

# 社会・環境報告書 2008



## 編集方針

日本ミルクコミュニティ株式会社は「自然からお客様までのミルクコミュニティを育み明るく健やかなくらしに貢献します。」を企業理念として掲げ、社会の一員として強い認識を持ちながら、企業活動を進めてきました。本報告書は、企業理念に沿って「環境」だけではなく、「社会」「経済」についての報告も含んでいます。牛乳という「自然の恵み」を、どのようにミルクコミュニティを育みながら、皆様にお届けしているか、本報告書を通してご理解いただければ幸いです。

本報告書は皆様に親しんでいただけるよう、できる限り読みやすくすることを念頭に作成しました。また、報告の内容は「環境報告ガイドライン(2007年度版)」(環境省)を参考に作成しました。

## 報告にあたっての基本要件

報告の対象:日本ミルクコミュニティ株式会社

報告の期間: 2007年度(2007年4月1日~2008年3月31日)

(一部、2008年度の直近の活動も報告しています)

報告の対象:環境的分野、社会的分野、財務的分野

発 行 日:2008年10月 次回発行予定:2009年10月

発 行 責 任 者:常務取締役 山登 正夫(生産統括部担当)

作成主管部署:生産統括部 生産技術グループ 環境対策チーム

本報告書内容に関するお問い合わせは

日本ミルクコミュニティ株式会社

お客様センター(9:00~17:00) 【フリーダイヤル】0120-464-369

〒162-0067 東京都新宿区富久町10-5 新宿EASTビル

http://www.megmilk.com

## 目次

はじめに ―――	
	1
報告にあたっての基本要件 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	1
目次 ·····	2
会社紹介・商品ラインアップ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	3
ごあいさつ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	5
企業理念の実現に向けて ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	6
特集	
巻頭インタビュー・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	7
環境 ————————————————————————————————————	
環境方針 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
環境マネジメントの推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
水への取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
温暖化防止への取り組み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
3Rの取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
グリーン調達の取り組み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	18
環境コミュニケーションの取り組み ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	19
環境目標と結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	21
マテリアルバランス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	22
生産における環境負荷の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	23
各工場のデータ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	24
関係会社レポート・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	25
社会 ————————————————————————————————————	
品質方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	26
安全・安心への取り組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
HACCOL	٠,
お取引先・販売店とともに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
社員とともに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	
コーポレートガバナンスとコンプライアンス・・・・	38
会社の概況 会計概要 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	4.0
会社概要 ····································	
事業所一覧・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	42



# 会社紹介・商品ラインアップ

### 会社紹介

日本ミルクコミュニティ株式会社は、酪農を基盤とする乳業3社の統合により誕生した会社です。 酪農の産物である牛乳は、おいしくて栄養バランスに優れた自然の恵み。

私たちは、生産者とお客様の架け橋となって、新鮮な自然の恵みを生かし、 おいしさ・健康・楽しさなどお客様の求める価値を提供する会社を目指しています。

私たち日本ミルクコミュニティは、「メグミルク」というブランドをメインに多くの商品を作っています。 「メグミルク」とは自然の恵みとミルクから作られたブランド名です。

また「M」の文字の下の2つの点は、母牛の乳房からしたたり落ちる「ミルクの滴」を表しています。

自然の恵み 骨 ミルク ◇

## \*Ø™

## 主な商品ラインアップ

おいしさをお届けします。

## メグミルク牛乳

私たちの理想は、牧場で搾られた牛乳のおいしさをそのまま味わっていただくことです。 そのためメグミルク牛乳には、独自の2つの工夫があります。

1つめは「メグまごころ製法」と呼ばれる独自の製法。生乳を加熱殺菌する際においしさが失われてしまう原因となる酸素を、低温でやさしく取り除いています。これにより、まろやかでフレッシュなのどごしを、そのまま保つことに成功しました。

2つめは「おいしさキープパック」と呼ばれる赤いパッケージ。メグミルクの赤にはおいしさを損なう光から牛乳を守るはたらきがあります。さらに赤いインキにも独自の改良を加えおいしさを守る力を高めました。



健康をお届けします。

## ナチュレ 恵 megumi

プレーンヨーグルトは、どれも同じだと思っていませんか? 実はナチュレ恵には私たちのおなかの健康を守るはたらきに優れた、2種類の善玉菌が使われています。

それは「ガセリ菌SP株」と「ビフィズス菌SP株」。どちらも私たちの腸内に数多く生息する代表的な善玉菌です。 特に「ガセリ菌SP株」は、腸内に定着することが世界で初めて証明された画期的な菌株です。

この2種類の善玉菌が、まろやかな口あたりと相まって、 皆様の健康をおなかの中から応援します。



### 楽しさをお届けします。

## ᠍ 栗原さんちのおすそわけ

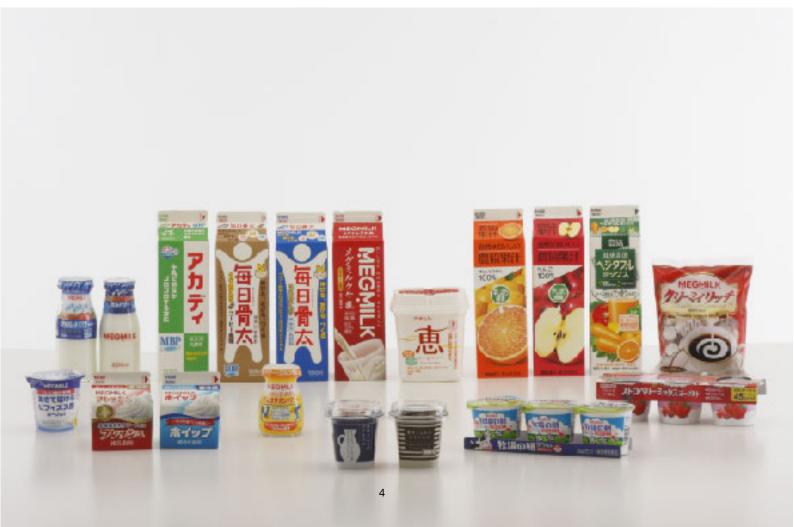
人気料理家栗原はるみさんと共同で開発した、贅沢に 仕上げたデザートのシリーズです。

もともと牛乳が大好きな栗原さんならではのセンスとアイデアを盛り込み、ミルクの味わいたっぷりに仕上げました。 「栗原さんが普段家庭で作っているデザートをそのまま商品にする」という考えが基本。

ナチュラルなホームメイドのおいしさを再現するためのこだわりを生かしています。 ほっとくつろぎたい時に、ご自分にご褒美をあげたい時に、心ゆくまでそのおいしさをお楽しみいただけます。



### 私たち日本ミルクコミュニティは、メグミルクブランドを中心に さまざまな商品をお届けしています。





日ごろから、弊社商品に格別のご高配をたまわり、厚くお礼申し上げます。

日本ミルクコミュニティ株式会社は、2003年1月に酪農を基盤とする会社3社が統合して設立された若い会社です。そして私たちは、自然の恵みである牛乳の素晴らしさをすべての人々と分かち合い、皆様の明るく健やかなくらしに貢献することを目的として、設立以来さまざまな取り組みを続けてきました。

それらの取り組みの中で、特に社会や環境に関わる点をまとめ、昨年度「社会・環境報告書2007」として発行しました。

そしてこのたび、新たに「社会・環境報告書2008」を発行するにあたり、以下の2点に留意しました。

1点目は、私たちがこの取り組みを永続的に発展させていくことを、皆様にお約束するということです。 現在、地球温暖化などに代表される環境問題は大きくクローズアップされ、国際的にも人と自然の 調和した社会経済システムの構築が喫緊の課題になると考えられます。また、家畜の飼料が石油代替 エネルギーに転用されたり、原油価格高騰などの原因により、わが国を取り巻く食糧情勢は大きな変化 を見せています。このような時代に、自然を基盤とする食品メーカーとして、社会や環境にさらなる貢献 を続けていくことは、企業の最も大切な活動のひとつであると考えています。

2点目は、広く社外に向けて私たちの取り組みを発信することで、私も含めた社員1人ひとりが、これらの活動への貢献を胸に刻み、自信を持って行動することです。

私たちは、皆様においしさと健康と安心をお届けする企業として、弊社の活動の透明性と積極的な情報開示に責任を持たなければなりません。そのためには、社員各自が胸を張って、それぞれの"小さな一歩"を積み重ねていくことが大切です。この報告書は、私たち自身が自らの行いを振り返る、大切なツールでもあります。

いずれにしても、食品業界のみならず、わが国自体が非常に厳しい環境におかれている状況であるからこそ、まず自分たちにできることをしっかり見つめ、社員1人ひとりの"小さな一歩"を結集させる、「社会・環境報告書2008」は、この1年間の"小さな一歩"の集大成と位置付けています。

これからも、私たちは初心を忘れず、さらに社会・環境に貢献できる企業となれるよう、邁進していく所存です。

2008年10月

## 企業理念の 実現に向けて

私たちは、企業理念実現の一環として社会・環境活動に取り組んでいます。

#### 企業理念

自然からお客様までのミルクコミュニティを育み 明るく健やかなくらしに貢献します。



私たちが考えるミルクコミュニティは、お客様からお取引先・販売店・生産者・株主・社員に加え、 牛や大地とも共生し、自然で健康的な価値を生み出す有機的ネットワークです。

#### 企業行動規範

私たちは、企業理念を実現するための行動の基本を「ミルクコミュニティ行動宣言」として定めます。また、企業の社会的責任を果たすための具体的な行動のあり方を「ミルクコミュニティ行動指針」として定めます。

私たちは、この「ミルクコミュニティ行動宣言」「ミルクコミュニティ行動指針」(2つを合わせて「企業行動規範」とします)の精神を十分に理解し、企業理念実現に向けて行動します。

とくに、経営者は、行動宣言・行動指針の浸透と定着が、自らの役割であることを認識し、率先垂範します。

#### 「ミルクコミュニティ行動宣言」

自然の恵みをたいせつにします。 信頼と協力の輪を広げます。 より良いものを求めて革新します。

私たちは、これを原点に自分自身で考え、責任を持って行動します。

#### ミルクコミュニティ行動指針 具体的行動

#### 環境方針

「自然の恵みをたいせつにします」

豊かな自然の恵みを、お客様に安全に届けることは私たちメグミルクの社員に課せられた大切な使命です。そのために私たちは、自然の恵みをもたらす地球環境の保全に積極的に取り組み、事業活動と地球環境の共生に努めて参ります。

- 1.社会への貢献
- 2 .企業情報の開示
- 3.地域社会との交流
- 4.環境への配慮
- 5 .排出物の適正な処理

#### 品質方針

お客様の声を聴き、法令・社内基準遵守の企業倫理のもと、満足と信頼頂ける品質の実現を目指し、お客様第一主義を実践します。

- 1.安心・安全な商品とサービスの提供
- 2 . 品質管理教育の充実・徹底
- 3.品質監査の強化

## 巻頭インタビュー

自然にやさしい会社だから、環境にやさしい会社であることに意味があるのです。



「社会・環境報告書」は 社内外に活動を伝えるためのツール

村瀬: 早速ですが、メグミルクが「社会・環境報告書」 を発行されたのは昨年度からですよね。これ には何か理由があるのですか。

山登:確かに、弊社では昨年度より「社会・環境報告書」を発行しました。これにはふたつの理由があります。

まずひとつめは、環境への取り組みや社会活動が非常に重要になっている現在、お客様に対して、はっきりと活動内容や取り組み成果をご報告するべき時期に来た、という点です。また、ふたつめは、全く同じことを社員や関係者に伝えるという点です。

いずれにしても、私たちは2003年1月に設立した若い会社です。設立以来、それこそ全社をあげてメグミルクを地に足のついた存在にするためにがんばってきたわけですが、その成果をまとめて社外に発表する機会がなかった。また全社員が共有化する機会もなかったのです。

村瀬: それどころではなかったということですね。

山登: まあ、そうですね。それこそ、まずは会社をスタートさせるわけですから、後ろを振り返る余裕などなかった、というのも事実ですね。

それはともかく、会社をスタートさせ軌道に乗せるという活動の成果を、どこかの段階できちんと皆様にご報告しなければならない。そのためには、ある程度成果が上がっていなければならない。このような点から昨年を私たちメグミルクの「社会・環境報告」初年度としたわけです。

自然にやさしい酪農を事業基盤に置く メグミルク

村瀬:この報告書がメグミルクの活動成果を社内 外に伝えるコミュニケーションツールと位置付 けていられるのですね。では次に、メグミルク にとっての「社会・環境報告書」の意義をお 聞かせいただけますか。

山登: はい。実はここは声を大にして申し上げたい 点なのです(笑)、私たちはご存知のように酪 農を基盤としている会社です。この酪農は、 実はもともとが非常に自然に優しい循環型農 業です。

村瀬: 酪農は、自然に優しい農業なのですか?

