



おいしく たのしく すこやかに

森永製菓株式会社
CSR報告書

2017



森永製菓株式会社 CSR報告書 2017

編集方針

森永製菓グループは、企業理念に基づき当社が果たすべき社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）に対する姿勢や取り組みについてステークホルダーのみなさまにご理解いただくために、2014年度から「森永製菓株式会社 CSR報告書」を発行しています。

2017年度は、商品や社会活動をととした価値創造の歩みや、各ステークホルダーとのコミュニケーションについて掲載しています。また、ロングセラー商品「マリー」の歴史をひもとぎ、その価値創造の取り組みを特集として取り上げました。

本報告書によりステークホルダーのみなさまとのコミュニケーションをより深め、CSR活動をさらに推進していきたいと考えています。

報告対象範囲

本報告書は主として森永製菓株式会社を対象としています。ただし環境データに関しましては、当社の4工場と、生産関係会社5社のグループ合計実績となります。

森永製菓4工場：鶴見工場、小山工場、三島工場、中京工場
 生産関係会社：森永スナック食品株式会社、高崎森永株式会社、森永甲府フーズ株式会社、森永エンゼルデザート株式会社、森永デザート株式会社

報告対象期間

2016年4月1日～2017年3月31日
 ※一部2016年度以前の取り組みや2017年4月以降の活動報告も含んでいます。

発行月

2017年11月(前回発行：2016年10月)

参照ガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- ISO26000(社会的責任に関する手引き)

このレポートに関するお問い合わせ先

森永製菓株式会社
 コーポレートコミュニケーション部
 CSRグループ
 TEL 03-3456-0143
 FAX 03-3769-6129

ホームページでも森永製菓グループのCSR情報をご覧いただけます。



URL <http://www.morinaga.co.jp/company/csr/>



目次

- 01 編集方針
- 02 目次
- 03-04 TOP MESSAGE
- 05-06 森永製菓グループのCSR
- 07-08 森永製菓グループ 価値創造の歩み
- 09-12 **特集** 時代を超えて価値を提供し続ける
森永ビスケット **MARIE**
[マリー]

環境への取り組み

- 25-26 環境マネジメント
- 27 環境に配慮した商品開発
- 28 低炭素社会の実現
- 29 循環型社会の形成
- 30 事業活動における環境負荷 (2016年度)
- 31 環境汚染物質の管理・削減促進
生物多様性への取り組み
- 32 環境会計

マネジメント

- 13 コーポレート・ガバナンス
- 14 コンプライアンス

社会への取り組み

- 15-16 お客様の笑顔のために
- 17 お取引先様の笑顔のために
- 18 株主・投資家のみなさまの笑顔のために
- 19-20 従業員の笑顔のために
- 21-24 子どもたちの笑顔のために

- 33-34 CSR用語集・森永製菓株式会社の概要

TOP
MESSAGE



“おいしく、たのしく、すこやかに”

私たちは、『食』を通して、価値と感動をお届けする企業を目指します。

そして、「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」ことが、

森永製菓の創業以来の夢です。

日本の子どもたちに栄養価の高い おいしいお菓子を届けたい

当社は創業者・森永太一郎の「日本の子どもたちに栄養価の高いおいしいお菓子を届けたい」という夢とともに創業し、西洋菓子づくりのパイオニアとして110年余を歩んできました。歴史を重ねるごとに変化するお客様の嗜好に寄り添い、新たなおいしさを生み出し、すこやかな生活を提案してまいりました。

現在、当社は菓子食品・冷菓・健康食品と幅広い分野のブランドと商品を有し、その総合力を強みとして、さまざまな切り口での価値と感動をお客様にお届けしています。近年は、国内では健康意識の高まりを受け、全分野で「健康(すこやかさ)」の価値強化に注力しております。そして、海外では日本の菓子食品の高い品質価値を広く世界へ拡大するべく、ハイチュウブランドを中心に海外展開を強化し、経営基盤強化と安定的な成長を推し進めています。

同時に、私たちは持続可能な未来の実現のために、ステークホルダーのみなさまとの信頼関係を維持・発展させていきます。社会や環境に関する問題への対策を組み込んだCSR活動を企業活動の中に重視し、その基盤をコーポレート・ガバナンス、コンプライアンス、品質における安全・安心、環境への配慮、社会貢献においています。

2016年からは、お客様の安全・安心のために、国内の生産6拠点で食品安全マネジメントシステムの国際規格「FSSC22000」認証を取得し、品質保証体制の強化を行っています。また、従業員一人ひとりが高いパフォーマンスを発揮できるように、ダイバーシティ推進の一端とし



価値と感動を
世界へ

て「働き方改革」に着手し、さまざまな立場の従業員が成果・効率を重視し柔軟な働き方ができるよう、テレワーク制度の導入やオフィス環境の整備を行いました。企業は制度やインフラを整え、従業員は自ら意識と行動を変革し大いに能力を発揮する、まさにこの「^{そつたくどうじ}碎啄同時」が企業の持続的成長につながると信じています。

私たちは、これからも企業としての成長とCSR活動を企業活動の両輪として取り組むことで、当社のビジョンである「おいしく、たのしく、すこやかに」、そして「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」という創業以来の夢の実現へ挑んでまいります。

今後とも、よりいっそうのご支援・ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

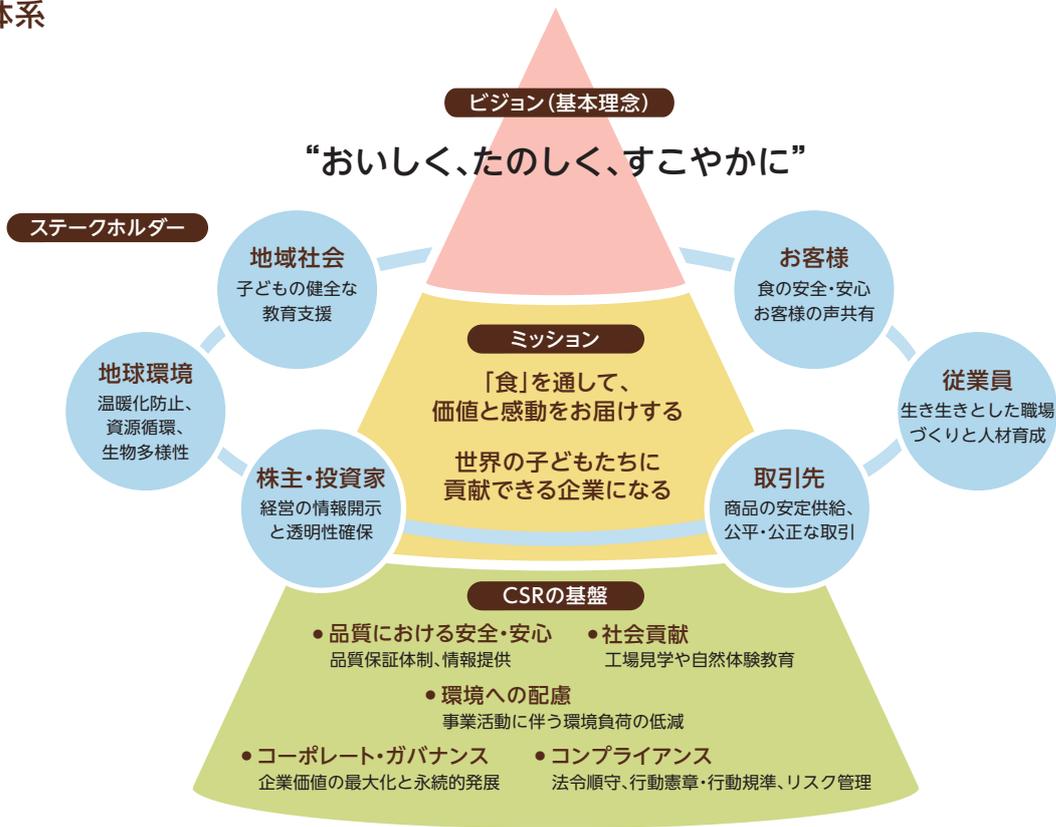
代表取締役社長

新井 徹

森永製菓グループのCSR

CSR体系・推進体制やステークホルダーとの関わりについて紹介します。

◆CSR体系



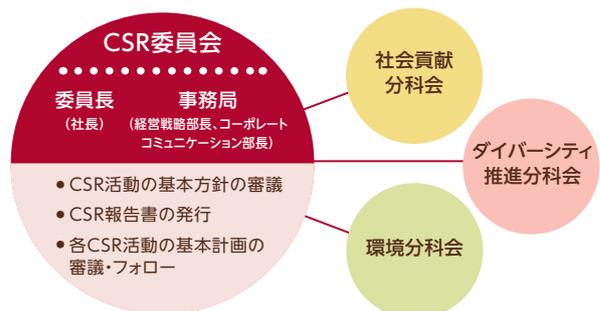
CSR基本方針

(1) 当社は企業理念・行動憲章に則り、企業活動の全ての領域にわたり、社会的責任を果たすべく、当社を支えていただいているステークホルダー（お客様・地域社会・パートナー・従業員・株主等）との良好な関係を維持・発展させ、社会との共存と持続的成長を実現することに努力します。

(2) 全てのCSR活動の基盤はコーポレート・ガバナンス（＝企業理念の確立・維持、経営の効率性・健全性・透明性の確保）、コンプライアンス（＝法令・行動憲章・行動規準の順守・リスクマネジメント・情報開示）、品質における安全・安心の確保、あらゆる面での環境への配慮、未来を担う子どもたちのすこやかな成長を願う社会貢献活動にあります。

◆CSR推進体制

2014年10月、コーポレートコミュニケーション部にCSRグループを設置し、他の関連部署と連携をしながらCSR活動を推進しています。また社長を委員長としてCSR委員会を開催し、社会貢献・環境・ダイバーシティ等CSRの活動状況や方向性の確認を行い、会社全体でCSR経営を進めています。



