



● 企業理念・ミッション

ビジョン(基本理念)

おいしく たのしく すこやかに

ミッション(使命)

私たちは、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します。
そのために、パイオニアスピリットに溢れた企業活動を通して、
価値と感動のある商品・サービス・情報を提供します。

行動憲章

森永製菓グループの企業理念は、“おいしく、たのしく、すこやかに”をビジョン(基本理念)に、「私たちは、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します。そのために、パイオニアスピリットに溢れた企業活動を通して、価値と感動のある商品・サービス・情報を提供します」をミッション(使命)としています。

企業理念の実現にあたっては、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、行動憲章・法令・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。

また、企業の社会的責任と公共的使命を果たすべく、地球環境の保全や社会貢献活動に積極的に取り組み、社会との共生と持続的成長の実現に努めます。

そのために、私たちは、本行動憲章の精神を十分に理解した上で、日々の行動を徹底し、風通しの良い企業風土の確立を目指します。

1. お客様重視の経営の推進、優れた品質と安全・安心の確保

私たちは、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、優れた品質と安全・安心の確保を最優先に開発・提供します。

2. 行動憲章・法令・社内規則の順守

私たちは、行動憲章・法令・社内規則などを順守し、社会的良識をもって行動します。

3. 公正・透明・自由な競争に基づく企業活動

私たちは、公正・透明で自由な競争に基づく企業活動を推進します。

4. コミュニケーションの重視

私たちは、広くステークホルダー(お客様・社会・お得意先・お取引先・社員・株主等)との良好なコミュニケーションを図るとともに、会計や財務報告の信頼性を確保し、経営の透明性の向上に努め、企業情報を積極的かつ的確に開示します。

5. 環境の保全・社会貢献

私たちは、『エンゼルのように地球にやさしく!!』の環境理念の下、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。また、私たちは、よき企業市民としての社会活動にとどまらず、「人にやさしい、子供を大切に作る森永」をキーコンセプトに、子供の心身の健全な発育を促す社会貢献活動を積極的に展開します。

6. 反社会的勢力の排除

私たちは、社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力とは断固として対決します。

7. 人間の尊重

私たちは、ともに働く人々の人格・個性を尊重し、安全で働きやすく、かつ豊かさやゆとりが実感できる職場環境作りを推進します。

8. 行動憲章の実現

経営トップをはじめ役員は、本行動憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範のうえ、実効性のある内部統制システムの構築と行動憲章の周知徹底を図り、お客様の信頼に応えてまいります。

万一、本憲章に反する事態が発生した場合は、状況を速やかに評価・判断し、迅速かつ的確な情報開示など必要な対応措置を取るとともに原因究明・再発防止に努めます。

また、責任を明確にし、自らを含めて厳正な処分を行います。



行動規準

「森永製菓グループ 行動憲章」に基づき、以下のとおり「森永製菓グループ 行動規準」を定めます。
 「行動規準」は、社員・準社員が守るべき行動、心構えを記述した規準です。
 また、「行動憲章」とともに「行動規準」は、私たちがのお客様への約束・誓いでもあります。
 一人ひとりの役割の中で、「行動規準」に則って行動し、お客様の信頼に応えていくことが必要です。

1. 私たちは、お客様の信頼を大切に、お客様の視点に立って行動します。
2. 私たちは、商品・サービス・情報の企画から販売に至る全過程にわたり、優れた品質と安全・安心の確保を最優先の課題として行動します。
3. 私たちは、正しい表示を行い、お客様に適正な情報を提供します。
4. 私たちは、株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、正確な財務報告のほか企業情報を積極的かつ公正に開示します。
5. 私たちは、お客様の声には、誠意あるスピーディーな対応、事実の的確な報告を行います。
6. 私たちは、行動憲章に基づき、法令・社内規則を守ります。
7. 私たちは、利益と法令・社内規則が相反する場合、迷わず法令・社内規則を選択します。
8. 私たちは、「断る勇氣」「隠さない勇氣」「見て見ぬふりをしない勇氣」をもって行動します。
9. 私たちは、企業の機密情報の漏洩および不正使用は行いません。
10. 私たちは、知的財産権の重要性を認識し、自らの権利の保護および他者の権利を侵害しないよう細心の注意を払います。
11. 私たちは、公正・透明・自由な競争に基づく企業活動を行います。
12. 私たちは、政治・行政とは健全かつ正常な関係を保ちます。
13. 私たちは、反社会的勢力とは断固として対決し、不法・不当な要求には一切応じません。
14. 私たちは、省資源・省エネルギー・リサイクル活動を推進し、廃棄物・環境汚染物質を削減します。
15. 私たちは、グループ各社を取り巻く、地域社会・お取引先・株主など全ての人々との関係を尊重します。
16. 私たちは、過度な接待および贈物の受領または供与を行いません。
17. 私たちは、ともに働く人々の人格・個性を尊重し、差別やセクシュアルハラスメントおよびパワーハラスメントなどは行いません。
18. 私たちは、安全で働きやすく、豊かさゆとりが実感できる風通しの良い職場環境作りに努めます。
19. 私たちは、万一、行動憲章・行動規準に反する事態が発生した場合は、状況を速やかに評価・判断し、迅速かつ的確な情報開示など必要な対応措置を取るとともに原因究明・再発防止に努めます。

Contents



● 企業プロフィール

- 01-02 企業理念・ミッション・Contents
- 03-06 トップメッセージ
- 07-08 森永製菓グループ
創業の精神と120年の歩み
- 09-10 バリューチェーンと社会課題への対応
- 11-12 「食」を通じた価値の提供

● CSR マネジメント

- 13-16 CSR マネジメント
- 17-18 他企業・他団体との連携
- 19-20 ステークホルダーエンゲージメント

● お客様とともに

- 21-24 品質への取り組み
- 25-26 お客様とのコミュニケーション

● お取引先様とともに

- 27-28 サプライチェーンマネジメント

● 従業員とともに

- 29-31 ダイバーシティ
- 31-32 ダイバーシティー健康経営への取り組みー
- 33-36 ダイバーシティー人材育成ー

● 子どもたちとともに

- 37 活動理念
- 37-38 食育体験
- 39 自然体験
- 40 スポーツ体験

● 環境への取り組み

- 41-42 環境マネジメント
- 43 事業活動における環境負荷
- 44-45 低炭素社会の実現
- 46 循環型社会の形成
- 47 包装材の環境配慮
- 48 環境汚染物質への取り組み・
生物多様性への取り組み

● ガバナンス

- 49-52 コーポレート・ガバナンス
- 52 コンプライアンス
- 53 リスクマネジメント
- 54 人権尊重

● ESG データ

- 55-58 ESG データ

● 企業プロフィール・編集方針

- 59 森永製菓グループのネットワーク
- 60 森永製菓グループの会社概要・編集方針

TOP
MESSAGE

トップメッセージ



代表取締役社長

太田 栄二郎

「関わる全てのみなさまに幸せをお届けしたい」 パイオニアスピリットを継承し、 永続的に進化する企業を目指します

新型コロナウイルスへの対応

このたびの新型コロナウイルスの感染拡大により、世界は予測のつかない厳しい状況に直面しています。1日も早い終息を願うとともに、罹患されたみなさまに心よりお見舞い申し上げます。

森永製菓グループでは、4月からの緊急事態宣言下において、食品企業の使命として製品の安定生産・供給の維持に努め、3年前から推進してきたテレワーク制度を拡大して適用する等、感染拡大防止と従業員の安全確保にあたりました。また、最前線で人々の生命を支える医療従事者のみなさまへの支援として、「inゼリー」合

森永製菓グループの 新型コロナウイルスへの対応

- ・生産現場における製品供給の維持と感染予防の徹底（検温、マスク着用、手洗い、アルコール消毒）
- ・在宅勤務（テレワーク）が可能な職種の従業員の在宅勤務適用の拡大
- ・医療従事者のみなさまへの「inゼリー」寄付（2020年4～6月）

計36万個を全国の医療機関にご提供いたしました。

新型コロナウイルスがもたらした影響は甚大ではありますが、世界中が今後の社会のあり方を自らに問う機会にもなりました。当社グループもまた社会の一員として事業のあり方を見直す契機としていかなければならないと考えます。今後も人々の生活に欠かせない食品事業を担う使命感のもと、安全・安心を第一としながら、社会と未来への責任を果たすべく努めてまいります。

創業の精神を見つめ、 企業理念をあらためて整理

森永製菓グループは昨年創業120周年を迎え、既存分野である菓子食品・冷菓の事業に加え、成長分野である健康事業でも社会のニーズにお応えしてまいりました。現在、お客様にご支持をいただいた価値ある品質・商品を、国内はもちろん海外にも展開しています。

あらためて振り返ると、当社の歴史は、日本の食料事情がまだ厳しかった明治時代に創業者・森永太郎がアメリカに渡り、天職となる製菓業と巡り合ったことに始まります。太郎は11年にわたって異国の地で修業し、学んだ技術を持ち帰り、「日本の人々に栄養価の高いおいしい西洋菓子を届けたい」という夢のもと、1899（明治32）年に事業を興しました。西洋菓子に馴

染みのなかった日本人に受け入れられ、産業化していくその道のりは険しいものであり、それまでの「枠」を超えた大きなチャレンジでありました。以来森永製菓グループは、そのパイオニアスピリットを受け継ぎ、お客様に新しい価値と感動をお届けする商品を次々と生み出してきました。

この創業の精神は、私たちにとって軸となるものです。創業の精神を常に企業を中心に据え、社会の変化に柔軟に寄り添いながら、企業としての存在意義を現在そして将来に向けてしっかりと考えていくことが重要です。

そうした思いのもと、現在、森永製菓グループでは企業理念をあらためて整理し、当社の存在意義＝パーパス^{*}を見つめ直すための議論を進めています。社内で「ありたい姿」に向けた問題を提起し意見を募ったところ、1,000件近いレポートが集まる等、従業員の間でも関心が深まっていることをうれしく思っています。120余年の歴史の中で築いてきた信頼やブランド力を生かしながら、森永製菓らしさを発揮し、今後の方向性をいっそう明確にしていきます。

強力なリーダーシップのもと CSRの取り組みの進化へ

世界に目を向ければ、気候変動や経済格差、貧困等社会・環境を取り巻く課題は数多くあり、国際社会全体がこれらの解決に向け挑戦を続けています。2015年には、国連で「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されたことでその機運は高まっており、各国の企業が果たす役割にも期待が寄せられます。

森永製菓グループでは、社会からの要請や期待を経営に取り込み、社会的責任を果たしていくため、2018年

度にCSR基本方針を策定して取り組んできました。特に注力すべき項目として掲げるのが、「『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」の3つです。

「『食』を通じた価値の提供」では、食を通じて人々の心とからだの健康に貢献します。乳酸菌やプロテイン等、注目を集める健康素材を配合・加工し、おいしさを引き出していく技術は私たちの大きな強みです。「i nゼリー」をはじめとするウェルネス領域をさらに充実させるとともに、既存領域でも独自の付加価値を提供し、お客様の満足感や幸福感をつくっていきます。

未来を担う子どもたちのすこやかな成長を応援する「次世代育成」も重要です。食育・自然・スポーツの体験型プログラム等の活動に、引き続き尽力します。

「地球環境・社会への配慮」では、普段の生活でも温暖化による危機が実感されつつある今日、気候変動への対策が不可欠です。また、海洋プラスチックごみ問題への対応等、包装や廃棄まで含めて環境に配慮した商品づくりを考えていかなければなりません。森永製菓ではいち早くカートカン（紙素材でできた円柱型の容器）を取り入れてきた経緯がありますが、自社だけでなくステークホルダーのみなさまを巻き込んで活動を深めていくことを重視します。こうした取り組みを確実に推進していくため、CSRを経営課題として経営層が一丸となって真摯に取り組んでいきます。CSRは、長期的には大きな価値を生み出すものとの認識をグループ全体に広め、全社で取り組みの強化を図ってまいります。

森永製菓は現在、2021年度からの新中期経営計画の策定に合わせて、2030年をターゲットとする長期ビジョンの検討を進めております。パーパスの再定義とも重ね合わせ、より長期的な視点からサステナブル経営の進化を目指しています。

^{*}パーパス（Purpose）：社会における会社の存在意義を端的に示すもの。

Going Concern概念図



ステークホルダーのみなさまに 幸せをお届けできる企業を目指します

私は、企業にとって最も大切なのは「Going Concern」、永続性であり、社会の永続的な発展に寄与すべきと考えます。企業は、社会の一部だからです。

人々の暮らしに結びついた食品業界は、1つの技術革新で一夜にして状況が大きく変わるような業界ではありません。世代を超えて親しまれるロングセラー商品が多いように、長い時をかけた積み重ねの上に成り立つ事業です。

私たちが社会の一部としての責任を果たし社会と共に永続的に発展していくためには、「創業の精神」「顧客視点」「ダイバーシティ」が欠かせないと考えています。企業の存在意義ともいえる創業の精神を継承しながら、顧客視点を大切にその時代時代のお客様にしっかりと向き合う。そして、ダイバーシティをもってさまざまな期待に応え続ける。この3つを柱に、「全員経営」

という考え方で一丸となり企業活動を推進していくことが大切です。

森永製菓グループでは、「一人ひとりの個を活かす」ことをダイバーシティと定義していますが、そこには性別や国籍、障がいの有無等目に見える多様性も、価値観や経験、文化等目に見えない多様性もあるでしょう。互いに尊重し合い、交流を図ることが知の多様性へとつながり、イノベーションを起こし、新たな価値を生み出していくと確信しています。

持続可能な社会の実現のために、企業は、ステークホルダーはもちろんのこと社会全体の幸せを考えなければなりません。創業の精神を受け継いできた森永製菓グループの従業員には、社会を思いやる強さが備わっていると考えています。そして時代の変化に対応するしなやかさ＝レジリエンスを高め、パイオニアスピリットを生かしたチャレンジを続けることが持続可能な社会に向けた困難を切り拓いていくと考えています。活き活きと働く従業員一人ひとりとともに、森永製菓グループは永続進化する企業として、ステークホルダーのみなさまからの期待に応えてまいります。

時代を紡ぐ
パイオニア
スピリット

「日本の人々に栄養価の高いおいしい西洋菓子を届けたい」。森永製菓は、この創業者の強い思いからスタートしました。明治後期、西洋菓子製造のノウハウがなかった日本で、創業者・森永太郎は前例なきものに「挑戦」する精神、パイオニアスピリットを胸に抱き、粘り強く取り組みました。この精神は今も森永製菓グループの成長の源泉です。

森永製菓グループの原点—パイオニアスピリット

森永製菓のはじまり

11年にわたりアメリカで修業を積み西洋菓子の製法を身につけた森永太郎は、1899(明治32)年に帰国し、東京赤坂溜池にわずか2坪の「森永西洋菓子製造所」を開き菓子を作りはじめました。これが、森永製菓のはじまりです。当時の日本ではまだ西洋菓子になじみがなく、なかなか受け入れられませんでした。諦めず工夫を重ね、さまざまな商品を生み出しました。



創業者
森永太郎

西洋菓子を日本中に

苦勞が実り、少しずつ日本で西洋菓子が受け入れられるようになり、太郎は松崎半三郎を共同経営者として迎え入れ事業を拡大していきました。おいしくて栄養のある西洋菓子を日本中に広めるためには、大量生産して多くの人に手に取っていただくことが必要との思いから、海外から最新式の機械を導入し、菓子製造の近代化を目指しました。販売組織の拡大や広告にも力をいれ、大胆な新聞広告やポスター、音楽宣伝隊等ユニークな宣伝方法で注目を集めました。このような創意工夫によって、西洋菓子を日本に広めていきました。

社会への貢献

1904(明治37)年に従業員の制服を採用、また1919(大正8)年に8時間労働制を導入する等、業界に先駆けて職場環境整備に取り組みました。時を同じくして従業員の教育、月給制の制定、衛生管理強化等、経営者主導で福利厚生施策を進めました。

また、1923(大正12)年の関東大震災では、震災直後から被害者の救援活動にあたり、菓子類6万袋、練乳1万5千缶等を連日提供しました。この後も災害のたびに救援活動を続け、現在も横浜市をはじめ複数の地域と防災協定を結び、災害時の優先的な緊急食料の提供を約束しています。

1944(昭和19)年には、抗生物質「ペニシリン」の国産第一号の製造・量産化を担い、戦火で負傷した多くの命を救うことに貢献しました。



菓子製造の近代化



1919
8時間労働制導入



1944
ペニシリン国産第一号完成



1905
最初のエンゼル
マーク登録



1909
音楽宣伝隊の活動

1904
制服の採用

1923
関東大震災
での支援

1937
母の日大会開催

1899
森永西洋菓子製造所創設



1907
工場見学会開始



1台の箱車から販売を開始

1914
ミルクキャラメル
発売



1918
ミルクチョコレート
発売



1923
マリービスケット
発売



1930
マンナ発売



持続可能な社会の実現へ



2019
創業 120 周年

2018
ホワイト 500 認定
(以降 3 年連続)



2017
プラチナくるみ
取得



2013
パセノール
発売



2006
おいしい
コラーゲン
ドリンク発売



2004
防災のしおり
作成・配布
開始



2000
全 4 工場
ISO14001 認証取得



1989
アイスボックス
発売



1994
inゼリー発売



1975
ハイチュウ
発売



1974
甘酒缶発売



1972
チョコモナカ
発売



1971
コンシューマー部発足



1967
チョコボール
発売



1971
小枝発売



1960
ベルマーク運動に
参加



1957
ホットケーキの素
発売



持続的な未来に向けて

森永製菓は時代や社会の変化に寄り添いながら、さまざまな商品を生み出し、いつの時代も新しい価値をつくり出してきました。

今日、サステナブルな社会の実現に向け地球環境も人も健康であることが求められています。この時代のニーズに応えることができる新しい価値を、持続的な未来に向けて生み出すことが私たちの使命と考えます。

森永製菓はこれからも、「おいしく、たのしく、すこやかに」のビジョンのもと、食を通じて社会課題の解決と持続可能な社会の実現のために、挑戦し続けます。

バリューチェーンと社会課題への対応



森永製菓グループの
CSR基本方針3つの柱

次世代育成

「食」を

C S R

森永製菓グループが持続的に成長するためには、バリューチェーン全体での社会・環境面への配慮が不可欠です。食の安全・安心、食品廃棄の問題は、食をお届けする企業として重要な課題です。気候変動、プラスチック問題も、国内外に複数の生産拠点を持つメーカーとしての責任を担っていると考えています。また、原材料・資材の調達においては、原産国における資源枯渇や生態系への影響等、環境課題の存在を認識しています。これらの多岐にわたる課題解決のためには、従業員一人ひとりの課題解決力が必要とされます。そのために従業員の柔軟な発想やアイデアを生むための土台である、ダイバーシティや心身の健康が重要であると考え、取り組みを推進しています。



生産

優れた品質と安全・安心の確保を最優先として商品を生産しています。独自の生産技術を強みとし、新技術の開発も重ねています。



食品安全

従業員の
ダイバーシティ・
人材育成・健康経営

気候変動

水リスク



流通販売

出荷された商品が適切に流通するよう基準を定め、小売店、組織小売業を通じて全国に安定供給しています。



食品安全

気候変動

従業員の
ダイバーシティ



消費／廃棄

製造工程で発生する食品や資材の廃棄の削減に加えて、包装材の減容化等でお客様の消費後の廃棄減少にも取り組んでいます。



食品廃棄

プラスチック問題



お客様とともに

(→ P.21-26)



従業員とともに

(→ P.29-36)



環境への取り組み

(→ P.41-48)



お客様とともに

(→ P.21-26)



お取引先様とともに

(→ P.27-28)



従業員とともに

(→ P.29-36)



環境への取り組み

(→ P.41-48)



お客様とともに

(→ P.21-26)



お取引先様とともに

(→ P.27-28)



従業員とともに

(→ P.29-36)



環境への取り組み

(→ P.41-48)

