



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

2018



森永製菓株式会社 CSR報告書 2018

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。

2018年度は、新たに策定しました「CSR基本方針・CSR体系図」を掲載しました。

私たちは、さまざまなステークホルダーのお声に耳を傾け、森永製菓グループが果たすべき社会的責任や課題を整理・再認識したうえで、従来のCSRを見直し、新たに活動の指針となる「CSR基本方針」を策定しました。

また、ステークホルダーのみなさまと連携して、持続可能な社会の実現に貢献していく姿を「CSR体系図」に表現しました。

本報告書によりステークホルダーのみなさまに森永製菓グループのCSR活動をご理解いただき、より深い信頼関係を築きながら、CSR活動を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つきましては、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：高崎森永株式会社、
森永エンゼルデザート株式会社、森永デザート株式会社、
森永スナック食品株式会社、森永甲府フーズ株式会社

報告対象期間

2017年4月1日～2018年3月31日

※一部2017年度以前の取り組みや2018年4月以降の活動報告も含まれています。

発行月

2018年10月(前回発行:2017年11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)
- GRIスタンダード

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。



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

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



目次

01-02 編集方針・目次

03-04 TOP MESSAGE

05-06 森永製菓グループ 価値創造の歩み

07-12

特集

**持続可能な社会に向けて
今、森永製菓グループにできること。**

▶ CSR基本方針・CSR体系図…8

CSR基本方針・
CSR体系図を
策定しました

1 「食」を通じた価値の提供

13-15 価値と感動を届ける森永製菓グループ

16-17 品質への取り組み

- ▶ 森永製菓 品質方針…16
- ▶ 食品安全活動方針…17

18 お客様満足のための取り組み



2 次世代育成

20 食育体験

21 自然体験

22 スポーツ体験

社会・他企業・団体との連携



3 地球環境・社会への配慮

23-25 環境マネジメント

- ▶ 森永製菓グループ環境方針…23

26 環境に配慮した商品開発

27 低炭素社会の実現

28 循環型社会の形成

29 事業活動における環境負荷（2017年度）

30 環境汚染物質の管理・削減促進

生物多様性への取り組み



CSR活動の基盤

31 人権尊重

- ▶ 森永製菓グループ人権方針…31

32 持続可能なサプライチェーン・マネジメント

- ▶ 森永製菓グループ調達方針…32

33-34 ステークホルダーとの持続的信頼関係の構築

- ▶ 情報開示に関する基本方針…33

35-36 働きがいと成長

37-38 コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス

39-40 CSR用語集

森永製菓株式会社の概要

森永のCSR体系
3つの柱



TOP
MESSAGE

おいしく、
たのしく、
すこやかに



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

森永製菓は1899(明治32)年、創業者・森永太郎が「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」という夢を抱いて創業し、西洋菓子づくりのパイオニアとして今日まで110年余を歩んできました。時代ごとに新たなおいしさを生み出し、すこやかな食生活の実現に貢献してまいりました。

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。また、高い品質価値をさらに広く浸透するべく、海外事業や従来の枠を超えた新市場・新領域開拓にも積極的に取り組んでおり、新たな価値を創出しています。

日本国内の市場は少子高齢化や人口の減少、節約志向、シェアリングエコノミー等消費が縮小する厳しい環境変化を迎えています。その中で当社は、企業の長期的かつ持続的成長の実現のため、「2018中期経営計画」のテーマを「経営基盤の盤石化と成長戦略の加速」とし、「既存領域の強化」「ウェルネス領域の拡大」「グローバル領域の拡大」の3つの切り口に重点を置いた取り組みを行ってまいります。

さらに、森永製菓グループは2018年、森永製菓グループに対する社会からの要請や期待を経営に取り込むとともに、グループ全体でCSRを着実に推進していくため、従来のCSR基本方針・CSR体系を見直し、持続可能な社会の実現に向けた新たな方針・体系を策定しました。

具体的には、「おいしく、たのしく、すこやかに」というビジョンのもと、食を通じ、社会課題の解決と持続可能な



価値と感動を
世界へ

社会の実現に向けて取り組む姿勢、そしてそのために重点的に取り組むべき項目を、①「食」を通じた価値の提供、②次世代育成、③地球環境・社会への配慮の3つにまとめ、明文化しました。今後はこの3つの柱を中心にCSR活動を行い、SDGsへの貢献を進めてまいります。

私たちは、これからもビジョン・ミッションのもと、「食」に関わるさまざまな商品やサービスの提供をととし、持続可能な社会の実現に貢献していきます。同時にステークホルダーのみなさまとの積極的なコミュニケーションを図り、お互いに尊重し合い、継続的な成長を目指していきます。

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。

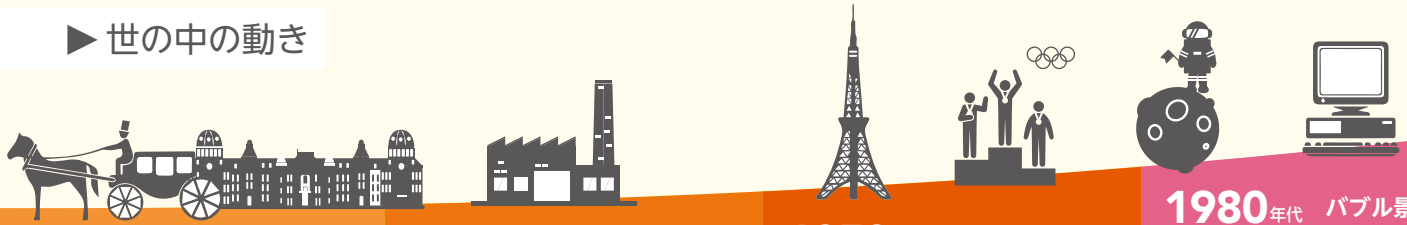
代表取締役社長

新井 徹

森永製菓グループ 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。

▶ 世の中の動き



1890年代 近代国家の幕開け

明治維新から30年を経て、近代的政治体制のもと、近代化・工業化が急速に進展。

明治

1920年代 産業の近代化

製造業や海運業が発展。大戦景気に沸くも、戦後は一気に景気が低迷。恐慌状態へ。

昭和

1950年代 高度経済成長

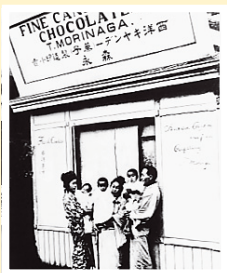
白黒テレビ・洗濯機・冷蔵庫が「三種の神器」と呼ばれる。

1980年代 バブル景気

円高ドル安が進行。大都市圏の地価や株価が急上昇し、バブル景気が発生。

平成

1899
明治32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

1919
大正8年



8時間労働制の導入
業界に先駆けて8時間労働制を導入、健康保険組合等職場環境整備にも早くから着手

1960
昭和35年



ベルマーク運動に参加
全ての子どもに等しく、豊かな教育環境を与えるための支援を開始

1986
昭和61年



新エンゼルマークを決定
森永のイニシャルのMを基本フォルムに、ほほえみながら未来に向かってはばたくエンゼルが誕生

1914
大正3年



ポケット用紙サック入り
ミルクキャラメル発売

1923
大正12年



マリービスケット発売

1967
昭和42年



チョコボール発売

1989
平成元年



アイスボックス発売

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発売

1972
昭和47年



チョコモナカ発売

1975
昭和50年



ハイチュウ発売

▶ 森永製菓の出来事



1990年代 バブル経済の崩壊

「価格破壊」が流行語に。共働き世帯数が専業主婦世帯数を上回る。



2000年代 情報化社会

SNSや動画配信サービス等が躍進。インターネットがコミュニケーションツールとして定着。



2010年代 社会課題への対応

健康志向の高まり。働き方改革やSDGsの発効等社会課題に対応する動きが増加。



2020年
東京オリンピック開催

より持続可能な社会へ。

1991

平成3年



一般財団法人
森永エンゼル財団設立
エンゼルの精神を中心に据えて東西文化の歴史的研究を開始

2000

平成12年



全4工場でISO14001
認証取得
小山工場が日本の菓子業界で初めて認証を取得

2011

平成23年



ハイチュウプレミアム
発売

2017

平成29年



「TAICHIRO MORINAGA」
の常設店をオープン
“お菓子をこえる、「をかし」な体験を”をコンセプトに大丸神戸店に出店

1994

平成6年



ウイダー inゼリー
発売

2006

平成18年



おいしいコラーゲン
ドリンク発売

2013

平成25年



ミルクキャラメル100周年
ミルクキャラメル発売100周年を記念し、本社ビル壁面ラッピング等の取り組みを実施

2018

平成30年



健康経営優良法人2018
～ホワイト500～
従業員とその家族を対象に、積極的な健康保持・増進への取り組みを行い、ホワイト500に認定

1999

平成11年



森永創業100周年
第1回リトルエンゼル
無人島探検隊実施
21世紀の子どもたちの心とからだのすやかな成長を応援する企画を開始

2008

平成20年



1チョコ for 1スマイル
チョコレートの売上の一部でカカオ生産国の子どもの教育環境整備を支援

2014

平成26年



マクロビ派ビスケット
発売



CSR基本方針・
CSR体系図を
策定しました

持続可能な社会に向けて 今、森永製菓グループにできること。

森永製菓グループは2018年、森永製菓グループに対する社会からの要請や期待を経営に取り込むとともに、グループ全体でCSRを着実に推進していくため、従来のCSR基本方針・CSR体系を見直し、持続可能な社会の実現に向けた新たな方針・体系図を策定しました。

1 なぜCSRを見直したのか

①森永製菓グループを取り巻く課題への対応

創業から100年を超え、森永製菓グループを取り巻く環境は大きく変化しました。食の安全・安心、環境問題、原材料の持続的調達、人権の尊重、多様な働き方、心とからだの健康等、私たちは今、さまざまな課題に直面しています。森永製菓グループが長期にわたって持続的に成長していくためには、これらの課題への対応が必要不可欠です。社会からの要請に耳を傾け、その要請に応えていくために、私たちはCSRを見直しました。