◆ステークホルダーとの関わり

森永製菓グループはステークホルダーのみなさまとのコミュニケーションを深めたいと考えています。例えば、お客様とはファンサイトを通じた交流を深めるとともに、お客様相談室に寄せられたご意見やご要望を社内内で共有し、商品やサービスの改善に役立てています。これからも対話を大切にしたステークホルダーエンゲージメントに努めてまいります。



森永製菓グループ 価値創造の歩み

森永製菓の歴史を商品や社会活動をとおして紹介します。

8時間労働制の導入

1919 (大正8) 年、8時間労働制を導入。戦後も健康保険組合や厚生年金基金の設立等、職場環境整備を進めました。2016 (平成28) 年にはテレワーク導入等従業員の働きやすい職場づくりに取り組みました。



▶ 関連ページ…P19

第1回「森永母の日大会」を開催

1936 (昭和11) 年、「森永母を讃える会」をつくり、1937年に「母の日」の普及活動を全国で展開。「ありがとうお母さん」を日本に定着させました。毎年「お母さん ありがとう」手紙コンクールを実施しています。



▶ 関連ページ…P12



エンゼルマークを
商標登録



ポケット用
紙サック入り
ミルクキャラメル
発売

1914
大正3年

1919
大正8年

1905
明治38年



森永太郎がアメリカ
から帰国し、「森永西
洋菓子製造所」創業

1899
明治32年



1918
大正7年
日本初のカカオ豆から
の一貫製造による国産
ミルクチョコレートを
発売



マリービスケット発売

▶ 関連ページ…P9-12

1923
大正12年

1937
昭和12年



チョコモナカ発売

1972
昭和47年



おととと発売

1982
昭和57年



甘酒缶発売

1974
昭和49年



ダース発売

1993
平成5年

1967
昭和42年

チョコボール発売



1975
昭和50年
ハイチュウ発売



1991
平成3年

財団法人エンゼル財団
設立

▶ 関連ページ…P24

第1回 リトルエンゼル育成 無人島探検隊

1999(平成11)年、創業100周年記念事業として「リトルエンゼル育成 無人島探検隊」を開始しました。現在は「チャレンジ!無人島探検隊 in せとうち」に引きつがれています。



▶ 関連ページ...P23

Pick up

ハイチュウの海外展開

高い品質が世界で評価されている「ハイチュウ」は2003年に中国、2008年には米国でそれぞれ現地法人を設立し、販売を強化しています。2016年にはインドネシアでハラール認証を取得した「HI-CHEW」の製造・販売を開始しています。



おいしく、
たのしく、
すこやかに

おいしいコラーゲンドリンク
(ピーチ味) 発売



森永製菓創業100周年

1999
平成11年

2006
平成18年

2011
平成23年

ハイチュウプレミアム
発売



2014
平成26年

マクロビ派ビスケット発売



2016
平成28年

食品安全システムに関する国際認証規格
[FSSC22000] の認証取得

【認証取得工場】

(2017年9月30日現在)
三島工場、高崎森永株式会社、
小山工場、中京工場、鶴見工場、
森永エンゼルデザート株式会社
冷菓事業部



▶ 関連ページ...P15

1994
平成6年

ウイダーinゼリー
発売



1998
平成10年

2003
平成15年

カレ・ド・ショコラ、
バイク発売



2008
平成20年

1チョコ for 1スマイル
活動開始

▶ 関連ページ...P24

菓子業界初のISO14001認証取得

【認証取得工場】

(2017年9月30日現在)
小山工場、中京工場、三島工場、
鶴見工場、森永スナック食品株式会社、
森永エンゼルデザート株式会社冷菓事業部、
森永デザート株式会社

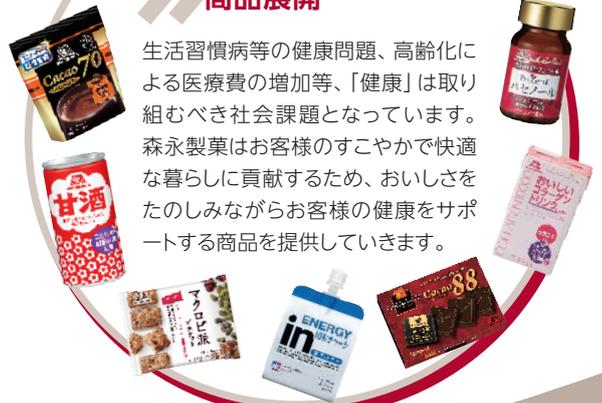


▶ 関連ページ...P26

Pick up

健康を切り口とした商品展開

生活習慣病等の健康問題、高齢化による医療費の増加等、「健康」は取り組むべき社会課題となっています。森永製菓はお客様のすこやかで快適な暮らしに貢献するため、おいしさをもたのしみながらお客様の健康をサポートする商品を提供してまいります。



特集

お客様とともに90余年

時代を超えて価値を提供し続ける

森永ビスケット MARIE

【マリー】

おじいさん、おばあさんの時代からずっと親しまれているマリー。三世代にわたって愛されてきたマリーがどのように誕生し、なぜロングセラー商品であり続けたのか、長い歴史をひもとくとともにマリーの価値を守り、育ててきた人々に語ってもらいました。



HISTORY 歴史

1915 (大正4年)

ビスケット製造のはじまりは輸出用

芝田町工場にビスケット設備を新設し、輸出用ビスケットを製造開始。東南アジアにビスケットを輸出。



発売直後のパッケージ

1925 (大正14年)

鶴見工場建設で、東西に生産拠点を構え大量生産が可能に

多くの人に食べてもらえるように、ワックスを塗ったボール紙で包んだ簡易パッケージを考案 (1936 (昭和11)年) 実用新案登録。業界にセンセーションを巻き起こした。



1954 (昭和29年)

最先端設備の導入により、製造量が飛躍的にアップ

最先端設備の導入をきっかけに、日本のビスケット業界の技術向上のために業界で前例を見ない同業者への設備公開を行った。



ビスケットバンドオープン (鶴見工場)

1921 (大正10年)

塚口に最新鋭工場を建設

ビスケットの国内販売への強い要望に応じて、塚口工場に最新式ガスオーブンを導入し、英国技師の指導のもと本格的ビスケット技術を習得。



塚口工場

1923 (大正12年)

日本人のためのビスケット マリー誕生

高品質で日本人の嗜好に合った16種類のビスケットが完成。マリーはこの時、誕生した。



塚口工場ビスケット見本缶



おいしさの秘密
01

品質

長く愛されているのは、シンプルで飽きのこない味だからこそ

研究所 開発企画部
井上 琢也



原料に新鮮なミルクを使っているのが特徴です。マリーを割ってみると、外側はビスケットらしい褐色の焼き色で中身は白くなっています。小麦粉の香ばしさを引き出しながらも、ミルクのやさしい味わいを消さないような絶妙なバランスで焼いています。

1998 (平成10年)

お客様のための 新パッケージへ大変身

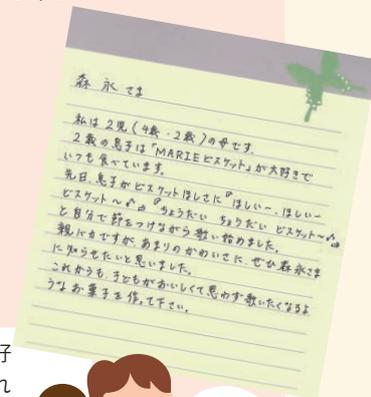
時代の変化の中でお客様のニーズをくみ取り、ビスケットを個包装したコンパクトな縦型パッケージへ、全面リニューアルを実施。



▶リニューアル
秘話はP11へ

お客様より

飽きのこないおいしさで
息子も大好きです。



2歳の息子は「マリービスケット」が大好きでいつも食べています。(中略) これからも子どもがおいしくて思わず歌いたくなるようなお菓子を作って下さい。



2012 (平成24年)

高崎森永株式会社での マリー製造スタート

塚口工場から製造が移管され、新工場の高崎森永株式会社で生産を開始した。



Pick up

おいしいマリーをお届けするために

マリーの原料は農作物中心なので、毎年同じ条件の原料ではありません。出来上がった生地の状態に応じ、水分やオーブンの温度条件をデータ管理と熟練の技で調整しています。

高崎森永株式会社 製造部 成田 祐一郎



商品パッケージ

1998 (平成10年)

従来の
横型から



個包装の
縦型へ



時代の変化に合わせて パッケージ全面リニューアル



健康事業本部
マーケティング部
佐藤 実
(当時ビスケットスナックMBU)

環境対応で もう一步の変化

生産本部 資材部
小川 芳紀
(当時ビスケットスナック
MBU)



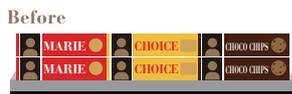
核家族化や有職女性の増加といった時代の変化で、マリー28枚がアルミ紙に巻かれて包装されている棒状横型パッケージでは「一度に食べきれない」「湿気って捨ててしまうのがもったいない」というお客様のお声が多くなり、食品ロスを減らすという観点からもマリーを個包装した縦型パッケージに刷新しました。

個包装となったことで、お客様からは「便利になった」といううれしいお声が寄せられた反面、「プラスチックトレーが邪魔」とのご指摘もあり、さらに包装ラインを更新し、箱のトレーをなくす再リニューアルをしました。その後、箱に半円状のミシン目を入れることで、無理なく折りたためる再資源化しやすくするとともに、折りたたみ方のイラストを記載したユニバーサルデザインを取り入れています。

