

掘りだそう、自然の力。

Calbee

カルビー株式会社

社会・環境報告書 2010

Corporate Citizenship Report



目次

編集方針	1
企業理念	2
トップメッセージ	3
特集：安全・安心な商品作りを徹底	5
社会への取り組み	9
お客様のために	9
お取引先様のために	15
従業員のために	17
地域社会のために	20
環境への取り組み	23
環境マネジメント	23
地球温暖化防止	25
資源の有効利用	27
マネジメント体制	29
会社概要	30

編集方針

カルビーは2007年度から企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility：CSR）にかかわる取り組みをまとめた報告書を発行しています。2009年度版の作成にあたっては、報告書の名称を「CSRレポート」から「社会・環境報告書」に改め、開示項目・開示内容の充実を図りました。また「お客様」「お取引先様」「従業員」および地域社会や地球環境を含む「コミュニティ」といった各ステークホルダーに対する取り組みを分かりやすく報告する構成にしました。今後も報告内容の充実を目指していきます。

□ 報告対象組織

カルビーを中心に、グループ会社に関する報告も一部含んでいます。報告項目ごとに、取り組みの対象組織や報告主体を記しています。

□ 報告対象期間

2009年度（2009年4月1日から2010年3月31日まで）。ただし、一部に2008年度よりも前、または2010年度以降の活動報告も含んでいます。

□ 発行日

2010年6月25日

□ 参考にしたガイドライン

環境省「環境報告ガイドライン（2007年版）」

企業理念

私たちは、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、
人々の健やかな暮らしに貢献します。

コーポレートメッセージ

掘りだそう、自然の力。

Calbee

カルビーグループビジョン

顧客・取引先から、次に従業員とその家族から、
そしてコミュニティから、最後に株主から
尊敬され、賞賛され、そして愛される会社になる

カルビーグループ行動規範

① 法令および社会規範等の遵守

- 私たちは、国や海外現地の法令、社会規範、社内外の諸規則やルールを守り、高い倫理観に基づいて、社会に信頼される公正で良識ある企業活動に努めます。

② お客様本位の徹底

- 私たちは、何よりもお客様が第一であることを徹底し、お客様から高い信頼と満足を頂けるよう、安全で質の高い製品とサービスの提供に努めます。
- 私たちは、VOC [Voice of Customer (お客様の声)] を企業活動への確に反映し、新たな価値の創造を目指します。
- 私たちは、生活者一人ひとりのニーズにお応えする提案を通じて、食生活の彩を豊かにし「健やかな暮らし」に貢献し続けます。

③ 従業員の尊重

- 私たちは、互いに個人を尊重し、誰もが生き生きと働くことができる職場づくりに努めます。
- 私たちは、チームワークを大切にして、全員参加で共通目標の達成を目指します。
- 私たちは、地域社会で活躍する一人ひとりのプレーヤーとして自らの能力を磨き続けます。

④ 公平かつ公正な関係の構築

- 私たちは、お客様・取引先・株主を始めとする全ての関係者との間で公平かつ公正な関係維持に努め、企業の社会的責任を果たします。
- 私たちは、お得意先との協力を深めて相互に価値を創出し、共利共盛の関係を構築します。

⑤ 環境・資源の保全・保護

- 私たちは、地球環境の保全に取り組むとともに、省エネルギー活動を推進し地球資源の保護に努めます。
- 私たちは、農業・漁業で働く人々やその産地とより深く結びついたネットワークを構築して「自然の恵み」を大切に活かしていきます。

⑥ 地域社会への貢献

- 私たちは、自らが地域社会の一員であることを認識し、地域社会との調和や連携に努めるとともに、良き企業市民として積極的に社会貢献活動に取り組みます。
- 私たちは、海外で事業を行う際に、その国・地域の文化・習慣を尊重し、国際社会の発展に貢献します。



代表取締役社長 兼 COO
伊藤 秀二

代表取締役会長 兼 CEO
松本 晃

さまざまなステークホルダーの皆様から 尊敬され、賞賛され、 愛される会社を目指します

新たな経営体制のもと ガバナンスを強化していきます

創立60周年を迎えた2009年、カルビーはさらなる成長を目指して経営体制を一新し、新生カルビーとしてスタートしました。イノベーション（成長戦略）とコストリダクションを経営の二本柱にガバナンスの強化を進め、理念を共有するパートナーとして世界最大規模の食品・飲料会社であるPepsiCo, Inc.（ペプシコ）と戦略的提携契約を結びました。また2010年から本社オフィスを東京・丸の内に移して企業活動を展開しています。

新体制のスタートにあたって掲げた新たなビジョンには、カルビーを取り巻くステークホルダーの皆様と、より良い関係を築いていきたいという想いを込めています。「顧客・取引先から、次に従業員とその家族から、そしてコミュニティから、最後に株主から尊敬され、賞賛され、そして愛される

会社になる」——これが私たちカルビーの誓いであり、CSRの基本姿勢です。

安全・安心を徹底し 自然の恵みとお客様を結びます

カルビーは創立以来、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するという企業理念のもと、自然の恵みを活かした商品・サービスを提供してきました。特に、食品会社として「食の安全・安心の徹底」と「豊かな食文化の創造」は、最優先で果たすべき責任だと考えています。

カルビーでは、原料であるじゃがいもの開発に始まり、その調達から製造、店頭での販売に至るまですべての工程で品質を管理しています。この仕組みを利用してポテトチップスの生産工場やじゃがいもの生産地、生産者の情報を公開し、多くのお客様にご利用いただくなど、常に変わらぬ

高品質の商品・サービスを提供するための取り組みを続けています。

お客様の声を企業活動に反映しています

お客様への責任を果たしていくためには、一方的な情報発信にとどまらず、お客様からの声に積極的に耳を傾け、双方向のコミュニケーションを活性化する必要があります。また、お取引先様とは公正で良好なパートナーシップを維持することが重要です。

カルビーでは、「お客様相談室」にお寄せいただくご意見や、店頭で営業担当者が収集した情報など、お客様からいただいたすべての声にお応えし、貴重なご意見やご要望を経営課題と認識して企業活動に反映させる仕組みを整えています。

また、カルビーやカルビー商品を支持してくださる女性のお客様で構成された「カルビーサポーターズクラブ」やウェブサイトの会員制コンテンツ「マイページ」をはじめ、お客様とのコミュニケーションの機会を積極的に設けています。

従業員一人ひとりが自律的に行動する組織へ

お客様の声を把握するのも、そこから得られるご要望やご期待にお応えするのも、すべては従業員の日々の業務から始まります。カルビーでは、一人ひとりが自分の役割と責任を理解して、活発なコミュニケーションを図りながら、自ら積極的に課題に取り組み、自律的な実行力を備えた組織になることを目指しています。

教育研修や福利厚生、評価・処遇などの制度・仕組みの拡充・改善に取り組み、女性の活躍推進や障がい者の雇用促進など、多様な人材がそれぞれの能力を十分に活かすことができる環境づくりをいっそう進めています。同時に、従業員と経営陣が直接対話する機会として「タウンホール・ミーティング」を全国の事業所で実施して



タウンホール・ミーティングにて

おり、ここから得られた従業員の意識や意見を、経営上の諸施策に反映しています。

多彩な活動で地域貢献に努めています

企業が持続的な成長を果たすためには、収益と健全な財務状態を保つだけでなく、事業所や工場などがある地域社会を取り巻くコミュニティと協調し、ともに成長していくことが大切です。こうした認識のもと、カルビーは、地域への社会貢献を欠くことのできない重要な使命と考え、地域行事への参加や美化活動、工場見学、防災への取り組み、次代の社会を担う子どもたちの成長を支援する食育活動など、さまざまな取り組みを行っています。

2009年度には、社長直轄組織として社内公募に手を挙げたさまざまな部門の従業員で構成する「社会貢献委員会」を設置し、地域に密着して一人ひとりが汗をかく活動を始めています。



食育の出張授業「カルビー・スナックスクール」にて

環境保全に全力で取り組みます

持続可能な社会の構築に欠かせないのが環境への取り組みであり、これは企業の社会的責任の大きな柱の一つです。カルビーでは、自然素材の原料を「丸ごと使う」ことを追求しています。それと同時に、徹底した産業廃棄物削減を進めるなど、自然の保全・保護に従来から努めてきました。

こうした姿勢のもと、環境への取り組みをいっそう推進するために「環境対策部」を新たに設置。各工場における省エネルギー活動をはじめ、エコドライブやモーダルシフトなど輸配送時のCO₂排出抑制、水使用量の削減など、さまざまな視点から環境活動に取り組んでいます。

今後もコーポレートメッセージ「掘りだそう、自然の力。」のもと、自然素材の持つ力を引きだし、商品に込めてお客様に提案する活動を通じて、CSRの取り組みをさらに推進してまいります。ステークホルダーの皆様におかれましては、いっそうのご指導・ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

座談会

お客様の声に 社長が答えます

お客様に直接お会いしてご意見を伺うとともに、カルビーの考えや姿勢をお伝えしたい——。そうした思いから、今回、2009年度版の「社会・環境報告書」の作成にあたってカルビーサポーターズクラブ会員の方々とカルビー株式会社社長・伊藤との座談会を開催しました。ここでは、座談会で出た質問のなかから主要なものを取り上げて、社長の回答とともに報告します。



カルビー株式会社
代表取締役社長 兼 COO

伊藤 秀二

カルビーサポーターズ
クラブ会員
飯塚 麻美さん

真野 直子さん

本藤 節子さん

❖ 原料の調達について

Q ジャがいもは季節野菜なので、 年間を通じての供給が困難では？

カルビーは、ポテトチップスの原料となるじゃがいものほとんどを、全国各地の生産者の方々との契約栽培で調達し、貯蔵庫で保管して年間を通じて使えるようにしています。

ただし、農産物の収穫量は天候によって左右されます。天候はコントロールできませんので、カルビーは安定して収穫できる品種についての研究に取り組んでいます。また、さまざまな品種のなかからポテトチップスに適したものを選んで開発を進めているほか、じゃがいもの病気に強い品種づく

りなどにも取り組んでいます。

通年で品質を保つためには貯蔵の仕方も重要です。じゃがいもは収穫後も生きていますので、芽を出したり、光を受けてしまうと緑化したりします。低温で貯蔵すれば芽は出ませんが、糖度が上がってしまい、フライした際に焦げやすく、味も落ちます。そこでカルビーは、発芽を抑制したり、温度や湿度、明るさを最適な状態に調整するなど、生のじゃがいもを貯蔵する技術についても研究しています。

また、じゃがいもにはビタミンCや葉酸、ミネラルなどさまざまな栄養素が含まれており、カルビーではじゃがいもやポテトチップスの栄養成分、機能性の基礎研究も行っています。

例えば大妻女子大学との研究ではポテトチップスを食べることによる抗ストレス作用が分かりました。また、東京都健康長寿医療センター研究所と東邦大学との研究ではポテトチップスのビタミンCが確かに体内に吸収されることを確認しています。お客様にこうした自然素材の力を活かした商品を味わっていただくための努力を続けています。

