

乳の
ちから



会社概要

森永乳業グループは、安全・安心で高品質な商品をお客さまにお届けすることを使命とし、品質管理の徹底、研究開発、技術の向上に日々努めています。

事業概要

森永乳業グループは、森永乳業株式会社ならびに子会社 77 社、関連会社 12 社で構成され、牛乳、乳製品、アイスクリームなどの製造販売を中心に事業を展開しています。

食品事業部門では、当社製品の一部をエムケーチーズ(株)、横浜乳業(株)、東洋乳業(株)、北海道保証牛乳(株)他 18 社で委託製造をおこない、(株)デイリーフーズ他 29 社は、主として当社製品を仕入れて全国の得意先に販売しています。その他の事業については、森永酪農販売(株)が飼料、(株)森乳サンワールドがペットフードの仕入れ・販売、森永エンジニアリング(株)他 34 社がプラント設備の設計施工、不動産の賃貸、運輸倉庫業などをおこなっています。

営業概要

当社は、2008 年 3 月期から 2010 年 3 月期にかけての 3 カ年の中期経営計画として、連結売上高 6,000 億円、連結経常利益 200 億円、連結当期純利益 90 億円を目標に掲げています。しかし、計画初年度の 2007 年度は、予想を大幅に超えて原材料コストが上昇したうえに、2008 年度は 30 年ぶりに生乳の買入れ価格が引き上げられ、さらに昨年度を大幅に超える原材料価格上昇が予測されています。

このような状況の中、中期経営計画の見直しと並行して、コスト上昇を吸収克服するために、生産・物流の改善や販売促進の効率化などの自助努力を進めるとともに、お客さまや流通関係の皆さまのご理解を得ながら商品価格の改定もおこなっています。また、お客さまの安全・安心を支える品質保証体制の強化、そして食品基盤研究所での基盤研究、食品総合研究所および栄養科学研究所での商品開発機能の強化も、より一層推進していきます。生産面では、神戸工場の生産ライン拡充と、別海工場チーズ新棟の 2008 年 6 月から

稼働開始により国産ナチュラルチーズの増産をはかります。さらに、今秋には沖縄森永乳業(株)の新工場が牛乳、乳飲料、乳酸菌飲料、果汁飲料の生産を開始する予定です。

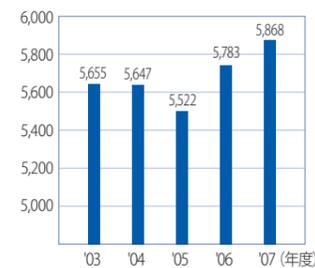
森永乳業グループ 2007 年度の概況

お客さまのニーズに応える商品の開発・改良に努め、効率的な販売促進活動を展開し、原材料価格の上昇を吸収すべく売上の拡大やローコストオペレーションの徹底をはかりましたが、2007 年度は減益という厳しい結果となりました。

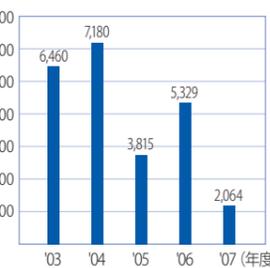
連結売上高は 5,868 億 4 千 8 百万円(前年比 1.5%増)でしたが、利益面では原材料価格の上昇を吸収しきれず、営業利益は 78 億 1 千万円(前年比 26.5%減)、経常利益は 84 億 9 百万円(前年比 32.9%減)、純利益は 20 億 6 千 4 百万円(前年比 61.3%減)となりました。

会社概要	
会社名	森永乳業株式会社 (MORINAGA MILK INDUSTRY CO.,LTD.)
本社所在地	〒108-8384 東京都港区芝 5-33-1
代表者	代表取締役社長 古川 紘一
創業	1917年(大正6年)9月1日
設立	1949年(昭和24年)4月13日
資本金	21,704 百万円(2008 年 3 月 31 日現在)
従業員数	3,068 名【男子 2,508 名、女子 560 名】 (2008 年 3 月 31 日現在)
事業内容	牛乳、乳製品、アイスクリーム、飲料、 その他の食品等の製造・販売、飼料販売、 プラント設備の設計施工等
事業所	直系工場 17、支社支店 10、 子会社 79、関係会社 12

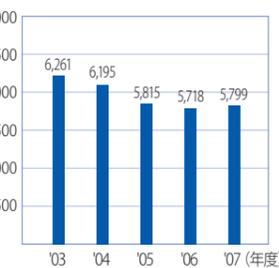
連結売上高(単位:億円)



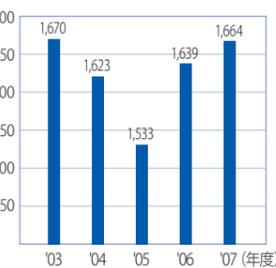
連結純利益(単位:百万円)



連結従業員数(単位:人)



生産量(単位:1000kL・トン)



CONTENTS & 課題項目

会社概要		1	
CONTENTS & 課題項目		2	
低炭素社会を実現するために私たちができること	従業員ダイアログ	3~5	
	トップコミットメント	6	
活動テーマ	2007 年度 課題	ページ	
CSR マネジメント	コーポレート・ガバナンス体制 リスクマネジメント	コーポレート・ガバナンス体制の強化 コンプライアンス意識の浸透	7~8
	森永乳業の代表的商品		9
	森永乳業の CSR		10
食の安全・安心	安全・安心を お届けするための表示	原材料、栄養成分など表示による情報提供	11~12
	管理体制	品質管理体制の強化	13
	研究開発	商品開発力の強化	14
社会性報告	お客さまのことを第一に	「お客さま第一主義」の徹底 お客さまの声をいかした改良の推進 工場見学プログラムの充実	15~16
	従業員とともに	労働安全衛生マネジメントシステムの認定取得推進 ワークライフバランス支援制度の拡充	17~18
	調達先・取引先/ 株主・投資家	調達先・取引先との協力関係強化 IR 情報提供の充実	19
社会/地域社会	環境啓発活動の拡充 社会貢献活動「スマイル倶楽部」運営委員会の発足 各事業所でのボランティア活動継続	20	
社会/次世代育成・食育	「エンゼル 110 番」の継続実施 「リトルエンゼル育成」キャンペーン 「エムズキッチン」の継続実施	21~22	
環境報告	ライフサイクルと物質フロー	省資源・省エネルギーの推進	23~24
	環境目標の達成状況 環境マネジメント	環境目標の達成 グループ全体でのマネジメント体制構築	25~26
	省エネルギー対策/ 自然エネルギー活用	省エネルギー対策の推進 自然エネルギーの活用	27~28
エネルギーの使用と 大気への環境負荷	エネルギー使用量と CO ₂ 排出量の削減 化学物質排出の削減	29~30	
用水の使用と排水	水使用量の削減 水の循環利用の徹底	31~32	
ゼロエミッション	ゼロエミッションの遂行	33~34	
容器包装の省資源化	容器包装の省資源化とリサイクルの推進	35~36	
モーダルシフト	モーダルシフトの推進	37	
環境会計		38	

低炭素社会を実現するために 私たちができること

地球環境問題の深刻化や原材料価格の高騰など、私たちの企業活動を取り巻く状況がますます厳しさを増す中で、森永乳業グループとして何をすべきなのか、また、従業員一人ひとりに何ができるのか。北海道洞爺湖サミット初日の7月7日(月)、森永乳業本社で「従業員ダイアログ」を開催し、古川取締役社長とともに社員5名が語り合いました。



当社のCO₂削減の取り組みは 着実に進歩してきている

【司会】●現在、石油価格の高騰に加え、原料価格も急騰するという厳しい経営環境となっています。とはいえ、やはり持続可能な社会の実現に向けて、CO₂排出削減などの取り組みも継続しなければなりません。まずは、今、みなさんがどんな立場で、どんなことを考えて行動しているか、聞かせていただきたいと思います。

堀江●私は今、販売部門で宅配商品を担当しています。宅配商品は、びんの軽量化が2005年に実現し、省資源、リユース、配達車への積載率の向上、ひいてはCO₂排出削減という環境負荷軽減にダイレクトにつながる商品となりました。また、社会貢献活動の取り組みとして、乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の大切さを伝える「ピンクリボン運動」に参加していることなども、お客さまにご理解いただけるよう努めています。現在の課題は、やはり原料高騰にともなう価格の改定とともに、営業目標をいかに達成するかということです。

古川●私が入社した昭和40年頃は、牛乳びんが主体でした。資源や地球環境にとって、びんは理想的な商品のひとつです。さらに現在は軽量化と耐久化が進み、昔20回転だったのが、今は60回転できる。省資源、CO₂排出削減への貢献度は大きいです。

堀江●宅配はお客さまにとって利便性が高い反面、どうしても配送車がCO₂を排出してしまいます。また、当社の配送車は一般の10℃以下という基準よりも低い5℃以下の温度管理

をしていることでCO₂排出量は増加しますが、びんの軽量化でCO₂がどれだけ削減できたか、数値化してアピールしていく必要があります。保存状態がよいのでロスが少なく、その分のCO₂排出量は抑えられます。

佐々木●CO₂排出量では、東京多摩工場は年間約5万トンで、コージェネレーションを2台導入するなどの排出削減に努めています。私は、蒸気や用水の安定供給や、排水の適正処理などに関わる、まさに環境対策の前線で仕事をしています。一次エネルギーの入り口で効率よくエネルギー変換できるように、また、近隣の住民の方々が匂いや騒音などで不快な思いをされないように日々努力しています。省資源とCO₂削減、ひいては原単位(→p29)の削減につながる設備の運転最適化にも力を入れています。

古川●地球温暖化を食い止めるには、温暖化ガスのCO₂排出削減は不可欠です。排出総量、原単位ともに下げることが大きな課題です。昨年7月、神戸工場の蓄熱システムの実践が表彰されました(→p27)。先進例として評価されているという自負を持って、これからも工夫を重ねていきましょう。

CO₂削減の実績をより広く伝え、 ネットワークを広げていきたい

山川●この6月に経営企画部から国際部に異動し、海外のお客さまからの受注を受ける業務にあたっています。課題は、輸送費と輸送エネルギーを節減し、お客さまにもご満足いただけるように経費面でも環境面でも改善を進めることです。ただ、地球環境の悪化についてテレビなどで見るにつけ、い

ろいろなことをやっても追いつけないのではないかと不安になることがあります。せめて、オフィスの紙使用を減らすなど、日々できることからやろうと心がけています。

古川●私たちの努力の積み重ねとその成果を社会的に広めることで、多くの人の意識が変わるきっかけになることもあると思います。社会全体でCO₂削減をどんな基準で進めるかの議論もだんだん深まっています。これまでの成果を確認しつつ、あきらめずに継続することが大切ですね。

佐々木●工場では、コーヒーかすなどの廃棄物も多く出ます。神戸工場今年、バイオマス熱利用が始まるので、他工場でも推進できたらいいと思っています。

【司会】●今年は北海道洞爺湖サミットということで、メディアでもいろいろな企業の環境対策が紹介される機会が増えていますが、当社ですでに当たり前となっている省エネルギー対策にまだ手をつけていない企業も少なくありません。社会を先取りしていきたいと、あらためて思います。

山本●私は2004年から環境報告書の作成に携わってきました。環境問題を一人ひとりが自分の問題として受け止め、業務との関わりの中で自覚を深めていただきたいと願って、社内・社外に向けて情報発信してきました。昨年は、港区を拠点とする企業10社が環境報告書を説明し、一般の方をまじえて意見交換をする機会も得て、そこでいただいたご意見を受けて、今年の報告書をさらに充実させたいと思っています。

古川●報告書を通して、当社の環境への貢献やCSRの実践を多くの方々に広くご理解いただくことは、とても重要です。社内だけでなく、外部と接点を持って、今以上に進んだ考え方を吸収していく必要もあります。

堀江●外部との広がりという点では、地域の販売店さんを拠点として、紙パックとともに廃食用油等の回収をしようという動きも出ています。回収業者さんが拠点とできる場所がまだ少ないので、当社の販売ネットワークをいかした社会貢献活動として可能性を探っているところです。

身近な自然の変化にも目を向け、 環境意識を高めることが大切

【司会】●環境対策室では、従業員一人ひとりが自らのライフスタイルを変えていく意識を持っていただきたくて、「1人、1日、1kgCO₂削減運動」や「七夕ライトダウン」(→p23)への参加も後押ししました。自然災害の被災地への寄付や、給与の端数を社会貢献活動団体に寄付したりする「スマイル倶楽部」(→p20)もスタートしました。

古川●一人ひとりの行動は、本当に大切です。私も

マイバッグで買い物をしていますし、最近は、組み立て式のマイ箸をいつもポケットに入れてあります。

山本●周囲の環境に目を向けるきっかけづくりとして、環境省の生物多様性センターが今年の7月1日(火)からスタートした「いきものみつけ〜100万人の温暖化しらべ〜」への参加も呼びかけています。セミの鳴き声を聞いたらホームページに書き込むといった活動です。今年の夏はセミですが、季節によって観察対象が変わります。身近で起こっている自然の変化に気づけば、より一層CO₂排出削減の重要性が実感できると思うのです。

古川●海で捕れる魚の種類や、米の採れる地域などにも大きな変化が出てきているそうです。みんなで温暖化の危機を認識して行動を起こさなければ、予想できないような災難に見舞われることになるでしょう。鳥インフルエンザや微生物による健康被害なども危惧されています。そういった危機に気づけば、行動を起こす人が増えるでしょう。

山川●自然の場所をいろいろと紹介するのもいいと思います。「行ってみたいな」と思わせるしかけがあれば、興味を持つ人が増えると思います。

佐々木●私は工場の排水処理の点検をしているときに、カル

参加者



代表取締役社長
古川 紘一



生産部 環境対策室 主任
山本 美穂子



東京多摩工場製造部 主任
佐々木 竜二



市乳事業部
販売・マーケティング部 社員
堀江 亮太



国際部 社員
山川 寛子



生産部 環境対策室長
矢崎 雅俊

低炭素社会を実現するために
私たちができること



ガモが汚泥をエサとしてついでにいたり、サクランボや枇杷が実をつけたりしているのを日常的に見ているので、常に自然の変化には敏感かもしれません。

堀江●小さい頃から海の近く

で育ったので、潮干狩りや魚釣りなどの遊びから環境に興味を持ってきました。食育を通して、季節の変化に目を向けさせるのも有効だと思います。

古川●普段は何げなく見過ごしていることも、定点観測してデータ化すると、変化が明確になることがあります。セミの鳴き声もホームページで地域ごとにデータ化されていくのを追えば、興味が高まっていくと思います。

今日は、皆さんが一人ひとり、仕事を通して環境問題にいかに関わり合おうとしているか、よくわかりました。

社会の要請に応じていくために
一人ひとりが明確な目的意識を持つ

【司会】●森永乳業グループでは、人材育成を非常に重要なこととして位置づけています。「人材」ではなく「人財」と言うのは、「人は財産」と考えているからです。皆さんは、どんなふうに感じたり考えたりしていますか？

山川●この機会に、ぜひうかがいたかったことがあります。社長は工場勤務、業務用食品の開発、経理などのたくさんの部署で経験を重ねたとうかがっています。20代のころは、どんな姿勢で仕事に向かっていたのでしょうか？

古川●山川さんは、希望を出して国際部に異動したそうですね。年齢や性別にこだわらない柔軟な人事がおこなわれるようになってきているよい例ですね。



人は、ややもすると受身になりがちですが、私は、できるだけ自分の幅を自分で決めずに新しいところに飛び込むようにしてきました。経理の配属になったときは、本を買ってきて勉強しましたし、経営企画部で営業と議論を重ねながら予算を組むうちに、自分も営業がやりたくて異動を希望しました。そのときそのときの目標を明確にして、プロ意識を持つことが大切だと思います。

堀江●社長はご判断される際に、どんなことを参考にしていますか？

古川●可能な限り、本を読んでいます。人がすすめている本、自分が目標としていることと内容が重なる本など、電車通勤の45分、立ったまま集中して読みます。漠然とではなく、ページを折ったり、アンダーラインを引いたりして、あとでポイントをノートに書き写すと頭に残ります。

