



森永乳業

CSR報告書 2010

乳のちから

“おいしい”をデザインする 森永乳業株式会社

森永乳業株式会社
広報部 CSR室
〒108-8384 東京都港区芝 5-33-1
TEL 03-3798-0126 FAX 03-5442-3691
発行：2010年10月



このCSR報告書は、紙パックをリサイクルした紙や天然由来の原料を使用したインクなど、環境に配慮した製品でつくられています。



森永乳業 CSR報告書2010の概要

編集方針

森永乳業では、主に当社の環境活動をわかりやすくお伝えする「環境報告書」の発行を2000年に開始し、2008年度からは「CSR報告書」として、経営理念である「乳の優れた力」に則ったCSRの活動をわかりやすく開示しています。

「CSR報告書2010」は、より多くのステークホルダーの皆さまに、当社の考え方と取り組みを知っていただくための試みとして、ダイジェスト編の冊子と、本編のウェブサイトPDF版の2つを発行します。

ダイジェスト編では、CSRに関する社内座談会をはじめ4つのトピックスなどをご紹介します。本編では、それに加えて社会性報告・環境報告もまとめています。

編集にあたっては正確・誠実な情報開示に努めるとともに、わかりやすい表現を心がけました。「乳の優れた力を基に新しい食文化を創出し、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」という経営理念の実現をめざし、日々地道な努力を重ねている私たちの姿をお伝えできればと思います。

本報告にあたっての基本的要件

●対象範囲

森永乳業(株)グループを対象としています。ただし対象企業のすべての情報を網羅しているわけではありません。

●対象期間

2009年4月から2010年3月まで
(一部、2010年度の活動も報告しています)

●対象分野

事業概要、社会、環境

●発行日

2010年10月

●次回発行予定

2011年9月

●作成部署および連絡先

森永乳業(株)広報部 CSR室
〒108-8384 東京都港区芝 5-33-1
TEL 03-3798-0126
FAX 03-5442-3691



ダイジェスト編 (冊子)

- ・森永乳業のCSR活動について
- ・重点的に伝えたい情報
- ・簡潔で読みやすい内容

ダイジェスト編 (冊子)



本編 (web PDF版)



本編 (web PDF版)

- ・森永乳業のCSR活動について
- ・重点的に伝えたい情報
- ・2009年度の活動の詳細な報告

ダイジェスト編 (冊子) CONTENTS

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| 01 森永乳業CSR報告書2010の概要 | 11 TOPIC1 安全・安心な商品をお届けするために |
| 02 CONTENTS /ダイジェスト編・本編 | 13 TOPIC2 『エンゼル110番』で育児を応援しています |
| 03 トップメッセージ | 15 TOPIC3 循環型社会の実現に向けて改善を重ねています |
| 05 森永乳業の代表的商品 | 17 TOPIC4 基礎研究と技術開発で「健康」に寄与します |
| 07 森永乳業のCSRって何?
みんなで考え、伝え合っていきます | 19 ライフサイクルと物質フロー |
| | 21 第三者意見 |
| | 22 会社概要 |



本編 (web PDF版) CONTENTS

<http://www.morinagamilk.co.jp/company/ecology.html>

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| 01 森永乳業CSR報告書2010の概要 | CSR マネジメント |
| 02 CONTENTS /ダイジェスト編・本編 | 19 コーポレート・ガバナンス体制とリスク管理 |
| 03 トップメッセージ | 社会性報告 |
| 05 森永乳業の代表的商品 | 21 お客さまのことを第一に |
| 07 森永乳業のCSRって何?
みんなで考え、伝え合っていきます | 23 従業員とともに |
| | 25 調達先・取引先/株主・投資家 |
| | 26 社会・地域とともに |
| 11 TOPIC1 安全・安心な商品をお届けするために | 環境報告 |
| 13 TOPIC2 『エンゼル110番』で育児を応援しています | 29 ライフサイクルと物質フロー |
| 15 TOPIC3 循環型社会の実現に向けて改善を重ねています | 31 環境目標と達成状況 |
| 17 TOPIC4 基礎研究と技術開発で「健康」に寄与します | 32 環境マネジメント |
| | 33 省エネルギー対策と自然エネルギー活用 |
| | 34 エネルギーと二酸化炭素 |
| | 35 水の使用と排水 |
| | 37 ゼロエミッション |
| | 38 容器包装の省資源化 |
| | 39 モーダルシフト |
| | 40 環境会計 |
| | 41 第三者意見 |
| | 42 会社概要 |



お客さまの声に謙虚に耳を傾け、 森永乳業のCSRを実践していきます



代表取締役社長
古川 純一

企業活動の基本は、 お客さまに喜んでいただくこと

世の中はいま、ものすごいスピードで変化しています。企業がその変化にキャッチアップするためには、つねに危機感を持って物事に接し、適切に対処することが必要です。

私たちの仕事は、お客さまにご満足いただける商品をお届けすることです。ですから、私たちがすべきことは、お客さまの声に謙虚に耳を傾けることで見えてきます。過去の成功体験を過信したり、自己満足の域にとどまったりしては、すべきことは見えてきません。私は、毎日必ず「お客さま相談室」に寄せられたお声に目を通し、多くを学ばせていただい

ます。お客さまのお声を商品の改善につなげた事例も少なくありません。

お客さまとの対話を糧として動き、お客さまに喜んでいただく。そこにも仕事の大きな意味があると思うのです。

従業員一人ひとりの日頃の活動は、 CSRにつながっている

森永乳業をはじめ多くの企業では近年、環境問題への取り組みを重点的に推進してきました。そうするうちに、環境のみならず、事業活動で関わるすべてのステークホルダーとの信頼関係と絆を深めていくことが重要であると認識されるようになり、それが「CSR」と表現されるようになりました。

私たちが継続して取り組んでいる「経営品質向上活動」や、それぞれの事業所で実践している地域貢献活動や環境活動は、森永乳業の「CSR」の活動といえます。こうした企業理念に則った活動によって、乳業会社として社会に貢献してきたのです。子育てに悩むお母さんたちのための無料電話相談『エンゼル110番』の35年にわたる活動や、被災地などに寄付を行う『森乳スマイル倶楽部』の有志従業員による活動を見ても、社会貢献意識が浸透していることがわかります（→ web版 p.26～28）。関東大震災の被災者にミルクを無償配給した創業者の精神は、代々受けつがれているのです。

そして社会に「CSR」という概念が新たに加わったいま、私たちのCSRを明確に示す必要を感じるようになりました。そこで2010年2月、広報部内にCSR室を設置しました。CSR室は、これまで私たちが実践してきた社会貢献活動を統括するとともに、これから従業員一人ひとりとキャッチボールをしながら「森永乳業のCSR」を描き、広めていく役割を担っています。2010年はスタートの年。CSRマインドの醸成に取り組みます。

女性の活躍の場を広げ、 働きやすい環境を整えます

森永乳業は、事業活動を通して従業員一人ひとりと会社とともに成長していくことが重要だと考えています。学歴や男女差で分けへだてることなく、全員に同じようにチャンスがあり、一人ひとりが能力を発揮して仕事ができる環境があつてこそ、企業としての力も伸びていくのです。

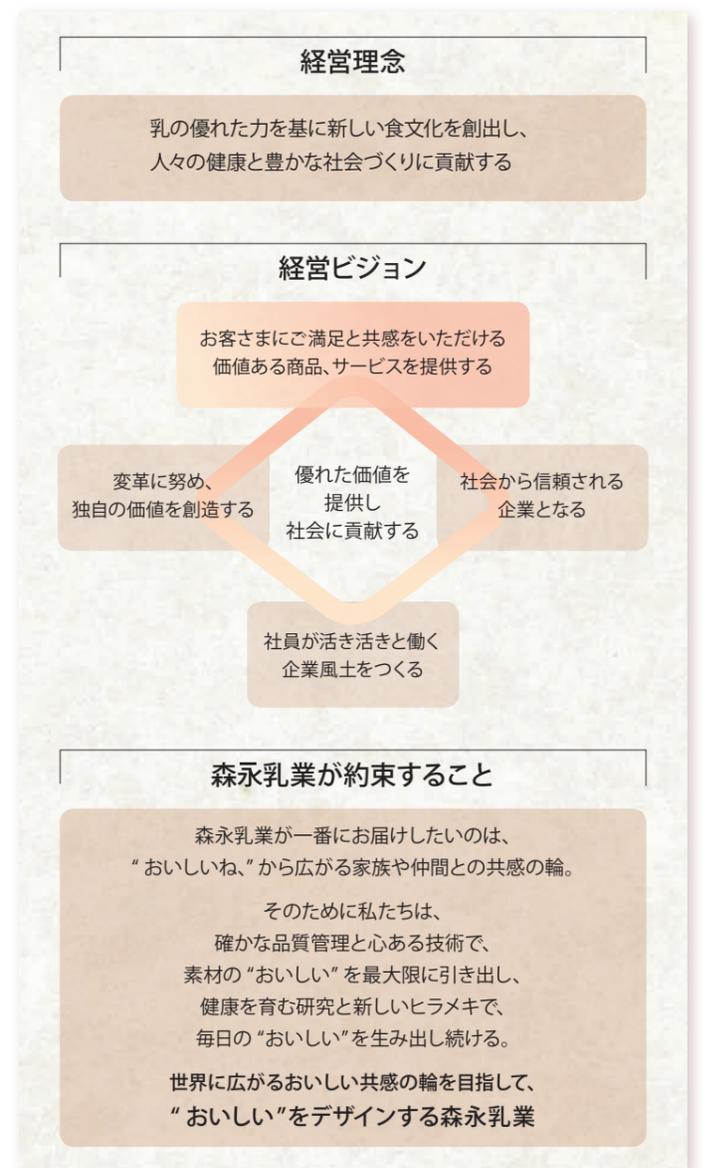
近年は、従業員の女性比率も女性管理職もふえています。私たちの商品は生活に密着した食品で、お客さまの多くは女性ですから、女性従業員の感性や力をもっと発揮されることで、お客さまとの絆も深められると感じています。職場で女性の活躍の場を広げるとともに、ライフステージに合わせた多様な働き方を互いに認める組織風土も成熟させていきたいと考えています。子育てで職場を離れた方々が戻ってきやすい制度の整備も進めています。

最高水準をめざして 地道な努力を続けます

森永乳業のCSRを実践する上で重要なのは、すべてのステークホルダーとの絆を深めていくことです。謙虚な

姿勢で対話し、協働し、相互理解に努めていきます。

お客さまたちの環境志向も非常に高まってきています。商品を選ぶ上で、家でゴミをたくさん出すことにつながらないか、あるいは生産過程での省エネルギーや省資源が徹底されているか、そこまで目配りする方々もふえています。森永乳業では、省エネルギーや省資源の活動や、工場での事故を減らす安全活動など、これまでも成果をあげてきた活動が多くあります。ただ、まだまだ改善することはできます。めざすのは、つねに最高の水準です。従業員一人ひとりが、日々の地道な努力を積み重ね、「森永乳業のCSR」を磨いていきます。



森永乳業の代表的商品

森永乳業は、「乳の優れた力」を活かし、安全・安心でおいしい乳製品、嗜好食品、栄養食品などをお客さまにお届けしています。赤ちゃんから大人まで、生活のさまざまなシーンでお客さまとつながっています。

家族の健康を応援します

「腸内メンテナンス」のためのビヒダスヨーグルトなど、毎日の食生活を通して、お客さまの健康をサポートする商品です。



森永のおいしい牛乳 まきばの空 スキムミルク



ビヒダスヨーグルト、ビヒダスヨーグルト脂肪0(ゼロ)
ビヒダスヨーグルトは、生きて届くビフィズス菌BB536で、おなかの調子を整える効果を備えたヨーグルトとして、1978年に発売しました。お客さまの健康志向にに応えるために、2008年にはビヒダスヨーグルト脂肪0(ゼロ)を発売して、ご好評をいただいています。他にも個食タイプ、フルーツ入り4ポット、ドリンクヨーグルトなどの豊富なラインナップで、幅広いお客さまのニーズにお応えしています。

宅配専用商品



森永カルダス ラクトフェリンFe 養沢プレミアムミルク

愛されてロングセラー

2011年で発売50周年を迎えるクリープをはじめ、お客さまに世代を超えて愛されている商品です。これからも大切に育てていきます。



クリープ
クリープは日本で初めてのクリーミングパウダーとして、1961年に発売されました。それ以来、牛乳から生まれた成分でつくことを守っています。ミルク生まれの甘みと豊かなコクが、他にはないおいしさの秘密です。持ち運びに軽く、環境にもやさしい詰め替え用、使い切りのスティックタイプ、脂肪分1/2のライトタイプも品揃えています。



加糖れん乳 森永ミルク アロエヨーグルト pino (ピノ)

2010年10月より、アイスクリームはエスキモーブランドから森永ブランドに生まれ変わりました



ピクニック マミー サンキストジュース

生活にうるおいと豊かさを

「乳」のおいしさを楽しんだり、リフレッシュ、リラクスのひとときを演出したりする商品です。地球環境に配慮した原材料を使用した商品も提供しています。

レインフォレスト・アライアンス 認証(*) 原料を使用



マウンレーニア カフェラッテ、ダブルエスプレッソ、リプトンティー
森永乳業が磨きをかけた製造技術として『ロングライフ製法』があります。中身とパッケージをそれぞれ滅菌して無菌状態で詰めるので、飲料、デザートなどが保存料などを入れなくても日持ちします。マウンレーニアやリプトンのカップ飲料にも、この技術が使われているので60日間、香りや味は変わらずに、おいしく飲めるのです。



リプトンティー MOW (モウ) PARM (パルム) フィラデルフィア クリームチーズ パルメザンチーズ 切れるチーズ

【レインフォレスト・アライアンスとは?】

※「レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)」とは、熱帯雨林を維持することを目的に1987年に設立された国際的な非営利団体で、本部はニューヨークにあります。地球環境や地域社会に配慮した「持続可能な農業」も推進していて、総合的な基準をクリアした農園に「レインフォレスト・アライアンス認証」を付与しています。その条件は、野生動物、森林、その他農場内および周辺に住む生物を保護すること、また、排水を適切な方法で濾過して自然に帰して土壌・水資源を保全すること、農地での使用農薬を規制すること、労働者に適正賃金や清潔な居住環境を提供して生活を保護・保証すること、より効率的に生産高や質の向上に取り組むことなどです。このような社会的・環境的・経済的に持続可能性をめざした基準で生産された原料を使用することで、森永乳業は、お客さまに高品質な商品を提供すると同時に、地球規模の環境活動にも貢献します。



すくすく育つ赤ちゃんのために

未来を担う大切な子どもたちのための商品です。ミルクアレルギーを持った赤ちゃんのための治療用ミルクも品揃えています。



はぐみ (→ p.17)
新生児からのミルクです。母乳(特に初乳)に多く含まれるラクトフェリンをはじめ、栄養成分の量とバランスを母乳に近づけています。



チルミル
満9カ月頃からのフォローアップミルクです。不足しがちな鉄分も補えます。



E赤ちゃん (→ p.17)
ミルクのアレルゲン性に配慮したミルクです(ミルクアレルギー疾患用ミルクではありません)。



ニューMA-1 (→ p.17)
医師にミルクアレルギーと診断された赤ちゃんに。たんぱく質を高度に酵素消化したミルクアレルギー治療用のミルクです。(※医師の指示によりお使いください)

はじめまして
CSR室です。



森永乳業のCSRって何？ みんなで考え、伝え合っていきます

2010年2月、広報部にCSR室ができました。これまで複数部署にまたがって推進してきたCSR活動を統合し、会社の取り組み姿勢を強化するためです。これを機に、あらためて森永乳業のCSRとは何か、2010年5月と6月に2回、各部の代表が集まって議論しました。2017年、森永乳業は創業100周年を迎えます。従業員みんなで現在を見つめ、次の100年に向けて羽ばたいていくビジョンを明確にし、共有していきたいと考えています。



CSR室の呼びかけで集まった各部の代表が2グループに分かれて議論しました。

ステークホルダーの皆さまとともに、 新しい一世紀を築いていきたい

新しく広報部に設置されたCSR室では、森永乳業が長年取り組んできた『工場見学』、『エンゼル110番』、『M'S Kitchen (エムズキッチン)』などの社会貢献的な色合いの強い活動を統括しています。それとともに、当社のめざすCSR活動とはどのようなものか、そしてどう実践していくのか、ビジョンを明確にする取り組みも開始しました。

「CSR = Corporate Social Responsibility」は、この数年で社会に浸透してきた言葉で、直訳すれば「企業の社会的責任」となります。いわゆる地域などでの社会貢献活動や環境対策はもちろん、本業を通しての社会貢献や、コンプライアンス・リスクマネジメントなどの要素も含まれます。文字通り、「社会か

ら求められる企業の責任のあり方」といえます。

森永乳業には、本業である食品製造を通して社会に貢献できることがたくさんあります。食は、健康と直結しています。安全・安心を守って良質な素材を使用した商品を市場に提供することで、お客さまのすこやかな暮らしに役立つことができます。また、企業活動を通じてさまざまなステークホルダーの皆さまと関わり、互いに成長しながら利益や技術を分かち合い、健全な社会の実現に貢献することができます。

