

社会と価値を共創するASVを通じた味の素のSDGsへの貢献

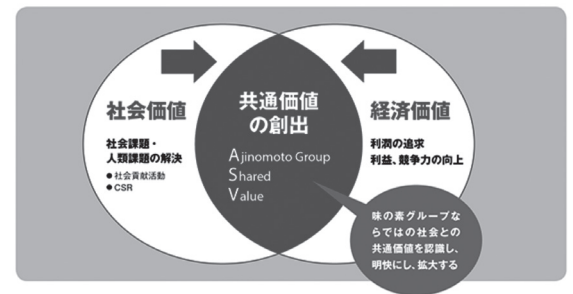
経営学者マイケル・ポーター氏が提唱したCSV (Creating Shared Value: 共有価値の創造) 経営は社会課題を解決することによって、社会価値と経済価値の両方を創造する次世代の経営モデルである。大手食品メーカー味の素が2014年にこのCSVにちなんで名付けたのがAjinomoto Group Shared Value、略してASVだ。ASVはまさしくSDGs達成のための経営戦略だという。そこでその内容と具体的取り組みを紹介する。

1. ASVによる企業価値向上

味の素グループは、「おいしく食べて健康づくり」という創業時からの志のもと、事業を通じた社会課題の解決に取り組んできた。そして、地域や社会とともに価値を創造することで経済価値を創出し、成長につなげている。この取り組みを「ASV」と呼び、社会価値、経済価値の重なるところを共

通価値と位置付け、社会の課題を解決しながら事業の拡大を目指すことを明確にしている。

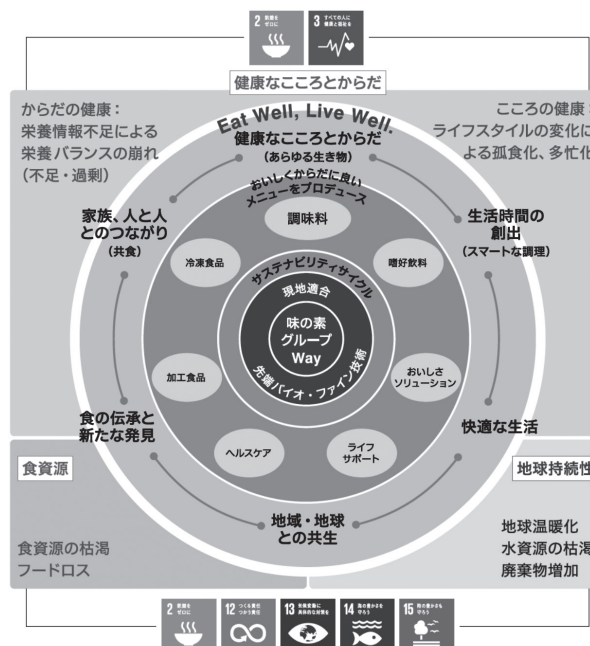
■図表1 ASVの進化・共通価値の創出



出典：味の素グループ サステナビリティレポート

具体的には「健康なところからだ」「食資源」「地球持続性」の3つの課題を事業を通じて解決していくことを宣言。その後、社会情勢や事業の動向を踏まえながら、3つの課題の中で注力すべきテーマを都度見直しながら活動を継続している。

■図表2 ASVを通じたSDGsの解決



ASVを通じた価値創造ストーリー

- 1 先端バイオ・ファイン技術とそこから生まれたおいしさ設計技術により、おいしくからだに良い食で、健康づくりに貢献します
- 2 食を通じて、家族や人と人がつながり、多様なライフスタイルを実現できる社会づくりに貢献します
- 3 モノづくりから消費の場面に至るまで、社会とお客様と共に地域・地球との共生に寄与します
- 4 グローバルトップクラスの多様な人材が、お客様起点で地域と価値を共創します

出典：味の素グループ サステナビリティデータブックレポート

さらに同社では ASV により得られた共通価値を SDGs の解決につなげており、その活動は国内のみならず世界中で多岐に渡っている。以下ではその具体例を紹介する。

2. 健康なところとからだ …ベトナム学校給食プロジェクト

味の素グループでは、世界各国の子どもの栄養課題の解決に積極的に取り組んでいる。それらの活動を行っている国のひとつが、ベトナムである。

ベトナムでは、小学校の給食は各学校の教員や調理スタッフに任されていて、学校給食法がなく、栄養バランスのガイドラインもないため、健全な発育に役立つ給食とは言えない状況であった。

ベトナム味の素社では、こうした課題を解決するため、日本の学校給食システムを応用した学校給食プロジェクトを開始した。

まずメニューブックや食育教材などの提供、そして給食運営と衛生管理を総合的に向上させるため、モデルキッチンを設置した。そして調理スタッフの知識がなくても栄養バランスのとれた献立を作成できるソフトウェアを開発・導入している。

同社では、ベトナム全土の営業拠点の担当者が小学校を訪ね、献立ソフトの活用方法や味の素グループ製品の給食への導入についての説明を行っている。今後は 2022 年度末までに、142 万 8 千人の小学生に栄養バランスのよい給食を提供することを目標としている。

