

カルビー株式会社
CSRレポート2009
CALBEE FOODS CO.,LTD. CSR Report 2009



お客様の「知りたい」に答える

カルビーの「伝えたい」を届ける



掘りだそう、自然の力。



おかげさまで60周年



CSRレポート2009

〒115-0044 東京都北区赤羽南1-20-1

カルビー株式会社 広報室

Tel.03-3902-8877

<http://www.calbee.co.jp/>

報告期間:2008年4月～2009年3月

発行:2009年5月

次回発行予定:2010年5月

発行者:藤岡 健二



印刷工程で有害廃液を出さない
水なし印刷方式を採用しています。



FSC認証用紙を使用しています。



VOCフリーの印刷インキ
を使用しています。



私たちが目指す姿

【企業理念】

私たちは、自然の恵みを大切に活か
おいしさと楽しさを創造して、
人々の健やかなくらしに貢献します



4つのSをキーワードに理念の実現を目指します。

CS

顧客満足

「おいしい」「楽しい」時間・空間を
提供するために

常にお客様を第一に、お客様の声を真摯に受け止め、安全・安心で質の高い商品・サービスを提供します。

ES

社員満足

お客様に最高の商品・サービスを
提供できる集団であるために

社員全員が互いに個人を尊重しながら、生き活きと、そして経営に参画する意識を持って働きます。

SS

社会満足

地域社会の一員として、地域の皆さまの
暮らしに貢献するために

良き企業市民として地域社会との調和やステークホルダーの皆さまとの連携に努め、また次代を担う世代を支援する活動を行います。

GS

地球満足

私たちの地球を守ることで、お客様に
いつまでも自然の恵みをお届けするために

私たちに多大な恵みをもたらす地球環境を守るべく、自然の保全・保護に努めます。

ステークホルダー：組織（企業）の活動により、直接的・間接的な影響を受ける
顧客・株主・取引先などの皆さま。



理念実現に向けた方針として...

【CEOビジョン】

食べるほど楽しくなる、
元気になる夢のスナックを創造して、
世界中の人々の健やかなくらしに貢献します。



代表取締役社長兼CEO

中田 康雄



当社は今年4月に創業60周年を迎えました。創業者の松尾孝は、戦中の食糧難の時代に、栄養価に優れた未利用の食糧資源を発掘して代用食をつくり、人々に提供する事業を行っていました。人々の健康に寄与した食品で社会に貢献するという創業の精神は、今も受け継がれ、企業理念「自然の恵みを大切に活かし、おいしさと楽しさを創造して、人々の健やかなくらしに貢献します。」にも掲げられています。

近年、景況は急速に冷え込み、人口減少と少子高齢化、食糧資源をめぐる長期的な需給の逼迫、地球温暖化問題、そして安全・安心に対するお客様の期待はいっそう高まっています。

これらの経営環境の激変に対応し、お客様のご要望に的確にお応えして、グローバル展開を進めるため、2008年度から3カ年の中期経営計画「21世紀型スナックフードビジネス創生プラン」を策定しました。安全・安心への徹底した取り組みを基本に、適量志向・美しさを追求する品質保証・素材のおいしさや栄養価をそのまま引き出す調理

法など、「自然・健康・季節感」をテーマに日本的な食文化と融合した高い付加価値のあるスナックフードへの転換を目指しています。

中期経営計画の戦略方針の一つでもある循環型社会の実現へ向けでは、2015年までに30%のCO₂排出量削減を目標に掲げ、環境マネジメント体制の構築やエネルギー使用量の抜本的な削減などを中心に、全社あげて環境保全活動を推進しています。また、カーボンフットプリントの導入や廃棄物の新たな循環システムの構築など業界に先駆けた取り組みも進めています。これら環境への取り組みに加え、安全・安心で質の高い商品・サービスづくり、地域社会との連携といった企業が果たすべき社会貢献活動を、これからも積極的に実践強化するとともに、自然のパワーを掘りだした新しい価値と感動をお客様に提供してまいります。ステークホルダーの皆さまにおかれましては、よりいっそうのご指導ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

カーボンフットプリント:P.16をご参照ください。

新商品は
どうやって生まれるの？



カルビーさんは毎週のように新商品を発売していますが、どのような調査を経て開発するのか興味があります。最近は季節感のある「桜塩味」のポテトチップスや、おでかけ時に重宝する少量個包装のシリーズなど、さまざまな場面で楽しめる商品も発売されていますよね。食べ手の意見や健康などがきちんと考えられている商品だと分かると、すぐに試してみたくになります。



カルビーサポーターズクラブ会員 浦野さん

お客様の「知りたい」に答える章

04

05

06

07

08

お客様目線の商品開発に努めています。

「お客様の声」による商品開発

カルビーでは2008年度より、中期経営計画「21世紀型スナックフードビジネス創生プラン」を掲げ、素材のおいしさはもちろん、自然、健康、季節感を活かした商品作りへの取り組みを、よりいっそう強化しています。

こうした商品作りの中で重視しているのが、「お客様の声」です。お客様相談室にお寄せいただくお声や、コンセプトを見たり試食品を食べたりしていただきながら発売前の商品进行评估していただく「消費者調査」でのお客様の意見を、商品作りに反映させています。

