

CSR用語集

CSR
Corporate Social Responsibilityの略。企業が利益追求だけでなく、株主・お客様・お取引先様・従業員等の利害関係者(ステークホルダー)に配慮しながら果たすべき責任のこと。

ESG
企業が持続的成長を目指すうえで重視すべき3つの側面、環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)のこと。

コンプライアンス
法律や規則等を順守し、倫理を尊重すること。企業における相次ぐ不祥事をきっかけに重視されるようになった概念で、日本語では「法令順守」と訳されることが多い。

SDGs
2015年に国連で採択された「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)」のこと。国際社会の課題を解決し、持続可能な社会をつくるための17の目標と169のターゲットで構成される。

サステナビリティ
社会と地球環境全般における「持続可能性」。企業のサステナビリティは、利益を上げるだけでなく、将来にわたり環境や社会的側面においても貢献し続けていくことを指す。

環境マネジメントシステム
企業等が、自主的に環境保全に関する取り組みを進める際に、環境方針や目標を自ら設定し、達成に向けて取り組んでいく仕組み。

フェアトレード
開発途上国で生産されたコーヒーやカカオ等の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することで、生産者の生活向上を目指す貿易の仕組み。

地球温暖化
地球の平均気温が長期的に上昇する現象。産業活動が活発になり、CO₂等の温室効果ガスの排出量が増えたことが原因とされている。今後、地球温暖化に伴う海水温の上昇による氷河等の融解によって、海面がさらに上昇すると予測されている。

働き方改革
2016年に閣議決定した経済対策の一つ。長時間労働の是正、女性や若者が活躍しやすい環境整備等、働き方の抜本的な改革を行い、多様な働き方を選択できる社会の実現と、生産性向上による成長と分配の好循環を目指す。

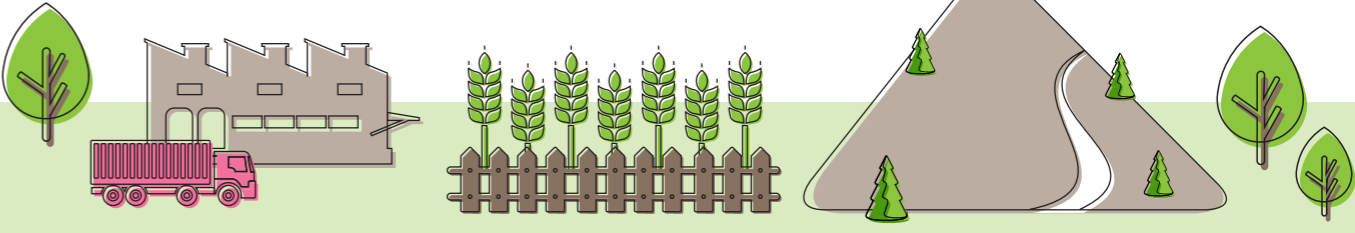
循環型社会
廃棄物の発生を抑制し、廃棄物の中でも有益なものは資源として循環利用し、適正な廃棄物の処理を行うことで、環境負荷の低減を図る仕組み。大量生産・大量消費・大量廃棄の時代から、廃棄物ゼロを目指す社会づくり。

生物多様性
生態系、または地球上に多様な生物が存在していること。「生物の多様性に関する条約」では、「生態系の多様性」「種の多様性」「遺伝子の多様性」という3つのレベルで多様性があるとされている。

CSR調達
調達先の選定や調達条件の基準設定にCSRの観点を取り入れること。また、CSRの取り組みを、調達先の企業にも求めること。

ISO26000
ISO(国際標準化機構)が2010年11月に発行した社会的責任に関する国際規格。国や地域、組織規模に関係なく、あらゆる組織で社会的責任を実践し、持続的発展へ貢献していくための手引き。

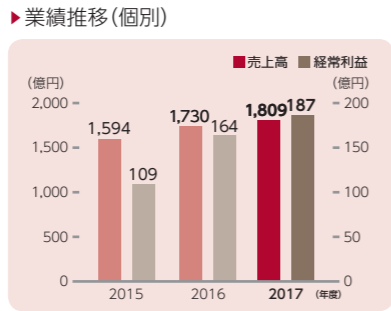
健康経営
従業員の健康の維持・増進が企業の生産性や収益性の向上につながるという考えのもと、従業員の健康管理を経営的な視点から戦略的に実践すること。



森永製菓株式会社の概要

会社概要 (2018年3月31日現在)

社名	森永製菓株式会社(MORINAGA & CO., LTD.)
代表者	代表取締役社長 新井 徹
本社所在地	〒108-8403 東京都港区芝5-33-1
創業	1899(明治32)年8月15日 森永西洋菓子製造所 創業
設立	1910(明治43)年2月23日
資本金	186億1千万円
事業内容	菓子(キャラメル・ビスケット・チョコレート等)、食品(ココア・ケーキミックス等)、冷菓(アイスクリーム等)、健康(ゼリー飲料等)の製造、仕入れ及び販売
上場証券取引所	東京証券取引所
従業員数	1,303名(平均年齢41.7歳)



事業紹介



菓子食品事業は、「ミルクキャラメル」「森永ビスケット」「チョコボール」「ダース」「ハイチュウ」「森永ココア」「ホットケーキミックス」等、主力のロングセラーブランドを軸に新たなおいしさと食シーンを創造しています。同時に、「バイクド技術」等新しい味わいの創出と、健康機能を兼ね備えた高カカオチョコレートや「甘酒」等、「健康」の切り口を取り入れた商品開発と情報発信も進めています。人々の健康で豊かな毎日に貢献し、笑顔とコミュニケーションの輪をひろげる取り組みに力を入れています。



冷菓事業は、業界トップクラス商品である「チョコモナカジャンボ」、独自の技術をベースとした「アイスボックス」、森永製菓らしさを追求した主力商品の数々、また菓子食品技術を有しているからこそその強みを生かした新商品等、それぞれの商品をお客様へ価値と感動を提供しています。



森永製菓では「健康」を成長分野の一つとして掲げ、事業全体をおして新たな商品と価値の創造に取り組んでいます。健康事業では、ゼリー飲料のトップシェア商品「inゼリー」を中心に、アスリートだけでなく健康維持や美容を意識する多くの方々に向けて、いつでも手軽に栄養を摂取できるような商品づくりや情報発信を行っています。また、トップアスリートの身体能力・精神力をトレーニングや栄養指導、サプリメントでサポートするトレーニング施設の運営も行っています。



「天使の健康」は高齢化やストレス社会を背景に、幅広い世代に届けたい毎日をサポートする健康補助食品を開発・販売するブランドです。菓子食品技術を生かしたおいしく継続しやすい独自性のある健康補助食品を通信販売により、お客様一人ひとりに直接お届けしています。海外事業は、商品輸出や技術提携により優れた品質と確かなおいしさの日本ブランド「MORINAGA」として各国に進出しています。また、森永製菓グループとして米国・インドネシア・中国・台湾に販売及び製造拠点を構築し「ハイチュウ(HI-CHEW)」を中心に新たな市場の獲得と販売網拡充に取り組み、海外での事業拡大を進めています。