②持続可能な開発目標 (SDGs) 達成への貢献

2015年、国連サミットにおいて、2030年までに達成を目指す世界共通の17の目標を定義した「持続可能な開発目標 (SDGs)」が採択されました。国際社会全体が持続可能な社会の実現に向けて取り組む流れにある中、私たち森永製菓グループは、事業活動を通じてSDGsの目標達成に向けて取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
世界を変えるための17の目標





2 CSR基本方針・CSR体系図を策定しました

さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、森永製菓グループが果たすべき責任や課題を認識・整理し、それらを踏まえたうえで、CSR活動の指針となるCSR基本方針・CSR体系図を下記のように策定しました。

CSR基本方針

「おいしく、たのしく、すこやかに」というビジョンのもと、食を通じ、社会課題の解決と持続可能な社会の実現に向けて取り組む姿勢、そしてそのために重点的に取り組むべき項目を3つにまとめ、明文化しました。

CSR基本方針

森永製菓グループは「おいしく、たのしく、すこやかに」というビジョンのもと、「食」を通じて社会課題の解決と持続可能な社会の実現を目指し、ステークホルダーと連携・協働して、CSR活動を推進します。

1. 「食」を通じた価値の提供

私たちは食をお届けする企業として、食の安全・安心な品質を追求するとともに、食による心とからだの「おいしさ」「たのしさ」「すこやかさ」に資する価値をお客様に提供します。

2. 次世代育成

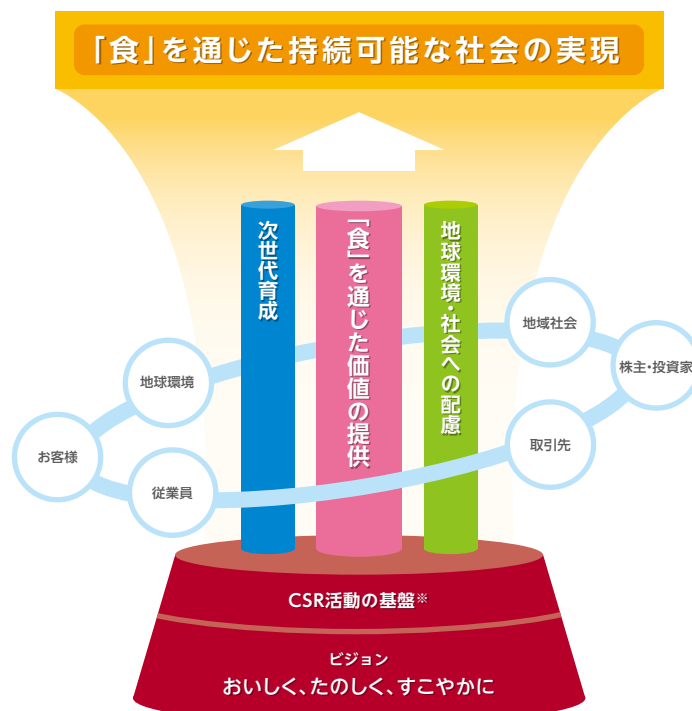
私たちは、未来を担う子どもたちの心とからだのすこやかな成長を応援し、次世代育成に貢献します。

3. 地球環境・社会への配慮

私たちは地球環境や社会に配慮し、循環型社会の構築と持続可能なサプライチェーンの形成を目指します。

CSR体系図

「おいしく、たのしく、すこやかに」というビジョンのもと、CSRの基本的な活動を基盤に、特に注力すべき3つの項目（「食」を通じた価値の提供、次世代育成、地球環境・社会への配慮）を柱として、ステークホルダーとともに持続可能な社会を実現する様子を表しています。



※CSR活動の基盤:「コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス」「ステークホルダーとの持続的信頼関係の構築」「人権尊重」「持続可能なサプライチェーン・マネジメント」「働きがいと成長」

3 基本方針・体系図ができるまで

CSR基本方針・CSR体系図を策定するにあたり、外部からの要請や社会課題をしっかりと把握するため、さまざまなステークホルダーの声に耳を傾け、約1年をかけて森永製菓グループのCSRのあるべき姿を模索し、検討を重ねていきました。

策定プロセス

策定には大きく分けて5つのステップ（①外部機関からの要請項目に関する分析、②ステークホルダーアンケートの実施、③社内関連部門へのヒアリングの実施、④有識者ダイアログの実施、⑤CSR

委員会での承認）を経て最終的に確定しました。



Step 1 外部機関からの要請項目に関する分析

2017年8月

サステナビリティ※1に関する国際的ガイドラインや、CSR評価機関等が重要視する社会的課題等と照らし合わせ、企業に対する外部要請項目を把握す

るとともに、森永製菓グループの強み・弱みを洗い出しました。



※1 サステナビリティ：「持続可能性」の意。社会的責任を果たすことが自社の利益にも結びつき、事業を長期にわたって維持できると考えられている。

※2 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。

※3 GRIガイドライン：企業のサステナビリティ報告に関する国際的なガイドライン。

※4 FTSE4Good：社会的責任投資（SRI）の世界的指数の一つ。

※5 ベンチマーク企業：森永製菓グループにとって参考にできる取り組みを行っている同業種企業。

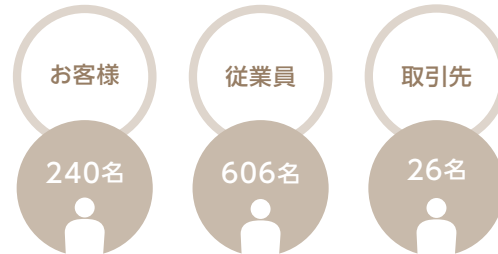
Step

2

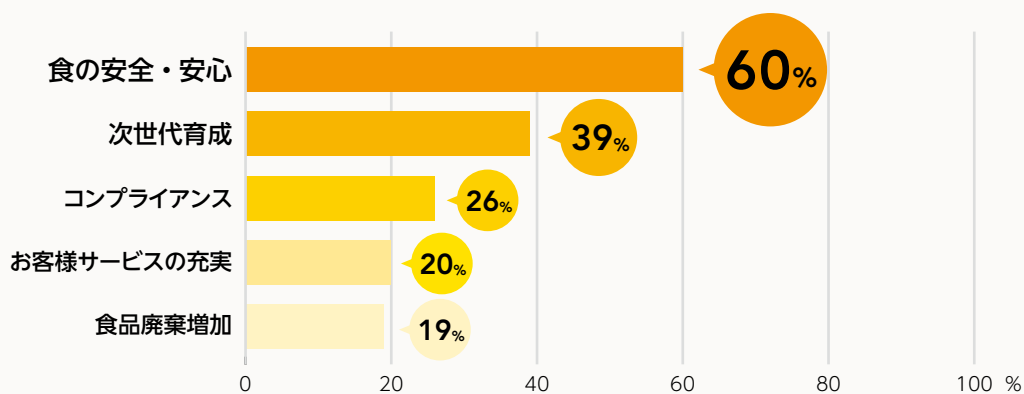
ステークホルダーアンケートの実施

2017年9月

ステークホルダーからの森永製菓グループへの期待や要請を把握するため、お客様・従業員・取引先に「森永製菓グループのCSR」についてアンケートを実施。お客様240名、従業員606名、取引先26名の計872名の方々から、さまざまなご意見をいただきました。



森永製菓グループが取り組むべき／貢献を期待したい社会問題・課題



食の安全・安心

食品製造業において、お客様の安全・安心は最も重要な課題

(取引先)

次世代育成

次世代育成は社会全体で取り組むこと

(50代・お客様)

コンプライアンス

企業が社会的存在である以上、社会のルールである法律や社会常識に沿った企業活動を行うのは最低限のルール

(40代・従業員)

お客様サービスの充実

お客様の支持があってこそ企業は成り立つと考え、もっとコミュニケーション手段を増やすべき

(30代・従業員)

食品廃棄増加

賞味・消費期限の表示に過敏に反応して食品が無駄になっている。表示に対する理解や食品の活用について示していく必要がある

(60代・お客様)

Step

3

社内関連部門へのヒアリングの実施

2017年12月

アンケート結果や外部要請項目を整理したうえで、経営戦略部、調達部、人事部、コーポレートコミュニケーション部へのヒアリングを実施し、社内の取り組みの整理や課題の洗い出しを行いました。今後取り組むべき課題が明確になるとともに、ESG情報開示の推進、及び社内のCSR意識醸成の重要性が共通認識となりました。



Step 4 有識者ダイアログの実施

森永製菓グループが、CSR活動を推進するうえでのあるべき姿について、有識者の方々をお招きし、ご意見をお伺いしました。当社役員からは、健康経営やブランドの強み等についての発言もなされ、多岐にわたり積極的な意見交換が行われました。

ご意見をいただいた
有識者のみなさま



ファシリテーター 赤羽 真紀子 氏
CSRアジア日本代表

竹ヶ原 啓介 氏
株式会社日本政策投資銀行 執行役員

関 正雄 氏
明治大学経営学部特任教授
損害保険ジャパン日本興亜株式会社
CSR室 シニア アドバイザー

森永製菓グループの強みの強化と、
社会からの期待や要請に対する認識を深めて

赤羽 CSRに「森永製菓グループらしさ」は
ありますか？

竹ヶ原 「食育」の取り組みは森永製菓グループの個性が出ていて素晴らしいですね。次世代に向けた視点はとても好感をもてます。

関 「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」というミッションも共感できますね。ただ、このミッションの実現に向けて具体的にどのような取り組みをしているのかが伝わりにくい。もっとミッションと紐づけた形で取り組みを見せられるといいと思います。また、健康をサポートする商品を展開されていますが、こうした商品は高齢化社会を背景に大きな強みとなります。安全・安心だけでなく、栄養・健康面

にも貢献しているという点をもっと前面に出しては
いかがでしょうか。

赤羽 環境における取り組みについてはいか
がでしょうか？

関 環境にまじめに取り組んでいらっしゃるという印象です。さらに、長期目標を立てるとよいと思います。最近では、2030年・2050年までの削減目標に向けた取り組みについてコミットするという流れにあります。アウトサイドイン※1、バックキャスト※2で考えることが大切です。