森永乳業は2017年に創業100周年を迎えます。100年という歴史はひとつのゴールであるとともに、これからも続いていく森永乳業の通過点でもあります。本業を持続し、21世紀の世の中の動きに沿って発展させていくために私たちに何ができるのか、いま、見極めておくことが大切だと考えるのです。



森乳のいいところは？ 将来どうありたい？……意見を出し合い、共有しました。

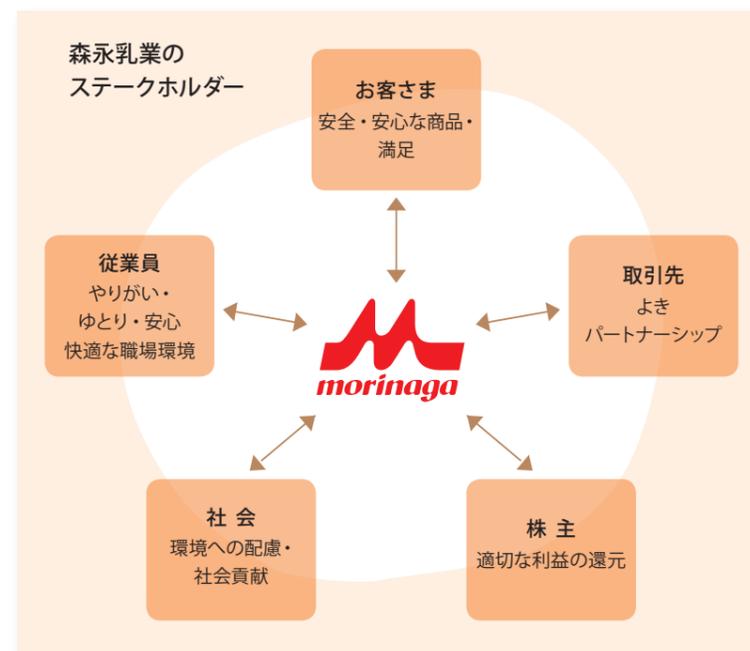
創業以来、受けつがれてきたもの。 それは、社会貢献への信念と行動力

創業から受けつがれてきたものが何なのかを知ることは、社会の価値観が大きく変化するいま、新しい時代に踏み出そうとしている私たちに大切なものを気づかせてくれるのではないかと。そう考え、議論の過程で森永乳業の歴史を振り返ってみました。

森永乳業の歴史は1917年、キャラメル原料となる煉(れん)乳を製造する日本煉乳株式会社が設立されたことから始まります。当時、森永乳業の創業者である森永太郎氏は、西洋のお菓子を日本に紹介するとともに、国民の栄養改善に取り組むことも目的とし、さまざまな分野の事業に積極的に乗り出していました。

また、関東大震災に際しては、震災直後から被災者救済のためにミルクを無償で配給するなど、社会貢献の精神も発揮していました。戦前戦後の混乱期を経た後も、お客さまの健康に役立つ商品を開発し、お客さまにお届けするという森永乳業の姿勢が変わりはなく、さらに現代社会の要請に応じて「食の安全・安心」を追求するという使命を加え、現在に至っているのです。

創業期のフロンティア精神は現在でもさまざまな新しい商品の研究開発の場で見出すことができます。また被災者への救済支援などは、現在、『森乳スマイル倶楽部』という従業員有志による寄付活動などにも受けつがれています。



森永乳業 20世紀のあゆみ

- 1917 日本煉乳株式会社設立
- 1919 小缶煉乳森永ミルクを発売
- 1921 森永ドライミルク(育児用粉乳)を発売
- 1930 森永牛乳を発売
- 1933 森永チーズを発売
- 1937 森永ヨーグルトを発売
- 1947 森永アイスクリームを発売
- 1949 森永乳業株式会社設立
- 1953 中央研究所を開設
- 1955 粉乳中毒事件発生
- 1961 クリープ(粉末クリーム)を発売
- 1967 森永商事株式会社の乳製品販売部門を譲り受け
- 1971 サンキストグローワーズ社と商標使用契約締結
- 1974 財団法人 ひかり協会設立
- 1977 森永ビヒダス(ビフィズス菌入り乳製品)を発売
ミルクアレルギー用 MA-1 発売
- 1978 森永ビヒダスヨーグルト発売
- 1981 ロングライフの乳飲料(ピクニック)を発売
- 1985 Morinaga Nutritional Foods, Inc. (米国)を設立
- 1987 筑波医薬品工場を開設
- 1989 研究・情報センターを開設
- 1991 ロイコプロール(白血球減少症治療剤)を発売
森永カルダス発売
- 1993 低リンミルク L.P.K が特定保健用食品の
第1号として厚生省から許可を受ける
マウントレーニアカフェラッテ発売
- 1994 中国に合弁会社
ハルビン森永乳品有限公司を設立
ペプチドミルク E 赤ちゃん発売
アロエヨーグルト発売
- 1995 宅配専用飲料・毎朝爽快が特定保健用食品
として許可を受ける
- 1996 アロエヨーグルトが SIAL ('96年パリ国際食品
見本市)で金賞受賞
- 1996 ビヒダスヨーグルトが生きたビフィズス菌を含む
初の特定保健用食品として許可を受ける
- 1997 門前貢元社長が勲三等瑞宝章を受賞
- 1998 東京多摩工場増設棟稼動



はじめまして
CSR室です。

森永乳業のCSRって何？

議論を通して感じたこと、
考えたこと



生産本部 生産部
環境対策室
マネージャー

石川茂光

事業を継続して発展させ、それぞれのステークホルダーに適切な利益を還元することが、企業の社会的責任の基本だと私は思います。それぞれのステークホルダーが求めていることにきちんとお応えする。そして、やっていることをタイムリーにお知らせすることもCSRに含まれると思います。



広告部
アシスタントリーダー

上田茂弘

森永乳業の歴史を振り返り、過去・現在のよいところをじっくり知ることができました。意外と知らないエピソードもありました。先輩たちに負けないよう、自信を持って臨んでいけばきっとよい結果が生まれてくると信じて、これからも日々の業務に取り組みたいと、あらためて思いました。



広報部
ブランド戦略室
アシスタントリーダー

角谷幸子

あるステークホルダーに向けての活動が、別のステークホルダーにはマイナスになることもあると知り、「よい活動」をつくり出すことの難しさにあらためて気づきました。CSRの実践は単純ではないのですね。「森永乳業らしさ」とは何か。まずは「ブランド戦略」という業務を通して探っていきます。



生産本部
エンジニアリング部
マネージャー

菊池 智

CO₂排出量削減、水資源枯渇の問題などの地球環境問題への取り組みは、森永グループとしてさらに推進・改善できると考えます。一方、当社製品と認識されていない商品があるのが気になります。環境配慮に優れているという企業イメージと商品ブランドを、同時に伝えていけたらと思います。



経営企画部
マネージャー

菊池芳文

私たちがステークホルダーの皆さまと信頼関係を築き、なくてはならない会社だと認めていただくためには、食品会社として安全・安心を大切にすることが基本です。コンプライアンスや環境保全・社会貢献を推進していくことも重要です。そのことを踏まえて、日々、活動しています。



生産本部 調達部
社員

北原 香

日常的に直接意見を交わすことのない他部門の方々と議論することで、視野が広がりました。私は現在、卵などの原料購入に携わっていますが、今後は会社全体のCSRも意識して業務に取り組もうと思います。まずは当社独自の「先行ロット検査」を活用し、安全で高品質な原料の安定確保に努めます。



営業本部室
マネージャー

久保英規

企業には、特に事業の強みを活かしたその企業ならではの社会貢献が期待されていると思います。現在の社会貢献活動も評価をいただいているのですが、それに満足することなくつねに改善し、より多くの方から共感を得られる企業となれるよう活動を続けていこうと思います。



お客さまサービス部
リーダー

後藤寛子

忙しい日々、会社全体を外側からじっくりと見てみることはあまりなかったですが、座談会に参加して「鳥の目線」を持つことができました。「お客さま相談室」で、「正確な情報を迅速にお伝える」「お客さまのお声を社内に反映させる」という役割を、より一層しっかりと担っていききたいと思います。



酪農部
アシスタントマネージャー

鈴木健史

他部署の方々と森永乳業のCSRについて議論の中で確信したことは、当社は将来に向けて無限の成長の可能性を秘めているということです。一人ひとりの想いややる気がリンクすれば、大きな力になります。私も原料業務を通じて、業界ナンバーワンへの成長に貢献したいと思っています。



人財部
社員

田辺知香

森永乳業には「強み」がたくさんある。そのことを再確認できました。CSRには「従業員がいきいきと働く風土をつくる」ことも含まれます。私は人財部の業務を通して、働きがいや成長を従業員全員が実感できる会社にするために、自分ができることを一つひとつ積み重ねていきます。



広報部 CSR室
アシスタントリーダー

中村真美子

創業者の足跡や会社の歴史を学び、異なる部署の人たちと意見交換したことで、森永乳業が社会で果たしてきた役割や責任と、それが従業員の中に受けつがれていることが確認できました。CSR室の一員として、そんな「会社の理念や取り組み」を社内外の方々にお伝えしていきたいと思っています。



広報部 CSR室
リーダー

長井聡子

CSR室に着任したばかりで手探り状態での座談会開催でしたが、皆さんと意見交換をしながら課題がクリアに見えてきました。商品・ブランドの強化と、CSR体制の確立は、2本の重要軸と考えられています。難しい課題ですがいまのがんばりが必ず将来につながると信じて取り組んでいきたいです。



食品総合研究所
容器包装開発部
研究員

福本康洋

日本初の技術や創造性に富んだ商品の開発。そんな過去と比べるといまはお客さまにうまくアピールできていないのかもしれませんが、過去から受けつがれてきた誇れる強みもたくさんあると感じました。研究開発部門の一員として、価値ある商品をご提供できるよう努力していきたいと思っています。



取締役 常務執行役員
経営企画部長 兼 広報部長

田形 均

森永乳業は7年後に創業100周年の節目を迎えます。この時期に、企業ブランド戦略とCSRという「森永乳業とはいったいどのような企業なのか？」を考える機会が巡ってきたのは偶然ではありません。このチャンスをしっかりつかみ、より強く、よりしなやかな企業として成長を続けていきたいと考えます。



生産本部 生産部
環境対策室室長

谷口一人

CSR報告活動とは、企業のイメージアップを図るPR活動ではなく、持続可能な社会を構築し、その過程を報告する活動だと思います。食糧不足解消、少子化対策、温暖化防止など、持続可能な社会の実現に貢献できる大きなテーマをまず明確にしてみんなで取り組めたら、幸せに働けると思うところです。



広報部 CSR室
社員

八幡絢子

創業者のパイオニア精神は、クリープ、アレルギー予防用ミルクなど、新しい発想から生まれた商品の数々に受けつがれています。それは、従業員一人ひとりが真面目に前向きに働いているからこそ実現できる。そんな森永乳業の姿を、CSR室の一員として広くお伝えしていきたいと思っています。



広報部 CSR室
室長

山本美穂子

CSRという言葉は新しいですが、森永乳業の過去から現在をたどれば、その要素はすでに存在していて、私たちがそれを見つけて磨けばいい。座談会を通して、そう思いました。未来の後輩たちにバトンタッチできるよう、勇気を持って一歩一歩前に踏み出し、小さな努力をコツコツと続けていきます。



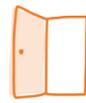
品質保証部
マネージャー

吉岡雄二郎

ものづくりの原点は、お客さまの笑顔です。商品の設計からお手元に届くまで、すべての段階で安全性を守るのはもちろん、おいしさや健康などのニーズにお応えしてはじめて笑顔になっていただけると思います。お客さまの笑顔の大前提となる安全性と高品質のために、日々努力していきます。

(五十音順/所属は座談会当時のものです)





安全・安心な商品をお届けするために

森永乳業は、お客さまに安全・安心で高品質な商品をお届けするために、研究開発から流通・販売までのあらゆる現場で、品質向上や検査の仕組みを整え、さまざまな取り組みを充実させています。今回は、牛乳をはじめとする乳製品の原料である生乳が、酪農家から工場まで届けられる過程の安全・安心の仕組みと、森永乳業全体の品質保証体制についてご紹介します。

酪農家から工場まで、人と人がつなぐ安全・安心

森永乳業では、生乳の調達は「酪農部」が担当しています。全国6か所にある酪農事務所の担当者は、牛乳・乳製品の安全・安心と高品質をより確かなものにするために、原料となる生乳の生産現場である酪農家や、集乳の中継拠点であるクーラーステーションを定期的に訪れ、安全・衛生面が確保されているか確認しています。



茨城県中央クーラーステーション（関東生販連様）。酪農事務所の担当者は、生産者との連携がはかれるよう、こまめに訪問しています。

森永乳業グループの森永酪農販売株式会社では、良質な飼料の販売、飼養管理に関する情報の提供などを通して、酪農家さんのよきパートナーとなり、顔の見える信頼関係を築くことで、安全・安心の意識を高めていくことをめざしています（→ web版 p.25）。

酪農家から工場までの安全・安心の仕組み



※クーラーステーションとは生乳を冷却、一時保存するための施設で、多くは地域の酪農家団体が保有運営しています。

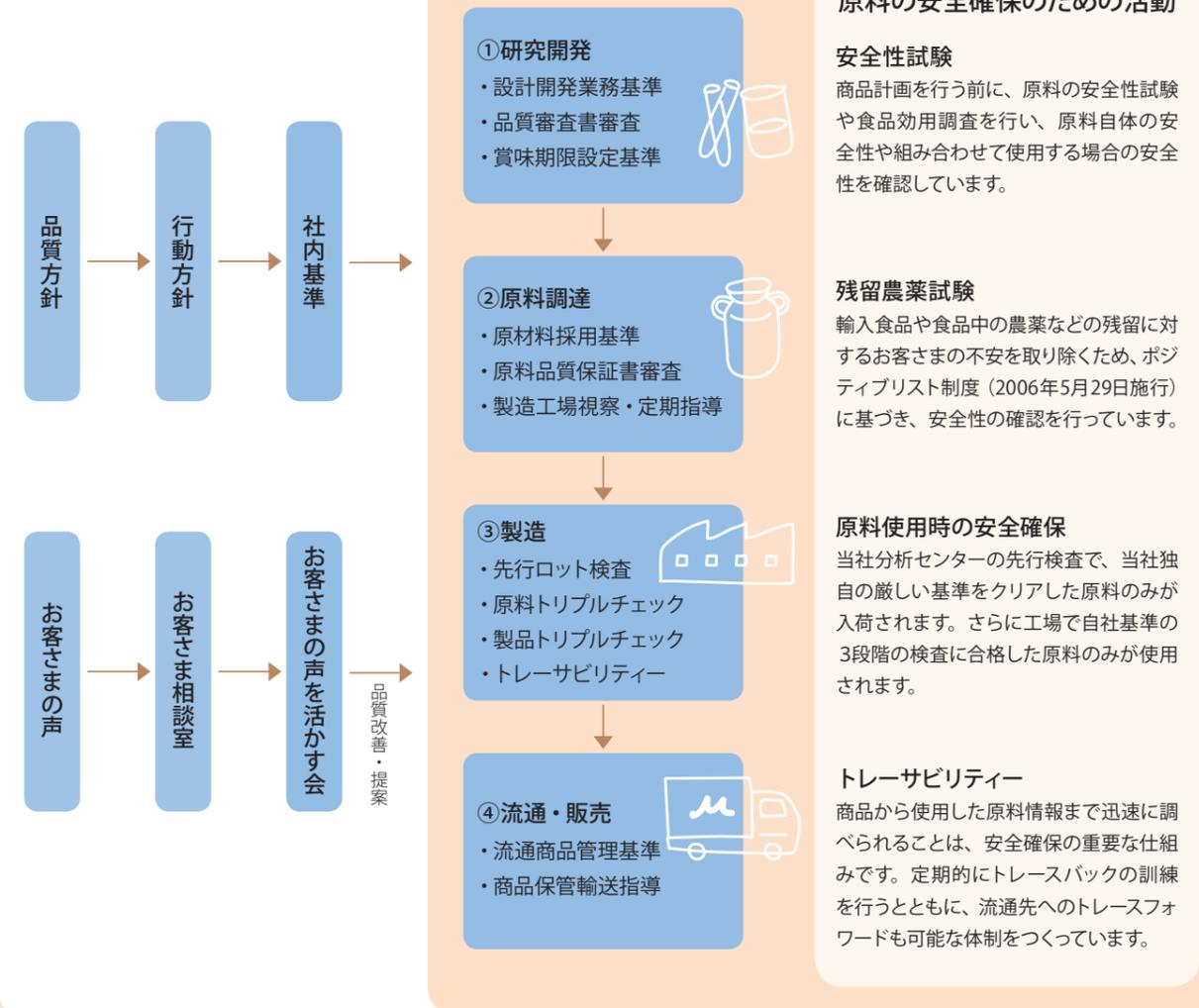
森永乳業の品質方針

「お客さま第一主義」
私たちは安全で、高品質な商品・サービスをお届けすることで、お客さまの健康と夢のある生活（健康で豊かな生活）に貢献します。

行動方針

- ① お客さまからの声を真摯に受け止め、お客さまに満足いただける商品づくり、サービス提供に活かします。
- ② 適切で正確な情報をお客さまに提供します。
- ③ 法規、社内基準を遵守します。
- ④ HACCPを基本にした品質管理システム MACCP（マサップ）により安全性を最優先し、安心いただける商品をお届けいたします。

