

## 森永乳業 サステナビリティレポート2017の概要

### 編集方針

森永乳業では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年からは「CSR報告書」として、CSR活動を開示してきました。本年より、持続可能な社会の実現に向けて「サステナビリティレポート」として発行してまいります。

多くのステークホルダーの皆さまに当社の考え方や取り組みを知っていただくために、情報発信においてWEBサイトの活用などの環境整備を進めています。

社内外のステークホルダーの皆さまに、当社の思いや姿勢をご理解いただくために、成果だけでなく、取り組みの過程も報告の対象としています。また、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、当社の姿をわかりやすく表現することを心がけました。

### 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：2016年4月から2017年3月まで（一部、2017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：2017年9月
- 次回発行予定：2018年9月
- 作成部署および連絡先：森永乳業（株）CSR推進部  
〒108-8384 東京都港区芝 5-33-1  
TEL 03-3798-0129 FAX 03-5442-3691
- WEBサイト  
<http://www.morinagamilk.co.jp/csr/>  
(2017年11月中旬更新予定)

森永乳業 CSR



森永乳業は、ステークホルダーの皆さまのご意見・ご感想をお待ちしております。本レポートをお読みいただき、お感じになったことがございましたら、ぜひ皆さまのお声をお寄せください。

## かがやく“笑顔”のために 森永乳業株式会社



この冊子は環境に配慮した紙やインキによって印刷されています。



## 森永乳業 サステナビリティレポート 2017

これからの  
100年に  
向けて



# 100年、 人生に寄り添う 企業であること。

2017年、おかげさまで森永乳業は、創業100周年を迎えました。

これまで私たちは、小缶練乳「森永ミルク」に始まり、

牛乳、ヨーグルト、アイスクリーム、育児用調製粉乳など、さまざまな商品を送り出してきました。

「乳」の力は、人が生きていく上で欠かせないもの。

生まれたばかりの乳児から、育ちざかりの子ども、

さらには、成人や高齢者まで、お役に立てるものだと私たちは考えます。

だからこそ、皆さまの長い人生に寄り添う企業でありたい。

それが、これまでの100年で私たちの中に芽生えた想いです。

そして、これからの100年、私たち森永乳業はさらに広く社会に、世界に目を向け、

今ある課題に真摯に取り組んでいこうと思います。

持続可能な社会の実現に向けて、私たちに何ができるのかを考え、

行動し続けていきたい。

そんな決意を込め、

今年からCSR報告書を「サステナビリティレポート」として発行します。



## 会社概要

会社名	森永乳業株式会社 (MORINAGA MILK INDUSTRY CO.LTD.)	創業	1917年(大正6年)9月1日
本社所在地	〒108-8384 東京都港区芝5-33-1	設立	1949年(昭和24年)4月13日
代表者	代表取締役社長 宮原 道夫 代表取締役副社長 野口 純一	資本金	21,704百万円(2017年3月31日現在)
		従業員数	3,035名【男子2,455名、女子580名】(2017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、その他の食品などの製造・販売 他
		事業所	直系工場13、支社支店4(2017年6月30日現在)

コーポレートスローガン

## かがやく“笑顔”のために

経営理念

乳で培った技術を活かし  
私たちならではの商品をお届けすることで  
健康で幸せな生活に貢献し豊かな社会をつくる

2017年、森永乳業は新しいコーポレートスローガンを策定しました。  
これから先の100年を見据え、私たちのすべての活動の基礎となって  
いきます。

お客さまにお届けしたい価値である「健康と幸せ」の結果として、  
社会に提供していきたいものを“笑顔”という言葉で表現しました。

「日々の生活や、家族や仲間との団らんを通じて、内面から自然とあ  
ふれてくる“笑顔”を生み出していきたい」

そんな想いを、「かがやく“笑顔”のために」という言葉に込めました。

このスローガンとともに、新たな経営理念、行動指針（→ P.34）を  
策定しました。一人ひとりがコーポレートスローガンを胸に刻みながら、  
さまざまな企業活動を通して社会的責任を果たしてまいります。

## Contents

05	Message from Management
09	SDGsと森永乳業
13	課題1 子どもたちの栄養のために
19	課題2 超高齢社会のために
23	課題3 サステナブルな地球と社会のために
29	未来のために今 人を育てる
31	未来のために今 仕組みを育てる
33	理念と体制 森永乳業グループの経営理念
35	理念と体制 CSRの考え方・体制
36	理念と体制 コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス
37	第三者意見



## おかげさまで100周年。 これからも、お客さまの健康に貢献して、 社会に必要とされる企業であり続けます

代表取締役社長

宮原 道夫



### 社員一人ひとりが自らに問い、 自ら実践することが、未来への推進力

おかげさまで、森永乳業は100周年を迎えることができました。今日まで支えてくださったお客さま、株主を含むステークホルダーの方々、また、困難を乗り越えてきた先輩社員、そして、現在の社員にも深く感謝しています。

次の100年に目を向けた時、特にそのスタートの20年、30年は本当に厳しいだろうと思います。企業が生き残るためには、人口問題も含め社会環境の急激な変化を自らのものとして真摯に捉えていかなければなりません。そのためには、社員一人ひとりの意識を変える必要があります。

私が社長に就任したときから、100周年を機に理念体系を見直すことは念頭に置いていました。そしてそのときには、全員参加で新しい経営理念を策定することを当初から考えていました。就任6年目の現在

は、社員の間でも「みんなでやるんだ」という気持ちが生えてきたように感じます。コーポレートスローガン、経営理念を策定するプロセスも、我々経営層ではなく、社員主導で進みました（→ P.33）。それに伴う行動指針の策定にも、20～30代の人たちを中心にさまざまな年代・部署の社員が手を挙げて参加しました。

その結果、行動指針は、自らに問いかけるという形式になっています。自らつくりあげ、自らに問いかけ、それを実践することで、コーポレートスローガン、経営理念の精神を遂行していく。それが、これからの森永乳業の推進力となっていくでしょう。

### 健康を扱う企業だからこそ、 社会の期待に応え、責任を果たす意識を

私たちの事業は、乳を基盤とし、人々の健康に大きく関わっています。健康に関わる食品を扱っているという意味では、事業そのものがCSRであり、またそれを、当然のこととして認識していなければなりません。

事業プロセスの中で、社会からの期待に対してどう応えていくのか、あるいは自ら何を強調し、何を発信していくのか、各部門が自分たちが成すべきことを理解して行動するという文化を持っていれば、CSRの責任・役割は自ずとはっきりしてくるでしょう。

そのためには、つねに社会に、世界に目を向け、そこに潜在するニーズ、お客さまの想いをしっかりと捉えていたい。今の時代、「持続可能な開発目標（SDGs）」が注目されていることから、社会性を重視する時代になっていると言えるでしょう。これを一人ひとりが理解していれば、自分たちが成すべきことを成そう、という文化が自然と生まれてくると思います。

### 経済性の先を見据えた、 “徳のある企業”でありたい

2020年3月期を最終年度とする5カ年の中期経営計画は、今年が3年目。成長のきっかけをつくらなければいけない大事な年です。最初の2年は外部環境にも恵まれ、業績も良好でしたので、すべてはこれからだと思っています。

そのためには、国内だけではなく、グローバルな視野をもって先を見通していく必要があります。今、世界は激動の時代です。グローバルスタンダードというものが見えにくくなっています。もう一度、停滞した経済を活性化するためには、日本の企業が率先して新しいグローバルスタンダードをつくっていくことが求められています。

たとえば、独自性のある技術。一步も二歩も先をゆく技術。あるいは、こんなところまで気を遣ってくれたのか、という細やかなサービス、おもてなし。そのような、目先の利益だけを見ていたのでは見えてこない、日本人が大切にしてきた「徳」という価値を、企業も持つべきではないでしょうか。

人は、みんな幸せのために生きるもの。そう考えると、最後に残るのは健康です。私たちの事業は、そこにもっとも近いところにいる、それを見失わなければ、どんな時代でも対応できるはずですよ。

これからも、食を通じて、お客さまの健康な暮らしに貢献し、社会に必要とされる企業であり続けたいと思います。

#### 中期経営計画における基本方針 (2015年4月～2020年3月)

1. 成長に向けた事業ドメインの再構築
2. 資産効率の改善および合理化の推進
3. 経営基盤の強化
4. 社会への貢献

#### 成長戦略における重点施策

1. 機能性・食品素材事業の強化（B to B事業）
2. グローバル化の推進（国際事業）
3. 健康・栄養事業の育成
4. 既存事業の収益性の改善（B to C事業）



## 生活者・マーケットと ともに満足度を高めていく

代表取締役副社長

野口 純一

### 企業の社会的価値を伝えることが重要

ひと昔前なら、企業活動は商品の機能的な価値さえ提供していれば成り立っていました。その後、さらに情緒的な価値をも訴求していくことが求められるようになりました。しかし、今は、それだけでは十分ではありません。商品の背景にある企業の社会的な価値を生活者の皆さまに伝えていくことが、企業に求められています。

お客さまに伝えていくためには、まず、一人ひとりの社員がそれをしっかりと理解していなければなりません。

当社では昨年、新たにCSR委員会を立ち上げました。それまで、さまざまな部門で個別に行ってきたCSR活動を体系化し、社会に向け、また社員に向けて、共通言語で語っていく。そうした活動を今、進めています。