通じた価値の提供

地球環境・社会への配慮

活動の基盤

「食」を通じた価値の提供

健康で幸せな生活に貢献する商品の提供

森永製菓グループは「おいしく、たのしく、すこやかに」をビジョン（基本理念）とし、いつの時代も社会のニーズに応え、新たな食の価値を創造してきました。

ライフスタイルの変化により、年々社会全体の健康意識が高まり、「機能的に、簡単に、適切な栄養素をとりたい」というニーズが増えています。

こうした社会要請を受け、森永製菓は健康で幸せな生活をサポートするウェルネス領域の商品開発に取り組んでいます。



● おいしいコラーゲンドリンク



確かな機能性と

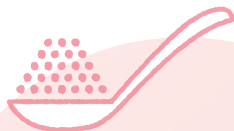
おいしさ



日本で初めて「肌のうるおい」「ひざ関節」「骨」へのトリプルの機能が実証された美容健康ドリンクです。消化・吸収されやすい低分子化したコラーゲンペプチドを10,000mg配合しており、コラーゲンドリンクの中でもトップクラスの含有量です。森永製菓の技術を生かし、コラーゲン独特の臭みを抑え、機能性だけでなくおいしさも兼ね備えた商品です。

●発売年：2006年

● セノビー



おいしさに

健康をプラス



森永ココア「セノビー」は、お子様の成長や家族みんなの健康を考え、カルシウムをはじめとする複数の栄養素を配合し、おいしさも追求した栄養機能食品です。吸収率の高い牛乳由来のミルクカルシウム、身体を整えるシールド乳酸菌[※]、ミルクオリゴ糖を配合しています。冷たい牛乳にもすぐ溶け、栄養をおいしく手軽に摂取いただける商品です。 ●発売年：2016年

※「シールド乳酸菌」は森永乳業株式会社の登録商標です。

● inバー



どこでも素早く

タンパク質補給



手軽に素早くタンパク質補給ができる「inバー」は、忙しい毎日を送る現代人の味方です。1本につき10～15gのタンパク質を補うことができます。また、タンパク質の働きに必要なビタミンB群（7種類）を含んでいるため、時間がなくて偏りがちな食事にプラスしたり、小腹が空いた時の補食に活用したりすることができます。

●発売年：2009年



● inゼリー



必要な栄養素を
手軽に摂取



必要なエネルギーや栄養を手軽に素早く摂取できる「inゼリー」は、アスリートの声から生まれました。スポーツをする時だけでなく、時間がない時、体調不良の時、また災害時の栄養補給等幅広く活用いただいています。森永製菓の加工技術を駆使し、栄養素特有の苦みやクセを抑え、おいしさや食感、飲み心地にこだわっています。また、携帯に便利なストロー付パウチの容器は、にぎりやすく蓋の開けやすさにも工夫をしています。幅広い世代から支持され、ゼリー飲料市場のトップシェアを占めています。

●発売年：1994年

● ZEN MEAT



カラダにも地球にも
やさしい植物肉



玄米入り大豆ミート「ZEN MEAT(ゼンミート)」は、動物性原料を一切使用していないプラントベース(植物性)のお肉です。脂質が少なくコレステロールゼロの上、タンパク質や食物繊維を多く含んでいます。現在ZEN MEATミンチタイプを使ったキーマカレー等を一部飲食店等で展開。ヴィーガン・ベジタリアンの方々でも心配なく召し上がれ、また家畜の増加による気候変動、世界的な人口増加による動物性タンパク質の枯渇等の将来課題にも貢献するサステナブルな商品です。

●発売年：2017年

● マクロビ派ビスケット

素材への
こだわり



「マクロビ派ビスケット」は素材本来の味と食感にこだわり、香料・乳化剤不使用、マーガリン・ショートニング不使用、動物性素材不使用、白砂糖は使用せずてんさい糖を使用、胚芽を残した国産全粒粉や、食物繊維豊富なオーツ麦、果汁漬けドライフルーツといった厳選素材を使用しています。忙しい毎日の中でも、素材にこだわった食品を選びたい方々にご支持をいただいています。

●発売年：2014年

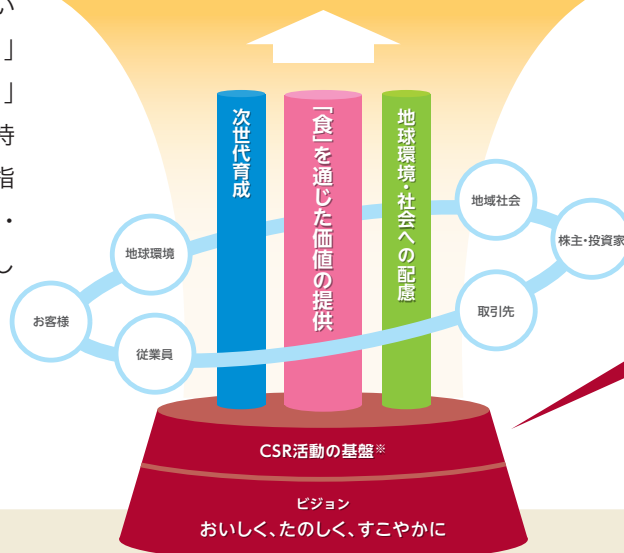
※マクロビオティック：穀物や野菜中心の、自然と調和した食事で健康的なライフスタイルを目指す考え方。

CSRマネジメント

森永製菓グループのCSR基本方針・CSR体系図

「食」を通じた持続可能な社会の実現

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。



※ 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」

次世代育成

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。

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」ことを基本理念とし、食育体験、自然体験、スポーツ体験を提供しています。

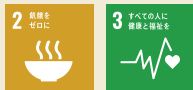


→ P.37-40 子どもたちとともに

「食」を通じた価値の提供

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。

商品を通じた社会貢献としては、忙しい現代の食生活をサポートする商品、健康を応援する商品等、多様なニーズにこたえる商品を提供しています。また、お客様相談室に寄せられたお問い合わせやご意見・ご要望のもとに、お客様とのコミュニケーションにも取り組んでいます。



→ P.11-12 「食」を通じた価値の提供

→ P.21-26 お客様とともに

地球環境・社会への配慮

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。

環境に配慮した商品開発、CO₂の排出量削減の取り組み、廃棄物排出量の削減とリサイクル促進、環境汚染物質の管理・削減促進、生物多様性の保全等、環境マネジメントシステムの継続的改善を行っています。



→ P.41-48 環境への取り組み

Message

担当役員メッセージ

近年、地球規模の社会課題が顕在化しています。気候変動や資源枯渇、生物多様性の問題、児童労働や人権の問題、そして身近なところでは食品ロスの問題。こうした社会課題の解決に向けて、私たちが取り組むべき大きな方向を、CSR基本方針・CSR体系図として策定しています。また具体的な活動内容については、有識者やステークホルダーの方々との対話を通じ、常に客観的な視点で活動を見直し最適化しています。来るべき持続可能な社会の実現に向けて、森永製菓グループが事業活動をとおして、よりいっそう社会に貢献できるよう、多くのステークホルダーの方々と連携、協働しながら、CSRの活動に取り組んでまいります。



取締役常務執行役員
宮井 真千子

CSR推進体制

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たCSR委員会を開催し、ESG（環境、社会、ガバナンス）の観点から持続可能な社会を実現するために取り組むべき検討項目を議論し、会社全体でCSR経営を進めています。特に、2020年4月、組織のダイバーシティを強力に押し進めるために社長直轄のダイバーシティ推進室を設置しています。意思決定の早い組織構成でCSR推進に取り組んでいます。

CSR委員会の構成と開催頻度

委員長
社長

事務局
コーポレート
コミュニケーション部長、
経営戦略部長

メンバー
関連部署担当役員
または執行役員

開催頻度
2回（2019年度）
原則1年1回

社内浸透策

CSR観点での業務構築を社内に浸透するための研修を定期的実施しています。専門家研修として2019年8月、明治大学特任教授・関正雄氏による講演「CSRを経営に統合する～SDGs時代の企業責任とは何か」を役員・事業所責任者に向けて実施し、オンライン参加も含めて約70名が聴講しました。

社内研修としては、新入社員研修、インナーブランディング研修、支店研修等においてCSR基本方針の説明や実際の活動状況を報告する機会を設け、2019年度には304名が参加しました。出張授業（P.38参照）や「1チョコ for 1スマイル」（P.17参照）等の社会貢献の話題では、活発な意見交換や参加希望等、積極的な姿勢が多くみられ、従業員のCSR意識も年々高まっています。



役員・事業所責任者
向け講演

社内研修



サステナブル経営の強化へ

2020年度、さらなる経営へのCSR・サステナビリティ思考の統合に向けて、経営戦略とマテリアリティ検討の議論を、経営層が中心となって進めています。

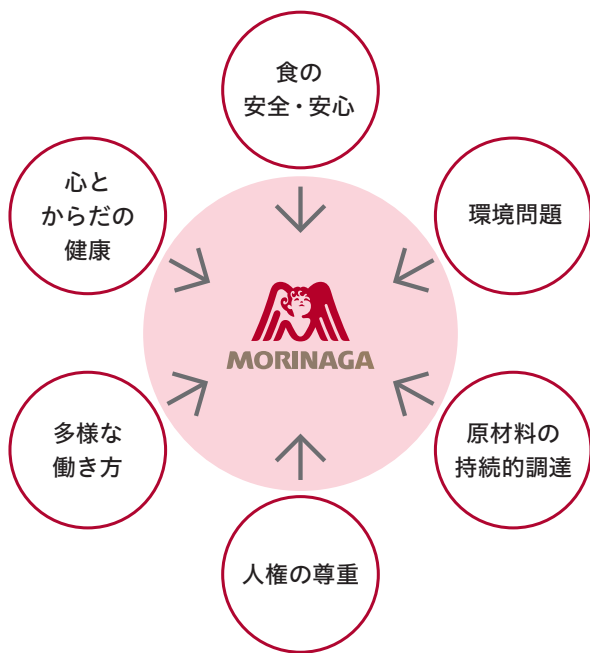
森永製菓グループを取り巻く社会課題を洗い出し、森永製菓グループが持続可能な社会の実現にどう貢献し

ていくのか、社会的存在意義（パーパス）の言語化に取り組んでいます。そして、パーパスの実現のために、重要課題を特定し、具体的なKPIやアクションの策定を進めていきます。これらの内容については、2020年度以降順次発表予定です。

CSR基本方針・CSR体系の見直しのプロセス

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、持続可能な社会の実現に向けてグループ全体でCSRを着実に推進していくため、2018年度に、従来のCSR基本方針・CSR体系を見直し、新たな方針・体系図を策定しています（P.13参照）。2018～2019年度は、本社及び支店・工場・研究所にて従業員向けのCSR研修を行い、方針の浸透を図りました。

また、これらCSR基本方針・CSR体系の見直しに合わせて、2018年度に、環境方針の改定や、人権方針・調達方針の策定も行っています（環境方針：P.41、人権方針：P.54、調達方針：P.27）。



CSR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。



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、「持続可能な開発目標 (SDGs)」が採択されました。これは世界共通の17の目標で、2030年までに国際社会全体が協力して達成を目指すものです。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。



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。

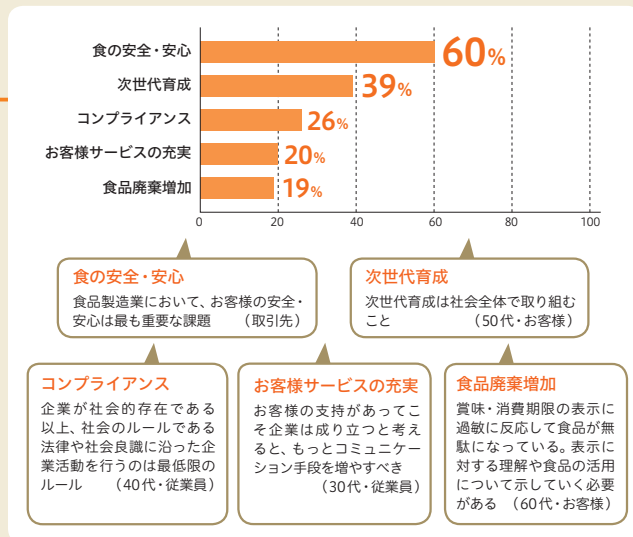


※1 ISO26000: ISO (国際標準化機構) が2010年11月に発行した社会的責任に関する国際規格。
 ※2 GRIガイドライン: 企業のサステナビリティ報告に関する国際的なガイドライン。
 ※3 FTSE4Good: 社会的責任投資 (SRI) の世界的指数の一つ。
 ※4 ベンチマーク企業: 森永製菓グループにとって参考にできる取り組みを行っている同業種企業。

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名の方から、さまざまなご意見をいただきました。

Q 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



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、CSR関係部署へ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 (2018年1月)

森永製菓グループが、CSR活動を推進するうえでのありべき姿について、有識者の方々にご意見を伺いました。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。



決定 CSR委員会での承認、CSR体系策定へ (2018年5月)

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。

他企業・他団体との連携

基本的な考え方

森永製菓グループでは、さまざまな社会課題へ対応するために、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、共同の取り組み等を行っています。

NPOとの協働 ～カカオ生産国への貢献～

森永製菓は2008年、カカオ生産国で暮らす子どもたちの支援を始めました。チョコレートを食べる人だけでなく、その原料であるカカオ生産国の子どもたちが安心して教育を受け、みんなが笑顔になれる社会の実現に向けて取り組んでいます。

カカオ生産国を取り囲む社会課題

チョコレートの原料「カカオ」がつくられる赤道近くの国々の中には、経済的な自立が難しく、十分な教育環境が整っていない地域もあります。子どもたちが将来を自ら選択する能力を身に付け、自分らしく生きていくために、教育は重要な役割を担っていますが、校舎・教室が不足または老朽化している他、授業に必要な物資や教師の数も不足している等、教育の重要性に対する理解不足や貧困等の理由から、児童労働を強いられ、十分な教育を受けられずにいる子どもたちがいます。

チョコレートを食べる人も、そのふるさとで学ぶ子どもたちもみんなを笑顔にしたい。この想いから、カカオ生産国の状況を改善していくために、森永製菓は2008年「1チョコ for 1スマイル」活動を開始しました。



1チョコ for 1スマイルの仕組み

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。

食べる人もつくる人もみんなを笑顔に

「1チョコ for 1スマイル」を通じた支援活動

「1チョコ for 1スマイル」は、森永製菓の対象チョコレート（「ダース」等）の売上で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です。年間を通して行う寄付に加え、特別月間に森永チョコレートの対象商品の売上1個につき1円を寄付するもので、2008年に開始し、10年間の累計支援金額が2億円を超えました。

この寄付金で支援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様はガーナやカメルーン等主にアフリカの国々で、すべての子どもが質の良い教育を受けられるように、また家庭や地域が安定し、教育や子どもの権利を守れるように支援活動を行っています。

支援地区で学校・衛生環境の改善、農家の技術指導、教育で子どもたち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たちの数も増えました。

→詳しくはホームページをご覧ください

▶ <https://www.morinaga.co.jp/1choco-1smile/>

これまでの累計支援金額 **237,145,148円**

(2008年～2020年2月14日)



世界カカオ財団に加盟

森永製菓は、カカオ栽培農家への技術指導や教育支援活動、また過酷な児童労働のない社会の実現に向けた各種プログラムを推進している世界カカオ財団 (World Cocoa Foundation) の活動に賛同し、世界カカオ財団のメンバーとして活動をとおりてカカオ生産国の支援をしています。



カカオ栽培農家への技術指導

ベルマーク活動に協賛

1960年のベルマーク運動の開始当初より、継続的に活動に協賛し、学校設備や教材の充実や、ハンディキャップを背負いながら学んでいる子どもたちを支援しているベルマーク活動を応援しています。現在は、「ミルクキャラメル」「ハイソフト」「森永ビスケット」「チョコボール」「おとっと」を対象商品としてベルマーク活動の一翼を担っています。



一般財団法人森永エンゼル財団

「森永エンゼル財団」は、森永製菓のシンボルである「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、芸術・スポーツ・自然・食・古典等を通して研究しています。また東日本大震災をはじめ、昨今の自然災害（地震・豪雨等）で被災された地域の子どもたちに「森の絵本」をお届けする活動も行っています（累計8,556冊）。



「森の絵本」をお届けする活動

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」の商標の使用を希望する他企業（食品製造・販売・提供企業に限定）には、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。

2019年度は特許権の使用許諾に範囲を広げ、川崎市、川崎市産業振興財団及び川崎信用金庫が連携する地域経済活性化の取り組みの中、『菓子匠末広庵』から森永製菓の特許技術を活用した商品「エンゼルのほっぺ」（抹茶チョコ大福）が発売されました。

学校・団体との取り組み

社会課題の解決を考える授業の1コマとして、高等学校や消費者団体、NGO、行政等主催のセミナー等で講演を行っています。2019年度はコーポレートコミュニケーション部CSRグループのメンバーが、応募のあった滋賀県の立命館守山高等学校にて「1チョコ for 1スマイル」の講演を実施しました。「1チョコ for 1スマイル」を切り口として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、出席した高校生から活発な意見や具体的な提案をいただきました。



学校での講演

本社や事業所地域への貢献

東京都港区内に立地する企業各社の社会貢献担当者のネットワークである「みなとネット」会員として、情報交換や港区の地域貢献に取り組んでいます。また、2016年から港区地域社会福祉フォーラムに協賛しています。

その他にも、工場等の事業所エリアにて清掃活動等を行い、地域社会とのコミュニケーションを推進しています。



三島市 楽寿園内の環境整備支援

ステークホルダーエンゲージメント

基本的な
考え方

森永製菓グループは、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、
いただいたご意見やご期待を経営層へフィードバックし、
経営及び企業活動へ生かしていくステークホルダーエンゲージメントを重視しています。
積極的なコミュニケーションを継続的に行い、
持続可能な社会の実現に貢献できるよう取り組んでいます。



森永製菓グループのステークホルダー

森永製菓グループを取り巻くステークホルダーとして、お客様、従業員、取引先、株主・投資家、地域社会、地球環境の6つを特定しています。

お客様

社会からの主な期待・要請	森永製菓グループの主な対応	エンゲージメントやコミュニケーション機会の一例
<ul style="list-style-type: none"> 食の安全・安心 コンプライアンス（法令順守） お客様サービスの充実 地球温暖化等の環境への対応 	<ul style="list-style-type: none"> 各種お申し出やご意見・お問い合わせの受付 ご意見に基づいた改善 コンプライアンス、環境対応等の情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> お客様相談室 ホームページでのQ&A、お客様の声活用事例 「Yahoo!知恵袋」企業公式アカウント ステークホルダーアンケートの実施（2017年度）

従業員

社会からの主な期待・要請	森永製菓グループの主な対応	エンゲージメントやコミュニケーション機会の一例
<ul style="list-style-type: none"> 働きやすい職場環境づくり ダイバーシティ推進 労働安全衛生 	<ul style="list-style-type: none"> 人権方針の策定 健康経営推進 従業員の能力開発 働き方改革への取り組み 労働安全の推進 ハラスメント等の撲滅 	<ul style="list-style-type: none"> ワークスタイル変革 出産・育児・介護支援制度の充実 各種研修の実施 従業員意識調査の実施 ステークホルダーアンケートの実施（2017年度）

取引先

社会からの主な期待・要請	森永製菓グループの主な対応	エンゲージメントやコミュニケーション機会の一例
<ul style="list-style-type: none"> 食の安全・安心 公平・公正な取引 人権・労働環境・安全への配慮 	<ul style="list-style-type: none"> 調達方針の策定 人権方針の策定 サステナブル調達の計画立案 お取引先様とのパートナーシップの強化 	<ul style="list-style-type: none"> 原料産地でのコミュニケーション 森永製菓グループ調達方針のお取引先向け説明会 ステークホルダーアンケートの実施（2017年度）