森永乳業の品質保証体制



原料の安全確保のための活動

安全性試験
商品計画を行う前に、原料の安全性試験や食品効用調査を行い、原料自体の安全性や組み合わせる場合の安全性を確認しています。

残留農薬試験
輸入食品や食品中の農薬などの残留に対するお客さまの不安を取り除くため、ポジティブリスト制度（2006年5月29日施行）に基づき、安全性の確認を行っています。

原料使用時の安全確保
当社分析センターの先行検査で、当社独自の厳しい基準をクリアした原料のみが入荷されます。さらに工場で自社基準の3段階の検査に合格した原料のみが使用されます。

トレーサビリティ
商品から使用した原料情報まで迅速に調べられることは、安全確保の重要な仕組みです。定期的にトレースバックの訓練を行うとともに、流通先へのトレースフォワードも可能な体制をつくっています。

商品の安全・高品質の維持向上のための活動

MACCP（マサップ）

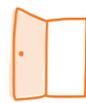
森永乳業グループの製造現場では、HACCPをもとにした独自の品質管理システム MACCP（マサップ）を実践しています。お客さまにとって最も大切な食品の安全と高品質を守るために、積極的な改善活動を継続して行っています。

品質監査

- MACCPが適正に機能しているか、以下の三重の品質監査でチェックしています。
- 事業所での内部監査
 - 品質保証部による監査
 - (株)クオリテによる外部品質監査

風味パネルマイスター制度

風味の僅かな違いも見逃さないよう、独自の「風味パネルマイスター制度」で製造に携わる全従業員が官能訓練を行い、一人ひとりの力量の向上と、スペシャリストの育成をはかっています。認定会で合格すると「風味マイスター」、3年連続の認定で「グランドマイスター」の称号が与えられます。



『エンゼル110番』で育児を応援しています

森永乳業は、無料の育児相談窓口『エンゼル110番』を1975年5月に開設しました。核家族が急増し、育児環境が大きく変化した高度成長期。その社会状況を背景に、「子育て奮闘中のお母さんたちのお役にたたい」という思いからでした。以来35年間、お受けした電話相談は約84万件（2010年4月現在）。時とともに変化する育児スタイルや親子関係を見守りながら、これからも育児する人たちを応援していきます。

耳を傾け、気持ちに寄り添い、一緒に考えてきた35年

朝10時になると、5回線の電話が一斉に鳴りはじめます。「今日はどんなお母さんかしら？ 育児熱心なお父さんかな？ 孫育て中のおばあちゃまかしら？」・・・お顔が見えない分、相談員はお声のニュアンスを瞬時に察知し、抱えていらっしゃる問題を一緒に考える心構えを整えます。

お話しするうちに不安や緊張がやわらいで、「電話してよかったです」「気持ちが楽になりました」とおっしゃってくださるときが、相談員冥利に尽きる一瞬です。「相談者の気持ちに寄り添い、一人ひとりの話に耳を傾ける」という基本を大切に受けつぎ、今日も相談員が電話に向かっていきます。



17名の相談員には、管理栄養士などの有資格者も。互いの知識や経験を共有し、日々研鑽を重ねています。

匿名で話せる電話だから、心の支えになれる

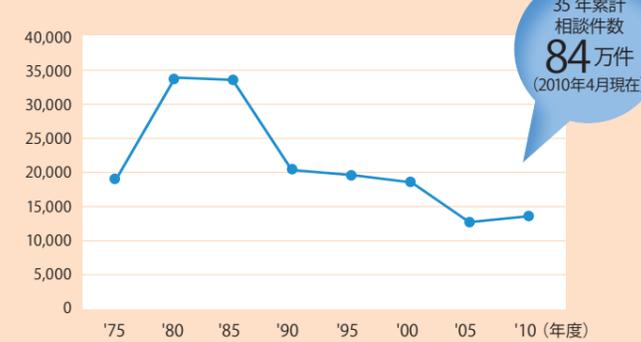
これまで相談内容でつねに一番大きな割合を占めてきたのは「食生活」。「育てること＝食べさせること」という意識はもちろん、「食の安全」への関心の高まりや料理の苦手意識などもその背景にあるようです。「相談者自身」に関する相談も増加しています。ご自身の気持ちや、家族や友人など周囲の人々との人間関係にまつわる相談が目立っています。

女性の晩婚化、晩産化を反映して、利用者の年代も変化しています。開設当初は8割以上が30歳以下でしたが、2002年を境に30歳以上が半数を越え、2009年には35歳以上が1/4を占めるようになりました。最近は父親、祖母などさまざまな立場の方や、母娘2代でのご利用も増えています。

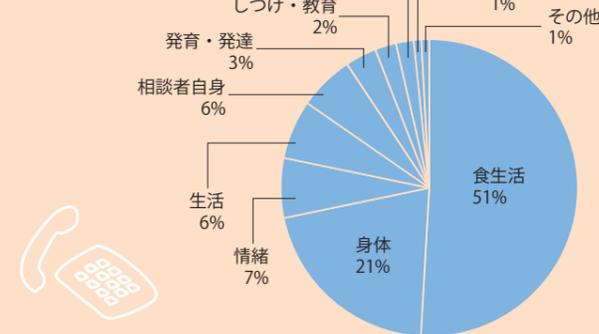
この35年間で育児スタイルも、育児支援のシステムも大きく変化しました。自治体やNPOなどのサポート体制が整備されてきた一方、産科医・産科施設の減少、保育園不足などの問題が深刻化しています。インターネットも普及しましたが、匿名で話せる電話相談の存在意義も見直されています。

さらに『エンゼル110番』では、看護学生の研修受け入れや、教育機関の講師協力などで電話相談のノウハウを伝えることも社会貢献と捉え、外部からの依頼に広く協力しています。

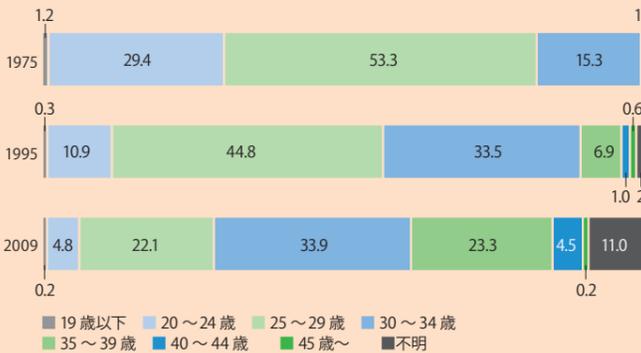
相談件数の推移



2009年の相談内容の割合



年代別利用割合の推移 (単位: %)



『エンゼル110番レポート』を発行しています

1993年4月から、日々寄せられる相談の中から世相を感じさせるテーマを選び、相談者100人を対象にアンケートを実施し、『エンゼル110番レポート』としてまとめ、マスコミに発表するとともにホームページで公開しています。2009年度は、『不況に負けない! ママの明るい節約術』『ママ友とおつきあい、どうしてますか?』など4号をまとめました。



『エンゼル110番』35年のあゆみ

- 1975 東京エンゼル110番開設
大阪エンゼル110番開設
- 1976 大阪各地で出張育児相談教室開催
1周年記念冊子『育児の疑問にやさしくお答えしますエンゼル110番』発行
- 1977 東急百貨店吉祥寺店で店頭相談実施
- 1980 日本小児保健学会で『母乳の授乳の悩み・その後』を発表
- 1982 全国の森永乳業栄養士を対象に『エンゼルミニ通信』発行開始
- 1984 森永乳業『育児110問集』を編集
- 1985 10周年記念冊子『35万通話のふれあい』発行
- 1986 第1回電話相談セミナー実施
東京都小児保健協会
『電話相談からみた食事の悩み』発表
- 1988 病院婦長の『エンゼル110番』見学実施
看護学校の学生の研修受け入れ開始
- 1990 15周年記念冊子『電話相談にみる最近の乳児の食生活』発行
- 1991 『ママの気持ちが楽になる子育てQ&A 200』出版 (ブティック社)
- 1993 全国児童委員研究協議会にシンポジストとして参加
『エンゼル110番レポート』発行開始
- 1994 厚生省心身障害研究に論文提出
月刊『すくすく赤ちゃん』(NHK出版)に原稿連載
- 1996 東京都社会福祉協議会乳児部会
栄養研究会で講演
- 1997 日本小児保健学会で研究発表
- 1998 月刊『おはよう奥さん』(学研)に原稿連載
- 1999 愛媛県栄養士会松山支部
栄養指導者研修会で講演
- 2004 『エンゼル110番』ホームページ開設
- 2005 ベビーケアアドバイザー講習会で講演
- 2008 岐阜県ぎふ子育て応援ステーション
相談員研修会で講演
- 2009 プライバシーマーク使用許諾証取得

循環型社会の実現に向けて改善を重ねています

森永乳業の各工場では、エネルギー使用、CO₂排出、廃棄物削減を進め、循環型の実現をめざしています。新しい技術や設備の導入、そしてISO14001に基づいた日々の地道な活動の積み重ねによって、着実な成果をあげています。今回は、2008年12月に完成した神戸工場のバイオマス熱利用設備と、『第4回3R推進全国大会』で『環境大臣賞』を受賞した多摩工場の取り組みをご紹介します。

日々の地道な「3R活動」の継続が、100%の再資源化の実績に

2009年10月、森永乳業東京多摩工場は『第4回3R推進全国大会』の循環型社会形成推進功労者の「3R活動優良企業」部門で環境大臣表彰を受けました。

かねてから3Rとゼロエミッション(※)を推進している森永乳業の工場の中でも、多摩工場は特に過去6年のうち5年はリサイクル率100%(100%ではなかった年は99%)を達成してきた優良工場です。多摩工場では、その地道な取り組みが広く社会に認められたことを名誉なことと受け止めると同時に、今後もより一層の環境負荷低減に取り組んでいきます。

(※) 3R：リデュース(発生抑制)、リユース(再利用)、リサイクル(再生利用) / ゼロエミッション：製造過程で排出される廃棄物をゼロに近づける取り組み (→ web版 p.37)



『環境大臣賞』の賞状を手に、木原工場長(中)、菅原マネージャー(左)、神保アシスタントリーダー(右)。

東京多摩工場の3R活動



廃棄物の分別が間違いないよう、集積所では分別品目を大きく表示し、品目が不明なものは一時保管場所に集めて専門の担当者が吟味して分類しています。



(1) 産業廃棄物の排出削減

排水処理場から出る汚泥、ライン切り替えなどで発生する廃液、コーヒーや紅茶の抽出かすなどの外部排出量は、1998年に廃熱回収ボイラ付属焼却炉を設置して以来、大幅に削減しています。

(2) 再資源化・ゼロエミッションの推進

1999年に『ISO14001』認証を取得し、分別収集を徹底。廃棄製品を破碎、洗浄、乾燥する機器を導入し、廃棄物を再資源化・有価物化。2002年度から再資源化率99%、2003年度以降は100%、99%を達成。

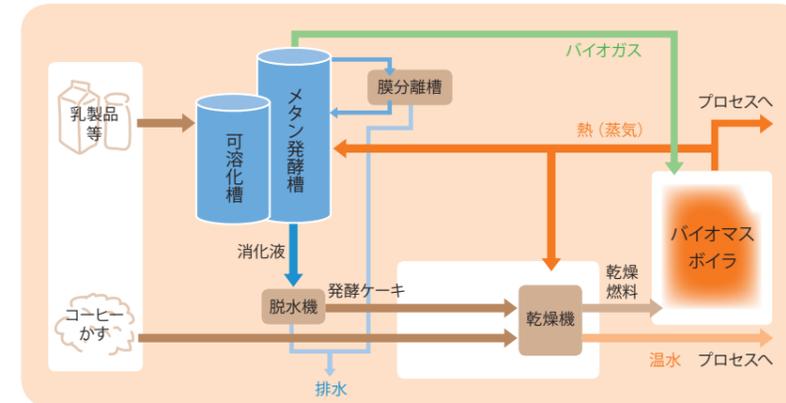
(3) リデュース(発生抑制)の推進

宅配牛乳びんの回収・再使用、カップ容器の外包装のプラスチック段ボール化・通い箱化、原料果汁用ドラム缶の納入業者引き取りなどを推進。2006年以降は、軽量で耐久性のよい牛乳びんへの切り替えで、再使用回数が増加。2007年度にはヨーグルト容器の軽量化で廃棄物の発生抑制が進みました。

(4) 普及啓発活動

見学工場として年間およそ15,000名のお客さまを受け入れる際に、紙パックを利用した紙漉き講習会などを通して環境保全の啓発活動を行っています。

バイオマス熱利用設備の仕組み



- NEDO(独立行政法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構)とプラントメーカーとの共同研究で開発した新たなバイオマス熱利用設備の仕組み。
- 兵庫県より2009年度「ひょうごバイオマスecoモデル」として登録されました。

最新技術のバイオマス設備でコーヒーかすなどを資源化

神戸工場で2009年1月から完全稼働したバイオマス熱利用のメタン発酵プラントは、商品の製造過程で発生するコーヒー飲料やヨーグルト等の残渣をメタン発酵させたガスと、コーヒーかすを乾燥させたものを合わせ、ボイラで燃料として活用する設備です。資源として利用することで廃棄物を削減するとともに、バイオ燃料利用によって省エネルギーも促進。CO₂排出量の削減にもつながります。

炉の温度管理など適切条件を探り当てる苦勞を乗り越え、2009年度すでに廃棄物量約4分の3削減、リサイクル率ほぼ100%達成、ガス使用量約2割削減の成果を出しています。



後藤工場長(右から3人目)と環境保全推進担当者。「クリーン&グリーン」を標榜する神戸工場では、循環型をめざす取り組みが日々進められています。

森永乳業の環境対策 70年代以降のあゆみ

1970年代

1973年に第一次オイルショックが発生し、原油輸入量が減少。価格上昇の不安が社会に広がりました。そして1979年の『省エネ法』の制定で、工場でのエネルギー有効利用が義務化されました。森永乳業では、1975年に『エネルギー対策チーム』を設置し、省エネ活動をスタート。燃料、電力、用水の使用量低減と効率化をめざす取り組みが始まりました。

1980年代

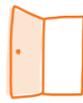
1981年、製造工程と機器ごとにエネルギー使用量を調査・分析し、節減余地を算定して改善案を立案し、それを実行、確認していく『ERP(Energy Reduction Program)-20』を導入。森永乳業の全工場、統一した分析評価手法を用いた省エネ対策がスタート。1988年から、省エネをはじめあらゆる改善テーマに挑戦する「改善提案制度」を導入。

1990年代

省エネ・公害防止対策から、地球規模の環境保全に社会の流れが変化。森永乳業は、コージェネレーションシステム(※)やISO14001認証などの環境マネジメントの導入。コージェネレーションは、1993年の中京工場を皮切りに、各工場に導入。また、1991年には40%程度だった再資源化率は、2009年には森永乳業グループ全体で93.7%まで向上しました。(※)コージェネレーションシステム：燃料エネルギーでエンジンを動かし、発電と同時に廃熱を熱エネルギーに変換利用する仕組みで、全体的な省エネルギーとなる。

2000年代

地球環境問題に注目が集まり、CO₂を主とする温暖化ガスの排出削減が求められるように。並行して、太陽熱・光、風力、バイオマスなどの「再生可能エネルギー」の利用推進も課題に。森永乳業では東京多摩工場に太陽光発電パネル、神戸工場とさがみ野研究センターにハイブリッド型風力発電装置、神戸工場に小型水力発電、バイオマス熱利用設備を導入。グリーン電力購入も実施しています。



基礎研究と技術開発で「健康」に寄与します

森永乳業の商品づくりの原点は、地道で長年にわたる基礎研究です。「乳の優れた力を探り、最大限に活用すること」をメインテーマとし、おいしさ、栄養、健康、安全・安心の研究開発に力を注いでいます。

今回は、2010年4月に文部科学大臣表彰 科学技術賞を受賞した高瀬光徳所長（栄養科学研究所）のアレルギー治療用ミルクと、4つの研究所・2つのセンターについてご紹介します。

牛乳アレルギー除去食品の製造技術が科学技術賞を受賞

「牛乳アレルギーを取り除きつつ、しかもおいしい育児用ミルクがあったら」・・・保護者や医療現場の思いに応え、森永乳業が国内初のアレルギー治療用ミルク「MA-1」を発売したのが1977年。その後、その技術を活用した「E赤ちゃん」、「はぐくみ」、スポーツ栄養食品などを世に送り出してきました。健康に寄与する商品の数々は、「お客さまによりよい商品をお届けしたい」という研究スタッフの思いの結晶です。