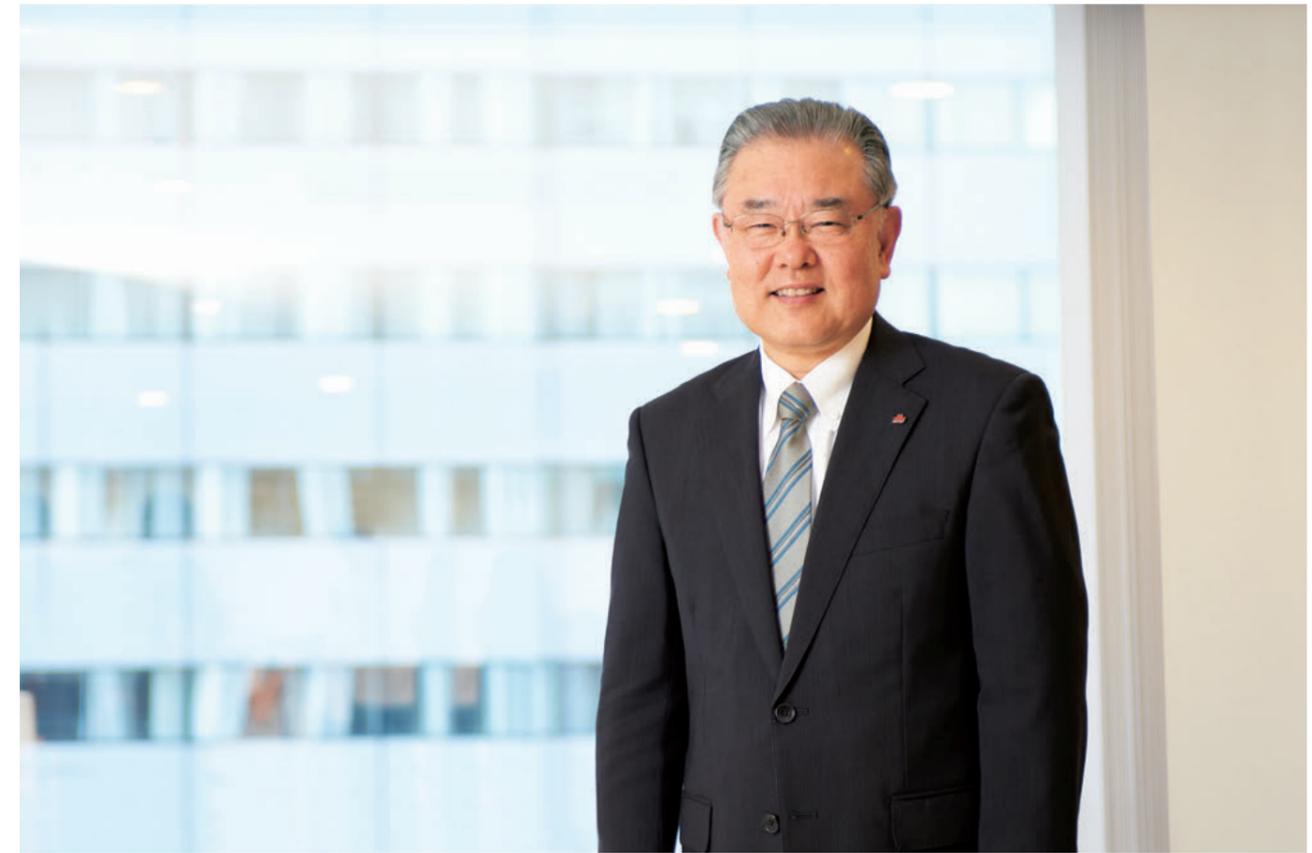
### 顧客本位から、支持される企業へ

社員の意識も、ここ1、2年で大きく変わってきて

いるように感じられます。たとえば、各拠点の地域の皆さまとの交流活動について、工場だけではなく、営業拠点からも声があがるようになりました。昨年より実施している「森永乳業杯 ツアー オブ バレーボール」は、元全日本女子バレーボールチーム代表選手とともに、バレーボールで夢を追いかける女子中学生を応援するイベントで、たいへんご好評をいただいています。

これからは、「熱烈なサポーター」になってもらうことが大切だという話を聞いたことがあります。少なくとも全国規模の企業であれば、ただ商品を製造・販売して利益を得るだけではなく、地域に対し、社会に対して、どのような価値を提供して、支持を得るかが最大の課題だと思います。

生活者の皆さま、マーケット、当社、3者のトライアングルをつねに意識し、それぞれの満足度を、いかにバランスよく、持続的に高めていくことができるか。そのためには、生活者の皆さまの意識・心情・感覚と、企業全体がつねに一体化しうる企業風土をつくりあげていくことが重要と認識しています。



## 乳児から高齢者まで、 幅広い年代の食に関わる企業として

専務取締役

青山 和夫

### 安全安心・品質第一が基本

お客さまから寄せられる「声」のリストが、毎日私のデスクに届けられます。それに目を通して、食というものがいかに人々にとって身近で、かつ切実な問題であるかがわかります。

ご高齢のために飲み込むことさえ困難な方もいらっしゃる。小さなお子さまをお持ちのお母さまは、安心して食べさせることができる食品かをつねに心配されています。また、何らかのアレルギーを持つ方の割合も年々増えています。

乳児から高齢者まで、幅広い年齢層の方々に安心して口にいただけるように、生産の現場ではつねに安全安心・品質第一を心がけることはもちろん、品質保証部などの本社の関連部門がサポートすることで、責任を持って商品をお届けする体制づくりを、推し進めていく必要があると思っています。

### 広い視野を持った人材育成を

近年、国連が定める「持続可能な開発目標(SDGs)」

が注目されています。これにより、以前から行われていたさまざまな活動が体系的に把握でき、よりわかりやすくなりました。

私たちの企業活動を見ても、研究・開発、原料調達、製造、販売などさまざまな工程が、ひとつの商品を送り出すために必要です。SDGsという考え方によって、こうしたサプライチェーン全体の流れと社会との関わりを、より整理して捉えることができるようになったとも言えるでしょう。

これから、次の世代にバトンタッチしていく中で、サプライチェーン全体はもちろんのこと、より広い視野で業務を捉えられる人材を育てていくことが大切です。今、当社としては海外への事業展開も大きな柱のひとつと考えていますので、グローバルな視野を持った人たちも必要になるでしょう。

これからはどの部署にいても、そのような視野をもてる人材育成に努めていきたい。そして、20年後、30年後に、森永乳業で働いてよかった、と思えるような会社になりたいと思います。

## 世界の課題と向き合いながら 企業活動を続けていきます

2015年9月、ニューヨーク国連本部で「国連持続可能な開発サミット」が開催され、「持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals = SDGs) が採択されました。

それまでの15年間、国際社会は「ミレニアム開発目標 (MDGs)」を掲げ、貧困、飢餓、教育など、主に途上国を中心としたさまざまな課題の解決をめざしてきました。

その成果を前提として、世界の国々がさらに努力し、協力し合いながら、2030年までに達成すべき新たな17の持続可能な開発目標と169のターゲット、それがSDGsです。

今、世界の様相は刻々と変化しています。その中で、継続的に取り組まれてきた課題もあれば、新たに浮上ってきた課題もあります。企業がよりグ

ローバルなフィールドへと、活動領域と視野を広げるにともない、その担うべき役割も、責任の重さも、また取り組むべき課題の優先順位も、微妙に変化してきていることを実感します。

今年、創業100周年を迎えた森永乳業は、この機会に改めて世界に目を向け、また自らの足元を見つめ、企業としての責任について考えていきたい。そして、日々の企業活動の中で、それを真摯に果たしていきたいと考えています。

SDGsは、そのための新たな指標と私たちは認識しています。世界のさまざまな課題の解決に少しでも貢献することをめざしながら、これから始まる「次の100年」を一步ずつ着実に歩んでいきたいと思えます。

### 持続可能な開発目標 (SDGs)

MDGsが途上国のための目標であったのに対し、SDGsは格差の問題、持続可能な消費や生産、気候変動対策など、先進国が自ら取り組まなければならない課題を含んでいます。その達成のためには、各国政府やNGOだけではなく、民間企業も日々の活動を通して、取り組んでいくことが求められています。



**目標 1 [貧困]**  
あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる



**目標 2 [飢餓]**  
飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養の改善を実現し、持続可能な農業を促進する



**目標 3 [保健]**  
あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する



**目標 4 [教育]**  
すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する



**目標 5 [ジェンダー]**  
ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う



**目標 6 [水・衛生]**  
すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する



**目標 7 [エネルギー]**  
すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的なエネルギーへのアクセスを確保する



**目標 8 [経済成長と雇用]**  
包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用 (ディーセント・ワーク) を促進する



**目標 9 [インフラ、産業化、イノベーション]**  
強靱 (レジリエント) なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る



**目標 10 [不平等]**  
各国内及び各国間の不平等を是正する



**目標 11 [持続可能な都市]**  
包摂的で安全かつ強靱 (レジリエント) で持続可能な都市及び人間居住を実現する



**目標 12 [持続可能な生産と消費]**  
持続可能な生産消費形態を確保する



**目標 13 [気候変動]**  
気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる



**目標 14 [海洋資源]**  
持続可能な開発のために、海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する



**目標 15 [陸上資源]**  
陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する



**目標 16 [平和]**  
持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する



**目標 17 [実施手段]**  
持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化させる

## 企業活動とSDGsについて 理解を深める勉強会を実施しました

さまざまな部署の社員が参加し、  
垣根を越えて、活発な議論を展開

5月に行われた「SDGs勉強会」。所属はもちろん、業務内容や役職も異なる27名が参加しました。それぞれの立場から改めて自社の企業活動全体を視野に入れながら、サプライチェーンを通しての社会との関わりを考えていくことで、新たな“気づき”を得ることが勉強会の目的です。



サプライチェーン全体を視野に入れ、  
企業活動の社会的な影響を検証

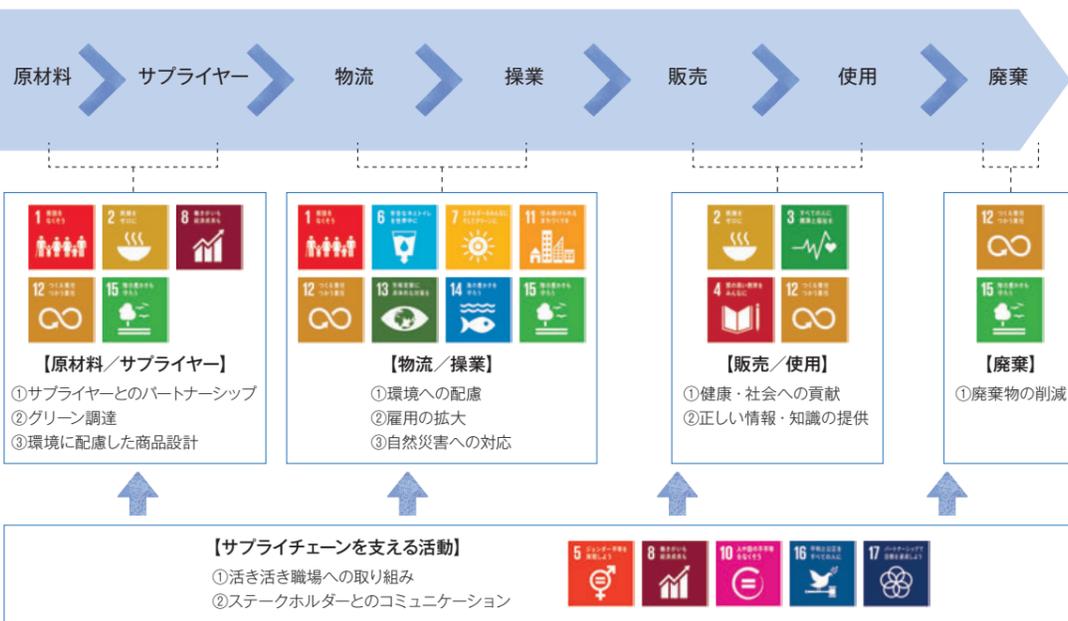
まず、経済人コー円卓会議日本委員会の石田寛氏より、最新のCSRの動向についてお話いただきました。企業の社会的責任、世界規模で配慮すべき課題、また、企業活動の本業を通じて社会への配慮・貢献が求められる近年の傾向などを学びました。

