



森永乳業
CSR報告書 2011

社会との“おいしい”共感の輪



“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：2011年10月



このCSR報告書は、紙バ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2011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。

また2010年度からは、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つを発行しています。

2010年度は、私たちのCSRの概念を明確にする試みを重ねた一年でもありました。そこで描かれたCSRの考え方「社会との“おいしい共感”の輪」を、この「CSR報告書2011」に掲載します。そしてダイジェスト編では、さまざまなステークホルダーとの“共感の輪”をつくるための実践をトピックスとしてご紹介し、ウェブサイトPDF版では、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。なお、東日本大震災での体験や対応についても特別に掲載いたしました。

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 2010年4月から 2011年3月まで（一部、2011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 2011年10月
- 次回発行予定 2012年10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
- ・2010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2011の概要
- 02 CONTENTS / ダイジェスト編・本編
- 03 トップメッセージ
- 05 東日本大震災における森永乳業の取り組み
- 07 社会との“おいしい”共感の輪
- 11 お客さまとの共感の輪
- 13 取引先との共感の輪
- 15 学術・研究との共感の輪
- 17 従業員との共感の輪
- 19 地域社会との共感の輪
- 21 環境との共感の輪
- 23 ライフサイクルと物質フロー
- 25 第三者意見
- 26 森永乳業の代表的商品・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2011の概要
- 02 CONTENTS / ダイジェスト編・本編
- 03 トップメッセージ
- 05 東日本大震災における森永乳業の取り組み
- 07 CSRマネジメント
- 09 社会との“おいしい”共感の輪
- 13 お客さまとの共感の輪
- 15 お客さまのことを第一に
- 17 取引先との共感の輪
- 19 調達先・取引先とともに
- 21 学術・研究との共感の輪
- 23 従業員との共感の輪
- 25 従業員とともに
- 27 地域社会との共感の輪
- 29 社会・地域とともに
- 31 環境との共感の輪
- 33 ライフサイクルと物質フロー
- 35 環境目標と達成状況
- 36 環境マネジメント
- 37 省エネルギー対策と自然エネルギー活用
- 38 エネルギーと二酸化炭素
- 39 水の使用と排水
- 41 ゼロエミッション
- 42 容器包装の省資源化
- 43 モーダルシフト
- 44 環境会計
- 45 第三者意見
- 46 森永乳業の代表的商品・会社概要



私たちの事業は、
 たくさんの方々との絆に支えられています。
 “おいしい”の共感を伝え、
 皆さまとの絆を深めていきます。



代表取締役社長

古川 純一

このたびの東日本大震災により被災されました皆さまに謹んでお見舞い申し上げますとともに、不幸してお亡くなりになられた方々と、ご遺族の皆さまに心よりお悔やみ申し上げます。また、被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

震災を乗り越える力は 人と人の絆から生まれる

私たち森永乳業は震災後、赤ちゃん用の粉ミルク、牛乳、医療食などの救援物資のご提供や義援金の寄付など、緊急支援・復旧支援にできる限り努めてきました。被災された皆さまの生活の安定が一刻も早く実現されるよう、引き続き力を尽くしてまいります。

森永乳業の主力商品である牛乳やヨーグルトは、多くの人々の毎日の生活に欠かせない食品です。震災後しばらくの間、かなり広い地域にわたって商品をお届けすることができず、ご迷惑をおかけしてしまいました。

仙台工場が被災して生産がストップしたり、在庫はあってもガソリン不足で商品を運べなかったりした時期もありました。また、副原料であるフレーバーが入手できず、生産できなかった商品もありました。

そんな中、常々お世話になっているお取引先の方々のお力添えあって、生産・流通を復活させることができました。たくさんの方々のおかげで事業が成り立っていること、そして日頃の信頼関係あってこそCSRの実践が可能になることを、あらためて切実に感じました。

災害時にも耐えられる 安定供給体制を築きます

震災後、私もあちらこちらの店頭を見て歩きましたが、牛乳やヨーグルトはほぼどこでも品切れでした。「ヨーグルトがないと体調が悪くなってしまおう」というお声も寄せられ、一刻も早くお届けしたいと心が急ぎました。

私たちの商品には病気や高齢の方々のための医療食もあります。以前は盛岡工場のみでしたが、5年前から神戸にも生産拠点をつくっていたため、リスクヘッジができました。一方、電気が寸断されて機能が止まってしまった自動倉庫もありました。

近い将来、東南海地方での大地震が予想されています。災害時でも安定した供給ができるよう、今回の経験を活かして

備えることが大きな課題です。

安全・安心をつくるのは、 従業員一人ひとりの高い意識

震災による東京電力の福島第一原子力発電所の事故の影響で、食の安全確保も大きな課題となっています。森永乳業では、国および各都道府県によって放射線物質をモニタリングした結果、安全性の確認のとれた原乳を使用しています。また、使用電力の削減要請に応じて対策を講じ、15%削減目標を超える結果を実現しています。

今回の震災では、弊社独自の無菌充填製法によるロングライフ商品の有用性もあらためて見直されました。冷蔵保存ができない状況でも、牛乳などの飲料や豆腐(*)を常温で長期間保存でき、安全な状態で、安心しておいしく召しあがっていただけます。ロングライフ商品として賞味期限を長く保つことは、食糧、エネルギー、容器包装の余分な廃棄物を減らすことにもつながります。

震災は、すべての面でまだまだ私たちにできることがあると気づかせ、課題を与えてくれたのだと思います。

高品質の商品を通して “おいしい”の共感と感動を広めます

3月11日以降、私たちは多くのステークホルダーの方々との絆の大切さを、あらためて認識させていただいています。折しも数年来、森永乳業のCSRを明確に表現しようと模索し、「CSR方針」を策定している最中に起きた震災でした。

私たちのCSRは、日々の地道な積み重ねによって形づくられます。ハードルの高い品質管理システムMACCPIによって安全・安心な商品を安定してお届けすることが私たちの事業の基盤です。赤ちゃんのためのミルク、病気や高齢の方々の流動食など、命への繊細な配慮も不可欠です。また、工場や流通での廃棄ロスを減らし、使用エネルギーや水を削減し、環境負荷を低減することも、社会の一員としての務めです。

従業員一人ひとりが自覚を高く持ち、「おいしい」の共感と感動を伝え、ステークホルダーの方々との絆を深めていくことが、私たちのCSRです。「社会との“おいしい”共感の輪」を軸として、さらに社会に貢献してまいります。

(*)豆腐については流通・販売時に要冷蔵であることが法令で定められています。

東日本大震災における森永乳業の取り組み

このたびの大震災で被災された皆さまに心よりお見舞い申し上げます。
森永乳業は被災直後から支援を実施し、復興のための支援も継続しています。

多くの方々のお力添えに感謝しています

生産部 生産技術課 マネージャー
星 卓哉



3月11日夜になっても仙台工場とは断続的にしか連絡が取れず、翌朝、3班に分かれ車で仙台に向かいました。朝5時半に東京を出て夜9時ごろに到着。道も門も瓦礫と泥だらけでしたが、工場の従業員に死傷者がいないとわかりほっとしました。ライフラインの復旧は1か月半後。水道も暖房もない過酷な環境下で、多くの従業員が工場に寝泊まりし、泥をかき出し、散乱した製品を片付け、復旧作業に取りかかりました。私は22日に一旦東京に戻り、その後も物資や応援者の手配をして、復旧活動に携わりました。社内外のべ何千人もの皆様にご協力いただいたと思います。おかげで5月20日から製造再開。多くのお客さまに牛乳や乳製品を供給することは、私たちの社会的役割です。その責任を果たすために、本当に多くの方にお世話になっていることを改めて実感しました。

誠実な対応を心がけています

お客さまサービス部
簗島 ゆう子



震災後も、相談業務を継続して一人でも多くのお客さまに対応することに注力しました。直後には「被災地に救援物資を」というご要望が、そして数日後からは牛乳やヨーグルトが品薄な状況についてのお問い合わせが増えました。ピークは、原発事故の重大さが報道された3月23日。通常の5倍の2,000件を超え、増員したコミュニケーター総出でも受けきれませんでした。ミルクに適したミネラルウォーターは？ ミネラルウォーターがない場合は？……切迫した親御さんの不安を少しでもやわらげたくて、休みを取る間も惜しんで対応しました。その後も食品からの放射性物質検出の報道がある度に急増します。即答が難しいご質問もあるため、常に担当部署からの情報を更新し、正しくお伝えするよう心がけています。

一日も早い復旧をめざしました

東北森永乳業 社長
山下 定志



震災後、店頭から牛乳・ヨーグルトが消え、宅配牛乳が途絶え、多くの方々にご迷惑をおかけしました。私たちの製品は賞味期限の制約から在庫期間も短いため、供給が途絶えると即ご不便をおかけしてしまいます。片や、主要原料の原乳を工場が毎日引き取り、酪農業がなりたっています。仙台工場は津波の被害で一旦機能を失いましたが、一日も早く復旧して原乳を受け入れ、商品を製造し、皆さまにお届けすることがいちばんの社会的責任だと考えました。復旧にご協力いただいた工事関係者、運送会社、資材供給業者など多くの方々に深く感謝しています。

3週間が正念場でした

物流部 リーダー
瀧田 勝久



地震発生直後は各物流拠点の被害状況の把握に努めました。そして本社で地震に遭遇し待機となった部長と翌日から合流し、他部署の机を借りて、仮設の対策デスクをつくりました。被災地向けの支援物資輸送を手配、首都圏での商品不足による受注急増への対応、不足していた軽油の手配に奔走……3週間ほど不眠不休で対応しました。目の前に製品があっても、お客さまに届けられなければ意味がありません。首都圏や関西の運送会社さんが「この商品を待っている人がいるから行きます」と不慣れな東北向けに強行軍を買って出られたり、物流協力会社、センター、工場の皆が休まず製品を供給し続けることに尽力してくれたり、日頃にも増して強い絆を実感しました。

ロングライフ牛乳は貴重な栄養源です

認定 NPO法人 難民を助ける会
堀越 芳乃氏



大震災の支援活動では、ロングライフ牛乳をご提供いただき、心よりお礼を申し上げます。私たちの会は地震2日後の13日に仙台入りし、高齢者や障害者の施設を中心に支援物資を提供しました。数週間ライフラインが止まった被災地では、常温保存できて調理せずに摂取できる栄養価の高いロングライフ牛乳は貴重でした。アジア・アフリカなどの国々で支援活動をしている当会のスタッフにはなじみがありますが、日本の若い人々には今回初めて知った方もいらしたようです。ぜひ、これからもロングライフ牛乳の生産を続けていただきたいと思います。

震災対策での学びを今後活かします

人財部 人財課 リーダー
平山 嘉久



震災前から、地震対策マニュアルに目を通してはいたのですが、人財部の役割である安否確認については、現実にはその通りにはいきませんでした。本社従業員の状況把握だけでも容易にはいかず、組織図を壁に貼りだし、停電や余震など混雑が続く状況下、各事業所と連携して安否確認を行いました。また、被災した従業員への支援として社内で義援金を募り、できるだけ早期にお渡しすることをめざして家族や家屋の状況確認を急ぎましたが、すべてを把握するまでに1か月以上もかかりました。今回の経験を通して、企業は従業員とその家族も含めて支えているのだと実感しました。広い視野を持って人財部の業務を遂行することの重要性を学びました。

全力で復興をめざしています

東北支店 市乳販売課 マネージャー
秋山 大輔



震災後、社内外の多くの方からご支援をいただき、深く感謝申し上げます。震災から5か月が経過しますが、沿岸部にはまだまだ震災の爪痕が残っています。我々のパートナーの牛乳販売店では3名の店主が震災でお亡くなりになってしまい、千年に一度の大震災の凄まじさを痛感しています。東北地方および東北支店が立ち直ることこそ、ご支援いただいた方々へのお礼となると考え、現在、全部門で「東北を熱く!!」をキーワードに復興に取り組んでいます。

患者さまの命を支えるために

株式会社クリニコ 常務取締役
浜田 和久



当社の商品は、病気や高齢により栄養補給が難しい方々のための医療食・栄養補助食品です。患者さまにとっては、他の食事での代替が利かないまさに「命を支える商品」であるため、一日たりとも供給を切らすことはできません。震災後、被災したお得意先への訪問と商品提供を行うとともに、各方面からの支援要請に対し全面的に協力をしましたが、盛岡と神戸との東西2拠点製造体制を構築していたため、その供給量を確保できました。また、調達、生産、物流等におけるさまざまな障害も、森永乳業グループ各部門の協力により乗り越えることができました。事業に携わる全員が「命を支えること」を強く意識し、全力で駆け抜けた日々でした。

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�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

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。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