既存商品については、そのブランドの資産（パッケージの色、キャッチコピーなど）や世界観を守りながら、新商品については、お客様のニーズにきちんとお応えできるよう、少子高齢化

カルビーサポーターズクラブ会員:P.03、P.10をご参照ください。



や健康志向の高まりを視野に入れつつ、「今カルビーに求められている商品」の追求に努めています。「1人で食べるには少し量が多い」「カロリーの摂りすぎが気になる」といったお客様のご意見から、堅あげポテトなどの少量個包装シリーズも生まれました。

季節感を重視したカルビーの商品提案

美しい四季のある日本で愛されるスナックフードには、日本的な食文化との融合が必要だとカルビーは考えています。その方向性の一つが、和食のように季節感を大切にした期間限定商品の発売です。商品企画から店頭までのプロセスを連動させ、季節に合った商



品をタイミング良くお届けすることで旬を感じていただき、「この季節には、この味に会えるんだな」と、お客様に楽しみにしていただけるような商品の開発を進めています。

この冊子は、お客様と共同で作り上げました。



INDEX

【プロlogue】 01 私たちが目指す姿

03 編集方針

お客様の「知りたい」に答える章

- 04 新商品はどこやって生まれるの？
- 05 じゃがいもはどこから来るの？
- 06 商品はいつも新鮮ですか？
- 07 地球のこと、どう考えてる？
- 08 どんな地域貢献をしているの？

カルビーの「伝えたい」を届ける章

- 09 CS 顧客満足
- 11 ES 社員満足
- 13 SS 社会満足
- 15 GS 地球満足
- 17 コーポレート・ガバナンス

カルビーでは、2008年から「CSRレポート」を発行し、社会・環境活動の取り組みについて、情報開示に努めてまいりました。その中で「カルビーの活動や事業について、理解が深まった」というご意見もいただいております。今回のレポートではさらに理解を深めていただくために、2つの章を設けております。

『お客様の「知りたい」に答える章』としてまとめ、明記しております。もう一つの『カルビーの「伝えたい」を届ける章』では、あらゆるステークホルダーに対して取り組んでいるカルビーの活動について、お伝えしております。創業以来変わらぬ精神でスナックフードに向き合ってきたカルビーが、一年間のCSRの取り組みを振り返るとともに、今後のあり方についても検証しております。

本冊子のより詳しい内容は、カルビーウェブサイトに掲載しています。
<http://www.calbee.co.jp/csr/>
 今年度の公開は7月上旬です。



カルビーウェブサイトのトップページ

商品はいつも新鮮ですか？



ポテトチップスなどのスナックフードも作りたてがおいしいと思いますので、家では買い置きの商品は日付が早いものから順番に食べています。店頭にも並んでいるカルビーさんの商品は、どのように管理されているのでしょうか？ 私たちに身近なスナックフードも、生鮮食品のようにきちんと鮮度管理されていることが分ければ、商品や企業に対して信頼感が持てます。



カルビーサポーターズ
クラブ会員
村田さん

スナックフードこそ、鮮度が大切と考えました。

店頭での鮮度管理

カルビーでは菓子業界で初めて、商品パッケージに賞味期限と製造年月日の印字を行いました。これば「作りたてのおいしさを味わっていただきたい」という、商品鮮度に対するこだわりによるものです。この思いを実現するために、例えばポテトチップスの生産工場は全国各地に分散して設置し、販売地域により近い場所での生産を行っています。

鮮度へのこだわりは、商品が店頭で並んだ後も続いています。



商品の賞味期限・製造年月日の印字

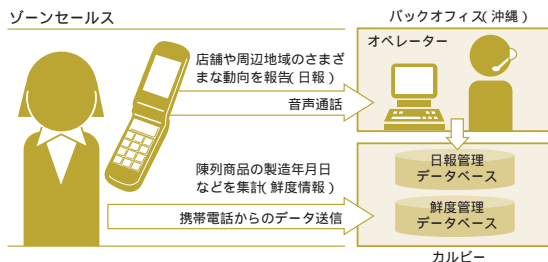


ゾーンセールスによる店頭でのチェック

全国約8,700の販売店舗に配置されたゾーンセールスは、毎月店舗を訪れ、専用のソフトウェアを内蔵した携帯電話で商品の製造年月日をチェック。製造日からの経過日数を確認し、より新しい商品が店頭で並ぶよう、店舗に対して在庫管理の見直し提案を行っています。

また、これらのデータや店頭での気づき情報、お客様の声などは、沖縄にあるバックオフィスに報告。次なる商品開発や売り場の改善提案などに有効に生かせるよう、データベース化して管理しています。

ゾーンセールス



じゃがいもはどこから来るの？



ポテトチップスの原料であるじゃがいもが、どんな畑でどのように育てられたのか気になります。webサイトで生産者情報が確認できるじゃがいも丸ごと「プロフィール」は、とても良い取り組みだと思います。スーパーで売られている野菜などに、生産者情報が明記されていると安心して購入できるのと同じですね。スナック業界でも食の安全・安心に対する取り組みを、これからも続けていただきたいと思います。