竹ヶ原 気候変動関連リスク・機会がもたらすビジネス・戦略・財務計画への影響を開示することが求

決定 CSR委員会での承認、CSR体系策定へ

これらのステップ1～4までの取り組みの結果や内容を総合的に勘案し、森永製菓グループが目指すべきCSRの姿を基本方針・体系図に表現。CSR委員会での承認を経て正式に策定に至りました。

なお、CSR基本方針・CSR体系図策定にあわせて、環境方針の見直しや、人権方針・調達方針の策定も行いました。

環境方針はP23、人権方針はP31、調達方針はP32

2018年1月



日時：2018年1月29日 場所：森永製菓本社
テーマ：森永製菓グループがCSR活動を推進するうえでの、あるべき姿について考える



当社役員
出席者



太田 栄二郎
取締役専務執行役員



対間 好文
取締役常務執行役員



内山 進一
取締役上席執行役員

められています。地球の平均気温が産業革命前と比較して2℃上昇した場合、森永製菓グループが最も影響を受けるのはサプライチェーンです。食品を取り扱う森永製菓グループにとって、原材料の調達リスクはボトルネックとなります。サプライチェーンも含めた対応を行わなければ、カカオ豆やパーム油といった原材料の調達不足によって商品の提供が滞り、安定した経営が脅かされるリスクがある。このリスクをきちんと把握したうえでどのような戦略を立てているのか、安定して原材料を調達し続けるためにどんな取り組みをしているかを発信することが重要です。

関 近年、チョコレートの原料である、カカオ豆・パーム油に対する注目が集まっていますね。これらの調達において、生物多様性の保全や、児童労働や強制労働等を防止するための人権デューデリジェン

ス※³等、環境・社会に関する配慮を組み込んでいくことも大切。特に社会性項目は、調達先調査の中に盛り込んでしっかりと示すと思います。



ダイアログ
参加者

- ※1 アウトサイドイン：外部環境を起点にして自社の目標を考え設定するアプローチ。
- ※2 バックキャストリング：未来を予測する際に、目標となるような状態を想定し、そこを起点に現在を振り返って今何をすべきかを考える方法。
- ※3 人権デューデリジェンス：企業が人権に関する悪影響を認識し、防止・対処するために実施するプロセス。

2018年5月

当社が、ステークホルダーのみならず持続可能な社会をつかっていくプレーヤーとして期待されていることを誇りに思うとともに、その期待を担っていく責任を感じています。CSRグループでは、従業員がCSR基本方針を理解し、日常業務の中でも意識し行動する風土をつくるための社内浸透に取り組んでまいります。

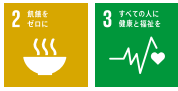


コーポレート
コミュニケーション部
CSRグループ
左から

清水 将雄
中島 庸子
(CSRグループマネージャー)
塩原 真紀
市川 直也



森永のCSR体系 3つの柱 ▶ 1



「食」を通じた価値の提供

私たちは食による心とからだの「おいしさ」「たのしさ」「すこやかさ」に資する価値をお客様に提供します。



森永製菓グループの保有特許件数

749 件

(共同名義及び出願中を含む 2018年3月31日現在)

歴代のおもちゃのキャンズメの種類

50 種類

(1967年の「まんがのキャンズメ」から)

「ウェルネス領域」商品の売上高比率

43 %

(国内菓子食品・健康部門に占める割合)

価値と感動を届ける森永製菓グループ

▶ 日本初のキャラメルは森永製菓から

創業者・森永太一郎は、日本がまだ栄養事情の悪かった時代に、おいしくて栄養価の高い西洋菓子を人々に届けたいと願い、日本で最初にキャラメルをつくりました。キャラメルは乳製品に馴染みのない日本では、なかなか受け入れられませんでした。日本人の味覚に合う味わい・品質を追求し、さらに1914(大正3)年から携帯に

便利な紙サック入りを発売したことで大ヒット商品となりました。以来、私たちは創業者の精神を受け継いで「おいしさ、たのしさ、すこやかさ」にこだわりのながら、心とからだを笑顔にする商品をつくり続けています。



発売から105年—さまざまなアイデアと工夫で価値を創出

明治大正 品質の追求と携帯性の実現



日本人の嗜好に合う高品質なキャラメルを、いつでもどこでもたのしめるよう進化させました。

昭和初期 斬新なマーケティング



「たのしさ」にもこだわり、娯楽の少ない時代に人々をたのしませる仕掛けを行いました。

現在 すこやかな暮らしを提案

- キョロちゃんの防災の心得
URL <http://www.morinaga.co.jp/bousai/>
- レシピ提案
URL <http://www.morinaga.co.jp/recipe/search/?product=10>
- キャラメルウォーキング
URL <http://www.morinaga.co.jp/caramel/>

キャラメルに込めた森永製菓の想いを、さまざまな方法でお客様にお届けしています。

▶ お客様の嗜好に寄り添ったロングセラー商品
～チョコボール発売50周年～



「チョコボール」は1967年、当時まだ少なかった子ども向けのチョコレートとして、パッケージにキャラクターの「キョロちゃん」をつけた「チョコレートボール」としてスタートしました。発売と同時に「おもちゃのカンヅメキャンペーン」を実施、以来、品質、キョロちゃん、おもちゃのカンヅメの3つを、お客様の嗜好や時代の変化に合わせて改良し、価値を提供し続けています。

おいしさ
の
追求

厳選した素材と確かな
技術が生むおいしさ

チョコボールはピーナッツ・糖蜜・チョコの3層構造。旨みと甘みにこだわったピーナッツを糖蜜と小麦粉でくるむことでサクサク食感を出し、さらにカカオの味わい・ミルク感等にこだわったチョコでコーティングしています。

おいさと甘さ、
形にもこだわった
ピーナッツ



軽快な
食感を生む
クリスア層

チョコのハタつきを
抑える特殊な
コーティング
技術

たのしさ
の
追求

いつの時代も子どもの
あこがれおもちゃ缶

くちばし部分のエンゼルマーク「金なら1枚、銀なら5枚」で必ずもらえる「おもちゃのカンヅメ」キャンペーンは、トレンドを意識したさまざまな形のカンヅメ、工夫をこらしたおもちゃで世代を超えてご愛顧いただき、累計で50種類を数えます。



50周年記念では
「しゃべる!
金のキョロちゃん缶」に
リニューアル

Pick Up パッケージも使いやすさを考えて進化

パッケージでは、菓子の取り出し口を鳥のクチバシのように表現し、人気者のキョロちゃんキャラクターも生み出しました。パッケージも改良を重ね、

50周年ではカバンの中で開かないように「キョロツク」をつけました。



Message

ワクワクマインド価値でおいさとたのしさを

50周年の節目に「金のキョロちゃん缶」をリリース、商品では「金のキョロちゃんチョコボール」「50倍チョコボール」、ハズレくちばし5枚であたるキャンペーン等の取り組みで新規のお客様を獲得し、ブランドも大きく成長しました。これからも「チョコボール」らしいワクワクマインド価値を強化し、おいさとたのしさを提供してまいります。

マーケティング本部 菓子食品マーケティング部 野条 理恵



▶ 健康で幸せな生活に貢献する商品の提供 ~ウェルネス領域の強化~

高齢化社会の進行に伴い、健康志向は高まり、食の分野でも、よりからだに良いものを選びたいという人々の想いが強くなっています。

森永製菓グループは、アスリートのトレーニングと栄養サポートの実施により蓄積した知見をもとに、不規則な生活や体調不良時の食事代替や栄養補給等に、活用される商品を提供してきました。

inゼリー、inバープロテイン



手軽に必要な栄養素を摂取できる

健康維持に欠かせない栄養素をはじめ、目的ごとに高機能な製品も揃えています。たんぱく質をおいしく補給できる in バープロテインも好評です。

また、ポリフェノール等、食品素材そのものもつ、健康に役立つ働きが注目を集める中、関連商品も発売しています。

私たちは、こうした「健康」を切り口にした商品群を「ウェルネス領域」と名付け、さまざまなアプローチによって、お客様の期待・社会の要請である「すこやかさ」へのニーズに応える新たな価値の創造に取り組んでいます。

パセノール™



パッションフルーツ種子	5.7
マキバブラシノキ(莖)	2.3
カラガナチベチカ(莖)	1.5
イタドリ(根)	0.038
落花生	0.005
ブドウ(果実)	0.00078

ピセアタンノール濃度 (mg/g)
(森永製菓 文献調べ)

森永製菓の独自開発素材「パセノール™」配合

ポリフェノールの一種「ピセアタンノール」を豊富に含むパッションフルーツ種子エキス「パセノール™」を配合した商品を展開しています。

シールド乳酸菌、マクロビ派



シールド乳酸菌®とは
盾(シールド)のように外部からの敵を防御することをイメージして名付けられた乳酸菌(加熱殺菌菌体)

※「シールド乳酸菌」は森永乳業(株)の登録商標です。

マクロビオティックとは
穀物や野菜中心の、自然と調和した食事で健康的なライフスタイルを目指す考え方

毎日続けられる、素材を生かしたおいしさ

白砂糖やマーガリンを使わず、こだわった素材を厳選して作った「マクロビ派ビスケット」。シールド乳酸菌がいつでもどこでもおいしく摂れる「シールド乳酸菌タブレット・チョコレート」が話題を呼んでいます。

甘酒



カラダがよるこぶこの一杯

発酵素材の米麹と酒粕をブレンドした甘酒を中心に、美容・健康ニーズに向けた砂糖不使用の米麹タイプも充実し、あらゆるターゲットに対応しています。

品質への取り組み

私たちは、優れた品質と安全・安心の確保を最優先の課題とし、お客様に満足いただける商品を提供することを目指します。

森永製菓 品質方針

森永製菓の「おいしく、たのしく、すこやかに」というビジョンを実現するにあたって、お客様の信頼こそ最も尊い価値であると位置付け、お客様との信頼の絆を大切にまいります。

その信頼の前提となるものは、優れた品質と安全・安心の確保を最優先に、社会に貢献する商品・サービス・情報を開発し、お客様に提供し続けること、ならびにグループ各社の全ての企業活動が、法令・行動憲章・社内規則などを順守し、企業倫理に則って展開されることと認識しています。