山登: つまり乳牛は牧草を食べて大きくなります。その過程で乳を出し、牛乳として人間が利用しているのですが、当然何か食べれば排泄をします。 つまり牛糞ですね。 この牛糞が非常に質のよい肥料になります。 そこから牧草がまたスクスクと生える、というわけです。

村瀬:無駄がありませんね。



山登: そうなんです。自然に対して無駄な負荷をかけないという点が酪農の大きな特長なんですよ。また、酪農にはもうひとつ大きな特長があります。

村瀬: それはどのような特長ですか?

山登: 酪農の生産物は「乳」です。つまり母牛が子 牛のために出した乳を人間が分けてもらって 利用する農業であり、生命を奪うことがありま せん。これもある意味で優しい農業と呼べる かも知れませんね。

村瀬:確かにおっしゃるとおりですね。

山登:それで、先ほどのご質問に戻ります。私たちが「社会・環境報告書」を出す意義は、もともと自然に優しい会社の、自然に優しい活動をお伝えする、という一言につきます。

村瀬:確かに乳業会社というのは自然に優しいイメージですね。

山登: そうなんです。しかしメーカーですから、やはり 廃棄物は出る。排水は出る。エネルギーは使 う。これは仕方がありません。ただそれをいか に減らすか、あるいはいかにリサイクルするか、 そこに強い使命感を感じます。



村瀬: 具体的にはいかがなんですか?

山登:廃棄物は削減する、繰り返し使う、再資源化するのいわゆる3R(1)を積極的に推進しています。

例えば3Rのひとつ「削減」ですが、工場から 排出される廃棄物の約1/4は排水処理場か ら出る余剰汚泥(2)です。2007年度はこの 汚泥に着目して、神戸工場の排水処理場を 大幅に改善し、汚泥を半減できました。著しい効果が確認できましたので、これは他工場にも展開予定です。

また、エネルギーでは燃料転換を実施しました。 今や地球温暖化は待ったなしの状況になっています。弊社としても温室効果ガスの削減 は社会的責任と認識しています。これまで使 用してきた重油から天然ガスへの燃料転換 は温室効果ガス削減にとても効果があるとい われています。2007年も札幌工場と川越工 場をガス化し、ガス化率は50%を超えました。 2008年度も野田工場と名古屋工場をガス 化する予定となっています。

更にこれらの取り組みを効果的、継続的に行っていくために2007年度は環境のマネジメントシステムであるISO14001(3を全社で取得しました。

これにより、今までは工場が主体であった環境活動が営業・管理部門も含めた全社で推進していくことになります。私としては、環境活動について全社一丸となった相乗効果を期待しています。

社会活動の原点は「優れた自然の恵み」 牛乳のよさをお伝えすること

村瀬:「環境」に関しては、基盤自体が自然に優し い会社という使命感を持って、環境活動に取 り組まれているわけですね。その点はよくわか りました。

では次に「社会」に関しては、どのようにお考えなのでしょうか。



山登: その点も声を大にして申し上げたいところで すね。

村瀬: 声を大にされる点が多いですね(笑)

山登: そうですね。どうしてもこのような話になると熱がこもってしまうんです(笑)

私たちのお届けしている商品は、牛乳が元になっています。そして牛乳は100パーセント自然食品です。さらにご存知のように非常に健康によいものです。おいしくて、栄養バランスに優れ、特にカルシウムの補給という点に関しては、他の食品の追随を許しません。

私たちの役目は、この優れた特長をいかに皆様にお伝えするか。そしていかにおいしさ、健康、楽しさに貢献できるかという点に尽きると思います。

皆様に幸せをお届けすることができなければ、 社会に受け入れられる会社にはなれません。 私たちは、胸を張って牛乳のよさを、広く皆様 にお伝えする。これが社会との関わりの最も 基本的な点だと考えています。



村瀬: なるほど。優れた自然食品であり、健康食品である牛乳のよさを社会に伝える点が、メグミルクの社会とのコミュニケーションの基本というわけですね。

山登: その通りです。私たちは成長期のお子様や、毎日を健康に過ごしたいと願う方々に、いろいろな方法で牛乳のよさをお伝えしています。例えば、スポーツイベントや夏休みのラジオ体操に協賛し、健康な体づくりにいかに牛乳が必要かを理解していただくこと。

また、工場見学に骨密度測定や酪農体験といった企画を盛り込み、近隣の皆様に牛乳に親しみを持っていただくことにも力を入れています。

村瀬:確かに牛乳に親しんでいただく、というのは 大切な点ですよね。

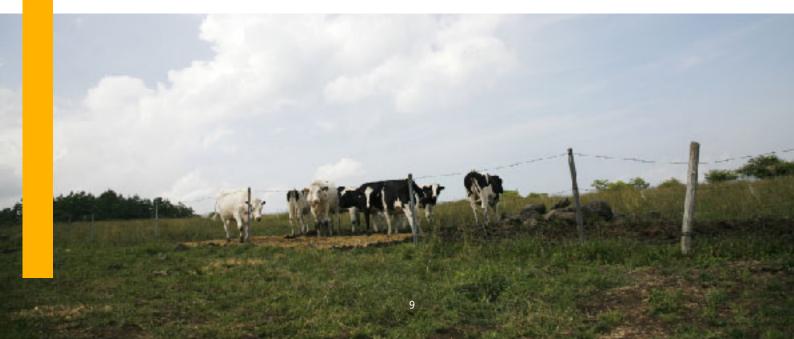
山登: そのためには、まず牛乳を理解して好きになっていただかなくてはなりませんからね。ですからホームページで、料理研究家の栗原はるみさんに牛乳を取り入れたメニューを作っていただいたり、牛乳の栄養に関する権威で、メグミルクの社外取締役でもある、医学博士の江澤郁子先生に牛乳のよさを科学的に説明していただくことも行っているんですよ。

村瀬: 実にいろいろな活動をされているのですね。 山登: ひとつひとつは、地道な取り組みです。しかし それらが組み合わさり続くことで、いつか皆様 が牛乳の価値を本当に理解してくださる日が 来ると信じています。

独自の取り組みで「食の安全・安心 を強化

村瀬: ところで話は変わりますが、今消費者の皆様に最も関心が高いのは「食の安全・安心」だと思います。それに対して取り組まれていることをお話しいただけますか?

山登: それは最も基本的な取り組みのひとつです。



村瀬:どのような取り組みですか?



山登:「食の安全・安心」は、実はいくつかのテーマ に分かれます。

> 最初は「品質管理・衛生管理」、つまり品質 事故を未然に防ぐ体制づくりです。

> この点は、例えばHACCP(4)による手法を 徹底させたり、MCQS(5)という一般的な 基準より た厳しい、弊社独自の品質管理手法 の導入や社内基準を定めています。また新し い検査方法も取り入れ、確実に検査した商 品をお届けする体制を敷いています。

> さらに内部監査だけでなく、AIB(6)という外部機関に監査を依頼し、問題点の抽出と改善を行っています。改善に終わりはないですか

次に、万一の際にスムーズに原因を突き止め、 事故の拡大を防ぐ体制づくりです。これは、「牛 乳製造工程・出荷履歴管理」という、牛乳が 工場に入荷してから、出荷されるまでの工程、 さらにどこに出荷されたかが瞬時にわかるシ ステムを全工場に構築しています。全国規模 で導入したメーカーは、メグミルクだけです。 最後は、特に「安心」に力点を置いた取り組 みです。「安全」とは物理的に対策を講じれ ば達成することができますが、「安心」はそれ

この取り組みの一例が、「けんさく君」です。 これは牛乳類の製造年月日がホームページ や携帯電話で瞬時に分単位でわかるという情報公開のシステムです。 これもメグミルクだけの取り組みです。

にお客様の心理的な要因がプラスされて初

村瀬:ずいぶん、いろいろとなさっているのですね。

めて達成できるものです。

山登: 先ほど、会社設立以来がんばって取り組んできた成果を発表するタイミングとして、昨年「社会・環境報告書」を発行した、と申し上げましたが、これらの取り組みは一朝一夕でできることではありません。ある意味で設立以来の活動の最初のまとめという意味で、昨年より発行を始めたところです。

村瀬:今年からはいかがなんですか。

山登: 今までにお話したことは、まだまだ改良の余地を残した取り組みや、さらに広げていく取り組みもあります。

社会・環境活動にゴールはなく、永続的に効果をあげていかなくてはなりません。今年の「社会・環境報告書2008」には、昨年の取り組みを継続した成果や、新しく改良を加えた点などをいろいろとご報告したつもりです。

村瀬: 長時間にわたってありがとうございました。 最後に何かこれだけはおっしゃりたいという点がありましたら、お願いします。

#### 社会環境活動を作るのは社員の力

山登:いかに仕組みを作っても、それに魂を吹き込むのは人間です。

これも最初に申し上げたことですが、この「社会・環境報告書」を社外の方だけではなく、ぜひ社員や関係者も読んで、自分たちの事業基盤である酪農の素晴らしさ、牛乳の素晴らしさをお届けするという仕事に胸を張って取り組んでもらいたいと願っています。



- ( 1)3R: Reduce(リデュース:減らす)Reuse(リユース:再利用)Recycle(リサイクル:再資源化)の頭文字を取った言葉です。
- (2)汚泥:工場排水を浄化する際に生まれる物質。この汚泥と分離された上澄み水が浄化水として放流されます。
- ( 3 JISO14001: ISO(国際標準化機構)が制定した環境マネジメントシステムの国際標準規格です。
- ( 4)HACCP( Hazard Analysis Critical Control Point ): 原料の入荷~製造・出荷の工程であらかじめ危害を予測し、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です。
- (5)MCQS:ミルクコミュニティクオリティシステムと名付けた、 メグミルク独自の品質管理システムです。
- ( 6 )AIB: AIBはAmerican Institute of Baking(米国製パン協会)の頭文字。AIBのフードセーフティ指導・監査システムは食品の安全を守る監査として幅広く活用されています。

弊社は2005年10月、「環境方針」を制定しました。 この中で、すべての企業活動において、環境への負荷の軽減を図ることを約束しています。

## 環境方針

「自然の恵みをたいせつにします。」

豊かな自然の恵みを、お客様に安全に届けることは私たちメグミルクの社員に課せられた大切な使命です。そのために私たちは、自然の恵みをもたらす地球環境の保全に積極的に取り組み、事業活動と地球環境の共生に努めて参ります。

#### 【行動指針】

私たちは、牛乳、果汁、ヨーグルトなどの製造および販売等に関わる事業活動を対象に環境方針、環境目的および環境目標を設定し、定期的な見直しを行うとともに、環境に対する継続的改善と汚染の予防に取り組むため、以下の指針に基づき、環境マネジメントシステムを推進します。

- 1.社会への貢献
  - 企業活動を通しての社会貢献とともに、自然保護活動等を支援します。
- 2.企業情報の開示
  - 会社を取り巻く関係者とのコミュニケーションを図り、信頼性のある情報を適時、積極的に提供します。
- 3 地域社会との交流
  - 「開かれた工場」など、事業所において地域社会とのコミュニケーションを積極的に 行います。
- 4 環境への配慮
  - 地球環境を保護するため、関連する法令・規則を守ります。 また、すべての企業活動において、環境への負荷の軽減を図ります。
- 5 排出物の適正な処理
  - 地域社会の環境を保護するため、法令・規則を守り、排出物を適正に処理します。 さらに廃棄物については積極的に減量と再資源化を図ります。

2005年10月1日 日本ミルクコミュニティ株式会社 代表取締役社長 )、原 實

## 環境マネジメントの推進

### メグミルクは、2007年度に全社でISO14001の認証を取得しました





札幌工場



野田工場



海老名工場



富里工場



児玉工場



川越工場



日野工場



豊橋工場



名古屋工場



京都丁場



京都工場池上製造所



神戸工場



福岡工場



全社一括での認証取得

環境マネジメントの推進

メグミルクは継続的、組織的に環境負荷低減に取り 組むために環境マネジメントシステム(EMS)の導 入を積極的に進めています。

会社設立時は5工場それぞれでISO14001を認証 取得していましたが、2005年12月に本社を中心と したマルチサイト形式で認証を取得しました。2006 年度はさらに、6工場・1製造所を拡大し認証取得し ました。2007年度は、全国のロジスティクス部門、営 業部門、管理部門を拡大し、全社一括での認証取 得を達成しました(2008年3月3日)。