このたびの高瀬所長の「風味良好な低抗原蛋白分解物の工業的製造法の開発」による科学技術賞受賞は、スタッフの励みとなり、さらなる発展につながるものと期待しています。



「一連の研究を企画し、ご指導くださった多くの先輩、一緒に研究開発に携わった同僚や後輩あつての受賞です」（高瀬光徳所長）

大正10年、日本初の粉末の育児用ミルク「森永ドライミルク」を発売して以来、森永乳業の研究開発の核は、赤ちゃんのすこやかな発育に役立つ乳由来素材の製造技術や応用技術です。健康な赤ちゃんから見出された「ビフィズス菌BB536」、母乳中の感染防御因子「ラクトフェリン」など、研究成果はさまざまな商品に展開されています。



左から乳たんぱく質消化調整粉末「ニュー MA-1」、アレルギーの予防的な育児用ミルク「E赤ちゃん」、消化吸収性に優れた育児用ミルク「はぐくみ」

研究開発コンセプト

「おいしさ」「栄養」「健康」「安全・安心」の4つの視点から、「乳の優れた力を探り、最大限に活用すること」を研究開発の基本としています。研究所のミッションは、夢のある新たな商品づくりと、将来に向けた技術革新です。



研究情報の公開

森永乳業の研究者は、各学会での報告、研究論文の発表など、日々挑戦を積み重ねています。その活動の一部をウェブサイトでご紹介しています。



詳細はウェブサイトをご覧ください。
<http://www.morinagamilk.co.jp/research/index.html>

食品総合研究所 (1986年設立)

おいしさを極めるために、各研究所と連携して商品開発を進めています。「森永のおいしい牛乳」、「カフェラッテ」、「アロエヨーグルト」など数々のヒット商品の開発を支えています。



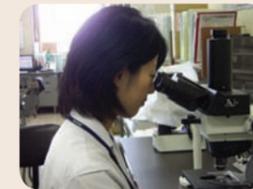
栄養科学研究所 (1986年設立)

原点は、母乳の研究。栄養素をはじめ、健康を維持する母乳の機能を分析し、ドライミルクを開発してきました。現在は、医療現場で利用される流動食なども広く研究開発しています。



食品基盤研究所 (2006年設立)

ビフィズス菌やラクトフェリンなど健康の維持増進に貢献する物質を研究し、生活習慣病などの予防効果が期待できる機能成分を探究。新たな技術基盤の確立をめざしています。



装置開発研究所 (1986年設立)

安全に効率よく生産できる装置・システムの研究開発を行っています。食品工学の基礎研究、生産プロセス技術、新商品の生産技術など、研究領域は多岐にわたります。



分析センター (1989年設立)

商品の安全性と品質の維持向上のために、さまざまな微量分析を担当。栄養成分組成の分析、食中毒菌や残留農薬の検査・分析、各工場の検査技術講習会なども行っています。



応用技術センター (1989年設立)

お客さまの視点で商品を応用し、新しいメニューを開発。さらなる商品開発に活かすとともに、開発されたメニューをホームページや料理教室で提案する活動も行っています。



森永乳業の基礎研究 あゆみ

- 1953 中央研究所を開設
- 1966 粉乳乾燥装置「MDドライヤー」完成
科学技術庁長官賞「易溶性クリーム粉乳製造技術の開発（クリープ）」
- 1972 化学工学協会技術賞「大容量噴霧乾燥装置の開発（MDドライヤー）」
- 1976 科学技術庁長官賞
「噴霧乾燥装置の開発 MDドライヤー」
「ピノ」発売
- 1979 科学技術庁長官賞「容器入り無菌豆腐製造法の研究（ロングライフ豆腐）」
- 1981 生物科学研究所の設立
- 1984 科学技術庁長官賞「乳製品へのビフィズス菌利用の研究（ビヒダスヨーグルト）」
- 1992 日本食品工業学会技術賞「電気透析を中心とした膜利用技術による育児用粉乳の改良」
- 1993 科学技術庁長官賞「ラクチュロースの製造法の開発」
日本食品工業学会技術賞「膜乳化法の開発と食品工業への応用」
「低リンミルク L.P.K.」がわが国初の特選健康食品として厚生省から許可
- 1994 新技術事業団「第19回井上春成賞（ヒト尿由来白血球増殖因子製剤）」
- 1995 特許庁長官賞（永年の特許行政への著しい貢献が認められる）
- 1999 日本缶詰協会「第20回レトルト食品缶詰協会農林水産省流通局長賞・日本缶詰協会会長賞（プチベビーナ）」
- 2001 医薬品用結晶ラクチュロースの開発
- 2002 日本食品工業学会賞 技術賞「微酸性次亜塩素酸水製造装置（ピュアスター）の開発」
文部科学大臣賞「ラクトフェリンの工業的な製造法の開発」
- 2005 日本包装技術協会経済産業大臣賞（最優秀作品）「宅配用牛乳壺」
第59回国立病院総合医学会 塩田賞「筋萎縮性側索硬化症における微量元素強化流動食「E-6」使用時の体内微量元素と細胞性免疫の変化に関する検討」
- 2010 文部科学大臣表彰 科学技術賞「風味良好な低抗原蛋白分解物の工業的製造法の開発」

※中央研究所・生物科学研究所は、組織改編により現在は名称が変わっています。

コーポレート・ガバナンス体制とリスク管理

経営理念の実現のために、コーポレート・ガバナンスを確立します

森永乳業グループは、「乳の優れた力を基に新しい食文化を創出し、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」ことを経営理念としています。

この経営理念を実現する基盤として、経営環境の変化に迅速に対応できる組織体制と仕組みの構築にグループ全体で取り組んでいます。また、経営の透明性と健全性の向上、社員のコンプライアンスの徹底、各ステークホルダーとの円滑な関係づくりにも努めています。

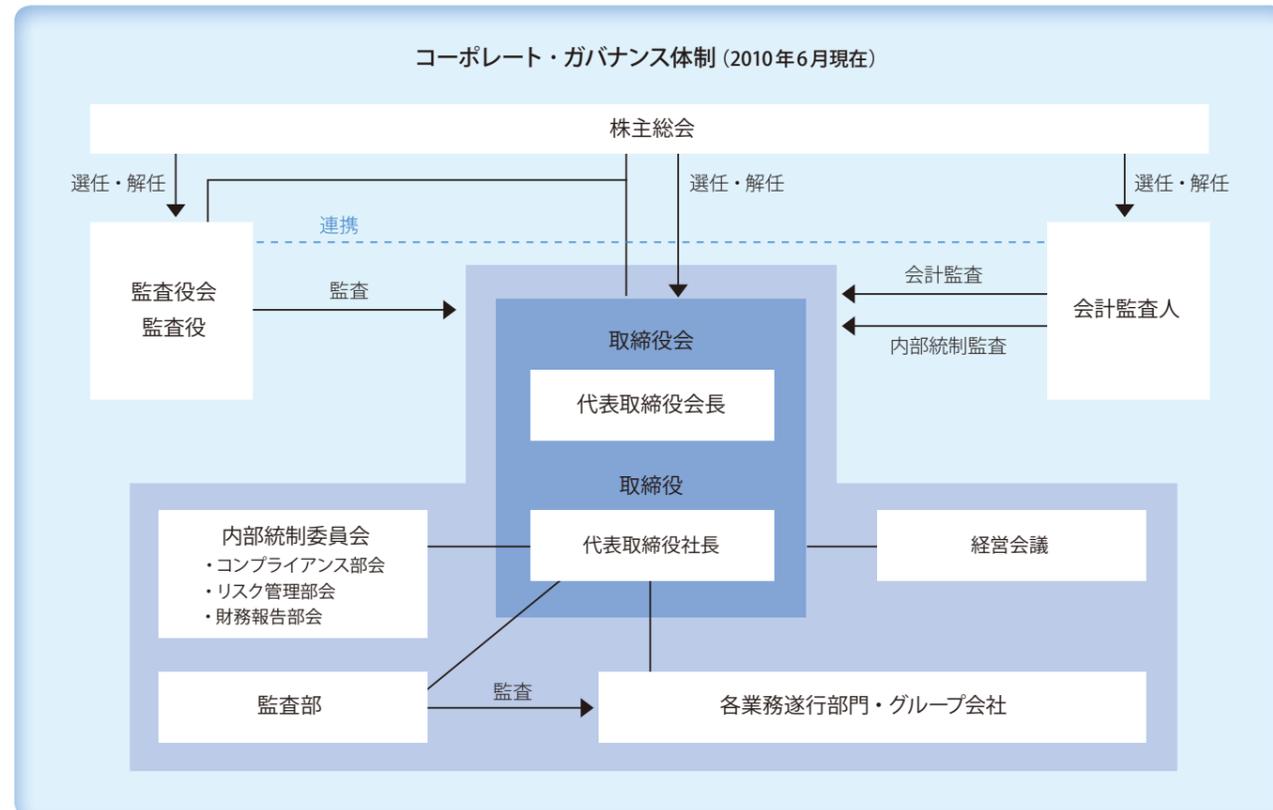
経営の透明性と健全性を保持・向上するために設置した「監査役会」では、4名の監査役のうち半数の2名は法令に従って社外監査役を配置。また内部監査として森永乳業に「監査部」を設置し、各部門およびグループ会社の業務の適応性・妥当性および効率性について、計画的に監査を実施しています。会計監査は、監査法人による外部監査を受けています。

内部統制の仕組みを構築し、コンプライアンス体制を強化しています

食品業界での不祥事があいつぎ、社会の眼がますます厳しさを増す昨今、グループ構成員全員が法令および社会倫理を遵守し、コンプライアンスを実践することは、森永乳業グループが存続し、経営理念を実現するための最も重要な基盤となります。

森永乳業グループでは、2006年5月の会社法施行を機に、「内部統制委員会」を組織し、下部組織として「コンプライアンス部会」「リスク管理部会」「財務報告部会」の3部会を設置し、グループ全体の内部統制をはかっています。

「コンプライアンス部会」では、本社各部・全事業所および全関係会社で「コンプライアンス推進委員」と「サブ推進委員」を任命し、グループ全体でコンプライアンスを徹底する運営機構を構築、部会の下部組織を設け、表示のチェックや個人情報保護などの具体的な課題にも取り組んでいます。



コンプライアンス意識の浸透を全社的に推進しています

森永乳業グループでは、全役員・全従業員がコンプライアンスを日々実践する上での具体的な基準を2002年に「行動規範」「行動指針」として明示しました。全員がその内容を十分に理解して行動することで、「社会から信頼される森永乳業グループ」になることをめざしています。

コンプライアンス意識の浸透のために、事業所、関係会社での研修会や階層別研修、e-ラーニングを実施しています。

森永乳業グループ 行動規範

森永乳業グループは、企業理念の実現とお客さまとの「約束」を守り信頼に応え続けてゆくため、以下の「行動規範」を定めています。森永乳業グループの全ての役員および従業員は、当規範にのっとり、誠意を持って行動することが「コンプライアンスの実践」となります。

1. 安全で高品質な商品とサービスの提供
2. 法令の遵守、社会規範の尊重
3. 環境保護、省資源、省エネルギーへの取り組み
4. わが社を取り巻く全ての方々との関係尊重
5. 安全で働きやすい環境の確保と従業員の人格、個性の尊重

『森永ヘルプライン』安心して相談できる体制を整えています

コンプライアンスに関する相談窓口『森永ヘルプライン』では、コンプライアンス部会事務局による社内相談窓口に加えて、弁護士による社外相談窓口も設置しています。

社外相談窓口は、コンプライアンス全般の相談を受ける男性弁護士と、主にセクハラ問題の相談を受ける女性弁護士の2人で、相談者の所属、氏名、相談内容などは守秘義務で守られているので、誰でも安心して相談できます。

さまざまなリスクを想定し、一元管理体制を構築しています

森永乳業グループは、リスク管理を重要な経営課題としてとらえ、「リスク管理部会」で重要リスクの洗い出しやリスク分析を行い、現状の課題を明らかにし、今後の対策を立案しています。

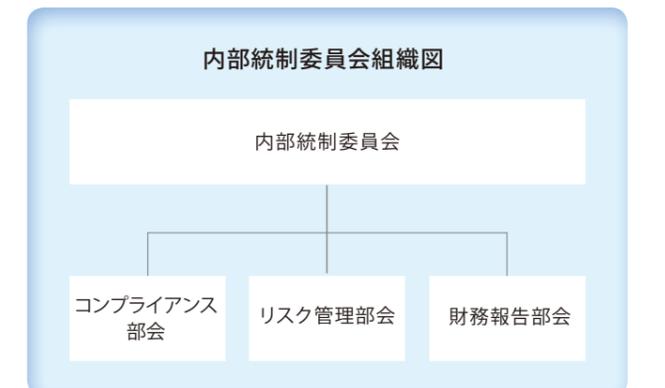
中でも食品企業として特に重要なものは、品質事故、自然災害、環境問題などであると認識し、リスク内容に応じた連絡ルートを定め、問題発生時には迅速かつ的確に経営者まで情報を伝達するとともに、対策を講じられる一元管理体制を構築しています。2009年度は地震対策マニュアルを改定するとともに、新型インフルエンザ対策マニュアルを新たに作成し、流行時の事業継続計画も策定しました。

対策実施は各リスクの主管部門が行い、「リスク管理部会」が進捗を含めて年間通してモニタリングし、半期ごとに活動内容や新たな課題を上部組織の「内部統制委員会」に報告しています。

信頼性の高い財務情報を積極的に開示していきます

森永乳業グループは、財務報告に関する会計処理基準、業務遂行における権限、社内手続きなどについてのグループ共通の諸規定を設け、その周知徹底をはかり、財務諸表の信頼性確保に努めています。

2008年4月から適用された金融商品取引法に対応するために、「財務報告部会」ではグループの内部統制システムの整備状況や運用状況の評価および監査を進め、さらなる信頼性向上に取り組んでいます。





お客さまのことを第一に

「お客さま相談室」を通して お客さまの声を真摯に受けとめています

森永乳業は、1972年の「お客さま相談室」開設以来、商品に関するご指摘、お問合せ、ご相談などを全国から承っています。2009年度には、フリーダイヤル、手紙、メールなど合わせて約10万9千件のお声を頂戴しました。

お客さまへの回答が必要な場合は、速やかに関係部署と連携し、迅速かつ誠実な対応に努めています。

森永乳業は、今後も「お客さま相談室」を「お客さまとの双方向のコミュニケーションの場」として最大限に活用し、お客さまの満足度の向上をめざしてまいります。

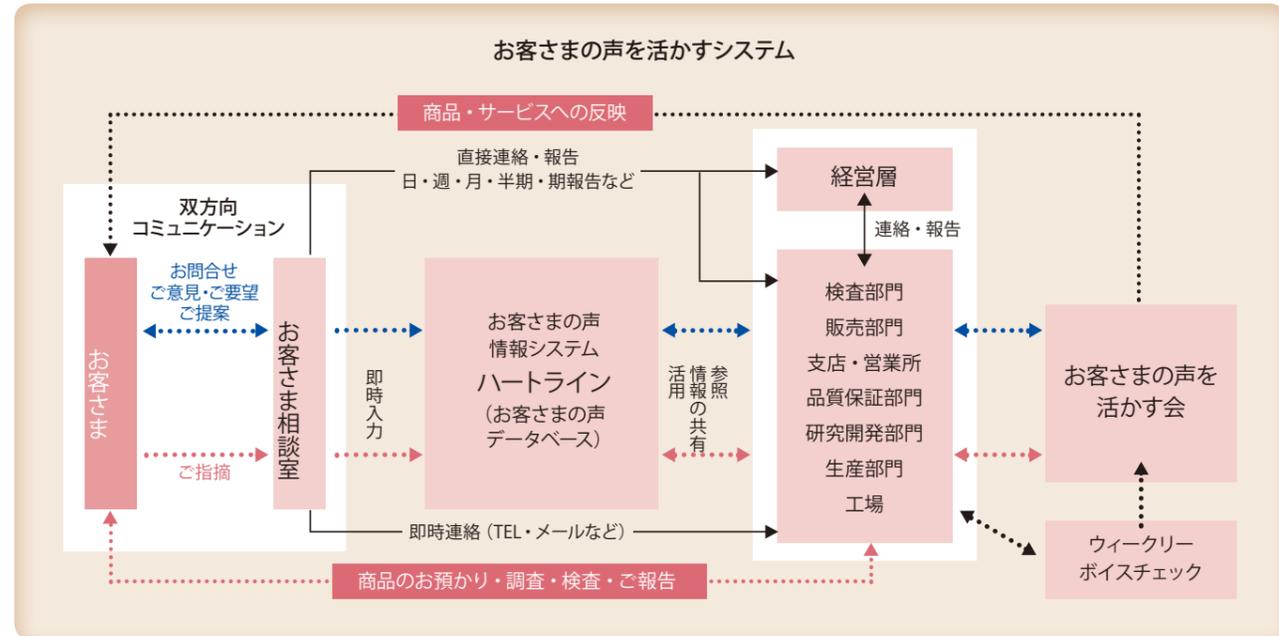
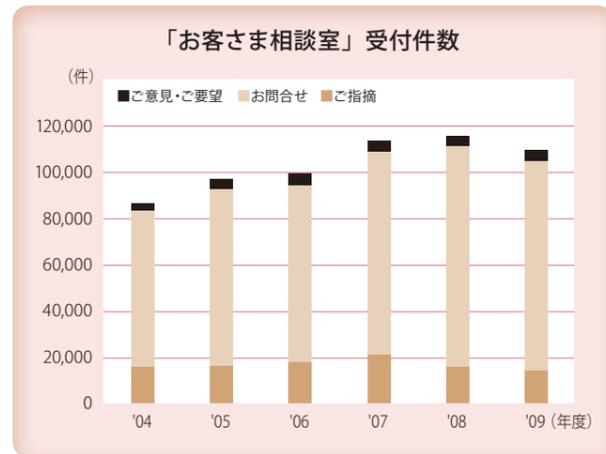
お客さまからの声を最大限に活かしています

