



目次

- 1 編集方針
- 2 トップメッセージ
- 3 企業理念
- 5 雪印メグミルクグループの概要
- 7 私たちの使命を果たすための取組み
- 9 雪印メグミルクグループのCSR
- 11 特集「消費者重視経営の実践」

社会側面

- 15 「酪農生産への貢献」のために
- 19 乳(ミルク)を通じた社会貢献
- 21 地域・社会への貢献
- 23 働きがいのある会社の実現のために

経済側面

- 25 安全で安心していただける商品をお届けするために
- 27 乳(ミルク)にこだわる取組み
- 30 さまざまな健康に寄与する取組み

環境側面

- 31 環境マネジメントの推進
- 33 地球温暖化防止と循環型社会構築への取組み
- 34 事業活動と環境影響(マテリアルフロー)
- 35 雪印メグミルクグループの環境保全活動

雪印メグミルクグループのCSRマネジメント

- 39 コーポレート・ガバナンス
- 41 コンプライアンス
- 42 リスクマネジメント
- 43 雪印メグミルクグループの中期経営計画について
- 45 東日本大震災後の取組み
- 46 国際規格ISO26000と雪印メグミルクグループ活動との対比
- 47 社長・社員座談会
- 51 雪印メグミルクグループ会社紹介
- 53 補足説明
- 57 ステークホルダーからのメッセージ

【報告対象期間】

2011年度(2011年4月1日～2012年3月31日)を対象期間としていますが、一部、2012年度の実績と将来目標についても掲載しています。

【報告対象企業】

本報告書に記載した情報は、雪印メグミルクグループ(雪印メグミルク(株)およびその関連会社)を対象としています。ただし、対象企業全ての情報を網羅しているわけではありません。また、社名の表記のないものは、雪印メグミルク(株)の取組みです。

【参考にしたガイドライン】

- GRIサステナビリティレポートガイドライン(第3版)
- 環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」
- ISO26000

【発行時期】

今回の発行:2012年6月
今回の発行:2013年6月予定
● 本報告書は、年次版として毎年発行します。

【お問い合わせ先】

雪印メグミルク(株) CSR部
東京都新宿区本塩町13番地
TEL.03-3226-2064
FAX.03-3226-2163

編集方針

本報告書は、消費者・従業員をはじめとする全てのステークホルダーに雪印メグミルクグループの活動をご理解いただくことを目的とし、雪印メグミルクグループが2011年度(2011年4月から2012年3月まで)に取り組んだ幅広いテーマについて総括するとともに(一部、2012年4月以降の取組みについてもお伝えしたい記事を掲載)雪印メグミルクグループの目指すべき方向性についても掲載しています。活動報告記事(p15～p38)では、従業員の想いを「私のチャレンジ!!」として紹介しています。

1. わかりやすい構成・表現を心がけました

(1) 雪印メグミルクグループはCSR経営を掲げており、その内容をCSRマネジメントとしてまとめて掲載しました。

(2) 説明が必要と思われる内容については補足説明を掲載しました。

2. 社外の声を反映して制作しました

制作段階で企業倫理委員会と、その専門部会である消費者部会、また活動報告書2011アンケートで寄せられたご意見・ご要望も反映しました。

※CSR:Corporate Social Responsibility (一般的に「企業の社会的責任」と訳されます。)

お客様・消費者の併記について

雪印メグミルクグループでは、雪印乳業食中毒事件(p56)の反省を踏まえて、消費者が持つ基本的な権利を尊重し、単に「お客様」だけではなく、「消費者」全体を重視する経営を進めています。消費者の中に「お客様」を位置付けた上で、「お客様」と「消費者」の2つの概念を併記して表現しています。

おことわり

本報告書には、雪印メグミルクグループの過去と現在の事実だけではなく、発行日時点における計画や見直し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸条件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただきますようお願いいたします。

トップメッセージ



2011年は日本に、そして雪印メグミルクグループにとっても、まさに激動の年でした。

東日本大震災により被災された皆様に、謹んでお見舞い申し上げますとともに、被災地の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

当社は震災発生直後の4月に、雪印メグミルク(株)、日本ミルクコミュニティ(株)、雪印乳業(株)の3社が合併し、新生雪印メグミルクグループがスタートいたしました。

混乱の中でのスタートとなりましたが、大きなトラブルもなく、順調なスタートを切ることができましたことは、多くの皆様のご支援の賜物と深く感謝申し上げます。

雪印メグミルクグループの企業理念は「『消費者重視経営の実践』『酪農生産への貢献』『乳(ミルク)にこだわる』の3つの使命を果たし、ミルクの新しい価値を創造することにより、社会に貢献する企業であり続ける」です。私は、雪印メグミルクグループのCSRはこの企業理念の実現にあると考えております。

東日本大震災は、わが国の生活環境を一変させ、一人ひとりの価値観・人生観にも大きな影響を与えました。

また、サプライチェーンの寸断等により、一時的に商品の供給が滞りましたが、牛乳・乳製品が我々の生活になくてはならないものであることも再認識されたと思っております。

今年度も、放射性物質問題、生乳生産減少に伴う生乳・乳製品需給の逼迫やTPP等の国際化議論の進展など、酪農乳業界を取り巻く環境は厳しい状況が続くと見込まれます。

このような環境の中、企業理念にある3つの使命こそ、当社として社会から求められている役割であると、改めて認識しております。

すなわち、酪農生産者が安心して生産いただけるよう、乳の研究を極め、乳の付加価値を高め、そして、一人でも多くの消費者に牛乳・乳製品を召し上がっていただけるよう安定供給と需要拡大に努めていくことが重要な役割だと考えております。

雪印メグミルクグループは、コーポレートスローガン「未来は、ミルクの中にある。」のもと、消費者や酪農生産者の皆様と真摯に向き合います。そして、従来の枠組みに捉われず、私たちの使命を果たすために、「今、何をすべきなのか」を常に見つめ活動していくことにより、ステークホルダーの皆様の期待にお応えできる企業グループであり続けたいと強く思っております。

併せて、役職員一人ひとりが、全ての企業活動の原点であるグループ行動規範および自主行動基準に則して行動すること、特に品質保証とコンプライアンスの徹底が至上の責務であることを認識し、これからも安全で安心していただける価値ある商品をお届けしていけるようにCSR経営を推進してまいります。

代表取締役社長

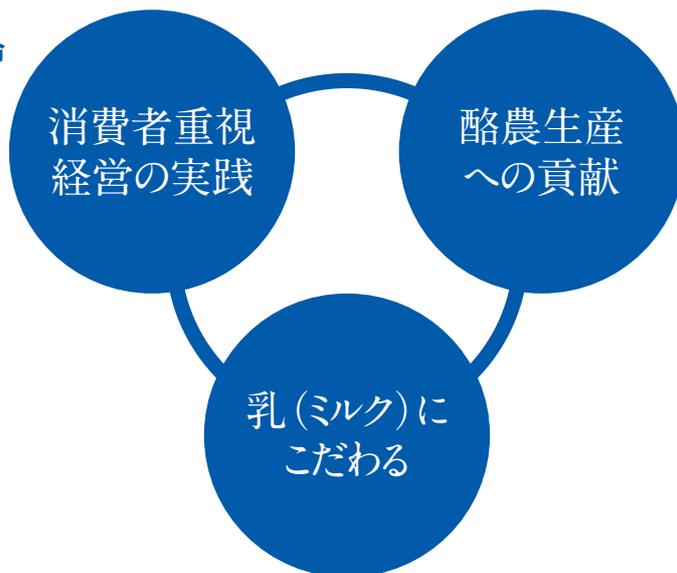
中野吉晴

雪印メグミルクグループ企業理念

私たち雪印メグミルクグループは、重要なステークホルダーと考えるお客様・消費者そして酪農生産者の皆様の期待に応えていくこと、私たちの原点である乳(ミルク)にこだわり続けていくことが使命であると考えています。雪印メグミルクグループ企業理念には、この使命を果たすことで社会に貢献する企業であり続けるという私たちの強い思いが込められています。

雪印メグミルクグループの企業理念は、
私たちの使命とコーポレートスローガンで構成します。

私たちの使命



私たち雪印メグミルクグループは、3つの使命を果たし、
ミルクの新しい価値を創造することにより、社会に貢献する企業であり続けます。

コーポレートスローガン

未来は、ミルクの中にある。



私たちの3つの使命

消費者重視経営の実践

雪印メグミルクグループは、消費者基本法に定められた「消費者の権利」と「事業者の責務」をしっかりと認識し、

- ・安全で安心していただける商品・サービスを提供すること
- ・可能な限りの情報提供、情報開示を行なうこと
- ・消費者の声を傾聴し、経営に反映していくこと
- ・危機管理の体制を整え、不測の事態に迅速かつ適切に対応していくこと

を基本姿勢として、
消費者重視経営を実践していきます。

酪農生産への貢献

私たち雪印メグミルクグループは、日本の酪農を基盤として成り立っています。私たちは、酪農生産者の良きパートナーとして信頼関係を深め、乳の価値をしっかりと伝えていくことで生産者の想いに応えていきます。そして、牛乳・乳製品の需要拡大を実現することで、国内酪農生産の基盤の強化と持続的発展に貢献していきます。

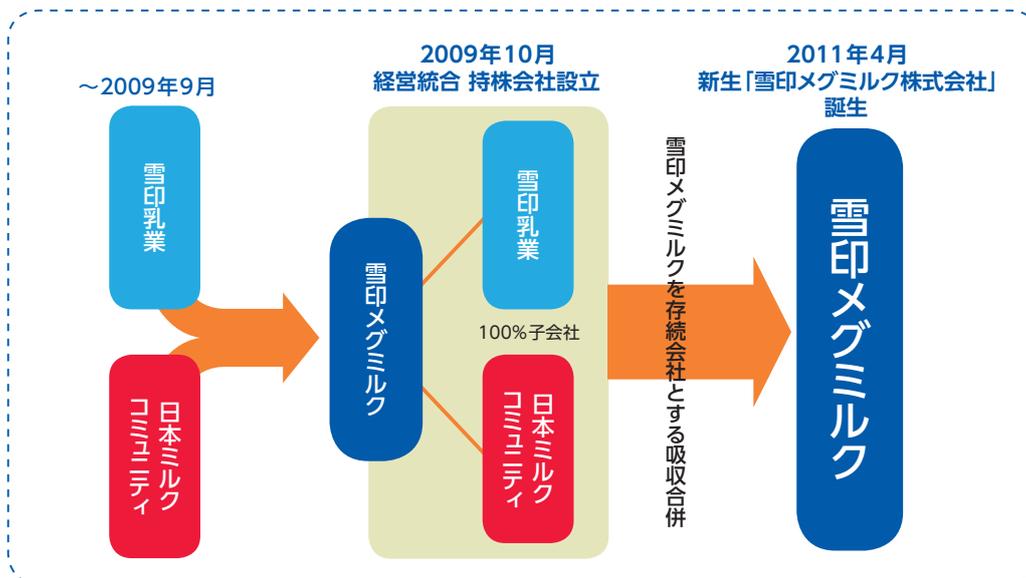
乳(ミルク)にこだわる

私たち雪印メグミルクグループは、ミルクの持つ無限の可能性を信じ、ミルクに向き合い、ミルクにこだわり続けることで、ミルクの持つ可能性を「深め」、ミルクの価値を「高め」、世界に「広げていく」ことを実現していきます。

雪印メグミルクグループの概要

雪印メグミルク誕生までの経緯

2011年4月1日、雪印メグミルク(株)は日本ミルクコミュニティ(株)および雪印乳業(株)と合併し、総合乳業メーカーとして新たにスタートしました。雪印メグミルクグループは、新しく定めた企業理念の通り、ミルクにこだわり、丁寧に向き合い、その可能性を信じ新しい価値を創造していくことで社会に貢献する企業であり続けます。その強い思いを込めて「未来は、ミルクの中にある。」というコーポレートスローガンを掲げました。



コーポレートシンボルマーク



「スノーミルククラウン」

「雪の結晶と北極星」と「ミルククラウン」の融合を表すコーポレートシンボルマーク「スノーミルククラウン」には、雪印メグミルクの決意が集結されています。

ミルククラウンは、自然のめぐみであるミルクの優しさ、豊かな滋養、秘めた可能性を、雪の結晶と北極星は、私たちがこれまで培ってきた高い技術力、専門性、正確さ、信頼を表しています。

この2つの要素が融合したスノーミルククラウンは、ミルクの未知の可能性への期待や挑戦する意気込みを示すものであり、私たちが目指すお客様に提供する価値の象徴です。

事業内容について

事業内容および事業の種類別セグメントは、右のとおりです。

事業区分	主な製品	会社
乳製品事業 (合計13社)	乳製品(チーズ・バター・粉乳等)、油脂(マーガリン等)、育児品(乳児用調製粉乳)等	雪印メグミルク(株)、ビーンスターク・スノー(株)、ハケ岳乳業(株)、甲南油脂(株)、チェスコ(株)、(株)エスアイシステム、雪印オーストラリア(有)、台湾雪印(株)、三和流通産業(株)、雪印タイ(株)、イーエヌ大塚製菓(株)、富士食品工業(株)、S.E.P.V(株)
飲料・デザート類事業 (合計6社)	飲料(牛乳類、果汁飲料等)、ヨーグルト、デザート類	雪印メグミルク(株)、ハケ岳乳業(株)、(株)エスアイシステム、いばらく乳業(株)、みちのくミルク(株)、三和流通産業(株)
飼料・種苗事業 (合計2社)	牛用飼料、牧草・飼料作物種子、野菜種子等	雪印種苗(株)、道東飼料(株)
その他事業 (合計15社)	不動産賃貸、共同配送センター事業等	雪印メグミルク(株)、(株)クレスコ、(株)雪印パーラー、(株)YBS、(株)エスアイシステム、ニチラク機械(株)、(有)ロイヤルファーム、三和流通産業(株)、直販配送(株)、北網運輸(株)、日本ポート産業(株)、日本乳品貿易(株)、(株)アミノアップ化学、(株)雪印子どもの国牧場、グリーンサービス(株)



雪印メグミルクグループの「消費者重視経営」

私たち雪印メグミルクグループは、消費者基本法の消費者の「8つ」の権利に引き合い、「4つ」の基本姿勢に基づく「7つ」の取組みにより、事業者の責務を果たしていきます。

消費者基本法

(2004年制定)

消費者の『8つ』の権利

- ①国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、
- ②その健全な生活環境が確保される中で、
- ③消費者の安全が確保され、
- ④商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、
- ⑤消費者に対し必要な情報及び
- ⑥教育の機会が提供され、
- ⑦消費者の意見が消費者政策に反映され、
- ⑧並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること

※条文の内容をわかり易くするために数字を付け表記

向き合う

事業者の『5つ』の責務

- ①消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- ②消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- ③消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- ④消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- ⑤国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

※条文のまま表記

雪印メグミルクグループの『4つ』の姿勢

- 安全で安心していただける商品の提供
- 消費者への情報提供、情報開示
- 消費者の声を傾聴し、経営に反映
- 危機管理体制の整備により迅速、適切に対応

雪印メグミルクグループの『7つ』の取組み

企業倫理委員会

- 品質部会(社外視点の工場品質監査)
 - 消費者部会(消費者重視経営への意見)
 - 表示部会(消費者視点の商品表示確認)
- ➡ p39~p40に掲載

品質保証体制の確立

- MSQS^{*1}によるPDCA^{*2}とスパイラルアップ ➡ p26に掲載

危機管理体制の構築

- 商品告知回収体制の確立と運営 ➡ p42に掲載
- 日次でのお客様センター入電状況定時報告
- 週次でのリスク連絡会による情報共有化

お客様センター

- 苦情への迅速で適切な対応
- 消費者の声を傾聴
- 「お客様満足向上ミーティング」の開催 ➡ p13~p14に掲載

お客様モニター

- 消費者の声を傾聴し、消費者視点での相互理解を進める ➡ p20に掲載

ホームページ運営

- 消費者への情報開示、経営の透明性
- ネガティブ情報も公正に開示

食育・普及 ➡ p19に掲載

- 食の大切さ、乳の大切さを伝える

消費者基本法を根幹とした消費者重視経営

情報開示

- 活動報告(CSRの確立に向けて)
- ホームページ

※1 MSQS:
雪印メグミルク品質保証システム
(MEGMILK SNOW BRAND
Quality Assurance System)

※2 PDCA:
・P(Plan) 目標と実施方法の立案
・D(Do) 決めたことの実行
・C(Check) 実行した内容の確認と評価
・A(Action) 結果を改善していくための措置

消費者重視
経営の実践

酪農生産
への貢献

乳(ミルク)
にこだわる

雪印メグミルクグループの「乳(ミルク)にこだわる」

私たち雪印メグミルクグループは、コーポレートスローガン「未来は、ミルクの中にある。」に基づき、ミルクの機能を中心として、「おいしさ」と「健康機能」の追求を軸とした研究を行なっています。

「おいしさ」に関する研究

- ゲル状食品(ゼリーやプリンなど)の物性調整に用いられる多種類のゲル形成機構に関する新たな評価手法を確立しました。
- 低温脱気製法(メグまごころ製法)により、牛乳の風味維持に効果があると期待される成分が高く保持されることを新たに見出しました。
- 食感の異なるプロセスチーズに関する官能評価の結果と咀嚼の関係性について、新たな知見を得ました。

特に「重ねドルチェ」における「おいしさ重ね製法」の技術については、食品産業新聞社主催「第41回食品産業技術功労賞」および日本食糧新聞社制定「第25回新技術・食品開発賞」を受賞いたしました。➡ p29に掲載

「健康機能」に関する研究

- 発酵乳の摂取において抗肥満効果が認められているガセリ菌SP株について、その作用メカニズムに関する新たな知見を得ました。
- 独自の機能性素材である乳塩基性タンパク質「MBP®」が、食物アレルギー性の腸疾患が誘発する骨密度の低下抑制に有効であることを見出しました。
- 独自の機能性素材である「ミルクセラミドMC-5」が、皮膚の「つや」や「はり」の改善に寄与する可能性を新たに見出しました。
- 独自の機能性素材である「ホエイペプチドHW-3」の、食品素材としての筋肉タンパク質合成に関する有用性を新たに確認しました。

2011年9月には北海道大学遺伝子病制御研究所に、雪印メグミルク寄附講座「プロバイオティクス・イムノロジー研究部門」を開設し、プロバイオティクス菌がもたらす疫病予防機能の評価および作用メカニズムの解明を目指した研究を開始しました。➡ p28~p29に掲載

消費者重視
経営の実践

酪農生産
への貢献

乳(ミルク)
にこだわる

雪印メグミルクグループの「酪農生産への貢献」

私たち雪印メグミルクグループは、日本の酪農を基盤として成り立っています。私たちは、酪農生産者のよきパートナーとして信頼関係を深め、乳の価値をしっかりと伝えていくことで生産者の想いに応えていきます。そして、牛乳・乳製品の需要拡大を実現することで、国内酪農生産の基盤の強化と持続的発展に貢献していきます。

雪印メグミルク(株)の取組み

酪農総合研究所
酪農と乳の歴史館

日本酪農青年研究連盟の支援
酪農諮問委員会の開催

➡ p15~p17に掲載

雪印メグミルクグループの取組み

雪印メグミルク(株)、雪印種苗(株)はじめグループ各社では以下の事業を通じて「酪農生産への貢献」に取り組んでいます。

- 北海道包括連携協定の締結 ➡ p17に掲載
- 付加価値の高い国産牛乳、乳製品等の製造と販売
- 牧草・飼料作物種子、家畜飼料等の開発と販売、乳牛用サプリメントの販売
- 牛乳・乳製品製造機械の製造販売
- 肉用牛の肥育販売
- 酪農業賠償責任保険等の取扱い
- 雪印こどもの国牧場(酪農教育ファーム)の運営 ➡ p22に掲載

雪印メグミルクグループの CSR 経営

企業理念を実現するために、企業活動において、CSRの3つの側面(経済・環境・社会)を考慮し、社会とのより良い適合を図りながら、ともに持続的に発展していくための経営を推進しています。

雪印メグミルクグループ CSR 方針

基本的な考え方

- グループ行動規範、自主行動基準に則り、企業理念の実現に向けて行動する。
- コンプライアンスを基本とし、商品・サービスの安全確保(品質保証)の徹底を最重要項目として取り組む。
- 企業倫理を徹底するとともに、「社外の眼」を経営に反映し、社会から信頼される企業グループを目指す。

3つの側面に則した取り組みテーマ

経済側面

主なステークホルダー

お客様・消費者、お取引先、株主

安全で安心していただける商品・サービスの提供を通して皆様の健康に寄与する

- 1.「乳(ミルク)」の持つ可能性を追求し、技術の向上に努め、魅力のある商品を開発する。
- 2.グループ各社の持ち味を活かし、シナジーを発揮することで安定した収益基盤を構築し、グループ企業価値を高める。

環境側面

主なステークホルダー

地球環境、地域社会

かけがえのない地球環境の保全に貢献する

- 1.一人ひとりが環境保全への意識を高め、環境保全活動に取り組む。
- 2.地球環境と資源を大切にするために、全社での環境保全活動を継続的に推進する。

社会側面

主なステークホルダー

お客様・消費者、酪農生産者、従業員

社会の要請に的確に応え、食の楽しさと大切さを皆様に提供する

- 1.消費者基本法を根幹とした、消費者重視経営を実践するための取り組みを推進する。
- 2.酪農生産者の良きパートナーとして、酪農乳業界の持続的発展・国内酪農基盤の強化に貢献する。
- 3.一人ひとりが主体的に行動し、活力に溢れた、働きがいのある企業風土をつくる。

シナジー:各部門の相乗作用を活かして効果として、 $1+1=2+\alpha$ の α を生み出すこと。

● CSR説明会を実施

雪印メグミルクグループはCSR経営を実践していく上で大切なCSRの基本的な考え方、CSR概念およびCSRに取り組む必要性などについて、従業員に理解浸透を図るため、全国の工場・事業所でCSR説明会を実施しました。(70場所、計100回)

全国規模での説明会を実施したことを機会にして、コンプライアンスの徹底とCSRの浸透につなげます。



CSRの浸透を図るためグループ活動を実施しています



●主体的な活動でCSRマインドを醸成 ～CSRグループ活動～

雪印メグミルク(株)ではCSRの確立を目的としてCSRグループ活動を毎月実施しています。その活動内容は職場または事業所を1つのグループとし、全社を70グループに分け、グループごとに活動の推進役としてCSRリーダーを選任し、そのリーダーを