これにより、全社一丸となった環境負荷低減活動が 可能になります。

また、生産部門では2008年度よりメグミルク改善提 案活動(メグマップ)とEMSとを統合し、ボトムアップ とトップダウンが有機的に結合した、効率的な改善 ができる体制を整備しました。

1998年度 野田工場、ISO14001認証取得

1999年度 海老名工場、京都工場、 ISO14001認証取得

2000年度 豊橋工場、ISO14001認証取得

2001年度 札幌工場、ISO14001認証取得

2002年度 メグミルク設立

2005年度 本社、関東事業部(本社ビル)

ISO14001認証取得。同時に既取 得5工場をマルチサイトとして統合

2006年度 富里工場、児玉工場、川越工場、名

古屋工場、池上製造所、神戸工場、 福岡工場を拡大して認証取得

2007年度 全国のロジスティクス部門、営業部 門、管理部門及び日野工場を拡大

して全社一括での認証取得



審査機関より認証書を授与される小原社長 (2008年3月12日)

EMS: Environmental Management System

## 水への取り組み

### 水を大切にしています

日本では無限とも思える水資源は、実は限りある大 切な資源のひとつです。メグミルクでは、水を原料や 洗浄水として使用します。品質優先のため簡単には 削減できませんが、洗浄ラインの効率化などの工程 改善や最適な洗浄時間の検証などを通して、少し ずつ水の使用量が削減できるよう、努力を続けてい ます。

#### 清水の2次利用

野田工場では殺菌した牛乳を冷却するための熱交 換に使用したきれいな水をこれまでは廃棄していま したが、タンクに貯めて商品運搬用ケースの予備洗 浄に2次利用する改善を行いました。これにより、年 間約7 000m3を節水することができました。





野田工場

商品運搬用ケース予備洗浄

#### 野田工場 製造1課 庄司哲也

商品の仕込みは大量の水を使用しますが、職 員1人ひとりがムダが発生しないように細心の注 意と自覚を持って作業をしています。また洗浄 時間の最適化などの工程改善にも積極的に取 り組み、品質だけではなく環境面でもお客様の 期待に応えられるようがんばっています。



野田工場 製造1課 庄司哲也

#### 高効率用水設備の導入

工場では井戸水をくみ上げた後、濾過器を通して 細かい異物を取り除き、原料水や洗浄水として使用 していますが、1日数回実施する洗浄に膨大な用水 を使用していました。海老名工場では高効率濾過 器を導入し、濾過器の洗浄に必要な用水量を年 間約130 000m3削減することに成功しました。





海老名工場

高効率濾過器

#### 工程改善

メグミルクでは「メグマップ」という改善提案推進活 動を全国の工場で展開しています。2007年度は約 1 300件の改善活動を実施して、ローコストオペレー ション、省資源・省エネルギーを推進しました。

一例ですが、富里工場では牛乳の殺菌工程で、こ れまでは規定の温度まで加熱した牛乳をタンクの中 で保持していましたが、工程の最初と最後に大きな ロスが発生していました。

このタンクをチューブ化することによりロスの削減に 成功しました。電力や燃料の使用量削減にも効果 がありましたが、水使用量も年間約45 000m3の削 減につながりました。





富里工場



牛乳を保持するチューブ



## 温暖化防止への 取り組み

### CO2排出量の削減に取り組んでいます

IPCC(気候変動に関する政府間パネル)の第4次 評価報告では、20世紀後半の平均気温上昇は人 為起源の温室効果ガスによってもたらされた可能性 が高いとしています。地球の温暖化は深刻で、早急 な対応が必要です。メグミルクは持続可能な社会の 実現に貢献するために、積極的に温室効果ガス( C O2)の削減に取り組んでいます。

#### 燃料転換

工場での主要燃料源を重油から、よりCO2排出量 の少ない天然ガスに変更することです。ガス化はCO2 排出量の削減に効果的なので、メグミルクでは段階 的に燃料転換を進めています。

2007年度は札幌工場と川越工場でガス化を実施。 同時に高効率なボイラーを設置し、CO2削減に大き な効果をあげました。2008年度は野田工場と名古 屋工場の燃料転換を実施予定です。

今後も、近くにガス管が整備されている工場などから、 積極的にガス化を検討していきます。





札幌工場ボイラー

川越工場ボイラ

#### 温室効果ガス排出量取引

環境省が実施する第3期「自主参加型国内排出量 取引制度」に、札幌工場と富里工場が参加しています。 2007年度は113(t·CO2)削減の約束に対し、3384 (t.CO2)の削減を達成しました。

2008年度は1 303(t·CO2)の削減を約束してい ますので、さらに厳しい管理を行い、温暖化問題に 引き続き責任を果たしていきたいと考えています。

#### 排出量取引(目標と実績)2工場の合計値



#### 放射による熱損失の防止

蒸気配管などから放射される熱損失は予想以上に 大きく、一般的な蒸気バルブ1個に保温対策をする と重油換算で年間700リットル、CO2換算で年間1, 900kg(サッカーボール19万個分!)にもなります。メ グミルクでは工程改善の一環として、蒸気配管など の保温対策を順次進めています。





保温対策を施した蒸気配管(野田工場・豊橋工場)

#### ヒートポンプの導入

ヒートポンプとは少ない電力で大気中の熱をくみ上 げて、効率的にエネルギーを得るものです。京都工 場では、これまでは牛乳を殺菌する熱エネルギーを 得る蒸気ボイラーシステム全部に重油を使用してい ましたが、一部にヒートポンプを採用しました。このヒー トポンプは1の電気エネルギーで2の大気中の熱エ ネルギーをくみ上げ、合計3のエネルギーに変えてし まう大変効率のよいものです。これにより、СО2を年 間270t削減することができました。





#### クールビズ・ウォームビズ

本社ビルでは2006年度より、夏期(6~9月)のクー ルビズ、冬期(12~3月)のウォームビズを実施してい ます。

エアコン温度を調整することで、電力を削減する取り 組みの一環です。その他にもエレベーターを使わな い階段利用の奨励、昼休みの照明OFFなどで電力 削減に取り組んでいます。







ウォームビズ執務風景

# 温暖化防止への取り組み

### ロジスティクスでの CO2 排出量削減

ロジスティクスにおける最も重要な課題は商品輸配送におけるCO2の削減です。メグミルクではお取引先への配送あるいは出荷場所間の輸送にあたり、すべて運送事業者に委託しています。そこで荷主として環境に配慮した適正な車両を積極的に選択することにより、CO2排出の削減を推進しています。

#### 適正な車両選択

ロジスティクスセンターではお取引先への配送において、日々低積載コースを分析し、適正な車両選択を行っています。配車・コース分析においてはメグミルク独自の物流管理システムや配車システムを活用し、車両の削減を進めています。

#### 適正な車両選択・大型化例



#### モーダルシフト

モーダルシフトとはより環境負荷の小さい輸送手段に切り替えることですが、それにより、

- 1 CO2の削減
- 2 エネルギー使用量の削減
- 3 輸送トラック削減による騒音の削減

#### などが行えます。

弊社の出荷場所間輸送は主に環境負荷の大きいトラック輸送が約96%を占めており、そのトラック輸送から環境負荷の少ない鉄道・船舶輸送へのモーダルシフトを進めています。

(例)九州にある製造委託先H、製造委託先Iからの各出荷場所への輸送はすべてトラック輸送にて行っていましたが、2007年11月より環境負荷の小さい鉄道、船舶輸送へのモーダルシフトを実施しました。

モーダルシフト例による 2007年11月~2008年6月削減実績

エネルギー使用削減量 (GJ)	CO2排出削減量
2 ,150GJ	147 45t · CO <sub>2</sub>

#### モーダルシフト(鉄道・船舶に輸送手段をシフト)



改正省エネ法対応による荷主の義務への対応2006年4月に施行された改正省エネ法では輸送事業者に加え、荷主となる事業者に対し、省エネルギーに取り組むことが義務付けられました。メグミルクでは輸配送に伴うエネルギー消費量の正確な数値を把握し、荷主企業として取り組みを進めるとともに、物流事業者やお取引先との連携を図り、エネルギー消費量の削減を進めていきます。

メグミルクでは輸配送の効率化に伴う車両の削減、 廃棄物の削減、モーダルシフト等を進め、2007年度 はエネルギー使用に関わる原単位を2006年度比9 5%まで削減しています。

改正省エネ法対応におけるエネルギー消費量比較

	エネルギー消費量	CO2排出量	原単位
2006年度	1 790 492GJ	122 624t·CO <sub>2</sub>	0 0403
2007年度	1 743 749GJ	119 #15t-CO2	0 0383

## 3Rの取り組み

### 社内各部門で3Rを行っています

3Rとは、Reduce(リデュース:減らす)Reuse(リユース:再利用)Recycle(リサイクル:再資源化)の頭文字をとった言葉です。メグミルクでは生産部門、ロジスティクス部門をはじめ、営業部門や管理部門でも3Rを実施。同時にお客様に3Rの大切さをお伝えする活動も積極的に行っています。

包装資材の梱包材の一部リユース化・軽量化 原料資材の中には梱包材にダンボールを使用しているものがあります。ダンボールはこれまでリサイクルされていましたが、ダンボールをプラスチックダンボール、プラダン)化して、リユースしようという試みも実施しています。同様のリサイクルは一部の紙パックやストローでも実施しています。

またリデュースの取り組みとして、品質を確保した上でダンボールに替えて薄いクラフト紙を梱包材に使用した原材料の購入も始めています。



プラスチックダンボール



このように分解して、 納入メーカーに返却します



クラフト紙を梱包材に使用した 原料資材

#### 排水の余剰汚泥削減

廃棄物の中で、排水処理場から排出される余剰汚泥が約1/4を占めています。2007年度は排水処理場から排出される余剰汚泥対策を実施しました。神戸工場では排水として流入する有機物を微生物処理(活性汚泥法)していますが、より強力な処理を行えるように微生物の変更を実施しました。これにより、排出される余剰汚泥量は約1/2に削減することができました。



神戸工場 排水処理場



神戸工場 汚泥処理設備

汚泥は肥料などに再利用されています。

#### 商品廃棄物の削減

メグミルクでは賞味期限が短いチルド商品を主に扱っていますが、お取引先への出荷可能期限が過ぎて廃棄物になる商品の削減を目指し需要予測を上げ、適正在庫管理を進めています。また、発生した商品廃棄物の処理においてはリサイクル処理可能な業者に委託しています。

## 2004年度を100とした場合の商品廃棄物発生推移



## プラスチック容器(クレート)及びパレットの100%リサイクル

メグミルクでは商品の輸送・保管においてプラスチック製の容器(クレート)及びパレットを使用しています。使用を重ねて古くなったクレートはプラスチックメーカーで100%リサイクル材として使用されています。また、資材消費や廃棄物を削減するために、新容器の原料として弊社容器のリサイクル材を25%の比率で使用しています。また、パレットはリサイクル材を70~80%の比率で使用しています。現在は、弊社のリサイクル材を使用したパレット導入に向け、テストを実施しています。





リサイクル材を25%使用した容器(クレート)



工場で保管されている 容器(クレート)



リサイクルパレット

## 3Rの取り組み

### さまざまな実例とお客様への呼びかけ

#### PP(ポリプロピレン)ひもの削減

メグミルクでは商品輸送における商品倒れを防止す るためにPPひもを使用していますが、基本的には使 い捨てのため、使用後はゴミになっていました。そこ で、ゴミ及び消費資源の削減を目指し、配送距離の 短い一部の出荷場所間輸送においてエコベルトを 使用し、PPひもの削減を進めています。





#### 軽量ビンの使用

メグミルクでは、以前より軽量ビンを使用してきました。 軽量ビンは通常のガラスビンと同様の強度を保ちな がら軽量化することで、輸送効率を上げるとともに、ビ ン自体への商品名の印刷を行わず転用可能にして、 合理化を図っています。



メグミルクの軽量ビン

#### 包装資材の軽量化

包装資材はお客様で中身をお召し上がりになった後、 不用になることが多いため、包装資材の軽量化は廃 棄物削減に大きく寄与します。包装資材の軽量化を 推進し、一部のヨーグルトカップや牛乳ビンに使用さ れるフィルムについて、軽量化を行っています。

野田工場のビン製品の一部でフィルムの重量を20 %削減しました。



フィルムを軽量化したビン商品

#### ヨーグルト容器の肉薄化

フルーツヨーグルトにて、包装材料の軽量化・減量化 を目指し、容器素材をPS(ポリスチレン)からPE(ポ リエチレン)に変更することで、1カップの重量を7 3g から5 6gへと約23%軽量化しました。