続いて、同じく経済人コー円卓会議日本委員会の松崎稔氏によるワークショップを実施しました。少人数のグループワークで、自社の活動がサプライチェーン全体にどのような影響（プラス/マイナス）があるかを検証しました。これらを、SDGsと関連づけながら議論することで、森永乳業のサプライチェーンを可視化しました。同じ社内でも、異なる視点から意見をぶつけ合うことで、議論を深めることができました。

### 森永乳業のサプライチェーンにおけるSDGs マッピング

勉強会でを行ったワークショップを通して、自社の活動をサプライチェーン全体で可視化し、SDGsとひもづけました。これが完成ではなく、今後、社内で協議しながらマップをつくりあげていきます。

かがやく笑顔あふれる  
豊かな社会の実現



### 参加者の感想

#### 社会的課題への取り組みの大切さを実感

「これからは、会社として利益を追求するだけでなく、社会的課題への取り組みをベースにどのように事業を組み立てていくか、真剣に考えていかなければいけないと思います。今回はそのよいきっかけになりました。」  
 (営業本部署 藤川 大介)

#### 部署を超えたディスカッションが気づきに

「ただ考えるだけでなく、書きだして異なる部署の人たちと共有し、ディスカッションすることで、普段は気がつかないことに、気づくことができました。」  
 (経営企画部 柳澤 計次)

#### 課題への取り組みとビジネスの両立が課題

「事前に勉強はしてきたつもりですが、まだ浅かったと反省しました。もっと勉強して、社会課題に取り組みつつ、ビジネスの発展につなげていければと思います。」  
 (酪農部 関口 泰司)



### 講師から一言

良い面も悪い面も、  
すべての情報を  
共有することが重要

経済人コー円卓会議  
日本委員会  
専務理事 兼 事務局長

石田 寛氏



今、展開しているビジネスと、世界の課題となっている事柄、たとえばパーム油、労働環境、容器包装やパッケージなどの問題に対する取り組みを短い時間の中で考えました。その中で、良い面も悪い面も、互いの情報を共有できたという意味で有意義な機会だったのではないかと思います。それぞれの職場に戻ったとき、ここで体験したことを活かしていってほしいと思います。

自分たちの活動を  
客観的に整理することが  
次につながる

経済人コー円卓会議  
日本委員会

松崎 稔氏



それぞれの部署で抱える課題を、サプライチェーン全体でしっかり考えていくことが大切です。とくに食品業界は、安心・安全に加えて、原料調達から製造・販売へのプロセス全般が倫理的であることを、社会から要請されています。日頃から高い意識をもつ必要があると思います。こうして、自分たちのビジネスを一度客観的に整理して、さらに上をめざすことは、とてもよい試みだと思います。



# 16%

2016年に世界で生まれた子どもたちの16%が、  
体重2,500g未満の低出生体重児でした。

低出生体重児は免疫力が低く、  
重度の感染症や合併症を起こしやすいため、  
適切なサポートと栄養供給が必要です。

出典：世界子供白書 2016 ※ただし中国を除く。

## 課題1

### 子どもたちの栄養のために

できることなら

世界中のすべての子どもたちが、  
すくすくと健康に育ってほしい。

だから、森永乳業は、

子どもたちに必要な「乳のちから」を解き明かし、  
商品として届けたい。

人生のスタートを「乳のちから」で支えたいと思います。

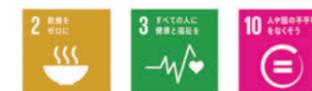
そのために、

研究・開発を進めています。

それが、

私たちにできることだから。

この章の森永乳業グループの活動は、  
SDGsの以下の目標に関連しています。





## 「乳のちから」が私たちの原点。 これからも、子どもたちに 栄養を届け続けます

赤ちゃんには、健康なお母さんの母乳が最良です。しかし、なんらかの理由で母乳を与えることができない場合、育児用調製粉乳がその代わりとなります。

母乳で育つ赤ちゃんが病気になりにくいのはなぜか、母乳で育つ赤ちゃんと育児用調製粉乳で育つ赤ちゃんの便はなぜ違うのか、そんな疑問から、「乳

のちから」を解明することが私たちの原点となりました。

1921年「森永ドライミルク」を発売。以来、独自の研究を重ね、改良を加え、つねに新たな商品を送り出しています。これからはさらに、世界を視野に、子どもたちに確かな栄養を届けたいと思います。

### 森永乳業の育児用調製粉乳の歩み

- 1921年 当時の最新の製造技術により「森永ドライミルク」を発売
- 1950年 ビタミン、ミネラルなどを初めて強化
- 1960年 便性に配慮し、ラクチュロースを配合
- 1982年 ラクチュロースを増強、ビタミンKを増強
- 1986年 世界で初めてラクトフェリンを配合
- 1990年 消化負担に配慮し、ペプチド配合
- 1993年 ドコサヘキサエン酸 (DHA) 配合、商品名を「森永はぐくみ」に
- 1994年 日本で初めて、すべての牛乳たんぱく質をペプチドにして消化負担を低減した「森永E赤ちゃん」を発売。選べる2種のミルクをラインナップ
- 1996年 オリゴ糖を増強により便性改善 (ラクチュロース、ラフィノース配合)
- 2009年 アラキドン酸 (ARA) を増強し、母乳と同じDHA/ARA比に
- 2014年 3種のオリゴ糖 (ラクチュロース、ラフィノース、ガラクトオリゴ糖) 配合により便性改善



## 研究 開発

research  
and  
development

### 低出生体重児に ビフィズス菌M-16Vを無償で提供しています

ビフィズス菌M-16V

通常、健康で生まれた赤ちゃんの腸内フローラは、90%以上がビフィズス菌です。しかし、出生時の体重が1,500g未満の極低出生体重児または超低出生体重児は腸管が未発達でビフィズス菌の定着が遅れ、大腸菌や黄色ブドウ球菌などの悪い菌が増えてしまいます。

森永乳業では、大学病院と共同研究をすすめ、独自に開発したビフィズス菌M-16Vを、極低出生体重児または超低出生体重児に投与する

ことで、ビフィズス菌優位な腸内細菌叢をより早く形成し、新生児に発症すると危険な壊死性腸炎(NEC)や敗血症を予防できることがわかってきました。現在ではNICU(新生児集中治療室)や小児科など、全国120以上の施設に提供されており、多くの赤ちゃんの健全な成長を支えています。

また、ビフィズス菌M-16Vによる低出生体重児への効果は、学会や論文を通じて海外にも伝わり、2012年よりオーストラリアのNICUでも使用されています。さらに近年では、ニュージーランド、シンガポールのNICUでも使用が始まりました。

森永乳業では、これらの活動の推進を創業100周年記念事業と位置づけ、引き続き世界中の赤ちゃんや子どもたちの健全な成長を支えていきたいと考えています。



左: ビフィズス菌M-16Vは、オーストラリア、ニュージーランド、シンガポールでも使用されています  
右: 海外でのNICUの様子



## Voice 01

### 私たちのビフィズス菌が 世界中で赤ちゃんを救っています

研究本部 素材応用研究所  
バイオプロセス開発部 副主任研究員  
佐藤 洋平

開発担当者としてもっとも重視するのは品質です。ビフィズス菌M-16Vは、身体機能の未発達な低出生体重児や消化器疾患などで集中治療を必要とするハイリスクな赤ちゃんに提供される食品ですから、あらゆるリスクを取り除かなければならない、おそらく世の中で最も高い品質が必要となる食品です。それだけに、製造現場にもたびたび足を運んで、衛生性などの

確認を行っています。

国内でのビフィズス菌M-16Vの無償提供は20年以上続いている活動ですが、近年海外からも関心を寄せられるようになりました。世界の国々に届けていくためには、国ごとの規制や事情を考慮して、原料や仕様、パッケージなどを工夫していくことも必要とな



ります。そうした要請に対応していくことも、メーカーの務めだと思っています。私たちが開発したビフィズス菌が、世界に広がり、もっと多くの赤ちゃんや子どもたちの健康を支えることができれば、そう思うと、日々の研究開発にも力が入ります。

## 研究・開発

research and development

### 母乳の研究から ビフィズス菌に注目

#### ビフィズス菌研究

森永乳業は、約50年前からビフィズス菌に着目し、研究を重ねてきました。ビフィズス菌は、母乳を飲んだ赤ちゃんが健康で丈夫に育つために重要な働きをしていることがわかっています。

1969年に、健康な乳児からビフィズス菌



左：基礎研究所 研究スタッフ  
右：1969年に健康な乳児から発見されたビフィズス菌 BB536

BB536を発見。これを機に、商品への応用の研究をスタートさせ、1977年には生きたまま大腸にとどくビフィズス菌入り乳飲料「森永ビヒダス」を発売。翌1978年には、ビフィズス菌入りヨーグルト「森永ビヒダスヨーグルト」を発売します。

その後も、ビフィズス菌を生きたまま粉末状態にし、常温で長期安定させる技術を開発。さらには、アメリカをはじめ、ヨーロッパ、東南アジアなど世界でビフィズス菌商品を展開するなど、森永乳業は、ビフィズス菌の研究・商品化のバイオニアでもあるのです。

### 母乳に秘められた 「乳のちから」を応用

#### ラクトフェリン研究



母乳中の感染防止成分のひとつ  
ラクトフェリン

ラクトフェリンは、母乳、とくに初乳の中に多く含まれる感染予防成分です。母乳で育つ赤ちゃんが、育児用調製粉乳で育つ赤ちゃんよりも病気になりにくいことは早くから知られていましたが、ラクトフェリンはその鍵を握る、「乳のちから」の象徴ともいえる成分です。

森永乳業は、未殺菌の牛乳の中にわずかに含まれるラクトフェリンを、大量に分離・精製す

世界で初めてラクトフェリンを配合した育児用調製粉乳「森永 BF-L ドライミルク」



る技術を確立。育児用調製粉乳に配合しています。

さらに、その後の研究で、ラクトフェリンは胃の消化酵素ペプシンで分解されると抗菌作用が数十倍になることを発見。「ラクトフェリン®」と命名された活性ペプチドは、国際特許も取得しています。

### もっと母乳に近い 育児用調製粉乳をめざして

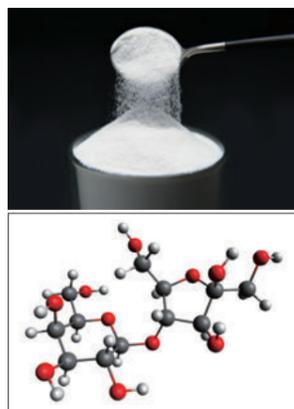
#### ラクチュロース研究

ラクチュロースとは、乳糖からつくるオリゴ糖の一種。ヒトが摂取しても、消化されずに腸までとどくため、腸内でビフィズス菌の餌となり、ビフィズス菌をふやす働きがあります。

母乳で育つ赤ちゃん、育児用調製粉乳で育つ赤ちゃんでは、腸内のビフィズス菌の数が大きく違うことがわかっています。森永乳業では、すべての育児用調製粉乳にラクチュロースを配