中心に全社統一テーマでの討議やCSR活動についての情報共有を図っています。

また、「雪印メグミルク行動基準」を基本として、コンプライアンスの徹底に向けた活動も実施しています。

●意識の変化が見えてきます ～CSR社員アンケートの実施～

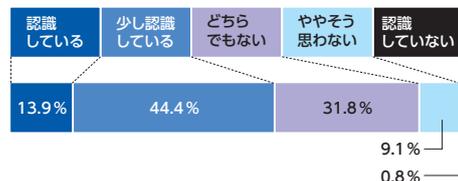
雪印メグミルクグループでは、コンプライアンス・CSRに関する社員の意識・定着度を確認するために、毎年「CSR社員アンケート」を実施しています。

アンケート結果から現状の実態確認を行なうとともに、抽出した課題について対応を行なうことで、雪印メグミルクグループのCSR活動をより良いものとしています。

➡ アンケートの結果について p53

CSR社員アンケートの一例

雪印メグミルクグループはCSR経営を実施していきます。あなたは、そのことを認識していますか？



※雪印メグミルク(株)のアンケート結果を掲載しています。



消費者重視経営の実践

—お客様・消費者の声にお応えするために—

雪印メグミルクグループでは消費者重視経営を実践していくために、さまざまな取組みを実施しています。今回、特集として当社独自の取組みである「企業倫理委員会 消費者部会 (以下消費者部会)」とお客様センターなどを通じて寄せられた声を反映する仕組みとしての「お客様満足向上ミーティング」について取り上げます。

1. 消費者部会

消費者部会の取組みを通して

部会長 松本邦明

消費者部会は2004年に発足して以来、今年で8年目を迎えました。会社の存立を根底から揺さぶられた2度の事件の反省を踏まえて、消費者重視経営を進めています。会社の取組みの状況を消費団体の皆様方にお伝えする一方で、皆様方からいただいた消費者目線のさまざまなご意見を会社の施策の中に着実に反映させ、今日まで地道に取り組んでまいりました。継続は力なりの言葉通り、お互いの相互理解が進むにつれて信頼関係が増し、活動の内容も進化してきました。従来の立場から一歩進めて、「企業」と「消費者」が各々の立場から協働することによって、現在の社会が抱えるさまざまな課題の解決に貢献したいという前向きな意欲も芽生えてきています。企業、消費者、社会の三方がwin-win-winの関係で結ばれるような、具体的で実のある形に結実させたいという期待が膨らんでいます。



➡ 消費者部会参加団体一覧➡p56

消費者部会に参加いただいている皆様からご意見をいただきました

消費者部会の意義をどうお考えですか？



特 に優れていると思うのはこのように多様な消費者団体が一堂に集まるという大変貴重な場でもあることです。今までのような企業とお客様個々の関係だけではなく、消費者団体も一緒になって、社会問題を議論していける非常に大切な場であると考えています。

雪 印乳業が消費者部会を始めたのは、食中毒事件・牛肉偽装事件の直後だったこともあり、厳しい言葉が飛び交い、最初は正直この会は長く続かないだろうと感じました。それから8年、前向きな意見交換の場として現在も消費者部会が継続されていることは大変評価できると思います。



消 費者との意見交換会には大小はあるが、役員の方と直にものが言える機会を定期的に設けたというのは、事件後、雪印乳業が大きく変わったことの1つだと思います。



消 費者の意見はお客様相談窓口では対応した人とはしか話せない。またその声の上まで伝わっているのかもわからないことが多いです。消費者部会では、数多くの団体や会社の方の参加があり、部会であげた意見は次の課題としてつなげていただいております。私たちの意見が届いているという実感を受けます。

今後の「消費者部会」に何を期待されますか？



議 論するだけでなく、具体的な課題を解決する場に進化していきたいと考えます。消費者との対話や考えを伝える従来の形に加え、消費者団体の側からも課題を投げかけることで、双方向の課題解決型の消費者部会にしていきたいと思っております。



消 費者基本法にある事業者の『5つの責務』だけでなく、消費者の『8つの権利』についてより進んだ活動をお願いしたい。そのためには消費者の参画が益々必要と考えています。企業と消費者がテーマを一緒に作り上げていく消費者部会を期待します。

次 回開催時には、前回の意見が反映されたかがわかるので取り組みがいがあります。ただ、年2回程度の開催であり、「途中報告会」もしくは「経過を掲載した報告書」などがあるとうれしく思います。



商 品の表示などで例えれば、栄養成分表示にナトリウムではなく、塩分と書いてありそれが少量であれば塩分を控えている人が商品を選ぶ際に、敬遠されることもなくなるはず。消費者部会は消費者のちょっとした悩みも取り上げてそれに応えていく会にしてほしいと考えます。



消費者部会の取組みに対して



代表取締役社長 中野 吉晴

消費者部会の皆様には、いつも消費者の目線で多くのご意見や提言また取組みに対するご評価をいただき深く感謝しております。

多くの消費者団体の代表者の方々や消費者問題の有識者の方々との定期的かつ継続的な対話の実施は、当社独自の価値ある活動であり、今後も継続していきたいと思っております。

当社はグループをあげて消費者重視経営に取り組んでおります。

消費者部会の皆様からいただいた貴重なご意見やご提言には、お客様や消費者と接点を持つ部署だけでなく、役職員全員が真摯に対応していかなければなりません。

少子高齢化や昨今の放射能問題等消費者の価値観もさらに多様化している中で、いかに消費者に向き合い企業活動を進めていくかが大きな課題であり、そのためにも消費者部会の皆様には、今後とも是非忌憚のないご意見、ご示唆をいただきたく、宜しくお願い申し上げます。

2. お客様満足向上ミーティング

お客様の声を活かした商品の改良・改善を目的として、雪印メグミルク（株）では「お客様満足向上ミーティング」を開催しています。お客様から寄せられたご意見・ご要望についてはこのミーティングを通じて商品開発・販売担当者などへ伝えられ、商品・サービスに反映しています。



お客様の声を反映した商品の紹介

2011年度に、お客様の声にお応えして商品の改善に至ったケースについてご紹介します。

改善事例 1

MEGMILK すっきりCa鉄

お客様の声

文字の背後の写真が影のように見えて、すっきりしていない。



このように改善しました

ミルクのイメージ写真をわかりやすくし、パッケージデザインもすっきりさせました。

改善事例 2

雪印 ケーキ用マーガリン

お客様の声

箱が（糊付けされてなく）すぐに開いてしまうので、いたずらが心配です。



このように改善しました

箱の折り重なる部分を糊付けし、店頭でいたずらなどで開封できないようにしました。

改善事例 3 雪印北海道バター

お客様の声

開封時に賞味期限表示の部分が、はがれてしまう。



このように改善しました

「あけくち」を、賞味期限の反対側の1ヶ所にする事で、パッケージを開けた際に賞味期限が、はがれないようにしました。

改善事例 4 ナチュラル恵 megumi

お客様の声

分けて食べる時に残量の目盛りを目安にしているが、商品によって付いている場所がまちまちなので統一してほしい。



このように改善しました

工場によって目盛りの位置に違いがありましたが、見やすいように内ぶたについている「あけくち」側に目盛りを付けることに統一しました。

改善事例 5 MEGMILK FARM LATTE Caffé Latte ミルクの甘さで砂糖ゼロ

お客様の声

無糖タイプのカフェラテと間違えるので、甘味があることを表示して欲しい。



このように改善しました

甘味があることがわかるように「砂糖ゼロ」から「ミルクの甘さで砂糖ゼロ」に変更し、商品特長も訴求できるようにしました。

消費者の「声を聞く」から、 消費者と「ともにつくる」へ

全国消費者団体連絡会 事務局長 阿南 久

「消費者部会」では、消費者参加のもとにさまざまな角度から事業と商品に対する忌憚のない意見が出されており、貴社の前向きな取組みに好感を覚えました。経営者にとっては耳の痛いことがたくさんあると思いますが、このような意見こそが最も重要です。何故ならば、消費者の指摘を検証し、事業と商品の改善計画を作り、推進することが、事業のさらなる活性化につながるからです。

今後、「消費者部会」が消費者と貴社が“ともに事業をつくる場”となっていくために、より発言しやすい環境づくりにいっそうの努力をお願いしたいと思います。また、トップクラスの役員だけでなく、製造現場などの職員との交流や意見交換もあっていいのではないのでしょうか。





「酪農生産への貢献」のために

酪農生産者の良きパートナーとして信頼関係を深め、酪農の健全な発展に寄与し、「生産者の想い」にお応えすることで酪農生産にさらに貢献していきます。

●「第63回日本酪農研究会」を開催 ―酪青研活動をサポート―

雪印メグミルクグループでは酪農関連部署〔酪農総合研究所・酪農部〕および関係するグループ会社〔雪印種苗(株)・ハケ岳乳業(株)〕が連携して、全国の酪農家が組織する実践研究団体「日本酪農青年研究連盟」(略称:酪青研)の活動を支援しています。酪青研では、優秀な酪農経営を実践されている酪農家の方々の成果発表の場、大会で発表された内容を各地で自分の経営に活かしていく研鑽の場として「日本酪農研究会」を開催しております。参加者は各々リーダーとなり地域酪農の中心として活躍しており、最優秀賞には黒澤西蔵^{※1}翁の名を冠した「黒澤賞」を贈り、栄誉を讃えています。

2011年11月、口蹄疫や東日本大震災の苦難を乗り越えておよそ2年ぶりに開催された標記の大会では、全国から会員酪農家や関係者390名が参加。日頃の実践活動の成果を披露する経営発表はもとより、次の時代を担う若き酪農後継者に

よる意見・事例発表や、災害に対する危機管理をテーマとしたシンポジウムが行なわれました。酪農業界においては、上記の災害のみならず輸入飼料の高騰や猛暑による乳牛の体調悪化にTPP参加議論が追い打ちをかける形で重苦しいムードに包まれています。全国の会員が元気に再会を喜び明日への活力を養う大変意義深い一日となりました。

日本酪農青年研究連盟(酪青研)とは

戦後間もない1948年に北海道の若き酪農家達から始まった酪農の実践研究団体で、現在では約2千人の酪農家を会員に擁し全国的に活動を展開しています。

雪印メグミルクグループは発足当時からその事務局を務め、継続的に活動を支援しています。

【研究目標】

単研活動^{※2}・研究活動を基本とし、時代と地域に融合した豊かな生活とゆとりある経営の確立

【実践事項】

- 情報化社会に適応できる経営者能力の涵養^{※3}
- 消費者ニーズに呼応し、国際化社会に対応できる乳・肉の生産
- 地域社会に密着した生活の充実と、相談し合える仲間作り
- 持続的酪農経営展開への取組み

web 詳細は下記よりご覧いただけます。酪青研HP
<http://www.rakuseiken.com/>

※1
黒澤西蔵
北海道製酪販売組合(後の雪印乳業)、北海道酪農義塾(現酪農学園大学)の創始者。提唱する「健土健民」思想により、現在の酪青研が発足しています。

※2
単研活動
単位研究会活動の略。地域に根付いた活動。

※3
涵養
水が自然にしみこむように、少しずつ養い育てること。

※4
堆厩肥
動植物質のものを原料として作った有機質肥料

私のチャレンジ!!

妊産婦さんとそのご家族に、ビーンスターク商品の良さを伝えていきたいです。

ビーンスターク・スノー(株) 開発部
渡辺 汐美



研究の成果が披露されました

私のチャレンジ!!

常にチャレンジを続け、製品品質とともに、自らの質も高めていきたいです。

雪印メグミルク(株) 厚木マーガリン工場製造課
大塚 友実



2011年度黒澤賞受賞者

長嶋 透さん(千葉県 香取市)のコメント

このたびの黒澤賞受賞は、稲を飼料化することで耕作放棄水田の解消、安定した自給飼料確保、また堆厩肥^{※4}の施用による資源循環活動を評価いただいたと受け止めています。私たち酪農家は、国民の栄養・健康・食文化に寄与する生乳を生産するだけでなく、食品副産物や未利用資源の飼料化・環境保全活動でも社会に貢献する産業として展開したいと考えます。



●「第3回酪農諮問委員会」を開催

雪印メグミルク(株)では、酪農生産者の声を経営に活かすための取組みの1つとして酪農諮問委員会を設置し、酪農生産者や有識者の方々からご意見・ご助言をいただいています。2011年10月4日には第3回委員会が開催され、2010年7月に農林水産省から公表された「酪農および肉用牛生産の近代化を図るための基本方針(略称:酪肉近)に明記されている消費拡大に係る課題」および「東日本大震災後の課題」についてご意見をいただきました。



酪農生産者の声を経営に活かします

→ 委員一覧はp53

●酪総研シンポジウムを開催

酪農総合研究所(略称:酪総研)では広報活動の一環としてシンポジウムを開催しています。2011年度はテーマとして「牛乳・乳製品の機能性・おいしさを科学する」を掲げ、「ミルクの神秘」に関する最新の研究成果や話題を民間や大学の研究者からご報告いただくとともに、消費者サイドからは牛乳・乳製品に対する要望をあげていただきました。また、全国各地から参加された200名の酪農家を交えて質疑と意見交換を行ない、わが国の基幹食品として牛乳・乳製品の付加価値向上による需要拡大の重要性を認識する場とすることができました。

web 詳細は下記によりご覧いただけます。
<http://www.rakusouken.net/>



ミルクの神秘について意見交換しました

●「自給飼料の改善で足腰の強い酪農を育てる」——実証圃場^{ほじょう}※1 調査——

雪印メグミルクグループでは酪農関連部署[酪農総合研究所・酪農部]および関係するグループ会社(雪印種苗(株))が連携して、酪農生産現場における自給飼料の生産拡大と利活用に関する調査に基づく飼料自給率向上に向けた支援を行っています。

牧草や飼料作物にはさまざまな品種がありますが、栽培する地域や肥培管理^{ひばい}※2によって生産量や品質は大きく異なり、ひいては生乳生産の安定性や生産コストに影響を与えることから、先進的で意欲のある酪農家とともに調査を行ない、地域に定着が望まれる技術の選択と普及を目指してまいります。

web 詳細は下記によりご覧いただけます。
<http://rakusouken.net/topic/016.html>



より良い牧草作りに励んでいます

※1
実証圃場
自給飼料の生産拡大と有効利用に向けた取組みを実際に現地で実施・検証する牧草畑。

※2
肥培管理
作物を栽培する田畑を、耕し、水をやり、肥料をやり、草を刈るなどの管理。

私のチャレンジ!!

2年目らしく、落ち着いて元気に仕事に取り組めます。

雪印メグミルク(株) 関西チーズ工場 橋崎 ひかり(左)、仲田 涼弥(中央)、小田 有輝(右)



●北海道包括連携協定

2007年10月、雪印乳業(株)、雪印種苗(株)、(株)雪印パーラーは、北海道と包括連携協定を締結し、酪農振興への貢献および乳製品製造で培った技術を活かし、「食」を中心とするさまざまな分野で創業の地、北海道の経済活性化へ寄与してきました。また、2009年10月の経営統合を機に、雪印メグミルクグループが引き継ぎ、北海道との連携をより強化させています。

雪印メグミルクグループ

- 雪印メグミルク(株)
- 雪印種苗(株)
- (株)雪印パーラー 他



具体的な取り組み内容

- 「酪農」の振興に関する事項
- 「食」の安全・安心、産消協働^{※1}に関する事項
- 子育てや健康づくりに関する事項
- 北海道の魅力ある「観光」の振興に関する事項
- その他、二者間で必要と認められる事項

※1

産消協働

地域の「消費者」と「生産者」が連携し、地元の資源や生産物を地元で消費・活用することにより、域内循環(人、もの、お金の流れ)を高めて地域経済の活性化を図ろうという運動です。

※2

北海道遺産構想推進協議会

北海道の豊かな自然や歴史・文化・産業・生活といったさまざまな価値を持ったものを財産と考え、北海道民全体の運動として進めることを目的に有識者等で組織された会です。

●『留萌管内での人材育成事業』(北海道包括連携協定)

留萌振興局管内の高等学校教職員および生徒の方々に雪印メグミルク(株)から講師を派遣し、出張授業および講演、実習を行ないました。講義や実験等を通じて、第一線の研究者・技術者の世界に触れる機会を提供することで活力ある持続可能な地域づくりをともに行なっています。



好評いただいた出張授業

私のチャレンジ!!

この笑顔を見たくて、毎日お客様と一緒に頑張ってます。

ビーンスターク・スノー(株) 与風 純



●酪農や乳業の発展の歴史を学ぶ ―酪農と乳の歴史館―

札幌市東区苗穂町にある「酪農と乳の歴史館(旧雪印乳業史料館)」は、1977年の開館以来360万人以上の方々にご来館をいただいている日本で最初の乳業の歴史館です。

館内では、酪農や乳業の歴史に関するさまざまな史料や創業当時から使用していた乳製品の製造機械、バター・チーズ工場の製造工程が動いて見える模型などが展示されており、案内スタッフの説明で、酪農や乳業の発展をわかりやすく理解することができます。また合わせて隣接する札幌工場も見学いただけます。

また当館は、北海道遺産構想推進協議会^{※2}により「北海道遺産」や経済産業省の「近代化産業遺産」にも選定されています。

➡ 見学可能な工場・歴史館一覧 p53



酪農の歴史をわかりやすく伝えています

私のチャレンジ!!

新ラインの立ち上げを絶対成功させるぞ!!

雪印メグミルク(株) 京都工場 製造一課 天本 伸吾(左)、松本 祐世(右)



●「第8回雪印メグミルク(株)地域懇談会」を開催

7月19日、北海道内の雪印メグミルク(株)の工場が所在する町の首長が一堂に会し「雪印メグミルク(株)地域懇談会」が札幌市厚別区にある雪印種苗(株)本社にて開催されました。地域懇談会は、雪印グループの2度の事件後、雪印乳業(株)とそれぞれの自治体との連携強化ならびに両者の健全な発展に資するため、情報の共有を図り、相互理解を深めるための意見交換の場として設置されたのが始まりです。

各首長(幌延町、興部町、標茶町、別海町、中

標津町、大樹町)から震災に備えた自家発電の必要性、乳牛の糞尿処理問題、また牧草の放射能汚染問題や原発事故における正確な情報提供の必要性等、活発な意見交換が行なわれました。



伏見悦夫大樹町長(座長)よりご挨拶

懇談会で挨拶する中野社長

●北海道ナチュラルチーズ製造レベルアップ研修の実施

雪印メグミルクグループでは北海道と協働して、ナチュラルチーズに関する研修を毎年実施しています。2011年度は、ナチュラルチーズ製造における品質・衛生管理意識の向上ならびに基礎知識の底上げ、専門的技術を有する製造者の養成、技術・知識の共有化などを目的に、「基礎講習」、「製造実習」、「地域交流研修」を開催しました。

「基礎研修」では、「衛生管理とチーズの製造方法」に関する研修を北海道庁で実施し、「製造実習」では専門的な品質管理・製造技術を習得する目的でカマンベールの試作をチーズ研究所で行ないました。また、「チーズの風味と品質評価」に関する知識の習得と、チーズ工場の「横の繋がり」の醸成を目的に、「地域交流研修」を実施しました。東日本大震災の影響で延期されていた十勝地域(帯広市;2011年11月)の他、根釧地域(中

標津町;2012年2月)でも同研修を開催し、各地域におけるナチュラルチーズの先駆的な工房経営者との意見・情報交換を通して、参加者の製造技術・知識のレベルアップを図ることができました。また、販売物量を増やす商品アイデアなども各工房から紹介されており、この取組みは北海道や参加者から高い評価をいただきました。

今後も北海道の酪農基盤の強化と酪農・乳業の発展に貢献すべく、これらの取組みを継続していきます。



おいしいチーズ作りに貢献していきます

●最新版「牛乳・乳製品消費拡大」を発行 —酪総研選書No.92—

酪農総合研究所(略称:酪総研)は調査研究成果に基づき、各国の消費拡大の取組みをまとめた書籍を2011年度に発刊しました。

本書の内容は3章から構成され、牛乳・乳製品の消費実態から牛乳飲用効果の科学的解析、さらには消費拡大事業が成功している諸外国の事例を紹介しています。

酪農乳業関係の皆様には、今後の牛乳・乳製品消費拡大の一助としてご活用いただき、力強い酪農基盤の確立にお役立ていただければ幸いです。

第1章:わが国の牛乳・乳製品消費の実態と

その解析 ~各種調査統計資料から~

- 第1項:各種統計に見る牛乳・乳製品の消費
- 第2項:「ミルク」[牛乳・乳製品の消費動向調査]23年間の軌跡

第2章:牛乳飲用を支える科学的根拠

- 第1項:国民栄養調査と食事摂取基準から見た牛乳の価値
- 第2項:病気の予防の観点から見た牛乳・乳製品摂取

第3章:諸外国の消費拡大事業の事例から

- 第1項:米国の消費拡大事業
- 第2項:豪州の消費拡大事業
- 第3項:EUの消費拡大事業



酪総研選書の購入方法は下記によりご覧いただけます。
<http://rakusouken.net/>

私のチャレンジ!!

新棟稼働開始!
クセになる食感のさける
チーズをお届けします!

雪印メグミルク(株)
大樹工場製造二課 村井 寛子
(左)、清水 久美子(中)、木原
聡美(右)



私のチャレンジ!!

慌てず 急がず
安全運行 今日も笑顔
で行って来ます

直販配送(株) 上尾
(左から)荒尾 崇 沼野幸治
小林 真





乳(ミルク)を通じた社会貢献

乳(ミルク)からもたらされる力を「食の大切さと尊さ」につなげ、笑顔あふれる食生活を応援していきます。また乳(ミルク)を通じたコミュニケーションを大切にすることで、社会からの要請にも的確に応えていきます。

●健康で笑顔あふれる生活のために

雪印メグミルク(株)では、消費者重視経営の7つの取組みの1つとして、食育・普及活動「乳の食育 雪印メグミルク 食コミュニティ」を展開しています。

「食の大切さと尊さ」「牛乳・乳製品の価値」を子どもたちやお客様・消費者にお伝えし、「食」を通じて人々の健康で笑顔あふれる生活を応援します。

「乳の食育」を通じて伝えたいこと

食の大切さと尊さ

- 1 食べることは私たちにとって極めて大切であること。特に、バランスの良い食事を摂り、自分の身体を大切にするなど「5つの大切なこと」を育み実践していくことが大切であること。➔ p55
- 2 食べものは自然の恩恵を受けた尊い資源であること。全ての食べものは自然からの恩恵であり、他の生き物の尊い命をいただいて自分たちの生を繋いでいるということ。

牛乳・乳製品の価値

- 1 牛乳・乳製品は、日本人に不足している主な栄養素であるカルシウムを効果的に補う食品であること。
- 2 牛乳・乳製品は「豊かな栄養価」や「おいしさ」を持ち、消費者の方々の豊かな食生活や健康づくりに貢献することができる食べものであること。
- 3 牛乳・乳製品は、乳牛の“命の恵み”を原料として「牧場(酪農)」や「工場(製造工程、品質管理)」などの現場を経て消費者に届けられ、そこに関わる人々によって大切に作られた食べものであること。

●牛乳・乳製品の魅力を学ぶ ―各種セミナーの開催―

牛乳・乳製品には、おいしさや栄養、健康、文化・歴史など、さまざまな魅力があります。雪印メグミルク(株)では、「牛乳・乳製品セミナー」をはじめ、「チーズセミナー」や「骨・カルシウムセミナー」などさまざまなセミナーで、その魅力をお伝えしています。2011年度からは新たにヨーグルト料理講習にセミナーを組み合わせた「ヨーグルトフッキングの会」も開始しました。

2011年度は、全国で13,527名の方にご参

加いただきました。

web セミナーのお申し込みは
<http://www.meg-snow.com/csr/syokuiku/h-seminar.html>



まずはヨーグルトの試食から

私のチャレンジ!!