カップを軽量化したヨーグルト

#### 紙容器化の取り組み

Ca無脂肪低カロリーヨーグルトについては、商品開 発段階から紙容器の使用可否について検討し、 2007年秋に紙容器を採用し新発売しました。



紙容器で発売したCa無脂肪低カロリーヨーグルト

紙パックのリサイクル(お客様への呼びかけ) 紙パックは、再生可能な森林資源を有効利用して作 られている容器です。また飲んだ後は、「洗って・開い て・乾かして」分別回収することにより、良質な資源と して再生利用が可能です。

メグミルクでは広く紙パックのリサイクルの呼びかけを 行っています。6月の環境月間と10月の3R推進月間 には容環協 が実施するリサイクル推進のメッセー ジを紙パックに掲載するキャンペーンに、積極的に 協力しました。2007年度は約8 000万枚の紙パッ クに環境メッセージを掲載しました。

容環協:全国牛乳容器環境協議会(乳業メーカーと製 紙メーカーからなる紙パックリサイクルを推進する団体)





紙パック側面に 環境メッセージを

牛乳紙パックリサイクルイベントの実施 各見学工場でのイベントを中心に、ショッピングセンター や料理教室の「エコイベント」でも、牛乳紙パック工作 教室や手すきハガキづくり教室を実施。イベントを楽し みながら、紙パックが上質な紙で作られている点や、ロー ルペーパーにリサイクルされる点をお伝えしています。





豊橋工場 紙パック工作

野田工場 手すきハガキづくり

## グリーン調達の 取り組み

### グリーン調達

グリーン調達とは、商品を製造するための原料資材 や事務用品などの消耗品を購入するにあたり、品質 や価格だけでなく環境に配慮し、できるだけ環境負 荷が少ない商品やサービスを購入する取り組みです。

#### 原料資材のグリーン調達指針

グリーン調達が環境配慮型商品の市場形成に重要な役割を果たし、持続可能な社会の構築に極めて有効な手段であることを認識し、グリーン調達指針を2006年に定めました。メグミルクではこの指針にもとづき原料資材調達を行っていきます。

#### グリーン調達指針

環境や人の健康に被害を与えるような物質を含んでいない

資源やエネルギーの消費が少ない

持続可能な資源を使用している

食品に直接触れない資材(梱包材など)については、再生された素材の使用率を高める

廃棄されるときに処理や処分が容易である 調達コストについては、従来品と同程度を基本 とする

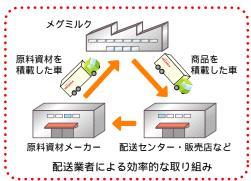
物流の合理化のため、積載効率のアップ・配送距離の短縮を図る

納入品の包装材については、リユース品の使用 率を高める

#### 空車活用による効率配送の実施

メグミルクが購入している原料資材は種類も多く、 供給工場も多いことから、以前は原料資材を配送 した後のトラックが空のまま戻るということがありま したが、配送を集約し一元管理することで、戻りの トラックに近隣の原料資材メーカーからの荷物を 積んで、空車率を削減する取り組みを行っています。

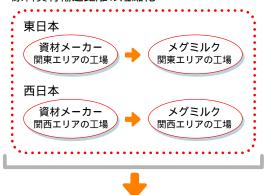
#### 空車を利用した配送の効率化



#### 使用工場所在地に近いエリア内での 供給体制の見直し

地産地消の考え方を原料資材の供給体制に応用しました。使用量の多い紙パックなどの資材では、西日本のメグミルク工場には西日本の資材メーカー工場から、東日本のメグミルク工場には東日本の資材メーカー工場から供給を行い、輸送距離をできるだけ短縮する取り組みを行っています。

#### 原料資材輸送距離の短縮化



#### 環境への負荷低減

#### オフィスにおける取り組み

メグシレクでは、オフィスで使う事務用品について、グリーン調達の実施(環境負荷の少ない事務用品の調達)に取り組んでいます。

各場所では購入総量の抑制を第1の目標に置き、購入商品リストの作成、極端な価格差・機能差がなければエコマーク商品・グリーンマーク商品の購入を心がける、替針・補充液の使用促進、デスク内などの未使用文房具の回収・再利用などを行っています。また各場所における事務用品の購入・使用の実態調査などを継続して行い、取り組みへの認識を高め、その強化を進めています。





エコマーク付きの事務用品購入促進

## 環境コミュニケーションの 取り組み

### 周辺の美化活動を中心に、それぞれの事業所が自主的に社会活動を行っています

清掃活動

北海道事業部 (札幌支店、北海道ロジC、札幌工場)

豊平川ふれあいクリーン作戦 with イカダ下りへの参加

東北事業部 (仙台支店、東北ロジC)

6月14日、10月10日

仙台市清掃キャンペーンへの参加

北東北支店

6月5日

町内会清掃活動参加



首都圏西支店 清掃風景

首都圏北支店 6月14日、8月16日

周辺の清掃活動実施

関東事業部管理二課、首都圏西支店

7月26日

周辺の清掃活動実施

野田工場·首都圏東支店

月1回

周辺の清掃活動実施

野田工場 清掃風景

日野市主催一斉清掃参加

中部事業部 (中部支店、中部ロジC、名古屋工場) 5月28日、7月30日、10月23日、12月21日

周辺の清掃活動実施

海老名工場

月1回

周辺の清掃活動実施

神戸工場

4月27日、5月29日、9月28日、10月29日

周辺の清掃活動実施

神戸支店

日野工場 5月27日、11月25日

毎週水曜日

周辺の清掃活動実施

ロジC: ロジスティクスセンター

九州事業部 (九州支店、九州ロジC、福岡工場)



#### エコプロダクツ2007への参加

メグミルクは、容環協(全国牛乳容器環境協議会)加盟会員の一員として国内最大級の環境展「エコプロダクツ2007」に参加しました。容環協は全国の乳業メーカー、飲料用紙容器メーカー並びに団体会員、賛助会員の約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、2010年度までに紙パックの回収率を50%以上(2006年度37 4%)という自主目標を掲げて活動を行っています。

当協議会は、エコプロダクツ展で手すさはがき体験コーナーや牛乳パックを利用した工作物展示コーナーなどを設けて、牛乳パックのリサイクルに関し、来場者の方々に身近に感じていただきました。



エコプロダクツ2007

#### 環境フェア in KOBEへの出展

メグミルクは、G8環境大臣会合の関連事業として、2008年5月25日(日)に神戸で開催された「環境フェア in KOBE」の、環境学習プログラムの一環として、「リサイクルを考えよう!牛乳紙パック工作教室」を実施しました。

当日は牛乳紙パックリサイクルの話と紙パック工作により、リサイクルの大切さを楽しくお伝えしました。



環境フェア in KOBE



リサイクルの説明

「カツゲン」洞爺湖サミット応援パックの発売カツゲンは北海道で長く愛されている商品です。

メグミルクは2008年7月に「よりよい地球環境と世界秩序のために…」をテーマに開催された北海道洞爺湖サミットに合わせ、パッケージに北海道洞爺湖サミット道民会議のマークをあしらったサミット応援カッゲンを2008年5月下旬から7月上旬まで発売しました。

また、「ソフトカツゲン1 ρ00ml」と「ぶどうカツゲン 1 ρ00ml」の売り上げの一部を、北海道洞爺湖サ ミット道民会議に寄付させていただきました。



#### 工場見学通路への環境コーナーの設置

各見学工場に環境に対する取り組みを紹介する展示パネルを取り付け、皆様の理解促進に役立てています。

特に海老名工場では「それぞれの廃棄物がリサイクルされるまで」の現物展示をしています。どんな廃棄物がどんな物にリサイクルされ、社会に役立っているかを、見て、触って、覚えていただくための取り組みです。

また、疑似搾乳体験のできる乳牛のフィギュアや、牛乳の脂肪分を見られる顕微鏡なども設置し、体験型工場見学の充実を図っています。



海老名工場



乳搾りの疑似体験



環境コーナー



顕微鏡で乳脂肪を観察

## 環境目標と結果

## メグミルクでは、活動を確実なものとするために 環境目標を毎年度設定し、その結果の評価を行っています

2007年度取り組み課題	2007年度環境目標	結果	評	価
省エネルギー・	【生産部門】 ・CO2排出原単位の削減 前年度比05%以上削減	【生産部門】 · 前年度比6 7%削減		
地球温暖化防止	【ロジスティクス部門】 ・エネルギー消費原単位 前年度比10%以上削減	【ロジスティクス部門】 ・前年度比5 0%削減		
廃棄物の削減・ リサイクル率の向上	【生産部門】 ・廃棄物の削減 ・リサイクル率84 4%以上 (前年度比3 5%改善)	【生産部門】 ・44t削減(昨年度と同生産量とすると 約1400tの削減効果) ・リサイクル率93 9% (前年度比13 0%改善)		

【実施内容別達成状況基準】 :目標を達成した場合 x:目標未達成の場合

原単位:使用の効率を表す単位 使用量を生産量で割った値を用いています。



## マテリアルバランス

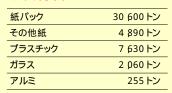
### メグミルクマテリアルフロー

原材料



生乳	458 000トン
乳由来原料	39 200トン
その他原料	69 500トン

#### 包装材料







殺菌・冷却

原料受入



ユーティリティ 電力(購買量) 12 100 万kWh 燃料(原油換算) 33 800 kl 用水 7 210 千m<sup>3</sup>

### OUTPUT

廃棄物量	19 300トン
排水	5 970 千m <sup>3</sup>
CO2(工場由来)	144 000トン
CO <sub>2</sub> (物流由来)	119 000トン



冷蔵庫

出庫

2007年度 自工場で使用・排出した量

## 生産における 環境負荷の推移

## メグミルクでは、さまざまな取り組みにより、 総合的に環境への負荷を減らしています

#### CO2排出量と原単位



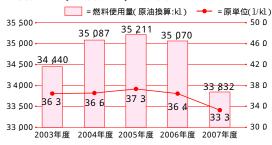
#### 【2007年度の結果】

総排出量は前年度比0 7%減となりました。原単位では6 0 %減を達成しました。

#### 【主な要因】

生産量増により、総排出量は横ばいとなりましたが、生産工程の見直しや天然ガスへの燃料転換により原単位は大きく削減できました。

#### 燃料使用量(原油換算)と原単位



#### 【2007年度の結果】

総使用量は前年度比3 5%減となりました。原単位でも8 5 %減を達成しました。

#### 【主な要因】

重油から天然ガスへの燃料転換や高効率ボイラーの導入 により、総使用量、原単位とも大きく削減できました。

#### 電気使用量と原単位



#### 【2007年度の結果】

総使用量は前年度比0 2%減となりました。原単位では5 2 %減を達成しました。

#### 【主な要因】

生産量増により、総使用量は横ばいとなりましたが、殺菌機の工程改善などや高効率設備の導入により、原単位を大き く削減できました。

#### 用水使用量と原単位



#### 【2007年度の結果】

総使用量は前年度比0 8%減となりました。原単位では6 0 %減を達成しました。

#### 【主な要因】

生産量増により、総使用量は横ばいとなりましたが、洗浄ラインの効率化などの工程改善や最適な洗浄時間の検証を 実施し、原単位を大きく削減できました。

#### 廃棄物量と原単位



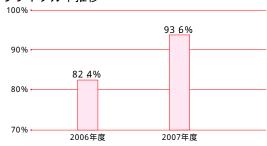
#### 【2007年度の結果】

廃棄物量は前年度比1 .1%減となりました。原単位では5 9 %減を達成しました。

#### 【主な要因】

排水処理方法の改善による余剰汚泥の削減が大きな効果をあげました。

#### リサイクル率推移



#### 【2007年度の結果】

リサイクル率は前年度比136%増となりました。

#### 【主な要因】

ゼロエミッション(リサイクル率98%と定義)の目標を掲げ、さまざまな取り組みが成果を生みました。細かな分別によりリサイクルのルートの新規開拓が可能となりました。

メグミルク全12工場1製造所のデータとしています。

## 各工場のデータ

#### 札幌工場



所	在	地	札幌市	札幌市東区苗穂町6-1-1			
I	場	長	伊達耳	伊達 聡			
主な	は生産	種別	牛乳	乳飲料	果汁清涼飲料	発酵乳	
社	員	数		167人	CO2排出量	9	560 t
敷	地面	積	48	483 m <sup>2</sup>	廃棄物排出量		933 t
水	使用	量	545	6 ρ00 m³	リサイクル率		96 %