私たちは、優れた品質と安全・安心の確保を最優先の課題とし、お客様に満足いただける商品を提供することを目指します。

1. 安心の品質

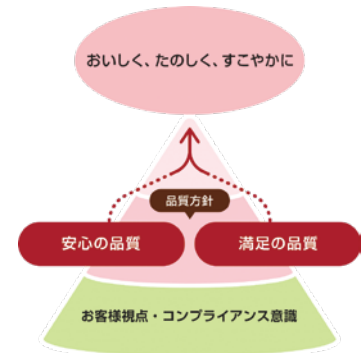
お客様の安全を第一に考え、行動します。

お客様の信頼をより一層得られることを第一に考え、適切な情報開示を行います。

2. 満足の品質

お客様に価値と感動を感じていただけることを第一に考え行動します。

- ・安心の品質 …食品安全、食品防衛、遵法（法律・社内規則）、お客様の信頼獲得・維持、情報開示 など
- ・満足の品質 …味・香り・食感・驚き・感動・たのしい企画・扱いやすさ など



2015年2月制定

品質保証体制

森永製菓は、品質保証について「私たちの商品は一定の流通・保管条件が守られる限りにおいて、その品質は保証されたものでなければならない」と考えています。このため、企画・開発から調達・生産・販売に至る

全過程にわたり、安全性を軸に品質を確保します。



製品のpH測定の様子

品質アセスメントシステム

一つの商品の開発には多くの部門が関わり、各部門がそれぞれ責任を負って各工程の安全・安心を確保するための検討を行っています。「品質アセスメント」は、開発工程を横断し特に最終商品の安全・安心を左右する重要な確認項目（12部門・延べ180項目）を設定して一覧表で管理し、商品発売を決定する前に全体を見渡す

ことでリスクを把握、取り除く仕組みです。これは、開発・検討が“縦割り”にならないように横軸を通す仕組みでもあります。

森永製菓ではリニューアル品を含む全商品を対象に「品質アセスメント」を実施し、安定した品質水準と安全性・遵法性を確保しています。

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を確認しています。

食品安全活動方針

基本理念

森永製菓グループは、「おいしく、たのしく、すこやかに」のビジョンに基づき、世界の人々の豊かで安全な食生活の実現と健康の増進に貢献するため、お客様重視の経営に徹し、社会に貢献する商品・サービス・情報を提供し、優れた品質と安全・安心の確保を最優先に活動を行います。

基本方針

1. 製品の安全性確保

お客様の立場に立ち、原材料の受け入れから製品が消費されるまでの食品の安全性を確保し、安全で高品質な製品を提供します。

2. 法令、条例等の順守

国内外の関係法規、法令、条例、規則および食品安全に関して要求される事項を順守します。

3. 従業員への周知

食品安全方針を確実に順守するため、従業員へ当方針を周知し、必要な活動を確実に実施します。

4. 定期的な活動のふり返し、見直しと継続的改善

安全で高品質な食品を提供するための食品安全活動について、定期的な活動のふり返しと見直しを実施し、継続的な改善を行います。

5. 食品安全目標の設定、管理

食品安全に関する目標を定め、その達成度を定期的に確認することで、食品安全を確保する活動を推進します。

6. 適切なコミュニケーションの実施

利害関係者に食品安全に関する情報を適切なタイミングで迅速に提供します。

2016年10月制定

FSSC22000認証について

「FSSC22000」は、世界標準の食品安全マネジメントシステムの一つで、国際規格ISO22000 (HACCP + ISOによるマネジメント) と、フードディフェンス及び前提条件を明確化したISO/TS22002-1を統合したもので、世界的な食品メーカーと流通業が中心となって設立した非営利団体「国際食品安全イニシアチブ (GFSI: Global Food Safety Initiative)」により食品安全の認証スキームとして承認された国際的な規格です。

▶ FSSC22000認証取得状況

認証取得サイト名	所在地	初回登録日
森永製菓株式会社 三島工場	静岡県	2016年10月20日
高崎森永株式会社	群馬県	2016年11月17日
森永製菓株式会社 小山工場	栃木県	2017年4月13日
森永製菓株式会社 中京工場	愛知県	2017年4月13日
森永製菓株式会社 鶴見工場	神奈川県	2017年5月18日
森永エンゼルデザート株式会社	神奈川県	2017年5月18日
森永デザート株式会社	佐賀県	2018年4月20日
森永スナック食品株式会社	千葉県	2018年7月20日

認証取得のメリット

● 安全・安心な食品製造

第三者認証された食品安全のリスク低減活動を通じて、顧客・取引先からの信頼獲得に役立っています。

● 食品安全マネジメントの強化

ISOマネジメントの考え方の導入により、食品安全に関する課題の継続的改善 (PDCA) の強化が図れています。

● 従業員の意識・力量の向上

従業員の食の安全・安心に対する意識の向上、国際的な第三者認証取得による力量・自信の向上に役立っています。

Message

安全・安心面において さらなるレベルアップ

工場での食品安全に対する管理体制を改めて FSSC22000 の視点で見直しを行ったことで、安全・安心面においてさらなるレベルアップを図れました。

また、製造・事務・生産・設備グループが参加し定期的な会合で FSSC22000 に触れ合うことで、今まで以上に工場全体が食品安全に取り組む姿勢となりました。今後も、認証取得をゴールとせず継続的改善を図り、品質活動の運用充実につなげたいです。



鶴見工場 FSSC22000 事務局メンバー
増田 晃

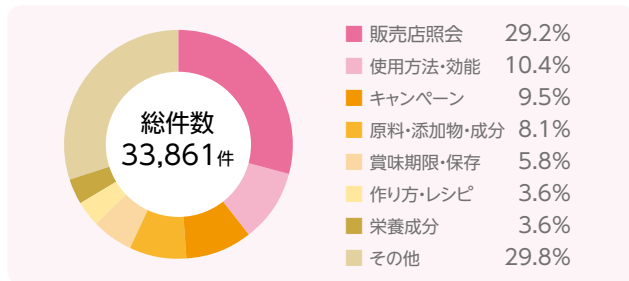
お客様満足のための取り組み

お客様相談室に寄せられた、お問い合わせやご意見・ご要望を全社で共有し、商品・サービスの改善に生かすとともに、ホームページのQ&Aにも反映し、お客様のスピーディな問題解決のサポートを支援しています。

信頼を得られる対応

お客様からはフリーダイヤル・メール・手紙等で日々たくさんの「声」が寄せられています。お客様の背景にある想いも受け止めて、ご満足いただけるよう、「誠実」「迅速」「事実の的確な報告」を心がけています。

▶ お問い合わせの内訳 (2017年度)



お客様の声の活用

お客様の「声」は全社で共有し、課題の早期発見、より良い商品・サービスのために活用しています。また商品に対するお褒めの声を「壁新聞」にして、各部署や全国の支店・工場に毎月配信しています。時には厳しい声もいただきますが、それも大切に受け止め、商品やサービスの改善に生かしています。改善された事案は、ホームページで一部ご紹介しています。

気軽にお問い合わせできる環境づくり

ホームページのQ&Aを随時更新し、内容の充実を図るとともに、お問い合わせの多い声は、「最近いただいたお問い合わせ」や「よくいただくお問い合わせ」に掲載しています。また2017年秋からは、ご質問にチャットが答える「チャットボット」も開設し、より気軽に知りたいことを調べられるようになりました。特に若年層は、インターネットからの情報入手が多いことを受け、今後ホームページの充実によりいっそう力を入れていく予定です。

Message

お客様の笑顔のために

心配や疑問があるお客様が納得して安心してくださったり、「ありがとう」の言葉をくださったときはとてもうれしいです。電話では顔が見えませんが、お客様に笑顔が伝わると思います。

お客様相談室
電話オペレーター
チーム



液だれを防ぐため、注ぎ口をヘリキャップに変更

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



Q&Aページ

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



森永のCSR体系 3つの柱 ▶ 2



次世代育成

私たちは、未来を担う子どもたちの心とからだのすこやかな成長を応援し、次世代育成に貢献します。

2017年度菓子育プログラム
参加人数



166,205人

2017年度自然体験活動
参加人数



107人

1チョコ for 1スマイル
累計支援



約2億2,223万円

(2018年3月末時点)

社会貢献活動基本理念 直接体験をととして「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」



MORINAGA
ANGEL SCHOOL

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からだ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応じ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。

食育体験 ▶ P20へ

- 菓子育 対象：幼児～中学生・保護者
- キッズゼニア 対象：幼児～中学生
- 工場見学 対象：幼児～成人

自然体験 ▶ P21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 ▶ P22へ

- スポーツ栄養セミナー 対象：保護者

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考えています。オリジナルハイチュウづくりや菓子育絵本等の「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。



温かくて柔らかいハイチュウで形作り



絵本の中のお菓みに夢中!



安全と衛生に注意しています!



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。



小山工場のキョロちゃん

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、2017年から小学校向けの出張授業「ミルクキャラメル教室」を首都圏にて開始し、ものづくりの工夫を伝えています。



鶴見工場



素早いロボットの動きを真剣に見学

参加者の声

安全・安心を感じました!

普段、おいしく頂いている森永製菓の製品が、様々な工程を経て、念入りのチェック、画像で製品の様子が見られたり、研究所の方々や製造工程の徹底した管理で、おいしく素晴らしい製品が、届けられているのが、より身近に感じられよかったです。



Topics

長年にわたる食育の継続的な取り組みが認められ、2017年11月に日本食糧新聞社の「第26回食品安全安心・環境貢献賞」を受賞しました。





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年から当社有地である伊賀・エンゼルの森で、自然とのふれあいをおし、環境を守ることの大切さを学ぶ活動を行っています。未就学児向けのプログラム「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、野外炊事に挑戦しています。季節折々の自然の美しさや、自然の中で食べる食事のおいしさ等に親子で気づき、学ぶ機会を提供しています。



炭火でソーセージを焼きました!



四つ葉のクローバーを発見



参加者の声

貴重な自然体験ができました。

半日の体験でも子どもは自信が付き、親も子どもにやらせてみることの大切さに気づき、勉強になった経験でしたし、とにかく楽しかったです!