日本中にとびつきの美味しさと幸せを届けられるよう、製造技術者として、日々レベルアップに励んでいます!!

雪印メグミルク(株) 横浜チーズ工場 クリーム製造課 酒井 智恵子(左上)、石井 光太(右上)、北川 翔太(左下)、西野 友紀子(右下)



●牛乳の大切さを知ろう ―小中学校への出前授業―

全国のスタッフが、小中学校への食育出前授業を行なっています。毎日給食で出される牛乳は、本来は母牛が子牛に与える大切なものであることや、体が成長する時期に、カルシウムをしっかり摂ることが大切であることを、わかりやすくお伝えしています。2011年度は全国の小中学校189校、539クラス、21,044名の生徒・保護者等を対象に行ないました。



牛乳の大切さをお伝えします

➔ 実施校一覧 p54

●牛乳・乳製品のさまざまな利用方法をご提案 —料理講習会—

そのまま飲んだり食べたりする以外に、意外と知られていない牛乳・乳製品の食べ方。雪印メグミルク(株)の料理講習会では、日常のお料理の中に上手に手軽に牛乳・乳製品を取り込んでいただけるメニューを提案しています。ご参加いただいた方からも「こんな使い方があるとは知らなかった。」「意外な組み合わせでとてもおいしい。」といった声をいただいています。2011年度は、全国で7,377名の方にご参加いただきました。



親子で楽しく料理を体験できます

web 料理講習会のお申し込みは
<http://www.meg-snow.com/csr/syokuiku/cooking.html>

●お客様との対話を大切にします —お客様モニター制度—

「お客様モニター」制度は、応募者の中から選考させていただきました首都圏・近畿圏の消費者の方々から、雪印メグミルクグループの活動についてご意見をいただく場として実施しています。

「消費者基本法」を根幹に置き、雪印メグミルクグループの消費者重視経営にある「4つの姿勢」と「7つの取組み」の1つとしてお客様・消費者の声を傾聴し、企業活動に反映させることを目的に実施しています。



私たちの活動をお伝えしています



大切なご意見をいただいています

●特定の氨基酸の制限が必要なお子様のために —特殊ミルクの製造と供給—

生まれながらにして、アミノ酸などの代謝が十分にできないお子様がいらっしゃいます。雪印メグミルク(株)は、前身の雪印乳業(株)の時代を含めおよそ50年前から、こうしたお子様たちのために特殊ミルクの製造と供給に取り組んでいます。

日本では、生まれてから4~5日後に全ての赤ちゃんが血液検査(スクリーニング検査)を受けます。そこで代謝異常が発見された赤ちゃんには、特定の氨基酸を取り除くなど、それぞれの病態に応じた特殊ミルクが不可欠です。できる

だけ早く発見し、医師の指導に従って速やかに治療を開始することで、症状の発症を防ぐことができます。もちろん、このような特殊ミルクだけでは治療できません。母乳、あるいは育児用調製粉乳と組み合わせることで治療が可能になります。

雪印メグミルク(株)は、こうしたお子様たちの健やかな成長を願い、現在、医薬品の特殊ミルク2品と、特殊ミルク共同安全開発委員会のご指導のもと、厚生労働省の助成による登録特殊ミルク7品を製造し、安定供給に努めています。

私のチャレンジ!!

私たちは、茅野工場の“縁の下の力持ち”になるべく、力を合わせて、“笑顔”を絶やさないよう、心がけています。

ハケ岳乳業(株) 生産課



私のチャレンジ!!

雪印メグミルク(株)の1期生として、新たな可能性を創り出す一歩を踏み出していくんだッ!

雪印メグミルク(株) 業務製品事業部 九州業務製品営業グループ:塩月 正洋(中央)
 九州統括支店 販売促進二課:河間 友子(右)
 九州統括支店 販売促進一課:柿本 早紀(左)





地域・社会への貢献

乳(ミルク)を通じた社会貢献とともに、「良き企業市民」として地域の方々とコミュニケーションをとり、その期待に応えていくことのできる社会貢献活動を推進していきます。

●若手スキージャンパーの育成を応援しています

雪印メグミルク(株)は毎年1月に札幌市宮の森ジャンプ競技場で開催される「雪印メグミルク杯全日本ジャンプ大会」に協賛しています。この競技会は日本を代表する一流選手に加え、男女の中学生などが参加し「若手ジャンパーの登竜門」として重視されています。雪印メグミルク(株)は男女中学生を対象に「特別奨励賞」を贈呈し、若手ジャンパーの育成を応援してきました。

2011年からはさらに若手ジャンパーの活躍の場を増やすため、「雪印メグミルク杯ジュニアサマージャンプ大会」を新設しました。

8月3日に札幌市荒井山ジャンツェにて第1回

大会が開催されました。当日は東北地方から参加する選手も含めて、100人の小中学生のエントリーがあり、素晴らしいジャンプが続出しました。この中から、将来国際舞台で活躍する選手が出てくることを期待します。



表彰式で雪印メグミルクスキー部の齋藤監督から賞品を贈呈しました

小学1年生のジャンパーも参加しました

●子どもたちの元気な歓声と笑顔で、会場が包まれました

—「雪印メグミルク夏休みファミリーミュージカル」を開催—

8月にメルパルク大阪で夏休み恒例の「雪印メグミルク夏休みファミリーミュージカル」を開催しました。これは、夏休みの一日を親子で楽しく過ごしていただくとともに、子どもたちの心と身体の成長を願って開催しているイベントです。会場は、出演者と子どもたちが一体になって熱気と歓声で大いに盛り上がりました。また、CMでおなじみの「ガセリ菌太郎」が登場し、子どもたちから盛んに握手などを求められ大人気でした。



新作のミュージカル 宇宙船プラネット号とみどりの星の子どもたち

終演後の出演者とふれあう楽しいひと時

私のチャレンジ!!

ビーンスターク・スノーのファンが増えるよう、私たちが「すこやか」の良さを広めていきます!

ビーンスターク・スノー(株)
首都圏北営業所
栄養士チーム



私のチャレンジ!!

コスト削減も必要だけど、この一年で体重を5%削減したいな!

雪印メグミルク(株)
厚木マーガリン工場 工務係
上岡 秀和



●札幌市と「さっぽろまちづくりパートナー協定」を結びました

2012年3月に札幌市と雪印メグミルク(株)は「さっぽろまちづくりパートナー協定」に調印しました。協定を結ぶことにより、「企業自らがまちづくりに参加し、『市民が主役のまちづくり』に取り組む」という考え方に沿い、「子どもが健やかに育つまちづくり」に札幌市と協働していきます。



これからも「さっぽろまちづくり」に貢献していきます

●女子サッカーを応援しています

—「第24回サッカーマガジン雪印メグミルクカップ 全国レディース大会」に協賛—

雪印メグミルク(株)は「サッカーマガジン雪印メグミルクカップ全国レディース大会」に協賛し、女子サッカーの振興を応援しています。この大会は女子のサッカーとしては全国最大の規模で行なわれる大会で、なでしこジャパンの選手を数多く輩出するなど、日本女子サッカーのレベルアップに貢献してきました。

第24回大会は、2011年5月3～5日に長野県上田市の菅平高原で開催されました。東日本大震災で被災した宮城県、福島県、茨城県のチームを含む、73チーム、約1,400名の選手が参加し、元気あふれるプレーが多く見られました。結果は宮城県から参加した常盤木学園高

等学校が見事に3連覇を達成し、被災地に明るいニュースを届けました。参加者の中から、オリンピックやワールドカップで活躍する選手が出てくることを期待します。



試合では好プレーが見られました



優勝した常盤木学園高等学校に雪印メグミルクカップを贈呈しました

●こどもの国 牧場まつり

(株)雪印こどもの国牧場では毎年11月に2日間「牧場まつり」を開催しています。

牛乳・乳製品を中心に「食」に対する正しい知識の啓発を目的とした食育教室、バター作り教室や酪農への理解を深めるための疑似搾乳体験、削蹄ショーなど多くの親子参加型のイベントを行なっています。

また、当日は雪印メグミルク商品の試飲・試食を行ないお客様に楽しんでいただいています。

この「牧場まつり」は昨年で43回を数え、地域に根差したイベントとして定着し毎年多くのお客様にご来場いただいています。

これからも「牧場まつり」などの活動を通じ、子どもたちが明るく健康的に成長することに貢献していきます。



かわいい子牛も参加しています



手作りバターに驚きの皆様

私のチャレンジ!!

粉ミルク以外の食品にもチャレンジしています!

ビーンスターク・スノー(株) 開発部
左)小林俊二郎、中)熊谷一樹、右)福山高恵



私のチャレンジ!!

消費者へ安全・安心を届けられるよう、日々検査に励んでいます。

雪印メグミルク(株) 厚木マーガリン工場品質管理課 曾根 明日佳



●見て・学んで・楽しんで —工場見学の実施—

雪印メグミルク(株)の工場では、日頃口にしている牛乳・乳製品が、どのように作られているか実際にご覧いただけるよう、工場見学を行なっています。

製造に関することや品質管理・衛生管理について説明するとともに、牛乳・乳製品をご利用いただく上で役立つ情報も提供しています。

2011年度は、ご家族連れや小学校の社会科見学など、全国で54,709名の方にご来場いただきました。

➡工場見学のお申し込みについては p53



工場の生産現場を直に感じていただいています



働きがいのある会社の実現のために

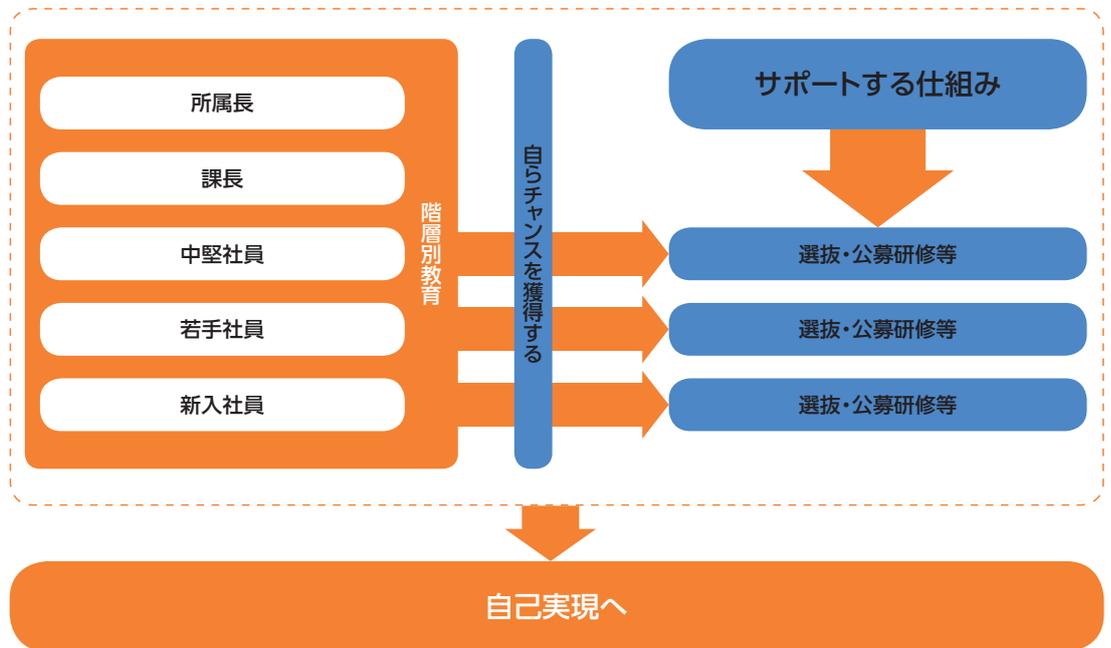
従業員一人ひとりが自らの成長を実感して働きがいを感じられることが
会社の発展につながっていると考え、その実現を目指してさまざまな施策を展開していきます。

●「人材育成=自己実現システム」の基本方針

雪印メグミルク(株)では、求める人材像として「常に挑戦者であること」を掲げています。社員の自律的な成長および目標への「挑戦」を促し、仕事を通じて自己実現を果たす機会を提供します。新入社員や昇級者などステージが変化した人材には「階層別教育」が行なわれ、その後は成果獲得

得に向けて成長・挑戦した人材に優先的に教育機会が与えられます。成長による自己実現のチャンスは一人ひとりがかつむのです。それにより、企業理念に掲げた「消費者重視経営の実践」「酪農生産への貢献」「乳(ミルク)にこだわる」この3つの使命を果たすことのできる社員を育成します。

教育体系



●主任・副主任研修

工場、ロジスティクスセンターの主任・副主任を対象に、職場・ラインの責任者としての知識習得や職場運営のための主任・副主任研修を行います。労務管理の基礎知識、メンタルケア、コミュニケーションを促す「傾聴」「質問」のロールプレイング、人を活かすマネジメント等を学び、職場のキーマンとしての育成を目指しています。



主任・副主任研修

私のチャレンジ!!

先輩達からの伝授は忘れずに、チームワーク力で日々精進!

雪印メグミルク(株)
ロジスティクス部
関東ロジスティクスセンター
電野 朋子(前列左)



●新入社員研修

新入社員研修

雪印メグミルク(株)では「チャレンジ」という人材育成方針に則り、新入社員研修をその土台づくりと位置付けています。プログラムでは、ビジネスマナーや会社の歴史、会社の仕組み、商品知識、品質管理等を学び、社会人として、また雪印メグミルク(株)の一員としての基礎力を養います。またメーカーとしてのものづくりの現場を知る機会として、1~2ヶ月の工場実習も取り入れています。



新入社員研修風景

新入社員酪農研修

私たちの「3つの使命」への理解を深めるために、主に入社1年目に「(株)雪印こどもの国牧場」や「(財)蔵王酪農センター」などで、酪農研修を行います。牛舎での作業を体験することで酪農生産者の仕事を理解し、「酪農生産への貢献」という意味を考えます。また、生乳の基礎的知識や流通経路について学び、自分の業務と関連付けていくことで、「乳(ミルク)にこだわる」「消費者重視経営の実践」といった私たちの使命が、自然に身につくことを目指しています。



蔵王酪農センターでの研修風景

●自己啓発通信教育

従業員の自己啓発意欲に基づいた受講を通して、知識・技能の修得や、創造性豊かな教養を身につけることを目的とした通信教育による育成支援を実施しています。

2011年度は1,100名を超える応募者があり、今年もさらに内容を充実させ継続実施します。



リーフレット

●女性活躍推進

全ての社員が働きがいを持って働くことのできる会社を目指し、さらに女性活躍の場を広げるために、さまざまな施策に取り組んでいます。女性活躍推進研修では、女性社員と男性上司と一緒に参加して率直に意見を交わしながら学ぶ場を作っています。また、女性マネージャー部会では、社外セミナーを受講したメンバーが内容を持ち帰って共有し、研鑽^{けんさん}を積んでいます。

また、2011年度は、新会社発足ということもあり、現場の課題を聞き取るために、各事業所に

足を運んで女性社員と主任・副主任以上の男性社員約1,000名に対してヒアリングを行ないました。本年度はその結果に基づいて社員アンケートを実施し、さらなる施策拡充に取り組みます。



女性活躍推進

私のチャレンジ!!

健康食品の開発をしつつ、自ら健康になるためにサイクリング屋久島2012に挑戦しました!

ビーンスターク・スノー(株) 開発部
左)川合 信行、右)山村 淳一





安全で安心していただける商品をお届けするために

迅速で正確な情報を発信していくことはもちろん、お客様・消費者の「声」を謙虚に聞き、消費者重視経営を実践していきます。また、独自の品質保証システムを構築し、安全で安心していただける商品をお届けしていきます。

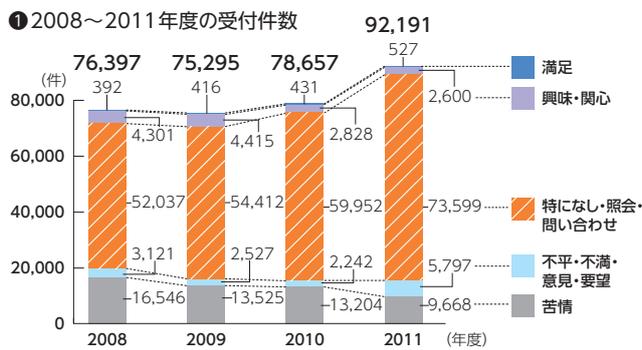
● お客様センターの受付件数

雪印メグミルクグループではお客様の声をお受けする「お客様センター」を開設し、お問い合わせに対して「正確・迅速・丁寧」に対応していく

ことを第一に考えています。

いただきました貴重なご意見は、社内で共有することでより良い商品の提供に役立っています。

① 2008～2011年度の受付件数

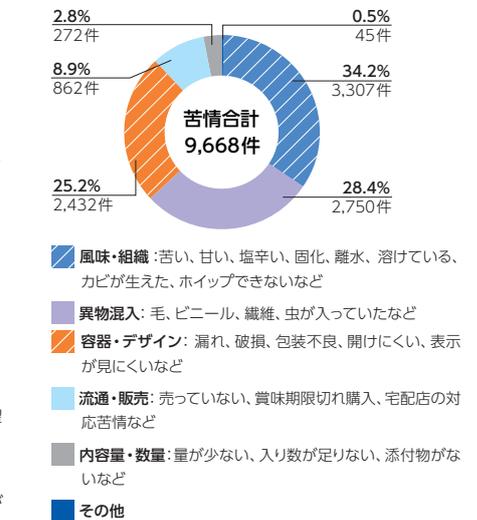


- 満足：満足している
- 興味・関心：宅配申し込み、サンプルや資料の請求など
- 特になし・照会・問い合わせ：一般的な問い合わせ（商品情報、取扱店、ギフト券交換など）
- 不平・不満・意見・要望：購入商品が賞味期限間近、価格が高い、その他商品に対する意見要望
- 苦情：商品・サービスなどに対するお客様の不満、訪問・検査などの対応が必要な商品苦情

2011年度の主な特長

- 東日本大震災により、品切れによる取扱店紹介、原料産地問い合わせなどの放射能関連入電が増加した。
- ヨーグルトの健康効果がテレビで特集され、取扱店紹介、乳酸菌に関する問い合わせが増加した。

② 2011年度の受付件数の中での「苦情」の内訳

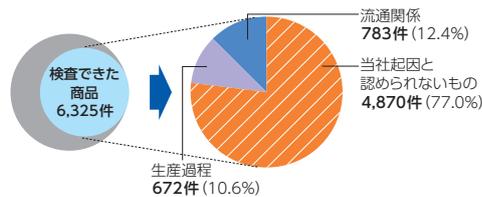


※1 HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)原料入荷から製造・出荷までの全ての工程において、あらかじめ危害を予測し、その危害を防止するための重要管理点を特定してそのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するシステム。



北海道HACCP自主衛生管理認証書

③ お客様苦情のうち、ご協力をいただいて検査ができた商品の起因別割合



2011年度の苦情件数9,668件のうち、ご協力を得られた6,325件について検査を実施しました。その検査結果から、起因の推定を行ない、商品の設計や工程の改善に役立っています。

● 「北海道HACCP※1」認証取得～興部工場「コンデンスミルクチューブ包装製品」にて認証取得～

興部工場の主力生産製品4品で北海道HACCP自主衛生管理の認証を取得しました。

北海道HACCP自主衛生管理認証制度とは、道産食品の安全性確保と信頼性向上を図るため、HACCPの手法を取り入れて北海道が独自に作成した「HACCPに基づく衛生管理導入の評価調書」を使用し、工場施設の状態や運営管理の方法を評価した上でランク付けされるものです。

要求事項に基づく仕組み作りに関係職場一丸となり取り組んだ結果、最高ランクである「総合段階8」での認証を取得しました。



受賞した興部工場のメンバー

私のチャレンジ!!

いかなる状況においても、相手を思いやる心を忘れません!

雪印メグミルク(株)
首都圏北支店 吉田 めぐみ



●「3つの目」による品質チェック —雪印メグミルク品質保証システム【MSQS】—

雪印メグミルク(株)は、お客様・消費者の方々へ安全で安心していただける商品を提供していくことはもちろん、お客様・消費者の声を謙虚に聞き、反映することにより消費者重視の経営を実践し、信頼していただける品質の実現を目指します。品質保証方針として、4つの項目を定めました。

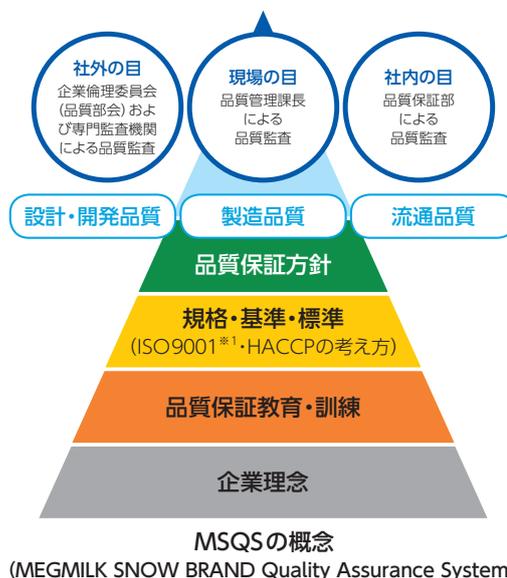
調達・生産・物流・販売までの過程で品質を管理・保証しています。また、品質保証システムが適正かつ有効に機能しているかを確認・検証するために、現場、社内、社外の3つの目でチェックを行い、品質保証システムを改善し、強化しています。

※1
ISO9001
組織内で品質保証に取り組むための体制づくりに関する国際規格。

品質保証方針

- 消費者を重視した品質保証体制のもと、法令・社内基準を遵守し、安全で安心していただける商品を提供します。
- 適切な情報を提供し、消費者の信頼にお応えします。
- 消費者の声を傾聴して、満足していただける品質を追求します。
- 危機管理体制を整備し、迅速、適切に対応します。

雪印メグミルク品質保証システム(MSQS)のもと、お届けする商品の設計・開発から原材料の



●商品の安全と品質を保証するために —「検査士認証制度」による検査レベルの維持向上—

分析センターでは、原材料の安全性確認や商品の賞味期限設定試験および商品に表示する栄養成分等の確認試験を行なっています。2002年には国際的な認証制度であるISO/IEC 17025を国内の食品会社の試験所としてはじめて取得しました。この認証制度の考え方に基づいて、工場における「製品出荷検査」の信頼性を保証するための「検査士認証制度」を導入しています。

い、一定の知識・技量が認められた従業員を「検査士」として認証する制度です。

これらの活動を通して、工場品質管理課全体の検査レベルの維持向上を図り、今後も安全で安心していただける商品をお客様にお届けしてまいります。



高いレベルの検査技術をもとめています

「検査士認証制度」とは、分析センターで特別な訓練を受けた検査技術指導員が工場品質管理課に対して教育・研修および技能試験を行な

●現場に密着した品質保証体制 —「地域品質保証センターの活動」—

全国6場所(北海道・東北・関東・中部・関西・九州)に本社直轄の組織である地域品質保証センターを配置し、社内関連部署と連携のもと、地域に密着した品質保証活動を推進しています。

と対応、輸送・保管における品質管理指導、生産工場への品質管理指導、新商品に関わる品質の確認、地域行政との窓口等の活動を行なっています。

主に、地域コミュニケーションセンターと連携したお客様対応および品質苦情に関する要因分析

これらの活動を通じて、地域における品質保証の取組みを推進しています。

私のチャレンジ!!