● 株主・投資家

社会からの主な期待・要請	森永製菓グループの主な対応	エンゲージメントやコミュニケーション機会の一例
<ul style="list-style-type: none"> 企業価値の維持・向上 適正な株主還元 適時・適切な情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> 適時適切なコミュニケーション タイムリーな経営情報の提供 投資家と経営層のエンゲージメント 	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会、決算説明会における経営戦略説明 経営層によるIRミーティングの実施 証券アナリスト、機関投資家向け工場見学会 株主アンケートの実施 IRサイト(日・英)における情報拡充

● 地域社会

社会からの主な期待・要請	森永製菓グループの主な対応	エンゲージメントやコミュニケーション機会の一例
<ul style="list-style-type: none"> 次世代育成 地域社会とのかかわり 	<ul style="list-style-type: none"> 子どもたちへ食育体験・自然体験・スポーツ体験の提供 地域社会とのコミュニケーション 	<ul style="list-style-type: none"> 出張授業 伊賀・エンゼルの森のようちえん チャレンジ！サイコー冒険隊 おととと体操 地域清掃活動への参加

● 地球環境

社会からの主な期待・要請	森永製菓グループの主な対応	エンゲージメントやコミュニケーション機会の一例
<ul style="list-style-type: none"> 環境課題解決への貢献 	<ul style="list-style-type: none"> 環境方針の改定 事業活動における環境負荷低減 環境課題の事業戦略への反映 	<ul style="list-style-type: none"> 環境に配慮した商品開発 CO₂の削減 廃棄物排出量の削減・リサイクル促進 生物多様性への取り組み 環境保全コスト・効果の把握

Topics

株主・投資家のみなさまとのコミュニケーション

株主・投資家・証券アナリストのみなさまに当社事業への理解をよりいっそう深めていただくために、定時株主総会を年1回、決算説明会を年2回開催するほか、さまざまなコミュニケーションの場を設けています。

2019年度は、米国、英国でのIRミーティング、太田社長による個別ミーティング、セルサイドアナリスト向けのスモールミーティングの実施や、最新の適時開示等、当社IRに関する情報を株主、投資家のみなさまへ提供するIRメール配信サービスを開始しました。

また、企業と投資家等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。環境報告（2019年3月期）には、CDP気候変動質問書2019への回答内容を反映し、より詳細な情報開示を行っています。

→詳しくはホームページをご覧ください。

▶ <https://www.morinaga.co.jp/company/ir/>



有識者へのダイアログ・ヒアリング

社会からの要請が日々変化するなか、CSR、ESG投資等の分野で社会からの期待を幅広く把握されている有識者の方々からも、適時適切にご意見を伺っています。2018年1月には、有識者の方々をお招きし、CSR活動を推進するうえでのあるべき姿について当社役員との間で活発な意見交換が行われました。

→詳しくはP.15-16 CSR基本方針・CSR体系の見直しのプロセスをご覧ください。

お客様とともに

品質への取り組み

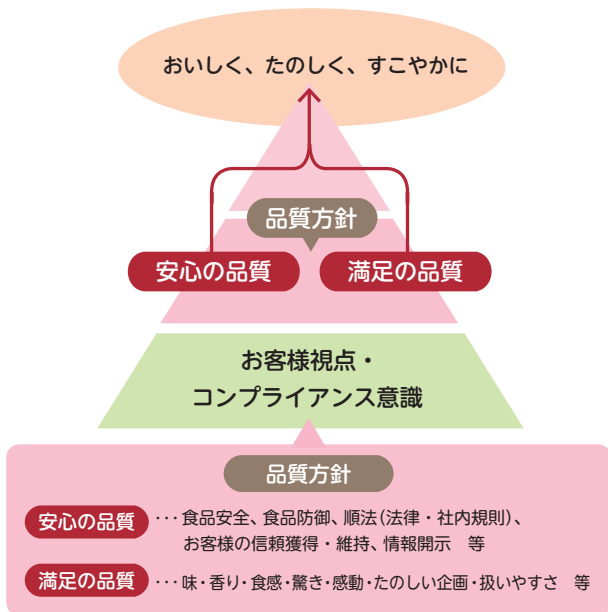
基本的な考え方

森永製菓グループは、創業以来、さまざまな商品を開発・製造・販売してきました。お客様や社会の多様化するニーズを読み解き研究開発し、新たな価値をご提供することに加え、常に品質の安全・安心を守りお客様の健康な食生活に資することこそ、食品企業としての使命であると考えています。

品質方針

森永製菓グループの「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・社内規則等を順守し、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。

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。

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。

品質に関わる取り組み

お客様に安全・安心な商品をお届けするために、商品開発から調達・生産・物流・販売に至る全過程にわたり、さまざまな手法・仕組みをとおして、安全性を軸とした品質保証体制を構築しています。

また、商品をお届けした後も、お客様からの商品に関するご指摘に対しては、各種の調査や分析によって品質の確認を行い、結果をお客様に回答しています。こうした情報を社内で共有化することで商品の開発・改善に生かしています。商品に、万一不測の事態が発生した場合は、迅速かつ確かな情報開示を行い、お客様の信頼回復に努めます。

商品をお届けするまでの過程と品質保証



お客様ご意見・ご指摘への対応

1 商品開発

食品に関連する法規類を順守し、賞味期限内での品質・安全及び店頭での品質を保持するために設定した社内ルールに基づき、品質・容器包装の設計及び適正な表示の作成を行っています。

品質アセスメントシステム

「品質アセスメントシステム」は、リニューアル品を含む全商品を対象に、商品開発の最終段階で安全・安心を左右する重要な確認項目（12部門・延べ約180項目）を一覧表で管理し、発売決定前に横断的に全体を見渡して確認を行うことで、開発段階でのリスクを把握し取り除く仕組みです。商品開発には多くの部門が関わり、部門ごとに安全性等の検討確認を行っています。品質アセスメントシステムで横軸をとすことにより、確認の漏れや見落としを排除し、安定した品質水準と順法性を確保しています。

2 原材料調達

使用原材料は厳格な規格を定め、それに対応できる原材料メーカーから購入しています。原材料は、食品衛生法等の法律に違反していないことはもちろん、食品添加物、アレルギー物質等安全・安心に関わる情報を確認します。また、必要な検査を行い、原材料が安全であることの確認も行います。

3 生産

全ての国内生産工場（森永製菓4工場、生産関係会社3社）で国際的な食品安全マネジメントシステムである「FSSC22000」の認証を取得しています。

【認証取得工場】(2020年6月30日現在)

三島工場、小山工場、中京工場、鶴見工場、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

4 出荷検査

工場で作られた製品は、お客様の手元に届く前に、工場での最終チェックとして出荷検査を行います。具体的には製品の風味の確認はもちろんのこと、色調や寸法・重量が決められたものとなっているか、菌規格（微生物管理）が守られているか、製品パッケージに破損等の不

具合がないか、賞味期限が正しく印字されているか等の確認を行うことで、お客様への安全・安心の担保をするための最後の砦として機能しています。



製品検査(製品の規格に合っているか長さや重さを測定)

5 輸送・保管・店頭管理

お客様の元に安全な商品を届けるために、物流段階での倉庫・輸送会社やお得意先様に対しても、商品の品質を損なわないよう、ルール設定・指導協力をお願いをしています。

分析

森永製菓グループは、栄養・機能性成分、化学物質、重金属、微生物、食品アレルギー、GMO（遺伝子組換え原料）、材質鑑定等の分析業務及び分析方法の開発を常に行っています。商品開発・原材料・生産・物流・商品・お申し出品に対しては、科学的・客観的根拠による安全性・法規適合性に関する確認と保証を行っています。



食物アレルギー物質(特定原材料)の測定

● お客様からのご意見・ご指摘への対応

お客様から寄せられたお申し出品は直ちに調査・分析を行い、品質・法規適合性の確認を行い、結果をお客様に回答しています。また「お客様の声委員会」を四半期ごとに開催し、お客様からのご意見・ご指摘を、品質・パッケージ・表示・キャンペーン・広告等に反映させる全社的な改善活動を行っています。

→詳しくは、P.25-26お客様とのコミュニケーションをご覧ください。

● 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、従業員との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、カメラによる記録体制導入等、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。



コントローラー室



カメラによる記録体制

● トレーサビリティ

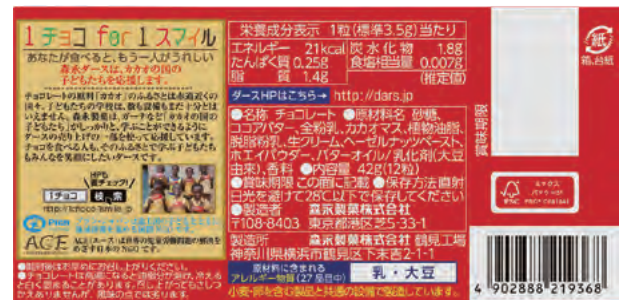
原料～製造～保管～配送の各段階で確実な記録と管理を行い、商品に使用されている原料及び商品の履歴情報を把握できるようにしています。また、定期的な訓練を行い適正に実行されているかどうかを確認しています。



バーコードリーダーでトレーサビリティを確認

● 正しく分かりやすいパッケージ表示

パッケージに記載する表示は、食品表示法等の法律の順守はもちろん、お客様が商品を選択する際の重要な情報です。健康に関するアレルギー情報、栄養成分、賞味期限等についても、見やすく分かりやすい表示になるよう工夫しています。また、個別包装へのアレルギー物質、コンタミネーション文（共通設備で製造することによる混入の注意喚起文）の表示を順次進めています（一部商品をのぞく）。



「ダース<ミルク>」パッケージ表示

● 食物アレルギーへの対応

パッケージに見やすく、分かりやすく記載するとともに、ホームページ上にも「アレルギー情報一覧」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。これからも当社は、アレルギーをお持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。

アレルギー情報一覧

▶ <https://www.morinaga.co.jp/products/allergy/index.php>

アレルギー関連情報（ホームページ）

「チョコボール<ピーナッツ>」



● 遺伝子組換え原料

遺伝子組換え原料は、原則、製品に使用しない方針です。大豆やトウモロコシについては、遺伝子組換え原料が混入しないように分別流通管理（IPハンドリング）されたものを使用しています。

植物油、乳化剤、香料等は一部に、遺伝子組換え不分別の原料が使用されていますが、これらは製造過程でたんぱく質が除去・分解され、遺伝子組換え食品か否かが技術的に検証困難なため、表示不要とされています。

● 人材の育成

人材育成プログラムの一環として2015年より森永テクノカレッジ（MTC）講座を開催しています。各工場で次世代の品質管理を担うメンバーを対象として、品質管理技術習得及び能力向上を図り、安定した製品品質を確保しています。

2019年度は製造技術7講座、設備技術16講座、管理技術10講座、特設8講座で延べ450名が受講、品質管理に関連する講座は254名が受講しています。

<2019年度品質管理関連講座>

- ・製造現場の品質管理
- ・衛生管理に必要な微生物の基礎知識
- ・食物アレルギーの基礎知識 製造現場管理
- ・FSSC22000研修

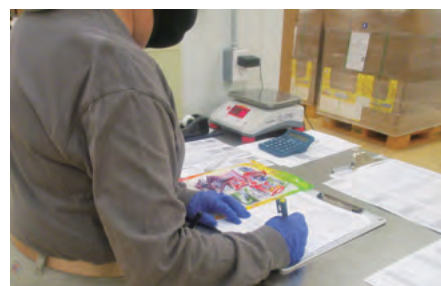


研修風景

● 海外における品質保証の取り組み

海外の生産拠点（台湾森永製菓股份有限公司、森永食品（浙江）有限公司、Morinaga America Foods, Inc）はいずれも、国際的な食品安全マネジメントシステム（FSSC22000、SQF[※]）の第三者認証を取得して、安全な商品の生産を行っています。また海外の製造委託先にも品質点検を行い、適正な品質保証体制のもとに、安全な商品が出荷されていることを確認しています。

※SQF（Safe Quality Food：安全で高品質な食品）：食品の安全と品質を確保するために、HACCPに基づく食品安全管理システムと品質管理システムを組み合わせた国際認証規格。



Morinaga America Foods, Inc 工程検査



Morinaga America Foods, Inc X線検査

● 協力会社の取り組み

森永製菓グループの生産工場以外に、国内でも多くの協力会社（2020年4月現在、約90社）に生産を委託しています。

協力会社に生産を委託する際は、事前にチェック項目数が最大150以上になるGMF[※]点検を行い、森永製菓グループの生産工場の品質管理に準じた管理を実施していることを確認します。

その後も定期的にGMF点検を行い、品質管理体制の維持管理・向上を要請し、それらを実施するために必要な情報共有、支援（協力工場情報交換会の実施、品質改善支援等）を行っています。

※GMF（Good Manufacturing Factory）：アレルギー管理や異物の混入防止、微生物管理等が正しく実施されているか、実際に工場を訪問して確認する森永製菓の品質点検の仕組み。

お客様とのコミュニケーション

● お客様満足のための体制

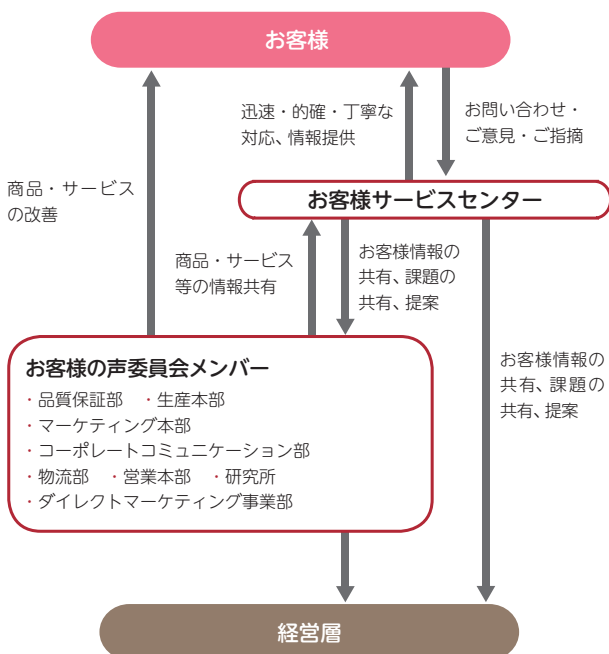
森永製菓グループでは、お客様からの「声」が、より良い商品・サービスを創造していくうえで、また経営戦略策定のうえで重要なものと受け止めており、お客様サービスセンター、生産統括部、品質保証部が主管となって全社関係部門に対してお客様の声を共有する「お客様の声委員会」を四半期に1回開催しています。

「お客様の声委員会」では、お客様の声をもとに商品・サービスの向上につながる提案や、製造部門の改善対策等が共有され、この内容は取締役会で担当役員より共有されます。

またお客様からいただいた声全件を日報で、集計したものを月報で、役員をはじめ全社に共有しています。このことにより、課題の早期発見につながり改善に向けて迅速に対応でき、商品開発や営業活動等のマーケティング活動においても有効に活用できています。

またお客様サービスセンターでは、2013年に自己適合宣言したISO10002（顧客満足の国際規格）の通り、顧客満足に向けたレベルアップを図っています。

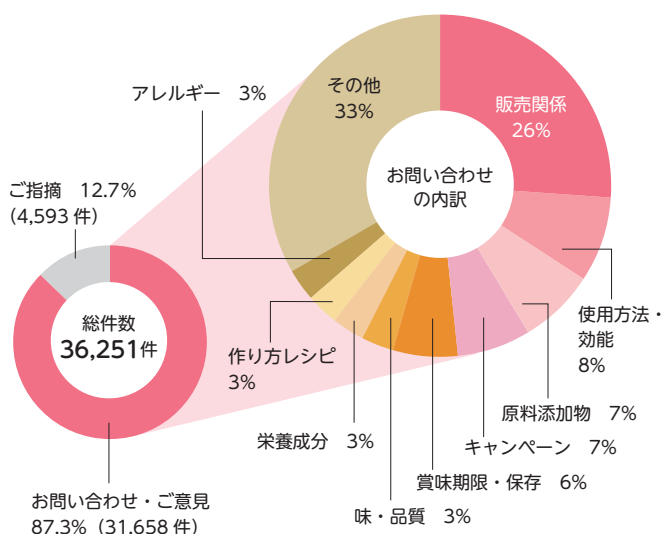
お客様の声委員会～お客様の声を活用するための仕組み～



● お客様相談室の取り組み

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、ご要望は全社に共有し、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。

「お客様相談室」へのお問い合わせの内訳（2019年度）



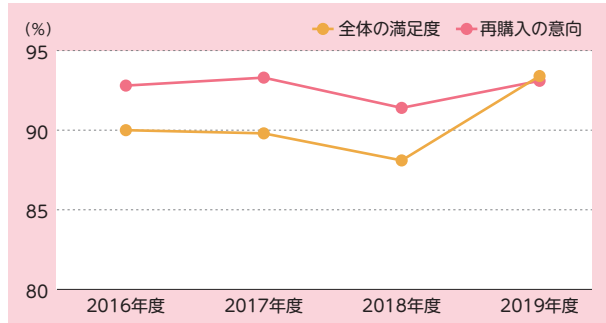
● お客様満足度調査結果

お客様相談室では、お客様からいただいたご指摘に、1件1件分析・原因究明を行い、報告書をお客様にお届けしています。その報告書と一緒に、毎年アンケートはがきを封入させていただき、お客様対応についての満足度調査を行っています。その結果は、お客様へのサービス改善に生かしています。

2019年度は、お客様対応全体に満足いただいたお客様が93.4%、再購入についても「今まで以上に買う」または「今までと変わらず買う」と考えていただけるお客様が93.1%と評価をいただきました。ご指摘をいただいたお客様にも関わらず、このように評価いただけたことは、誠実・迅速・正確な対応を日頃より心掛けている成果だと感じています。

一方で、厳しいご意見も頂戴しています。そのようなご意見もサービス改善につなげていくための貴重なものと真摯に受け止め、今後に活かしてまいります。

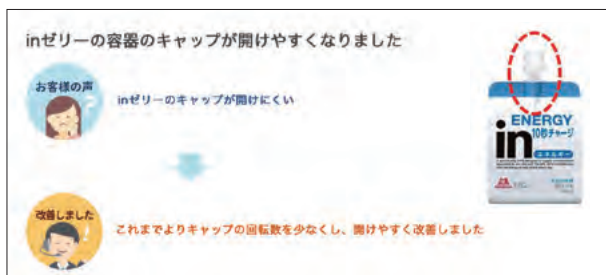
お客様満足度調査



お客様の声を活用した商品・サービスの改善

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活かしています。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。

▶ https://morinaga-faq.dga.jp/news/faq_list.html?page=500&category=524



キャップの開けやすさ改善(ホームページ)



壁新聞112号 2019年12月発行

ホームページのQ&A情報の充実

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、「よくいただくご質問」に掲載しています。「よくいただくご質問」は、お客様のアクセスの多い順番に並んでいるので、ほしい情報が見つけやすくなっています。

▶ <https://morinaga-faq.dga.jp/>



ファンミーティング、SNSでのコミュニケーション

会員制ファンサイト「エンゼルPLUS」や各種ソーシャルメディアを通して、お客様とのダイレクトな双方向コミュニケーションを日々行っています。これにより、お客様の生の声を収集し商品開発やマーケティング活動にいかすとともに、熱烈な森永製菓ファンの醸成を目指しています。

全国15都市で「エンゼルPLUS」の会員と森永製菓担当者とが集まる「おやつサミット」を開催し、直接の交流でコミュニケーションを深めています。



おやつサミット参加者の様子

お取引先様とともに

サプライチェーンマネジメント

基本的な考え方

森永製菓グループは「森永製菓グループ調達方針」を策定し、お取引先様との公平・公正・透明な関係を築き、連携して社会・環境に配慮した調達活動を行うことによって、持続可能な社会の実現に貢献することを目指しています。

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)