合し、母乳で育てたときと変わらない腸内環境をめざしてきました。

赤ちゃんの健康を守るラクチュロースの研究ですが、その後研究が進むにつれ、成人用の特定保健用食品へも応用できることがわかってきました。森永乳業は、さらに研究を進め、赤ちゃんから高齢者まで幅広い年代の人たちに役立てていきたいと考えています。



上：ラクチュロース粉末  
下：ラクチュロース分子構造図

## 海外展開

overseas expansion

### 世界の子どもたちに 安全な栄養源を

#### アジアの国々へ

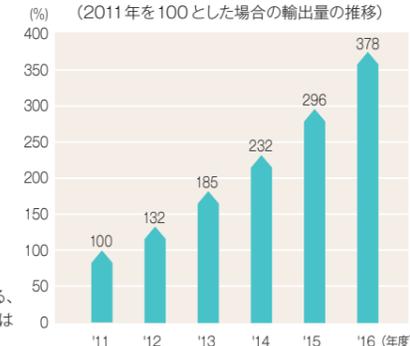
東南アジアを中心とした途上国では、急速な人口増加・都市化が進んでいます。都市部に人口が集中するほど、安全で高品質な食料を供給する「栄養インフラ」の構築が重要な課題とな

ります。その一端を担うことは、私たち食品企業の社会的使命ともいえます。

森永乳業では、育児用調製粉乳の供給を、「栄養インフラ」の一環と捉えています。日本国内やインドネシアの拠点で、衛生的で高品質な育児用調製粉乳を製造し、インドネシア、パキスタン、マレーシア、ベトナム、ミャンマー、フィリピンに展開。まだ十分とは言えない途上国の子どもたちの栄養状態の改善に、少しでも寄与することをめざしています。

また、現地にコールセンターを開設し、商品に関する要望から育児の相談まで幅広くお応えしながら、お客さまとのコミュニケーションをはかっています。

海外での育児用調製粉乳の売上げ推移  
(2011年を100とした場合の輸出量の推移)



※現地生産で供給している、インドネシア向け数量は上記数量に含まず

### ドイツで育児用調製粉乳の 原材料を製造・提供

#### 独ミライ社の活動

ミライ社は、1972年に日本とドイツの合弁企業として設立され、2012年に子会社化されました。主に育児用調製粉乳や栄養食品の原料となるホエイたんぱく質や乳糖などを、ホエイから製造しています。

ホエイたんぱくは、母乳に多く含まれる乳たんぱく質で、育児用調製粉乳をつくる際には、母乳に近づけるためにこのホエイたんぱくを補

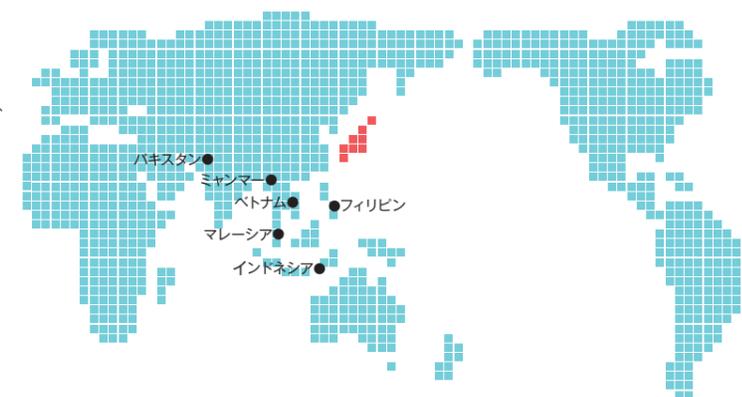
強することが必要です。ミライ社は、このホエイたんぱくを「限外ろ過膜」という高度な技術で、ホエイから分離・濃縮しています。ホエイたんぱくの先駆者の一人として40年にわたるノウハウを活かし、子どもたちの健康に役立っています。



建設中の新工場は2017年中に本格稼働開始

#### 育児用調製粉乳の 海外市場への展開

インドネシア、マレーシア、パキスタン、ベトナム、ミャンマー、フィリピンなど



# 38.4%

年々高齢化が進行する日本社会。

予測では、2065年には、高齢化率38.4%に。

つまり、約2.6人に1人が65歳以上という

時代がやってきます。

出典：平成 29 年版高齢社会白書（内閣府）

## 課題2

### 超高齢社会のために

乳には、人間にとって大切な栄養素が含まれています。それは、乳幼児だけでなく、すべての年代の人々にとって健康を維持する上で、なくてはならないものです。

森永乳業は、乳の研究から始まり、高齢者も無理なく栄養を摂ることができる商品をおとどけしています。

そして、末長くすこやかな日々を過ごしていただくための、さまざまな食に関する研究を続けています。

それが、私たちにできることだから。

この章の森永乳業グループの活動は、SDGsの以下の目標に関連しています。





## 事業展開

business deployment

### 高齢者にも食べやすく、栄養価の高い食をご提案しています

森永乳業では、これからの高齢化社会を見据えて、「健康寿命」に配慮したさまざまな取り組みを進めています。

一般に高齢になると、食事の量も少なくなりがちで、カルシウムやたんぱく質不足による運動器症候群になりやすいといわれています。また、腸内の善玉菌が減少することによる免疫力への影響も心配です。森永乳業では、長年にわたる乳酸菌・ビフィズス菌の研究もさることながら、



左：出汁の代わりに牛乳で煮込んだ肉じゃが  
右：「シールド乳酸菌®」を配合した「カラダ強くするヨーグルト」



#### 「健康寿命」への取り組み

乳製品の持つ栄養を日々の食に活かすための商品開発やメニュー提案にも力を入れています。

「ミルク和食」は、10年以上前から開発している、健康を考慮したメニューです。和食は塩分が高くなりがちなのが課題ですが、牛乳・乳製品の旨みで調味料を減らしてもおいしくいただけます。現在では、WEBサイトや出張料理講習会「M'S Kitchen」などでご紹介しながら、病院や高齢者施設などへのメニュー提案も行っています。

また、2014年には、健康力を高める機能が期待できる素材として、数千株の乳酸菌の中から選抜した「シールド乳酸菌®」を商品化し、BtoB事業にて販売したり、森永乳業グループの商品に配合しています。

### 食のよろこびを実感できる医療食・介護食を提供しています

高齢化の進行とともに「Quality of Life (生活の質)」という発想が重視されつつあります。生きることの原点である「食」のよろこびは、「生きる」力の源でもあります。

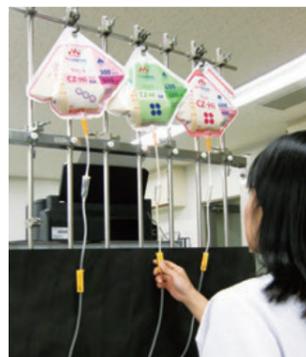
森永乳業グループでは、高齢や病気の方も、食のよろこびを感じることで、「Quality of Life」を維持できるよう、おいしさ、栄養価、安全性、食べやすさ、さまざまな面でご満足いただける医療食や介護食の開発に取り組んでいます。

現場の声をもとに、森永乳業グループのクリニコと、森永乳業の健康栄養科学研究所が連携して商品を開発。商品化された介護食、流動食、栄養補助食品、ゼリー食品、嚥下困難者向

#### クリニコ・健康栄養科学研究所

けのとりみ調整食品などは、クリニコを通じて医療や介護の現場に提供されています。

また、応用技術センターでは、とりみ調整食品などを活用したメニューを開発しており、クリニコを通じて介護施設などへご提案しています。



上：健康栄養科学研究所では、介護食や流動食などの研究開発を進めています  
左：健康・栄養を考えて開発された商品。「Quality of Life」に貢献します

## 基礎研究

basic research

### 毎日の健康を支える腸の働きの解明をめざしています

森永乳業の基礎研究所では、人々の健康維持に関連する研究のひとつとして、ビフィズス菌を中心とした腸内フローラの研究を行っています。

腸内フローラとは、ヒトのおなかに棲む細菌群のことで、その菌種は数百種類にのぼります。中でも赤ちゃんの腸内フローラはビフィズス菌が多く、9割以上を占めるケースも珍しくありません。森永乳業では育児用調製粉乳の研究開発過程で、赤ちゃんの健康維持に重要な役割を担うこのビフィズス菌に注目し、腸内フローラ

#### 腸内フローラ

の研究を開始しました。腸内フローラは、肥満やアレルギー、動脈硬化などさまざまな疾患との関連性が明らかにされていますが、私たちも最先端の解析技術を活用することで、その全貌解明に向けた挑戦を続けています。

現在50種類以上のビフィズス菌種が発見されていますが、森永乳業では、赤ちゃんの腸内に生息している種類のビフィズス菌だけが、ヒトの母乳で元気に増えること、逆に動物等に生息している種類のビフィズス菌は母乳に含まれる

抗菌物質で死んでしまうことをこの数年で明らかにしました。世間には腸内フローラやプロバイオティクスに関する情報が溢れていますが、私たちは正しい情報、価値ある商品群を社会に向け発信していけるよう研究を続けていきたいと考えています。



左：ビフィズス菌  
右：基礎研究所



## Voice 02

### 未病の観点から、腸内フローラの研究に可能性を感じます

研究本部 基礎研究所  
腸内フローラ研究部 部長  
農学博士

小田巻 俊孝

人間の体を構成する細胞は約37兆個。これに対し腸内細菌はその数倍もの数が腸内に生息しています。この膨大かつ複雑な情報を読み解くためには、従来の研究方法にとらわれず、日々新しい手法を習得、時に開発していかなければなりません。中でも生命科学と情報科学を融合させた研究領域は、AI技術と相まって、今後ますますその重要性が高まっていくことでしょう。この数年のブームで、腸内細菌と健康の

関わり合いが広く認知されるようになったものの、実はまだわからないことが多くあります。健康を維持するために理想的な腸内細菌とは一体何なのでしょう？ この謎を解明するためには、腸内細菌どうしの共生関係や腸内環境に大きな影響を与えるさまざまな因子（ヒトの遺伝型や加齢、食事、ストレスなど）と腸内細菌との関連性をひとつ



ずつも解いていく必要があると考えています。その結果、将来的には加齢に伴う病気を未然に防ぐことができるようになるかもしれません。まだまだゴールの見えない研究領域ではありますが、だからこそ自分のライフワークとして、強いやりがいを感じずにはいられません。

# 4.8°C

確実に進行しつつある地球温暖化、  
今世紀末の世界平均地上気温は、  
1986～2005年の平均よりも最小で0.3°C、  
最大で4.8°C上昇すると予測されています。  
その結果、海面上昇による災害や健康障害、  
水資源不足、農業生産量減少などの  
深刻な影響が指摘されています。

出典：IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change : 国連気候変動に関する政府間パネル)  
第5次評価報告書

