


森永製菓株式会社 CSR報告書 2015



 おいしく、たのしく、すこやかに

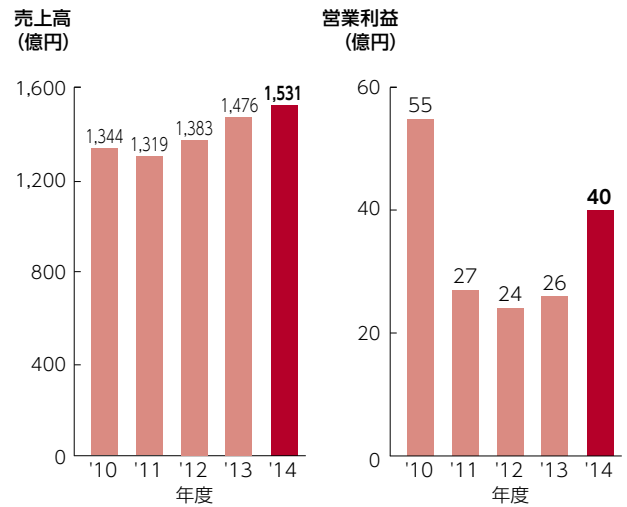


森永製菓株式会社

森永製菓株式会社の概要

■ 会社概要 (2015年3月31日現在)

社名	森永製菓株式会社 (MORINAGA & CO., LTD.)
代表者	代表取締役社長 新井 徹
本社所在地	〒108-8403 東京都港区芝5-33-1
創業	1899(明治32)年8月15日 森永西洋菓子製造所 創業
会社設立	1910(明治43)年2月23日
資本金	186億1千万円
事業内容	当社は菓子(キャラメル・ビスケット・チョコレート等)、食品(ココア・ケーキミックス等)、冷蔵(アイスクリーム等)、健康(ゼリー飲料等)の製造、仕入れ及び販売を主要な事業としております。
上場証券取引所	東京証券取引所
従業員数	1,356名(平均年齢40.6歳)



■ 事業紹介

菓子事業



当社の事業活動の中核となっているのは、チョコレートやビスケット、キャンディなどの菓子事業です。家族や友人とのコミュニケーションや家庭・職場などでの気分転換やリラクゼーションを盛り上げる、おいしさ、たのしさの提供を続けています。

食品事業



食品事業は、ココア、ホットケーキミックス、甘酒などを中心とした商品開発をはじめ、新しいレシピの開発や食べ方の提案を常に発信しています。食卓を豊かにし、くつろぎの時間を演出するとともに、手づくりを通じて家族のコミュニケーションの輪を広げる取り組みに力を入れています。

冷蔵事業



業界トップクラス商品である「チョコモナカジャンボ」、独自の技術をベースとした「アイスボックス」、当社らしさを追求した主力商品の数々、また菓子メーカーならではの強みを生かした新商品など、それぞれの商品をとってお客様へ価値と感動(驚き)を提供しています。

ウイダー事業

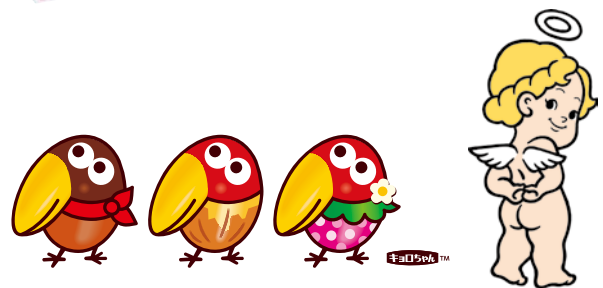


ウイダー事業は、過酷な状況を乗り越えるアスリートの身体能力・精神力を支えてきたノウハウを、不規則な生活、ストレスなどにさらされがちな日常生活をおくる全ての人々に向けてもアレンジし展開しています。正しい理論、革新的な商品で、全ての人のすこやかな毎日を力強くサポートします。

ヘルスケア事業



ヘルスケア事業では、高齢化社会やストレス社会を背景に、美容、生活、医療分野で独自性のある健康関連商品の開発を行い、当社の健康食品ブランドとして、「天使の健康」シリーズを通信販売チャネルで展開しています。



編集方針

森永製菓グループは、2001年度より「環境報告書」を発行し、2014年度からは、さらに開示情報を充実し「CSR報告書」として発行いたしました。

多くのステークホルダーのみなさまに、当社グループの社会的責任(CSR)の取り組みについてご理解いただけるよう、事業における価値創造の歩みや、各ステークホルダーに対する考え方を掲載しています。2015年度は特集として、当社の代表的な商品である「ハイチュウ」の新しい事業展開や、社会貢献の取り組み「1チョコ for 1スマイル」について報告しています。

本報告書によりステークホルダーのみなさまとコミュニケーションを深め、みなさまの声をもとにCSR活動をさらに推進していきたいと考えています。

報告対象範囲

本報告書は主として森永製菓株式会社を対象としています。ただし環境データに関しましては、当社の4工場と、生産関係会社5社のグループ合計実績となります。

森永製菓4工場：鶴見工場、小山工場、中京工場、三島工場
生産関係会社：森永スナック食品(株)、森永エンゼルデザート(株)、森永デザート(株)、高崎森永(株)、森永甲府フーズ(株)

報告対象期間

2014年4月1日～2015年3月31日

※一部2014年度以前の取り組みや直近の活動報告も含まれています。

発行月

2015年6月(前回発行:2014年12月)

参照ガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第3.1版」
- ISO26000(社会的責任に関する手引き)

お問い合わせ先

森永製菓株式会社 コーポレートコミュニケーション部

TEL:(03)3456-0143



目次

- 01 森永製菓株式会社の概要
- 02 編集方針
- 03 TOP MESSAGE
- 04 森永製菓のCSR
- 05 森永製菓グループ 価値創造の歩み



特集

- 07 ～変わらぬおいしさ、新しいおいしさをお届けし続けるために～
ハイチュウ発売40周年
- 09 ～森永製菓の事業を通じた社会貢献～
1チョコ for 1スマイル



マネジメント

- 11 コーポレート・ガバナンス
- 12 コンプライアンス・リスクマネジメント

社会への取り組み

- 13 お客様の笑顔のために
- 15 お取引先様の笑顔のために
- 16 株主・投資家のみなさまの笑顔のために
- 17 従業員の笑顔のために
- 19 子どもたちの笑顔のために



環境への取り組み

- 23 森永製菓グループ環境方針
- 24 環境マネジメント
- 25 環境に配慮した商品開発
- 26 低炭素社会の実現
- 27 循環型社会の形成
- 28 環境汚染物質の管理・削減促進
事業活動における環境負荷
- 29 環境保全活動
- 30 コミュニケーションツールのご紹介



“おいしく、たのしく、すこやかに”

私たちは、『食』を通して、価値と感動をお届けする企業を目指します。
そして、「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」ことが、
森永製菓の創業以来の夢です。

当社は日本にまだ和菓子しかなかった1899(明治32)年に、創業者森永太郎の「日本の子どもに栄養価のあるおいしいお菓子を届けたい」という夢とともに創業しました。

以来、日本人の味覚に合う西洋菓子づくりのパイオニアとして、お客様に愛される商品を創り続けてまいりました。現在は菓子、食品を中心とする食品関連事業、すこやかな生活を提案する健康関連事業、グローバル展開を狙う海外事業、さらに新市場、新領域開拓にも挑んでいます。



私たちはステークホルダーのみなさまと信頼関係を築き、企業活動の中に社会や環境に関する問題への対策を組み込み、持続可能な未来を実現したいと考え、CSR活動の基盤をコーポレート・ガバナンス、コンプライアンス、品質における安全・安心、環境への配慮、社会貢献においています。

2014年の新たな取り組みとして、女性社外取締役を招へいし、コーポレート・ガバナンスと、性別、国籍、年齢等を超えたダイバーシティのさらなる推進を目指しています。また、食の安全・安心を脅かす事件・事故を鑑みて、従来の「森永HACCP」に加え「フードディフェンスに関するルール」を策定し、品質保証体制の強化に取り組んでいます。同時に地球環境への配慮としては、省エネルギー、省資源、環境負荷の低減に努めています。さらに、森永製菓の社会貢献活動である「エンゼル・スマイル・プロジェクト」として自然体験、食育体験、スポーツ・音楽体験など直接体験の場の提供や、カカオの国の子どもたちの教育環境整備により、未来を担う子どもたちの心身の健全な育成を応援しています。

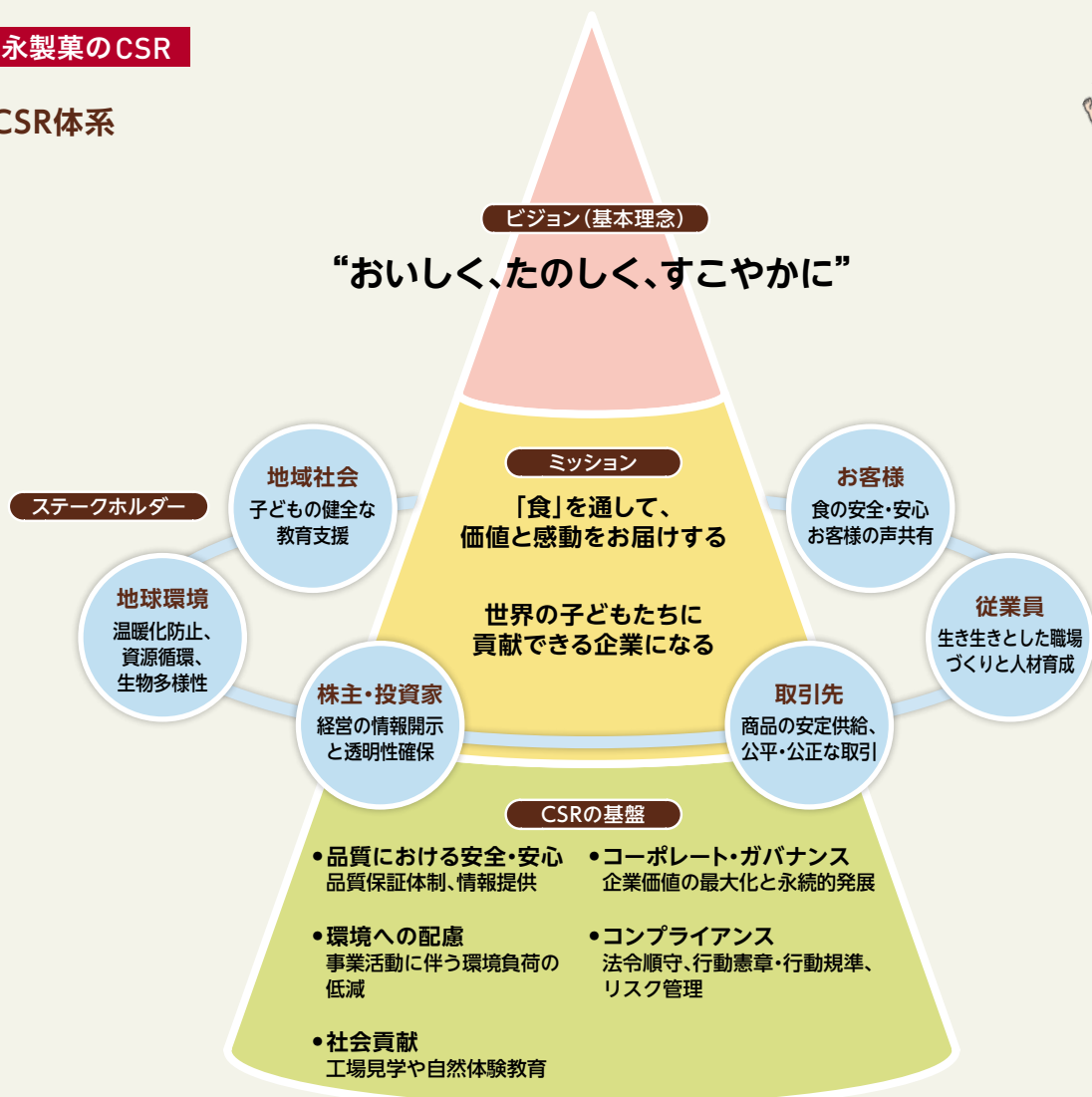
これからも企業としての成長と、CSR活動を企業活動の両輪として取り組むことで、当社のビジョンである「おいしく、たのしく、すこやかに」、そして「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」という創業以来の夢の実現を果たしてまいります。

