

日清オイリオグループ CSR報告書 2012

ハイライト



「おいしさ・健康・美」を追求する
私たちの社会的責任

Contents

- 3 トップコミットメント
- 6 日清オイリオグループのCSR
- 8 **特集1**
100年を超える歴史で築いた
ブランドを次代へ継ぐ



- 12 **特集2**
成長の続く中国で
一歩ずつ広がる「信頼」



- 16 その他のトピック
- 18 CSR活動の目標・実績・評価
- 20 お客様のために
- 21 取引先とともに
- 22 株主・投資家の皆様とともに
- 23 従業員とともに
- 24 社会のために
- 25 環境のために
- 26 CSRを支える基盤
- 27 第三者意見

会社概要

商号	日清オイリオグループ株式会社
本社	〒104-8285 東京都中央区新川一丁目23番1号
代表者	代表取締役社長 今村 隆郎
創立	1907年(明治40年)3月7日
資本金	16,332百万円(2012年3月31日現在)
売上高	3,126億28百万円(2012年3月期・連結)
経常利益	53億95百万円(2012年3月期・連結)
従業員数	2,861名(2012年3月31日現在・連結)
事業所	本社、4生産拠点(横浜磯子、名古屋、堺、水島)、中央研究所、8支店、11営業所ほか (2012年3月31日現在)
グループ会社	国内12社、海外6社(連結子会社) (2012年3月31日現在)

編集方針

報告書の構成

当社のCSR^{※1} 関連情報は、本報告書とホームページなどを通じて開示しています。本報告書は、「ハイライト」として当社がステークホルダーの皆様にとりお伝えしたいことや、2011年度の新たな取り組みについて報告しています。ホームページでは、その他の取り組みや関連情報を含めて、「フルレポート」として掲載しています。

本報告書とあわせてご覧ください。

※1 CSRとは、Corporate Social Responsibilityの略です。「企業の社会的責任」を指します。

日清オイリオグループ CSRサイト
<http://www.nissin-oillio.com/company/csr/>

報告対象期間

2011年4月1日～2012年3月31日
一部に当該期間外の取り組みが含まれています。

報告範囲

日清オイリオグループ株式会社と連結子会社(国内・海外)を含むグループ全体です。ただし環境パフォーマンスデータと一部の取り組みは、日清オイリオグループ株式会社単体を対象としています。(報告書中での表記について、日清オイリオグループ株式会社単体を「当社」、日清オイリオグループ株式会社と連結子会社(国内・海外)を含むグループ全体を「当社グループ」としています)

日清オイリオグループ株式会社
代表取締役社長

今村隆郎



誰からも信頼され 必要とされる企業グループに

2007年度から取り組んでいる10ヵ年経営基本構想“GROWTH 10”がフェーズⅡに入った2011年度、当社グループの経営は新たなステージへ移行しました。私たちは次の時代を拓いていきます。

—— 2011年度、社長に就任し経営トップとして改めて感じたことはありましたか？

日清オイリオグループ株式会社は、2012年3月に創立105周年を迎えました。社長就任後、私はさまざまなお取引先へご挨拶に伺ったのですが、そこで最も強く感じたのが100年を超える伝統の重みです。当社グループが長年の歴史を通じて培った技術や品質、安定的な製品供給やサービスの提供などへの信頼は大変厚く、堅実で誠実な企業グループとして高い評価を得ていることを再認識しました。

このように年月をかけて培われた信頼は、私たちの大切な財産であり、次の世代へも確実に引き継がなければなりません。同時に、当社を取り巻く環境が大きく変わる中、社会からの期待に応え続けるためには堅実や誠実だけで

なく、果敢な挑戦が重要になります。

—— 現在取り組んでいる10ヵ年経営基本構想“GROWTH 10”の目的と、進捗状況を教えてください。

“GROWTH 10”は2007年度にスタートし、2011年度からフェーズⅡに入りました。

当社は大豆や菜種、パームなど主要原料のほとんどを海外に委ねており、商品相場や為替相場という外的要因に業績が左右されがちです。しかも近年の原料価格は天候などが原因の一過性の変動ではなく、新興国の需要増大、バイオ燃料への注目の高まり、投機マネーの流入など、要因が構造化・複雑化してきました。

一言で表せば、こうした構造問題からの脱却が“GROWTH 10”の最大の目標で、2007年度から2010年度までのフェーズⅠでは安定的な収益基盤の確立と、成長への布石を打つことに力を注ぎました。その結果、ISF社^{*1}への増強投資や、大東カカオ株式会社への資本参加、昭和産業株式会社、山崎製パン株式会社、ミヨシ油脂株式会社との業務提携、IQL社^{*2}への資本参加など、確かな成果をあげることができました。

2011年度からスタートしたフェーズⅡは、これまでに得た成果を収益と結びつけることを目指し、「成長戦略」と「構造改革」を両輪として進めていきます。

——「成長戦略」と「構造改革」では、 どのようなことに取り組むのでしょうか？

「成長戦略」では、「技術」と「海外」を重要なキーワードにあげています。

事業を展開するうえで重要になるのが「技術」です。日本の食用油の技術は世界トップレベルにあり、技術のさらなる向上と活用が大きな競争力になるのは間違いありません。

改めて考えると、食用油は比較的ライフサイクルが長い商品と言えます。たとえば「日清サラダ油」は90年、「日清キャノーラ油」でも20年の長きにわたって主力商品であり続けています。しかし、日本の市場が今後大きく伸びない中、いつまでもそうした商品に頼っているのは事業の発展はなく、付加価値の高い商品を次々と生み出していかなければ成長はありません。そのために、市場に潜むニーズを積極的に掘り起こして商品開発を行うなど、全社的な体制で開発力を高めたいと考えています。

一方、「海外」については、1907年の創立期にも中国・

大連で豆粕と大豆油の生産を始めるなど、もともと海外展開の早かった当社ですが、特に成長の著しいアジア地域での事業拡大に力を注いでいきます。ISF社を中心とした加工油脂事業の展開や、韓国や台湾、中国では今後高齢化もさらに進むため、食用油や加工油脂だけでなく高齢者食や介護食の需要も伸びが期待されます。また、スペインのIQL社を欧州における拠点とし、アジアと欧州との連携を強化して、事業を点から面へ広げ、足がかりにしたいと考えています。

抜本的な「構造改革」は、製油業界の急激な構造変化の中で今後も発展し続けていくために、必要不可欠なものと考えています。2012年度から事業構造の変革を具体的に実行に移していくとともに、コスト構造改革、業務改革も進めます。これらを成し遂げるには強い覚悟が必要ですが、改革推進の体制を全社的に整え、迅速に取り組んでいきます。

—— グローバル化が進む中でのCSR活動と 人材育成について聞かせてください。

当社グループの企業活動は「植物のチカラ」によって支えられており、植物を育む環境保全への貢献には、従来からグローバルな視野で取り組んでいます。また、燃料転換によるCO₂削減や節電対策も積極的に進めています。環境問題にとどまらず、より広く社会課題の解決へ貢献していくことも目指しています。2005年から国連世界食糧計画（WFP）を通して飢餓対策への支援を続けているほか、「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）^{*3}」にグループ企業が加盟し、原料調達に関わる問題に対応してきました。当社もまた、RSPOへの加盟を決めました。その他、国連が提唱する「グローバル・コンパクト^{*4}」にも

コアプロミス

日清オイリオグループは、健康的で幸福な「美しい生活」(Well-being)を提案・創造いたします。そのために私たちは、無限の可能性をもつ植物資源と、最高の技術によって、あなたにとって、あったらいいなと思う商品・サービスを市場に先駆けて創り続け、社会に貢献することを約束いたします。

経営理念

1. 企業価値の追求と、その最大化を通じた人々・社会・経済の発展への貢献
2. 「おいしさ・健康・美」の追求をコアコンセプトとする創造性、発展性ある事業への飽くなき探求
3. 社会の一員としての責任ある行動の徹底



参加して、その理念・原則の社内浸透を図っています。

人材育成については、当社にはもともと人を育て活かす風土が根づいています。少数精鋭で活躍の場を広げ、多様な業務に対応できる人材を育ててきましたが、さらに今後、海外や新分野の事業を広げていくためには、より行動的でリスクのとれる人材や、現地に飛び込んでリーダーシップを発揮できるグローバル人材の育成が必要になります。加えて海外グループ会社でも現地化を推進し、現地従業員の能力およびモチベーションの向上に努め、これからの時代にふさわしい人材育成制度の再構築を国内外で進めていきます。

—— 東日本大震災の影響はいかがですか？

被災地では今も復旧・復興に向けた努力が続いているところですが、震災発生時には石巻にある当社の製品備蓄施設が全損の被害を受けました。また、横浜磯子事業場の自動倉庫にも被害があり、約2カ月にわたって一部の生産

が停止する事態に陥りました。しかし名古屋、堺、水島の各工場迅速な応援態勢を敷くことにより、お客様へのご迷惑を最小限にとどめ供給責任を果たすことができました。

当社は2010年に、震災および新型インフルエンザに備えたBCP（事業継続計画）を策定しました。しかし今回の震災の規模は当初の想定より大きく、今後の首都直下型地震の可能性もふまえて、リスクをより厳しく想定し、改訂いたしました。