❖ トレーサビリティについて

Q 商品には、どこのどんな原材料が使われているのでしょうか？

カルビーでは、ポテトチップスに使っているじゃがいもの生産者のプロフィールや生産地、工場などの情報が確認できる「じゃがいも丸ごと! プロフィール」をウェブサイトで公開しています。もともと、品質履歴や品質検査結果などさまざまな情報をじゃがいものコンテナや貯蔵庫単位で一元管理する独自の品質管理のシステムを構築してきました。いつ、どの畑で収穫したじゃがいもが、工場生産した時にどんな品質だったかを把握し、その情報を生産者にもフィードバックすることで、栽培技術の向上や原料全体の品質向上につなげています。そのデータをお客様にも公開した結果、カルビーと生産者、そしてお客様とのより良いコミュニケーションが実現しました。

また「かっぱえびせん」や野菜スナックなどについても、原材料・原産国についての詳しい情報をウェブサイトで公開しています。

❖ 衛生管理について

Q 子どもたちも食べる商品なので、工場の衛生管理が特に気になります。

衛生管理や異物混入防止には万全を期しています。製造工程はある程度自動化していますが、じゃがいもの不良部分や芽を取り除くなどの作業には人の手が入ります。製造現場の環境をクリーンに保つために、入室時には手洗いやアルコール消毒はもちろん、エアシャワーやシューズクリーナーなどで細かな塵まで取り除いています。

お客様にご理解いただくためには、製造工程を実際に見ていただくことも大切だと考えています。現在は見学路を備えた工場に限られているのですが、今後は工場見学などの機会をできるだけ多く設けていきたいと思っております。

❖ アレルゲンについて

Q 食物アレルギーについては、どのように対応していますか？

厚生労働省が表示を定める特定原材料7品目はもちろん、それに準ずる18品目についても商品パッケージに表示しています。アレルゲンについて知りたいことはお客様によって異なりますが、パッケージにたくさんの情報を記載しすぎて読みづらくなるとは本末転倒です。そこで、パッケージでは多くの方が必要とする情報を分かりやすく表示するとともに、「お客様相談室」の連絡先を明記して個別の対応を行っています。また製造工程では、アレルゲンを含んだ原料が別の商品の製造ラインに混入しないように、管理を徹底しています。ロングセラー商品の改良時に商品の味を見直す際には、新たなアレルゲンを加えないようにしたり、パッケージで変更を知らせ、お客様が気付かぬうちに摂取してしまうことのないように努めています。

❖ お客様の声について

Q 商品の改良や新商品の開発に、私たち消費者の声は多少でも反映されているのでしょうか？

反映させていただいています。例えば「おいしい／おいしくない」「濃い／うすい」といった感覚的なことは、できるだけ多くの方に評価していただくことが大切だと考えて、継続してお客様の調査を実施しています。

カルビーはいつも、多くのお客様からより多くのご意見をお聞かせ願いたいと考えています。商品に「お客様の声をおきかせください」と大きく記載しているのもそのためです。これからもお客様とのコミュニケーションを大切にして、



より良い商品をお届けしていきます。皆様もぜひ、率直なご意見をお寄せください。

カルビーサポーターズクラブとは

カルビーサポーターズクラブは、2004年12月からスタートした、カルビーやカルビー商品を支持して下さる女性のお客様で構成された会員組織です。会員の皆様の声を積極的に伺い、商品の開発・改善や企業活動に反映しています。

お客様による工場視察

新宇都宮工場を訪ねました

座談会に参加した3名のお客様が、ポテトチップスの主力工場である新宇都宮工場（栃木県宇都宮市）を訪問しました。

1995年から操業している新宇都宮工場では、ポテトチップスや小麦系スナック、コーン系スナック、「Jagabee」などの商品を生産しています。カルビーは国内に14の生産拠点を有していますが、新宇都宮工場は最も多い生産量を占めています。300人を超える従業員が働くこの工場では、全工程にわたって衛生管理・品質管理を徹底。ここで蓄積された管理ノウハウは、他工場にも展開されています。

お客様はポテトチップスの製造工程と、各工程での安全・安心のための取り組みを視察しました。



前処理

きれいに水洗いしたあと、皮むき機にかけ、傷んだ部分や芽など、商品に不向きなところを一つひとつ人の手で取り除きます。

徹底した衛生管理

工場内では衛生管理を徹底しています。工場内に異物を「持ち込まない」「落とさない」「混入させない」ために、細かなルールを定めて実行。例えば、製造ラインに入る作業者は毛髪などが落ちないように工夫した工場服に着替え、入室時にはエアシャワーやシューズクリーナー、ローラーがけなどで細かな塵まで取り除いたうえで、手洗いとアルコール消毒を徹底しています。



入室前のエアシャワー



芽や傷は除去して加工工程へ

原料受け入れ

収穫されたじゃがいもは貯蔵庫で大切に保管して、生産計画に応じて必要な量だけ工場に運びます。

トレーサビリティの確保

貯蔵庫では温度と湿度を最適に保つ空調システムを用いて、じゃがいもの品質を24時間体制で管理しています。

工場に運ばれるじゃがいもは、コンテナごとに生産者や生産地・品種などの情報がバーコード管理されています。これによって、お客様は商品の製造日と製造工場を特定すれば、その商品に使用しているじゃがいもの情報をたどることができます（P.11参照）。



貯蔵庫から工場へ運ばれたじゃがいも



検査した後に製造ラインへ



包装

コンピュータ制御で計量、自動包装機でバック。空気もれや重量を一袋ずつ検査した後、段ボールに箱詰めします。



おいしさを保つ鮮度管理

商品の鮮度を保つために、酸化しにくいアルミ蒸着フィルムのパッケージに窒素を充填して密封包装します。

パッケージには製造日と賞味期限に加えて、工場と生産ロットを示す記号と一袋ずつ異なる通し番号を記載 (P.11 参照)。どの製造ラインでいつ加工されたかが分単位で分かるようにしています。

箱詰めした商品は倉庫に保管して、成分検査の結果で品質を確認できてから出荷します。



一袋ごとに計量



パッケージの表面に製造日と賞味期限を表示



加工調味

薄くスライスし、オートフライヤー (自動揚げ調理器) へ。不良品を取り除いて、調味ラインで味付けします。

均一な品質に保つために

スライス時の厚さは原料の品種や品質に応じて微調整しています。また、正確さを保つよう数時間おきに刃を交換しています。

油が傷まないよう、でんぷんを丁寧に洗い落とすうえで、良質の植物油で揚げます。カメラセンサー内蔵の検査機と人の目の二重チェックで不良品を除去。その後、ラインごとに一定数を抜き取って塩分や油分、水分などの成分検査を実施します。



均一に揚げたものだけ包装ラインへ



包装前の成分検査

視察を終えて

大切に商品を作っている姿に感動しました

飯塚 麻美さん



商品の製造過程を知りたくて参加しましたが、想像以上に多くの方が、一つひとつ大切にじゃがいもを扱っていて感動しました。製造現場に入る時には混入を防ぐためにアクセサリ類も外すなど、安全・衛生への配慮が徹底されていて安心できました。

とても「きちんとしている」という印象でした

本藤 節子さん



もっと機械化されているかと思っていましたが、人の手で大切に扱っているのを見て、安心できました。油の温度を綿密に管理したり、スライサーの刃を頻繁に取り替えたりと、さまざまな面でチェックが行き届いて「きちんとしているな」という印象でした。

生産者の気持ちが伝わっていることを実感しました

真野 直子さん



コンテナごとに生産者が分かるよう管理されているのを見て、生産者のじゃがいもづくりへの思いが工場にもきちんと伝わっていることが実感できました。また、丁寧に芽などを取り除いている姿を見て、自分で調理する大変さを思い出し、感心しました。

お客様のために

品質マネジメントの推進

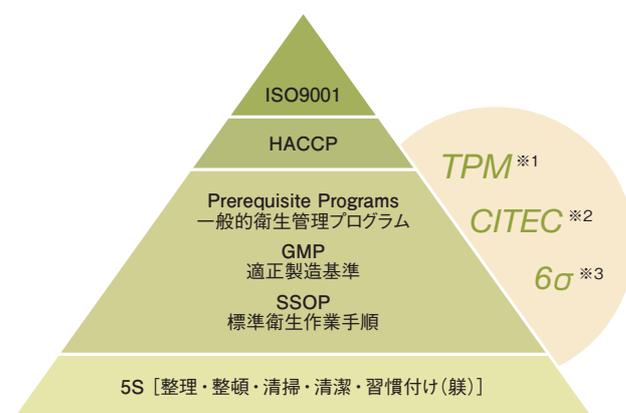
製品の安全性を確保することは品質保証の基礎であり、食品会社の重要な経営課題です。カルビーでは品質保証を「お客様が期待する品質の製品を継続的に提供する」に加えて「決められた期間は安全で安心しておいしく食べられる」を実践することであり、「お客様に信頼していただける体系的な活動」としています。

安全・安心に関するお客様の期待に応え、製品の安全管理を徹底していくために、カルビーは2000年8月に品質保証体制を再整備して品質保証室を設立。原料から製造工程、店頭に至るまで、品質にかかわるあらゆることについて監督・管理しています。問題発生時の未然防止に努め、また、問題が起こった時には社内外へ働きかけて、被害を最小限にとどめると同時に再発防止を支援しています。

また、品質保証の体制や仕組みをお客様視点で評価し、継続的に改善していくために、品質マネジメントシステムの国際標準規格であるISO9001を認証取得しているほか、AIB（米国製パン研究所）の食品安全統合基準「AIBフードセーフティ」に則った食品安全監査を展開しています。

さらに、品質保証部主催で社内勉強会を積極的に開催するなど、従業員一人ひとりが食の安全・安心を自ら実践できるよう教育・啓発に取り組んでいます。

カルビーの品質保証体系



- ※1 TPM 効率的な企業体質づくりを目的として、全部門でロス・ゼロ達成を目指す活動
- ※2 CITEC 安全・安心のための、工場での作業ミス未然防止システム
- ※3 6σ 欠陥の発生頻度を100万回中3.4回に抑える改善手法

社会への取り組み

カルビーグループの事業は、お客様、お取引先様、従業員、地域社会、株主様などに支えられています。こうしたステークホルダーとより良い関係を築いていけるよう、製品・サービスの品質向上や働きやすい職場環境づくり、社会貢献活動に取り組んでいます。

品質マネジメントシステムの 継続的な改善に努めています

高品質経営を実現してお客様の満足度を高めていくために、国際標準ISO9001を全社で統合認証取得しています。1999年、下妻工場での認証取得を皮切りに、各工場で順次、認証取得し、2004年に全社での統合認証を受けました。認証取得後は、目標の策定(Plan)、これを達成するための活動(Do)、進捗確認(Check)、改善(Act)というPDCAサイクルによって品質保証体制を継続的に強化しています。

社外審査機関による審査を受けるほか、内部監査も実施しています。ISO内部監査は「現場で、お互いの進んでいるところを学び合う」ことを目的に、事業部門・工場間などで相互に行っています。また、定期的に内部監査員養成セミナーを開催しており、2009年度は4月に全国から58人が参加して行いました。