今後とも、よりいっそうのご支援ご指導をいただきますようよろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長 新井 徹



CSR体系



「行動憲章」

URL <http://www.morinaga.co.jp/company/about/charter.html>

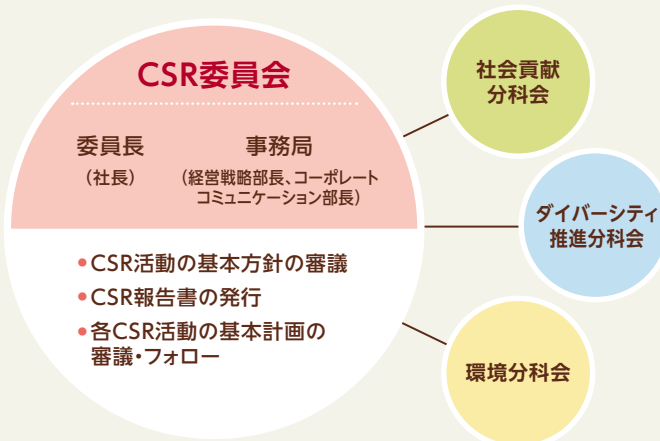
CSR基本方針

(1) 当社は企業理念・行動憲章に則り、企業活動の全ての領域にわたり、社会的責任を果たすべく、当社を支えていただいているステークホルダー（お客様・地域社会・パートナー・社員・株主等）との良好な関係を維持・発展させ、社会との共存と持続的成長を実現することに努力します。

(2) 全てのCSR活動の基盤はコーポレート・ガバナンス（＝企業理念の確立・維持、経営の効率性・健全性・透明性の確保）、コンプライアンス（＝法令・行動憲章・行動規準の順守・リスクマネジメント・情報開示）、品質における安全・安心の確保、あらゆる面での環境への配慮、未来を担う子どもたちのすこやかな成長を願う社会貢献活動にあります。

CSR推進体制

2014年10月、コーポレートコミュニケーション部にCSRグループを設置し、他の関連部署と連携をしながらCSR活動を推進しています。また社長を委員長としてCSR委員会を開催し、社会貢献・環境・ダイバーシティなどCSRの活動状況や方向性の確認を行い、会社全体でCSR経営を進めています。



森永製菓グループ 価値創造の歩み

森永製菓の歴史を製品や社会活動をとおして紹介します。

1899



森永 太一郎



松崎 半三郎

日本の西洋菓子のパイオニア

「日本に西洋菓子を普及させる」という大きな夢を胸に、創業者森永太一郎がアメリカから帰国したのは1899(明治32)年。わずか2坪の工場で西洋菓子をつくり始め、やがて松崎半三郎というパートナーを得て事業は飛躍的に拡大し、夢は現実のものとなりました。

1900年当時



森永太一郎がアメリカから帰国し、「森永西洋菓子製造所」創業

History

1899 明治32年

1905 明治38年

1912 大正元年

1914 大正3年

1918 大正7年

1919 大正8年

1920 大正9年

1923 大正12年

1930 昭和5年

1937 昭和12年

1944 昭和19年

1954 昭和29年

1957 昭和32年

1959 昭和34年

1960 昭和35年

1961 昭和36年

1964 昭和39年

1967 昭和42年

1969 昭和44年

1905



1905年に登場した初代エンゼルマーク



1951年から使われた6代目マーク



1986年から使われているマーク(7代目)

「エンゼルマーク」の誕生!

エンゼルマークは、太一郎が当時よくつくっていたマシュマロが「エンゼルフード」と呼ばれることにヒントを得て考えられました。エンゼルマークは誕生以来6回変わってきましたが、森永製菓のシンボルとして現在も使われています。

1919

8時間労働制の導入

創業して間もない1904(明治37)年に従業員の制服制帽を採用した森永製菓は、1919(大正8)年、業界に先駆けて8時間労働制を導入。また早くから健康保険組合や厚生年金基金の設立を行うなど、職場環境整備の面でも先駆者として歩んできています。



待遇改善を求めて日本各地で労働争議が起こる中、森永製菓はいち早く労働条件を改善し、労働者の生活改善と健康確保に貢献しました。

1937

第1回「森永母の日大会」を開催

1936(昭和11)年、「森永母を讃える会」をつくり、諸団体と協力しながら翌1937年に「母の日」の普及活動を全国規模で展開。「ありがとうお母さん」を日本に定着させました。



「おいしく、たのしく、すこやかに」のシンボル、エンゼルマークを商標登録

「森永製菓株式会社」となる



ポケット用紙サック入りミルクキャラメル発売、爆発的な人気を呼ぶ



日本初のカカオ豆からのチョコレート一貫製造による、国産ミルクチョコレートを発売



日本初の飲用ココア、ミルクココア発売

8時間労働制の導入



ドライミルク製造開始、翌年発売

マリービスケット発売



赤ちゃん専用の離乳ビスケット、森永マンナ発売

第1回「森永母の日大会」を開催

抗生物質ペニシリン国産第一号完成



日本初のバンドオープン導入

ホットケーキの素発売

ウォルトディズニープロダクションと日本初のライセンス契約締結

バレンタインデー企画を展開日本初の国産インスタントコーヒー発売
教育設備助成会設立と同時にベルマーク運動に参加



エンゼルパイ発売

ハイクラウンチョコレート発売、大ヒットとなる



キョロちゃんデザインのチョコボール発売
「まんがのキャンズメ」登場
チョコフレック発売



ハインソフトを発売
「おもちゃのキャンズメ」登場

1970 昭和45年

大阪万博に参加、
空中ビュッフェを運営

1971 昭和46年

小枝チョコレート発売



1972 昭和47年

チョコモナカ発売



1975 昭和50年

ハイチュウ発売

1977 昭和52年

チュッパチャブスキャンディ輸入販売



1982 昭和57年

おととと発売



1983 昭和58年

米国ウイダー社と事業提携

1986 昭和61年

CIによる新エンゼルマーク発表

1989 平成元年

アイスボックス発売



1991 平成3年

エンゼル財団設立

1993 平成5年

ソリッドダース発売



1994 平成6年

ウイダーinゼリー発売



1999 平成11年

森永創業100周年を迎える
第1回 リトルエンゼル無人島探検隊実施

2000 平成12年

全4工場でISO14001認証取得完了

2003 平成15年

摩利哪呷(上海)食品有限公司を設立
カレ・ド・ショコラ発売、バイク発売



2004 平成16年

上海でハイチュウ製造開始



2007 平成19年

バリーカレポー社と業務提携

2008 平成20年

米国森永製菓設立
1チョコ for 1スマイル活動開始
(株)アントステラ全株取得

2009 平成21年

ウイダー事業本部設立
ヘルスケア事業部設立



2010 平成22年

生ラムネ発売
森永食品(浙江)有限公司を設立



2011 平成23年

高崎森永(株)設立

2012 平成24年

森永食品(浙江)有限公司 生産開始

2013 平成25年

森永チョコレート
(1チョコ for 1スマイル)発売
PT. Morinaga Kino Indonesiaを設立
森永アメリカフーズ(株)を設立

2014 平成26年

ハイチュウ・バイクが宇宙日本食に認定



「森永ミュージアム」

URL <http://www.morinaga.co.jp/museum/>

1994

ウイダーinゼリー

スポーツの前後や途中で新しい感覚で摂取できる栄養食品をテーマに、1994(平成6)年にスパウト付きゼリー飲料「ウイダーinゼリー」を開発。いつでもどこでも片手で飲める手軽さで、不規則になりがちな現代人の食生活をサポートできる新しい飲料スタイルを定着させました。



2000



森永製菓全4工場
ISO14001 認証取得

1998(平成10)年、小山工場が日本の菓子業界で初めて、国際基準を満たす環境マネジメントを実践している工場としてISO14001の認証を取得。業界のさきがけとなりました。さらに2000(平成12)年には全4工場が認証を取得しました。

地球

環境の保全に企業が果たす役割が強く求められるようになり、森永製菓はISO14001認証を取得し、環境マネジメントの認知や普及に貢献しました。

2014

さまざまな
店頭展開



1. ハイクラウン 2Tsubo Shop

1964(昭和39)年に発売した「森永ハイクラウンチョコレート」の発売50周年を記念して、2014(平成26)年10月27日、東京駅グランスタに42日間の期間限定で開店。本店舗は「進化する老舗」をテーマに、森永製菓のチョコレートに対するこだわりを形にしたコンセプトショップです。



2. DARS BRAND SHOP

2014(平成26)年12月12日12時12分の「ダースの日」に、表参道ヒルズ表参道Rスタジオに期間限定でオープン。「自分へのご褒美」、「友人へのちょっとした贈り物」にぴったりな特別な「ダース」を取り揃えました。

2014

宇宙博

2014(平成26)年7月19日から始まった「宇宙博2014-NAXA・JAXAの挑戦」に協賛(NHK・NHKプロモーション・朝日新聞社主催)。宇宙を通じて、子どもたちに大きな夢を与えるこのイベントの趣旨に賛同しました。会場のSpaceShop(お土産コーナー)では、スペースキョロちゃん・ローバー探査機型什器を設置。宇宙関連商品10品を販売し、Shop全体を盛り上げました。





特集1

～変わらぬおいしさ、新しいおいしさをお届けし続けるために～

「ハイチュウ」発売40周年

2015年、発売40年目を迎えた「ハイチュウ」。これまで多くの方々からご愛顧いただき、日本でおなじみの人気商品となりました。その人気は、海を渡りいまやアメリカにまで広がっています。私たちはこれからも、「ハイチュウ」の変わらないおいしさを守りながら、新しいおいしさや魅力をお届けし続けます。

● 40年の歴史がうみだしたおいしさのヒミツ



くせになる やわらかな噛み心地

キャラメルで長年培った技術とノウハウを生かし、ゼラチンを使用し噛んでおいしいざらつかない食感へ。



本物の果物を食べている ようなジューシーな味わい

食べた瞬間のおいしさ、キレを考慮したフレーバーの選定。



包装形態



噛み心地とジューシーな味わいを閉じ込めるために、外気の影響を受けにくい、完全密封してから折り畳む「フィンシール包装」を採用。

国内の歴史

「ハイチュウ」のはじまり

「子どもが呑み込んでも大丈夫なチューイングガムがあったら」というお客様の声を反映して誕生した「森永チューレット」。これこそが、まさに「ハイチュウ」の前身として生まれた商品でした。



1956

「ハイチュウ」誕生

● チューレットの特性をさらに向上させ、大人向きにした新商品が誕生。グレード感を表す「Hi」を組み合わせて「ハイチュウ」と名付けられました。



三層のストロベリーキャンディ

1975

「ハイチュウ」大変身

● 食べながら小さくなるスティックパックへ。
● 3層構造からあんこ巻き構造へ。



あんこ巻き構造

1986



1993

「ハイチュウアソート」地区発売

● 一袋で定番3種類の味がたのしめます。



1996

初めて香港・シンガポール向けの輸出をスタート

海外の歴史

「ハイチュウ」の海外事業展開

世界に通じる味わいと技術的強みをもつ「ハイチュウ」を世界戦略商品と位置付け、世界各地のお客様にお届けしたいと考えています。このため海外生産・販売拠点の整備も進めています。

海外のお客様からの賞賛の声

私の彼は「ハイチュウ」に出会って以来、すっかり病みつきです。昨夏、初来日した際にはスーパーで大人買い、そしてアメリカに帰ってからは何と自家用車のナンバープレートまで「HI CHEW」に変更してしまいました。