佐々木●社長の仕事は激務だと思います。私などは上司に何か言われてへこむこともありますが、どんなふうな気持ちを保っていらっしゃるのでしょうか？

古川●志の置き方が大切です。私は、「ひるまない」「ぐらつかない」ということが大切だと思っています。もちろん、頑固なばかりではいけません。人には2タイプあって、誉めると伸びる人と、誉めずに「まだまだ上がある」と言われると伸びる人がいる。上司になったら、部下のタイプを見極めて声かけできると思います。

山本●私は、今後、もし部下ができたならどのように接したらよいのか考えることがあります。

古川●人を育てるということは、どれだけのチャンスを用意できるかにかかっていると思います。自分自身が新入社員だったときや、新しい部署に異動したばかりのとき、どんな気持ちだったかを思い出して、部下に対することも大切です。

私は、従業員一人ひとりが自己実現に向かってモチベーションを高め、会社はそれをたばねていくことが重要だと考えています。それができれば組織力が自然と高まり、森永乳業のCSRを実現する力になると思います。みんなで力と知恵を出し合って、社会のお役に立つ事業をおこなっていきましょう。

地球温暖化を食い止めるために、
時代が大きく変わろうとしています。
持続可能な社会の実現に貢献していくことが、
森永乳業グループのCSRの重要課題です。



地球温暖化をはじめとする環境問題が深刻化する中、昨年から原油価格の高騰、そして原材料価格の急騰という予想外の大きなリスクに私たちは直面しており、2007年度からスタートした中期経営計画も見直しを余儀なくされています。

2008年に入って、こうした厳しい状況を背景に製品価格の改定をおこなっています。安易な値上げはお客さまに容認されませんから、可能な限りのローコストオペレーションの努力をした上でご理解を得られるよう努めています。生乳を提供していただいている酪農家の方々は、買い取り価格を引き上げても、飼料穀物価格の高騰が続く非常に苦しい状況にあるため、今後とも、社内・社外ともに知恵を出し合っ解決すべき課題は山積みです。

森永乳業グループは2007年度から「経営品質向上活動」の取り組みを本格的に開始しました。この基本理念は、顧客本位、独自能力、社員重視、社会との調和の4つです。経営環境がより一層厳しくなる中でも、このCSRに資する活動を継続することによって、持続可能な社会の実現に貢献していくことができるものと確信しています。

地球温暖化を食い止めるために、時代は大きく変わろうとしています。北海道洞爺湖サミットでは、2050年までに世

界全体の温室効果ガスの排出量を少なくとも50%削減する長期目標を世界全体の目標としていくことが合意されました。近い将来、有価証券報告書への排出量の記載や、製品へのカーボンフットプリントの記載も義務づけられることになるでしょう。私たちはこれまでの取り組みの成果を基盤に、低炭素社会実現に向けた対応を粛々と進めていくことが求められています。

当面の課題は、省エネルギー活動を通じてCO₂排出量の総量と原単位をさらに引き下げることです。省資源はもちろん、配送のエネルギー使用量削減にもつながる容器包装の軽量化にも、力を入れていくことが必要です。また、これまでの省エネルギーへの取り組みの方法や成果を、多くの方々にご理解いただくとともに、参考にさせていただけるように、本報告書などを通じて広く発信していくことも重要です。

森永乳業では、核家族化、少子化が進む中、出産や育児に悩むお母さん方を支援するために、約30年前から無料電話育児相談「エンゼル110番」を開設し、これまで80万件余りのお問い合わせにお応えしてきました。また、食を楽しく学んでいただくために、2003年から料理教室「エムズキッチン」を各所で開催し、食育活動にも力を入れてきました。最近では、大人ばかりでなく、朝食を摂らない子どもが増えるなど、本来あるべき「食」のあり方が崩れてしまっていることが危惧されます。今後とも、より幅広く、より多くの方々に参加していただけるよう活動を広めていきたいと考えています。

私たち森永乳業グループは、「乳の優れた力をもとに、新しい食文化を創出することで、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」という、ゆるぎのない経営理念を掲げています。この理念の実践を通して、これからも当社としてのCSRを遂行してまいります。

代表取締役社長

古川 純一

森永乳業の経営理念

乳の優れた力をもとに、新しい食文化を創出することで、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する

経営ビジョン

- お客さまにご満足いただける価値ある商品・サービスを、優れた業務プロセスのもとに提供する
- 乳業界の高収益企業をめざす
- 良識ある社会の一員として社会的責任を果たす
- 森永乳業グループの独自能力を築きあげる

中期経営計画 (2007年～2009年)

- 顧客に喜ばれる商品の開発、育成体制の整備
- ローコストオペレーションの推進
- 財務体質の改善
- 人財マネジメントの推進
- 経営品位の向上

企業スローガン

おいしいをデザインする



コーポレート・ガバナンス体制

森永乳業グループは、企業価値を高め、企業の社会的責任 (CSR) を推進するために、コーポレート・ガバナンス体制の強化・充実に努めています。

コーポレート・ガバナンスの確立は企業価値向上の最重要課題です

「乳の優れた力をもとに、新しい食文化を創出することで、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」という経営理念を森永乳業グループが実現していくためには、まず、食品企業として安全・安心で高品質な商品をお客さまに提供することが必須です。それを実践してこそ、社会から安心感と信頼感をもって迎えられる企業となれると考えています。

森永乳業グループは、その経営理念の実現によって企業価値を高めることができるよう、経営環境の激しい変化に迅速に対応できる組織体制と経営の仕組みの構築に取り組んでいます。また、経営の透明性と健全性の向上や、コンプライアンスの徹底をはかるとともに、各ステークホルダーとの円滑な関係の構築に取り組んでいます。

こうした取り組みは、森永乳業の設立以来真摯に継続されてきたことです。これが会社法の改定にともない、2006年6月に「コーポレート・ガバナンス」として明文化され、内容は有価証券取引所に報告されて公衆の縦覧が可能となっています。2008年4月、6月と更新を重ね、さらなる体制強化に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制の強化で企業の社会性を向上させています

森永乳業グループは、経営上の意志決定や執行などを取締役会・経営会議でおこなっています。取締役会では、主にグループ全体の長期にわたる戦略的な方針を決定し、経営会議では、その方針にもとづいて日常業務を着実かつ迅速に実行するための諸事項の決定を担っています。取締役会と経営会議のそれぞれの機能を明確に区別しているのは、独立した組織とすることで、コーポレート・ガバナンスの充実をはかるためです。

また、森永乳業グループでは監査役会を設置し、法令に従って、現在4名の監査役のうち半数の2名は社外監査役を配置しています。内部監査としては、森永乳業に監査部を設置し、各部門およびグループ会社の業務の適応性・妥当性および効率性について、計画的に監査を実施しています。会計監査は、外部の監査法人と監査契約を結び、会計監査を受けています。

上記の監査役会監査、内部監査、会計監査の3つの監査機能は、監査の信頼性・妥当性を向上するために、情報を共有化するなどの連携をはかっています。



リスクマネジメント

森永乳業グループは、事業活動上起こりうるさまざまなリスクを想定し、迅速かつ的確に状況を把握し、対応できる体制を整えています。

内部統制の仕組みを構築し、コンプライアンス体制を強化しています

食品業界での不祥事があいつぎ、世の中の目が厳しさを増す昨今、グループ構成員全員が法令および社会倫理を遵守し、コンプライアンスを実践することは、森永乳業グループが存続し、経営理念を実現するための最も重要な基盤となります。

森永乳業グループは、2006年5月の会社法施行を機に、「内部統制委員会」を組織し、下部組織として「コンプライアンス部会」「リスク管理部会」「財務報告部会」の3部会を設置し、グループ全体の内部統制をはかっています。

また、森永乳業本社に「コンプライアンス部会」を設置し、本社各部・全事業所および全関係会社で「コンプライアンス推進委員」「サブ推進委員」を任命し、グループ全体でコンプライアンスの徹底に取り組む運営機構を構築しています。さらに、部会に下部組織を設け、表示のチェックや個人情報保護などの具体的な課題に取り組んでいます。

コンプライアンス意識の浸透を全社的に推進しています

森永乳業グループでは、全役員・全従業員がコンプライアンスを日々実践する上での具体的な行動基準を「行動規範」「行動指針」として明示し、全員がその内容を十分に理解して行動することで、「社会から信頼される森永乳業グループ」となることをめざしています。2006年3月から2008年3月までに、マネジメント層・管理職を対象としてコンプライアンスに関するe-ラーニングを6回開催し、受講者総数は2,450人となりました。今後もe-ラーニングを計画的に活用し、コンプライアンスの浸透をはかっています。

社内と社外の相談窓口で安心して相談できる体制を整えています

コンプライアンスに関する相談窓口「森乳ヘルプライン」では、コンプライアンス部会事務局による社内相談窓口に加えて、弁護士による社外相談窓口も設置しています。社外相談窓口は、コンプライアンス全般の相談を受ける男性弁護士と、主としてセクハラ問題の相談を受ける女性弁護士の2つです。これらの相談員には守秘義務が課せられ、相談者の所属や氏名、相談者が特定できるような情報を開示することは一切なく、誰もが安心して相談できる体制となっています。

さまざまなリスクを想定し、迅速・的確に対応する仕組みを構築

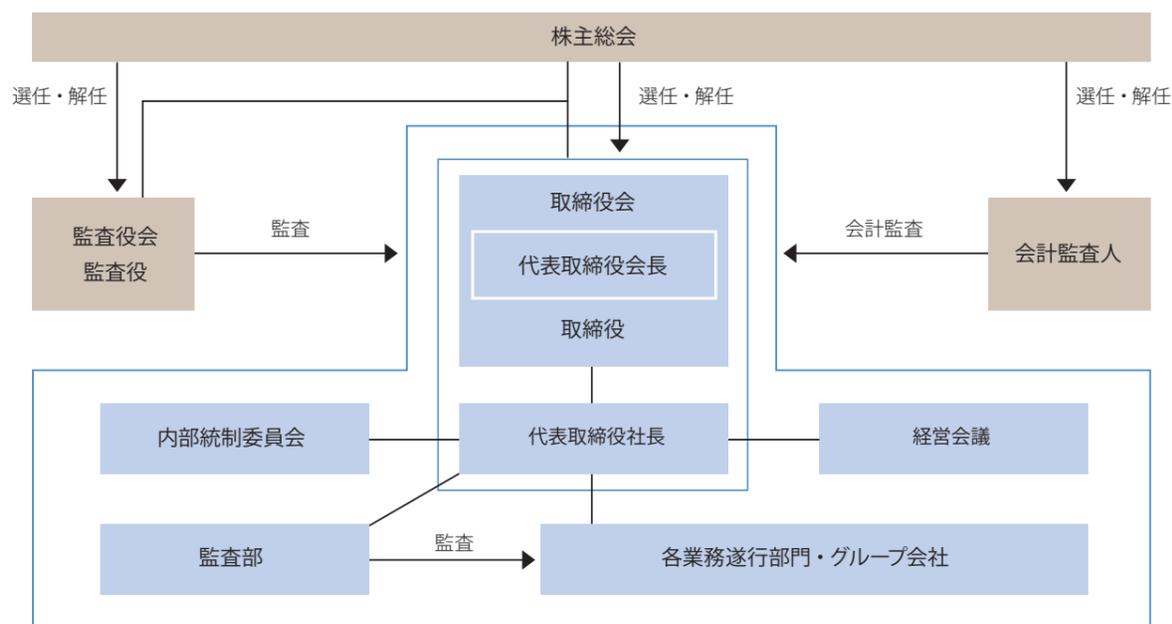
森永乳業グループは、リスクマネジメントを重要な経営課題としてとらえ、リスク内容に応じた連絡体制を定め、迅速かつ的確に経営者まで情報を伝達するとともに、対策を講じられる一元管理体制を構築しています。

信頼性の高い財務情報を積極的に開示していきます

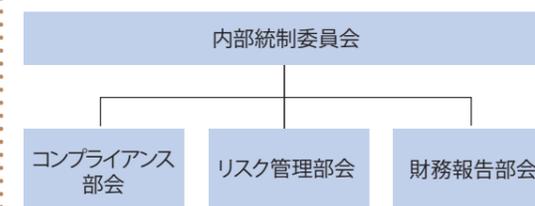
森永乳業グループは、財務報告に関する会計処理基準、業務遂行における権限、社内手続きなどについてのグループ共通の諸規定を設け、その周知徹底をはかり、財務諸表の信頼性確保に努めています。

2008年4月から適用された金融商品取引法に対応するため、財務部会では財務報告に関わる内部統制の評価および監査基準を整備し、グループ内部統制システムの整備状況の文書化を進め、さらなる信頼性向上に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス体制 (2008年6月現在)



内部統制委員会組織図



森永乳業グループ 行動規範

森永乳業グループは、企業理念の実現とお客さまとの「約束」を守り信頼に応え続けてゆくため、以下の「行動規範」を定めています。森永乳業グループの全ての役員および従業員は、当規範のっとり、誠意を持って行動することが「コンプライアンスの実践」となります。

1. 安全で高品質な商品とサービスの提供
2. 法令の遵守、社会規範の尊重
3. 環境保護、省資源、省エネルギーへの取り組み
4. わが社を取り巻く全ての方々との関係尊重
5. 安全で働きやすい環境の確保と従業員の人格、個性の尊重



森永乳業の代表的商品

森永乳業は、「乳の優れた力」をいかして食文化に貢献することを事業の基本とし、安全・安心でおいしい乳製品、嗜好食品、栄養食品などをお客さまにお届けしています。

	1919年 大正8年	● 森永れん乳	
	1920年 大正9年	● 森永ドライミルク	
	1961年 昭和36年	● クリープ	
	1965年 昭和40年	● マミー	
	1972年 昭和47年	● サンキストシリーズ	
	1976年 昭和51年	● ピノ (シングル)	
	1978年 昭和53年	● ビヒダスヨーグルト	
	1981年 昭和56年	● ピクニックシリーズ	
	1990年 平成2年	● クラフト切れてるチーズ	
	1991年 平成3年	● カルダス	
	1992年 平成4年	● ピノ (マルチ)	
	1993年 平成5年	● マウントレーニア カフェラテシリーズ	
	1993年 平成5年	● はぐくみ	
	1994年 平成6年	● アロエヨーグルト	
	2003年 平成15年	● MOW	
	2003年 平成15年	● 本日のスイーツ カスタードプリン	
	2003年 平成15年	● ラクトフェリン Fe (発売当初はラクトフェリンプラス)	
	2004年 平成16年	● 森永のおいしい牛乳	
	2005年 平成17年	● とろふわプリン	
	2005年 平成17年	● PARM (パルム)	
	2007年 平成19年	● 黄金比率プリン	

●チルドドリンク ●冷菓 ●チルド乳製品 ●チルドデザート ●食品ドライ ●育児食品・栄養食品 ●宅配専用商品



森永乳業のCSR

森永乳業は、世の中の急激な変化の渦中にあっても軸足をぐらつかせることなく、世の中から求められる企業として、内面の充実と成長をめざしています。

森永乳業のCSR

森永乳業グループは、「乳の優れた力をもとに、新しい食文化を創出することで、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」ことを経営理念としています。

社会は今、急激な変化を迎えています。この過渡期の流れの中で自身を見失うことなく、本業を見つめなおし、世の中から求められ、信頼され、さらに次の世紀へと持続する事業を遂行し、経営理念を実現していくことが、森永乳業のCSRです。