Pick up

ビスケット市場活性化に貢献

①横型パッケージでは棚一段に3品の陳列でしたが、新パッケージでは最大9品が並びお客様には選ぶたのしみを、小売業様には品揃え強化となり自社の売上だけでなくビスケット市場全体の活性化の起爆剤となりました。



②パッケージを並べると正面の菓子型が連続してつながるようにデザインを工夫し店頭で目立たせ、おいさを強く訴求しました。

Pick up

廃棄しやすい工夫

個装紙箱に半円状のミシン目を入れることで無理なく折りたたみため、廃棄する時にかさばらないようにしました。



「たのしさ・すこやかさ」
・03・

マーケティング

絶対的な安心と信頼感を
今後もお客様に提供し続けます

マーケティング本部
菓子食品マーケティング部

鐘ヶ江 望



マリーはビスケットのロングセラー商品として、安心の品質で幅広い世代のお客様に認知されてきました。誰からも愛されること間違いなしの定番商品として、これからも信頼していただけるようブランドを磨き、お客様とのさまざまな接点を持ち続けていきます。

アレンジレシピ



そのまま食べてもアレンジしても

慣れ親しんだシンプルな味も良いけれど、時にはひと工夫を加えて、さまざまな素材をプラスしたり、アレンジするレシピ提案で新鮮な味わいやたのしみ方をホームページでご紹介しています。



アレンジレシピの一例

URL <http://www.morinaga.co.jp/recipe/search/?product=7>

母の日キャンペーン



MARIE 「お母さん ありがとう」手紙コンクール

母の日に小学生から、お母さんへの感謝の気持ちを100文字に込めた手紙を募集する「MARIE 母の日「お母さん ありがとう」手紙コンクール」。2016年度の第6回には、17,944通の応募がありました。お母さんへの想いが詰まった心温まる手紙の数々に、多くの共感が集まっています。

メッセージビス習慣



「メッセージビス」習慣の提案

箱と個包装の両方にメッセージを書けるデザインに変更。「ありがとう」「がんばって」等のメッセージを添えてお渡りする。そんなコミュニケーションツールとしての活用をご提案しています。

お客様より

96歳の父の朝ごはんに

私の父は大正7年8月6日生まれの96歳です。(中略)食パンがわりに食べています。どうしても食パンはカビがはえたりしますが、このビスケットはパック入りになっていますのでカビもはず長期間保存がきくので助かっています。おいしいですよ。本当にありがとうございます。



男性

60代
女性



昔から食べていますが、とてもおいしいです。今のおいしさを保ち、これからもずっと販売してください。今朝も朝食のかわりに食べました。

マネジメント

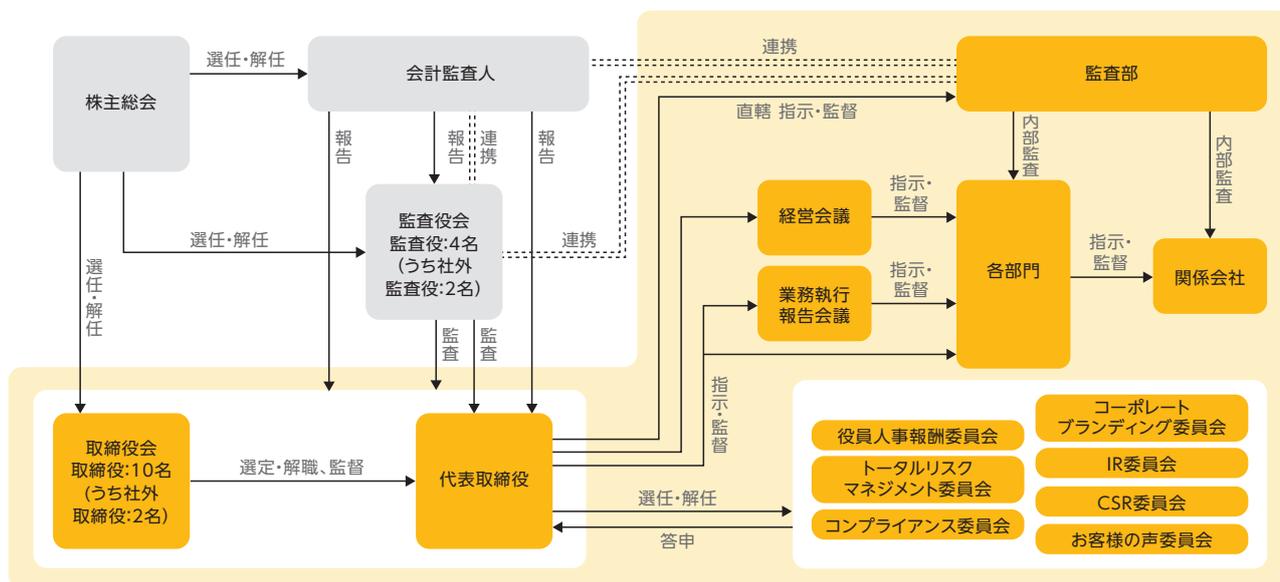
森永製菓は、ステークホルダーのみなさまの信頼と期待に応えるために、透明性の高い、健全で効率的な経営・組織体制を構築するとともに、企業価値向上を目指したさまざまな施策を実施しています。



コーポレート・ガバナンス

森永製菓は、コーポレート・ガバナンスが重要な経営基盤であるとの認識に立ち、経営の健全性及び効率性の向上、財務内容の信頼性の確保、情報開示、法令順守ならびに各ステークホルダーとの信頼関係の強化を基本方針としています。

◆ コーポレート・ガバナンス体制図



取締役会・役員体制

取締役会は独立性の高い社外取締役2名を含む計10名(男性9名、女性1名)で構成され、原則として毎月1

回定期開催し決定事項の決議、重要な経営方針・戦略の策定及び決定、業務執行の監督等を行っています。

さらなる企業成長に向けて

社外取締役としてこの1年、取締役会や経営会議また個別にも、思うところを率直に意見してきました。感じていることは当社が、ブランドや人材等の優良な経営資源をフルに生かし、視野をひろげ、徹底した顧客志向と戦略志向で企業活動を変革していけば、成長可能性は極めて大きいということです。

当社のコーポレート・ガバナンスは、企業ビジョン「おいしく、たのしく、すこやかに」に基づく価値最大化と持続的発展を目的としています。その実現に向け変革を加速していけるよう、今後も客観的立場から経営に貢献していきたいと思っています。



Message

社外取締役
広田 雅人



コンプライアンス

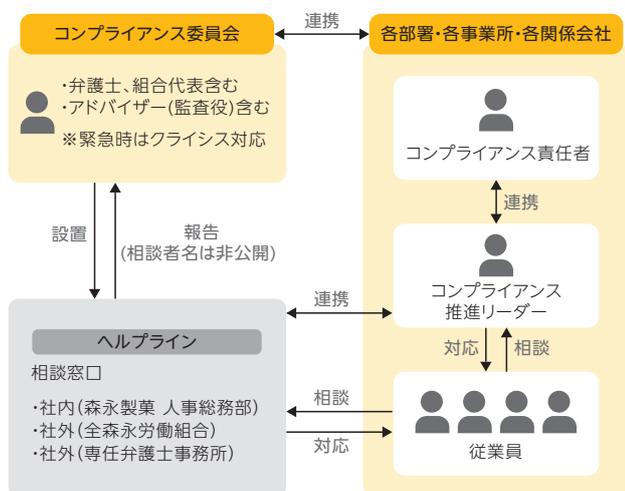
森永製菓グループの役員・従業員一人ひとりが、「森永製菓グループ行動憲章・行動規準」の順守を周知・徹底し、コンプライアンス体制を構築しています。

コンプライアンス推進について

森永製菓グループは、「コンプライアンスはあらゆる事業活動において、全てに優先する課題である」との意識のもと、2001年に「森永製菓行動憲章・行動規準」を制定いたしました。2008年には「森永製菓グループ行動憲章・行動規準」に改定し、グループ共通のコンプライアンス経営体制をとっています。

また、代表取締役社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、コンプライアンス経営の構築や推進を行っています。コンプライアンス違反等の通報及びコンプライアンスについての相談窓口として、「ヘルプライン」を設置しています。社内、労働組合、外部弁護士との3カ所で相談窓口を設けており、制度の浸透に努めています。

◆ コンプライアンス経営体制図



コンプライアンス意識の向上に向けて

コンプライアンス風土の浸透・定着を図るため、「森永製菓グループ行動憲章・行動規準」を各事業所でパネルで掲示するとともに冊子やカードを全従業員に配布しています。

コンプライアンス意識の向上のため、新入社員研修、新任管理職研修等の階層別研修において、コンプライアンス研修を継続して実施しています。また、全事業所において、単独で企画したコンプライアンス研修を年1回以上実施し意識啓発の取り組みを進めています。



森永製菓グループ行動憲章・行動規準

TOPICS

コンプライアンスアンケートの実施

2003年度より毎年、全従業員を対象にコンプライアンスアンケートを実施し、当社グループのコンプライアンス状況の把握に努めています。アンケートの結果をもとに各事業所との意見交換や対策立案を図り、風土改善に向けた活動を推進しています。



コンプライアンスアンケート用紙



詳しくはホームページにてご覧いただけます

URL <http://www.morinaga.co.jp/company/about/governance.html>

社会への取り組み

森永製菓は、お客様をはじめステークホルダーのみなさまのお声を注意深く聴き、コミュニケーションと信頼を深めながら、安全・安心でおいしい商品をお届けすることで、社会の一員として、貢献していきたいと考えています。



お客様の笑顔のために

私たちは「食」とおして、価値と感動のある商品・サービス・情報をお届けする企業を目指します。その基本となる安全・安心を確保する品質保証体制を充実し、お客様との対話を推進して商品・サービスの向上に取り組んでいます。