カルビーサポーターズ
クラブ会員
市村さん

じゃがいもの、すべての情報を管理しています。

「三連番地管理」で原料の品質を保証

カルビーでは、圃場・工場・売りの3つの場所で原料となるじゃがいもの品質チェックを行い、その情報を一元管理する「三連番地管理」システムを確立しています。これは、生産者や圃場、収穫日、品種などの情報をコンテナ単位で管理することにより、製造日と生産ラインを特定すれば、使用しているじゃがいもの全情報を確認できるというものです。さらに工場では、品質および衛生管理を徹底。商品の塩分や水分測定などの科学的な検査はもちろん、五官による官能検査も行っています。

三連番地管理 使用時に合わせた圃場選定や倉庫選定・オペレーションが可能に



カルビーサポーターズクラブ会員:P.03、P.10をご参照ください。

IT活用によるじゃがいも栽培プロセスの改善

お客様に常に変わらぬ高品質のポテトチップスをお届けするには、1年を通じて均質なじゃがいもを調達することが必要です。そこでカルビーでは、過去の栽培履歴をデータベース化し、より良い商品を作るために、栽培におけるプロセス管理のプログラムを構築しています。また収穫後には、その成果を確認してプロセス上の問題点を洗い出し、翌年のさらなる改善につなげています。

生産農家への支援

じゃがいもの生産は、土壌条件や気候、栽培管理の方法などにより、その品質には違いが出てしまいます。そこで、全国に、じゃがいも栽培の調査・アドバイス・情報交換などを担う「フィールドマン」を配し、約2,500の契約生産者に対して安定した収穫と品質を実現するための栽培技術指導を行っています。

どんな地域貢献をしているの？



普段よく食べているポテトチップスなどの商品は、どのように作られているのでしょうか？工場見学などを通して、商品ができるまでの工程や安全・安心の取り組みを知り、じっくりと触れられれば親しみが持てます。子どもにも、工場見学や食育の出張授業などで、商品作りや衛生管理、食に関する正しい知識など、大事なことをたくさん学んでほしいと思っています。



カルビーサポーターズクラブ会員 深田さん

多彩な活動で地域社会に貢献しています。

地域での食育活動

人々の健やかな暮らしに貢献するために、身近なスナックフードを通して食の正しい知識や楽しさを伝えたい。各地の小学校で出張授業を行う「カルビー・スナックスクール」は、そんな思いから生まれた活動の一つです。各地域でのスナックスクール担当者が講師となり、「食べる量と時間、バランスを守る」というスナックフードの楽しみ方を分かりやすくお伝えしています。2008年度は約500校、約3万4千人の児童に参加いただきました。



小学校での「カルビー・スナックスクール」



千歳工場内での工場見学

また広島西工場（広島県）では、地元中学生の職場体験を受け入れています。職場見学後には、製造ラインでトリミングやピッキング、包装などの業務を3日間ほど実際に体験していただきます。このほか、「全国都市緑化ぐんまフェア」での食育イベントや栄養学専攻学生への講演など、さまざまな活動を展開しています。

工場見学の受け入れ

千歳工場（北海道）、オイシア清原工場（栃木県）、広島工場（広島県）、カルビー・湖南（滋賀県）では、地域の学校や地元住民の方などを対象に工場見学を実施しています。製造ライン工程の見学やビデオでの説明、できたてが味わえる試食などを行い、地域社会に開かれた企業としての活動を担っています。見学後のアンケートで寄せられたご要望にお応えし、お客様が商品をアレンジできるような体験プログラムを取り入れた工場もあるなど、相互コミュニケーションを充実させています。

地球のこと、どう考える？



地球環境問題への関心が高まる中で、企業は利益を追求するだけでなく、地球に優しい取り組みも積極的に行うことが重要だと思っています。特に、スナックフーズのトップメーカーであるカルビーさんが、どのような取り組みをしているのかを知りたいです。身近で子どもにも人気のあるカルビーさんの商品を通じて、私たちも楽しみながら環境貢献活動に参加できるといいですね。



カルビーサポーターズ
クラブ会員
伊藤さん

再資源化へ、確かな歩みを踏み出しました。

再資源化を促進

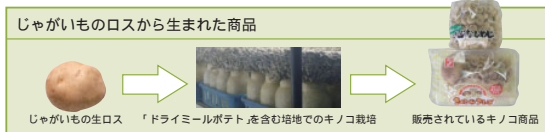
各工場では、植物性残さの飼料への活用、微生物を使った排水の浄化など、廃棄物の再利用化に取り組んできました。取り組み当初の1998年度より活動を行ってきた10工場では、リサイクル率100%を達成。残る2工場を加えた全生産12拠点では99.80%となっています。今後さらに、廃棄物自体を出さないじゃがいもの品種改良、工場でのロス削減活動などに取り組んでいきます。

■各工場での取り組み

じゃがいもの切りくずや製造過程で出た不良品(生ロス)は、循環資源として再利用しています。各務原工場の生ロスは、専門業者の工場で発酵・蒸留してバイオエタノールを抽出。ボイラー燃料としてプラント稼働に利用し、CO₂排出量の削減に役立っています。