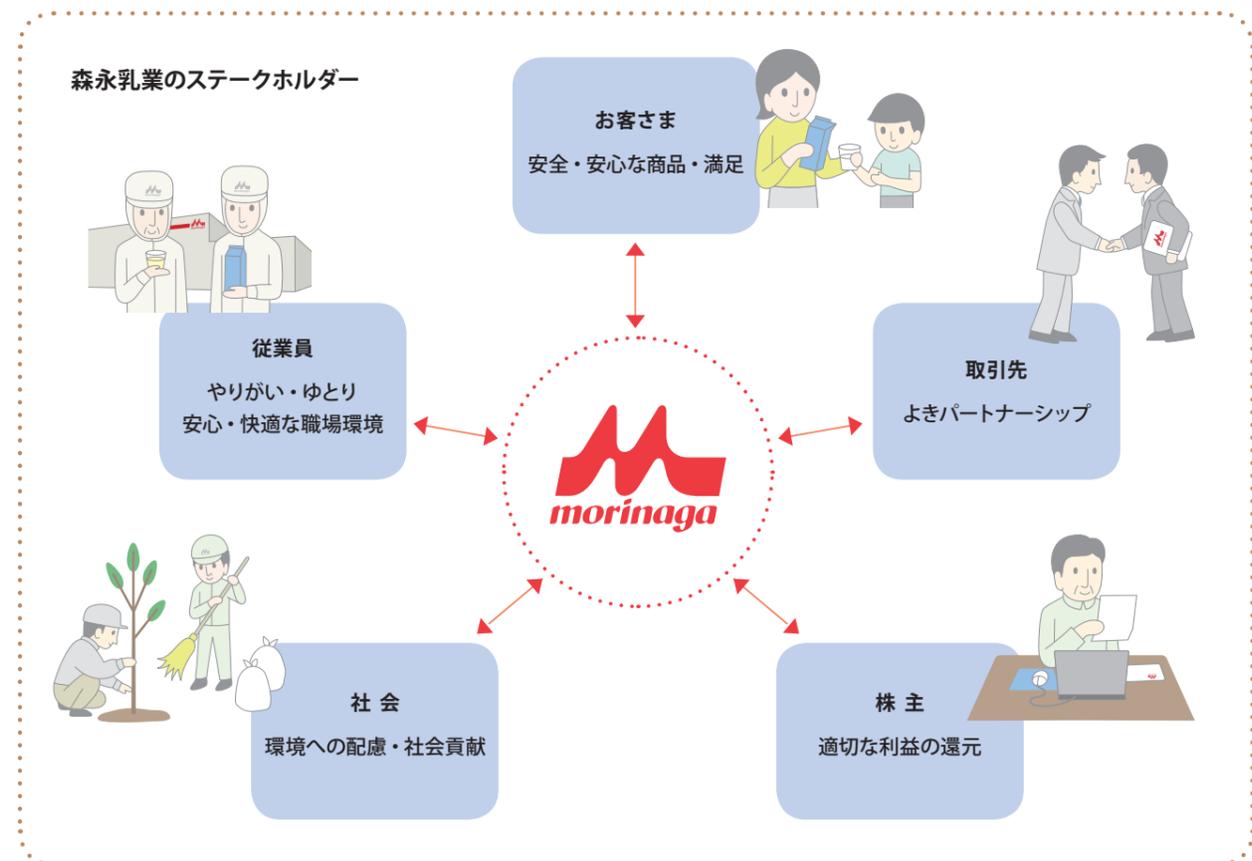
一つひとつの課題に誠実に取り組み、実績を積みあげ、社会とともに歩みながら、社会とのつながりの中で新たな課題を解決していく。つながりのあるすべてのステークホルダーと知恵を出し合い、ともに歩み続けるために、私たちは内面の充実と成長をめざしたいと考えています。

森永乳業のステークホルダー

ステークホルダーとは、企業活動をおこなう上で関わるすべての人のことです。お客さま、株主、取引先、従業員をはじめ、社会（地域住民、官公庁、研究機関、金融機関等）までも広く含みます。

森永乳業グループは、各ステークホルダーとの関係において、それぞれ重要な要素を次のように考えています。お客さまとは「安全・安心な商品」と「満足」、取引先とは「よきパートナーシップ」、株主・投資家とは「適切な利益の還元」、従業員とは「やりがい・ゆとり・安心で快適な職場環境」、社会とは「環境への配慮・社会貢献」です。

森永乳業グループは、ステークホルダーとともに成長し、利益を実現していくことが基本であると考え、コミュニケーションを大切にしています。





安全・安心をお届けするための表示

森永乳業グループは、お客さまに当社製品を安全に、安心してお召し上がりいただくために、容器包装でのより充実した情報提供に努めています。

原材料表示

原材料名の表示は、食品についてはその最も一般的な名称を、食品添加物については食品衛生法施行規則に従って表示しています。最初に食品、そして次に食品添加物という順で、原材料に占める重量の割合の多いものから掲載しています。

栄養成分表示

栄養成分については表示義務はありませんが、森永乳業は、原則として全商品に掲載しています。掲載項目は熱量、たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウムおよび表示栄養成分です。

アレルギー表示

当社のアレルギー表示は、表示義務のある特定原材料7品目（えび、かに、小麦、そば、卵、乳、落花生）と、特定原材料に準ずる18品目（*）、計25品目について表示しています。

（*）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、バナナ、豚肉、まつたけ、もも、やまいも、りんご、ゼラチン

ケアフレーズ

商品の特性や必要性に応じて、開封後の取り扱い、警告表示（電子レンジ加熱時の注意喚起、スティックアイスの注意表示、グレープフルーツ100%製品の注意表示、アルコール含有製品）などのケアフレーズを記載しています。

掲載例

「スティック（木の棒）をくわえてあそぶと危険ですので、ご注意ください。」
 「グレープフルーツは、お薬によってはその効果が強くなるとの報告がありますので、ご注意ください。」
 「アルコール分1%未満です。お酒に弱い方はご注意ください。」

特定保健用食品

当社では、ビフィズス菌 BB536、ラクチュロース、カルシウム、難消化性デキストリンを関与成分とする特定保健用食品の製品を製造しています。



リサイクル識別表示マーク

家庭でごみを出すときの分別を容易にし、市町村の分別収集を促進するために容器包装の素材を表示しています。



左上から：紙、プラスチック、紙パック、PETボトル、アルミ缶、スチール缶、ダンボール

消費期限・賞味期限

消費期限・賞味期限の設定は、保存試験の結果にもとづいて科学的・合理的に設定しています。容器包装の印字箇所は、日付が見やすいように配慮しています。

消費期限は製造・加工日を含めておおむね5日以内で品質が劣化するもの、賞味期限はこれよりも長期間品質が劣化しないものを対象に設定されます。

商品例



左から：ビヒダスプレーンヨーグルト（500g）、森永カルダス（宅配びん）、毎朝爽快（宅配・カートカン）、賢膳緑茶（宅配・カートカン）、森永カルシウムの達人（紙パック）



管理体制

森永乳業は、お客さまに安全・安心な商品をお届けするために、原料調達、製造、流通の各過程で徹底した品質検査体制を構築しています。

原料調達における管理体制

原材料の選定から採用、受け入れ・保管・使用においては、各段階で、公的な品質規格よりも厳しい自社規格を基準とし、当社工場と当社分析センターの両方で検査をおこなうダブルチェック、クロスチェックをおこなっています。また、受け入れ工場では、1次検査から3次検査までのトリプルチェックを実施しています。



原材料の採用においては、当社分析センターによる品質検査、原材料メーカーからの品質保証書(→p19)、メーカー製造工場の視察が必要となります。これらの結果をもとに、品質保証部が承認してはじめて使用が可能となります。

製造過程での管理体制

森永乳業は、食品の品質確保のための「HACCP(総合衛生管理製造過程)システム」に以下の4項目を加えた独自の品質管理システム「MACCP」を各工場で構築し、より確かな品質管理をめざしています。

- ①風味、外観などの品質についての異常も危害としてとらえ、管理をおこなう
- ②職場全員による危害分析をおこなう
- ③「HACCP」承認対象品目以外の全製造品目を対象とする
- ④内部品質監査をおこなう

三重の品質監査体制

製品の品質確保のために、各工場では以下のような三重の品質監査をおこない、品質事故の未然防止と品質管理強化をはかっています。

- ①品質保証部による工場品質監査。品質活動が規格、基準通りに実施されているかを厳正に監査し、必要に応じて改善勧告をおこない、速やかな改善を実現します。



風味パネルマイスター認定会(認定風景)



- ②(株)クオリテによる外部品質監査。「HACCP」ならびに「MACCP」による製造の実行および定着状況、記録、管理状態、変更届の実施状況などをチェックしています。
- ③事業所内での内部品質監査。工場長または品質管理士が、年1回以上「MACCP」の適正な運用状況を確認し、品質管理システムの定着をはかっています。

製品の履歴管理体制

原材料や製造工程中、また流通商品で問題が発生した場合、製造記録等の履歴情報により、問題の原因究明や再発防止策が取れる体制を構築しています。

従業員一人ひとりの品質管理意識の向上のために

森永乳業は、衛生管理や品質管理をさらに進化・発展させるために、独自の品質管理士制度を設けています。各事業所に1名配置された品質管理士は、自らの通常業務に加えて品質監査業務を担当し、各職場や各職責がそれぞれ品質管理の役割を正しく認識し、厳正に実行しているかチェックします。実行状況や設備に欠陥や問題点を見つけたときは、工場内および社内に明らかにし、内部けん制・相互けん制の機能を働かせることができます。重要な問題点・課題については、会長および社長に直接連絡する権限も有しています。

また、森永乳業は、品質保証体制を的確に機能させるには、従業員一人ひとりが、品質の確保・向上を常にめざすことが不可欠だと考え、「MACCP」で教育・研修を明確に規定し、これを実行しています。

工場の従業員を対象とする「風味パネルマイスター制度」も設け、毎年全国大会で官能検査のスペシャリストを認定し、全社的に風味への関心を高めるとともに、風味異常品の出荷の未然防止にもつなげています。



研究開発

森永乳業は、乳の優れた力をもとに、おいしさ、栄養、健康、安全・安心の研究開発に力を注ぎ、夢のある商品づくりと技術革新に取り組んでいます。

食品基盤研究所

食品基盤研究所は、乳や食品が本来持っている機能を科学的に解明し、「健康」や「おいしさ」につなげる技術を開拓しています。ピフィズ菌のプロバイオティクス機能の解明、乳由来多機能たんぱく質ラクtofelinなどの健康維持増進に貢献する物質の研究、生活習慣病などの予防効果が期待できる機能成分の探究などを進め、森永乳業の商品開発力を支えています。



食品総合研究所

食品総合研究所は、各研究所と連携して研究結果や開発技術を集結し、お客さまの期待にお応えする商品の開発を進めています。これまで、「森永のおいしい牛乳」「カフェラッテ」「アロエヨーグルト」「クリープ」などの数々のヒット商品開発を支えてきました。クラフトやサンキストなどの海外ブランドとの提携も積極的に進めながら、新しいヒット商品づくりをめざしています。

栄養科学研究所

栄養科学研究所の原点は、母乳の研究でした。母乳は、栄養素の補給はもちろん、感染防御や腸内環境の改善など、さまざまな機能が凝縮されています。その母乳の代わりを務めるドライミルクの開発は、ここから生まれました。現在は、赤ちゃん向けのミルク、医療現場での流動食など、乳幼児から高齢者までの人の一生における栄養の役割を追求し、その成果を活かした商品化をおこなっています。



装置開発研究所

商品を世の中に送り出すためには、安全に効率よく生産する装置・システムが不可欠です。装置開発研究所では、こうした装置・システムなどの研究開発を担当。研究領域は、食品

工学の基礎研究から、生産プロセス技術、新商品のための生産技術、日々進化する先端技術の応用研究まで、多岐にわたります。これまで、全自動滅菌装置、無菌バルブ、自動検査装置などの実績を重ねています。

分析センター

商品の安全性と品質の維持向上のために、最新の機器でさまざまな微量分析をおこなっています。ミネラルやビタミンなどの栄養成分組成の分析、食中毒菌や残留農薬などの食品衛生に関わる検査・分析、各工場での検査技術講習会開催の他、商品の企画開発や各研究所の研究開発もバックアップしています。「環境計量証明事業所」の指定を受け、他企業の工場排水などの分析もおこなっています。



応用技術センター

応用技術センターでは、お客さまの視点で商品を応用し、新しいメニューを提案しています。一般的な家庭のキッチンやレストランの厨房での商品応用の可能性を探り、試作、試食を通しておいしさや使いやすさを評価します。その評価をさらなる商品開発にいかすとともに、開発されたメニューをホームページや料理教室で公表しています。



パンダ用ミルクの開発・製造

森永乳業は、上野動物園の要請で、そのままの牛乳を与えるのが難しいパンダのために、1989年から特別なミルクを開発し、(株)森乳サンワールドが製造・販売してきました。「パンダミルク」は、低乳糖、高たんぱく質、高脂肪。調査・改良を重ね、20年にわたってパンダの健康を支えています。





お客さまのことを第一に

森永乳業グループは、お客さまの健康と豊かな生活に貢献するために、お客さまのご意見やご要望を商品の開発・改良にいかしています。

「お客さま相談室」に寄せられる声にお応えし、「お客さま第一主義」を実践しています

森永乳業は、お客さまと直接お話しできる窓口として、「お客さま相談室」を1972年に開設し、商品に関するご指摘、お問合せ、ご相談などを全国から承っています。2007年度には、フリーダイヤル、手紙、メールなど合わせて11万件を超えるお客さまの声を頂戴しました。

お寄せいただいたお客さまの声は、当社の「ハートライン（お客さまの声情報ネットワークシステム）」に入力し、全社的に情報を共有する仕組みとなっています。また、お客さまへの回答が必要な場合は、速やかに関係部署と連携し、迅速かつ誠実に対応できるよう日々努めています。

森永乳業は、今後も「お客さま相談室」を「お客さまとの双方向のコミュニケーションの場」として最大限に活用し、お客さま満足度の向上をめざしています。

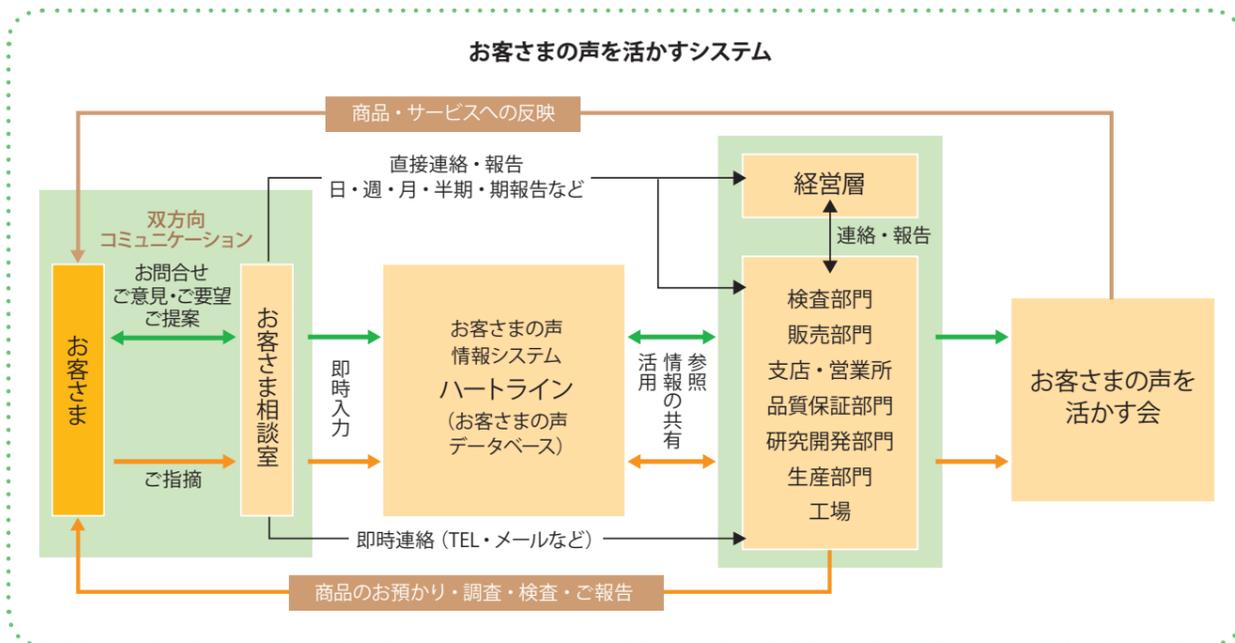
お客さまからの声を商品の開発・改良にいかしています

森永乳業は「お客さまの声は、貴重な経営資源」と考え、お客さまから寄せられたご指摘・ご意見などを商品の開発や改良にいかしています。これまでお客さまの声が改良に結びついた事例には、使いやすい容器設計、リサイクルしやすい容器素材、わかりやすい表示などがあり、これらの事例は