● サプライチェーンマネジメント体制

森永製菓グループでは、持続可能な原材料調達に向けて、森永製菓が主体となって2018年5月に調達方針を策定しました。その方針に基づいて、主幹部署である調達部、マーケティング本部、コーポレートコミュニケーション部CSRグループが、企画立案や目標設定、及びグループ各社の活動の評価を行っています。CSR委員会にて経営層によるレビューとともに、個別課題（パーム油、カカオ等）に関する当社グループとしての対応について議論しています。

● 持続可能なパーム油調達の推進

パーム油とはアブラヤシから得られる植物油脂のことで、使いやすく、保存性に優れているため、加工食品、化粧品、洗剤等幅広い製品に使用されています。その一方でパーム農園がある地域における環境破壊や生態系破壊、児童労働等の人権問題が社会課題となっています。森永製菓グループは、ソフトキャンディ・ビスケット・冷菓等を中心にパーム油を使用していることから、重要な経営課題の一つと位置付けています。

そこで森永製菓では、2019年度に自社で購入・使用する商品別のパーム油量に関して現状把握を行いました。そして、2019年10月にRSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）^{※1}及びJaSPON^{※2}に加盟しています。2020年度以降は、特定の商品からRSPO認証油への切り替えをはじめ、その対象範囲を段階的に広げることで持続可能なパーム油の使用を拡大していきます。

※1：RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil: 持続可能なパーム油のための円卓会議)：環境や人権に配慮した持続可能なパーム油の生産、利用を目指す国際的な認証制度。

※2：JaSPON (Japan Sustainable Palm Oil Network)：2019年4月に、パーム油生産における環境面等さまざまな問題を解決することを目指し日本市場における持続可能なパーム油の調達と消費を加速させる目的で日本企業、NGO等から成るネットワーク（事務局：WWF ジャパン）。

RSPO（持続可能なパーム油のための円卓会議）

▶ <https://www.wwf.or.jp/activities/basicinfo/3520.html>

JaSPON (Japan Sustainable Palm Oil Network)

▶ <http://rspo.jp/>

● 環境に配慮したFSC[®]認証紙調達の推進

紙の原料となる木材チップは、約7割を輸入しており、海外の森林に大きく依存しています。FSC[®]認証紙とは、環境保全のために森林の管理・伐採が生態系に配慮して適切に管理されているかを評価・認証した原材料や、その他の管理された供給源からの原材料を使用した

紙のことで、森永製菓では、今後FSC® 認証紙の使用範囲拡大を目指します。

→詳しくはP.47包装材の環境配慮をご覧ください。

※FSC®(Forest Stewardship Council®: 森林管理協議会): 森林の適切な利用と保護のために活動する国際的な非営利団体。

FSC® (Forest Stewardship Council®: 森林管理協議会)

▶ <https://jp.fsc.org/jp-jp>

● サステナブルカカオ豆調達の推進

チョコレートの原料であるカカオ豆は、劣悪な労働環境、児童労働や、カカオ農家における適切な技術や知識の不足による貧困問題、地球温暖化(森林伐採)等のさまざまな社会課題を抱えています。サステナブルカカオ豆とは、供給不足の要因となっている社会課題を解決、支援することで、持続可能な調達に貢献するカカオ豆を指します。

森永製菓グループでは、カカオ生産地の抱える社会課題解決に貢献することを目指し、商品ごとのカカオ豆の使用量調査を行い、サステナブルカカオ豆であるココア・ホライズン®認証原料を一部商品で使用開始しました。

※ココア・ホライズン(COCOA HORIZONS): 持続可能で起業家的な農業、生産性の向上、及び地域開発の推進を通じてカカオ豆生産者とその地域の暮らしを改善することを使命とする非営利のプログラム。スイスのカカオ・チョコレート製品のメーカーであるバリー・カレボ社が主導するココア・ホライズン財団によって運営される。

ココア・ホライズン(COCOA HORIZONS)

▶ <https://www.cocoa Horizons.org/>

ココア・ホライズン財団による
カカオ農家への研修・支援



カカオ豆収穫後の作業研修(乾燥工程)



カカオ農家への飲料水インフラ支援

● お取引先様とのパートナーシップの強化

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、物流にいたるサプライチェーン全体での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。

2019年8月には、協力会社情報交換会(31社・58名参加)において、「森永製菓グループ調達方針」を説明し、サプライチェーンにおける社会・環境に配慮した調達活動への協力をお願いしました。引き続きお取引先様へサステナビリティ視点での協力をお伝えし、取り組みへのご理解と実践をお願いしていきます。



情報交換会で調達方針を説明

原料産地でのコミュニケーション

持続可能な調達の一環として、パーム油・カカオ豆の問題に、サプライヤーであるパーム油・カカオ豆生産者のみなさまとともに取り組んでいます。

2019年度は、森永製菓担当者がインドネシアのカカオ農園を視察し、生産地でのサステナブルカカオ生産状況や取り組み内容の確認、生産者への栽培方法講習会、苗木育成支援の状況の確認等、情報収集・意見交換し、取り組みの重要性の認識を高めました。

インドネシア視察(2019年度)



カカオ苗木栽培農家の視察



生産者への栽培方法講習会の視察

従業員とともに

ダイバーシティ

基本的な考え方

森永製菓グループでは、経営戦略の一つとしてダイバーシティ推進を掲げています。ダイバーシティ推進の目的は、従業員一人ひとりが個の強みを発揮しながら生き生き働くこと、そして、互いに尊重し合い、知の交流を図りながらイノベーションを生み出すことです。そのために、ワークスタイル変革、健康経営、人材育成等、さまざまなことに取り組んでいます。

● ダイバーシティ推進体制

森永製菓では、ダイバーシティを経営戦略の中心に位置付けていくため、2020年4月に社長直轄のダイバーシティ推進室を設置しました。当社のダイバーシティ推進の取り組みは、2001年度に「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」をスタートさせたところから始まります。その後、2012年度にはダイバーシティ推進担当を設置し、取り組みを加速させていきました。現在、「出産育児をきっかけに辞める」から「働き続ける」が社会で当たり前となる中、企業のダイバーシティも、「働き続けられる会社」から全ての従業員にとって「働きがいのある会社」を作っていくことへ役割が変化してきています。お客様と従業員一人ひとりの幸せを追求し、社会から認められ選ばれる企業であり続けるために、全員を当事者として「一人ひとりの個を活かす」という目標に向けて活動を推進していきます。



● ワークスタイル変革

働く時間や場所に縛られず、ICTやオフィス機能を活用し、より創造的な能力を最大限発揮できる組織を目指しています。前者はテレワーク制度等、後者は、本社・研究所・一部の営業支店や工場で職場の座席を従来の形からフリーアドレス化する等、さまざまな取り組みを実施しています。

テレワーク制度

森永製菓では、2017年4月より、約1,000名の従業員を対象にテレワーク制度を導入しました。導入にあたっては、ICTの活用やフレックスタイムのコアタイム廃止等、設備面・制度面での環境整備を実施しています。2019年度は対象の80%を超える従業員がテレワークを利用し、育児と仕事の両立、移動時間の有効活用による効率化等につなげています。

また、2020年3月からは準社員にも対象を拡大し、2020年5月現在では約1,400名が対象となっています。→詳しくは採用ホームページをご覧ください。

▶ <https://www.i-note.jp/morinaga/recruit/environment/workstyle.html>

その他のワークバランスを支える各種制度

森永製菓には、男女問わず利用できる育児休業制度をはじめ、子どもが乳～幼児期や親の介護が必要となる時期には仕事の負荷が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、成長意欲を持ちながら能力を発揮し、活躍できる環境が整っています（P.30表参照）。

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月よりプラチナくるみん[※]の認定基準を継続的に達成しています。2019年度は特に男性育児休業取得率の向上を目標とし、マニュアルの再整備、全森永労働組合との協議、個別アプローチ等の取り組みを進め、前年度より2.9倍取得率が向上しました。



※ プラチナくるみん：
厚生労働省が、仕事と育児の両立支援に取り組む企業のうち、「子育てサポート企業」として、高い水準で取り組みを行っている認定した企業に付与する認定マークのこと。

エンゼルファミリーデーの取り組み

エンゼルファミリーデーとは、従業員の家族の職場訪問を受け入れ、家族を交えて従業員同士が交流することで、互いの理解を深めてもらう取り組みで、2019年で6回目を迎えました。

2019年度は79名の参加者が職場見学や社員食堂でのランチタイム、森永製菓トレーニングラボでのかけこ教室等を体験し、楽しい一日を過ごしました。



女性管理職比率の実績 (森永製菓)

2017年4月	5.2%
2018年4月	6.7%
2019年4月	7.7%
2020年4月	8.3%

制度・施策の概要・取得率 (森永製菓)

制度名	施策の概要	取得率実績 (2019年度)
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	22名(124日)
産前・産後休暇	産前6週間、産後8週間取得可能	26名(1,327日)
育児休業(女性)	2年6カ月(最長)取得可能	92.3%
育児休業(男性)		41%(前年度比2.9倍)
育児短時間勤務	子どもが1歳6カ月まで4時間勤務/小学校3年生終了まで6時間勤務が可能	26名(2020年3月時点)
子の看護休暇	小学校3年生までの子どもが1人であれば、1年に5日、2人以上であれば、1年に10日取得可能	3名(8日)
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	0名
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	1名(4日)
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、再入社が可能	0名

● 食品企業6社共同によるダイバーシティ推進活動

同じ食品企業として、ビジネスモデルやこれまでの歴史、人事上の課題にも共通点が多いことから、組織の枠を超えてダイバーシティ&インクルージョンを推進し、企業価値の向上と食品業界の発展に貢献すべく、食品企業6社共同で、ダイバーシティフォーラム等さまざまなイベントを開催しています。

(食品企業6社・・・サッポロホールディングス株式会社、株式会社ニチレイフーズ、株式会社日清製粉グループ本社、森永製菓株式会社、森永乳業株式会社、株式会社ロッテ)

当初は「女性の活躍推進」を主目的に活動していましたが、お客様に新たな価値を提供し続けられる活気あふれる業界にしていくためには、女性に限らず従業員一人ひとりが自らの強みを十分発揮していくことが必要と考え「ダイバーシティ&インクルージョンの浸透」に取り組みを拡大してきました。

2020年1月に開催したダイバーシティフォーラム「SPIRAL UP!～あなたにとって“カイシャ”とは?～」では、全国に64拠点のサテライト会場も開設され、参加者は合計約900名に上りました。

障がい者雇用の促進

森永製菓では、一人ひとりの個を尊重し、それぞれの資質とスキルに合わせて活躍できる場を提供する、という方針のもと、事務・営業部門から製造部門に至るまでさまざまな職場で障がいのある方がその能力を発揮しながら活躍しています。今後も障がいのある方の雇用機会創出に積極的に取り組んでいきます。

障がい者雇用実績 (森永製菓)

	2017年度	2018年度	2019年度
障がい者雇用数(名)	54	56	63
障がい者雇用率(%)	2.44	2.53	2.79

※実雇用数、各年度末時点。

再雇用

森永製菓では、定年後再雇用制度を導入しており、年金支給開始年齢に達するまでの間、原則、希望者全員を再雇用しています。また定年後も専門性の発揮が期待できるようにシニア等級制度や、評価制度を運用し、モチベーションや挑戦意欲の喚起を行っています。

ダイバーシティ —健康経営への取り組み—

健康経営の取り組み

森永製菓の健康経営

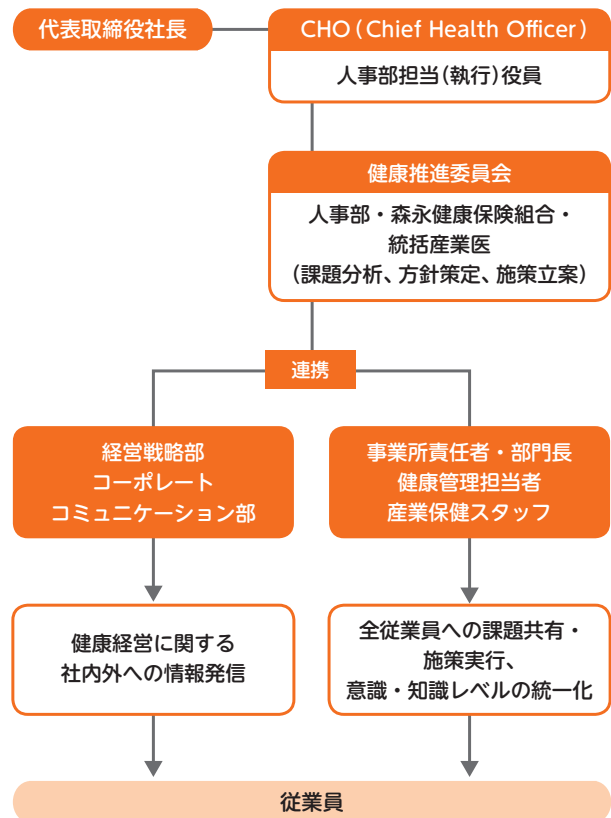
企業活力の源泉であり、最も重要な財産である従業員とその家族の健康保持・増進を支援することで、一人ひとりの人生を充実させ、働きがいのある会社にすることを目的に、健康経営を推進しています。

2018年4月には、「森永製菓健康宣言」を制定しました。健康推進委員会では最高健康責任者(Chief Health Officer; CHO)のもと、産業保健スタッフ、森永健康保険組合との連携体制を強化し、健康経営の推進を強化し、従業員の健康を経営的な視点で捉えさまざまな取り組みを推進しています。

CHOとは、会社や組織等が従業員やその家族の健康づくりを企業経営の一部として位置づけ、経営責任として従業員等の健康マネジメントを組織的に運営していくための最高責任者のことです。

森永製菓グループは、生き活きと働き続けることができる基盤づくりとして、働き方改革、健康保持・増進活動を通じて健康経営を推進することで、これからも従業員とその家族の心とからだの健康を積極的にサポートしていきます。

健康経営推進体制図 (森永製菓)



「森永体操」の実施

2018年10月より森永製菓トレーニングラボ[※]考案の「森永体操」を全事業所で毎日実施しており、職場でできるちょっとした体操で肩こり軽減、腰痛予防等に役立っています。

「森永体操」は、森永製菓トレーニングラボのスタッフがトップアスリートのサポートを行う中で得た知見を活かし、従業員の健康と仕事のパフォーマンスアップを目指して考案しました。

また、2019年度は、運動習慣と健康増進を目的に、全国の従業員を対象にウォーキングアプリを活用したウォーキングイベントを開催しました。



森永体操実施の様子

※森永製菓トレーニングラボ：トレーニングや栄養、コンディション面からトップアスリートのパフォーマンス向上に取り組むトレーニング施設。

健康経営優良法人ホワイト500認定

森永製菓は、2018年から2020年まで3年連続で「健康経営優良法人」の大規模法人部門（ホワイト500）に認定されました。これは健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している企業を顕彰する制度です。当社では、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、従業員の心とからだの健康保持・増進を積極的にサポートしていきます。

また、企業理念にもとづき、事業全体で健康分野の拡大にも注力しています。



残業時間削減の取り組み

テレワークやプレミアムフライデー等全社的な取り組みと、ノー残業デー、退社時間厳守、個人別休日の試行等の一部事業所の取り組みを通じて、従業員がそれぞれのワーク・ライフに対応した多様な働き方を選択できるように取り組んでいます。取り組みの結果、森永製菓の2019年度の時間外労働時間は、2018年度と比較し、年間で1人当たり平均26時間の削減となりました。

労働安全衛生活動

「従業員は企業活力の源泉であり、最も大切な経営資源である」との考えを基本に、労使一体となって、安全衛生委員会、職場安全衛生パトロール、安全運転講習、労働時間対策労使会議等を実施する等、安全で働きやすい職場環境づくりに努めています。

健康管理に関しては健康保険組合と協力し、健康診断受診の徹底や診断後の保健指導による生活習慣病予防への取り組みを強化しています。

また、メンタルヘルス対策に関しては、外部相談窓口の設置や社員研修の実施等予防にも注力しています。

安全活動に関しては、ハード面とソフト面の両輪を円滑に回し、2019年度、休業災害ゼロ件を初めて達成しました。なお、度数率は2017年度3.07、2018年度2.02、2019年度1.05と推移しており、日頃の安全への取り組み成果が出ています。

度数率

	2017年度	2018年度	2019年度
度数率	3.07	2.02	1.05
休業災害度数率	1.18	0.50	0.00

①「度数率」は、100万延べ労働時間当たりの労働災害による死傷者数をもって、労働災害の頻度を表します。

②「休業災害度数率」は、100万延べ労働時間当たりの労働災害による休業災害者数をもって、労働災害の頻度を表します。

※休業災害の定義（森永製菓）

負傷または疾病の療養のために被災日の翌日から休業せざるを得ないような労働災害で、休業1日以上から休業災害としています。

※度数率対象範囲

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5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

ダイバーシティ —人材育成—

基本的な考え方

会社の発展は、従業員一人ひとりの成長とともにあります。人材育成は、会社が目指すビジョン・ミッションを実現し、永続的に発展していくための重要な戦略的課題と捉え、従業員一人ひとりの成長の支援をしていきます。

● 森永製菓グループの求める人材像

森永製菓グループでは、次の新たな時代に向けて、意欲に溢れ、失敗を恐れずにチャレンジし、新しい価値を生み出す人材を求めています。「チャレンジできる」「主体的に行動できる」「考え抜くことができる」「周りを巻き込むことができる」の4つを、期待する人材像としています。

● 人材育成の仕組み

人材育成を推進するにあたっては、森永製菓の従業員として求められる能力要件に則して、等級・部門・スキル別に研修・教育の機会を提供し、従業員の成長をサポートしています。

また、さらなる従業員の能力のベースアップを効果的に行うべく、新しい人材育成の仕組み「人材育成プログラ

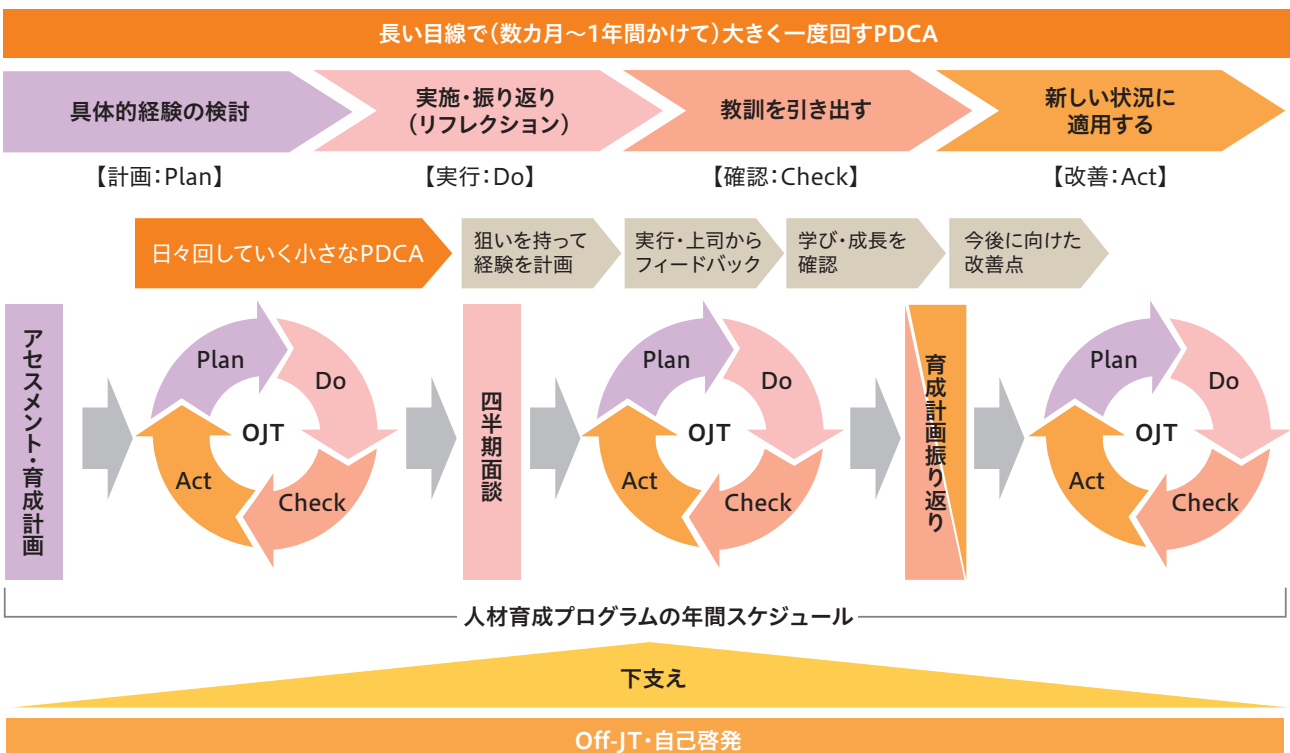
ム」を2018年度より導入し、順次対象を拡大しています。

「人材育成プログラム」では、一人ひとりの従業員の成長課題を明確にしたうえで育成のPDCAサイクルを現場で適切に実行することを目的とし、アセスメントとそれに基づく育成計画の作成、運用を行っています。アセスメントでは、森永製菓の従業員として職種に関わらず求められる能力定義に沿って、各自の強みや弱みを本人（育成対象者）と上長とで相互に確認したうえでOJT、Off-JTを通じた年間の育成計画を作成します。実行段階では四半期ごとに面談を行い、振り返りや以降の取り組みについて確認することで、育成のPDCAが実行される仕組みとしています。

