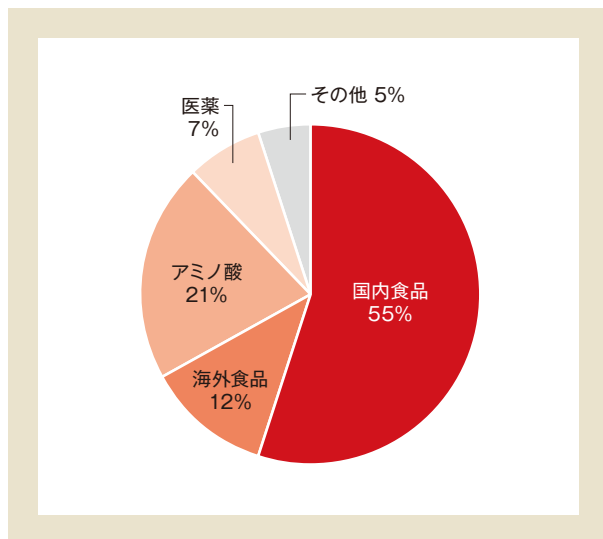
医薬事業

医薬・医療食

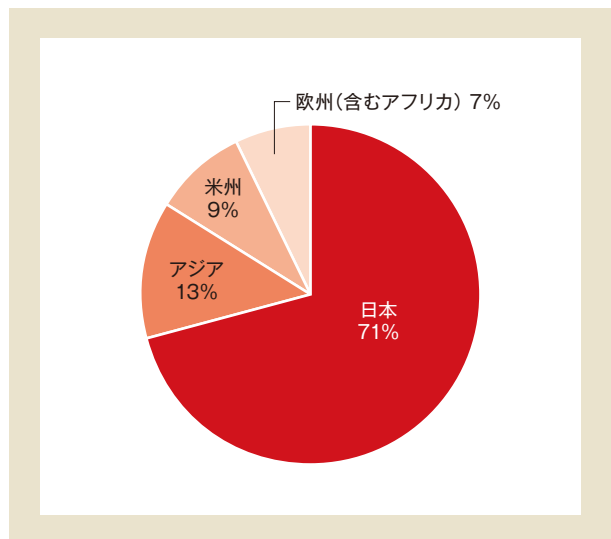
その他

包材
 物流
 各種サービス他

事業別売上高構成比

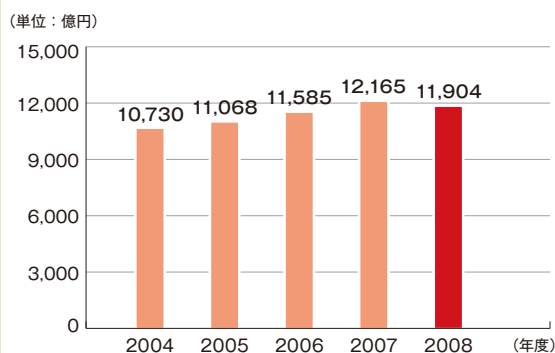


地域別売上高構成比

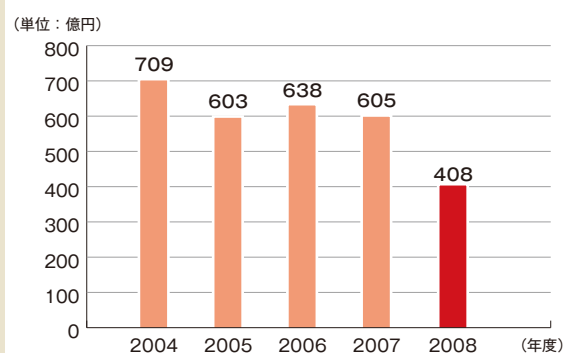


2008年度連結決算の概要

売上高



営業利益



第三者意見

株式会社日本総合研究所 主席研究員

足達 英一郎氏

1986年一橋大学経済学部卒業後、1990年株式会社日本総合研究所入社。経営戦略研究部、技術研究部を経て、現在ESGリサーチセンター長。主に企業の社会的責任の観点からの産業調査、企業評価を手がける。日本規格協会ISO/SR国内委員会委員。著書に『CSR経営とSRI』（共著・きんざい）、『地球温暖化で伸びるビジネス』（共著・東洋経済新報社）、『会社員のためのCSR入門』（共著・第一法規）など。