当社ホームページでもご紹介しています。2007年度中には、お客さまの声をいかして、パルメザン容器をオールプラスチックに変更しリサイクルしやすくしました（→p35）。

お客さまとのよりよい関係を築くために、「顧客満足度調査」をおこなっています

森永乳業は、「お客さま相談室」にご連絡くださったお客さまを対象に、1995年から「対応に関する満足度」と「商品・サービスに関するご意見」のアンケート調査を実施しています。「電話対応担当者の態度」、「その後の担当者の対応（訪問など）」、「調査結果の報告への納得度」、「当該商品の今後の購入意向」などについて評価をいただき、その結果をサービスや商品の改善につなげるよう努めています。



工場見学

森永乳業は、お客さまや地域の方々に、当社の事業活動の姿勢や商品の品質への理解を高めていただけるように、「工場見学」を実施しています。

製造ライン見学や体験コースで楽しいプログラムをご用意しています

日頃ご愛顧いただいている商品がどのようにつくられているかをお客さまが実際にご覧になれるように、森永乳業では多摩サイト、中京工場、神戸工場の3か所で「工場見学」をおこなっています。

「工場見学」は、当社の衛生的な環境づくりと、安全・安心を基本とする物づくりの姿勢を知っていただくよい機会であると考え、製造ラインをはじめ、製造担当者の作業着・帽子などの実物をご覧いただけます。見学をきっかけに当社製品をより身近に感じ、森永乳業のファンになっていただけるよう、栄養士の資格を持ったスタッフが心をこめて対応し、日々変更される製品や製造機械の状況についても的確に説明できるように常に情報収集にも努めています。

また、見学ではチーズづくり体験、アイスクリームづくり体験、バターづくり体験、また、エコ活動への関心を高めていただくきっかけとして紙漉き体験などの体験コースも充実させています（工場や時期によってプログラムは異なります）。また、定期的に親子を対象とした特別企画も開催しています。

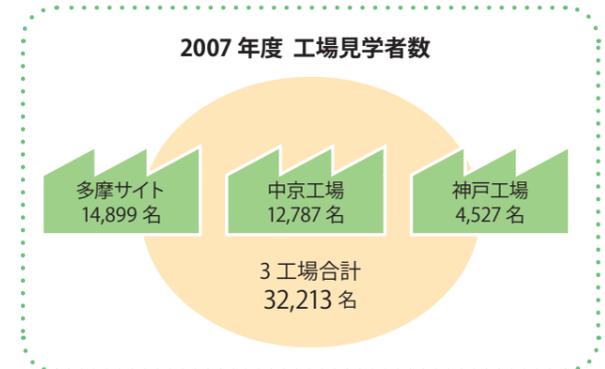


各工場見学の案内

■多摩サイト
東京多摩工場（牛乳、果汁飲料、ヨーグルトなどの製造）
大和工場（クリープ、育児用粉ミルクなどの製造）
所在地：東京都東大和市立野 4-515
1団体 5～60名。年長以上。
お申し込み・お問合せ：
森永乳業（本社）お客さま相談室 ☎ 0120-369-744

■中京工場
（牛乳やアイスクリームなどの製造）
所在地：愛知県江南市中奈良一ツ目 1 番地
1団体 15～90名。小学生以上。
お申し込み・お問合せ：
森永乳業（東海支店）お客さま相談室 TEL 052-936-1522

■神戸工場
（乳飲料、ヨーグルト、流動食などの製造）
所在地：兵庫県神戸市灘区摩耶埠頭 3 番
1団体 15～100名。小学生以上。
お申し込み・お問合せ：
森永乳業（関西支店）お客さま相談室 TEL 06-6341-0271



多摩サイト



中京工場



神戸工場

従業員とともに

森永乳業グループは、従業員一人ひとりがいきいきと仕事に取り組み、会社とともに成長できるよう、安全と健康、的確な人財育成に配慮した職場環境づくりを進めています。

従業員の健康と安全は、企業経営における最優先課題です

森永乳業グループは、従業員の安全と健康の確保は、企業経営の最優先課題であると考えています。

その基本理念のもと、「労働安全衛生マネジメントシステム (OSHMS : Occupational Safety & Health Management System)」の認定取得を進め、2008年3月には中京工場が導入モデル事業所として適格認定を取得しました。2008年度は「OSHMS」の中核となるリスクアセスメントを全事業所で実施するなど、先取り型の安全活動を全社的に推進し、工場の無災害日数記録の更新の成果にもつながっています。

2007年7月には、別海工場の安全衛生活動が評価され、北海道労働局長表彰の「優良賞」を受賞した他、多摩工場の冷凍機施設での高圧ガスの保安確保に関して経済産業省から「優良製造所」の表彰を受けました。また、2008年3月には、富士工場が電気安全関東委員会委員長賞の「自家用電気施設者 優良賞」を受賞し、7月には札幌工場が北海道労働局長表彰の「優良賞」を受賞しました。

2008年3月、「労働安全衛生マネジメントシステム」の適格認定を取得した中京工場



2007年7月、北海道労働局長表彰の「安全衛生に関わる優良事業場 優良賞」を受賞した別海工場



2007年7月、「優良製造所」として経済産業省原子力安全・保安院長表彰を受けた多摩工場



従業員の健康づくりを推進するために、ウォーキング活動を広めています

森永乳業では、年間500万歩以上のウォーキングをめざす「ファイブミリオンクラブ」を1995年に発足させ、従業員の健康増進を積極的に推進しています。

このクラブでは、健康づくりへのモチベーションを高めるために、年間500万歩以上歩いた従業員に会員認定証と賞品を贈呈するとともに、年間365万歩以上(1日1万歩)歩いた従業員にも賞品を贈呈しています。

2007年度は、58名が500万歩を達成し、39名が365万歩を達成しました。

一人ひとりの生活の充実をはかるために、ワーク・ライフ・バランスを推進しています

森永乳業グループは、従業員それぞれが互いの価値観を認め合い、個々の能力を十分に発揮できるように、福利厚生やワーク・ライフ・バランスの浸透に努めています。ワーク・ライフ・バランスが整い、子育て、趣味、自己啓発など個人の生活を充実させることで、仕事への意欲も生産性も向上させることができると考えるからです。

とりわけ「子育ての支援」については、短時間勤務制度の導入(妊娠期～子が小学校4年生4月末まで)、育児休職期間の延長(子が最長2歳まで)、育児休職者手当の支給などを制度化し、2008年5月には東京労働局長より「次世代育成に取り組む企業」として認定(基準適合一般事業主認定)を受けました。また、2006年に開設した従業員向けのイントラサイト「子育てサポートナビ」では、支援制度情報と情報交換の場の提供を継続しています。



育児休暇取得数				
	05年度	06年度	07年度	計
女性 出産 (人)	8	13	12	33
育児休職 (人)	8	12	10	30
育児休職割合 (%)	100	92	83	91
男性 育児休職 (人)	1	1	0	2

従業員の仕事と生活の調和をはかるために、休暇取得を促進しています

森永乳業では、従業員の年次有給休暇取得を促進する「マイ・ホリデー制度」を2007年5月から導入しました。保有する年休のうち、少なくとも年間3日間に年間計画表に記載して上司に提出し、計画的に休暇を取得する制度で、これにより、2007年度の年休取得率(取得/付与)は前年度を約5%上回り、目標の50%を達成しました。

また、勤続20年、30年の従業員に対し、リフレッシュ支援として連続休暇と支援金を付与するなど、従業員が生きがいを持って充実した生活を送れるように支援しています。

従業員を「人財」と考え、自律型の人財育成に取り組んでいます

森永乳業は、「人を大切に、人を育て、人の力で会社を変革していく」という人財開発の基本理念のもと、従業員一人ひとりと会社がともに成長・発展し、Win-Winの関係を築くことを目標とし、自律型の人財育成に努めています。

人財育成にあたっては、現場でのOJT(On the Job Training)、集合研修などのOff-JT(Off the Job Training)、通信教育などによる自己学習の3つの柱を有機的に連動させています。

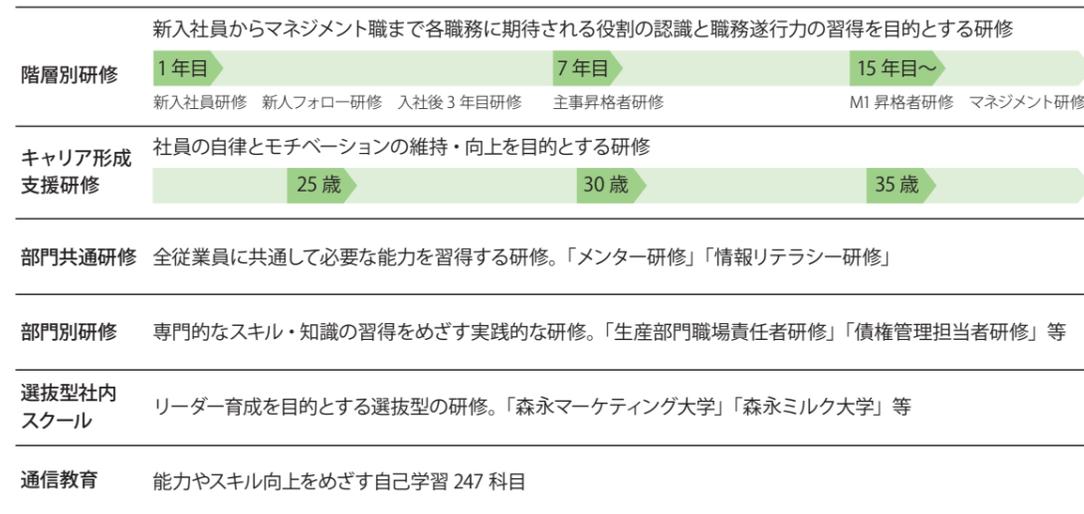
自己学習を支援する通信教育制度では、従業員一人ひとりのニーズに応えるために多様な講座を用意し、各人の能力・スキル向上を奨励しています。従業員の学習へのモチベーションも高く、2007年度の申込みは2,771講座に達しました。通信教育制度を導入して35年目となる当社は、2008年5月、日本能率協会マネジメントセンターの模範企業表彰第1回目の受賞企業として、他社3社とともに表彰されました。

シニアの活躍の場を広げています

年金支給年齢の引き上げに対応し、60歳以上の従業員を再雇用する「森乳エキスパート制度」を設けています。従業員は生活の安定を保つことができ、職場では能力の高いシニア人財の活用により、若手労働者不足の補完をするとともに、技術の伝承を促進しています。

	森乳エキスパート制度 再雇用率		計
	06年度	07年度	
対象者(人)	150	83	233
再雇用者(人)	113	69	182
再雇用率(%)	75.3	83.1	78.1

森永乳業 集合研修体系



社会性報告
従業員とともに

社会性報告
従業員とともに



調達先・取引先／株主・投資家

森永乳業グループは、高品質の製品づくりのために調達先・取引先とのよりよい関係を築くとともに、事業を支えてくれる投資家・株主の方々との信頼関係を大切にしています。

調達先・取引先とともに

森永乳業は、牛乳をはじめとするさまざまな原材料・容器包装の調達先や、販売を担当する事業者など、幅広い取引先とともに事業をおこなっています。これらの取引先各社とは、情報を共有し、コミュニケーションを取りながら連携を深め、よりよいシステムの構築をめざしています。

たとえば、原材料メーカーに対しては、品質保証書への記載を通して、当該原材料の内訳（配合率、起源物質、起源物質原産国、食品添加物使用の有無など）、アレルギー情報、遺伝子組み換え情報、包装材の材質の安全性・使用上の安全性、法的規格基準の適合性（残留農薬の基準適合など）、メーカー製造工程における品質管理状況などを確認するのももちろん、製造所への立ち入り検査を含む品質審査をおこなう他、定期的な講習会などをおこない、相互協力による品質レベルの向上に努めています。

酪農家とのつながり

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

グループ会社の森永酪農販売株式会社では、牛の健康を考えた新しい飼料の開発や飼養管理の研究を重ね、酪農家

アロエの調達・加工でも取引先と品質向上に努めています

森永乳業の人気商品『アロエヨーグルト』の原料であるアロエは、原産地タイでダイス状にカットされたものを缶詰にし、日本国内で再加工しています。原料調達に携わる取引先は、立ち上げ当初から10年間、森永乳業との共同でのチェックを実施し、現在もタイの生産工場での定期的な安全性検査を継続しつつ、品質管理の向上に取り組んでいます。

また日本国内の加工工場では、森永乳業の品質保証部、分析センターの視察を毎年1回実施しています。



に飼料などの生産資材を販売するとともに、酪農家の経営支援をおこなっています。また、森永乳業と森永酪農販売は、酪農家の経営発表大会や、専門家の講師を招いて



の酪農家向け講演会を開催するなど、酪農振興活動に取り組んでいる財団法人森永酪農振興協会を支援しています。

投資家・株主の皆さまとともに

森永乳業グループは、投資家・株主の皆さまに当社の企業理念・事業活動についてよりよくご理解いただけるよう、的確な情報開示に努めています。

毎年、決算発表時には機関投資家対象の説明会を開催する他、年間150回以上の個別取材に対応しています。また、株主の方々には、定時株主総会終了後の「会社紹介コーナー」で、当社の事業や商品の詳しい説明をおこなっています。

また、新商品はもちろん、中長期計画などの経営情報についてもニュースリリースを通して積極的に情報の発信・開示をおこなっています。HP上でも、IR情報サイトを設け、決算情報、有価証券報告書、決算説明会資料、電子公告・決算公告、株式に関するご案内、株主総会・年次報告書、株価情報、IRカレンダーなどの情報を掲載しています。

株式の状況

ホームページ = http://www.morinagamilk.co.jp/ir/index.html	
発行可能株式総数	720,000,000 株
発行済株式の総数 (自己株式 1,041,743 株をのぞく)	252,935,475 株
株主数	36,472 名

大株主 (上位 10名)

- 10.37%・森永製菓株式会社
- 5.25%・日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)
- 4.91%・株式会社みずほ銀行
- 4.64%・日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)
- 2.88%・株式会社みずほコーポレート銀行
- 2.75%・日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口 4)
- 2.74%・株式会社三菱東京UFJ銀行
- 2.62%・日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (中央三井アセット信託銀行再信託分・株式会社三井住友銀行退職給付信託口)
- 1.82%・三菱UFJ信託銀行株式会社
- 1.59%・資産管理サービス信託銀行株式会社 (信託 B 口)



社会／地域社会

森永乳業グループは、地域や社会との連携を大切に考え、事業所や工場の地域でのさまざまな社会活動や災害支援活動にも積極的に取り組んでいます。

環境美化などのボランティア活動で地域の皆さまとの交流を大切にしています

森永乳業グループの従業員は、それぞれの地域での環境美化、除雪、防犯などの社会活動に自主的に参加しています。こうしたボランティア活動は、地域の皆さまとふれあう絶好の機会であると考え、これからも地域での社会活動に積極的に関わってまいります。