また鹿児島工場では、乾燥させた生ロスをキノコの栽培培地として商品化。「ドライミールポテト」と呼ばれるこの商品は、でんぷカルビーサポーターズクラブ会員:P.03、P.10をご参照ください。

ん質を多く含み、キノコの最適な成長を促進しています。これらの栽培培地は、使用後も堆肥としてさらに活用されています。



■包装材のリサイクル

包装材に使用するプラスチック等から出る廃棄物は、専門業者でRDF(ごみ固形燃料)化し、補助燃料として使用。また下妻工場では専門業者で溶融・スラグ化し、人工骨材の原料として再利用しています。

■使用油の処理方法

フライヤー清掃時等で、出てきた廃食油は、専門業者によって再生処理を実施。油水分離などによって再生油として生まれ変わり、飼料製造時の添加油として利用されています。

「お客様相談室」は
全件対応が基本

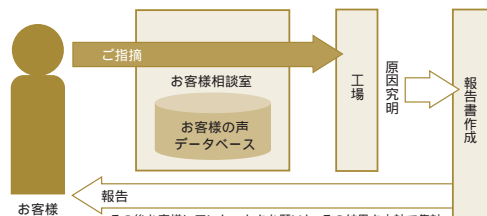
「お客様の声をおきかせください」。商品パッケージに記されたこの言葉は、カルビーの決意の表れです。カルビーでは、「お客様相談室」に電話やメールで寄せられる1日120、130件のお声への全件対応に取り組み、貴重なご意見やご要望から課題を抽出、事業活動に反映させています。寄せられたご意見には緊急度の高いものから3段階に優先順位をつけ、ご指摘に関しては最優先で対応。全件について最適な方法で対応する仕組みを整えています。



カルビーの「伝えたい」を届ける章

CS
顧客満足

ご指摘対応フロー



その後お客様にアンケートをお願いし、その結果を本社で集計。内容によって工場やいろいろなセクションに戻っていきます。

ご意見・ご要望の反映事例



お客様のご意見を基に、ホームページの「よくいただく質問にお答えします」をリニューアル。知りたいことをすぐに探し出せるよう、フリーワード検索機能を設けるなど改善しました。

その他の反映事例をウェブサイトの「お客様のお声から学びました」でご紹介しています。

頼れるアドバイザー
「カルビーサポーターズクラブ」

「カルビーサポーターズクラブ」は、カルビーやカルビー商品を支持してくださる、ロイヤル顧客で構成された会員組織です。会員数は2009年2月現在、1000人を超えています。会員専用ウェブサイトをブログや掲示板などの参加しやすいものにリニューアルするとともに、会員の方々とカルビー担当者が直接接するイベントも多数開催しており、お客様が今、何を望んでおられるのかをタイムリーにお伺いし

毎日いただくお客様のお声一つひとつを企業活動に反映し、お客様に感動していただけるサービスづくりにつなげていきたいと思っています。



CRMグループ
二宮 かおる



「カルビーをより良くする委員会」カルビーサポーターズクラブ会員の皆さまのお声を定期的に伺い、企業活動や商品作りの改善・改良・創造に活かしていくための場。

て、商品開発・改善につなげる機会を設けています。

「おいしい」「楽しい」 時間・空間を創造するために

お客様のすべてのお声は、カルビーにとっての大切な財産です。
いただいたご意見やご指摘には、心を込めて対応するとともに、
それらを次なる改善につなげ、新たな感動と満足をお届けしています。

お客様との双方向コミュニケーションに努めています

カルビーでは、お客様とのワン・トゥ・ワンコミュニケーション
を目指しています。そこで、ウェブサイト上に、素材へのこだわりや品
質管理の姿勢などを、楽しみながら知っていただき、実感していただける
さまざまなコンテンツを用意しています。

例えば、会員制コンテンツ「マイページ」内では、自分専用の畑でじゃがいも
を栽培し、カルビーに納品する「じゃがいも農場」を展開。また、栽培したじゃが
いもの貯蔵から商品に加工するまでを疑似体験できる「ポテトチップス工
場」、スーパーマーケットでの仕事を体験する「ゾーンセールス」など、カル
ビーの取り組みを、より身近に感じていただけるコンテンツを設けてい
ます。このほか、じゃがりこファンのコミュニティ「じゃがり校」で
は、お客様のお声から新商品を開発するなど、お客様との双
方向コミュニケーションを図っています。



カルビレッジ「じゃがいも農場」



「じゃがり校」

CS

顧客満足
CUSTOMER
Satisfaction

カルビーの「伝えたい」を届ける章

09

11

13

15

「社員価値向上プロジェクト」を設置

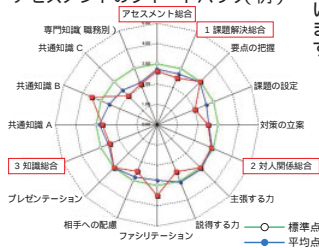
カルビーでは、社員一人ひとりの社員価値向上こそが、中期経営計画「21世紀型スナックフーズビジネス創生プラン」を実現する大前提だと考えています。そこで、社員価値向上プロジェクト」を結成し、個々の活躍の舞台を明確にすることで「約束と責任」を確認し合い、目標達成に向けて積極的に取り組むことが、当たり前となる風土づくりに努めています。

