

おいしい顔。



地球のおいしい笑顔に貢献するために。



環境報告書

2003

雪印乳業株式会社

創業以来、自然の恵み“乳”とともに歩み続けてきた雪印乳業。  
これからも毎日の食卓に、おいしい笑顔をお届けするために、  
継続して環境保全活動に取り組んでまいります。



CONTENTS

ごあいさつ..... 1  
 雪印のいま..... 2  
   新企業理念..... 2  
   社外取締役 インタビュー ..... 4  
 雪印乳業の環境保全活動..... 6  
 商品パフォーマンス..... 8  
 製造パフォーマンス.....10  
   廃棄物削減・リサイクル.....10  
   省エネルギー・省資源.....12  
 環境マネジメントシステム.....14  
 品質保証.....16  
 事業概要.....17

この「環境報告書2003」は、雪印乳業株式会社における2002年度（2002年4月～2003年3月）の環境に関わる事業活動を報告対象としています。数値データ等に関しては、とくに記載のない場合対象期間における現有10工場の合計としています。なお、2002年度の事業構造改革により冷凍食品事業・医薬品事業・アイスクリーム事業・育児品事業・市乳事業を分社化したことにより、事業領域および規模が縮小しています。次回発行は、2004年9月を予定しています。

ごあいさつ

環境保全活動は、「健土健民」の精神とともに。

私たち雪印乳業は、お客様の「おいしい笑顔」のある暮らしに貢献することを企業目標として、2003年1月に再出発いたしました。

お客様に安心・安全な商品をお届けするために、原材料の調達から、開発・生産・流通・販売までの全過程において、全社員が徹底した商品の品質管理を行っております。同時に、企業活動はあらゆる過程において自然環境に影響を及ぼすことから、すべての企業活動と環境保全の関わりについて、一人ひとりが明確に意識しながら取り組んでおります。

私たちは、健やかな大地に育つ乳牛の新鮮な生乳から、「栄養」「健康」「おいしさ」などの新たな価値を引き出し、これらを商品・知識としてお客様にお届けしたいと考えております。これはまさに、雪印乳業の創業の精神である「健土健民」の考えです。その実現のためには、水、空気そして大地を守る環境保全への取り組みが欠かせません。

雪印乳業の社員全員が地球環境を大切にする意識を持ち、さらに私たち一人ひとりが地域社会の核となって環境保全に取り組むことが「企業の社会的責任」につながると考えております。

この環境報告書では主に、2002年4月から2003年3月までの取り組みについて掲載いたしました。経年的なデータについては、市乳事業をはじめとした分社化等により比較できないため、現在の工場のみデータを用いております。この報告書を通じて、私たち雪印乳業の考え方、取り組みおよびその結果を皆様にご覧いただければ幸いです。

どうぞ一読いただき、皆様から弊社の取り組みに対するご意見、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。この報告書はまだ不備な点もありますが、今後とも情報開示に努め、開かれた透明性ある会社実現のため努力してまいります。

2003年9月



雪印乳業株式会社  
代表取締役社長

高野瀬 忠明

## 「新生雪印乳業」へ向け、新しい企業理念を制定しました。

2003年1月、新たな「企業理念・ビジョン」「雪印乳業行動基準」を制定しました。お客様一人ひとりに、「おいしい顔。」を提供する企業であり続けるために、社員の意識と行動を改革し、強い意志を持って「新生雪印乳業」を実現していきます。

### 企業理念

#### 前文

雪印乳業は、「乳」の持つ力を引き出すことによって、より健やかで明るいくらしと社会に貢献したい、という強い社会的使命感から創業されました。

それは昔も、今も、これからも変わらない  
私たち雪印乳業全員の原点であり、共通の願いであり、働き甲斐でもあります。

新生雪印乳業の出発にあたり、  
私たちは雪印乳業の商品を召し上がっていただく一人ひとりのお客様に必要とされる企業となること、酪農生産者・お取引先・株主の皆様をはじめとして、雪印乳業を支えていただく全ての方々との絆を一層深め、新しい時代・社会から求められる役割を遂行していくことをあらためて決意しています。

平成12年の食中毒事件、平成14年の牛肉偽装事件という2つの事件の反省を深く胸に刻み、もう一度お客様と社会のお役に立てる企業になるために、ここに新しい企業理念を定めます。

#### 企業目標

私たち雪印乳業は  
お客様の「おいしい笑顔」のあるくらしに貢献します。

#### 事業領域

乳製品に関連する高い専門性を生かし、「乳」を科学した新しい価値を引き出し、それによって生み出される知識と商品を提供します。

#### コーポレートメッセージ

おいしい顔。

### 企業倫理の徹底を目指し、「雪印乳業行動基準」を制定しました。

「雪印乳業行動基準」は、社員の業務中の行動についての基準を示しています。社員一人ひとりの意識と行動の改革を目指し、全社員の意見を反映し作成。社外の方々のお助言や意見を取り入れ、内閣府の自主行動基準検討委員会の最終報告も参考にしています。