森のようちえん参加者



チャレンジ! 無人島探検隊 in せとうち

1999年から17回にわたって実施してきた「無人島探検隊」。2017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ひろげました。初めての海、野外炊事、キャンプ、そして家族と離れること。不安でいっぱいだった探検隊員も、無人島で暮らすことで普段の生活の便利さや生き物の命をいただいていることへの感謝、自然の美しさ、そして仲間との大切さを学び大きく成長しました。



イカダを手作りしたよ!



流れ着いたたくさんのゴミにびっくり



参加者の声

生きた魚をさばきました!!

ふだんできないつりや貝とりができて楽しかったけど、つった魚を殺すとき、かわいそうに思った。ぼくたちは毎日命を食べていることを実感した。



小学4年生 平澤 玄都くん

平澤君作成の無人島新聞





スポーツ体験



浅田真央選手をはじめ、トップアスリートをトレーニングと栄養の分野からサポートしてきました。そして、スポーツに必要な食事の重要性を子どもたちにも伝えたいという思いから、ジュニアアスリートの保護者を対象とした市民講座等を開催し、世界で戦うアスリートたちの食事を紹介しながら、誰でも簡単に実践できる食事法をお伝えしています。

健康事業本部マーケティング部 管理栄養士 **細野 恵美**

栄養セミナー



社会・他企業・団体との連携

●1チョコ for 1スマイル

カカオ生産国の子どもたちの教育環境整備を支援する活動。

1チョコ for 1スマイル
あなたが食べると、もう一人がうれしい。

特別月間に森永チョコレートの対象商品1個の売上につき1円を寄付するもので、2008年から10年間の累計金額が2億円を超えました。この寄付金でパートナーの公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン様、認定NPO法人ACE様は支援地区で学校・衛生環境の改善、農家の技術指導、教育や子どもの権利に関する意識啓発等に取り組み、児童労働をやめて学校に通える子どもも増えました。



●高等学校との取り組み

社会課題の解決を考える授業の1コマとして、2017年には立命館守山高等学校、東京都立千早高等学校で、「1チョコ for 1スマイル」の講演をしました。これは社会課題について学び、自分たちにできる国際協力とは何かを考えるアクティブラーニング型授業で、高校生からは活発な意見や具体的提案をいただきました。大阪府立金岡高等学校の探究授業では「1チョコ for 1スマイルの認知度を高めるためのコマーシャルづくり」を実施し、高校生目線の感性や表現力を生かした素晴らしいオリジナルコマーシャルが発表されました。



●一般財団法人森永エンゼル財団

「森永エンゼル財団」は、当社のシンボルである「エンゼルの精神」を中心に据え、人間らしい心豊かな生活文化のあり方と、これからの家族のあるべき姿を研究し、フォーラム等を開催しています。また、森永製菓、森永乳業グループ従業員からの寄付金で、東日本大震災の被災地区の子どもたちに「森の絵本」をお届けする活動を継続しています。



●他社参加型エンゼル・スマイル・プロジェクト

森永製菓が保有する「天使」「エンゼル」の商標を商品名に使用する意思のある他企業（食品製造・販売・提供企業に限定）は、商標権の使用料を支払う代わりに、子どもたちの育成・教育環境改善に寄与する社会貢献活動に携わっていただく取り組みです。

●みなと区民まつり・港区地域福祉フォーラムに参加

東京都港区に事業所のある企業の社会貢献担当者、社会福祉協議会等のネットワーク「みなとネット」会員として、2017年10月は第36回みなと区民まつり「ワクワク!港区クイズラリー」にボランティア参加、2017年11月は港区地域社会福祉フォーラムに協賛しました。





地球環境・社会への配慮

私たちは地球環境や社会に配慮し、循環型社会の構築と持続可能なサプライチェーンの形成を目指します。

2017年度の工場部門からのCO₂排出量



19.9 %削減

※2005年度比

2017年度の工場部門からの廃棄物排出量



17.4 %削減

※2005年度比

2017年度末の低排出ガス車導入比率



99.4 %

環境マネジメント

森永製菓グループ環境方針

森永製菓グループは、企業活動を通じて持続可能な循環型社会の形成を推進します。また、環境マネジメントシステムの継続的改善を行い、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ます。



1. 環境に関する法令、条例等の順守

国内外の環境に関わる法令や条例等を順守し、国際的な基準・規格等に対応します。



2. 製品に関わる全過程での環境負荷の低減

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



3. CO₂等の温室効果ガス排出量の削減

省エネルギーの推進およびエネルギー使用量の見える化等、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・廃棄物の削減およびリサイクルの促進

水資源および原材料等の原材料等の有効利用に努め、廃棄物排出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および削減の促進

有害な化学物質等の環境汚染物質を適正に管理し、汚染防止と削減に努めます。



6. 生物多様性の保全および生態系の保護

生物多様性への理解を深め、生物多様性の維持・保全と生態系の保護に努めます。

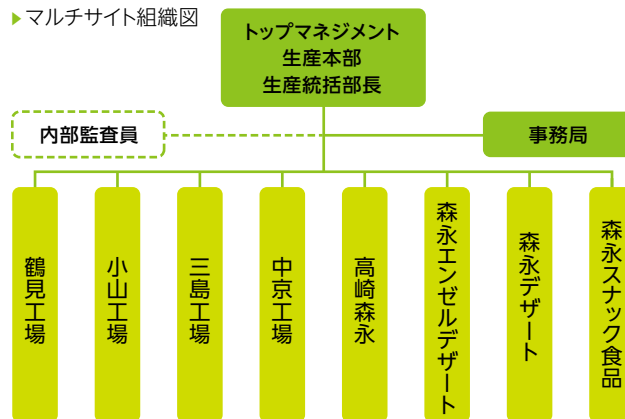
2018年5月改定

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の国際規格)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を取得し、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。現在は生産統括部とコーポレートコミュニケーション部のメンバーによる環境統合事務局を設置し、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。2018年1月には、「森永製菓グループ生産事業所」として、マルチサイトによる認証を取得しました。2017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、苦情等のお申し出が2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。

▶ マルチサイト組織図



Message

本来業務と環境目標を一致

2015年版への移行に伴い、2017年度に生産本部内に事務局を設けて、生産事業所個別だった認証をマルチサイト化しました。マネジメントシステムが効率化できたことに加えて、生産部門の本来業務と環境目標を一致させて各事業所との連携を強化しました。2018年度は高崎森永株式会社もマルチサイトに組み入れ新規認証を目指しています。

生産本部 生産統括部長 島添 健郎



● マルチサイト方式によるISO14001認証を取得

従来は、7つのサイトが個別でISO14001:2004の認証を取得していましたが、新規格であるISO14001:2015への移行と同時に、7つのサイトを一つの組織として統合するマルチサイト方式により、本社環境統合事務局を含めた「森永製菓グループ生産事業所」として、2018年1月23日にマルチサイト認証を取得しました。

マルチサイト認証のねらいとしては、「本社と各サイト間の連携の強化」「審査費用の削減」「審査に関する業務等の負担軽減」等があります。

● 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。また、年に1度「内

▶ ISO14001認証取得状況

認証取得サイト名	所在地	初回登録日
森永製菓株式会社 小山工場	栃木県	1998年7月7日
森永製菓株式会社 中京工場	愛知県	2000年3月15日
森永製菓株式会社 三島工場	静岡県	2000年3月16日
森永製菓株式会社 鶴見工場	神奈川県	2000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
森永エンゼルデザート株式会社	神奈川県	2001年3月20日
森永デザート株式会社	佐賀県	2001年3月20日

※2018年1月23日、森永製菓グループ生産事業所(上記7サイトに本社環境統合事務局を含める)としてマルチサイト認証を取得
※高崎森永株式会社は、2018年度の認証取得を目指しています。

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。



内部環境監査員養成セミナー

環境マネジメント

● 内部監査・外部審査

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、従業員による内部監査と社外の審査機関による外部審査を毎年実施しています。環境統合事務局と認証工場の内部監査員による合同内部監査を2017年度は7つのサイト全てで実施しました。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。



内部監査の様子



外部審査の様子

Pick Up 高崎森永の取り組み

高崎森永株式会社



高崎森永株式会社は、「ハイチュウ」「森永ビスケット」「カレ・ド・ショコラ」シリーズ等の森永製菓の代表的商品を安全・安心かつ効率的・安定的に製造供給するフラグシップ工場として、2011年より稼働を開始しました。最新の技術と合理的な生産管理体制で切り替えロスの削減や、需給体

制の強化に効果を上げています。他の森永製菓グループの生産事業所と同様にマルチサイトでのISO14001認証取得に向けて、2017年度から環境マネジメントシステムの構築を開始し、2018年度から運用を開始しました。

Message

生産と環境を牽引する真のフラグシップ工場の実現を目指します

高崎森永株式会社は法令を順守することはもとより、地球環境保全に最大限努力し、「生産と環境を牽引する真のフラグシップ工場」の実現を目指します。自社内の省エネルギー、省資源、汚染防止活動だけでなく、地域の環境に配慮した活動に森永製菓グループとして取り組み、社会的要請に応える持続可能な生産を行ってまいります。

高崎森永株式会社 製造部長 永石 直孝



● 認証取得に向けた取り組み

高崎森永株式会社では、システム構築や運用面において中心的役割を果たす事務局を設置して体制づくりを行いました。事務局は森永製菓グループによる環境教育や社外研修を受講することでISO14001の規格を理解し、社内で該当する法規

制や環境側面等の運用ルールを改めて整備し、書類の作成や社内従業員教育を行い基盤づくりに励んでいます。



高崎森永の環境教育風景

Message

目標に向かって環境マネジメントシステムの運用を進めます

高崎森永では、2018年4月よりISO14001への取り組みをスタートさせ、環境マネジメントの仕組みがうまく運用できているか確認・遂行しています。活動内容の周知では、全員に環境への取り組みを理解し行動してもらうことを大切に、目標に向かって環境マネジメントシステムの運用をしっかりと進めます。