プロジェクトでは、リーダー層に対し、職務・能力要件を改めて設定。アセスメント（診断）を実施し、社員の優れている点や改善課題を元にキャリア開

発プランの設計に着手、一人ひとりのキャリア展開に生かしていきます。また、約半年間に

及ぶ新入社員の研修をはじめ、入社3年目のフォロワーアツプ研修、階層別・職種別教育、eラーニングなど、複線型で多彩な教育・研修の場を提供。それぞ

アセスメントのフィードバック(例)



アセスメントを一人ひとりにフィードバックして、各々の弱み・強みを確認、自身に適した教育メニューを選択します。

全国成果発表会を開催

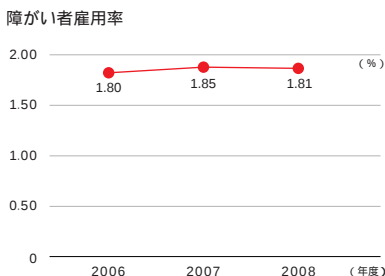
小集団活動の優れた成果から学んだ知恵やスキルをグループ全体で共有し、より良い発想を促すために開催しているのが全国成果発表会です。お見事賞」の取り組みです。全国成果発表会では、業務プロセス単位で編成された小集団チームが取り組んだ改善活動の成果を発表するというもの。全員参加の双方向コミュニケーション形式による審査で、優れたチームや個人を表彰します。また、「お見事賞」では、各チームや個人の業務改善提案ベスト事例の中から、CEOが現場の優秀な活動を表彰。社員の士気向上につながっています。

安全衛生管理体制の徹底

社員の安全・健康への配慮は、現代企業における大きな命題です。カルビーでも法律に基づき、労働災害の防止や心身の健康維持促進に努めています。各工場や事業所では、安全管理者、衛生管理者および安全衛生委員等による「安全衛生委員会」を開催。毎月、労働災害の防止や職場環境の改善、健康管理対策を、産業医と協働で検討しています。また、四半期ごとに全国の安全管理者が一堂に会し、問題の共有や課題改善に取り組んでいます。その他、定期健康診断やメンタルヘルス対策の相談・講演会、産業医による面談指導など、さまざまな活動を行っています。

全社で法定雇用率を達成

カルビーでは、さまざまな状況の人が生き生きと働ける職場づくりを目指しています。2008年度の障がい者雇用率は1.81%と法定雇用率を上回っています。



カルビーの「伝えたい」を届ける章

ES
社員満足

お客様に最高の商品・サービスを 提供できる集団であるために

カルビーでは、社員満足を経営における重要な柱とし、社員一人ひとりが満足し、やりがいを持って働けるよう、社内制度の拡充に努めています。

充実した育児制度を整えています

カルビーでは、GPTW(Great Place To Work = 働きがいのある素晴らしい職場)の考え方に則り、誰もが安心して、継続して働ける職場づくりに努めています。その中の一つが、家庭と仕事の両立を支援する育児制度です。育児休業は2年間(国が定めているのは特例を含めて1年半)、短時間勤務の期間は小学校3年生修了時までとし、対象は社員だけではなく、直接雇用している嘱託、準社員にも範囲を広げています。

さらに、育児休業者には出産後3カ月おきに出社、面談を実施する機会を設けています。これは、休職中に職場の情報を伝えるなどのコミュニケーションを図ることで、制度利用者が不安を感じることなく、スムーズに職場復帰できることを目指したものです。

これまでの育児制度利用者の職場復帰率は、ほぼ100%となっています。

休職中も復帰へ向けて細かく打ち合わせができ、安心して育児に専念できました。子供の成長していく姿を近くで見ることができ、母親としての喜びを感じています。



育児制度利用者の面談風景

CRMグループお客様相談室
宮川 亜希乃

ES
社員満足
EMPLOYEE
Satisfaction

NPO法人「日本で最も美しい村」連合を支援

この連合は、南仏の小さな村で始まった、フランスで最も美しい村に運動を、カルビーが北海道美瑛町に紹介したことを機に、2005年に発足しました。田舎の小さな農山村が独自の景観や文化などの地域資源を守りながら自立発展し、将来にわたって美しい地域であり続ける。カルビーはこの活動に共鳴し、継続的に支援しています。当初は7つの町村からスタートした当連合も、2008年度には町村数18にまで拡大しています。



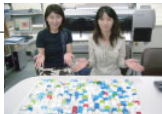
日中友好活動を促進

1994年より、カルビー日本研究基金」を設立し、北京大学で日本研究を行う研究者の方々に支援しています。2008年には同基金の運営にあたる「北京大学日本研究センター」が創立20周年を迎え、その記念シンポジウムでCEOの中田が基調講演を行いました。また、遼寧大学にも、カルビー日中友好基金」を設け、外国語学習者に奨学金を授与しています。