●おいしさだけでなく環境にも配慮

「ハイチュウ」の新鮮な味や食感を、そのままお客様にお届けするために、包装の役割は大切な要素です。薄い包装フィルムの中には湿気を防ぎ、香りを保つ機能が詰まっています。

見た目には変化が分かりにくいかもしれませんが、新しい技術や工程改善で包装材料のリデュースなど環境への配慮を進めています。例えば、「ハイチュウアソート」の個包装では厚さを薄くしたり、幅を短くすることによりプラスチック使用量を従来よりも年間16.8トン削減しています。これに相当する包装フィルムを伸ばすと稚内から石垣島までの飛行距離に相当します。



Topics

「ハイチュウ」トリビア

日本各地の名産品の味を「ハイチュウ」に生かしてその地域のお土産品として発売しています。(該当地域限定で発売、2015年6月現在10品)

人気ベスト
3



北海道限定
旅するハイチュウ
(夕張メロン味)



沖縄限定
旅するハイチュウ
(マンゴー味)



沖縄限定
旅するハイチュウ
(パイナップル)

「ハイチュウ」 発売40周年

2015

「ハイチュウミニ」 発売

- 国産市場最小ミニサイズ(従来の1/3サイズ)の小粒「ハイチュウ」。

2012



「ハイチュウ (プレミアム)」発売

- プレミアム果汁を使用し、おいしさと香りを同時にたのしめるセンターと糖衣2層構造のちよっと贅沢な「ハイチュウ」。

2011



さらに進化した 「ハイチュウ」へ

- 1993年に10粒入りになった「ハイチュウ」。さらに2粒増量。お客様の反応も大きく、ソフトキャンディカテゴリーNo.1を不動のものとししました。

2000



2001



台湾森永股份有限公司で製造開始

- コンビニエンスストアや量販店の定番商品となりました。

2004

上海森永食品有限公司を設立

- 中国での製造開始。

2008

米国森永製菓を設立

- 西海岸から「HI-CHEW」の発売を開始し、ティーンを中心に熱烈な支持を獲得しました。

2010

森永食品(浙江)有限公司を設立

- 中高生をコアターゲットにして、学校売店やコンビニエンスストアでの販売を中心に展開しています。

2015

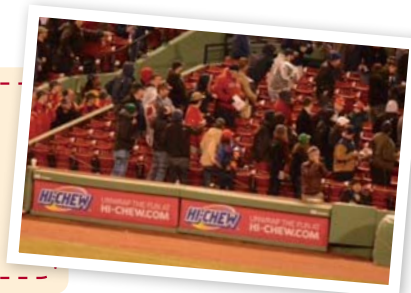
森永アメリカフーズを設立

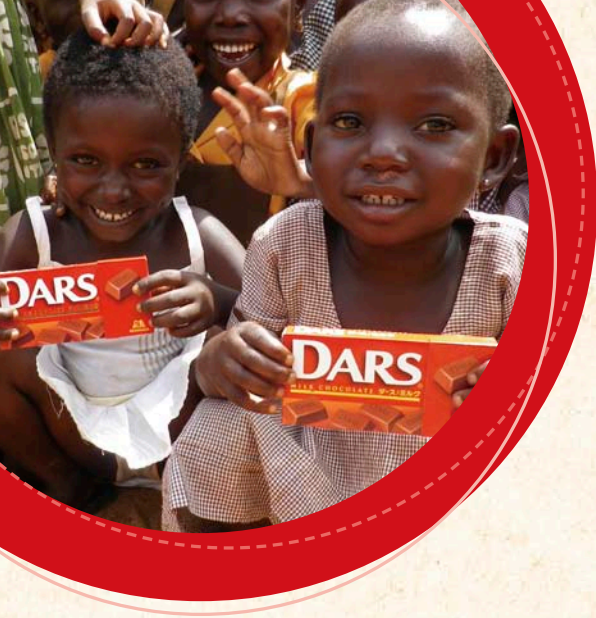
- 「ハイチュウ」40周年のアニバーサリーイヤーとなる年に、アメリカで初めて「HI-CHEW」製造をスタートします。



「ハイチュウ」とMLBの関係

2012年にボストンレッドソックスの田澤純一投手からの紹介をきっかけに、メジャーリーグの間で「ハイチュウ」が一躍ブレイク。選手のみならず、練習や試合の合間に、ジューシーな噛み心地をたのしんでいます。





特集2 ～森永製菓の事業を通じた社会貢献～

あなたが食べると、もう一人がうれしい

1チョコ for 1スマイル

“おいしく、たのしく、すこやかに”、このビジョンのもと、創業以来脈々と受け継がれてきた「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」という想いは、森永製菓の事業活動に深く息づいています。

現在、当社では、現代社会のさまざまな課題に着目し、事業を通じて解決すべく活動しており、「1チョコ for 1スマイル」の取り組みはそうした活動のひとつです。

取り組みの背景

チョコレートの原料『カカオ』がつくられる国には、経済的な自立が難しく、子どもたちが十分な教育を受けられない地域があります。当社はNGOのみならずと協力しあい、子どもたちが安心して教育を受けられる環境づくりを支援しています。

[参考]

児童労働問題に注目すると、世界では1億6,800万人、世界の子ども(5～17歳)の9人に1人が児童労働に従事しています。地域別で見ると、アフリカが最も高く5人に1人の割合と言われています。こうした中、世界の子どもたちが平等に教育を受けられる社会が求められています。



1チョコ for 1スマイル

あなたが食べると、もう一人がうれしい



1チョコ for 1スマイルとは

チョコレートの売上の一部で、2008年からカカオの国の子どもたちが安心して教育を受けられる環境づくりを支援する活動。年間を通して行う寄付に加えて、年1回の〈特別月間〉では対象商品1個につき1円を寄付しています。

これまでの支援金額(2008年～2015年2月14日)

約1億6,477万円

支援対象国は、フィリピン、カメルーン、ガーナ、エクアドル、インドネシアとして各国で校舎やトイレ、井戸の建設や衛生・水管理トレーニング、教育や子どもの権利に関する意識啓発、カカオ農家への農業技術指導など、さまざまな活動に取り組んできました。

～支援活動パートナー様より～

「1チョコ for 1スマイル」への想い



特定非営利活動法人
ACE 代表
岩附 由香 様



日本のNGO
「ACE(エース)」



公益財団法人
プラン・ジャパン
ファンドレイジング部
武市 尚子 様



国際NGO
「プラン・ジャパン」

世界に1億6,800万人といわれる児童労働、その約6割は農業分野で起きています。パートナーとして、ガーナのカカオ生産地域の活動をご支援いただき、ともに子ども支援に取り組めることを大変うれしく思っています。2015年にはACEの支援地で採れた児童労働のないカカオを使ったフェアトレードチョコレートの通年販売が実現しました。企業とNGOの先進的協働事例として注目されるこのパートナーシップで、ともに世界の子どもの笑顔を増やしていきたいです。

プランは、キャンペーン初回から継続してご支援をいただき、これまでに計53校にて8,000人以上の子どもたちの学習環境を改善しました。世界には、劣悪な環境での勉強を強いられている子どもが大勢います。今後も、森永製菓株式会社様と商品を購入されるみなさまのお気持ちを胸に、より多くの子どもたちが笑顔で学校に通学できるよう取り組んで参ります。

森永製菓
担当者のコメント

マーケティング本部
菓子食品マーケティング部
チョコレートカテゴリーマネジャー

八木 格

2008年より継続して参りました、「1チョコ for 1スマイル」も本年で8年目を迎え、寄付金額の総計も1億6,477万円を数えるまでになりました。できることから一歩ずつの取り組みではありますが、本年は国際フェアトレード認証チョコレートを通年商品として発売しました。食べる人と作る人をこれからも笑顔で繋いでいきたいと願っております。

取り組み年表

「1チョコ for 1スマイル」
キャンペーンスタート

「森永ミルクチョコレート」発売
90周年に合わせて始まりました。



2008

第一弾

～CSV^{*}の取り組みに進化した～
「森永チョコレート〈1チョコ for 1スマイル〉」発売

NPO法人ACEを通じて支援をしたガーナのアシャンティ州を中心とした地区で収穫されたカカオ由来のカカオマス80%使ったチョコレートを初めて発売。



2013



2014

第二弾

「森永チョコレート〈1チョコ for 1スマイル〉」発売

同じく支援地区アシャンティ州等のカカオマス100%使用し、国内NBメーカーとして初めてフェアトレード認証の商品を発売。



国際フェアトレード
認証ラベルが付き
ました。

2015

第三弾

「森永チョコレート
〈1チョコ for 1スマイル〉」発売

同じくアシャンティ州等のカカオマスを100%使用したフェアトレード認証のチョコレート。

お客様の買いやすさ向上を目的として商品規格を見直し、今まで期間限定だった商品を通年商品として発売。

「1チョコ for 1スマイル」
スタートから約7年の成果

寄付を通じて生まれた成果を、商品を介してお客様にお届けする業界でも初めてのサイクルは、CSRの取り組みとしても画期的な内容となりました。

【過去受賞歴】

- 第1回 日経ソーシャルイニシアチブ大賞(2013年)
 - 380件以上の応募があり、ファイナリスト35団体にACEと森永製菓が選ばれました(国際部門)
 - 第10回 日本パートナーシップ大賞(2013年)
 - 準グランプリと特別賞のオルタナ賞をACEと森永製菓が受賞「チョコレートで児童労働をなくす協働事業」
 - 第7回 日本マーケティング大賞(2015年)
 - 総数180件を超える応募の中から、森永製菓がファイナリスト10件に残りました
- 「国際フェアトレード認証チョコレート 森永チョコレート〈1チョコ for 1スマイル〉」

「1チョコ for 1スマイル」のこれから

世界中が直面している問題は数多くあります。チョコレートだけで、何とかできる問題ではないかもしれません。

しかし、できることからチョコとずつ続けていこう。チョコレートを食べる人も、カカオのふるさとで学ぶ子どもたちも、みんなを笑顔にしたい森永チョコレートです。



* Creating Shared Valueの略。社会的な価値と企業にとっての価値を両立させて、企業の事業活動を通じて社会的な課題を解決していくことを目指す考え方・戦略。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスについて

森永製菓は、企業価値の最大化ならびに企業の持続的発展を図ることを目的に、経営の健全性及び効率性の向上、財務内容の信頼性の確保、適時適切な情報開示、法令の順守ならびに各ステークホルダーとの信頼関係の強化をコーポレート・ガバナンスの基本方針としています。

○ 取締役会・役員体制

当社の取締役会は社外取締役1名を含む計9名(男性8名、女性1名)で構成されています。取締役会は、その審議の実効性と効率性を確保するため、諮問機関である各種委員会において、事前に十分な協議を行っています。