環境管理委員会事務局 左から上芝 秀典、佐久間 勉、関谷 剛



環境に配慮した商品開発

原料、包装、輸送から廃棄まで、あらゆる面で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。

環境にやさしいパッケージ

プラスチックの減量化

▶ホットケーキミックス

個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**2.5**トン/年削減



紙の減量化

▶おいしいコラーゲンドリンク

段ボールケースの仕様を見直し、紙の使用量を削減しました。

紙の使用量

約**7.0**トン/年削減



バイオマスプラスチックの使用

▶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バイオマスプラスチックを一部使用しています。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することで、化石資源の使用削減、CO₂排出抑制等に貢献しています。



紙製飲料容器「カートカン」の使用

▶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。

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。



販促物での環境負荷低減の取り組み

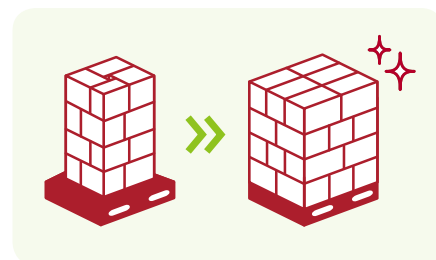
営業部門では売場づくりの時間短縮を目指した店舗オペレーションの改善に取り組んでいます。2017年度はスリーブ型販売台の導入をはじめました。スリーブ型販売台は設置の簡便さを追求したもので、省資源のための設計となっており、労働時間短縮の他、環境負荷低減にも貢献しています。



スリーブ型販売台ハロウィンバージョン

保管・輸送時の環境負荷低減の取り組み

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、段ボールケースの積み上げ方やケース寸法等を工夫して、無駄な空間ができない包装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。



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。

CO₂排出量削減の取り組み

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。

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。

● 2017年度の実績

森永製菓4工場、生産関係会社5社の2017年度のCO₂排出量は56,745t-CO₂、製造量原単位は0.48 t-CO₂/tとなり、2005年度比で19.9%の排出量を削減できました。また、2016年度比では、排出量は0.5%の減少、製造量原単位は4.3%の減少となります。

● 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2017年度CO₂排出量は、全体の78%を占めています。

省エネルギーへの取り組み

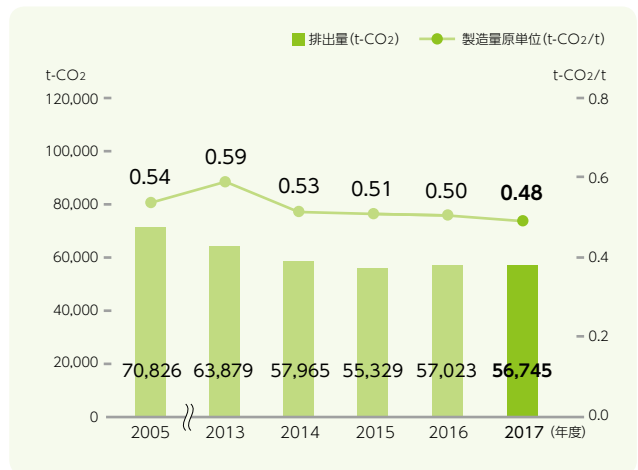
● エアコンプレッサーの集約・合理化

小山工場では高効率の新型エアコンプレッサーへの更新を進め、集中管理を図りました。また、使用量の「見える化」により、適切な運転管理を行い、省エネルギーに取り組んでいます。

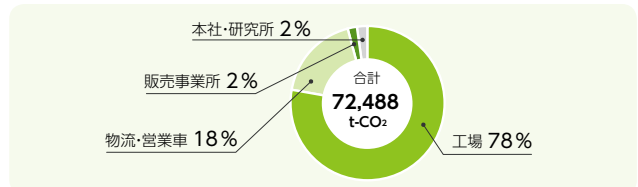
物流工程における主な取り組み

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。

▶ CO₂排出量と製造量原単位の推移



▶ CO₂排出量比率



小山工場 エアコンプレッサーの集約・合理化

省エネルギー法での特定荷主として、「輸配送時のCO₂排出量」の算出・把握を行っており、2017年度は12,904t-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。

廃棄物排出量削減の取り組み

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

● 2017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9,843tで、2005年度比で17.4%削減できました。

2016年度比では1.2%の減少、製造量原単位は0.083t/tで前年度比5.0%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、廃棄物排出量削減に向けてさらに活動を強化していきます。

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。2017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量の99.97%となりました。今後も適正な分別を行い、資源の有効活用

廃棄物の分別管理

▶ 2017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

	2016年度	2017年度		
	排出量[t]	排出量[t]	構成比[%]	前年度差異[t]
汚泥	2,206	2,024	20.6	-182
廃油	9	7	0.1	-2
廃プラスチック類	520	525	5.3	5
紙屑	1,819	1,938	19.7	119
木屑・繊維屑・ゴム屑	27	14	0.1	-13
動植物性残渣	4,870	4,827	49.0	-43
金属屑	376	394	4.0	18
ガラス・陶磁器屑	1	2	0.1	1
その他	134	112	1.1	-22
合計	9,962	9,843	100.0	-119
リサイクル量	9,896	9,840	リサイクル率：99.97%	

を図るとともに、有価物化を推進していきます。

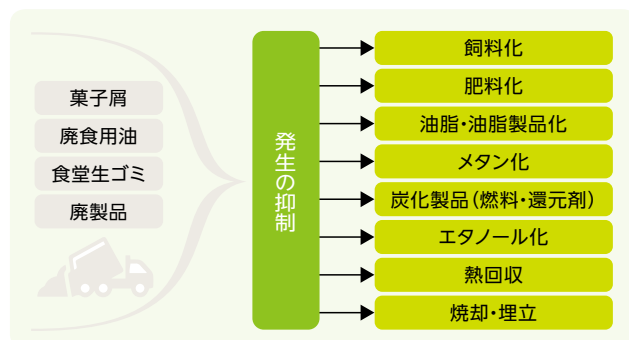
リサイクル率

99.97%

食品廃棄物リサイクルの取り組み

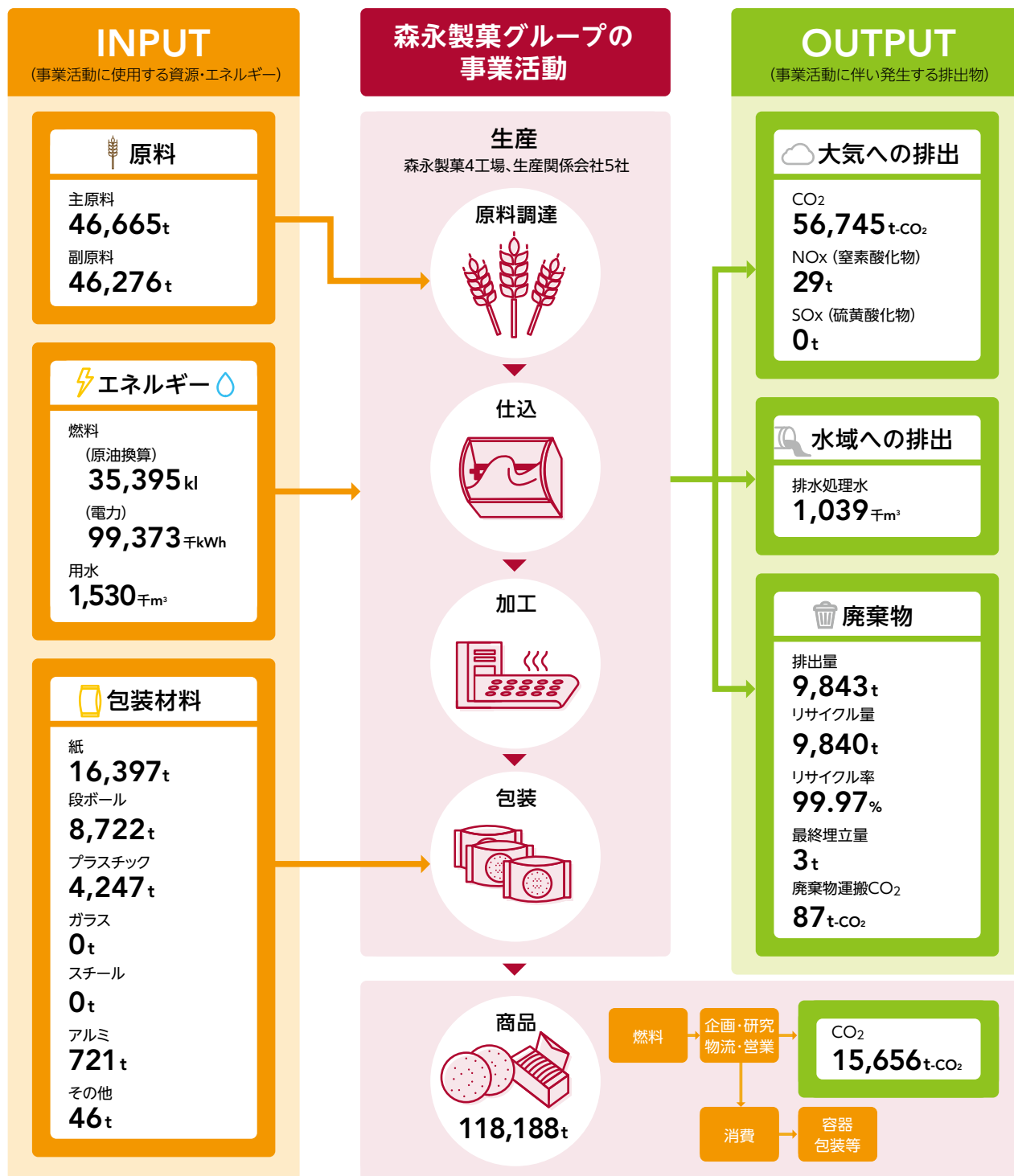
森永製菓の2017年度の食品リサイクル率は79.6%となり、前年度比約1.0ポイント向上しました。工場では廃棄物の「発生抑制」に努めていますが、発生した食品廃棄物は主に、飼料化、肥料化、及びメタン醗酵原料等に利用することでリサイクルしています。製品廃棄物等は、その特性から、リサイクルが困難な部分もありますが、今後も、製品特性に合わせた食品廃棄物再生業者の選択等を実施し、リサイクル化を推進していきます。

