

2023年度

味の素株式会社

行動目標 1

取り組む課題

食塩（ナトリウム）の過剰摂取

中長期的な目標

「うま味やだしをきかせた“おいしい減塩”※」の実践につながる簡単手軽に作れるレシピや情報を味の素のレシピサイト「AJINOMOTO PARK」を通じて提供し、生活者が減塩をより身近に感じて実践できる環境づくりに貢献する。
※減塩の基準に関しては、国で策定している基準（厚生労働省「日本人の食事摂取基準」で定める成人目標量、食品表示基準の定義等）に準じている。

行動計画

①「うま味やだしをきかせた“おいしい減塩”」レシピを継続的に開発し、2025年度までに累計520メニューを提供する。
②既存の減塩レシピは実践率を参照しながら、より魅力度の高いレシピに改善を図る。

実施期間

2023年4月～2026年3月

評価指標（KPI）

「AJINOMOTO PARK」における減塩レシピ登録数：520メニュー

目標設定時の評価指標に関する数値

減塩レシピ登録数：488メニュー

評価指標のモニタリング手法

年に一度、レシピ登録数を集計する。

中長期的な目標

行動計画の背景・理由

現状の課題認識

生活者に減塩の実践を促すためには、製品と情報の両面でのアプローチが重要です。当社では減塩製品の選択肢を増やすことに長年取り組んでおり、和洋中様々なジャンルで主力製品の減塩製品を開発・販売してきました。また、減塩してもそれを謳っていない製品もあり、そのような製品も含め、うま味を活かした減塩を生活者に提案しています。日本のように家庭調理の多い文化では、減塩製品の使い方など、コミュニケーションを通じた減塩の社会実装を推進することも特に重要と考えています。本イニシアチブの目的を鑑み、当社では、対象やアプローチの異なる複数のチャンネルを介した生活者とのコミュニケーションにより、減塩に関する行動変容を促すことを目指します。生活者は、減塩に「味が物足りない」「おいしくない」「手間がかかる」などのイメージを持っており、調理実践においてハードルが高くなっています。この課題に対し、当社ならではの技術・知見を活かした「うま味やだしをきかせた“おいしい減塩”」につながるレシピや情報の提供により、生活者が減塩をより身近に感じて実践できる環境づくりに貢献します。

実績報告

実績報告日	2024年6月28日
取組実施期間	2023年4月～2024年3月
直近の実績（2023年度）	減塩レシピ登録数：507メニュー（前年+19メニュー）
実績等の補足説明	<p><評価〇> 目標10メニューに対し、19メニューを新規で開発</p> <p><取り組み内容></p> <ul style="list-style-type: none">・重点ターゲットに合ったレシピを開発、デジタル広告にてメニューを拡散・支社にて独自レシピを開発、ローカル局とのタイアップによりメニューを紹介 <p><課題></p> <p>重点ターゲットのニーズに応えられる、「食べたくなる、作りたくなる」レシピ開発</p>
今後の計画とその理由	<p><目標の修正有無> なし（計画通りに実施）</p> <p><今後の計画></p> <ul style="list-style-type: none">・重点ターゲットの声から、「食べたくなる、作りたくなる」レシピを開発し、デジタル広告で拡散させることで、さらなる実践促進を図る

行動目標 2

取り組む課題	食塩（ナトリウム）の過剰摂取
中長期的な目標	生活者とのコミュニケーションに関する取組みである「Low Salt Club」において、「うま味やだしをきかせた"おいしい減塩"」の実践につながる簡単手軽に作れるレシピや情報をSNS等の様々なチャネルを通じて提供し、生活者が減塩をより身近に感じて実践できる環境づくりに貢献する。
行動計画	生活者とのコミュニケーションに関する取組みである「Low Salt Club」において、 ①SNSを通じて投稿した「うま味をきかせた"おいしい減塩"」レシピに対する生活者のエンゲージ数（「いいね」の数）を年間186,400回にする。 ②SNSを通じて発信した「うま味をきかせた"おいしい減塩"」レシピの生活者が保存する回数を年間69,700回にする。
実施期間	2023年4月～2024年3月
評価指標（KPI）	①「Low Salt Club」部員により発信された減塩レシピに対する「いいね」の数 ②「Low Salt Club」部員による減塩レシピを生活者（フォロワー）が保存した回数
目標設定時の評価指標に関する数値	①81,385（2022年度）、②54,623（2022年度）
評価指標のモニタリング手法	年に一度、エンゲージ数およびレシピ保存数を集計する。
中長期的な目標 行動計画の背景・理由 現状の課題認識	生活者に減塩の実践を促すためには、製品と情報の両面でのアプローチが重要です。当社では減塩製品の選択肢を増やすことに長年取り組んでおり、和洋様々なジャンルで主力製品の減塩製品を開発・販売してきました。また、減塩してもそれを謳っていない製品もあり、そのような製品も含め、うま味を活かした減塩を生活者に提案しています。日本のように家庭調理の多い文化では、減塩製品の使い方など、コミュニケーションを通じた減塩の社会実装を推進することも特に重要と考えています。本イニシアチブの目的を鑑み、当社では、対象やアプローチの異なる複数のチャネルを介した生活者とのコミュニケーションにより、減塩に関する行動変容を促すことを目指します。生活者は、減塩に「味が物足りない」「おいしくない」「手間がかかる」などのイメージを持っており、調理実践においてハードルが高くなっています。この課題に対し、当社ならではの技術・知見を活かした「うま味やだしをきかせた"おいしい減塩"」につながるレシピや情報の提供により、生活者が減塩をより身近に感じて実践できる環境づくりに貢献します。

実績報告

実績報告日	2024年6月28日
取組実施期間	2023年4月～2024年3月
直近の実績（2023年度）	①「Low Salt Club」部員により発信された減塩レシピに対する「いいね」の数：238,003(対KPI 128%) ②「Low Salt Club」部員による減塩レシピを生活者（フォロワー）が保存した回数：326,591(対KPI 469%)
実績等の補足説明	<p>LOW SALT CLUBの取り組みを通して、生活者に作りたいたいと思ってもらえる減塩レシピや自分事に繋がる効果的なメッセージングについて検討を重ねる中で、減塩を自然に無理なく浸透させる効果的なコミュニケーションの仮説として下記を見出した。</p> <ul style="list-style-type: none">・「おいしさ」を前面に出し、減塩であることを後からさりげなく伝える。・若い世代に身近な減塩以外のベネフィット（健康面・調理面等の）と減塩を組み合わせて伝える。・分かりやすい減塩手法として、塩をうま味調味料で代替することを提案する。 <p>そして上記取り組みの結果として、KPIを大きく上回る、①生活者の自分事化の指標である「いいね」数と、②実践につながる指標である保存数に繋がった。今後は、上記3つの効果的なコミュニケーションのための仮説を活かし、更なる効果的なメッセージングの開発を進め、「うま味をきかせた”おいしい減塩”」の自分事化、実践の促進を目指す。</p>
今後の計画とその理由	2024年3月までの目標のため、修正無し。