職場の安全づくりに貢献していきたいです。

雪印メグミルク(株) 海老名工場 製造二課 山中 春花





乳(ミルク)にこだわる取組み

「乳(ミルク)にこだわる」メーカーとして、長年にわたり積み重ねた技術によりさまざまなミルクの価値を提供しています。これからもさらに技術を極めることで秘められた未知なる力を引き出していきます。

●ミルクの秘めた力でうるおいに満ちた毎日に。

セラミドは、コラーゲン・ヒアルロン酸に並ぶ、注目の美容成分です。セラミドは、毎日の生活にうるおいを与え、しっとり感をサポートしています。

うるおいにとって大切なセラミドは、年齢とともに減少し、40代になると20代の約半分の量になってしまいます。セラミド量を保つために、体の中から補うことをお勧めしています。

これまでセラミドといえば、植物由来のものがほとんどでした。雪印メグミルク(株)は、独自の技術を駆使して、この微量成分をミルクから取り出すことに成功しました。

「うるおいの恵み」は、毎日のうるおいの素ミルクセラミドを配合し、毎日無理なく続けられるよう、さわやかなグレープフルーツ味のグミタイプに仕立

てた美容のためのサプリメントです。

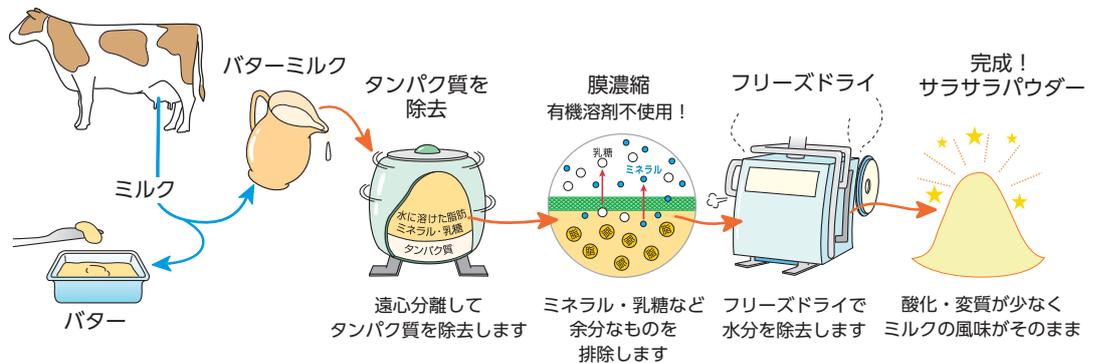
雪印メグミルク(株)は、毎日のうるおいのある生活を応援しています。

web うるおいの恵みの詳しい内容につきましては
<http://www.meg-snow.com/milkceramide/>



うるおいのある生活を応援するサプリメント「うるおいの恵み」

ミルクセラミドMC-5ができるまで



私のチャレンジ!!

何事にも常に
プラス思考で取り組み、
いつも笑顔あふれる
“ステキ女子”になる!

雪印メグミルク(株) 大樹工場
製造一課フレッシュ職場 松田
千明(右)、高室 由以(左)



事業開発部 開発推進グループ 野口 隆宏

「うるおいの恵み」は、ミルクサイエンス研究所が開発した当社独自の乳由来の機能性素材「ミルクセラミドMC-5」を主成分とした新しいグミタイプ的美容サプリメントです。

この商品と素材の良さを伝えるため、美容に興味を持つ主婦やOLの方々を対象としたイベントに参加しました。機能性素材のプレゼンテーション会場を移してお肌の水分測定等を実施し、有意義な情報交流の場となりました。私たちもご来場いただいた方に直接、素材や商品への思いをお伝えすることで、より刺激を受けると

ともにお客様の喜びにお応えしたいと感じております。
これからもお客様に“ミルクの秘めた力”をお届けしてまいります。



●北海道大学遺伝子病制御研究所に、雪印メグミルク(株) 寄附講座を開設

日本は超高齢化社会を迎え、医療費の抑制は喫緊の課題といわれており、その対応策として、適度な運動や健全な食生活等を含む「予防医学」が提唱されています。雪印メグミルク(株)ではこのような背景に鑑み、北海道大学遺伝子病制御研究所に寄附講座「プロバイオティクス^{*1}・免疫ロジー^{*2}研究部門」を開設いたしました。本講座では、プロバイオティクス菌に着目し、食品が有する疾病予防機能の評価や、作用機序の解明を目指した研究を行

なっています。併せて、予防医学を含めた医療への応用技術の創出や、医と食の境界領域などに挑む研究者の育成にも寄与したいと考えております。

本講座には当社からも研究員を複数名派遣し、鋭意、研究を進めています。今後も、乳を含む食品が持つ未だ知られていない健康機能を明らかにすることで、皆様の食生活に貢献していきます。

※1
プロバイオティクス
摂取することにより、有益な効果をもたらす生きた微生物のこと。

※2
免疫ロジー
免疫学。高等動物における生物学的自己性を確立・保全する生体反応に関する学問領域。

●乳由来機能性素材の健康効果に関する国際会議での発表

雪印メグミルク(株)では、雪印メグミルクグループ企業理念「私たちの使命」の1つである「乳(ミルク)にこだわる」に基づき、乳由来の機能性素材の研究開発に取り組んでいます。この中で、乳に微量に含まれるタンパク質を濃縮した「MBP[®]」が食物アレルギー性の腸疾患に由来する骨密度の低下を抑制する可能性や、

乳中の脂肪を覆う膜に含まれる脂質を濃縮した「ミルクセラミドMC-5」が皮膚に及ぼす影響を確認しました。これらの研究成果を、酪農乳業界では最大級の国際会議である「国際酪農連盟^{*3}ワールドデイリーサミット^{*4}2011」にて発表しました。(開催場所:イタリア・パルマ)

※3
国際酪農連盟
IDF(International Dairy Federation)。酪農乳業における科学技術、経済問題に関する国際機関で、酪農乳業に関する諸問題に世界的規模で取り組んでいます。日本は1956年に加盟しました。

※4
ワールドデイリーサミット
酪農乳業界で関心が高いテーマを取り上げた特別講演会、シンポジウム、ワークショップなどで構成される国際会議。毎年、最先端の研究成果・技術・情報が報告されています。今回の会議には77カ国から約1,400名の酪農乳業関係者・研究者が参加しました。2013年には横浜市での開催が予定されています。

●ミルクは栄養機能成分の宝庫です —機能性素材事業—

雪印メグミルク(株)は、栄養機能成分の宝庫である乳(ミルク)を原料に、独自の技術で製造した栄養機能性素材の販売事業を展開しています。

「MBP[®]」は、牛乳や母乳に微量に含まれる乳タンパク質です。清涼飲料に仕立てた「毎日骨ケアMBP[®]」は「骨密度を高める働きのある」との表示が許可された特定保健用食品です。

「ミルクセラミドMC-5」には肌の保水性を向上する働きが確認され、美肌素材として多くの健康食品メーカーから注目されています。また、「ホエイペプチドHW-3」には筋肉を増強する可能性があることが示唆されており、スポーツ栄養食に採用されています。さらに「鉄・ラクトフェリン」は貧血改善効果、月経痛の緩和作用や抗ストレス作用が確認されている素材です。

事業を担当している海外事業部と、ミルクサイエンス研究所が協力し、「食品開発展2011」で

ブースを出展、国内外のユーザーに広く素材の宣伝を行ないました。

すでに、各素材とも国内外で各種サプリメントやヨーグルトなどさまざまな商品に幅広くご利用いただいています。



ミルクからできる素材をアピールしていきます

私のチャレンジ!!

寒さに負けず、暑さにも負けず、まだまだ今年もフレッシュな空気を職場に送り続けられたらなあと思います。

雪印メグミルク(株) 厚木マーガリン工場 総務課 福井 祐彦



● 日本食糧新聞社「食品ヒット大賞」「新技術・食品開発賞」を受賞

日本食糧新聞社が制定する第30回食品ヒット大賞・ロングセラー賞を「雪印 コーヒー」が、第25回新技術・食品開発賞を「MEGMILK 重ねドルチェ」がそれぞれ受賞しました。「雪印 コーヒー」は50年にわたり幅広い世代に愛され続けたこと、「MEGMILK 重ねドルチェ」は独自の「おいしさ重ね製法」の技術が評価されたもの

で、「新技術・食品開発賞」は2009年の「ガセリ菌SP株」を使った商品に続いて5度目の受賞です。

これからも長くご愛顧いただける商品をお届けしてまいります。



ロングセラー賞



第25回新技術・食品開発賞

● 乳由来機能性素材「ホエイペプチドHW-3」のタンパク質合成促進機能について発表

一般的に、分岐鎖アミノ酸(BCAA)には生体内でのタンパク質合成を促進する機能があることが知られています。これまでの研究で、雪印メグミルク(株)保有の乳由来機能性素材である「ホエイペプチドHW-3」は、他のBCAA素材と同等もしくはそれ以上のタンパク質合成促進機能を有するこ

とを明らかにしました。今回さらに、「ホエイペプチドHW-3」の筋肉タンパク質の合成促進機能を動物実験により調査したところ、同様の組成のアミノ酸混合物に比べて、よりタンパク質合成を促進させることを確認しました。この研究成果を、第65回日本栄養・食糧学会大会において発表しました。

● 雪印メグミルク(株) 保有の乳酸菌の健康効果に関する研究成果の発表

雪印メグミルク(株)ではこれまでに、プロバイオティクス乳酸菌である*Lactobacillus gasseri* SBT2055(ガセリ菌SP株)を用いて調製した発酵乳の摂取により、ヒトの内臓脂肪の蓄積が抑制されることを明らかにしています。この効果の発現には、乳酸菌の代謝物、菌体自体、その両方が関与する可能性が考えられていました。そこ

で、さらに動物実験を行ない、ガセリ菌SP株の菌体自体が同効果の発現に関与していることを新たに明らかにしました。この研究成果を、日本乳酸菌学会2011年度大会で発表しました。

私のチャレンジ!!

去年は先輩の愛に抱かれて成長できました。今年はなんでも聞いてくれ!(予定)

雪印メグミルク(株) 川越工場 福岡 大介(左)、四方 佑斉(右)



さまざまな健康に寄与する取組み

雪印メグミルクグループは、乳(ミルク)以外にもさまざまな健康に寄与する取組みを行なっています。

●非常時にも強い 口腔ケア用ジェル「リフレケア®H」による被災地での医療貢献 ビーンスターク・スノー(株)

阪神淡路大震災では死亡者の8割が直接死で、残り2割は2カ月以内の「震災関連死」に分類され、その中で最も多かったのが肺炎でした。原因としてインフルエンザの蔓延、避難所での困難な生活環境に加え、極端な水不足による口腔清掃不備による誤嚥性肺炎の可能性が指摘されていました。

この教訓を基に、東日本大震災時、ビーンスターク・スノー(株)ではいち早く東北営業所を通じ被災地へ口腔ケア用ジェル「リフレケア®H」を提供し、東北大学他多くの医療機関の理解と協力により、避難所において高齢の方々に対し広く口腔ケアを実施することができました。多くの施設から感謝の言葉をいただくと同時に、「リフレケア®H」は水を必要としない口腔ケア用ジェルとして非常時にも大いに有用であることの証明に繋がり、その後のこの地域における広範な使用拡大に直結することとなりました。



医療法人社団ときわ会からの感謝状



提供した「リフレケア®H」を使った災害セット

●妊婦向け栄養満点・超簡単レシピ本「妊婦食堂」の発刊 ビーンスターク・スノー(株)

最近の女性のスリム志向による食生活や栄養バランスの乱れは、妊娠期の栄養不足につながり、低出生体重児の増加の一因といわれています。このような背景から、慶應義塾大学産婦人科末岡先生が中心となり「妊娠食育研究会」を発足し、妊婦の栄養改善を共同で検討しました。そこで「簡単・少ない食材で・優れた栄養バランス」の料理レシピ本「妊婦食堂」を発刊しました。本書にはビーンスターク・スノー(株)の妊産婦・授乳婦用粉乳「ビーンスタークマム マタニティ」を利用したレシピが多数掲載されています。栄養豊富でかつ一食500kcal程度のレシピが掲載されていますので、妊婦以外の方にもお薦めです。



妊婦の皆様にも好評です

私のチャレンジ!!

先輩たちを上回る
製造マンになるぞ!!

雪印メグミルク(株) 興部工場
製造課 川野 寛史(左)、総務
課 山中 亮介(右)





環境マネジメントの推進

雪印メグミルク(株)は、事業活動に伴う環境への影響だけではなく、事業活動が社会に与える影響を考慮しながら、環境と経営が調和した環境保全活動への取組みを積極的に行なっています。

●環境方針

雪印メグミルク(株)は、「法令の遵守」「環境への配慮」「環境意識の向上」「環境情報の開示」の4項目を環境保全活動の基盤として、環境負荷低減の取組みや環境意識の向上を推進し、社会的責任を果たしてまいります。

雪印メグミルク環境方針

私たちは、「雪印メグミルク行動基準」に則り、環境マネジメントシステムを構築し、環境負荷低減を図ります。そして、自然の恵みから生まれるミルクを中心とした事業活動と地球環境の共生に努めます。

1. 法令の遵守

環境法令・条例等を遵守し、法改正等に迅速に対応します。

2. 環境への配慮

省エネルギーと廃棄物の適正管理を実施し、継続的に改善します。

3. 環境意識の向上

一人ひとりが環境保全に対する自覚を持つとともに、環境教育を積極的に推進します。

4. 環境情報の開示

環境情報を積極的に開示し、透明性のある環境保全活動に努めます。

●環境マネジメント体制

雪印メグミルク(株)の環境マネジメントは、環境保全活動の最高責任者である社長をトップに、環境担当役員が環境統括責任者として環境マネジメントシステム(EMS^{※1})の総合管理をし

ています。また、各部門には環境管理責任者を置くことで、全員参加型の環境マネジメントに取り組み、ISO14001^{※2}に準拠したEMSを推進しています。

※1
EMS
Environmental Management System の略。

※2
ISO14001
組織内で環境保全に取り組むための体制作りに関する国際規格。

私のチャレンジ!!

積極的に地域行事に参加し、地元根付いた工場を目指します。

雪印メグミルク(株) 磯分内工場
前列左より 進藤 頌平、本間 正文、神山 健太、金林 智文
後列左より 藤澤 朋樹、川村 卓也、国安 勉、大塚 直樹



環境マネジメント体制図



全社環境会議

●ISO14001認証の統合

雪印メグミルク(株)は、雪印乳業(株)と日本ミルクコミュニティ(株)の合併に伴い、2011年から新しい環境マネジメントシステムを運用し、8月の内部環境監査、10月の外部環境審査を経て11月13日、旧2社でそれぞれ取得していた環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001認証を統合しました。



認証書授与式(12月7日)の様子
雪印メグミルク(株) 代表取締役社長 中野 吉晴(写真左) / BSIグループジャパン(株) 代表取締役社長 竹尾直章氏(写真右)

●環境監査

環境監査には、社内で行なう内部環境監査と審査機関による外部環境審査があり、法令の遵守状況や環境マネジメントシステムの運用状況等を総合的にチェックします。

今回のISO14001認証の統合にあたっては、旧2社のシステムを統合し新しく制定した「雪印メグミルク環境マネジメントシステム」の運用状況を中心に審査が行なわれました。その結果、適切に運用されていることが確認されISO14001認証を得ることができました。

【認証取得概要】

取得認証規格

ISO14001(2004年版)

認証取得日

2011年11月13日

認証範囲

牛乳、乳製品および食品の企画開発、生産ならびに農産加工品の仕入れ販売

対象範囲

本社 / 販売本部 / 支店 / 工場 / 研究所 / グループ2社

認証番号

EMS 99990

審査機関

BSIグループジャパン株式会社

認定機関

JAB(財団法人日本適合性認定協会)

ANAB(米国規格協会—米国品質協会による認定機関)



内部監査 別海工場



外部審査 野田工場

私のチャレンジ!!

笑顔が職場の原動力!
チームの絆が良い製品を
生み出すと信じて頑張ります!

雪印メグミルク(株) 海老名工場
製造一課調乳係
浅山 知大(左)、東 智宏(中央)、
中山 美由紀(右)



地球温暖化防止と循環型社会構築への取り組み

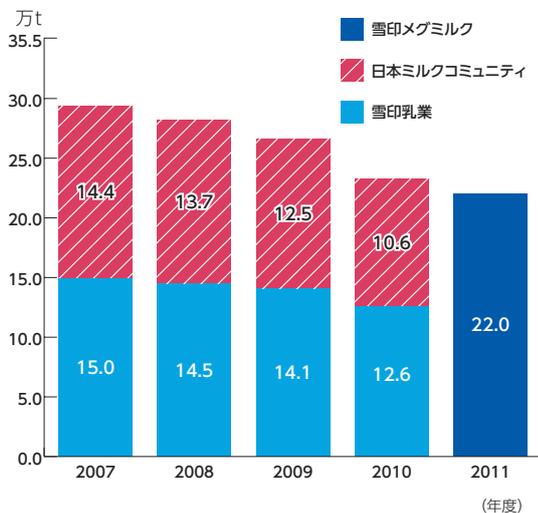
雪印メグミルク（株）は、環境保全をCSRの基盤となる取組みとして捉え、地球温暖化の原因であるCO₂排出量の削減や循環型社会構築に向けた廃棄物の発生抑制やリサイクルの取組みを推進しています。

● CO₂排出量とエネルギー使用量の推移^{※1}

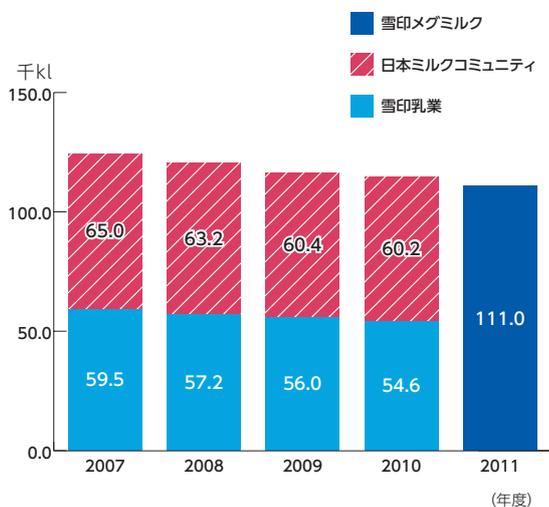
雪印メグミルク（株）では、生産工場の集約や高効率設備の導入など、地球温暖化防止に向けた省エネルギーの取組みを推進し、工場でのCO₂排出量を、前年度に対し5.2%削減することがで

きました。また、エネルギー使用量についても前年度より3.3%減少しました。今後もCO₂排出量削減のさらなる推進を行なっていきます。

CO₂排出量



エネルギー使用量 (原油換算)



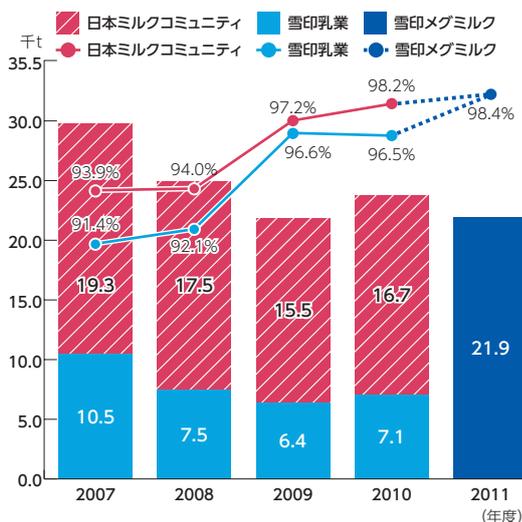
※1
CO₂排出量について旧日本ミルクコミュニティ(株)と旧雪印乳業(株)のCO₂排出係数を修正し統一したため、昨年までのデータに若干変更があります。

● 廃棄物・食品廃棄物の発生量とリサイクル率の推移

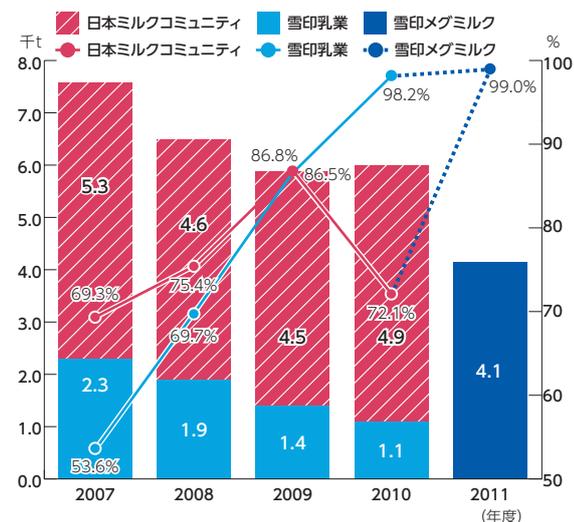
雪印メグミルク(株)の工場から排出される廃棄物は、2011年度も東日本大震災の影響による処理が続きましたが、汚泥削減等の取組みによって2009年度と同等に抑えることができました。ま

た、リサイクル率については、98.4%となりゼロエミッション(リサイクル率98.0%以上)を達成しています。食品廃棄物につきましては、昨年度より排出量は低減し、リサイクル率は向上しています。

廃棄物排出量と廃棄物リサイクル率



食品廃棄物排出量とリサイクル率



私のチャレンジ!!