地域でのさまざまな環境啓発活動に積極的に参加しています

森永乳業は、地球環境問題の解決に貢献するために、地域でのさまざまな環境活動や環境啓発活動などに積極的に参加しています。

事業所などによる活動	
佐呂間	佐呂間町主催の幹線道路沿いのゴミ拾いに参加、西富地区の公民館大掃除参加、工場敷地内のパークゴルフ場を佐呂間町民へ無料開放
札幌	工場周囲歩道、敷地境界の清掃活動
福島	工場前の濁川清掃
郡山	地域活動クリーン作戦への参加
東京	「葛飾の川をきれいにする会」の常任理事として種々の活動に参加。飲料等を行事時に協賛提供/場内緑地を近隣の防災避難場所として提供(幼稚園の避難訓練など、都の震災時一次避難場所指定)/近隣幼稚園・保育園の園児にどんぐり拾いの場を提供/かつしかごみ減量・リサイクル推進協議会に参加/奥戸神社の祭りに協力(休憩場所および飲料の提供)
東京多摩	NPO活動「空堀川に清流を取り戻す会」に法人会員として加盟(協賛)。設立10周年記念シンポジウムに参加しサイトの環境活動を講演/東大和市「空堀川を考える会」主催のクリーンアップに参加/「空堀川・クリーンアップ」と5月の「川まつり」の定例行事に参加、ジュース・氷等と、ポート遊びで使用する大きな段ボール箱を提供、市民へテニスコート開放
松本	工場排水の穴田川の清掃/美ヶ原観光連盟の事業へ参加/松本市の代表的な観光地の美ヶ原高原を守る事業への参加/松本市が主催したノーマイカーデーの催しへ従業員の参加
富士	富士山麓ブナ林創造事業(植樹)へ参加/小規模授産所いずみ製作所の紙パックリサイクル活動へ協力参加
中京	江南市 川と海のクリーン大作戦(木曾川河川敷の清掃活動)参加/豊田、加茂菜の花プロジェクト賛助会員/江南市 環境フェスタ協賛、出展/江南市「市クリーン運動」参加
徳島	場内排水の放流先である飯尾川のゴミ清掃を実施
北海道保護牛乳	町内会主催の河川(銭函川、排水放流河川)清掃・草刈に参加
九州森永乳業	JR天拝山駅周辺に『ゴミ捨て禁止』掲示板設置、駅周辺清掃/山口川清掃
森永宮崎乳業	清武川河川流域一斉清掃
森永北陸乳業	工場排水を放流している、中川水路の草刈りおよび清掃を定期に実施
横浜乳業	高座地区河川をきれいにする会 目久尻川流域の清掃
富士乳業	牛乳パックを回収し、町の社会福祉協議会に提供
清水乳業	環境週間清水区町内清掃活動 三保真崎海岸の清掃
市乳事業部	「第3回共に創る3R新時代フォーラム」にて発表
関西支店	「地球にやさしい食生活」(大阪市「生活情報プラザ」)に出展

自然災害被災地への寄贈・寄付、社会貢献活動への寄付をおこなっています

森永乳業グループでは、国内および世界各地での自然災害発生時に、被災地域、政府、救援活動団体などへの製品・物品の寄贈、従業員による寄付をおこなっています。2008年5月のミャンマーサイクロン、四川省大地震、6月の岩手・宮城内陸地震への支援を実施しました。

また、2006年12月に、従業員の自発的な意思により『森乳スマイル倶楽部』が設立されました。無理のない範囲で寄付金を募り、さまざまな社会貢献活動を支援します。2007年11月には運営委員会を発足させ、会員の意向を反映しながら、持続的な活動になるよう取り組んでいます。



福島工場は、工場の前を流れる濁川(にがりがわ)のゴミ拾い活動や「ゴミゼロ運動」への参加を長年継続し、福島市の「地域環境保全功労者」として2007年6月に表彰されました。



徳島工場では、工場排水の放流先でもある飯尾川のゴミ清掃活動や、工場外周の道路、排水路の清掃活動をおこなっています。



左・市乳事業部は、2008年3月、「NPO法人持続可能な社会をつくる元気ネット」主催「第3回共に創る3R新時代フォーラム」で「森永宅配システム」について発表。右・環境対策室は、2007年11月、港区主催の『企業と環境展』の『環境報告書を読む会』で、当社の報告書についての発表と、他企業との意見交換をおこないました。



『スマイル倶楽部』は2007年度、(財)日本ユニセフ協会、日本赤十字社、(財)交通遺児育成基金、(財)骨髄移植推進財団、セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン、国際連合世界食糧計画WFP協会、WWFジャパンの7団体に寄付を実施。



社会 / 次世代育成・食育

森永乳業では、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献するために、「母と子」や「食」をテーマとする社会貢献活動にも力を入れています。

育児無料相談『エンゼル110番』でお母さんたちを支援しています

森永乳業は、1975年5月に無料電話相談サービス『エンゼル110番』を開設しました。急激な核家族化を背景に、身近に相談相手もなく、子育てに悩むお母さんたちのお役に立ちたいという思いから始めたサービスです。2008年5月に34年目を迎え、のべ相談件数は81万3千件（2008年4月現在）を超えました。相談内容は、昔も今も授乳、離乳に関するものが多く寄せられます。しかし、最近では、お母さん同士の人間関係や家族関係など「相談者自身のメンタルな相談」が増えています。『エンゼル110番』では、経験豊富な電話相談員がお母さんの気持ちに耳を傾け、共感し、寄り添い、一緒に考える姿勢を、今後も継続していきます。

電話相談は、互いの顔が見えない気軽さがある一方で、言葉のやり取りを通して信頼関係が生まれ、対象期間の妊娠中から就学前まで継続して利用される方も少なくありません。また、開設当初のお母さんが祖母世代になり、娘や息子に『エンゼル110番』を

すすめるとともに、孫の相談に再利用される方もいらっしゃいます。

近年は、保育師、助産師をめざす学



2008年度の「リトルエンゼル育成キャンペーン」の無人島体験は、7月21日から26日に実施。



生の実習や、同様な育児相談機関の研修の場としても利用されています。これまでの経験やノウハウを伝えることも新たな社会貢献活動であると位置づけ、「子育てを応援する」という姿勢で、安心や信頼を提供しつづけていきます。

『リトルエンゼル育成』キャンペーンで、子どもたちのすこやかな成長を支援しています

森永乳業と森永製菓は、一般公募で全国から集まってきた50人の小学生（3～6年生）を無人島での5泊6日の大冒険に招待する『リトルエンゼル育成』キャンペーンを共催しています。2008年で10年目を迎えました。

豊富な自然が残り、美しい海に囲まれた奄美大島沖の無人島「江仁屋離島（えにやはなれじま）」をフィールドとし、地元・瀬戸内町民の方々に支えられてキャンペーンを実施してきました。子どもたちは家族と離れ、電気や水道のない自然環境の中で、友だちと助け合いながら、食事づくりや、ロッククライミング、水泳、シーカヤックなどの冒険を体験します。

当事業は、子どもたちが周囲の存在（自然、他の生物、他者たち）とよりよい関係を築く力を体得し、その体験を糧として大きく成長してほしいという願いを形にしたものです。参加した子どもたちが、よりよい社会形成に貢献し、より多くの人々に平和と幸せを運ぶ「小さな天使（リトルエンゼル）」のような存在になってほしいと名づけられました。

今後も、子どもたちのすこやかな成長を支援する活動を推進していきます。

出張料理教室『エムズキッチン』で、牛乳と乳製品のメニューを紹介しています

森永乳業は、かねてから「人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」企業として、「食」について楽しく学んでいただく料理教室の活動を社会貢献活動の一環としておこなってきました。2003年には『エムズキッチン（M's Kitchen）』の名でリニューアルし、以後、講師を無料派遣する出張スタイルで、牛乳や乳製品を使ったメニューを紹介する料理教室を全国規模で展開。「もっと美味しく、もっと楽しく、もっと素敵に」をスローガンに、小さなお子さまから年配の方々まで喜ばれるレシピを広め、好評をいただいています。

小学校へのお出張授業などのキッズ世代の料理教室では、食材の選択、調理方法、食べ方やマナーなど、さまざまな「食育」の要素を盛り込んでいます。「料理教室体験によって、子どもたちの給食や朝食への関心が高まった」などの高い評価もいただき、年々、実施依頼が増加しています。

また、シニア世代の方々には、「骨粗しょう症予防のために、もっとカルシウムを摂りたいけれど、乳製品が苦手な料理に上手く取り入れられない」とおっしゃる方が多いため、普段食べ慣れている和食に牛乳やチーズを合わせた『乳和食』もご

提案しています。料理をしたり、おいしく食べたりすることは、脳の活性化や健康な体づくり、ひいては寝たきり予防にもつながると考え、今後も高齢者を対象とする「シニアキッチン」の活動も継続していきます。



親子で一緒に楽しめるプログラムもエムズキッチンならではの、食の喜びや大切さの理解を深める場を提供しています。

エムズキッチン参加状況

エムズキッチン
2003年設立から
これまでの参加者
約90,000名

エムズキッチン
2007年度の参加者
30,966名



だしの代わりに牛乳を使って減塩した「ミルクの蒸しもの」、2種のチーズと高野豆腐を入れた「和風ハンバーグ」など、普段とはひと味違う「乳和食」をご提案。

乳製品の摂取で食生活改善をめざす『3-A-Day』運動を推進しています

森永乳業は、酪農・乳業界と協働し、「乳製品を1日3回または1日に3品目摂取して健康な体をつくろう」という食生活改善運動『3-A-Day』を推進しています。

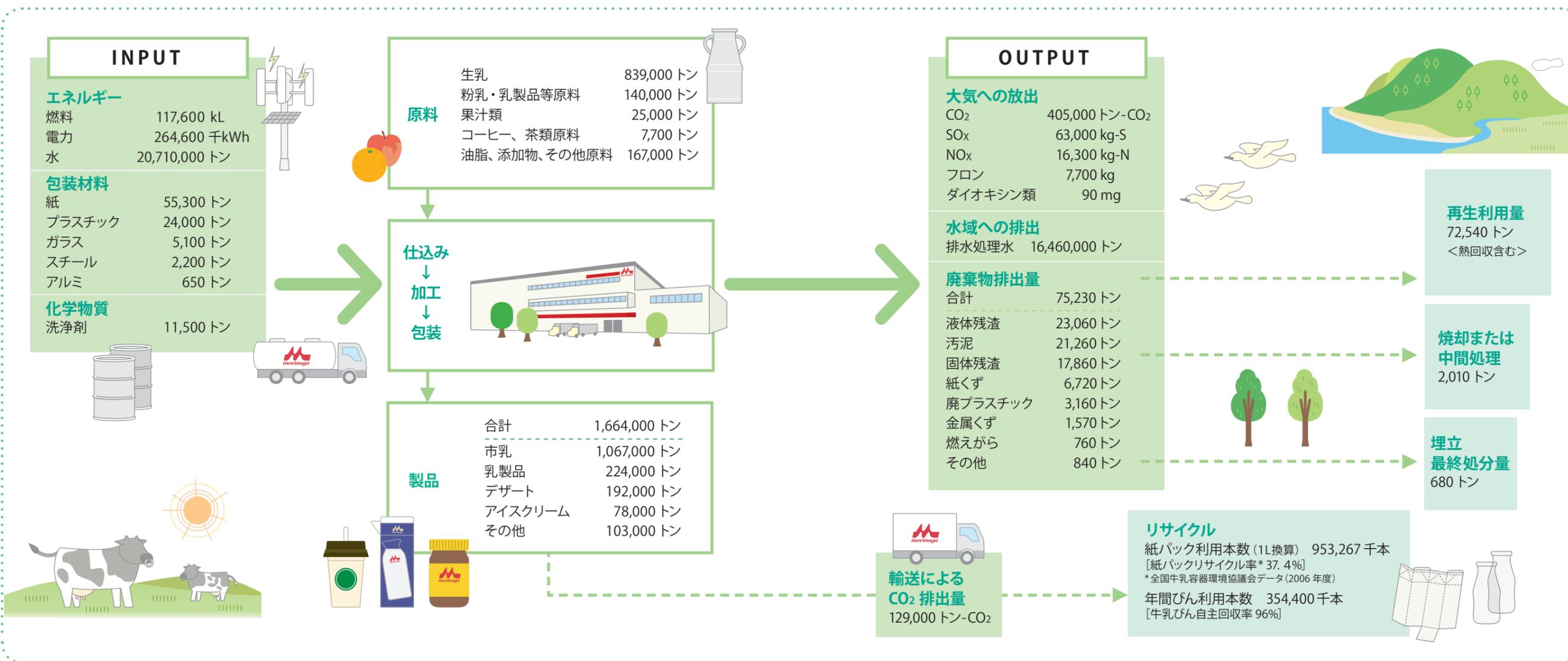
この運動は、2003年にアメリカで本格的にスタートし、世界的に広まっています。今後とも、1日牛乳200mL、ヨーグルト100g、チーズ20gを目安に摂取することを広くすすめることで、多くの人々の食生活改善と健康維持増進に貢献していきます。



<http://www.3aday.jp/>

ライフサイクルと物質フロー

森永乳業では、製品化の各過程で、エネルギー消費、排気・排水・廃棄物の発生を減らし、できるだけ環境負荷の小さい商品づくりをめざしています。



オフィスでの物品購入では、『グリーン購入』を推進しています

森永乳業では、オフィスで使用する文房具などで「グリーン購入」に取り組んでいます。2007年度のグリーン購入実績は金額ベースで65%。前年度比6ポイントアップしました。

【森永乳業のグリーン購入基準】

- ① 必要性を十分に考え、不必要な物は購入しない。まずはリユース、リサイクル品を検討する。
- ② 価格や品質、利便性、デザインだけでなく、環境負荷が小さい商品を優先的に選択する。
- ③ エコマーク商品、グリーンマーク商品、牛乳パック再利用品、グリーン購入法適合品、非木材紙普及協会選定品の5つを環境負荷が小さい商品の目安とする。



森永乳業(株)はグリーン購入ネットワークの会員です。

「クールアース・デー」の「セタライトダウン」に参加しました

2008年7月の北海道洞爺湖サミットに合わせ、日本が世界に向けて提案した「クールアース推進構想」。7月7日を「クールアース・デー」と定め、施設や事業所、家庭などで一斉に電気を消す「セタライトダウン」の呼びかけに応え、森永乳業グループでは、グループ会社を含む6事業所で実施するとともに、牛乳販売店にも協力を呼びかけました。また、7月7日を「ノー残業デー」とし、ライトダウンを後押ししました。CO₂をできるだけ排出しない低炭素社会の実現に向けて、来年以降もライトダウンキャンペーンの実践と拡充をはかっていきます。



クールビズ&ウォームビズでCO₂削減・省エネルギーを推進しています

温室効果ガスの排出を削減するために、エアコンの温度設定を夏は28℃、冬は20℃を目安にし、服装などで温度調整する「クールビズ」と「ウォームビズ」の動きが社会的に広まっています。森永乳業では2005年以来、全社をあげて6月～9月を「クールビズ」、12月～3月を「ウォームビズ」の期間として取り組んでいます。

期間中は、オフィスのエアコンの温度設定に配慮するとともに、夏はノーネクタイ、冬はベスト着用などを呼びかけています。また、不要な電気のスイッチオフ、節水などの省エネルギーの実践も浸透させています。

COOLBIZ

WARMBIZ

「1人1日1kg CO₂削減」への参加を全事業所で後押ししています

1990年に比べてCO₂排出量を6%削減することを目標として進められている国民的プロジェクト『チーム・マイナス6%』が、「1人1日1kg CO₂削減」を呼びかけています。森永乳業グループはこの呼びかけに応え、2007年10月と12月の2回にわたり、CO₂削減運動への参加をグループ従業員に要請しました。その結果、46事業所から1,444名が参加を表明し、『チーム・マイナス6%』のホームページで「チャレンジ宣言」をおこないました。参加者全員の実践によるCO₂削減量推計は、1日あたり1,497kg、1年に換算するとおよそ550トンの削減になります。



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%



環境目標の達成状況

森永乳業グループは、地球環境問題に対する企業の社会的責任を認識し、循環型社会の実現に向けて環境負荷削減と環境保全に積極的に取り組んでいます。

2007 年度目標および実績

森永乳業グループでは、3年ごとに「環境対策中期目標」を策定し、具体的な数値目標を設定し、毎年達成状況データを検証しています。

2007 年度目標および実績

項目	目標と結果 (2007 年度)	達成状況
廃棄物再資源化率	2006 年度 94.9%より 1 ポイント向上 → 96.4% 1.5 ポイントアップ	目標達成
エネルギー原単位	年率 1%削減 → 2006 年度比 0.4%増加	目標未達成