森永乳業は「お客さまの声は、貴重な経営資源」と考え、お寄せいただいたお声は、当社の「ハートライン（お客さまの声データベース）」に入力し、各従業員が参照して商品やサービスの開発・改良に活かす仕組みを構築しています。

2009年度は、「1パックでいろいろな味を楽しめるヨーグルトが欲しい」というお客さまのご要望にお応えし、『森永ビビダスヨーグルト バラエティパック（4種の味）』を新たに発売するなど、約70件の改善を実現しました。

「顧客満足度調査」を行っています

森永乳業は、「お客さま相談室」にご連絡くださったお客さまを対象に、1995年から「対応に関する満足度」と「商品・サービスに関するご意見」のアンケート調査を実施しています。「電話対応担当者の態度」、「その後の担当者の対応（訪問）」、「調査結果の報告への納得度」などについて評価をいただき、その結果をサービスや商品の改善につなげるよう努めています。



お客さまや地域の方々のために 「工場見学」を実施しています

森永乳業の商品がどのようにつくられているかを実際にお客さまがご覧になれるように、東京多摩工場、中京工場、神戸工場の3か所で「工場見学」を行っています。見学では、



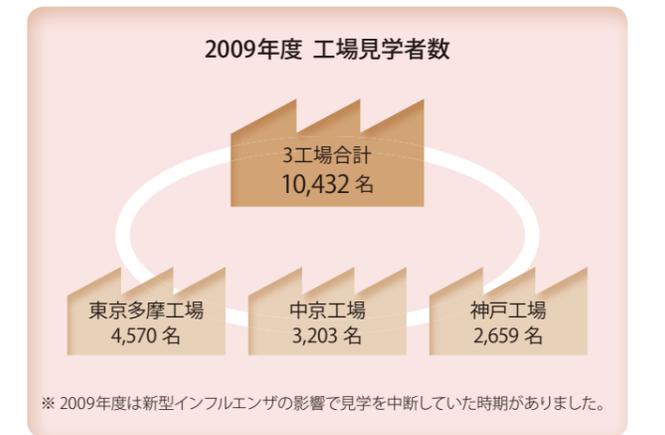
工場の仕事、牛乳・乳製品についてのVTRを見た後で、実際の製造の様子を見学通路から見ていただきます。体験プログラムもご用意しています。



2009年度は、「カッテージチーズづくり体験」（東京多摩工場、神戸工場）、「ピノパフェづくり体験」（中京工場）などのプログラムも行いました。

普段は団体のみのお申し込みですが、夏休みや春休みの「ファミリーデー」は1名様から見学可能で、親子で楽しめる特別プログラムはご家族連れに大変人気があります。

「工場見学」は、当社の衛生的な製造施設や、安全・安心を基本とするものづくりの姿勢、さらに当社製品の品質の高さを知っていただく機会でもあります。今後も、各工場のスタッフと関係各部署で連携をとりながら、さまざまなイベントを計画していきます。



各工場見学の案内



東京多摩工場
(牛乳、果汁飲料、ヨーグルトなどの製造)
所在地：東京都東大和市立野 4-515
1団体5～60名。幼稚園年長以上。
お申し込み・お問合せ：
森永乳業（本社）お客さま相談室
☎ 0120-369-744



中京工場
(牛乳やアイスクリームなどの製造)
所在地：愛知県江南市中奈良一ツ目 1番地
1団体15～90名。小学生以上。
お申し込み・お問合せ：
森永乳業（東海支店）お客さま相談室
TEL 052-936-1522



神戸工場
(乳飲料、ヨーグルト、流動食などの製造)
所在地：兵庫県神戸市灘区摩耶埠頭 3番
1団体 15～100名。小学生以上。
お申し込み・お問合せ：
森永乳業（関西支店）お客さま相談室
TEL 06-6341-0271



従業員とともに

従業員の健康と安全は、企業経営の最優先課題です

森永乳業グループは、従業員の健康と安全の確保は、企業経営の最優先課題であると考え、以下の「安全衛生基本方針」を定めるとともに、工場毎に労働安全衛生法に基づく安全衛生管理体制を組織して取り組みを進めています。

安全衛生基本方針

1. 安全衛生は、企業経営・企業存立の基盤であり、従業員の協力の下に安全衛生を確保することは経営者の最も重要な責務である。
2. 従業員の健康管理の為、事業場の環境管理はもとより、定期的に健康診断などを実施し産業医等と連携を密にし、従業員の健康増進に配慮する。
3. 労働安全衛生法はもとより、其れに基づく命令、ならびに諸規程を遵守する。

安全活動を継続的に推進しています

無災害日数 (2010年3月31日現在)	
松本工場	8754日
富士工場	6629日
盛岡工場	6093日
別海工場	5520日
徳島工場	5178日
福島工場	4985日
佐呂間工場	4619日

森永乳業では、リスクアセスメントおよびその結果に基づくリスク低減対策の実施について全事業所で取り組んでいます。今後も先取り型の安全活動のレベルアップに向け積極的に推進していきます。

2010年7月1日には、盛岡工場が平成22年度の安全衛生に係る優良事業場として、厚生労働大臣奨励賞を受賞しました。平成12

年岩手県労働局長奨励賞、平成17年、同優良賞に続いての受賞となりました。また、日々の取り組みが着実な成果につながり、上記工場は無災害日数記録を更新中です。

ワーク・ライフ・バランスを推進しています

森永乳業では、従業員1人ひとりがやりがいのある仕事を効率的に行うことで、個人の生活を充実させ、そこから得た知識や経験を仕事に活かして成果に結びつけていくことを目的に、ワーク・ライフ・バランスの浸透に努めています。

「マイ・ホリデー制度」で有休取得を促進

従業員の年次有給休暇取得を促進する「マイ・ホリデー制度」を2007年5月から導入しています。保有する年休のうち年間3日間を年間計画表に記載して上司に提出し、計画的に休暇を取得する制度です。

この取り組みにより、年休取得率(取得/付与)は年々向上し、2009年度も目標の50%を上回る54.5%を達成しました。

「ノー残業デー」の取り組み

業務にメリハリをつけ、仕事の生産性をあげることで余裕のある時間をつくり、個人の生活も仕事も充実させる。それによってワーク・ライフ・バランスの実現ができるように、週1~2日の「ノー残業デー」と、本社ではさらに年4回の「ノー残業ウィーク(家族の週間)」を設定するなど、全社的に取り組みを進めています。

育児支援制度の充実をはかっています

森永乳業では、従業員が家庭と仕事を両立できるよう、子育て支援策の充実をはかっています。

※2008年と2010年、子育てをサポートしている事業主としての認定を厚生労働省より受け、「次世代認定マーク(愛称:くるみん)」を取得しました。



従業員の声



育児休職制度を利用しました

大和工場 関 祐治

次女の誕生を機に、初めて育児休職制度を利用しました。沐浴などの世話を楽しみにしていましたが、実際は長女の保育園の送り迎え、買い物、炊事、洗濯などで大忙し。ゆっくり楽しむ余裕はありませんでした。普段は妻が仕事と両立してくれていることに、改めて感謝しました。より取得しやすくなった育休、男性も積極的に利用するのいいと思います。

2007年度より短時間勤務の導入、育児休職期間の延長、育児休職者手当の支給などを制度化し、現在では多くの従業員が利用しています。

育児休職取得人数				
	07年度	08年度	09年度	計
女性 出産(人)	12	11	19	43
育児休職(人)	10	10	18	40
育児休職割合(%)	83	91	95	93
男性 育児休職(人)	0	4	1	5

再雇用制度で多くの経験を活かしています

さまざまな経験を持つ方に力を発揮していただくために、再雇用制度を導入しています。

森乳エキスパート社員制度

「森乳エキスパート社員制度」では、60歳以上の従業員を再雇用しています。当該従業員にとっては生活の安定を保つことができ、また、職場では能力の高いシニア人材の活用により、

森乳エキスパート制度 再雇用率				
	07年度	08年度	09年度	計
対象者(人)	83	103	116	302
再雇用者(人)	65	82	96	243
再雇用率(%)	78	80	83	80

若手従業員への技術の伝承が促進されています。

リターンジョブ制度

2007年にスタートした「リターンジョブ制度」は、さまざまな理由で当社を一度退職された方が、再び活躍できる道をつくる制度です。退職後に社外で培った技術や知識などを業務に活かしていただけるよう、多様な価値観を互いに尊重しあう社内風土の醸成もはかっています。

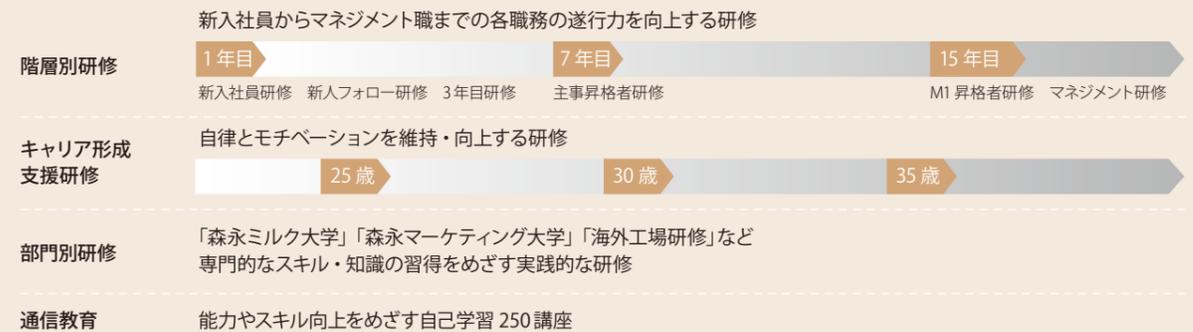
従業員を「人財」ととらえ、育成制度を整えています

森永乳業は「人を大切に、人を育て、人の力で会社を変革していく」という基本理念のもと、従業員一人ひとりと会社がともに成長・発展し、Win-Winの関係を構築することを人財育成の目標としています。

人財育成にあたっては、現場でのOJT(On the Job Training)、集合研修などのOff-JT(Off the Job Training)、通信教育などによる自己啓発、キャリア形成支援の4つの柱を有機的に連動させています。また、従業員の自己啓発支援制度を設け、能力・スキル向上をバックアップしています。

また、創造的な能力開発、職場の活性化、会社の業績向上をはかるために、新製品開発や業務改善に関する提案活動も推進しています。2009年度は、年間提案に94,639件、テーマ提案(あらゆる仕事のムダをどんどん見つけよう!— Check and find out!)に4,879件の応募があり、その中から3件を「大賞」として表彰しました。

森永乳業 集合研修体系





調達先・取引先／株主・投資家

調達先・取引先とともに

森永乳業は、牛乳をはじめとするさまざまな原材料・容器包装の調達先や、販売を担当する事業者など、幅広い取引先とともに事業を行っています。これらの取引先各社とは、情報を共有し、コミュニケーションをとりながら連携を深め、よりよいシステムの構築をめざしています。

たとえば、原材料メーカーに対しては、品質保証書への記載を通して、当該原材料の内訳（配合率、起源物質、起源物質原産国、食品添加物使用の有無など）、アレルギー情報、遺伝子組み換え情報、包装材料の材質の安全性・使用上の安全性、法的規格基準の適合性（残留農薬の基準適合など）、メーカー製造工程における品質管理状況などを確認しています。また、製造所への立ち入り検査を含む品質審査の実施の他、定期的に講習会などを開き、相互協力による品質レベルの向上に努めています。



取引先との「品質管理勉強会」を定期的で開催し、原材料の品質維持・向上や衛生環境改善の取り組みについて、情報共有をはかっています。

酪農家とのつながり

森永乳業グループは、原料乳の生産者である酪農家とのつながりを取りわけ大切にしています。グループ会社の森永酪農販売株式会社では、「お客様の目線で、お客様と一緒に考え、行動し、お客様の良きパートナーとしてお客様とともに楽農を目指します」という企業理念のもと、牛の健康に配慮した新しい飼料の開発や飼養管理の研究を重ね、酪農家に飼料などの生産資材を販売するとともに、酪農家の経営支援も行っています。酪農家とのコミュニケーションを深めるために、情報誌『ファーマーズアイ・モリちゃん』を年2回発行しています。

また、森永乳業創立50周年に合わせて1968年に設立した財団法人森永酪農振興協会では、酪農家の経営発表大会や、専門家の講師を招いての酪農家向け講演会を開催するなど、

酪農振興活動を継続しています。2009年度は、熊本で酪農経営発表大会を開催しました。

株主・投資家の皆さまとともに

森永乳業グループは、株主・投資家の皆さまに当社の企業理念や事業活動についてよりよくご理解いただけるよう、的確な情報開示に努めています。

毎年5月と11月の決算発表後には機関投資家の方々を対象に説明会を開催する他、年間130回以上の個別取材に対応しています。さらに、株主の方々には、定時株主会終了後に、当社の商品をご紹介します。

また、新商品はもちろん、経営情報についてもニュースリリースを通じて積極的に情報発信を行っています。ホームページ上に「IR情報」サイトを設け、決算情報、有価証券報告書、決算説明会資料、株式に関するご案内、株主総会・年次報告書、株価情報、IRカレンダーなどを掲載しています。

株式の状況

ホームページ = http://www.morinagamilk.co.jp/ir/index.html	
発行可能株式総数	720,000,000株
発行済み株式の総数(自己株式3,078,930株をのぞく)	250,958,288株
株主数	32,833名

大株主(上位10名)

①森永製菓株式会社	10.45%
②日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	5.56%
③株式会社みずほ銀行	4.95%
④日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	4.08%
⑤株式会社みずほコーポレート銀行	2.91%
⑥株式会社三菱東京UFJ銀行	2.76%
⑦日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	2.65%
⑧日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(中央三井アセット信託銀行再信託分・株式会社三井住友銀行退職給付信託口)	2.64%
⑨三菱UFJ信託銀行株式会社	1.83%
⑩農林中央金庫	1.52%

(注) 比率は、発行済株式総数から自己株式数を控除した数に基づき算出しています。

社会・地域とともに

社会や地域との連携を大切に考え、社会貢献活動に取り組んでいます

地域活動・環境啓発運動に参加しています

森永乳業グループの従業員は、地域の皆さまとふれあう機会を大切にし、地域の環境美化活動、ボランティア活動などに自主的に参加しています。全国の30を超える製造事業所では地元の清掃活動に参加。地域によっては年々ポイ捨てゴミが減ってきているとの声も聞こえ、長年の地道な活動が実を結んでいるようです。その他、紙パックを回収して地元の社会福祉協議会に提供する活動などにも協力しています。

また本社では「みなと環境にやさしい事業者会議」が主催した2回の「エコバザー」への出品を社内呼びかけ、雑貨類・食器類などを提供しました。

CSR活動の一つとして、乳がんの早期発見、早期治療を啓

発・推進する「ピンクリボン運動」も応援しています。わが国の女性で乳がんを発症する方はおよそ20人に1人と年々増加傾向で、身近な問題です。森永乳業は、宅配事業で定期的にご家庭にお届けしている商品や健康情報などをピンクリボンの啓発に役立てられると考え、2008年度から宅配専用商品へのピンクリボンロゴの表記などを行っています。また、日本対がん協会主催の「ピンクリボンフェスティバル」のウォーキングイベントにも従業員が参加しています。

また、森永乳業グループは、環境省が呼びかけている「CO₂削減/ライトダウンキャンペーン」の主旨に賛同し、2008年夏からグループ会社を含む複数の事業所が参加しているほか、関係の深い牛乳販売店の皆さまにもキャンペーンへの参加を呼びかけています。2009年度は、6月21日から7月7日の期間、午後8時から10時までライトアウトを行うとともに、通常は毎週水曜日に行っている「ノー残業デー」を7月7日にも実施し、ライトダウンを後押ししました。CO₂をできるだけ排出しない低炭素社会の実現に向けて、今後もライトダウンキャンペーンの実践と拡大をはかっていきます。



2009年度は「ピンクリボンフェスティバル」の神戸大会(写真上)に12名、仙台大会(写真下)に14名が参加しました。



①徳島工場/飯尾川清掃活動参加
③日本製乳糠野目工場/工場周辺水路清掃



②清水乳業/興津川クリーン作戦参加
④郡山工場/工場周辺の清掃活動



社会・地域とともに

寄贈・寄付などを行っています

森永乳業では社会貢献活動を重視し、会社と従業員が一体となって取り組んでいます。

2006年に従業員が自発的な意思で、会員制の寄付組織「森乳スマイル倶楽部」を設立しました。森永乳業は、マッチングギフトとして、社員有志から集まった寄付金と同額を拠出し、社会貢献活動を支援しています。