今後も、より効率的な運用を図ることを目標に活動を進めていきます。



ISO内部監査員養成セミナー

食品衛生を徹底しています

「持ち込まない」「落とさない」「混入させない」の3原則を基本に、毛髪をはじめとする異物の混入防止策を強化。原料・設備・部品・人・環境について清掃徹底や作業方法の厳守、不要物撤去などを行っています。

また、2007年2月に「食品衛生ハンドブック」を作成して従業員の指導を徹底しているほか、2000年12月に「カルビーグループ食品衛生標準」を策定し、これが守られているか各所で点検・改善を実施しています。

クレーム撲滅キャンペーンを展開しています

異物混入や印字不良防止などに取り組む「消費者クレーム撲滅キャンペーン」を、2001年度から続けています。これは、2000年8月に発生したカナヘビ(とかげ)混入事件、2001年6月に発生した「じゃがりこ」の未承認GMO(遺伝子組み換え体)混入事件を教訓に、安全徹底への決意を忘れないようにと始めたもので、毎年6月から8月にかけて全社で実施しています。

2009年度は、全国で改善事例の発表会を開催し、各事業所から選出された優秀事例のなかから「クレーム撲滅キャンペーン大賞」を決定し、表彰しました。

開始から10年目となる2010年度は、原点に立ち戻り、過去の異物混入とクレームの事例を改めて全社で共有。お客



様の立場で考え、より良い商品・サービスへとつなげていきたいと考えています。

消費者クレーム撲滅キャンペーン
本社発表会

食物アレルギーへの配慮

カルビーグループでは、食物アレルギーへの配慮を重要な課題の一つだと考えています。2006年に、研究開発部門や品質保証室、生産管理部門、お客様相談室など社内の関連部署を集めて「アレルゲン対策プロジェクト」を発足。モデル工場を設定してアレルゲンリスクを減らせる清掃方法や設備改善などを研究し、「清掃基準書」を作成しました。この基準書に沿った清掃を、2007年から全国工場徹底。また、基準書に沿った社内監査や作業教育も実施しています。

さらに、厚生労働省が表示を定めた特定原材料7品目はもちろん、それに準ずる18品目についてもすべてパッケージに表示しており、また特定原材料7品目のコンタミネーション(混入)についても注意喚起表示を行っています。お客様一人ひとりの具体的なアレルギーに関する質問などを個別に受け付ける体制も整えています。

お客様のために

お客様への情報開示

カルビーは1973年、菓子業界で初めて商品パッケージに製造年月日の印字を開始しました。これは「つくりたてのおいしさを味わっていただきたい」という、商品鮮度を重視する考えによるものです。当時は小売店や他メーカーから「古いものが売れ残るのでは」と懸念されましたが、今では業界の常識となっています。

現在は、表面に製造年月日と賞味期限、裏面には工場記号やシリアルナンバー、製造ライン、製造時刻などを表記しています。



商品パッケージの表示(表面)

(裏面)

原料の品質を改善するシステム

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ために、カルビーでは、原料であるじゃがいもの品質を畑と貯蔵庫、工場ですり返し検査し、基準に合格したじゃがいもだけを使用しています。2001年からは、これら品質履歴や品質検査結果の情報をじゃがいものコンテナ単位でデータベースに入力・集積して一元管理する独自の品質管理システムを確立・運用しています。

畑・貯蔵庫・工場での検査項目



この品質管理システムは、食の安全・安心確保のために原料の生産地や栽培方法、流通経路を把握する「トレーサビリティ・システム」の機能も果たしています。じゃがいもは収穫した畑ごとに区分して、畑から貯蔵庫、工場までコンテナで運びます。個々のコンテナにつけた固有の情報から、畑での栽培実績や品質・量、工場での作業実績や使用結果、流通経路などを把握して、生産者へ速やかに伝達することができます。これらの情報は翌年の栽培の改善に活かしています。



じゃがいものコンテナと固有の情報を記したラベル

「じゃがいも丸ごと! プロフィール」を公開しています

お客様に安心してカルビーの商品を召し上がっていただけるように、2007年からカルビーのウェブサイト上に「じゃがいも丸ごと!プロフィール」を公開しています。



「じゃがいも丸ごと!プロフィール」

このコンテンツでは、品質管理システムを活用して商品パッケージ（ポテトチップス商品の一部）に記載されている製造年月日と製造所固有記号を入力することで、じゃがいもの生産者や生産地区、そして生産工場などを検索していただけます。

ITを使って貯蔵プロセスを改善しています

年間を通してポテトチップスを安定供給するために、北海道での収穫が終わる毎年10月中旬から、九州で翌年5月下旬に収穫が始まるまでの間、じゃがいもを貯蔵庫で、収穫した時と同じ状態が保てるような環境で大切に保管しています。貯蔵庫では、ITを活用して庫内の品温・湿度・CO₂排出量を測定して管理。庫内の環境を数値データで視認できるようにすることで、常にじゃがいもに適した環境を保つなど、貯蔵プロセスに関する高度な技術を確立しています。

今後は過去の貯蔵履歴の情報なども活用し、さらなる貯蔵プロセスの改善に取り組む予定です。



貯蔵庫（外観）



庫内に貯蔵したじゃがいも

生産者と連携した品質改善

ポテトチップスなどの品質は原料であるじゃがいもの品質に大きく左右されます。そこで、原料となるじゃがいもについて、形や大きさだけでなく、比重や不良率などにも厳しい基準を設けています。また、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」を全国に配し、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支援をしています。

2009年度は、生産者ごとに栽培での改善課題や納期を明確にした「改善対策計画」を作成して、生産者やフィールドマン、支援スタッフが共有し、進捗を確認しながら改善を進めました。

また前年度に続いて、2009年度も生産者とともにじゃがいも全体の品質向上を目指すキャンペーンを展開しました。畑では、収穫時の傷や打撲などの程度によってじゃがいもをA・B・C・Dの4段階に分別します。このキャンペーンは、傷や打撲などを減らして高品質なAランクの率を高めようという取り組みです。キャンペーンでは、全戸のハーベスター（収穫機）を点検し、合格した機械には「Aランクステッカー」を貼付するなどの活動を進め、その結果、2009年度のAランク率は63.3%となりました。収穫後には、チャレンジした生産者の日頃の労苦と栄誉を称えて全道優良表彰を行いました。



じゃがいもの収穫



キャンペーンのステッカーとのぼり

お客様のために

全件対応の「お客様相談室」

「お客様の声をおきかせください」——1992年、カルビーはお客様のご意見・ご指摘・ご要望・ご質問を直接伺うために、シリアル商品に「お客様相談室フリーダイヤル」を表示しました。以後、本社に続いて全国7地域にも「お客様相談室」を設置し、現在は、電話や手紙、メールで寄せられる1日120～130件の声に全件対応しています。

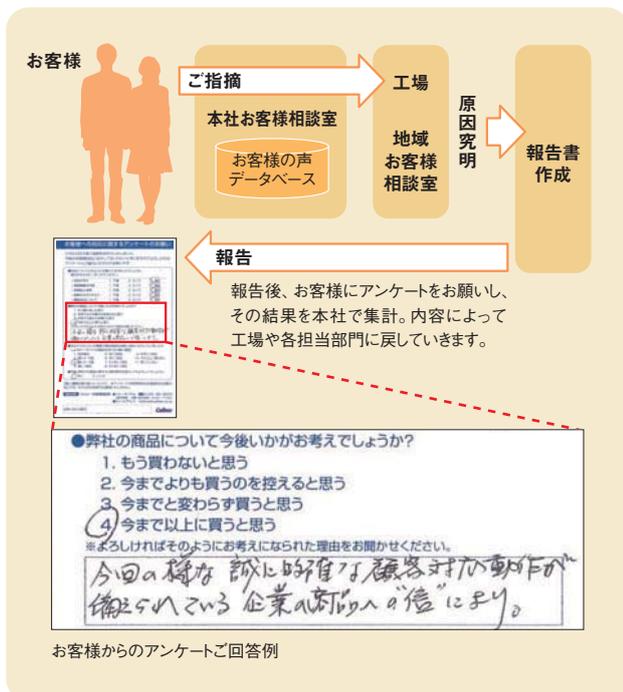
寄せられたご意見は商品担当者や工場、販売部門と共有し、商品・サービスの改善に活かしています。また、ご指摘(クレーム)については、調査・是正措置の状況や結果を工場の品質保証担当者からお客様へ報告するなど最優先で対応し、全件に最適な方法で対応する仕組みを整えています。



お客様相談室

結果を工場の品質保証担当者からお客様へ報告するなど最優先で対応し、全件に最適な方法で対応する仕組みを整えています。

ご指摘対応フロー



お客様からの相談件数の種類別内訳



また、お客様相談室にご指摘(クレーム)を寄せてくださったお客様には、最終報告後にアンケートをお願いしています。アンケートで、今後カルビー商品を「今まで以上に買う」と「今までと変わらず買う」と回答されたお客様を合わせると96%に達しました。

お客様からのご意見・ご要望を反映しました

シリアルクッキーシリーズに対して「近くに売っていない」などご不満のお声をいただいていた。そこで、お店に行かなくてもご購入いただけるように、ウェブサイト「カルビー eショップ」での販売を開始しました。



ウェブサイトで「お客様のお声から学びました」の画面

ウェブサイト「お客様のお声から学びました」の画面

ニーズ視点の商品開発

商品作りのなかで最も重視しているのが「お客様の声」です。お客様相談室にお寄せいただく声や、発売前の商品のコンセプトや試作品を評価していただくモニター調査のご意見を商品作りに反映させています。また、店頭で営業担当者が収集したお客様や商品に関する情報は、バックオフィス「沖縄コミュニケーションプレイス」で集約・一元管理して、社内関係部門に速やかに伝えることで、商品・サービスの開発・改善などにつなげています。

既存商品については、そのブランドのイメージや特長、世界観を守りながら、お客様の高齢化や健康志向の高まりを視野に入れて「今カルビーに求められている商品」を追求しています。例えば「一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少量個包装シリーズを発売。また、季節感を大切にした期間限定商品も発売しています。



少量個包装商品(右)と期間限定商品

お客様との双方向コミュニケーション

ウェブサイト上にさまざまなコンテンツを用意して、お客様とのコミュニケーションを深めています。例えば会員制コンテンツ「マイページ」（会員数2010年3月現在 27万人）内では、自分専用の畑でじゃがいもを栽培してカルビーに納品する「じゃがいも農場」や、栽培したじゃがいもの貯蔵



マイページ「じゃがいも農場」

から商品化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」などを展開。素材や品質管理に対するカルビーの姿勢などを楽しみながら知り、実感していただいています。

また、じゃがりこファンによるウェブサイト上の学校「それいけ!じゃがり校」では、“生徒”たちが新商品を開発したり、カルビーの担当者と実際に触れ合う「リアル生徒会」を開くなど、双方向コミュニケーションを図っています。



「それいけ!じゃがり校」

じゃがり校生と一緒に作り上げた
「じゃがりこカルボナーラ味」

TOPICS

頼れるアドバイザー「カルビーサポーターズクラブ」を運営

2004年12月から、カルビーやカルビー商品を支持して下さるお客様で構成された会員組織「カルビーサポーターズクラブ」（会員対象：学生を除く20歳以上の女性）を運営しています。

