

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 2011

Corporate Citizenship Report

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

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です。
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:2012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。



この報告書でお伝えしたいこと。

私たちは2011年3月に株式上場を果たしました。

これを新たなスタートととらえ、今一度、私たちの事業活動に間違いはないか、すべてのステークホルダーに対し、社会的責任を果たしているかということを、従業員一人ひとりが考え、そして行動に移しています。

創業以来変わらぬ品質へのこだわりと、

時代の流れに合わせて常に進化し続けるカルビーの想い。

この報告書を通して、私たちのこだわりや想いが皆様に伝わり、

より一層のご支援を賜れるような会社になればと願っております。



掘りだそう、 自然の力。

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。

2011年版の制作にあたっては、2011年3月に株式を上場したことを受け、より一層のアカウンタビリティ(説明責任)を果たすために、開示項目・開示内容の充実を図りました。ステークホルダーの皆様から「愛される企業」を目指すために、各ステークホルダーに対する取り組みを分かりやすくご理解いただけるよう構成しています。また各トピックスでは、カルビーの想いを具現化した取り組み等を紹介しております。ぜひご覧ください。

さらに、2011年度版からは外部からの視点を受け、今後の

取り組みの充実を図るための指針としていくべく、全国消費者団体連絡会の事務局長の阿南 久様より、当報告書をお読みにってのご意見をいただいております。

今後もさらなる報告内容の充実を目指していきます。

報告範囲

●対象期間

2010年度(2010年4月1日から2011年3月31日まで)。ただし、一部に2009年度よりも前、または2011年度以降の活動報告も含んでいます。

●対象範囲

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。

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)」

GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第三版」

免責事項

本報告書には、カルビーグループの過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通しなどの将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。

また、各報告データは端数処理のために合計が合わない項目があります。

読者の皆様には、以上をご了承いただきますようお願いいたします。

Contents

編集方針	01
トップメッセージ	03

特集 掘りだそう、多様性。育てよう、私と Calbee。

1 わたしにとってのCSR。	05
2 ダイバーシティ委員会の活動報告。	07

企業理念	09
● マネジメント体制 ●	10
● 社会への取り組み ●●	
お客様のために	13
お取引先様のために	19
従業員のために	21
地域社会のために	24
● 環境への取り組み ●●●	
環境マネジメント	27
地球温暖化防止	29
資源の有効活用	31
第三者からのご意見	33
会社概要	34

追加情報の入手先

ウェブサイトでは以下の資料をご覧ください。

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

- 株主情報
- 決算短信
- 社会・環境活動報告 など



発行日について

2011年6月(前回2010年6月 次回2012年6月予定)

お問い合わせ先

カルビー株式会社 広報部
TEL.03-5220-6226

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



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

3月11日、カルビーは株式上場いたしました

2011年3月11日、カルビーは東京証券取引所第1部へ新規上場することができました。カルビー創立以来62年をもって株式上場という機会に恵まれました。ここに至るまでにたくさんの方々のご支援、ご協力を賜りましたこと心から感謝申し上げます。

この度の上場には、①パブリックカンパニーへの転換、②多くの株主から監視・指導してもらうことで高水準な経営を実現、③従業員とその家族が今まで以上に誇りを持った仕事の実現、④優秀な人材の確保、⑤大切な株主から預かった資金の有効使用という5つの目的がございます。上場は創業者・松尾孝の意志でもあり、カルビーグループがさらに価値ある企業へと発展するために不可欠な要素だと考えています。

ただし上場はゴールではなく、カルビーにとっての新たな出発点にすぎません。今後も、ステークホルダーの皆様と、よりよい関係を築けるよう日々邁進してまいります。「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グループの経営ビジョンであり、CSRの基本姿勢です。

上場日当日 東日本大震災の発生

上場の当日、日本を揺るがす東日本大震災が起きました。私たちは、被災者の方々に少しでもお役に立てればと、従業員からの募金も含め、総額1億4千万円相当の義援金と支援物資を被災地にお送りしました。これは、「社会貢献委員会」を中心にスムーズな募金活動や支援活動が行われたからです。2009年に立ち上げた「社会貢献委員会」が、2010年度の活動を通して従業員に認知されたことによる“社会貢献への意識の高まり”が背景にあると考えています。私たちは社会貢献活動が企業の持続的な成長に欠くことのできない重要な使命と考え、一時的な支援にとどまらず継続的にコミュニティとの調和を図り、地域社会との絆を深めていきたいと考えています。

カルビーグループでも、新宇都宮工場、下妻工場、研究開発本部内工場、オイシア(株)清原工場の生産拠点が震災により甚大な被害を受けました。しかしこのピンチにも全社が一丸となって復旧作業にあたり、震災から2ヵ月後には被災全工場での稼働を再開することができました。これも社内外の多くの方々のご支援・ご協力があつたからこそと、改めて深く感謝申し上げます。

この度の大震災発生の日と上場日とが、偶然にも同じ日となりました。これもめぐり合わせと受け止めて、上場

に浮かれることなく、常にお客様に目を向け、当たり前のこと、また正しいことを正しく実行し経営に生かすことで、企業としての社会的な責任を果たしていきたいと考えています。

安全・安心をお届けするために、 カルビーグループができること

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、自然の恵みを生かした商品・サービスを提供してまいりました。原材料であるじゃがいもの栽培や貯蔵技術の開発にはじまり、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において品質管理を徹底しています。このトレーサビリティの仕組みを利用して、じゃがいも生産地や生産者の情報からポテトチップスの生産工場までを情報公開し、お客様にとって安心できる高品質の商品・サービスを提供するための取り組みを続けています。

また、お客様への安全とおいしさの提供に責任を果たしていくために、一方的な情報発信にとどまらず、双方向のコミュニケーションに努め、貴重なご意見やご要望(お客様の声)を企業活動に反映させる仕組みを整えています。

こうしたお客様に安心してお召し上がりいただく製品への取り組みとともに、地球環境への負荷軽減も企業の社会的責任の大きな柱の一つと考えています。産業廃棄物の削減に加え再資源化を促進し、CO₂排出量の抑制、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。また個々の課題にとどまらず、農業・工業・商業と連携した大きな環境問題にも着目し、積極的に取り組みはじめています。

上場を機に、今まで以上に「顔が見える」企業を目指し、健全な企業活動を展開していきます。コーポレートメッセージ「掘りだそう、自然の力。」のもと、自然の恵みを生かした製品をもっとお客様にお届けし、たくさんの笑顔を作る—これがカルビーグループのCSR活動の根幹であると考えます。今後とも一層のご指導、ご支援を賜りますようお願い申し上げます。

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



特集 1 掘りだそう、カルビーのCSR。 わたしにとってのCSR。

私たちは、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ています。
 それは従業員一人ひとりが日々輝いてこそ実現されます。
 ここではこれからのカルビーを担う従業員たちに、「あなたにとってのCSRとは？」
 というテーマに答えてもらいました。
 従業員一人ひとりが、CSRを常に意識し、自立的に行動する組織へ。私たちがお約束します。



2010年度ダイバーシティ委員会メンバー
(ダイバーシティ・フォーラム2010にて)

特集

2

掘りだそう、多様性。育てよう、私と **Calbee**。

ダイバーシティ委員会の活動報告。

カルビーは2010年4月、新たに「ダイバーシティ委員会」を設置しました。これ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イキイキと働ける会社を目指すために設置されました。ここではそのダイバーシティ委員会の最初の1年間の活動をご紹介します。

ダイバーシティの推進こそが企業の活性化につながる。

近年、業界を問わず各社が「ダイバーシティの推進」を課題として掲げはじめました。企業が持続可能な成長を続けるためには、人材の多様性を生かせる組織の構築が必要不可欠な要素となっています。

菓子・食品業界は、ほかの業界に比べると進展が遅い業界と言えるかも知れません。日本の菓子業界No.1を目指すカルビーとしては、ダイバーシティの重要性に気づき、まずは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くために、「ダイバーシティ委員会」を設置しました。女性中心に15名がグループの枠を飛び越えて組織されました。

新生カルビーの持続可能な発展のためにも、まずは女性従業員が活躍できる会社を目指し、そのためのさまざまな取り組みを行い、社内の意識改革に乗りだしました。

■カルビーダイバーシティ活動推進ロゴマーク



今、自立的な人材が求められています。このマークにはどんな小さな場面でも、私たち全員が自ら、「ハイッ」と手を挙げられるようになれば多様性は加速する、という想いが込められています。

委員会では活動方針や「ダイバーシティ宣言」を決定しました。

2010年度ダイバーシティ委員会活動方針

ゴール達成に向けた課題の明確化

実態調査・データ収集・アンケート実施による今後の計画立案

諸制度の周知徹底・見直し

制度活用ハンドブック作成・配布(2010年7月配布)、効果のある制度(慣習)改革

従業員の理解・共感獲得

全社的啓発活動(大小イベント)の実施

カルビーダイバーシティ宣言

掘りだそう、多様性。育てよう、私と **Calbee**。

互いの価値観を認めあい、最大限に活かしよう。

多様性こそ **Calbee** 成長のチカラ。

「ライフ」も「ワーク」もやめられない、とまらない。

枠にとらわれず、社外の方とも積極的にコミュニケーションを取りました。

1年を通して、ダイバーシティ委員会は多くのイベントや勉強会を行い、ダイバーシティ推進の重要性を社内に向け発信し続けました。

それはカルビーやカルビーグループ内だけの活動にとどまらず、先進的な企業の担当者様とも積極的にコミュニケーションをとり、ダイバーシティの推進がいかに企業にとって重要なかを、外部の取り組みからも学びました。

その集大成として、2010年11月に226名が参加した「ダイバーシティ・フォーラム2010」を開催し、カルビー、カルビーグループの従業員にダイバーシティ推進の取り組みの本気度を伝えることに成功しました。



Pick Up

ダイバーシティ・フォーラム2010

11月10日、全国から226名(ゲスト含む女性154名、男性72名)が集まり、本社上階のシャングリ・ラ ホテル東京にて「ダイバーシティ・フォーラム2010」が盛大に開催されました。