環境への取り組みについては、(4)に記載しています。

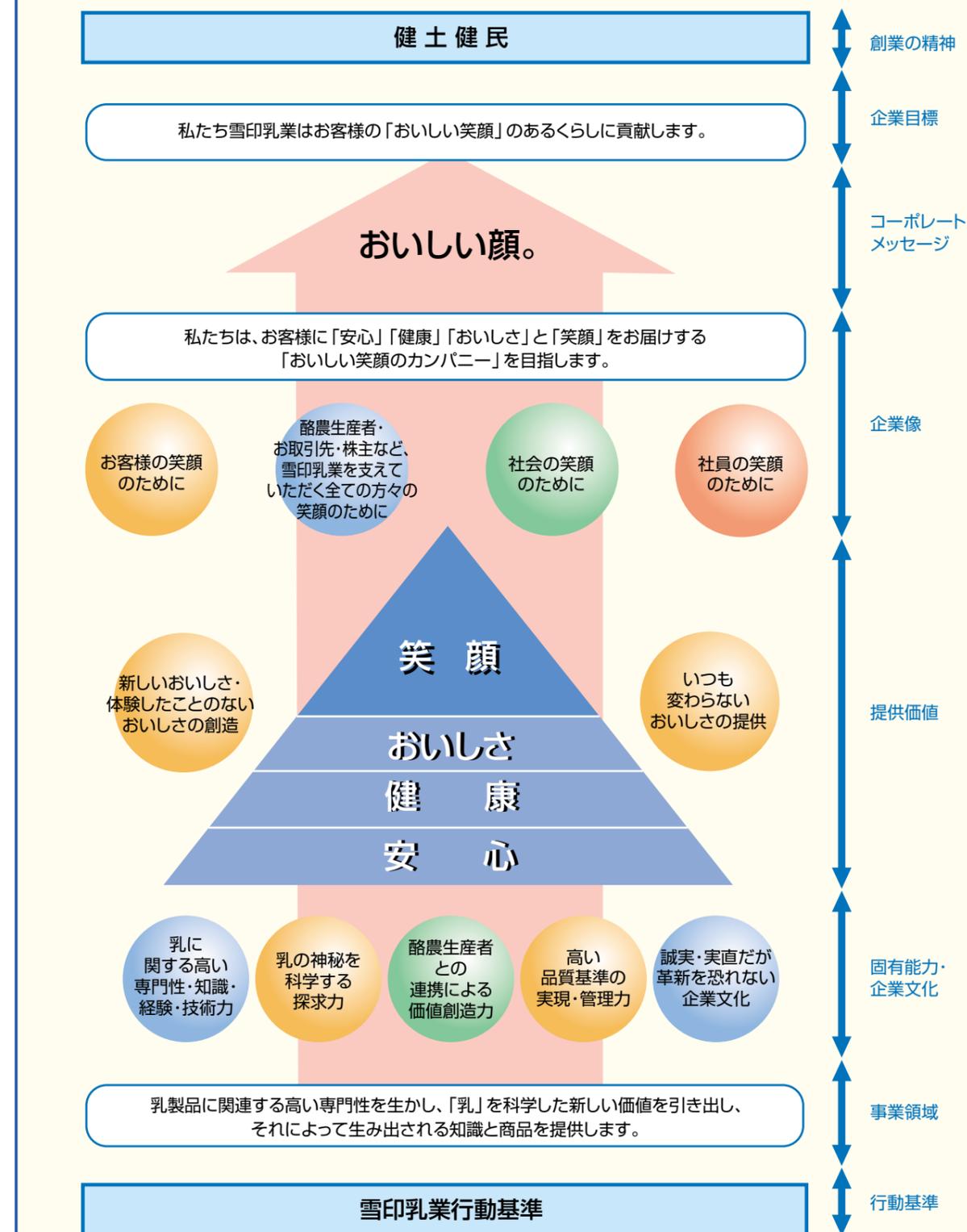
#### 主な内容

- (1)「雪印乳業行動基準」の基本的な考え方（企業倫理への姿勢など）
- (2)お客様・消費者に信頼されるための行動
- (3)雪印乳業の商品の原材料調達、製造、物流、販売についての姿勢
- (4)雪印乳業に関わるの方々への姿勢
- (5)仕事をするにあたっての社員の行動基準
- (6)行動基準徹底のための実践、運用および企業倫理ホットライン



URL : <http://www.snowbrand.co.jp/koudo/index.html>

### 理念・ビジョンの全体構造



## 企業が行う環境保全活動の意義。

2002年、雪印乳業の社外取締役に就任した日和佐信子氏。企業と消費者の中間という立場で活動を続ける社外取締役に、雪印のいま、そして環境保全活動についてお話をうかがいました。

### 今の雪印に即した新企業理念、社員全員でつくった雪印乳業行動基準。

—まず、主な仕事内容と社内での役割についてお話しください。

取締役会の諮問機関である企業倫理委員会の委員長を務めています。議題の設定や会議の中で出された意見を社内に活かしていく方法などを考え、これまでに商品の品質や表示などについて議論を重ね、取締役会に提言してきました。

社外取締役というのは、会社の中の人間ではないという第三者的な立場で発言することが求められます。ただ、就任して一年も経ちますと、さまざまな社内事情が見えてきてしまい、厳しいことが言いくくなくなってしまうものです。だからこそ、最近では以前よりさらに中立な立場、というものを強く意識するようにしています。

—就任当時は、信頼回復活動の真っ只中でしたね。

そうですね。就任後にこれらの活動のことを知ったのですが、社



員主導で動き始め、一定の成果を収めたことは、とても素晴らしいことだと思います。トップの意識を変えたこと、そして会社全体へという影響を与えたことなどを考えますと、価値のある活動だったと言えるのではないのでしょうか。ただ、マスコミなどを通じた社外へのアピールが足りなかったのかな、とも感じます。でも、会社の状況を考えると仕方ないことだったのかもしれませんね。

—そして信頼回復活動から、新しい企業理念がつけられました。どのような印象をお持ちですか？

企業理念の文章は、少し長すぎかな、と思います。でも、乳製品の開発について一流の技術を持った会社の企業理念として、納得できるものです。それに、平成12年の食中毒事件、平成14年の牛肉偽装事件についてもきちんとふれている点は、いいことだと思います。社内には「こんなこと書くの？」という声もあったそうですが。

—同時期につくられた雪印乳業行動基準については、いかがですか？

これには企業倫理委員会として作成に携わりました。実は、以前の「行動憲章」は、あまり社内に浸透していなかったのです。その反省から「雪印乳業行動基準」は、社員参加でつくりました。つくる段階から関わっていれば、社員への普及も早いだろうと思ったのです。



企業倫理委員会と社員による対話会

まず、社員800人へのヒヤリングから始めました。第一案ができたときには、パートさんを含めた全社員に意見を求め、1,500人以上の回答をいただきました。それらの声を反映し、さらに消費者団体からの意見も取り入れてつくりました。

情報の一つひとつが、消費者との信頼関係を築いていく。

—新企業理念、雪印乳業行動基準ともにホームページなどで公開しています。

いいことですね。行動基準をここまで公開している企業は、他にありません。雪印でも前の行動憲章は非公開だったのですけれど、その理由が、「他の会社も公開していないから」という非常に貧弱なものだったのです。それでは納得できませんね。今は、消費者に情報を提供して、企業を理解、評価してもらうという時代です。食品メーカーとしても、要求に応えつつ情報を公開していくべきです。そうすることで、消費者と企業との信頼関係も築かれていくものです。

—環境報告書も情報公開の一つです。情報公開という視点から見て、今回の報告書の印象はいかがですか？

きれいごとだけでなく、今、雪印が提供できる情報を包み隠さず提供していますね。好印象と言えます。

企業での環境保全活動が、家庭へ、社会へと広がっていく。

—実際の活動については、どのような印象をお持ちですか？ 社外取締役就任時には工場を視察されたそうですが。

雪印の全体像を把握するために、製造の現場を視察しました。その時には、廃棄物と排水の処理方法をすべて見させていただきまして、2002年には、焼却炉をすべて使用禁止にしたということもありまして、廃棄物はすべて分別しており、その徹底した取り組みに感心しました。

東京本社にいと活動の現場が見えにくい、という印象もありますので、本社でも同様の活動が展開できたらいいと思います。現在の会社の状況を考えるとなかなか難しいとは思いますが、本社でもISO14001の取得を目標にしたらどうでしょうか。

—企業活動の中で、環境保全活動が果たす役割については、どのようにお考えですか？

企業の環境保全活動は、社会的



企業倫理委員会による工場視察

にとっても重要な役割を担っています。企業での環境保全活動には、家庭へ、社会へと波及していくことが期待できるのです。企業内での活動から、社員はごみの捨て方や省エネの方法などを身につけることができます。そうすると、個人は日常の暮らしの中でも環境保全活動を心がけるようになっていくのです。環境に負担をかけないようにする、ということは最終的には一人ひとりの意識と行動の問題ですから。当たり前のことですが、社会を構成する全員が変われば、地球環境は守られていきます。ほとんどの人がどこかしらの企業なり組織に属している、ということとその規模を考えると、やはり、企業が行う環境保全活動には非常に大きな意義があると思います。

