

マテリアリティに関する目標・進捗

マテリアリティ(重要課題)	取り組みテーマ	想定される主な機会とリスク(●:機会、▲:リスク)	指標	目標・進捗				進捗状況	
				実績 2023年度	目標 2024年度	目標 2028年度	目標 2030年度		
1 世界の人々のすこやかな生活への貢献	① おいしく健康的な食への貢献	● 消費者の健康志向拡大に伴うビジネス機会拡大 ▲ 対応遅れによる中長期的な市場競争力・社会的評価の低下	顧客に対する「心と体の健康」価値提供	63%	62%	—	70%以上	<ul style="list-style-type: none"> 各事業において、ウェルネスカンパニーの実現に向けて「心と体の健康」を提供する商品開発を推進。 「心の健康」について、従業員の理解促進と行動変容に向けた各施策を実施。 国際的な食品安全規格や認証制度^{*3}等に即した品質管理を実行。 顧客満足に関する国際規格^{*4}に基づいた顧客対応を実行。 	
	② 多様化する生活者ニーズへの対応	● 潜在市場開拓によるビジネス機会拡大と市場競争力向上 ▲ 対応遅れによる中長期的な市場競争力・社会的評価の低下	ウェルネスカンパニーに向けた新たな取り組みにより、健康価値を提供する日本人口の割合 ^{*1}						
	③ サステナブルな商品開発・情報提供	● 生活者のサステナブル意識の高まりに伴うビジネス機会拡大 ▲ 対応遅れによる中長期的な市場競争力・社会的評価の低下	「心の健康」:森永製菓の企業イメージ「笑顔にしてくれる」への肯定回答率 ^{*2}	87%	85%	—	90%以上		
	④ 食の安全・安心の確保	● 優れた食品安全・品質保証への取り組みによる社会的信頼性向上 ▲ 対応遅れによる社会的信頼性やブランド価値・社会的評価の低下	従業員意識調査における肯定回答率 ^{*5}						
2 多様な人材の活躍	⑤ パーパス・2030ビジョン実現に向けた人材育成	● パーパス・2030ビジョンの実現に貢献する人材確保 ● エンゲージメントの高い従業員の活躍による企業成長の促進 ▲ 対応遅れによる持続的成長力の低下	1)当社グループの持続可能な社会づくりへの貢献	88.2%	88.1%	90%以上 ^{*6} NEW	90%以上 ^{*7} NEW	<ul style="list-style-type: none"> 継続的にD&Iポリシー浸透研修を実施し、職場ごとに行動計画を立て、取り組みを推進。 目標と実績に乖離のある事業所に対して、ヒアリングや改善に向けた取り組みを実施。 従業員の健康に対する意識や自己管理能力の向上に向けて、セルフケアセミナーや職位者研修での啓発を定期的に実施。 	
	⑥ ダイバーシティ&インクルージョンの推進	● イノベーション創出力や環境変化への対応力向上によるレジリエンスの向上 ● グローバル市場における競争力向上 ● 多様な価値観を受け入れる風土づくりによる従業員のロイヤルティ向上 ▲ 対応遅れによる組織の競争力・社会的評価の低下	2)多様な人材の活躍による企業成長						
	⑦ 健康経営の推進	● 従業員のパフォーマンス向上による企業成長の促進 ▲ 対応遅れによる持続的成長力の低下	3)従業員の働きがい、「心と体の健康」実現	73.2%	75.8%	77%以上 ^{*6} NEW	80%以上		

*1 対象:当社が定義する「心の健康を深掘り」「体の健康を加速」「心の健康から体の健康へ進化」した商品。人口割合はインテージ社SCI年間購入率(対象:全国15才~79才消費者)より算出。今後、グローバルでのありたい姿の設定を検討