当日は、参加者一人ひとりがダイバーシティを自分ごととしてとらえ、考えるためのディスカッションや、社内ネットワークを広げ共感を持てる仲間を増やすための交流会なども行われ、ダイバーシティの理解を深め、自ら自立的に行動するきっかけとなりました。

オープニング



フォーラムの冒頭、伊藤社長より挨拶。「今日からはじめよう、ダイバーシティ!」と高らかに宣言しました。



ダイバーシティ委員会委員長の後藤綾子より、委員会の取り組みやフォーラムの開催の目的などについての説明がされました。

ゲストの皆さま



鎌田 由美子さん
JR東日本
事業創造本部
地域活性化部門部長



インドラ・ヌーイさん
ベプシコ社 会長



ユームラン・ベバさん
ベプシコ社 アジア・パシフィック地域社長
カルビー社外取締役

Top Commitment

女性の活躍なくして企業(カルビー)の成長はなし

私が経営者として会社を成長させるために、ダイバーシティに投資するのはあたり前のことです。ダイバーシティに取り組まない限り、会社は存続できません。今こそ、会社を変えるチャンスなのです。ダイバーシティの推進は、私のコミットメントの1つです。この活動が広がれば、10年・15年後は、日本もすっかり変わっていくでしょう。

カルビー株式会社 代表取締役会長 兼 CEO 松本 晃

2012年度末目標設定(トップコミットメント) 女性管理職比率 各15%以上

●女性管理職比率

カルビー(株)	2010年4月			3年後の目指す姿	
	全体	女性	比率	女性	比率
本部長	12名	1名	8.3%	2名	15%
部長	58名	3名	5.2%	9名	15%
課長	116名	7名	6.0%	18名	15%
合計	186名	11名	5.9%	29名	15%



私たちは、自然の恵みを大切に活かし、
おい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。

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得けるよう、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「健やかなくらし」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、誰もが活き活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。

カルビーのCSR

マネジメント体制

「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。



株式上場日 東京証券取引所

コーポレート・ガバナンス

カルビーは、「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。」という企業理念のもと、すべてのステークホルダーの信頼と期待に応え、企業価値の向上を図ることをコーポレート・ガバナンスの基本としています。

この基本的な考え方にに基づき、経営の透明性、効率性を高め、内部統制の仕組み、コンプライアンス体制の充実を図るべく、コーポレート・ガバナンスの強化・充実に努めています。

コーポレート・ガバナンス体制

当社では、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、取締役会の職務執行を監視・監査する監査役会を置いています。

取締役会・役員体制

当社の取締役会は独立性の高い社外取締役5名を含む計7名で構成され、原則として毎月1回定期開催し、法定事項の決議、重要な経営方針・戦略の策定および決定、業務執行の監督等を行っています。社外取締役はいずれも経営者としての豊富な経験や高い見識を持ち、独立した立場からの監督機能として役割を果たしています。

また業務執行は、執行役員20名を選任し権限委譲した組織運営を行い、迅速な意思決定と業務執行責任の明確化を可能とする体制作りを推進しています。尚、執行役員のうち、特に委嘱される業務が重要かつ広範にわたり、従業員身分を有しない執行役員を上級執行役員としています。

2010年度において、全取締役の取締役会への出席率は96%でした。

監査役会・監査役

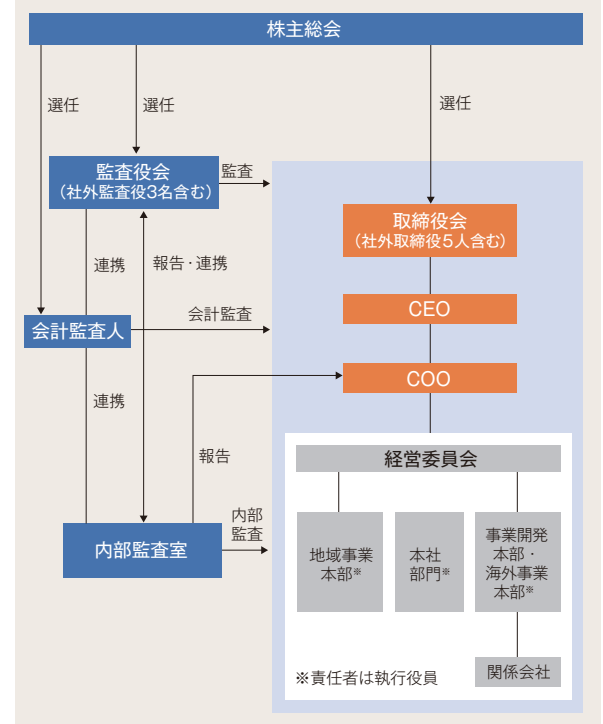
当社は、会社法関連法令に基づく監査役会設置会社制を採用しています。当社の監査役会は、社外監査役3名を含む計4名で構成し、透明性を確保するとともに、当社の経営に対する監視、監査機能を果たしています。

経営委員会

原則として毎月2回、上級執行役員6名と財務経理本部長の7名を定例メンバーとして経営委員会を開催し、業務執行の状況と課題の検証、重要案件の事前討議を行っています。

● コーポレート・ガバナンス体制図

株主総会を最高の意思決定機関とし、取締役会、監査役会、執行役員による業務執行を基本に、コーポレート・ガバナンス体制を構築しています。



内部統制

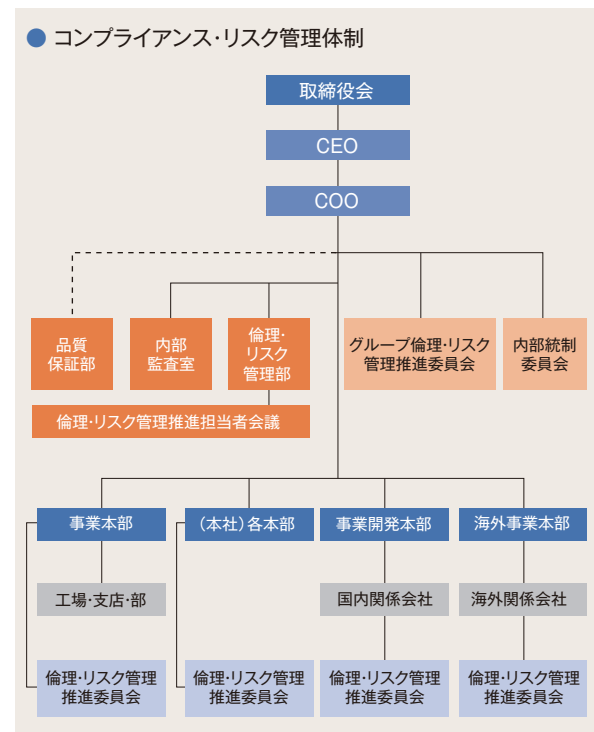
当社は金融商取引法の施行に伴う「内部統制報告制度」への対応として、代表取締役社長兼COOを責任者とした「内部統制委員会」を設置し、内部統制の構築・評価を進めています。

また、会社法に基づく「内部統制システムの基本方針」を取締役会において決議し、各種規程類の整備やリスク管理状況の確認を実施しています。

コンプライアンス・リスク管理

コンプライアンス・リスク管理体制の強化

カルビーグループは、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、2007年にグループ共通の「コンプライアンス・リスク管理規程」を制定、「グループ倫理・リスク管理推進委員会」のもとグループ全体での体制強化を進めています。



TOPICS

東日本大震災の対応

本年3月11日に発生した「東日本大震災」では、「危機管理規程」に基づき、社長を本部長とする「地震対策本部」を立ち上げました。対策本部では、社内外従業員の安否や被害状況の確認および被災地域の社員と家族への支援を最優先とし、原材料調達、生産設備の復旧、ITインフラ等について、きめ細かく対応することで、混乱を最小限に抑え、被災地をはじめとする市場への商品供給責任を果たしました。あわせて、義援金および支援物資の被災地への提供もいち早く行いました。

リスクマネジメント

カルビーグループでは、企業を取り巻く多様な経営リスクに対応するため、2007年に「危機管理規程」を制定し、内部統制システムを構築する過程で各事業本部・グループ会社の経営リスクの把握と評価作業を行っています。特に製品の安全性や原材料の調達に関するリスクには、品質保証部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、年に1回「法令遵守総点検」を各事業本部、関係会社において実施しています。これは、事業運営に関する約400項目に亘ってチェックするものです。

今後も事前にリスクの芽を摘む未然防止、万一の被害を最小限に抑え迅速な復旧を図る体制作りを推進していきます。

情報セキュリティの強化

カルビーグループは、お客様の情報ははじめとした個人情報や経営情報・営業情報などの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の推進などによる重要情報の管理強化を図るとともに、従業員への教育・啓発に力を注いでいます。

2010年度は、情報システム関連の各種規定を整備しました。そのなかで情報セキュリティ関連につきましても改定を行い、従業員が意識・遵守すべき事項をより具体的にしました。

事業継続計画(BCP)の策定

カルビーグループでは、新型インフルエンザに対応するため、感染レベルに応じた「行動計画」を整備し食料品製造業としての社会的責任の観点から、食料品供給の生産・販売を継続する体制を整備しています。

2010年度は、地震、異物混入、不祥事等について、新たに行動計画(事業継続計画)を策定しました。今後は、グループ全体で定着、運用していく予定です。

反社会的勢力への対応

カルビーグループでは、反社会的勢力との関係遮断とその対応を「グループ行動指針」に明記し徹底をはかり、2007年度からは各事業所に「不当要求防止責任者」を選任しています。

2010年度よりグループの全ての取引先に対し、反社会的勢力排除条項を盛り込んだ契約締結を進め、公平かつ公正な関係構築に努めています。

コンプライアンス

カルビーグループは、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」を制定し、代表取締役社長兼COOを委員長とする「グループ倫理・リスク管理推進委員会」のもと、定期的に施策の点検・見直しを行っています。

2010年度は「倫理・リスク関連情報」のメール配信(月2回)や、社内報へのコンプライアンス重点課題の連続掲載など、継続的にコンプライアンスに対する意識の浸透を図る取り組みを行いました。また、各種勉強会等も開催し、グループを含め延べ3,000人以上が参加しました。