#### 富里工場



所	在	地	千葉県富里市高野700-1			
I	場	長	大久保 学			
主な生産種別		重別	牛乳 乳飲料	果汁清涼飲料	発酵乳	
社	員	数	174人	CO2排出量	9 450 t	
敷	地 面	積	56 <b>7</b> 98 m²	廃棄物排出量	1 590 t	
水	使 用	量	457 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	100 %	

#### 児玉工場



	所	在	E	地	埼玉県	埼玉県本庄市児玉町田端222				
ŧ	I	埧	25	長	松田「	松田 内和				
ě	主な生産種別 牛乳 乳飲料				牛乳	乳飲料				
	社	į	į	数		44人	CO2排出量	4 230 t		
	敷	地	面	積	10	201 m <sup>2</sup>	廃棄物排出量	725 t		
	水	使	用	量	171	000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	95 %		

#### 川越工場



•	7.1.C. 2							
所	在	E	地	埼玉県川越市的場1535				
ī	. 4	易	長	仲川 文雄				
主	な生	産和	餇	発酵乳 デザート	(プリンなど)			
社	社 員 数		数	98人	CO2排出量	4 670 t		
敷	地	面	積	7 070 m²	廃棄物排出量	949 t		
水	使	用	量	121 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	98 %		

#### 野田工場



所	在	地	千葉県	千葉県野田市上三ヶ尾字平井256-1				
I	場	長	若島	若島 繁美				
主	主な生産種別 牛乳 乳飲料 果汁清涼飲料							
社	員	数		117人	CO2排出量	19 500 t		
敷	地面	積	58	3 720 m <sup>2</sup>	廃棄物排出量	2 920 t		
水	使用	量	722	2 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	93 %		

#### 日野工場

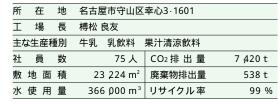


所	在	地	東京都日野市日野753				
I	場	長	川崎 浩	川崎浩			
主な	生産和	餇	乳飲料 果汁清	涼飲料 クリーム			
社	員	数	153 人	CO2排出量	7 580 t		
敷片	也面	積	26 679 m²	廃棄物排出量	2 Ø50 t		
水值	き用	量	554 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	94 %		



海	老名工	.場			
所	在	地	神奈川県海老名	市中新田5-26-1	
I	場	長	並木 俊之		
主	は生産和	重別	牛乳 乳飲料	発酵乳	
社	員	数	150 人	CO2排出量	18 800 t
敷	地 面	積	52 659 m²	廃棄物排出量	2 530 t
水	使 用	量	1 090 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	98 %

#### 名古屋工場



#### 豊橋工場



所	在	地	愛知県	皇宝飯郡小地	反井町大字伊奈寺	字南山新田350.79
I	場	長	寺田县	晃		
主な	生産和	重別	牛乳	乳飲料	果汁清涼飲料	ホイップ
社	員	数		116人	CO2排出量	9 900 t
敷	地 面	積	51	882 m <sup>2</sup>	廃棄物排出量	988 t
水	使 用	量	716	5 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	94 %

#### 京都工場



所	在	地	京都和	南丹市八	木町美里紫野1	
I	場	長	金野 🤃	孝信		
主	な生産	種別	牛乳	乳飲料	発酵乳	
社	員	数		86 人	CO2排出量	14 000 t
敷	地面	面積	70	) 000 m <sup>2</sup>	廃棄物排出量	1 320 t
水	使月	1 量	568	3 000 m <sup>3</sup>	リサイクル率	89 %

#### 池上製造所



所	在		地	京都府	京都府南丹市八木町池上古里1.1				
I	場	1	長	塩飽 組	東志				
主	は生産	全種	餇	牛乳	乳飲料	果汁清涼飲料	発酵乳		
社	員	į	数		77人	CO2排出量	14	700 t	
敷	地	面	積	61	752 m²	廃棄物排出量	1	680 t	
水	使	用	量	709	000 m <sup>3</sup>	リサイクル率		96 %	

#### 神戸工場



所	在	地	神戸市	西区伊川	谷町潤和824.1		
I	場	長	加藤和	念			
主な	注産	種別	牛乳	乳飲料	果汁清涼飲料	発酵乳	
社	員	数		116人	CO2排出量	11	600 t
敷	地面	積	40	147 m <sup>2</sup>	廃棄物排出量	1	220 t
水	使用	量	695	5 ρ00 m <sup>3</sup>	リサイクル率		84 %

#### 福岡工場



所	在	地	福岡市南区五	+JI 1·2·20	
I	場	長	田中 宏治		
主な	は生産	種別	牛乳 乳飲料	発酵乳	
社	員	数	121人	CO2排出量	12 <i>4</i> 00 t
敷	地面	積	34 569 m	<sup>2</sup> 廃棄物排出量	1 830 t
水	使用	量	497 000 m	³ リサイクル率	86 %

## 関係会社レポート

### 直販配送株式会社

メグミルクでは、自社だけにとどまらず関係会社とともに、 社会・環境活動を行っています。

ここではISO14001の認証を取得したメグミレクグループのロジスティクス部門の一翼を担う「直販配送株式会社」の活動をご紹介します。

#### ごあいさつ

弊社は、1980年に創業、大手コンビニエンスストアのチルド配送センター運営と店舗配送、日本ミルクコミュニティグループの商品輸送等、チルド輸送を根幹として成長してまいりました。運送業界のなかでもいち早くISO14001を取得し、環境保全のための取り組みを積極的・継続的に推進しております。

また、運輸安全マネジメント体制を構築し、交通事故防止にも全社をあげて取り組んでおります。 今後も新たな物流価値を創造し、お客様へ安心品質とともに信頼と満足をお届けし、明るく健やかなくらしに貢献いたします。



直販配送株式会社 代表取締役 井上 照通

#### ISO 14001の取得

2003年6月8日に全15事業所でISO14001の認証を取得し、現在では新規事業所を加え18事業所で認証を得ています。また、2004年度版については、2005年7月に移行いたしました。

物流サービスにおける環境面での負荷低減ツールとしてISO14001に取り組み、低公害車の導入、エコドライブの実施、資源のリサイクル化などの活動を行っております。

「今わが社では何ができるのか、何をしなければならないのか」を社員一人ひとりが考え、行動することにより、環境活動の継続的な改善を図っております。



:社外観



直販配送戸田営業所



直販配送房総センター

#### 交通安全への取り組み

交通事故は車輌火災、燃料・オイル流出、車輌・商品の破損などを発生させるため、環境にも大きな影響を与える可能性があります。各事業所での日常的な安全教育のほか、運輸安全マネジメントの継続的取り組み、配送員に対する無事故表彰、就業環境の改善などに全社をあげて取り組み、交通事故防止活動を継続しています。その結果、全日本トラック協会による安全性優良事業所認定(Gマーク)た7事業所で取得しました。さらに全事業所で取得できるよう「業務に直結したISO」を継続してまいります。



野田工場

児玉工場

#### 低公害車の導入

事故防止・車輌の排気ガスによる大気汚染防止・エネルギーの効率的使用などを重点的に取り組んでいます。

特に低騒音で、硫黄酸化物(SOx)・窒素酸化物(NOx)・粒子物質の排出量が少なく、CO2の排出量はガソリンの約7割の天然ガス(CNG)車を積極的に導入し、2005年度末13台、2006年度末22台、2007年度末24台と保有台数は毎年増加しています。また、エコドライブを日常的に推進していますが、さらに2007年度には事業所用乗用車に、ハイブリッド車1台を導入し、エネルギーの効率的使用を促進しています。

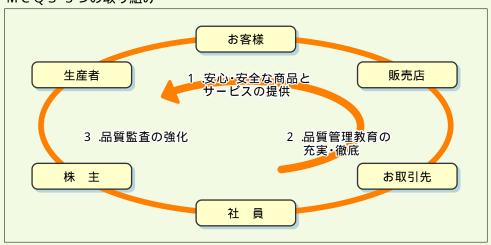
## 品質方針

## 品質方針

お客様の声を聴き、法令・社内基準遵守の企業倫理のもと、満足と信頼頂ける品質の実現を目指し、お客様第一主義を実践します。

メグミルクは、良質で安全な商品をお客様にお届けするために、当社独自の品質マネジメントシステム「ミルクコミュニティ品質システム=MCQS」を構築し、商品の開発から原材料の調達、生産、流通、販売、お客様対応までのプロセスにおいて全社員で取り組みを推進し、満足と信頼のいただける品質の実現を目指します。

#### MCQS 3つの取り組み



- 1 .安心・安全な商品とサービスの提供
- 2 .品質管理教育の充実・徹底
- 3 品質監査の強化



# 安全・安心への取り組み

## MCQS 3つの施策

1.安全・安心な商品とサービスの提供品質保証活動は全社一丸となって取り組んでいく活動であり、コミュニケーション部門、商品開発部門、原料資材部門、生産部門、ロジスティクス部門、営業部門、品質保証部門は、品質保証に関わる目標を掲げ部門間の連携を深め、「お客様第一主義の実践」に向け活動しています。

#### お客様の声から

#### お客様の声実現会議での商品改善

お客様から寄せられた貴重な声を解析し商品の改善に取り組んでいます。具体的事例として健康菜園ベジタブルミックスの砂糖無添加表示があります。この商品は砂糖無添加にも関わらず表示が不親切だったことから「砂糖を使用しているのでは」というお問い合わせが多数寄せられていましたが、砂糖無添加の表示改良によりお問い合わせが少なくなりました。





砂糖無添加表示

紫のフルーツ&ベジタブル

#### 宅配品質の向上

牛乳販売店のお客様対応とサービス向上に、お客様 から寄せられた声を反映して取り組んでいます。

#### お客様対応品質の向上

フリーダイヤル、ホームページに声をお寄せくださった、 お客様へのアンケート調査にもとづく課題の抽出や「お 客様対応品質向上月間」の設定など、お客様対応ス キル向上に取り組んでいます。

#### 原材料の品質確認について

#### 原材料品質の強化

おいしく、安全・安心な原材料でつくるため、原材料メーカーや原材料販売事業者と緊密な連携を図っています。 また、原材料を起因とする品質不良を防止するため、原材料メーカーの品質監査を実施し、防止策の確認・ 指導に取り組んでいます。



中国での現地調査

#### 生産に関わる品質保証体制

#### 総合衛生管理と検査体制の確立

工場の各工程では、HACCP手法(1)にもとづいた管理を行うとともに新しい検査方法を取り入れ、確実に検査した商品をお届けする体制を確立しています。

#### 生産技術の向上と管理技術の定着

微生物コントロールのためのモニタリング・アクション プランを活用して管理技術の定着に取り組みました。 また、日付検査装置の新たなロジックによる管理シス テムの構築を目指し改良を進めています。

#### 改善提案活動の推進

社内改善提案制度にもとづき、改善活動の活性化を 図っています。改善アイデアを実現するとともに、優秀 な内容について社内改善発表を実施しています。



発表会風景

#### 流通品質の向上

安全・安心な商品を届けるために、全国流通出荷拠点において、物流協力会社と相互協力を図り、保管冷蔵庫及び車輌の5S管理(2を推進し、物流品質の維持・強化に取り組んでいます。

#### 2. 品質管理教育の充実・徹底

おいしさと安心をお届けするために、食品の品質管理に関わる知識や行動を習得するための研修を実施しています。一人ひとりが品質管理のプロになるための知識を習得することで意識の徹底を図っています。

#### 品質管理教育内容

- (1)社内外の専門家や学識経験者による講演や研修。
- (2)職場ごとに、職務に応じた衛生知識や品質に関する教育 (検査分析手法研修、内部品質監査員研修、HACCP研修等)。
- (3)e-ラーニング・システム(3)による学習。 営業部門においても、今年度から開始しました。

#### 3. 品質監査の強化

社内の品質監査を強化するとともに、第三者による社 外品質監査の導入で、監査を強化しています。

品質は、工場からお客様の手に届くまで維持されなければなりません。メグミルクは、原料資材、生産、ロジスティクス、営業の各部門に対し、定期的な品質監査を実施し、継続的に品質の維持・改善を図っています。

品質の維持・改善は、私たちに課せられた責務です。 しかし、そこに自己満足は許されません。常に、社会 の変化に適切に対応しているかを確認することが 重要です。このために、社外品質監査を導入し、客 観的視点での品質監査も実施しています。

監査対象	監査者
自社12工場1製造所 みちのくミルク(株) いばらく乳業(株)	品質保証部 社外( AIB監査( 4))
製造委託工場	品質保証部
出荷拠点	ロジスティクス部 品質保証部
原材料メ - カ -	品質保証部、酪農資材部
新規取扱原材料 (安全性審査)	商品企画開発グループ 酪農資材部 生産技術グループ 品質保証部