なお、当社は事業環境の変化への機動性を高め、意思決定のスピードアップを図るべく、執行役員制度を導入し

ています。これにより、戦略執行に係る通常業務の執行権限と責任を執行役員に付与し、経営の効率化と業務執行責任の明確化を図っています。

また、業務執行の確実性を期すため、代表取締役社長、業務執行取締役をはじめ経営幹部による業務執行報告会議を設置しています。

○ 監査体制

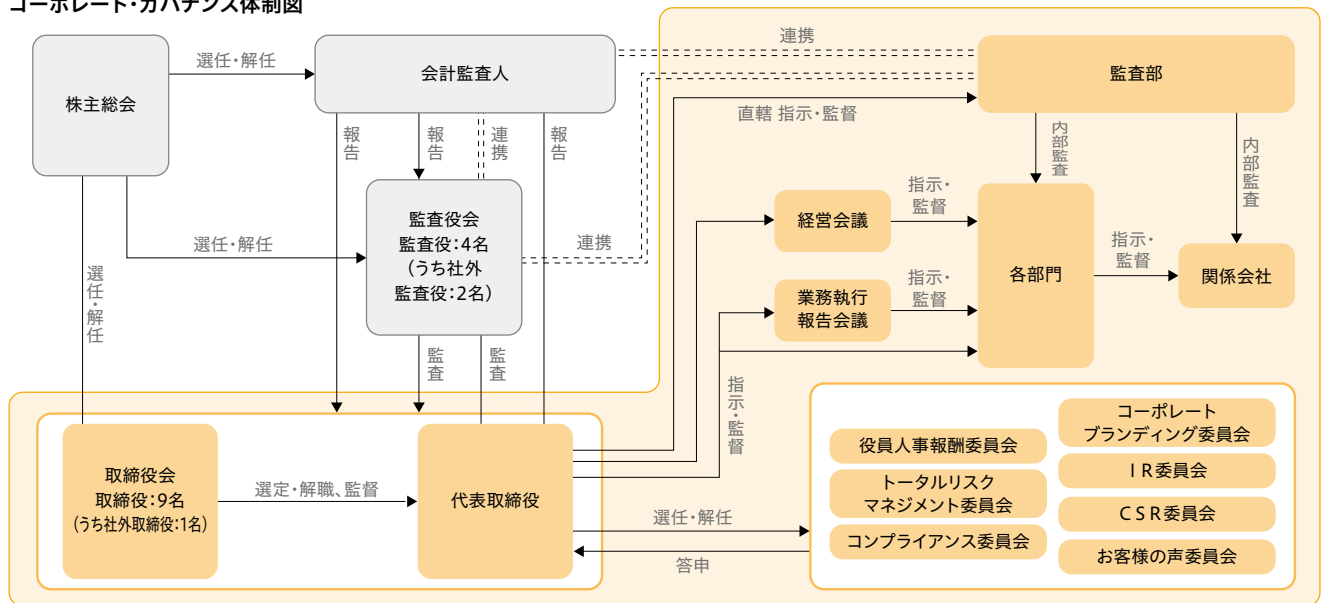
監査役は社外監査役2名を含む計4名で構成されています。社外監査役のうち1名は常勤監査役です。常勤監査役は、定期的に代表取締役と面談するとともに重要会議に出席し、取締役の職務執行の監査を行っています。



「コーポレート・ガバナンス報告書」

URL <http://www.morinaga.co.jp/company/ir/>

コーポレート・ガバナンス体制図



Message

森永製菓の企業価値向上のために

社外取締役に就任して1年が経過しました。取締役会への参画以外にも従業員の方々との対話会や工場視察等、さまざまな機会を作っていただきました。森永製菓は「おいしく、たのしく、すこやかに」という事業ビジョンを基軸に老舗企業として多くの強みを有する会社だと感じています。社員の方々のポテンシャルもとても高いと思います。一方で今後の会社成長のためにはさらなる変革が必要です。

引き続き私の役割は、森永製菓の企業価値向上のために、変革の方向性や事業戦略の議論において社内の論理にとらわれることなく意見をしていくことだと認識しています。また経営者という視点だけでなく、女性、生活者という視点でも、活きた社外の声を経営に届けることで活力ある会社に向けての変革をサポートしていきたいと思っています。



社外取締役
宮井 真千子

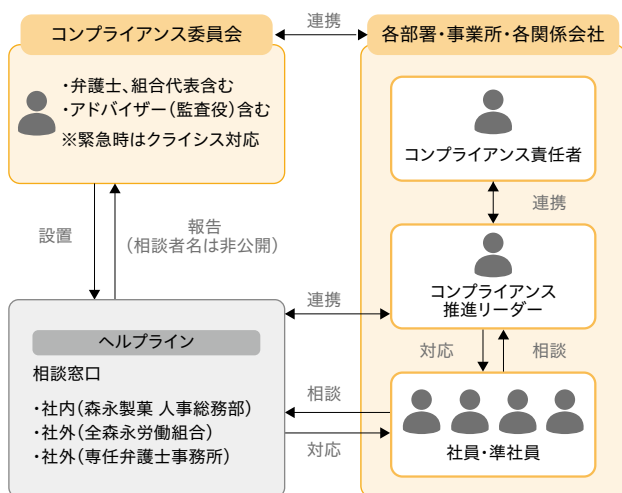
コンプライアンス・リスクマネジメント

コンプライアンス推進について

森永製菓グループは、「コンプライアンスはあらゆる事業活動において、全てに優先する課題である」との意識のもと、2001年に「森永製菓行動憲章・行動規準」を制定いたしました。2008年には「森永製菓グループ行動憲章・行動規準」に改定し、グループ共通のコンプライアンス経営体制をとっています。

また、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、コンプライアンス経営の構築や推進を行っています。コンプライアンス違反などの通報及びコンプライアンスについての相談窓口として、「ヘルプライン」を設置しています。社内、労働組合、外部弁護士の3カ所で相談窓口を設けており、制度の浸透に努めています。

コンプライアンス経営体制図



コンプライアンス意識の向上に向けて

コンプライアンス風土の浸透・定着を図るため、「森永製菓グループ行動憲章・行動規準」を各事業所でパネルで掲示するとともに冊子やカードを全従業員に配布しています。

コンプライアンス意識の向上のため、新入社員研修、新任管理職研修などの階層別研修において、コンプライアンス研修を実施するとともに、本社、各事業所での研修を継続して実施しています。



コンプライアンス研修の様子

また、毎年、全従業員を対象にコンプライアンスアンケートを実施し、当社グループのコンプライアンス状況の把握や今後の対策に生かしています。

リスク管理方針・体制

当社グループは、当社グループの活動に潜在するリスクに対応するため、内部統制システムの一環として「トータルリスクマネジメント規程」を制定し、想定されるリスクを分類及び評価し、平常時における予防対策を実施しています。海外グループ会社では当社指導に基づき、地域に応じたリスク管理体制を構築しています。

また、代表取締役社長を委員長とする「トータルリスクマネジメント委員会」を設置し、トータルリスクマネジメント計画の策定及び実施を行っています。

クライシスが発生した場合は、状況を速やかに評価・判断し、「対策本部」の設置、情報開示等、必要な対応措置をとるとともに、原因究明、再発防止対策を行うこととしています。

反社会的勢力に対しては、平素から関係行政機関などからの情報収集に努め、事案が発生した場合には警察等関係機関と緊密に連絡をとり、組織全体として速やかに対応することとしています。

BCP(事業継続計画)の策定

当社グループでは、「トータルリスクマネジメント規程」の中で、「自然災害クライシス対応要領」をはじめとする各種要領を策定し、定期的な見直しを行っています。

ここには、災害発生時には「災害対策本部」、「SCM対策会議」を設置し、各メンバーによる事業の早期再開を図るための対応や、本社機能が停止した場合の代替本社の設置基準を定めています。

日常的には本社・事業所において従業員の安否確認システムの定期訓練、避難方法の周知徹底、衛星電話等の連絡手段の確保と定期訓練や防災備蓄品の整備などを行っています。また、DRサイト(Disaster Recovery site)を構築し、危機的状況下においても企業活動が維持継続できるようITシステムのバックアップ体制を強化しています。

お客様の笑顔のために

お客様への
考え方

私たちは「食」を通して、価値と感動のある商品・サービス・情報をお届けする企業を目指します。その基本となる安全・安心を確保する品質保証体制を充実し、お客様との対話を推進して商品・サービスの向上に取り組んでいます。

品質への取り組み

品質方針

私たちは、社会に貢献する商品・サービス・情報の企画から販売に至る全過程にわたり、優れた品質と安全・安心の確保を最優先の課題として行動します。

- ・食品メーカーの原点は、安全な食品を提供することです。お客様の信頼を大切に、お客様の視点に立って行動します。
- ・私たちは、優れた品質と安全・安心の確保を最優先の課題として取り組みます。

○ 品質保証体制

森永製菓は、品質保証について「私たちの商品は一定の流通・保管条件が守られる限りにおいて、その品質は保証されたものでなければならない」と考えています。このため、企画・開発から調達・生産・販売に至る全過程にわたり、安全性を軸に品質を確保します。

● 企画・開発

安全性や法律への適合性を点検する仕組み(品質アセスメント^{*1})を運用し、品質が確保されることを確認しています。

*1 品質アセスメント…デザイン表示、賞味期限、製造条件、包装形態など約230項目について安全性や法律への適合性を点検する仕組み

● 原料の安全性確保

使用原料は厳格な規格を定め、それに対応できる原料メーカーから購入しています。原料は、食品衛生法などの法律に違反していないことはもちろん、食品添加物、アレルギー物質など安全・安心に関わる情報を確認します。また、必要な検査を行い、原料が安全であることの確認も行います。

● 工場での品質管理

工場では独自の品質管理手法である「森永HACCP^{*2}」に沿って管理を行い、不都合品をつくらない、工場から出さない体制を整えています。また、工場での品質管理が正しく

機能しているかどうかを定期的に監査・点検し、安全性や品質の確保に取り組んでいます。

*2 森永HACCP…食品危害を未然に防ぐ国際標準の総合衛生管理手法(HACCP)をベースに包装状態や製品の形、味といった品質面も含めて管理する当社独自の仕組み



出荷前検査

● 保管・輸送・店頭管理

工場から出荷した商品がお客様のお手元に届くまで、適切な条件で流通するよう基準を定め、適切な管理を実施しています。

○ 安全・安心の取り組み

● フードディフェンス

食品への意図的な異物混入を防ぐ取り組みとして、まず、コミュニケーションを大切にして働きやすい職場環境づくりに努め、従業員がお客様の安全・安心を最重要視した行動をとるよう意識向上を図っています。その上で、工場構内、製造現場への入退出管理の強化、異物混入防止に関するルール(私物持ち込み制限、薬品管理)の順守、カメラによる監視体制導入、ソフト・ハードの両面から整備してリスク低減を進めています。



カード認証による入退室



コントローラー室

● トレーサビリティ

原料～製造～保管～配送の各段階で確実な記録と管理を行い、商品に使用されている原料の履歴情報を把握できるようにしています。また、定期的な訓練を行い適正に実行されているかどうか確認しています。

● 正しく分かりやすい表示

パッケージに記載する表示は、食品衛生法やJAS法等の

法律に従うことはもちろん、お客様が商品を選択する際の重要な情報です。健康に関するアレルギー情報、栄養成分、賞味期限などについても、見やすく分かりやすい表現になるよう工夫しています。

●食物アレルギーへの対応

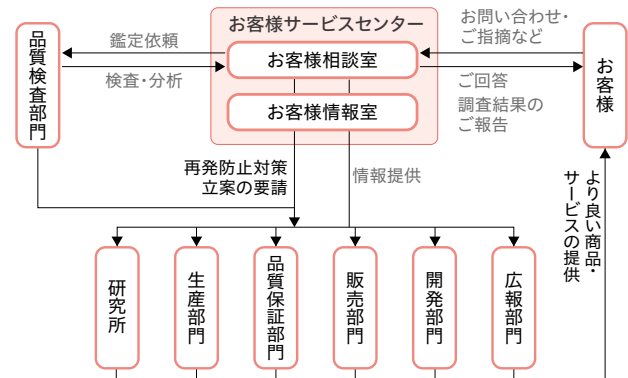
ホームページに「アレルギー情報一覧」を掲載し、安心してお客様が商品選択できるよう努めています。これからも当社は、アレルギーをお持ちのお客様のことを考え、特定原材料及びそれに準ずるもの(27品目)について品質管理を徹底し、安全・安心な食品をお届けする努力を続けていきます。



公開に努めています。なお、お客様のお声からうまれた改善事例などもご紹介しています。



お客様サポート体制



お客様サービスセンターに寄せられるお客様の声(ご要望やご提案)は、スピーディに対応できるよう、全ての部署で共有しています。また、お客様によりご満足いただける商品づくりに反映させています。