2009年度は災害支援として9月にサモア島地震とスマトラ島沖地震、2010年1月のハイチ地震、3月のチリ地震の被災地へ、日本赤十字社などを通じて寄付しました。また、社会貢献活動支援として日本赤十字社、(財)日本ユニセフ協会、(財)交通遺児育成基金、国際連合世界食料計画WFP協会、国境なき医師団、(財)骨髄移植推進財団、(社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン、(財)日本盲導犬協会の8団体に寄付を実施しました。

「森乳スマイル倶楽部」の活動内容を知っていただく機会として2009年11月に「第1回活動報告会」を森永プラザビル(東京)で開催し、当社従業員だけでなく一般の方々にも活動をPRしました。当日は、活動の主旨やこれまでの活動を展示・報告するとともに、今までに寄付を行ってきた国際連合世界食料計画WFP協会、(財)日本盲導犬協会をお招きし、それぞれの活動内容を説明していただく機会を設けました。



「第1回活動報告会」の様子。多くの方が足を止め、熱心に話を聞いてくれました。



森乳スマイル倶楽部委員と一緒にポーズ! 盲導犬アイデア号は見学者に大人気でした。

次世代育成と食育の活動を展開しています

「リトルエンゼル育成」を毎年共催しています

森永乳業と森永製菓は、一般公募で全国から集まる50人の小学生(3~6年生の男女)を無人島での大冒険に招待する「森永リトルエンゼル育成」キャンペーンを毎年実施しています。

場所は、豊かな自然が残り、美しい海に囲まれた奄美大島の江仁屋離島(えにやはなれじま)。電気や水道もない生活を体験し、海や山で思い切り遊びながら、自然環境の大切さや命の重さについて学びます。自分で釣った魚を食べたり、海水から塩をつくったり、友達と助け合っの調理や配膳を通して、「食」にも真剣に向き合います。真水に限られているので、水の大切さも痛感します。



電気も水道もない無人島でたくましく成長する子どもたち。

たった5泊6日の冒険ですが、子どもたちは驚くほどたくましく、いきいきと輝きはじめます。「この体験が自信にもつながり、学校でリーダーになった」「水や食べ物を大切にしようになった」といった感想も毎年たくさんいただきます。また、「自分のことは自分でできるようになった」「家で水や電気の無駄遣いを家族に注意している」といったお手紙を親御さんからいただき、スタッフ一同感激しています。

参加した子どもたちが、自分たちが住む地球のこと、その中で生きていくということを真剣に考えるきっかけとなり、多くの人々に平和と幸せを運ぶ「リトルエンゼル=小さな天使」に育ってほしいと願い、この活動を続けています。

出張料理教室で「食育」を支援しています

「乳の優れた力を基に新しい食文化を創出し、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」という森永乳業の経営理念を実現する活動のひとつとして、出張型料理教室『M'S Kitchen(エムズキッチン)』を全国10か所の支店および事業所を中心に展開しています。

『M'S Kitchen』では、「もっと美味しく、もっと楽しく、もっと素敵に」をスローガンに、乳幼児からシニアまでさまざまな世代に合ったメニューをご提案しています。カルシウム豊富な乳製品を使ったおいしいメニューは、広い世代に人気です。一般向けの料理教室では、牛乳や乳製品を使う「乳和食」コースが特に好評です。小学校への出張授業では、火を使わずにできる簡単クッキングで、料理の楽しさにふれる機会を提供しています。2009年度は乳幼児を持つお父さんお母さん



乳製品と和食の相性の良さなどの新しい発見や、自分で料理をする楽しさを体験していただけます。栄養についても、講話でわかりやすく学べます。



を対象とした離乳食教室も開催しました。2009年度は合計約38,000名ものお客さまにご参加いただきました。

また、2009年6月に島根県松江市で開催された『第4回食育推進全国大会』にも出展しました。



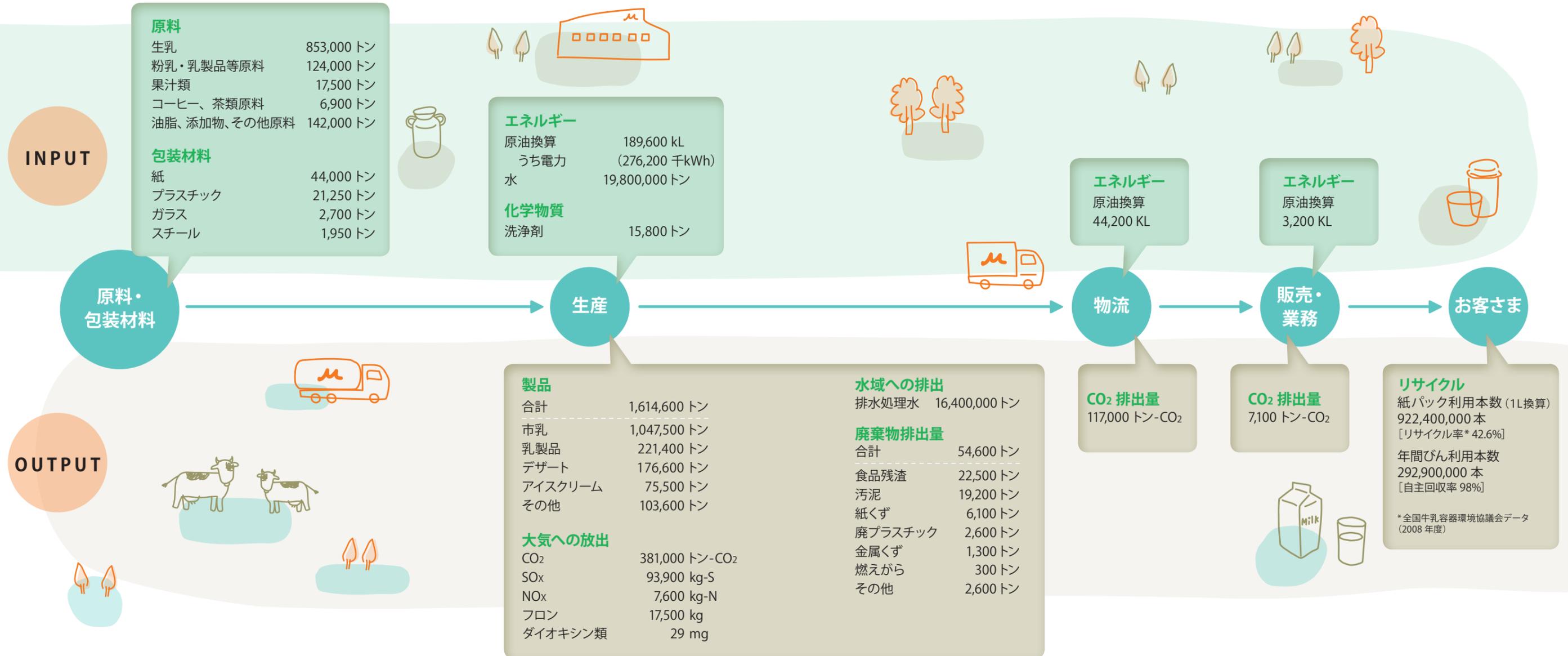
食生活改善運動を推進しています

森永乳業は、酪農・乳業界と協働し、「乳製品を1日3回または1日に3品目摂取して健康な体をつくろう」という食生活改善運動『3-A-Day』を推進しています。2003年にアメリカで本格的にスタートした運動で、世界的に広まっています。1日牛乳200mL、ヨーグルト100g、チーズ20gを目安に摂取することを多くの人にすすめ、食生活改善と健康維持増進に貢献していきます。



ライフサイクルと物質フロー

森永乳業は、できるだけ環境負荷の小さい商品づくりをめざし、製造の各過程でのエネルギー消費、排気・排水・廃棄物の発生を削減する努力を積み重ねています。



ライフサイクルと物質フロー

森永乳業グループの原料・包装材料、エネルギー投入量および環境へ排出した環境負荷物質、副産物・廃棄物はフローのとおりです。法令基準値より厳しい自主基準値を定め、環境影響の低減に努めるとともに、低炭素社会実現に向けて省エネルギー、環境保全技術開発の推進、循環型社会形成に向けての省資源を考慮した調達、ローコストオペレーションによる生産活動、3R (リデュース・リユース・リサイクル) による廃棄物削減などの環境保全活動に取り組んでいます。

1. 工場の取り組み

関係会社を含む全工場では、国際規格ISO14001あるいは環境省策定規格エコアクション21に基づく環境マネジメントシステムを構築して活動しています。2009年度は市乳・乳製品・デザート・アイスクリーム・その他製品製造量が前年比102%と増加しましたが、エネルギー使用量およびCO₂排出量は前年比99%に低減。環境負荷物質排出量は、フロンなど一部増加した項目がありましたが、硫酸化物その他の環境負荷物質、副産物・廃棄物排出量は前年に比べ削減しました。

2. 物流の取り組み

ローコストオペレーションや環境変化に対応した物流体制の構築などの課題に対応し、得意先配送費、中間配送費、入庫・保管量を削減するため、車輦大型化、営業部門との協働等による配送車輦の削減、転回送管理システムの活用による「見える化」、車輦毎の積載率向上、配送センターの体制強化とシステム化による効率化などの対策を実施しています。2009年度燃料使用量およびCO₂排出量は、前年比98%に削減しました。

3. オフィスでの取り組み

本社、研究情報センター、全国の支店・営業所でも省エネルギーや廃棄物削減などの環境保全対策を推進しています。営業車のエコドライブ推進、クールビズ・ウォームビズの実施、エアコン設定温度の適正化、不要照明の消灯などに取り組んでいます。2009年度は、本社・研究所・支店のエネルギー使用量は前年比99%でした。2010年度4月から改正省エネルギー法が施行になり、業務部門も工場と同様に省エネの取り組みの対象事業所となります。

環境目標と達成状況

循環型社会の実現に向けて、 環境負荷削減と環境保全に取り組んでいます

地球環境保全が人類共通の最重要課題のひとつであること

を認識し、地球温暖化防止、循環型社会形成と生物多様性保護を推進するために、森永乳業グループでは3年毎に「環境対策中期目標」を策定しています。また、毎年数値目標を設定し、達成状況を検証しています。

森永乳業の 環境基本方針

- 森永乳業グループは、環境負荷の少ない企業活動を推進するために、次の4つを基本方針としています。
1. 環境負荷物質の排出、その他の環境への悪影響を、製品の設計、原料資材の選定および調達、ならびに製品の生産から廃棄に至るまでの各段階を通じ、可能な限り減少させる。
 2. 製品の生産、流通、消費、廃棄の各段階において投入する資源およびエネルギーの節約をはかる。
 3. 廃棄物発生抑制・再資源化および適正処理に努める。
 4. 環境保全に関わる技術を開発し、この提供を通じて社会的な環境保全に貢献する。

2007年～2009年 環境対策中期目標 達成状況検証

- 目標** 1. 関係会社での「エコアクション21」認証取得など環境マネジメントシステムの充実をはかる。
- 実績** ISO14001 → 自社全工場および関係会社4社に導入した。
エコアクション21 → 関係会社9社(残り4社)が認証取得
環境マネジメント運用 → 2008年2月からISO14001 マルチサイト運用開始
- 目標** 2. 環境報告書(2008年度よりCSR報告書)を継続的に発行し、活動の確認と取り組み意識の高揚に努める。
- 実績** 環境報告書 → 2007年～2009年で発行(2008年度よりCSR報告書)
- 目標** 3. 温暖化対策としてエネルギー原単位を年率1%減少させる。
- 実績** 2006年度と比較して1.7%増加した。ただし、二酸化炭素排出原単位は2006年度と比較して1.3%減少した。
- 目標** 4. 廃棄物再資源化率を2009年度末までに2006年度実績から3ポイント向上させる。
- 実績** 2006年度と比較して1.2ポイント悪化した。ただし、2008年度末では2006年度比で1.8ポイント向上し、2009年度は廃棄物外部委託先の特殊事情により一つの工場だけで全体の3.7ポイントを悪化させたが、2010年度6月でその対応が完了している。
- 目標** 5. 製品・容器開発を含めた環境関連の新技術開発を進める。
- 実績** カフェラッテ容器、ビヒダス容器、紙製飲料容器等の軽量化を実現した。
2009年までの中期目標達成状況を分析した上で、日本および世界の環境保全動向を踏まえて2010年度から3カ年の環境中期目標を策定した。

2010年～2012年 環境中期目標

1. ISO14001 マルチサイト統合システムの強化およびエコアクション21 認証取得を推進する。
2. 温暖化対策として二酸化炭素排出量を年率1.0%低減する。
3. 食品廃棄物発生原単位を2012年度末までに2008年度比で25%以上低減し、食品リサイクル率を80%以上に向上する。
4. 産業廃棄物発生原単位を2012年度末までに2008年度比で25%以上低減し、廃棄物再資源化率を98%以上、直接最終処分率を0.5%以下まで改善する。
5. 用水使用量、排水処理量を2012年度末までに2008年度比で3.0%以上低減する。
6. 容器包装に関連する環境負荷を低減する。
7. 生物多様性の保全を支援する。

環境マネジメント

環境保全対策を推進するために、 環境マネジメント体制を構築しています

組織体制を確立しています

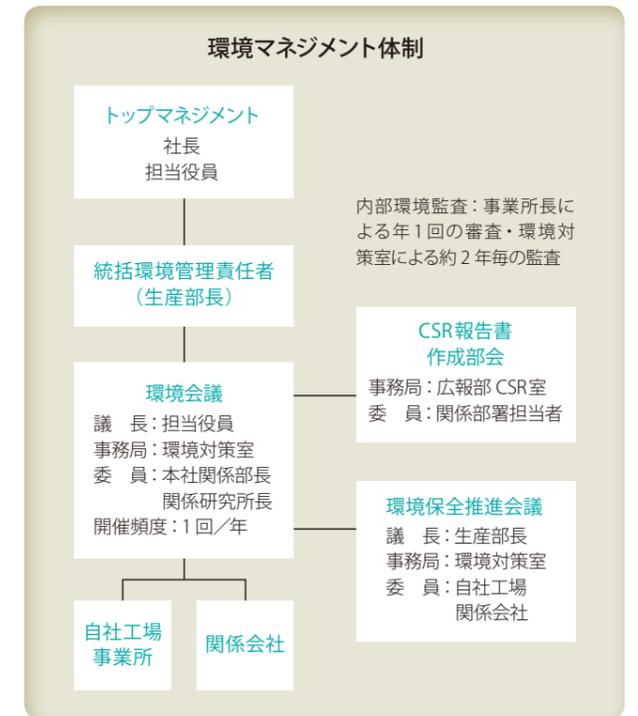
森永乳業グループでは、1993年に「環境保全業務要項」を制定し、これを行動規範とする環境マネジメント体制を整え、環境保全の取り組みを推進しています。環境マネジメント体制は、社長および担当役員をトップマネジメント、生産部長を統括環境管理責任者として構成されています。議長である担当役員のもと、本社関係部長と関係研究所長の委員からなる「環境会議」で総合的な方針を決定し、目標設定と達成状況について社長に報告する役割を担っています。

また、「環境会議」の下部組織として「環境保全委員会」を各工場・各事業所やグループ企業に設置し、環境方針や環境マネジメントシステムを浸透させています。環境マネジメントシステムが適切に運営されているかをチェックするために、年に1度の事業所長による審査と、約2年毎の環境対策室による監査も行っています。

ISO14001 定期審査結果について

森永乳業および生産関係会社では1999年の松本工場を皮切りにISO14001 認証取得を進め、2008年に本社、本工場を統合してマルチサイト化しました。また、他の生産関係会社は環境省が策定した環境マネジメントシステム「エコアクション21」の認証を取得して環境負荷低減、環境保全活動推進に取り組んでいます。

2009年9月に本社、佐呂間、別海、札幌、盛岡、福島、郡山の各事業所を対象として外部認証機関BSIグループジャパン社によるISO14001 認証の第1回継続審査が実施され、5件の優良点を含め20件の観察事項および1件の不適合がありました。上記指摘事項については是正を行いました。



本社	東京多摩工場	近畿工場
研究情報センター	大和工場	西日本市乳センター
佐呂間工場	村山工場	関西酪農事務所
別海工場	東日本市乳センター	神戸工場
札幌工場	関東酪農事務所	徳島工場
盛岡工場	装置開発研究所	エムケーチーズ
福島工場	松本工場	横浜乳業
郡山工場	富士工場	富士乳業
利根工場	中京工場	清水乳業
東京工場		

森永北陸乳業 富山工場	九州森永乳業
森永北陸乳業 福井工場	東洋醗酵乳
熊本乳業	シェフォーレ
東北森永乳業 秋田工場	日本製乳
東北森永乳業 仙台工場	浦幌乳業
東洋乳業	