社外( AIB )品質監査風景

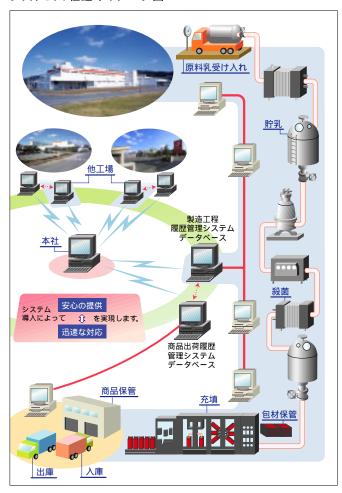
- ( 1)HACCP( Hazard Analysis Critical Control Point ): ハサップまたはエイチ・エー・シー・ピーと呼ばれ、日本語では「危害分析重要管理点」と訳されています。原料の入荷~製造・出荷の工程であらかじめ危害を予測し、防止するための重要管理点を特定してそのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するシステムです。
- ( 2)5S管理:整理·整頓·清掃·清潔·躾の頭文字「S」にもとづく活動です。
- (3)e-ラーニング・システム: イントラネット又は、インターネット 活用による学習システムです。24時間いつでも必要な科目 を学習することが可能です。
- ( 4)AIB監査: AIBはAmerican Institute of Baking(米国製パン協会)の頭文字です。AIBのフードセーフティ指導・監査システムは食品の安全を守る監査として幅広く活用されています。

### 製造工程・出荷履歴管理システム

牛乳では、「製造工程・出荷履歴管理システム」を構築しました。原料乳(生乳)が届けられてから商品を出荷するまでの履歴を素早く追跡するシステムで、原料、製造工程及び商品について、万一問題が生じた場合に迅速な対応や原因究明が可能になりました。

また、迅速な対応を図るため、万一の場合を想定した商品回収シミュレーションを定期的に実施し、履歴管理システムが適切に機能しているか検証しています。

#### システムの仕組みイメージ図



# 安全・安心への取り組み

### 残留農薬と食物アレルギーへの対応

ポジティブリスト制度への対応

食品の安全性のさらなる確保を図るために、食品中に残留する農薬等の残留規制を強化する、ポジティブリスト制度が2006年5月29日に施行されました。

国産生乳は、社団法人日本酪農乳業協会が残留農薬などの対象物質を定め、そのリストにもとづいてモニタリング調査を実施しています。これを受けて、弊社でも外部機関による定期的なモニタリング調査を実施するとともに、必要に応じて生産者団体への注意喚起と啓蒙活動を行い、牛乳の安全性の確保に努めています。

また、海外産地の果汁原料を主体として、使用 農薬・散布履歴の確認、並びにクロップ毎の残留農 薬検査結果の評価をもとに対応しています。さらに、 主要原料については、現地視察し、農薬を含めた自 主管理状況の確認に取り組んでいます。

ポジティブリスト制度: 農薬などについて食品ごとに残留基準を 規定し、これを超えて残留しているものの流通を禁止する制度です。

#### 食物アレルギーへの対応

特定のアレルギー体質を持つお客様への健康危害の発生を防止するため、アレルギー物質を含む食品に関わる表示制度にもとづき、特定原材料7品目(1)に加え、これに準ずる18品目について、パッケージに表示しています。

また、コンタミネーション(2)を防止するため、新規原材料の審査、製造ラインの区分、製造順序の見直し、製造機械器具の洗浄等に取り組んでいます。

- 1 特定7品目: 卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに、の7品目です。それに準ずる18品目:あわび、いか、いくら、オレンジ、キウイフルーツ、牛肉、くるみ、さけ、さば、大豆、鶏肉、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン、バナナ
- 2 コンタミネーション:食品を製造する際に、原材料としては使用していないにもかかわらず、特定原材料などが意図せずごく微量、最終加工食品に混入することです。

商品の回収について

お客様に安全・安心をお届けするために品質保証 の強化に努めながらも、発生してしまった問題につ いて適切な情報開示を行っています。

2007年度は、以下2件の自主回収を実施しました。

「北海道生乳仕立てヨーグルトまろやか白桃 75g×3」

2007年6月、京都工場池上製造所にて製造した「北海道生乳仕立て ヨーグルト まろやか白桃75g×3」の一部にアロエの葉肉ソースが混入していることが判明しました。 喫食による健康への影響はありませんが、当該商品を自主回収しました。 本件を受けて、全工場において作業標準書を再整備し、従業員への教育徹底を図りました。

ヨーネ病罹患の疑いのある乳牛からの 原料乳使用商品

2007年10月、海老名工場に搬入された原料乳の一部に、ヨーネ病に感染した疑いのある乳牛から搾乳された原料乳が含まれていることが判明しました。ヨーネ病は人に感染することはなく、ヨーネ菌は製造工程での加熱殺菌により完全に死滅するため、喫食による健康への影響はありませんが、お客様の安心を最優先と考え商品を自主回収しました。

再検査の結果、乳牛はヨーネ病に感染していなかっ たことが判明しています。

2008年7月家畜伝染病予防法施行規則が一部改正され、ヨーネ病の防疫対策を推進するため新たな検査法「予備的抗体検出法」(スクリーニング法)が導入されることになりました。今後は、乳業メーカーには当該疾病牛から搾乳された生乳が搬入されない検査体制となりました。

## お客様センター

#### お客様の気持ちを大切に

お客様センターでは、『お客様の気持ちを大切にす るメグミルク』をモットーに、お問い合わせいただいた すべてのお客様にメグミルクファンになっていただけ るよう、感謝の気持ちを込めて、日々誠実で的確な応 対に努めています。







勉強会で商品の特徴や味を チェック

専任のスタッフによるフリーダイヤル(0120・464・369) の受付をはじめ、メールや手紙などを通してお客様 から毎月3 000件以上のお問い合わせをいただい ています。また、企業ホームページにもお客様センター

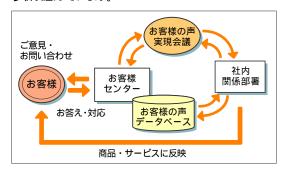
コーナーを設け、よくあるお問い合わせをQ&Aにし てご紹介しています。 また、毎年2回「お客様対応品質向上月間」を設け、

お客様センターをはじめ全国の職場での勉強会や 研修会の実施及び、お客様へのアンケート調査など を通して、お客様満足を向上させる取り組みを継続 して行っています。

#### お客様の声を大切に

お客様から寄せられた貴重なお問い合わせやご意 見は、経営トップ以下すべての社員が共有できるシ ステムを導入するとともに、日報や月報などを通し常 に全社へ発信されています。

さらに関係各部門参加による「お客様の声実現会議」 を定期的に開催し、お客様の声を貴重な経営資源 として、商品の改善やサービスの向上に活かせるよ う取り組んでいます。



お客様の声から実現した独自の取り組み メグミルク牛乳1 000mlの容器には、お客様が開封 日をメモする欄を設けています。これも「開封後は賞 味期限にかかわらず、できるだけ早めにお飲みくださ い。」と記載されていますが、『いつ開封したか忘れ てしまう』とのお客様の声から生まれたものです。



開封日記入欄

### けんさく君

メグミルクでは、牛乳では初めて「製造年月日の情報」 が分単位でわかる「けんさく君」という独自のシステ ムを作りました。

このシステムには、パソコンや携帯電話の企業ホー ムページからどなたでも簡単にアクセスできます。

製造日時検索システム「けんさく君」





「携帯でけんさく君」QRコード http://www.megmilk.com/k/





携帯電話からけんさく君



携帯でけんさく君画面

## 社会とともに

### コミュニケーションの取り組み

メグミルクでは、環境の大切さを伝えるコミュニケーションの他にも、牛乳の価値訴求や料理などへの利用法、またスポーツなどを通じた健康な体づくりの応援などに取り組んでいます。

牛乳に対する理解と親しみを 深めていただく活動

#### 工場見学

メグミルクは、全国で7工場1製造所(関係会社1社を含む)を見学工場として、皆様にご覧いただいています。 牛乳ができるまでから、衛生管理・品質管理・環境活動の説明を通じ、牛乳に理解と親しみを深めていただくための活動です。また見学工場では、独自に酪農体験、牛乳紙パック工作、骨密度測定などの体験型イベントも実施しています。



池上製造所 酪農体験



豊橋工場 紙パック工作



京都工場 骨の健康塾



神戸工場 牛乳や工場の説明

「メグミルクファミリーミュージカル」の開催 7月25日(水)にメルパルク大阪にて「2007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。

ファミリーミュージカルは、お子様を中心に牛乳に親しんでいただくための社会貢献活動として、毎年開催している恒例のイベントです。当日は午前と午後の2回の公演で約1 600名のお客様が来場され、2階席まで満員となりました。

また公演終了後には出演者との記念写真撮影も行い、 お子様方は一様に「楽しかった」と目を輝かせてい ました。



メグミルクファミリーミュージカル



皆様と記念写真

「こども高野山夏季大学」への特別協賛

メグミルクは、関西における地域貢献活動の一環として、毎日新聞大阪本社主催の「こども高野山夏季大学」に特別協賛しました。

このイベントは世界遺産に登録された高野山の宿坊で、お子様方に早寝・早起きの習慣を身につけたり、自然との触れ合いを通じて"いのち"の大切さを学んでもらうための活動です。

毎朝、朝食に牛乳を飲んでもらう他、紙パック工作を 通じて、牛乳への親しみを深めてもらいました。



みんかで紙パック工作



朝食に牛乳をいただきます

#### 食育活動

私たちの食育活動は、牛乳の大切さを伝え、特に給食で出される牛乳の飲み残しをなくす取り組みの一環として行っているものです。2007年度は、東京都と埼玉県の小学校で低学年のお子様と保護者の皆様を対象に、食育授業を行いました。



東京都で実施



埼玉県で実施

より牛乳を楽しんで利用していただく活動 親子でミルククッキング

メグミルクでは、財団法人ベターホーム協会とタイアップし、毎年夏休みとクリスマス時期に「親子でミルククッキング」を、札幌市から福岡市までの6会場で開催しています。

毎回約100組の親子の皆様にご参加いただき、夏休みは牛乳やヨーグルトを使った簡単でおいしいランチメニュー、クリスマスはとっておきのデコレーションケーキづくりを行っています。牛乳をあまり飲まない方や、苦手な方にもおいしく栄養バランスに優れた牛乳を摂っていただくための料理教室です。



夏休みミルククッキング



クリスマスミルククッキング

#### ミルクコミュニティクラブ

ミルクコミュニティクラブは、ミルクの素晴らしさについ ての色々な話題や情報を、皆様に楽しくお伝えして いくためのサイトです。どなたもご覧いただけるオープ ンサイトと会員(無料)登録をしてご覧いただくメンバー ズサイトで構成。メンバーズサイトでは、料理家の栗 原はるみさんを起用し、さりげない上質感にあふれた アイデアがいっぱいの「ミルクレシピ」を毎月掲載して います。また、会員の皆様との意見交換の場として 会員モニター会議や会員限定の工場見学会などの 活動も行っています。





#### スポーツや規則正しい生活習慣づくりを 通じた牛乳消費の拡大

「子ども会夏休みラジオ体操」への支援 全国子ども会連合会が提唱している、子ども会夏休 みラジオ体操は、文部科学省の取り組みのひとつで ある「早寝早起き朝ごはん」運動の一環となってい ます。お子様方に、朝、さわやかに目覚め、しっかりと 朝ごはんを食べ、朝の体操を行うことで健康な体を 作ってもらうという主旨に賛同し、メグミルクでは、この 活動を支援していきます。約20万人のお子様に、オ リジナルの「ラジオ体操出席カード」やラジオ体操を 図解した「ラジオ体操読本」などを配布しています。 メグミルクは、夏休みのラジオ体操を通じて、お子様 方の規則正しい生活のリズムづくりと、朝食や牛乳 の大切さを伝えたいと願っています。



ラジオ体操風景



体操の後は牛乳を飲んで(一部会場)



ラジオ体操配布物



早寝早起き朝ごはん ロゴマーク

#### 「サッカーマガジンメグミルクカップ 全国レディース大会」のメイン協賛

この大会は、20年を超える歴史を持つ日本最大の 女子サッカー大会です。2008年5月には過去最大 の86チーム、約1,700名の選手が参加しました。 メグミルクは、女子アスリートの丈夫で健康な骨づくり に貢献するために、この大会を長年にわたりサポート しています。特に、宿舎での食事の際に牛乳を好き なだけお飲みいただく他、牛乳のサンプリングや小 冊子の配布などでスポーツに欠かせない牛乳の役 割をお伝えしています。