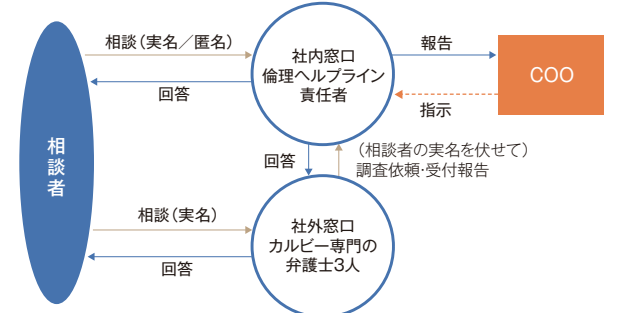
内部通報窓口の設置

カルビーグループでは、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、全従業員からの内部通報・相談の窓口として「倫理ヘルプライン」を2006年に社内外に設け運用しています。直近1年間*で、社内外の窓口計21件の通報がありました。尚、それぞれの通報に対して、通報者が不利益を被ることがないように安心して通報できる体制を整えています。

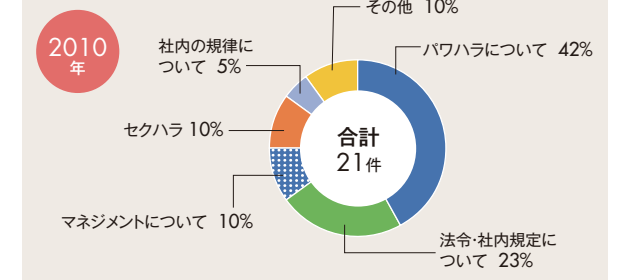
また、主要拠点に倫理・リスク管理推進担当者を配置し、違反行為の監視や啓発活動を通じて積極的な通報を促しています。

※集計期間：2010年4月～2011年3月

● 倫理ヘルプライン対応フロー



● 相談件数の内訳



TOPICS

コンプライアンス意識の浸透・啓発の取り組み

「エシックスカード」、
「コンプライアンスガイドブック(行動規範・Q&A集)」、
「実践! コンプライアンス」の配布



「倫理・リスク関連情報(月2回)」のメール発信

倫理・リスク管理部より、毎月2回全管理職層に向けて「コンプライアンス通信」を発信しています。定期的に配信することで、常に自分の行動を振り返り、間違った指導をしていないかを意識させています。

コンプライアンス重点課題を「社内報(LOOP)」へ連続掲載

カルビーグループの社内報「LOOP」にて「倫理・リスク管理部便り」のコーナーを設け、全従業員に分かりやすくコンプライアンスについて解説しています。

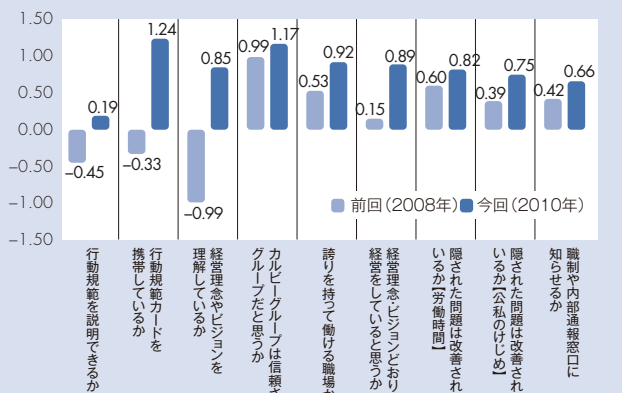


コンプライアンスアンケート(意識調査)の実施と、その結果を社内に開示

今回で3回目となる「コンプライアンスアンケート」を2010年7月に実施しました。今回のアンケートは前回調査を受けて、コンプライアンス推進活動がどのような成果を上げているのか、現在のカルビーグループのコンプライアンスの課題は何かを確認することを目的に行いました。回答率は全体で83%でした。

アンケート結果からコンプライアンスに対する意識の向上が確認できました。ただ、立場の違いによってコンプライアンス意識に大きなばらつきがあったので、今後は、立場の違いに関係なく全従業員のコンプライアンス意識を向上させることが重点課題です。

コンプライアンス意識に関する主要な項目の前回調査との比較(評価点)



お客様のために

カルビーグループでは品質保証を「お客様が期待する品質の製品を継続的に提供する」ことに加えて「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。



カルビーパーク

アンテナショップ

品質マネジメントの推進

カルビーは安全・安心に関するお客様の期待に応え、商品の安全管理を徹底していくために、2010年4月に組織変更を行い、グループ全体の品質保証の統括部署として品質保証部を設置しました。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審査・監督・管理しています。

また、品質保証部は、工場での生産工程の監視・改善を行う「食品衛生管理課」とパッケージ等の表記に間違いがないかを監視する「食品規格課」に細分化されており、それぞれの領域で、徹底した品質維持・向上に向けた取り組みを行っています。これからも品質に関する重大リスクの把握と、その未然防止に努め、また、問題が発生した場合においても、被害を最小限にとどめ、速やかに社外に告知するための体制作りと、再発防止のための改善策の構築を進めています。

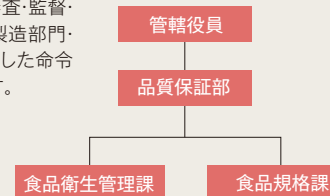
また、カルビーでは、キャリアディベロップメントプランを制定し、品質を守るための人作りにも取り組みはじめています。社内勉強会の積極的な開催や、新入社員に「食品衛生ハンドブック」を配布するなど、従業員一人ひとりが食の安全・安心を自ら実践できるよう教育・啓発に取り組んでいます。

品質方針

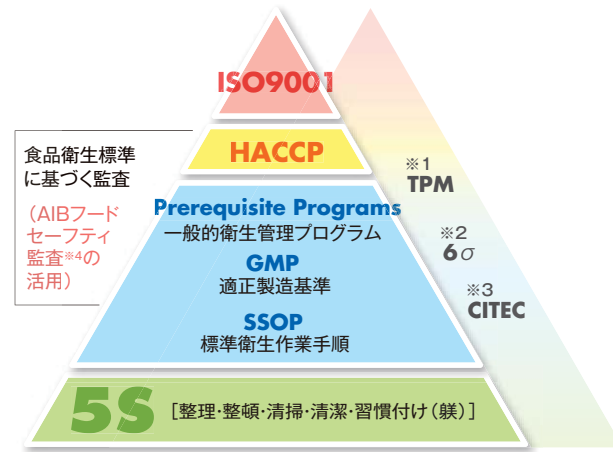
顧客の立場に立った品質作りを推進し、顧客の信頼と満足を得られる「安全・安心」「安価」で「おいしい」製品の継続的な提供の実現を目指す。

● 品質保証体制

客観的視点での審査・監督・管理を行うため、製造部門・販売部門とは独立した命令系統となっています。



● カルビーの品質保証体系

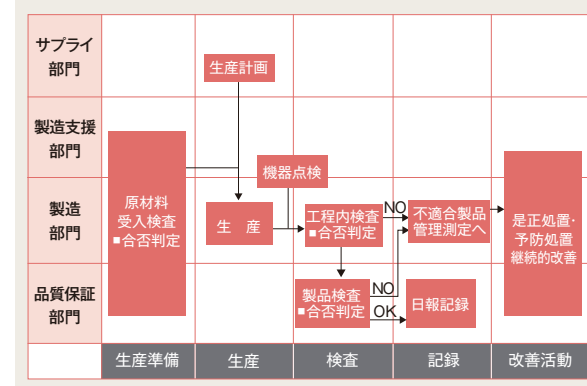


- ※1 TPM (Total Productive Maintenance)
効率的な企業体質作りを目的として、全部門でロス・ゼロ達成を目指す活動
- ※2 6σ
欠陥の発生頻度を100万回中3.4回に抑える改善手法
- ※3 CITEC (Calbee Information Technology System)
安全・安心のための、工場での作業ミス未然防止システム
- ※4 AIBフードセーフティ監査
米国製パン研究所による監査

品質マネジメントシステムの強化

カルビーグループでは、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、ISO9001を全社で統合認証取得しているほか、「AIBフードセーフティ」に則った食品安全監査を展開し、生産工場において年3回の監査を行っています。2010年にはカルビーグループ全工場において監査が完了しました。今後も継続的なリスク把握、改善活動に取り組んでいきます。

● 品質管理フロー



重大事故発生時の対応

ご指摘(お客様・卸店様・小売店様)や、工場、原料取引先ほかからの重大な不適合品が発生、または明らかになった場合、品質保証部が中心となり、初期方針検討会を招集します。「危害性」「緊急性」「拡大性」をもとに対応基本方針を決定し、この方針に基づき、各部署が連携して迅速に対処していきます。初期方針検討会で特に重大な問題であると判断される場合は、自主回収の可否が役員の対策会議を経て決定されます。最終的に回収のような社外対応となる場合は、社長が最終判断します。事故情報は品質保証部より各工場に送られ、社内関連部署の責任者に共有されます。

● 自主回収の件数(件)

年度	2007	2008	2009	2010
自主回収	4	1	3	3

生産現場での徹底した監査と改善

カルビーグループは、全工場で事故を起こさないための取り組みを強化しています。

品質保証部の担当者がAIBの規則に則り、定期的に工場を監査し、重大欠陥(すぐに重大なご指摘に結びつくような不適合事項)がないかをチェックしています。重大欠陥が見つかった場合は、期限と担当者を決めて改善にあたらせ、次回監査で改善されているかを確認しています。また、各工場の品質責任者が集まる定例会議を開催しており、発見された重大欠陥についての検証を行い、二度と同じ欠陥が見つからないよう共有しています。

重大欠陥や異物混入が発見された場合は、その商品を誤出荷させないよう毎日のチェックの中で確認する体制を整えており、重大事故につながる商品の市場への流出を徹底的に排除しています。そのほかにも、CITECシステムを導入し、商品の包装と中身に間違いがないかを出荷前に検査できるシステムも導入しました。地道な活動を継続させることにより、重大欠陥、お客様からのご指摘は年々減ってきています。