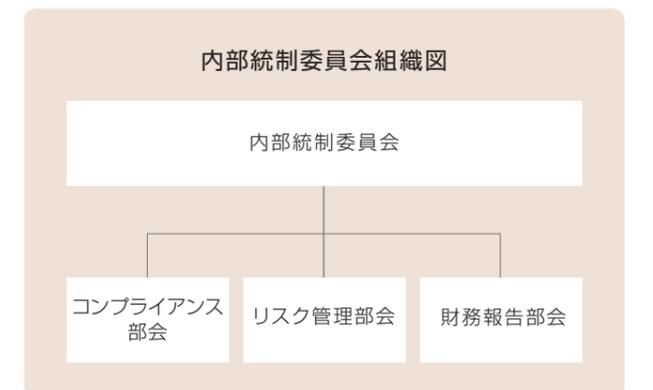
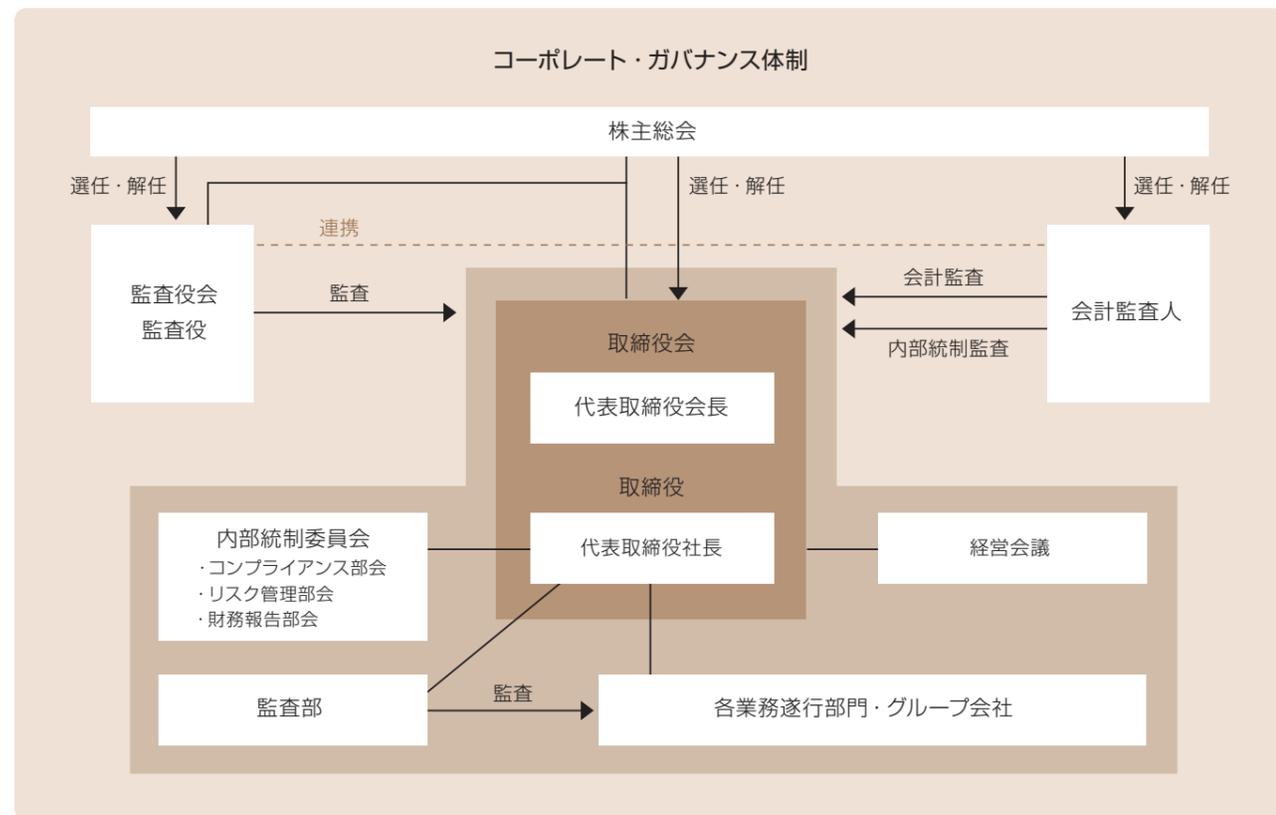
森永乳業グループは、財務報告に関する会計処理基準、業務遂行における権限、社内手続きなどについてのグループ共通の諸規定を設け、その周知徹底をはかり、財務諸表の信頼性確保に努めています。

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。

『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二人で、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。





“おいしい”の共感の輪を、従業員みんなで広げます

私たちの「CSRって何？」を探りました

2010年度、森永乳業は独自のCSRの概念化に取り組みはじめました。2017年に創立百周年という節目を迎えるにあたり、今後どう進むべきか、また多様化する社会の要請にどのように応えていくべきかを見極める上でも、社内でCSRの概念を共有し、社外に対して発信する必要があると考えたのです。

そこでまずはCSR報告書の編集委員が集って座談会を実施しました。この座談会では、森永乳業のこれまで歩んできた歴史をひもといて整理するとともに、将来どんな企業でありたいかについて語り合いました。その様子は、「CSR報告書 2010」でお伝えした通りです。

2011年はこの議論を踏まえて、実際にどのようなCSR活動を実行しているのかをあらためて調査しました。そしてその結果をGRI(*1)のガイドライン、ISO26000(*2)などの規格、さらに他社の事例も参照しながら整理し、どのような概念としてまとめることがふさわしいか、特にCSRに深く関与する複数部署の代表者が議論しました。

議論は、CSRの指針を明確にするために、森永乳業のステークホルダーを絞り込み、各ステークホルダーとの関係性を見定めることからスタートしました。

7つのステークホルダーとの関係を図にしました

ステークホルダーとして最終的に絞られたのは7つ。事業を運営する上で日々、目に見える形で関わりのある「お客さま」、「取引先」、「学術・研究」、「従業員」、そして「トリプルボトムライン」(*3)を考慮に入れた「地域社会」、「環境」、「株主・投資家」を加えました。

そして7つのステークホルダーそれぞれに、テーマを掲げました。これは、森永乳業が企業の責任として取り組んでいくものです。

それぞれの関係を図式化(→冊子版 p9、web版 p11)す

るにあたっては、CSR活動で当然踏まえるべき「コンプライアンス」と「コーポレート・ガバナンス」(→web版 p7~8)を中心に据えました。

私たちはこれまで自らのブランドの定義を「森永乳業がいちばんお届けしたいのは、“おいしいね”から広がる家族や仲間との共感の輪。」と表してきました。私たちのこれからの企業活動の基盤も、ここにある。そう考えて、この関係図を「社会との“おいしい”共感の輪」と名づけました。

震災体験でより明確になったCSR

このようなCSRの概念化を私たちが進めているまさにその最中に、東日本大震災が発生しました。そして緊急の被災地支援に取り組む中で、森永乳業が果たすべき責任や役割が、より鮮明に浮かびあがってきました。

それは、「お客さまが必要とされている当社の商品を確実にお届けする」ということでした。正に、乳業メーカーとしてやるべきことは何なのかを単刀直入に突きつけられたのでした。

当社がその役割を果たすためには、自分たち自身が努力することはもちろんですが、取引先さまの協力が不可欠です。私たちは自らの責任を果たすことで社会とつながり、その一方で私たち自身も社会に支えられているということを感じました。

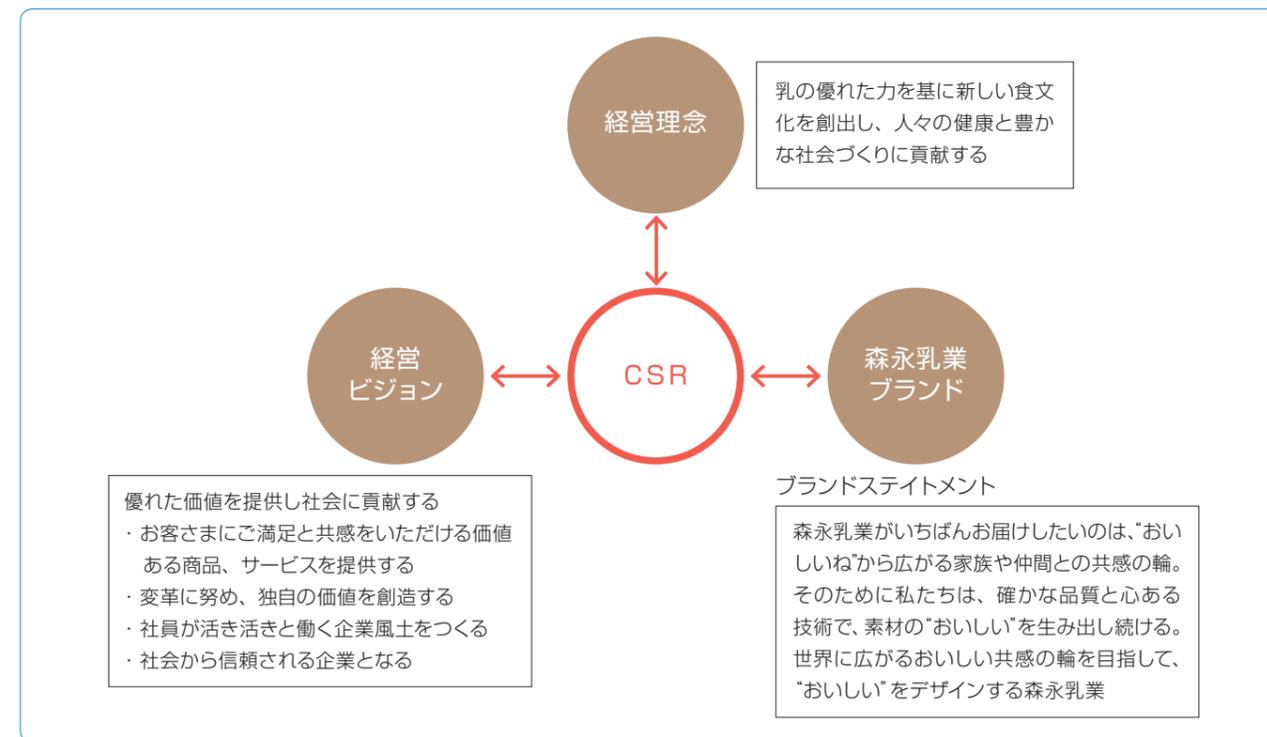
CSRは机上の概念ではありません。私たちがやるべきことは、これを実のあるものとして実行していくことです。従業員一人ひとりが自覚を持って、日々の業務の中で一歩ずつ行動し、CSRを体現していきます。

*1 「GRI = Global Reporting Initiative」は、国際的なサステナビリティ・レポートのガイドラインづくりをする非営利団体。
 *2 「ISO26000」は、社会的責任に関する包括的・詳細な規格。2010年11月発行。
 *3 「トリプルボトムライン」=経済的側面だけでなく、環境と社会の側面からも企業活動を評価しようという考え方。



森永乳業のCSRの概念

森永乳業はこれまで「経営理念」「経営ビジョン」「森永乳業ブランド」を言葉で表し、企業活動の柱としてきました。「CSR」は、これらを求心的にまとめるものとして位置づけられます。



大切なのは、日々の仕事でCSRを意識すること

広報部 部長 大貫 陽一



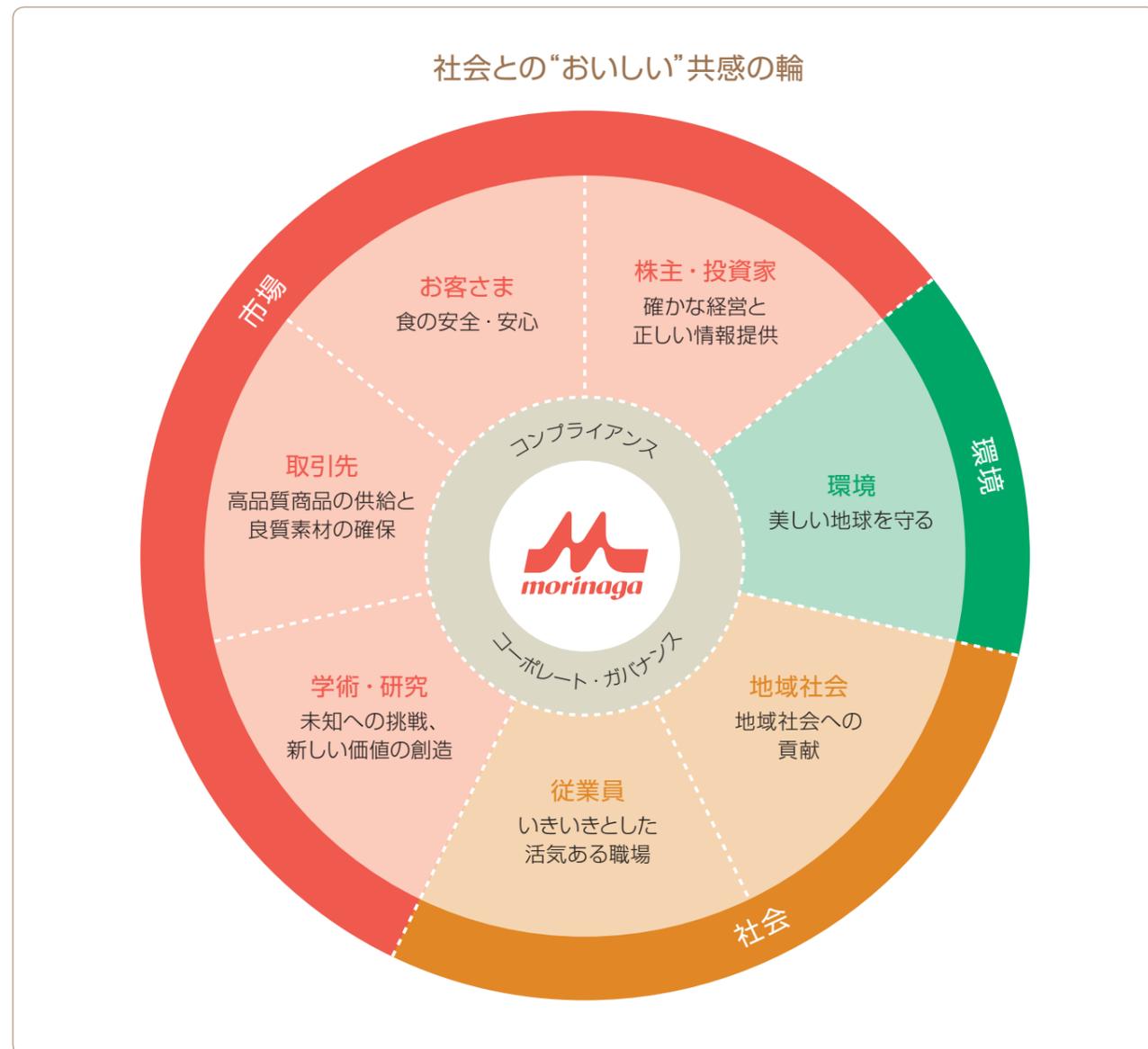
森永乳業が2000年度から発行していた「環境報告書」を「CSR報告書」に変更したのは2008年度のことです。そして、それ以前から実施していた「経営品質向上活動」や「お客さま指向」などの活動とともに、あらためて「森永乳業の「CSR」とは何か」をしっかりと概念化しておこうという取り組みを昨年度から進めています。折しも3月の東日本大震災で、私たちは「どんなときでもお客さまの期待にお応えしなければならない」という使命を痛感しました。牛乳、ヨーグルト、そし

て病気や高齢の方々には不可欠な流動食など、必需品といえる商品を提供している森永乳業は、天災のみならずあらゆるリスクも視野に入れ、供給責任を果たすための備えを固めていく必要があります。「CSR」の概念を指針とし、従業員一人ひとりがそれぞれの役割を理解し、日々の仕事で具体的に行動していくことが重要です。2010年度に新設された「CSR室」が中心となり、「CSR」の概念と日々の業務をわかりやすくつなぎながら、意識の浸透をはかっていきたいと考えています。



7つのステークホルダーとのつながりを大切にします

森永乳業は、7つのステークホルダーに“おいしい”の共感の輪を広げることが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。



- お客さま p11/12 p13/14/15/16
- 取引先 p13/14 p17/18/19/20
- 学術・研究 p15/16 p21/22
- 株主・投資家 p19

- 従業員 p17/18 p23/24/25/26
- 地域社会 p19/20 p27/28/29/30
- 環境 p21/22/23/24 p31 ~ 44

お客さまとの共感の輪

p11/12 p13/14



食品総合研究所 第3開発部 マネージャー
岩井 大

「お客さまに喜んでいただきたい」「お客さまの声に誠実にお応えしたい」……その思いで商品の開発・改良に努めています。開発部、マーケティング部をはじめ装置開発や分析の部門などの多くの従業員の思いが集まって、高品質な商品ができ上がります。研究所の私たちの思いは、商品をお届けするために関わるさまざまな部門の従業員の思いと同じです。