▶ リサイクルフロー



事業活動における環境負荷 (2017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。



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。

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、各お取引先様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、2017年度末の低排出ガス車導入比率は99.4%です。

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の様子

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完全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。

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

持続可能な社会の実現のために、生物多様性の保全および生態系の保護に努めています。

生物多様性の維持・保全と生態系の保護を目的とし、地球環境に配慮した原材料の調達活動に取り組むことを盛り込んだ「森永製菓グループ調達方針」を新たに制定しました。この方針をお取引先様にもご理解いただき、お互いに持続可能な社会の実現に貢献するための調達活動に取り組んでいきます。また、自社保有地である三重県「伊賀・エンゼルの森」では、同県の環境教育NPOと連携し

て、子どもたちに生物多様性の大切さを伝えています。



三重県・大台町
NPO法人
大杉谷自然学校

昆虫観察の様子

人権尊重

人権方針策定

森永製菓グループは、人権尊重が企業の重要な社会的責任であると認識し、従業員一人ひとりが人権を尊重し、差別やハラスメント行為のない職場環境づくりを進め、さらにサプライチェーン全体での人権への配慮に取り組むために「森永製菓グループ人権方針」を策定しました。

森永製菓グループ人権方針

森永製菓グループは、国際社会の一員として基本的人権を尊重し、人権侵害に加担しない誠実な企業活動を行います。

1. 人権の尊重と差別の禁止

基本的人権を尊重し、人種・性別・国籍・宗教・思想・年齢・身体的特徴等を理由とする、あらゆる差別を行いません。

2. ハラスメントの禁止

パワーハラスメントやセクシャルハラスメントなど、人間の尊厳を傷つける行為を一切行いません。

3. 安全・衛生への配慮

安全・衛生に配慮し、働きやすい職場環境の確保に努め、従業員の基本的人権を尊重します。

4. 良好な労使関係の構築・維持

結社の自由、団体交渉実施等の従業員の基本的権利を尊重し、良好な労使関係を構築・維持します。

5. 児童労働・強制労働の排除

あらゆる企業活動において、児童労働や強制労働、その他不当な労働慣行を認めません。

2018年5月制定

従業員の人権への配慮

森永製菓グループでは、人権配慮の考え方に基づき、コンプライアンス研修において、パワーハラスメント、セクシャルハラスメントの啓発・予防を目的とした教育を継続実施しています。

これらは、新入社員研修、新任管理職研修等の階層別研修及び全事業所における単独企画のコンプライアンス研修(年1回以上)の一環として取り組んでいます。



新人セールス研修の様子

Topics

コンプライアンスアンケートの実施

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。中でも、ハラスメント行為は特に重要な項目として詳細に調査をしています。アンケート結果のサマリーは従業員に公開して、当社の状況を共有しています。

また、この結果をもとに各事業所へのヒアリングや意見交換を行い、問題解決のための対策立案を行い、風土改善に向けて、積極的な活動を行っています。



持続可能なサプライチェーン・マネジメント

調達方針の表明

森永製菓グループでは、従来から「資材購買方針」を策定しお取引先様と公平・公正で透明な関係を構築してまいりましたが、食の安全・安心を追求し、持続可能な社会の実現に貢献するため、より社会・環境に配慮した「調達方針」を新たに制定しました。

森永製菓グループ調達方針

森永製菓グループは、食の安全・安心と持続可能な社会の実現のため、お取引先様との公平・公正な関係を構築し、社会・環境に配慮した調達活動に取り組みます。

1. コンプライアンス・社会規範等の順守

法令、社会規範等を順守し、森永製菓グループ行動憲章に則り、健全な調達活動を行います。

2. 品質・安全性の確保

お客様の安全・安心を最優先とし、品質の確保に努めた調達活動を行います。

3. パートナーシップの強化

お取引先様と「顧客感動」「お客様重視」を共通目的として協働し、相互に発展できる関係性を築きます。

4. 公平・公正な取引

品質、価格、納期、技術力、および社会や環境面への取り組みを総合的に勘案し、公平・公正な取引に努めます。

5. 人権・労働環境・安全への配慮

「森永製菓グループ人権方針」を踏まえ、人権・労働環境・安全に配慮した調達活動を行います。

6. 地球環境への配慮

「森永製菓グループ環境方針」を踏まえ、地球環境に配慮し、持続可能な社会の実現に向けた調達活動を行います。

2018年5月制定

お取引先様とのパートナーシップの強化

● 原料産地でのコミュニケーション

食の安全・安心と持続可能な社会の実現の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信頼に基づく協力関係が必要です。日頃からお互いの考え方や品質管理の在り方、技術、また社会や環境への取り組みについても綿密な意見交換を行い、理解し合うことが重要です。

お互いが持続可能な社会づくりに貢献し、成長し続けられるよう今後も、お取引先様の理解をいただきながら、「森永製菓グループ調達方針」に基づく具体的な取り組みを実施していきます。

Message

お客様に安全・安心な商品をお届けするために

原料の農産物の大半は海外からの輸入に依存しています。その原料の産地に赴き、サプライヤーとのコミュニケーションや情報収集、また、作柄状況や品質の確認、収穫や選別方法のチェック等を行い、より強固な関係づくりを心がけ、安全・安心な原料調達に取り組んでいます。



米国アイダホ州でポテト畑&収穫作業を視察



米国カリフォルニア州でアーモンド農園&選別作業を視察

生産本部 調達部

ステークホルダーとの持続的信頼関係の構築

ステークホルダーのみなさまのご意見に耳を傾け、その要請に応じていくことで、信頼関係を築きます。そして、企業として環境や社会課題に真摯に向き合い、ステークホルダーのみなさまとともにCSR活動に取り組んでいきます。

株主・投資家のみなさまとのコミュニケーション

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。

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IRサイトでも公開しています。



株主総会招集通知

決算説明会の様子

● IRサイト

株主のみなさま、及び証券アナリスト、機関投資家のみなさまに向けた情報発信の強化を目的に、当社IRサイトにて業績情報や重要情報の開示を行っています。



2017年度はIRサイトの大幅なリニューアルを行い、ページ構成やサイトデザインを一新し、さらなるコンテンツの充実を図りました。海外投資家のみなさまにもよりタイムリーに情報をご覧いただけるよう、英文サイトの再構成もあわせて実施いたしました。

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

● 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、機関投資家のみなさまに向けた工場見学会を開催して



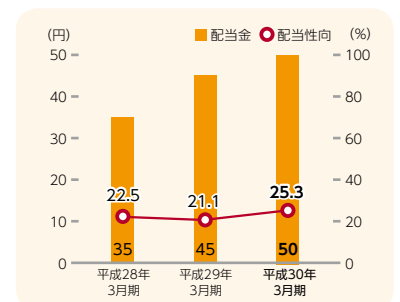
高崎森永株式会社

います。2017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。

● 利益の還元

森永製菓は経営基盤の強化と持続的成長により、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、業績に応じた安定的な配当を実現することを基本としています。

▶ 1株あたり配当金 / 配当性向



● ESG 対話プラットフォームへの参加

森永製菓は、企業と投資家等とを結ぶコミュニケーションの場を提供するために環境省が行っている実証事業「環境情報開示基盤 (ESG 対話プラットフォーム)」に参加しました。そして、ESG 対話プラットフォームによる情報の開示・対話を実践しながら習得するために開催された「ステップアッププログラム」にも参加しました。



ESG 対話プラットフォームステップアッププログラム修了証

地域社会とのコミュニケーション

「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」の一環で、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。

交通安全街頭監視 (中京工場)



愛知県の交通安全市民運動に伴い、交通事故の防止を目的として、子どもたちの登校時の安全を確保するために街頭で交通安全見守り活動を行いました。

納涼祭 (鶴見工場、中京工場)



納涼祭では、従業員による飲食の屋台やおたのしみ袋の販売、ゲーム等、子どもから大人まで大勢のお客様におたのしみいただいています。

「鳥栖商工団地」環境美化 (森永デザート)



商工団地内の環境整備のために、団地内の会社が連携して実施するクリーン作戦でゴミ拾い、草刈り、清掃活動等に協力しています。

働きがいと成長

従業員一人ひとりの成長をサポートする人材育成の取り組み

森永製菓において、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うえで、重要なテーマであると考えています。

激しい外部環境の変化の中で、当社が向かうべく新たなステージで活躍できる「あるべき人材」を計画的に創出するための人材育成の仕組みの構築に取り組んでいます。戦略的な人材育成を推進するにあたっては、中期経営計画の基本方針に則り、求められる能力要件に則した

研修・教育を実施し、人事諸制度とあわせて従業員の成長をサポートしていきます。



研修の様子

健康経営の取り組み

● 「健康推進委員会」発足

「おいしく、たのしく、すこやかに」を基本理念に、世界の人々の豊かで安全な食生活の実現と健康に関する商品・サービス・情報を提供する森永製菓にとって、従業員一人ひとりの健康を支援することは、重要な経営戦略の一つと捉えています。当社では、健康経営を推進するため、人事管掌役員をCHO (Chief Health Officer) とした健康推進委員会を発足させ、「予防、治療、再発防止」の観点で、従業員のさらなる健康保持・増進に向けて取り組んでいます。

● 従業員のヘルスリテラシー向上～健康フォーラム開催～

従業員の健康保持・増進を目的とした「健康フォーラム」を毎年開催。多くの従業員が参加し、健康に関する知見を広めています。



健康フォーラムの様子

● 森永製菓健康宣言

～従業員は最も重要な当社の財産である～

「従業員が企業活力の源泉であり、最も重要な経営資源（財産）である」との考えのもと、2018年4月に「森永製菓健康宣言」を制定しました。

従業員一人ひとりの自律した健康保持・増進を積極的に支援します。従業員の「健康」への意識・知識を高める機会を提供するとともに、「働き方改革」と連動させ、自らのもてる能力を最大限に発揮できる職場環境を醸成します。

● 健康経営優良法人2018認定

2002年より毎年、健康保険組合と共同で従業員と家族を対象に生活習慣改善・健康づくりキャンペーンを実施する等積極的な健康保持・増進への取り組みが認められ、「健康経営優良法人2018～ホワイト500～」に認定されました。