皆さんにチーズの美味しさを知ってもらうため、吹田市西山田地区公民館でチーズを使った料理の講習会を開催しました。

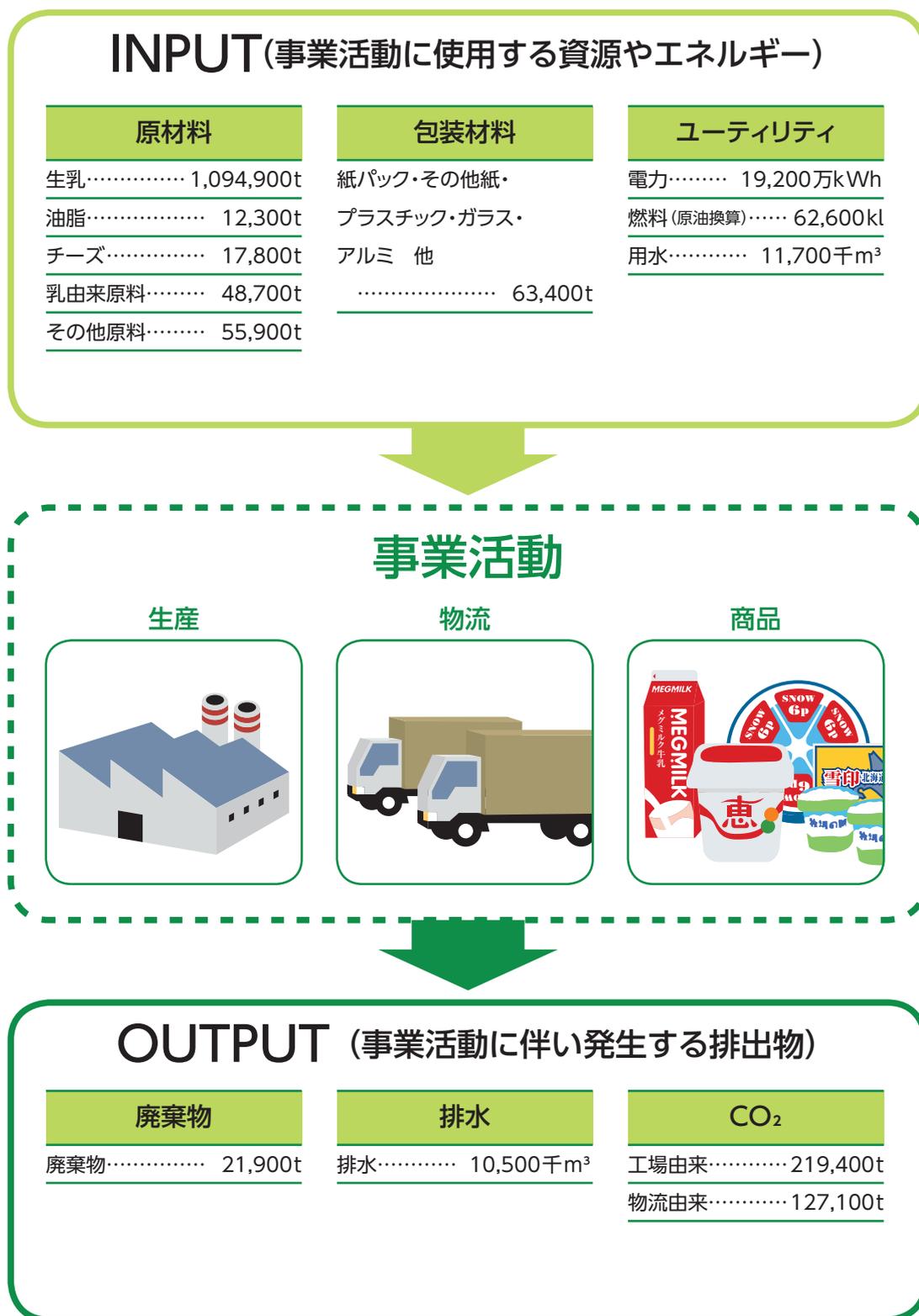
チエスコ(株)
関西ロジスティクスセンター
灘井 清二



事業活動と環境影響 （マテリアルフロー）

雪印メグミルク（株）では、事業活動に伴う環境負荷状況を把握し、エネルギーや水、原材料、包装材料などの資源を効率的に利用する取組みを推進しています。

● マテリアルフロー



私のチャレンジ!!

製品を安定供給するため、チーム力を結集した「ものづくり集団」を目指します。

雪印メグミルク（株）豊橋工場 製造一課 梅崎 裕美（左）、吉田 幸治（中央）、井上 貴裕（右）





雪印メグミルクグループの 環境保全活動

雪印メグミルクグループは、環境保全をCSRの基盤となる取組みとして捉え、CO₂排出量の削減などさまざまな取組みを推進しています。

● CO₂削減の取組み (工場)

京都工場池上製造所の取組み

京都工場池上製造所のある京都府南丹市八木町は都市ガス配管が整備されていない地域であり、そのため重油焚きボイラーをガス焚きボイラーに変更することができませんでした。そこで製造所の敷地内に新たにLNG(液化天然ガス)を貯蔵・気化しボイラー燃料として供給するサテライト設備^{*1}を設置することにより、重油焚きのボイラーをガス焚きボイラーに更新することができました。これにより年間でCO₂排出量を1,424t削減することができます。池上製造所のガス化により21工場のうち14工場燃料転換が完了しました。



LNGを貯蔵・供給するサテライト設備

大樹工場での取組み

大樹工場ではナチュラルチーズを作る際に生じるホエイ(乳清)^{*2}を乾燥させてホエイ粉を製造しています。乾燥工程で蒸気を使用しますが、その蒸気は水(35℃程度)となり排出されます。この水はそのまま使用しても高温の水(75℃程度)を加熱することができません。ヒートポンプ^{*3}を使用することにより35℃の水の熱量を使用して、75℃の水を80℃まで加温することができるようになりました。これにより燃料の使用量が削減され、年間で598.2tのCO₂排出量を削減することができました。



エネルギー効率の良いヒートポンプ

● 物流部門における廃棄物削減の取組み

工場で製造された商品を営業倉庫へ輸送する過程において、またお得意先様へお届けする過程で、冷凍・冷蔵機の故障等により輸送温度・保管温度を逸脱してしまったり、外部からの衝撃により段ボールが凹んだり潰れたりする流通事故が少なからず発生しています。事故品扱いとなった商品は販売することができなくなりますので、廃棄物として処分されることとなります。このような流通事故を減少させることにより、廃棄物の削減が図れます。

物流部門では、定期的に倉庫業者様・輸送業者様と合同の品質会議を開催しています。事故事例を関係者で共有し、なぜ発生したのか原因

を追及し、今後起こさないようにするための改善策を話し合うことで、流通事故件数を減少させています。

今後も、関係各社と連携し、流通品質管理に対する取組みを継続・強化することで、廃棄物の削減を推進していきます。



流通会議(野外研修会)

^{*1}
サテライト設備
本来ガス会社が行なうガス精製作業を自社敷地内で行なえる設備。

^{*2}
ホエイ(乳清)
ナチュラルチーズの副産物として発生する液体成分。

^{*3}
ヒートポンプ
ヒートポンプとは、熱をくみ上げる装置のことです。この事例では、低い温度の液体から熱を取り出し、高い温度の液体へ熱を移動させています。

私のチャレンジ!!

「母乳にいいものDHA」
売るわよお～!
静岡栄養士チーム
ビーンスターク・スノー(株)
中部支店
前列左側より 滝、長池、和久田、飯田、船坂、
後列左側より 小澤、海野、望月、高柳、渡邊



●省エネの取組み(本社ビル・工場、営業所)

雪印メグミルク(株)本社ビル 節電の取組み

本社ビルでは、2011年4月からエレベーターの一部稼働停止等に取り組み、さらに7月からは照明の20%削減、エアコン設定温度(冷房28℃)の厳守、オフィス内の電気機器類の効率的な利用等による節電対策を実施しました。

また、節電効果を高めるため、ビルの窓には日射熱を遮断するフィルムを貼り、室温の上昇を抑制しました。

電気事業法に基づく電気使用制限期間(7月から9月まで)終了後も照明の間引きやこまめな消灯を実施するとともに、冬期のエアコンの設定温度も20℃とするなど、引き続き節電に取り組んでいます。

これらの取組みにより、前年度と比べ23.2%(2011年4月~2012年1月実績)の電力使用量を削減することができました。

なかしべつ工場での取組み

なかしべつ工場では、冷却設備の送液ポンプのモーターを高効率なPMモーターに変更しました。PMモーターとは、回転子(ローター)に永久磁石を使用したモーターのことをいい、通常のモーターと比較して効率が5~10%向上します。本体も小型化し、通常のモーターの45%程度の重量となります。今回はモーター変更に加え回転数制御機能を追加することにより、50%程度の省エネが実現しました。



高効率な送液ポンプ(PMモーター)を装備

●エコプロダクツ2011への参加

2011年12月15日~17日の3日間、752の企業・団体が参加する「エコプロダクツ2011」(主催:社団法人産業環境管理、日本経済新聞社)が東京ビッグサイト(東京都江東区)で開催され、昨年度に引き続き18万人を超える来場がありました。

エコプロダクツは、最先端の環境製品や技術・サービスなどといった新しいビジネスや、環境活動を紹介し、「持続可能な社会の実現」に向けた情報発信の場を創出している日本最大級の環境展示会です。

雪印メグミルク(株)は全国牛乳容器環境協議会(容環協)^{*1}のメンバーとして参加しました。ご

来場の皆様には、全国の乳業メーカーによるご当地牛乳パックで作成した「クリスマスツリー」や、紙パックを使った「手すきはがきづくり体験」で楽しんでいただき、また、牛乳パックのリサイクルの大切さと再生紙製品の利用促進について啓発活動を行ないました。



紙パックリサイクルについてお伝えしています

※1
全国牛乳容器環境協議会
(容環協)

全国の乳業メーカー、飲料紙容器メーカー、団体会員、賛助会員など約180会員からなる、紙容器に関するリサイクル活動、環境保全に取り組んでいる団体です。

私のチャレンジ!!

栄養士としてお母様に有益な情報を発信することで、信頼感高い会社と位置付けていただけるよう頑張ります。

ビーンスターク・スノー(株)
東日本統括支店
茨木 欣子



花壇の概要

- ・設置場所
赤れんが庁舎前庭(東門導入口付近)
- ・設置期間
2011年5月21日(土)～
2011年8月28日(日)
- ・花壇規模
縦3m横8m
- ・植栽花
マリーゴールド(黄・橙色)、ブルーサルビア(青色)、ペゴニア(赤・桃一白色)、シロタエギク(白色)、コリウス(黄色)の5種類、計950株

●北海道赤れんが庁舎前庭「花壇」を設置 雪印種苗(株)

北海道包括連携協定に基づき、雪印メグミルクグループでは観光分野において「花いっぱい促進事業」の取組みを実践することで、花を「北海道ブランド」として定着させ、花観光の推進に努めています。

この事業の一環として、北海道との協働により赤れんが庁舎前庭に「花壇」を設置しました。赤れんが庁舎は、年間約40万人の観光客が訪れる北海道を代表する観光スポットであり、「花壇」の

設置により北海道の花をPRするとともに訪れた観光客の皆様楽しんでいただきました。



北海道赤れんが庁舎前庭

●「北海道での花の栽培について、研究開発担当者が情報を発信」 雪印種苗(株)

雪印種苗園芸センター(札幌市厚別区 運営会社:(株)グリーンプランナー)のホームページに「花暦(はなごよみ)」のコーナーを設け、一般の方が北海道で花を栽培するコツを紹介しています。記事は毎月の連載で花卉研究チームの担当者が執筆し、参考書などでは知ることのできない北海道ならではの花の楽しみ方を、さまざまな角度から季節に合わせて説明して、好評をいただいています。

web

雪印種苗園芸センターホームページ
<http://snowseed-garden.jp/>



雪印種苗園芸センターホームページ

●「IPM ESSEN 2012にて、シクラメンを展示」 雪印種苗(株)

エッセン(ドイツ)で毎年開催されるIPM ESSENは、今年で30回目の開催となる歴史ある国際園芸見本市です。2012年は1月24日～27日にかけて44カ国から1,517団体が出展、のべ約60,000人が来場しました。

雪印種苗(株)は前年に続きジャパン・パビリオンの一員として参加し、日本から運んだシクラメンの自社品種を展示しました。「見たことのない新しい花色で驚いた」「日本の製品は品質が良い」など、多くの来場者から好評をいただきました。

私のチャレンジ!!

どんな仕事も、笑顔で楽しくやり遂げたい!

雪印メグミルク(株)
厚木マーガリン工場製造課
藤原 崇



IPM ESSEN 2012 シクラメン

● 負荷変動にマッチングしたエアコンプレッサー設備の構築

ビーンスターク・スノー(株)

群馬工場では2011年度の省エネルギー対策として、老朽化したエアコンプレッサー設備の更新を実施しました。群馬工場は負荷変動が大きいいため、以下の3項目をテーマに使用電力の最適化を図りました。

- ①従来の大型エアコンプレッサー(190kw) 2台に替え、小型エアコンプレッサー(75kw) 5台を導入し、台数制御を最適化することで、年間3,000時間におよぶ無負荷運転による損失(約15万kwh)を削減する。
- ②高効率の水循環方式のエアコンプレッサーを採用し、エネルギー効率を高める。
- ③新規5台中の2台をインバーター機とし、負荷調整の最適化を図る。

結果として、年間30万kwh(約20%)の使用電力を削減しました。



台数制御が可能な小型エアコンプレッサー設備

● 蛍光管型LED照明の導入による節電の取組み

(株) エスアイシステム

(株) エスアイシステムでは、照明(事務所・廊下等)の一部消灯や、空調設定温度の管理およびクールビズの前倒しなど、節電対策に取り組みました。さらには、電力消費量の少ない蛍光管型LED照明を東京電力管内の新設センターを含む4センターに1,286本導入しました。結果として東京電力管内の本社およびセンターで、8~12月の電力使用量を前年度より約25%削減しました。



消費電力の少ない蛍光管型LED照明

私のチャレンジ!!

本年度より新しい物流部としてチームワークで頑張ります。

ハケ岳乳業(株) 物流部物流課
坂田 雅哉



コーポレート・ガバナンス

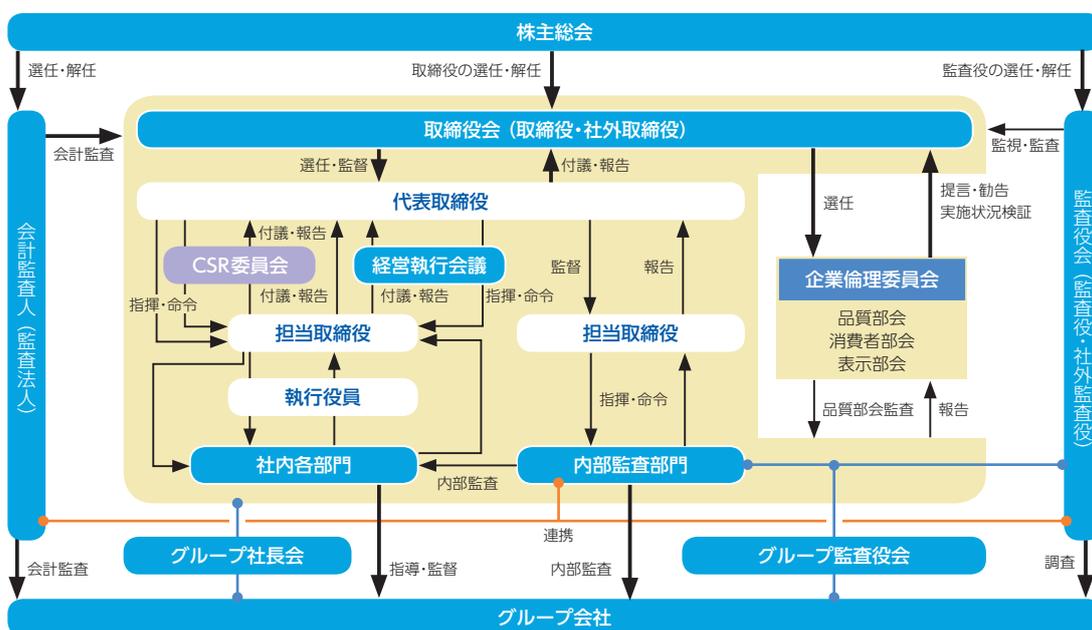
● 基本的な考え方

経営における透明性の確保と社外からの監視機能の強化、市場の変化に即応できる経営体制の確立を柱に企業価値を向上させていくことをコーポレート・ガバナンス^{※1}の基本方針としています。

外部有識者を構成メンバーに加えた企業倫理委員会の設置、社外取締役の選任等により、経営に対する監視・監督機能の強化を図っています。

※1 コーポレート・ガバナンス(企業統治) 企業が健全な企業活動を行なうための体制

コーポレート・ガバナンス体制図



● 「社外の眼」～企業倫理委員会～

企業倫理委員会は、社外の有識者・労働組合代表および社内委員によって構成されています。この委員会は取締役会の諮問機関として、原則毎月1回の定例委員会を開催しています。そこでは、経営全般に対する「社外の眼」による提言や検証がなされ、それらは経営に活かされています。なお、企業倫理委員会には、品質部会、消費者部会、表示部会の3つの専門部会があります。

➡ 企業倫理委員会 委員一覧 p55



社外の目で意見をいただいています

品質部会

工場の品質管理、衛生管理の徹底およびレベルアップを目的として、その道のエキスパートである専門委員が実際に工場を視察し、監査を実施するとともに、現場担当者との意見交換などを行なっています。工場は、監査での指摘事項や推奨事項、意見交換で出た課題に対して改善策を取りまとめ、企業倫理委員会への報告を行なっています。

➡ 品質部会 委員一覧 p55



工場の隅まで確認する委員



多くの目で工場を監査します

消費者部会

消費者団体の代表者、消費者関連の有識者の方々との対話を通じて、社会や消費者が雪印メグミルクグループに求めていることや、企業姿勢や取り組んでいる諸活動などについてご意見やご評価をいただき、経営施策へ反映しています。

➡ 消費者部会 委員一覧 p55



消費者部会 (関東)



消費者部会 (関西)

表示部会

表示部会では、雪印メグミルク(株)の商品パッケージ、ホームページの商品紹介、宅配チラシ等の表示が消費者にとって適切な表示になっているか社外の有識者による専門家の視点および消費者目線で検討を行ない、より消費者のためになる改善提案を行なっています。

➡ 表示部会 委員一覧 p55



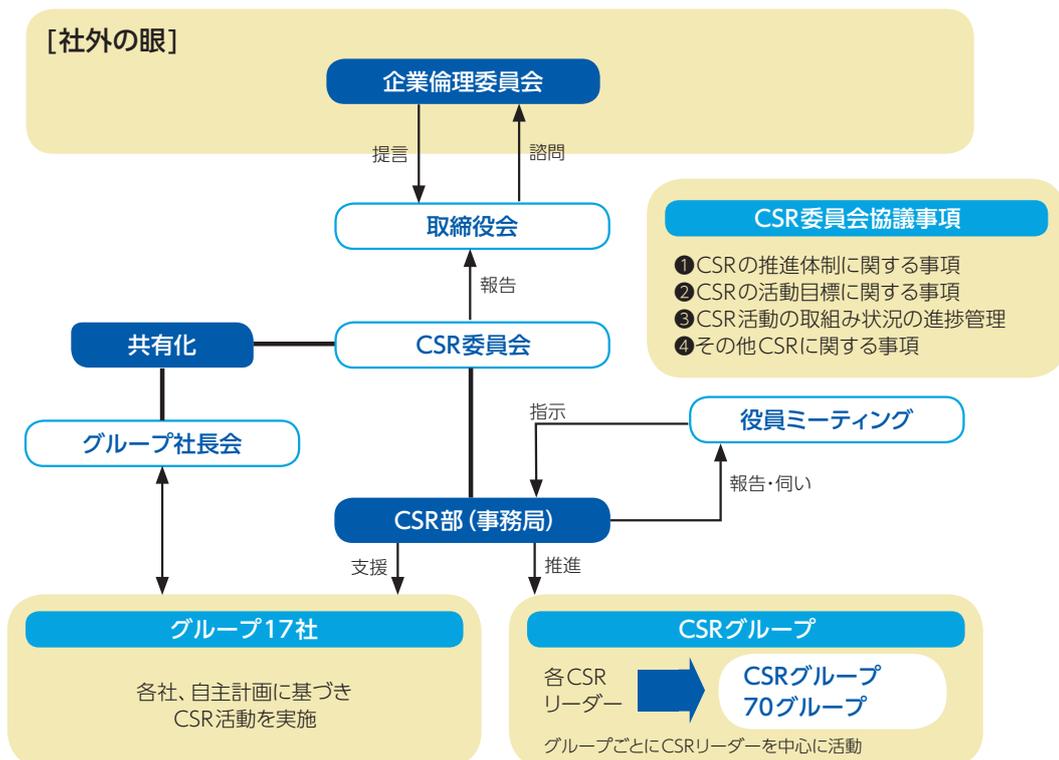
より良い表示に向けた意見をいただいています

● CSR委員会

雪印メグミルクグループではCSRを推進していく経営レベルのガバナンスとして、「CSR委員会」を設置しています。委員会は社長が委員長を務め、全常勤取締役ならびにCSR部

長を委員とし、年2回定例委員会を開催しています。委員会ではグループが取り組んでいるCSR活動の年度総括、ならびに次年度の活動目標・活動方針の設定を行なっています。

CSR推進体制図



コンプライアンス

●雪印メグミルクグループ行動規範、雪印メグミルク行動基準

雪印メグミルクグループ行動規範は、雪印メグミルク行動基準と雪印メグミルクグループの各社が持つ自主行動基準をまとめるものとして決めました。雪印メグミルク

グループの全役員・従業員は行動規範と自主行動基準に則した行動を全ての企業活動の基本としています。



常に活動の基本としていきます

雪印メグミルクグループ行動規範

私たち、雪印メグミルクグループは、社会に対して果たしていくべき自らの責任を自覚し、社会とともに成長していくことができるように、以下の通り行動いたします。

- ◆ 私たちを取りまく全ての人たちの気持ちを大切に、誰からも信頼されるように行動します。
- ◆ 品質管理を徹底し、安全で良質な商品・サービスを提供します。
- ◆ コンプライアンスを徹底し、公正で透明性のある企業活動を行ないます。
- ◆ 会社の財産および情報の保全・管理を徹底するとともに第三者の権利を尊重します。
- ◆ 企業活動を通じて、社会貢献と環境保全に取り組みます。
- ◆ 自由と革新にあふれた企業風土を構築し、安全で働きがいのある職場環境をつくります。