従業員との共感の輪

p17/18 p23/24



冷凍事業部 リーダー
村松 崇平

森永乳業は育児用ミルクを商品にしているので、男性従業員も赤ちゃんへの興味は高いです。とはいえ、個人的なことを社内で話す機会はあまりなく、『エンゼル110番』が初の試みで開催してくれた『パパ講座』で、男性従業員仲間と育児について語れたことが新鮮でした。仕事と家庭を両立させていくには、従業員同士の交流を深めることも大切だと思います。

取引先との共感の輪

p13/14 p17/18



商品センター マネージャー
長井 秀憲

高品質の商品をお客さまにお届けするためには、原料の調達から商品の運搬、販売に至るまでに関わる取引先の方々と、「お客さまに喜んでいただきたい」という気持ちを共有することがとても大切です。私たち商品センターでは、商品の運搬を託す物流会社の方々への説明会を毎年行い、デリケートな商品に実際に触れていただきながら顔の見える信頼関係をつむいでいます。

地域社会との共感の輪

p19/20 p27/28



東京工場 事務部 アシスタントマネージャー
藤原 一志

清掃活動や町の行事に参加し、地域の方々と一緒に汗をかくうちに、お互いに町の一員であることを実感できるようになります。それが、私たちにとっては「お客さま志向」の原点にもなります。お客さまに「緑地開放」等に足を運んでいただき、私たちの働く場に触れ、信頼感を抱ききかけにさせていただいたら何よりです。

学術・研究との共感の輪

p15/16 p21/22



栄養科学研究所 栄養機能研究部部长
関根 一則

研究所では、「お客さまの健康維持や栄養補給に役立ちたい」という思いを胸に、基礎研究から応用技術までさまざまな研究開発を行っています。育児用ミルクを母乳に近づける研究からスタートした森永乳業の研究部門は、いまではさまざまな乳成分や腸内に棲む善玉菌の動きに関する機能を追求し、ヨーグルト、医療用流動食などの多様な健康商品の開発・改良を進めています。

環境との共感の輪

p21/22 p31/32



ビバレッジマーケティンググループ 社員
山脇 知子

私たちの商品を選んでいただくと、環境や社会をよくすることに貢献できる。そんな商品を増やしていきたいです。そのために、商品のライフサイクルの環境負荷をトータルに低減することをめざしています。また、環境と社会に配慮した原料として「レインフォレスト・アライアンス認証」を受けたコーヒーや紅茶を使用した商品も発売しています。

お客さまに喜んでいただきたい その思いから、“おいしい”が生まれます

『パルム』といえば「大人のアイス」。森永乳業のパーアイスの定番です。2010年度の販売数は、発売された2005年の約6倍。お客さまの評価が、とてもうれしいです。

『パルム』のアイスクリームが格別になめらかなのは、より低温で充填して急速硬化しているからです。また、外側のチョコレートが生チョコのようにしっとりとした口どけになるのは、体温と同じ温度で液状になるように融点を調整しているからです。その技術が評価され、2011年2月には「日本食糧新聞社」の『第24回新技術・食品開発賞』をいただきました。

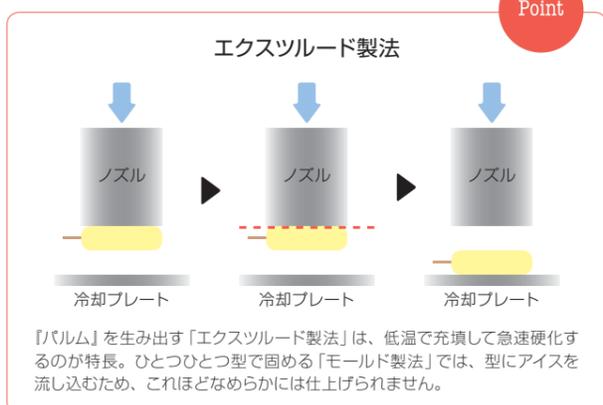
開発のスタートは2003年秋でした。シンプルだけど味の違いのわかる大人が満足するアイスを開発することを目標に製品化しました。

なめらかなアイスを実現するために、装置開発研究所と共同で、食感に大きな影響を与えるフリージング工程の設備改良を実施しました。製造条件を変更し、満足する味になるまでテストを何度も何度も繰り返しました。材料の選定・配分も試行錯誤を重ね、パリッと割れずにしっとりとするチョココーティングは、厳選した独自の素材を使用して実現できました。悩むこともありましたが、上司も工場の人たちも開発チームを信頼して任せてくれました。それが何より心強かったです。

新たな“おいしい”は、「お客さまに喜んでいただきたい」という気持ちに育まれ、商品になります。お客さまの声や評価が、私たちの探求の原動力になっています。



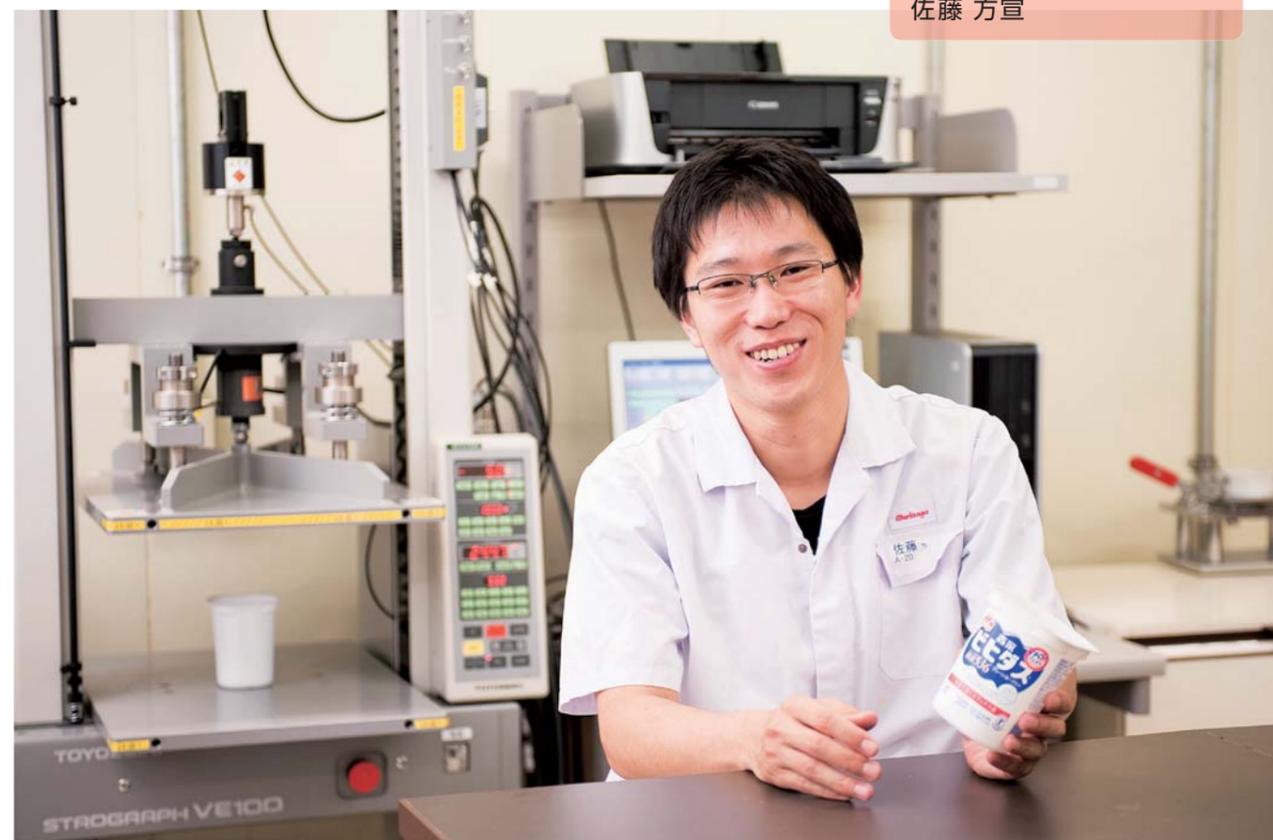
食品総合研究所 第3開発部
マネージャー
岩井 大



『PARM』は、平日のちょっとした贅沢を提供する“アイリープレミアム”として、チョコレート、バニラホワイトチョコ、アーモンド&チョコレートが発売中。

お客さまのご意見やご提案を ひとつひとつカタチにしています

食品総合研究所 容器包装開発部
研究員
佐藤 方宣



森永乳業では、「お客さまの声」を基にさまざまな商品の容器包装について、開発・改良を行っています。そのうちのひとつが、ヨーグルトが蓋に付着しにくい「ロータスコーティング」です。その名の通り、非常に高い撥水効果を持った蓮の葉をヒントに、包材メーカーと共同で開発しました。

改良には長い年月を要しました。「蓋にヨーグルトが付着しにくい」ことをはじめ、当たり前品質として、お客さまの手元に届くまで内容物の品質が担保されていることも重要です。ロータスコーティングの耐熱性、そして基準の内圧をかけても蓋が剥がれないシール強度も確保しなければなりません。試作した包材を使った工場での実機テストにはじまり、トラックでの実輸送テスト等の評価を経て、実用化されました。

「蓋に付いていたヨーグルトが飛び散って衣服を汚した」「ゴミとして廃棄する際に洗うのが面倒」などのお声



から実現されたこの技術は、現在はアロエヨーグルトシリーズの一部商品で採用されています。お客さまの評価を確認しながら、他商品への展開も検討していきます。

容器包装の開発・改良は、人々に気づかれにくい小さなものから、見た目にはすぐわかるものまでさまざまです。「前よりよくなった！」という生のお声が聞けると、やりがいを感じます。今回は、「蓋をなめる楽しみがなくなった」と同僚が苦情を伝えてきました(笑)。お客さまからはどんなお声が聞こえてくるでしょうか。期待と不安を胸にお待ちしています。

Point 従来品とロータスコーティングの比較



ロータスコーティングの特長は、樹脂の表面に施されたマイクロな無数の凹凸。画期的な撥水性が発揮され、ヨーグルトが付着してもすぐに転げ落ちるよう脱着します。

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、お問い合わせ、ご相談などを全国から承っています。2010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。

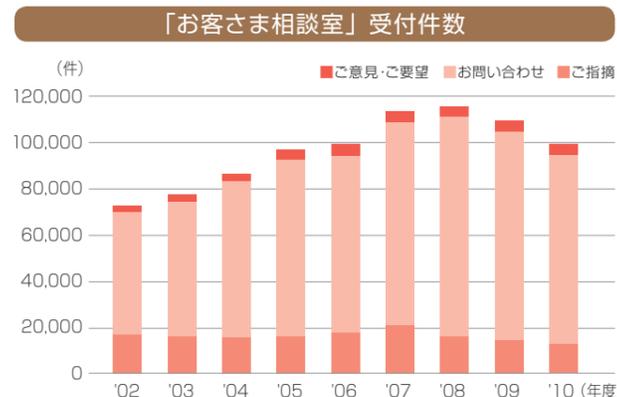
お客さまからの声を最大限に活かしています

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。

2010年度は、「スキムミルクの袋の角に丸みをつけて手に優しい容器形状に改める」、「宅配商品に記載しているお問い合わせ先の電話番号の文字を大きくして読みやすくする」など、お客さまの声を活かした約60件の改善を行いました。

「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。

無料の育児相談窓口『エンゼル110番』で 子育てを応援しています

『エンゼル110番』は、森永乳業が「子育て奮闘中のお母さんたちのために何かお役に立てることはないか……」と考え、1975年5月に開設した無料の育児相談窓口です。36年間でお受けした相談件数は854,383件（2011年3月現在）に上ります。

いつの時代も子育ては試行錯誤の連続です。時代とともに変化する悩みや問題に相談員が耳を傾け、サポートしています。

2010年度は、社内の男性向け育児講座の開催（→p23）、ホームページのリニューアル、また、東日本大震災被災者支援として一部地域からの相談をフリーダイヤルに設定するなどの対応も行いました。

これからも、子育てに関わる人たちをサポートしてまいります。

「エンゼル110番」運営概要

- 電話受付時間／10～14時（年末年始・日祝を除く）
- 相談対象／妊娠中～小学校就学前まで
- 相談員数／17名
- 活動内容／
 - ① 育児に関する電話相談
 - ② 相談者の意見や声をまとめ、社内外へ報告
 - ・社外発信「エンゼル110番レポート」のリリース（年4回）
 - ・社内発信「季節のたより」
 - ③ ホームページで情報発信（毎月更新）
- 電話番号／東京 03-3405-0110 大阪 06-6365-0110



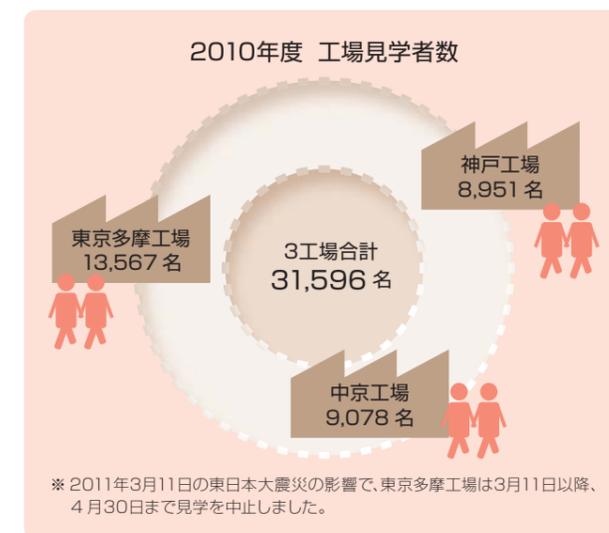
「エンゼル110番」の相談員は17名。管理栄養士などの有資格者も含まれます。子育てに関わる方々のお役に立てるよう、互いの知識や経験を共有し、日々研鑽を積み重ねています。

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

当社の衛生的な製造施設や、安全・安心を基本とする物づくりの姿勢、さらに製品の品質の高さを知っていただけるように、「工場見学」を催しています。スタッフ一同、訪れてくださるお客さまや社会科見学などのお子さんたちに、「楽しかった」「また来たい」と感じていただける充実したご案内をめざしています。



2010年6月1日、全国の森永乳業と関連会社の6つの工場で「牛乳の日工場見学会」を実施しました。牛乳を使った料理をつくったり、牛乳にちなんだクイズ、「利き牛乳」などで、牛乳のおいしさや栄養について楽しみながら体験していただきました。



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・保育園年長以上。
お申し込み・お問い合わせ：
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15～60名。小学生以上。
お申し込み・お問い合わせ：
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・お問い合わせ：
森永乳業（関西支店）お客さま相談室
TEL 06-6341-0271