2019年度従業員一人当たりの研修費（森永製菓）

約7万円

人材育成のPDCAサイクル



● 森永製菓の人材育成体系

森永製菓では、「OJT」「Off-JT」「自己啓発」を人材育成体系の柱としています。従業員一人ひとりが「ありたい姿」を描くキャリア開発を土台とし、それに向かって自己実現を果たすために、職務を通して学ぶOJT、階層別研修等のOff-JT、自己啓発研修（通信教育・eラーニング等）と、多彩な研修プログラムを用意して従業員の成長をサポートしています。

資格取得の支援も積極的に行っており、公的資格取得奨励金等による支援に加え、自己啓発研修（通信教育）にも資格取得のためのコースを用意しています。

資格取得の支援も積極的に行っており、公的資格取得奨励金等による支援に加え、自己啓発研修（通信教育）にも資格取得のためのコースを用意しています。

森永製菓のOff-JT研修、自己啓発研修

研修区分 メイン対象層	必須研修		自己選択型		選抜研修	共通
	階層別		公募型		選抜型	
マネジメント層 エキスパート層	新任管理職研修				次世代経営人材育成プログラム	コンプライアンス研修 ストレスマネジメント研修 マネジメントゲーム研修
キャリア ディベロップ メント層	新任評価者研修		集合研修 経営戦略基礎講座 クリティカルシンキング講座 マーケティング基礎講座	外部セミナー／ 動画学習 人材育成プログラムで 能力開発目標を設定 ↓ 設定目標に基づいて プログラムを選択	次世代リーダー育成プログラム	
ジョブ ローテーション層	若手社員育成強化 入社5年目研修 入社3年目研修 入社2年目研修 新入社員研修	OJTトレーナー研修 ビジネス基礎力強化プログラム ・ビジネスマナー ・仕事の進め方 ・会計知識基礎 ・ロジカルシンキング ・巻き込み力 等				
入社前	内定者研修					

自己啓発 / 通信教育 / eラーニング

マネジメントスキル／ビジネススキル
職能別スキル、会計知識向上、語学力向上、資格取得支援

● Off-JTによる人材育成

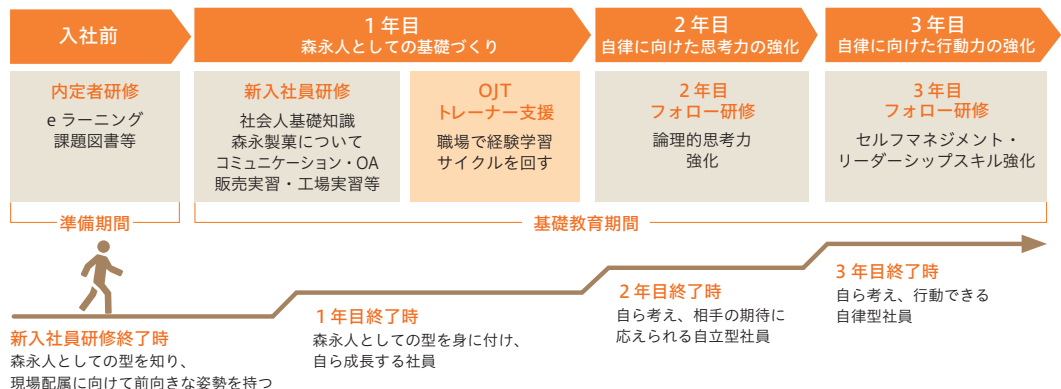
3年間で『自律型人材』を育成する基礎人材教育

森永製菓では、入社から3年間で基礎人材教育期間とし、若手人材の育成に特に力を入れています。新入社員を対象としたOJTトレーナー制度に加え、1年に1回定期的にOff-JTとして集合研修と人事によるキャリア面談を実施。人事・人材育成部門が、若手人材の育成をスキル、マインド、キャリアと多面的に支援します。3年間で、自ら考え、行動できる「自律型人材」への成長を目指します。



新入社員研修の様子

森永製菓における 入社3年間の 基礎人材教育



階層別研修

会社における組織上の役割期待に応じて、スキル面、意識面、行動面でのさらなる向上のため、入社後3年間の基礎人材教育期間以降も、等級や職位ごとに研修を実施しています。

テーマ別研修

経営課題や各事業における課題を中心に、次世代リーダー育成研修、マネジメントゲーム研修、各部門における業務に必要な専門的知識やスキルを高めるための教育研修等を実施しています。

森永レシピ

森永レシピとは、論理思考フレームを共有するための森永製菓の共通フレーズです。具体的なケーススタディや自身の実務課題等を使い、グループ単位やクラス全体で議論するスタイルで研修が行われます。思考フレームの活用で、多様性あるチームでのコミュニケーションを円滑にし、イノベーションの創造を目指します。



森永レシピ研修風景

OJTによる人材育成

新入社員は、配属された職場で1年間、担当のOJTトレーナーによる指導のもと、経験学習サイクルを回して、業務遂行能力を身につけていきます。また、多くの事業所、従業員を対象に人材育成プログラムが順次導入され、人事評価制度の運用と合わせて、各職場で従業員の成長、能力開発につながることを意識したOJTが推進されています。

自己啓発研修

通信教育・eラーニング、会社主催の課題別研修、外部セミナーの受講支援等、自由選択型の研修として、従業員一人ひとりの課題テーマに合わせた、従業員の学ぶ意欲を支援するさまざまなプログラムを用意しています。

通信教育、eラーニングでは、多岐にわたる約200の対象コースを自由に選択可能です。森永製菓では受講費用の半額相当の援助金や、グループ受講制度による報奨金等の補助制度を整えており、多くの関係会社でも同様の補助制度で従業員の学習を支援しています。

従業員とのコミュニケーション

定期面談の実施

森永製菓では、人事評価に加え、人材育成プログラム、キャリア面談等、上長・部下間でのさまざまな面談を行う機会を四半期ごとに設け、従業員の声を聴く機会を確保しています。

加えて、各階層別研修の実施に際して人事部との面談を実施し、従業員の声が直接人事に届き、共有される体制をとっています。

労働組合

森永製菓グループ6社と森永乳業グループ3社の労働組合で構成される全森永労働組合はユニオンショップ制をとっており、管理職等を除く正規従業員は全員が組合員で、労働組合を通じてさまざまな施策が話し合われ、職場環境等の改善に向けて取り組んでいます。

組織・風土改善の取り組み

森永製菓では、全社風土や諸施策に対する従業員の意識を調査し、対処すべき課題を明らかにするために、40年間以上、継続的・定期的に従業員意識調査を行っています。調査項目は、仕事・会社・職場・上司への満足度を問う項目をメインとし、その他、中期経営計画への理解度や制度改正に対する意識を問う項目等の、時代や状況に応じた独自項目の設定も行っています。結果は、経営層や各部署のトップに共有し、経営戦略の策定や各組織における課題解決に向けた重要な情報として参考にしています。

経営トップ層からのビジョン発信への満足度、仕事や会社に対する誇りが高いことが当社の特徴です。

2019年度従業員意識調査の結果

	森永製菓	他社平均
総合満足度	3.84	3.60
経営トップ層からの ビジョン発信への満足度	3.93	3.53
今の仕事に誇りを 持っている	4.01	3.67
この会社の一員であることに 誇りを持っている	4.18	3.68
この会社は成長・発展 していくことができる	3.87	3.51

※5.0点満点、3.5点以上を高いと評価

※他社平均とは、当社と同様のサーベイ（もしくは調査）を使用している
会社全体の平均

社内報での情報発信

森永製菓グループでは、従業員向けの社内報「森永ライフ」を隔月で発行しています。

①経営方針の周知②最新情報共有③双方向のコミュニケーションの3つのテーマで、従業員にわかりやすく重要な情報を伝えています。



森永ライフ2020年5月号・7月号

● イノベーションを生み出す取り組み

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。

発明やチャレンジング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）や通常の努力や発想では成し得ない目標に対して、チャレンジングな行動を発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。



社長賞表彰（2019年度）

新規事業部門を通じた取り組み

新規のビジネスモデル創造の取り組みを進める森永製菓の新領域創造事業部では、2015年度から社内公募による人材募集やアクセラレータープログラム（ベンチャー、スタートアップ等の新興企業に出資や支援、協業を行うことにより、事業共創を目指す取り組み）を実施しています。また、新規事業創出に携わることを希望する従業員向けの研修の実施や、外部環境の変化を知り、高い視座や広い視野を獲得するための講演会等を開催し、新しいことに挑戦しようという文化を育てています。

子どもたちとともに

活動理念

基本的な考え方

120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、未来を担う子どもたちをもっと笑顔にするために、次世代育成に貢献してまいります。

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」

体験型のプログラムを提供

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。

森永製菓グループでは、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提供しています。

食育体験

菓子育

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。

創造性を育みながら、菓子の役割や菓子との上手な付き合い方をたのしく学ぶオリジナル菓子育絵本「メルとマールのピクニック」を保育施設に提供し、菓子育絵本の読み聞かせや劇遊びに活用していただいています。



菓子育絵本の読み聞かせや劇遊びの様子



● キッズニア東京

森永製菓が出展している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できます。また、食品衛生やルール・マナーも学び、子どもの自立性や社会性を養います。

● 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、創業120周年記念事業として、2020年春に鶴見工場内に「森永エンゼルミュージアム MORIUM」を開設しました。モリウムでは、さまざまな展示や映像をとおして森永製菓グループの歴史を楽しく知っていただくことができます。



小山工場



森永エンゼルミュージアム MORIUM (一般公開日：未定)

● 出張授業「森永製菓のキャラメル教室」

従業員が講師となり、小学校を訪問しミルクキャラメルを題材に工業生産について授業を行う活動です。小学校5年生が対象で、工場見学に行ったような臨場感で、工業生産における工夫や努力、ものづくりへの想いを理解してもらい、教科書の学びを深化します。

製造工程を動画で見たり、クイズやワークショップに参加してもらったりすることで体験型の授業の提供を行っています。

2019年度 参加児童数

1,760名

2019年度 参加従業員数

69名



講義



クイズ



ワークショップ

Voice

[[「キャラメル教室」参加従業員の声]

お菓子は人を幸せにする力がある

子どもたちにキャラメルをもっと好きになってほしい、という想いから参加しました。教壇に立つことに緊張しましたが、多くの子どもたちが真剣なまなざしで聞き、興味をもって質問してくれたことがとてもうれしかったです。お土産のキャラメルを受け取った子どもたちの笑顔に「お菓子は人を幸せにする」ことを改めて気づかされ、私自身もキャラメルをもっと好きになりました。子どもを通して商品の価値に気づくことができる機会なので、多くの従業員にこの活動を広げていきたいです。



松井 元樹

森永製菓 研究所
未来価値創造センター

自然体験

事業理念

～未来を担う子どもたちのすこやかな心身の成長を応援するために～
 「大自然の中での直接体験とおして、生きる上で大切なモノを自ら発見する」
 この事業理念のもと、非日常の環境の中で子どもたちが自主的に「生きる力」を身につけることを願ってキャンプを実施しています。

● チャレンジ！サイコー冒険隊

1999年度より、毎年、無人島で5泊6日の大冒険を体験してもらう「森永リトルエンゼル育成 無人島探検隊」を実施してきました。創業100周年記念事業として、この100年の間に大きく変わった子どもたちの生活環境を振り返り、21世紀は豊かな心をもってわんぱくで元気に育ってほしいという願いを込めたプロジェクトです。

2019年度より、場所を無人島から雄大な富士山近くの富士五湖エリアに変更。小学生32名が、初めて出会う仲間たちと4泊5日の大冒険に挑みました。透き通った湖や澄んだ空気、そして樹海や洞窟を探検。日常と異なるキャンプ生活とさまざまな冒険をおし、「生きる力」を育み、大きく成長しました。



2時間以上かけて登山



西湖で湖水浴に挑戦

● キャンプ生活でSDGsワークに挑戦 (サイコー冒険隊)

2019年度より開催しているサイコー冒険隊では、子どもたちがキャンプ生活を通してSDGsに取り組むワークを取り入れています。SDGsワークは、当社オリジナルのプログラムで、参加者はキャンプに参加する前からSDGsについて学び、キャンプ生活で自分が取り組みたいSDGsのゴールを選び、グループのメンバーに共有します。さらに、グループで取り組むゴールも選び、グループのメンバーと協力して達成を目指して挑戦し、キャンプ後に振り返りを行います。

2019年度の参加者が最も多く選んだゴールは、「12番つくる責任 つかう責任」でした。

食材の無駄づかいをしない、作った料理は残さず食べる、ゴミを減らすためにリユースする等、ゴールの達成に向けて日々自主的な取り組みを行いました。

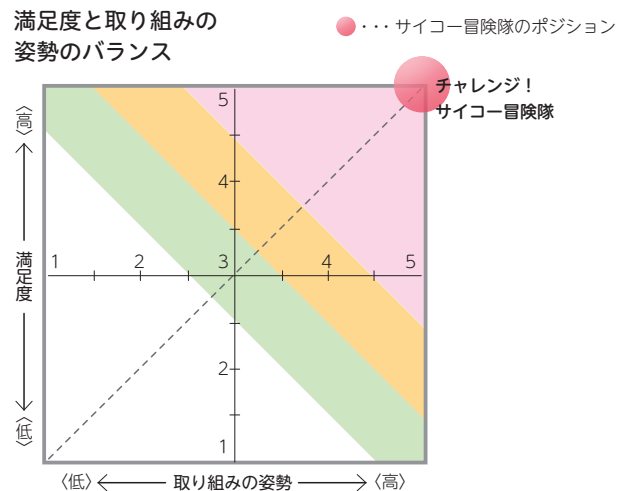


SDGsについてグループで話し合い

● サイコー冒険隊×産学共同研究

自然体験プログラムを外部の専門的な観点から評価していただき、活動内容を改善していくために2008年度より東京学芸大学と連携し、産学共同研究を行っています。本プロジェクトのキャンプの前・直後・1カ月後と追跡して調査を行うもので、子どもたちのキャンプへの満足度や取り組み姿勢、成長度合いを調査し、プログラムの改善に生かしています。2019年度の調査では、いずれの項目も高い数値が得られました。

満足度と取り組みの姿勢のバランス



- 【各ゾーンについて】
- 1) 高活性領域…極めて活性化した状態が認められます
 - 2) 活性領域…かなり活性化した状態が認められます
 - 3) 通常領域…一定程度の活性化した状態が認められます
 - 4) 改善検討領域…プログラム等の改善が必要なようです

スポーツ体験

● ジュニアアスリートのサポート

毎年、マウンテンバイクのプロ選手とイオンバイク株式会社による共同プロジェクト『イオンバイク』r.アカデミー』に所属する選手（小学生中～高学年）とその保護者を対象として、競技力向上のためのエクササイズと栄養講習を実施しています。

マウンテンバイクのプロ選手によるデモンストレーションのうえで、森永製菓トレーニングラボ（P.32参照）のトレーナーと栄養士により、実際に身体を動かしながら行うトレーニングレッスンや、水分補給とリカバリー、保護者向け「子どもたちの成長期に必要な栄養素」のレクチャーを行っています。



競技力向上のためのエクササイズ（2019年度）



成長期に必要な栄養素のレクチャー（2019年度）

● おととと体操

森永製菓トレーニングラボは、アスリートへのトレーニング指導や栄養サポートを主に実施していますが、運動や食事を通じて子どもたちのすこやかな成長を少しでも促したいという思いから、横浜市スポーツ協会様と協力して「おととと体操」を作成しました。

跳ねる、転がる、片足で立つ等、さまざまな様式の運動をすることにより、幼児期における運動能力の発達を促し、それにより転倒による怪我の軽減を期待しています。また、森永製菓の菓子である「おととと」で登場する「海の仲間たち」のイメージを体操に合わせることで、子どもたちが楽しく運動できるように工夫しています。



おととと体操教育動画



Voice

[サイコー冒険隊×産学共同研究パートナーからの声]

素晴らしい社会貢献！～自然体験を通じた子どもたちの育成～

この共同研究がスタートして早22年となりました。1999年に森永製菓さん創業100周年の記念事業として実施された「リトルエンゼル育成・無人島探検隊」にスタッフとして関わったことが始まりです。その後も、このプロジェクトは子どもたちへのプレゼントとして毎年続けられ、今に至っています。

2008年に現職（東京学芸大学）に就いてからは、産学共同研究という形で当プロジェクトの教育効果の検証も行ってきました。とくに子どもたちの「生きる力」に着目していますが、このキャンプ体験によって、子どもたちは大自然の中で仲間と遊び、協働し、さまざまなチャレンジ活動を通して大きく成長していくことが、科学的エビデンスとして示されました。

このような取り組みをしている企業は他に類をみません。企業にとっては、キャンプはリスクを伴う事業であることは承知しています。しかし今後も継続し、またこれまでの実績を生かして、森永製菓さんには自然体験を通じた青少年育成という社会貢献事業の先駆者及びモデルケースになっていただきたいと思います。



国立大学法人
東京学芸大学
学長補佐/准教授

小森 伸一氏

環境への取り組み

環境マネジメント

基本的な考え方

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。

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

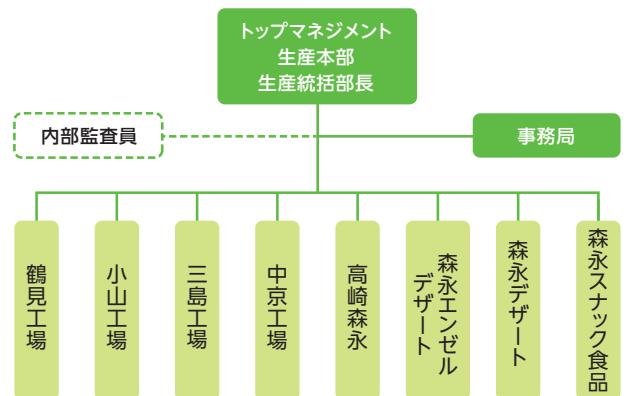
森永製菓グループは、社長を委員長とするCSR委員会にて、環境に関する重要方針の企画立案や目標設定、レビュー等を行っています。生産統括部とコーポレートコミュニケーション部のメンバーによる環境統合事務局を設置し、工場環境管理委員会等と情報交換を図るとともに、マネジメントシステムの継続的改善と、環境負荷低減や生産性向上の取り組みを推進しています。

ISO14001(環境マネジメントシステムの国際規格)を軸としたマネジメントシステムを構築しており、2018年1月より「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ています。