お客様満足のための取り組み

お客様満足のための基本方針

お客様重視の経営の推進、優れた品質と安全・安心の確保

行動指針

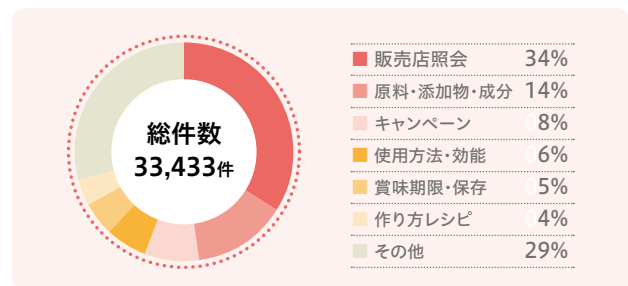
1. お客様の声を経営に反映します。
2. お客様のお申し出には、「誠実」「迅速」「事実の的確な報告」をモットーに対応します。
3. お客様には、「公平公正」に対応します。
4. お客様の声を社内で共有し、商品・サービスの開発・改善に努めます。
5. お客様の個人情報の保護・管理を厳守します。
6. お客様に提供する商品に、万一不測の事態が発生した場合は、迅速かつ確かな情報開示を行い、お客様の信頼回復に努めます。

○お客様対応の充実

お客様と直接ふれ合う窓口として「お客様サービスセンター」に「お客様相談室」を設置し、お客様にご満足いただけるよう、誠実、迅速、正確な対応を心がけています。お客様相談室に寄せられたお声(ご要望やご意見)にはスピーディに対応できるよう全ての部署で共有し、よりよい商品・サービスの改善に生かしています。

また、パッケージやホームページ上に商品に関するお問い合わせ先として、フリーダイヤルとメールによるお問い合わせ窓口を掲載するとともに、多数いただくお問い合わせ内容についてはQ&Aを掲載し、商品やサービスの情報

お問い合わせの内訳(2014年度)



お客様の声 改善事例

パリパリバー(マルチ)など箱入りのアイスの個包装を改良しました!

製造する工場のラインにより、アイスの個包装に違いがありました。個包装の上下の部分がギザギザ(B)と、真直ぐ(A)の2種類です。お客様より、「ギザギザのものは袋が開けやすいが、まっすぐのものは開けにくい!」のご指摘を受けました。

お客様の声を受け、工場のラインを改良し、アイスの個包装を全てギザギザに統一しました。開けにくいとご不便が解消されました。



お問い合わせ窓口

お電話でのお問い合わせ

☎ 0120-560-162

ウイダー製品はこちら

☎ 0120-560-168

【受付時間】

月曜日～土曜日 午前9時～午後5時
(祝日・日曜日・年末年始を除く)

その他、メールやお手紙でもお客様の声を受け付けております。どんなことでも、お気軽にお問い合わせください。

お取引先様の笑顔のために

お取引先様
への考え方

公正・公平なお取引をとおして、お取引先様と強い信頼関係を構築していきます。

公平・公正な取引

資材購買方針

1. 順法・コンプライアンス

森永製菓は、行動憲章、法令、社内規則を順守し、健全な購買活動を行います。

2. パートナーシップ

お取引先様とは、顧客感動・お客様重視を共通目的として協同し、相互に発展できる関係作りを目指します。

3. 公正な機会

お取引先様の選定は、品質、価格、納期、技術力、経営基盤などの経済合理性を公正に評価し、決定します。

(2004年10月1日制定・表明)

森永製菓では、購買業務に関する手続きを定めた「購買管理規定」に基づき、効率的な購買活動の運営を図っています。また、お取引先様と公平・公正で透明な関係を構築するために「資材購買方針」を2004年に制定し、お取引先様に表明しています。法令、社内規則等を順守し、お取引先様の選定にあたっては、品質、価格、納期、技術力、経営基盤などを公正に評価しています。

なお、2014年度は、資材購買方針に定めている「公正な機会」の提供のため、お取引先様の選定にあたり新たに評価項目及び評価基準を定め、公正な定量的評価を実施しました。

評価項目

- ①経営 (Management)
- ②品質 (Quality assurance)
- ③コスト (Cost reduction)
- ④納期 (Delivery service)
- ⑤サービス (Service)

安定供給に向けた取り組み

お客様に安全・安心な製品を安定してお届けするためには、原材料の調達についても安定した購買が必要不可欠となります。当社は安全・安心な原材料を安定的に購買する

ために、長年供給いただいているお取引先様を中心に相互に取り決めた内容を確認し合い、購買しています。新規お取引先様のご提案についても公平・公正に受け付けており、安定供給につながるものは積極的に検討し、相互にメリットがあるように取り組んでいます。

また、リスク管理の一環として、大震災等の災害時におけるBCP(Business Continuity Plan)などへの積極的な取り組みについても、お取引先様とお互いに協力し合い構築していきます。

お取引先様とのパートナーシップの強化

“おいしく、たのしく、すこやかに”のビジョンを達成するためには、調達から生産、物流に至るビジネスパートナーとの相互の信頼関係が必要です。そのためにはお互いの考え方や得意とする技術などを理解し合うことが大切であり、品質管理のあり方や製造現場の視察立会いなど相互に確認し合い、日頃から綿密な意見交換をしています。お取引先様は当社にとって良きパートナーであり、長きにわたりお互いが成長し続ける関係であるよう、今後とも有用な情報交換の場を設けていきます。



Message

お客様に安全・安心な商品をお届けするために

当社が扱っている原料(砂糖、小麦、乳製品、カカオ豆など)は農産品であり、その大半を海外からの輸入に依存しているのが現状です。その原料の産地であるタイ、オーストラリア、シンガポール、ヨーロッパ、北米などに出向き、作柄状況、品質の確認を行い、お客様に安全・安心な商品をお届けするために日々活動しています。

生産本部 資材部



株主・投資家のみなさまの笑顔のために

株主・投資家のみなさまへの考え方

経営の情報をわかりやすくタイムリーにお届けするとともに、株主・投資家のみなさまへの継続的な安定的配当を確保してまいります。

情報開示に関する基本方針

森永製菓株式会社は、法令の順守はもとより、高い倫理観をもって企業活動を行うとともに、経営の情報開示と透明性確保に努め、株主・投資家のみなさまに対しタイムリーな情報提供に努めます。会社法・金融商品取引法等関係諸法令、証券取引所の定める業績の概況及び「上場有価証券の発行者の会社情報の適時開示等に関する規則」に従って、情報ならびにその他の重要な情報を正確かつ迅速に本ホームページ上に公開いたします。

株主・投資家のみなさまとのコミュニケーション

当社は、株主総会や決算説明会、ホームページ、株主通信等を通じて株主や投資家のみなさまとのコミュニケーションの充実を図っています。



株主通信

○ 株主総会・決算説明会

株主総会では株主のみなさまに事業に対するご理解をよりいっそう深めていただくことを常に心がけています。

また、証券アナリスト・機関投資家のみなさまを対象に、5月と11月の年2回、決算説明会を開催しています。説明会では経営トップから決算状況や今後の戦略、業績の見通しなどをご説明するとともに、さまざまなご質問にお答えしています。決算説明会にて使用した資料はホームページでも公開しています。



アナリスト説明会の様子

○ 証券アナリスト・機関投資家との個別ミーティング

より多くの投資家のみなさまに事業内容をご理解いただくため、証券アナリストや機関投資家のみなさまを対象とした個別ミーティングを継続的に実施しています。

○ IR情報サイト

ホームページにIR情報サイトを設け、IR関連ニュースや財務情報等の情報を投資家のみなさまに見やすく、分かりやすくお伝えできるよう心がけて掲載しています。



「IR情報」

URL <http://www.morinaga.co.jp/company/ir.html>

利益の還元

当社は経営基盤の強化・確立を図るとともに、株主のみなさまへ利益を還元することを最重要と考えており、安定的配当を確保し、さらに業績に応じた配当を早期に実現することを基本としています。

従業員の笑顔のために

従業員への
考え方

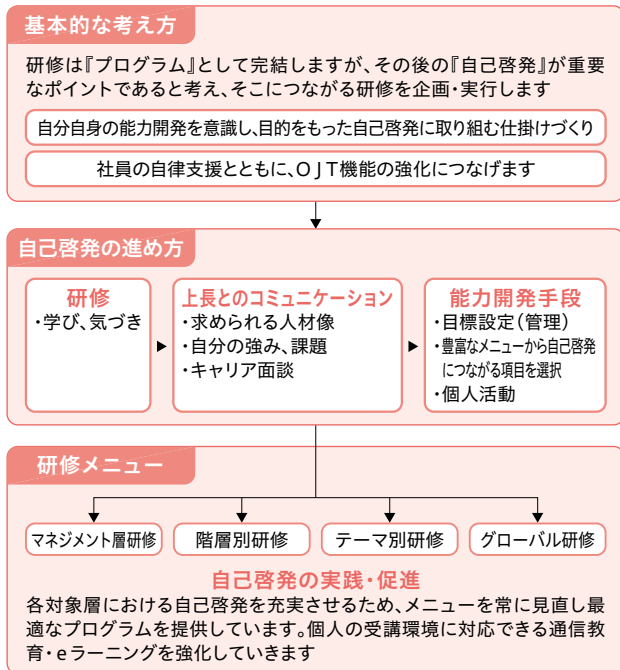
従業員の多様な個性を尊重し、やりがいと意欲をもって新たな価値創造に挑戦できる仕組み・制度づくりに努めるとともに、それぞれのもつ能力を十分に発揮できるよう、働きやすい環境づくりに取り組んでいます。

人材育成

森永製菓では、人材育成は当社が目指すビジョン・ミッションを実現させていくための手段であると位置づけています。全社的課題となっている「激しい環境変化への対応」を実行していくために、「厳しさの中で成長できる強い個人」の創出に向けた人材育成体制を確立し、組織貢献できる人材へと成長を促します。

人材育成を推進するにあたっては中期経営計画と連動した研修を実施し、他の施策を合わせて効果を高めていきます。また研修をきっかけとして社員間の相互作用を起こすように、個のレベルアップとともに職場での影響力を高める研修を企画しています。

研修の考え方と体系図



ダイバーシティの推進

○ 女性活躍推進への取り組み

当社では、2001年に「女性が能力を発揮し、活躍できる組織をつくる」という目標を掲げ、女性活躍推進をスタートしました。以降、育児関連制度の拡充を中心とした「両立支援」によって、女性社員が長く働き続けられる環境が整えられ、男女の平均年齢・勤続年数の差はなくなりました。

2009年からは、『より責任ある立場において、経営の意思決定に携わることのできる女性社員の育成』を目指した「活躍支援」に重点を置いて取り組んできました。2012年には人事総務部内に「ダイバーシティ推進担当」を設置し、各種研修によるキャリア観の醸成や上司の意識啓発をはじめ、従来女性社員の配属が少なかった職場への人材配置を積極的に実施しています。新卒採用においても男女半々となるよう実施しています。

また、今年度から女性管理職比率の数値目標(2018年4月に6%、2020年4月に8%)を新たに掲げました。これからも、性別にとらわれない、意欲・能力のある従業員の積極的な登用を推進していきます。

○ 障がい者雇用の促進

当社では、一人ひとりの個を尊重し、それぞれの資質とスキルに合わせて活躍できる場を提供する、という方針のもと、事務・営業部門から製造部門に至るまでさまざまな職場で障がいのある方がその能力を発揮しながら活躍しています。今後も障がいのある方の雇用機会創出に積極的に取り組んでいきます。

障がい者雇用数と雇用率

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
障がい者雇用数(人)	59	50	46	49	43
障がい者雇用率(%)	2.1	1.8	1.9	2.1	1.9

※各年度末時点

○ 外国籍社員の雇用促進

森永製菓では、海外事業強化の方針に伴い、企業風土の変革にも取り組んでいます。そのための取り組みのひとつとして、2013年から外国籍社員の採用を開始しました。グローバルな市場で戦っていくには、従来の日本企業の習慣にとらわれない柔軟な発想や、異文化の受容が不可欠だと考えたからです。国籍にかかわらず多様な人材を受け入れ、生かすことのできる企業風土への変化を推進していきます。