お客さまを大切にする心を、 お取引先の方々に託します

商品センター
マネージャー
長井秀憲



森永乳業の商品には、「日配品」と私たちが呼ぶ牛乳やヨーグルトなどの消費期限の短いもの、バターやチーズなどのやや賞味期限の長いもの、アイスクリームのようにマイナスの低温で保管・輸送しなければならないものなど、いろいろな商品があります。高い品質を保つためには、出荷後は倉庫会社さんや運送会社さんといった協力会社の方々に、それぞれの商品に適した温度管理を徹底していただく必要があります。

さらに、商品のパッケージの材質や形状もさまざまです。運搬用のダンボール箱で保護されているとはいえ、適切に扱わなければ品質を損ねる危険もあります。とりわけ、グループ会社の(株)クリニコの商品には、医療現場の患者さまがパッケージから直接口にしたり、身体に直接投与したりする流動食などもあるため、運搬にも細心の注意が求められます。

そこで私たち商品センターは、2006年度から毎年全国8か所の運送会社の方々に、(株)クリニコの商品の扱い方について説明にうかがい、品質会議を開いています。医療現

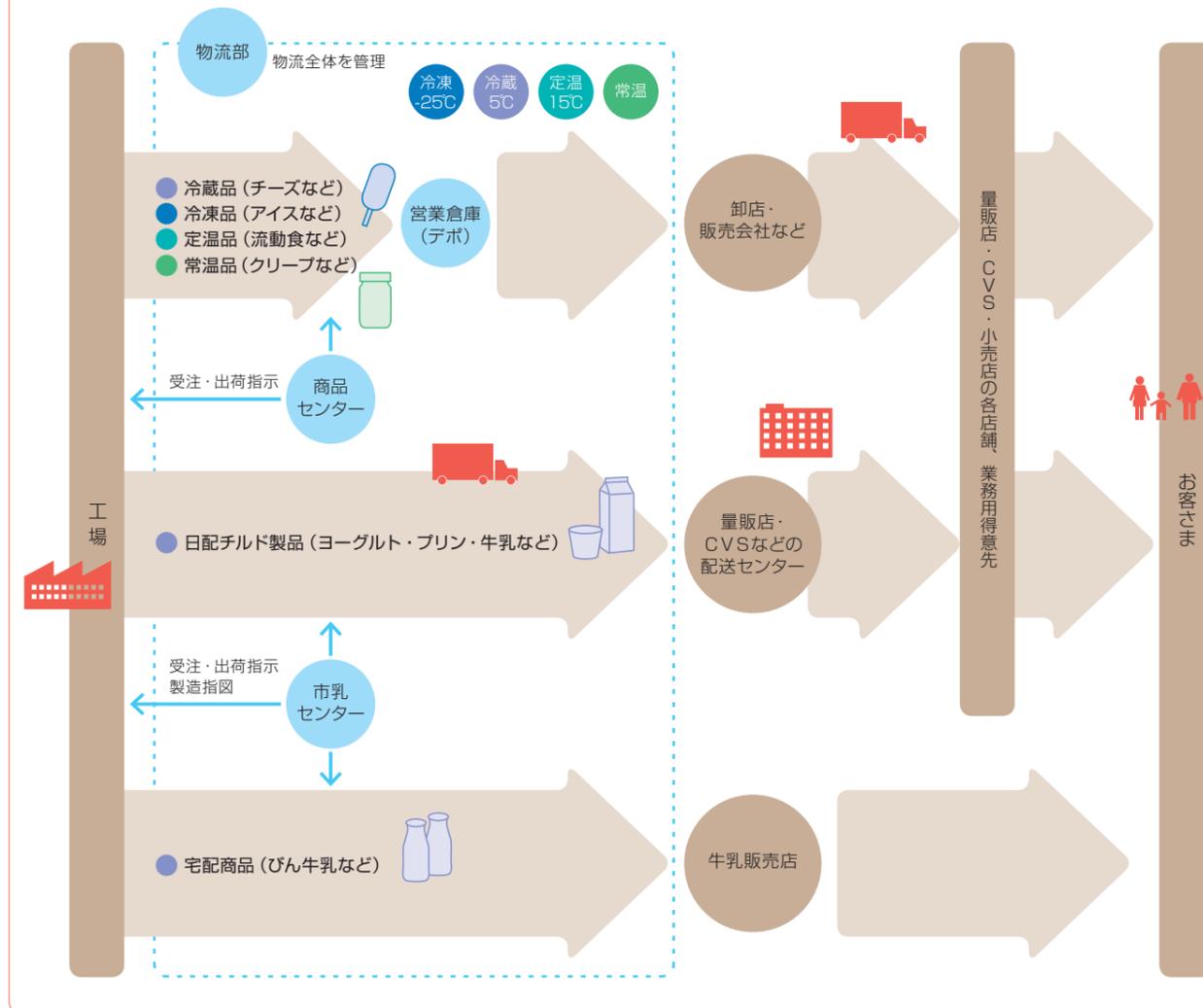
場でしか見ることのできない商品を実際に手に取り、試食もしていただきます。病気や高齢の方の命に関わると知ると、参加している方々の真剣みが増します。そしてその後は、物流現場でダンボールの潰れや結露およびガムテープのはがれ等を見つけた場合には、デジタル写真を撮って私どもにメールして確認する手間も厭わずにやってくれるようになっていきます。

今後も、お互いの顔が見える良好な関係をつむぎ、「お客さまに高品質で安全・安心な商品をお届けしたい」という気持ちを持て共有していければと願っています。



(株)クリニコの「CZ-Hi アセブパック」は、医療・保健機関やご自宅等で安心してお使いいただける高栄養流動食です。食事代替品として長年の研究に基づいて開発されました。

商品温度管理フロー図



Voice

鴻池運輸株式会社
西多摩営業所所長
中川義浩氏



品質会議では、製品の特徴や取り扱いの注意事項についての説明を受け、実際に流動食を試食しますので、参加した弊社従業員の品質に対する意識は確実に高まります。

課題は、会議に参加していない協力会社のドライバーを含むすべての現場作業員にその意識を徹底することです。そのため、弊社社員が協力会社の拠点を毎月巡回し、安全品質に関する直接指導を行っています。防塵対策、防虫対策、温度管理、結露防止など、特に注意すべき点を確実に伝えるよう心がけています。

今後も「価値創造パートナーとして共に未来を創る!」を合言葉に、地球の未来と世界の人の幸せに貢献できる会社となれるよう、たゆまぬ挑戦を続けてまいります。



鴻池運輸西多摩営業所での森永乳業とクリニコの合同説明会。流動食製品の取り扱いの注意点と取扱方法を確認し、マニュアルを作成しました。

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や容器包装の調達や、商品の運送、販売を担う事業者など、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）、アレルゲン情報、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や、定期的な講習会の開催を通して、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」を定期的に開催し、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。

震災後、多くの取引先の方々に ご支援・ご協力をいただきました

2011年3月11日の東日本大震災では、森永乳業仙台工場が地震と津波による大きな被害を受けました。ライフラインが断たれ、道路事情も困難な状況下、震災直後の12日から建築や設備関係の取引先の方々がたくさん駆けつけ、復旧のためにご協力くださいました。ライフラインが復旧するまでの1か月半、食糧を差し入れてくださった方々も少なくありませんでした。

工場の従業員が皆、被災した厳しい状況で、一週間ほどは出勤できる人数も少なく、取引先から応援に来てくれた皆さんの助けがありがたかったです。また、取引先の業者さんからお借りした発電機を使い、工場の生産ラインの砂や泥水を取り除く作業や排水処理施設の再稼働ができました。

多くの取引先の方々があってこそ、森永乳業の事業が成り立っています。これからも、信頼関係を築いていきたいと考えています。

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100回以上の個別取材に対応しています。

また、新商品はもちろん、経営情報についても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、株主優待、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株を除く)	250,660,326株
株主数	30,811名

大株主(上位10名)

①森永製菓株式会社	10.47%
②日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6.74%
③株式会社みずほ銀行	4.94%
④日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	4.79%
⑤日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	4.54%
⑥株式会社みずほコーポレート銀行	2.91%
⑦株式会社三菱東京UFJ銀行	2.77%
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)	2.65%
⑨三菱UFJ信託銀行株式会社	1.84%
⑩森永乳業従業員持株会	1.65%

(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。

酪農家の皆さまとともに

森永乳業グループは、原料乳の生産者である酪農家の皆さまとのつながりをとりわけ大切にしています。

生乳を調達するのは酪農部です。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、全国6か所にある酪農事務所の担当者が、酪農家の皆さまや集乳の中継地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。

また、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

酪農家から工場までの安全・安心の仕組み

酪農家
飼料内容や投薬、生乳の温度管理データ、牧草への農薬散布状況など生乳の安全・安心に関する記録を保存(内容は第三者が定期的に確認)。

集乳車
小型集乳車が酪農家を一軒一軒訪問。集荷した生乳はクーラーステーションまたは乳業工場へ搬入。

クーラーステーション
小型集乳車で運んできた生乳を冷却、一時保存。細菌数や体細胞数、抗生物質混入の有無などの検査に合格した生乳は大型集乳車で乳業工場へ。

理念のもと、酪農家の皆さまとの顔の見える関係をつむぎ、酪農業への貢献をめざしています。具体的には、牛の健康に配慮した飼料メニューの提案や新たな飼養管理技術の紹介、優良な和牛受精卵の移植事業など、酪農経営を総合的に支援しています。その他には酪農家の皆さま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』も年2回発行しています。

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、酪農家の皆さまの経営発表大会や、専門家の講師を招いての酪農家の皆さま向けの講演会を開催するなど、酪農振興活動を継続しています。2010年度は、酪農現場で活躍できる人材の育成を目的に、全国20か所の会場や牧場で酪農家の皆さまや技術者向けの講演会・講習会を実施しました。



特報 泌乳後期の過肥の防止が周産期病を削減

「ファーマーズアイ・モリちゃん」は年2回発行。

震災直後、酪農家の皆さまに できる限りの協力をしました

東日本大震災で乳業工場が被災した影響で、生乳の出荷先に苦慮される酪農家が多くいらっしゃいました。そのような状況下、当社は「酪農家の方々が生産された生乳を一滴でも無駄にしたいくない」という思いのもと、被災工場の復旧に全力をあげるのと並行して、乳製品工場のフル稼働、東日本の生乳の西日本での受け入れなど、可能な限り多くの生乳を受け入れました。

また今回の震災では飼料工場の多くが被災し、酪農家の皆さまが乳牛の飼料を十分に確保できないケースもありました。そこで当社では、グループ会社の森永酪農販売と協力し、当社工場から被災した飼料工場へミルクローリー車で水の供給や、北海道や西日本の飼料工場から関東・東北地区の酪農家の皆さまへ飼料をお届けするなどの対応を取らせていただき、少しでもお役に立てると思うことは可能な限り実施いたしました。



乳の新たな可能性～ 「マイクロRNA」を発見しました

栄養科学研究所
栄養機能研究部部长 薬学博士
関根 一則



母乳は、赤ちゃんの成長のために理想的な栄養成分、機能性成分、生理機能を備えています。育児用ミルクの開発にあたっては、出発点であると同時に目標でもあります。

私たちは、赤ちゃんにもお母さんにも最良の栄養食品をめざして、小児科医と共同でさまざまな研究を行ってきました。母乳の機能研究分野では、国立がん研究センターとの共同研究を行い、DNAのタンパク合成の動きを制御する「マイクロRNA」と呼ばれる成分が母乳中に含まれていることを

世界で初めて解明しました。昨年、遺伝子研究の専門誌『サイレンス』に掲載されたその論文は、ウェブサイトの本誌掲載論文中2位のアクセスを集め、研究者からの関心の高さがうかがえます。

「マイクロRNA」は疾病との関係でも注目されていて、これまでわからなかった乳の働きを見極める鍵となり、赤ちゃんの健康や成長をより一層サポートできることも期待されます。これからも引き続き、乳の未知なる力を研究していきます。

人々の健康に貢献する ビフィズス菌BB536の働きを実証しました

ビフィズス菌は、健康なヒトの腸管に棲む最優勢善玉菌です。中でもBB536は健康な乳児から分離した菌で、森永乳業が長年、整腸、感染防御、免疫調節などの機能を次々と解明してきました。最近、私たちの研究グループは、この菌が高齢者の免疫機能の維持に役立ち、またインフルエンザワクチンの効果を高めるという結果を学会で発表しました。

ビフィズス菌BB536を使った乳製品乳酸菌飲料やヨーグルトは、森永乳業の主力商品になっています。さらに、ビフィ

ズス菌BB536の菌末は、サプリメントとして販売されている他、世界30か国以上の国々へも輸出されています。

摂取しているとおなかの調子がいいとか、花粉症が緩和されるなど、効果を実感している人が多くても、科学的なデータがなければ社会が認めてくれません。ですから、裏付けをきちんと出していく研究は、健康に貢献するやりがいのある仕事です。このような研究に携わることができて私はとても幸運に感じています。

食品基盤研究所
生物機能研究部部长 農学博士
清水(肖) 金忠



森永乳業の研究所



食品総合研究所

“おいしい”を極めるために、各事業部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

原点は母乳の研究。赤ちゃんの健やかな成長と健康を維持する乳の機能を解明し、ドライミルクを開発してきました。医療現場で栄養補給に貢献す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

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

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

商品の安全性と品質の維持向上のために、さまざまな検査・分析を担当。栄養成分組成の分析、細菌検査や有害物質などの分析の他、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

森永乳業商品をお客さまの視点で応用した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。

研究情報を 公開しています



森永乳業の研究員は、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。

<http://www.morinagamilk.co.jp/research/index.html>

バリバリ働く男性従業員も お家に帰ればパパなのです

冷凍事業部
リーダー
村松 崇平



「お手伝いするという意識ではダメですよ」とズバリひと言。「エンゼル110番」で長年相談員をしている講師の言葉が、ズシッと心に残りました。

『エンゼル110番のパパ講座』に参加したのは、昨年11月26日。娘の美於(みお)が生まれたのは、その1か月少し後の1月です。誕生直後は自分の娘だという実感が湧きませんが、だんだんとかわいくなってきました。もちろん率先して世話をしています。



2010年11月、本社の会議室で開催された『パパ講座』は、『エンゼル110番』の35周年を記念しての企画。好評につき、第2回も2011年11月に企画されています。

とはいえ、おむつ替えは苦手で、10回に1度くらいでしょうか。お風呂も、まだ首が据わっていないときにチャレンジして溺れさせそうになってしまい、以来、外で待機して妻から受け取り、タオルで拭いて服を着せる係を専任しています(笑)。