工場での改善活動の様子

品質向上へ向けた全社での取り組み

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月から2001年6月にかけて発生した異物混入事故などを教訓に、安全徹底への決意を忘れないようにとはじめたもので、毎年6月から8月にかけて全社で実施しています。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を表彰しています。また、開始から10年目となる2010年度は、原点に立ち戻り、過去の異物混入とご指摘の事例を改めて全社で共有しました。決意を新たに、お客様の立場で考え、よりよい商品・サービスへとつなげるためのアイデアを全社で出し合いました。今後はこのアイデアを現実の体制に落としこみ、さらなる品質向上を実現する仕組みを整えていきます。



消費者クレーム撲滅キャンペーン

食品アレルギーへの対応

カルビーグループでは、食品アレルギーへの配慮を重要な課題の一つと考えています。2006年に、研究開発部門や品質保証部門、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「アレルギー対策プロジェクト」を発足。モデル工場を設定してアレルギーリスクを減らせる清掃方法や設備改善などを研究し、アレルギー対策のための「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年から全国工場で徹底。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つ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

食品の安全・安心に対する消費者のニーズはますます高まっており、食品の使用材料や原産地までも考慮して商品が選ばれています。カルビーは製菓業界としては初めて、'73年に商品パッケージに製造年月日の印字を開始し、現在では賞味期限や製造工場、シリアルナンバー（製造番号）、製造ライン、製造時刻なども表記することで、積極的な情報開示の取り組みを進めています。

表示内容は「食品規格課」によって、正しい情報が記載されているかが法律に基づき厳密に管理されており、お客様に間違いのない情報をお届けしています。



商品パッケージの表示（表面）（裏面）

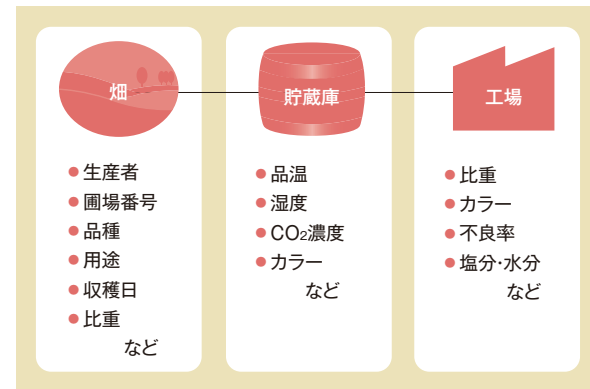
原料の品質を改善するシステム

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、工場の各場所で決められた項目の検査を行い、基準に合格したじゃがいもだけを使用しています。現在は、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し運用しています。この品質管理システムは、「トレーサビリティシステム」の機能も果たし、工場での製造品質等の使用結果はじゃがいも生産者へ速やかにフィードバックされ、その情報を翌年の栽培の改善に生かしています。



じゃがいものコンテナと固有の情報を記したラベル

● 畑・貯蔵庫・工場での品質検査項目



■ 新製品開発時の品質管理体制

お客様の立場に立った安全・安心な製品を提供するため、新製品開発時には原料・製品の良否判断基準である品質規格と、製造工程管理上の指針となる品質基準を設定し、データベースで管理しています。

このほか、サプライヤーの品質保証の仕組みや、製造ラインでのリスクや重大欠陥がないことを確認するために、サプライヤーを訪問し多数の点検・確認を行う原料アセスメントを実施しています。また、設計段階でのミスを出さないよう、開発プロセスやパッケージの表示をチェックする品質アセスメントを、品質保証部が中心になって実施しています。

■ 原材料における情報開示

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、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。

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（主なポテトチップス商品）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。また、サイト上で生産者の声も紹介しており、よりご安心していただけるような情報開示に取り組んでいます。



「じゃがいも丸ごと! プロフィール」

生産者の声

■ 貯蔵プロセスにおける品質改善

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5月下旬に収穫がはじまるまでの間、じゃがいもは貯蔵庫で貯蔵します。しかし、じゃがいもは元来、次の世代に子孫を残すための繁殖器官であるため、ポテトチップス用のじゃがいもは春になると貯蔵庫（貯蔵温度8-12℃）で発芽します。発芽し、芽が伸びたじゃがいもは、加工前に人力で芽を取る必要があり、多大な人手とロスを生みます。2008年に試験的に実施したエチレン処理によって、じゃがいもの発芽を抑えられることが分かりました。これは、古くから言われていた「じゃがいもとりんごを一緒に置いておくと、じゃがいもから芽が出なくなる」ということを応用したものです。2009年、2010年とエチレン処理したじゃがいもの量を増やしたことにより、じゃがいもの発芽によるロスや芽の破片に起因するお客様からのご指摘が大幅に削減されました。



そのまま貯蔵



エチレン処理

TOPICS

じゃがいも新収穫システム「C-Sup」※

従来、北海道でのじゃがいもの収穫方法は、掘り出しながら、同時に機械の上で、悪いじゃがいもを取り除く作業を実施し、選別後のじゃがいもを容器に収納する方法が一般的でした。ただ、この方法は作業スペースの確保が困難なことから、選別作業を手作業で行っていました。そのため、人手と時間がかかり、近代の農業の高齢化・労働力不足と重なり、作付面積が減少傾向にありました。

このため、カルビーポテトでは、将来にわたって安定的にじゃがいもを確保するための収穫モデルの策定に2001年度より着手してきました。

新じゃがいも収穫システムのC-Supは従来の方法でもっとも人手がかかっていた選別から運搬の工程を機械化することにより作業の分担を実現し、作業効率を大きく向上させました。

C-Supを導入して、10年を迎え、収穫の能力的にも、収穫したじゃがいもの品質的にも、合格点に近づいてきています。今後の課題は、生産農家をさらに満足させ、この先もずっと品質の高いじゃがいもが収穫できる産業を確立させることだと思っています。

生産者と連携した品質改善

ポテトチップスの原料となるじゃがいもに傷、打撲、緑化および内部障害などの不良箇所が発生することがあります。じゃがいもの不良箇所は、加工時に切り落とす必要があり、人手やロスの発生、場合によっては、お客様からのご指摘につながることもあります。このため、不良箇所のないじゃがいもが求められます。この不良箇所が発生する原因は、①生産者の栽培作業の精度の低さ、②気象条件、③病気の発生などがあります。

これら不良箇所を削減するため、カルビーポテトでは、5年前から気象条件などさまざまな情報を数値化し、栽培作業の改善につなげるなど収集した数値とじゃがいもの品質との関係を明らかにしてきました。そして、2010年度には、生産者の皆さんとこの数値の共有を図り、事前に作業内容を認識し、ずれが生じていた場合はその場で修正することが可能となりました。このような活動を「生産者による品質の自主保全活動」と呼んでいます。この活動により、従来は結果論であった品質が、途中経過で改善ができるようになりました。特に、じゃがいも緑化の改善に成果が上がり、2009年度のトヨシロ（じゃがいもの品種）の緑化発生率の平均が4.0%に対して、2010年度は1.5%と半分以下に減少しました。



従来型収穫：ハーベスター上で選別

※C-Sup…Contractor（請負人）の「C」と「Sup（Scale Up Project）」を組み合わせた造語。高性能な収穫機を用い、省力化とコストダウンを実現して、経営面積の拡大に貢献するシステム。



C-Sup：専用トレーラーで運搬

● C-Supによって生まれる余暇



お客様のために

全件対応の「お客様相談室」

カルビーでは、お客様のご意見、ご指摘、ご要望、ご質問は、重要な経営資源ととらえ、全国7地域に「お客様相談窓口」を設置しています。お客様の声を直接お聞かせいただき、そのご意見を各部で共有し、商品・サービスの改善に生かしています。また、ご指摘については、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、全件に対して最適な方法でお応えする体制を整え、現在では1日130～150件のお客様からの声に対応しています。



お客様相談室（丸の内本社）

さらなるコンシューマーリレーションシップの構築

さらなる顧客満足の向上のために、2010年度に組織変更を行い、お客様相談室を営業本部に組み込みました。それにより、より一層のコンシューマーリレーションシップの構築が可能となりました。各地域に配属されたお客様相談室長に権限を持たせ、お客様からのご要望に対応します。

迅速に対応することで、ご指摘により、弊社にマイナスの感情を抱かれてしまったお客様に、変わらぬご愛顧をいただけるよう、「感動の対応」を目指し、取り組んでいます。

お客様相談室活動方針

お客様本位の経営に貢献する

カルビーの事業活動の考え方、活動の仕方をお客様本位の活動とするため、顧客接点の充実を図り、社員の経営理念の理解を深めるように情報を発信し続ける

1 ご指摘対応強化

2 ご意見、ご要望の真因追求

3 お客様評価の向上

4 対応支援活動

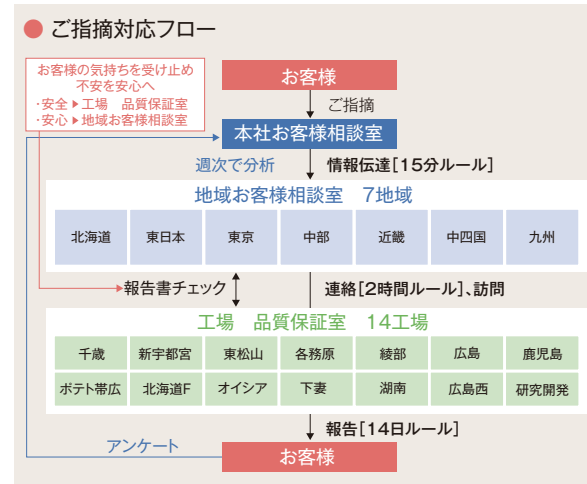
お客様の声を社内で共有する仕組み

お客様からいただいたご要望やご指摘は直ちに全社で共有される仕組みを整えています。

お客様からのご要望に関しては、週1回開催されるVOCミーティングにおいて、課題化できるかどうかを検討し、課題化が可能なものに関しては全社を挙げてのプロジェクトとして取り組みます。また、深刻なご指摘に関しましては、品質保証部が主体となり、全国の品質責任者を収集し会議を開催、その対応にあたります。