◆注力ポイント◆



安全・安心への取り組み



お客様との対話

品質への取り組み

◆フードディフェンス

食品への意図的な異物混入を防ぐ取り組みとして、まず、コミュニケーションを大切に働きやすい職場環境づくりに努め、従業員がお客様の安全・安心を最重要視した行動をとるよう意識向上を図っています。そのうえで、工場構内、製造現場への入退出管理の強化、異物混入防止に関するルール（私物持ち込み制限、薬品管理）の順守、カメラによる監視体制の導入等、ソフト・ハードの両面から整備してリスク低減を進めています。



カード認証による
入退室

◆トレーサビリティ

原料～製造～保管～配送の各段階で確実な記録と管理を行い、商品に使用されている原料の履歴情報を把握できるようにしています。また、定期的な訓練を行い適正に実行されているかどうか確認しています。

◆食物アレルギーへの対応

ホームページに「アレルギー関連情報」を掲載し、安心してお客様が商品選択できるよう努めています。これからも森永製菓は、アレルギーをおもちのお客様のことを考え、特定原材料及びそれに準ずるもの（27品目）について品質管理を徹底し、安全・安心な食品をお届けする努力を続けていきます。



アレルギー関連情報
(チョコボール〈ピーナッツ〉)



URL <http://www.morinaga.co.jp/products/detail.php?id=PRD2009-08-0188>

◆FSSC22000認証を取得

生産工場（森永製菓4工場、生産関係会社）では食品安全システムに関する国際認証規格「FSSC22000」の認証取得を進めています。

【認証取得工場】

（2017年9月30日現在）

三島工場、高崎森永株式会社、小山工場、中京工場、鶴見工場、森永エンゼルデザート株式会社冷菓事業部



三島工場



お客様満足のための取り組み

◆ お客様対応の充実

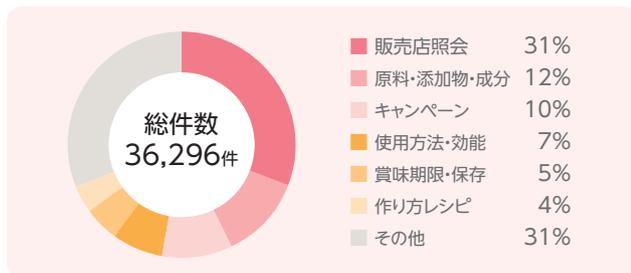
お客様と直接ふれあう窓口として「お客様相談室」を設置し、フリーダイヤル、メール、手紙等で誠実・迅速・正確な対応を心がけています。お客様からのご意見、ご要望は全社で共有し、より良い商品・サービスの改善に活用しています。また、ホームページにはQ&Aを掲載し、お客様の速やかな問題解決のサポートを行っています。



Q&A ページ

URL <http://www.morinaga.co.jp/contact/>

◆ お問い合わせの内訳 (2016年度)



お客様の声を実現しました

i n ゼリー カロリーゼロの販売終了で「菓を飲むのにちょうど良かったのに残念」という切実なお声が数多くあり、事業部に伝えました。2017年にお客様に再発売のお知らせをしたところ、「早速買いました!」といううれしいご返信をいただきました。

お客様サービスセンター お客様情報室長
山路 善行



お客様とのコミュニケーション

◆ ファンサイトでのコミュニケーション

WEBファンサイト「エンゼルPLUS」では、お菓子が大好きなお客様と、掲示板やブログ等をおして双方向のコミュニケーションを大切にしています。



ファンサイト「エンゼルPLUS」

URL <https://ap.morinaga.co.jp/>

「楽寿園」環境整備 (三島工場)

三島市が進める「ガーデンシティみしま推進事業」の環境で、JR三島駅前にある「楽寿園」内の環境整備の支援として、花苗の植え付けや、園内の清掃・整備を行いました。



街頭監視 (中京工場)

愛知県の交通安全市民運動に伴い、西三河一斉街頭監視を行いました。



納涼祭 (鶴見工場、中京工場)

住宅街に隣接する2工場では、地域交流のため納涼祭を開催しています。



お取引先様の笑顔のために

公平・公正なお取引をとおして、お取引先様と強い信頼関係を構築していきます。

◆注力ポイント◆



公正・公平な取引

..... 資材購買方針

1. 順法・コンプライアンス

森永製菓は、行動憲章、法令、社内規則を順守し、健全な購買活動を行います。

2. パートナーシップ

お取引先様とは、顧客感動・お客様重視を共通目的として協同し、相互に発展できる関係作りを目指します。

3. 公正な機会

お取引先様の選定は、品質、価格、納期、技術力、経営基盤などの経済合理性を公正に評価し、決定します。

(2004年10月1日制定・表明)

公正・公平な取引

森永製菓では、購買業務に関する手続きを定めた「購買管理規定」に基づき、効率的な購買活動の運営を図っています。また、お取引先様と公平・公正で透明な関係を構築するために「資材購買方針」を2004年に制定し、お取引先様に表明しています。法令、社内規則等を順守し、お取引先様の選定にあたっては、品質、価格、納期、技術力、経営基盤等を公正に評価しています。

資材購買方針に定めている「公正な機会」の提供のため、お取引先様の選定にあたり、2014年度より評価項目及び評価基準を定め、公正な定量的評価を実施しています。

評価項目

- 1 経営 (Management)
- 2 品質 (Quality assurance)
- 3 コスト (Cost reduction)
- 4 納期 (Delivery service)
- 5 サービス (Service)

お取引先様とのパートナーシップの強化

「おいしく、たのしく、すこやかに」のビジョンを実現するためには、調達から生産、物流に至るビジネスパートナーとの相互の信頼関係が必要です。そのためにはお互いの考え方や得意とする技術等を理解し合うことが大切であり、品質管理のあり方や製造現場の視察立ち会い等相互に確認し合い、日頃から綿密な意見交換をしています。お取引先様は当社にとって良きパートナーであり、長きにわたりお互いが成長し続ける関係であるよう、今後とも有用な情報交換の場を設けていきます。

Message

お客様に安全・安心な商品をお届けするために

森永製菓が扱っている原料の農産物は、その大半を海外からの輸入に依存しているのが現状です。その原料の産地に出向き、作柄状況や品質の確認を行い、お客様に安全・安心な商品をお届けするために日々活動しています。



チョコレートの原料であるカカオ豆。東南アジアの生産地にて、生育状況を視察



メープルシロップの主要原産地であるカナダの採取地を視察

生産本部 資材部

株主・投資家のみなさまの笑顔のために

経営の情報を分かりやすくタイムリーにお届けするとともに、株主・投資家のみなさまへの継続的な安定的配当を確保してまいります。

◆注力ポイント◆



株主・投資家のみなさまとのコミュニケーション

..... 情報開示に関する基本方針

森永製菓株式会社は、法令の順守はもとより、高い倫理観をもって企業活動を行うとともに、経営の情報開示と透明性確保に努め、株主・投資家のみなさまに対しタイムリーな情報提供に努めます。会社法・金融商品取引法等関係諸法令、証券取引所の定める業績の概況及び「上場有価証券の発行者の会社情報の適時開示等に関する規則」に従って、情報ならびにその他の重要な情報を正確かつ迅速にホームページ上に公開いたします。

株主・投資家のみなさまとのコミュニケーション

◆株主総会・決算説明会

株主総会では株主のみなさまに事業に対する理解をよりいっそう深めていただくことを常に心がけています。

また、証券アナリスト、機関投資家のみなさまを対象に、5月と11月の年2回、決算説明会を開催しています。

説明会では経営トップから決算状況や今後の戦略、業績の見通し等をご説明するとともに、さまざまなご質問にお答えしています。決算説明会にて使用した資料はホームページでも公開しています。



決算説明会の様子



株主総会招集通知



株主通信

◆証券アナリスト・機関投資家向け工場見学会

よりいっそう、事業活動への理解を深めていただくことを目的として証券アナリスト、機関投資家の方々に向けた工場見学会を開催しています。

2016年度は高崎森永株式会社にお招きし、高い品質の製品を製造する設備や工程を見学いただいた後に、改善活動の取り組みについて活発な質疑がなされました。

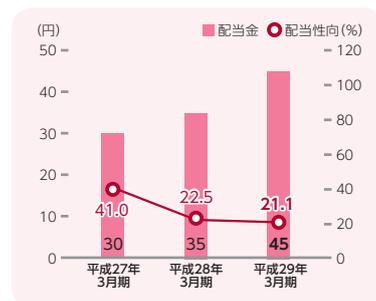


高崎森永株式会社

利益の還元

森永製菓は経営基盤の強化を図るとともに、株主のみなさまへ利益を還元することを最重要と考えており、安定的配当を確保しながら、業績に応じた配当を実現することを基本としています。

◆1株当たり配当金 配当性向



詳しくはホームページにてご覧いただけます

URL <http://www.morinaga.co.jp/company/ir/>

従業員の笑顔のために

従業員の多様な個性を尊重し、やりがいと意欲をもって新たな価値創造に挑戦できる仕組み・制度づくりに努めるとともに、それぞれのもつ能力を十分に発揮できるよう、働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