『パパ講座』では参加者同士の話し合いの時間もありません。先輩パパから「最初の数か月は夜中に何度も起こされる」「赤ちゃんを抱っこしたり遊ばせたりするだけでも、奥さんがラクになる」といった体験談を聞きました。実際に娘が生まれてから、「なるほど、こういうことか」と納得することばかりです。

想像していたよりも、子育てには手がかかります。おもちゃを片付けたり、寝かしつけたりするだけでもあつというまに時間が過ぎていきます。先輩パパを見習って、せめて私が家にいるときは妻の自由時間をつくってあげるよう心がけています。

講座に出てよかったのは、多くの同僚が積極的に子育てをしているのがわかったことです。「男は子育てしない」は過去のこと。前向きに娘を育てていきたいという気持ちになりました。

森永乳業は、子育て支援策を充実させ、 ママとパパを応援しています

森永乳業は、少子化による人口構成の変化や労働力の減少に対応し、性別や年齢などを問わない新たな人財の活用方法や活用戦略を構築していこうと考えています。

少子化の原因のひとつとして、仕事と子育ての両立に対する大きな負担が指摘されています。男性を含めたすべての従業員が、仕事のための時間と自分の生活のための時間と

のバランス「ワーク・ライフ・バランス」をとれるようにすることが課題です。

森永乳業では、能力・役割を重視した新人財マネジメント制度の導入を進めていくとともに、育児などの個人の生活をサポートすることによって、全従業員が能力をフルに発揮できる環境を整備し、強い会社づくりをめざしていきます。

子育てサポートナビ

この一覧表は、各制度の概要のみ記載しています。詳細は規程や「子育てサポートナビ」で確認してください。

妊娠前	妊娠期	出産	0歳	1歳	2歳	3歳	小学校入学 1年生	4年生
不妊治療を理由とした積立年次休暇 内容：不妊治療を理由とした積立年次休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：1年度に5労働日	つわり休暇 内容：妊娠中につわりなどで就業が困難な場合に休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：妊娠中7日以内	出産休暇 内容：出産前と出産後の休暇です 給与：有給 期間：出産予定日の6週間前から産後8週間まで	育児を理由とした短時間勤務 内容：1日2時間を限度として30分単位で就業時間の短縮が可能です 給与：短縮時間分は無給 期間：子が小学校4年生の4月末まで	育児を理由とした短時間勤務 内容：1日2時間を限度として30分単位で就業時間の短縮が可能です 給与：短縮時間分は無給 期間：子が小学校4年生の4月末まで	育児を理由とした短時間勤務 内容：1日2時間を限度として30分単位で就業時間の短縮が可能です 給与：短縮時間分は無給 期間：子が小学校4年生の4月末まで	育児を理由とした短時間勤務 内容：1日2時間を限度として30分単位で就業時間の短縮が可能です 給与：短縮時間分は無給 期間：子が小学校4年生の4月末まで	育児を理由とした短時間勤務 内容：1日2時間を限度として30分単位で就業時間の短縮が可能です 給与：短縮時間分は無給 期間：子が小学校4年生の4月末まで	育児を理由とした短時間勤務 内容：1日2時間を限度として30分単位で就業時間の短縮が可能です 給与：短縮時間分は無給 期間：子が小学校4年生の4月末まで
	通院時間 内容：健康診査の受診等で、通院のために必要な時間を通院時間とすることができます 給与：有給 期間：妊娠中および産後1年以内	育児のための時間外勤務の制限、深夜勤務の免除 内容：時間外勤務の制限(1ヶ月について24時間、1年について150時間を超過する時間外勤務を制限することができます) 深夜勤務の免除(22時から翌5時までの勤務を免除することができます) 期間：子が小学校の就学期間まで						
	妊産婦の時間外勤務、深夜勤務、休日勤務の免除 内容：時間外勤務、深夜勤務、休日勤務を免除することができます 期間：妊娠中～産後1年以内	育児のための時間外勤務の制限、深夜勤務の免除 内容：時間外勤務の制限(1ヶ月について24時間、1年について150時間を超過する時間外勤務を制限することができます) 深夜勤務の免除(22時から翌5時までの勤務を免除することができます) 期間：子が小学校の就学期間まで						
		産後休暇 内容：出産前と出産後の休暇です 給与：有給 期間：出産予定日の6週間前から産後8週間まで	育児時間 内容：授乳等を目的として、1日30分を2回、計1時間、育児時間の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児時間 内容：授乳等を目的として、1日30分を2回、計1時間、育児時間の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児時間 内容：授乳等を目的として、1日30分を2回、計1時間、育児時間の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児時間 内容：授乳等を目的として、1日30分を2回、計1時間、育児時間の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児時間 内容：授乳等を目的として、1日30分を2回、計1時間、育児時間の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児時間 内容：授乳等を目的として、1日30分を2回、計1時間、育児時間の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳に達する日の前日まで
		育児休暇(有給) 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：育児休業手当(月額2万円、6カ月を限度) 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで	育児休暇 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで	育児休暇 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで	育児休暇 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで	育児休暇 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで	育児休暇 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで	育児休暇 内容：育児を目的とした休暇の取得が可能です 給与：有給 期間：子が1歳6カ月までに達するまで、または1歳を超えて最初の4月末まで
		慶弔休暇 内容：子の出生により慶弔休暇の取得が可能です(2日上限) 給与：有給	育児のための時差勤務 内容：所定就業時間内前後1時間の範囲で時差出勤が可能です 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児のための時差勤務 内容：所定就業時間内前後1時間の範囲で時差出勤が可能です 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児のための時差勤務 内容：所定就業時間内前後1時間の範囲で時差出勤が可能です 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児のための時差勤務 内容：所定就業時間内前後1時間の範囲で時差出勤が可能です 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児のための時差勤務 内容：所定就業時間内前後1時間の範囲で時差出勤が可能です 期間：子が1歳に達する日の前日まで	育児のための時差勤務 内容：所定就業時間内前後1時間の範囲で時差出勤が可能です 期間：子が1歳に達する日の前日まで

子育てに関するサポート内容を、ポスターや社内イントラで周知しています。

がんばろう！イクメン！ Check!

『エンゼル110番のパパ講座』をきっかけに、『森永乳業イクメンPROJECT』がスタートしました。パパも使いやすいグッズのプレゼントキャンペーン、パパ向け育児アドバイス、イクメン検定などの企画が盛りだくさんです。

<http://www.hagukumi.ne.jp/campaign/ikumen/index.shtml>

育児休業制度を利用しました



情報システム部 システム開発課 アシスタントリーダー
石井 俊光

第一子の出産後、退院してすぐに自宅で子育てすることになったため、妻の負担を少しでも軽くしたいと考え、育児休業制度を利用しました。

休業中は妻が赤ちゃんに専念できるように、買い物、炊事、洗濯、掃除などの家事を私が担当しました。もちろん、沐浴やおむつ替えなど、赤ちゃんの世話も充分にでき、休暇を有意義に利用できました。

家事や育児の大変さ、妻の苦勞が身にしみてわかり、その後も家事に協力するよききっかけになったと思います。男性の育児休業取得例はまだ少ないですが、人生でめったにないことですので、機会があれば利用してはいかがでしょうか。

Voice

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

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に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。また、日々の取り組みが着実な成果につながり、工場の無災害日数記録も更新中です。

無災害日数 (2011年6月30日現在)	
松本工場	9300日
富士工場	7175日
盛岡工場	6639日
別海工場	6066日
徳島工場	5178日
福島工場	5531日
佐呂間工場	5165日

ウォーキング活動で健康増進活動を推進しています

従業員の健康増進のために、年間500万歩以上のウォーキングをめざす「ファイブミリオンクラブ」を1995年に発足し、毎年、目標達成者を顕彰しています。2010年度は、48名が500万歩、36名が365万歩、9名が100万歩を達成しました。

ワーク・ライフ・バランスを 推進しています

森永乳業では、従業員一人ひとりが働き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。

家族参観日を実施しています

森永乳業では、2009年から「家族参観日」を実施しています。この行事は、家族間でのコミュニケーションづくりや子どもたちの職業観を育むことなどを目的としています。第1回は東京多摩工場と神戸工場で工場見学会を、第2回は研究所で料理教室を行いました。参加者からは「子どもに親の仕事がわかってもらえてよかった」などたくさんの感想が寄せられました。

育児支援制度を充実させています

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。また、従業員が受けることのできる育児支援制度を子どもの年齢別に一覧表にまとめ、ポスター(→ p24)を全事業所に掲示しています。

育児休職取得人数					
		08年度	09年度	10年度	計
女性	出産(人)	11	19	17	47
	育児休職(人)	10	18	17	45
	育児休職割合(%)	91	95	100	96
男性	育児休職(人)	4	1	3	8



※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。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。

ノー残業デー、マイホリデー制度の取り組み

働き方を見直し、業務にメリハリをつけて定時に仕事を終えることを従業員に意識づけるために、週に2回の「ノー残業デー」を設けています。特に本社では朝と夕方の2回に館内放送を流し、意識向上に努めています(※東日本大震災以降、放送は休止中です)。

その他、年休の取得促進のために、2007年から「マイホリデー制度」を導入しています。これは、事前に3日間の年休取得予定日を上司に届け出ること職場内でのフォロー体制を整えやすくし、社員が安心して年休を取得できるよう

にする制度です。

こういった取り組みにより、2010年度の年休取得率は4年連続で目標の50%を超えています。

ボランティア休暇

森永乳業は、従業員が自発的意思による社会貢献活動を理由として年間10日を限度として休暇を取得できる「ボランティア休暇制度」を設け、積極的に社会貢献に取り組む従業員を応援しています。

この制度では、ボランティアを「自発性、無償性、利他性に基づく活動」と定義づけ、原則として活動の内容は問いません。

再雇用制度で多様な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、若手従業員への技術の伝承が促進されています。

森乳エキスパート社員制度 再雇用率					
		08年度	09年度	10年度	計
対象者(人)		103	116	70	289
再雇用者(人)		82	96	55	233
再雇用率(%)		80	83	79	81

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。

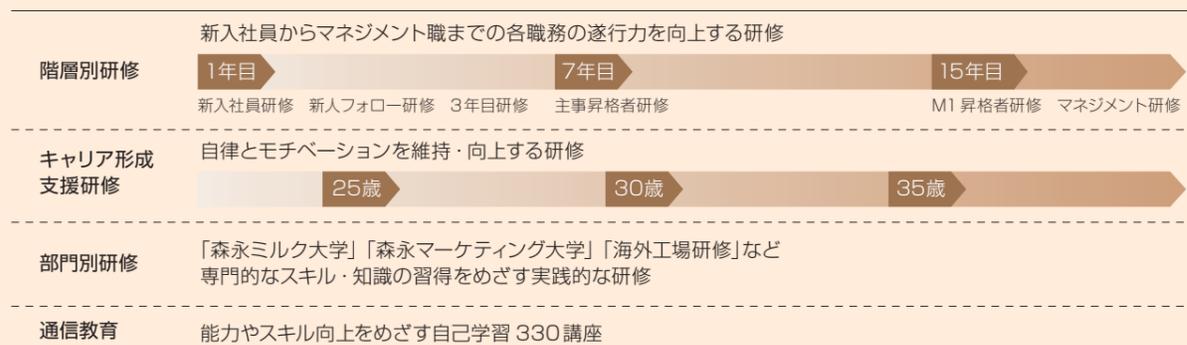
人財育成にあたっては、現場でのOJT(On the Job Training)、集合研修などのOff-JT(Off the Job Training)、通信教育などによる自己啓発、キャリア形成支援の4つの柱を有機的に連動させています。従業員の自己啓発支援制度では、通信教育受講制度の他、大学院への留学派遣、ビジネススクールへの通学派遣、E-ラーニングの開講等を実施し、従業員の主体的な能力・スキル開発をサポートしています。

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。2010年度は、年間提案に94,357件、テーマ提案に4,841件の提案が集まりました。

講座選択型社外ビジネススクール研修

従業員の能力向上とキャリア形成の支援の一環として、2010年から若手・中堅の従業員を対象に、経営学やマーケティング、会計学、リーダーシップ論などの専門知識を学習するための社外研修を実施しています。平日夜間や休日に社外で定評のあるビジネススクールで自分の学習したい内容を選択する講座選択型の研修で、授業料の一部を補助しています。応募は多く、自己啓発への関心の高まりを感じさせます。

森永乳業 集合研修体系



工場も、町の一員 「緑地開放」は大切な交流の場です

東京工場 事務部
アシスタントマネージャー
藤原 一志



8月の第一日曜日に開催する「緑地開放」は、東京工場の長年の恒例行事です。工場は葛飾区の住宅街にあるので、社宅を含む約2万坪の敷地にはできるだけ緑を植え、良好な環境づくりをめざしています。そして町の一員として、清掃活動などの町会の活動に積極的に参加するとともに、毎年「緑地開放」を開催し、地域の方々をお迎えしています。

当日は、屋外の緑地で牛乳やアイスクリームの試飲・試食、森永乳業の品質管理や環境への取り組みについてのパネル展示やDVD上映、食育クイズ、アンケートなどをご用意します。ロングライフ商品の豆腐や飲料、森永製菓のお菓子の詰め合わせなどのサービス価格でのご提供も好評です。

「町会からもお手伝いを出しましょう」と町会長さんがお声

かけくださったのは3年前、町の清掃活動に参加していた折のことでした。工場は日曜も操業しているため、タンクローリーや配送車が絶えず出入りします。3,000名を超えるお客さまへの安全配慮は協力会社にもご協力いただき対応してきましたが、2010年からは奥戸一丁目町会、二丁目町会、奥戸町会の三町会の約30名の方々が受付と交通整理にあたってくださっています。

こうして、町会の皆さま、協力各社、従業員、そしてOBや次年度採用者も一緒に、お揃いのスタッフTシャツと麦わら帽子を身につけてのイベントとなり、終了後にはちょっとした慰労会も行っています。町の中にある東京工場だからこそ、こんなふうに絆を深められるのだと感謝しています。

2011年8月7日の「緑地開放」。9時から14時までの間に来てくださったお客さまは約3,200名。家族連れの姿が多く見られました。夏休みの自由研究で、従業員に質問するお子さんも見受けられました。



一人ひとりが無理なく寄付する仕組みで 社会貢献活動を継続的にサポートします

『森乳スマイル倶楽部』は、従業員の自発的な意思によって2006年12月に発足しました。活動の基本は、寄付。給与の100円未満の端数を自動的に寄付として集め、さまざまな分野の社会貢献活動団体への「定例寄付」と、国内外での大規模災害の被災者への「緊急災害支援」を実施しています。会社とも交渉し、集まった寄付金と同額を会社が上乘せる「マッチングギフト」の仕組みも取り入れています。

寄付先や活動については、会員の思いをくみ取りながら、年数回、運営委員会で話し合っています。2010年8月から会員対象をグループ会社の従業員まで広げ、2011年4月末で1,444名。年々着実に増えています。