同クラブは、お客様の声を積極的に収集すること、お客様とのコミュニケーションを深めることを目的とした組織です。会員専用ウェブサイト上での意見交換や、会員の方々とカルビー担当者がじかに接するイベントの開催などを通じて、お客様が望んでいることをタイムリーに伺っています。

2009年度は、じゃがいもの収穫やご家庭でのじゃがいも栽培を体験していただいたほか、設立5周年を祝うパーティーなどを開催。こうした取り組みから得られた声を分析し、商品の開発・改善など事業活動に反映しています。



契約農家の畑での
じゃがいも収穫体験

皆様の声を 今以上に活かしていきます

お客様との直接的な対話を通じて、最高の満足を得ていただき、絆を深めていきたいと考えています。2009年度に開催したイベントでは「カルビーを愛する人たちと交流でき、いろいろなカルビー商品を知れてうれしかったです」「子どもと初めてじゃがいもを育ててみて、食物のありがたさを改めて実感しました」など喜びの声をいただいています。今後はワン・トゥ・ワンのリレーションをさらに深め、会員の皆様の声を今以上に企業活動に活かしていきたいと思っています。



マーケティング本部
マーケティング企画部CRM課 課長
遠田 孝司

お取引先様のために

公正な取引の徹底

カルビーは事業活動に必要な原料や資材を、契約農家をはじめとする多数のサプライヤーから購入しています。また、商品の販売にあたっては全国の流通・小売事業者様に協力を得ています。

こうしたお取引先様と良好なパートナーシップを保つために、購買取引においては企業理念とCSR活動の考え方を取り入れて、コンプライアンス、品質・安全性、環境保全、情報セキュリティ、公正取引・倫理、労働安全衛生に配慮しています。今後も信頼関係のさらなる維持向上に努め、「共利共盛」の関係構築を目指します。

明確な方針とガイドラインのもとで購買管理を徹底しています

お取引先様の信頼を得るためには「公正かつ公平な取引関係の構築」が大前提です。この認識に沿って、2004年に「カルビー株式会社購買管理規程」を制定しました。この規程では、原材料などの購買に関する基本的な考え方と方針をまとめるとともに、購買業務に関する責任と権限を設定。そのもとで必要な原材料などを適正・円滑に調達することを明文化しました。

こうした考え方や方針を広く社外へも表明することを目的に、2010年に「カルビー株式会社購買方針」と「取引ガイドライン」を定めました。2010年2月には主要なお取引

購買基本方針

1. Calbeeは、日々の購買取引の決定、並びに新規取引先の選定については、品質、価格、安定供給の視点、エコ並びに環境保全など合理的な方針に基づいて実施します。
2. Calbeeは、購買取引において特定の取引先に過度に集中することのないよう、また特定の取引先がCalbeeに対し過度に依存することがないように、適正購入量を保ち、複数の取引先から購入するよう努めます。
3. Calbeeは、取引ガイドラインに策定された基準に従い、合理的な方針に基づき、お取引先を選定し、公正な選定の為、購買部門は他の部門から独立し、客観的に選定評価を実施します。
4. Calbeeは原則として、複数の取引先から相見積もりを取得し、競争の確保と公正な取引先選定を実施します。
5. Calbeeは、入札または相見積もり等を行った場合、取引先に選定されなかった企業に対し、要請があれば、可能な範囲でその理由を明示してまいります。
6. Calbeeは、継続的な取引は基本取引契約書を締結し、契約に基づき実施します。その他単発的な取引等についても、原則として都度文書による購買契約に基づき取引を実施します。
7. Calbeeは、取引先に対する当社製品の販売を直接の目的とする取引は行いません。
8. Calbeeは、新規取引先の参入を広く海外にも求め、オープン且つ積極的にその機会を設けてまいります。

先様を対象にパートナーシップミーティングを実施、いっそうのパートナーシップの構築に向けて購買方針やガイドラインなどについて説明し、意識共有を図りました。



お取引先様を対象にしたパートナーシップミーティング

お取引先様を公正に評価しています

お取引先様との共栄を目指して、公正な評価にも注力しています。例えば、お取引先様の評価基準をまとめた「アセスメントマニュアル」を2002年に制定して、以後毎

年、お取引先様に対するアセスメント(評価)を実施しています。これは、原料調達部門の担当がお取引先様のもとへ赴き、原料規格に適った原料を出荷できるのか、また工程での衛生管理や異物混入防止策などの実行状況はどうかなどをA・B・Cの3段階で評価するものです。評価結果をお取引先様へ通知するとともに、必要と判断した場合は改善をお願いしています。

2009年度は、46のお取引先様を対象にアセスメントを実施しました。個々のお取引先様に対して、半年から2年に一度の頻度でアセスメントを繰り返し実施してきたことで、評価は高まってきています。またお取引先様の意識も向上し、「第三者の観点から評価を受けるのは有意義」という声を頂戴しています。アセスメントを重ねるごとに、前回の評価を上回る結果が多くのケースで得られています。

TOPICS

契約農家とのパートナーシップを構築

高品質な原料を安定して確保するために、じゃがいもの過去の栽培履歴を記録するほか、研究開発部門ではポテトチップスに適したじゃがいもの品種や栽培技術を研究しています。こうして蓄積したデータをもとに、カルビーでは高品質なじゃがいもを収穫するための栽培プロセス管理手法を構築。この手法を活かして全国の契約農家を支援しています。

収穫されたじゃがいもを毎年、安定的に購入し、また栽培支援を通じて収量と品質の安定にも貢献することで、契約農家の皆様と良好なパートナーシップを構築しています。



じゃがいもの収穫

いっそう高品質な原料作りに努めます

じゃがいも作りは自然が相手なので厳しさもありますが、カルビーさんの丁寧できめ細かな支援のおかげで、じゃがいもの品質は良くなっています。今年も高品質なじゃがいもが収穫できました。心を込めて作っていますので、ぜひおいしい商品にしていきたいですね。これからも良い取引関係を続けられるように努力していきたいと思っております。



契約農家(JA帯広かわにし)
児玉 英敏さん

従業員のために

人を活かす組織・制度づくり

カルビーでは「社員満足」を経営における重要な柱としています。従業員一人ひとりが満足し、やりがいを持って働ける職場づくりに努めています。

自律的な実行力を備えた組織へ移行しました

2009年度、従業員一人ひとりが自分の役割と責任を理解して活発なコミュニケーションを図りながら課題に取り組めるよう、簡素化・透明化・分権化を軸にした新組織体制へ移行しました。従来本社が担ってきた役割(責任)・権限を各部署に委譲。この分権化によって、一人ひとりが活き活きと活躍し、また自らの判断で積極的に課題解決に取り組めるような環境を整備しました。

2010年度からは、管理者に対しては責任に応じた年棒とコミットメント達成度に応じたインセンティブを支給するなどの評価制度を進めています。

目標達成に向けて積極的に取り組める風土づくりを進めています

目標達成に向けて積極的に取り組める風土づくりを目指して、キャリア開発プランの整備を進めています。第一段階として、リーダーの職務・能力要件を改めて設定し、リーダー層の従業員に対してアセスメント(診断)を実施。一人ひとりの長所や改善課題を明らかにしてキャリア開発に活かしています。2009年度は、アセスメントの対象範囲をリーダー以外の職務へ広げました。

こうした仕組みのほか、新入社員研修や階層別・職種別教育など各種の集合研修を実施しています。さらにeラーニングを推進しており、2009年度はメニュー数を99にまで増やしたほか、受講対象をグループ会社であるカルビーポテト(株)の従業員へも拡大しました。今後も研修の充実を図



り、人材育成を強化していきます。

リーダー層を対象にした研修

従業員が経営トップと直接対話する機会を定期的に設けています

2009年に就任した会長の松本、社長の伊藤が全国の事業所に赴いて従業員と直接対話する「タウンホール・ミーティング(THM)」を定期的に開催しています。2009年度は就任直後の6月下旬から9月にかけて22カ所で、12月から翌年2月にかけて23カ所で実施しました。

THMでは、会長・社長が経営方針や考え方を説明するとともに、率直な質疑応答が繰り広げられます。従業員が経営トップと自由に語り合う意見交換の場として定着しています。

「全国成果発表会」を開催して従業員の優れた成果を称えています

従業員の優れた成果を称え、グループ全体で共有することを目的に「全国成果発表会」を毎年開催しています。これは、従業員が業務プロセス単位でチームを組んで実行した改善活動の成果を発表するというものです。各事業所での予選会などを経て、本大会では参加者全員の投票によって選考、表彰します。入賞したチームは社内報やイントラネットでも紹介され、従業員の士気向上につなが



ています。2009年度は15チームが本大会で発表しました。

全国成果発表会

また、2009年度はグループ全従業員を対象に、新たな価値を生み出す優れたアイデアと、コスト削減活動の成果を表彰する「コスト・リダクション大賞&イノベーション大賞」を実施。全国から約350件のエントリーがありました。

2010年度からは新たに「社長賞」制度を設け、テーマや内容を一新してコスト削減の成果やアイデアなどに対す



る表彰を定期的に実施していきます。

コスト・リダクション大賞&イノベーション大賞の表彰式

安全衛生管理

従業員の安全と健康に配慮することは企業の大切な責任です。カルビーでは、従業員に対して定期健康診断を実施しています。また、社外機関と契約して24時間体制のメンタルヘルス相談窓口も設けています。さらに、2010年度からは、がん検診受診率50%を目指す国家プロジェクト「がん検診受診率アップ企業アクションプラン」に参画し、乳がん検診などの取り組みを進めます。

こうした労働安全衛生への取り組みを各職場で継続・強化していくために、法律に基づいた「安全衛生委員会」を定期的開催。労働災害の防止や職場環境の改善、心身の健康管理などについて産業医を交えて話し合い、各種施策を決定・実行しています。2009年度は、職場のリスクアセスメントの継続・普及を通じて災害リスクの低減を図るなど、各職場で活動しました。

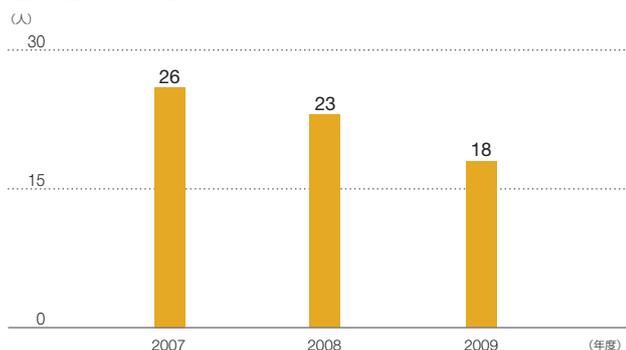
多様な人材の活躍支援

多様な人材がそれぞれの能力を最大限に発揮しながら、安心して生き生きと働ける職場づくりに取り組んでいます。高齢者・障がい者を積極的に雇用する制度や仕組みを整えており、また、仕事と生活のバランスのとれた働き方を支援しています。