私は日清オイリオグループを誰からも信頼され、社会に必要だと思っただけの企業グループにしたいと考えています。そのためには、「成長戦略」と安定的に収益をあげる「構造改革」の実現が欠かせません。日清オイリオグループが、あらゆるステークホルダーの期待に応えて社会的責任を果たすうえでも、10ヵ年経営基本構想“GROWTH 10”は必達の目標だと肝に銘じています。

- ※1 ISF社：Intercontinental Specialty Fats Sdn. Bhd. マレーシアのパーム油加工子会社
- ※2 IQL社：Industrial Química Lasem, S.A. スペインの化粧品用油脂製造子会社
- ※3 持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）：詳しくはフルレポートP.104参照
- ※4 国連グローバル・コンパクト：詳しくはP.6およびP.17参照

コーポレートステートメント

“植物のチカラ”[®]

すべては、「植物のチカラ」[®]から。

日清オイリオグループのコーポレートステートメントは「植物のチカラ」[®]。わたしたちの事業は、植物資源の可能性を最大限に引き出し、人々の生活をさらに豊かにすることです。

植物がもつ3つのチカラ、「おいしくするチカラ」「健康にするチカラ」「美しくするチカラ」は、人や事業を動かすチカラでもあるのです。わたしたちの行動と事業のベースは、常に「植物のチカラ」[®]です。

日清オイリオグループのCSR

経営理念の実現を通じてステークホルダーの皆様の期待と信頼にお応えすることが、私たちにとってのCSRです。

CSRの取り組みの基本方針

意義・目的

- CSRとは、あらゆるステークホルダーとの関わりを重視し、「法的な責任を果たすこと」はもちろん、安全で安心できる商品・サービスの安定的な提供、環境問題への取り組み、社会貢献、情報開示など、「あらゆるステークホルダーからの期待に応えること」です。
- 日清オイリオグループにとって、経営理念の実現そのものが、CSRに対する取り組みに直結するものです。
- 日清オイリオグループは、CSRに対する主体的な取り組みによって、あらゆるステークホルダーからの信頼・共感の維持・向上を図り、企業の持続的発展、企業価値の向上を目指します。

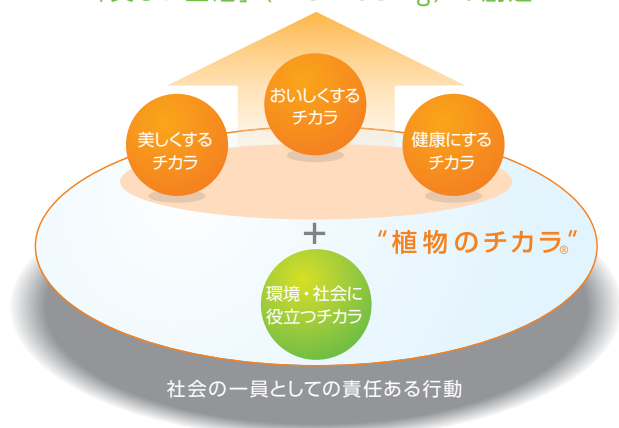
日清オイリオグループのCSRイメージ

当社グループは、1907年の創立以来、植物が持つ3つのチカラ、「おいしくするチカラ」「健康にするチカラ」「美しくするチカラ」を技術によって引き出し、世の中にお届けしてきました。

「おいしさ」「健康」「美」。これらの喜びを、健康的で幸福な「美しい生活」(Well-being)として、提案・創造していきます。そして、社会や環境の分野においても、“植物のチカラ”を活用し、世の中に貢献します。

ブランドコンセプトに基づくCSRの概念図

「美しい生活」(Well-being)の創造



ステークホルダーに対する取り組み

当社グループは、2005年にCSRに対する取り組みの基本方針を定めた際に、主たるステークホルダーをお客様、取引先、株主・投資家、従業員、社会、環境とし、ステークホルダーごとにCSRの方針を策定し、取り組んでいます。



お客様



取引先



株主・投資家



従業員



社会



環境

国連グローバル・コンパクトへの参加

日清オイリオグループは、2011年7月、国連の提唱する「グローバル・コンパクト」に参加しました。国連グローバル・コンパクトは、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の4分野について組織が遵守すべき普遍的原則を示したものです。

国際的な企業グループとして、国連グローバル・コンパクトの理念を取り入れCSRの取り組みをさらに推進し、ステークホルダーからの信頼に応えていきます。



国連グローバル・コンパクト 10原則

人権	原則 1 : 人権擁護の支持と尊重
	原則 2 : 人権侵害への非加担
労働	原則 3 : 組合結成と団体交渉権の実効化
	原則 4 : 強制労働の排除
	原則 5 : 児童労働の実効的な排除
	原則 6 : 雇用と職業の差別撤廃
環境	原則 7 : 環境問題の予防的アプローチ
	原則 8 : 環境に対する責任のイニシアティブ
	原則 9 : 環境にやさしい技術の開発と普及
腐敗防止	原則 10 : 強要・賄賂等の腐敗防止の取組み

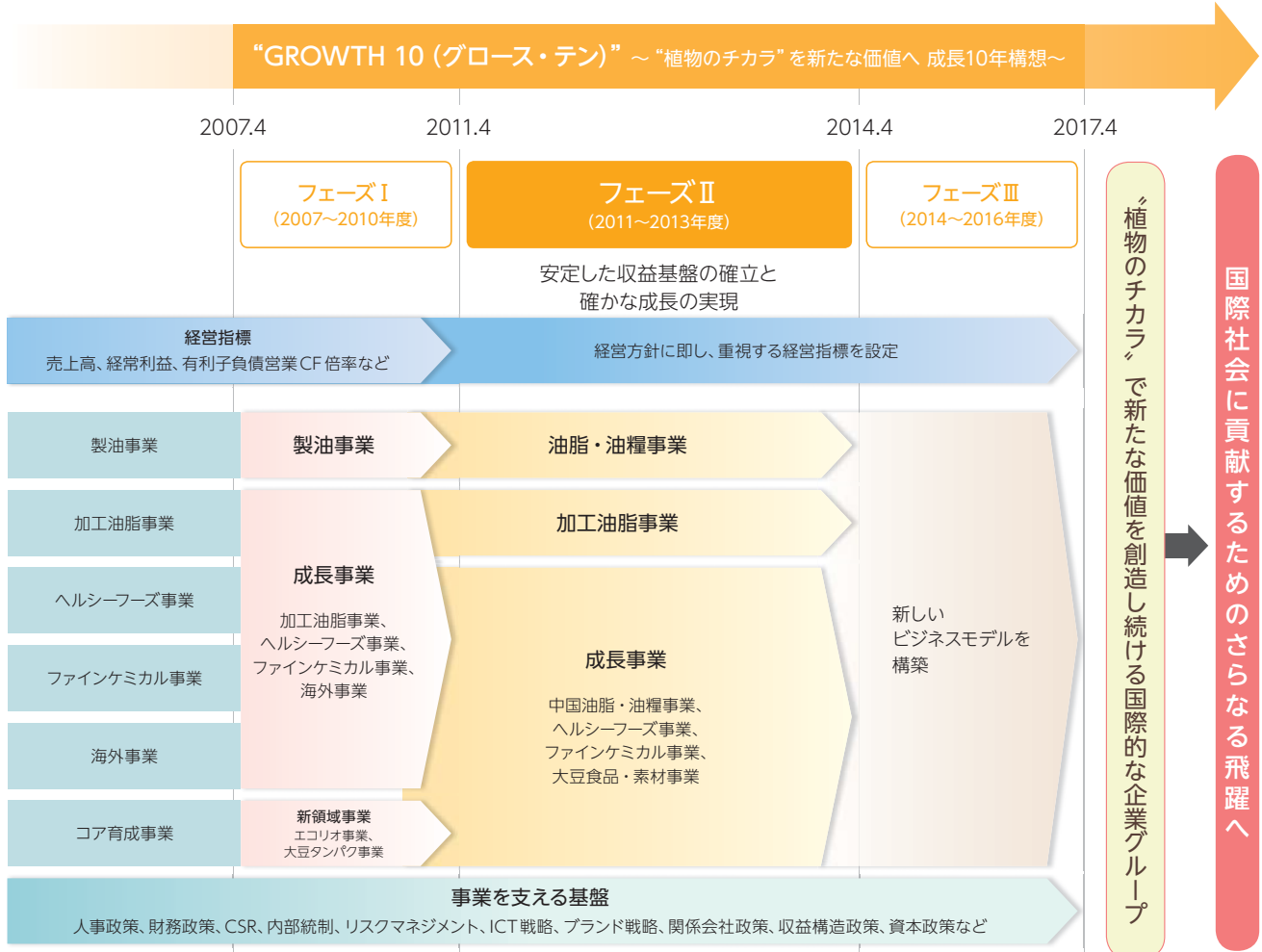
中期経営計画 “GROWTH 10 フェーズII”

“GROWTH 10” は2007年度から2016年度の10ヵ年経営基本構想であり、“植物のチカラ” で新たな価値を創造し続ける国際的な企業グループとなるための指針です。