●食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日の活動～雪印の事件を風化させない～

「食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日の活動～雪印の事件を風化させない～」は、雪印乳業グループが起こした2つの事件（「雪印乳業食中毒事件」「雪印食品牛肉偽装事件」）の本質的問題を常に認識して教訓とし、風化させないということと、食に携わるものとして果たさなければならない責任を強く認識し、果たしていくことを誓うため、毎年、2つの事件が発生した6月と1月に実施しています。具体的には社外有識者の講演、品質基礎チェックテストの実施、食中毒事件当時の報道番組を編集したビデオの視聴など、2度と同様の事件を起こさないためのグループ討議などの活動を行なっています。

➡ 2つの事件について p56



社長から事件に対する熱い思いを社員へ伝えます



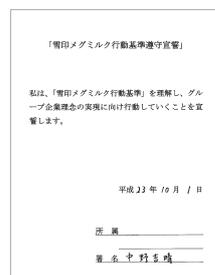
林先生による講演(2011年6月)



久保利弁護士による講演(2012年1月)

●宣誓書の提出

雪印メグミルク行動基準の遵守を徹底していくために、毎年10月に全役員・従業員を対象に「宣誓書」に署名をしています。宣誓書は社長に提出し(社長はCSR担当役員に提出)、その想いを伝えていくことで、「雪印メグミルクグループ企業理念」の実現に向け行動していきます。



社長も想いをこめて、宣誓しています

リスクマネジメント

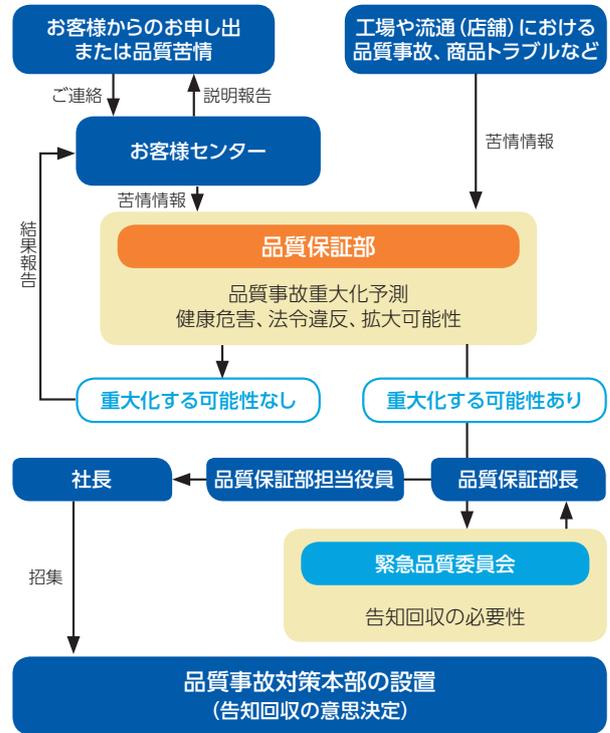
● 品質事故の対応

雪印メグミルク(株)は、商品の事故に責任を持って対応するために、危機管理体制を構築しています。日々のお客様からのお申し出はお客様センターに一元化されます。

重大化が予測されるお申し出や工場・店舗からの情報は品質保証部に集約されます。その情報の中に健康危害、法令違反、事故拡大など重大化する可能性があるとは判断された場合には、緊急品質委員会を開催します。

緊急品質委員会では、お客様の健康危害を最小限にとどめることを第一の目的とし、告知回収の必要性を検討します。その後、社長を委員長とする品質事故対策本部で告知回収の最終決定をします。

危機管理体制 (品質事故対応)



● 内部通報制度

雪印メグミルクグループでは、グループ各社共用の社内通報相談窓口「雪印メグホットライン」と社外通報相談窓口「社外(弁護士)ホットライン」を併設しています。

2つのホットラインとも、公益通報および公益通報以外の法令違反、社内規定違反や社会から非難を受ける恐れのある重大な行為が発生した場合だけでなく、業務上のちょっとした疑問・相談・提案なども制限を設けず受け付けています。

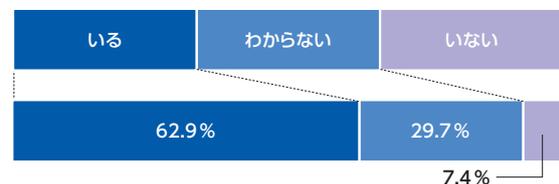
また、雪印メグミルクグループ各社では全ての通報者のプライバシー保護を徹底し、機会あるごとに「ホットライン」の活用を社内に呼びかけています。

内部通報件数

内容	2009		2010 上期		2010 下期		2011 上期		2011 下期	
	社外	社内	社外	社内	社外	社内	社外	社内	社外	社内
人間関係について	2	10	0	8	0	2	0	5	0	3
品質について	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
風土改革について	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0
コンプライアンスについて	2	6	1	4	0	4	1	6	0	2
その他	2	6	1	5	1	11	0	11	1	7
合計	6	25	3	18	1	17	1	22	1	12

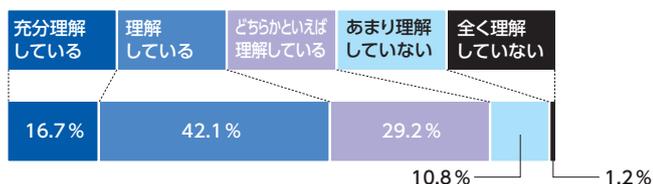
社外:社外(弁護士)ホットライン[社外通報相談窓口]
社内:雪印メグホットライン[グループ社内通報相談窓口]

あなたは、職場で何か問題が生じた時、
(ホットラインに相談する前に)問題解決の為に相談できる人はいますか?



CSR社員アンケート (2011年度)

あなたは、ホットラインのしくみを理解していますか?



雪印メグミルクグループの 中期経営計画について

● 中期経営計画の概要

「雪印メグミルクグループ中期経営計画（2009年度～2013年度）」は2009年10月の日本ミルクコミュニティ(株)と雪印乳業(株)との経営統合によりスタートし、双方が持つ経営資源を一体化して**1 シナジー**を創出し、**2 イノベーション**に挑戦することで企業価値の向上を目指す取組みです。

2011年4月の合併により、中期経営計画の基本コンセプトである「事業基盤の強化」「経営資源の活用拡大」「新規事業領域への展開」の3つのStepの取組みを加速させ、さらなる企業価値向上を目指し、カテゴリNo.1戦略の推進、戦略設備投資の実施、研究開発の強化、乳価値最大化に向けたプロダクトミックスの最大化など、掲げた施策を着実に実行してきました。

● 中期経営計画 期間の変更

その後、昨年の東日本大震災や乳製品の需給逼迫など経営環境が激しく変化したことから、中期経営計画の基本コンセプトや骨子は維持しつつ、個別の諸施策の再点検と必要な組替えを実施し、2012年5月に計画の最終目標連結営業利益200億円の達成年度を2013年度から2014年度に変更しました。

中期経営計画の4つのポイント

取組みにおける重要ポイント

- ① 乳(ミルク)に徹底してこだわり、極める
- ② 統合シナジー効果の早期創出
- ③ 研究開発力の徹底強化
- ④ イノベーションへの挑戦

- 1 シナジー:経営戦略で、各部門の相乗作用を活かした効果として、 $1+1=2+\alpha$ の α を生み出すこと。
- 2 イノベーション:新しい技術や考え方を取り入れて、新しい価値を生み出し、社会的な変化を起こすこと。革新。

中期経営計画の基本コンセプト

Step1

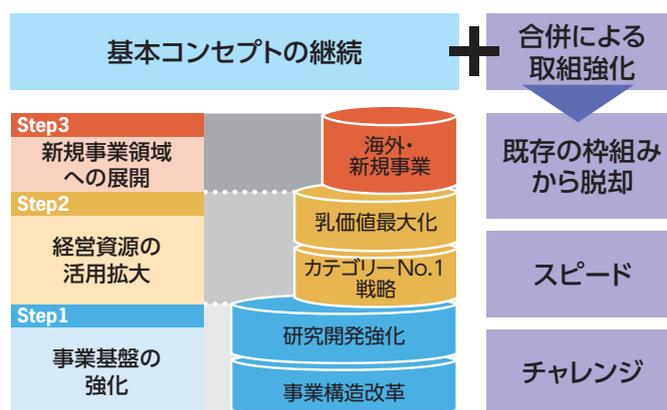
- 「事業構造改革」「研究開発強化」による事業基盤の強化

Step2

- 経営資源の活用拡大による
「カテゴリNo.1戦略推進」「乳価値の最大化」

Step3

- 新規事業領域への展開としての「海外展開」
- 「グループ事業の戦略的拡大」



● 中期経営計画の基本コンセプト 3つのStepの主な進捗

Step 1 事業基盤の強化

戦略設備投資の実行

戦略的設備投資は、東日本大震災の影響を受け、一部実施時期や内容の見直しなどを行ないましたが、着々と進めています。

大樹工場では、さけるチーズ生産能力アップのための新棟建設に着手し、2012年度上期の稼働を予定しています。

海老名工場では、プレーンヨーグルトの生産能力を段階的に増強しており、市乳棟・冷蔵倉庫の更新の第1期投資に続いて、

新棟建設の第2期投資を行ない、関東地区におけるチルド飲料生産ラインを集約し、当社市乳事業で最大規模の基幹工場として「新海老名工場」が2013年度下期に立ち上がる予定です。

プロセスチーズとマーガリン類の乳製品統合工場（茨城県稲敷郡阿見町）は、東日本大震災を踏まえて再検討をした結果、着工を1年延期し、2014年度下期の稼働を予定しています。

既存の枠組みを超えた取組みによる事業基盤の強化

既存の枠組みを越えて、他社との協力体制を構築すべく、よつ葉乳業グループとの共同取組について、また協同乳業グループとの業務提携についてそれぞれ基本合意を締結しました。

よつ葉乳業グループとの共同取組

よつ葉乳業グループと雪印メグミルクグループは、酪農振興のためというビジョンを共有して生産・物流・資材調達の3部門を中心に共同取組を推進していきます。なお、営業面はそれぞれが独立した会社として市場での公正な競争を展開してまいります。

協同乳業グループとの業務提携

協同乳業グループと雪印メグミルクグループは、ともにコスト競争力のある強い乳業会社を目指すため、生産・物流・資材調達などについて業務提携を検討していきます。

Step 2 経営資源の活用拡大

カテゴリーNo.1 戦略の推進

カテゴリーNo.1戦略は、主に成長戦略の重点カテゴリーである「乳飲料」「ヨーグルト」「デザート」「ナチュラルチーズ」を対象とし、商品開発を中心に、設備投資やブランド戦略などと複合的に取り組む戦略です。カテゴリーNo.1戦略を推進するため、これまでNB^{*1}商品の開発と商品ブランドの強化に取り組まれました。

2011年度についても、概ねシェアは拡大しており、取組み成果は得られています。

カテゴリーNo.1戦略の推進を通じてすでにシェアNo.1のカテゴリーはさらに強固なものとし、それ以外のカテゴリーはNo.1を狙える位置を目指していきます。



^{*1}NB: ナショナルブランドの略

Step 3 新規事業領域への展開

インドネシアでのプロセスチーズ事業の展開

新規事業領域への展開の一環として、雪印メグミルク(株)は、インドネシアにおいて物流・販売の強固な事業基盤を有するロダマス社および原料調達・海外市場に強みを有する伊藤忠商事(株)と、インドネシアに合弁会社を設立します。今後、当社が持つ

技術を活かしたプロセスチーズの製造・販売を行なう予定です。

雪印メグミルクグループは、新たな展開として東南アジアで最大の人口を持ち急速な経済成長を続けるインドネシア市場に進出し、海外事業展開を加速していきます。

東日本大震災後の取組み

1 商品を安定してお届けするための取組み

雪印メグミルクグループは東日本大震災の後、広域に及ぶ激甚災害が発生した場合を想定し、そのような中でもお客様へ商品・サービスをお届けするために、これまでの取組みを一層強化しました。

- (1) 被災状況をさらに迅速かつ詳細に把握するために、現行の通信手段に加えて新たな通信手段を導入し、複数化しました。
- (2) 事業を継続するために必要な重要業務を担当する事業所が被災した場合は、重要業務の早期再開に向けて、被災していない事業所での代替対応手順を明確化しました。
- (3) 商品の製造に必要な原材料は、被災時の安定供給に向けて、供給拠点の複数化や代替品の調達等に向けた体制を構築しました。
- (4) 商品の輸送については、交通インフラおよび取引先の被災状況の把握に向けた連絡体制を構築するとともに、配送要員・車輛・燃料の確保に向けた体制を構築しました。

2 食品の放射性物質に係る対応について

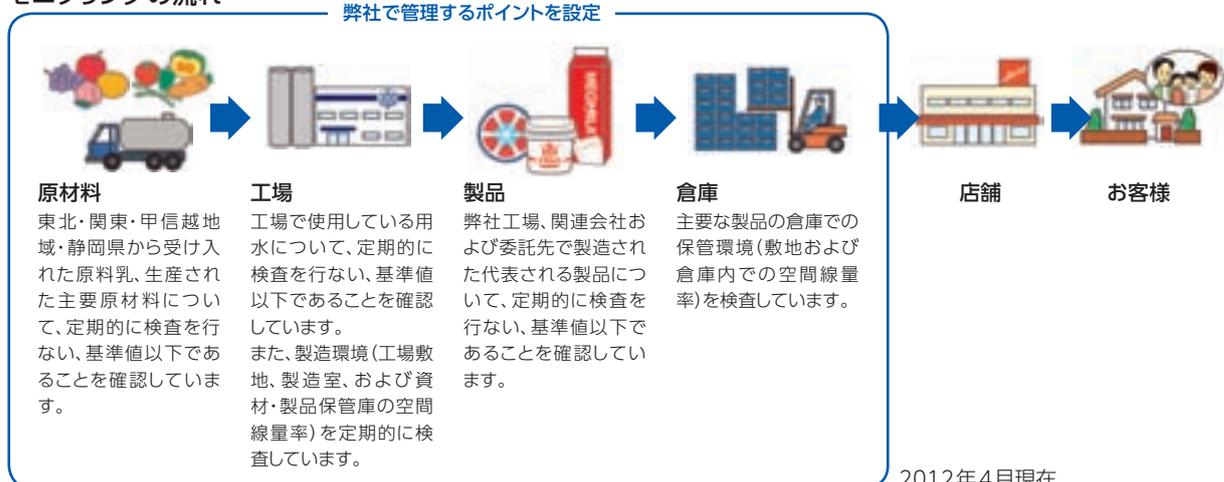
2012年4月に設定された食品の放射性物質の基準値は、安全性を十分に見込み、より一層、食品の安全と消費者の安心を確保するという観点で設定されたものであると理解しています。

雪印メグミルク(株)は、お客様に安全で安心していただける製品をお届けするために、放射性物質に関して原材料、生産、製品および倉庫での保管に到る一連の過程で重要な管理すべきポイントを定め、定期的に検査・モニタリングして、国が定める基準値以下であることを確認しています。

具体的には、以下の取組みを行なっています。

酪農生産者の方々は乳牛の飼料を厳格に管理しており、また、酪農関係者や行政が協力して、原料乳の放射性物質について定期的な検査を実施しています。雪印メグミルク(株)では、この検査結果を確認するとともに、以下のモニタリングを実施しています。

モニタリングの流れ



国際規格 ISO26000 と 雪印メグミルクグループ活動との対比

2010年11月に発行されましたCSRに関する国際規格であるISO26000「社会的責任に関する手引」に掲げられている7つの中核主題ごとに「活動報告書2012」に掲載している取組内容を整理し、「ISO26000との対比表」を作成しましたのでご参照ください。

7つの中核主題	当社取組み内容	
1 組織統治	雪印メグミルクグループ企業理念	p3
	コーポレート・ガバナンス体制の構築	p39
	企業倫理委員会の開催	p39
	ホットライン(社内・社外)を設置	p42
	従業員CSRアンケートによるリスク管理	p10
2. 人権 3. 労働慣行	女性活躍推進制度についての研修	p24
	人材育成の研修	p23、p24
	育児休職の利用者実績	p55
	子育て支援休暇の利用者実績	p55
	看護休暇の利用者実績	p55
4. 環境	短時間勤務制度の利用者実績	p55
	環境方針の策定	p31
	環境マネジメント体制の確立	p31
	ISO14001認証	p32
	環境監査の実施	p32
	廃棄物・食品廃棄物の発生量削減、エネルギー使用量の削減	p33
5. 公正な事業慣行	温暖化ガス排出削減	p33、p35
	雪印メグミルク行動基準の作成	p41
	行動基準遵守を目的としたCSRグループ活動の実施	p10
	食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日の活動の実施	p41
	行動基準遵守宣誓書を提出	p41
	品質と安全性の管理運用を確認するための監査	p26、p39
	ISO9001・HACCPの考え方を導入した雪印メグミルク品質保証システム運用	p26
危機管理体制(商品事故対応)	p42	
6. 消費者課題	お客様満足向上ミーティングの実施	p13、p14
	小中学校への出前授業、料理講習会、牛乳・乳製品セミナーの開催	p19、p20
	「酪農と乳の歴史館」での酪農と乳業についての歴史を紹介	p17
	「こどもの国牧場」(酪農教育ファーム)での酪農体験	p22
	消費者部会の開催	p11、p12、p40
	お客様モニターの実施	p20
7. コミュニティへの参画 及びコミュニティの発展	スキージャンプ、女子サッカー、マラソン、サイクリングなどスポーツへの貢献	p21、p22
	日本酪農青年研究連盟の支援	p15
	北海道包括連携協定の締結	p17
	事業所・工場周辺などの催しの参加	p18、p22
	メグミルクファミリーミュージカルの開催	p21



社長・社員座談会

合併新会社スタートから 1年が経過した現在の想い

新生雪印メグミルクがスタートして1年。
現在の状況やこれからの抱負などについて、
中野社長と若手・中堅社員4名に語ってもらいました。

雪印乳業と日本ミルクコミュニティが合併して、新たに「雪印メグミルク」が発足して1年が経過しました。異なる会社一つになるということは簡単なことではないと思いますが、この1年間の歩みを振りかえり、現在の状況を率直にお聞かせください。

野村 これまで交流のなかった部門の営業担当者と知り合う機会が増え、少しずつ実務面でも変化し始めています。

宮川 市乳*と乳製品の営業と一緒に働く機会が増えました。半期に一度それぞれの業務の発表会があり、両部

門の相違点を認識する機会も増えています。しかしながら、得意先の窓口が市乳と乳製品では異なる場合がほとんどで、合併メリットを活かした満足のいく提案が十分にできていないのが現状です。

酒谷 まだ1年なので完全な融合には至っていないと思います。市乳と乳製品では日配型と在庫型という事業特性から業務のスピード感も異なるので、まずはそれぞれのシステムで仕事を進めている状況です。

長田 私の部署では旧メグミルクと旧雪印の出身者が一緒になって仕事をしています。互いの仕事を見ながら1年が経ち、出身会社にとらわれない業務分担の見直し

も少しずつ始まっています。

酒谷 (全農直販とジャパンミルクネットの市乳部門と旧雪印乳業の市乳部門が一緒になって)日本ミルクコミュニティができたときも、1年目は大変でした。3~4年が経過してようやく新しい企業文化というものができてきました。一体感が生まれるにはある程度の時間も必要だと思います。

長田 例えば乳製品だけを扱っていた時代には入手するのに苦労した果汁に関する情報も、日常的に市乳出身の方とやりとりができるのですぐに聞くことができるようになり新たな仕事の刺激にもなっています。

中野 合併して1年、社内の融和、モチベーションの向上、価値観の共有化等を意識して取り組んできました。当社の合併で特徴的なことは、乳製品と市乳という事業内容に違いがあってもともに「乳(ミルク)」を扱ってきたことは一緒だということです。私には雪印乳業でもなく日本ミルクコミュニティでもない、新たな「ミルクにこだわり」、「ミルクを極める」総合乳業会社をつくっていくのだという強い思いがあります。現場では具体的なシナジー効果等まだ見えにくいかもしれませんが確実に変わり始めています。

「未来は、ミルクの中にある。」というスローガンのもとでひとつになることができれば、必ず合併を成功させ、未来に向けて成長することができると信じています。

ところで、旧雪印時代に起きた2つの事件(2000年の雪印乳業食中毒事件と2002年の雪印食品牛肉偽装事件)は雪印メグミルクにとっても非常に大きな意味をもつ出来事だと思います。世代やそのときの立場でとらえ方も違うと思うのですが、皆さんはどの様に認識されていますか?

長田 私は2006年の入社で、直接には2つの事件を体験していません。だからこそ、毎年2回の「食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日の活動 ~雪印の事件を風化させない~」には危機意識をもって臨むようにしています。入社当時から雪印に入った以上、目を背けてはいけないと思っており、私のように直接事件を経験していない人が増えていく中で、当事者意識を高める場にしなければならないと考えています。

野村 集団食中毒事件は、私が所属していた工場で作っ

た商品から起きたものです。私は物流職場でしたが、お客様対応で営業が不在のため受けた何本もの牛乳販売店の方からの涙交じりの電話のことを今も鮮明に憶えています。これからも忘れることはありません。私は当時察にいましたが、信頼を失った今何とかしなければと思ひ、寮の多くの仲間と毎日のように「自分たちに何ができるか」と話し合ったものでした。

おそらく当時の社員は全て同じ気持ちだったと思います。

酒谷 当時は全農直販の社員でしたので、同業他社という立場にいました。マスコミの報道を通じてしか情報が得られなかったことを覚えています。酪農家からの行き場を失った生乳の受け入れ先にもなりました。その後合併して風化させない取組みを行なうようになり、自分自身も2度とこのようなことを起こしてはならないと考えるようになりました。当時の雪印の社員とは違った意味で事件を経験しましたが食品会社としての想いは同じでした。

宮川 当時私はまだ中学生でしたのでその報道はあまり記憶にありませんが、入社後当時の映像を見たり体験した人の話を聞くたび、起こしたことのあまりの大きさに身が引き締まる思いを新たにしています。

中野 この2つの事件は、消費者基本法や公益通報者保護法を定めるきっかけとなりました。また、消費者と企業との関係や情報開示のありかたなどにも影響を与えました。それほど社会に対しても多大なインパクトを及ぼす出来事でした。

私にとってもこの2つの事件は、何かを判断する際の原点になっています。6月の品質管理や衛生管理、1月の企業倫理やコンプライアンスの徹底に向けた全社をあげての取組みにより、雪印メグミルクグループの全役職員が事件を風化させることなくその本質をしっかりと認識し、食に携わる者の責任を果たしていかなければならない、と日々考えています。

新しい企業理念に、「消費者重視経営の実践」「酪農生産への貢献」「乳(ミルク)にこだわる」の3つの使命を掲げています。皆さんはこれらをどの様に受け止めて、日々の業務に向き合っていますか?