社会的責任投資のための企業情報の提供を金融機関に対して行っている立場から、昨年に引き続き、本書を通じて理解した味の素グループのCSR（企業の社会的責任）活動に関し、第三者意見を以下に提出します。

今年のトップ対談にある「日本人の粗末な食事をなんとか豊かにしたいと願った創業時こそ『日本の』でしたが、次の100年は、グローバルな貢献へとつなげていきたい」との発言に特に注目しました。御社グループには「安全、安心な食の提供」と並んで「途上国問題への感度の高さ」を重ねて期待申し上げます。現に、①栄養改善を行う非営利団体への支援（AINプログラム）の10年にわたる実績の他、②アミノ酸を活用し、自ら行う途上国の栄養改善事業、③コペラシー（農民協働組合）の支援といった取り組みまでを視野に入れている日本企業はほとんどありません。「国連ミレニアム開発目標の達成に貢献することを、国際社会の一員として、また従業員の誇りとして推進していきます」という一文には共感を覚えました。こうした高い理念を、なお一層グループ全体に浸透させてください。

そうした脈絡で、御社グループのCSRレポートでは、毎年、興味深い特集が印象的です。今年の特集では、途上国において「味の素®」がどのように受け入れられているのかが良く理解できました。また、「安全性を疑問視する研究や論文」の存在に言及し、それらに対する考え方を示された点も評価したいと考えます。

CSRの全体像については、5つの達成像から構成される「味の素グループCSRビジョン」は極めて明快だと判断しています。今年は、達成像各々を切り口として、2008年度の活動ハイライトや将来目標を明示された点を評価いたします。また、各々の活動を構想していく際、ステークホルダーの声を積極的に取り入れている点も評価します。

ここで、課題をさらに浮き彫りにするために、①企業の事業リスク低減のためのCSR活動、②企業の事業機会獲

得につながるCSR活動、③企業が必要とする「健全な社会」づくりに貢献するCSR活動の3つの観点から取り組みや目標を整理されることを提案したいと考えます。これにより、達成像1では、「うま味普及活動」と「品質管理」の異なる位置づけが明確になり、また達成像2における「リスク回避の取り組み」や達成像4における「将来のうま味の専門家を育む活動」など新たな重要テーマも見えてくるはずです。

達成像4については、グループ従業員の地域別人員構成で、すでに日本の割合が42%に過ぎないにもかかわらず、本書の記述で海外の事例が少ないことは残念です。例えば、海外グループ会社の障がい者雇用比率が、日本よりもさらに低い0.8%に過ぎないと報告されている点などは気がかりです。

冊子とWebの二つから本レポートを構成することのメリットは理解いたしますが、Web上の開示については、①パフォーマンスを示す指標や②取り組み全体の解説と2008年度に進捗があった活動の紹介の書き分けに課題が残ると感じました。

最後に環境側面についてですが、カツオ資源調査の取組に注目いたしました。事業活動が生じさせるネガティブなインパクトの可能性を直視し、その状況をモニタリングしていくという姿勢は、CSRの本質を捉えたものであると判断します。また、生物多様性保全に果たす企業の役割に対する期待も急速に高まっています。カツオ資源調査は、世界でも未だ十分な蓄積がなされていない分野ですが、今後も継続して、御社グループがイニシアチブを発揮されるよう期待申し上げます。

なお、このコメントは、本報告書が、一般に公正妥当と認められる環境報告書等の作成基準に準拠して正確に測定、算出され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結論を表明するものではありません。

第三者意見を受けて

マルチローカルな活動を通じて 地域の課題解決と健全な発展に貢献します

取締役 常務執行役員 岩本 保



今回のCSRレポートに関して全般的にかなり高い評価をいただき、これまで味の素グループが取り組んできたCSR活動を認めていただけたことをありがたく受け止めています。中でもグローバル貢献、特に「途上国支援への感度の高さ」へのご期待をいただいておりますが、味の素グループの活動フィールドには東南アジアや南米など途上国が多く、もともと途上国問題に対する関心が高かったことが、こうした取り組みの基にあるのではないのでしょうか。私自身も、タイ・ベトナム・ブラジルに通算して8年間赴任してきたことから、途上国への思いを強く持っています。これからも国や地域の食文化、生活習慣を大事にしながら、そこでビジネスをさせていただいている感謝の気持ちとして、地域の生活向上やさまざまな課題解決のために貢献していきたいと考えています。

一方で、レポートに海外での事例が少ないというご指摘ですが、確かに今回十分に紹介し切れていないところがあります。また障がい者雇用比率の問題などについても、改善の余地があると受け止めています。