2011年度からスタートした“フェーズII”においては、

「安定した収益基盤の確立」と「確かな成長の実現」をテーマに事業構造の変革を進め、利益志向・技術重視・海外市場開拓をキーワードに経営資源の再配分を積極的に推進しております。

■ 10ヵ年経営基本構想 “GROWTH 10”



フェーズIIの目指す姿

フェーズII完遂時には、「新たな価値を創造し続ける国際的な企業グループ」へ飛躍するため、事業構造の変革を成し遂げている。

キーワード 「利益志向」 「技術重視」 「海外市場開拓」

事業戦略

1. 油脂・油糧事業 マーケット志向、利益志向を基調に価値や質重視への体質転換を図る
2. 加工油脂事業 国内外に資源を重点投入し、第2の収益事業を実現する
3. 成長事業 第3の収益事業実現のための次期成長への布石を打つ

新たな欧州海外拠点となったIQL社（スペイン）

当社は、2011年7月に成長事業と位置づけるファインケミカル事業の拡大に向けて、スペインの化粧品用油脂の製造販売企業であるIQL社 (Industrial Química Lasem, S.A.) を子会社化しました。欧州に製造販売拠点を獲得し、より一層のグローバル展開を加速していきます。



百貨店ギフトコーナー (1975年)

日清オイリオグループの105年



ポスター・広告



箱詰めライン (1967年)



詰油ライン (1954年頃・横浜神奈川工場)



東京下町の食卓風景 (1940年)

特集 1

100年を超える歴史で築いた ブランドを次代へ継ぐ

日清オイリオグループ株式会社の創立は、1907年(明治40年)。以来、トップブランドとなった「日清サラダ油」をはじめ、お客様に求められる商品の開発・普及に努め、食用油業界をリードし続けています。

「サラダ油」とともに普及したブランド

当社は、肥料用の豆粕とともに食用大豆油を事業の柱として、創立しました。しかし当時は菜種油やごま油が一般的で、低温で固まってしまう大豆油の販売は苦戦を強いられました。これを打開したのが、ドイツから当時の最新機器と技術を導入し低温でも凝固しない良質な大豆油の精製に成功したことで、1924年(大正13年)に発売した「日清サラダ油」は大豆油のイメージを一新しました。

昭和30年代に入り、ドレッシングの作り方の紹介や料理本のプレゼントなど、日本の食卓に浸透する努力を続けた結果、「日清サラダ油」は家庭用サラダ油のトップブランドとして定着し、今日に至るまで長くご愛用いただいています。

さらに、2001年には日清製油(株)、リノール油脂(株)、ニコー製油(株)の経営統合発表と時期を同じくして、コーポレートブランド「NISSHIN OilliO」を制定。新たなスタートを切りました。

基盤固めと成長分野の確立

105年におよぶ当社の歴史は、日本の食文化の変化にいち早く対応し、研究と技術革新を重ねることで築いてきました。日清オイリオというブランドが社会から必要とされ続けるには、長年の歴史で培った基盤をもとに、今の時代に求められる新しい価値を提供し続けなければなりません。

そのような使命を私たちがどう理解し、実践しているかを、お客様と商品をつなぐ営業現場の声を通してご紹介します。

何気ない質問に一步踏み込んで対応する

レストランやスーパーマーケットの調理場で使われる食用油の営業を担当しています。商談先は本部の仕入担当者ですが、当社商品の使用状況を確認するため店舗の調理場を訪れることも少なくありません。担当者から、ある調理場で「油を長持ちさせる方法を知りたい」というご要望があったと伺った際に、60店ほどあるそのスーパーマーケットの全店舗で油の使い方を調べたうえで回答したいと、提案したことがあります。店舗で使用した油サンプルを持ち帰り、当社の研究所で分析した結果と店

舗の使い方をチェックして、技術部門と油を長持ちさせる方法を話し合いました。そうして提案したのが、店舗によって異なっていた油の交換時期を適切なタイミングにそろえることです。その結果、このスーパーマーケットチェーンの油の使用量は2割ほど減りました。当社からすると売上が減り逆効果だったようにも映りますが、担当者から「今後は日清オイリオに任せる」と言っていたことができ、関係者を総動員してフォローした努力は十分に実ったと感じています。



山川 一弥
大阪支店 FSグループ

1991年入社。東京で家庭用と業務用双方の営業を経験し、名古屋に移って業務用担当になり、2008年より現職。



菊池 俊介
東京支店 FSグループ

1996年入社。福岡や四国で、主に卸売店への業務用商品の営業を担当し、2010年から現職。一部、加工食品会社も担当している。

売り場から積極的なメニュー提案を

スーパーマーケットの店内で調理したお惣菜やパンは、それぞれのお店の特色があらわれる人気商品です。それらをつくる調理場や専門の惣菜工場などで使う食用油・油脂の営業が私の担当です。

当社の商品が実際に使用される場所はスーパーマーケットの裏方部分であり、お客様への直接的な商品提案や使い方の提案は難しいところです。そうした中で私は、売り場づくりを通じたお客様への提案を積極的に行っています。惣菜に当社の商品を使用していることを伝える

と、お客様は安心して購入していただけます。食の安心に関わる問題がたびたび発生している中で、社名や商品名からそのような安心感を感じていただけるのは、当社が築いてきたブランドの力によるものだと自負しています。

また、店頭でDVDを設置して「トンカツにひと手間加えてカツ丼にしましょう」などのアピールをすると、日々のおかずでマンネリを感じている主婦の方々に喜ばれます。安心と食の楽しみを、さらに広げられる提案を心がけています。

現場での導入事例

新たなニーズを捉えて開発した業務用「ピローオイルシリーズ」

お客様のニーズを掘り起こし、業界に先駆けて商品化するの当社グループの特徴のひとつです。それを包装の面で実現したのが業務用商品の「ピローオイルシリーズ」です。

業務用の食用油には、16.5キログラム入りの一斗缶が主に使われています。規格化された容器だけに、輸送効率や

強度などさまざまな利点がありますが、缶も含めて16.5キログラム以上の重量となるとフライヤーなどに注ぐのは大変で、大きな廃缶が出るといった課題もありました。調理場には女性も多いので、労力の軽減やゴミの減量につながる商品が必要だと考えてこの包装材を開発。ピローオイルシリーズは、



透明な樹脂フィルムの袋に4キログラムずつ油が封入されており、一斗缶に比べ保管場所をとらず、残油がほとんど出ないなどの利点があります。



お客様を見据えた営業活動で ブランドを引き継ぐ

近畿圏のスーパーマーケットのチェーン本部への営業を担当しています。私が扱う家庭用商品は、スーパーマーケットなど小売店の店頭を通してお客様の手に届くため、まずは店頭においていただくことが私の仕事です。業務の中で売上を伸ばすことは大切ですが、最終的には当社のファンを増やすことが大切だと考えています。エンドユーザーであるお客様に直接働きかけるこ

とは難しいですが、担当者に当社の考えや想いを伝え、理解し好きになっていただくことに努めています。

お客様が当社の商品を手にとりくださるのは、当社の先輩方が築いてきた100年を超えるブランド力と商品開発力のためだと考えています。私も、よく学び次の世代にブランドを引き継いでいける営業でありたいと思っています。



中山 和彦
RS営業部 大阪駐在

1997年入社。家庭用・業務用の両方を扱う東京支店の営業を4年間、全国に展開しているスーパーマーケットチェーンの本部を5年間担当。その後、現在の担当となる。



メーカー・卸・小売りの「取り組み」で、 付加価値の高い商品を提供する

代表取締役 専務執行役員 芋川 文男

日本初のサラダ油の発売をはじめ、小容量化や健康オイルの開発など、当社はこれまでの長い歴史を通じて、時代とともに変化するお客様のニーズにいち早く対応し市場を活性化してきました。

世界の人口は70億人を超え、今も

増加の一途を辿っています。また新興国の経済成長もあり、需要の増加にもない穀物価格は今後も上昇が続くと予想されます。こうした時代の中で持続的に供給責任を果たすには、価格だけでなく「価値」を認めていただける商品の提供が欠かせません。

そのために必要なのがメーカー・卸・小売りの、これまでの「取引引き」の概念を超えた「取り組み」です。互いの信頼関係を基礎に、お客様が喜んで買ってください付加価値の高い商品を開発し、提案・提供していくことがより重要になると考えています。

日本のお客様の質に対する要求は、世界一の水準です。この期待に応え、私たちは質が高く価値のある、「おいしさ・健康・美」につながる商品の開発・提供に挑み続けます。



お問い合わせに感謝の気持ちで応える お客様窓口

当社では、家庭用商品に関するお客様からのお問い合わせ窓口を社内に設け、当社従業員による対応を行っています。

お客様窓口の最も重要な役割は、もちろんお問い合わせに的確に答えることであり、電話やメール、手紙などで寄せられたご質問やご意見に対し、必要に応じて関連部署にも確認をとって迅速に回答しています。また、お客様からのご質問・ご意見は、当社の信頼を高める貴重な情報でもあります。集まった声を分析して改善提案を社内に発信することや、重大な事故につながる可能性を考慮し、関係部署にいち早く確認をとることもお客様窓口の大切な役割となっています。さらに現在は、お客様のご要望をこちらからお聞きしていく活動も広げており、社外と社内を双方向でつなぐ存在になってきました。