—雪印でも毎日環境保全活動を展開しています。社員にメッセージをいただけますか？

今の雪印が置かれている状況からすると、「環境保全活動どころじゃない」と考えてしまいそうなものです。しかし、社員のみなさん一人ひとりが、誠実に取り組んでいらっしゃいます。これは、とても素晴らしいことです。いずれ今の努力が実ってくるはずですので、引き続き頑張ってください。



【プロフィール】 日和佐 信子 雪印乳業社外取締役  
早稲田大学卒業後、日本生活協同組合連合会理事、全国消費者団体連絡会事務局長などを経て、2002年6月より現職。  
【兼職】食料・農業・農村政策審議会(農林水産省)委員など。

—最後に、読者のみなさんにメッセージをお願いします。

いわゆる「環境報告書」という目で見ると、情報としては不十分であると思います。けれども、環境保全活動に誠実に取り組んでいる、ということを知っていただきたいと思っています。また、着実に環境保全への取り組みを持続していこうとしていますので応援してほしい。そして、この報告書をなるべく多くの方に読んでいただいて、ご意見があれば、ぜひお寄せいただきたいと思っています。



## 新しい環境方針のもと、環境保全活動に取り組んでいます。

1991年から、全社的規模で環境保全活動を展開しています。  
2002年には、事業構造改革により生産体制が大きく変化しましたが、  
新たな環境方針のもと、環境への取り組みを継続していきます。

### 環境保全活動を継続して行っています。

1991年に「環境理念」を策定するとともに環境対策室（現：環境室）を設置、全社的な環境保全活動を開始しました。1998年10月には、厚木マーガリン工場が乳業界で初めてISO14001認証を取得し、環境保全推進組織を再編成。1999年からは、「雪印環境マネジメン

トシステム(雪印EMS)」を導入し、「雪印中期行動計画」に沿って環境保全活動を展開してきました。

しかし、2000年の食中毒事件以降、生産体制が大きく変わり、2002年度には事業構造改革を実施。2003年1月からは、バターやチーズなどの乳食品事業部門を中心とした事業分野で新たなスタートを切りました。これらの影響により、環境保全活動については、従来

の中期行動計画との比較ができなくなりました。

なお、「雪印乳業行動基準」の制定を受け、「環境方針」を見直し、環境目標も再設定しました。

### 環境理念

雪印乳業は、地球と人々にやさしい商品とサービスをお届けいたします。  
(1991年7月策定)

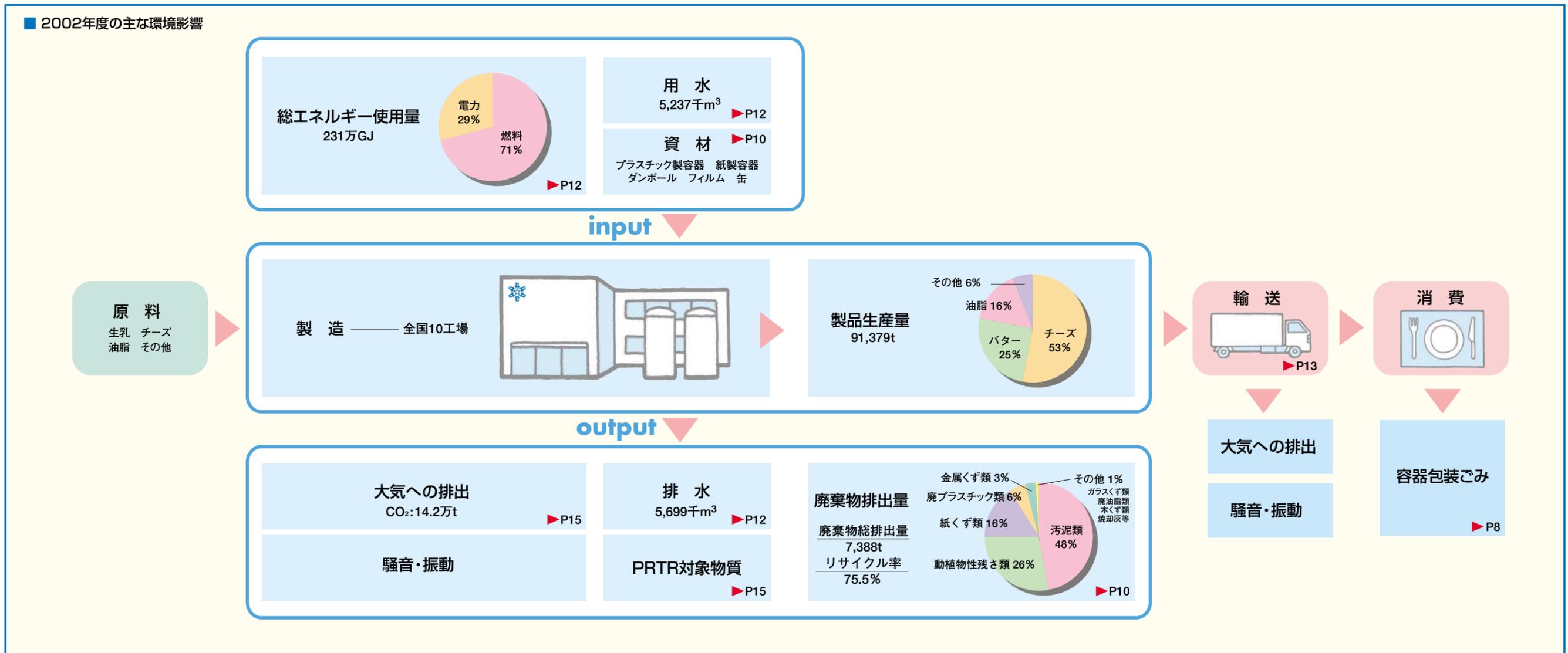
### 環境方針

私たちは行動基準を遵守し、公正で透明な企業活動を実践していきます。継続して環境保全に取り組むシステムを構築し、会社内外に情報発信していきます。

### 環境負荷の少ない事業活動に努めています。

原料を受け入れてからお客様にお届けするまでの事業活動にともなう主な環境データをフローの形で示しました。

各工場の製造品種に合わせて、生乳、チーズ、油脂など多くの原料や副原料を使用します。また、安全に、おいしい商品をお届けするために、容器包装資材を使用します。製造工程では、製造設備に必要な動力や制御のために電力を、また、加熱、殺菌に使用される蒸気や温水をつくるために燃料を使用しています。また、製造用水、洗浄水、冷却水、ボイラー水に用水を使用します。一方、環境に負荷を与える汚染物質等の排出を抑制するために、さまざまな設備対策や運用管理を徹底しています。