◆注力ポイント◆



働きやすい環境づくり

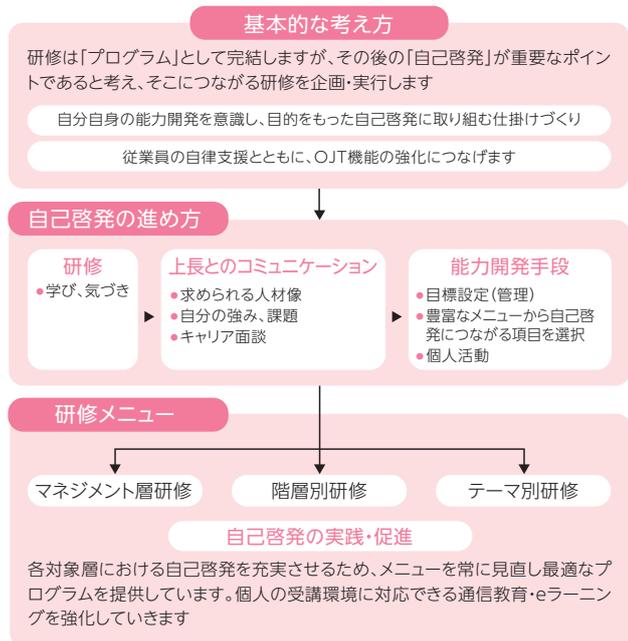
人材育成

森永製菓では、人材育成の強化は当社が目指すビジョン・ミッションを実現させていくための手段であると位置づけています。全社的課題となっている「激しい環境変化への対応」を実行していくために、「厳しさの中で成長できる強い個人」の創出に向けた人材育成体制を確立し、組織に貢献できる人材へと成長を促します。人材育成の強化を推進するにあたっては、中期経営計画における基本方針と連動した研修を実施し、他の施策と合わせて戦略的な人材育成に取り組んでいます。



研修の様子

◆ 研修の考え方と体系図



ダイバーシティの推進

◆ 女性活躍推進への取り組み

森永製菓では、2001年に「女性が能力を発揮し、活躍できる組織をつくる」という目標を掲げ、女性活躍推進をスタートしました。以降、育児関連制度の拡充を中心とした「両立支援」によって、女性従業員が長く働き続けられる環境が整えられ、男女の平均年齢・勤続年数の差はなくなりました。

2009年からは、「より責任ある立場において、経営の意思決定に携わることのできる女性従業員の育成」を目指した「活躍支援」に重点を置いて取り組んできました。

2012年には人事総務部内に「ダイバーシティ推進担当」を設置し、各種研修によるキャリア観の醸成や上司の意識啓発をはじめ、従来女性従業員の配属が少なかった職場への人材配置を積極的に実施しています。新卒採用においても男女半々となるよう実施しています。

これからも、性別にとらわれない、意欲・能力のある従業員の積極的な登用を推進していきます。

◆ 女性管理職比率の数値目標

2018年 4月	6%	2020年 4月	8%
-------------	-----------	-------------	-----------

Message

成果を出しやすく、チャレンジしやすい環境づくりを

2016年9月より、「テレワーク制度」を導入しました。これにより、育児休業から復帰した短時間勤務者が、外勤営業職として活躍できるようになる等、職務の幅が広がりました。また、性別の違いにとらわれず、高い職位にチャレンジしていけるような風土づくりの一環として、食品企業共同で女性活躍推進セミナーを開催しました。2017年4月には、当社初の女性執行役員及び関係会社社長も誕生し、女性の職位も着実に増えてきています。

人事総務部 人事グループ(ダイバーシティ推進担当リーダー)

藤本 陽子

ワークライフバランスへの取り組み

森永製菓では、男女問わず利用できる育児・介護休業制度の整備をはじめ、出産・育児・介護に携わる期間、仕事の負担を軽減できる制度を設けることで、さまざまなライフステージにおいても、成長意欲をもちながら能力を発揮し、活躍できる環境を整えています。また、2007年から6期連続で「子育てサポート企業」として国からの認定を受けており、2017年9月にはプラチナくるみん*認定を取得しました（行動計画期間：2015年4月～2017年3月）。



*プラチナくるみん：「くるみんマーク」を既に交付されていて高い水準の取り組みを行っている企業を対象とする認定。

◆ 2016年度の育児休業・介護休業の取得状況（人）*

男性 **8**人 女性 **20**人

※年度末時点

◆ 出産・育児・介護支援制度

出産	
通院・つわり休暇	妊娠中及び出産後1年以内で就業が困難な場合に、7日まで取得可能
産前産後休暇	産前6週間（多胎妊娠の場合は14週間以内）、産後8週間（有給）
慶弔休暇 妻の出産	2日間（有給）

育児	
育児休業	<ul style="list-style-type: none"> ● 子が1歳到達後の4月末、または子が2歳に達する日までのいずれか長い期間まで取得可能 ● 父親が妻の出産後8週間以内に育休を取得した場合、再取得可能とする ● 出産後8週間以内であれば、連続5日まで有給
育児短時間勤務	<ul style="list-style-type: none"> ● 育児休業取得可能期間内であれば1日4時間勤務が可能 ● 小学校4年生に達するまで1日6時間勤務が可能
子の看護休暇	未就学の子が1人の場合は年5日、2人以上の場合は年10日予防接種・健康診断・看護のために取得できる

介護	
介護休業・ 介護短時間勤務	介護休業と介護短時間勤務（1日4時間勤務）を合わせて、要介護状態の対象家族1人につき、1年まで取得可能
介護休暇	要介護状態の家族が、1人の場合は年5日、2人以上の場合は年10日、1日単位で介護を目的として取得可能

エンゼルリターン制度

結婚、配偶者の転勤、子の出産・育児、家族の介護を理由に退職した場合、再入社できる制度です。

仕事も家庭も全力で！をモットーに

私は、2009年に入社後、2013年に夫の海外転勤により退職しました。そして今年、夫の関東への転勤を機に【エンゼルリターン制度】を利用し再入社しました。退職する際は、仕事にやりがいを感じており後ろ髪を引かれる思いでしたので、復職が決まり大変嬉しかったです。娘がまだ小さく、仕事と育児・家事の両立に忙殺される日々ですが、生き活きと楽しんで仕事ができているのは、“おかげり”と温かく迎え入れサポートしてくれる周囲の皆さんのおかげだと思っています。

エンゼルリターン制度利用者 人事総務部

西田 遥子

Message



イノベーションを生み出す仕組み

森永製菓では、従業員一人ひとりの多様なアイデアを生かし、イノベーションを生み出すための取り組みを毎年実施しています。

◆ 発明やチャレンジな行動に対する社長賞表彰

発明・発見・考案等により、会社に対して大きな有形の利益をもたらした従業員（チーム）や通常の実力や発想では成し得ない目標に対して、チャレンジな行動を發揮することにより目標を達成し、成果を上げた従業員（チーム）に対して、社長自らが審査し表彰する制度です。



2016年度の社長賞受賞者

◆ 新領域創造事業部の新設

2014年より、新規ビジネスに特化した「新領域創造事業部」を新設しました。ネットビジネスをはじめ、既存事業の枠を超えた新たなビジネスの種の発掘、試行、育成を加速し、新規のビジネスモデルの創造を目指しています。

子どもたちの笑顔のために

100年を超える森永製菓の歴史は、お客様の笑顔、とりわけ子どもたちの笑顔に支えられてきた歴史でもあります。だからこそ私たちは、感謝の気持ちを込めて子どもたちをもっと笑顔にする活動を続けていこうと考えています。

◆注力ポイント◆



食育体験



自然・スポーツ体験



他団体との連携

社会貢献活動基本理念

直接体験をとおして「子どもたちの心身の健全な育成を目指す」



子どもたちの体験プログラムを提供「森永エンゼルスクール」

子どもたちは、社会において人との関わりや、さまざまな経験を重ねることで成長していきます。しかし、現代ではITの発達等による社会環境の変化によって、直接的体験の場が減少しつつあります。

森永製菓では、創業者が明治・大正の子どもたちを西洋菓子によって栄養面から支えたいと願ったように、これからの未来を担う子どもたちの心と身体のすこやかな成長を応援するため、「食育体験」「自然体験」「スポーツ体験」の観点から、年齢ごとの成長過程や発達課題に合わせた体験型のプログラムを「森永エンゼルスクール」として展開しています。



**MORINAGA
ANGEL SCHOOL**

食育体験 ▶ P22へ

- ◆ 菓子育
対象：幼児～中学生・保護者
- ◆ キッズシアター
対象：幼児～中学生
- ◆ 工場見学
対象：幼児～成人

自然体験 ▶ P23へ

- ◆ 伊賀・エンゼルの森
各種イベント
対象：幼児～小学生・保護者
- ◆ 無人島探検隊
対象：小学校高学年

スポーツ体験 ▶ P24へ

- ◆ フェンシングフルール
太田雄貴杯
対象：小学生



森永エンゼルスクールナビゲーター



URL <http://www.morinaga-tenshi.com/>

社会・他企業・団体との連携

当社では、さまざまな社会課題への取り組みのために、価値観を共有するお客様や社会・行政・団体・他企業と連携し、寄付、協賛・協力、共同取り組み等を行っています。

- ◆ 1チョコ for 1スマイル ◆ ベルマーク運動 ◆ 森永エンゼル財団 ◆ 世界カカオ財団
- ◆ 他社参加型エンゼル・スマイル・プロジェクト ◆ 行政との取り組み



食育体験

菓子育

お菓子の価値は栄養補給だけでなく、人と人、心と心をつなぐコミュニケーションの役割であると森永製菓は考えます。オリジナルハイチュウづくりや紙芝居等の「菓子育プログラム」で、創造性を育みながら、お菓子の価値やお菓子との上手な付き合い方をたのしく学ぶ機会を提供しています。



オリジナルハイチュウづくり



キヨロちゃんとハイポーズ!!

キッズニア

お菓子工場パビリオンでは、ハイチュウの製造を通じて、働くことのたのしさや、ものづくりの工夫を体験するだけでなく、食品衛生やルール・マナーを学び子どもの自立性や社会性を養います。



お菓子工場であっけしたよ!

工場見学

工場見学では、ものづくりのたのしさ・醍醐味に加え、食の安全・安心のための取り組みを目で見て実感していただけるよう心がけています。また、親子見学会では工場ならではの商品を使ったプログラム「オリジナルハイチュウづくり」も実施し、「直接体験」の機会を提供しています。



鶴見工場



大きなキヨロちゃんがお出迎え

小山工場

参加者の声

安全・安心を感じました!