⑥ 福岡県

九州カンパニー

キャップを回収して
ポリオワクチンに



福岡エリアオフィスでは、ペットボトルのキャップを回収し、世界中の子どもたちにポリオワクチンを送る運動に参加しています。ポリオワクチン1本分となるのは、キャップ約800個。2008年11月には1回目の寄付として、約1,400個を送付しました。この取り組みは全国に広がっています。

② 埼玉県

東京カンパニー

「じゃがいも公園」
で地域交流



東松山オフィスや東松山工場は、住宅街の中にあります。そこで、近隣の皆さまの生活に貢献したいという思いから、工場一角に地域の憩いの場「じゃがいも公園」を設立。地元の方々とのおふれあいを深めるイベントとして、毎年、観梅会を開催しています。

① 北海道

北部カンパニー札幌オフィス

除雪・花植え・交通
安全活動に参加



地元児童が安全に登校できるよう、交通安全喚起活動を(9月)さらに通学路確保のため歩道の除雪作業を(11月)行っています。またバンジーやビオラなど、街路樹の根元へ花を植える活動にも参加しています。



カルビーの「伝えたい」を届ける章

SS
社会満足

「じゃがいも教室」を通じて、じゃがいもに込められたパワーや歴史、自然の作物の豊かさをお伝えしたいと思っています。



マーケティンググループ
企画チーム
橋本 利和

⑤ 広島県

中四国カンパニー

ピンクリボン
運動を応援



ピンクリボン運動とは、乳がん検診の定期的な受診を推進する世界規模のキャンペーン。中四国カンパニーでは、この活動を推進している地元NPOに対して、立ち上げ時から活動資金や製品などを提供。一人でも多くの方々に乳がんの早期発見に関心を持っていただけるよう支援しています。

④ 滋賀県

カルビー・イートーク

障がい者雇用を
促進

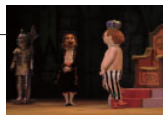


「障がい者が普通に働ける普通の職場」を目標に設立されたカルビー・イートークでは、各障がい者団体からの工場見学や職場実習の受け入れなどを実施しています。また従業員は、2007年に引き続き、アビリンピック(滋賀県障がい者技能競技大会)にも参加しています。

③ 愛知県

中部カンパニー

「ファミリー
ミュージカル」を開催



「地域に密着した形で、親子のコミュニケーションの場を提供したい」との思いから、中部カンパニーは劇団カッパ座による「ファミリーミュージカル」を企画・主催しました。2008年8月の2回の公演には、計2,600名のお客様にご参加いただきました。

地域の皆さまの 暮らしに貢献するために

食を通じて、もっともっと人や地域とのふれあいを深めたい。
カルビーはそんな思いを胸に、心の豊かさを育む多彩な活動を行い、
地域社会への貢献に努めています。

子どもたちの、さまざまな可能性を広げています

カルビーでは全社レベルでさまざまな地域貢献活動を行っています。

その中の一つに、「食」も「スポーツ」も、人々の健康を支えるものであり、目指す所は共通であるという考えで、Jリーグと共同して行っている活動があります。2007年からは、サッカーに食育の要素をプラスしたユニークなイベントも開催しています。

春には、JリーグおよびJクラブとのコラボレーションによる「キッズファンサッカー」（サッカー教室、じゃがいも教室）を全国7カ所で開催。小学生を対象に、サッカーの楽しさとともに、じゃがいもや食の楽しさを学んでいただいています。また、秋には「カルビーパーク」を全国7カ所のJリーグ試合が開催されるスタジアムで展開。親子でじゃがいもの収穫を体感する「じゃがいもつかみどり」などを行い、自然素材の大切さを感じていただいています。



カルビー×Jリーグ キッズファンサッカー



スタジアムでのイベント「カルビーパーク」

SS

社会満足
SOCIAL
Satisfaction

温暖化防止につなげる、
地産地消の取り組み

カルビー 湖南（滋賀県湖南市）では2007年、滋賀県でポテトチップス用のじゃがいもを生産し、商品化して地元の方に食べていただく、という、地産地消の取り組みを始めました。こうして生まれた商品が「しがじゃが」です。地元で収穫したじゃがいもを地元で使用することで、原料の輸送距離がこれまでより大幅に短縮され、品質劣化も抑えることができ、約16tのCO₂排出削減効果も得られました。この取り組みは、2009年2月の「ストッパ温暖化、一村一品大作戦」（環境省主催）で審査委員特別賞、エコロジスティクス賞を受賞しました。



「しがじゃが」

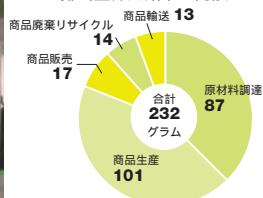
カーボンフットプリント
導入へ向けての展開

「70gポテトチップスコンソメパンチ」のパッケージに表示された232g/CO₂の数



「エコプロダクツ2008」にCFP商品を出展

コンソメパンチ
CO₂排出量算定結果の内訳



商品生産が44%、原材料調達が38%と大半を占めており、今後の課題解決につなげます。



CFPシールを貼った「ポテトチップスコンソメパンチ」（「エコプロダクツ2008」にて試験的に展示）

字。これは、原料調達から商品廃棄・リサイクルまでの全過程で排出されるCO₂の合計量を表示（カーボンフットプリント・CFP）したものです。カルビーでは業界に先駆けて、日本最大の環境展示会「エコプロダクツ2008」などイベントへの出展をはじめ、2009年2月には、さいたまコープ南浦和店で展示・実験販売