### 課題3

## サステナブルな地球と社会のために

地球温暖化の主な要因は、  
大気中の二酸化炭素、メタン、  
一酸化二窒素などの増加による  
「温室効果」と考えられています。

こうした「温室効果ガス」の排出量を  
できる限り抑えることが、  
今、地球上のすべての企業活動に  
求められる課題です。

森永乳業は、  
サプライチェーンのすべての局面において、  
エネルギー消費・廃棄物を少なくし、  
地球環境への影響に配慮した  
企業活動を心がけています。

それが、  
私たちにできることだから。

この章の森永乳業グループの活動は、  
SDGsの以下の目標に関連しています。



## 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

森永乳業グループは、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、循環型社会の形成と生物多様性保護を推進するために、環境方針を定めています。環境方針達成のための具体策として、3年ごとの「中

期目標」を策定し、年次目標により達成状況の検証を行っています。これらの取り組みは、ISO14001の活動として進めています。

### ISO14001 環境マネジメントシステムにおける基本方針

森永乳業の本社、研究所、直系工場および生産関係会社では、ISO14001 環境マネジメントシステムに基づいて活動しており、以下の環境方針を定めています。

**基本理念** 森永乳業は牛乳、乳製品、アイスクリーム、飲料などの食品を製造、販売する食品企業として「乳で培った技術を活かし 私たちならではの商品をお届けすることで 健康で幸せな生活に貢献し 豊かな社会をつくる」ことを目指しており、社会からの期待を自覚し、地球環境保全や自然保護に努め、社会を構成する一員として社会的責任を果たします。

**基本方針** 活動、製品及びサービスなど事業全般を通じて、有害な環境影響を可能な限り低減し、環境汚染の予防を推進します。  
また、環境保全活動の目的及び目標を設定し、定期的な見直しを行い、環境マネジメントシステムの継続的改善に努めます。  
法規制の順守及び社会的要請を踏まえ、環境マネジメントシステムの向上に努めます。  
環境管理重点課題として、次の事項に取り組みます。  
(1) 地球温暖化防止のため、CO<sub>2</sub>排出抑制を推進します。  
(2) 限りある資源の有効活用のため、省資源・エネルギーマネジメントを推進します。  
(3) 循環型社会形成に向けて、廃棄物の3R（発生抑制、再使用、再生利用）及び適正処理を推進します。  
(4) 製品開発を含めた環境に関連する新技術開発を推進します。  
(5) 環境情報の発信を継続的に行い、活動の確認と意識の高揚に努めます。  
(6) 社会と地域との共生に努めます。

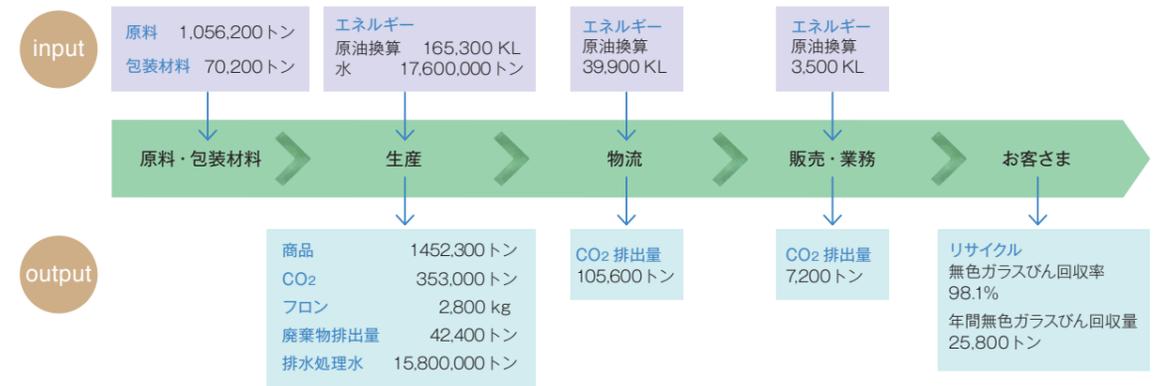
この方針は、全ての従業員に周知し、社外にも公表します。

改訂 2017年 4月 1日

森永乳業株式会社  
社長 宮原 道夫

### サプライチェーン（ライフサイクル）と物質フロー

森永乳業グループは、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ています。環境保全活動として取り組んでいるのは、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、環境に配慮した調達、商品の環境配慮設計、生産活動における原材料の無駄の削減、3R（発生抑制・再使用・再生利用）による廃棄物削減などです。



### 2016年～2018年 環境対策中期目標達成状況検証

2016年度に中期計画を策定し、2018年までの3年での達成を目指して取り組みを行いました。指標となる基準年度は2013年度としています。

目標	実績
1. ISO14001 システム強化 内部監査員の養成、2015年度版 ISO14001 への移行	内部監査員の質の向上をめざし、内部監査に必要な力量をレベルごとに設定した。事務所内の内部監査を実施できるレベルの監査員を育成するための講習会を21事業所で実施し、216名が修了した。2015年度版 ISO14001 への移行に向け、事務所ごとに作成していたマニュアルをマルチサイト統一版として作成した。2016年10月に全事業所の担当者による、2015年度版移行のキックオフミーティングを開催した。
2. 温暖化対策として CO <sub>2</sub> 排出量原単位の低減 基準年度から毎年 1% ずつ削減し 2018年度に 5% 削減とする	2016年度の CO <sub>2</sub> 排出量原単位は、基準年度に対して 2.6% 減少し、目標未達。製造に当たりエネルギー消費が大きい製品の比率が増加したことや、製造量減少による空調などの固定部分比率の増加が主な要因。
3. 産業廃棄物の削減 (1) 食品廃棄物排出量原単位の低減 基準年度から毎年 3% ずつ削減し 2018年度に 15% 削減とする (2) 産業廃棄物排出量原単位の低減 基準年度から毎年 5% ずつ削減し 2018年度に 25% 削減とする (3) 埋立行廃棄物発生量 2013～2015年度の排出実績平均から毎年 6% ずつ削減し 2018年度に 30% 削減とする (2018年度までの埋立行廃棄物発生量が 680 トン以下となるようにする)	(1) 2016年度食品廃棄物発生量原単位は、基準年度比 7.7% 低減し目標未達。食品廃棄物削減の取り組みは進んでいるものの、2016年度は食品残渣が多く発生する製品の比率が増加したことが原因。 (2) 2015年度産業廃棄物排出量原単位は、基準年度比 5.3% 低減し、目標未達。食品残渣削減の減少率が鈍かったことや、排水の余剰汚泥の削減過程で汚泥引き抜き量を増加させた工場があったことなどが原因。 (3) 2016年度の埋立行廃棄物量は 480 トンで、目標達成。
4. 用水使用量原単位の低減 基準年度から毎年 0.2% ずつ削減し 5 年後に 1% 削減とする	2016年度用水使用量原単位は、基準年度比 1.4% 低減し、目標達成。
5. 容器包装に関連する環境負荷を低減	2016年度に容り法に基づいて申請した容器利用重量は前年比で 3.6% 減少した。
6. 環境活動の確認とステークホルダーへの情報提供を推進	CSR 報告書を通じた環境情報の提供を実施。2016年度は海外事業所の環境負荷データを公開内容に加えた。
7. 生物多様性の保全を支援する	RA(※) 認証原料や FSC 認証紙を使用し、それぞれ RA 認証原料製品 (マウントレーニア ディープエスプレッソ、リプトン 紅茶ラテ) は 27 百万個 (前年比 90.0%)、FSC 認証紙使用製品 (MOW、ピクニック) は 158 百万個 (前年比 101.9%) 販売した。また、地域の水源保護の植林などの取り組み (空堀川クリーンアップ活動、穴田川清掃、木曾川クリーン運動、銭函川清掃、港湾地区清掃活動、佐呂間町植樹祭など) へ参加。

※ RA: レインフォレスト・アライアンス (→ P.28)

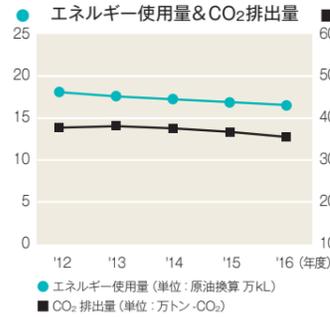
# 環境 対策

environmental  
measure

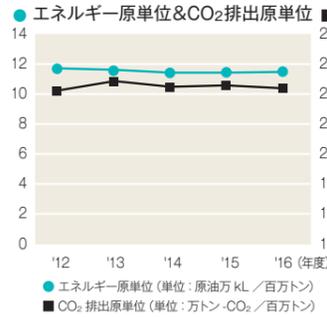
## ライフサイクル全体での 地球温暖化対策を推進しています

森永乳業グループでは、地球温暖化対策としてCO<sub>2</sub>削減の取り組みを進めています。2016年度の生産におけるCO<sub>2</sub>排出量は353,000トンで、前年より約11,800トン減少しています。大型ボイラーを小型ボイラーに置き換え蒸気利用の効率化をはかったり、商品冷蔵庫の冷凍機の運用改善を行ったりするなど、各工場でさまざまな取り組みを行いました。

また、流通においても、自動車から鉄道・船舶へ輸送手段を切り替える「モーダルシフト」により、CO<sub>2</sub>排出量削減を進めています。



## CO<sub>2</sub> 排出量削減



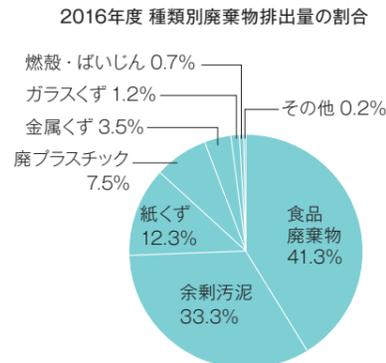
※ 原単位とは、1年間の使用量または排出量を生産量で除したものです  
原単位 = 1年間の使用量・排出量 / 1年間の換算生産量 (KL・トン)

## 循環型社会をめざして、 廃棄物の削減や再資源化を推進しています

工場の廃棄物には、コーヒー・紅茶の抽出かすなどの食品廃棄物のほかに、紙くずや廃プラスチック、金属くず、排水処理場から発生する余剰汚泥などがあります。2016年度は食品廃棄物が最も多く41%、次いで余剰汚泥が33%とこの2種類だけで全体の74%を占めました。

各工場が工程上のロス削減に取り組み、食品廃棄物の削減を進めています。2016年度は近畿工場、神戸工場で排水処理管理方法の変更や排水処理場に空気を送り込む散気管を更新し、曝気効率を高めることで年間350トンの余剰汚泥を削減しました。