2019年度は、工場へ近隣の方より臭気・騒音等に関するお問い合わせ・苦情のお申し出が5件ありました。その件については、速やかに対応するとともに、改善策を講じました。

- ・1998年7月森永製菓小山工場が日本の菓子業界で初めてISO14001の認証を取得
- ・その後、全工場及び生産関係会社にて順次認証を取得

マルチサイト組織図



(2019年4月時点)

環境目標・進捗状況

森永製菓グループは、CO₂排出量削減と廃棄物排出量削減の長期的な目標を設定し、低炭素社会の実現と循環型社会の形成への貢献に努めています。

環境目標

CO ₂ 排出量	廃棄物排出量
工場部門からのCO ₂ 排出量を2020年度末までに、2005年度比 15% 削減する	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

CO₂排出量は2014年度に目標削減量に達し、継続して削減活動に努めています。

廃棄物排出量は2009年度から2011年度の間は目標削減量に達していましたが、2012年度以降は排出量が増加し、目標削減量を達成すべく削減活動に努めています。

→2019年度実績についてはP.44-46をご覧ください。

さらに森永製菓グループは、2030年度環境目標の策定に向けて議論を重ねています。

マルチサイト方式によるISO14001 認証を取得

従来は、各サイトが個別で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、各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、運用しています。なお森永スナック食品株式会社は2019年8月に生産を終了し、森永製菓株式会社への吸収合併を行ったため、2020年1月23日に登録改訂し、登録範囲から社名を外しています。

ISO14001 認証取得状況 (2019年4月時点)

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
高崎森永株式会社	群馬県	2018年12月21日

ISO14001 認証取得の割合

森永製菓株式会社… 4工場/4工場 **100%**
 生産関係会社… 4社 (2019年4月時点)

● 環境教育・啓発

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、従業員の環境意識の高揚を図るとともに、教育・啓発を進めています。また、年に一度「内部環境監査員養成セミナー」を行い、各サイトの内部環境監査員の育成と強化を行っています。2019年度は36名が受講し、ISO14001:2015規格での受講者数は計143名となりました。



内部環境監査員養成セミナー

● 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2019年度は4つの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。内部監査では内部環境監査員養成セミナーの修了者が監査員となり、ISO14001:2015規格の要求事項に適合しているか、有効に実施され、維持されているかの検証を行っています。

さらに外部審査にて第三者による検証を受けており、ISO14001:2015規格に適合したシステムの維持を図っています。

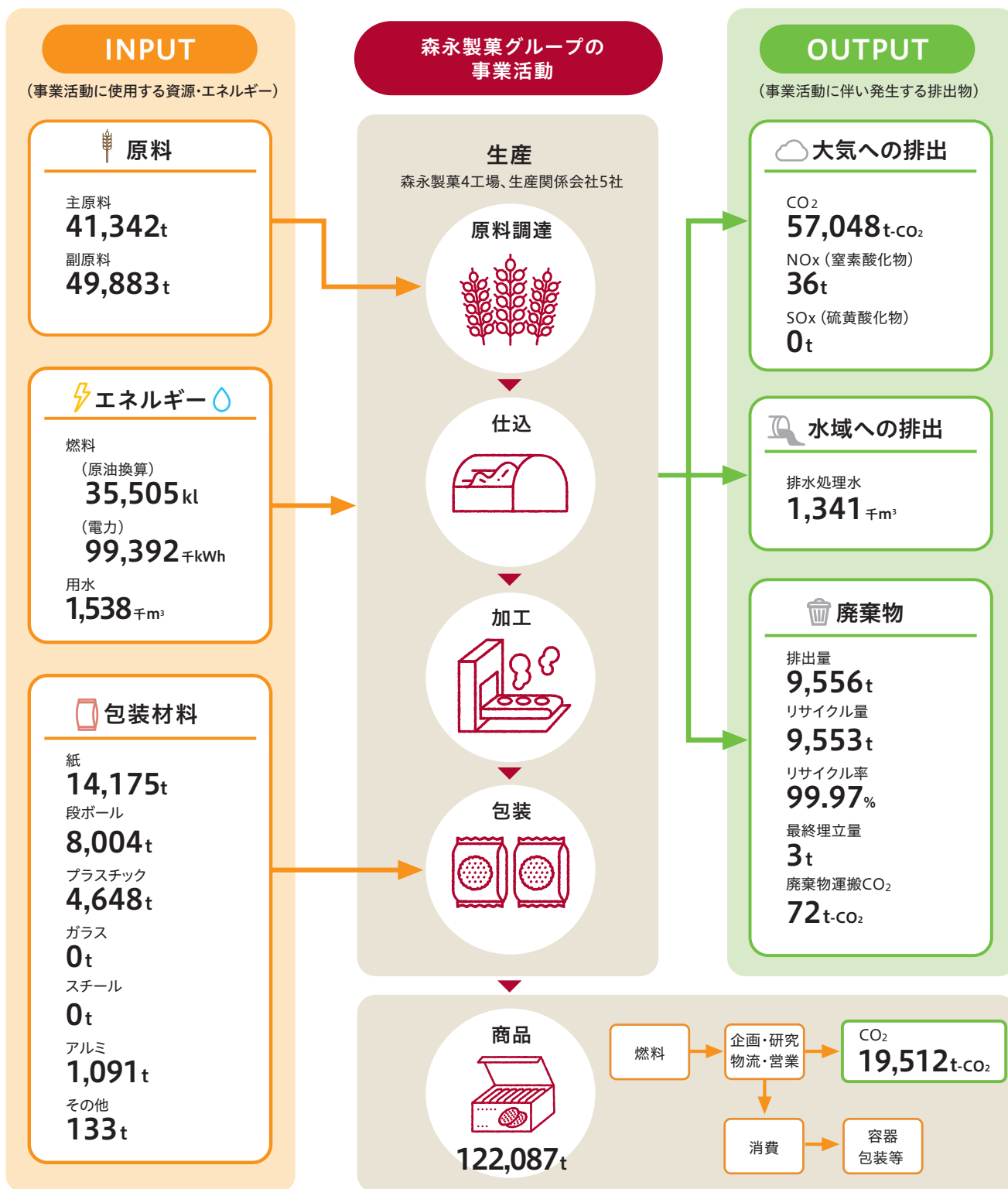


ISO14001外部審査

事業活動における環境負荷

基本的な考え方

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。



▶ 環境会計については、森永製菓ホームページにて情報開示しています。

低炭素社会の実現

基本的な考え方

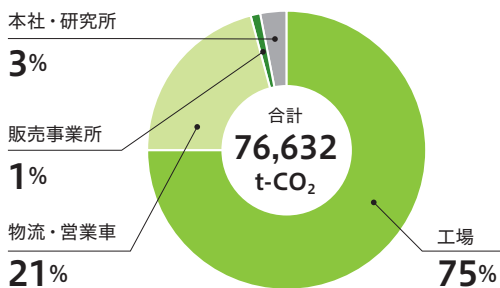
省エネルギーの推進及びエネルギー使用の見える化等、カーボンマネジメントを実施し、主たる温室効果ガスであるCO₂の排出量を削減することで、低炭素社会の実現を目指し、地球温暖化防止に向けて取り組んでいます。

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。

CO₂排出量削減の取り組み

全体的なCO₂排出量の現状を把握し、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CO₂排出量が占める割合が大きいことから（2019年度CO₂排出量：全体の75%）、主に工場部門において、環境目標の設定と取り組みの強化を行っています。

CO₂排出量比率



2019年度の実績（国内生産事業所）

森永製菓4工場、生産関係会社5社の2019年度のCO₂排出量は57,048t-CO₂、製造量原単位は0.467t-CO₂/tとなり、2005年度比で19.5%の排出量を削減できました。2018年度比では、排出量は1.9%の減少、製造量原単位は1.7%の減少となります。主に省エネルギータイプの設備導入等によって省エネルギー推進を図り、CO₂排出量の削減につなげています。また、海外生産拠点の2019年のCO₂排出量は9,137t-CO₂でした。

CO₂排出量（総量）

目標	実績		
	2017年度	2018年度	2019年度
2020年度末			
-15% (2005年度比)	-19.9% (2005年度比)	-17.9% (2005年度比)	-19.5% (2005年度比)

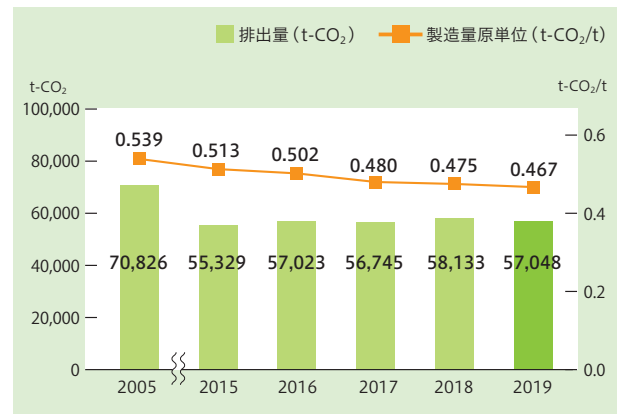
製造量原単位（2019年度）

-1.7%（前年度比）

海外生産拠点におけるCO₂排出量（2019年）

9,137t-CO₂

工場部門におけるCO₂排出量と製造量原単位の推移



フロン使用設備への取り組み

フロン使用設備については、オゾン層破壊係数の低い代替フロンへの切り替えや、ノンフロン化の検討を進めています。フロンR-22を使用した機器は計画的に切り替えを予定しており、設備の更新・新設時は地球温暖化係数の低い冷媒を使用した設備導入を実施し、既存設備にはフロンガスの漏洩防止のための管理を強化しています。

また、冷菓を扱っている森永エンゼルデザート株式会社と森永デザート株式会社の大型冷凍機は、オゾン層破壊係数がゼロで温暖化係数も低い自然冷媒への更新を行っています。

保管・輸送時の環境負荷低減

商品の保管・輸送時に使用される荷役台であるパレットに、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います。無駄な空間ができないように商品設計を行うことによって、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。

● 省エネルギーへの取り組み

生産体制再編による省エネルギーへの取り組み

森永製菓グループは、主力ブランドの生産性向上と多様化する市場のニーズに応えるべく、生産体制を再構築して、高効率な生産体制の確立に取り組んでいます。

2019年度は生産性の向上を図るため、森永スナック食品株式会社と森永甲府フーズ株式会社の吸収合併を決定して2つの生産拠点の閉鎖を行い、その生産ラインの一部を鶴見工場・小山工場に移転・再構築しました。また、高崎森永株式会社に第三工場を建設し、2020年度中の稼働を目指して準備を進めています。

新工場や移転した生産ラインでは、高効率な省エネ設備導入に加えて、建屋天井を従来よりも低くして空調の負荷を低減できるような設計を取り入れる等、省エネルギーに配慮した設備投資を行っています。



高崎森永株式会社 第三工場

省エネルギー推進活動の活性化

森永製菓グループは省エネルギーの推進を継続して行っていますが、国際的な環境問題である地球温暖化防止に少しでも貢献できるように、エネルギー使用の大半を占める生産拠点での省エネルギー推進活動の活性化を重点施策として取り組んでいます。

これまで、圧縮空気や蒸気の配管漏れ箇所見落としや照明の消し忘れを防止するための省エネパトロール、設備老朽化に伴う高効率機器への更新、照明のLED化、7.5kw以上のポンプやファンにインバータを取り付け、設備負荷の変化に対応した最適な電力消費調整を可能にする取り組み等を行ってきました。

2019年度は、工場照明のLED化を積極的に行い、LED照明機器の導入が大幅に向上しました。

また、省エネコンサルタントやエネルギーマネジメント事業者、機器メーカーに助言を求め、省エネ施策を計画・実行することで、更なる省エネルギー推進活動の活性化を図っています。

● 省エネルギー取り組み事例

エアコンプレッサーの集約・合理化

小山工場では3年の工事期間を要するエアコンプレッサーの集約・合理化に取り組んでいます。圧縮空気の使用量の見える化、運転制御や供給経路の見直し、高効率な新型エアコンプレッサーへの更新、その集中管理と適切な運用管理を行い、エネルギー使用の効率が大幅に改善されています。



小山工場 エアコンプレッサーの集約・合理化

製品倉庫屋根の遮熱塗装

鶴見工場では、製品倉庫の屋根に遮熱効果のある塗料で塗装することによって、直射日光による製品倉庫内の温度上昇を抑えることで、空調機の負荷を低減し、省エネルギーを図っています。



鶴見工場 製品倉庫屋根の遮熱塗装

● 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、2019年度は15,809t-CO₂の排出がありました。

^{*}省エネルギー法での特定荷主とは、貨物輸送に係る年間の発注量が3,000万トンキロ/年以上の荷主のことをいいます。

循環型社会の形成

基本的な考え方

森永製菓グループは、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。

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。

● 廃棄物排出量削減の取り組み

継続的な生産性向上活動や工程ロス削減等の本来業務の改善により、廃棄物排出量削減に取り組んでいます。

2019年度の実績（工場部門）

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9,556tで、2005年度比で19.8%削減できました。2018年度比では1.6%の減少、製造量原単位は0.078t/tで前年度比1.5%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とともに、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の効果も出ています。また、海外生産拠点の2019年の廃棄物排出量は616tでした。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。

工場部門からの廃棄物排出量（総量）

目標	実績		
2020年度末	2017年度	2018年度	2019年度
-25% (2005年度比)	-17.4% (2005年度比)	-17.9% (2005年度比)	-19.8% (2005年度比)

海外生産拠点における製造量原単位（2019年度） 廃棄物排出量（2019年）

-1.5%（前年度比）	616t
-------------	------

● 廃棄物リサイクルの推進

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。2019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、資源の有効活用を図るとともに、有価物化を推進していきます。

廃棄物リサイクル率

2019年度の実績	99.97%
-----------	--------

食品廃棄物リサイクルの取り組み

森永製菓の2019年度食品リサイクル率は75.4%となり、前年度比約3.4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、及びメタン発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。

食品廃棄物リサイクル率

2019年度の実績	75.4%
-----------	-------

● 廃棄物の分別管理

森永製菓4工場、生産関係会社5社では、廃棄物の分別管理に努めており、資源の有効活用に活かしています。

2019年度実績（森永製菓4工場、生産関係会社5社）

	2018年度		2019年度	
	排出量 (t)	排出量 (t)	構成比 (%)	前年度差異 (t)
汚泥	1,717	1,619	16.94	-98
廃油	10	6	0.06	-4
廃プラスチック類	546	642	6.72	96
紙屑	2,020	2,073	21.69	53
木屑・繊維屑・ゴム屑	15	11	0.12	-4
動植物性残渣	4,925	4,739	49.59	-186
金属屑	422	390	4.08	-32
ガラス・陶磁器屑	1	1	0.01	0
その他	60	75	0.79	15
合計	9,716	9,556	100.00	-160
リサイクル量	9,712	9,553	リサイクル率：99.97%	

● 水資源の有効利用

森永製菓グループでは、水資源の有効利用に努めています。設備冷却水の循環利用、仕込み水を含めた原料ロス削減等に努め、水資源使用量の削減を図っています。

→詳しくはP.56 ESGデータをご覧ください。

包装材の環境配慮

基本的な考え方

森永製菓グループでは、幅広く多様な商品に合わせて、さまざまな素材の包装材を使用しているとともに、保管・輸送時においても梱包材を利用しています。プラスチック問題、森林破壊、気候変動といった多面的な課題を伴う包装材に関して、環境に配慮した取り組みを推進しています。

包装材の環境配慮の取り組み

森永製菓では、2019年度、森永製菓で使用している包装材の使用量の現状把握を行い、主要な包装材である、紙(箱等)・プラスチック(フィルム等)・段ボール(ケース等)について、材料使用量の削減に向けた計画を策定しました。今後は、化石資源由来のプラスチックの使用量削減や、適切な管理をされた森林及びその他の管理された供給源から作られたFSC®認証紙への切り替え、CO₂排出量の少ない包装材への切り替えを、よりいっそう推進していきます。

主力商品の包装材でのFSC®認証紙への切り替えの推進

森永チョコレート「ダース」「カレ・ド・シヨコラ」、マリービスケットをはじめとした「森永ビスケットシリーズ」の紙製容器を、FSC®認証紙に切り替えました。他の商品についても、順次FSC®認証紙への切り替えを推進し、使用範囲を拡大していく方針です。



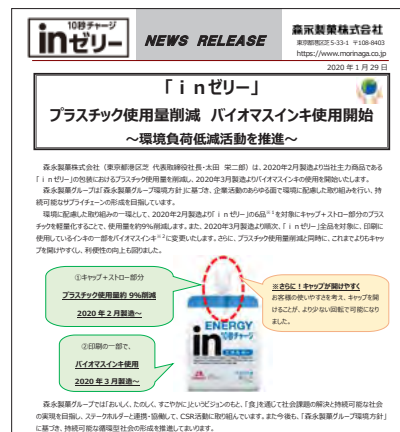
主力商品の紙製容器のFSC®認証紙への切り替え



責任ある森林管理のマーク

「inゼリー」包装におけるプラスチック使用量削減とバイオマスインキ使用

2020年2月、「inゼリー」包装において、キャップとストロー部分のプラスチックを軽量化することで、使用量を従来比約9% (約70トン/年) 削減しました。また、印刷に使用しているインキの一部を、植物由来で環境負荷の少ないバイオマスインキに変更しています。さらに、これまでよりもキャップを開けやすくし、お客様の利便性向上も図りました。



「ミルクココア」スティックタイプシリーズにおけるバイオマスプラスチックの使用

2013年度より「ミルクココア」スティックタイプシリーズのスティック袋の一部に、植物由来のプラスチックを使用しています。石油由来原料と比較し、温室効果ガスの排出量をライフサイクル全体で約1.1トン/年削減しました。



環境汚染物質への取り組み

基本的な考え方

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。

環境汚染物質の管理・削減促進

大気汚染物質の排出抑制の取り組み

工場部門の全てのボイラーを都市ガス燃料仕様に変更し、NOx、CO₂排出削減を推進しています。また、工場敷地内のアイドリングストップを各お取引先にも要請しています。営業車の環境負荷低減の推進も進めており、森永製菓の2019年度末の低排出ガス車導入比率は99.4%となっています。

水質汚濁防止の取り組み

工場部門の全ての排水処理設備の運用に関して、自主管理基準を設定し、チェックリストを設けて定期的に管

理しています。また、「運転管理手順書」の随時見直しや従業員の教育訓練といったソフト面及び、設備のメンテナンス、更新・改善のための投資等ハード面の強化を適時行っています。

化学物質の管理

工場部門ではISO14001のマネジメントシステムを活用した、安全で適正な管理の徹底と排出量の削減を推進しています。特に、「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）」に従って「化学物質管理手順」を作成し、順守することで、化学物質の管理を徹底しています。

生物多様性への取り組み

基本的な考え方

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

生物多様性保全の取り組み

「森永製菓グループ調達方針」の制定

「森永製菓グループ調達方針」を制定し、生物多様性保全を目的とし、地球環境に配慮した原材料の調達活動に取り組んでいます。

RSPOへの加盟

森永製菓は2019年10月「RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil: 持続可能なパーム油のための円卓会議)」に加盟し、RSPO認証油の使用に向けて取り組み始めました。

FSC® 認証紙の使用

適切な管理をされた森林及びその他の管理された供給源から作られたFSC認証紙®への切り替えを進め、順次使用範囲を拡大していきます。

サステナブルカカオ豆

ココアホライズン認証原料を一部商品で使用開始しました。

→詳しくはP.27-28 サプライチェーンマネジメントをご覧ください。

伊賀・エンゼルの森自然体験

森永製菓グループは、子どもたちの自然体験が次の世代の生物多様性保存につながると考えています。そこで、2007年より自社保有地である三重県「伊賀・エンゼルの森」で環境教育NPOと連携し、子どもたちに環境を守ることの大切さを教える活動を実施しています。