○ 再雇用制度

当社では、定年後再雇用制度を導入しています。2013年4月以降は、部分年金支給開始年齢引き上げに伴い、年金支給開始年齢に達するまで、原則、希望者全員を再雇用しています。また定年後も専門性の発揮が期待できるようシニア等級制度の導入や、評価制度を導入することにより、モチベーションや挑戦意欲の喚起を行っています。

ワークライフバランスへの取り組み

森永製菓では、男女問わず利用できる育児・介護休業制度の整備をはじめ、出産・育児・介護に携わる期間、仕事の負担を軽減できる制度を設けることで、さまざまなライフステージにおいても、成長意欲をもちながら能力を発揮し、活躍できる環境を整えています。また、2007年から計5回「子育てサポート企業」として国からの認定を受けています。



Message

子どもの成長とともに

私は2011年7月と2014年1月に出産し、育児休業を取得しました。2人の子を抱え、仕事との両立がより困難になるのではないかと不安もありましたが、職場では限られた時間内の業務を周囲の方にご理解いただき、家庭では上の子が自分でできることが増え、働く2児の母の生活を思った以上にたのしめています。仕事で悩んでも家に帰れば考え込む時間がないので忘れてしまい、オンオフの切替が上手になったこともたのしく過ごせる理由かもしれません。また、子どもがどんな目線で商品を選ぶのか、母として買いたいのはどんな商品なのか、今まで想像でしかなかった生活者視点をリアルに持てるようになり、私生活が業務にも生きていくと感じる日々です。これからも、子どもの成長とともに変わっていく視点を生かしながら、仕事をしたいと思っています。

マーケティング本部製品計画部第二グループ

種田 千佳子

労働安全衛生活動

従業員は「企業活力の源泉であり、最も大切な経営資源」であるとの考えを基本に、労使一体となって安全衛生委員会を中心に職場安全衛生パトロール、安全運転講習や労働時間対策労使会議を実施するなど、安全で働きやすい職場環境づくりに努めています。また、健康保険組合と協力し、健康診断受診の徹底や診断後の保健指導による生活習慣病への取り組みを強化しています。またメンタルヘルス対策として外部相談窓口の設置や社員研修の実施など予防に注力した取り組みを実施しています。災害度数率^{*}は2012年が2.85、2013年が1.55、2014年は0でした。

^{*}災害度数率…100万のべ実労働時間あたりの休業1日以上死傷者が発生する頻度

人事基本データ

		2012年度	2013年度	2014年度
正社員数	男性	1,174人	1,089人	1,071人
	女性	337人	288人	285人
平均年齢	男性	40.6歳	40.3歳	41.0歳
	女性	39.2歳	38.8歳	39.2歳
平均勤続年数	男性	17.3年	16.8年	17.4年
	女性	17.8年	16.9年	17.2年
管理職	女性比率	5.1%	4.0%	4.0%

^{*}各年度末時点

出産・育児・介護支援制度

出産	通院・つわり休暇	妊娠中で就業が困難な場合に、7日まで取得可能
	産前産後休暇	産前6週間(多胎妊娠の場合は14週間以内)、産後8週間(有給)
	慶弔休暇 妻の出産	2日間(有給)
育児	育児休業	・子が1歳到達後の4月末、または子が1歳6ヶ月に達する日までのいずれか長い期間まで取得可能 ・男性社員が妻の出産後8週間以内に育休を取得した場合、再取得可能とする ・出産後8週間以内であれば、連続5日まで有給
	育児短時間勤務	・育児休業取得可能期間内であれば1日4時間勤務が可能 ・小学校4年生に達するまで1日6時間勤務が可能
	子の看護休暇	小学校4年生に達するまでの子が1人の場合は年5日、2人以上の場合は年10日予防接種・健康診断・看護のために取得できる
介護	介護休業・ 介護短時間勤務	介護休業と介護短時間勤務(1日4時間勤務)を合わせて、要介護状態の対象家族1人につき、1年まで取得可能
	介護休暇	要介護状態の家族が、1人の場合は年5日、2人以上の場合は年10日、1日単位で介護を目的として取得可能

エンゼリターン制度

エンゼリターン制度	結婚、配偶者の転勤、子の出産・育児、家族の介護を理由に退職した場合、その後、再雇用できる制度
-----------	--

育児休業・介護休業の取得状況(人)

		2012年度	2013年度	2014年度
育児休業	男性	3	4	4
	女性	12	21	10
介護休業	男性	0	0	0
	女性	0	0	0

^{*}各年度末時点

子どもたちの笑顔のために

子どもたちへの考え方

100年を超える森永製菓の歴史は、子どもたちの笑顔に支えられてきた歴史でもあります。だからこそ私たちは、感謝の気持ちを込めて子どもたちをもっと笑顔にする活動を続けていこうと考えています。

さまざまな活動をととして
子どもたちの笑顔を
応援しています



社会貢献活動基本理念

直接体験をととして『子どもたちの心身の健全な育成を目指す』

社会貢献活動(エンゼル・スマイル・プロジェクト)

現代社会の子どもたちはインターネットやゲームなどによる間接体験、疑似体験が圧倒的に多くなる一方で、『直接体験』の著しい欠落が指摘されています。それが、“課題や困難”に対して、自ら考え判断し行動するという問題解決プロセスを学ぶ機会を逸し、解決能力の低下につながる一因といわれています。当社では社会貢献活動を「エンゼル・スマイル・プロジェクト」と銘打ち、下記の活動に取り組んでいます。

○ 社会貢献活動の4つのカテゴリ

- 伊賀・エンゼルの森 自然塾
- 森永リトルエンゼル育成 無人島探検隊

自然体験

- キョロちゃんズ ダンスミュージカル
- フェンシングフルーレ太田雄貴杯

- 菓子育
- 工場見学
- キッズニア

食育体験

スポーツ・音楽体験

- 1チョコ for 1スマイル活動
- 他社参加型 エンゼル・スマイル・プロジェクト
- 世界カカオ財団 (WCF)
- ベルマーク活動
- 森永エンゼル財団

教育環境整備



「社会貢献活動」

URL <http://www.morinaga.co.jp/company/csr/social>

○ 今後の社会貢献活動について

当社のビジョンである“おいしく、たのしく、すこやかに”と、「世界の子どもたちに貢献できる企業になる」という夢の実現に向けて、これからも『子どもたちの心身の健全な育成』のために時代に合った社会貢献活動を実施していきます。

特に“すこやか”につながる環境教育については「自然を大切に、人を大切に」をテーマに取り組んでいきます。

食育体験

菓子育

お菓子をとおした心のふれあい

「菓子育」は、子どもたちのすやかな成長を応援する当社独自の取り組みで、栄養価のみならず、心の充足・家族や友だちとのコミュニケーションを果たすお菓子の大切な役割をお伝えしています。また、お菓子を安心して召し上がっていただくための情報も提供しています。



工場見学

お菓子をとおした社会科見学

お菓子づくりの現場から「ものづくり」を学ぶ森永製菓では、教育活動にもさまざまな支援を行っています。製造工場の見学は、小中学生の課外授業の場に加え、地域の子ども会や親子見学会の方々にも幅広くご来場いただいています。

鶴見工場見学では、2015年3月24日、初めて年間見学者数5万人を達成しました。工場見学を通じて、来場してくださったみなさまが森永製菓のファンになっていただけるよう、今後も充実した工場見学を目指していきます。



キッズニア

お菓子をとおした職業体験



当社では、子どもたちが職業・社会体験できる施設、キッズニア東京・甲子園に、「お菓子工場」パビリオンを出展しています。

子どもたち一人ひとりがオリジナルの「ハイチュウ」をつくることができ、その体験をとおしてお菓子づくりのたのしさだけではなく、食品衛生や栄養に関する知識を学ぶ機会も提供しています。



スポーツ・音楽体験

キョロちゃんズ ダンスミュージカル

「チョコボール」でおなじみのキョロちゃんズが全国各地で開催。「キョロちゃん夢ファンタジーミュージカル」としてスタートし2014年度で12回目、累計で40万人を超えるお客様をご招待し、子どもたちに自然や友だちの大切さなどをたのしみながら伝えてきました。



フェンシングフルール 太田雄貴杯

オリンピックメダリストである太田社員本人による企画・プロデュースで、全国各地から小学3～6年生の男女による団体戦やスペシャルマッチ、トークショーをとおして、スポーツの大切さやフェンシングの魅力を伝えています。



自然体験



伊賀・エンゼルの森 自然塾

2007年度から、生物多様性の保全と持続可能な社会を目指す新しい取り組みとして、三重県伊賀市にある当社所有地「エンゼルの森」を舞台に、里山を守り育て、里山文化を次の世代に引き継ぐ「伊賀・エンゼルの森 自然塾」を実施しています。キャンプ生活の中で、自然体験をはじめ歴史・生活文化体験など、地元の人々と交流しながら、子どもたちに自然とともに生きる知恵や環境を守ることの大切さを伝えています。



2014年度は、初めて森永製菓ファンサイト「エンゼル PLUS」で募集を行い、8月18～20日、22～24日、総勢（小学4～6年生男女）48名の子どもたちが参加し、東京から広島・鳥取まで全国の子どもたちがさまざまな体験と交流をしてくれました。

今年のテーマは「森と自分たちの暮らしのつながりを知ろう!」。林業300年の歴史を持つ吉田本家によるLEAFプログラム（木と森と人々の暮らしを考える）、間伐体験をとおして、子どもたちは森林や環境への理解と関心を深めてくれたでしょう。



森永リトルエンゼル育成 無人島探検隊

1999年に森永製菓の創業100周年記念事業としてはじまり、2004年から森永乳業との合同社会貢献事業として取り組んでいます。2014年度は7月21～26日、全国から小学4～6年生男女総勢30名を募り、奄美大島そばの江仁屋離島えにやはなれしまで無人島生活を体験しました。

厳しい環境の中で仲間と協力しながら、また自然と共生しながら豊かな人間性を育み、「生きるため」に必要な7つの力について、子どもたちの自発的な機会の提供をしています。



Message

無人島での経験が今に生きています!

私は2005年に無人島キャンプに参加し、見たこともない満天の星空、透きとおった海、そして好奇心を刺激するたくさんの自然…、今でも無人島での景色を鮮明に覚えています。全てが初めての経験、全てが新しいものとの出会いでした。無人島での6日間があったからこそ、どんな新しいことにも好奇心を持って挑戦してみよう!この姿勢が身に付きました。

最近ではインターネットや連絡手段が発達し、電車に乗っているとみんな様にスマートフォンで必死に何かを打っています。知らない人と何気なく会話する機会が少なくなっている今、子どもたちには知っている人のいない世界がどんなものなのかを経験し、そこで友だちになる難しさや、友だちの大切さを学んでほしいです。

今年大学に入学し、経験できる世界が広がりました。人とつながりを大切にしながら、人の役に立つことができればいいなと思っています。



2005年に無人島探検隊に参加
岡部 圭一郎様



無人島から帰宅して、無人島のお土産の石や貝殻について、お母さんにたのしそうにお話する様子

教育環境整備



他社参加型 エンゼル・スマイル・プロジェクト



子どもたちをもっと笑顔にする「エンゼル・スマイル・プロジェクト」を、より大きな社会貢献活動に発展させたいと願い、他社参加型の取り組みを開始しました。これは、当社が保有する「天使」「エンゼル」の商標を商品名に使用する意思のある他企業様※1には、商標権※2の使用料を支払う代わりに、子どもたちの育成・教育環境改善に寄与する社会貢献活動に携わっていただく取り組みです。「天使」「エンゼル」の名を冠する商品は、どこの会社のものでも子どもたちを応援している安全な商品だと、お客様に安心していただける環境を目指しています。

※1 食品製造、食品販売、食品提供をする企業に限定しています。

【参加企業】 商品名
(株)エンゼルの森 ユーレナエンゼル

※2 商標権…知的財産権の一つで自社商品と他社商品とを区別するための文字や図形などを特許庁に出願・登録することにより、独占的に使用できる権利のことです。

ベルマーク活動に協賛し、 学校設備や教材の充実を支援

1960年に開始したベルマーク運動に継続的に協賛し、学校設備や教材の充実、ハンディを背負いながら学んでいる子どもたちを応援しています。



オリジナルベルマーク

世界カカオ財団 (WCF※3) に加盟

当社はWCFに加盟し、カカオ産出国のために、カカオ栽培農家への技術指導や教育支援活動、また過酷な児童労働のない社会の実現に向けた各種プログラムを支援し、カカオ産出国の支援をしています。

※3 WCF…世界の主要なチョコレート会社がカカオ栽培地域の環境保護と経済・社会開発を通して、カカオ経済が持続可能な発展をすることを願い、設立した組織です。



森永エンゼル財団



「森永エンゼル財団」は、当社のシンボルである「エンゼルの心」を大切に、人間らしい心豊かな生活文化のあり方と、これからの家族のあるべき姿を研究し、フォーラムなどを開催しています。また東日本大震災で被災された地域の子子どもたちに「森の絵本」をお届けする活動も行っています。



森永製菓グループ環境方針

環境基本理念

エンゼルのように地球にやさしく!!