## 環境負荷の少ない商品づくりに努めています。

お客様のご家庭における保存・食事・廃棄や流通過程など、さまざまなシーンから商品を見つめ、「おいしさ」と「環境への配慮」を両立できる商品づくりに取り組んでいます。そのためには、商品の包装設計が重要な役割を果たします。

### 内容物の環境負荷まで考えて、商品を開発しています。

雪印乳業では、包装設計するうえで配慮すべき重要なポイントは、「環境・資源への配慮」「安全・衛生面への配慮」「ユニバーサルデザインへの配慮」「生産性・コストへの配慮」の4項目だと考えています。これらをバランス良く取り入れることではじめて、すぐれた商品になるといえます。

「環境・資源への配慮」については、包装材料だけでなく、食品(内容物)も同様に配慮すべきだと認識しています。包装と内容物の両方が、流通、店頭での陳列、お客様のご家庭での使用・保存・廃棄等のあらゆる場面で、環境に及ぼす影響を総合的に検討・判断し、環境負荷の低減に努めています。

### 環境配慮の考え方

環境項目	環境対応項目	環境対応の考え方
省資源性	薄肉化 減量化 減容化	○使用する資源・包装材料をできる限り少なくし、内容物に対する必要機能(おいしさ維持・保存性)を確保する。
再利用性	単一化 資源化 洗浄性 再使用性	○容易に資源に戻せるように配慮する。 ○繰り返し使用できるように配慮する。 ○容易に他の物への転用を可能にする。
易廃棄性	分別化 単一化	○焼却・廃棄等が容易に行えるように配慮する。
物流適性	軽量化 小型化	○物流時における輸送手段の燃料使用量を軽減する。 ○保管時の大きさに配慮し、保管期間中の冷却を容易にする。
情報性	情報提供性 わかりやすさ	○資源としての有効性、有用性を明確に開示し、間違った使い方の防止、適正保管の促進に配慮する。
経済性	少人数使用対応 小型化 小容量化	○個包装により品質劣化を低減し、廃棄量を減少する。 ○個食、少人数使用に対応する。
安全性	内容物保護性 内容物劣化保護性	○微生物的な保護・保存性の確保に配慮する。 ○光劣化や酸化の防止など、化学・物理的な安全性の確保に配慮する。

## 環境に配慮した商品例

金属クリップを廃止して、ゴミを少なく、食べやすく。

### 【ハイ! チーズ】

- 包装資材の減量・減容化と易廃棄性を考慮し、簡易包装を取り入れました。
- おいさと品質の劣化を防止するため、遮光性\*1のあるカートンを使用するとともに、容器に高度なガスバリア性\*\*2を実現しました。
- 小さなお子様や高齢の方の使用を考慮し、開封性を向上させました。

\*1遮光性：光が通りにくく、光による品質の劣化が少ないこと。  
\*2ガスバリア性：酸素が通りにくく、食品の保存性が高いこと。



紙カートンを使用せず、おいしさキープ。

### 【コクと香りの北海道バター(発酵)】

- 包装資材の減量・減容化のため、紙カートンを使用していません。
- 発酵バター特有の風味・おいしさを保つため、密封性・遮光性を高めました。



使いきりサイズの個包装で、食べ残しによるごみを削減。

### 【とろけるナチュラルチーズ(使いきりタイプ)】

- 食べ残しの廃棄によって発生する食品の無駄を減らすため、包装単位を小さくしました。
- 有用なガスを袋内に封じ込める(ガス置換処理)ことにより、おいさと品質の劣化を防止しています。



プラスチックの単一素材だから、カンタン廃棄。

### 【粉チーズ】

- 易廃棄性を考慮し、紙・金属を含む複合素材からプラスチックの単一素材に変更しました。
- おいさと品質の劣化を防止するため、容器に遮光性を持たせるとともに、ガスバリア性の向上を図りました。
- 計量など料理時の利便性を考慮し、ふた全体の取り外しを可能にしました。



多様な食のスタイルに対応し、食べ残しを減らす。

### 【北海道カマンベール切れてるタイプ(3個入り)】

- 食べ残しの廃棄によって発生する食品の無駄を減らすために、従来の6個入りに3個入りを加え、包装単位のバリエーションを増やしました。
- 包装資材の減量・減容化のため、紙カートンを使用していません。
- 単一素材化をすすめて、おいさと品質の劣化を防止するためにガスバリア性を向上させました。



紙カートンを使用せず、保存性・扱いやすさアップ。

### 【スキムミルク】

- 包装資材の減量・減容化のため、紙カートンを使用していません。
- 「何度も開け閉めするので、粉の吸湿が気になる」というお客様の声を反映して、おいさと品質の劣化が少ないジッパー付き袋を採用しました。
- 内容物の取り出しやすさと使用後の収納性を考慮し、広口タイプのカセット袋にしました。



開けやすく、捨てやすい遮光カートンを採用。

### 【ネオソフト】

- 遮光性のあるカートンに入れることで、おいさと品質の劣化を防止しています。
- カートンには、使い方や保存方法等の情報をわかりやすく明確に表示しています。
- 側面のジッパーで開けやすく、使用後も簡単に折りたたんで捨てられるカートンです。



カートンを単一素材化し、カンタンに廃棄。

### 【クリームチーズ】

- 廃棄時に分別しやすくするため、紙とアルミの複合カートンを紙の単一素材にしました。



### 現場からのメッセージ

雪印の容器・包装の担い手として、安全・衛生面への配慮はもちろんのこと、私たちを取り巻く環境や資源への配慮、お客様の使いやすさへの配慮、商品のおいしさへの配慮、生産性やコストへの配慮を含め、数多くのご要望を総合的に検討し、よりすぐれた容器・包装の開発を目指して努力を重ねています。



技術研究所 食品加工研究室 平田正則・松野一郎・佐々木敬卓・阪本芳男  
容器包装グループ 山住弘・浅田耕平・森繁直樹・水上佳也

## ごみと無駄を減らし、自然の恵みを有効活用しています。

工場から、おいしい商品とともに発生する廃棄物。環境への負担をできる限り減らすために、発生量を極力少なくすること、そしてリサイクルすることを基本に処理を行っています。

### 生産工程で発生する廃棄物の削減に努めています。

2002年度は、焼却炉を廃止したこともあり、廃棄物の発生量は前年度比112%に増加し、総排出量は7,388tとなりました。発生する廃棄物の内訳は、汚泥、動植物性残さ、紙くず類で90%を占めます。2002年度については、社会的な問題を引き起こすことなく廃棄物を処理することができました。

### 各工場で、リサイクル活動を推進しています。

2002年度は、総排出量の75%を占める汚泥と動植物性残さのリサイクル推進により、リサイクル率が向上しました。汚泥については北海道6工場で肥料化を図り、動植物性残さについては、飼料化を推進しています。