サッカー大会リーグ戦風景

トーナメント風景

#### 「富里スイカロードレース」のメイン協賛

千葉県成田市に隣接する富里市は、メグミルク富里 工場のある場所です。スイカの名産地でもある同市は、 毎年6月に「富里スイカロードレース」を恒例として行っ ています。スイカロードレースは、給水所ならぬ"給ス イカ所 "としてレース中にスイカで水分補給のできる のがユニークな点です。参加ランナーは10 606名。 メグミルクは、工場近隣の地域貢献活動の一環として、 この大会を協賛。ランナーの皆様にゴール後の牛乳 サンプリングや小冊子配布などで、牛乳の健康感を アピールしています。





富里工場前を駆けるランナー

富里名物給スイカ所

#### ミルクコミュニティ委員会

ミルクコミュニティ委員会は、弊社が重要な意思決定 をするにあたり、それらが社会の常識や価値観から はずれることが無いよう、外部の視点から意見を求 めることを目的とした委員会です。2007年度は2回 開催し、2008年3月に行われた委員会では「情報 開示について」というテーマの中で、「社会・環境報 告書」についても多くの意見が出されました。

# お取引先・販売店とともに

### 取引に関する基本的考え

メグミルクでは、企業理念としてミルクコミュニティを育むことを宣言しており、その中にはお取引先も含まれています。ビジネスパートナーとして良好な取引関係構築に努め、信頼と協力の輪を広げていきます。

#### ミルクコミュニティ行動指針

- 「2.お取引先に対して」より
  - 1 健全な販売活動

健全な販売活動を行い、法や倫理に反してまで売上や利益を追求しません。

2 公正な購買活動

物品・サービスの調達や製造・業務委託を行う相手先とは公正かつ対等に取引します。

3 取引先との関わり合い

取引先との間で、社会常識の範囲を超えて贈答や接待などを行ったり、受けたりすることはありません。

4 官公庁などとの関わり合い

公務員またはこれに準ずる立場にある役職員に対しては、関連する法令と その趣旨を守り、適切に行動します。

#### 物流協力会社会議の開催

ロジスティクス部門では毎年、事業部(北海道・東北・関東・中部・関西・九州)毎に輸配送・荷役業務を委託している全ての物流協力会社とともに、「物流協力会社会議」を開催しています。

会議では「日本ミルクコミュニティ(株)物流業務作業標準」の確認・徹底、物流品質の徹底、5Sの指導、過去に起こった物流事故の情報共有化と改善策の協議、法令遵守の指導、最新の物流関連情報の共有化などを行い、メグミルクと物流協力会社との連携強化に努めています。

#### 牛乳販売店との連携

牛乳販売店との取り引きは「MEGMILKブランド」で繋がる、非常に強い関係にあります。

牛乳販売店は、お客様の声を一番近くで聴く立場に もあり、環境や法令、秩序や礼儀などミリノコミュニティ 行動規範の内容と共通の理解と行動を、メグミリノク と推進、協働しています。また牛乳販売店はそれぞ れが独立した企業であるため、経営指導、後継者育 成への協力、安全で安心をお届けするための商品 知識習得、環境保護、法令遵守などのきめ細かい 対応で地域に貢献しています。



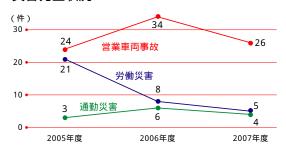
### 社員の労働安全衛生について

#### 労働安全衛生に関する基本方針

2007年度の安全衛生活動計画は「従業員1人ひとりが、安全と健康を大切にし、生き生きとして働ける明るい快適な職場環境づくりを全員参加で進める。」を基本方針とし、「安全に対する強い意識と責任ある行動で、確立しよう快適職場」をスローガンに掲げ、1「労働災害ゼロ、通勤災害ゼロ」、2「健康管理体制の充実」、3「加害、自損事故ゼロ」を実行計画の目標として、各目標に対して具体策をたてて取り組みました。

- 1 「労働災害ゼロ、通勤災害ゼロ」の目標に対しては、労働災害5件、通勤災害4件と目標のゼロは達成できませんでしたが、前年度に比べて労働災害、通勤災害とも発生件数は減少しました。(前年比64%)
- 2 「健康管理体制の充実」については、定期健康 診断及び再検査、特殊健康診断とも受診率 100%を達成しました。また、メンタルヘルス活動 推進として各事業場ごとに「事業場における心 の健康づくり計画」を策定し、従業員への教育 研修・情報提供を行うとともにメンタル不全の予 防策として職場環境の把握と改善に取り組みま した。
- 3 「加害、自損事故ゼロ」の目標に対しては、営業車両による事故は26件発生し、目標のゼロは達成できませんでしたが、前年度に比べて発生件数は減少しました。(前年比76%)

#### 災害発生状況



2007年度の災害発生件数は、労働災害、通勤災害、営業車両事故とも前年を下回りましたが、通勤災害及び営業車両事故は前々年より増加しました。 労働災害については、生産部門で取り組んでいる「1day my 評価」(1)、「リスクアセスメント」(2)、「指さし称呼」などの継続的な取り組みにより、2005年度の21件から大幅に減少しています。

#### リスクアセスメント導入状況

2006年3月に労働安全衛生マネジメントシステムに関する指針の改正が行われました。メグミルクでは、全社の労働安全衛生の方針・計画を策定する「中央安全衛生委員会」で、リスクアセスメントを社内の全工場で実施していくことを決定し、「安全管理者会議」及び、「監督者安全研修」の場などで、リスクアセスメント研修を実施し定着に努めました。



研修会風景

#### 工場間安全クロス点検

職場に潜む危険の芽(リスク)を発掘し、安全で快適な職場環境を目指して工場間の安全クロス点検を実施しています。他場所の従業員が点検することで、自分たちでは気付かなかった新しい発見もあり、相互に啓発される活動になっています。



工場間安全クロス点検

- ( 1)1day my 評価:弊社オリジナルの取り組みで、1人ひとりが今日一日の作業で、安全上注意することを記入し、帰りに、どうであったかの反省や気付いたことを記入します。それを職場の主任 課長 工場長に回覧し、コメントを記入して本人に返却します。この「1day my 評価」を実施することで「危険予知」ができること、また、上司とのコミュニケーションが図れるなど高いメリットがあります。
- (2)リスクアセスメント:作業、設備などの危険性を分析、評価する手法です。

#### 交通安全講習の実施

弊社では、加害・自損事故ゼロを目標に掲げ、業務上車の運転を行っているセールス及び各場所の責任者を対象に、交通安全講習会、安全運転適正診断、安全運転診断テストなど、全社あげて安全な営業活動のための取り組みを行っています。

また、自動車防災情報を毎月発信し、常に安全意識に心がけるよう情報発信をしています。5台以上を所有する事業所には安全運転管理担当者を置き、担当者を中心として安全への推進を行っています。

さらに、CO2削減へのエコドライブ推進、公共交通機関利用促進、走行キロ数チェック、燃費向上車への切替など、一人ひとりが心がけ、意識して行動するよう推進しています。

#### AED導入

メグミルクの5事業所で「AED」を設置しました。

AEDは、事故や病気などで心停止になり、ポンプ機能を果たさなくなった心臓に電気ショックを与え、正常な状態に戻す装置です。

自宅や職場、公共の場や道路などの病院以外で発生する突然心停止の発生件数は、年間2~3万件といわれています。交通事故での死亡者数が約9 000人ですから、比較するといかに多いかがわかります。



万一、突然の心停止を起こした尊い命を救うには、 そばにいる人が一刻も早い除細動を行うことが必要 です。メグミルクではこれからも「AED」の設置事業 所を増やしていく予定です。

#### メタボリック・シンドローム対策

2008年4月から、40~74歳の保険加入者(被保険者・被扶養者)を対象として、内臓脂肪症候群(メタボリック・シンドローム)に関する特定健康診査及び特定保健指導が義務付けられました。

弊社では2008年度の従業員に対する定期健康診断時より、30歳及び35歳以上の社員と35歳及び40歳以上のシニア・契約・パート社員を対象にメタボリック・シンドロームに関する特定健康診査を実施します。この定期健康診断における腹囲・中性脂肪・血圧・

この定期健康診断における腹囲・中性脂肪・血圧・ 空腹時血糖の検査値を総合的に判断し、3段階の 評価をします。

積極的支援レベル

(メタボリック・シンドロームのリスクが高い方)

動機づけ支援レベル

(メタボリック・シンドロームのリスクが出始めた方) 情報提供レベル

(現在は特に問題ないが、メタボリック・シンドロームのリスクが少々ある方)





### 人間性と多様性の尊重

#### 男女機会均等法

「育児休職規則」及び「母性健康管理細則」、「育児介護のための時間外勤務及び深夜勤務の制限に関する細則」を定め、妊娠期~育児期までの子を持つ社員の支援を積極的に行っています。

2003年1月の会社設立以降の「育児休職規則」に もとづく、育児休職発令実績は延べ33名となってい ます。

これからも、各種支援制度の周知や理解促進を進め、 仕事と育児の両立しやすい職場環境づくりに取り組んでいきます。

なお2008年4月現在の経営職女性比率は0 45% となっています。

#### 障がい者の雇用促進

障がい者の雇用促進を進めており、2008年6月1日 現在、弊社の障がい者雇用率は186%と、法定雇 用率18%を上回っています。

今後も積極的に障がい者雇用に取り組む方針にあり、弊社のホームページ(採用情報内)や、障がい者就職情報サイト等を通じて、障がい者雇用を進めていきます。



#### 子育て支援について

急速な少子化は、メグミルクの持続可能性にとっても大きな問題となっています。

メグミルクでは「次世代育成支援対策推進法」 に対応すべく、子育て支援関連規定を定め、次 世代育成の支援を行っています。

そのひとつが「育児休職規則」です。この規則は、育児のために休職することを希望する社員の条件、休職期間、申請手続き及び休職期間中の賃金に関する取扱いについて定めたものです。ふたつめは「育児介護のための時間外勤務及び深夜勤務の制限に関する細則」です。この細則は、育児の必要がある社員について、時間外勤務を制限する措置及び午後10時以降午前5時までの間(深夜時間帯)に就業を制限する措置について定めたものです。

こうした次世代育成支援に関する弊社の規則の理解を深めるため、2008年1月発行の社内報に掲載し、社員の理解促進を図っています。

#### コミュニケーション部 お客様センター 志村貴代美

お客様センターには1日に平均100件以上お客様から意見が寄せられ、私はその応対を行っています。私には子どもが2人いるのですが、それぞれ育児休職を取得し、復職してからも子育てと両立できる時間シフトで勤務しています。



コミュニケーション部 お客様センター 志村貴代美

### 人材の育成

#### 人材育成の基本となる考え方

弊社は、人材が企業にとって最も大切な財産であるという考え方のもと、企業理念である「自然からお客様までのミルクコミュニティを育み、明るく健やかなくらしに貢献します。」を実現できる教育研修を組織的・計画的に推進しています。

#### 人材育成方針

企業理念の実現に向けた教育研修を以下の方針 に沿って実施しています。

- 1 将来を担う人材の育成
- 2 自律した個人の育成
- 3 良識のある社会人の育成

#### 教育研修体系図

弊社では社員を対象に以下の研修を実施しています。



	階層別研修	スキル研修	OJT	自己啓発	部門研修
	新任所属長研修	コーチング実践研修			
経営職	新任経営職研修	コーチング応用会議力強化研修	<u>:</u>	通	
職		コーチング職場実用研修	新	信	管理
		ビジネスリーダー養成研修	人	教 育	営業
般職	キャリアプランセミナー(S)	トレーナー養成研修	t	+	商品企画
	キャリアプランセミナー( M )	トレーナー中間フォロー研修	Ĭ	学	ロジ
	キャリアプランセミナー(P)	トレーナーフォローアップ研修	T	公鼠	生産
	新入社員研修	コーチング職場実用研修	制	開講	酪農資材
		新入社員牧場研修		座	
		新入社員フォローアップ研修			

#### 主な研修について

#### コーチング研修

全ての経営職を対象に、個人を尊重する姿勢、個人の成長・自己実現のサポートに必要なコミュニケーションを学ぶ研修を実施しています。個人の自発的行動を促し、個人の自己実現と組織貢献との連動を促進させることで、外部環境変化に迅速に対応し、社会に貢献できる社員と組織をマネジメントする経営職の育成を目指しています。



コーチング研修風景

#### 新入社員牧場研修

入社3ヶ月後に新入社員全員を対象に、2泊3日の 牧場研修を実施しています。生乳生産者の仕事体験、 生乳供給過程の理解、酪農知識習得のプログラム から、生産者の仕事への思い、酪農と自然の繋がり、 生産者=弊社=お客様の繋がりを学びます。新入社 員の段階でミルクコミュニティにおける自分の担当業 務の位置づけと、生乳の尊さを認識し、企業理念を 実現する社員の育成を目指しています。