森永製菓は地球温暖化防止のため低炭素社会の実現と持続的成長が可能な循環型社会の形成を目指し、生物多様性の保全を通じた自然共生社会の構築に寄与すべく、企業活動のあらゆる面で環境に配慮した取り組みをおこないます。



環境方針

基本方針



1. 環境に関する法令、条例等の順守



2. 製品に関わる全過程での環境負荷低減
製品の企画・開発段階から生産・販売・廃棄に至るまでの各段階において、環境負荷を考慮し、低減に努めます。



3. CO₂等の温室効果ガス排出量削減
省エネルギーの推進及びエネルギー使用の見える化等、カーボンマネジメントを実施し、CO₂等の温室効果ガス排出量を削減して、地球温暖化防止に努めます。



4. 省資源・廃棄物の削減及びリサイクルの促進
原材料等の有効利用に努め、廃棄物総量の削減を図るとともにリサイクルを推進します。



5. 環境汚染物質の管理及び削減促進
化学物質、オゾン層破壊物質等の環境汚染物質を適正に管理し、削減に努めます。



6. 環境意識の高揚及び生物多様性の保全・社会貢献活動の促進
社内環境マネジメント体制を整備・改善し、環境教育を通じて、全社員の環境意識の高揚を図り、生物多様性の保全・社会貢献活動に努めます。

環境への取り組みの歴史

1970 環境関連諸法令制定

1977 全工場に排水処理施設を設置

1991 「環境委員会」を設置

1997 森永製菓環境方針を制定

1998 小山工場ISO14001認証取得

循環型社会形成推進基本法制定

2000 「環境対策室」を設置

全工場のISO14001認証取得完了

2001 「環境報告書2001」発行

2005 京都議定書発効

2006 PCB保管物件の早期登録実施
2007年より処理開始

2008 省エネ法改正

2010 森永製菓グループ環境方針に改定
第一次環境行動目標達成

2011 第二次環境行動目標設定
東日本大震災

2014 「CSR報告書2014」発行

環境マネジメント

環境マネジメントシステム

1998年7月に当社小山工場が日本の菓子業界で初めてISO14001(環境マネジメントシステム国際規格)の認証を取得しました。さらに全工場及び生産関係会社にて順次認証取得し、適正な管理により更新登録を行っています。2000年1月には、全社的な環境保全の取り組みを一元管理する部署「環境対策室」を設置し、工場環境管理委員会等と情報交換を図るとともに、マネジメントシステムの継続的改善と、環境負荷低減や生産性向上の取り組みを推進しています。



小山工場 ISO14001認証表示

ISO14001認証取得状況

認証取得サイト名	所在地	初回登録日	登録更新日
森永製菓株式会社 小山工場	栃木県	1998年7月7日	2013年7月7日
中京工場	愛知県	2000年3月15日	2015年3月15日
三島工場	静岡県	2000年3月16日	2015年3月16日
鶴見工場	神奈川県	2000年7月26日	2012年7月26日
森永スナック食品株式会社	千葉県	2001年2月20日	2013年2月20日
森永エンゼルデザート 株式会社 冷菓事業部	神奈川県	2001年3月20日	2013年3月20日
森永デザート株式会社	佐賀県	2001年3月20日	2013年3月20日

○ 環境法規制等の順守

当社は、環境に関する法規制、条例や地域との協定について、ISO14001に基づいた管理を行い、順守に努めています。2014年度は、工場へ近隣の方等より騒音・におい等に関するお問い合わせや、苦情・事故等のお申し出が計4件ありました。これらについては、速やかに対応するとともに、改善策を講じました。

○ 社内環境監査

環境マネジメントシステムの適合性、有効性、及び効率化を目的として内部監査を毎年実施しています。コーポレートコミュニケーション部と認証工場の内部監査員による合同内部監査を2014年度は4工場部門で実施しました。この監査では法規制順守やシステムの運用状況はもとより、環境パフォーマンスの向上と、システムの効率化も重視して行っています。



認証機関による維持審査の様子



合同内部監査の様子

○ 環境教育・啓発

森永製菓グループでは、行動憲章・行動目標の中で「環境の保全」について掲げ、企業活動のあらゆる面で環境に配慮した取り組みを行うべく、従業員の環境意識高揚を図っています。また、環境方針で環境リスクへの方針を設定し、教育・啓発を進めています。各工場では、食堂等を利用したスライド表示などを行い、従業員への啓発活動を行っています。

環境に配慮した商品開発

環境にやさしいパッケージ

原料、包装、輸送から廃棄まで、あらゆる面からの環境負荷低減に配慮した製品づくりを目指しています。廃棄を抑制する取り組みの実施や、廃棄時に減容化のしやすいユニバーサルデザインの導入も行っています。私たちは常に環境のことを考えながら、製品の企画・開発を進めています。

○ プラスチックの減量化

● ホットケーキミックス

個装フィルムを薄くし、プラスチックフィルムの使用量を削減しました。



プラスチック使用量を
約8.5t/年削減

● クックゼラチン

個包装フィルムの幅、長さを縮寸し、プラスチックフィルムの使用量を削減しました。



プラスチック使用量を
約0.6t/年削減

○ 包装材料(自体)の環境負荷軽減

● ミルクココアスティックタイプシリーズ

スティック袋に植物由来の原料を一部使用しています。物性は従来のもものと変わらず、しかも化石資源の使用削減、CO₂排出抑制など、環境負荷の低減に努めています。



● チョコフレーク、パクンチョコ

個装袋に、環境にやさしい「水性インキ」を使用しています。



保管・輸送時の環境負荷軽減

製品の保管・輸送時に使用されるパレットに、なるべく多くの製品を積載できるように積載効率を考慮して製品設計を行い、保管・輸送時に関わるエネルギー使用の抑制に努めています。

TOPICS

個装箱の再利用(アフターユース)

使い終わった紙箱の有効活用として、工作物やペーパークラフトを記載。紙箱の有効活用を提案しています。



作品例

低炭素社会の実現

CO₂排出量削減の取り組み

目標 工場部門からのCO₂排出量を2020年度末までに、2005年度比15%削減する。

省エネルギーの推進及びエネルギー使用の見える化等、カーボンマネジメントを実施し、主たる温室効果ガスであるCO₂の排出量を削減することで、低炭素社会の実現を目指し、地球温暖化防止に向けて取り組んでいます。

○ 2014年度の実績

製菓4工場、関係5社^{*1}の2014年度のCO₂排出量^{*2}は57,965t-CO₂、製造量原単位^{*3}は0.53t-CO₂/tとなり、2005年度比で18.2%の排出量を削減できました。

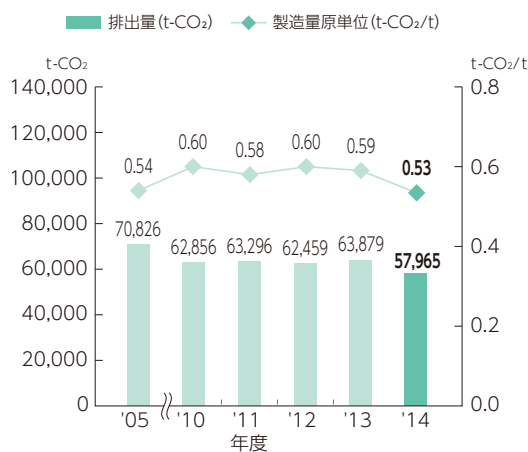
また、2013年度比では、排出量は9.3%の減少、製造量原単位は9.7%の減少となります。

*1 森永スナック食品(株)、森永エンゼルデザート(株)、森永デザート(株)、高崎森永(株)、森永甲府フーズ(株)の5社をいいます。

*2 製菓4工場、関係5社の各種エネルギー使用等に伴うCO₂排出量を合計したものです。環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン(試案Ver1.4)」等により算出、比較対照しています。

*3 製造量原単位とは製造重量あたりのCO₂排出量のことをいいます。

CO₂排出量と製造量原単位の推移

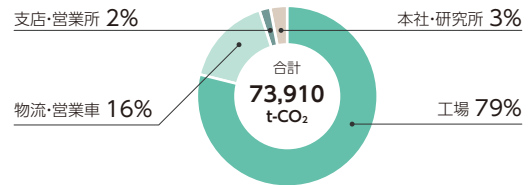


○ CO₂排出量比率

全体的なCO₂排出量実績を把握し、見える化を推進することで排出量削減に取り組んでいます。

製菓4工場、関係5社からの2014年度CO₂排出量は、全体の79%を占めています。

CO₂排出量比率



省エネルギーへの取り組み

○ クールビズ・ウォームビズの取り組み

本社・販売事業所等のオフィスにおいても省エネルギーの取り組みを推進しています。クールビズ・ウォームビズを2005年より全社的に実施し、ノーネクタイや重ね着等のビジネススタイルを取り入れています。

○ 省エネルギータイプの照明導入

研究所では全館で蛍光灯照明からLED照明への切替えを進めて、作業環境の改善と省エネルギーに取り組んでいます



研究所全館 LED照明化

○ 省エネルギー推進活動

生産部門では生産性改善・原価低減の本来業務の中で、光熱費削減のプロジェクト活動を進めています。エネルギーの Just in Time を目指して、工程の見直し改善を行っています。



鶴見工場 省エネルギー推進会合

○ 物流工程における主な取り組み

当社では物流の効率化と環境対策の観点から、同業他社との連携による共同輸配送に取り組んでいます。共同輸配送による積載率の向上は、輸配送車両の削減となり、大気汚染物質の排出量削減につながります。省エネルギー法改正に伴う特定荷主としても、「輸配送時のCO₂排出量」の算出・把握を行っており、2014年度は11,134t-CO₂の排出がありました。一方、モーダルシフトにも2001年から取り組んでおり、CO₂削減に加え、昨今のドライバー不足の問題にも対応しています。

循環型社会の形成

廃棄物排出量削減の取り組み

目標 工場部門からの廃棄物排出量を2020年度末までに、2005年度比25%削減する。

廃棄物処理法の改正や食品リサイクル法等、廃棄物関連の法律が次々と施行され、社会全体が循環型社会の形成のため、廃棄物の削減、リサイクルの促進に向けて取り組んでいる中で、当社も役割を果たすべく、目標を掲げて取り組みを行っています。品質第一で、不良品を発生させない考え方により、廃棄物の発生の抑制に努めています。