定年退職者の再雇用制度を整えています

定年を迎えた従業員を1年契約で65歳まで再雇用する制度を整えています。制度の適用対象は、満60歳到達

定年退職者再雇用数の推移



※ 集計対象組織：カルビー、オイスカ(株)

時に「①再雇用を希望し、体力・能力と働く意欲がある」「②職場から再雇用の要請がある」という2つの条件に該当する従業員としています。

障がい者雇用を推進しています

2006年、「障がい者が普通に働ける普通の職場」を目標に、滋賀県の湖南工場に商品の箱詰め・梱包などの業務を担う製造3課を設置しました。同課の従業員は設立から継続してアビリンピック(滋賀県障がい者技能競技大会)にも参加しています。また湖南工場は、障がい者団体からの工場見学や職場実習の受け入れを通じて就労を支援しています。

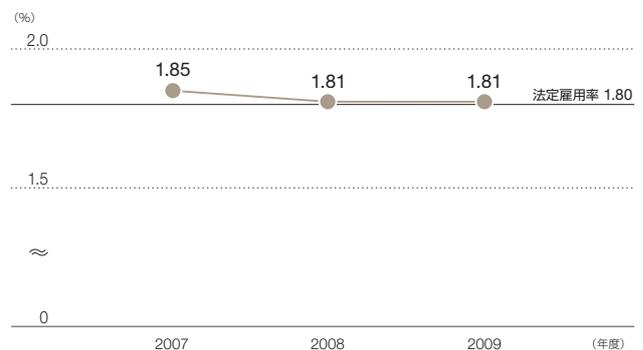
2010年度には湖南工場製造3課を独立させて特例子会社カルビー・イトーク(株)として操業を開始する予定です。

2009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。



湖南工場 製造3課

障がい者雇用率の推移



※ 集計対象組織：カルビー、オイスカ(株)

ダイバーシティへの取り組み

カルビーは、多様な人材が、どのようなライフステージにあっても、能力を最大限に発揮しながら安心して生き活きと働ける会社を目指しています。まずは従業員数も多く、男性と比べて出産などのさまざまなライフイベントを迎える「女性」に着目し、その活躍を推進していきます。将来的には、女性のみならず、カルビーグループ全従業員のライフとワークの充実につながっていく活動を進めていきます。

従業員の育児・介護を支援しています

1992年から、従業員が育児のために利用できる休業制度・短時間勤務制度を運用しています。

2004年には「育児に関わる勤務制度の円滑運用を考える委員会」を6カ月期限で設置し、提言をまとめました。その

委員会から生まれた育児休業中の定期面談制度は、半年に1回から3カ月おきへと回数を増やし、現在も実施・継続しており、退職後のスムーズな職場復帰に役立っています。今後は職場復帰後、さらに活躍できるような環境整備・意識改革に取り組みます。また、勤続1年以上の従業員を対象に介護を支援する制度も整えています。まだ利用率が低いことから、制度の見直しなどの検討を進めていきます。

育児・介護に関する主な制度 (2010年3月現在)

制度	適用期間および内容
配偶者出産時休暇	配偶者出産の前後1週間以内に1日
育児休業	子が2歳になる誕生日前日まで
育児短時間勤務	子が小学3年生修了時まで(5時間以上/日)
介護休業	要介護者1人につき連続1年以内で会社が必要と認めた期間
介護短時間勤務	要介護者1人につき1年以内(5時間以上/日)

※ 2010年6月30日の育児・介護休業法改正にあわせ、男性の育児参加をいっそう推進していく予定です

TOPICS

ダイバーシティ委員会を設置

多様な人材が生き活きと活躍することが、企業の活性化につながるという考えのもと、グループ横断メンバーによる「ダイバーシティ委員会」(15人・任期1年間)を新たに設置しました。それに先立って2009年度は、さまざまな立場の従業員がダイバーシティを活性化させる施策について討議する「ダイバーシティを考える会」を10月と12月の2回開催。10月に提案された「ビジネスネーム使用」は早速12月から実施され、本人の希望により婚姻後も引き続き旧姓を使用することが可能になりました(初回は41人が申請)。2010年度から委員会活動を本格化し、現状把握・制度周知／



ダイバーシティを考える会(2009年12月)

見直し・啓発活動などを積極的に行き、社内外に情報発信していく予定です。

会社とみんなの「成長」と「Happy!」を目指します

「女性の活躍なくして企業の成長はなし」というトップの考えのもと、役職者への女性登用があたりまえになった時、会社もみんなも「Happy!」になれるべく、誰もが働きやすく、家庭を大切にできる環境づくりに努めます。そして、そのことがカルビーグループの成長にもつながるはずです。



CEO/COO室 経営企画部
兼ダイバーシティ委員会委員長
後藤 綾子

グループ全体での社会貢献

カルビーグループで働く一人ひとりは、地域に暮らす住民であり、工場や事業所はその地域に暮らす人々と無縁ではられません。「コミュニティ」への貢献は、カルビーグループにとって欠くことのできない重要な使命です。すべての従業員が社会貢献の重要性に気付き、自ら進んで積極的に活動する人になろうとしています。

「社会貢献委員会」を発足させました

カルビーの全グループ、全従業員によるコミュニティへの貢献を実現していくために、2009年10月、「社会貢献委員会」(12人、任期2年間)を新たに発足させました。この委員会は社長直轄の組織であり、委員は社内公募に手を挙げたさまざまな部門の従業員で構成しています。

2009年度、委員会では社会貢献活動における約束と責任を明示した「ミッション・ステートメント」(カルビーグループ従業員の使命声明)を策定しました。また、それを社内でも共有して具体的な取り組みに関するアイデアを公募。社外から講師を招いての勉強会、社会福祉団体や先進的な取り組みをしている企業への訪問なども進めました。それらをもとに、母・子ども・家族・家庭・食・自然・環境を中心にテーマを据え、「地域に密着した汗をかく活動をする」などの2010年度活動方針を決定。地域社会、さらには



社会貢献委員会

全世界の共同社会に貢献するべく活動を進めていきます。

カルビーグループ社会貢献

ミッション・ステートメント

私たちカルビーグループ社員は、良き市民として、
私たちが生活し、働いている地域社会、
さらには全世界の共同社会に貢献します。

フードコミュニケーションに取り組んでいます

人々の健やかな暮らしに貢献するために、身近なお菓子を通して食の正しい知識や楽しさを伝える活動を全国各地で続けています。

● 「カルビー・スナックスクール」を開催

2003年から出張授業「カルビー・スナックスクール」を各地の小学校で実施しています。次世代を担う子どもたちに身近なおやつを通じて「正しい食習慣」と「自己管理能力」を培ってもらいたいという想いから、カルビーの従業員が講師となり、「楽しいおやつの食べ方」(おやつを食べる量・時間、パッケージの見方)を分かりやすくお伝えしています。

2009年度は約420校で実施し、これまでの累計参加者数は約14万人に達しました。児童からは「これからはパッケージの裏面も見てお菓子を選ぼうと思います」、先生からは「身近なおやつのなかに、学習につながるたくさんの要素があることが分かりました」など多くの声をいただいています。



カルビー・スナックスクール

● 食とスポーツのコラボレーションを推進

「食」も「スポーツ」も、人々の健康を支える点で共通するという考えのもと、Jリーグと共同してサッカーに食育の要素を加えたイベントを2007年から実施しています。主な取り組みとして、サッカー教室とじゃがいも教室を開く「キッズファンサッカー」、Jリーグの試合が開催されるスタジアムでのブランド体験イベント「カルビーパーク」を実施。参加した皆様にカルビーグループの企業活動と自然素材



の大切さを体感していただいています。

じゃがいも収穫を体感できる「カルビーパーク」

社会への取り組み

地域社会のために

工場見学を受け入れています

カルビーの千歳・湖南・広島各工場およびシリアル製品などを製造しているオイシア(株)では、来場者用の見学通路を整備して、学校や地域の方々の工場見学を受け入れています。商品の製造工程をご覧いただくほか、ビデオでの説明、体験学習やできたてが味わえる試食などを通じて、地域社会に開かれた企業としての活動を担っています。

2009年度は、新型インフルエンザの影響で各工場とも実施回数が減少しましたが、食育教室や商品を使ったクッキング体験など、内容に工夫を凝らしました。また、一部の工場では見学後のアンケートで寄せられたご要望に応じて、商品の梱包体験やフォークリフトの試乗、おやつ作りなど新たなプログラムを取り入れました。

今後も相互コミュニケーションを図りながら子どもたちに社会見学の機会を提供していきます。



広島工場



湖南工場

NPO法人「日本で最も美しい村」連合を支援しています

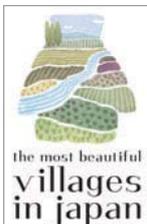
NPO法人「日本で最も美しい村」連合は、「フランスで最も美しい村」運動をカルビーが北海道美瑛町に紹介したことを機に、2005年に発足しました。田舎の小さな農山漁村が景観や文化などの地域資源を守りながら自立発展することを目指す同連合の活動に共鳴し、継続的に支援しています。活動の一環としてカルビーが支援して開発された「開田高原とうもろこしのゴーフレット」は加盟する長野県木曾町の特産品になりました。2009年度は同連合への加盟町村・地域が18から33に拡大しています。



開田高原産のとうもろこしを
たっぷり練りこんだ焼き菓子
「開田高原とうもろこしのゴーフレット」



NPO法人「日本
で最も美しい村」
連合のロゴ



地域防災への取り組みを続けています

カルビーグループの各事業所では、消防訓練や避難訓練の実施、消防競技大会への参加、交通安全運動の支援などを通じて安全・安心な地域社会づくりに貢献しています。

2009年度は、ガーデンベーカリー(株)がAEDの導入や救命救急講習の受講などの活動を認められ、地元の昭島消防署から救急業務協力者として感謝状をいただきました。



救急救命講習

地域の美化・環境保全に努めています

「できることからすぐに始める」という考えのもとで、地域の美化や環境保全に役立つ取り組みを各事業所で推進・拡大しています。

タワーベーカリー(株)では毎月1回、工場に面する道路を従業員が清掃しています。「多くの人が気持ち良く通勤・通学できるように」と、ごみ拾いと植え込みの草とりを続けています。2007年に始めてから、ごみの散乱が減り、植え込みの緑も美しくなりました。

千歳工場では、同じ工業団地に工場を構えるキンビーール(株)様が企画した2つのイベントに参加。2009年6月のイベントでは従業員が千歳川の河川敷のごみ拾いを行い、同年9月には、支笏湖東方の国有林で実施された「水源の森づくり活動」に参加して、森の中に日光を入れるために余分な枝を払う「枝打ち」などに挑戦しました。



清掃活動



水源の森づくり活動

TOPICS

社会とともに歩む企業として

カルビーグループは、地域の皆様とのふれあいを深めたいという思いから、多彩な活動を通じて地域社会への貢献に努めています。

「おはら祭」に参加

鹿児島工場（鹿児島県）



南九州最大規模の「おはら祭」に毎年参加しています。2009年度は、鹿児島島の伝統的な民謡「おはら節」に合わせて、鹿児島工場の従業員が色とりどりの衣装で繁華街を練り歩きました。「じゃがりこ」のキャラクターであるキリンの着ぐるみも大人気を博しました。