窓口への連絡は、お客様にとっても気軽にできることではないと考えています。そうして届くお客様の声に感謝の念を忘れず、真摯に対応していきたいと考えています。

築いてきた「信頼」を次代に引き継ぐ

100年を超える歴史で築いたお客様の「信頼」は、私たちのかけがえのない財産です。しかしこの宝は、気を緩めれば一瞬で失ってしまうことがあるという厳しさも、常に意識しています。当社グループはこれからも、あらゆる部門で誠実な挑戦を継続し、ブランドを次代へ継ぐ努力をしていきます。

VOICE

油屋さんの油でおいしく 健康的な料理を

料理研究家
河村 みち子 氏



日清オイリオグループの商品は、品質・味・コストパフォーマンスのどれもが良いので、一緒にお仕事をする前から使い続けています。創立以来、食用油をつくり続けてきた伝統がありますから、信頼できます。「油は油屋さんに」ということです。

また、新しい商品が発売された時、特にそれが健康に効果がある性能を持っていたりすると、「何か不自然なことをしているのでは?」と気になることがあります。日清オイリオグループは、商品への記載の他にもホームページなどに健康に良い理由をしっかりと書いているので、納得できます。

最近では、健康維持やダイエットのために油を控える風潮がありますが、油は必須栄養素です。健康的な生活にも、料理をおいしくするためにも欠かせません。日清オイリオグループには、そのような油の必要性も広く啓蒙していただきたいです。「スマートオイルでスマイルオイル」というキャッチコピーを考えたのですが、いかがでしょうか。これからも私たちが笑顔になれる商品を届け続けてほしいです。



特集 2

成長の続く 中国で一步ずつ広がる 「信頼」

大連日清製油有限公司。当社グループとの関係がとりわけ深い大連にあるこの企業は、創立以来、良質な商品の製造・販売を続けるとともに、地道なCSR活動を続けています。

大連日清製油有限公司について

1907年、当社グループの原点「日清豆粕製造株式会社」は、中国東北部・遼寧省大連に日本企業で初めて製油工場を設けました。この工場は太平洋戦争後に接収されましたが、中国政府の招へいを受け、1988年、再び大連に工場を開設しました。それが現在の大連日清製油有限公司です。大連日清製油は当時、中国で日本のサラダ油品質の大豆油を生産できる唯一の工場で、生産規模でも最大級を誇りました。精製度の低い褐色の大豆油が主流の中、大連日清製油の透明なサラダ油（色粒油）は「水を混ぜたのではないかと」言われるほど現地の方々には馴染みがありませんでした。販売にあたっては苦労もありましたが、地道な努力により、日清は高品質なブランドと



大連工場 (1923年)

しての地位を確立しました。

その後、2005年に建設した新工場は、大豆の搾油規模としては、日本の工場と比較しても最大級のものです。今後は中国の「保健食品」に対応した専用工場（GMP）やエステル交換設備などを新設することで、技術の高度化においても中国の油脂産業の発展に貢献していきます。

中国の食事情・ニーズの変化

大連日清製油が進出した当時の中国では、食糧管理制度のもと食用油の流通は制限されており、「質より量」が求められていました。しかし2001年に中国がWTO（世界貿易機関）に加盟し世界の搾油メーカーが中国市場に参入し始めると、中国の高度経済成長の影響もあいまって食用油の多様化が進みました。2008年には食品の品質問題が多発し、安全と消費者の安心が脅かされたため、安全性への関心も急速に高まりました。現在では特に都市部で「量より質」といった志向が目立っています。

安全・高品質

大連日清製油は中国市場への日清ブランド商品の供給を担うのはもちろん、当社グループのグローバル戦略上でも重要な事業拠点です。品質管理やコンプライアンスについても日本と同じ基準で体制を整えており、それが中国市場での信頼につながっています。



関心の高まる、食の安全性

近年、中国で相次いだ食品に関わる事件は、食の信頼を大きくゆるがしました。2011年には、廃油を加工して製造される「下水油」の事件が起き、食用油に対する消費者の猜疑心が一気に強まりました。創立以来一貫して、日本基準による品質の安全性を追求してきた大連日清製油は、継続的な安全生産と品質維持で中国市場でのブランド価値を高めてきました。

2011年には「日清」ブランドの3商品が「大連市有名ブランド称号」を取得し、信頼をゆるぎないものにしました。

安全性向上に努める製造現場

製造工程での安全性向上については、日々たゆまぬ努力を続けています。原料のトレーサビリティの記録や、業務日誌の細かな記録、監視カメラの設置など、さまざまな角度から安全性を担保する体制を強化してきました。さらに、製造に使う薬品や食品に直接触れる資材については、資材メーカーの生産許可証を得るだけでなく、検査機関によるチェックも行っています。



充填工場

高品質維持のための体制整備

高品質を維持するための社内体制の整備も積極的に進めています。2001年に品質管理の国際規格であるISO9002を、2003年にISO9001を取得し、2006年には食品などの衛生管理手法として世界的に採用が広がるHACCPを導入し、認証を得ました。取引先からの品質に対するお問い合わせやニーズなどの情報を共有するため、ISO事務局と営業担当者のミーティングを毎月行っています。

す。取引先から「揚げ物をする際に泡が出る」などの指摘があれば、品質管理担当の従業員が直接出向いて確認し、対応することもあります。

コンプライアンスについては、品質保証室が中国の食品、安全、商習慣に関わる情報を常にフォローし、法律の改正があれば迅速に対応できるよう努めています。

現地人材の育成にも注力

安全な商品を製造するには、何よりそこに携わる人材の育成が重要です。大連日清製油では、基礎となる教育とテーマ別教育の2種類の教育を実施しています。基礎となる教育では、大連市とJICAが協力して設立した日中友好大連人材育成センターの講師による、新入社員対象のビジネスマナー研修を行い、基本的な挨拶や、PDCA（計画・実行・評価・改善）、ハウレンソウ（報告・連絡・相談）などの教育を行っています。生産部門では、職場環境を維持・改善する5S活動（整理・整頓・清掃・清潔・躰）も積極的に取り入れています。

テーマ別教育には日本への派遣研修があり、工場部門の従業員は日本の製造現場で技術や管理手法を学びます。この研修では、日本で習得したことを自分の職場に取り入れ、活かすことを重視し、より責任の大きい役割を担える現地従業員の育成を目指しています。



品質検査課程 曺

日本研修では横浜磯子工場の衛生検査手法を学び、大連での輸出商品製造における品質管理に取り入れています。研修は検査方法の習得だけでなく、日清オイロ独自の管理方法まで教わる、より実践的な研修でした。これらを活かし大連の分析レベルを向上させていきたいと思いをしています。

つながる信頼

相互理解

大連日清製油は、小売店店主の方々や、未来を担う子どもたちを工場見学に招き、安全で高品質な油がどのようにつくられているのかを直接見ていただくことで、相互理解を構築しています。

工場見学で理解を広げる

現在の中国搾油業の急速な大規模化の中で、大連日清製油は決して大規模企業というわけではありません。国営・国有企業である中国大手メーカーなどとの厳しい競争の中、消費者や取引先の方々に製造工程を直接見ていただき、大連日清製油の安全・高品質を追求する姿勢への理解をいただいています。

2011年は社外の方々へ向けた工場見学を計8回実施しました。中国には便民店と呼ばれるコンビニエンスストアより規模が小さい個人商店があり、その店主の方々を工場見学に招いています。大連日清製油は2009年から小包装の食用油販売を本格的にスタートさせ、大連市内の約700店の便民店で扱っていただいています。中国では5リットル入りの油を量販店でまとめ買いする消費者が多いのですが、量販店まで行かなくても日清の油が買える便利さが好評を博し、便民店の小包装商品は順調に売上を伸ばしています。店主の方々が大連日清製油の油の製造方法や食の安全への取り組みを理解して、それを直接お客様へ語ってくださることで、日清ブランドへの信頼が深まると考えています。

また、2012年2月末には大連市内の一般市民約40名を招いた工場見学を実施し、対話の機会を設けました。



便民店店主向け工場見学



小学生向け工場見学

未来を担う子どもたちにも理解を

日本で食育が広まっているように、子どもたちに食の大切さを伝えることは、当社グループを社会へアピールするうえでも重要です。大連日清製油は2009年から、近隣地域の小学生を工場見学に招いて製造工程の見学や試食会を実施し、油によって料理がおいしくなることを実感していただいています。見学会の後には、児童の保護者から工場見学の継続を期待する声が届いたり、新聞で取り上げられるなど、大きな反響がありました。また、これをきっかけに小記者（記者にならぬ身近な話題を取材し勉強する子どもたちの団体）も見学に訪れ、同団体のホームページで大連日清製油の工場見学が意義ある活動として紹介されました。



小記者の子どもたち



メディア戦略室
張晶

工場見学を通じて、食用油に対する興味と大連日清製油への親しみを持ってもらえることが、とても嬉しいです。工場見学が終わった後のキラキラ輝いた小学生の目や笑顔を見ると、とても充実した気持ちになります。

省エネルギー

限りある資源を守り、周辺環境を自然に近い状態で維持するなど、事業運営において地球環境へ配慮することは、世界中で求められています。効率的な工場運営の観点からも、大連日清製油は省エネルギーへの取り組みを重視し、日本の各工場と同じようにさまざまな省エネルギー対策を実施しています。