新入社員牧場研修風景

## コーポレートガバナンスと コンプライアンス

#### コーポレートガバナンス

企業が株主・社員・取引先・消費者・地域社会などさまざまなステークホルダーの皆様の期待に応えるためには、適正なコーポレートガバナンスが必要です。 メグミルクは社会から信頼されるガバナンスを構築し企業価値の向上に努めています。また「経営の透明性」を確保し「経営責任」を明確にするために、「社外取締役」や「社外監査役」を選任しています。

#### コンプライアンスの推進

#### コンプライアンス推進体制

メグミルクは、設立当初からコーポレートスタッフ部門としてコンプライアンス部を設置し企業倫理の維持向上や法令遵守の徹底に努めています。また、全社的なコンプライアンス推進体制強化のために、代表取締役社長を委員長とするコンプライアンス委員会を設置しています。さらに本社・地域事業部では、各部の部長・事業部長をコンプライアンス責任者とする体制を構築し、経営トップから現場の一人ひとりまでコンプライアンス意識を浸透させる仕組みを構築しています。

同様な仕組みを関係会社にも構築するとともに、メグ ミルクのコンプライアンス委員会には、関係会社の社 長(又はコンプライアンス担当役員)が出席し、グルー プー体となった認識と情報の共有化に努めています。

#### コンプライアンス推進のための具体的活動

「企業行動規範遵守宣誓」への署名の実施 毎年8月22日の創立記念日に、全員が「企業行動 規範遵守宣誓」に署名しています。

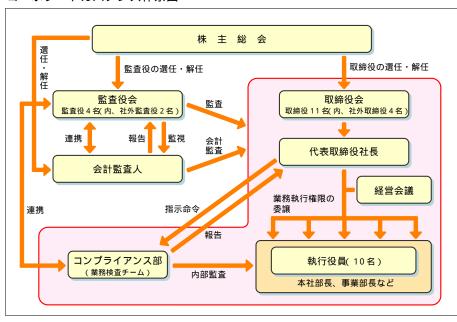
ミルクコミュニティ行動指針 浸透トレーニングの実施

メグミルクでは、全社をあげて、2ヶ月に1回、各職場のチーム単位で、浸透トレーニングを実施しています。

#### コンプライアンス研修

役員以下経営幹部社員対象の研修、経営職対象の研修、一般社員を対象とした研修に加え、人事部門と連携した「階層別研修」、関係会社の役員・社員を対象とした研修などを毎年実施しています。

#### コーポレートガバナンス体系図



## コーポレートガバナンスと コンプライアンス

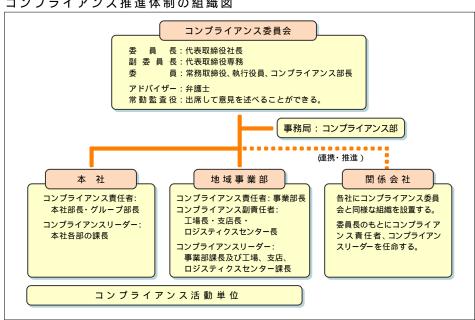
#### MEGホットライン

メグミルクは、会社設立の年から特別相談窓口とし て「MEGホットライン」を設け、社員及びメグミルクで 働くすべての人々、関係会社の社員から相談を受 け付けています。さらに、「社外弁護士ホットライン」 を設け、専門家への相談体制も設置しています。M EGホットライン運営の基本は、相談者・関係者の「秘 密厳守」と相談者・情報提供者の「不利益扱いの 禁止」とし、安心して相談できるようにしています。なお、 職場の上司かコンプライアンスリーダーに相談する 制度も構築しています。

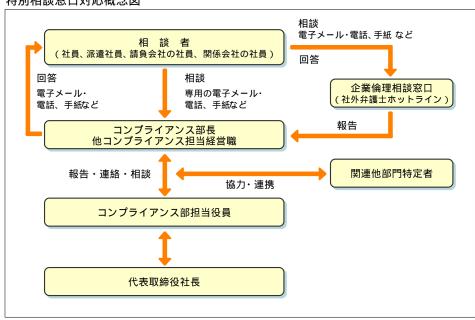
#### 内部監査時の確認と コンプライアンスアンケートの実施

メグミルクでは、コンプライアンス意識が現場に浸透 し業務に反映されているかを確認するために、内部 監査時にコンプライアンスヒアリングを実施しています。 また、毎年、全社員に対する無記名の「コンプライア ンス定着度評価アンケート」を実施し、コンプライアン スの浸透状況の把握、課題解決に向けた対応を行っ ています。

コンプライアンス推進体制の組織図



#### 特別相談窓口対応概念図



## 会社概要

商号	日本ミルクコミュニティ株式会社
	Nippon MilkCommunity Co .Ltd .
本社	〒162-0067
	東京都新宿区富久町10-5 新宿EASTビル
	(代表)03-5369-6800
創業	平成15年(2003年)1月1日
資本金	142億円
社員数	1 758名(平成20年3月現在)
株主(出資比率)	全国農業協同組合連合会(40%)
	雪印乳業株式会社(30%)
	全国酪農業協同組合連合会(20%)
	農林中央金庫(10%)
事業目的	1 . 牛乳、乳製品の製造・販売
	2 . 果汁、清涼飲料水、炭酸飲料水の製造・販売
	3 . 菓子、調味料、穀物類を原料とした農産加工品の製造・販売
	4.農畜産物及びその加工食品の販売
	5.酒類の販売
	6.医薬部外品の販売
	7.農畜水産加工品その他の食品、日用雑貨、健康器具の通信販売
	8 . 工業所有権及びノウハウの企画、開発、制作、管理、賃貸及び販売
	9.産業廃棄物の処理
	10 貨物利用運送事業
	11 前各号に関連する一切の事業

### 関係会社

いばらく乳業株式会社 〒310.0852 茨城県水戸市笠原町1414

TEL: 029-241-1006 FAX: 029-243-2209

\*牛乳・乳製品・菓子・飲料等の製造販売

みちのくミルク株式会社 〒989.6412 宮城県大崎市岩出山下野目字八幡前60.1

TEL: 0229-72-2011 FAX: 0229-72-2216

\*牛乳・乳製品・菓子・飲料等の製造販売

三和流通産業株式会社 〒338-0826 埼玉県さいたま市桜区大字大久保領家700.1

TEL: 048-858-7700 FAX: 048-858-7726

\*チルド商品の卸売、共配センター運営

直販配送株式会社 〒151.0061 東京都渋谷区初台1.47.3(日本生命初台ビル)

TEL: 03-3373-6321 FAX: 03-3373-6379 \*チルド商品の転配送及び共配センター運営(配送・荷役)等

グリーンサービス株式会社 〒182.0025 東京都調布市多摩川1.30.1

TEL: 0424-83-9421 FAX: 0424-87-4581

\*物流センターの運営、貨物運送取扱業、商品の入出庫・転送事業等

MCビジネスサポート株式会社 〒162.0067 東京都新宿区富久町10.5 新宿EASTビル3F

TEL: 03-5369-6915 FAX: 03-5369-6917

\*自販機・管理・営業・生産品質等のサポート事業

## 2007年度業績について

2007年度は、中期三ヵ年経営計画(MRP) の2年目として、1売上高の拡大、なかでもメグミルクブランド牛乳の確立、2タイムリーな商品開発・導入、3コスト増嵩リスクの吸収策実施、

4 MRPアクションプラン遂行による市場競争力の強化、5 品質保証と企業理念・企業行動規範に裏付けられた企業倫理の確保に取り組んでまいりました。

2007年度の業績は、売上高は前年並に着地したものの、利益面では未曾有の原材料価格高騰などのコストアップの影響により、計画・前年ともに下回りました。

MRP:メグライジングプラン

生 産 量 (kl)

売上高は、上期は新商品「メグミルク牛乳」の市場投入と積極的プロモーションなどの結果、計画・前年ともに達成しましたが、下期は個人消費の伸び悩みなどが影響し、通期では前年差 6千3百万円とほぼ前年並みとなりました。

白物飲料では、牛乳は依然として市場全体が低迷し、弊社も牛乳計で前年比94%となりましたが、

そのような中、メグミルクブランド牛乳は前年比106%と好調に推移しました。2008年度に入っても依然好調を維持しています。

また、2007年3月にリニューアル発売した「毎日骨太3つのチカラ」が大変好調に推移し、白物乳飲料は前年を上回りましたが、牛乳の落ち込みをカバーしきれず、白物飲料全体では計画・前年ともに下回りました。

色物飲料他では、8月の猛暑などが追い風となり、「雪印コーヒー」に代表される色物乳飲料や清涼飲料が好調に推移したほか、野菜系飲料の「農協健康菜園」が引き続き順調に売上を拡大し、色物飲料他全体で計画・前年ともに上回りました。

利益では、原材料費、運送費やエネルギーコスト、競争費用の増大に対し、ローコストオペレーションの徹底などによりコストの吸収に努め、上期は計画を達成したものの、下期以降の更なる原料・資材費の上昇により、通期の利益は計画・前年ともに下回りました。

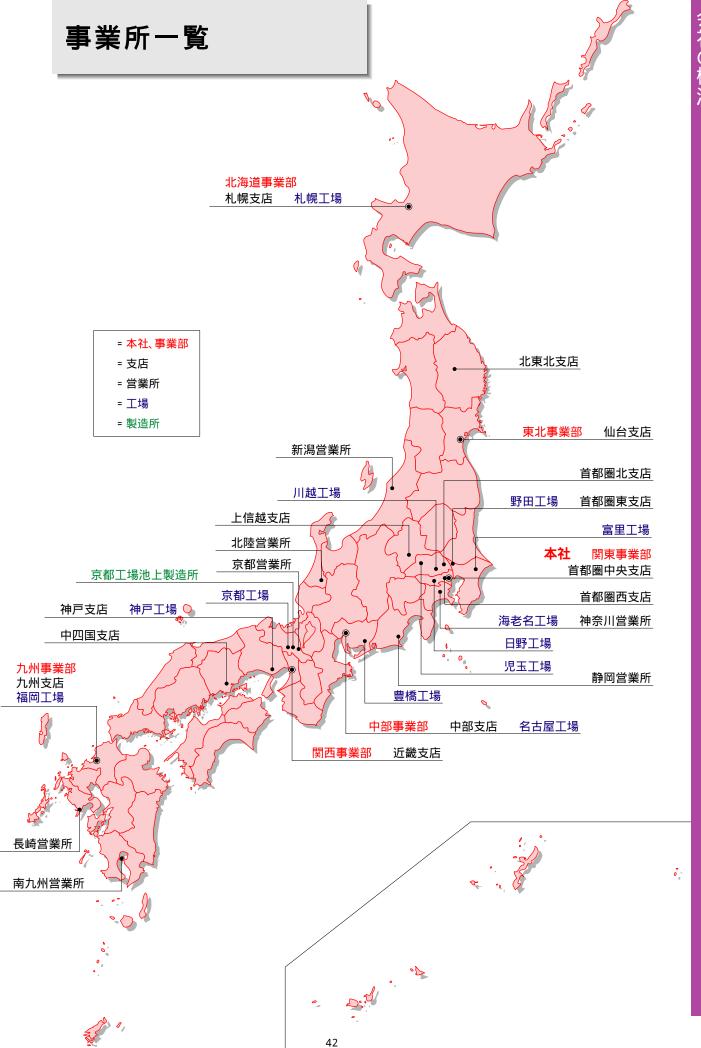
業績の推移				億円未満切捨て
		2005年度	2006年度	2007年度
単体売上高	(億円)	2 215	2 ,195	2 ,194
経常利益	(億円)	41	30	25
社員数(人)	正社員のみ(除く、出向・休職者)	1 779	1 694	1 705
	嘱託・契約・パート 計員	489	549	662

944 397

963 491

1 016 024

#### 単体売上高と経常利益 生産量 社員数 1 ρ16 ρ24 = 単体売上高 = 経常利益 = 正社員 = 嘱託・契約・パート社員 (kl) 1 000 000• 2 2 1 5 1 779 2 220• 963 491 1 705 1 694 950 000 944 397 2,195 2,194 2 200 1 500 • 2 ,180• 900 000 2 ,160 1 000 • 850 poo • 662 500• 549 40• 489 30 20• 25 2005年度 2006年度 2007年度 2005年度 2006年度 2007年度 2005年度 2006年度 2007年度





日本ミルクコミュニティ株式会社