「じゃがいも公園」で観梅会を開催

東日本事業本部（埼玉県東松山市）



東松山にあるポテトフーズ関東工場と埼玉DCにある「じゃがいも公園」で2010年2月に「観梅会」を開催しました。今回で9年目となるこの催しでは、地元自治会など多くの方々にご協力いただき、やきとりの販売や、じゃんけん大会、地元野菜の即売会などを実施。約400人の皆様にご参加いただきました。

「青森ねぶた祭」に参加

北東北営業所（青森県）



2002年から毎年、東北三大祭の一つ「青森ねぶた祭」に参加しています。地元の（社）青森青年会議所様のパートナーとして、「じゃがりこ」のねぶたを引き、ねぶたと一緒に街中を跳ね回ります。地元の皆様との交流、子どもたちが見せてくれる笑顔に、参加者全員が元気をいただいています。

「小貝川ふれあい花の会」に参加

下妻工場（茨城県）



毎年5月中旬～下旬に地元の下妻市小貝川ふれあい公園で「小貝川フラワーフェスティバル」が開催されています。下妻工場は、「小貝川ふれあい花の会」の会員として、花畑の除草や種まきに参加しています。この活動によって、小貝川河川敷の花畑には、色とりどりのポピーが毎春咲き誇り、人々の目を楽しませています。

ピンクリボン運動を応援

西日本事業本部（広島県）



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「ピンクリボン運動」。カルビーは、この活動を支援している「ひろしま女性NPOセンター未来」へ活動資金や商品を提供しています。また、2009年度は東京の日比谷公園で開催された「ピンクリボンウォーク」にも参加。一人でも多くの方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。

「みんなに笑顔を」キャンペーン開催

ジャバンフリトレー（株）



キャンペーン期間中、定番商品に応募券をつけ、応募一口につき10円をジャバンフリトレー（株）から国際的なNGOであるセーブ・ザ・チルドレンへ寄付しました。2009年度は712,780円を寄付し、モンゴルにおける子どもたちの生活支援事業や、ベトナムにおける子どもたちの栄養改善プログラムに使われました。

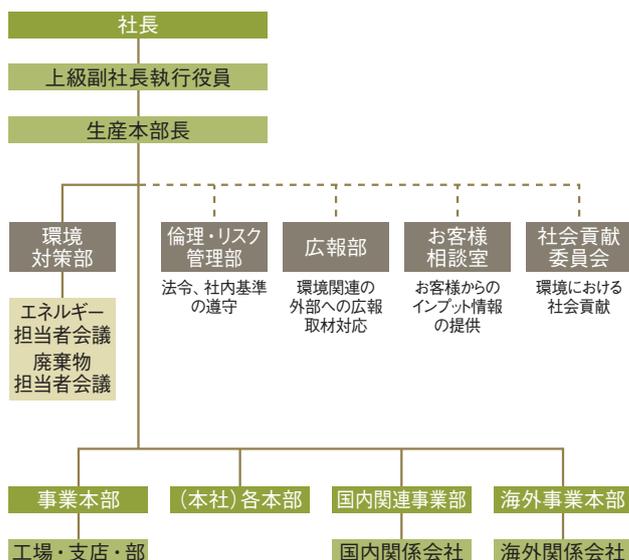
環境マネジメント

環境マネジメントの推進

カルビーグループは従来、工場や事業所ごとに体制を整えて環境負荷の低減に取り組んできました。そのなかで下妻工場は2003年に、カルビーポテト(株) 帯広工場は2004年に、スナックフード・サービス(株)は2009年に、環境マネジメントに関する国際規格ISO14001の認証を取得しています。

また、2008年に「CO₂削減プロジェクト」を発足。「2015年までにCO₂排出量を2006年度比で30%削減する」という目標を掲げて、全社で省エネルギー・省資源を推進しています。この取り組みを強化していくために、CO₂削減プロジェクトを継承した「環境対策部」を2009年度に設置して活動方針などを定めました。環境対策部では、社内の各部門と連携しながら「エネルギー担当者会議」「廃棄物担当者会議」など活動テーマ別の担当者会議を定期的で開催して計画策定に取り組むなど、PDCAサイクルに沿って活動していくための仕組みづくりを進めています。

環境活動推進体制



環境への取り組み

地球温暖化の防止や廃棄物の削減など、環境問題の解決に取り組むことは、企業が持続的に発展していくために不可欠な社会的品質です。こうした認識のもと、カルビーはグループを挙げてCO₂排出量の削減や省資源に取り組んでいます。

環境教育を推進しています

環境マネジメントの強化に向けて、環境対策部員は社外の勉強会や講演会に出席して知識・ノウハウを高めています。また定期的な担当者会議で法律改正に対応した各工場の取り組みなどを情報共有し、それらを社内報やメール配信で全従業員へ伝えています。これらのほか、小学校への出張授業「カルビー・スナックスクール」(P.20



カルビー・スナックスクール

参照)でもオプションで環境に関する授業を実施しています。身近なポテトチップスを題材に、リサイクルについて学んでもらっています。

環境関連の法令を遵守しています

環境関連の各種法令や規制を遵守しています。2009年度、カルビーグループにおいて法令違反はありませんでした。

各務原工場が優良事業所に認定されました

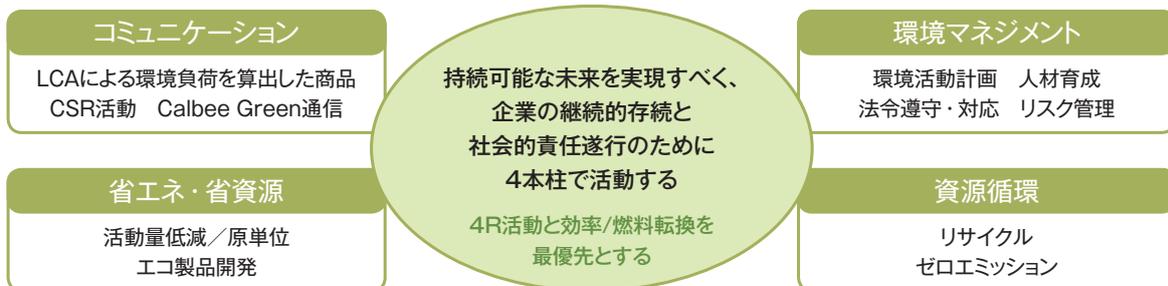
カルビー各務原工場は2009年度、廃棄物の資源化や減量化および環境配慮の促進に積極的に取り組んでいるとして各務原市から「環境行動優良事業所」に認定されました。



認定のステッカー

環境対策部の活動方針

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。
持続可能な未来のために!



カルビーグループの製品と事業活動の環境への影響を最小限にするため、SCMにおいて、天然資源を効率的に使用すること、持続的に管理された再生可能な資源を使用すること、廃棄物ゼロを目指します。

また教育啓蒙活動推進を通じて社内外の共有を図っていきます。そして、わたしたちの事業領域特有のものとして、右記の3つを優先します。

右記1～3の削減に向けて、各プロセスの活動量削減と原単位の適正化を行います。活動量とは、事業活動における投入量、生産物、廃棄物、使用エネルギー、輸送距離等とします。

1. CO₂

LCAに基づき、原材料調達段階、生産段階、流通販売段階、使用維持段階、廃棄リサイクル段階の各段階に発生するCO₂と各間接部門で発生するCO₂を削減します。

2. 水

生産段階における洗浄、清掃に使用する水を削減します。

3. 廃棄物

生産段階、流通販売段階、廃棄リサイクル段階で発生する廃棄物を削減します。

地球温暖化防止

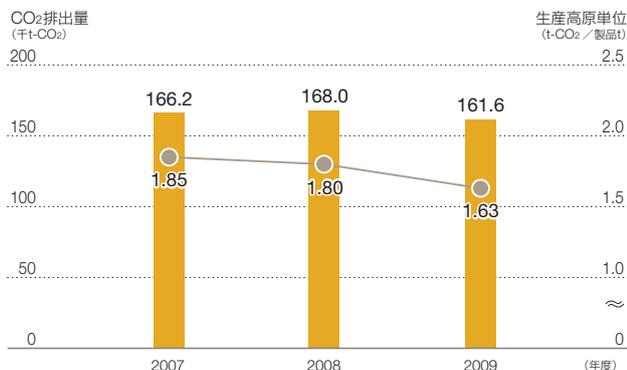
CO₂削減活動の推進

カルビーでは「2015年までにCO₂排出量を30%削減する(2006年度比)」という目標を2007年度に掲げて、「省エネ・省資源・ムダ取り活動」と「エネルギー革新」を柱に全員参加型の取り組みを続けています。

「省エネ・省資源・ムダ取り活動」では、こまめな節電のほか、生産段階での廃棄処分にもとまう電力消費を減らすために、じゃがいもの収量計画や大きさを最適化する取り組みなども進めています。「エネルギー革新」では、エネルギー使用量の抜本的な削減を目指して、工場での燃料転換などを推進。また物流部門では、トラック輸送における燃費・配送ルート改善と、モーダルシフト(トラック輸送から鉄道輸送への転換)を進めています。

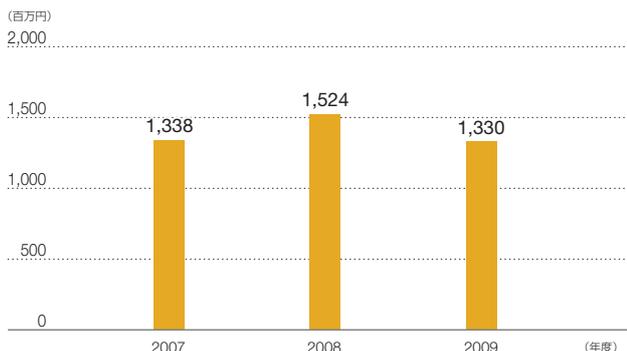
カルビー、オイシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場における2009年度のCO₂排出量は16.16万トン(2008年度比96.2%)、商品生産1トン当たりの原単位は1.63トン(2008年度比90.6%)となりました。

CO₂排出量および原単位の推移



※ 集計対象組織：カルビー、オイシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場

電力購入費の推移



※ 集計対象組織：カルビー、オイシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場

生産時のCO₂排出抑制

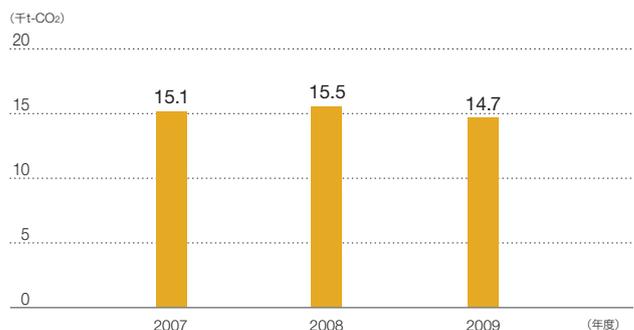
「エネルギー革新」の一環として、CO₂総排出量で大きな割合を占めるカルビーポテト(株)帯広工場では、2008年12月に重油を燃料とする発電機を廃止して買電に切り替えたことで、CO₂排出量を年間926トン削減しました。さらに、同工場では2010年度に向けて木質バイオマスボイラーの導入準備も進めています。燃料の一部を従来の重油から植物由来の木質チップに切り替えることで、CO₂排出量を年間約8,000トン削減できる見通しです。