*2 当社調べ

*3 FSSC22000, SQF Codes edition 9, JFS-B規格等

*4 ISO10002

*5 対象:グループ連結

*6 2028年度目標を新規設定

*7 当初目標80%→90%以上に目標を変更

マテリアリティに関する目標・進捗

マテリアリティ(重要課題)	取り組みテーマ	想定される主な機会とリスク(●:機会、▲:リスク)	指標	目標・進捗				進捗状況	
				実績	目標	2024年度	2028年度		
3 持続可能なバリューチェーンの実現	8 持続可能なサプライチェーンマネジメントの高次化 	<ul style="list-style-type: none"> ● 安全で高品質な原材料の安定調達の実現 ● 人権・環境リスクの低減 ● 持続可能な調達への取り組みを通じた社会的信頼・ブランド価値の強化 ▲ 対応遅れによる原材料調達リスク拡大 ▲ 対応遅れによる社会的信頼性やブランド価値・企業価値の低下 	1)持続可能な原材料調達	国内森永製菓 ^{※1}	国内森永製菓 ^{※1}	—	グループ連結 ^{※2}	<ul style="list-style-type: none"> ・国内の森永製菓(株)製品については、左記実績通り推進中。 ・国内グループ会社、海外グループ会社に関しても、目標に向けて取り組みを推進中。 	
			力力才豆	78%	78%	—	100%	<ul style="list-style-type: none"> ・原材料サプライヤーにCSR調達アンケートを実施し、取り組み状況を把握。 	
			パーム油	52%	100%	—	100%		
			紙	100%	100%	—	100%		
4 地球環境の保全	9 フードロスの削減 	<ul style="list-style-type: none"> ● 製造ロスや返品の削減によるコスト削減 ● フードロス削減を起点とした商品開発等による新たなビジネス機会の獲得 ▲ 対応遅れによる市場競争力・社会的評価の低下 	2)CSRサプライチェーンマネジメント: 実施する原材料取引額構成比	国内森永製菓 ^{※3}	国内森永製菓 ^{※3}	グループ連結	—	<ul style="list-style-type: none"> ・工場、配送センターとともにリサイクルが難しかった食品廃棄物のリサイクル化に取り組み、フードロス削減に貢献。 	
			原料81% 材料82%	80%以上 ^{※4} NEW	80%以上	80%以上	80%以上		
	10 地域社会との共存共栄	<ul style="list-style-type: none"> ● ステークホルダーからの社会的信頼性の向上 ▲ 対応遅れによる事業所等の操業リスク拡大 	3)フードロス削減 ^{※5}	▲70%	▲83%	▲70%以上 ^{※4} NEW	▲70%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・省エネ活動や再生可能エネルギー導入等により、CO₂排出量を削減。 	
			▲70%以上	▲70%以上	▲70%以上	▲70%以上	▲70%以上		
5 サステナビリティガバナンスの強化	11 気候変動の緩和と適応 	<ul style="list-style-type: none"> ● 効率的な製造・流通プロセスの開発による製造コストや輸送コストの低減 ● 温暖化によるゼリー飲料や冷菓商品の需要拡大 ▲ 対応遅れによる原材料調達コストや開発コストの増加 ▲ 炭素税導入によるコスト負担の増加 	1)CO ₂ 排出量削減 ^{※6} (2050年度GHG排出量実質ゼロ ^{※7})	▲6%	▲15%	▲23%以上 ^{※4} NEW	▲30%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・省エネ活動や再生可能エネルギー導入等により、CO₂排出量を削減。 	
			▲6%	▲15%	▲23%以上 ^{※4} NEW	▲30%以上	▲30%以上		
	12 プラスチック容器・包装の環境配慮と循環利用	<ul style="list-style-type: none"> ● 外部連携によるイノベーション創出 ▲ 対応遅れによる社会的評価・企業価値の低下 	2)「inゼリー」のプラスチック使用量削減 ^{※8}	—	▲4.7%	▲13%以上 ^{※4} NEW	▲25%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・包材メーカーと連携し、キャップやストロー等のプラスチック削減を実施。 	
			—	▲4.7%	▲13%以上 ^{※4} NEW	▲25%以上	▲25%以上		
	13 持続可能な水資源の利用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 効率的な水資源の利用による製造コストの低減 ▲ 対応遅れによる操業リスクの拡大 	一律の2030年目標は定めず、個別に必要な課題対応を推進	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> ・取締役会の実効性向上に向けて、課題の適切な選択等により、幅広い経営課題を議論。 ・サステナビリティ、中期経営計画等の中期的な経営課題に関する議論を充実。 	
				—	—	—	—		
				—	—	—	—		
6 人権の尊重	14 自然資本・生物多様性の維持と保全	<ul style="list-style-type: none"> ● 原材料調達や製造工場の操業安定化 ▲ 対応遅れによる中長期的な市場競争力・社会的評価の低下 	一律の2030年目標は定めず、個別に必要な課題対応を推進	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> ・人権デューディリジェンスを実施中。 ・全従業員を対象に人権研修を実施。 	
				—	—	—	—		
	15 コーポレート・ガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営の効率化や資本市場からの評価・信頼の向上による企業価値の向上 ▲ 対応遅れによる資本市場からの評価・信頼の低下 		—	—	—	—		
				—	—	—	—		
7 グループガバナンスの強化	16 グループガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● グループ全体でのシナジーの最大化 ▲ グループ会社のリスクの表面化によるグループ全体の企業価値低下 	一律の2030年目標は定めず、個別に必要な課題対応を推進	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティ、中期経営計画等の中期的な経営課題に関する議論を充実。 	
				—	—	—	—		
	17 リスクマネジメントの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営の障壁となるリスクを低減することによる企業価値の維持・向上 ▲ 対応遅れによる危機発生確率の上昇と被害の増大 		—	—	—	—		
8 人権の尊重	18 人権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> ● ステークホルダーからの社会的信頼性向上 ● 従業員のロイヤルティ向上 ▲ 対応遅れによる社会的信頼性やブランド価値・企業価値の低下 	一律の2030年目標は定めず、個別に必要な課題対応を推進	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> ・人権デューディリジェンスを実施中。 ・全従業員を対象に人権研修を実施。 	
				—	—	—	—		

※1 対象:国内の森永製菓製品。紙は製品の包材が対象
 ※2 食料卸売を除くグループ連結。紙は製品の包材が対象
 ※3 対象:国内森永製菓(株)単体

※4 2028年度目標を新規設定

※5 対象:原料受け入れから納品(流通)までに発生するフードロス(国内グループ連結、原単位、2019年度比)。発生した食品廃棄物のうち、飼料化・肥料化等、食資源循環に戻すものを除き、焼却・埋め立て等により処理・処分されたものを「フードロス」と定義

※6 Scope1+2(国内グループ連結、2018年度比)
 ※7 グループ連結

※8 対象:包装材料におけるプラスチック使用量(原単位、2019年度比、バイオマスプラスチックへの置換を含む)