施設の中に入る時の衛生面はさすがだなと思いました。工場のスタッフの方ともすれ違いましたが洋服もきれいだし、これならお菓子も食べて安心だなという印象でした。



自然体験

笑顔で集合写真

伊賀・エンゼルの森 各種イベント



2007年から当社所有地である伊賀・エンゼルの森で、自然とふれあいながら野外炊事に挑戦し、環境を守ることの大切さを学ぶ活動を行っています。未就学児向けの「森のようちえん」では、親子でどろんこになりながら森を探検し、炊事に挑戦しています。小学生向けの「日帰りキャンプ」では森のウォークラリーや生物の観察を行い、里山の貴重な自然を満喫しています。

おにぎり つくったよ



大人も子どもも楽しめる!

あいにくの雨の中、平気で遊ぶ娘にびっくりしたり、普段なら引き返すような道なき道の探検もあり、自然を楽しむことができました。

森のようちえん参加者

参加者の声



チャレンジ! 無人島探検隊 in せとうち

1999年から16回にわたって実施してきた「無人島探検隊」。2016年も、兵庫県姫路市の無人島「松島」で32名の小学生が大冒険を繰り広げました。電気も水道もない無人島で最初は戸惑っていた子どもたちが、日に日にたくましくなり、最終日には「帰りたくない」という子も。探検隊をとおして仲間と協力し、地球環境に感謝しながら生きていくことを学び、「生きる力」を身に付けました。



水の中は 気持ちいい!!



参加者の声

生きた魚をさばきました!!

ひれやうろこを取ってもまだ生きていたので頭を切る時はドキドキして、魚にも大切な命があるのだと思いました。

小学6年生 川又 帆乃果さん



浜に流れ着いたゴミを拾ったよ



参加者の感想文

環境への取り組み

森永製菓グループ環境方針に基づき、企業活動のあらゆる面で環境に配慮した取り組みを行い、持続可能な社会の実現を目指しています。



◆注力ポイント◆



マネジメントシステムの運用

環境マネジメント

森永製菓グループ環境方針

環境基本理念

エンゼルのように地球にやさしく!!

森永製菓は地球温暖化防止のため低炭素社会の実現と持続的成長が可能な循環型社会の形成を目指し、生物多様性の保全を通じた自然共生社会の構築に寄与すべく、企業活動のあらゆる面で環境に配慮した取り組みをおこないます。



基本方針



1. 環境に関する法令、条例等の順守



2. 製品に関わる全過程での環境負荷低減

製品の企画・開発段階から生産・販売・廃棄に至るまでの各段階において、環境負荷を考慮し、低減に努めます。



3. CO₂等の温室効果ガス排出量削減

省エネルギーの推進及びエネルギー使用の見える化等、カーボンマネジメントを実施し、CO₂等の温室効果ガス排出量を削減して、地球温暖化防止に努めます。



4. 省資源・廃棄物の削減及びリサイクルの促進
原材料等の有効利用に努め、廃棄物総量の削減を図るとともにリサイクルを推進します。



5. 環境汚染物質の管理及び削減促進

化学物質、オゾン層破壊物質等の環境汚染物質を適正に管理し、削減に努めます。



6. 環境意識の高揚及び生物多様性の保全・社会貢献活動の促進

社内環境マネジメント体制を整備・改善し、環境教育を通じて、全社員の環境意識の高揚を図り、生物多様性の保全・社会貢献活動に努めます。



環境マネジメントシステム

1998年7月に森永製菓小山工場が日本の菓子業界で初めてISO14001(環境マネジメントシステム国際規格)の認証を取得しました。さらに全工場及び生産関係会社にて順次認証取得し、適正な管理により更新登録を行っています。2000年1月には、全社的な環境保全の取り組みを一元管理する部署「環境対策室」を設置しました。現在はコーポレートコミュニケーション部がその役割を担い工場環境管理委員会等と情報交換を図るとともに、マネジメントシステムの継続的改善と、環境負荷低減や生産性向上の取り組みを推進しています。2016年度は、工場へ近隣の方等より騒音・におい等に関するお問い合わせや、苦情・事故等のお申し出が3件ありました。これらについては、速やかに対応するとともに、改善策を講じました。

◆ ISO14001認証取得状況

認証取得サイト名	所在地	初回登録日	登録更新日
森永製菓株式会社 小山工場	栃木県	1998年7月7日	2016年7月7日
中京工場	愛知県	2000年3月15日	2015年3月15日
三島工場	静岡県	2000年3月16日	2015年3月16日
鶴見工場	神奈川県	2000年7月26日	2015年7月26日
森永スナック食品株式会社	千葉県	2001年2月20日	2016年2月20日
森永エンゼルデザート 株式会社 冷菓事業部	神奈川県	2001年3月20日	2016年3月20日
森永デザート株式会社	佐賀県	2001年3月20日	2016年3月20日

◆ 環境教育・啓発

森永製菓グループでは、行動憲章・行動規準の中で「環境の保全」について掲げ、企業活動のあらゆる面で環境に配慮した取り組みを行うべく、従業員の環境意識高揚を図っています。また、環境方針で環境リスクへの方針を設定し、教育・啓発を進めています。各工場では、食堂等を利用したスライド表示等を行い、従業員への啓発活動を行っています。また、年に一度「内部環境監査員養成セミナー」を行い、各工場の内部環境監査員の育成と強化を行っています。

◆ 社内環境監査

環境マネジメントシステムの適合性、有効性、及び効率化を目的として内部監査を毎年実施しています。コーポレートコミュニケーション部と認証工場の内部監査員による合同内部監査を2016年度は4サイトで実施しました。この監査では法規制順守やシステムの運用状況はもとより、環境パフォーマンスの向上と、システムの効率化も重視して行っています。



合同内部監査の様子

Message

自身のレベルアップにもなっています

内部監査、外部審査で環境マネジメントシステム (EMS) の有効性を評価するのですが、評価時の指摘事項を滞りなく改善・対応することにより、より良いEMSになってきていると感じます。内部監査においては、業務改善につながる指摘をすることで監査員自身のレベルアップにもなっています。

三島工場 設備グループ **大森 直樹**



Message

問題点の継続的改善にも役立っています

内部監査や外部審査を定期的に行い、監視と是正処置を繰り返すことで、法令・条例等の順守はもちろんのこと製品に関わるさまざまな工程で環境に配慮した取り組みが行われています。また、これらは日頃の取り組みを改めて見直すことになり従業員の力量向上や問題点の継続的改善にも役立っています。

鶴見工場 設備グループ **伊澤 成裕**



環境に配慮した商品開発

原料、包装、輸送から廃棄まで、あらゆる面からの環境負荷低減に配慮した商品づくりを目指しています。廃棄を抑制する取り組みの実施や、廃棄時に減容化のしやすいユニバーサルデザインの導入も行っています。私たちは常に環境のことを考えながら、商品の企画・開発を進めています。

◆注力ポイント◆



環境にやさしい
パッケージ



保管・輸送時の
環境負担減

環境にやさしいパッケージ

◆プラスチックの減量化

●ハイチュウアソート

個包装フィルムの幅を縮小し、プラスチックフィルムの使用量を削減しました。



◆プラスチックの使用量

約**0.4**トン/年削減

◆紙の減量化

●パキシエル

個装箱の糊しろを短くし、紙の使用量を削減しました。



◆紙の使用量

約**2.6**トン/年削減

◆バイオマスプラスチックの使用

包装材料に植物由来の原料を使用したバイオマスプラスチックを使用しています。化石資源の使用削減、CO₂排出抑制等、環境負荷の低減に努めています。

●ミルクココア スティックタイプシリーズ

個包装のスティック袋に植物由来の原料を一部使用しています。



バイオマス
使用部位:スティック袋
使用原料:バイオマテックPET
No.110028
本製品のスティック袋には
環境に配慮したバイオマス原料を
一部使用しています。

◆紙製飲料容器「カートカン」の使用

カートカンとは国産材・間伐材を利用した環境にやさしい紙製容器です。

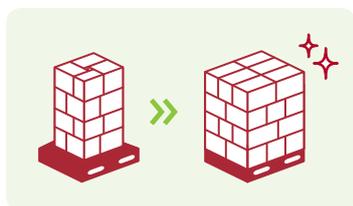
●森永のやさしい米麹甘酒

容器に、環境にやさしい「カートカン」を使用しています。



保管・輸送時の環境負担軽減

商品の保管・輸送時に使用されるパレットに、なるべく多くの商品を積載できるように、段ボールケースへの積み付け姿勢やケース寸法等を工夫して、無駄な空間ができないように商品設計を行うことにより、保管・輸送に関わるエネルギー使用の抑制に努めています。



容器包装は減量化から素材見直しへ

容器包装は、品質保持・商品情報伝達・輸送性確保という重要な役割を終えると廃棄物となります。その減量に向け私たちは、容器包装そのものの減量・容器包装製造時の材料使用効率向上に努めてきました。さらに今後は、容器包装に使用する素材を見直し、環境配慮素材であるバイオマスプラ・間伐材紙等の使用を検討してまいります。

Message

生産本部 生産技術開発部 関根 靖久



低炭素社会の実現

省エネルギーの推進及びエネルギー使用の見える化等、カーボンマネジメントを実施し、主たる温室効果ガスであるCO₂の排出量を削減することで、低炭素社会の実現を目指し、地球温暖化防止に向けて取り組んでいます。

◆注力ポイント◆



CO₂排出量削減



省エネルギーへの取り組み

CO₂排出量削減の取り組み

目標

工場部門からのCO₂排出量を2020年度末までに、2005年度比**15%**削減する。

工場部門では省エネルギータイプの設備導入や設備保全をととしてのエネルギーロス削減等によって省エネルギー推進を図り、主たる温室効果ガスであるCO₂の排出量削減に取り組んでいます。