このほか、各工場では、ラインごとのエネルギー消費量の集計・開示や、省エネ診断の実施、省エネ策の提案募集を通じて、生産スケジュールの改善などさまざまな取り組みを進め、CO₂排出量の削減につなげています。

輸送時のCO₂排出抑制

定時配送ルートの見直しや、長距離輸送のモーダルシフトを進めています。

製品・生地の輸送にもとまうCO₂排出量の推移



※ 集計対象組織：カルビー、オイシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場(帯広工場からの製品・生地移入のみ)

エコドライブやモーダルシフトを推進しています

物流業務を担うグループ会社のスナックフード・サービス(株)は、物流会社様と協働して燃費改善を推進。アイドリリングなどドライバーのエコドライブ状況を表示できる車載器を配送車両へ搭載することで、事故を防ぐとともに燃料消費とCO₂排出を抑制しています。2009年度末までに399台に搭載しており、2010年度までに搭載台数を441台へと増やす目標です。これによって、2010年度は

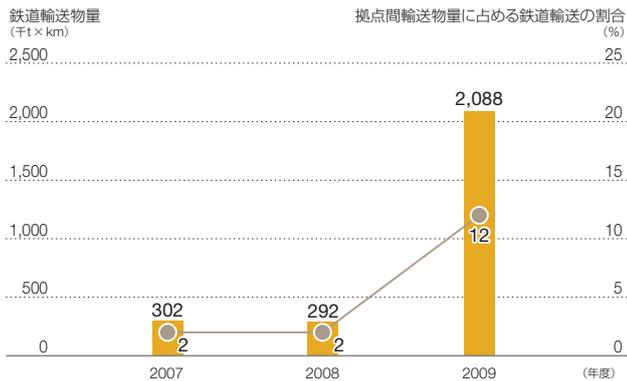
燃費を2008年度比で5%改善することを目指しています。

また2009年度は、4月から宇都宮～千歳、11月から広島～鹿児島の間輸送で、JR貨物コンテナを利用したモーダルシフトを開始しました。今後、試行結果を検証し、物流品質とコスト、CO₂排出量の最適なバランスをとっていく計画です。このほか、帯広工場から供給する「じゃがりこ」について、物流倉庫を経由せずJR貨物駅から直接コンテナで卸店様へ配送することで、輸送距離を大幅に縮小して年間23.5トンのCO₂排出量削減を可能にしました。

エコドライブ車載器搭載台数の推移 (台)

2007年度	2008年度	2009年度
88	208	399

鉄道輸送の状況(製品)



※ 集計対象組織：カルビー、オイシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場

CO₂排出抑制にも貢献する地産地消商品「しがじゃが」を販売しています

湖南工場(滋賀県湖南市)では、地産地消を目指したポテトチップス商品「しがじゃが」を2007年から販売しています。滋賀県で収穫したじゃがいもを原料にした商品を地元で生産・販売することで、原料の輸送距離を短縮する

などCO₂排出削減効果を得られ、品質劣化も抑えることができます。



「しがじゃが」

オフィスでの取り組み

カルビーでは、生産・物流の現場だけでなく本社をはじめとするオフィス部門でも省エネルギーを推進。各職場の電力使用量やそれにとまなうCO₂排出量を社内のデータベースで公開するなど、全従業員に対して省エネルギーへの意識を啓発しています。

カルビー本社オフィスでは2009年度、フロアごとに取り組みの推進役となる担当者を置き、定期的にミーティングを開いてそれぞれの省エネ活動について報告し、進捗確認や推進事例の横展開を行うなど活動を進めました。2010年1月、本社オフィスは東京・丸の内に移転し、個人ごとの席を定めないフリーアドレスになりました。ワンフロアになった新しいオフィスで、いっそう効果的な環境負荷低減を推進するための運用ルール策定などを進めています。

地域と一体となった取り組み

行政機関などと連携して、地域での環境意識の啓発に取り組んでいます。

「STOP! 温暖化エコネットしもつま」に参加しています

下妻工場は、地球温暖化防止を目指す「STOP! 温暖化エコネットしもつま」に参加しています。これは、茨城県地球温暖化防止活動推進センターと下妻市生活環境課を中心に、市民、市民団体、地元事業者、行政機関などで構成する組織で、市民への啓発活動などを展開しています。2009年度は下妻市内の世帯への環境家計簿の配布、つる性の植物を建物の壁面に繁茂させてCO₂を吸収する「緑のカーテン」事業、地域のイベント「砂沼フェスティバル」での環境パネルの展示や環境カルタ作成などに参加しました。

資源の有効利用

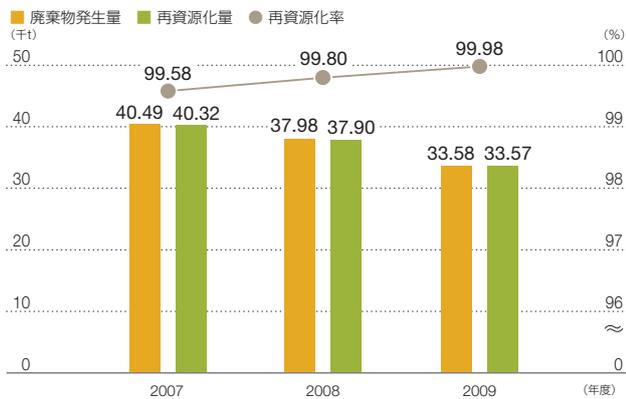
廃棄物の発生抑制と再資源化

生産工程で出るじゃがいもの皮・ロスなどの植物性残さをはじめとする廃棄物の削減に向けて、各工場で「ゼロエミッションの推進」「リサイクル」を柱に活動しています。分別収集の推進、廃棄物発生量の抑制のほか、リサイクルフローを策定して植物性残さの飼料化や微生物を使った排水の浄化などを進めています。

再資源化率は、取り組み開始当初の1998年度から活動してきた10工場では100%を達成、残る2工場を加えた全生産12拠点では99.98%となっています(2009年度実績)。今後さらに、工場でのロス削減活動、植物性残さの有効利用の用途開発などに取り組んでいきます。

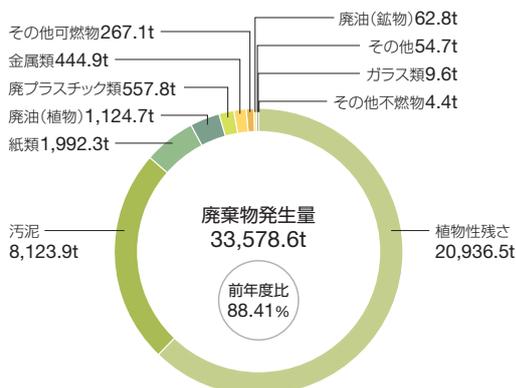
※ カルビーにおける再資源化率の計算式は下記の通りです。
再資源化率(%)=(再資源化重量累計÷廃棄物発生重量累計)×100

廃棄物発生量と再資源化量、再資源化率の推移



※ 集計対象組織：カルビー9工場、オアシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場、カルビーR&DDEセンター

廃棄物発生量の種類別内訳(2009年度)



※ 集計対象組織：カルビー9工場、オアシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場、カルビーR&DDEセンター

じゃがいもの生ロスリサイクルを進めています

各務原工場は、地域の企業や行政機関、大学などの研究機関などと協力し、じゃがいもの切りくずなどの残さを発酵・蒸留してバイオエタノールを抽出しています。抽出したエタノールはボイラーの燃料として利用し、CO₂排出量の削減に役立っています。また蒸留後の残さも飼料や菌体肥料としてリサイクルしています。

鹿児島工場は、じゃがいもの残さをキノコ栽培の培地「ドライミールポテト」として商品化し販売しています。この商品は2003年から農事組合法人秋香園など産官学連携による共同研究によって実現したもので、でんぷん質を多く含み、適量を培地へ添加することでキノコの成長を促進し、収穫量も増えるという効果も出ています。収穫後に残った培地は、さらに堆肥にリサイクルして活用しています。この取り組みは他工場への横展開に向けて導入検討が進められています。



「ドライミールポテト」を含む培地でのキノコ栽培
写真提供：農事組合法人秋香園

下妻工場は、従来は廃棄処分していたじゃがいもの残さを養豚向け飼料原料にリサイクルする取り組みを2009年度から進めています。食品残さを利用した家畜用飼料は、安全で安定供給ができ、廃棄物削減などにも有効な「エコフィード」として注目されています。この取り組みは、有限責任事業組合 持続性社会研究所などと共同で設立した「いばらき地域グリーンプロジェクト技術実証協議会※」が農林水産省の補助金交付を受けて進めており、2010年4月から製造装置を稼働させて製造を開始しています。

※ いばらき地域グリーンプロジェクト技術実証協議会ウェブサイト：
<http://ibaraki-gp.giving.officelive.com/default.aspx>

使用後の油を再生処理しています

フライヤー(揚げ調理器)の清掃時などに出る廃食油は、専門業者に委託して再生処理しています。再生された油は、飼料製造時の添加油として利用されています。

プラスチック類を100%リサイクルしています

工場では、フィルムやケースなど包装用プラスチック類の廃棄物を専門業者へ委託して、RDF (Refuse Derived Fuel: ごみ固形燃料) として100%リサイクルしています。RDFは長期間保存でき、高発熱量で燃焼効率も高いという特性を持ち、セメント会社の焼成炉や製紙会社のボイラーなどの補助燃料として活用されています。

廃棄物を補助燃料としてリサイクルしています

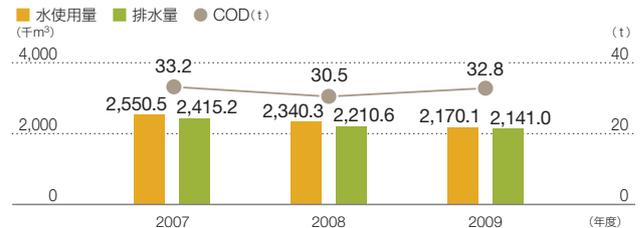
下妻工場では、ゼロエミッションに向けて廃棄物を素材としてリサイクルする取り組みを推進。包装材などの廃棄物については、RPF (Refuse Paper & Plastic Fuel: 固形燃料) 化を行い、製紙会社の補助燃料として供給しています。

水資源の利用

水使用量のさらなる低減に向けて、生産部門の担当者が各工場へ赴いて排水処理の状況を確認。循環利用量を増やすためのアドバイスなどを行って改善を進めています。

2009年度は、工場排水処理施設のばっき槽の管を通るエア量を調節して、排水を改善するなど各工場での取り組みを進めました。

水使用量、排水量およびCOD(化学的酸素要求量)の推移



※ 集計対象組織: カルビー 9工場、オイシア(株)、カルビーポテト(株)帯広工場

ジャパンフリトレー(株)では節水と省エネルギーに取り組んでいます

ジャパンフリトレー(株)古河工場では、製造ラインにおける水と電力の使用量について現状調査や仮説、検証、標準ルールの設定などの改善活動を実施。その結果、2009年度は、水使用量は2008年度比6554トン削減(原単位10.1ℓ/k、2008年度比21.6%削減)、電力使用量は同7936.19kw/h削減(原単位1.38kwh/kg、2008年度比2.1%削減)を達成しました。