LED照明の導入

大連日清製油の工場では、フロア照明をLEDに変更しています。消費電力が少なく、しかも長寿命であるLEDを



工場内に設置したLED照明

積極的に使用することで、工場全体の省エネルギー化を目指しています。今後も、工場内照明のLEDへの変更を進めていきます。

太陽熱の温水利用

2008年に、太陽熱で水を温める設備を設置しました。大連日清製油は24時間稼働のため、常に従業員の浴室シャ



太陽熱利用給湯設備

ワー用温水を必要とします。以前はこのための熱源を蒸気に頼っていましたが、太陽熱を熱源として利用し始めたところ、約40%の消費エネルギー削減となりました。

インバーターの導入

大連日清製油の抽出工場の機器にインバーターを導入し、省エネルギーに努めています。従来は、電力の供給に余力がある場合でも、電力量の調整はできませんでしたが、インバーターを導入したことにより、電力量を調整し機器を適切な状態にすることが可能となりました。

生産部門では、安全生産や商品の品質向上に取り組んでいますが、省エネルギーにも積極的に取り組んでいます。最近ではLEDやインバーターなどの新しい設備の導入を行うと同時に、日々の運転管理や作業条件の改善による省エネルギー活動も推進し、実績をあげています。



製造部抽出課長
于 治深



日清オイリオグループの技術力を活かし 変化する中国の食のニーズに応える

大連日清製油有限公司 総経理 糸数 博

大連日清製油は、2013年9月に創立25周年を迎えます。当社は、創立以来、徹底した品質管理のもと、安全・安心な商品の製造・販売に注力してまいりました。また、地域社会の皆様

との直接的なコミュニケーションに努めた結果、大連における日清ブランドは大きな信頼をいただいております。しかしこの間、中国では急速な経済成長とともに食生活のスタイルも

変化を続けています。当社は、2012年3月には新商品を発売し、定番の大豆油商品以外にも多くの健康をキーワードとした商品群のラインナップをとりそろえる企業への転換期を迎えています。これからも、日清ブランドをご愛顧いただく皆様へ、当社グループの強みである高度な技術力や商品開発力を活かした高付加価値商品を提供し、油を通じて「おいしさ・健康・美」をお届けしてまいります。

東日本大震災に関する対応

2011年3月11日に発生した東日本大震災により被災された方々に、心よりお見舞い申し上げます。当社は一部の商品在庫および倉庫に損傷を受けましたが、お客様や取引先への影響を最小限にとどめるよう努めるとともに、被災地の方々への支援にも取り組んでいます。

地域とともに復興を目指す 石巻配送センター

当社の石巻配送センターは、当社グループの東北における重要な配送拠点です。船で運び込まれた食用油を一時保管し、東北6県へお届けするタンクローリー車に積み込むための中継地として、また、地元宮城県石巻市の主力産業である水産加工業への食用油の供給基地として、機能しています。

当センターは港湾地区に位置するため、東日本大震災では津波に直撃され、人的被害こそ免れましたが、製品タンクや倉庫は破壊され、事務所も骨組み以外はすべて流されるという大きな被害を受けました。こうした状況の中、商品供給の復旧に努め、2011年5月には臨時拠点で商品数を絞って仮営業を始めました。津波の被害により船での商品の受け入れができなかったため、横浜磯子事業場などから陸送で商品運び込みました。11月には船での受け入れが始まり、当センターのタンク4基から出荷を再開しました。

当センターが隣接する石巻港には、県の事業により防潮堤が建設される計画です。当社は、商品の安定供給と地域産業の復興への貢献を目指し、2012年10月の本格的な復旧に向けて当センターの設備工事を進めています。



仮復旧のパイプライン



プレハブの事務所

商品供給の早期再開に向けた対応

当社製造設備、商品の品質への影響はありませんでしたが、キャップシールなどの一部副資材については、製造元の被災により調達が一時的に困難になったものがありました。商品の安定供給を確保するため、品質が保たれることを確認したうえで副資材を変更しました。変更については、随時ホームページでお知らせしました。

資材変更の一例

- ・家庭用食用油商品4品目で1,000g容器ラベル材質変更
- ・家庭用びん容器入り食用油商品6品目でキャップ変更
- ・家庭用食用油商品30品目でキャップ部分のフィルム包装の変更

義援金・商品提供による支援

当社グループは、被災地への支援として義援金と商品の提供を行いました。

義援金 5,000万円	商品寄付	
	第一次	第二次
	米糲調整食品 122,392個	サラダ油 25,328本
	ご飯・ラーメン 8,300個	オリーブ油 2,328本
	トロミ調整食 18,076個	ドレッシング 29,424本
	サラダ油 1,600本	

事業継続計画 (BCP) の再構築

東日本大震災を受けて、事業継続計画 (BCP) の見直し・再構築を行いました。

まず、東日本大震災における課題を、地震対策、初動対応、事業継続の3つの面から整理しました。次にこれまでのBCPを精査し、①「想定外」の事態を極力排除するよう努める、②最大レベルの地震・津波として関東大震災級地震や東海・東南海・南海地震（三連動）などを想定災害に加える、③資材調達に係るサプライチェーン機能を強化する、④早期事業再開のため「復旧」中心の事業継続から「代替」による事業継続を強化する、などの見直しを行いました。

今後、従業員一人ひとりが新しいBCPIに盛り込まれたそれぞれの役割を意識することによって、リスクに強い企業体質づくりを実現できるよう教育・訓練を行う予定です。

国連グローバル・コンパクトの 社内浸透

日清オイリオグループは、2011年7月、国連が提唱する「グローバル・コンパクト」に参加しました（P6参照）。参加初年度は、活動の基盤となる従業員に対して、国連グローバル・コンパクトの理念を浸透させる取り組みを行いました。

グローバル・コンパクト参加企業として

現在、企業を取り巻く社会的な要請は急速に変化しています。地球温暖化を含む環境問題、コンプライアンス、男女の格差問題、途上国におけるCSR活動などの社会的課題に、企業それぞれが対応していくことが求められています。グローバル企業を目指す当社グループにとって、この社会要請の変化は大きな影響となります。

1999年に国連が提唱したグローバル・コンパクトは、各企業が責任ある創造的なリーダーシップを発揮することによって、社会の良き一員として行動し、持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みに参加する自発的な取り組みです。

当社グループは、グローバル・コンパクトをグローバルなCSR基準として活用することにより、CSR活動をレベルアップすることを目指しています。

社内への広報活動

当社グループがグローバル・コンパクトの理念を基調として、グローバルな視野でCSRに取り組む企業グループへと発展する基盤をつくるため、参加初年度の2011年度は、社内広報活動を進めました。

グループ企業を含む全国16ヵ所で開催した社内説明会には、約400名が参加し、グローバル・コンパクトの概要や理念、当社グループが参加した意義について理解を深めました。参加した従業員からは、グローバル・コンパクトの理念への賛同意見が多く寄せられた一方、日常業務との関わりについて具体的なイメージが持ちづらいといった意見もありました。

2012年度は、グローバル・コンパクトの掲げる10原則を中心に社内広報活動を進めるとともに、事業に関連した活動の具体化に取り組んでいきます。

大東カカオ（株）本社で
開催した説明会



横浜磯子事業場、日清物流（株）、日清オイリオ・ビジネススタッフ（株）合同で
開催した説明会



日清商事（株）・ヤマキウ運輸（株）
合同で開催した説明会

CSR活動の目標・実績・評価

私たちは2005年にCSRに対する取り組みの基本方針を定めた際に、主たるステークホルダーをお客様、取引先、株主・投資家、従業員、社会、環境とし、ステークホルダーごとにCSRの方針を策定し、取り組んでいます。

以下に、各ステークホルダーに対する取り組み方針とともに、2011年度の取り組み課題、実績、および2012年度の取り組み課題について報告します。

※自己評価の◎は達成、○はほぼ達成（未達分の目途がついている）、△は未達成



お客様

主管部門

品質マネジメント委員会

方針

「おいしさ・健康・美」を追求した、安全・安心でお客様にとって価値ある商品・サービスを安定的にご提供し続けます。お客様の声を絶えずお聞きして、「植物のチカラ」を、独創的な技術で商品・サービスに活かしていくとともに、お役に立つさまざまな関連情報を常に発信していきます。

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> 品質マネジメントシステムの有効性の強化 消費者ニーズと当社コア技術の融合による新しい価値の創造 食の安全・安心の担保へ向けた技術開発と情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> ISO9001品質マネジメントシステムの実施状況に関する内部監査、外部監査の実施 法制度動向の把握と対応による品質水準の維持・向上 品質不適合品等に対する是正・予防活動の実施 	◎	<ul style="list-style-type: none"> 品質マネジメントシステムの有効性の強化



取引先（販売先・調達先）

主管部門

各事業部・ロジスティクス部

方針

フェアネス（公平・公正）に基づいた相互信頼のパートナーとしての関係を築き、共同で商品や市場を開発し、共に成長していきます。

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーおよび取引先との共同による、顧客・消費者の立場に立った新技術開発および商品の開発 	<ul style="list-style-type: none"> 取引先とのPB商品の共同開発・上市 政策説明会による取引先とのコミュニケーション 他社商品を使ったメニュー提案や、世代や家族構成に合わせた食卓提案 	◎	<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーおよび取引先との共同による、顧客・消費者の立場に立った新技術開発および商品の開発