2009年度からは、毎年11月の「森永乳業文化の日」に

合わせて本社でイベントを開催。活動の展示を行うとともに、寄付先の各団体をご紹介します。2010年は、「国境なき医師団」と「(財)日本盲導犬協会」の方々をお招きしました。

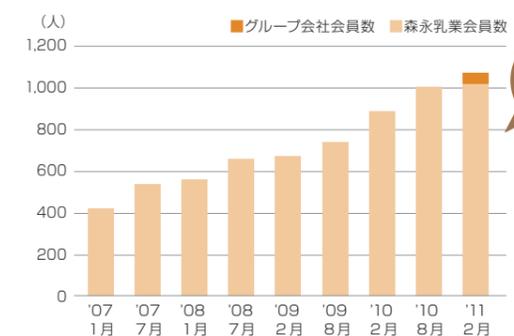
2010年度の「緊急災害支援」は、6月の宮崎県の口蹄疫、9月のパキスタン洪水に寄付。そして2011年3月の東日本大震災の被災者支援は何よりも最優先にすべきと判断し、定例寄付予定分を回し、緊急災害支援用の繰越金の一部も加えて300万円とし、会社からのマッチングギフトを加えた600万円を日本赤十字社に寄付しました。

今後も、社会に「スマイル」を増やしていくために、社会貢献活動をつづけていきます。



2010年6月6日WFPと国連WFP協会が主催する子どもたちの飢餓をなくすためのチャリティイベント「ウォーク・ザ・ワールド」に参加しました。森乳スマイル倶楽部会員だけでなくご家族、ご友人にも参加いただきました。

『森乳スマイル倶楽部』加入状況(2011年4月現在)



Voice

奥戸一丁目町会会長
矢島泰孝氏



親の代から奥戸の住民です。この場所は、私が小さいころに製紙工場になり、戦争中に建鉄工場、戦後に森永乳業の工場へと変遷しました。森永乳業は町の行事に協力的な上に、奥戸工場会の事務局も務めてくれています。町にとって不可欠な存在です。活気があって、緑地もきれいで、町の誇りだと私は思っています。

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、地域の環境美化活動、ボランティア活動などに自主的に協力しています。全国の30を超える製造事業所では地元の清掃活動に継続的に参加し、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「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活動のひとつとして、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2人に1人と



2010年10月17日、神戸で開催された「ピンクリボンスマイルウォーク」に参加して乳がん検診の必要性をアピールしました。



佐呂間工場／佐呂間植樹祭
富士乳業／長泉町産業祭



清水乳業／大浜海岸の清掃
東京工場／事業所周辺の清掃

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情報媒体などを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。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。2010年は、6月21日から7月7日の期間、午後8時から10時までライトアップ施設等の消灯を行うとともに、通常は毎週水曜日と金曜日に行っている「ノー残業デー」を6月21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。

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設立した「森乳スマイル倶楽部」では、社員から集まった寄付金と同額を会社が拠出する「マッチングギフト」で、より多くの寄付金をご提供する仕組みを取り入れています（→ p28）。

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

「大自然の中で、生きる上で大切なモノを自ら発見する」という理念のもと、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『森永リトルエンゼル育成』キャンペーンを毎年開催しています。森永乳業と森永製菓の共催で、一般公募で全国から集まる小学生50名を無人島に招待するイベントです。

大自然の中には、普段はあって当たり前ものがない。でも、そこでしか体験できないことがたくさんあります。子どもたちは「食べる」「創る」「遊ぶ」という活動の中で、自

左／2010年8月 奄美大島沖の江仁屋 離島（えにやはなれじま）にて
右上／第5回食育推進全国大会でのM'S Kitchen デモンストレーション
右下／第4回東京都食育フェアでクイズを楽しむ参加者

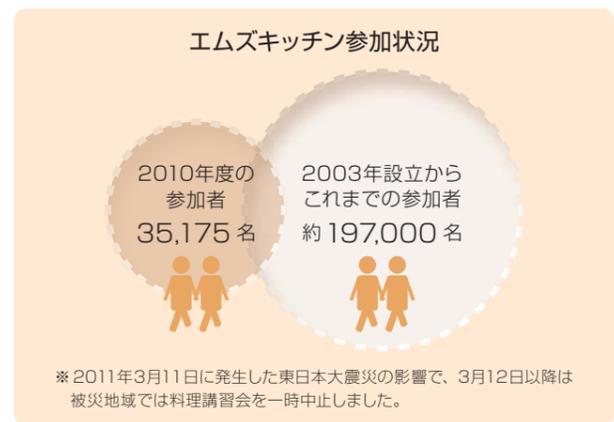


ら行動し、仲間たちと協力し、生活をつくりあげていきます。子どもたちは自然と共生しながら「生きるための力」や「やさしい心」、「創造力」を身につけていくのです。

自分たちの住む地球のことや環境のこと、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にして欲しいという願いを込めて、これからも『森永リトルエンゼル育成』を続けてまいります。

出張料講習会で「食育」を支援しています

『M'S Kitchen (エムズキッチン)』は、CSR活動の一環として2003年から開催している出張スタイルの料理講習会です。「もっと美味しく・もっと楽しく・もっと素敵に」をテーマに、牛乳・乳製品を楽しむメニューを毎年提案し、全国10か所を拠点に、地域色を活かした講習会を開催しています。



小学生向けには火を使わないメニューで、手洗いの大切さや牛乳・乳製品などの食材の知識や、成長期と乳製品の関係を伝え、自分でつくるよこごびを通して食の大切さを実感してもらうことをめざしています。また大人向けには、家族の健康に役立つ乳製品の情報と使い方をお伝えします。骨量が減少しはじめるシニア世代には、毎日の食生活に効率よく乳製品を取り入れる提案もしています。

食育の推進を目的に、食育イベントへの出展活動も行っています。2010年は、第5回食育推進全国大会（佐賀）、第4回東京都食育フェア、群馬県食育フェアなどに出席し、クイズ形式による牛乳・乳製品の紹介、『M'S Kitchen』のデモンストレーションと試食、食育のパネル展示を行いました。

これからも出張料理講習会の他、学校への出張授業や全国の食育イベント出展など、幅広い活動をしてまいります。

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。

一杯のコーヒーが 環境保全や社会貢献につながります

「マウンレーニア」の「ダブル」シリーズのパッケージには、緑のカエルマークが付いています。これは、「レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)」の認証マークで、「持続可能な農業」によって原料がつけられていることを示すものです。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が、地球環境や地域社会の持続可能性を実現するために基準を定めて運営しています。

個人として普段から地球環境のための活動を継続することはハードルが高くても、毎日飲むコーヒーや紅茶に認証マーク付きの商品を選ぶことは気軽にできます。そんな選



ビバレッジマーケティンググループ
社員
山脇 知子

Voice レインフォレスト アライアンス
日本市場代表
堀内千恵子氏

複数の商品で「レインフォレスト・アライアンス認証」の原料を使用し、緑のカエルマークの認知を広げていただき、弊社本部もとても感謝しています。今後も、他ブランドや他原料の使用範囲を拡大し、熱帯の環境や社会にさらに貢献されることを期待しています。



択肢として覚えていただけたらうれしいです。

実は、森永乳業はブラジルのダテラ農園の高品質なコーヒー豆を2000年から「マウンレーニア」のカフェラッテシリーズの原料として一部使用してきました。この農園が、環境保全や労働条件などの厳しい基準をクリアし、「レインフォレスト・アライアンス」の認証を取得したのは2003年のこと。森永乳業はその後もこのコーヒー豆を使いつづけていますが、100%使用の「ダブル」シリーズのみに認証マークを付けているのです。

また、商品名の「マウンレーニア」はアメリカ西海岸の成層火山で、富士山の姉妹山です。そこで2010年8月、清掃植樹の活動をしているNPO法人富士山クラブに売上の一部を寄付し、コーヒー豆の運搬用麻袋も寄贈。9月にはビバレッジマーケティンググループの3名が、植樹活動に参加しました。

皆さんが飲む一杯のコーヒーは、環境保護や社会貢献の絆でもあるのです。



通常のコーヒー規格の2倍量を使い、濃くて深い贅沢な味わいに仕上げた「ダブル」シリーズ。クリーミーエスプレッソ、エスプレッソ、アロマ微糖の3種が発売中。

コーヒーかすなどの残渣を無駄なく熱利用 農林水産省総合食料局長賞を受賞しました



神戸工場 製造部
マネージャー
新野 毅彦



平成22年度「食品産業CO₂削減大賞」において105件の応募のうち、優れた事例の15件のひとつとして選ばれました。

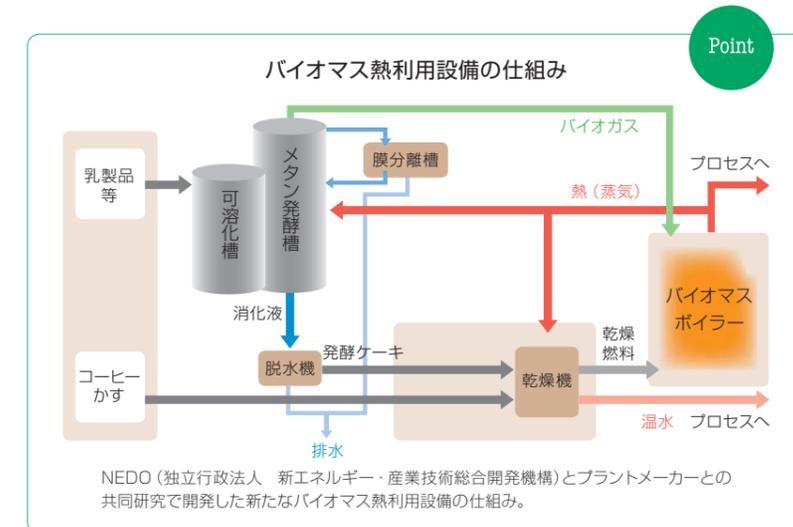
2009年1月から稼働をスタートした神戸工場のバイオマス設備では、コーヒー飲料やヨーグルトなどの生産プロセスから発生するいろいろな残渣を、メタン発酵とバイオマスボイラーでエネルギー転換し、有効利用しています。

比較的含水率の高いバイオマスであるコーヒー飲料やヨーグルト等はメタン発酵でガス化し、ボイラーの燃料に使用しています。また、含水率の低いコーヒーかすは乾燥させてバイオマスボイラーで燃焼させ、蒸気エネルギーを取り出しています。さらにメタン発酵で発生した発酵ケーキも、コーヒーかすの乾燥工程で投入してボイラーの燃料として活用するので、系内から廃棄物は殆ど発生しません。乾燥に使用する蒸気もバイオマスボイラーの発生蒸気でまかない、余剰蒸気は生産プロセスの熱源にするという高効率なエネルギー利用です。

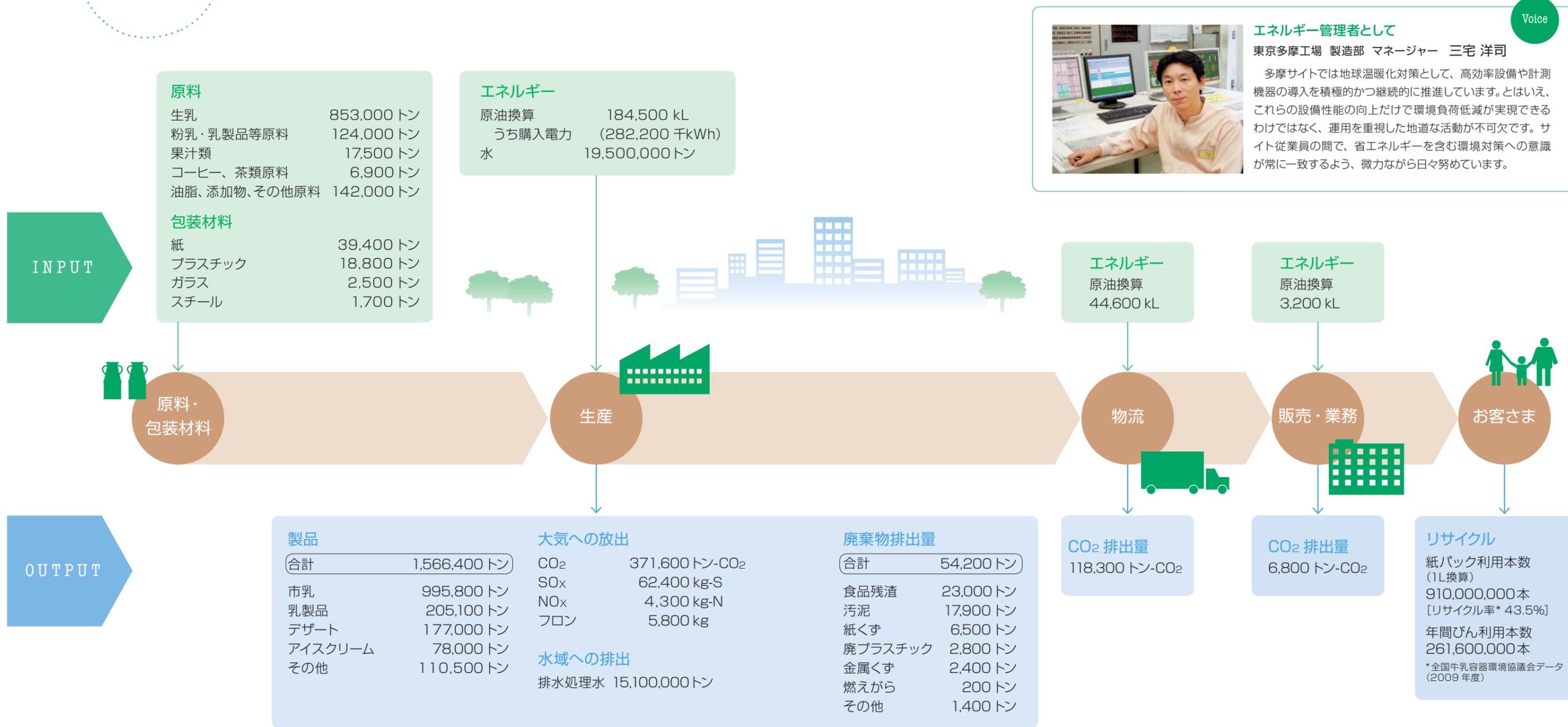
稼働スタートから約2年半、さまざまな運転データを収集し、バイオマス量とボイラー炉内温度の最適化や、生産量にあった運転条件を探り出してきました。一方、メタン発酵設備では、発酵用熱源として既存ボイラーの廃熱を利用し、蒸気発生効率の改善をはかってきました。