実際にはタイをはじめ、計5カ国で6財団を作り、現地の教育や福祉活動への支援を行っていますし、海外現地法人の社長や取締役の多くにはすでに現地スタッフの方が就任しています。女性のマネジャー登用などむしろ日本より進んでいる面もあります。他にも現地で独自に取り組んでいる活動

は数多くあります。ご指摘のような3つの観点を取り入れながら、その整理を行っていきたいと考えます。

もちろん、CSRに関するグローバルなしくみの構築は必要ですが、国や地域によって法制度、文化や習慣、宗教の違いなどがあり、一律の基準を設けていくことが難しい面もあります。

味の素グループは現地の食文化を尊重し、商品や売り方、製造方法などあらゆる点で徹底的な現地化を進めてきました。CSRについても統一するところは統一し、それ以外の部分は現地に合わせていく「マルチローカル」で多様な展開があり得るのではないかと思います。それがグループとしての強さしなやかさにつながっていくのではと考えています。

カツオの資源調査は、その資源枯渇が企業の存続にも関わる重要な問題と認識しているからこそ取り組んでいます。21世紀の人類が直面する問題として、人口・食糧・環境の3つがあると思います。100周年を迎えた今年、アミノ酸のトップメーカーとして、その有用性をベースにしながら、それらの問題の解決に向けてグローバルに貢献していける企業になろうという観点から、事業領域の再整理に着手しました。味の素グループが進めるCSRも、これがベースになろうかと思っています。こうした活動をマルチローカルに展開することで、地域の健全な発展に向けリーダーシップを取っていただけるよう努力していきます。

第三者意見を依頼するにあたって

味の素グループでは毎回、第三者意見を有識者の方をお願いしています。昨年同様、足達様に寄稿いただきました。実際にお会いし、CSRレポートの編集コンセプトの他、報告内容の特集記事でうま味調味料「味の素®」をどういう観点で取り上げたのか、そして、戦略的にCSRを推進すべく新しく掲げた「CSR総合戦略」の内容を説明しました。また、CSRレポートは冊子とWebで構成されているため、あわせて見ていただきました。CSRレポートでの報告は年1回ですが、こうして第三者意見をいただくのはCSR推進状況をチェックする機会にもなります。いただいたご意見を参考に企業活動に活かしていきます。(CSRレポート編集担当者)



環境・財務に関する情報は
下記で詳しく報告しています。

財務情報について

web フィナンシャルレポート

味の素グループの事業概況、
財務諸表などの情報を報告しています
(web上のPDFでのみ公開)



<http://www.ajinomoto.co.jp/ir/financial.html>

web 株主通信

財務情報のほか、株主の皆様向けの
トピックスやご連絡事項を掲載しています



http://www.ajinomoto.co.jp/ir/biz_rep.html

環境への取り組みについて

web 味の素グループ 環境報告書2009

味の素グループの環境への取り組みや考え方を
まとめて報告しています
(中期的なエコビジネスモデルと重点課題、
2008年度の環境活動実績など)

2009年9月発行予定

[http://www.ajinomoto.co.jp/
company/kankyō/report/](http://www.ajinomoto.co.jp/company/kankyō/report/)

web 環境への取り組み

環境報告書でご紹介しきれない
さまざまな取り組みや、最新情報に
ついて掲載しています
(製品の環境情報、エコライフのヒントなど)



[http://www.ajinomoto.co.jp/
company/kankyō/](http://www.ajinomoto.co.jp/company/kankyō/)

あしたのもと
AJINOMOTO®

お問い合わせ先 味の素株式会社 CSR部

〒104-8315 東京都中央区京橋一丁目15番1号
TEL: 03-5250-8165 FAX: 03-5250-8314

E-mail: csr_info@ajinomoto.com

URL: <http://www.ajinomoto.co.jp/company/csr/>

本報告書記載記事の無断転載・複製を禁じます。 ©味の素株式会社2009



古紙のリサイクルに取り組むオフィス町内会と、森林の再生に取り組む岩手県岩泉町との連携により実現した「森の町内会—間伐に寄与した紙—」を使用しています



印刷工程では、有害廃液を出さない水なし印刷方式を採用



印刷用紙は、適切に管理された森林で生産されたことを示すFSC森林認証紙を使用



印刷インクは、大気汚染の原因となるVOC(揮発性有機化合物)の発生を減らすため、植物性的大豆油インキを使用