株主・投資家

主管部門

広報・IR部

方針

健全な成長と安定した企業業績のもとで、株主様との双方向コミュニケーションの推進による良好な関係を築きながら、株主価値の向上、適切な利益還元に努めます。また、広く投資家の皆様に向けて、適切な情報開示を行います。

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> 株主・国内外投資家の皆様への情報発信とコミュニケーションの強化 	<ul style="list-style-type: none"> 株主工場見学会の継続実施による株主とのコミュニケーション強化 個人投資家、機関投資家に対するIRセミナーなどの情報発信の継続実施 海外投資家の利便性向上を目的としたアニュアルレポートのWeb化 	◎	<ul style="list-style-type: none"> 株主・国内外投資家の皆様への情報発信とコミュニケーションの強化



従業員

主管部門

人事・総務部

方針

時代に合った働きやすい環境を整え、従業員が自己の成長を感じられる働きがいのある、いきいきとした安全で衛生的な職場を実現します。

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> 「人材・組織競争力の最大化」および「安心かつ働きがいのある職場づくりと業務改革による生産性向上」の推進 	<ul style="list-style-type: none"> 次世代育成支援マーク「くるみん」の取得(2011年度認定企業)、次世代育成行動計画(2011年度～2015年度)の推進 生産性の向上、総実労働時間の短縮を目的とした全社的な業務改革運動のスタート(2012年4月より) ワークライフバランスの推進を主眼とした新たな人事制度の導入(育児休業開始5日間の有給化、育児・介護等の事由による退職者に対する再雇用制度の導入、介護関連制度の拡充) 	◎	<ul style="list-style-type: none"> 「人材・組織競争力の最大化」および「安心かつ働きがいのある職場づくりと業務改革による生産性向上」の推進



社会

主管部門

CSR推進室

方針

良き企業市民として地域社会に貢献するとともに、国際社会の一員としても良好な企業活動や積極的なコミュニケーションを図り、社会とともに発展していくよう努めます。

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> 国連グローバル・コンパクト参加企業としてのグローバルCSRの社内浸透施策 国連 WFP 協会との連携強化、社内ボランティアの活動支援 	<ul style="list-style-type: none"> 国連グローバル・コンパクトに関する社内説明会の実施 チャリティランチなどの当社独自の活動による国連 WFP 協会の支援および社内への CSR 啓発 東日本大震災の被災地ボランティアに関する社内広報、従業員によるボランティア活動の社内紹介 	◎	<ul style="list-style-type: none"> 国連グローバル・コンパクト参加企業としてのグローバルCSRの社内プログラムの企画 食に携わる企業としての社会貢献活動の実施、社内ボランティアの活動支援



環境

主管部門

環境マネジメント委員会

方針

常に未来に向けた技術で、“植物のチカラ”を引き出し、原料・資材の調達から、生産、納品、ご使用、廃棄にいたるまで地球環境に配慮した商品・サービスの開発・ご提供を通じて、資源循環型社会の構築を目指します。

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> 「環境理念」「環境方針」の周知および環境取り組みの徹底 サステナブルで環境負荷が低く、安全性の高い非食用製品の開発・事業化 	<ul style="list-style-type: none"> 環境保全活動のグループ内外への展開による活性化 環境配慮型製品および資材等の拡大 	◎	<ul style="list-style-type: none"> 2013年度以降の新中期目標の策定 当面の電力不足やエネルギー関連の新たな施策に向けた対応

CSRを支える基盤

主管部門

リスクマネジメント委員会、企業倫理委員会、安全防災会議、CSR推進室

2011年度 CSR 取り組み課題	2011年度 CSR 課題への取り組み実績	自己評価*	2012年度 CSR 取り組み課題
<ul style="list-style-type: none"> グループ全体での内部統制システム、リスク管理、コンプライアンス体制のレベルアップ(コンプライアンス体制の再点検、内部統制システムの継続的運用など) リスクアセスメントの強化(本質安全化の推進)と実効性ある安全義務教育活動の充実 	<ul style="list-style-type: none"> 効率的で実効性のある内部統制監査を推進 法務リスク低減のための各種社内啓発活動 大規模地震BCPの見直し 各生産拠点での安全義務教育の充実 	◎	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体での内部統制システム、リスク管理、コンプライアンス体制のレベルアップ(コンプライアンス体制の再点検、内部統制システムの継続的運用など) リスクアセスメントの強化(本質安全化の推進)と実効性ある安全義務教育活動の充実

お客様のために



「おいしさ・健康・美」を追求した、安全・安心でお客様にとって価値ある商品・サービスを安定的にご提供し続けます。

お客様の声を絶えずお聞きして、“植物のチカラ”を、独創的な技術で商品・サービスに活かしていくとともに、お役に立つさまざまな関連情報を常に発信していきます。

「日清ヘルシーリセッタ」の400グラム小容量タイプを発売

お客様からいただいたご意見・ご要望を大切に、より良い商品の開発、改善に取り組んでいます。

2003年に、体に脂肪がつきにくい特定保健用食品の健康オイル「日清ヘルシーリセッタ」を発売しましたが、お客様より「リセッタの小容量タイプがあったら良いのに」「持ちやすい容器にしてほしい」などのご意見をいただきました。こうしたご意見にお応えするため、従来の600グラムに加え400グラムの小容量タイプを発売しました。

容器は従来のボトルの重量を30%軽量化したうえ、上・中・下3カ所にリブ（みぞ）をつくることにより持ちやすく注ぎやすくするとともに、つぶしやすいなど環境に配慮した「新400グラムエコペットボトル」を採用しています。



注ぎやすいリブ付きボトル



「日清ヘルシーリセッタ」400グラム

Webコンテンツ「教えて！油のき・ほ・ん 日清オイリオ's キッチン」開設

2012年3月、“油の上手な使い方”をお伝えする新しいWebコンテンツ「教えて！油のき・ほ・ん 日清オイリオ's キッチン」を当社ホームページ内に開設しました。

お客様からお問い合わせの多い揚げ物調理の「悩み」や「よくわからないこと」を、「料理をする前」「料理中」「料理をした後」に分類して、コツや解決方法をご紹介します。

家庭で揚げ物のおいしさを実感できるよう、揚げ方のコツを動画と音で解説するとともに、好みに合わせた油の選び方も掲載しています。

また、お問い合わせの多い油の捨て方に関しても、適切な処理方法をお伝えしています。



教えて！油のき・ほ・ん 日清オイリオ's キッチン

教えて！油のき・ほ・ん 日清オイリオ's キッチン：
<http://www.nissin-oil.io.com/kitchen/>

WEB

詳しい情報はフルレポートへ

フルレポート P.40～P.55 掲載項目

- 安全と安心のために
- 品質保証活動
- 品質保証体制
- ISO9001認証などの取得状況と品質監査
- 品質・安全への取り組み
- 2011年度の主な取り組み
- お客様の声を活かす取り組み
- お客様の声を活かした改善事例
- より多くのお客様の声をかたちにするヘルシーフーズ事業

取引先とともに



フェアネス（公平・公正）に基づいた相互信頼のパートナーとしての関係を築き、共同で商品や市場を開発し、共に成長していきます。

取引先と共同で「ジュニアサッカー学校」を開催

2011年10月から2012年3月までの期間、全国8カ所において、取引先である地元スーパーマーケットとの共同企画として「ジュニアサッカー学校」を開催しました。抽選により、各回約100組の親子を招待し、サッカーの元日本代表選手をスペシャルコーチに迎えたサッカー教室と、保護者の方も参加するトークショーを行いました。

第1回となる福西崇史氏を迎えた北海道旭川市での開催を皮切りに、名波浩氏を迎えた岩手県花巻市、城彰二氏を迎えた埼玉県さいたま市などの各地域で開催しました。

サッカー教室では、コーチの話を聞きもらさないよう真剣に耳を傾ける子どもたちの姿が見られました。また、ミニゲームではコーチと直接対戦する場面もあり、大いに盛り上がりました。

スポーツをすることの楽しさや、強い体と心をつくるために大切な食生活を、親子で体験できるプログラムに対して、参加者からご好評をいただきました。



城彰二氏によるサッカー教室



WEB

詳しい情報はフルレポートへ

フルレポート P.56～P.57 掲載項目

● 取引先と連携した商品開発

政策説明会を開催

当社は定期的に政策説明会を開催し、取引先の皆様に当社の政策をご理解いただくとともに、コミュニケーションをとれる場をつくっています。

2012年2月に開催した政策説明会には、量販店をはじめとした約100企業・300名の取引先の皆様にご参加いただきました。

世代や家族構成によって異なる食卓のニーズに対応した商品や食べ方を提案した他、各事業のテーマ別展示プレゼンテーションブースでは、当社と取引先とのコラボレーションによる売り場づくりの提案や、調理実演をご覧いただきました。