3月からは、経済産業省が進める一部小売店での試験販売（11社19商品）にも協力するなど本格導入へ向けて準備を進めています。また、4月からは、経済産業省の支援事業であるCFP自主ワーキンググループに参加し、お客様が日常生活の中で環境配慮型商品を選び、地球温暖化への取り組みを、実行するための一助になりたいと考えています。

エコドライブを推進

CO₂排出量削減の大きなカギを握るのが、輸送面での取り組みです。カルビーでは、商品の運送に使用する約1000台の配送車両について、3年間で500台を目標にエコドライブレコーダーの取り付けを推奨。安全運転診断や走行距離、燃費からCO₂排出量を算出し、そのデータを基にしながらエコドライブを推進しています。さらに長距離についてはトラック輸送から鉄道輸送への転換を進めています。また、半期ごとの物流方針説明会の際には、委託先に成功事例の発表をしてもらうなど、お取引先と協力をしながら、安全で効率的な配送方法を検討しています。

社会に対し、経済的な貢献だけでなく、地球規模で起きている環境問題でも、企業としての務めを果たしていきたいと思っています。



カルビーの「伝えたい」を届ける章

GS
地球満足

CO₂削減プロジェクト事務局
高橋 正博

お客様にいつまでも 自然の恵みをお届けするために

カルビーの事業は、自然の恵みの上に成り立っています。
これからも持続的にお客様に豊かな商品をお届けするために、
そして持続可能な地球を次世代に残していくために、全力で環境対策に取り組んでいます。

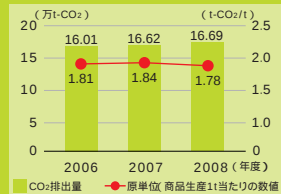
CO₂削減プロジェクトを設置しました

「2015年までにCO₂排出量を30%削減する」ことを目指し、「CO₂削減プロジェクト」を発足させ、社員全員参加型の取り組みを始めています。活動の柱となるのは、「省エネ・省資源・ムダ取り活動」。電気使用量などの削減にも現場主導で取り組んでいます。また生産段階で廃棄処分となるじゃがいもの量を減らし、処分に必要な電力を削減することでもCO₂排出を抑えることができます。そこで、じゃがいもの収量計画と販売計画のバランスを取る、じゃがいもの大きさを標準化するなどの取り組みも視野に入れています。

もう一つは、エネルギー革新による「エネルギー使用量の抜本的な削減」。例えば、帯広工場では重油を燃料とする発電機を廃止し、電力を北海道電力から購入。CO₂排出量の大幅な削減につなげました。輸送部門でも、長距離輸送ルートの見直しや鉄道輸送への転換（モーダルシフト）などを計画しています。



「CO₂削減プロジェクト」ミーティング風景



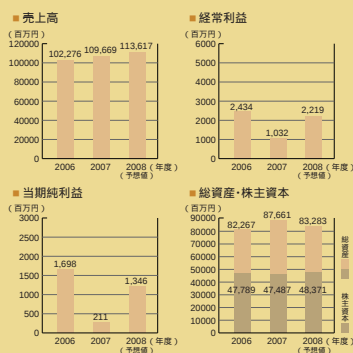
CO₂の排出量

GS

地球満足
GLOBAL
Satisfaction

会社概要

商号	カルビー株式会社 Calbee Foods Co., Ltd.
場所	〒115 - 0044 東京都北区赤羽南1 - 20 - 1 03 - 3902 - 1111(代表)
TEL	
設立	昭和24年4月30日
代表者	代表取締役社長 中田 康雄
資本金	27億4,503万円
正社員数	約1,600名
事業内容	菓子・食品の製造・販売
関連会社	〔国内〕 カルビー食品㈱、スナックフード・サービス㈱、 ㈱カルナック、カルビーポテト㈱、 ガーデンベアリー㈱、タワーベアリー㈱、 オイシア㈱、カルビー・湖南㈱ 〔海外〕 カルビーアメリカ㈱ / アメリカ カルビー・タナワット / タイ カルビー・インターナショナル㈱ / 香港 カルビー・フォーシズ㈱ / 香港 青島カルビー食品有限公司 / 中国 烟台カルビー商貿有限公司 / 中国 カルビー・フォーシズ 汕頭 有限公司 / 中国 スナックサラダマーケティング&テクノロジーズ(株) / アメリカ RCF社 / アメリカ
カンパニー	北部、東日本、東京、中部、近畿、中四国、九州、スナック、シリアル、 じゃがりコ、Jagabee、ポテトチップス、CVS、CalNeCo 〔工場〕 千歳、新宇都宮、下妻、各務原、綾部、広島、広島西、 鹿児島、カルビーポテト、北海道フーズ、東松山、 オイシア、カルビー・湖南 〔営業拠点〕 札幌、仙台、宇都宮、東京、名古屋、大阪、広島、福岡 等 〔物流センター〕 千歳、宇都宮、東松山、各務原、滋賀、広島、鹿児島
研究開発センター	清原、広島、青森(中国)