廃棄物削減・再資源化

- ◆グループ全体の廃棄物発生量は 95,100 トンで、前年より 10,450 トン増加しました。
- ◆再資源化率は 96.4%で 2006 年度より 1.5 ポイントアップで目標を達成しました。
- ◆最終処分量は 680 トンで前年比 66%でした。1998 年度集計より 10 年連続して減少しています。
- ◆廃棄物削減・再資源化について、発生量においては削減することはできませんでしたが、最終処分量の減少、再資源化率の向上については改善および目標を達成しました。
- ◆再資源化率 90%以上を達成した工場および関係会社が、2006 年度の 19 事業所から 26 事業所に増加しました。このうち 99%以上は 2006 年度の 8 事業所から 13 事業所に増加しました。

エネルギー原単位

- ◆エネルギー原単位は、工場で使用した燃料と電力を原油量に換算した値を、生産量で除して算出しています。
- ◆原油量への換算は、省エネルギー法にもとづいて算出しています。
- ◆生産量は、液体製品は kL、固体製品はトンの値を合計した換算数値を使用しています。
- ◆エネルギー原単位は、2003 年度比で 1.6%減少しましたが、2006 年度比 1%削減という目標に対しては 0.4%増加したため目標を達成できませんでした。

森永乳業の環境基本方針

森永乳業グループは、環境負荷の少ない企業活動を推進するために、次の4つを基本方針としています。

1. 環境負荷物質の排出、その他の環境への悪影響を、製品の設計、原料資材の選定および調達、ならびに製品の生産から廃棄に至るまでの各段階を通じ、可能な限り減少させる。
2. 製品の生産、流通、消費、廃棄の各段階において投入する資源およびエネルギーの節約をはかる。
3. 廃棄物発生抑制・再資源化および適正処理に努める。
4. 環境保全に関わる技術を開発し、この提供を通じて社会的な環境保全に貢献する。

環境対策中期目標 (重要改善事項) (2007 年度~2009 年度)

地球環境保全の重要性を認識し、循環型社会の実現に向けて環境保全活動をおこなう。

1. 関係会社での「エコアクション 21」認証取得など環境マネジメントシステムの充実をはかる。
2. 環境報告書を継続的に発行し、活動の確認と取り組み意識の高揚に努める。
3. 温暖化対策としてエネルギー原単位を年率 1%減少させる。
4. 廃棄物再資源化率を 2009 年度末までに 2006 年度実績から 3 ポイント向上させる。
5. 製品・容器開発も含めた環境関連の新技术開発を進める。



環境マネジメント

森永乳業グループは、企業活動による環境負荷をできるだけ小さくすることを目標とし、全社的な環境マネジメント体制を構築し、さまざまな取り組みを推進しています。

環境保全対策を推進するために、環境マネジメント体制を構築しています

森永乳業グループでは、1993 年に「環境保全業務要項」を制定し、これを全社的な行動規範とする環境マネジメント体制を整え、適切な環境保全への取り組みを推進しています。

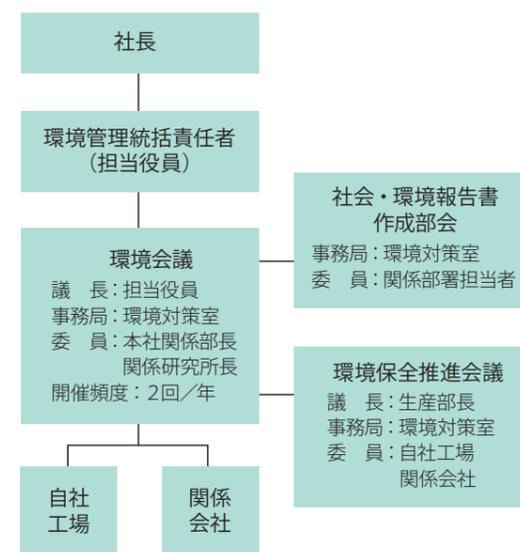
環境マネジメント体制は、社長を最高責任者とし、担当役員を環境管理統括責任者として構成されています。

議長である担当役員のもと、本社関係部長と関係研究所長の委員からなる「環境会議」では、環境対策の総合的な方針を決定し、目標設定とその達成状況について社長に報告する役割を果たしています。

また、「環境会議」の下部組織として、各工場・各事業所やグループ企業では、環境方針や環境マネジメントシステムを推進する「環境保全委員会」を設置しています。

環境マネジメントシステムが適切に運営されているかをチェックするために、毎年の事業所長による審査と、約 2 年ごとの環境対策室による監査もおこなっています。

環境マネジメント体制



内部環境監査には、事業所長が毎年おこなう審査と、環境対策室が約 2 年ごとにおこなう監査があり、システムが適切に運営されていることを検証しています。

環境マネジメントシステムをグループ全体で統合しています

森永乳業グループでは、1999 年の松本工場を皮切りに、自社工場およびグループ関係会社での ISO14001 認証取得を進め、自社 16 工場と関係会社 4 社での取得を達成しています。2006 年 5 月から稼働している神戸工場でも、認証取得に向けて体制整備を進めています。

また、2006 年 3 月に本社・研究所での認証取得が終了し、同年 11 月から事業所間の内部審査を開始し、グループ全体で統合した環境マネジメントがおこなえる体制が整い、2008 年 3 月に「マルチサイト」としての認証を受けました。

加えて、グループ全体での環境保全を推進するために、環境マネジメントシステムのひとつである環境省策定「エコアクション 21」の認証取得を関係会社で進めています。「エコアクション 21」では、二酸化炭素排出量、廃棄物排出量などの環境負荷を具体的に削減するとともに、その結果を「環境活動レポート」で公表することが求められています。また業種別のマニュアルもあり、当社グループのような食品関連事業者に対しては、食品リサイクル法の遵守や、食品廃棄物の削減・リサイクルの取り組みも求められています。

ISO14001 認証取得事業所

松本工場	利根工場	福島工場
東京多摩工場	近畿工場	佐呂間工場
大和工場	西日本市乳センター	盛岡工場
村山工場	関西酪農事業所	清水乳業
東日本市乳センター	中京工場	郡山工場
装置開発研究所	東京工場	本社
横浜乳業	札幌工場	研究情報センター
エムケーチーズ	別海工場	富士乳業
徳島工場	富士工場	

エコアクション 21 認証取得

森永北陸乳業 富山工場	九州森永乳業
森永北陸乳業 福井工場	東洋醗酵乳
熊本乳業	シェフオーレ
東北森永乳業 秋田工場 (旧 秋田協同乳業)	日本製乳



省エネルギー対策／自然エネルギー活用

森永乳業では、環境保全における省エネルギー対策の重要性を認識し、事業所別の目標を設定して努力を重ねるとともに、自然エネルギーの導入も推進しています。

廃熱エネルギーや夜間電力の有効活用でよりいっそうの省エネルギーに努めています

コージェネレーションシステム

森永乳業の工場では、燃料エネルギーを使ってエンジンを運転し、発電すると同時にエンジンの廃熱を利用して蒸気をつくる「コージェネレーションシステム (CGS)」を導入しています。これにより、電気と熱、両方のエネルギーの有効活用が実現されています。

たとえば、製品の冷却のために終日運転する冷凍機は、蒸気を熱源とする吸収式冷凍機に置き換え、CGSで発生する熱エネルギーを有効利用しています。

その他、工場で発電して余った電力は外部に売却するなど、エネルギーを無駄なく利用する工夫もおこなっています。

氷蓄熱設備「アイスバンク」

森永乳業の工場では、氷蓄熱設備「アイスバンク」を設置しています。これは、利用者が少ない夜間電力で水槽に氷をつくり、その氷を溶かした冷却水を日中の製造時に利用するもので、1日で電力使用量がピークとなる日中の電力使用量を抑えることができます。

現在、森永乳業グループが所有するアイスバンクの総容量は4,600m³、蓄水量は1,400トンになります。日中の電力負荷がピークとなる時間帯に3時間で氷が溶けると仮定すると、この蓄水量は電力で駆動する冷凍機の約14,500kW容量分に相当します。



2007年7月、財団法人ヒートポンプ蓄熱センター主催の「第10回蓄熱のつどい」で、神戸工場が感謝状を受けました。

アイスバンク活用実績		
	06年度	07年度
総容量 (m ³)	4,500	4,600
蓄水量 (t)	1,400	1,400



太陽光発電



ハイブリッド小型風力発電

太陽光、風力、水力、バイオマスなどの自然エネルギーの活用を推進しています

太陽光発電

森永乳業では、石油・石炭、天然ガスなどの化石燃料以外の再生可能な資源を利用した自然エネルギーの活用を推進しています。東京多摩工場のリサイクルセンター屋上には太陽光発電装置を設置し、発電された電力を使用しています。この太陽光発電装置は、新エネルギー・産業技術総合開発機構 (NEDO) のフィールドテストとして2003年2月から運用を開始し、以来、毎年約40,000kWhの電力を供給しています。通常の電力使用で換算すると、約22トンのCO₂を削減したことになります。

東京多摩工場 太陽光発電／発電量実績 (単位: kWh)				
04年度	05年度	06年度	07年度	
40,939	34,157	34,639	39,181	
↑9軒分	↑8軒分	↑8軒分	↑9軒分	
平均的な4人家族の消費電力 4,482kWhとして				

ハイブリッド小型風力発電

研究情報センターと神戸工場には、ハイブリッド小型風力発電装置が設置されています。一般によく知られているプロペラ型ではなく、丈夫さやメンテナンス性に優れているジャイロミル型と呼ばれるタイプの装置を採用しました。

この装置には小型の太陽光発電パネルもセットされており、晴れた日は太陽光でも発電可能で、自然の力を効率よく利用できます。研究情報センターと神戸工場、それぞれ年間約100kWh、300kWhの電力を供給し、両者を合わせて約200kgのCO₂を削減したことになります。

小型水力発電

神戸工場では、使用後の排水は処理施設できれいにしてから瀬戸内海に放流していますが、そのまま流してしまうだけではもったいないので、その一部を水力発電に利用しています。この小型水力発電では年間840kWhの電力を供給し、約470kgのCO₂削減になります。

また、きれいに処理された水は、工場の緑地への散水や、トイレの流し水としても再利用しています。

バイオマス熱利用設備

2008年の新たな取り組みとして、バイオマス熱利用設備を神戸工場へ導入します。製造工程で発生するコーヒーかすや、コーヒー飲料、ヨーグルト等を再生可能なバイオマスとして利用し、メタン発酵とバイオマスボイラ設備を用いて、製造工程で使用する蒸気を回収する仕組みで、2008年12



メタン発酵プラント (完成イメージ図)

月の運転開始予定です。この設備の稼働により、年間約1,900トンのCO₂排出量削減になると試算しています。

日本における食を巡る環境がますます厳しくなると予想される今、持続可能な社会の構築に向けた問題解決策のひとつとして取り組みを進めています。

グリーン電力購入

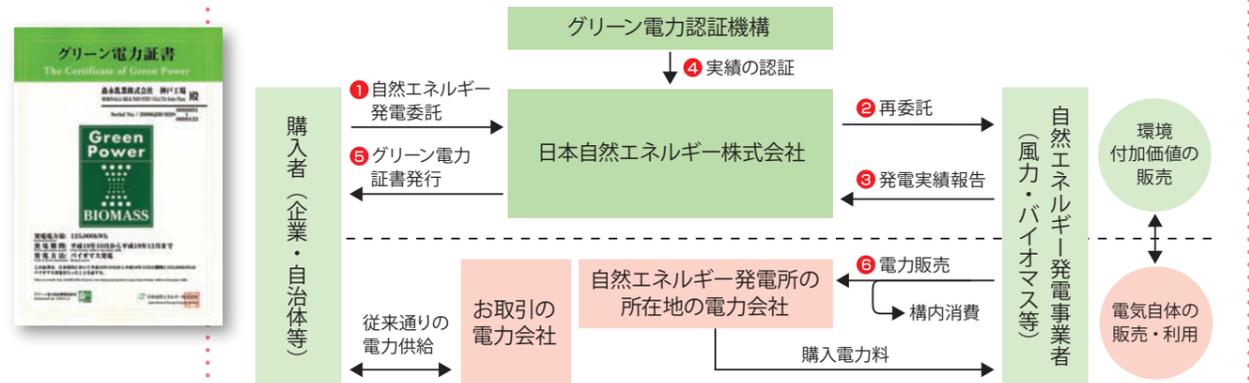
再生可能な自然エネルギーで発電された電力のことを「グリーン電力」と呼び、「グリーン電力」の利用希望者は「日本自然エネルギー株式会社」を仲介者とし、購入したい電力量を発電するように複数の発電所に委託する仕組みがあります。

森永乳業の神戸工場では、酪農家の発電設備に発電を委託し、家畜糞尿を利用したメタン発酵発電による電力を購入しています。ただし、酪農家で発電された電力は、現地の牧場や、地元の電力会社を通して近隣が利用していて、森永乳業が直接利用することはできません。そこで、酪農家で契約量が発電されたことを証明する「グリーン電力証書」が、仲介者である「日本自然エネルギー株式会社」から発行され、これを実際に使用した一般電力と相殺し、自然エネルギー利用を推進している環境価値を購入することになります。

森永乳業の神戸工場では、この仕組みを通じて年間50万kWhの電力を購入し、これは約280トンのCO₂排出削減に相当します。

今後も、グリーン電力購入をはじめ、さまざまな自然エネルギーを積極的に利用し、省エネルギーとCO₂排出削減に努めていきます。

グリーン電力購入の仕組み図



※電力供給に関する電力会社との契約とは切り離して、自然エネルギー発電の実施のみを日本自然エネルギー株式会社に委託します。



エネルギーと二酸化炭素

森永乳業では、商品の製造過程でのエネルギー使用削減に取り組むとともに、生産量に対するエネルギー使用・CO₂ 排出割合を抑える努力を重ねています。

2007 年度のエネルギー使用状況と CO₂ 排出状況

エネルギー使用量と CO₂ 排出量

エネルギー使用量は、生産量の増加にともなって横ばいから微増の傾向を示しており、CO₂ 排出量も同様の傾向となっています。2007 年度のエネルギー使用量は約 18 万 kL で、CO₂ 排出量は約 40 万トンでした。

エネルギー原単位と CO₂ 排出原単位

2006 年度と比較すると、エネルギー原単位は微増、CO₂ 排出原単位は微減しています。2000 年を基準とした場合、緩やかな横ばい傾向が続いています。これまでの省エネルギー活動の効果と、生産効率の上昇により、有効なエネルギー利用が実現されている成果と考えられます。今後も取り組みを継続していきます。

電力購入量と自家発電率

電力購入量は、2006 年より微増していますが、直近 5 年

間は減少傾向にあります。この間、各工場でのコージェネレーションシステム (→ p27) の導入も進み、自家発電率は順調に上昇を続けており、2007 年度はおよそ 39% でした。

燃料の都市ガス化

森永乳業の各工場では、省エネルギー対策に加え、環境への影響を総合的に考慮し、重油よりもクリーンな都市ガスへの燃料転換に取り組んできました。2007 年度には、乳業界においてトップクラスのガス化率 70% を達成しています。

原単位とは？

原単位は、1 年間の使用量または排出量を生産量で除したものです。分母の生産量は、牛乳などを生産する市乳工場と粉乳などを生産する乳製品工場で各原単位が大きく異なることから、乳製品工場の生産量には、一定数値を乗じた数値を使用しています。

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



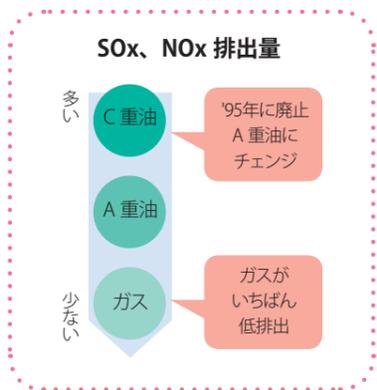
化学物質排出

森永乳業では、大気環境保全を重要課題として位置づけ、工場稼働にともなって排出される化学物質を削減する努力を重ねています。

SOx と NOx の排出状況

化石燃料の燃焼で発生する SOx (硫酸化物) や、工場のボイラーなどの高温燃焼で発生する NOx (窒素酸化物) は、光化学スモッグや酸性雨の原因となります。

森永乳業では、環境指標を設定し、工場で使用される燃料を都市ガスや LPG に転換させ、SOx と NOx の排出削減に努めています。ただし、2006 年度に重油を使用するコージェネレーションシステムが増設稼働したことから、Nox 排出量が 2006 年度は非常に増加する結果となりました。