## ゼロエミッション



※ 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

## 種類別廃棄物排出量

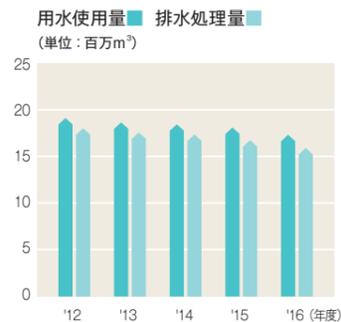
合計 = 42,400 トン	
食品廃棄物	17,500 トン
余剰汚泥	14,100 トン
紙くず	5,200 トン
廃プラスチック	3,200 トン
金属くず	1,500 トン
ガラスくず	500 トン
燃殻・ばいじん	300 トン
その他	100 トン

## 水資源を大切に使用し、 排水管理を徹底しています

### 水資源の保全

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。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施設を備えています。排水処理場では「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ること

で汚れを取り除き、その活性汚泥を重力で分離して処理水を放流しています。一部の工場では、活性汚泥の分離に膜を使用するMBR(膜分離活性汚泥法)を導入しています。膜分離のため、これまで以上に処理水の清澄度が高い排水が得られています。



## 調達先・取引先とともに 環境に配慮した調達をめざしています

### CSR調達の推進

森永乳業では、2017年10月を目標に、新たに策定された経営理念を踏まえた、新たな調達方針を策定しています。

商品の原料・容器包装の調達について、法令・社会規範の遵守、人権・環境への配慮、品質・価値の維持・向上に、取引先とともに取り組み、同時に、公平・公正・透明な取引関係の構築をめざします。

品質向上の取り組みについては、すでに20

年以上前から、取引先との情報交換(品質向上セミナー)を定期的に開催し、認識の共有をはかっています。また、容器包装について、これまで牛乳びんや紙パック、ヨーグルト容器の軽量化などを実現しています。原料調達については、レインフォレスト・アライアンス認証(※1)のコーヒー豆や紅茶葉の調達、パーム油のRSPO認証(※2)について調査を進めています。



マウントレーニアの原料はレインフォレスト・アライアンス認証農園で栽培されたコーヒー豆を使用。ビヒダスのパッケージは、軽量化、薄肉化を推進しています

## FSC® 認証紙の採用を推進しています

「MOW(モウ)」は、2003年に発売された、素材の味わいを大切に濃厚でクリーミーなカップアイス。そのコンセプトから、自然を大切にすることを商品開発に反映させています。



2008年より、スリーブ部分に古紙100%再生紙を採用。さらに生活者の自然環境に対する意識の高まりに応え、2010年よりFSC®認証(※3)紙を採用しています。冷菓事業部では、今年4月に新たなプロジェクトを立ち上げ、2018年を目標に冷菓商品に使用するすべての紙資材についてFSC®認証紙の採用を検討しています。



### ※1【レインフォレスト・アライアンス認証】

非営利団体レインフォレスト・アライアンス(Rainforest Alliance)による認証。地球環境保護と人々の持続可能な生活を確保するために、森林や生態系の保護、土壌や水資源の保全、労働環境の向上や生活保障など、厳しい基準を満たした農園のみ与えられる。

### ※2【RSPO認証】

熱帯林の保全や、そこに生息する生物の多様性、森林に依存する人々の暮らしに深刻な悪影響を及ぼすことのないよう、非営利組織「持続可能なパーム油のための円卓会議」(Roundtable on Sustainable Palm Oil)の定める一定の基準を満たしていることを示す認証制度。

### ※3【FSC®認証】

森を守る国際的な認証制度。環境保全の観点から、適切で社会的な利益にかなない、経済的にも持続可能な森林管理のもとで生産された森林資源を使用していることを、FSC(Forest Stewardship Council®: 森林管理協議会)の基準で、第三者の認証機関が審査・認証したものに発行される。

## Voice 03

### CSR調達の推進には、 会社全体の意識の統一が大切です

生産本部 調達部  
一般原材料調達課 課長

元下 博照

原材料の調達にも、品質、価格、納期、技術力はもちろんのこと、環境や人権配慮といった社会の重要課題への配慮が求められる時代となりました。そのような時代背景を考えると、現在進めている調達方針の策定は森永乳業グループにとって大きな意味を持つ取り組みだと思います。今後は、方針に基づく調達の実現に向けて、

全社的な理解、意識の統一が大切であると認識しています。

また、安定的な原材料の調達・供給も調達部の重要な役割です。2011年に東日本大震災が発生した際、原材料を確保するために東奔西走しました。どんな時も安



定した調達を実現し、事業継続をはかることが求められており、それが社会的責任でもあるとつねに意識して取り組んでいます。

## さまざまな年代向けの施策で、 多彩な食育活動を展開

### 「食選力=食を選ぶ力」を育てるために

森永乳業ではこれまで、小学生向けの出前授業、キッザニア東京・甲子園の「ミルクハウス」パビリオンでの「ミルクフードメーカー」体験、出張料理講習会「M'S Kitchen」など、乳幼児からシニアまでを対象に、さまざまな食育活動を行ってきました。

これらの活動を通して私たちが大切にしていること、それは、健康のために食を選ぶ力=食選力を育てること。生きる上で大切な情報を自ら選び取り、行動していくスキルを学ぶことです。さらには、情報が氾濫する世の中を自分の力で切り拓くための

きっかけになれば、という思いも込めています。

### 社員が積極的に食育活動に参加できる体制に

これまで各事業部門単位で行ってきた食育活動を、今後は森永乳業全体で推進していく体制づくりに注力していきます。

まず、食育に関する基本方針を明文化し、社員が活動に参加しやすい環境を整えていきます。将来は、部門の垣根を越えた活動を増やし、森永乳業全体として食育活動をさらに発展させていきたいと考えています。

人を育てる



### 自分に合った食品を選ぶ「食選力」を身につける

#### 小学校向け出前授業

2015年より首都圏の小学生を対象に、当社社員が講師となる出前授業「パッケージから牛乳の秘密を探ろう」を行っています。

牛乳と低脂肪牛乳の違いを五感を使って比較したり、パッケージから情報を読み取る力を身につけることで、他の食品を選ぶ時にも応用できる「食選力」を学ぶプログラムです。

授業後には、子どもたちから「牛乳にこんなに栄養があるなんて」「これから食品はパッケージをよく見て選びます」などの感想が寄せられています。「食選力」は「生きる力」にもつながります。これから牛乳で養った知識や経験を活かして、子どもたちの食育支援に取り組んでまいります。



都内小学校での出前授業。牛乳と低脂肪牛乳を比較する子どもたち

### 森永乳業の食育方針

#### 笑顔のために

全世代のかげやく「笑顔」のために、共にはぐくむ、共にたのしむ、共にまなぶ。多様な暮らし方やあふれる情報など、食を取り巻く環境は変わり続けます。私たちはお客さまに寄り添い、毎日と未来のために、笑顔と健康な暮らしを食育活動で共に支えます。

#### 共にはぐくむ

次世代の心と体のすこやかな成長と挑戦を応援します

#### 共にたのしむ

感動とたのしむ場を提供します

#### 共にまなぶ

健康に生きるために役立つ知識・情報をお伝えします

### 森永乳業の食育活動

はぐくむ ● たのしむ ● まなぶ ●

#### 乳幼児

##### 乳幼児期の育児・栄養相談 ●●

乳幼児期の食生活について、栄養士がアドバイスします。

##### ビビダス幼稚園キャラバン ●●●

オリジナル絵本やクイズ、ダンスで、元気なおなかとビフィズス菌について共にまなびます。

#### 子ども

##### リトルエンゼル 森と食の探検隊 ●●●

野外体験や自然探索、酪農・農業体験を通して「生きる力」を発見する場を提供します。

##### キッザニア東京・甲子園 ●●●

「ミルクハウス」パビリオンで「ミルクフードメーカー」を体験します。

##### 出前授業 ●●●

さまざまな情報が掲載されているパッケージを読み解き、食を選ぶ力を養います。

##### アスリートのためのスポーツ栄養講座 ●●●

日々激しい運動を行っているアスリートやジュニアアスリートとその保護者や指導者を対象とした栄養講座です。

#### 成人

##### M'S Kitchen ●●

オリジナルのミルク和食などのレシピや、健康的な食生活について共にまなびます。

#### シニア

##### 高齢者向け健康栄養教室 ●

自治体事業などとタイアップした、健康に関する簡単な測定体験と、未病改善、介護予防のための栄養教室です。

##### フィットネスジム健康栄養講座 ●

首都圏内のフィットネスジムで開催している、健康の維持・増進に役立つ栄養講座です。

### 大自然の中での体験を通し、生きるために必要な力を養います

#### リトルエンゼル 森と食の探検隊

今年で、3年目となる「リトルエンゼル 森と食の探検隊」は、小学校4～6年生約30名を対象とした、野外・農業体験教室です。電気もガスもない自然の

中での、4泊5日の探検生活。野菜の収穫体験、酪農体験、木登り、工作、工場見学など、さまざまな「食べる」「創る」「遊ぶ」を通して、仲間たちと協力しながら「生きる上で大切なモノを自ら発見する」ことをめざします。

参加した子どもたちが、学校や地域でまわりの子どもたちにより影響を与えることで、日本中の子どもたちに元気で、前向きになってほしいという願いを込めて、毎年議論を重ね、プログラムを改良しています。



探検隊に参加した子どもたちとスタッフ

### 創業100周年 事業

#### 学校・医療施設の修繕活動で インドネシアの子どもたち(3-6歳)を支援

森永乳業が50年以上にもわたり粉乳事業を展開してきたインドネシアの社会に感謝の意を表し、同国での育児用粉乳事業におけるパートナーのカルベ社と共同し、対象年齢3～6歳で構成される現地のプレスクール・小学校の修繕活動を実施します。



## 乳業メーカーの責務として、酪農の維持、発展に注力

### 酪農の現状を踏まえ、多面的な支援を展開

1960年代、日本の酪農家戸数は40数万戸。以降、その数は減少し続け、2016年度には全国で16,400戸（※1）と、ピーク時の25分の1となっています。一方で、飼養規模の拡大により1戸あたりの飼養乳牛頭数は増え続け、年間735万トン（※2）の生乳生産を担っています。しかし、生乳生産は1996年度の866万トンをピークに減少を続けています。牛乳・乳製品の国内消費量は生乳に換算すると年間1200万トンといわれ、その約4割を輸入に頼っていることとなります。

一方、世界に目を向けると、人口は75億人にせまり、東南アジアなど人口が増加している地域では特に子どもの数が増え、育児用調製粉乳など乳製品の需要が高まっています。しかし、これらの地域は気温が高いなど酪農に適さない地域であることが多く、輸入に頼らざるを得ない状況にあります。世界的に生乳生産を拡大できる地域は限られており、年々増加する乳製品需要への対応が懸念されています。国内でも、世界にとっても、食料供給産業としての酪農の持続的な発展は重要な課題のひとつです。

こうした状況を踏まえ、森永乳業グループでは、酪農家への多面的な支援、酪農技術の研究・開発などに積極的に取り組んでいます。

### 森永酪農振興協会による酪農家支援、酪農振興

1968年に森永乳業の創立50周年を記念して財団法人森永酪農振興協会が設立されました。同協会ではこれまで50年にわたって、さまざまな形で酪農家を支援してきました。全国の特徴ある優秀な経営を紹介する酪農経営発表大会の開催や、地域の優秀な酪農家を視察して実地で情報交換するパン・ミーティングの実施、国内外の優良な酪農技術・知見を紹介する講