また、お客様に提出する報告書に関しても、全工場の責任者に回され、対応に間違いがないか、どのような対応を取ったのかを共有し、全工場・部署にて改善にあたります。

また、このようなお客様の声は社内イントラネットで週報として報告されているので、全従業員が情報を共有することで、全社一丸となった取り組みが可能になりました。



お客様からのご意見・ご要望への対応

ポテトチップス フレンチサラダなど「近くに売っているお店がない」というご不満のお声をいただき、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」での販売をしています。



ウェブサイト「カルビーeショップ」の画面

TOPICS

お客様の声を受けて改善しました

当社の商品である「堅あげポテト」の4連商品に関して、お客様より「4袋つながった商品は子供用だと思って買ってしまった。ポテトチップスが好きな1歳半の息子に食べさせたと、のどに詰まらせ何度も戻しました。周知すべき内容であると思います。」というご指摘をいただきました。

袋上部に大人向け商品であることを表示するビールのマークは入れておりましたが、ご指摘を受け、マークをより目立つものに換え、裏面で表記してある注意喚起の文章を表面にも掲載しました。この対応によって、一目で大人向けの商品であるというをお伝えすることができるようになりました。



お客様のニーズを商品開発に

商品作りのなかでもっと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、社内の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。



「一人で食べるには少し量が多い」や「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をもとに開発された少量個包装商品（右）と季節感を大切にした期間限定商品（左）

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:2011年3月現在約30万人）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から商品化までを疑似体験できる「ポテトチップス工場」などを展開しています。



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」(左)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」(右)を開くなど、双方向コミュニケーションを図っています。

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くだ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。

2010年度は、じゃがいもの収穫体験や自宅での栽培体験、工場見学、学校形式でじゃがいもの知識を身につけていただいたり、ご家族で参加していただけるイベントを多数開催しました。こうした取り組みから得られた声を分析し、関連部署への提案等、社内活動に反映しています。今後はより多くの会員の皆様とリレーションを深め、いただいた声を企業活動に生かしていきたいと思っています。



学校形式のイベント「カルサボ学園」 契約農家の畑でのじゃがいも収穫体験

お取引先様のために

カルビーグループは、お取引先様と公平かつ公正な取引関係の構築を大前提に、さらなる信頼関係の維持向上に努め、互いに価値を創出できる『共利共盛』の関係を目指します。

公平かつ公正な取引の徹底

カルビーグループでは、お取引先様との公平かつ公正な関係を構築することをグループ行動規範に明記するとともに、「カルビー購買管理規程」を2004年に制定し適正・円滑な調達を行うことを明文化しています。

2010年は、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新たに「カルビー購買方針」と「取引ガイドライン」を定め、お取引先様の評価・選定ならびに取引の実施に努めています。また、新規取引先の参入を広く海外にも求めるなど、オープンかつ積極的に新規参入の機会を設けています。

CSRに配慮した取引の推進

カルビーグループでは、品質向上や安全・安心を確保するためにサプライチェーン全体での対応を進めています。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、人権に配慮した購買活動を進めています。



パートナーシップミーティングで購買担当を紹介

下請法遵守体制の強化

カルビーグループでは、下請代金支払遅延等防止法（下請法）遵守体制の一層の強化を図るため、倫理・コンプライアンス委員会による各部門への教育・指導等を実施しています。

2010年は、日常のOJTならびに全国購買担当者会議を開催し、25名の担当者が参加しました。

● 購買担当者会議

教育の機会	●年1回の全国購買担当者会議 ●日常の購買取引におけるOJT	
対 象	●購買部メンバー ●各工場の購買担当者	
内 容	公正な取引および下請法に関する内容 ●カルビー購買方針の理解・啓蒙 ●取引先との取引基本契約に基づいた購買活動の徹底 ●下請法の遵守・教育	
購買担当者会議参加人数	●2008年9月 28名 ●2010年7月 25名 ●2011年9月（予定） 30名	

購買基本方針

- Calbeeは、日々の購買取引の決定、なら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、エコならびに環境保全など合理的な方針に基づいて実施します。
- 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。
- 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、公正な選定のため、購買部門はほかの部門から独立し、客観的に選定評価を実施します。
- 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。
- 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ます。
- 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。
- 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。
- Calbeeは、新規取引先の参入を広く海外にも求め、オープンかつ積極的にその機会を設けていきます。

品質向上に向けたお取引先様との連携強化

カルビーグループでは、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するほか、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おり、事業活動の目的を達成するためには、サプライチェーンを構成するお取引先様との連携は欠かせません。

カルビーグループでは、お取引先様と事業の目的を共有し、サプライチェーン全体で安全・安心で適正な品質の製品を継続的に提供することを目指し、パートナーシップの強化に努めています。

パートナーシップミーティングの実施

カルビーグループでは、日常のお取引のなかでサプライヤーとの情報交換や意見交換の機会を積極的に設けることで相互信頼を深めています。

2010年2月には、主要なお取引先様を対象に「パートナーシップミーティング」を開催、約50社100名のサプライヤーに参加いただきました。本ミーティングでは、カルビーの経営方針をはじめ、2010年に定めた購買方針やガイドラインの説明を行いパートナーシップの強化を図りました。

TOPICS

契約農家とのパートナーシップの構築

安全・安心な商品をお客さまへお届けするために、全国の契約農家からじゃがいもを調達しています。

調達にあたり、ポテトチップスに適した品種の育種や栽培技術の研究成果を活かして契約農家を支援し続けています。

携帯電話を活用しての契約農家への情報提供サービスも始まっています。

ただ、契約農家の経営規模は様々です。皆さんと良好なパートナーシップを築くために新しい取引制度の導入を進めています。

北海道で導入した全量取引もその一つです。規模拡大及び省力化への意向を受け、契約農家の作業負担を軽減するために圃場での選別作業をやめ、集荷場での集中選別を試みています。

契約農家の声を聞きながら、更なる原料品質の改善・量の確保に取り組んでいきます。



じゃがいもの収穫

お取引先様評価の充実

カルビーでは、2002年にお取引先様の評価基準をまとめた「アセスメント（評価）マニュアル」を定め、以後毎年この基準のもとお取引先様の評価を実施しています。この評価は、原料調達部門の担当者がお取引先様のもとへ赴き、原料規格に適った原料の出荷や工程での衛生管理、異物混入防止策などの実行状況などを3段階評価するもので、評価結果はお取引先様へ通知するとともに、必要に応じて改善をお願いしています。これまで約10年にわたり評価を繰り返し実施してきたことで、お取引先様の意識も高まり、評価結果も年々向上しています。

2010年度は、サプライチェーン全体での取り組みの充実を図るため、原材料購入以外の一般企業にも対象を広げ、計72件の評価を実施しました。お取引先様からは「第三者の観点で評価を受けるのは有意義」との声をいただいており、今後もお取引先様とのさらなる共栄を目指し、評価・改善支援を行っていきます。



アセスメント実施

VOICE

「スピード・品質、共に向上しています」

30数年前からカルビーさんにじゃがいもを出荷しています。よいじゃがいもを作れば、そのぶん価格に反映されるのがカルビーのいも。厳しい言い方をされることもありましたが、結果的に品質の向上につながりました。

全量取引は、価格的に見合っていると思います。混玉に比べるとやや単価が低いですが、そのぶん選別の人件費を減らすことができます。また、選別をしなくてもよいぶんスピードを上げて掘ることができるので、収穫日数を減らすことが可能です。その後の農作業（小麦の播種など）を余裕を持って行えます。

今後も、カルビーさんのフィールドマンとの情報交換を通し、高品質のじゃがいもを栽培します。よい情報があればどんどん教えてください。



契約農家 JA川西 中井 純広さん

従業員のために

カルビーでは従業員が自立的な実行力を兼ね備えた人材になるべく、従来本社が担ってきた役割（責任）・権限を各部署に委譲し、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環境を整備しています。



カルビーファミリーデー

人を生かす組織・制度作り

カルビーでは「従業員満足」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き、実行力を兼ね備えた人材へ成長していけるような職場作りに努めています。

人材方針

- ダイバーシティを重視し、多様な人材を採用します。
- 自立的実行力のある人材を育成します。
- リーダーの養成の為に、PJへの登用やCDPを考慮に入れた配置転換を計画的に行います。
- 高い目標にチャレンジし結果を出した人には、年齢・性別を問わず、登用の機会を与えます。

従業員のキャリア形成支援

カルビーグループは従業員が各々の目標を達成し、企業の社会的責任を果たすためにも、個々の役割・成長に合わせたさまざまなキャリア開発プランを整備しています。

2010年度に新たに人材開発課を立ち上げ、採用活動と人材育成を強化するための組織変更を行い、リーダー



リーダー層を対象にした研修

候補の育成に取り組んでいます。従業員一人ひとりにアセスメント（診断）を行い、その長所や改善課題を明らかにすることでキャリア開発に活用しています。

経営トップと直接対話する仕組み

カルビーでは、経営トップである会長の松本、社長の伊藤が従業員と直接対話する、「タウンホール・ミーティング」を開催しています。全国の工場・営業拠点にトップ自ら出向き、経営方針等を説明し、また、従業員からの質疑に応えています。会長・社長就任以来の恒例行事ですが、2010年度も全国22カ所で、夏・冬の2回ずつ開催し、延べ約8,000名の従業員と意見交換できる貴重な機会となりました。

また、会長の松本、相談役の松尾雅彦が塾長として参加し、「学ぶことの大切さ」に気づくための「松塾」も月1回、土曜日に複数拠点で順番に開催されました。延べ153名が自主参加し、積極的な対話をくり広げました。



タウンホール・ミーティング（THM）



松塾

従業員満足度調査

組織の現状を把握し、課題を解決していくために、従業員満足度調査を行っています。

また、満足度調査と併行して、従業員自身のキャリアについての希望調査を行っており、ジョブローテーションを行う際の基礎データとしています。



全国成果発表会

TOPICS

従業員の優れたアイデアを評価し、全国で共有する

従業員の優れた成果を称え、そのノウハウを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。2010年度は15チームが本大会で発表しました。

また、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「イノベーション大賞&コストリダクション大賞」も2009年度から実施されており、全国から約270件のエントリーがありました。