オゾン層破壊物質の排出状況

森永乳業では、冷凍・冷蔵庫の冷媒として、フロン的一种であるハイドロクロロフルオロカーボン (HCFC22) を使用しています。フロンはオゾン層を破壊し、地球温暖化などの原因となるため、大気中への排出を極力抑制し、回収にも努め、2007 年度は排出量を前年度比 83% 減を達成しました。排出削減と並行して、使用する冷凍機などをフロン使用タイプからアンモニア冷媒使用タイプに変更することで、脱フロン化も進めています。

ダイオキシン類などの排出状況

ダイオキシン類については、廃棄物処理法およびダイオキシン類対策特別措置法にもとづいて、廃棄物焼却炉の管理を適切におこなっています。ダイオキシン類の発生を大幅に抑制できる流動床式焼却炉の使用などの効果によって、減少を続けています。2007 年度は総量で前年比 85% と減少傾向が継続しています。

また、1972 年から国内での製造・使用が禁止になった PCB (ポリ塩化ビフェニル) は、法律で定められている通り、2015 年までに廃棄物すべてを処分する計画を進めています。

大気汚染物質排出状況 (単位: kg-S, kg-N)

排出物	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度
SOx	93,000	94,000	88,000	93,000	63,000
NOx	5,600	6,300	9,800	17,100	16,300



オゾン層破壊物質排出量 (単位: kg)

排出物	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度
HCFC22	10,900	15,600	9,400	9,300	7,700

HCFC22 (ハイドロクロロフルオロカーボン)
オゾン層破壊係数 (ODP) : 0.055
ODP (Ozone-Depleting Potential) とは、大気中に放出された単位重量の物質がオゾン層に与える破壊効果。CFC-11 の破壊効果を 1 とすると、HCFC22 の破壊効果は相対値として 0.055 となる。



ダイオキシン類の排出量 (単位: mg/年)

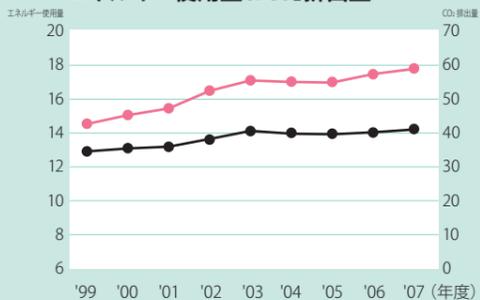
排出先	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度
大気	185	199	100	50	↘ 32
公共用水域	0.0008	0.0002	0	0.6	↘ 0.02
事業所外への移動	9	35	15	56	↗ 59

PCB 廃棄物 (ポリ塩化ビフェニル) 2007 年度現在保管数

高圧コンデンサー	155
低圧コンデンサー	10
安定器	487
変圧器	3
その他	1

2008 年 8 月現在、福島工場と郡山工場保有の 56 台分について処分が実施されました。

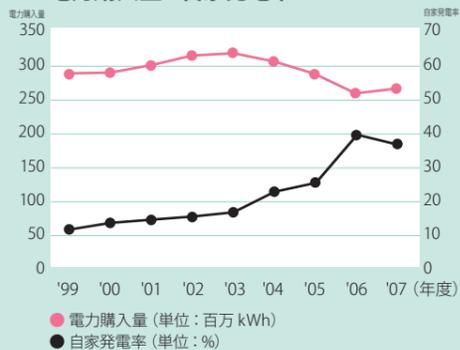
エネルギー使用量 & CO₂ 排出量



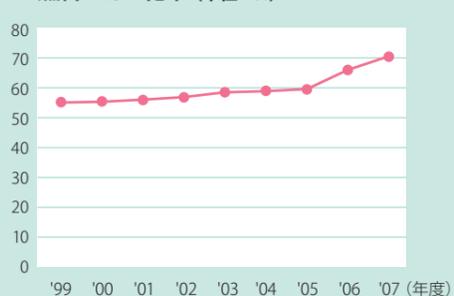
エネルギー原単位 & CO₂ 排出原単位



電力購入量 & 自家発電率



燃料のガス化率 (単位: %)





用水の使用と排水

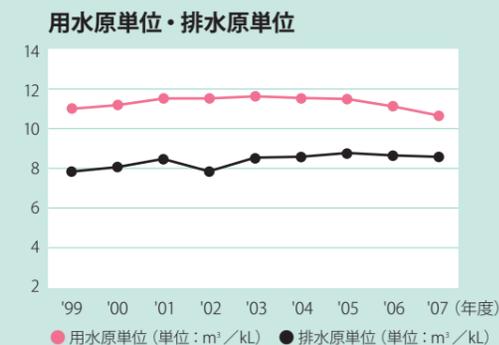
森永乳業は、工場での水資源の無駄づかいをなくすとともに、排水処理技術の開発・改良を重ね、地域環境における水質保全に取り組んでいます。

2007年度の用水使用状況と排水状況

用水の使用と排水

森永乳業の工場全体で2007年度に使用した用水は、2,071万トン、排水処理設備から排出した処理水は、1,646万トンでした。生産量は微増しましたが、前年度に比べて、用水量・排水量ともに微減しました。

用水原単位においては全体に微減傾向にあり、用水使用の効率化が進んでいます。



水資源を守る

森永乳業の富士工場では、富士山の湧き水を資源として使っているため、山麓にブナ林を植樹する水源涵養に取り組んでいます。また、森永乳業グループは、水資源を含む環境配慮の一環として工場敷地の緑化を進め、1989年に東京工場、1991年にはエムケーチーズ(株)が、緑化推進運動功労者表彰記念の内閣総理大臣賞を受賞しています。現在、グループ全体の工場敷地面積の約20%にあたる約33ha(東京ドーム約7個分)が緑地化されています。



2007年4月、富士山麓ブナ林創造事業(主催 岳南排水路協力連合会)

水の循環利用

食品企業である森永乳業にとって、良好な水を確保し、無駄なく有効利用することは、重要課題のひとつです。水は原料として利用する他に、使用量の約60%は洗浄に使われています。自然の恵みである水の使用量を節減するために、可能な限り循環利用するなど工夫を重ねています。

中京工場をはじめ各工場では、熱エネルギー利用の効率化をはかるために開発された解析手法「ピンチ・テクノロジー」をもとにした「ウォーター・ピンチ・テクノロジー」を導入し、再使用可能な回収水量を把握・解析し、用水利用の最適化をはかり、循環利用による節水を進めています。

たとえば、生産装置の洗浄は、水による最初のリンスからはじまり、アルカリ洗浄、中間リンス、酸洗浄、最終リンスの順に自動的におこなわれます。この過程で水の使用量を徹底して節減するために、それぞれのリンス時間を適正化する一方で、最終リンス水を回収して最初のリンスに循環使用しています。

また、排水処理後の水をトイレの流し水と樹木への散水に使用するなど、最後まで無駄なく水を使い切る努力もしています。さらに、排水処理技術の向上によって、よりきれいな水を自然に還すよう努めるとともに、廃棄物置き場や燃料貯蔵所などから地下水への汚染が生じないように管理を徹底しています。

独自の水質管理技術

森永乳業の工場排水処理

森永乳業グループは、使い終わった排水をきれいに自然に還すために、すべての工場に排水処理設備を完備しています。ほとんどの工場では「活性汚泥処理法」を採用し、「活性汚泥」と呼ばれる微生物が、排水の汚れである栄養成分を食べ、これを水と二酸化炭素に分解することによって汚れを取り除いています。微生物には酸素が必要なため、排水処理槽では空気を送り込むエアレーションをおこなっています。また、微生物が増えすぎてきれいな水が分離できなくなるのを防ぐために、微生物の一部を引き抜くこともおこなっています。

こうして浄化した水をさらにきれいにするために、ろ過処理設備などを導入している工場もあります。

このような排水処理装置の適切な運転管理を継続するために、毎年1回研修会を開催し、工場幹部の意識高揚と管理担当者の技術向上をはかっています。



神戸工場の廃水処理施設

森永エンジニアリング(株)の排水処理技術

森永エンジニアリング(株)では、森永乳業グループの工場をはじめ、全国のさまざまな食品製造工場や、その原料をつくる農産・水産・畜産加工工場などの排水処理設備の設計・建設、ならびに運転管理の指導・維持管理などを業務としています。1970年以降、排水処理設備納入数は1,300か所以上。食品工場排水処理の分野では、業界第一位の実績です。

排水処理の方法は、自然界の原理を利用した微生物処理「活性汚泥法」、最新技術の「バイオリクターシステム」、厳しい水質規制に対応した「高度処理システム」、森永乳業グ

ループで独自開発した「M.O. ラグーンシステム」など幅広く、省エネルギー、立地条件などに配慮した設備を納入します。

2007年度に新たに納入した排水処理設備全体の規模は、20万人以上の生活排水を浄化できる量に相当します。全国各地の各工場に設置された処理設備が日々稼働することで、日本の水環境は、確実に改善されると考えられます。川や地下からお借りした水は、使用後きれいに戻し、河川や海に「お帰りなさい」と言ってもらえるよう、今後も排水浄化に努めます。

水質管理技術「ピュアスター」

森永乳業グループの水質管理技術は、殺菌水の製造にも活用されています。微酸性電解水製造装置「ピュアスター」でつくられる殺菌水



は微酸性で、とても高い殺菌力を持つ次亜塩素酸を多く含んでいます。そのため、従来の殺菌剤よりも低い10~30ppmという塩素濃度でも殺菌効果を発揮できます。匂いや残留性が少なく、すすぎ水的大幅削減が可能となり、環境負荷低減にも貢献します。

この「ピュアスター水」は、2002年に食品添加物として認められ、安全な殺菌水として食品工場をはじめ、福祉介護・農業・水産業などの広い分野で活用されています。

環境共生住宅への貢献

森永エンジニアリング(株)は、排水処理設備事業だけでなく、寒冷地の北欧で実績のある暖房用温水放熱器(パネルヒーター)の輸入・販売を30年以上続けてきました。自然な対流伝熱を利用したこの暖房は、熱源に都市ガスのマイホーム発電排熱や電力の空気熱利用ヒートポンプなどを活用し、環境配慮型であるとともに経済性にも優れており、健康的で快適な環境共生住宅システムとして高く評価されています。





ゼロエミッション

森永乳業では、製品の製造過程で排出される廃棄物をゼロに近づける「ゼロエミッション」を推進し、各工場で年間計画・目標を設定して取り組んでいます。

2007年度の廃棄物の状況

廃棄物の種類と発生量

森永乳業グループの各工場では、「環境保全業務要綱」にもとづいて環境保全に関する基本方針を作成し、この方針に沿って廃棄物の減量と再資源化の年間計画・目標を設定して「ゼロエミッション」に取り組んでいます。

工場で発生する廃棄物には、排水処理設備で排出される汚泥、抽出工程で排出されるコーヒーかす、茶かすなどの固体残渣、生産余剰品やテスト製造時の残量などの液体残渣、廃プラスチック、金属くず、ガラスくず、紙くず、燃えがらなどがあります。排出量割合では、液体残渣が最も多く31%、ついで汚泥が28%、固体残渣が24%となっています。

2007年度の廃棄物発生量は95,100トンで、前年比12%と増加しています。これは2005年より製造を開始した神戸工場の本格製造が軌道に乗ったこと、新設された事業所の操業開始などが重なったためと考えられます。

再資源化率

2007年度の再資源化率（排出量ベース）は2006年度の実績から1ポイント向上の95.9%を目標として取り組み、1.5ポイント向上の96.4%を達成しました。

本年度報告より、実態に即した廃棄物の処理について把握するため、事業所外へ排出された量を基盤とした排出量ベースによる取りまとめに変更しました。

各工場でのゼロエミッション活動

26事業所で90%以上の再資源化率達成

各事業所において再資源化率を向上させる地道な努力を継続した結果、2007年度は、90%以上を達成した事業所が2006年度の19事業所から26事業所に、またこのうち99%以上を達成した事業所は2006年度の8事業所から13事業所に増加しました。

東京多摩工場は不要品27品目分類でトップレベルの再資源化率を維持

東京多摩工場では、大和と村山の2工場ともに「廃棄物のサイト外への排出総量の削減」と「再資源化の推進」を徹底し、2003年から2006年まで4年連続100%、2007年度は99%の再資源化率を達成しています。

再資源化のために、不用品は27品目に分別し、その処理方法は次の4項目に分類されます。

1. サイト内でサーマルリサイクルするもの
2. 有価でリサイクル業者に引き取られるもの
3. 外部の処理事業者に委託するもの
4. その他

分別には共通のルールを定め、各事業所の状況に合わせて容器の置き場、搬送の手段、事業所独自の排出廃棄物などについての「廃棄物分別収集作業標準」を定めています。

また、実際に間違いなく分別が実行できるよう、リサイクル品の集積所では、分別品目が一目でわかるように大きな看板を掲示し、品目が不明なものは一時保管場所で保管し、専門の担当者が吟味して分類しています。



食品リサイクル法改正(*)への対応

食品リサイクル法は、食品廃棄物等の排出抑制および資源としての有効利用を促進するために2000年に制定されました。リデュース・リユース・リサイクルの3Rを踏まえたうえで、食品産業ならではの特色ある取り組みが求められています。2007年の法改正では、再生利用項目の追加(**)と、一定の条件下での熱回収が認められたこと、食品関連事業者ごとに再生利用等実施率目標の設定(***)、廃棄物を多量に発生する事業者に対する定期報告義務が盛り込まれています。

森永乳業では、神戸工場のバイオマス熱利用設備(→p28)の導入などの新しい試みにも挑戦し、より優れた循環型の工場の実現をめざしています。

(*) 食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律
 (**) 再生利用項目は次の通り(優先順位順)
 飼料、肥料、油脂・油脂製品、メタン、炭化製品(燃料および還元剤)、エタノール、熱回収
 (***) 食品製造業は2012年度までに85%達成

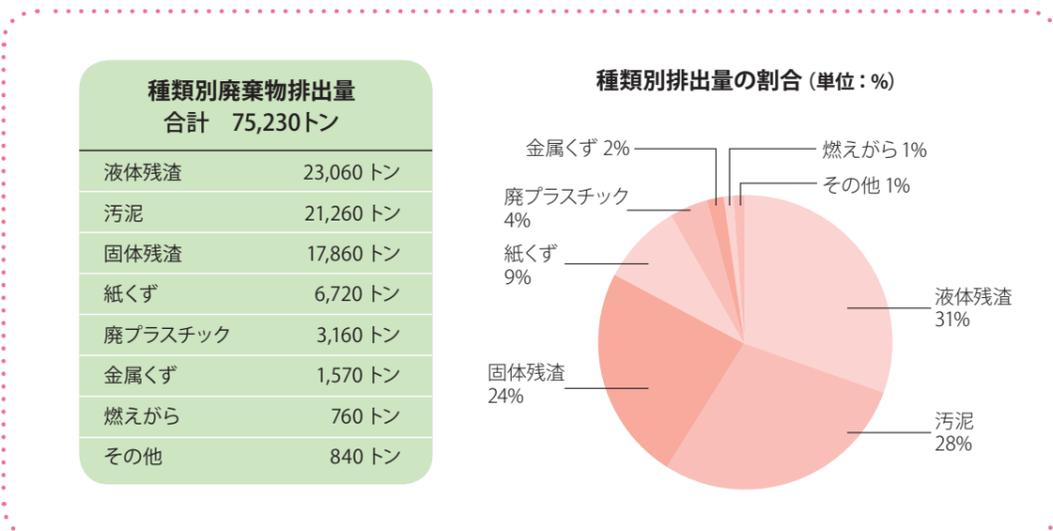
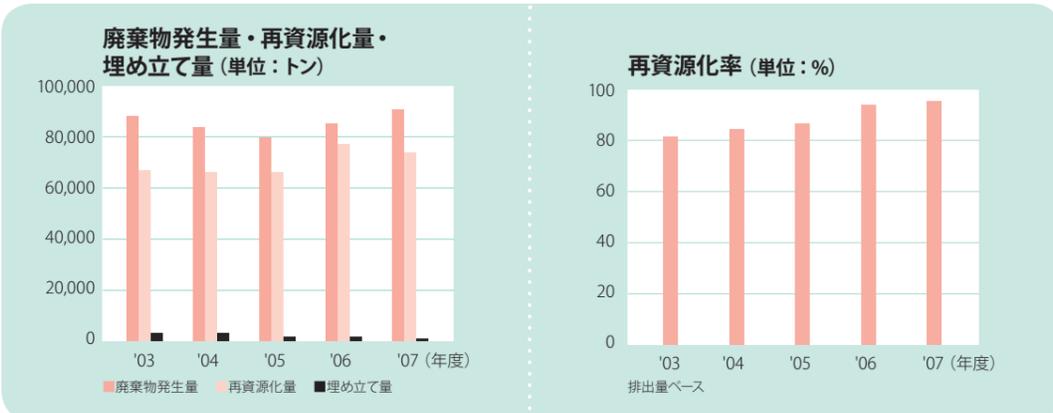
産業廃棄物処理の基本原則