省エネルギー対策と自然エネルギー活用

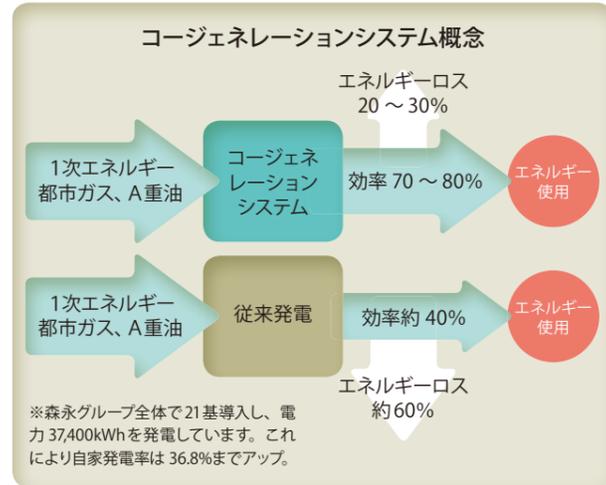
省エネルギー対策

森永乳業の工場では、燃料・電力の高効率利用として、コージェネレーションシステム、高効率貫流ボイラー、ターボ冷凍機、夜間電力利用の蓄冷システムを導入しています。製造で排出される廃熱の再利用も実施しています。

燃料の高効率利用

●コージェネレーションシステム

最大の特徴は、従来は捨てられていた発電時の廃熱を有効利用できること。エネルギーの総合効率が70～80%となり、従来の約40%と比べて効率が2倍も向上します。化石燃料消費量とCO₂発生が抑制できます。

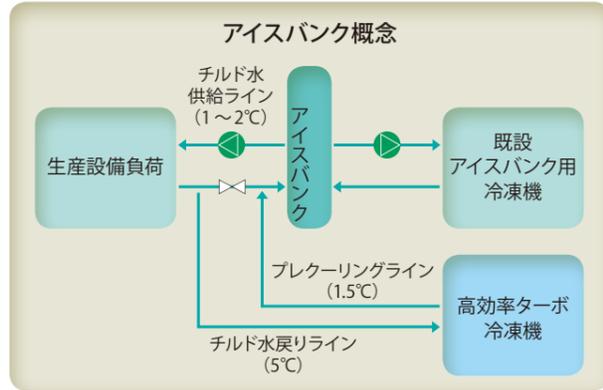


夜間電力による蓄冷システム

●水蓄熱設備「アイスバンク」

森永乳業の各工場に設置された水蓄熱設備「アイスバンク」は、夜間電力で水槽に氷をつくり、その氷を溶かした冷却水を日中の製造時に利用。電力使用量が最大となる日中の電力使用低減で、地域のデマンド制御の安定にも貢献しています。

神戸工場では、夏場のピークは「アイスバンク」の氷が午前中でなくなってしまうため、高効率ターボ冷凍機を設置して改善。冷却水の戻り水を冷却することで日中はターボ冷凍機のみで運転に抑え、年間約3,100千kWhの電力量を削減するとともに、通常の電力使用で換算すると約1,700トンのCO₂排出を削減しています。



太陽光・風力・水力・バイオマスなどの自然エネルギーの活用を推進しています

石油・石炭・天然ガスなどの化石燃料以外の再生可能な自然エネルギーの活用を推進しています。

太陽光発電

東京多摩工場では、リサイクルセンター屋上に設置した太陽光発電装置で発電された電力も使用しています。この装置は2003年2月から運用を開始して以来、毎年約40,000kWhの電力を供給しています。通常の電力使用で換算すると、約22トンのCO₂を削減したことになります。

東京多摩工場 太陽光発電／発電量実績 (単位: kWh)

05年度	06年度	07年度	08年度	09年度
34,157	34,639	39,181	37,700	36,480

バイオマス熱利用設備

神戸工場のバイオマス熱利用設備（→ p.16）の運転開始により、コーヒーかすなどがバイオ燃料として利用されるため、通常の電力使用時との換算比較で年間約1,900トンのCO₂排出量を削減できることとなります。

グリーン電力購入

再生可能な自然エネルギーで発電された「グリーン電力」を委託購入する仕組みを利用し、神戸工場では、酪農家が家畜糞尿のメタンガス発酵で発電した電力を購入しています。2009年度は50万kWhを購入し、これは約280トンのCO₂排出削減に相当します。

エネルギーと二酸化炭素

エネルギーの使用削減とCO₂排出量削減に努めています

森永乳業グループでは、商品の製造過程でのエネルギー使用とCO₂排出量の削減に取り組むとともに、生産量に対してのエネルギー使用とCO₂排出割合（原単位）を抑える努力を重ねています。

2009年度のエネルギー使用量とCO₂排出量

2009年度、エネルギー使用量は前年に比べ1.1%減らすことができました。神戸工場でのバイオマス熱利用設備の本格稼働や別海工場の新チーズ製造棟、東北森永乳業仙台工場の製造の安定化、その他さまざまな取り組みで生産効率が向上した成果です。CO₂排出量も、エネルギー使用量の減少にともなって削減できました。

2009年度のエネルギー原単位とCO₂排出原単位

2009年度の製造量は2.4%増でしたが、エネルギー使用量およびCO₂排出量は削減できたので、エネルギー原単位およびCO₂排出原単位はともに前年比3.4%削減。今後もさらなる省エネルギーとCO₂排出の抑制を進めていきます。

電力購入量と自家発電率

2009年度は、エネルギー調達コストを考慮して、燃料を使用する自家発電（コージェネレーション）の稼働率を調整し、外部からの電力購入を増やしました。その結果、自家発電量は0.5%低下、電力購入量は0.6%増加しています。今後も世界的なエネルギー需給状況などを考慮しつつ、最適な電気エネルギー調達を進めます。

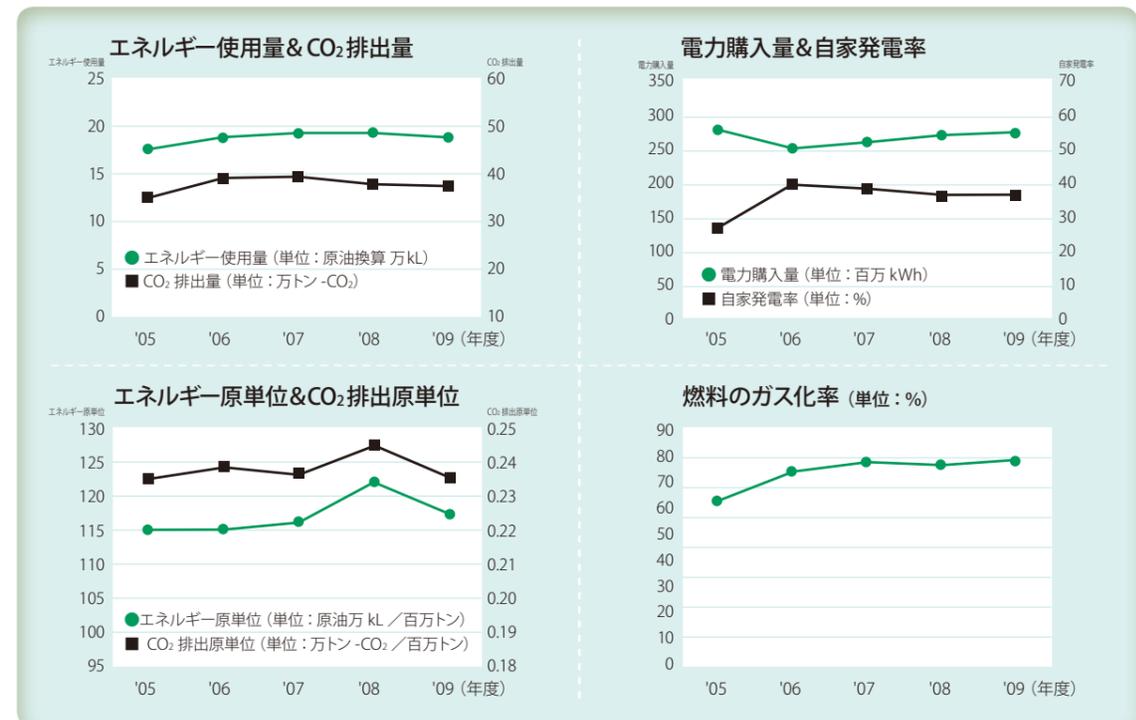
燃料の都市ガス化

都市ガス等の気体燃料は、重油等の液体燃料に比べて熱量あたりのCO₂発生量を低く抑えられます。森永乳業の工場では、現在約80%のガス化率（電気を除くエネルギーのガス使用割合）を今後さらに高めていく計画です。

原単位とは？

原単位は、1年間の使用量または排出量を生産量で除したものです。

$$\text{原単位} = \frac{\text{1年間の使用量・排出量}}{\text{1年間の生産量 (kL・トン)}}$$



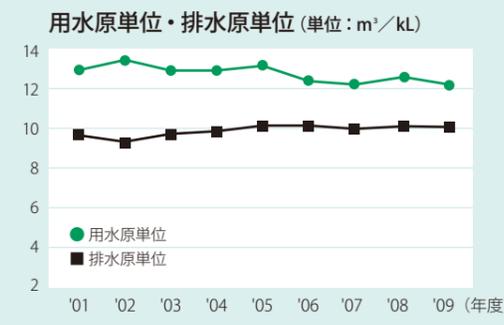
用水の使用と排水

水資源を大切に使用し、排水管理を徹底しています

森永乳業グループは、工場での水資源の無駄づかいをなくすための改善を積み重ねるとともに、排水処理技術の開発・改良を重ね、水質保全に取り組んでいます。

用水の使用と排水

森永乳業グループでは、自然の恵みである水の使用量と排水量を削減する努力をしています。2009年度に工場全体で使用した用水は1,980万トン、排水処理施設から排出した処理水は1,640万トン。製造量は前年比で微増しましたが、用水使



用量は減少。原単位（製造量に対する割合）も向上しました。一方、排水処理施設からの処理水量は増加しましたが、原単位はほぼ横ばいでした。

水の循環利用

森永乳業の工場における水使用量の約60%は製造器機の洗浄に使われていて、その使用量を節減するために、可能な限り循環利用の工夫を重ねています。

各工場では、熱エネルギー利用の効率化をはかるために開発された解析手法「ピンチ・テクノロジー」を応用した「ウォーター・ピンチ・テクノロジー」を導入し、再使用可能な回収水量を把握・解析し、用水利用の最適化を見極め、循環利用しています。たとえば、生産装置の洗浄は、水による最初のリンスからはじまり、アルカリ洗浄、中間リンス、酸洗浄、最終リンスの順に自動的に行われており、それぞれのリンス時間を最適化することで水の使用量を徹底して節減しています。また、最終リンス後の水は回収され、最初のリンスに循環使用されています。

さらに、排水処理技術の向上によってよりきれいな水を自然に還すよう努めるとともに、処理後の水をトイレの流し水や樹木への撒水に利用するなど、最後まで無駄なく使う工夫もしています。また、工場の廃棄物置き場や燃料貯蔵所などが地下水への汚染が生じないように、管理を徹底しています。

水資源を守る

森永乳業の富士工場では、富士山の湧き水を資源として使っているため、山麓にブナ林を植樹する水源涵養に取り組んでいます。また、森永乳業グループは、水資源を含む環境保全活動の一環として、工場敷地の緑化を以前から進めています。現在、グループ全体の工場敷地面積の約20%にあたる約33ha（東京ドーム約7個分）が緑地化されています。



富士工場の植林活動

工場の排水処理を徹底するために独自の排水管理技術を開発しています

工場での排水処理

森永乳業グループは、使用後の排水をきれいに自然に還すために、すべての工場に排水処理設備を完備しています。殆どの工場では「活性汚泥処理法」を採用し、「活性汚泥」と呼ばれる微生物が、排水の汚れである栄養成分を食べ、これを水と二酸化炭素に分解することで汚れを取り除いています。微生物には酸素が必要なため、排水処理層では空気を送り込むとともに、微生物が増えすぎないように一部引き抜きも行っています。加えてろ過処理設備を導入し、浄化した水をさらにきれいにしている工場もあります。

このような排水処理装置の適切な運転管理を継続するために、毎年1回研修会を開催し、工場幹部の意識向上と管理担当者の技術向上をはかっています。

森永エンジニアリング(株)の排水処理技術

森永エンジニアリング(株)では、工場排水の浄化処理を事業の柱としています。森永乳業グループの工場をはじめ、全国の食品製造工場や農産・水産・畜産加工場で排水処理設備の設計・建設、運転管理の指導・維持管理を業務としています。これまで納入した排水処理設備の数は1,300か所以上。この分野ではトップクラスの実績です。

多くの排水処理設備が全国で日々稼働し、日本の水環境は確実に改善されていると考えられます。川水や地下水がおいしい食品の原料となり、使用後は河川や海に「お帰りなさい」と言ってもらえるよう、今後も排水浄化に努めます。

森永エンジニアリング(株)では食品廃棄物の再利用、減量化のための設備設計・建設・運転管理も行っています。



食品残渣濃縮装置

水質管理技術「ピュアスター」

森永乳業グループの水質管理技術で開発された微酸性電解水「ピュアスター水」は、希塩酸を加えた原水を電気分解してつくられる殺菌剤です。殺菌力のある次亜塩素酸を多く含む塩素系の殺菌剤でありながら、一般に使用されている次亜塩素酸ナトリウムが塩素100~200ppmという高濃度なのに対し、10~30ppmという低濃度。しかも、ほぼ同じ殺菌力があります。

「ピュアスター水」は水道水感覚で使用できる安全で有効な新しい殺菌剤として、中国、台湾、インドネシアなど海外での活用例も増えています。

「ピュアスター水」の特長

- 安全性** 塩素濃度が低く、トリハロメタン、塩素酸等の有害物質は水道水レベルで、極めて安全な殺菌剤です。
- 環境への影響** 塩素濃度が低く、使用後は普通の水に戻るため、環境への影響や塩素臭も殆どなく、作業環境も向上します。
- 汎用性** 食品工業をはじめ、医薬、介護、化粧品、水産、そして農業(減農薬)と非常に広い範囲で応用できます。
- 使いやすさ** ノロウイルスやインフルエンザウイルス等のウイルスにも有効。カビ等さまざまな細菌汚染の予防には最適です。



ピュアスター装置

ゼロエミッション

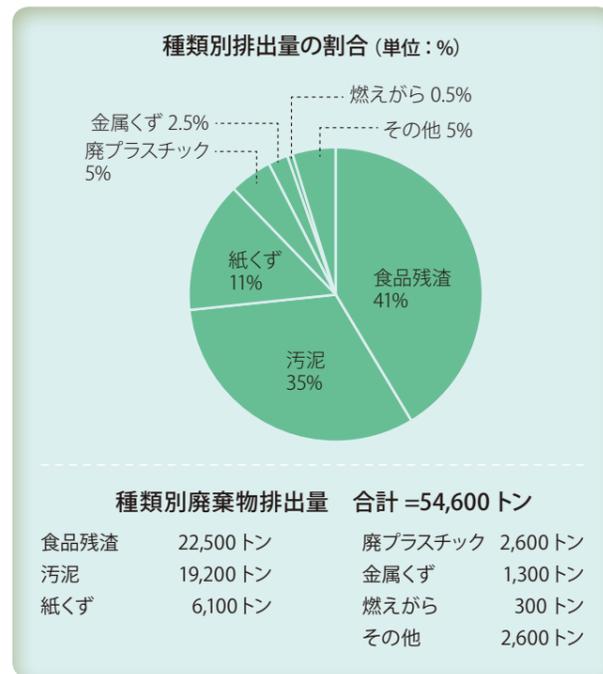
年間計画・目標を設定し、「ゼロエミッション」を確実に進めています

廃棄物を再資源化し、最終処分/埋立量をゼロに近づける「ゼロエミッション」(*)を推進しています。各工場では「環境保全業務要綱」に基づく基本方針を作成し、年間計画・目標を立てて確実に取り組みを進めています。

(*) 当社では「ゼロエミッション」の基準を、再資源化率 99.0%以上を3年以上維持と定義。

廃棄物の種類と排出量

工場の廃棄物には、固体残渣、液体残渣、廃プラスチックなどがあり、2009年度は食品残渣が最も多く41%、次いで



汚泥が35%、以上2種で全体の76%を占めます。2009年度は、神戸工場の約8,000トンの削減をはじめ各工場での努力によって前年比81%、54,600トンまで削減しました。

再資源化率

再資源化は2009年度末までに2006年度比3%向上の98%が目標。さまざまな取り組みを継続実施しましたが、2009年度は前年比3%悪化の93.7%でした。

食品リサイクル法(*)定期報告について

工場等で発生する食品廃棄物の発生抑制、リサイクルを推進しています。2009年度の再生利用等実施率は82%(当該年度基準52%、定期報告制度の最終2012年度の目標80%)。前年比21ポイント向上。神戸工場のバイオマス熱利用設備の稼働をはじめ、各工場での対策の成果です。その結果、発生原単位(**)も前年比67%まで向上しました。

(*) 食品循環資源の再生利用の促進に関する法律
(**) 発生原単位=食品廃棄物等の発生量/製造量

15事業所で99%以上の再資源化率達成

各事業所において再資源化率を向上させる地道な努力を積み重ねた結果、2009年度は、再資源化率99%以上を達成した事業所は昨年と同数の15事業所になりました。

札幌工場	村山工場	エムケーチーズ
郡山工場	松本工場	清水乳業
利根工場	神戸工場	九州森永乳業
東京多摩工場	北海道保証牛乳	沖縄森永乳業
大和工場	東北森永乳業仙台工場	フジポート熊本工場