※健康経営優良法人認定制度：健康経営に取り組む優良法人を「見える化」することで、「従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人」として、社会的に評価を受けられるよう表彰する制度

Message

従業員がたのしみながら取り組める施策を実施していきます

これからも従業員が、生き活きと、自身の能力を最大限に発揮できる職場環境を整えるとともに、たのしみながら、こころとからだの健康保持・増進に取り組めるよう、積極的にサポートしてまいります。

取締役専務執行役員 兼 CHO (Chief Health Officer) **太田 栄二郎**



ダイバーシティ推進

● 女性が働き続けられるための環境整備

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、女性活躍推進がスタートしました。

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。

2007年からは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※認定も取得しています（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。



● 女性が、そして全従業員がさらに活躍できる会社へ

森永製菓では、2009年より「潜在的な性別役割意識の払拭」と、「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「活躍支援」に取り組んできました。

2012年には人事総務部（現・人事部）内に「ダイバーシティ推進担当」を設置し、各種研修による女性従業員の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。

加えて、2017年には、女性を含む全従業員が、それぞれの違いを理解し、生かし合える風土醸成を目的に、ダイバーシティフォーラムや管理職向けのマネジメント研修も実施しました。

ワークスタイル変革

● 活躍支援のための新しい制度や仕組みの導入

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に加え、2017年には、約1,000名の従業員を対象に、時間や場所に縛られず柔軟に働くことのできるテレワーク制度やコアタイムなしのフレックス勤務制度を新たに導入し、より自律的かつ多様な働き方が可能となりました。

これからも、多様な背景をもつ従業員が、それぞれにワークとライフの時間を充実させ、成長意欲をもちながら能力を発揮できるよう、活躍支援のための環境を整えていきます。

2017年度の育児休業・介護休業の取得状況※

男性 **8**人 女性 **18**人

※年度末時点

2017年度 テレワーク対象従業員の利用率※

77%

※2017年度第4四半期末実績

Message

テレワークで仕事は効率良く、 家族との時間は充実!

私は現在、保育園児の娘2人を育てながら、外勤営業職として時短勤務をしています。平日は自分の時間がないほど忙しい毎日の中、仕事と子育てを両立する絶大なサポートとなっているのがテレワーク制度です。終日と短時間合わせて週3日ほど活用しています。往復140分の通勤時間が浮くことで企画資料を集中して仕上げたり、以前は仕事が休めずに諦めていた短時間の保育園行事にも全て参加できるようになり、子どもも喜んでいきます。

東京量販支店

植竹 麻衣子

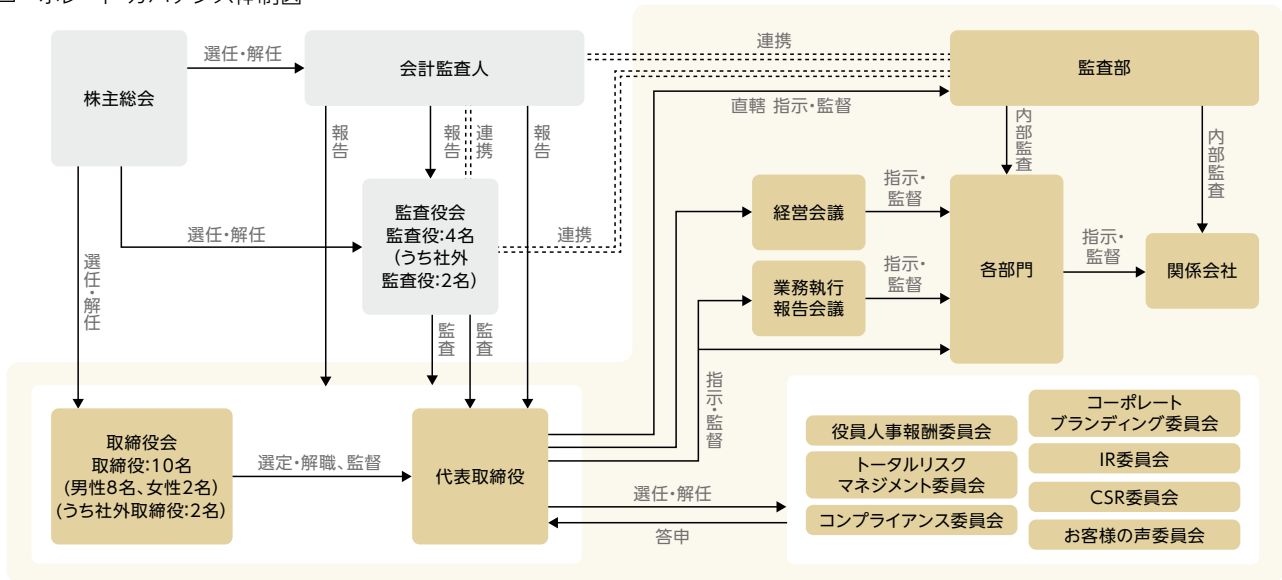


コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス

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



(2018年8月31日現在)

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8名、女性2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。

監査体制

監査役は社外監査役2名を含む計4名(男性4名)で構成され経営の透明性を確保するとともに、経営に対

する監視、監査機能を果たしています。

内部統制

企業価値の最大化ならびに企業の持続的発展を図ることを目的に、内部統制システムの強化及び経営の効率化を図り、業務を適正に執行するとともに、監督及び監査の実効性の確保に努めています。職務の執行が適正

に行われるために、取締役会は実効性のある内部統制システムの構築と法令及び定款等の順守体制の確立に努めるとともに、監査役が当該システムの有効性と機能を監査する体制としています。

コンプライアンス・リスクマネジメント

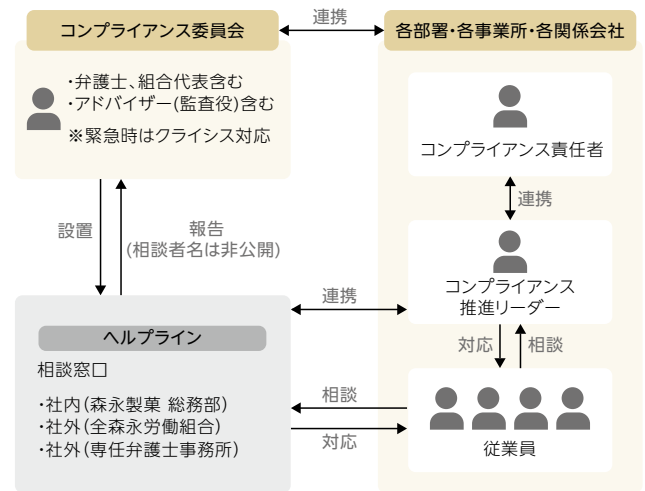
森永製菓グループの役員・従業員一人ひとりが、「森永製菓グループ行動憲章・行動規準」の順守を周知・徹底し、コンプライアンス体制を構築しています。

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、「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、外部弁護士の3カ所で相談窓口を設けており、実効性の強化に努めています。

▶コンプライアンス経営体制図



リスク管理方針・体制

森永製菓グループでは、事業活動に潜在するリスクに対応するため、内部統制システムの一環として2001年に「トータルリスクマネジメント規程」を制定し、想定されるリスクを分類・評価し、平常時における予防策を実施しています。

「トータルリスクマネジメント規程」の中では「自然災害クライシス対応要領」をはじめとする各種要領を策定し、クライシス発生時に事業の早期再開を図るための対応を定めています。2017年度からは、こうしたBCP（事業継続計画）を一步進めてBCM（事業継続マネジメント：災害や事故で被害を受けても事業を中断させない、若しく

は中断させても可能な限り短期間で再開させる継続的改善)にも取り組みはじめました。

クライシスが発生した場合は、状況を速やかに評価・判断し、対策本部の設置、情報開示等、必要な対応をとるとともに、原因究明と再発防止対策を行うこととしています。

反社会的勢力に対しては、「不当要求防止責任者」を設置して毅然と対応することを表明するとともに、関係行政機関等からの情報収集に努め、有事の際にはこれら機関と緊密に連携をとり、組織全体で速やかに対応することとしています。



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

CSR用語集

CSR

Corporate Social Responsibilityの略。企業が利益追求だけではなく、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。

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。

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。

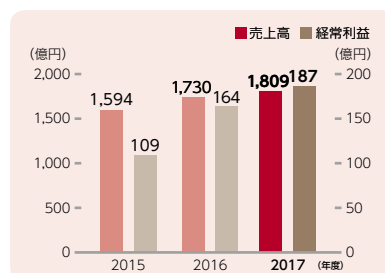


森永製菓株式会社の概要

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)

▶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、「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。

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

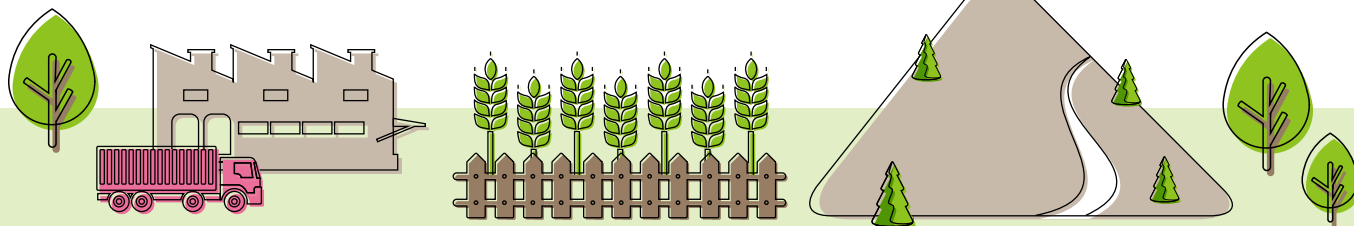
廃棄物の発生を抑制し、廃棄物の中でも有益なものは資源として循環利用し、適正な廃棄物の処理を行うことで、環境負荷の低減を図る仕組み。大量生産・大量消費・大量廃棄の時代から、廃棄物ゼロを目指す社会づくり。

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。

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、それぞれの商品とお客さま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、事業全体をおと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、お客さま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。