- マニフェストによる適正処理
 廃棄物処理法：不法投棄の防止、現地確認年1回
 処理事業者の複数契約によるリスク分散
- 3R：Reduce・Reuse・Recycle
 循環基本法：発生抑制・再使用・再生利用
- ゼロエミッションへの取り組み
 再資源化率の向上
 「産業廃棄物管理要綱及び管理基準」(2003年12月15日制定)の採用

再資源化率90%以上を達成した事業所

佐呂間工場	郡山工場	大和工場●	中京工場●
札幌工場	利根工場●	村山工場●	近畿工場
盛岡工場	東京工場●	松本工場	神戸工場●
福島工場	東京多摩工場●	富士工場	徳島工場
エムケーチーズ		清水乳業●	
森永北陸乳業 富山工場●		熊本乳業	
東洋乳業		北海道保証牛乳●	
東北森永乳業 仙台工場(旧宮酪乳業)●		フリジポート熊本工場●	
横浜乳業		シェフォーレ●	

●印は99%以上を達成した事業所





容器包装の省資源化

森永乳業グループでは、リデュース・リユース・リサイクルの3Rに配慮し、安全で使いやすい容器包装の開発・改良を重ねています。

容器包装への環境配慮

森永乳業グループは、独自の「エコパッケージガイド」を制定し、企画・開発段階から3Rに配慮した容器包装づくりを進めています。これまで、牛乳びんの軽量化や、容器包装へのリサイクル材の使用などで省資源化を実現してきました。「お客さま相談室」に寄せられた貴重なご意見やご指摘をいかした改良事例も少なくありません。

今後も環境配慮を重ね、よりよい容器包装の実現に取り組んでいきます。

2007年度の容器包装の開発・改良の取り組み

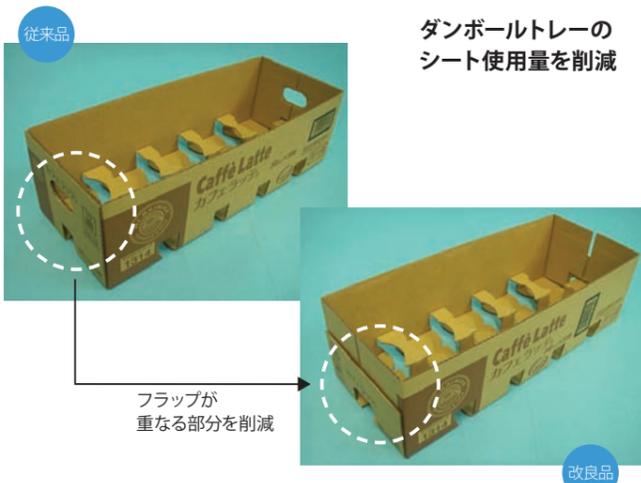
プラスチックカップの軽量化

ビヒダスヨーグルト 500gのプラスチックカップの軽量化を実現しました。機能を損なうことなく、従来品の16.5gから15.5g、1個あたり1.0gの削減です。その結果、年間合計で約100トンもの樹脂使用量の削減が実現されます。



省材料化の取り組み

カフェラッテ製品を工場からお店へ運ぶためのダンボールトレーのシート使用量を削減しました。フラップ同士が重なる部分のシートで、1枚あたりの削減量は小さなものですが、年間合計すると165万㎡（東京ドームの建築面積35個分）の紙資源の削減になります。



パルメザンチーズ容器の単一素材化

クラフト・パルメザンチーズの容器は、従来はプラスチック、紙、金属の複合容器が使われていましたが、お客さまからの声をもとに、プラスチック素材へと単一化し、分別処理とリサイクルに適した容器になりました。この取り組みは、サンケイリビング新聞社主催の第14回リビング新聞『助かりました大賞・エコ部門』で入賞しました。

また、この容器改良に合わせ、ドイツ環境首都フライブルクへの体験ツアーやエコバックが当たる『ちょいエコ！キャンペーン』をクラフト社とともに2007年9～11月に実施し、携帯電話からの応募には1件5円の「エコ募金」をおこない、総額27,600円を国土緑化推進機構の「緑の募金」に寄付しました。



お客さまの声を
いかして

社会の環境配慮活動への貢献

森永乳業グループは、循環型社会の実現をめざし、商品の容器包装の環境配慮を推進するとともに、容器包装リサイクルの啓発活動にも積極的に参加しています。

2007年度の啓発活動の取り組み

「暮らしの包装商品展 2007」に出展

(社)日本包装技術協会主催の「暮らしの包装商品展 2007」は、「みんなで考える暮らしにやさしい包装」をテーマに2007年10月31日～11月2日に開催されました。

森永乳業は、「安全・安心」に加えて「人にやさしい」、「環境にやさしい」商品の事例を出展しました。会場では、主要商品での改善例を展示するとともに、容器包装の扱いやすさ、分別・廃棄のしやすさなどについてお客さまのご意見を聞くことができました。



「地球にやさしい食生活」に出展

大阪府消費者センター主催の『秋の特別フェア 地球にやさしい食生活』が、大阪市の『生活情報ぶらざ』で2007年11月に開催されました。森永乳業の関西支店は、環境配慮型の容器包装を展示し、省資源・リサイクルの大切さをアピールしました。



紙パックリサイクルの取り組み

森永乳業は、紙パックリサイクル率の向上をめざし、全国牛乳容器環境協議会のメンバーとしてさまざまな催しに協力しています。

毎年6月の「環境月間」と、10月の「3R推進月間」におこなわれる「紙パック環境リサイクルキャンペーン」にも参加し、パッケージに環境メッセージを掲載する活動を続けています。紙パックの回収率向上のためには、消費者へのさらなる啓発が必要です。今後も、消費者が直接手にする製品でのメッセージ発信を継続していきます。

また、2007年度もひきつづき、「全国牛乳パックの再利用を考える連絡会」との共催で、山形県、福島県、三重県での「牛乳パックリサイクル促進地域会議」、各地域での「紙パックリサイクル講習会」の実施に協力しました。



宅配用牛乳びんの軽量化は、CO₂排出量削減に貢献しています

外表面の樹脂コーティングによって130gに軽量化された宅配用軽量びんは、日本パッケージングコンテストで最優秀パッケージに与えられる経済産業大臣賞を2005年に受賞しました。従来244gだった牛乳びんが130gとなったことで輸送効率が向上し、結果として輸送時のCO₂排出量削減にもつながっています。また、耐久性が向上して再使用回数が従来の30回から60回に倍増し、びんの製造・廃棄の過程でも省資源、CO₂排出量削減に貢献しています。





モーダルシフト

森永乳業グループは、物流におけるCO₂排出量削減のために、原料品や乳製品の輸送手段に船や鉄道を優先するなどの取り組みを進めています。

CO₂ 排出量が少ない輸送手段を物流で優先しています

「京都議定書」によるCO₂排出量削減目標を受けて、経済産業省管轄の運輸部門では、2008年から2012年の5年間の約束期間に、1995年と同程度のCO₂排出量まで抑制することを目標としています。

森永乳業は、2005年4月施行の「改正省エネルギー法」により、輸送3,000万トン・キロ以上の「特定荷主」に分類されており、2007年度は72,400万トン・キロでした。物流の効率化によるCO₂排出量削減では大きな役割を担っているとの認識を強く持ち、他の物流事業者と協力してさまざまな取り組みを進めています。

モーダルシフト

物流でのCO₂排出削減の取り組みのひとつが「モーダルシフト」で、北海道から首都圏への濃縮乳の輸送を、トラックから海上コンテナ船やJRコンテナによる鉄道に切り替えています。2007年度は、原料品および乳製品の総輸送量133,000トンのうち、116,700トンのモーダルシフト化を実現しました。

鉄道による運送

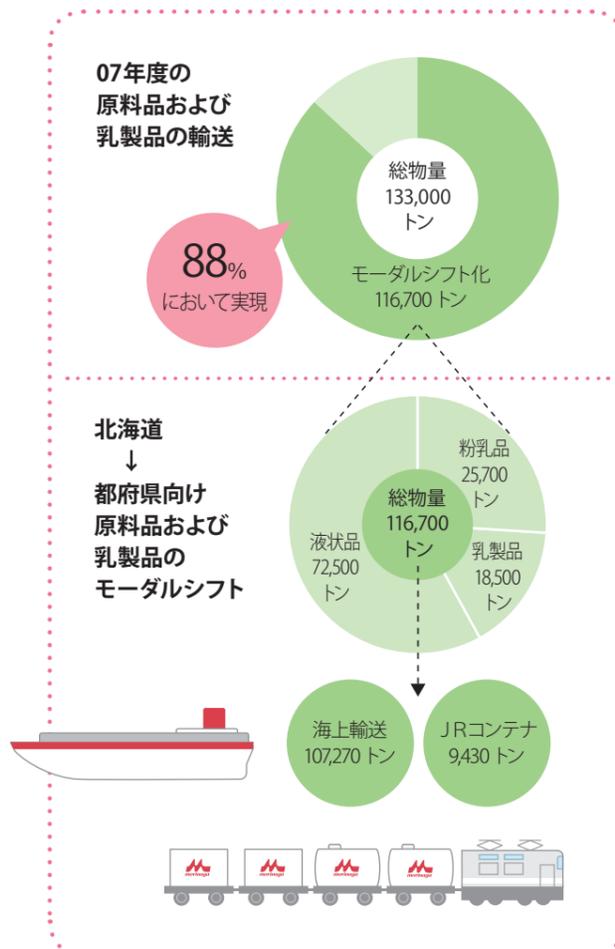
1トンの貨物を鉄道で1km運ぶ場合、トラックなどの自動車と比べるとCO₂排出量は8分の1。また、鉄道はトラックと比べて大量の荷物を運ぶことができ、船舶よりも天候の影響を受けにくい運送方法です。

船舶による運送

船による運送の利点は、一度に大量の荷物を運べることです。また、1トンの貨物を1km運ぶ場合、トラックなどの自動車と比べるとCO₂排出量は4分の1。

自動車による運送

いつでも輸送できる利点がありますが、CO₂排出量が多く、環境負荷の高い輸送手段です。そこで、急ぐ必要のない荷物は、船や鉄道に振り替える「モーダルシフト」が推奨されているのです。



物流事業者と協力して「グリーン物流」を推進しています

グリーン物流

森永乳業グループは、物流事業者と協同して、配送コースの工夫、車輛の大型化による配送車輛の削減、他社との協同配送の推進、積載率の向上などにより、物流の合理化を積極的に進めています。また、物流業者と協力し、配送トラックの燃費向上によるCO₂排出削減に向けて、運行指導・管理の徹底をはかっています。

首都圏3拠点(多摩工場、東京工場、横浜乳業)の転送を、15トン大型トラックから20トントレーラーに切り替える鴻池運輸との協同事業は、2008年度の「グリーン物流パートナーシップ事業」(経済産業省および国土交通省の認定事業)として認定されました。

環境会計

環境経営を健全に推進するため、事業活動における環境保全活動を定量的に評価する環境会計を、1999年から算定しています。2007年度は環境投資として3,075百万円、環境費用として5,514百万円の環境保全活動をおこない、その結果284百万円の経済効果がありました。

環境保全コスト

*対象期間：2007年4月1日～2008年3月31日(単位：千円)

項目		2007年度*		2006年度	
分類	主な取組の内容およびその効果	投資額	費用額	投資額	費用額
1) 生産・サービス活動により事業エリア内で生じる環境負荷を抑制するための環境保全コスト(事業エリア内コスト)		2,850,325	3,959,147	2,308,162	3,306,934
内 訳	公害防止コスト	1,366,013	1,339,250	983,425	1,122,072
	地球環境保全コスト	527,301	368,923	493,615	293,061
	資源循環コスト	957,011	2,250,974	831,122	1,891,801
2) 生産・サービス活動にともなう上流または下流で生じる環境負荷を抑制するためのコスト(上・下流コスト)	牛乳びんに関するコストなど 上記のうち容器包装リサイクル法による再商品化委託費用	212,803	1,293,348	0	1,285,146
3) 管理活動における環境保全コスト(管理活動コスト)	ISO14001 認証取得、環境教育	0	98,736	275	84,260
4) 研究開発活動における環境保全コスト(研究開発コスト)	容器包装の合理化対策	0	530	11,555	4,423
5) 社会活動における環境保全コスト(社会活動コスト)	緑化と美化の推進、水源の涵養、河川などの清掃	12,338	89,955	24,898	115,527
6) 環境損傷に対応するコスト(環境損傷コスト)	公害健康補償法賦課金(汚染負荷量賦課金)	0	72,567	0	71,727
合計		3,075,466	5,514,283	2,344,890	4,868,017

環境保全対策にともなう経済効果

*対象期間：2007年4月1日～2008年3月31日(単位：千円)

項目	2007年度*	2006年度
資源物リサイクルにより得られた収入額	199,937	64,283
省エネルギーによる費用削減	23,919	34,700
廃棄物処理費用の削減	24,766	67,832
物流削減による費用削減	15,300	28,000
用水利用の合理化	19,872	10,310
合計	283,794	205,125

◆環境省の『環境会計ガイドライン』にもとづき環境会計の自社基準を策定して、1999年度分より環境保全に関する投資および経費とその効果を定量的に把握して、環境保全の取り組みの費用対効果の向上をはかっています。

◆環境会計の集計範囲は、直系工場、研究所です。

報告書の要件

対象範囲：森永乳業(株)の17工場および市乳・乳製品・冷菓などの製造を委託している関係会社の20工場
 対象期間：2007年4月1日～2008年3月31日(一部2008年度の情報も含まれます)
 対象分野：事業概要、社会、環境
 発行日：2008年9月
 次回発行予定：2009年9月
 作成部署および連絡先：森永乳業(株)生産本部生産部環境対策室
 〒108-8384 東京都港区芝5-33-1
 TEL 03-3798-0960 FAX 03-3798-0103
 森永乳業ホームページ <http://www.morinagamilk.co.jp>
 本報告書は環境省「環境報告ガイドライン(2007年版)」を参考に作成しています

編集後記

森永乳業は従来の環境側面に加えて、2005年より経済的側面、社会的側面を記載した「社会・環境報告書」として報告書を発行してまいりました。2008年度は、社長と従業員の座談会を開催しトップコミットメントを掲載するなど、よりメッセージ性を強く打ち出す内容に編集するとともに、「CSR報告書」と改題しました。今後とも、お客さまをはじめとするステークホルダーの皆さまに信頼される企業をめざし、取り組みを積み重ねてまいります。



おいしいをデザインする
森永乳業株式会社

森永乳業株式会社
生産本部 生産部 環境対策室
〒108-8384 東京都港区芝 5-33-1
TEL 03-3798-0960 FAX 03-3798-0103
発行：2008年9月



このCSR報告書は、紙パックをリサイクルした紙や天然由来の原料を使用したインクなど、環境に配慮した製品でつくられています。