安全衛生管理

従業員が安全にそして健康的に働ける職場環境を構築し維持することは、企業の大切な責任です。カルビーでは法律に基づいた「安全衛生委員会」を定期的に開催し、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も産業医を交えて話し合い、各種施策の決定・実行を行っています。各事業所でリスクアセスメントの継続・普及を行い、災害リスク低減のための取り組みを行いました。また、従業員に対し、定期健康診断の実施と社外機関と契約し、24時間体制のメンタルヘルス相談窓口も設けています。

2010年度安全衛生活動計画

活動方針

1 安全活動がやり易いような環境をつくる

- 全社安全管理者が工場を巡回し、工場の安全衛生委員会の活動実態の把握や工場安全衛生委員の困りごとのフォローを行う
- 全社安全衛生委員会の開催を生産工場で行い皆の関心を持ってもらう

2 全従業員の安全に対する意識向上

- KYT、ヒヤリハットの推進

3 安全衛生委員会の進め方の変更

- 一方通行型からアウトプットがでる会議体へ⇒ワークショップ導入
- 結果（数値）報告よりプロセス（対策）報告を重視
- 安全衛生委員の労働災害解析のやり方の共有化とトレーニング
- 過去重大労働災害の再発防止策の有効性確認と工場間横展開の推進

【全工場共通課題】＝挟まれ巻き込まれ災害の撲滅

1 リスクアセスメントの実施継続の為の仕組み作り

- 安全ハットロール指摘事項のリスク評価時にこの手法を活用することを推奨

2 各工場重点課題取り組み1項目実施

●労働災害発生状況（件）

年度	2007	2008	2009	2010
不休災害	52	61	43	48
休業災害	24	14	22	20

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、安心してイキイキと働ける職場作りに取り組んでいます。

定年退職者の再雇用制度

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。

●定年退職者再雇用の推移（名）

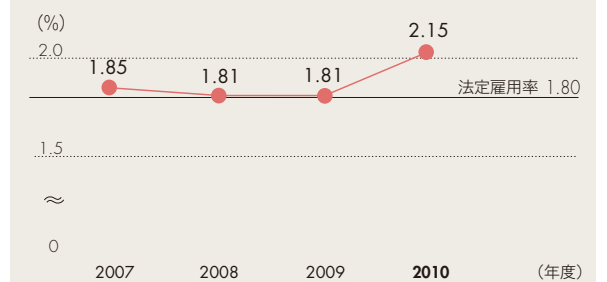
年度	2007	2008	2009	2010
再雇用者	26	23	18	18

障がい者雇用の推進

カルビーグループでは障がい者が普通に働ける普通の職場を目標に、障がい者の雇用拡大に向けた取り組みを行っています。障がい者の能力に合わせた仕事、施設や設備、勤務場所などに考慮し、最大限能力が発揮できるよう働きやすい職場作りに取り組んでいます。2010年7月には、障がい者の雇用を促進すべく、「カルビー・イートーク株式会社」を設立しました。

2010年度の障がい者の雇用率は、法定雇用率を上回る、2.15%となっています。

●障がい者雇用率の推移



TOPICS

カルビー・イートーク（株）の取り組み

カルビー・イートーク株式会社は、カルビー株式会社の特例子会社であり重度障がい者多数雇用事業所で、メンバー24名のうち14名が障がい者です。障がいのある人もない人も、誰もが持てる能力を最大限発揮できるような職場を目指しています。労働環境改善のため、企業内ジョブコーチ2名を配置し、日々工夫を重ねています。また、地域の養護学校や作業所からの見学や職場実習を積極的に受け入れ、地域の支援者と協力し、一人



竣工式の様子

でも多くの方が就労移行できるよう取り組んでいます。さらに、地域企業を対象とした見学会や講演活動を通じ、地域企業の障がい者雇用促進にも貢献しています。



バリアフリー工場



利き手に合わせた治具の配置

従業員のために

ライフ・ワーク・バランスへの取り組み

従業員が家庭と仕事の両立が図れるよう、育児休業制度や介護休業制度などの各種両立支援策を制定しています。従業員が個々のライフイベントに左右されず、活躍できる環境を整えることで、長期にわたって働き続けられる企業を目指しています。

残業削減に向けての取り組みに加え、人事異動に関しては、従業員の意思を尊重する体制を取っており、今後も少子高齢化などの時代の流れに応じた人事制度による支援に取り組むことで、会社の成長と個人の成長を促します。

従業員の育児・介護の支援

カルビーでは、家庭と仕事の両立を支援するために、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。スムーズな職場復帰を支援する取り組みとして、3か月に1度の定期面談や、希望者にノートパソコンを貸与するなど、休業中も会社の情報を入手できるようにして、職場復帰への不安をとりのぞくようにしています。今後も職場復帰後、さらに活躍できるような環境整備・意識改革に取り組めます。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。介護基礎知識セミナーを開催し、制度自体の認知度を上げ、理解を深める活動を行っています。

● 育児・介護に関する主な制度(2011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6～後8週間以内に連続または分割で5日(有給)
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	要介護対象者1名につき連続1年以内で会社が認めた期間
介護短時間勤務	要介護者1名につき1年以内(6時間以上/日)

● 育児・介護休業取得者数(名)

年度	2007	2008	2009	2010
取得者	16	16	20	33

● 女性管理職(本部長、部長、課長)比率(%)

年度	2007	2008	2009	2010
女性比率	—	—	5.9	7.9

TOPICS

男性の育児参加の促進

2010年6月30日から父親の育児休業を応援する、育児・介護休業法が改正されました。カルビーでは男性の育児参画の推進のため、配偶者出産時休暇(有給)を従来の1日から5日に増やしました。2010年度は48人の男性社員がこの休暇を取得しました。男性社員が進んで育児に参画することにより、旧来の考え方からの脱却を図り、意識の改革を進めています。また、社内報においても、育児に積極的に参加する男性従業員の声を紹介しています。

VOICE ……………

社内の「育メン」紹介

8月にお盆休みや土日と合わせ、配偶者出産時休暇(5日間)を2回に分けて取得しました。8月は子供が夏休み中であり、次男出産後の妻の体力も十分に回復していないので、休暇をとって妻を助けようと思いました。休暇をとることは、事前にお取引先様にもお伝えし、緊急時など万一のサポートを同じ部署の先輩方に引き受けていただいたので、不安なく休むことができました。普段から業務内容を共有しておくことが大事だと思いましたし、今度、先輩方が休暇をとる場合は私が積極的にサポートできればと思います。

購買部 供田 陽介



TOPICS

家族の職場訪問「カルビーファミリーデー」

11月23日・勤労感謝の日に、丸の内本社で「カルビーファミリーデー」が開催されました。従業員とその家族、総勢124名が集まり、オフィス探検スタンプラリーやカルビークイズ、懇親会等で盛り上がりしました。普段見ることのない親の職場に訪問した子供たちは大喜びで、終始笑顔で過ごしていました。今後もカルビーファミリーとして従業員同士が家族ぐるみで交流し、絆を築くきっかけとなる企画を開催していきます。

Calbee Family Day

味あてクイズ
特別ゲスト兼司会の「じゃがお」も応援子供も大人も大興奮!
カルビー製品詰め放題!

地域社会のために

私たちカルビーグループメンバーは一人ひとりが地域の一員、全世界の共同社会の一員です。地域に貢献する活動に積極的に取り組み、その責任を果たします。

宇都宮研究開発本部地区
社会貢献委員会

北海道事業本部社会貢献委員会

グループ一体での社会貢献

カルビーグループは、カルビーグループビジョンにも掲げている、「愛される会社」となるために、行動規範に「地域社会への貢献」を掲げています。カルビーは地球からの恩恵を受けて、皆様からのご支援・ご理解により、事業を継続しています。工場や事業所においても、その地域に暮らす人々との共生が欠かせません。そのことを従業員一人ひとりが理解し、「コミュニティ」への貢献が何より重要な使命だと認識することで、自ら進んで積極的に活動する人になるべく取り組みを継続しています。

社会貢献委員会の活動

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するために、各事業体に社会貢献委員会が組織されています。メンバーは「地域に密着して、汗をかく活動をする」ことを方針に、事業所が立地する地域社会、さらには全世界の共同社会に貢献するべく積極的に活動を進めています。

社会貢献することの意義を理解し、従業員一人ひとりが積極的に他者に貢献できる人間に成長することは、カルビーグループが人々から愛される企業になるために不可欠なことです。

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への取り組み

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フードコミュニケーション活動を全国各地で続けています。

カルビーはそのなかでも特に、食育活動支援に取り組んでいます。

「カルビー・スナックスクール」を開催

2003年から小学校への出張授業「カルビー・スナックスクール」を全国各地で実施しています。子供たちに、身近なおやつを通じて「正しい食習慣」と「自己管理能力」を培っていただくことを目的に、「楽しいおやつの食べ方」(おやつを食べる量・時間・パッケージ表示の見方など)をカルビー従業員が講師となり、分かりやすくお伝えしています。

2010年度は444校で実施し、これまでに約19万名の方にご参加いただきました。参加した児童からは「これからはおやつを食べるときは、量と時間を守るようにしたい」先生からは「身近なおやつから学習につながるたくさん要素があることが分かり、勉強になりました」など、多くの声をいただいています。



上三川町立本郷北小学校



南部町立福田小学校

食とスポーツのコラボレーションを推進

カルビーは「食」も「スポーツ」も、健やかな生活を送るために欠かせないものという考えのもと、スポーツを通じた食育活動にも取り組んでいます。オフィシャルスポンサーを務めるJリーグと共同で、サッカーに食育の要素を加えたイベントを多数実施しており、参加した皆様に食やスポーツに触れることの楽しさ、家族との触れ合い、そして自然素材の大切さを体感していただいています。



「カルビーパーク」じゃがいもつかみ取り

地域社会のために

工場見学を受け入れています

工場周辺のお客様に工場見学に来ていただき、どんな商品をどのように作っているのかを実際に見てもらうことでカルビーの仕事を理解していただく機会を作っています。工場敷地内で地元の方々と交流するイベントを行っている工場もあります。