◆2016年度の実績

森永製菓4工場、生産関係会社5社^{※1}の2016年度のCO₂排出量^{※2}は57,023t-CO₂、製造量原単位^{※3}は0.50t-CO₂/tとなり、2005年度比で19.5%の排出量を削減できました。また、2015年度比では、排出量は3.1%の増加、製造量原単位は2.2%の減少となります。

※1 森永スナック食品株式会社、高崎森永株式会社、森永甲府フーズ株式会社、森永エンゼルデザート株式会社、森永デザート株式会社の5社をいいます。

※2 森永製菓4工場、生産関係会社5社の各種エネルギー使用等に伴うCO₂排出量を合計したものです。環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン（試案 Ver1.4）」等により算出、比較対照しています。

※3 製造量原単位とは製造重量あたりのCO₂排出量のことをいいます。

◆CO₂排出量と製造量原単位の推移

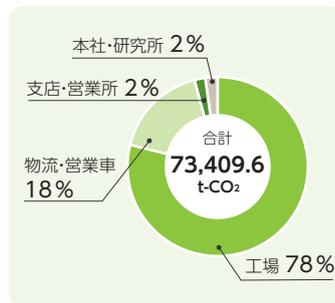


◆CO₂排出量比率

全体的なCO₂排出量実績を把握し、見える化を推進することで排出量削減に取り組んでいます。

森永製菓4工場、生産関係会社5社からの2016年度CO₂排出量は、全体の78%を占めています。

◆CO₂排出量比率



省エネルギーへの取り組み

◆省エネルギータイプの照明導入

高崎森永株式会社では第一工場で蛍光灯照明からLED照明への切り替えを進めて、省エネルギーと作業環境の改善に取り組んでいます。



高崎森永株式会社第一工場 LED照明化

◆物流工程における主な取り組み

森永製菓では物流の効率化と環境対策の観点から、同業他社との連携による共同輸配送に取り組んでいます。共同輸配送による積載率の向上は、輸配送車両の削減となり、大気汚染物質の排出量削減につながります。省エネルギー法改正に伴う特定荷主としても、「輸配送時のCO₂排出量」の算出・把握を行っており、2016年度は12,722t-CO₂の排出がありました。

循環型社会の形成

循環型社会の形成のため、目標を掲げて、廃棄物排出量の削減、リサイクル促進に取り組んでいます。

◆注力ポイント◆



廃棄物排出量削減



廃棄物リサイクルの促進

廃棄物排出量削減の取り組み

目標

工場部門からの廃棄物排出量を2020年度末までに、2005年度比 **25%**削減する。

◆2016年度の実績

森永製菓4工場、生産関係会社5社からの廃棄物排出量は9,962tで、2005年度比16.4%削減できました。2015年度比では1.7%増加しましたが、製造量原単位は0.088t/tで前年度比2.0%減少しました。継続的に取り組んでいる生産性向上活動の成果が表れています。工程ロス削減等の本来業務の改善により、動植物性残渣の発生抑制効果も出ています。今後も、廃棄物排出量の削減に向けてさらに活動を強化していきます。

廃棄物の分別管理

◆ 2016年度 森永製菓4工場、生産関係会社5社の廃棄物排出実績

	2015年度		2016年度	
	排出量[t]	排出量[t]	構成比[%]	前年度差異[t]
汚泥	2,096	2,206	22.1	110
廃油	9	9	0.1	0
廃プラスチック類	453	520	5.2	67
紙屑	1,785	1,819	18.3	34
木屑・繊維屑・ゴム屑	11	27	0.3	16
動植物性残渣	4,960	4,870	48.9	-90
廃酸・廃アルカリ	0	0	0.0	0
金属屑	344	376	3.8	32
ガラス・陶磁器屑	3	1	0.0	-2
その他	135	134	1.3	-1
合計	9,796	9,962	100.0	167
リサイクル量	9,783	9,896	リサイクル率:99.3%	

廃棄物リサイクルの促進

◆リサイクル率向上の取り組み

森永製菓グループでは全工場においてリサイクル率向上に向けて取り組んでいます。2016年度の森永製菓4工場、生産関係会社5社のリサイクル率は排出総量の99.3%となりました。今後も適正な分別を行い、資源の有効活用を図るとともに、有価物化を推進していきます。

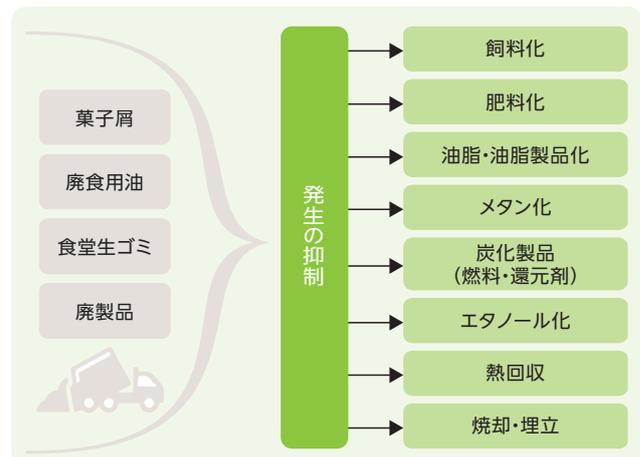
◆ 森永製菓4工場、生産関係会社5社のリサイクル率

排出総量の **99.3%**

◆食品廃棄物リサイクルの取り組み

森永製菓の2016年度の食品リサイクル率は78.6%となり、前年度比約2.7ポイント低下しました。工場では廃棄物の「発生抑制」に努めていますが、発生した食品廃棄物は主に、飼料化、肥料化、及びメタン醗酵原料等に利用することでリサイクルしています。製品廃棄物等は、その特性から、リサイクルが困難な部分もありますが、今後も、製品特性に合わせた食品廃棄物再生業者の選択等を実施し、リサイクル化を推進していきます。

◆ リサイクルフロー



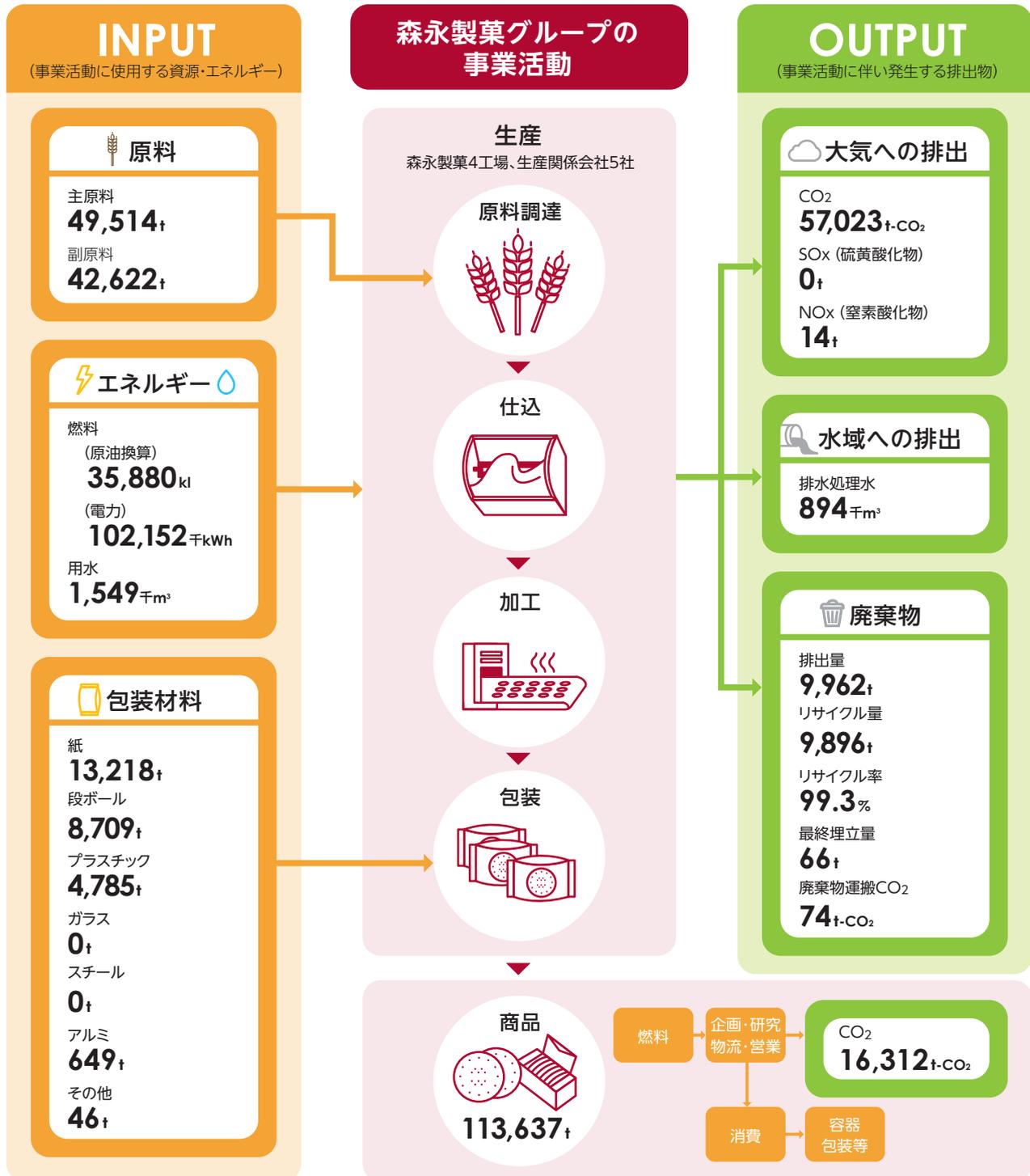
事業活動における環境負荷 (2016年度)