長田 私は商品の在庫調整に携わっていますので、「消



中野吉晴 (なかの・よしはる)

雪印メグミルク(株) 代表取締役社長。1972年雪印乳業(株)入社。営業畑を中心に歩み、06年取締役常務執行役員、07年専務取締役、09年雪印メグミルク(株)専務取締役を経て現職に至る。

「消費者重視経営」を身近に感じています。お客様に安定して商品をお届けするため、どのタイミングでどの商品を生産すればよいかを念頭において、精度の高い生産管理を心がけています。

野村 私も特に「消費者重視経営の実践」を意識しています。物流は工場からお客様に商品をお届けする役割ですが、“安全・安心”が大前提です。生産と営業の間に立ってお客様の視点で調整役を果たしています。

酒谷 私は「酪農生産への貢献」です。酪農家の方からご意見をいただくことも多いのですが、新鮮な生乳を生産地からより効率よく工場へ運ぶ努力も小さなことですが酪農生産への貢献につながると考えています。

宮川 「乳(ミルク)にこだわる」でしょうか。私は自分が扱う商品に誰よりも詳しくなりたいと思っています。得意先に商品紹介するときにも雪印メグミルクというブランドに頼るだけでなく、もっと多くのお客様に商品を手にとっていただける仕組みを提案できる「乳(ミルク)にこだわる」スペシャリストでありたいと考えています。

中野 企業理念は新しい会社の立脚点であり、目指す方向を明確にしたものです。企業理念の中で、「社会に貢献する企業であり続けます。」という最後の一文が特に大切であり、その実現のために「3つの使命」があると考え

ています。この「3つの使命」はまさしく雪印メグミルクグループにこそふさわしいものだと考えています。我々をとりまく環境は厳しく、乗り越えていかなければならない課題はたくさんありますが、企業理念の実現に向けて信念を持って新生雪印メグミルクの経営に臨んでいます。皆さんもこの企業理念に込めた想いをしっかりと消化し、自分のものとしてそれぞれの業務に向き合ってください。

特に若い皆さんには期待しています。

中野社長は就任に際して「社員が誇りを持って自らの可能性と未来をかけることのできる強い会社」にしていくと約束されていますが、そのためには社員である私たちの強い想いや努力も不可欠です。

最後に、皆さんのこれからの仕事にける想いを聞かせてください。



酒谷 多くの酪農家の皆さんは新会社に大きな期待をしており、総合乳業会社として業界を引っ張っていったい欲しいと願っています。私は皆さんの期待に応えることができるように、雪印メグミルクが酪農家と消費者の間に立って、国内需給調整のリーダー的な企業になれるようにがんばっていきたくと思います。

長田 これまで色々な部署で働く経験に恵まれましたが、今後違ったジャンルの仕事にも積極的に取り組み、新しい自分の可能性に挑戦したいと考えています。

野村 入社以来物流一筋でやってきましたので横の連携にも貢献できる場所を少し考え始めています。本日の皆さんとの対話の中で世界中の人に当社の商品を食べてもらい、「自社のブランドを世界に広げたい」という自分の入社時の夢を再認識することができました。「乳(ミルク)にこだわる」という使命を果たしながら、この夢の実現に向けて、現業でもうひと踏ん張りするつもりです。

宮川 この会社の商品が大好きです。これからも自分の愛する商品を1品でも多くお届けして、全てのお客様・消費者に喜んでいただけるように、営業の仕事にまい進していきます。

中野 新しい会社を創り上げていくためには多大なエネルギーが必要です。当社の最大の強みの一つとして、出身会社は違えども「乳(ミルク)」という共通の価値軸を持ってさまざまな経験をつんだ人たち、そしてミルクを愛しその無限の可能性を信じる人たちが集まっているということがあります。特に、これからこの会社を担っていく皆さんには、既存概念にとらわれることなく、自由かつ新しい発想で変革にチャレンジしていくことを期待しています。企業理念として掲げた3つの使命とコーポレートスローガン「未来は、ミルクの中にある。」には、さまざまな想いが込められています。これからも力を合わせて、ステークホルダーの要請に応え、企業責任を果たしながら、社会に貢献し続けていく、風通しの良い開かれた雪印メグミルクを創り上げていきましょう。

野村常治郎 (のむら・つねじろう)

関東ロジセンター市乳企画チーム。1998年雪印乳業(株)に入社し、その後、日本ミルクコミュニティ(株)へ転籍する。入社後、大阪工場物流課配属をスタートに物流一筋14年の中堅。本社で合併の仕事にも携わり、現在は関東エリアの物流企画を担当。



酒谷周平 (さかや・しゅうへい)

酪農部東日本酪農事務所。2000年に全国農協直販(株)に入社。日本ミルクコミュニティ(株)への統合後は同社資材部を経て新会社では酪農部に所属し、関東5工場の生乳の需給調整役を担う。



長田知子 (ながた・ともこ)

生産管理部生産管理グループ。2006年雪印乳業(株)に入社。財務部管理課、経理課などを経て、2009年からは生産管理部で乳製品の委託先・工場への調整窓口役を担う。



宮川知子 (みやかわ・ともこ)

首都圏西支店販売促進3課。2008年雪印乳業(株)に入社。家庭用商品の量販店向け営業を担当。神奈川エリアの量販店を対象に販売促進活動に取り組む。



雪印メグミルクグループ会社紹介

雪印メグミルクグループは、お客様・消費者の楽しく健康な暮らしに貢献するために、乳(ミルク)への取組み以外にもさまざまな商品やサービスを皆様にお届けしています。

雪印種苗(株)

設立 昭和25年12月

資本金 4,643百万円

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 北海道札幌市

代表者 掛村 博之 代用乳「ゆきみるく」

事業内容 種苗・農畜産物の生産および販売、飼料の製造および販売、造園事業、種苗の品種改良および試験研究



チェスコ(株)

設立 昭和32年3月

資本金 472百万円

グループ計
持株比率 90.9%

所在地 東京都新宿区

代表者 西尾 啓治 リニューアルした京急百貨店、上大岡店内ショップ

事業内容 ナチュラルチーズ・食料品・酒類・雑貨の輸入および製造・加工販売



(株) エスアイシステム

設立 平成9年1月

資本金 200百万円

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 東京都渋谷区

代表者 佐藤 佳嗣

事業内容 チルド・フローズンを中心としたベンダー、マーチャндаイジングと共配センター運営事業



共配センター全景

ハケ岳乳業(株)

設立 昭和29年1月

資本金 60百万円

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 長野県茅野市

代表者 藤田 昭雄 好評の「ハケ岳」シリーズ

事業内容 牛乳・加工乳・乳飲料・発酵乳の製造および仕入れ・販売、チーズの加工、運送・取扱業



直販配送(株)

設立 昭和55年4月

資本金 30百万円

グループ計
持株比率 70.0%

所在地 東京都渋谷区

代表者 齋藤 耕司

事業内容 共同配送センターの運営事業、チルド商品配送事業、一般貨物運送事業



お客様へ安心品質とともに

雪印オーストラリア(有)

設立 平成4年12月

資本金 22百AU\$

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 メルボルン(オーストラリア)

代表者 菅野 宏行

事業内容 育児用粉乳、ナチュラルチーズの製造・販売、乳製品の輸出入



製造している商品

いばらく乳業(株)

設立 昭和34年1月

資本金 118百万円

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 茨城県水戸市

代表者 長谷川 敏 茨城の自然から生まれた「つくば」シリーズ

事業内容 牛乳、乳飲料、清涼飲料、発酵乳、デザート等の製造販売



茨城の自然から生まれた「つくば」シリーズ

(株) クレスコ

設立 昭和23年8月

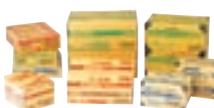
資本金 38百万円

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 東京都北区

代表者 佐野 和生

事業内容 食品資材・軟包装・紙器・容器などの仕入販売



販売している包装材

みちのくミルク(株)

設立 平成8年10月

資本金 467百万円

グループ計
持株比率 100.0%

所在地 宮城県大崎市

代表者 山本 純

事業内容 牛乳、乳飲料、清涼飲料、発酵乳、デザート等の製造販売



本社工場外観

三和流通産業(株)

設立	昭和29年1月	
資本金	450百万円	
グループ計 持株比率	100.0%	
所在地	埼玉県 さいたま市	
代表者	竹本 行雄	
事業内容	日配チルド食品等の卸売事業、共配センター事業	

本社・浦和事業所

ビーンスターク・スノー(株)

設立	平成14年8月	
資本金	500百万円	
グループ計 持株比率	80.0%	
所在地	東京都新宿区	
代表者	澤田 健五	
事業内容	育児用粉乳・離乳食などの育児関連商品および機能性食品などの研究開発・製造・販売	

母乳にいいもの
赤ちゃんに届くDHA

台湾雪印(株)

設立	平成4年12月	
資本金	7百万NT\$	
グループ計 持株比率	100.0%	
所在地	台北(台湾)	
代表者	小原 康嗣	
事業内容	育児用粉乳、乳製品等の輸入・販売	

取り扱い商品

(株) YBS

設立	昭和46年4月	
資本金	30百万円	
グループ計 持株比率	100.0%	
所在地	東京都新宿区	
代表者	尾崎 玲	
事業内容	ビルの総合保守管理、損害保険代理業、自動販売機等のオペレーション業務、各種ビジネスサポート業務	

各事業を支えるスタッフ

ニチラク機械(株)

設立	昭和29年4月	
資本金	50百万円	
グループ計 持株比率	53.0%	
所在地	埼玉県 さいたま市	
代表者	内田 博視	
事業内容	食料品製造を主体としたプラントおよび機械の設計、製造、施工、販売、修理およびメンテナンス	

チーズ乳化釜

グリーンサービス(株)

設立	昭和55年11月	
資本金	30百万円	
グループ計 持株比率	70.0%	
所在地	東京都調布市	
代表者	町田 幸司	
事業内容	共同配送センター運営事業、一般貨物運送事業、自動販売機事業	

殺菌乳輸送車

(株) 雪印パーラー

設立	昭和36年4月	
資本金	30百万円	
グループ計 持株比率	100.0%	
所在地	北海道札幌市	
代表者	小川 澄男	
事業内容	食堂・売店経営、乳製品などの販売	

ジャンボパフェ「am NO.1」

道東飼料(株)

設立	平成13年7月	
資本金	300百万円	
グループ計 持株比率	60.0%	
所在地	北海道釧路市	
代表者	梅澤 一民	
事業内容	配合飼料の製造・販売	

事務所と工場の外観

(有) ロイヤルファーム

設立	平成13年2月	
出資金	10百万円	
グループ計 資本比率	46.5%	
所在地	青森県十和田市	
代表者	寺栖 喜久男	
事業内容	肉用牛の生産・販売	

本社事務所と社員

(株) 雪印こどもの国牧場

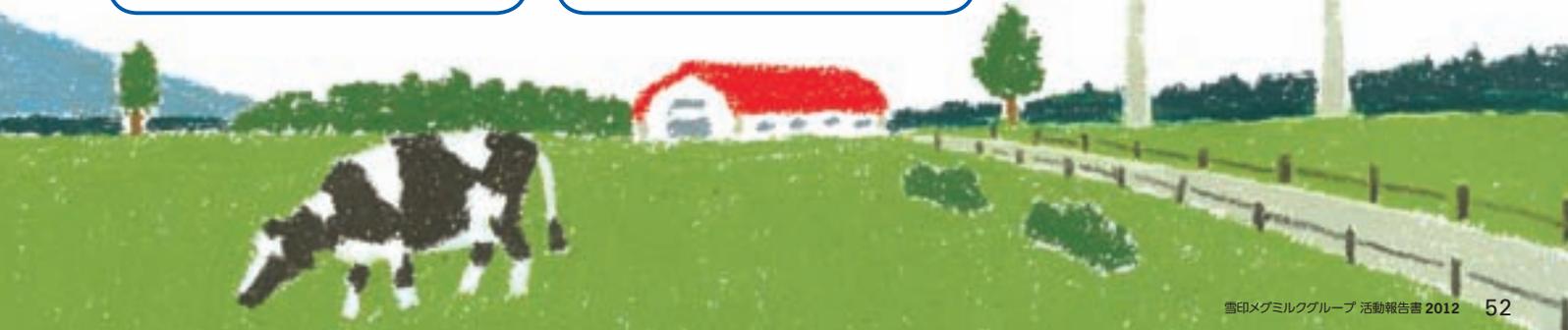
設立	昭和40年8月	
資本金	10百万円	
グループ計 持株比率	100.0%	
所在地	神奈川県横浜市	
代表者	斎藤 常吉	
事業内容	牧場運営、牛乳の製造、食堂・売店経営	

牧場牛舎の風景

甲南油脂(株)

設立	平成4年7月	
資本金	100百万円	
グループ計 持株比率	51.0%	
所在地	兵庫県神戸市	
代表者	岡田 佳男	
事業内容	マーガリン類等の製造販売	

受託生産している雪印
ネオソフト

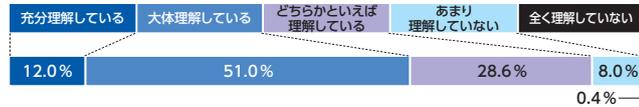


補足説明

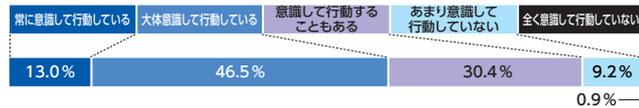
p10 CSR社員アンケートの実施

I) 企業理念・行動基準の理解度

I-1. あなたは「雪印メグミルクグループ企業理念」を理解していますか？

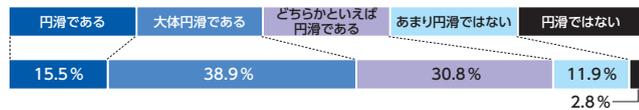


I-5. あなたは「雪印メグミルク行動基準」を意識して行動していますか？

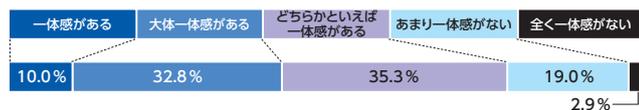


II) コミュニケーション・社員の意識・マネジメント

II-6. あなたの職場のコミュニケーションは円滑ですか？



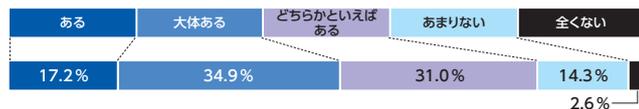
II-7. あなたの職場では、皆が目標に向かって一体感を持って仕事をしていますか？



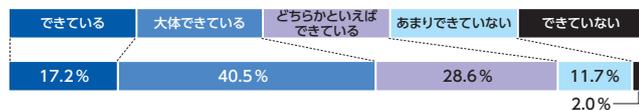
II-8. あなたの職場では、経営の意志(想い)が伝わっていますか？



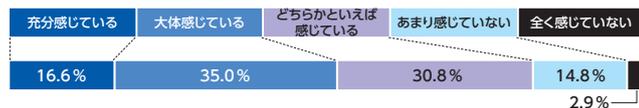
II-9. あなたの職場では、誰もが自由に疑問等を問題提起できる雰囲気がありますか？



II-12. あなたは、上司(あなたに指示を与える人)と意思の疎通ができていますか？

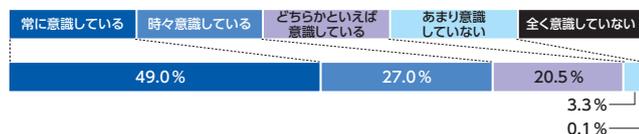


II-15. あなたは、今の仕事にやりがいを感じていますか？



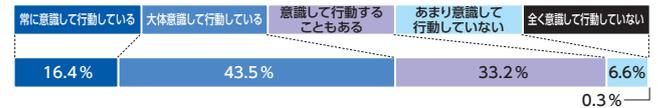
III) コンプライアンスの徹底

III-1. あなたは、仕事の内容に関わらず、業務を行なう際に「食の責任」を意識していますか？

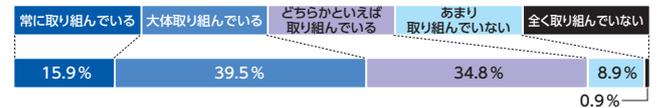


【IV】CSR経営・CSR活動

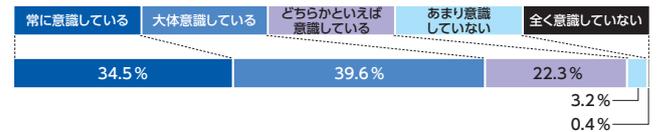
IV-34. あなたは日常業務の中で環境保全を意識して自ら行動していますか？



IV-35. あなたはMSQSのしくみに基づいて品質管理の徹底に取り組んでいますか？



IV-38. あなたは、常に「お客様・消費者」を意識して仕事をしていますか？



【V】合併後の意識

V-42. あなたは、合併したことで、研究開発力、技術力、販売力等が相乗効果によりさらに強くなると思いますか？



アンケート結果 (%) は、四捨五入の関係で合計が100%にならない場合があります。

p16 酪農諮問委員会 委員一覧

任期:2012年4月1日~2014年3月31日

諮問委員	まつした たかゆき 松下 隆之	JA道東あさひ 理事、酪農生産者
	くろさわ かんじゅ 黒沢 寛寿	全国酪農青年女性会議 顧問、酪農生産者
	さわ ひろゆき 澤 弘之	元全国農業協同組合連合会 酪農部長
	すずき のぶひろ 鈴木 宣弘	東京大学大学院農学生命科学研究科 教授
	やまか ままみつ 矢坂 雅充	東京大学大学院経済学研究科 准教授
	こばやし しんいち 小林 信一	日本大学生物資源科学部 教授

前期(2010年4月1日~2012年3月31日)まで委員をお務めいただいた、丹羽 忠文氏(元別海農協 代表理事組合長、酪農生産者)、松川 美雄氏(元岩手奥中山農協 代表理事専務、酪農生産者)は2012年3月31日をもって退任され、今期、松下隆之氏と黒沢寛寿氏が新たに就任されました。

p17.22 見学可能な工場・歴史館の連絡先

雪印メグミルク(株) 酪農と乳の歴史館

〒065-0043 北海道札幌市東区苗穂町6-1-1
TEL: 011-704-2329

雪印メグミルク(株) 札幌工場

〒065-0043 北海道札幌市東区苗穂町6-1-1
TEL: 011-704-2329
(受付は雪印メグミルク(株)酪農と乳の歴史館で行なっています。)

雪印メグミルク(株) 大樹工場

〒089-2155 北海道広尾郡大樹町緑町35
TEL: 01558-6-2121

みちのくミルク(株) 本社工場

〒989-6412 宮城県大崎市岩出山下野目字八幡前60-1
TEL : 0229-72-2011

雪印メグミルク(株) 野田工場

〒278-0013 千葉県野田市上三ヶ尾字平井256-1
TEL : 04-7122-2246

雪印メグミルク(株) 豊橋工場

〒441-0105 愛知県豊川市伊奈町南山新田350番地79
TEL : 0533-78-3711

雪印メグミルク(株) 京都工場

〒629-0161 京都府南丹市八木町美里紫野1番地
TEL : 0771-43-2150

雪印メグミルク(株) 京都工場 池上製造所

〒629-0112 京都府南丹市八木町池上古里1番1
TEL : 0771-42-6871

雪印メグミルク(株) 神戸工場

〒651-2124 兵庫県神戸市西区伊川谷町潤和824-1
TEL : 078-912-2121

●工場・歴史館の見学のご案内

工場・歴史館の見学をご希望の場合は、お手数ですが、あらかじめ各工場・歴史館にお電話でご予約願います。

●工場見学を一部工場のみとした理由について

見学ができない一部工場は、見学施設体制が十分に整っていない現状にあります。そのため衛生管理の観点から、工場見学を控えていただいています。

p19 小中学校への食育授業

出前授業実施後に牛乳の飲み残しが減ったかどうかをアンケートで聞いています。

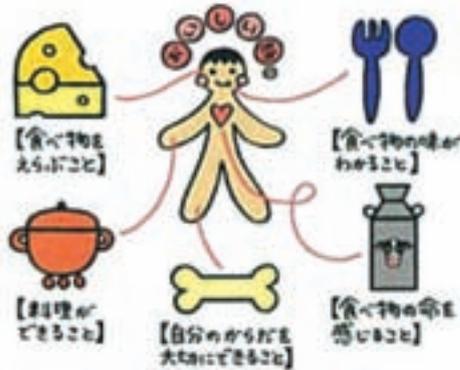
2011年度は、出前授業を実施した189校中アンケートが回収できた175校のうち66校(37.7%)から「飲み残しが減った」との回答をいただきました。

地域	都道府県	小・中学校名
北海道	北海道	足寄町立足寄小学校、苫小牧市立若草小学校、幌加内町立朱鞠内小学校、幌延町立幌延小学校、幌延町立幌延中学校
東北	宮城県	仙台市立荒巻小学校、仙台市立松陵小学校、仙台市立上愛子小学校、仙台市立中田小学校
関東	茨城県	鹿嶋市立鹿野中学校、神栖市立太田小学校、つくばみらい市立谷井田小学校、潮来市立大生原小学校、神栖市立深芝小学校、取手市立井野小学校
	神奈川	伊勢原市立石田小学校、川崎市立千代ヶ丘小学校、大和市立渋谷小学校、横浜市立市場中学校
	埼玉	春日部市立武里西小学校、春日部市立南桜井小学校、春日部市立桜川小学校、越谷市立大袋北小学校、越谷市立北陽中学校、さいたま市立植水中学校、本庄市立児玉小学校、三郷市立八木郷小学校、和光市立本町小学校
	千葉	印西市立本笠第一小学校、野田市立山崎小学校、茂原市立豊岡小学校
東京都		あきる野市立西秋留小学校、足立区立栗島小学校、足立区立西保木間小学校、足立区立六木小学校、足立区立本木小学校、足立区立弥生小学校、足立区立花畑西小学校、足立区立西新井第二小学校、足立区立大谷田小学校、板橋区立上板橋第二小学校、板橋区立蓮根小学校、稲城市立長峰小学校、稲城市立稲城第一小学校、江戸川区立葛西第三中学校、江戸川区立清新一小学校、江戸川区立臨海小学校、