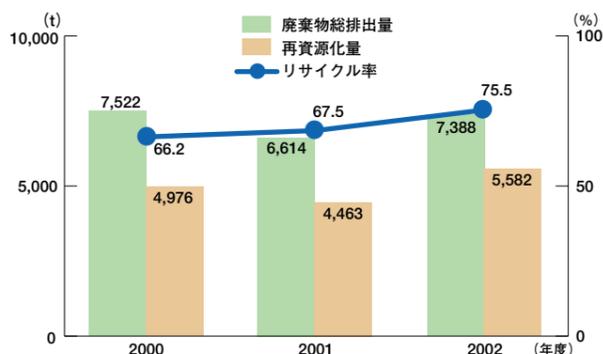
### オフィスでも環境負荷低減に努めています。

オフィス内のごみの分別を徹底しています。廃棄されるごみを13種類に分別し、種類ごとの削減目標量を掲げて、フロアごとに回収ボックスを設置するなどの取り組みを行っています。なお、事務用品等のグリーン購入を推進し、環境配慮商品の購入に努めています。

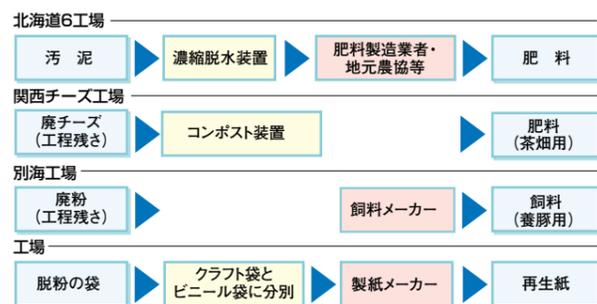
### 工場廃棄物総排出量とリサイクル率

廃棄物	2000年度		2001年度		2002年度	
	総排出量 (t)	リサイクル率 (%)	総排出量 (t)	リサイクル率 (%)	総排出量 (t)	リサイクル率 (%)
汚泥類	3,202	86.8	3,044	94.0	3,536	89.9
動植物性残さ類	1,681	27.4	2,017	35.3	1,947	51.7
紙くず類	1,710	84.3	817	74.4	1,201	82.4
廃プラスチック類	488	22.3	467	27.4	418	46.0
金属くず類	116	93.6	131	97.4	204	94.4
ガラスくず類	4	70.8	6	84.4	4	86.6
廃油脂類	267	27.7	19	94.8	13	58.9
木くず類	6	28.4	8	28.8	37	32.3
焼却灰	19	0.0	13	12.1	9	0.0
その他	29	0.1	90	0.0	20	0.0
合計	7,522	66.2	6,614	67.5	7,388	75.5

### 廃棄物総排出量とリサイクル率の推移



### 具体的な廃棄物削減対策例



#### 汚泥

製造工程で使用された水の排水処理(活性汚泥法)時に発生する余剰汚泥。産業廃棄物として処理をする前に、脱水、乾燥し減量化しています。

#### 動植物性残さ

製造工程の始動時、切替時、終了時に発生する工程残さ。安定稼働に努めることで無駄やロスがなくし、排出量を抑制しています。

#### 紙くず類

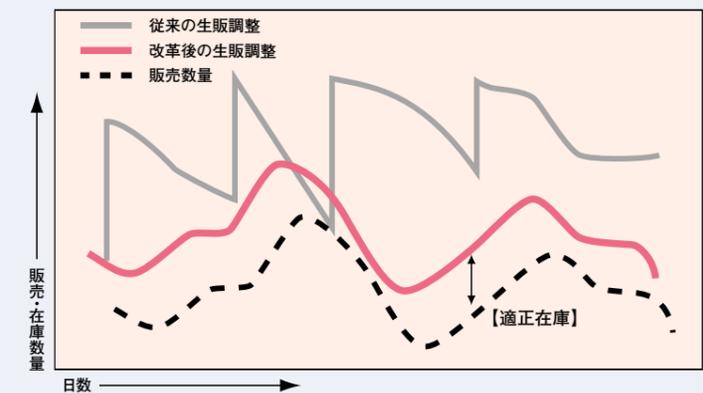
原料、副原料の梱包材が主なもの。今後、分別活動をさらに徹底し、新しいリサイクル手法の確立に努めていきます。

### サプライチェーンマネジメントシステムの導入

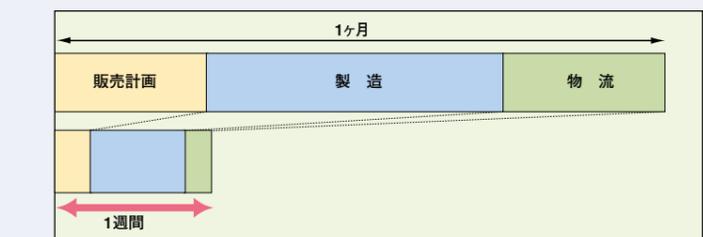
サプライチェーンマネジメント(SCM)システムを導入し、2002年10月にSCM推進部を設立しました。SCMシステムでは、需要予測をもとに販売計画の精度を高め、生産計画、物流配分と連結させて、生産、販売、物流の流れをスムーズに保ちます。このシステムは、マーガリンとプロセスチーズを対象商品として、2003年10月より本格稼働の予定です。

また、SCMシステムの導入にともなって物流体制の大幅な見直しを行い、従来4工場で生産を行い6カ所の倉庫で保管していたのを、工場・基幹倉庫・地方倉庫の3階層に整理しました。これにより、商品の在庫日数の大幅な短縮が可能になります。システムの導入に向けては、現状30日分保持している在庫量を、15日分に短縮することを目標としています。SCMシステムの導入により、生産から物流にいたる工程が効率化され環境負荷が低減されるとともに、店頭商品の鮮度が向上し商品の安全性が確保されます。

#### 在庫の推移モデル

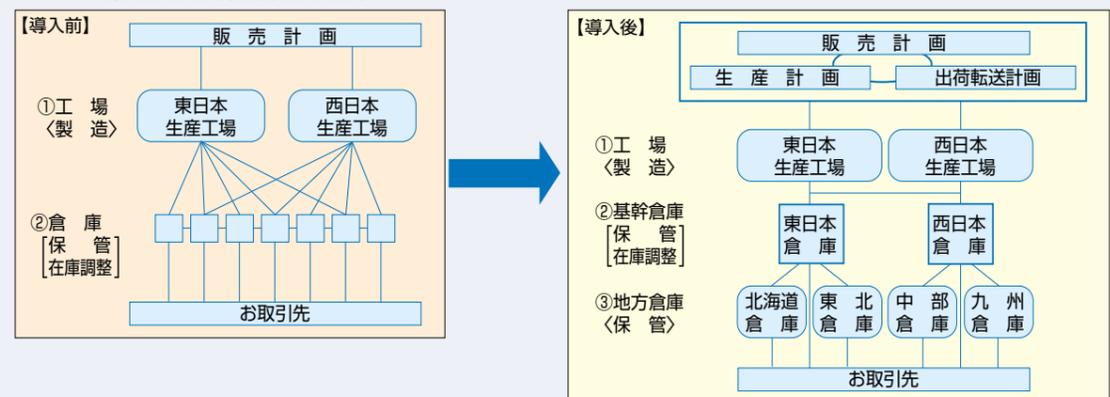


#### 販売計画の推移モデル



これまで月単位で策定していた販売計画を週単位で管理することにより、需要予測の精度が向上し、適正在庫を維持できるようになります。これにより、未出荷品、期限切れによる商品の廃棄が大幅に削減できます。