れらを盛り込んだ「経営宣言書」を事業所ごとに掲げています。また、「マネジャーズガイドライン」を刷新し、ルールや規程についての理解度をはかるセルフチェックも行っています。

倫理ヘルプライン

行動規範や行動指針に抵触する行為の未然防止や早期発見・解決のため、リスクマネジメント室と社外の法律事務所を窓口とする「倫理ヘルプライン」を、2006年に開設しています。2007年には社員が安心して通報できるよう「公益通報者保護規程」を制定しています。

またセクシャルハラスメントについては、事業所ごとに相談担当窓口を設け、被害者のプライバシーを守りながら、正確かつ迅速にリスクマネジメント室長に取り次ぐ体制を整え、倫理ヘルプラインでも対応をしています。

内部統制

金融商品取引法、財務報告に係る内部統制の施行に伴い、2008年4月から上場企業に「内部統制報告制度」が適用されました。これは決算書の信頼性確保、粉飾決算の防止を目的に、決算書の作成プロセスの適切性を公認会計士が監査す

るものです。カルビーは非上場企業ではありますが、財務報告の信頼性確保にとどまらず、業務効率の再検証やリスク対応強化を図る好機と捉え、2007年3月に内部統制評価プロジェクトを設置し、財務報告にかかわる統制環境や業務プロセスにおける規程・ルールの見直しと整備に取り組んでいます。

リスクマネジメント

企業を取り巻く多様な経営リスク、天災・事故・法令違反・訴訟・品質、原材料調達、株式・知的財産侵害などに対応するため、2007年に「リスク管理規程」を制定しました。

特に製品の安全性や原材料の調達に関するリスクには、品質保証室が中心となって予防策を講じるとともに、迅速な対応ができる体制を整えています。また、火災や油の流出事故などに備え、緊急事態への対応や通報方法・対策組織・緊急時連絡網について明確化した「危機管理規程」を2008年に整備、万一の被害を最小限に抑えるとともに未然防止に努めています。

「情報セキュリティ」については、ネットワーク環境における暗号化の推進など、重要情報の管理強化を図り、社員への教育・啓発に力を注いでいます。

コーポレート・ガバナンス

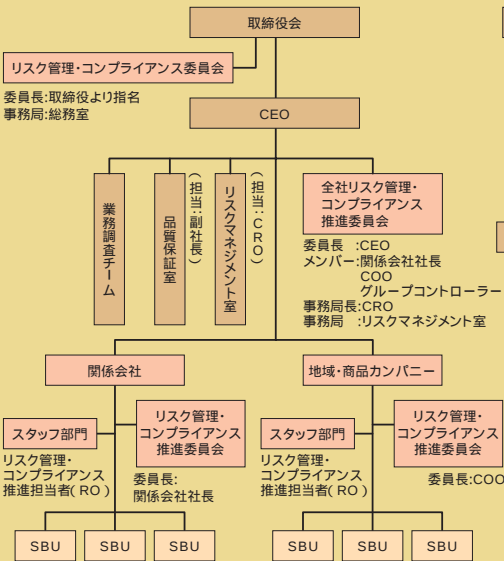
コーポレート・ガバナンス体制

株主総会を最高の意思決定機関とし、執行役員による業務執行、執行状況を監督する取締役会、取締役の職務遂行を監視・監査する監査役会を基本に、コーポレート・ガバナンス体制を構築しています。

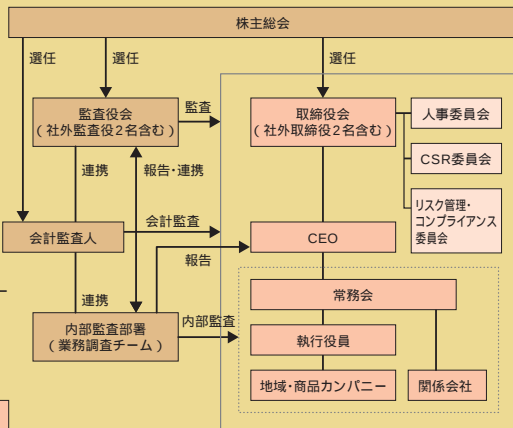
コンプライアンス

法令や社会的倫理の遵守こそ事業活動を支える根幹と考え、2006年に「グループ行動規範」と「グループ行動指針」を制定。2008年に改訂したエシックス倫理カード、コンプライアンスガイドブックを配付するなど、浸透・啓発を図っています。2008年には「リスク管理・コンプライアンス体制」を刷新し、リスクマネジメント室にあらゆるクライシス情報を集中できる仕組みを構築しました。カンパニーやグループ関係会社のトップをリスク管理・コンプライアンス推進責任者とする事で、現場の従業員に働きかけやすい体制をとるとともに、社員には「コンプライアンスアンケート」を実施。結果を各事業所へフィードバックし、改善策を検討・実施するとともに、そ

リスク管理・コンプライアンス体制図



コーポレート・ガバナンス体制図



倫理ヘルプライン 対応フロー図