現在は運転状態も安定し、カーボンニュートラルなバイオマス燃料の使用によって年間1,900トンものCO₂の排出を削減。同時に、ガス使用量の20%を削減するという成果をあげています。

こうした「多種バイオマスの最適な複合利用による熱供給」の取り組みが評価され、平成22年度「農林水産省総合食料局長賞」を受賞しました。今後も、生産ライン増設にともなう燃料発生量の増減に対応した効率的な運転条件を探り、さらなる環境負荷低減に取り組んでまいります。



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、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です。

1. 工場の取り組み

関係会社を含む全工場、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。2010年度は製造量が減少したこともあり、エネルギー使用量は前年比97.3%、CO₂排出量は前年比97.5%に低減。環境負荷物質排出量は、フロンを前年比33.4%に削減し、硫酸化合物その他の環境負荷物質や廃棄物排出量も削減しました。

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、中間輸送費、入在庫・保管量を削減するため、車輻大型化、営業部門との協働等による配送車輻の削減、転回送管理システムの活用による「見える化」、車輻毎の積載率向上、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。2010年度燃料使用量およびCO₂排出量は、前年比101%で微増しました。

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。2010年度は、本社・研究所・支店のエネルギー使用量は前年と同様でした。2010年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した。

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. 廃棄物の発生抑制、再資源化および適正処理の確保に努める。
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。



2010年～2012年環境対策中期目標達成状況検証

- 目標** 1. ISO14001マルチサイト統合システムの強化および環境省策定のエコアクション21認証取得を推進する。
- 実績** ISO14001 → 自社全工場および関係会社4社に導入。
エコアクション21 → 関係会社13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 (→ p36)。
- 目標** 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。
- 実績** 2009年に対し、2010年度は2.5%低減 (→ p38)。
- 目標** 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%以上まで改善する。
- 実績** 2008年度に比べ、食品廃棄物原単位12%低減した。食品リサイクル率87% (→ p41)。
- 目標** 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%以下までに改善する。
- 実績** 2008年度に比べ、産業廃棄物発生原単位20%低減。再資源化率97%、直接最終処分率0.3% (→ p41)。
- 目標** 5. 水使用量、排水処理量を2012年度末までに2008年度比で3.0%低減する。
- 実績** 2008年度に比べ、水使用量は3.7%、排水処理量は6.2%低減した (→ p39)。
- 目標** 6. 容器包装に関する環境負荷を低減する。
- 実績** 軽量化、薄肉化、易リサイクル化などを設計段階から考慮しています (→ p42)。
- 目標** 7. 生物多様性の保全を支援する。
- 実績** 水源保護の植林などの取り組みに積極的に参加しています。また工場から出る排水を排水処理場できれいにして河川に戻しています (→ p39)。

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

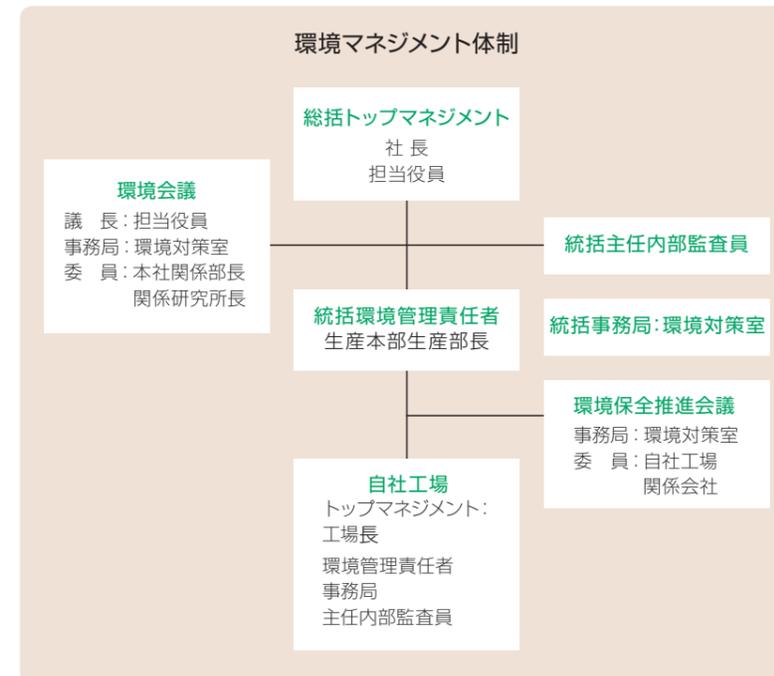
組織体制を確立しています

森永乳業グループでは、1993年に「環境保全業務要綱」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、生産本部生産部長を統括環境管理責任者として構成しています。議長である担当役員のもと、本社関係部と関係研究所の委員からなる「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トップマネジメント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監査と、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

森永乳業および一部の生産関係会社では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。

2010年9月に本社、中京、松本、富士、近畿、徳島、神戸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2回継続審査が実施され、11件の優良点を含め51件の観察事項および7件の軽微な不適合がありましたが、重大な不適合がなかったことで継続認証されました。指摘事項については是正を行いました。

ISO14001 認証取得事業所	
本社	関東酪農事務所
研究情報センター	装置開発研究所
佐呂間工場	松本工場
別海工場	富士工場
札幌工場	中京工場
盛岡工場	近畿工場
福島工場	西日本市乳センター
郡山工場(※)	関西酪農事務所
利根工場	神戸工場
東京工場	徳島工場(※)
東京多摩工場	エムケーチーズ
大和工場	横浜乳業
村山工場	富士乳業
東日本市乳センター	清水乳業
(※)2011年9月末閉鎖	

エコアクション21 認証取得	
森永北陸乳業 富山工場	東洋酪醇乳
森永北陸乳業 福井工場	シェフォーレ
熊本乳業	日本製乳
東北森永乳業 秋田工場	浦幌乳業
東北森永乳業 仙台工場	北海道保証牛乳
東洋乳業	沖縄森永乳業
九州森永乳業(※)	(※)2011年10月末閉鎖予定

省エネルギー対策と自然エネルギー活用

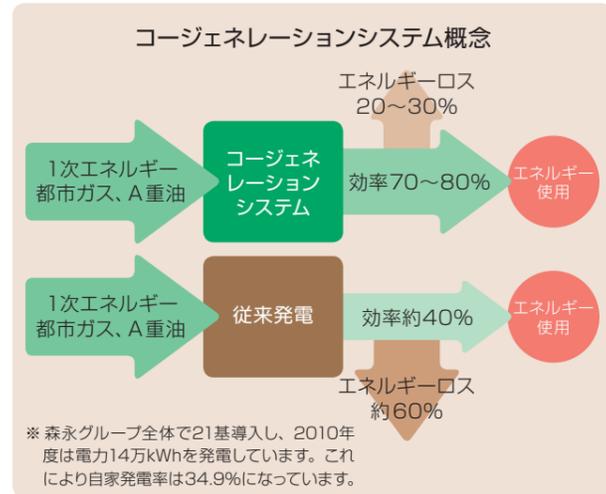
省エネルギー対策

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、高効率ターボ冷凍機、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も再利用しています。

燃料の高効率利用

●コージェネレーションシステム

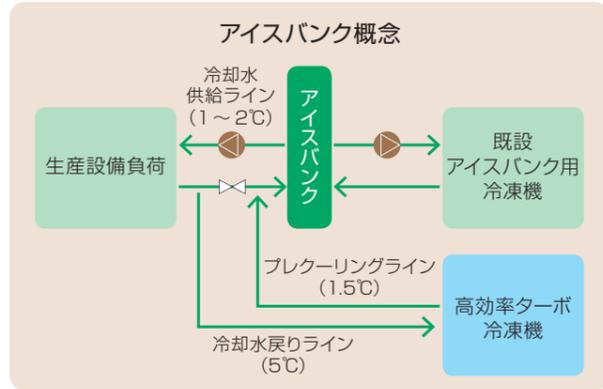
発電時の廃熱を有効利用できる効率のよい発電機を主要な工場に設置しています。発電機の設置により、日中の受電量のピークを下げるとともに、電力不足の状況においても最低限の工場稼働が可能となります。



夜間電力による蓄冷システム

●氷蓄熱設備「アイスバンク」

各工場に設置された氷蓄熱設備「アイスバンク」は電力需要の少ない夜間に水槽に氷をつくり蓄積します。そして生産を行う昼間にはアイスバンク用冷凍機よりも効率の高いターボ冷凍機を使用して冷却水を得ています。生産ラインから戻ってきた冷却水は、まず高効率ターボ冷凍機で冷やし、冷やしきれない分をアイスバンクの氷で再冷却します。つまり、昼と夜の使い分けによって上手に省エネをするとともに、一日の電力需要の変動を抑える仕組みなのです。今夏の電力不足時の電力ピークカットにも活躍しました。この方法で神戸工場は年間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月に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排出量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)

06年度	07年度	08年度	09年度	10年度
34,639	39,181	37,700	36,480	40,530

バイオマス熱利用設備

神戸工場では、バイオマス熱利用設備の運転が2009年1月に開始され、コーヒーかすなどをバイオ燃料として利用し、通常の電力使用時との換算比較で年間約1,900トンのCO₂排出量が削減できるようになりました(→ p32)。

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。2010年度も例年同様約280トンのCO₂排出削減に相当する50万kWhを購入しました。

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

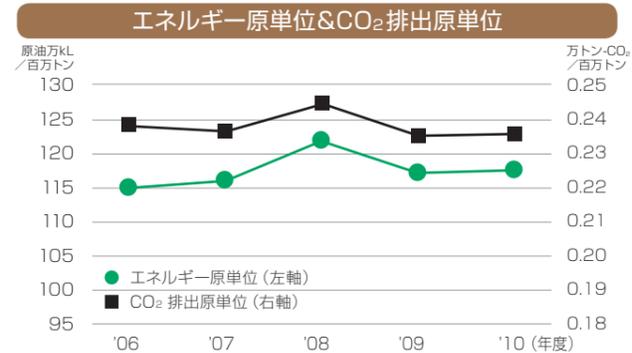
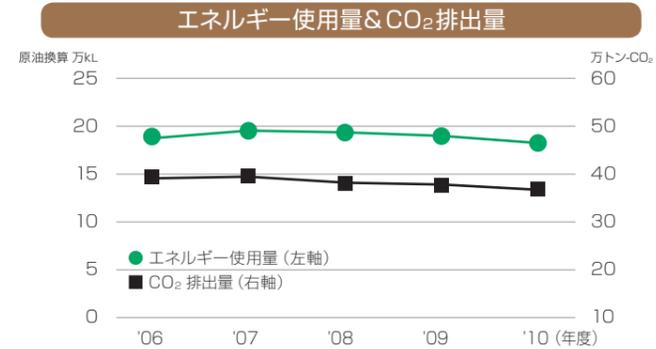
森永乳業グループでは、商品の製造過程でのエネルギー使用とCO₂排出量の削減に取り組むとともに、生産量に対するエネルギー使用とCO₂排出割合(原単位)を抑える努力を重ねています。

2010年度のエネルギー使用量とCO₂排出量

2010年度のエネルギー使用量は、前年に比べて2.7%減少しました。製造量の減少の他、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。

2010年度のエネルギー原単位とCO₂排出原単位

2010年度は、エネルギー原単位とCO₂排出原単位は前年度とほぼ同様でした。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

2010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ています。その結果、自家発電量は1.9%低下、電力購入量は2.2%増加しています。今後も燃料価格や電力需給の状況等を考慮しつつ、最適な電気エネルギー調達を進めていきます。

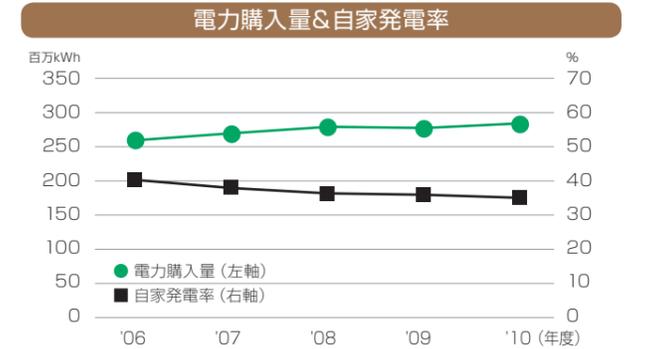
燃料の都市ガス化

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75%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。

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



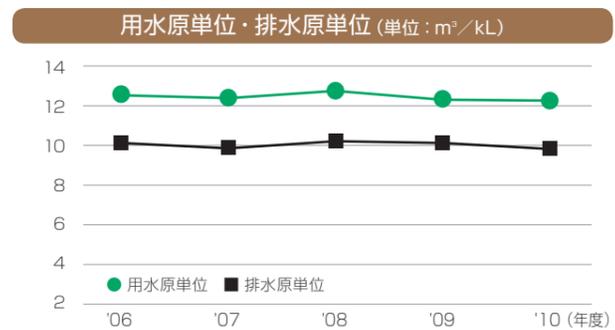
用水の使用と排水

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。2010年度に工場全体で使用した用水は1,905万トン、排水処理施設から排出した処理水は1,510万トン。製造量は前年比微減で、用水使



用量も原単位（製造量に対する割合）も減少し、排水処理施設からの処理水量と原単位も減少できました。

水の循環利用

工場での水使用量の約60%を占めるのは、製造機器の洗浄に使われる水です。そこで、洗浄時のすすぎ時間を最適化するとともに、最終段階で回収した水を最初のすすぎに循環させるなどの工夫を重ね、使用量を削減しています。

また、原料や製品を間接的に冷却したあとの高温還元水も循環利用し、パレットやプラスチックコンテナの洗浄用水に再利用しています。さらに排水処理技術を向上し、よりきれいな水を自然に還すよう努めるとともに、トイレの流し水や樹木への散水などに無駄なく使っています。加えて、工場の廃棄物置き場や燃料貯蔵所などから地下水の汚染が生じないように、管理を徹底しています。

生物センサーの導入

工場で使用する水の、食品防衛面でのリスクを監視する手段のひとつとして、ヒメダカを利用した生物センサーを導入しています。これは、用水を浄化処理する前の原



生物センサーとしてヒメダカを入れた水槽

水取水口に、ヒメダカの群れを入れた水槽を設置し、異常行動をカメラで常時監視するものです。生存環境の変化に素早く反応するヒメダカの特長を利用して、万一の水源汚染などリスクを早期発見することができる仕組みです。

水資源を守る

森永乳業の富士工場では、富士山の湧き水を使用しているため、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、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、総面積の約20%の約



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処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して自然に還すために、すべての工場に排水処理設備を完備しています。ほとんどの工場では「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、これを分解することで汚れを取り除いています。加えて一部の工場では最終ろ過処理設備を導入し、浄化した水をさらにきれいとしています。

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、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、畜産加工場で処理設備の設計・建築、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。