演会の開催などを行っています。過去には酪農後継者の国内外での研修支援なども行い、酪農の持続的な発展に寄与してきました。

### 酪農の社会的存在価値のさらなる向上をめざして

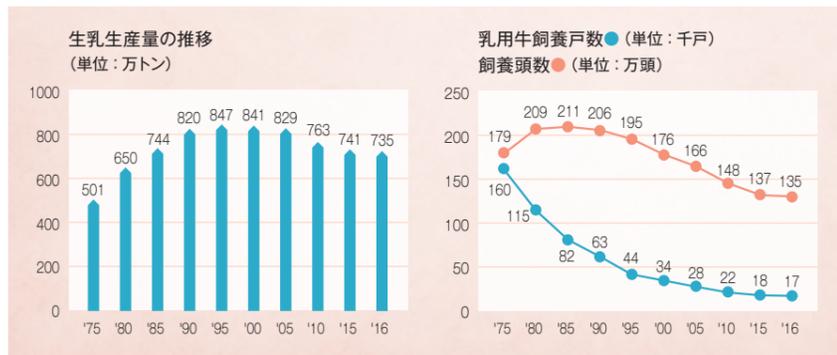
今、酪農の直面する課題に対応していくために、“酪農家と生活者の距離を縮める”ことがひとつの糸口になる、と森永乳業は考えています。

森永乳業では酪農部員が、酪農家を直接訪問し、酪農家の抱える課題や悩みをお聞きするとともに、消費市場や農業政策の情報を提供する取り組みを実践しています。消費市場と酪農生産現場をつなぐパイプ役として、酪農の現状について社内で情報共有し、消費市場との双方向の情報提供に反映させていくことを目的としています。さらに近い将来には、生活者の方々に酪農生産現場にご招待することも計画しています。

このような取り組みを通じ、生活者に酪農の果たす役割や酪農家の努力を知っていただき、牛乳・乳製品の価値向上のみならず、酪農の社会的存在価値を改めて認識していただくことにつなげていきたいと考えています。



酪農家とコミュニケーションをとって、消費市場と酪農生産現場をつなぐパイプ役をめざします。



出典：農林水産省

(※1)「畜産統計(平成29年2月1日現在)」(農林水産省) (※2)「牛乳乳製品統計」(農林水産省)

## 仕組みを育てる

### 酪農家の“顔が見える”牛乳をつくりました

#### 「北海道プレミアム 美瑛牛乳」

美瑛町の代名詞ともいえる“パッチワークの丘”と青空をパッケージに刷り込んだ「北海道プレミアム 美瑛牛乳」。森永乳業のグループ会社である北海道保証牛乳が開発し、製造・販売しています。首都圏を中心に、プレミアム牛乳として高価格帯での販売をしています。

「北海道プレミアム 美瑛牛乳」は、美瑛町の27戸の酪農家が道内でも有数の良質な生乳を生産していることに注目し、産地を美瑛町に限定して開発しました。消費者には生産者の“顔が見える”価値を提供。首都圏で高級ブランドとして販売されることで、生産者には安定的な生乳供給とさらなる品質向上のモチ



上：広大な緑の大地が美しい夏の美瑛  
左：美瑛の風景が印刷されたパッケージ

ベーションとなっています。ホクレン、美瑛町農協にもこの取り組みをご理解いただき、産地限定での生乳集荷を実現しています。

この「北海道プレミアム 美瑛牛乳」の生乳を使って、美瑛地区の学校給食用牛乳を提供しています。良質な牛乳は、地域の皆さんの誇りでもあるのです。

### 大学と連携して、技術面で酪農家をサポート

#### 山口大学との共同研究

酪農家戸数、生乳生産量の減少とともに、乳用牛の不足は日本の酪農にとって大きな問題です。森永乳業のグループ会社である森永酪農販売では、飼料販売業務を通して飼料コンサルティングを実施することで、乳牛の栄養管理・繁殖管理、酪農家の環境管理などをサポートしています。これに加えて、山口大学共同獣医学部とともに、熊本県人吉・球磨地域において受精卵移植業務、繁殖検診などに関わり、共同研究を行っています。集めたデータの分析結果は改善提案として酪農家にフィードバックし、酪農経営の安定化や乳

用牛資源の拡大などに役立つことをめざしています。

また、球磨酪農農業協同組合、地元畜産農家の協力のもと、獣医学部の学生実習の受け入れや、若手酪農家に人工授精などの技術講習会を行うなど、酪農・畜産の生産現場における若手の担い手の育成に努めています。



上：血液サンプル採取の様子  
左：山口大学ラボ

## 森永乳業グループの経営理念

### 創業100周年を機に、 新しい経営理念を策定しました

森永乳業では、2017年4月、コーポレートスローガン、経営理念、行動指針を含む新しい理念体系を発表しました。

この理念体系を策定するために、2016年1月、「新たな夢共創プロジェクト」が発足。全社員に対し、「私たちはこれから、どんな会社を築いていきたいのだろうか?」という問いを發しました。集まったアンケートを基に、経営層が長時間にわたる議論を重ね、新しいコーポレートスローガン、経営理念を策定しました。

さらに、この成果を基に、2日間にわたるフォーラムを開催。部署も年齢も役職も異なる167名の社員が活発な意見交換を行い、新たな行動指針を策定しました。

こうして誕生した新しい経営理念および行動指針は、今後の森永乳業グループの活動すべての基盤となります。一人ひとりがこの精神のもとに行動し、商品やサービスに反映していけるよう、今後は職場でのより深い理解の促進と、実践をはかってまいります。



2016年11月に行われた行動指針策定フォーラムには、全国の事業所・グループ各社から167名の希望者が参加しました

### 理念体系

#### コーポレートスローガンに込めた想い

私たち森永乳業グループがお客さまにお届けしたい価値である「健康と幸せ」の結果として、社会に提供していきたいものを“笑顔”という言葉で表現しました。

「日々の生活や、家族や仲間との団らんを通じて、内面から自然とあふれてくる“笑顔”を生み出していきたい」

そんな私たちの想いをかがやく“笑顔”のためにという言葉に込めました。

#### 経営理念に込めた想い

お客さまのかがやく“笑顔”のために、私たちは創業から培ってきた力を活かし、商品としての「乳」だけに拘らず、独自性のあるさまざまな商品やサービスをお届けしてまいります。

それにより、心と身体の両面からお客さまの健康を支え、幸せな生活に貢献することで、笑顔あふれる豊かな社会をつくります。

#### 行動指針の役割

コーポレートスローガンと経営理念を実現するために、森永乳業グループに所属する一人ひとりが心がけるべき行動上の指針を策定しました。

## かがやく“笑顔”のために

コーポレート  
スローガン

経営理念

乳で培った技術を活かし  
私たちならではの商品をお届けすることで  
健康で幸せな生活に貢献し豊かな社会をつくる

行動指針

私たちの8つの問いかけ

1. お客さまに寄り添い 感動を共有できていますか
2. 感謝の気持ちを持っていますか 伝えていますか
3. 全ての品質に自信が持てますか
4. 本物の安全・安心を追い続けていますか
5. 常に挑戦し続けていますか
6. 「チーム森永」の輪 築いていますか
7. 今 自分も仲間も活き活きしていますか
8. 夢を語り合い 未来へ一歩踏み出していますか

### 「新たな夢共創プロジェクト」タイムテーブル



## CSR の考え方・体制

### CSR の考え方

森永乳業グループでは、CSRは経営理念を実現するためのすべての実務だと考えています。全社員が自分ごととして実務に取り組むことで、「笑顔あふれる豊かな社会づくり」に貢献していきます。

### CSR 推進体制

森永乳業は、社長を委員長とするCSR委員会のもと、グループ全体でCSR活動を推進しています。2016年には、全社横断的機能を果たす専門部署として、CSR推進部を設置し、CSR活動の整備、各部署における活動の横串機能を強化、CSRに関する経営課題に全社レベルで取り組む体制を構築しています。

さらに、社内外への十分な情報発信と共有をはかることで、CSRの考え方を全社に浸透させていきます。

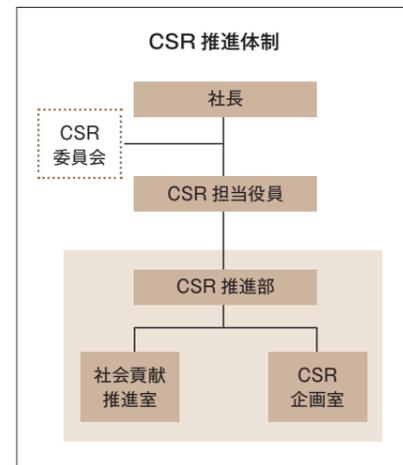
CSR委員会では、3回にわたりESG（環境、社会、ガバナンス）の観点から検討項目を洗い出し、今後取り組むべき重要課題を検討しています。

### CSR委員会

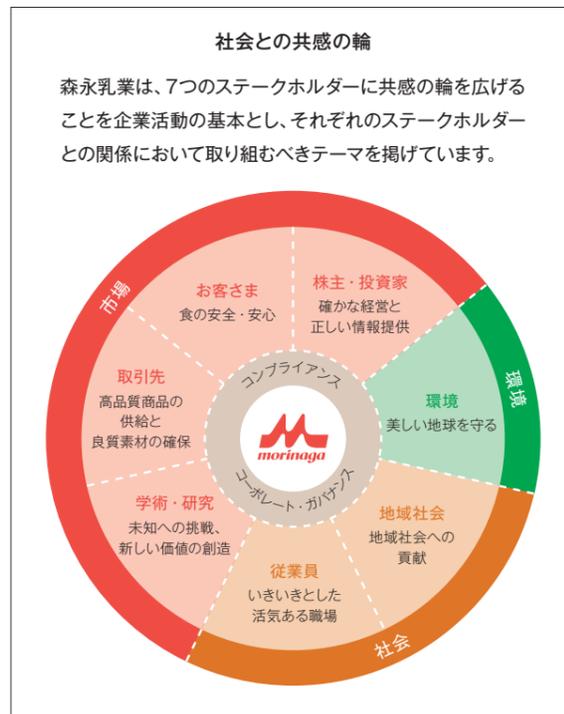
社長を委員長とし、役員、関係部署の部長およびその他の委員長が指名する者を委員として構成し、事務局はCSR推進部が務めています。定例委員会は原則として3ヵ月に1回開催し、第1回目の2016年7月29日以降、3回開催されました。

### CSR推進部

CSR企画室と社会貢献推進室から成り、CSR企画室は企業文化・組織風土改善施策の立案、実施および推進、社会貢献推進室は工場見学や食育などの社会貢献活動の推進を担っています。