地域	都道府県	小・中学校名
関東	東京都	江戸川区立瑞江小学校、江戸川区立西葛西小学校、江戸川区立第四葛西小学校、江戸川区立平井東小学校、大田区立久原小学校、大田区立馬込小学校、大田区立洗足池小学校、葛飾区立渋谷小学校、北区立桐ヶ丘郷小学校、北区立十条台小学校、江東区立大島西中学校、江東区立第五砂町小学校、狛江市立緑野小学校、品川区立八潮学園小学校、品川区立宮前小学校、品川区立小山台小学校、新宿区立西早稲田中学校、新宿区立牛込第三中学校、新宿区立新宿中学校、新宿区立落合中学校、墨田区立墨田小学校、墨田区立花若婦の森小学校、世田谷区立用賀小学校、台東区立石浜小学校、玉川聖学院中等部、多摩市立多摩中学校、中央区立日本橋小学校、中央区立豊海小学校、中央区立中央小学校、東京都立城南特別支援学校、東京都立白鷗高等学校附属中学校、西東京市立東小学校、八王子市立桐田小学校、八王子市立由木中学校、府中市立府中第九小学校、文京区立柳町小学校、町田市立つくし野中学校、港区立御田小学校、港区立三光小学校、港区立神応小学校、港区立赤羽小学校、武蔵村山市立第七小学校
	栃木県	小山市立大谷南小学校、鹿沼市立東小学校
中部	愛知県	一宮市立朝日東小学校、一宮市立宮西小学校、一宮市立大和南小学校、大府市立大府中学校、春日井市立鳥居松小学校、蒲郡市立三谷小学校、蒲郡市立蒲郡南小学校、蒲郡市立蒲郡東小学校、蒲郡市立形原小学校、蒲郡市立西浦小学校、豊川市立一宮東部小学校、豊川市立国府小学校、豊川市立天王小学校、名古屋市立西味鏡小学校、名古屋市立梅森坂小学校、名古屋市立本地丘小学校、知多市立旭南中学校、豊川市立金屋小学校、豊川市立桜木小学校
	岐阜	神戸町立下宮小学校、多治見市立北栄小学校
	富山	富山市立水橋西部小学校
	福井	鯖江市立鳥羽小学校
	三重	桑名市立伊曾島小学校、桑名市立立教小学校、桑名市立深谷小学校、津市立櫛形小学校、松阪市立漕代小学校、松阪市立太白小学校
関西	大阪府	和泉市立北池田小学校、大阪市立みどり小学校、大阪市立西生野小学校、大阪市立湯里小学校、大阪聖母学院小学校、堺市立大仙西小学校、吹田市立山田第一小学校、太子町立山田小学校、高槻市立安岡寺小学校、豊中市立小曾根小学校、豊中市立第七中学校、富田林市立大伴小学校、阪南市立桃の木台小学校、東大阪市立藤戸小学校、枚方市立川越小学校
	岡山	岡山市立桑田中学校、岡山市立高島中学校
	京都府	井手町立多賀小学校、宇治市立菟道第二小学校、精華町立川西小学校、向日市立第4向陽小学校
	滋賀	湖南市立菩提寺北小学校
	奈良	御所市立葛城小学校、大和高田市立陵西小学校、大和高田市立高田小学校
	兵庫	尼崎市立園田東小学校、尼崎市立金楽寺小学校、尼崎市立大庄北中学校、伊丹市立鴻池小学校、加古川市立加古川養護学校中学部、神戸市立塩屋北小学校、神戸市立大原中学校、神戸市立有瀬小学校、宝塚市立南ひばりガ丘中学校、宝塚市立逆瀬台小学校、三木市立東吉川小学校、養父市立養父中学校
中国	広島	大竹市立栗谷小学校、広島市立牛田新町小学校、広島市立古市小学校、広島市立神崎小学校、広島市立筒瀬小学校、福山市立瀬戸小学校、府中町立府中中学校
四国	徳島	阿南市立新野小学校、北島町立北島北小学校
	長崎	時津町立時津北小学校
九州	福岡	福岡市立東吉塚小学校

p19 5つの大切なこと

食育は、栄養に関する知識だけを学ぶことではありません。豊かな自然からいただく命の恵みの尊さを感じ、それを五感で味わう感性を養う、「食の大切さと尊さ」を学ぶことです。雪印メグミルク(株)では、そのためには次の5つが大切なポイントと考えています。



p39 企業倫理委員会

● 第3期「企業倫理委員会」委員一覧

任期:2011年7月1日~2012年6月30日

社外委員	ひわさ のぶこ 日和佐 信子	元 全国消費者団体連絡会 事務局長	雪印メグミルク(株) 社外取締役
	えさわ いくこ 江澤 郁子	日本女子大学名誉教授	医学博士・栄養学の有識者
	まつもと くにあき 松本 邦明	経営倫理実践研究センター 常務理事	企業倫理の有識者
	たかや せし 高谷 幸	日本食品衛生協会 専務理事 食品衛生研究所長	品質の専門家
	おさわ りえこ 小澤 理恵子	元 日本生活協同組合連合会 共済事務センター 部長スタッフ	消費者関連の有識者
労働組合	やなせ しゅうじ 築瀬 捨治	長島・大野・常松法律事務所 弁護士	法律の専門家
	とのおやま じろう 遠山 二郎	雪印メグミルク労働組合 中央執行委員長	労働組合の代表者
社内委員	さとう こうきち 佐藤 幸吉	代表取締役副社長	会社の代表
	いとだ せい 井戸田 正	取締役専務執行役員	CSR・品質保証・ 資材調達 担当
	やまと まさお 山登 正夫	取締役常務執行役員	生産統括・ 生産管理 担当

● 第3期 企業倫理委員会・専門部会委員一覧

1. 企業倫理委員会・品質部会委員

社外委員	たかや せし 高谷 幸	日本食品衛生協会 専務理事 食品衛生研究所長	品質部会長 企業倫理委員会委員兼任
	ひわさ のぶこ 日和佐 信子	元 全国消費者団体連絡会 事務局長	企業倫理委員会委員兼任
	さとう くにひろ 佐藤 邦裕	日本生活協同組合連合会 本部長スタッフ 品質管理担当	品質部会委員専任
社内委員	こぬま ひろたか 小沼 博隆	東海大学教授・医学博士	品質部会委員専任
	しろはた かつゆき 城端 克行	執行役員 品質保証部長	表示部会委員兼任

2. 企業倫理委員会・消費者部会委員

社外委員	まつもと くにあき 松本 邦明	経営倫理実践研究センター 常務理事	消費者部会長 企業倫理委員会委員兼任
	ひわさ のぶこ 日和佐 信子	元 全国消費者団体連絡会 事務局長	企業倫理委員会委員兼任
社内委員	いとだ せい 井戸田 正	取締役専務執行役員	企業倫理委員会委員兼任

3. 企業倫理委員会・表示部会委員

社外委員	おさわ りえこ 小澤 理恵子	元 日本生活協同組合連合会 共済事務センター部長スタッフ	表示部会長 企業倫理委員会委員兼任
	ひわさ のぶこ 日和佐 信子	元 全国消費者団体連絡会 事務局長	企業倫理委員会委員兼任
社内委員	いたくら ゆかこ 板倉 ゆか子	消費生活アナリスト 薬剤師 有資格者 元 国民生活セン ター総務企画部調査役	表示部会委員専任
	こにし ひろあき 小西 寛昭	取締役執行役員 研究開発・商品開発・ミルクサ イエンス研究所 担当	表示部会委員専任
	しろはた かつゆき 城端 克行	執行役員 品質保証部長	品質部会委員兼任
	さかぐち こうじ 坂口 高司	CSR部長	表示部会委員専任

● 2012年度 企業倫理委員会提言

2012年度のスタートに際し、企業倫理委員会として下記の通り提言いたします。

全役員・従業員が企業理念の実現という共通の目標に向け、それぞれが力を発揮し、またその力をひとつに合わせ、次の項目に取り組みましょう。

- 「雪印メグミルク行動基準」の内容に対する「疑問」や「意見」を率直に出し合い、皆で考えたり議論することを通して、行動基準について本当の意味での理解を深め、自分のものとして身につけ、実践していきましょう。
- 一人ひとりが積極的かつ責任を持った行動に努め、明るく活力のある会社をつくっていきましょう。
- 経営層と現場社員および各職場内において双方向のコミュニケーションを強化しましょう。
- 組織において極めて重要な役割を担っている「ミドル層」を中心に、次世代を牽引していく人材の育成に取り組みしましょう。

● 2012年度 品質部会からの提言

2011年度は、新会社になってはじめての年であったが、一般衛生管理について手洗い標準の再通知を実施するなどして、工場間のばらつきの解消に努めてきた。

また、全社的な5Sの管理レベルの向上を図る取組みを実施しているが、製造室内に不要なものや落下物が散見されるなど、不十分なところがある。

老朽化している施設・設備も多いが、衛生環境を維持・向上する上で最低限必要なことは、優先順位を付けて計画的に改善する必要がある。

2012年度には、以下の項目に取り組んでほしい。

- 工程における品質課題の解決に向けて、品質苦情削減および品質トラブル回避に効果的な対策を推進すること。
- 教育・訓練を推進し、従事者一人ひとりの品質管理への意識向上を図ること。また、後継者教育の取組みを推進し、製造現場におけるスキルの向上を図ること。
- 子会社を含め、5Sの管理レベルの向上に引き続き取り組み、グループ全体のレベルアップを図ること。

● 2012年度 消費者部会からの提言

雪印メグミルクグループは、消費者重視を経営の基本の一つに位置付けています。ついては、下記の項目を着実に実行していきましょう。

重要なステークホルダーである消費者との対話（ダイアログ）の場である消費者部会をさらに充実・発展させましょう。

これまで消費者の皆さんから出された生の声・意見・要望を傾聴し、前向きにこたえていきましょう。

「工場見学において出される、見学者の声を取り入れる仕組みや従業員がその声を共有する仕組み」を構築すること。

消費者にとっても関心の深い「環境に対する取組み」について、チラシ・ホームページ・活動報告書等で広く情報を提供すること。

放射性物質等について消費者が抱える不安や疑問に対して真摯に向き合い、わかり易く丁寧に説明すること。

多くの女性社員が経営職としても積極的に活躍できるよう、現行の諸制度が活用しやすい職場づくりを推進すること。

● 2012年度 表示部会からの提言

～消費者の適切な商品選択に資するために～

消費者重視経営の観点から、消費者が求める情報、消費者に伝えるべき情報を適切に判断しましょう。そして、商品の表示や広告等では、商品パッケージ「任意表示基本マニュアル」に従い、誤認や誤解をもたらすことのない正確でわかりやすい情報を提供しましょう。消費者政策が強化される中で、食品表示に関する状況が変化しています。そうした環境に留意しながら、消費者にとってよりわかりやすい誠実な表示に努めましょう。

● 企業倫理委員会実施状況

対象期間:2011年4月～2012年3月

1. 定例委員会(12回)

(1) 主な討議事項

- ・2011年度企業倫理委員会提言内容について
- ・商品表示(宅配商品、飲料・ヨーグルト・デザート他)改善提言事項について
- ・「雪印メグミルクグループ活動報告書2011」構成、内容について
- ・「雪印メグミルクグループCSR社員アンケート」内容と結果対応について

(2) 主な報告事項

- ・2012年3月期 決算報告(第1～4四半期分)
- ・CSR委員会実施内容(第5・6回)
- ・「食の責任を強く認識し、果たしていくことを誓う日の活動～雪印の事件を風化させない～」の実施内容
- ・商品の社告・自主回収の実施について
- ・第II期お客様モニターの実施について
- ・企業倫理委員会提言に対する取組み状況について

(3) 月次定例報告事項

- ・部会実施報告(品質部会、消費者部会、表示部会)
- ・苦情分析結果報告(発生件数、苦情内容、発生原因、他)
- ・広報概況報告(社内外情報発信内容、お客様の声入電概要、マスコミ報道概況、他)
- ・CSRグループ活動実施概要
- ・ホットライン通報状況および対応状況について

p40 企業倫理委員会消費者部会に参加いただいている主な団体一覧

関東	関西
主婦連合会	NPO 法人京都消費生活有資格者の会
杉並くらしの情報プロジェクト	NPO 法人コンシューマーズ京都
全国消費者団体連絡会	株主オンブズマン
全国消費生活相談員協会	関西消費者協会
東京都消費者団体連絡センター	全大阪消費者団体連絡会
東京都消費者月間実行委員会	なにわの消費者団体連絡会
東京都地域婦人団体連盟	奈良県生活協同組合連合会
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会	日本消費経済新聞社
日本生活協同組合連合会	日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 西日本支部

団体名 50音順

p41 企業倫理活動

● 雪印乳業食中毒事件

2000年6月に雪印乳業(株)大阪工場製造の低脂肪乳などにより発生した食中毒事件。6月27日大阪市保健所に最初の食中毒患者のお申し出がありました。調査の結果、雪印乳業(株)大樹工場で製造された脱脂粉乳が停電事故で汚染され、それを再溶解して製造した脱脂粉乳を大阪工場で原料として使用していたことがわかりました。その脱脂粉乳に黄色ブドウ球菌が産生する毒素(エンテロトキシン)が含まれていたことが原因でした。雪印乳業(株)は事件直後の対応に手間取り、商品の回収やお客様・消費者への告知に時間を要したため、被害は13,420人に及びました。この事件によって社会に牛乳、乳製品をはじめとする加工食品の製造に、不信と不安を抱かせるだけでなく、乳等省令についての乳業界の解釈と社会の理解との乖離が明らかになるなど、社会に対して大きな影響を与えてしまいました。

● 雪印食品牛肉偽装事件

雪印乳業(株)の子会社であった雪印食品(株)が、国のBSE対策事業を悪用し、安価な輸入牛肉を偽って、国産牛肉として申請し、交付金を不正に受給したもので、明らかな詐欺事件。2002年1月23日の朝日、毎日両新聞に掲載されたことで発覚しました。背景には、前年のBSE牛発生に伴い、食肉業界全体で、消費者の牛肉買い控えによる大量の在庫を抱えるという状況がありましたが、最大の原因は、企業倫理に反した当事者の考えや上司の指示が根底にあったことです。事件発覚から3ヵ月後の2002年4月末に、雪印食品(株)は解散するに至りました。

人事データ

2012年3月31日現在

	雪印メグミルク(株)	範囲又は時点
社員数(連結)	4,951名	連結会社計
社員数(単体)	3,211名	
男性	2,793名	雪印メグミルク(株)
女性	418名	
女性管理職	8名	雪印メグミルク(株)
女性管理職比率	1.09%	(出向者を含む)
平均年齢	39.9歳	雪印メグミルク(株)
平均勤続年数	12.1年	雪印メグミルク(株)
障がい者雇用率	1.87%	雪印メグミルク(株)
育児休暇利用者	14名	2011年度
内育児休暇男性社員利用者	3名	利用者数
子育て支援休暇利用者	29名(のべ64日)	雪印メグミルク(株)
看護休暇制度利用者	55名(のべ268日)	(出向者を含む)
短時間勤務制度利用者	20名	

ステークホルダーからのメッセージ

ステークホルダーの方々から雪印メグミルクグループの取組みへのご意見・ご評価とこれからの期待についてメッセージをいただきました。



NPO法人
経営倫理士協会
理事
星野邦夫 様

貴社の活動報告書を拝見して、新生雪印メグミルクが、消費者と誠実に向き合い、酪農家をはじめ地域社会に深く根ざした生産活動を発展させ、従業員力の向上を通じて持続的な発展を目指している姿が伝わってくる良いCSR活動を実践していると思いました。

CSR報告書の研究者として貴社のCSR活動について今後、期待したいことは、CSR活動全般についてPDCAを回し、それらを情報開示していただきたいことです。つまりCSRの対象課題(経済・社会・環境)について中期、短期の目標を掲げ、それらの進捗度が今年はどうであったか、次年度の目標と改善ポイントはどこかなどを明示することで、CSR活動がマネジメントとしてさらに存在感のある活動になるのではないかと思います。またどの企業にあってもCSR活動は全てうまくいくわけではありません。事故やトラブルなど失敗事例も適切に開示することで社員の教育になり、消費者をはじめ社会の信頼感も高まるものです。



全国雪印メグミルク
協議会
会長
北川忠男 様

雪印メグミルク(株)が誕生し1年が経過しました。我々牛乳販売店は、現在、旧社時代のブランドである「MEGMILK」の看板を掲げていますが、これから順次「雪印メグミルク」の看板へ付け替えをしていきます。宅配商品にも「雪印メグミルク」のブランドが入り、新会社設立から1年を経た今、改めて未来に向けた一歩を踏み出せる思いです。

御社および御社グループには、この活動報告書に掲載されているような活動を継続し外部に発信していくことに加え、ブランド投資を継続的に行っていただき「雪印メグミルク」ブランドのさらなる価値向上に繋げていただきたいと思います。

我々の主力事業である宅配は、一軒一軒の顧客開拓から始まります。御社ブランド価値の向上は、そういった活動の後押しになるだけでなく、ご契約いただいたお客様が商品に安心感・信頼感を持って契約を続けていただくことにもつながります。

ブランドを背負う我々も、「雪印メグミルク協議会」という組織の力を結集し、御社との強力なパートナーシップのもと、ブランド価値の向上に寄与できるような活動をしていきたいと考えています。



九州生乳販売
農業協同組合連合会
代表理事会長
尾形文清 様

弊会が発足する前年、平成11年度での九州産生乳の旧雪印との取引数量割合は16%程でしたが、平成23年度の弊会との取引数量については、10%弱となってしまいました。寂しい限りです。昨年4月から新しくスタートした貴社のスローガンと3つの使命を果たす企業理念を拝見しました。私ども酪農家は3つの使命のうちの1つ「酪農生産への貢献」に大きな興味を持ち、また、その実践に大いに期待するところです。車の両輪として生乳取引数量の維持拡大、生乳生産基盤の脆弱化が叫ばれて久しい現状を打開する手段の大きな1つではないでしょうか。九州としても、年々、小さくなってきた生産基盤の復活に今年からは特に努力を傾注しているところです。「消費者重視経営の実践」による企業としての経営維持拡大を通じて、先頭に立つての国産生乳使用の商品展開を祈念します。



全国牛乳パックの
再利用を考える連絡会
代表
平井成子 様

当会が牛乳パックの回収運動を開始してから8年後の1992年に、乳業社と紙容器メーカーで構成する「全国牛乳容器環境協議会」が設立され、今年で20年目を迎えます。設立当時から雪印乳業(株)は会長職や事務局を担ってこられ、この間20%以上の回収率増加にも貢献され、現在紙パックリサイクルは社会にすっかり定着いたしました。しかし他の容器包装材に比べ43%程度の回収率にとどまっており、紙パックリサイクルに対する事業者のなお一層の努力が求められています。紙パックは「洗って開いて乾かして」という手間を消費者がかけているからこそ、古紙資源として有価で取引され、再商品化義務からも外れています。さらに付加価値の高い製品に再生され、日本独自の優秀なリサイクルシステムとなっています。残る60%近くの紙パック回収に、全社挙げて取り組んでいただき、乳業界全体へと波及していくことを心から期待しています。



日本消費生活
アドバイザー
コンサルタント協会
西日本支部
猪飼久子 様

私は地方で料理教室を主宰し、若いお母さん達に料理を通して食の大切さ、命の大切さと尊さを学んでもらっています。

私たち消費者は牛さんの命の糧を分けていただき、自分達の命につなげています。

まず、そのことに感謝いたします。

供給してくれる牛さんや酪農家の方と、享受している私たちをつないでいるのが、牛乳・乳製品です。生産に関わっている一人ひとりが双方の命の大切さと尊さを想えば、安全で安心できるおいしい製品ができると確信しています。

私は雪印メグミルクグループの消費者部会に参加させていただき、安全で安心できるおいしい乳・乳製品を提供するために日々努力をされていることを知ることができました。

一般の消費者は直接には知ることができませんが、雪印メグミルク(株)の製品を購入し食することで雪印メグミルクグループの企業努力を知ることになると思います。

今後も消費者の期待に添うよう、一層の努力をお願いいたします。

また、あくまでも国産にこだわり「雪印北海道100」の充実をお願いいたします。そのことが国内の酪農家の方々を支え、消費者の健康の維持に貢献するものと考えます。



首都圏中央支店
販売促進三課
畠山恵

私の社会人魂の根底にある言葉をふたつ紹介します。

- 1、「家族に食べさせられるものを作る」
- 2、「お前はどうかんたい?その思いがないとお前らしい仕事はできない」

一つは、工場実習の際に、もう一つは営業になっていただいた言葉です。食品メーカーの基本、働く上での基本が詰まっています。大好きな言葉です。

1年前の工場実習では、物作りの基礎を学びました。そして今、作り手の思いが詰まった商品を、日本中の家族に届けるために営業をしています。日々量販店を回り、情報収集する一方、1品でも多く当社の商品を置いていただける様に商談を行なっています。「お前はどうかんたい?」の現時点での答えは、「あなたの会社の商品なら置こう」そう言っていたら、商品に付加価値を付ける営業になる、です。

そんな私の将来目標を最後に。「働いている人も笑顔、食べてくれた人も笑顔、雪印メグミルク(株)に関わる全ての人が笑顔」でいられる、そういった会社で働きたい、いや、そんな会社になります!

雪印メグミルクグループの「活動報告書2012」へのご意見・ご感想をお聞かせください。

雪印メグミルクグループの「活動報告書2012」をご覧ください、ありがとうございます。本報告書についてのご意見・ご感想などをお聞かせください。今後の雪印メグミルクグループの企業活動や報告書作成に反映していきたいと考えております。お手数ですが、アンケート用紙にご記入の上、お送りいただきますようお願い申し上げます。

本誌をご希望の方は、雪印メグミルク(株)フリーダイヤルへご連絡願います。
●雪印メグミルク お客様センター 0120-301-369 (9:00~19:00年中無休)

雪印メグミルク(株)ホームページでも、本報告書を公開しております。

●「社会的責任への取り組み」<http://www.meg-snow.com/csr/report>



未来は、ミルクの中にある。

雪印メグミルク

この報告書は、古紙のリサイクルに取り組むオフィス町内会と、森林の再生に取り組む岩手県岩泉町との連携により実現した「森の町内会-間伐に寄与した紙-」を本文用紙に使用しています。インクは「100%植物油のインク」を使用し、印刷は印刷工程で有害廃液を出さない「水なし印刷」で行なっています。

未来が変わる。日本が変わる。 **25** チャレンジ



2012年6月発行