こうした機会を通じて、当社の技術や提案を総合的にご紹介し、取引先の皆様との強固なパートナーシップを築いています。



政策説明会の様子

● 取引先とのコミュニケーション

株主・投資家の皆様とともに



健全な成長と安定した企業業績のもとで、株主様との双方向コミュニケーションの推進による良好な関係を築きながら、株主価値の向上、適切な利益還元に努めます。また、広く投資家の皆様に向けて、適切な情報開示を行います。

株主様工場見学会

2011年11月18日、横浜磯子事業場にて第5回株主工場見学会を開催し、抽選により株主様と同伴者の方をあわせて約100名にご参加いただきました。

参加者には事業場内の圧抽工場や充填ラインなどを見学していただき、食用油が精製されていく工程を説明する実験などを行いました。見学後は、講堂にて懇親会を開催し、当社商品を使用した料理やデザートをご試食いただいた他、事業や商品について担当従業員がパネルなどを用いてご紹介しました。懇親会には、大込会長や今村社長をはじめとする役員も出席し、参加者と直接意見を交換することができ、良い交流の場となりました。



実験により説明される精製工程



参加者と意見交換する今村社長

個人投資家の皆様とのコミュニケーション

全国の証券会社支店にて会社説明会を開催しています。2011年度は12会場で開催し、約900名の個人投資家の皆様に事業内容、経営戦略などについてご説明しました。



アニュアルレポートのWeb化

正確で信頼性の高いIR情報をホームページ上でタイムリーに提供しています。2011年から海外投資家の利便性向上を目的にアニュアルレポートをWeb化しました。その他、株主通信等を通じて、わかりやすい情報開示に努めています。



IR情報: <http://www.nisshin-oillio.com/inv/index.shtml>
アニュアルレポート: <http://annualreport.nisshin-oillio.com/>

WEB

詳しい情報はフルレポートへ

フルレポート P.58～P.60 掲載項目

- コミュニケーション推進への取り組み
- 株主価値の追求は行動規範のひとつ
- 2011年度の主な活動

従業員とともに



時代に合った働きやすい環境を整え、持続的に従業員が自己の成長を感じられる働きがいのある、いきいきとした安全で衛生的な職場を実現します。

ワークライフバランスと次世代育成の支援

少子化が進行する中で、当社は「次代の社会を担う子どもが健やかに生まれ、成長する環境づくり（次世代育成支援）」を重要なテーマと位置づけ、積極的な取り組みを進めています。

2009年度～2010年度の2年間における次世代育成行動計画の実行によって、厚生労働省が子育てサポート企業として認定する「次世代認定マーク（通称：くるみん）」を取得しました。

この「次世代認定マーク」は企業が設定した行動計画の期間ごとに認定される制度であることから、当社の次期行動計画においても「次世代認定マーク」の取得を目指し、次世代育成行動計画※1を推進しています。

2011年度については、新たに育児に関するパンフレットを作成し、育児休業などの制度の理解促進を図るとともに、介護に関する制度の拡充を実施しました。また、生産性の向上、総実労働時間の短縮を目的とした全社的な業務改革運動をスタートしました。



※1 次世代育成行動計画：詳しくはフルレポートP.66参照

目録より引いたグループ別、主な次世代育成支援制度一覧					
制度	対象	導入年度	実施年度	実施内容	実施状況
育児休業	従業員	2009年度	2010年度	育児休業の取得率を向上させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	取得率向上
育児休業給付金	従業員	2009年度	2010年度	育児休業給付金の支給率を向上させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	支給率向上
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長
育児休業期間延長	従業員	2009年度	2010年度	育児休業期間を延長させるため、育児休業の取得を促進するための取り組みを実施	期間延長

次世代育成支援制度に関するパンフレット

WEB

詳しい情報はフルレポートへ

フルレポート P.61～P.67 掲載項目

- 人材の育成とキャリアデザイン構築
- 人材の育成に力を入れた人事諸制度

グローバル人材の育成

国際的な企業グループとして成長を加速していくために、グローバルな事業ステージで活躍し、成長していける人材育成の強化に継続的に取り組んでいます。

2011年度は、新たなグローバル人材育成教育体系を構築し、さまざまな教育プログラムを実施しました。その一環として、2012年1月29日から2月4日までの1週間、公募で選出された7名の従業員が海外視察研修として、マレーシアとシンガポールを訪れました。

マレーシア・シンガポール視察研修に参加して

生産統括部 本間 武



パーム油のサプライチェーンについて、原材料生産地の文化や風習を了知しながら体系的に理解を深めるとともに、急速に発展しているアジア諸国の経済・産業の把握と諸外国の問題解決方法、調整方法を見聞し自身の調整能力を高めたいと考え、研修に参加しました。

主な研修課題は「パーム原料～生産～市場」「現地の文化・風習」「グループ会社の事業展開」の3つでした。「百聞は一見に如かず」の言葉通り、実際に生産地を訪問して見聞できたことで体系的に理解を深めることができました。特に印象的だったのは、マレーシアのパーム農園や研究施設が、パームの品種改良や新技術開発などに国策として取り組んでいたことです。パーム産業の発展に向けた熱意と迫力を感じました。

今後は、この研修での経験や訪問先・参加メンバーとのつながりを大きな財産として業務に活かしていきたいと考えています。



海外市場の視察



良き企業市民として地域社会に貢献するとともに、国際社会の一員としても良好な企業活動や積極的なコミュニケーションを図り、社会とともに発展していくよう努めます。

チャリティランチの実施

11月20日は国連が世界の子どもの福祉を増進させる活動の日として制定した「世界の子どもの日」です。当社ではこの日にあわせ、本社社員食堂において「チャリティのチカラ ～あなたのランチで子どもたちに未来を！～」と題した、チャリティ企画を実施しました。2011年11月14日～18日までの5日間、チャリティランチ1食につき購入代金から30円を国連WFP協会の「学校給食プログラム」へ寄付し、飢餓に苦しむ子どもたちの給食として役立てていただきました。

ロンドンオリンピック日本代表を食事・栄養サポート

当社グループは、「おいしさ・健康・美」の追求によって人々の幸せの実現に貢献することを使命と考えます。その考え方のもと、JOC（日本オリンピック委員会）オフィシャルパートナーとしてロンドンオリンピック出場選手をはじめ世界で活躍するトップアスリートを、食事・栄養サポートを通じて応援しています。

これまでサポートを続けている、卓球の福原愛選手、



モーグルの上村愛子選手、伊藤みき選手に加えて、3月からレスリングの吉田沙保里選手の食事・栄養サポートを開始しました。福原愛選手は平成23年度全日本卓球選手権大会女子シングルスで初優勝を果

たしました。上村愛子選手と伊藤みき選手も、2012FISフリースタイルスキーワールドカップin湯沢町苗場大会でそれぞれ2位、3位という好成績を残しています。

福原愛選手、吉田沙保里選手が出演するロンドンオリンピックに向けた当社グループの取り組みは、当社ホームページ内「ビューティフルエナジー」からもご覧いただけます。

ビューティフルエナジー：<http://www.nisshin-oillio.com/be/>

仁徳天皇陵古墳の清掃ボランティア

攝津製油（株）では、独自の拠点活動である「e-Factory堺」※1のCSR推進チームと労働組合が協力し、大阪府堺市のシンボリック的存在である仁徳天皇陵古墳外周および濠周辺の清掃ボランティア活動に参加しています。近隣の自治会や地域団体などで構成される「仁徳天皇陵をまもり隊」の活動に賛同し、世界文化遺産への正式登録への後押しにと活動を始めました。2011年11月13日は従業員とその家族あわせて46名が、2012年3月11日は28名が清掃を行いました。今後も地域貢献の活動を継続していきます。



濠の清掃活動

※1 「e-Factory堺」は、攝津製油（株）堺事業所油脂工場の中期組織戦略のひとつである「個々人が高い人間力を発揮できる、活性化された拠点風土の定着・醸成」を実現するための拠点活動の総称

WEB

詳しい情報はフルレポートへ

フルレポート P.68～P.81 掲載項目

- 社会とのコミュニケーション
- 海外での社会貢献活動
- スポーツ振興を通じた健康への貢献
- 災害・支援寄付活動
- その他の社会貢献活動
- 食育への取り組み
- 国連WFP協会との取り組み
- お客様、地域社会との交流
- 生活科学研究室の活動

環境のために



常に未来に向けた技術で“植物のチカラ”を引き出し、原料・資材の調達から生産、納品、ご使用、廃棄にいたるまで、地球環境に配慮した商品・サービスの開発・ご提供を通じて資源循環型社会の構築を目指します。