「森のようちえん」
(2019年度)

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス

● コーポレート・ガバナンスの基本方針

森永製菓グループは、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、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、適時適切な情報開示、法令の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、コーポレート・ガバナンスを強化していきます。

(1) ステークホルダーの位置付け

森永製菓グループは、企業理念・行動憲章にのっとり、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との良好な関係を維持・発展させ、社会との共生と持続的成長を実現することに努めています。

(2) 経営監視機能

取締役会の経営監視機能の強化、社外取締役及び社外監査役の設置、常勤監査役の重要会議への出席、監査部の社長直轄化等により、実効性のある内部統制システムの構築に努めています。

(3) 企業グループ全体における考え方

森永製菓は、子会社の独立性を尊重するとともに、密接に連携しています。

● コーポレート・ガバナンス体制

業務執行について

森永製菓では、「決定基準規程」により、取締役会、経

営会議、各取締役、各執行役員、各部長等の決定単位ごとに責任と権限を明確にしています。

<取締役会>

取締役会は、経営判断の原則に基づき法定事項及び重要な業務執行について、慎重な意思決定を行うとともに業務執行状況の監督を行っています。取締役10名のうち、3名が社外取締役、また男性7名、女性3名にて構成しています。

取締役のダイバーシティ（2020年6月26日現在）

女性取締役の比率	30% (10名中3名)	社外取締役の比率	30% (10名中3名)
----------	------------------------	----------	------------------------

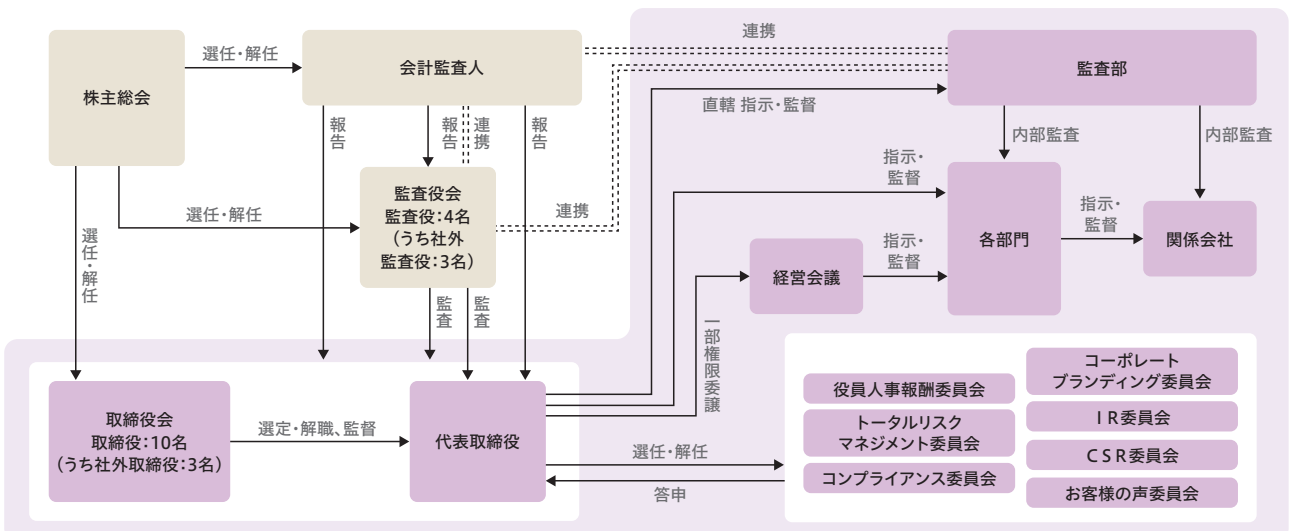
<経営会議>

経営会議は、取締役、常勤監査役を中心とするメンバーで、重要な経営テーマ等、取締役会から権限委譲を受けた事項について、審議・意思決定を行っています。取締役会及び経営会議の審議の実効性と効率性を確保するため、諮問機関である各種委員会において、事前に十分な協議を行っています。例えば、情報開示に関してはIR委員会、取締役の人事及び報酬に関しては役員人事報酬委員会を設置しています。

<執行役員制度>

当社は事業環境の変化への機動性を高め、意思決定のスピードアップを図るべく、執行役員制度を導入しています。これにより、戦略執行に係る通常業務の執行権限と責任を執行役員に付与し、経営の効率化と業務執行責任の明確化を図っています。

コーポレート・ガバナンス体制図



(2020年6月26日現在)

取締役一覧 (2020年6月26日現在)

氏名	属性	役職	2019年度の 取締役会出席状況
おおた えいじろう 太田 栄二郎		代表取締役社長	100% (16回/16回)
みやい まちこ 宮井 真千子		取締役 常務執行役員	100% (16回/16回)
ひらくえ たかし 平久江 卓		取締役 上席執行役員	100% (16回/16回)
うちやま しんいち 内山 進一		取締役 上席執行役員	100% (16回/16回)
さかい としゆき 坂井 俊之		取締役 上席執行役員	100% (16回/16回)
もり しんや 森 信也		取締役 上席執行役員	100% (11回/11回)
ふじい だいすけ 藤井 大右		取締役 上席執行役員	100% (11回/11回)
たかの しほ穂 鷹野 志穂	社外 独立	取締役	100% (16回/16回)
えとう なおみ 江藤 尚美	社外 独立	取締役	新任
ほし しゅういち 星 秀一	社外 独立	取締役	新任

取締役会で議論されたCSRに係る課題

取締役会では2019年度にCSRに係る以下のような事柄が議論されました。

- ・ 台風被害に対する義援金寄付
令和元年台風第15号、第19号の被災地へ日本赤十字社を通じて1,000万円を寄付することを決議
- ・ リスクマネジメントについて
2018年度のリスクマネジメントの実行と課題、今年度の活動計画
- ・ コンプライアンスについて
2018年度のコンプライアンスへの取り組みと課題、今年度の活動計画
- ・ お客様の声について
お客様のご意見、ご要望への対応や課題について議論
- ・ 取締役会の実効性評価
取締役会が有効に機能しているか第三者評価をもとに議論し、改善課題を確認
- ・ 内部統制について
内部統制の実効性を確認し、内部統制報告書を承認

監査体制

監査役は4名で、このうち社外監査役が3名です。なお、社外監査役のうち1名は常勤監査役、また男性4名にて構成しています。監査役は、「監査役監査規則」に基づき、取締役の職務執行を監査しています。また、常勤監査役は、定期的に代表取締役と面談するとともに経営会議等の重要会議に出席し、取締役の職務執行の監査を行っています。内部監査を行う監査部は、社長直轄としており、5名体制にて、子会社を含めた全ての部門を計画的に監査し、常勤監査役とともに当該部門と意見交換を行っています。会計監査人とは全ての監査役が、また、監査部長とは常勤監査役が定期的及び必要に応じて意見交換を行うことにより、連携を図っています。監査部長及び常勤監査役は、主要部署から選出されたメンバーで構成される内部統制運営会議に出席し、当該メンバーとの定期的な意見交換を行っています。なお、会計監査人につきましては、有限責任監査法人トーマツを選任しています。

監査役一覧 (2020年6月26日現在)

氏名	属性	2019年度の 監査役会出席状況	2019年度の 取締役会出席状況
にしみや ただし 西宮 正	常勤	100% (21回/21回)	100% (16回/16回)
いがらし あきゆき 五十嵐 章之	社外 常勤	100% (15回/15回)	100% (11回/11回)
さかぐち こういち 坂口 公一	社外	100% (21回/21回)	100% (16回/16回)
いわもと ひろし 岩本 洋	社外	100% (15回/15回)	100% (11回/11回)

役員報酬の基本方針及びその構成

①基本方針

森永製菓の役員報酬制度に関する基本的な方針は、過度なリスクテイクを抑制しつつ、中長期的な企業価値の向上、持続的な成長の実現に向けた役員の貢献意欲を高めることを重視した制度を構築し、運用することとしています。また、報酬決定プロセスの客観性・透明性を確保しつつ、今後の法改正や社会的な動向を踏まえながら、より適切な報酬制度の構築・運用を目指して継続的に検討を進めていきます。

②報酬等の構成及び内容

当社の役員報酬制度においては、役職ごとに総報酬の基準額を定めています。総報酬の基準額については、市

場競争力を担保するため、森永製菓と同規模の主要企業における役員報酬水準を参考にしています。

業務執行取締役の総報酬の基準額については、固定報酬と業績連動報酬により構成されています。

また、当社の株式価値との連動性をより明確にし、中長期的な業績向上と企業価値増大への貢献意識を高めることを目的として、総報酬額の合計の10%を株式報酬としています（国内非居住者を除く）。なお、社外取締役及び監査役については、経営に対する独立性を重視し、固定報酬のみの支給となり、業績連動報酬の支給対象外となっています。

役職別の固定報酬と業績連動報酬の配分比率の基本的な考え方は以下のとおりです。

役職	固定報酬 (%)	業績連動報酬 (%)
取締役 (社外取締役を除く)	70	30
社外取締役	100	0
監査役	100	0

取締役会の実効性評価

(1) 分析・評価の方法

当社は、取締役会全体としての実効性について、2019年度も2月から3月にかけて、社外取締役を含む全取締役及び全監査役に対して、取締役会の構成・運営・議題、経営陣の指名・報酬、リスク管理、株主等との対話、取締役会を支える体制、及び過去の取締役会評価における指摘事項に関するアンケートを実施し、その結果に基づき、取締役会にて意見交換を行い、各自評価を実施しました。

また、専門家による客観的な意見を聴取するため、第三者法律事務所により、上記アンケート結果の分析・評価を受け、かかる分析・評価を参考として、2020年5月の取締役会において議論を行い、取締役会の実効性の評価を決定しました。

(2) 評価結果

その結果、2019年度の当社取締役会は、会社法及びコーポレートガバナンス・コードに照らし、重大な機能不全や仕組みの欠落等は存在せず、「有効に機能している」との評価が得られました。これらにより、当社取締役会は森永製菓グループのコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方等に沿った実効性を発揮できていると認識しました。

(3) 改善の取り組み

2018年度の実効性評価で確認された課題として、取締役会への報告内容の充実化と範囲の再検討・的確化、及び担当分野を超えた議論の活発化を挙げていました。この課題については、2019年度の実効性評価等を踏まえ、相当程度の改善が図られたと認識していますが、今後の課題及び具体的な取り組み案を取締役会場で改めて共有し、さらなる改善に努めていきます。

(4) 今後の取り組み

一方で、当社取締役会の機能強化を図り、実効性及びガバナンスをさらに向上させるための今後の課題は、以下のとおりであるとの認識を共有しました。

- ①社外取締役の比率を上げる等、取締役会の構成の適正化
- ②事前に十分な情報提供を実施したうえで、適切な決議事項・報告事項の設定（報告内容の充実化と範囲の再検討・的確化を含む）
- ③取締役の指名・報酬決定プロセスのいっそうの明確化
- ④リスク管理に関する十分な議論の実施
- ⑤ステークホルダーの観点を踏まえた議論の活発化
- ⑥担当分野を超えたさらなる議論の活発化

今回の取締役会の実効性評価を踏まえ、上記課題に対し必要な改善をしていくことにより、当社取締役会のさらなる実効性向上を図り、コーポレート・ガバナンスをいっそう強化していく所存です。

コーポレートガバナンス・コードへの対応の変遷

2015年 11月	コーポレートガバナンス・コードに対応したコーポレート・ガバナンス報告書を提出
2016年 6月	複数名の独立社外取締役を選任【補充原則 4-8-2】
2017年 6月	株主総会に関する議決権行使の電子化と招集通知の英訳を実施【補充原則 1-2-4】
2018年 6月	社外取締役を除く取締役の報酬の10%について株式報酬制度を導入【補充原則 4-2-1】
2019年 7月	コーポレート・ガバナンス報告書英訳版を当社ホームページに公開

内部統制

森永製菓グループは、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。また、国

内子会社を含めた「ヘルプライン」を社内外に設置し、コンプライアンス上問題となる情報を広く収集し、適切な対応を行っています。

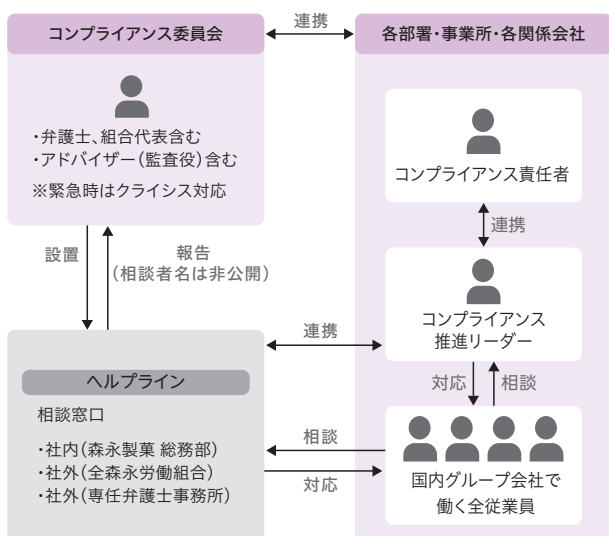
コンプライアンス

● 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年度に「森永製菓行動憲章・行動規準」を制定しました。2008年度には「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、コンプライアンス違反の根絶に向け努めています。

森永製菓グループコンプライアンス経営体制図



● コンプライアンスの意識の向上に向けて

森永製菓グループでは、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」を各事業所にて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実施するとともに、本社・各事業所での研修を継続して実施しています。

また、毎年、国内グループ会社で働く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、森永製菓グループのコンプライアンス状況の把握や今後の対策に生かしています。

→詳しくはP.54人権尊重をご覧ください。

● コンプライアンス研修の実施状況

2019年度、コンプライアンス委員会事務局では、以下のようなコンプライアンス研修を実施しました。

新入社員研修	森永製菓グループの新入社員	82名
2年目研修	森永製菓の入社2年目社員	32名
3年目研修	森永製菓の入社3年目研修	28名
5年目研修	森永製菓の入社5年目社員	24名
新任S等級研修	森永製菓のS等級（主任クラス）に任用された社員	34名
新任管理職研修	森永製菓の管理職に任用された社員	31名
事業所研修	コンプライアンスアンケートの結果を踏まえて実施 森永製菓及び関係会社の従業員	計510名

このほかにも、各支店や工場等の事業所、関係会社で独自のコンプライアンス研修を行っています。

リスクマネジメント

トータルリスクマネジメントの理念

森永製菓グループは、事業活動に潜在するトータルリスクを把握し、トータルリスクマネジメントの理念のもとリスクに対し適切な対応を図ります。

(1) 企業の社会的責任を果す

- ①社員等および来訪者の安全の確保
- ②資産の保全
- ③業務の早期回復と継続性の確保

(2) 企業の社会的信用を確保する

- ①適時適切な情報開示
- ②地域社会への貢献
- ③人道面での配慮

主なリスクと対応

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年度に「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。主な想定されるリスクと対応については下表をご覧ください。

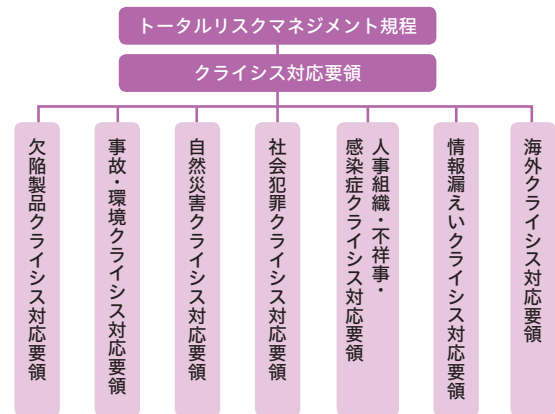
「トータルリスクマネジメント規程」の中では「自然災害クライシス対応要領」をはじめとする各種要領を策定し、クライシス発生時に事業の早期再開を図るための

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）を一歩進めて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、も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。

森永製菓グループのトータルリスクマネジメント体系



森永製菓グループの想定する主なリスクと対応

リスク項目	前提	想定されるリスク	森永製菓グループの対応
① 食品の安全性に関するリスク	食の安全性確保は食品会社の最重要課題と認識	予期せぬ品質事故により大規模な回収や製造物責任賠償が発生した場合には、多額のコスト負担や当社グループの信用に重大な影響を与え、業績及び財政状態に影響を及ぼすリスク	<ul style="list-style-type: none"> ●「品質方針」「品質保証規則」を定め体系的な品質保証体制の構築 ●「FSSC22000」の導入、「品質アセスメントシステム」の強化 ●品質事故が発生した場合は「クライシス対応要領」で対応を定めている
② 生産体系におけるリスク	基本的には一商品一工場の生産体制	当社グループの生産・販売活動及び消費者の購買行動に大きな影響を及ぼすような大規模災害や事故等が発生した場合にグループの業績及び財政状態に影響を及ぼすリスク	<ul style="list-style-type: none"> ●事業継続マネジメント（BCM）として主力品の対応策を検討
③ 原材料調達リスク	<ul style="list-style-type: none"> ・主要原材料は小麦粉・カカオ豆・植物油等の農産物 ・石油製品を包材として使用 	天候不順による農作物の不作や原産国の政情不安等により、価格の高騰や量的確保が困難になった場合に業績及び財政状態に影響を及ぼすリスク	<ul style="list-style-type: none"> ●情報収集強化、調達拠点の分散・多様化、適正在庫水準の維持、為替予約等
④ 天候、自然災害、感染症等（サプライチェーン上の環境・社会側面リスク）	<ul style="list-style-type: none"> ・天候状況によって購買行動に影響を受けやすい商品 ・想定を超えた大規模自然災害や感染症の流行 	生産や物流を中心とするサプライチェーンの停滞により業績や財政状態に影響を及ぼすリスク	<ul style="list-style-type: none"> ●天候に関する情報収集・分析に基づく柔軟な生産管理 ●自然災害や感染症等に対しては、迅速に対策本部を設置し生産・供給体制を整備
⑤ 企業情報・個人情報の漏えい	事業全般にわたり情報システムを活用しており、重要情報を保有している	想定を超えた技術による不正アクセス等、予期せぬ情報漏えいが発生した場合には、多額のコスト負担や当社グループの信用に重大な影響を与え、業績及び財政状態に影響を及ぼすリスク	<ul style="list-style-type: none"> ●「個人情報取扱い規程」の制定等の社内体制の整備 ●万一情報漏えいが発生した場合、直ちに公表し具体的な対策を講じ信用回復を図る
⑥ 海外での事業展開	グローバル戦略として、米国、中国、東南アジア等の子会社等を通じ事業を展開	戦争やテロの発生、政治や社会の変化、現地の法的規制や税務制度の変更、商習慣、急激な為替変動等、予測不能な事態の発生による、業績及び財政状態に影響を及ぼすリスク	<ul style="list-style-type: none"> ●各国での情報収集を通じて、経営管理体制・リスク管理体制を強化
⑦ 企業の社会的責任	法令、社会規範順守	法令違反や社会規範に反する行動による、法令による処罰、社会的制裁、信頼の失墜、レピュテーションやブランド価値毀損	<ul style="list-style-type: none"> ●「森永製菓グループ行動憲章」により法令・規則の順守を定める ●コンプライアンス委員会にてコンプライアンスリスクをマネジメント

人権尊重

● 人権方針

森永製菓グループは、人権尊重は企業の重要な社会的責任であると考え、「森永製菓グループ人権方針」に基づき、従業員一人ひとりが人権を尊重し、一切の差別やハラスメント行為のない職場づくりを進め、さらにサプライチェーン全体での人権配慮に取り組みます。

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ュア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

ハラスメント研修

森永製菓グループでは、人権配慮の考え方に基づき、ハラスメントの撲滅をコンプライアンス活動目標に掲げ、コンプライアンス研修においてはパワーハラスメント、セクシュアルハラスメントに限らず、ハラスメントの啓発・予防を目的とした教育を継続的に実施しています。