### SCM導入による物流体制の改革



### その他の取り組み

オフィスでのリサイクル	「オフィス町内会」に参加し、一定地域内のオフィスビルと協力して、リサイクルを推進しています。
製造工程の安定稼働	安定稼働により、主原料や副原料の無駄やロスを低減しています。
廃棄物排出量の把握	各工場・職場でのデータ把握により、従業員の廃棄物に対する意識が向上しました。

### 現場からのメッセージ

廃棄物全量の約30%を占める廃棄チーズの有効利用にたくい力を入れています。現在、廃棄チーズの約60%を工場内と外部でコンポスト処理し、肥料化しています。今後は、残り約40%分の再資源化を推進していきます。

関西チーズ工場 工務課 嶋山真幸



## 工場で、物流段階で、省エネ・省資源に取り組んでいます。

限りあるエネルギーや水資源を、上手に使い続けるために。商品づくりで多くのエネルギーを消費する工場はもちろん、事業活動のあらゆる場面で省エネ・省資源活動を展開しています。

### 適正なエネルギー管理に努めています。

すべての工場では、適正なエネルギー管理を行い、無駄を徹底的に排除しています。また、コージェネレーションシステムなど大型設備導入の他、工場独自でもボイラーの排熱回収、インバータ化を図るなど、省エネルギー活動に努めています。

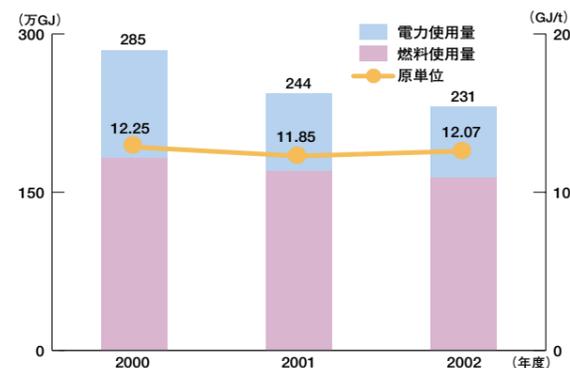
2002年度は、大型の省エネルギー設備の導入はできませんでしたが、事業所ごとに無駄を排除した省エネルギー活動を行いました。エネルギー使用量は5%減少しましたが、生産量が減少したため、原単位は上昇しました。

また、2003年下期より省エネ型ボイラー\*の運転を開始する予定です。

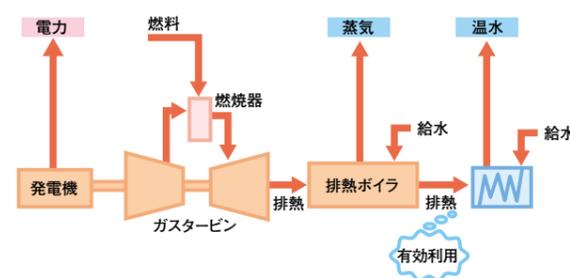
\*省エネ型ボイラー:

空燃比制御装置によりボイラーの負荷に応じた空燃比制御を可能とし、排ガス熱損失を低減。安定した燃焼を実現します。また、噴燃ポンプ、押し込み送風機、給水ポンプ等のすべての負荷をインバータ制御し、無駄な電力を削減します。

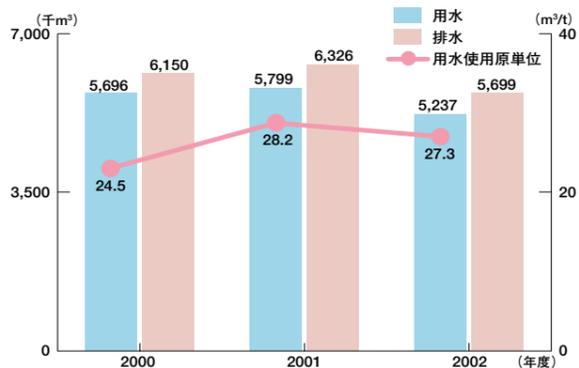
### エネルギー使用量の推移



### コージェネレーション設備概念図



### 水使用の推移



### 現場からのメッセージ

工場内の省エネ活動を推進しています。2003年度のテーマは、空調機のインバータ化と圧縮空気量の削減です。圧縮空気の削減については、使用管理を徹底し、圧縮機1台で工場全体のエアをまかっています。



磯分内工場 製造課 松家知宏・佐々木徹

### 環境負荷の少ない、高効率な輸送を行っています。

モーダルシフトや高効率の配送を実現する配車システム、他企業との共同配送等、物流面での環境負荷低減に取り組んでいます。これらの取り組みにより、高効率な輸送が実現され、CO<sub>2</sub>の排出を年間45,573t削減しました。また、配送車両から排出されるNO<sub>x</sub>削減のため、DPF装着車、3次元触媒装着車、CNG車の導入もすすめています。

### モーダルシフト

幹線輸送をトラックから鉄道・船舶に切り替えることで、省エネ・低公害の輸送を可能にする物流体系です。雪印乳業では、北海道からの長距離輸送が多いため、その効果が大きく、CO<sub>2</sub>の排出量を年間約35,000t削減しました。