事業活動ではエネルギーや原材料の使用、廃棄物の排出等、商品の製造過程を中心にさまざまな環境負荷がかかります。私たちは、一つひとつの環境負荷に配慮し、環境にやさしい商品づくりを続けています。

◆注力ポイント◆



環境負荷の全体像



環境汚染物質の管理・削減促進

大気汚染等の公害や自然環境・生態系の破壊を防ぐため、環境汚染物質の管理・削減促進の取り組みを行っています。

◆注力ポイント◆



環境汚染物質の抑制

大気汚染物質の抑制

工場部門の全てのボイラーを2005年度までに都市ガス燃料仕様に変更し、さらなるNOx、CO₂排出削減に取り組んでいます。また、工場敷地内のアイドリングストップ順守のために、各お取引先の方々にもご協力を要請しています。営業車の環境負荷低減も積極的に推進しており、2016年度末の低排出ガス車導入比率は99.4%です。

◆ 2016年度末の低排出ガス車導入比率

99.4%

化学物質への対応

「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律 (PRTR法)」に従い「化学物質管理手順」を作成し、全社的に化学物質管理を強化しています。工場部門ではISO14001のマネジメントシステムを活用して、安全で適正な管理の徹底と、排出量の削減に取り組んでいます。

水質汚濁防止

排水処理設備の運用に関して、自主管理基準を設定し「運転管理手順書」の見直しや教育訓練の実施等で管理徹底を図り、設備のメンテナンス強化、更新・改善のための投資を行っています。



雨水溝への流出防止訓練

フロン排出抑制

オゾン層破壊物質であり地球温暖化の原因となる温室効果ガスでもあるフロンの管理を行っています。各事業所では空調機や冷凍機等の点検・保全を強化し、設備更新時は適切なフロン回収を行い、環境に配慮した冷媒への転換を進めています。



空調機点検の様子

生物多様性への取り組み

環境教育・環境保全活動を通じて環境意識の啓発を図り、生物多様性の高い環境の維持・拡大に努めています。

◆注力ポイント◆



持続的かつすこやかな森林の育成

生物多様性の保全と持続可能な社会を目指し、自社保有地である「伊賀・エンゼルの森」で活動を行っています。夏には三重県総合博物館から学芸員の方をお招きし、伊賀の里山に生きる植物・昆虫について学びました。また、虫害にあった木を伐採し萌芽更新を促すことで、

持続的かつすこやかな森林の育成を目指しています。



植物・昆虫観察会の様子

環境会計

森永製菓では環境会計を、環境に関する方針・目的・目標の達成度合いを判断する指標として、さらには、環境パフォーマンスの向上のためのツールとして有効に活用しています。

◆注力ポイント◆



環境会計

2016年度集計結果

対象期間：2016年4月1日～2017年3月31日

◆環境保全コスト(単位:千円)

分類		主な取り組みの内容	投資額	費用額
生産・サービス活動により事業エリア内に生じる環境負荷を抑制するためのコスト(事業エリア内コスト)		-	63,108	217,342
内訳	公害防止コスト	排水処理設備各装置更新、公害対策	782	132,488
	地球環境保全コスト	省エネ対策	62,326	3,858
	資源循環コスト	廃プラスチック減容機等設置、廃棄物リサイクル費用	0	80,996
生産・サービス活動に伴って上流または下流で生じる環境負荷を抑制するためのコスト(上下流コスト)		容器包装再商品化委託費用、容器包装関連団体負担金	0	114,963
管理活動における環境保全コスト(管理活動コスト)		蒸気・電力メーター取付、ISO14001運用費用	0	24,285
社会活動における環境保全コスト(社会活動コスト)		工場周辺・構内清掃、CSR報告書発行費用	0	15,987
環境損傷に対応するコスト(環境損傷コスト)		汚染負荷量賦課金	0	982
合計			63,108	373,559

◆環境効果

環境保全効果(対前年度削減量)		
環境負荷項目	総量[t]	原単位*[t/t]
CO ₂ 排出量	▲1,244	0.02
水使用量	▲11,697	0.68
廃棄物排出量	▲293	▲0.00

環境保全対策に伴う経済効果(単位:千円)		
効果の内容	総額	原単位
廃棄物再資源化による有価物の売却益	4,821	-
エネルギー費用対前年度削減額	176,517	5.17
廃棄物処理費用対前年度削減額	▲10,766	▲0.18
合計	170,572	-

※原単位とは製造重量あたりのCO₂排出量、水使用量、廃棄物排出量のことをいいます。

補足：▲は前年度に比べて増加していることを表しています。増加・減少の主な原因は以下のとおりです。

- ・設備改善や効率的稼働の見直しにより、エネルギーの使用量を削減。
- ・品質第一で不良品を発生させない考え方により、廃棄物発生を抑制し分別の徹底による廃棄物有価物化を推進。

集計方法

- ◆集計範囲は森永製菓株式会社4工場、一部本社を含むとしています。
- ◆環境保全コスト及び効果の把握にあたっては、環境省「環境会計ガイドライン」も考慮し、把握、集計のための基準「環境会計集計要領」を作成し、これに基づいて集計を行いました。
- ◆環境保全コストには設備投資の減価償却費は含んでいません。
- ◆研究開発コストの集計は実施していません。
- ◆環境保全対策に伴う経済効果については、把握可能な効果のみを集計し、リスク回避効果等、推定によるみなし効果は含んでいません。

今後も、増加原因となりうる要因につき十分な検討を行い、削減に向けた取り組みを推進します。

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・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。

コーポレート・ガバナンス

企業統治。企業が、株主・お客様・お取引先・従業員等をはじめとするさまざまな利害関係者(ステークホルダー)の立場を踏まえたうえで、企業の不正行為の防止、適正な企業運営の維持・確保を実現する仕組み。

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、持続的発展へ貢献をしていくための手引き。

ワークライフバランス

「仕事と生活の調和」を指す。働きながら私生活も充実できるような雇用環境を整え、調和の取れたライフスタイルを目指そうという概念。

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。

ダイバーシティ

多様性。企業が、人種、性別、年齢、信仰等にこだわらずに多様な人材を積極的に活用しようという考え方。

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。



森永製菓株式会社の概要

◆ 会社概要 (2017年3月31日現在)

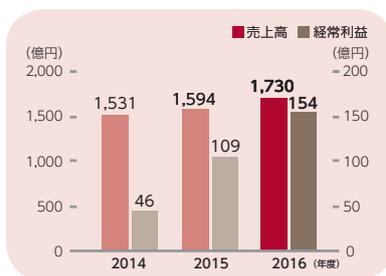
社名	森永製菓株式会社(MORINAGA & CO.,LTD.)
代表者	代表取締役社長 新井 徹
本社所在地	〒108-8403 東京都港区芝5-33-1
創業	1899(明治32)年8月15日 森永西洋菓子製造所 創業
設立	1910(明治43)年2月23日
資本金	186億1千万円
事業内容	菓子(キャラメル・ビスケット・チョコレート等)、食品(ココア・ケーキミックス等)、冷菓(アイスクリーム等)、健康(ゼリー飲料等)の製造、仕入れ及び販売
上場証券取引所	東京証券取引所
従業員数	1,327名(平均年齢41.1歳)

◆ 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や食シーンを創造しています。同時に、『ベイクド技術』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。

◆ 業績推移(個別)



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。

ISO14001

環境マネジメントシステムを構築する際を守るべき事項を定めた規格。「計画」「実施」「点検」「見直し」のPDCAサイクルを繰り返すことにより、環境マネジメントシステムを継続的に改善すること等がISO14001の特徴である。

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

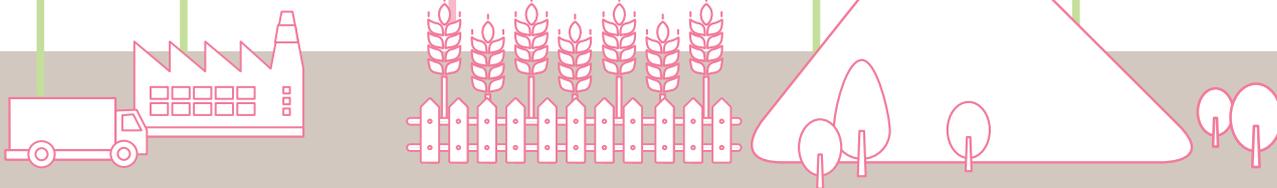
地球の平均気温が長期的に上昇する現象。産業活動が活発になり、CO₂等の温室効果ガスの排出量が増えたことが原因とされている。今後、地球温暖化に伴う海水温の上昇による氷河等の融解によって、海面がさらに上昇すると予測されている。

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している。



冷蔵事業



冷蔵事業は、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独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



健康事業は成長分野の一つとして新たな商品と価値創造に取り組んでいます。スポーツ科学のからだづくり理論に基づいた「ウイダー」ブランド、健康維持や美容面をサポートする健康補助食品の通販事業「天使の健康」ブランドの展開と、生活習慣病予防やアンチエイジング等の機能性素材の研究を行っています。

◆ウイダー

スポーツ科学の先駆者「米国ウイダー社」と業務提携し、その理論に基づきアスリートの身体能力・精神力をトレーニング・栄養指導・サプリメントで支え、そこで得られたノウハウを不規則な生活やストレスにさらされがちな全ての人々に向けて提供しています。

◆通販事業「天使の健康」

「天使の健康」は高齢化やストレス社会を背景に、幅広い世代向けす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・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。



森永製菓株式会社

〒108-8403

東京都港区芝5-33-1

このレポートに関するお問い合わせ先

コーポレートコミュニケーション部

CSRグループ

TEL 03-3456-0143

FAX 03-3769-6129

UD FONT
by MORISAWA

見やすいユニバーサルデザインフォントを
採用しています。