TOPICS

「じゃがりこ」のカップサイズを縮小

「じゃがりこ」のカップサイズを内容量はそのままに1cm小さくしてリニューアルし、2009年9月から10月にかけて順次、販売を開始しました。カップの紙・アルミ使用量を8%削減したほか、輸送時の段ボールのサイズも縮小しました。

このほかにも従来、シリアル商品を箱入りから袋入りに統一して包装形態を簡素化するなど、環境に配慮した商品企画を行っています。



お客様からもうれしい声が届いています

「じゃがりこ」は、北海道の工場から消費地へ運ぶ際にも貨物列車を使うなど、CO₂排出量の削減に配慮しています。今回のカップサイズ縮小について、お客様からは「周りでもエコカップは話題になっています。こうしたことがもっと広まると良いですね」「エコカップを実際に手に取って、改めて環境について考えるようになりました」などのうれしいお声をいただいています。

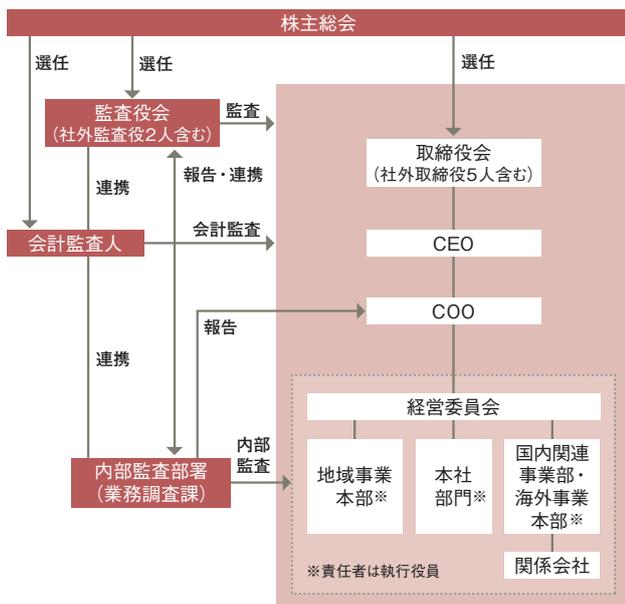


マーケティング本部
じゃがりこ・Jagabee事業部
じゃがりこブランド・マネジャー
小泉 貴紀

コーポレート・ガバナンス

株主総会を最高意思決定機関とし、執行役員が業務執行を、取締役会が執行状況の監督を担っています。また取締役の職務遂行を監視・監査する監査役会を置いています。2009年度は新経営体制のもとでコーポレート・ガバナンス体制を強化していくために、社外取締役を従来の2人から5人(取締役7人中)へ増員しました。

コーポレート・ガバナンス体制



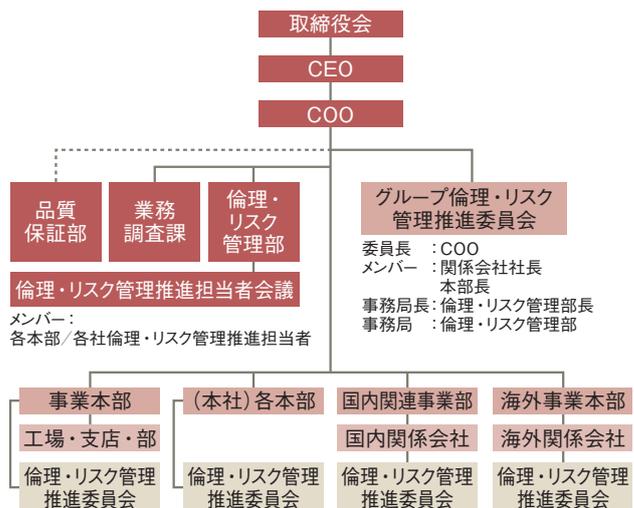
内部統制

「金融商品取引法」に基づいた「内部統制報告制度」が2008年4月から上場企業に適用されました。カルビーは上場企業ではありませんが、同法の施行を好機ととらえて、2007年3月から財務報告にかかわる業務プロセスの検証とリスク分析を実施。その結果をふまえて規程・ルールを従来よりも厳格に改定しました。2010年度から「内部統制委員会」が中心となって新たな規定・ルールを全社で運用していきます。

コンプライアンス・リスク管理

法令や社会的倫理を遵守し、また法令違反を含めた事業上のリスクを把握して予防策を講じていくために、「グループ倫理・リスク管理推進委員会」を置いてグループ全体での体制強化を進めています。

コンプライアンス・リスク管理体制



● リスク情報を一元管理する体制を構築しています

グループ共通の「コンプライアンス・リスク管理規程」を2007年に制定して運用しています。この規程には、天災・事故、法令違反・訴訟、製品安全、株式、知的財産などにかかわる諸リスクとそれらの予防策を定めています。また万一、火災や油の流出事故などの緊急事態が発生した場合の対応や体制について明確化した「危機管理規程」を整備しています。

2008年にはコンプライアンス・リスク管理体制を刷新し、こうしたリスクや危機に関する情報を「倫理・リスク管理部」で一元管理できる仕組みを構築しました。同時に、本社各本部や地域事業本部、グループ関係会社のトップを「コンプライアンス・リスク管理推進責任者」とし、さらに各拠点に倫理・リスク管理推進担当者を置くことで、現場の従業員に働きかけやすい体制を整えました。

● コンプライアンス意識の浸透・啓発を図っています

カルビーは、グループの全員が守るべき「グループ行動規範」と「グループ行動指針」を2006年に制定。行動規範の内容を記した携帯用の「エシックス(倫理)カード」と

会社概要

「コンプライアンスガイドブック」の配付、ポスターの掲示、イントラネットでの情報共有などを通じて従業員への浸透・啓発を図っています。2009年度は従業員一人当たり6時間のコンプライアンス活動を目標に、各事業所で勉強会などを実施しました。

このほか、管理職層が理解し、実務のなかで実践すべき行動についてまとめた「マネジャーズ・ガイドライン」を2008年3月から運用しています。全管理職は年2回、自己診断テストを実施して、ルールや規程に対する正しい理解を深めています。

なお反社会的な勢力を排除し、毅然とした態度で対応するという方針のもと、事業所ごとに「不当要求防止責任者」を選任し、あらゆる者・団体からの不当な要求に対して適切な対応をとれる体制づくりを進めています。

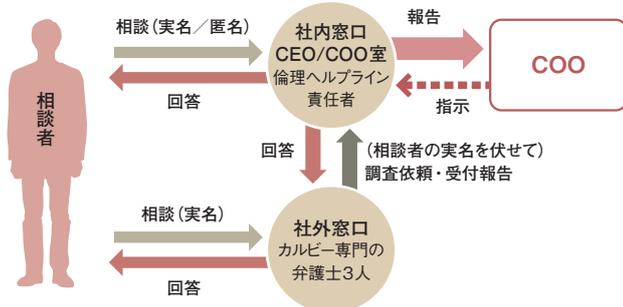
● 内部通報窓口「倫理ヘルプライン」を整備しています

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・解決を図るために、内部通報制度「倫理ヘルプライン」を2006年1月から運用しています。直近1年間※で、社内外に設けた窓口計26件の通報がありました。それぞれの通報に対して、通報者が不利益を被ることのないように配慮しながら適切に対応しています。

また、セクシャルハラスメントについては各事業所にも相談担当窓口を設けています。

※ 集計期間：2008年8月～2009年7月

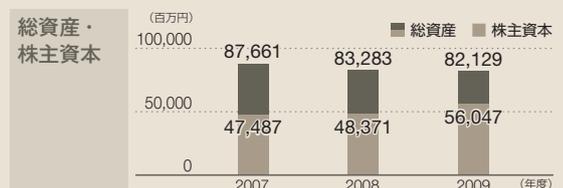
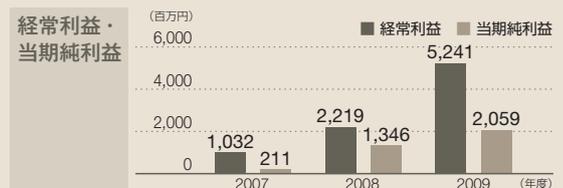
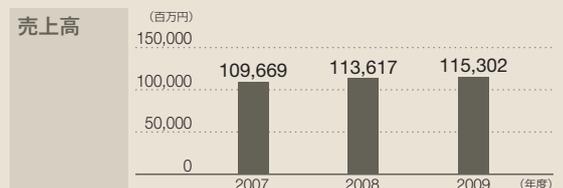
倫理ヘルプライン 対応フロー



● 情報セキュリティの確保に向けて諸施策を講じています

食品業界で早くからIT戦略を進めてきたカルビーでは、個人情報や機密情報を適切に管理するために、ネットワーク環境における暗号化などの対策を講じています。また、従業員への教育・啓発に力を注いでいます。

商号	カルビー株式会社 Calbee Foods Co., Ltd.
本社所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-3 丸の内トラストタワー本館22階
電話番号	03-5220-6222(代表)
設立	1949年4月30日
代表者	代表取締役会長 兼 CEO 松本 晃 代表取締役社長 兼 COO 伊藤 秀二
資本金	77億5,699万円
事業内容	菓子・食品の製造・販売
売上高	(単)1,153億 2百万円(2010年3月実績) (連)1,464億52百万円(2010年3月実績)
従業員数	2,609人 うち正社員 1,359人(2010年3月31日現在)
関連会社	〔国内：9社〕 カルビー食品(株)、カルビーポテト(株)、 スナックフード・サービス(株)、ガーデンベーカリー(株)、 タワーベーカリー(株)、スターベーカリー(株)、 (株)カルナック、オイシア(株)、ジャパンフリトレー(株) 〔海外：7社〕 カルビーアメリカ(株)／米国 カルビータナワット／タイ カルビーフォーシーズ(株)／香港 カルビーフォーシーズ(汕頭)有限公司／中国 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 RCF社／米国
事業本部	北海道、東日本、中日本、西日本
自社工場	千歳、新宇都宮、研究開発本部、下妻、各務原、 綾部、湖南、広島、広島西、鹿児島
協力工場	カルビーポテト帯広工場、北海道フーズ、 ポテトフーズ関東工場、オイシア
支店	北海道、東日本、東京、中部、近畿、中四国、九州
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	宇都宮



掘りだそう、自然の力。

Calbee

カルビー株式会社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-3

丸の内トラストタワー本館22階

CEO/COO室 広報部 TEL.03-5220-6226

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

読者アンケートにご協力いただければ幸いに存じます。
ウェブサイトの下記アドレスからご回答ください。

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

携帯電話用2次元コード▶

※アクセスの際の通信料は回答者様のご負担
となりますので予めご了承ください。

※回答期限：2011年3月31日



VOC (揮発性有機化合物) 成分ゼロの100%植物油の
インクおよびFSC認証用紙を使用し、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。