3. 食資源…カツオ生態調査、「コプロ」を利用した高付加価値肥料

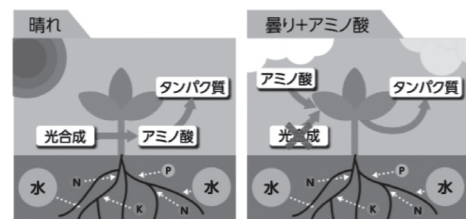
味の素はカツオの生態調査に、国立研究開発法人水産研究・教育機構（横浜市）と共同で取り組

んでいる。カツオは同社の主力製品「ほんだし」の原料だが、実は回遊ルートなど生態に謎が多い。近年、日本近海で不漁が続いているが、科学的知見の不足から対策が困難な状況である。生態の解明によりカツオの生態系を守り、持続可能な国内漁業への貢献につなげたい考えだ。

これまでの共同調査により、カツオの日本沿岸への 3 つの回遊ルートが明らかになり、南西諸島海域（黒潮流域）における、これまで知られていなかったカツオの詳細な遊泳行動、生態行動が判明しつつある。調査内容は広報活動や小学生向けに実施している出前授業などで公表し、持続可能な漁業の啓発に取り組む。将来的には周辺国とも連携し、カツオの国際資源管理の国際協力をさらに進めていく考えだ。

また、農業分野ではアミノ酸のリーディングカンパニーらしい取り組みを行っている。植物は吸収した窒素と光合成によって得られた糖からアミノ酸をつくり、アミノ酸から生長に必要なタンパク質をつくるが、光合成が十分にできない曇天や低温でも、肥料としてアミノ酸を与えることで植物の生長を促進することができる。

■図表 3 アミノ酸の働き



出典：味の素グループ サステナビリティデータブック

味の素グループでは 40 年以上前から、アミノ酸生産時に発生する栄養豊富な「コプロ」を有機肥料として農業に有効利用してきた。コプロを原料に、植物に必要なリン酸、カリウム等をバランスよ

く配合し、より高付加価値な肥料を開発している。

ブラジル味の素社では、「AJIFOL®」をはじめとするコプロ製品を主にコーヒーと果物の農園に販売している。同社の提供する肥料は、農園に10年以上にわたり使用され、有用性が評価されている。近年は、持続可能な農園経営を目指すコーヒー農園が化学肥料からコプロ製品へ本格的な転換に踏み切る等の動きもみられる。

また、タイでは、コプロを活用したバイオサイクルが進化している。コプロを原料とした高付加価値肥料を契約農家に販売し、そこで生産されたキャベツを同グループが購入してギョーザの原料として活用している。これにより、キャベツのトレーサビリティを確保するとともに、高品質で大きなキャベツが安定的に調達可能となった。さらに、契約農家にとっては、生産性向上と安定した収穫によって収入が安定・向上するだけでなく、既存の化学肥料に比べて農地の地力維持ができるようになるなどのメリットがあり、Win-Winの関係を構築している。

4. 地球持続性…水源の森づくり活動

味の素グループでは、生産プロセスから消費に至るまで、社会・お客様とともに地球環境への貢献を実現することを目指し、環境長期ビジョン・環境目標を策定。「カーボンニュートラル」「フードロス」「持続可能な調達」「水利用」「廃棄物」の5分野で、それぞれ数値目標を掲げている。

その中のひとつ「水利用」に関して、味の素AGF社では、森づくり活動に取り組み、自然の恵みを大切に使い、水を育み、次世代へとつないでいく活動を加速させている。

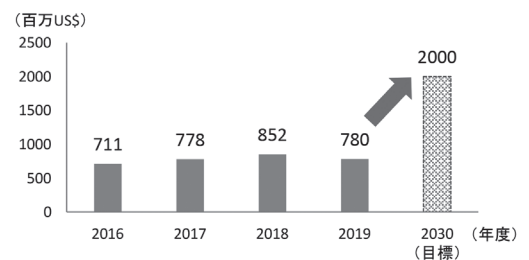
2014年から取り組んできた「ブレンディの森鈴鹿」の森づくり活動は、2019年12月までに計28

回実施し、延べ約1,920名が参加して間伐作業や道の整備を行ってきた。今では、森を周遊できる山道が完成し、ベンチの設置や木々を解説するQRコードの貼付など、一般人も招待できる森へ発展している。今後も「ブレンディの森群馬」とともに活動面積を拡大していき、2025年までに「ブレンディ」ボトルコーヒーで使用する水100%を、「ブレンディの森」の涵養量で賄う考えとしている。また、グループ社員の活動経験や地域のお客様にご紹介する機会を増やし、水を育む森づくりの意義を啓発する「サステナブル教育の森」として活用したいと考えている。

5. コーポレートブランド価値を経営目標に

最後に、味の素グループでは社会・経済価値の創造を通じて、コーポレートブランド価値（インターブランド社「Japan's Best Global Brands」公表数値）を向上させ、近い将来グローバル食品企業トップ10クラス入りを果たすことを当面の目標としている。

■図表4 味の素グループ コーポレートブランド価値



出典：味の素グループ 統合報告書 2019・2020 より作成

現在はまだ日本企業にはあまり浸透していないこの数値を、ASVを通じてサステナブルな成長を目指す同グループにとって最適な評価軸であるにとらえ、2030年度に2,000百万US\$を目指す。