第1回CSR委員会は、2016年7月に開催されました

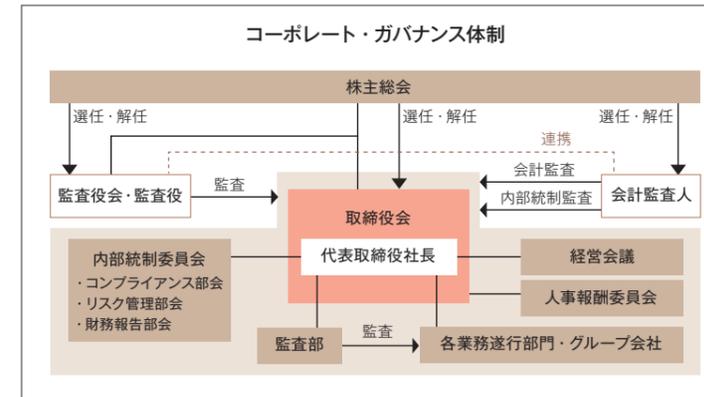


森永乳業は、7つのステークホルダーに共感の輪を広げること企業活動の基本とし、それぞれのステークホルダーとの関係において取り組むべきテーマを掲げています。

## コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス

### コーポレート・ガバナンス体制

森永乳業グループは、コーポレートスローガンと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2名の独立社外取締役を確保し、また、監査役会を構成する4名の監査役のうち半数の2名は独立社外監査役としています。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法性・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、会計監査人による外部監査を受けています。

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法性・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、会計監査人による外部監査を受けています。

### コンプライアンス体制

食品業界での不祥事があいつぎ、社会の目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、「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」「リスク管理部」「財務報告部」の3部会を設置し、グループ全体の内部統制をはかるとともに、監査を支える体制の整備にも努めています。

### 「コンプライアンス行動基準」

森永乳業グループでは、全役員・全社員がコンプライアンスを日々実践する上での具体的な行動基準を「アクションチェック5カ条」「私たちの勇気」として明示しています。これらの行動基準はコンプライアンスカードとしてまとめられ、全員が携行し、日々の業務において自らに問いかけることを徹底しています。全員がその内容を十分に理解し行動することで、「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。また、コンプライアンス意識の浸透のために、事業所、関係会社での研修や階層別研修、eラーニングを実施しています。

### コンプライアンス相談窓口「森乳ヘルプライン」

コンプライアンスに関する相談窓口「森乳ヘルプライン」では、コンプライアンス部事務局による社内相談窓口に加えて、社外相談窓口も設置しています。社外でコンプライアンス全般の相談を受けるのは、男性・女性各1名の弁護士です。相談者の氏名、所属、相談内容などは守秘義務で守られているので、社員は誰でも安心して相談できます。

### 【アクションチェック5カ条】

- 今、自分がやろうとしていることは、
1. 法令に違反していないか？
  2. 社会的に非難されないか？
  3. 家族や友人、知人に知られても恥ずかしくないか？
  4. 森永乳業グループ全体の信用やブランドに傷がつかないか？
  5. 自分の良心に背いていないか？

### 【私たちの勇気】

1. 上司の命令でも断る勇気
2. 隠さない勇気
3. 見て見ぬふりをしない勇気



サステナビリティ消費者会議 代表  
博士（総合政策）

### 古谷 由紀子氏

中央大学総合政策研究科博士後期課程修了。経営倫理実践研究センター（BERC）フェロー、（公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会常任顧問。消費者庁「消費者教育推進会議」委員、「社会的責任に関する円卓会議」運営委員、企業の社外委員などに参画。CSR、消費者志向、製品安全などの活動及び研究。主な書籍・論文に「消費者志向の経営戦略」（芙蓉書房出版2010年）、「今後の消費者政策の在り方について」など。

森永乳業が国連で2015年に採択された持続可能な開発目標（SDGs）に対しての貢献をコミットメントしたことを高く評価したいと思います。SDGsの理念は「誰一人取り残さない」であり、コーポレートスローガン「かがやく“笑顔”のために」にもつながります。そこでSDGsを含めてCSRの取り組みを具体化することについて意見を述べたいと思います。

#### 持続可能な開発目標（SDGs）をツールに 社会課題の解決を積み重ねて支持される企業へ

外部の専門家を迎えSDGsの勉強会を開催され、自社の活動をSDGsと関連付け、プラスの影響もマイナスの影響も検証されたうえで、サプライチェーンを可視化するプロセスを踏んでいることは大きな一歩になるものと思われます。

今後は、新しい経営理念を全員参加で策定された実績を活かし、各部署がそれぞれの業務や基準に落とし込み、それをサプライヤーとともに監査やモニタリングなどを通して具体的な社会課題の解決につなげていくことを期待しています。これらの取り組みは着実に進んでいるCSR活動の体系化にも貢献するでしょう。

#### 環境への取り組みの情報開示をさらに 工夫・拡大することを期待

森永乳業では特に地球環境への取り組みについて、サプライチェーンのすべての局面において地球環境への影響に配慮した企業活動に取り組み、それを「中期目標達成状況検証」として情報開示をしているのは優れた取り組みです。

これらの開示情報をステークホルダーにわかりやすく見てもらうために、現在の「サプライチェーンと物資フロー」と「中期目標達成状況検証」の記載を発展させて、サプライチェーンに沿った実績を示すと森永乳業の取り組みを具体的に評価してもらうことが可能になるように思われます。

また取り組みの情報開示について社会課題の取り組みにも応用することをお勧めします。社会課題については数値で示すことが難しい側面もありますが、SDGsと照らしあわせた課題の特定やその進捗などを示すことによって、ステークホルダーによる森永乳業の取り組みの評価につながっていくものと思われます。

#### 消費者と「共に」行う食育への期待

森永乳業の食育方針は「共にはぐくむ、共にたのしむ、共にまなぶ」となっており、「共に」がキーワードになっています。SDGsの目標12には「持続可能な生産消費形態を確保する」があります。企業が持続可能な生産、そして消費者が持続可能な消費をともに実践してこそ、持続可能な社会はつくられていきます。消費者が企業とともに持続可能な消費を実践できるような食育となることを期待しています。



経済人コーポラト会議日本委員会  
専務理事兼事務局長  
九州大学大学院経済学府 客員教授

### 石田 寛氏

日本興業銀行での勤務後、2000年より経済人コーポラト会議日本委員会に参画。経済人コーポラト会議とは、CSRの浸透と普及をめざすビジネスリーダーの世界的ネットワークである。2015年より、英国ケンブリッジ大学「ビジネスと人権ジャーナル」のDevelopments in the Field Panel。

創業100周年を迎えた森永乳業の新しい経営理念は、明確なプロセスのもとで、全社員の参加で策定されています。このことは、社会との対話を大切に、「CSRを経営理念そのもの」とする森永乳業の姿勢を表すものです。

乳を基盤として、人々の健康に大きく関わる森永乳業が、持続可能な開発目標（SDGs）を真摯に捉え、サプライチェーン全体で社会との関わりを整理し、ビジネスの中で、その達成に向けて取り組むことは、持続可能な事業運営を担保することになり、社会の期待に応えることです。

社員によるSDGs勉強会にて、SDGsマッピングを行った姿勢は、森永乳業の本気度の現れであり評価します。SDGsのコンセプトである“Leave no one behind”（誰一人取り残さない）とは、企業活動の社会に与えるマイナスの側面を最小化することです。多くの企業が、SDGsの個別のプラスの側面に特化している中で、事業遂行上でのサプライチェーン上の潜在的な負の影響について、人権デューデリジェンスを実施する姿勢を持つ企業は少数です。このことから、本年度から、ニッポン

CSR コンソーシアムのステークホルダー・エンゲージメントプログラムに参画し、その取り組みをスタートさせた森永乳業の今後に期待します。今後、次の3点について取り組まれることを提案したいと思います。

- ①取引先に対する調達ガイドラインの策定（調達方針）、その上位の概念となる人権方針の早期策定
- ②国連「ビジネスと人権に関する指導原則（UN Guiding Principles）」に沿った人権デューデリジェンスの実施
- ③調達先や、操業を行うコミュニティからのホットラインの仕組みづくり

これらの取り組みは、国際的なCSR動向における、自社サプライチェーンを含む「ビジネスと人権」への管理と報告に対応しています。

サプライチェーン全体で捉えた場合、森永乳業はお客様さまに対して、安全・安心を第一優先に、しっかりと取り組んでいます。また、地域コミュニティに対しての個々の取り組みは、先進性・継続性という点で優れており、評価できます。

一方、世界的な潮流は、サプライチェーンに注目しています。日本でも2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、「持続可能性に配慮した調達コード」の基本原則を発表し、五輪での調達・サービス提供において、サプライチェーン全体での環境・人権、労働への配慮、トレーサビリティの確保、資源の有効活用を目標としています。このような動きを捉えてCSR活動を推進することは、グローバル企業として、これからの100年をスタートする森永乳業の基盤になると確信しています。



CSR推進部 部長  
山口 清之

### 新経営理念をベースに、次の100年へ

2017年9月に、森永乳業は創業100周年を迎えました。これを機に、次の100年に向けた自分たちの指針として、新たな経営理念を策定しました。CSRに真摯に向き合い、行動することが、経営理念を実現することに他なりません。従って、「CSRは経営理念そのもの」と認識しています。

社会課題に向き合い、社会に貢献するとともに、社会から必要とされるサステナブルな企業であるために、新たにSDGsの視点による当社課題の整理に着手しました。この意味を皆さまと共有するため、今年度から「CSR報告書」を「サステ

ナビリティレポート」と改称してお届けいたします。本レポートは、私たちの取り組み状況を正直にお伝えする手段として、とても大切なものだと考えています。今回も、貴重なご意見をいただきましたので、SDGsに照らし合わせた課題の特定や、サプライチェーンにより注目した形での活動を進めてまいります。

私たちは、これまでの100年を大切にしつつ、改めて自分たちのありたい姿を経営理念として胸に刻み、次の100年の企業と社会の持続的成長に向けた価値創造へチャレンジしてまいります。

### 編集後記

創業100周年にあたり、100年前と今の日本人の違いについて調べてみると、平均寿命で約40年、平均身長で約10センチ伸びています。大戦後の平和な時代が続いていることや、経済的な成長がもたらした豊かな食、医療の進歩などがその大きな理由でしょう。私たち森永乳業も、微力ではありますが日本人が健やかに長生きするお手伝いをしてきた、そんな100年だったと考えます。これから先も日本人だけでなく、

世界の人々の健康のために存在し続けたいとの想いを本レポートに込めています。

CSR推進部が発足して一年が経過しましたが、社会的にも「持続可能性」や「サプライチェーンへの影響」への注目が高まってきていることを感じます。引き続き社内の各部門、社外の各団体の皆さまのご協力をいただきながら、森永乳業の取り組みを知っていただく努力を続けてまいります。