容器包装の省資源化

容器包装への環境配慮

森永乳業グループは、独自の「エコパッケージガイド」を制定し、商品の企画・開発段階から3R(リデュース・リユース・リサイクル)、安全性と使いやすさに配慮した容器包装の開発・改良に努めています。「お客さま相談室」に寄せられた貴重なご意見やご指摘を活かした多数の改良事例は、当社ホームページでもご紹介しています。

2009年度の容器包装改良の事例

① カップ飲料(カフェラッテ、リプトン等) 段ボールの軽量化



カフェラッテの従来の段ボールは約120gでしたが、2009年度に約110gに削減。年間販売実績(約5,000万枚)で換算すると、約500トンの削減となります。

② 多層デザートフィルム蓋の薄肉化



多層デザート(東京工場で製造しているホイップ等をのせたデザート)のフィルム蓋は厚さ約90μmでしたが、2009年度に約60μmに薄肉化しました。年間使用実績(フィルム1メートルあたり約40gの削減、年間使用量476,400m)で換算すると、約19トンの樹脂使用量の削減となります。

③ アロエヨーグルト容器(紙カップ、アルミ蓋)の軽量化

アロエヨーグルト85gの容器を1個あたり0.26g軽量化しました。これにより紙カップとアルミ蓋の使用量を1年間で約71トンも削減できます。



環境啓発活動への参加

森永乳業グループは、循環型社会の実現をめざし、商品の容器包装への環境配慮を推進するとともに、容器包装リサイクルの啓発活動にも積極的に参加しています。

2009年度の取り組み

容器包装リサイクルの推進

森永乳業は、リサイクルに関する以下の協議会に加入し、3Rの推進に取り組んでいます。

	プラスチック容器包装リサイクル推進協議会 http://www.pprc.gr.jp/
	紙製容器包装リサイクル推進協議会 http://www.kami-suisinkyo.org/

紙パックリサイクルの取り組み

森永乳業は、全国牛乳容器環境協議会のメンバーとして、全国牛乳パックの再利用を考える連絡会と協働し、紙パック回収率向上に取り組んでいます。2009年度は、滋賀、新潟、神奈川で「牛乳パックリサイクル促進地域会議」が開催され、自治体、関連メーカー、古紙回収事業者、市民団体と相互理解を深めました。また全国2か所で牛乳パックリサイクル講習会、全国6つの小学校での出前授業にも参加しました。



「エコプロダクツ展」に参加

2009年12月10~12日に開催された「エコプロダクツ展」に全国牛乳容器環境協議会が出展し、森永乳業は協議会のメンバーとして参加協力しました。展示ブースでは、リサイクルに関する「牛乳パッククイズ」も実施し、2,000人を超える方から回答をいただきました。



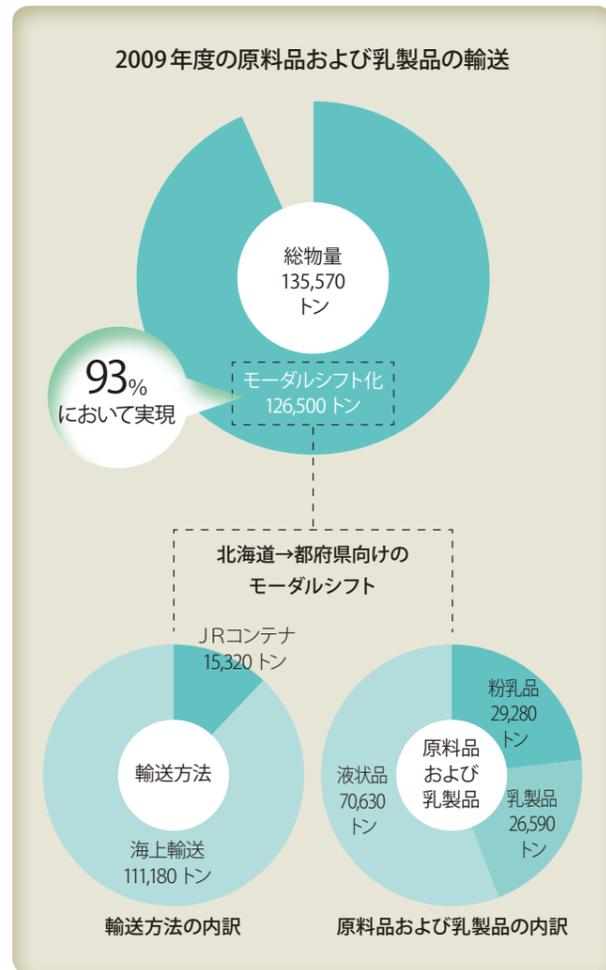
紙パックを利用した小学生の工作コンクール表彰式。多くの方が表彰を見守ってくださいました。

モーダルシフト

CO₂ 排出量の少ない輸送手段を利用しています

「京都議定書」によるCO₂ 排出量削減目標を受けて、経済産業省管轄の運輸部門では2008年から2012年の5年間の約束期間に、1995年と同程度のCO₂ 排出量まで抑制することを目標としています。森永乳業グループでも、物流におけるCO₂ 排出量削減のために、原料品や乳製品の輸送に船や鉄道を利用するなどの取り組みを進めています。

また、2005年4月施行の「改正省エネルギー法」によって森永乳業グループは輸送3,000万トン・キロを超える「特定荷主」に分類され、2009年度の総輸送量は68,270万トン・キロにおよびます。CO₂ 排出量削減への大きな役割を認識し、物流における地道な工夫を重ねています。



モーダルシフト

物流でのCO₂ 排出量削減の取り組みのひとつが「モーダルシフト」です。森永乳業グループは、北海道から首都圏への濃縮乳の輸送について、トラックから海上コンテナ船やJRコンテナによる鉄道への切り替えを進め、2009年度は原料品および乳製品の総輸送量135,570トンのうち126,500トンのモーダルシフト化を実現。2008年度の88%から、93%までモーダルシフト化率を高めました。

グリーン物流

森永乳業グループは物流事業者と協働し、物流の合理化を積極的に進めています。配送コースの見直し、車輛の大型化による配送車輛の削減、また他社との共同配送などを実現しています。また、配送トラックの燃費向上によるCO₂ 排出量の削減をめざし、運行指導・管理の徹底をはかっています。

2009年度は物流部門で「エコノミーはエコロジー」のスローガンを掲げ、より少ない配送車輛、より少ない配送距離を目標に、配送コースの効率化に重点を置きました。

- ①一日複数回配送の中止や納品時間の変更をお得意先様のご了承の上で行い、積載率・配送距離・配送台数の最適なコース組みを配車支援システムにて実施
- ②配送車輛の大型化等による配送台数削減などの取り組みにより、2009年度当初、全国で約1,200台/日稼働していた配送車輛が年度末には約970台となり、約150台の削減を達成。大きな成果が得られました。

■鉄道による輸送

1トンの貨物を鉄道で1km 運ぶ場合、トラックなどの自動車と比べるとCO₂ 排出量は8分の1。また、鉄道はトラックと比べて大量の貨物を運ぶことができ、船舶よりも天候の影響を受けにくい運送方法です。

■船舶による輸送

船による運送の利点は、一度に大量の貨物を運べることです。また、1トンの貨物を1km 運ぶ場合、トラックなどの自動車と比べるとCO₂ 排出量は4分の1。

■自動車による輸送

いつでも輸送できる利点がありますが、CO₂ 排出量が多く、環境負荷の高い輸送手段です。そこで、急ぐ必要のない貨物は、船や鉄道に切り替える「モーダルシフト」が推奨されているのです。

環境会計

環境経営を行う指標として、環境会計(EA:Environmental Accounting)の見える化を推進しています。企業などの組織が環境に関する社会的責任を果たしつつ、環境保全の活動を効果的・効率的に推進するため、環境負荷や環境保全の費用と効果を把握するための手法です。環境活動と経済活動を連係する環境経営手法として重要な役割を担うと考えています。(対象期間：2009年4月1日～2010年3月31日)

環境保全コスト

*対象範囲：森永乳業(株)17工場(単位：千円)

分類	項目	2009年度	
		投資額	費用額
事業エリア内			
公害防止コスト	典型7公害防止コスト	563,743	651,359
地球環境保全コスト	温暖化防止、フロン対策等コスト	369,445	71,230
資源循環コスト	廃棄物等の資源再利用コスト	30,535	536,986
エリア内計		963,723	1,259,575
事業エリア外			
上下流コスト	原料、流通、廃棄後のコスト	0	794,843
環境管理コスト	環境マネジメント、講習会等コスト	0	14,573
社会活動コスト	緑化、美化推進、河川清掃コスト	3,375	39,125
エリア外計		3,375	848,541

環境保全効果

*対象範囲：森永グループ36工場、本社・研究情報センター、9支社、3センター

分類	削減による効果	単位	2008年度(排出量)	2009年度(排出量)
温暖化防止	生産のCO ₂ 排出抑制による温暖化防止	トン	385,137	380,965
	業務のCO ₂ 排出抑制による温暖化防止	トン	7,014	7,054
	運搬のCO ₂ 排出抑制による温暖化防止	トン	120,000	117,000
資源有効利用	水：水資源枯渇防止	千トン	20,268	19,830
	廃棄物：エリア内有効利用	トン	67,769	54,641
大気汚染防止	SO _x 排出抑制による酸性雨防止	kg-S	97,083	93,920
	NO _x 排出抑制による光化学オキシダント防止	kg-N	19,096	7,611

環境経済効果

*対象範囲：森永乳業(株)17工場(単位：千円)

項目	2008年度	2009年度
省エネルギーによる費用低減額	33,865	66,962
資源リサイクルによる収入額	79,870	65,883
廃棄物処理費用の削減額	114,733	180,018
物流削減による費用削減	8,700	20,200

編集後記

今号は、新設されたCSR室による初めてのCSR報告書として発行しました。これまでは環境報告書としての性格の強い冊子内容でしたが、2010年版は、これまで以上にCSRの視点に基づいて森永乳業の活動や取り組みについて紹介するよう編集を心がけました。また今号ではこれも初めての試みとして、冊子による簡易版、ウェブサイト上では環境対策などを盛り込んだ詳細情報の公開、という二段階の構成で編集しました。今後も新しいスタイルで、よりわかりやすく森永乳業の活動をお伝えするとともに、当社グループを取り巻くステークホルダーの皆さまに信頼される企業をめざしてまいります。

第三者意見



社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
常任理事

辰巳菊子氏

私が子どものときは、牛乳を朝飲むのが日課で、ときにはびんを落とし、白く流れた牛乳に泣いたこともありました。びんのフタは丸い厚紙でできていて、集めて遊び道具とするために形が崩れないように上手に取ることをいつも妹と競っていました。側面を開けて牛乳びんを取り出すようにした木製の黄色い牛乳箱がどの家の玄関にもかけられ、毎朝牛乳屋さん大きな布袋を積んだ自転車で牛乳を配達していました。がちゃがちゃというびんの音は朝の風物詩で、牛乳はそれほど暮しと密着していたのです。

初めて第三者意見を掲載されるという森永乳業様の「CSR報告書2010」に、このように牛乳を飲んで育った私が意見を述べる機会をいただき、感慨深いものを感じました。

報告書では2017年に100周年を迎えるにあたり、若い社員も一緒に森永乳業のCSRとは何かをテーマとした議論をされたことが冒頭に特集されています。21世紀の社会と向き合い何が出来るのかを、いま見極めたいとの思いで部署をまたいで開催されています。参加者の声から、人として、企業における自分の役割を再確認されたことが見て取れました。先輩方の築いてきた歴史を大事にしながらも、しなやかな発展を願うことは、人として当たり前の感覚で、ステークホルダーに対する感度を高くすることにつながると参加者が共有されたと思います。これは森永乳業として大きな成果だと理解します。さらに、気付いたことがあります。参加者の女性の割合が高いということです。トップメッセージでも女性の活躍の場を広げ、

働きやすい環境を整えますと宣言されています。この特集記事を見て、まさにそれが実感できました。

2010年2月にCSR室を設置され、初めての取り組みであったと思われませんが、こういった話し合いは、参加社員が増えることで企業のCSRの理解定着に早くつながると思われま。これからも継続をされ、ときにはステークホルダーを交える機会があれば違った成果が期待できるのではないのでしょうか。

またトピックスでは、森永乳業としての伝えたいことがまとめられ、今年は4つの取り組みが紹介されています。特にトピック2の『エンゼル110番』の紹介には、人と人、心と心のつながりの重要性、それを35年間果たしてこられた重み、聞いて一緒に考えるという姿勢に感動させられました。相談者の年齢構成が高くなり、子どもの父親や祖母の場合もあるという話も社会とのダイレクトなつながりが見える報告です。一方、トピック4では基礎研究と技術開発で健康に寄与することを取り上げられています。世界を見ると乳幼児死亡率など、まだひどい状況にある国もたくさんあります。このような技術開発が国際的に貢献できていることを具体的に知りたいと思いましたが、それに答える情報が不足しているのではないかと気にかかりました。

雲や風や光が時々刻々と変化をし、ときがくれば花が咲き、鳥が舞い、虫が鳴く、そんな当たり前が、近い将来当たり前ではなくなるかもしれない。今年はそんな不安を抱かせる厳しい夏でした。人が健康であることと同時に地球が健康でなければ、持続可能な暮らしは成り立ちません。森永乳業としていかに地球の健康に寄与するかも重要事項です。扱い商品のライフサイクルと物質フローでは商品の製造に関わる環境負荷などが定量的に説明され、Web版ではさらに詳しい環境報告が行なわれ、自己評価もされています。今年は名古屋でCOP10が開催され、生物多様性が話題となっています。森永乳業のこれからの3年間の中期目標にも生物多様性という言葉が取り上げられています。課題はいくらでも増えますが、ぜひ早急に森永乳業としての生物多様性への取り組みも具体的な方策をつくっていただきたいと思ひます。

最後に、私は長年変わらず宅配牛乳を飲み続けています。宅配牛乳は容器がリターンナブルであるだけでなく、これからの高齢社会にも重要な役割があると期待しています。牛乳の宅配制度の維持にさらに努力されるよう強く希望します。

会社概要

事業概要

森永乳業グループは、森永乳業(株)、子会社67社および関連会社9社で構成され、牛乳、乳製品、アイスクリームなどの食品製造販売を中心に事業活動を展開しています。

食品事業部門では、一部をエムケーチーズ(株)、横浜乳業(株)、東北森永乳業(株)、東洋乳業(株)他16社が受託製造しています。また、(株)デイリーフーズ他21社は、主として当社商品の仕入れ販売をしています。その他の事業としては、森永酪農販売(株)が飼料、(株)森乳サンワールドがペットフードの仕入れ販売、森永エンジニアリング(株)他31社がプラント設備の設計施工、不動産の賃貸、運輸倉庫業などを行っています。

営業概要

当社グループは、平成24年3月期を最終年度とする3カ年の中期経営計画において、連結売上高6,000億円、連結経常利益200億円をめざしています。

これを達成するために、以下の6つの経営課題に取り組んでいます。「事業戦略の明確化」「差別化商品の開発・育成体制の整備」「ローコストオペレーションの推進」「資産圧縮と財務体質の改善」「人材マネジメントの推進」「経営品質の向上」です。

具体的には、各部門でのローコストオペレーションの徹底に加え、生産および物流部門にコスト低減のための専任部署を設置し、取り組みを開始しています。販売面では売上拡大分野を定め、利益率の高い商品の拡売による収益力の向上と、高齢化社会に対応した商品、環境に配慮した商品の開発、育成に注力していきます。

また、業務の適正を確保するための内部統制の充実や、お

客さまに安全・安心を提供する品質保証体制の一層の強化にも取り組んでいます。

森永乳業グループ2009年の概況

お客さまのニーズに応えた商品の開発・改良に努めるとともに、原料価格上昇によるコストアップを吸収するために、商品価格の改定とその浸透に努めました。また、積極的な販売促進活動、原材料の有利調達、生産の合理化と経費削減などを推進しました。

その結果、2009年度の連結売上高は、牛乳類、バター、乳飲料などが前年実績を上回ったことから、5,851億1千万円(前年比0.2%増)となりました。利益面では、営業利益は171億2百万円(前年比48.4%増)、経営利益は170億1千8百万円(前年比51.5%増)、純利益は80億1千7百万円(前年比88.4%増)となりました。

会社概要

会社名	森永乳業株式会社 (MORINAGA MILK INDUSTRY CO.,LTD.)
本社所在地	〒108-8384 東京都港区芝5-33-1
代表者	代表取締役会長 大野 晃 代表取締役社長 古川 紘一
創業	1917年(大正6年)9月1日
設立	1949年(昭和24年)4月13日
資本金	21,704百万円(2010年3月31日現在)
従業員数	3,103名【男子2,522名、女子581名】 (2010年3月31日現在)
事業内容	牛乳、乳製品、アイスクリーム、飲料、 その他の食品等の製造・販売 他
事業所	直系工場17、支社支店9※

※北海道支店は2010年4月「北海道森永乳業販売株式会社」に再編されました。