森永製菓の全役員を対象とした外部弁護士によるハラスメント研修や、森永製菓の全部門長、事業所長、グループ会社の役員を対象としたハラスメント研修の実

施、森永製菓の従業員全員が視聴できる研修動画のウェブ上での公開等、幅広く取り組んでいます。

コンプライアンスアンケートによるハラスメント状況把握

森永製菓グループでは、毎年12月に、国内グループ会社で働く全従業員を対象にコンプライアンスアンケートを実施(2019年12月実施のアンケート回答者数:3,733名)し、当社グループのコンプライアンス状況を定量的に把握することに努めています。中でもハラスメント行為は特に重要な項目として、直接ハラスメント行為を受けたか、またハラスメント行為を見聞きしたかをそれぞれ過去1年間について及び過去全体にわたり、それぞれ区分して集計し、当社のコンプライアンスの状況を詳細に調査しています。

また、職場でのコンプライアンスを重視する風土や、会社のコンプライアンス経営への取り組み度合いをどう受け取っているか等も項目に含め、コンプライアンス意識の状況を確認しています。アンケート結果のサマリーはアンケート回答者全員にフィードバックし、当社グループの状況を共有しています。

コンプライアンスアンケートの設問例

- ・あなたは、(パワー/セクシュアル)ハラスメント行為を受けたことがありますか。
- ・あなたの職場では、コンプライアンスに限らず業務上の疑問があれば、上司や同僚に相談、確認していますか、あるいはできる雰囲気(環境)ですか。

さらに、この結果をもとに各事業所へのヒアリングや意見交換、コンプライアンスに関わる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。



ウェブによるハラスメント研修

ESGデータ

環境

方針

環境方針

「森永製菓グループ環境方針」 <https://www.morinaga.co.jp/company/csr/environment/management.html>

ESGデータ(環境)の報告範囲

森永製菓株式会社、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、株式会社アントステラ、森永市場開発株式会社、森永商事株式会社、森永高滝カントリー株式会社、森永ビジネスパートナー株式会社、株式会社森永生科学研究所
台湾森永製菓股份有限公司、森永食品（浙江）有限公司、Morinaga America Foods, Inc

温室効果ガス排出量

CO ₂ 排出量	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
CO ₂ 排出量	t-CO ₂	36,256	37,588	37,131	単体
	t-CO ₂	56,745	58,133	57,048	国内グループ生産拠点
	原単位(製造重量当たり)	0.48	0.48	0.47	
CO ₂ 排出量	t-CO ₂ /t	-	8,167	9,137	海外グループ生産拠点

サプライチェーン排出量 (Scope1、2、3) ◆2019年度実績	単位	排出量	算出範囲	備考
Scope1 合計	t-CO ₂ e	20,794	国内連結	
Scope2 (ロケーション基準) 合計	t-CO ₂ e	52,024	国内連結	
Scope2 (マーケット基準) 合計	t-CO ₂ e	49,605	国内連結	
Scope3				
カテゴリ1 購入した商品及びサービス	t-CO ₂ e	248,003	国内連結	原材料と製造委託製品の購入量
カテゴリ2 資本財	t-CO ₂ e	122,971	国内連結	
カテゴリ3 燃料及びエネルギー関連活動	t-CO ₂ e	3,774	国内連結	
カテゴリ4 上流の輸送及び物流	t-CO ₂ e	15,809	単体	
カテゴリ5 操業で発生した廃棄物	t-CO ₂ e	4,176	国内連結	
カテゴリ6 出張	t-CO ₂ e	618	国内連結	
カテゴリ7 雇用者の通勤	t-CO ₂ e	1,607	国内連結	
カテゴリ8 上流のリース資産	t-CO ₂ e	557	単体	
カテゴリ9 下流の輸送及び物流	t-CO ₂ e	-	-	関連性なし
カテゴリ10 販売製品の加工	t-CO ₂ e	-	-	関連性なし
カテゴリ11 販売製品の使用	t-CO ₂ e	-	-	関連性なし
カテゴリ12 販売した製品の廃棄	t-CO ₂ e	6,603	国内連結	
カテゴリ13 下流のリース資産	t-CO ₂ e	-	-	関連性なし
カテゴリ14 フランチャイズ	t-CO ₂ e	-	-	関連性なし
カテゴリ15 投資	t-CO ₂ e	-	-	関連性なし
カテゴリ16 その他(上流)	t-CO ₂ e	-	-	評価していない
カテゴリ17 その他(下流)	t-CO ₂ e	-	-	評価していない

エネルギー

エネルギー使用量	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲	
エネルギー使用量	原油換算	kl	35,395	36,213	35,505	国内グループ生産拠点
	原単位(製造重量当たり)	kl/t	0.30	0.30	0.30	
	電力	万kwh	9,937	10,107	9,939	
	都市ガス	千m ³	9,079	9,434	9,221	
	LPG	t	13	11	11	
	重油	kl	0	0	0	
	灯油	kl	2	3	3	
再生エネルギー使用量	原油換算	kl	0	0	0	
購入または生成した総再生可能エネルギー	原油換算	kl	0	0	0	

●資源と廃棄物

		単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
原料使用量	主原料	t	46,665	42,460	41,342	国内グループ生産拠点
	副原料	t	46,276	52,901	49,883	
材料使用量	紙	t	16,397	14,350	14,175	
	段ボール	t	8,722	9,041	8,004	
	プラスチック	t	4,247	5,094	4,648	
	ガラス	t	0	0	0	
	スチール	t	0	0	0	
	アルミ	t	721	875	1,091	
	その他	t	46	153	133	
廃棄物排出量		t	9,843	9,716	9,556	
リサイクル量		t	9,840	9,712	9,553	
リサイクル率		%	99.97	99.96	99.97	
最終埋立量		t	3	4	3	
NOx排出量		t	29	38	36	
SOx排出量		t	0	0	0	
環境に配慮した紙材料を使用した商品数		商品数	0	1	19	

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
廃棄物排出量	t	-	515	616	海外グループ生産拠点

●水

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
水資源使用量	千m ³	1,530	1,504	1,538	国内グループ生産拠点
排水量	千m ³	1,039	1,080	1,341	

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
水資源使用量	千m ³	-	159	148	海外グループ生産拠点

●環境マネジメント

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
ISO14001 取得数	件	1	1	1	自社工場と生産関係会社に本社統合事務局を加えたマルチサイトとして認証取得。

●コンプライアンス(環境)

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
環境違反罰金回数	回	0	0	0	国内グループ生産拠点
環境違反罰金額	円	0	0	0	

社会

●方針

人権方針	「森永製菓グループ人権方針」 https://www.morinaga.co.jp/company/about/governance.html
------	--

●お客様

お客様方針	「ISO10002」に則った「お客様満足のための基本方針」 https://www.morinaga.co.jp/contact/service.html
責任あるマーケティング方針	「森永製菓グループ行動憲章」「森永製菓グループ行動規準」に含む https://www.morinaga.co.jp/company/about/vision.html

お客様相談室に寄せられたお客様の声	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
お問い合わせ・ご意見	件	33,861	32,804	31,658	単体
ご指摘	件	5,579	5,413	4,593	
計	件	39,440	38,217	36,251	

●従業員

人事の基本方針	「人事制度のハンドブック」に含む
労働安全衛生方針	「安全衛生管理規程」に含む

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	備考	範囲
正規従業員数	女 人(%)	317 (20.3)	332 (20.9)	343 (21.0)	出向者含む	単体
	男 人(%)	1,244 (79.7)	1,254 (79.1)	1,290 (79.0)		
	計 人(%)	1,561 (100)	1,586 (100)	1,633 (100)		
臨時従業員数	女 人(%)	195 (43.6)	194 (44.2)	208 (46.3)	年度末時点の直接雇用準社員の人数	
	男 人(%)	252 (56.4)	245 (55.8)	241 (53.7)		
	計 人(%)	447 (100)	439 (100)	449 (100)		
平均年齢	女 歳	39.7	39.7	40.0	出向者含む	
	男 歳	42.9	43.3	43.6		
	計 歳	42.3	42.5	42.9		
平均勤続年数	女 年	17.3	17.1	17.1	出向者含む	
	男 年	19.2	19.5	19.4		
	計 年	18.8	19.0	18.9		
国内関連会社 正規従業員数	女 人(%)	210 (32.1)	224 (33.6)	234 (34.8)	製菓会社からの出向者除く	
	男 人(%)	444 (67.9)	443 (66.4)	439 (65.2)		
	計 人(%)	654 (100)	667 (100)	673 (100)		
国内関連会社 臨時従業員数	女 人(%)	828 (77.5)	835 (76.1)	769 (79.0)	再雇用含む(再雇用+臨時従業員)	
	男 人(%)	240 (22.5)	262 (23.9)	205 (21.0)		
	計 人(%)	1,068 (100)	1,097 (100)	974 (100)		
採用者数	女 人(%)	17 (48.6)	19 (35.8)	35 (70.0)	新卒・キャリア含む	
	男 人(%)	18 (51.4)	34 (64.2)	15 (30.0)		
	計 人(%)	35 (100)	53 (100)	50 (100)		
国内関連会社 採用者数	女 人(%)	21 (39.6)	19 (31.1)	37 (54.4)		
	男 人(%)	32 (60.4)	42 (68.9)	31 (45.6)		
	計 人(%)	53 (100)	61 (100)	68 (100)		
離職率(新卒者の3年未満の離職率)	%	-	3.4	3.2		
障がい者雇用率	%	2.44	2.53	2.79	各年度末(3月31日時点)	
女性管理職数	人	25	33	43	各年度初(4月1日時点)	
女性管理職比率	%	5.2	6.7	7.7		
女性取締役比率	%	9.1	20.0	22.2		
育児休業取得者数	女 人(%)	18 (69.2)	13 (65.0)	16 (48.5)	育児休業取得開始日基準で集計(出向者、準社員含む)	
	男 人(%)	8 (30.8)	7 (35.0)	17 (51.5)		
	計 人(%)	26 (100)	20 (100)	33 (100)		
復職率	%	95.7	100	100		
育児短時間勤務者	女 人(%)	21 (100)	24 (100)	26 (100)		
	男 人(%)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
	計 人(%)	21 (100)	24 (100)	26 (100)		
定年再雇用希望者数	人	34	76	72		
定年再雇用率	%	85.0	93.0	89.0		
平均残業時間(従業員1人あたり)	時間/月	16.2	16.8	15.1		
年次有給休暇取得日数	日	11.8	12.3	12.6		
年次有給休暇取得率	%	93.0	96.1	94.7		
介護休暇・休業利用者数	人	0	0	1		
組合加入比率	%	100	100	100	正規従業員のみを対象とする	
ストレスチェック実施率	%	100	100	100		
健康診断受診率	%	100	100	100		
度数率	-	3.07	2.02	1.05	国内工場における100万のべ実労働時間当たりの労働災害による死傷者の発生頻度率(度数率)	
労働災害死亡者数	人	0	0	0		

ガバナンス

●コーポレート・ガバナンス

			単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
取締役数	社内	女	人(%)	0(0.0)	1(12.5)	1(14.3)	単体
		男	人(%)	9(100)	7(87.5)	6(85.7)	
		計	人(%)	9(100)	8(100)	7(100)	
	独立社外	女	人(%)	1(50.0)	1(50.0)	1(50.0)	
		男	人(%)	1(50.0)	1(50.0)	1(50.0)	
		計	人(%)	2(100)	2(100)	2(100)	
	総計	女	人(%)	1(9.1)	2(20.0)	2(22.2)	
		男	人(%)	10(90.9)	8(80.0)	7(77.8)	
		計	人(%)	11(100)	10(100)	9(100)	
監査役数	社内	女	人(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	単体
		男	人(%)	2(100)	2(100)	1(100)	
		計	人(%)	2(100)	2(100)	1(100)	
	独立社外	女	人(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
		男	人(%)	2(100)	2(100)	3(100)	
		計	人(%)	2(100)	2(100)	3(100)	
	総計	女	人(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	
		男	人(%)	4(100)	4(100)	4(100)	
		計	人(%)	4(100)	4(100)	4(100)	
取締役会開催回数	回		16	17	16		
取締役会出席率	%		98	99	100		
監査役会開催回数	回		21	21	21		
監査役会出席率	%		100	99	100		
社内取締役報酬*	百万円		293	237	169		
監査役報酬	百万円		51	51	48		
社外取締役報酬	百万円		22	20	20		

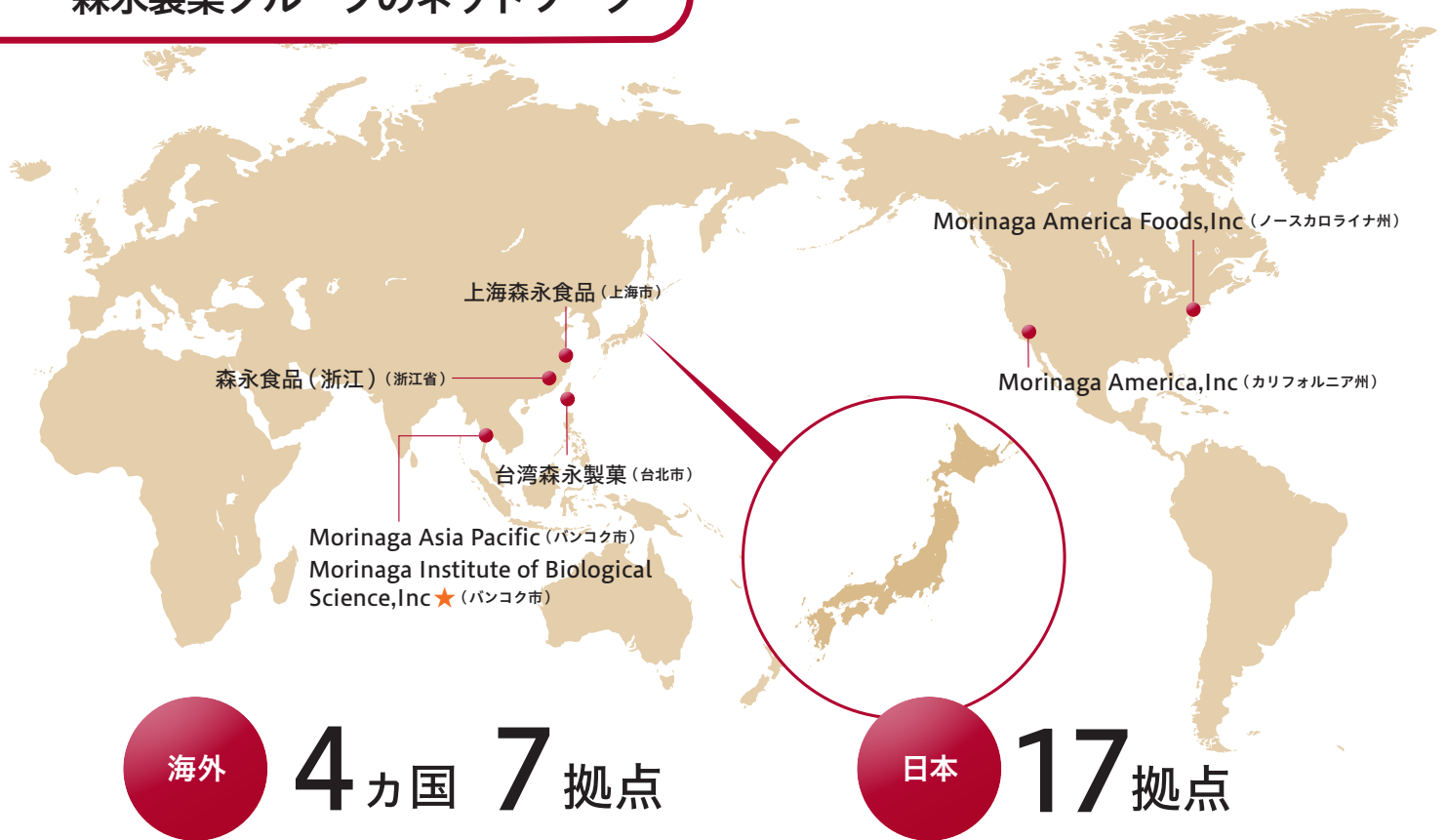
※ 使用人兼務取締役の使用人分給与は含まない

●コンプライアンス

倫理規範	[森永製菓グループ行動憲章][森永製菓グループ行動規準]に含む
腐敗防止ポリシー	[森永製菓グループ行動憲章][森永製菓グループ行動規準]に含む
贈収賄方針	[森永製菓グループ行動憲章][森永製菓グループ行動規準]に含む
公益通報者保護方針	就業規則に含む
取締役の利益相反方針	決定基準規程に含む
取締役の関連当事者取引方針	決定基準規程に含む

	単位	2017年度	2018年度	2019年度	範囲
腐敗防止違反件数	件	0	0	0	単体
腐敗防止違反罰則金額	円	0	0	0	
法令違反件数	件	0	0	1(勧告)	
法令違反罰則金額	円	0	0	0	

森永製菓グループのネットワーク



売上高 2,088億7,800万円

従業員数 2,711名 (2020年3月現在)

会社一覧と事業紹介

● 国内グループ会社

食料品製造

- 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
- 株式会社アントステラ
- 森永市場開発株式会社

食料卸売

- 森永商事株式会社

不動産及びサービス

- 森永高滝カントリー株式会社

その他

- 森永ビジネスパートナー株式会社
- 株式会社森永生科学研究所
- 株式会社森永ファイナンス
- 株式会社SEE THE SUN★
- 株式会社ウィライツ★

● 海外グループ会社

- 台湾森永製菓股份有限公司 (台湾台北市)
- 上海森永食品有限公司 (中国上海市)
- 森永食品 (浙江) 有限公司 (中国浙江省)
- Morinaga America, Inc (米国カリフォルニア州)
- Morinaga America Foods, Inc (米国ノースカロライナ州)
- Morinaga Asia Pacific (タイ バンコク市)
- Morinaga Institute of Biological Science, Inc★ (タイ バンコク市)

★ = 持分法適用非連結子会社



森永製菓の会社概要

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
資本金	186億1千万円
主要な事業内容	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
売上高	1,871億59百万円(森永製菓グループ連結2,088億78百万円)
従業員数	1,414名(森永製菓グループ連結2,711名) (2020年3月現在)

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海外生産拠点の実績となります。

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

海外生産拠点：台湾森永製菓股份有限公司、森永食品(浙江)有限公司、Morinaga America Foods, Inc

報告対象期間

2019年4月1日～2020年3月31日

※一部2019年度以前の取り組みや2020年4月以降の活動報告も含んでいます。

※海外生産拠点の環境データは2019年1月1日～2019年12月31日のものです。

発行月

日本語版2020年9月(前回発行：2019年10月)

参照ガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン2018年版」
- ISO26000(社会的責任に関する手引き)
- GRIスタンダード

CSR報告書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

社外からの評価

・健康経営優良法人2020～ホワイト500～

森永製菓は、経済産業省と日本健康会議が共同で選ぶ「健康経営優良法人2020～ホワイト500～」に3年連続で認定され、食料品の業種の中では上位10%以内に入る結果となりました。

・MSCI日本株女性活躍指数(WIN)

森永製菓は、性別多様性に優れた企業として、「MSCI日本株女性活躍指数」の構成銘柄に選定されています。

・CDP気候変動2019

持続可能な経済を実現させる活動を行う国際NGOのCDP気候変動スコアにおいて、森永製菓は「B」として認定されました。



2020 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数(WIN)



編集方針

森永製菓グループは、企業理念に基づき当社グループ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」(冊子・PDF)を発行しています。

2020年度は、例年よりさらに網羅的なCSR情報の開示に努めました。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活動を推進してまいります。

なお、ウェブサイトでは森永製菓グループのCSR情報をタイムリーに掲載しています。
<https://www.morinaga.co.jp/company/csr/>



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



この印刷物は、環境に配慮して植物油インキを使用しています。



ミックス
責任ある木質資源を
使用した紙
FSC® C019247



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。