2014年度の実績

製菓4工場、関係5社からの廃棄物排出量は10,093tで、2005年度比15.3%削減できました。2013年度比では10.1%の減少となり、継続的に取り組んでいる生産性向上活動の成果が表れています。製造量原単位^{*1}も0.092t/tで前年度比10.5%減少しました。工程ロス削減などの本来業務の改善により、動植物性残渣の発生抑制効果も出ています。今後も、廃棄物排出量の削減に向けてさらに活動を強化していきます。

*1 製造量原単位とは、製造重量あたりの廃棄物排出量のことをいいます。

廃棄物の分別管理

発生された廃棄物を種類ごとに分別を行い、場外への排出を一括管理するリサイクルセンターに一時保管をし、適正な排出及び処理を行っています。

2014年度 製菓4工場、関係5社の廃棄物排出実績

	2013年度	2014年度		
	排出量[t]	排出量[t]	構成比[%]	前年度差異[t]
汚泥	2,029	2,322	23.0	293
廃油	9	9	0.1	0
廃プラスチック類	456	464	4.5	8
紙屑	1,848	1,865	18.5	17
木屑・繊維屑・工ム屑	6	12	0.0	6
動植物性残渣	6,203	4,852	48.1	-1,351
廃酸・廃アルカリ	0	0	0.0	0
金属屑	592	477	4.7	-115
ガラス・陶磁器屑	5	4	0.0	-1
その他	83	88	0.9	5
合計	11,231	10,093	100.0	-1,138
リサイクル量	11,222	10,081	リサイクル率:99.9%	

廃棄物リサイクルの促進

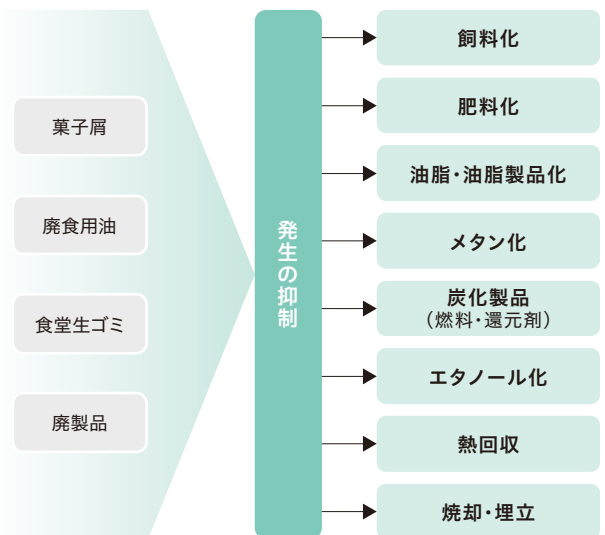
リサイクル率向上の取り組み

当社では全工場においてリサイクル率向上に向けて取り組んでいます。2014年度の製菓4工場、関係5社のリサイクル率は排出総量の99.9%となりました。今後も適正な分別を行い、資源の有効活用を図るとともに、有価物化を推進していきます。

食品廃棄物リサイクルの取り組み

製菓会社の2014年度の食品リサイクル率は75.8%となり、前年度比約7ポイント減少しました。生産工場では廃棄物の「発生抑制」に努めていますが、発生した食品廃棄物は主に、飼料化、肥料化、及びメタン醗酵原料などに利用することでリサイクルしています。製品廃棄物等は、その特性から、リサイクル困難な部分もありますが、今後も、製品特性に合わせた食品廃棄物再生業者の選択等を実施し、リサイクル化を推進していきます。

リサイクルフロー



リサイクルするために
みんなでがんばって
いるんだよ



環境汚染物質の管理・削減促進

大気汚染物質の抑制

生産工場の全てのボイラーを2005年度までに都市ガス燃料仕様に変更し、さらなるNOx、CO₂排出削減に取り組んでいます。また、工場敷地内のアイドリングストップ順守のために、各お取引先の方々にもご協力を要請しています。営業車の環境負荷低減も積極的に推進しており、2014年度末の低排出ガス車導入比率は98.9%です。

水質汚濁防止

排水処理設備の運用に関して、自主管理基準を設定し「運転管理手順書」の見直しや教育訓練の実施などで管理徹底を図り、設備のメンテナンス強化、更新・改善のための投資を行っています。



雨水流出防止訓練

オゾン層破壊防止

オゾン層破壊物質であるフロン管理徹底を進めています。各工場では空調機や冷凍機等の点検・保全を強化し、設備更新時は適切なフロン回収を行い、代替冷媒に切り替えています。

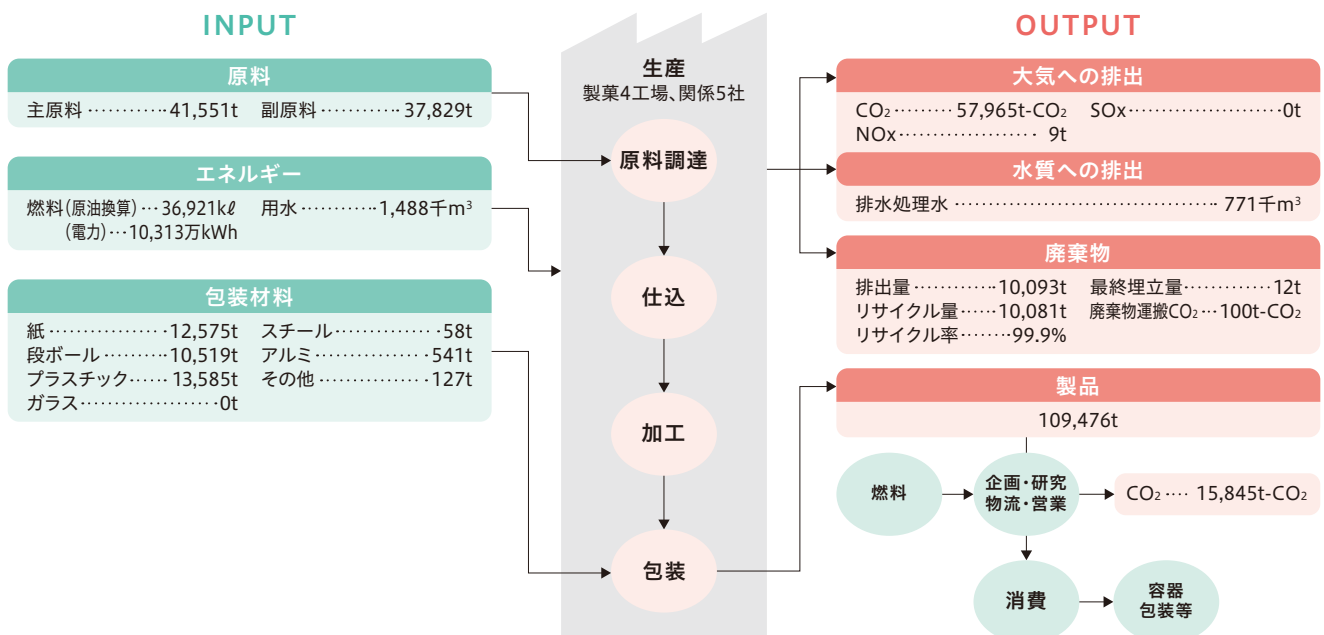
化学物質への対応

「特定化学物質の環境への排出量の把握及び管理の改善の促進に関する法律（PRTR法）」に従い「化学物質管理手順」を作成し、全社的に化学物質管理を強化しています。工場部門ではISO14001のマネジメントシステムを活用して、安全で適正な管理の徹底と、排出量の削減に取り組んでいます。

事業活動における環境負荷(2014年度)

エネルギーや原材料の使用、廃棄物の排出等、製品の製造過程においてはさまざまな環境負荷がかかります。私たちは、一つひとつの環境負荷に配慮し、環境にやさしい製品づくりを続けています。

物質フロー



環境保全活動

地域交流

○ 鶴見工場 納涼祭

工場では、近隣住民の方々との交流を図るため、「納涼祭」などを開催し、構内を開放して近隣住民の方々に多数ご参加をいただき、地域交流を図っています。



鶴見工場納涼祭

○ 高崎森永 高崎市自転車競技協賛

自転車で山を登る競技「榛名山ヒルクライムin高崎」に高崎森永とウィダーマーケティング部で協賛しました。



高崎森永 自転車競技協賛

環境美化・緑化活動

○ 三島工場 楽寿園環境整備

三島市が進める『ガーデンシティみしま推進事業』の一環として、楽寿園内の環境整備がありました。花苗の植え付けや、園内の清掃・整備を行いました。



花苗の植え付け(みしま花のまち)



小浜池周辺の草取り

○ 三島工場 用水清掃

三島工場では、市内河川の清掃活動に積極的に参加し、生物多様性の保全と環境美化運動を推進しています。



土砂、陶器、その他ゴミを分別収集



ご家族も参加

○ 森永エンゼルデザート 工場緑化

森永エンゼルデザートでは、工場再構築に伴い緑化計画を進め、市民の憩いの場として開放しています。



森永エンゼルデザートの緑化計画

コミュニケーションツールのご紹介

ステークホルダーのみなさまとのコミュニケーションを深めるさまざまなツールとして、Webサイトやソーシャルメディアを通じた情報発信や交流を行い、また全国3店舗にアンテナショップを展開しています。

Webサイト

森永製菓は、24時間365日、お客様がいつでも情報にアクセスできるよう2つのWebサイトを開設しています。コーポレートサイトでは、最新の商品情報、企業情報を公開しており、ファンサイト「エンゼルPLUS」では、お客様同士やお客様と森永製菓が気軽に交流をおたのしみいただける場を提供しています。



↑ コーポレートサイト
URL <http://www.morinaga.co.jp/>



↑ ファンサイト:エンゼルPLUS
URL <http://ap.morinaga.co.jp/>

ソーシャルメディア

森永製菓は、お客様にとってより身近な存在でありたいと願ってソーシャルメディアのアカウントを運営しています。公式フェイスブックでは新鮮な情報発信を、公式ツイッターではフレンドリーな対話をおたのしみいただけるよう心がけています。ぜひフォローして、気軽に話しかけてみてください。

ソーシャルメディアアカウント一覧

URL <http://www.morinaga.co.jp/socialmedia/>

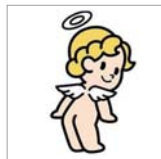
主なアカウント

Facebook



森永製菓株式会社

Twitter



森永製菓株式会社



エンゼルパイ

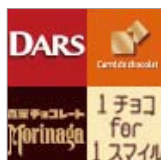
Blog



エンゼルパイなキモチ



ウイダー



森永チョコレート



森永アイス ティック&Y氏



アイスのファン集まれ!

森永のおかしなおかし屋さん

森永製菓が運営するアンテナショップです。東京駅店、通天閣店(大阪)、沖縄HAPINAHANA店(沖縄)の3店舗を常設店舗として展開しています。アンテナショップ限定のお菓子やグッズなど、買ったのしい・食べておいしいショップです。



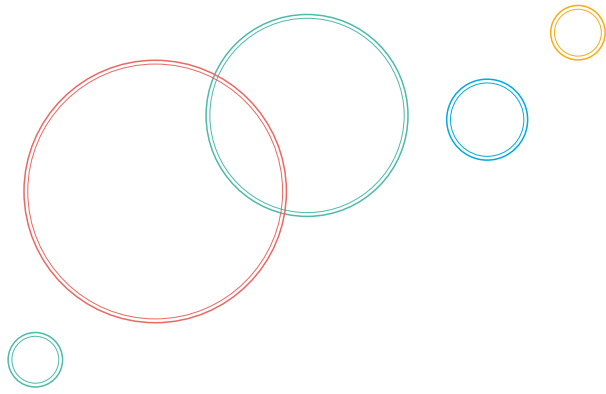
東京駅店



通天閣店(大阪)



沖縄HAPINAHANA店(沖縄)



森永製菓株式会社

〒 108-8403 東京都港区芝 5-33-1

このレポートに関するお問い合わせ先

コーポレートコミュニケーション部 CSRグループ
TEL 03-3456-0143 FAX 03-3769-6129