子供たちのスポーツイベントを支援しています

広島では小学生駅伝大会を、宇都宮では少年サッカー大会を支援しています。応援する家族の方々も熱が入り、親子や地域の絆を深める重要なイベントになっています。また、ゲームを通じて私たちの仕事の紹介をしています。



オイシアでは宇都宮市東消防署の指導のもと、普通救命講習を行いました。急病人が出た場合、救急車を待つ間に行う心肺蘇生法とAEDの使い方を学びました。職場での救命のみならず、地域の人々への貢献もできればと思っています。



事業所内でのパン販売

新宇都宮工場、宇都宮研究開発本部地区、オイシア、湖南工場、各務原工場では工場内で近隣の障がい者作業施設の方々が作ったパンの販売を行っています。施設の方と直接触れ合う機会もあり、和やかな買い物風景も見られます。



地域の美化・環境保全に努めています

工場や事務所周辺の清掃を従業員が持ち回りで受け持っています。自然豊かな北海道では森林保全活動への参加、沖縄ではビーチの清掃など、それぞれの地域で役割を果たしています。



オレンジリボンキャンペーンを支持しています

広島県が開催するイベントでオレンジリボンキャンペーンのブースを受け持ちました。参加者にリボンを配り「子ども虐待のない社会の実現」を目指す活動をアピールしました。



地域の一員として伝統を支えています

青森のねぶた祭、鹿児島のおはら祭に従業員が参加して地域の方々と一体になり祭を盛り上げています。青森では次世代に伝統を継承する「子どもねぶた」の支援をしています。



NPO法人「日本から外科医がいなくなることを憂い行動する会」を支援しています

外科医の仕事を子どもたちに知ってもらうイベントに協賛しました。徳島県下の小学校4年生から中学校2年生40名が、医師の養成課程で用いるシミュレーターや最新の医療機器に触れ、模擬手術を体験しました。子供たちの真剣な表情とセミナー後の満足感あふれた笑顔が印象的でした。



社会貢献委員会の主導で全グループ会社従業員から義援金を公募しました

カルビー株式会社とそのグループ会社は、東日本大震災の被災地・被災者の方々に向け、義援金と支援物資合計額1億4千万円相当を以下の内容で提供いたしました。

義援金
76,521,955円(会社及び従業員からの募金の合計) 福島県、宮城県、岩手県の3件の各窓口へお届け
支援物資
64,000,000円相当額 北海道、岩手県の自衛隊や宮城県等を通じ各地へ提供



TOPICS

国際社会への貢献活動

●子供地球基金

Jagabeeのパッケージに子供たちの絵を掲載し、販売金額の一部を子供地球基金に寄付しています。子供地球基金は災害や戦争で困難な状況にある世界の子供たちに、絵画制作ワークショップなどを通じて生活や心のサポートをしています。東日本大震災の際も直後から被災地に入り、子供や高齢者を励ます活動をしました。Jagabeeを通じて、カルビーも活動を支援します。



担当者のコメント.....

Jagabeeは最適な素材や技術を世界から取り入れ、世界の皆様にハッピーになっていただきたいという願いを込めて作っています。世界の子供たちに幸せな時間を提供している子供地球基金さんの活動に共感し、コラボレーションを決定しました。子供たちの描いた絵をデザインした商品が販売され、収益がまた子供たちに還元される、「Kids Helping Kids(子供たちが子供たちを救う)」の一翼を担えればうれしいです。



マーケティング本部
Jagabee担当
網干 弓子

子供地球基金ホームページ
<http://www.kidsearthfund.jp/>

●カルビータナワットの社会貢献

2010年は、カルビータナワット(CTC)がタイで生産を開始して30周年目にあたり、これを契機として何か地域社会へお礼をしようと従業員一同にアイデアを募りました。討議を重ねた結果、下記の3案件を選抜して実施しました。

- ① 小学校の食堂の補修工事(スリン県)
- ② 幼稚園の事務管理用のパソコン贈呈(ヤントーン県)
- ③ 小学校の生垣の補修植栽工事(バヤオ県)

工事の完成セレモニーにはアイデアを出した従業員本人も一緒に参加し、地域の人々に歓迎されました。



贈呈セレモニー

●セーブ・ザ・チルドレンへの寄付

ジャパンフリトレイは2009年度に続き、「フリトレイ☆みんなに笑顔☆キャンペーン」を実施しました。これはジャパンフリトレイの定番7商品についている応募券1枚を1口として応募していただくと、1口につき10円が「セーブ・ザ・チルドレン」に寄付されます。寄付金はアジアの子供たちへの支援やプロジェクトに活用されます。2010年に集まった寄付金は523,810円で、これはモンゴルとベトナムの子供の支援に活用されます。



セーブ・ザ・チルドレンとは？

子供たちのための民間の国際援助団体(NGO)です。すべての子供が子供らしく生きることができる「子供の権利」～生存、成長、保護、参加～を実現するために、世界中の子供たちとともに迅速かつ継続的な生活の改善を目指し、活動します。また、その実現のために、世界の子供たちの現状を人々に知らせ、ともに学び、行動していきます。

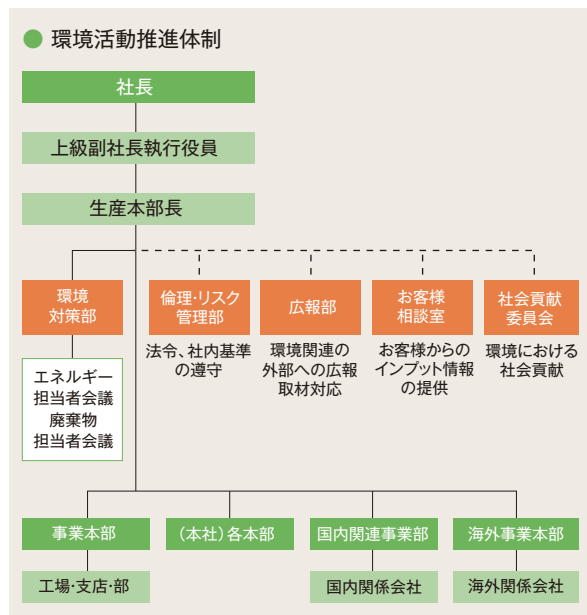
環境マネジメント

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。

環境マネジメントの推進

カルビーグループは2008年に「CO₂削減プロジェクト」を発足し、CO₂削減のために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、2009年度には「環境対策部」を設置し、活動方針を定め、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」等活動テーマ別の担当者会議を定期的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作りを進めています。2010年度はLCA（ライフサイクルアセスメント）に基づいて環境負荷を抽出し、各段階における連携の仕組みを構築しています。2010年度は、「ポテトチップス」、「じゃがりこ」、「Jagabee」のLCAを算出しました。

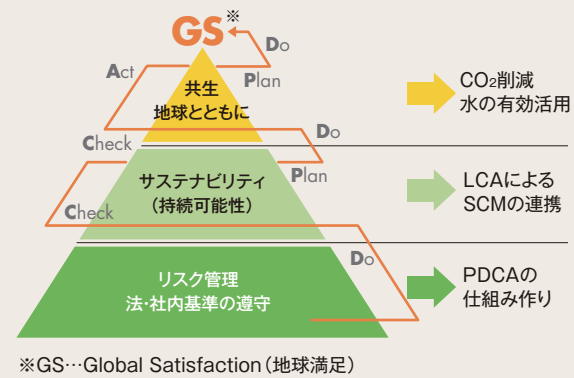
また全従業員に向けて環境への意識を啓発する活動も行っており、従業員が一丸となって環境目標の実現に向けて取り組む企業風土を確立しています。



環境対策部

基本理念

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!



行動指針

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、10プロセスにおいて、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、私たちの事業領域特有のものとして、
次の3つを優先します。

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。

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、事業活動における環境負荷（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。

社内外に向けての環境情報の発信

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、社内報やメール配信で全従業員へ伝えています。このほか、小学校への出張授業「カルビー・スナックスクール」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います。

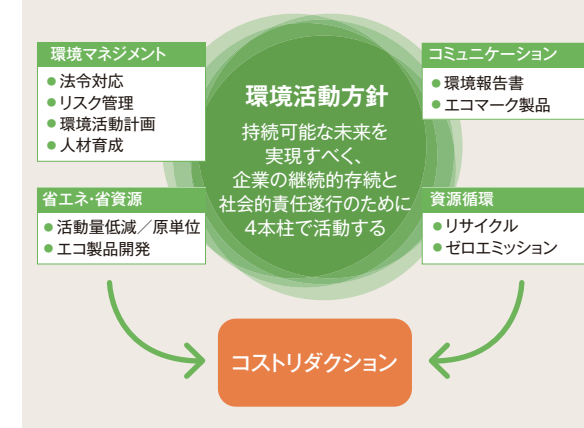


カルビー・スナックスクール



カルビー・スナックススクール

環境対策部の方針と4本柱



環境法規制遵守の状況

カルビーグループは環境関連の各種法令や規制を遵守しています。

2010年度は1件の法令違反(排水の水質基準値オーバー)が発生してしまいました。原因の調査および再発防止対策等の措置を迅速に行い、行政へ速やかに報告しました。

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。

環境コミュニケーション

カルビーグループでは、環境への取り組みを、情報ツールや展示会を通して社会の皆様発信しています。

2010年10月、東京ビッグサイトにて開催されたアジア最大級のパッケージ総合展「2010東京国際包装展」にて、「じゃがりこ」のカップ軽量化を展示しました。（カップサイズを1cm小さくすることで、紙・アルミの使用量を約8%削減、積載率向上のため年間140tのCO₂排出量の削減）

また、情報誌「JUST Calbee」を発行し、お得意先様にカルビーグループの社会・環境への取り組みなどを紹介しています。



情報誌「JUST Calbee」



2010東京国際包装展

環境意識の向上への取り組み

カルビーグループ全従業員の環境意識を高めるために、環境対策部が中心となり、2010年4月より「Calbee Green通信」を毎月末に発行し、全従業員に送付しています。現在の地球環境の状況や環境用語の解説、また、カルビーの各グループ会社、工場における環境への取り組みなどを紹介することで、従業員一人ひとりの環境への意識を高めることを目的としています。