環境目標および評価

評価：○ 順調に進捗、△ 未達成・改善が必要

担当部門	テーマ	中長期環境目標	2011年度の実績	実績評価
生産	低炭素社会	・生産エネルギー由来のCO ₂ 総排出量を2012年度に、1990年度比8%削減	・CO ₂ 総排出量：19.8%削減（1990年度対比）	○
	低炭素社会	・生産エネルギー由来のCO ₂ 原単位を2012年度に、1990年度比16%削減	・CO ₂ 原単位：17.6%削減（1990年度対比）	○
	循環型社会	・生産工程でのゼロエミッションを継続	・生産工程での再資源化率：99.74%	○
物流	低炭素社会	・油脂の輸送に係るエネルギー使用の原単位を2012年度に、2010年度比2%削減 対象：[パッケージ品+バルク油]	・原単位：0.1%増加（2010年度対比）	△
オフィス	低炭素社会	・電気使用量を2012年度に、2010年度比で4%削減 対象：[事務ブロック（本社+8支店）]	・電気使用量：8.1%削減（2010年度対比）	○
	循環型社会	・紙/コピー用紙の使用量削減 対象：[事務ブロック+研究ブロック]	・紙/コピー用紙使用量：8.6%削減（2010年度対比）	○
		・紙ゴミの廃棄量削減 対象：[事務ブロック（支店除く）+研究ブロック]	・紙ゴミ廃棄量：8.6%削減（2010年度対比）	○
開発	容器関連	・2009年度比較、主要プラスチック容器の油1kgあたり樹脂量を削減	・主要プラスチック容器の油1kgあたり樹脂量：3.0%削減（2009年度対比）	○
	研究・技術	・化石資源の代替 ・未利用資源の有効活用 ・廃棄物の削減	・エコロイ事業開発における「植物資源由来焼成体（フィットポラス）」の用途拡大	○

資源・エネルギーの流れ (2011年度)



WEB 詳しい情報はフルレポートへ
フルレポート P.82～P.108 掲載項目

- 環境マネジメント
- 環境目標と実績
- 生産部門における環境負荷の状況
- 低炭素社会実現への取り組み
- 資源循環社会実現への取り組み
- 地域環境保全への取り組み
- 環境関連投資・費用・効果

CSRを支える基盤

社会との信頼関係および企業価値を維持・向上させるため、コーポレート・ガバナンスの充実、コンプライアンス、リスクマネジメントに積極的に取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンス

企業が社会との信頼関係を維持・向上させるために、コーポレート・ガバナンスはますます重要なものになっています。当社グループは、コーポレート・ガバナンスの充実を経営の重要事項と考えています。

当社は、取締役会、監査役会、内部統制監査室の機能を充実することにより、経営および業務執行の健全性、アカウンタビリティは確保できると判断しています。経営管理体制としては、環境変化に即応した迅速な意思決定を実践するため、執行役員制度を導入しています。

また、経営理念の実現を通じてステークホルダーから信頼を得ることを企業の社会的責任（CSR）と捉え、その全社的な推進のために、CSR委員会およびCSR推進室を設置しています。コンプライアンス、リスクマネジメント体制については、取締役会の諮問機関であるリスクマネジメント委員会、企業倫理委員会などの委員会を設置し、必要に応じて顧問弁護士などとの連携を図り、専門的な見地から意見を答申しています。

コンプライアンス

当社グループは、コンプライアンスを単なる法令遵守とは考えず、ビジネス上の倫理、さらには社会倫理の遵守と捉えています。

コンプライアンスの拠り所となる「日清オイリオグループ行動規範」は、企業倫理綱領のみならず経営理念実現のための行動指針であり、CSR活動の行動指針とも位置づけています。

また、企業倫理ホットラインによる通報受付を行い、提供された通報については企業倫理委員会で審議し、再発防止を図っています。

コンプライアンス・プログラムの実施

事業年度ごとにテーマを設定して教育を行っています。2011年度は、新入社員研修などへのコンプライアンス教育、国内子会社を対象とした法務リスク点検、契約セミナーを行いました。

企業倫理月間企画

当社は、毎年10月を企業倫理月間と定めています。企業倫理およびコンプライアンス意識の向上のため、企業倫理講演会の開催をはじめとしたさまざまな企画を実施しています。

2011年度の企業倫理講演会は「渋沢栄一と道徳経済同一説」をテーマに、渋沢史料館館長の井上潤氏を講師に迎えて実施しました。当社およびグループ会社の役員・従業員131名が参加しました。渋沢栄一氏の事績や企業倫理思想が日本の近代史・産業化に大きな影響を与えたこと、現代もその倫理観は社会から求められるものであることなどのお話を聴き、企業市民としてのあり方について意識を新たにすることができました。



講師を務めた井上潤氏

リスクマネジメント

当社グループのリスクマネジメントの目的は、主体的な取り組みにより企業として安定した収益をあげるだけでなく、企業の社会的責任を果たすとともに、さらなる企業価値の向上と持続的な発展を目指すことです。

あらゆるリスクに対して最適な対応策を講じるとともに、

リスク発生時において被害を最小限にとどめるべく、迅速かつ最善の対応を図ることを、基本方針としています。

2011年度は、子会社の重要リスクの再定義と、大規模地震に対応するBCP策定（詳しくはP16参照）に取り組みました。

第三者意見

1. グループ全体での多彩なCSRの取り組み

貴グループでは、品質・安全性への追求、原料・資材の調達から生産・納品、使用・廃棄に至るまでの環境への対応、飢餓問題への支援、高齢化への対応としての介護食品の開発・提供など、確かな技術をもとに多様な取り組みを積極的に展開しています。しかも国内のみならず海外に対しての信頼の取り組みにつながっていると評価できます。

2. グローバル化への対応として、CSRに本格的な取り組みを開始

グローバルな視野でCSRに取り組む基盤づくりとして、2011年には国連グローバル・コンパクトに参加している他、「持続可能なパーム油のための円卓会議」への参画など、本格的なCSRの発展が期待されます。本業と連動して具体的な実践とすることを期待します。

3. CSRの各取り組みを社会の持続可能性の視点から捉え直し発展していくことを期待

これからの貴グループに、特に望みたいこととして、次の3点を提案します。

第一に「社会課題」の設定です。CSRは本業そのものではなく、持続可能な社会構築に対して、何に取り組むかが重要です。その意味で、今までの個々の取り組みを「社会課題」として捉え直すことで、貴グループのCSRの取り組みはさらに進展すると思われます。

たとえば、世界で進む高齢化問題という現状を貴グループが培った技術を通して「高齢者や要介護者の課題」に取り組むと捉え直すならば、ユニバーサルデザインフードの考

え方、取引先と連携した商品開発・展開、高齢者・介護に役立つ情報発信、「ありがとう介護研究会」による関係者への最新情報の発信やコミュニケーションの場の提供などをひとつの社会課題への取り組みとすることができるとでしょう。そうすることで、現在の個別の取り組みが、戦略的な社会課題の取り組みとして発展するものと思われます。他にも、主要原料を海外に依存していることから、「地球環境の資源問題」を「社会課題」として設定し、「持続可能なパーム油のための円卓会議」、社員のシンガポール視察研修などをひとつの社会課題への取り組みとして、捉え直し、さらに戦略的な取り組みに発展させることを期待します。

第二に、ステークホルダーとのダイアログ（建設的な対話）や協働による課題の実践です。社会課題の設定にも、あるいは貴グループに対する社会の要請の把握、さらにはステークホルダーとともに持続可能な社会を築いていくために、ダイアログへのチャレンジを期待します。

第三に、CSRの取り組みの情報開示について、行ってきたことのみならず、できなかったことなど課題の記載によって、ステークホルダーの信頼を得る取り組みを期待します。

(公社)日本消費生活アドバイザー
コンサルタント協会 (NACS) 常任顧問

古谷 由紀子

1988年経済産業大臣認定消費生活アドバイザー取得、1998年日本リスクマネージャー&コンサルタント協会認定シニアリスクコンサルタント資格取得。2004年から2012年までNACS理事、2012年より現職。
CSR（企業の社会的責任）、CS経営、コンプライアンス経営を中心にしたコンサルティング、講演や論文執筆など多数。



第三者意見を受けて

当社グループのCSR活動への評価と貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。

2011年度は、当社グループが掲げる10カ年経営基本構想“GROWTH10”のフェーズⅡ初年度にあたり、長年かけて培った歴史と伝統を基盤に、さらなる成長の実現を目指し事業構造の変革に取り組んでまいりました。こうした中、古谷様にはこれまで地道に続けてきた当社グループのCSRの取り組みをご評価いただき、また、グローバルなCSR活動という一段高いレベルへの挑戦にご期待いただきましたことは、大変励みになります。

頂戴したご意見の「個々のCSR活動を社会課題として設定すること」「ステークホルダーの皆様との対話」「できなかったことを含めた情報開示」は、いずれも当社グループにとって重要な課題でございます。これからも、社会に期待に応え続ける企業であるために、いただいたご意見を真摯に受け止め、中期的な計画の中で具体的な活動にどのような形で落とし込んでいけるか、真剣に議論してまいりたいと存じます。

日清オイリオグループ株式会社 CSR推進室

日清オイリオグループのホームページには、
さまざまな情報を掲載しています。



日清オイリオグループホームページ
<http://www.nisshin-oillio.com/>



お客様相談窓口
<http://sodan.nisshin-oillio.com/>



“植物のチカラ”

日清オイリオグループ株式会社

〒104-8285 東京都中央区新川一丁目23番1号
お問い合わせ先：CSR推進室 TEL. 03-3206-5026



この報告書は、印刷工程で有害な廃液を出さない、水なし印刷方式で印刷しています。
またインキには、揮発性有機化合物を含まない、植物性の Non-VOC インキを使用しています。



ひまわり 油分 28~47%

ひまわりの種からとれるひまわり油は、クセのない
淡泊な風味が特長です。サラダ油として、ドレッシ
ングやマリネなどの生食用によく使われます。