また森永エンジニアリング(株)では、食品プラント、排水処理設備の建設、自動化等の計画・施工、暖房・空調・衛生に関する製品の輸入・販売と並行して、微酸性電解水生成装置「ピュアスター」の販売も行っています。



神戸工場では排水処理から出る余剰汚泥を乾燥させ、肥料としてリサイクルしています。

微酸性電解水「ピュアスター水」

森永乳業グループの水質管理技術によって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作られる殺菌剤です。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、衛生意識の高まる他分野からも注目を集めています。飲食店などの厨房、介護・病院施設、宿泊施設などの小規模施設の衛生レベル向上に貢献するため、コンパクトでメンテナンスが容易な新たな装置の開発にも取り組んでいます。

「ピュアスター水」の特長

- 1. 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。
- 2. 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。
- 3. 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。
- 4. 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。



コンパクトタイプの「ピュアスターミュークリーン」は小規模施設の衛生レベル向上に貢献します。

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/埋め立て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ISO14001の活動の一環として、工場毎の年間計画・目標を立てて確実に取り組みを進めています。

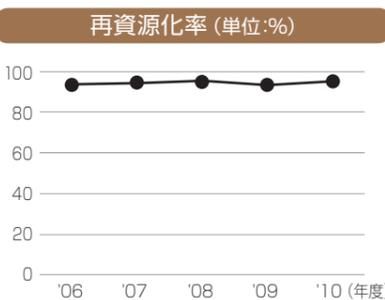
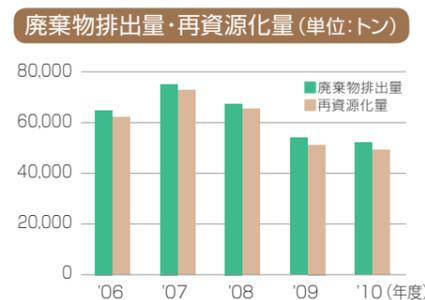
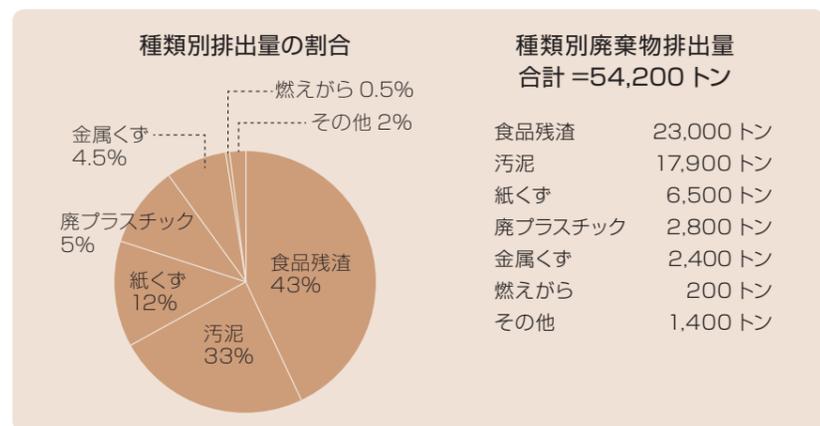
(*)当社では「ゼロエミッション」の基準を、再資源化率99.0%以上を3年以上維持と定義。

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、2010年度は食品残渣が最も多く43%、次いで汚泥が33%、以上2種で全体の76%を占めます。2010年度は利根工場で約950トン、神戸工場で約800トン、別海工場で約750トン廃棄物排出量を削減するなど、各工場における排出抑制の努力を進めています。

再資源化率

再資源化率は2012年度までに98%を目標としています。



2010年度実績は前年度比で3%向上し、97%となりました。目標値まで残り1%というところにきています。

各事業所において再資源化を向上させる地道な努力を積み重ねた結果、2010年度は再資源化率99%以上を達成した事業所は昨年より2事業所増え、17事業所となりました。

直接最終処分量 (埋め立て量)

2010年度の直接最終処分量は前年度より27%低減し、169トン。直接最終処分率は0.3%で、目標の0.5%以下を達成しています。

食品リサイクル率

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。2010年度の食品リサイクル率は87%で、前年より5%向上しています。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。また、今年度の発生原単位(*)は前年比6%削減しています。

(*)発生原単位=食品廃棄物等の発生量/製造量、売上高

再資源化率 99%以上を達成した事業所

福島工場	東北森永乳業仙台工場
利根工場	横浜乳業
東京多摩工場	エムケーチーズ
大和工場	富士乳業
村山工場	清水乳業
松本工場	東洋乳業
神戸工場	九州森永乳業
北海道保証牛乳	シェフオーレ
日本製乳	

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。

2010年度の容器包装改良の事例

①ヨーグルトが付着しにくいアルミ蓋の開発

ソフトタイプのヨーグルトは蓋の内側に付着するため、こそげたり、廃棄の際に蓋を洗ったりする煩雑さが長年の課題でした。この課題を克服すべく、ヨーグルトが付着しにくいアルミ蓋を業界に先駆けて開発・導入しました。蓋の内側にミクロな凹凸構造の撥水加工を施したアルミ蓋を使用しています(→p14)。



②ビヒダスヨーグルト インナーシール蓋の薄肉化

ビヒダスヨーグルト(450g入り)のインナーシール蓋を約1.6g/枚から約1.3g/枚へ薄肉化しました。年間実績で換算すると、約42トンの削減となります。



③利根工場 3連デザート段ボールの軽量化

利根工場3連デザートの段ボール使用量を削減し、約141g/箱から約115g/箱へ軽量化しました。年間実績で換算すると、約21トンの削減となります。

お客さまの声を活かした容器包装の改善事例 [Check! http://www.morinagamilk.co.jp/customer/indicate/?category_id=8](http://www.morinagamilk.co.jp/customer/indicate/?category_id=8)

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。

2010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-suisinkyoo.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。2010年度は、愛知、北海道、東京で「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7か所で牛乳パックリサイクル講習会、全国2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

2010年12月9～11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、2,500名を超える方から回答をいただきました。



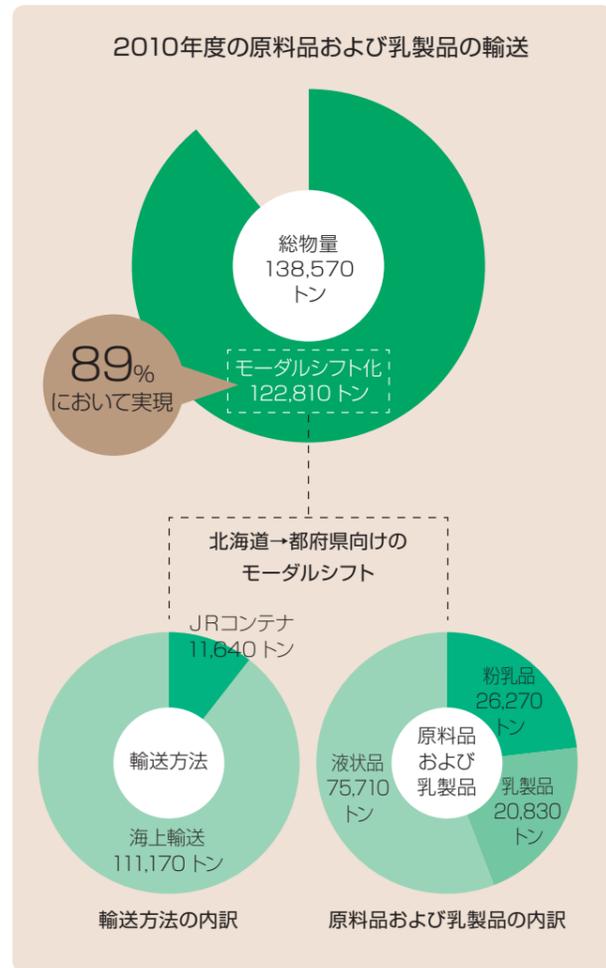
牛乳パックを利用した小学生の工作コンクールの表彰式。

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。森永乳業グループは、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。

また当社は「改正省エネルギー法」で指定される輸送3,000万トン・キロを超える「特定荷主」で、2010年度の総輸送量は69,354万トン・キロに及びます。「特定荷主」はエネルギー使用量原単位の年平均1%削減が義務づけられており、物流部門では「エコノミー＝エコロジー」を合言葉に物流体制の効率化の工夫を重ねています。



モーダルシフト

物流で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、2010年度は原料品および乳製品の総輸送量138,570トンのうち122,810トンのモーダルシフト化を実現。89%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、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。

2010年度は、取引のある物流協力会社にアンケートを実施し、「グリーン経営認証(*)の取得状況」、「低公害車の導入状況」を調査し、今後の取り組みを促すとともに、環境配慮型の物流協力会社の比率を高める検討をしています。

(*) 交通エコロジー・モビリティ財団がグリーン経営マニュアルに基づいて環境負荷の少ない事業運営を行っている事業所を認証する制度

■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荷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、一度に大量の荷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、急ぐ必要のない荷物は、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:2010年4月1日～2011年3月31日)

環境保全コスト

*対象範囲:直系17工場(単位:千円)

分類	項目	2010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	619,184	1,496,154
地球環境保全コスト	温暖化防止、フロン対策等コスト	194,550	53,925
資源循環コスト	廃棄物等の資源再利用コスト	751,614	427,194
エリア内計		1,565,348	1,977,273
事業エリア外			
上下流コスト	原料、流通、廃棄後のコスト	0	287,019
環境管理コスト	環境マネジメント、講習会等コスト	0	64,721
社会活動コスト	緑化、美化推進、河川清掃コスト	0	52,788
エリア外計		0	404,528

環境保全効果

*対象範囲:直系17工場+関係19工場+本社・研究情報センター、支店・センター

分類	削減による効果	単位	2009年度(排出量)	2010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	380,965	371,566
	業務のCO ₂ 排出抑制による温暖化防止	トン	7,054	6,812
	運搬のCO ₂ 排出抑制による温暖化防止	トン	117,000	118,297
資源有効利用	水: 水資源枯渇防止	千トン	19,830	19,522
	廃棄物: エリア内有効利用	トン	54,641	54,191
大気汚染防止	SOx 排出抑制による酸性雨防止	kg-S	93,920	62,430
	NOx 排出抑制による光化学オキシダント防止	kg-N	7,611	4,328

環境経済効果

*対象範囲:直系17工場(単位:千円)

項目	2009年度	2010年度
省エネルギーによる費用低減額	66,962	28,429
資源リサイクルによる収入額	65,883	47,487
廃棄物処理費用の削減額	180,018	75,474
物流削減による費用削減	20,200	5,500

編集後記

2011年は3月の東日本大震災、9月の台風12号・15号による全国的な風水害と天災による不幸に次々と見舞われました。

特集でご紹介したとおり当社は製造、販売、物流を軸に全ての部門が災害復旧に努め、改めて「供給責任」を果たすことの重要性を自覚いたしました。その一方で、同時に当社のCSRについてその考え方を「社会との“おいしい”共感の輪」としてまとめました。次なる課題は社内はこのCSRの考え方を浸透し従業員一人ひとりが自覚を持って森永乳業のCSRを体現していくことです。それに向けて一歩ずつ確実に進んでまいりたいと思います。



公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
理事・環境委員長
辰巳菊子氏

昨年に引き続き今年も森永乳業様のCSR報告書にコメントを述べる機会をいただきました。私たちの暮らしが持続可能であって欲しいという強い思いから昨年は、「雲や風や光が時々刻々と変化をし、時がくれば、花が咲き、鳥が舞い、虫が鳴く、そんなあたり前が近い将来あたり前ではなくなるかもしれない。」と書きました。

まさか、そのあたり前が、今年3月11日の未曾有の大災害により断絶するとは。普通の暮らしを営み続けること、つまり持続可能な暮らしがいかに難しいことであるかということに、今さらながら気付かされています。

いつになれば日常を取り戻せるのか見通しもままならない状況の被災地に、世界中の人々が心を寄せています。今年度の報告書は、トップメッセージの後直ぐに震災における森永乳業の取り組みから始まっています。それらからは、森永乳業グループでも多大な被害を被り、それでも復旧支援活動に取り組まれたこと、また一日も早い事業復旧に全社をあげて力を注がれたことが強く伝わりました。

トップメッセージの「震災を乗り越える力は人と人との絆から生まれる」のとおり、森永乳業の取り組みに登場する方々のコメントがそのすべてを物語っていました。それはそのまま、机上のCSRではなく、体で理解し、実践にもつながるものとなったのではないかと思います。

昨年は、まだまだ成長の伴うCSRの枠組み作成の段階であり、まずは形を整えるところからの出発であったかと思いますが、今年度は一挙にみんなの合点がいくCSRへと大きく進展したのではないのでしょうか。

今年度の報告書のテーマは「社会との“おいしい”共感の輪」です。報告書発行当初からの方針である、分かりやすさに重きをおいた編集であり、誰が読んでもとても読みやすいものとなっています。ステーキホルダーごとの共感の輪をタイトルとし、それぞれ取り組みが丁寧に説明され、「うんうん、なるほど。そうだったのかあ」と、森永乳業の地道な努力が良く伝わりました。全社員の方々がじっくりと読み込むそのような機会をぜひ作られますよう望みます。従業員との共感の輪の実践となるはずです。従業員が共感することで、お取引先やお客様、社会との共感の輪が繋がりが広がります。一人の従業員は外では全社を背負っています。

私たちの暮らしは、商品を購入し、使うことで成り立っていますが、その商品の原料がどこから来て、どこでどのように作られて私たちのところに届いたのかを知らされないままであることが多いと思います。しかしそれでは知らないままに地球にダメージを与えるということが起こっているかも知れないのです。

食品の場合、そのライフサイクルは工業製品とは異なりそれほど複雑なものではありません。昨年も書きましたが、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は重要事項です。今年は「レインフォレスト・アライアンス」の説明が充実しました。地場の力をつけることで、自給率を上げることに力を注ぐというような活動も望まれます。地域社会との共感の輪にもつながり、商品の一生が消費者にも見えやすいものとなります。将来の森永乳業のあるべき姿に一步一步近づくための地道な取り組みを増やし、それらをわかりやすく説明していくという努力を期待します。

最後に、今年の表紙には大勢の子供たちの最高の笑顔が並んでいます。どの顔もこれからの暮らしが持続可能であってほしいと強く訴えていて、大人の果たすべき責任を感じます。この子供たちが健やかに育つためにも、せめて20年後、30年後、いや100年後、200年後の暮らしを想定した事業活動が展開されること、それが森永乳業のCSRではないかと考えます。

森永乳業の代表的商品



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 代表取締役副社長 宮原 道夫
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(2011年3月31日現在)
従業員数	3,092名【男子2,516名、女子576名】 (2011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 15 ※、支社支店 9

※郡山工場、徳島工場は2011年9月をもって生産を中止いたしました。