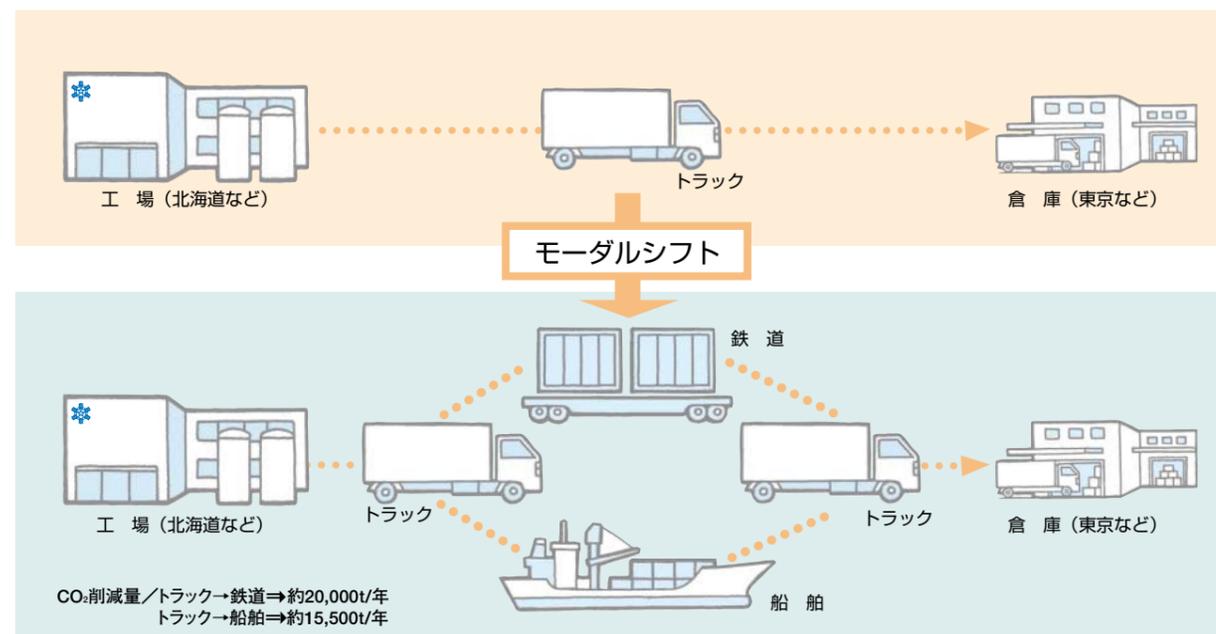


CNG車



DPF装着車

### モーダルシフト



### その他の取り組み

省エネ設備の導入	コージェネレーション、ボイラー空燃比制御、氷蓄熱等を導入し、省エネを推進しています。
コージェネレーションシステム	大樹工場(2000年)・関西チーズ工場(2001年)で導入しています。
アイドリングストップの徹底	掲示板設置などにより、構内でのアイドリングストップを徹底しています。
オフィスでの省エネルギー	冷暖房の温度設定値を定めるなど節電ルールを整備しています。

### 現場からのメッセージ

物流面では、効率的な共同配送とモーダルシフト化をすすめています。また、物流倉庫からの廃棄物は、ダイオキシン発生量の少ない処理場に委託しています。「環境にやさしい雪印」を目指し、取り組みを続けていきます。



ロジスティクス部 田野尻豊

## 組織体制を整え、環境保全活動を管理・推進しています。

一つひとつの活動を、より効果的に推進するために。  
全社的な環境マネジメント体制を構築し、環境保全活動を管理しています。  
2003年4月には、事業構造改革に合わせて組織を再編成しました。

### 2003年、環境マネジメント体制を改めました。

1991年に環境対策室を設置して以来、段階的に組織体制を発展させ、全社組織「環境対策運営体制」を構築しました。1999年10月には、「雪印EMS」を全国展開し、環境マネジメントシステム推進組織を構築。各支社環境保全委員会などが中心となってシステムを推進しています。2003年からは、事業構造改革とともに組織体制を改め、より日常業務と密着した形で活動に取り組んでいます。

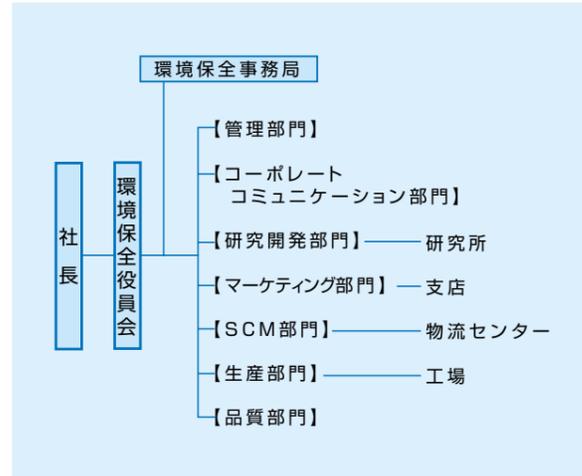
また、1998年10月に厚木マーガリン工場で乳業界初のISO14001の認証を取得して以来5年を経過し、すべての従業員が環境保全を意識して行動しています。2002年までに6工場で認証を取得しましたが、それらの工場のうち5工場は分社化により日本ミルクコミュニティ(株)へと移行しました。

### すべての工場で、環境監査を行っています。

厚木マーガリン工場については、内部監査と第三者機関による外部監査を実施しています。環境マネジメントシステムのもと、システムが組織的かつ継続的に改善され、機能しているかチェックしています。その他の工場では、監査部により、主に廃棄物の適正処理について監査を実施しています。

### ■ 環境マネジメント体制

2003年4月



現場審査(厚木マーガリン工場)



工場長審査(厚木マーガリン工場)

### 2003年度の環境目標を設定しました。

2002年度は、これまで通り中期行動計画に沿って、廃棄物量の削減とリサイクルの推進、省エネルギーの推進を重点課題としてすすめました。しかし事業構造改革により、冷凍食品・医薬品・アイスクリーム・育児用品・市乳事業部門を含めた計画数値とは比較できなくなったため、あらためて計画を立て直し、2003年度の目標を設定しました。

### ■ 2003年度の目標

	2003年度目標
廃棄物	・ 処理委託業者の見直し等、リスク管理を含めた遵法体制の強化。 ・ 廃棄物排出量：2002年度を超えない。 ・ 動植物性残さの飼料化、肥料化を推進し、リサイクル率を80%以上に向上。
省エネルギー	・ エネルギー原単位：2002年度比1%削減。
コミュニケーション	・ ホームページ等で環境情報を公開。 ・ 環境報告書の発行。

### ■ 周辺環境への影響も、しっかり管理しています。

企業としての遵法はもちろん、リスク管理を含めた管理体制の構築をすすめています。PRTR\*対象物質については、1998年より工場・研究所ごとに取扱量の調査を行い、結果を本社で集計しています。2002年度、報告義務のあるPRTR対象物質にはダイオキシン類が該当していました。2002年11月には、ダイオキシン類を含む大気汚染物質の発生を抑制するため、すべての工場で焼却炉を廃止し、2003年より計画的に解体撤去を行っています。また、ボイラーの運転により発生するCO<sub>2</sub>、NO<sub>x</sub>、SO<sub>x</sub>の大気への排出を抑制するために、適正管理に努めています。事業所からの排水については、各事業所ごとに各地域規制基準に沿った運用管理を徹底しています。

昨今、大きな社会問題になっている廃棄物の不法投棄については、排出事業者としての責任を果たすために、リスク管理を含めた遵法管理をすすめました。

2002年度は、環境に関する事故は発生していません。工場出荷作業時の騒音苦情が1件発生しましたが、早朝・夜間の出荷口での駐車を禁止することで対応しました。

### ■ お客様との環境コミュニケーションに努めています。

自社の環境保全活動についての情報発信や、ステークホルダーとのコミュニケーションに努めています。各工場では、地域感謝デー、工場開放デー等のイベントを開催。それ以外にもいつでも工場見学をしていただける体制を整えています。また2000年より、お客様の声を365日お受けする「お客様センター」を開設し、お問い合わせ、ご提案、ご意見などに対応しています。



