

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投資

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)に配慮している企業を重視・選別して行う投資のこと。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

サプライチェーンマネジメント

原材料の調達から最終消費者に至るまでの供給プロセス全体を一つのビジネスプロセスとして捉え、情報を共有・連携し、プロセスの全体最適化を図る経営手法のこと。

循環型社会

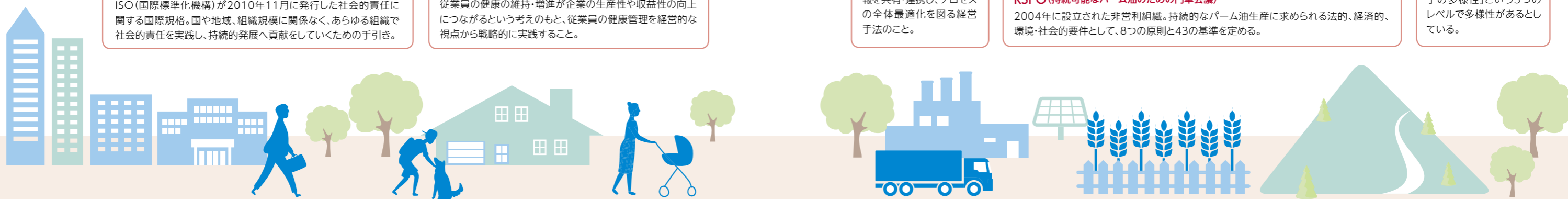
廃棄物の発生を抑制し、廃棄物の中でも有益なものは資源として循環利用し、適正な廃棄物の処理を行うことで、環境負荷の低減を図る仕組みを持つ社会。大量生産・大量消費・大量廃棄の時代から、廃棄物ゼロを目指す社会づくり。

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。

RSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)

2004年に設立された非営利組織。持続可能なパーム油生産に求められる法的、経済的、環境・社会的要件として、8つの原則と43の基準を定める。

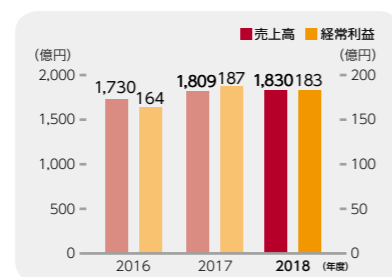


森永製菓株式会社の概要

会社概要 (2019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 太田 栄二郎 |
| 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 | 1,334名(平均年齢41.9歳) |

▶業績推移(個別)



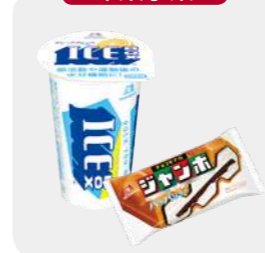
事業紹介

菓子食品事業



菓子食品事業は、「ミルクキャラメル」「森永ビスケット」「チョコポール」「ダース」「ハイチュウ」「森永ココア」等、主力のロングセラーブランドを軸に新たなおいしさや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



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、それぞれの商品をとおしてお客様へ価値と感動を提供しています。

健康事業

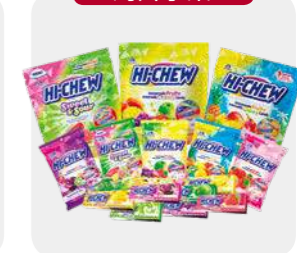


森永製菓では「健康」を成長分野の一つとして掲げ、事業全体をとおして新たな商品と価値の創造に取り組んでいます。健康事業では、ゼリー飲料のトップシェア商品「inゼリー」を中心に、アスリートだけでなく健康維持や美容を意識する多くの方々に向けて、い

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、幅広い世代に向けたこやかな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



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・中国・台湾・タイ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。