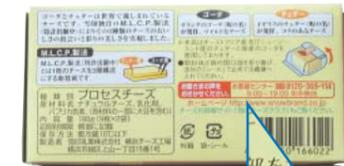
工場が発生した排水は、活性汚泥法により工場内で処理

※PRTR：

Pollutant Release and Transfer Register (環境汚染物質排出移動登録)の略。有害性のある多種多様な化学物質が、どのような発生源から、どれくらい環境中に排出されたか、あるいは廃棄物に含まれて事業所の外に運び出されたかというデータを把握、集計、公表する仕組み。



お客様センター



**お客様の声をおきかせください。** お客様センター ☎ 0120-369-114  
9:00~19:00 年中無休  
ホームページ <http://www.snowbrand.co.jp>  
チーズの情報サイト「雪印チーズクラブ」もご覧ください。

商品包装で「お客様センター」をお知らせ(「切れるチーズ&チーズ」カートン裏面)

### ■ その他の取り組み

環境情報の発信	環境報告書やホームページで、環境活動に関する情報をお知らせしています。
社外団体との連携	日本乳業協会環境委員会に参加。乳業各社と協力し、環境負荷を低減しています。
美化活動	工場美化の日を設け、工場内と周辺地域の清掃活動を実施しています。厚木マーガリン工場は相模川美化キャンペーンに参加しました。

### ■ 現場からのメッセージ

当工場は1998年10月にISO14001認証取得し、以後継続しています。法規遵守はもちろんのこと、マーガリン容器のリサイクルなどを行っています。推進メンバーがたびたび交代していますが、とくに若手社員が切磋琢磨し、環境方針を達成すべく取り組んでいます。



厚木マーガリン工場 製造課 佐渡秀樹

## 独自の品質保証システムから、お客様へ安全と安心を。 SQS～Snow Brand Quality Assurance System～

安全で優れた品質の商品を、お客様のもとへお届けするために。  
SQSを導入し、万全の品質管理体制を構築しています。

### SQSのもと、安全性の高い商品を生産しています。

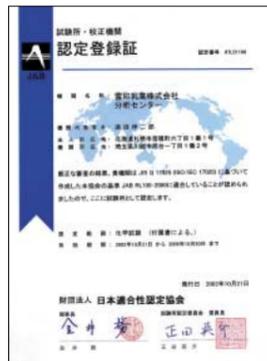
2003年4月より、雪印乳業品質保証システム「SQS」を導入しています。これは、世界標準の品質マネジメントシステム「ISO9001」と衛生管理システム「HACCP」の考え方を取り入れた雪印乳業独自の品質保証システムで、品質管理の実効性と商品の安全性を実現するものです。雪印がお届けするすべての商品は、SQSによる管理体制のもと原材料の調達から、開発・生産・販売まで、全過程で品質を管理・保証しています。

### システムを3段階でチェックしています。

品質保証システムが適正に機能しているかを確認・検証するために、内部、社内、社外の3段階でチェックを行っています。多角的な視点からのチェックにより、常時改善を行い、品質保証システムの強化を図っています。

### 「品質管理のエキスパート」を育成しています。

品質保証システム全体のさらなる強化を目指し、全社員が「食品衛生の基礎」や「法・規格・基準・標準」を認識するなど、知識・技術の習得による個人の資質向上を図っています。具体的には、品質管理食品衛生に関する階層別人材育成制度や技術認定制度、キャリアアップ要件としての試験制度を導入しています。



ISO/IEC17025を取得

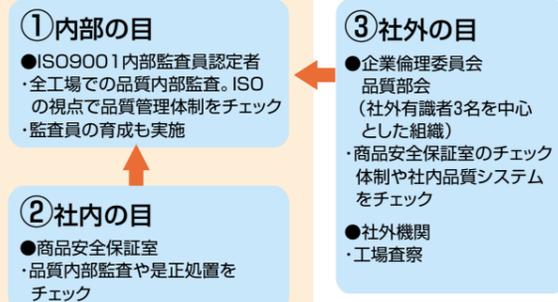


食品衛生について研究

### ■ 雪印乳業品質保証システム「SQS」



### ■ 「SQS」チェック体制



### ■ 雪印乳業分析センター

#### 国際的に信頼性の高い分析を行っています。

2002年10月、雪印乳業分析センターはISO/IEC17025<sup>®</sup>の認定を取得しました。これは、日本の食品製造会社の試験所としては初めてのことで、国際的に信頼が得られるデータを提供できることが保証されました。分析センターの運営システムと分析技術の水準の高さが公に認められたことで、SQSの検査部門の信頼性が向上しました。

※ (財)日本適合性認定協会より認定される国際的な試験所認定規格。試験所が品質システムを運用し、技術的に適格であり、技術的に妥当な結果を出す能力を有することを証明しています。

### ■ 食品衛生研究所

#### 衛生研究と衛生教育を行っています。

乳および乳製品の安全を確保するため、食品衛生に関する研究や管理、指導などを総合的に実施しています。研究の成果は、関係各部署との連携によって実行され、広く社会に還元することで安全性の向上に貢献しています。また、食品衛生教育カリキュラムの設定、教育訓練と教育推進の中核的人材育成等、SQSに基づいた総合的な衛生教育も実施しています。

### ■ 主な事業拠点



### ■ 事業概要

設立：昭和25年6月10日（創業大正14年）

資本金：159億円

東京本社：〒160-8575  
東京都新宿区本塩町13番地  
Tel.03-3226-2111

札幌本社：〒065-0043  
札幌市東区苗穂町6丁目1番1号  
Tel.011-704-2311

代表者：代表取締役社長 高野瀬 忠明

事業内容：乳製品、油脂の製造、販売など

売上高：246,336百万円（単体）

従業員数：1,473名

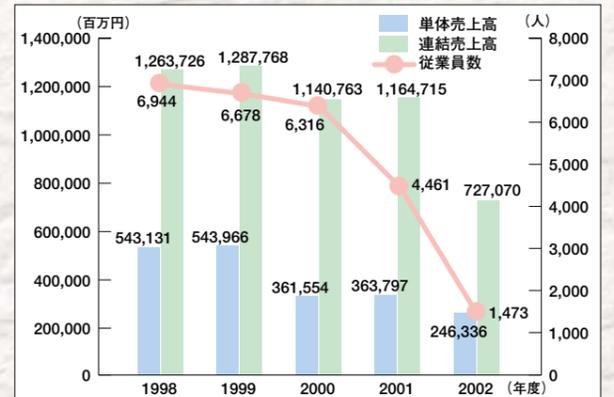
### ■ 事業所

本社：2/支店：23/工場：10/研究所：4

関係会社：67社（内連結子会社28社）

（2003年3月31日現在）

### ■ 売上高と従業員数推移





発行：雪印乳業株式会社 生産部 環境室  
〒160-8575 東京都新宿区本塩町13番地  
TEL. 03-3226-2408 FAX. 03-3226-2056  
<http://www.snowbrand.co.jp/>

発行年月：2003年10月



この報告書は、古紙配合率100%再生紙を使用し、  
アロマフリー型大豆油インキで印刷しています。