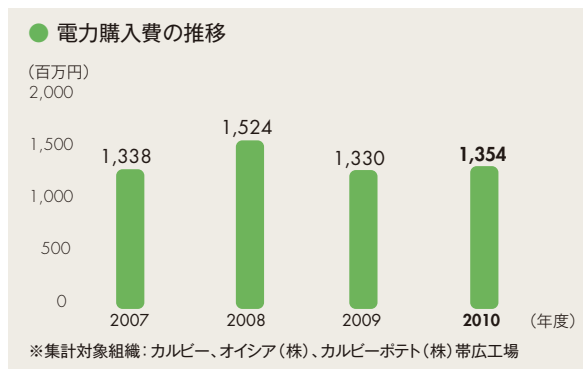
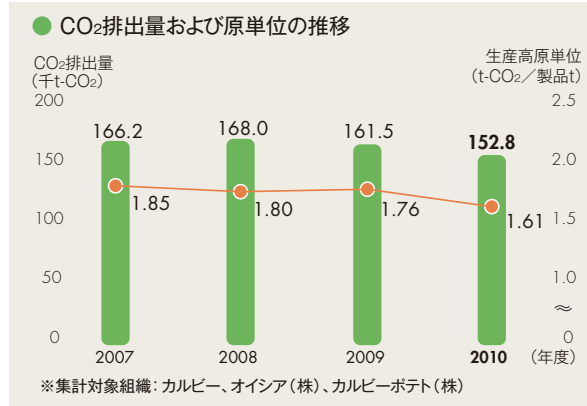


Calbee Green通信

CO₂削減の取り組み

持続可能な社会の実現のために、カルビーグループでは「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。

また、2010年度よりLCAに基づき、各商品の原材料調達段階、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を算出し、把握することで各部と連携し、効果的なCO₂排出量の削減を推進しています。



生産時のCO₂排出抑制

カルビーグループの各工場では、生産時のCO₂の発生を抑制するために、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。また、環境対策部が中心となって、各工場の担当者を集めた「省エネ会議」を開催し、各工場のエネルギー使用量削減の取り組みの紹介などを行っています。

輸送時のCO₂排出抑制

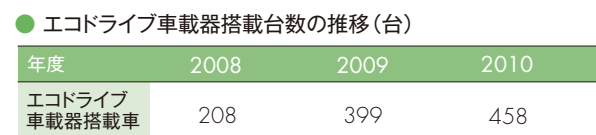
カルビーグループでは、物流・輸送におけるCO₂の削減のために、エコドライブやモーダルシフトの推進に取り組んでいます。

カルビーは「特定荷主」に指定されており、毎年国へ輸送エネルギーの実績や削減のための計画を報告しています。

また、2008～2010年度の3カ年はカルビーとスナック・フード・サービスとの協働で①配送ルートの見直し②トラック燃費改善③鉄道輸送拡大の3項目に取り組みました。

エコドライブの推進

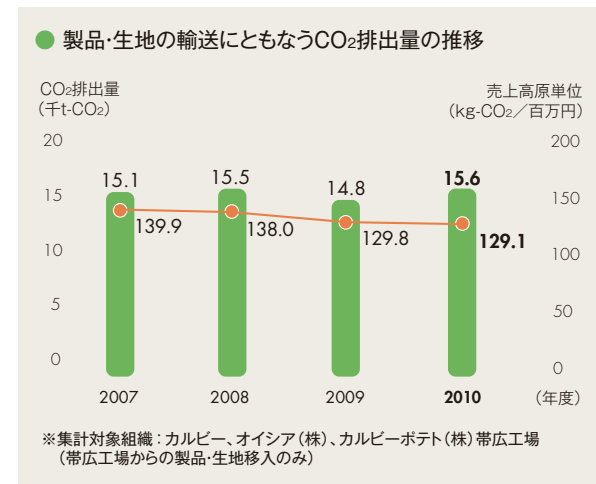
物流業務を担うグループ会社のスナック・フード・サービスでは、物流会社様と協働して燃費改善を推進しています。アイドリングなどドライバのエコドライブ状況を表示できる車載器を配送車両へ搭載することで、事故の発生、燃料の消費、CO₂の排出を抑制しています。2010年度までに458台に搭載しており、2009年度と比較して107tのCO₂を削減しました。



モーダルシフトの推進

2010年度は、600km以上のルート輸送物量の30%をトラックから鉄道へモーダルシフトすることに取り組みました。

3か年の対象ルートの鉄道シェア(トンキロベース)は、2008年度4%、2009年度19%、2010年度30%、と目標達成となりました。



TOPICS

エコレールマークの認定を取得

2010年10月29日、カルビーは国土交通省や社団法人鉄道貨物協会が制定する「エコレールマーク」の取り組み企業および商品（じゃがりこ、かつぱえびせんブランドの計10商品）の認定を取得しました。これまでの認定企業は73社、認定商品は120品目で、カルビーの認定は菓子業界で3社目となります。（平成23年3月3日現在）

この「エコレールマーク」制度は、環境負荷の少ない鉄道貨物輸送に切り替える「モーダルシフト」を進めており、地球環境問題に積極的に取り組んでいる企業、商品であることを認定するものです。今後、さらにモーダルシフトを積極的に推進してCO₂削減に取り組むとともに、社内関連部署の合意を経て、商品パッケージやタンポール、カタログ、ウェブサイトなど各所でマーク使用を進めていきます。



エコレールマークの認定条件をクリア

企業認定

(1・2どちらかを満たすことが条件)

①年間鉄道利用量15,000トン以上
または1,500万トンキロ以上

②500km超の陸上輸送で鉄道利用
が15%以上(重量orトンキロ)

商品認定

500km超の製品陸上輸送で鉄道利用
が30%以上(重量orトンキロ)が条件

「じゃがりこ」®で	「かつばえびせん」®
鉄道利用	で鉄道利用
61% (重量)	36% (重量)
77% (トンキロ)	40% (トンキロ)

クリア!

※「じゃがりこサラダ」「じゃがりこチーズ」「じゃがりこじゃがバター」「かつばえびせん」「かつばえびせんミニ」「1才からのかつばえびせん」「かつばえびせん紀州の梅」「かつばえびせん韓国のみ」「かつばえびせんフレンチサラダ」「かつばえびせんマヨネーズ」

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伴うCO₂排出量を社内のデータベースで管理するなど、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。

2010年から電力使用量の見える化に向け、ベンチマーク取りをはじめました。

また、さまざまな運用ルールを定め、オフィスでの環境負荷削減に取り組んでいます。



カルビー本社オフィス

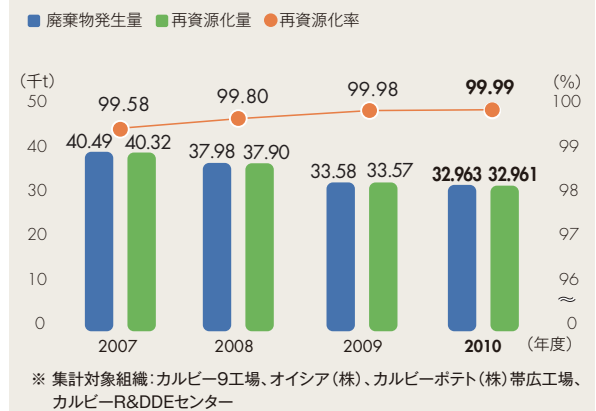


廃棄物の発生抑制と再資源化

カルビーグループでは、循環型社会の構築の実現に向けて、有限な資源を永续利用するための取り組みを推進しています。

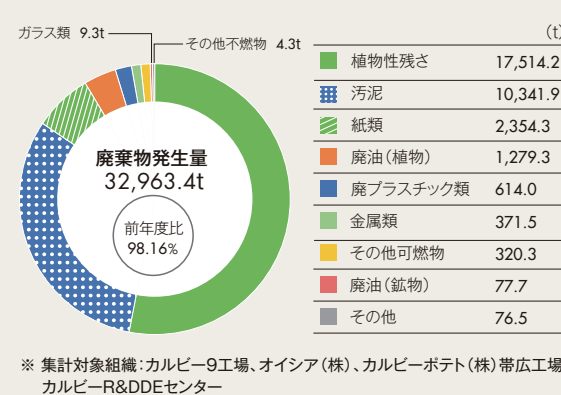
生産工程においては、じゃがいもの皮・ロス分などの植物性残さをはじめとする廃棄物の削減に向けて、各工

● 廃棄物発生量と再資源化量、再資源化率の推移



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、99.99%を達成しました。(2010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。

● 廃棄物発生量の種類別内訳 (2010年度)



使用後の油の再生処理

フライヤー(揚げ調理器)の清掃時などに出る廃食用油は、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。

プラスチック類の100%リサイクル

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。

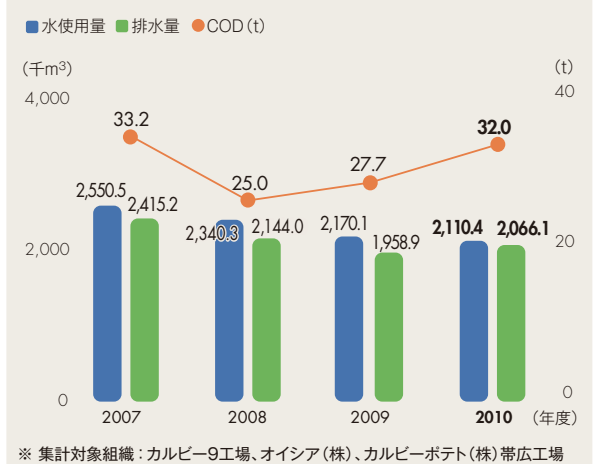
廃棄物を補助燃料としてリサイクルする取り組み

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しています。包装材料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。

● 水使用量、排水量およびCOD(化学的酸素要求量)の推移



TOPICS

じゃがいものリサイクル

鹿児島工場

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。この取り組みは広島西工場にも導入され、稼働しています。さらなる横展開に向けた計画が進められています。



キノコ栽培の様子



「ドライミールポテト」



販売される製品

下妻工場

「じゃがりこ」の製造工程で発生するじゃがいもの残さを、地域の研究機関や牧場と連携して養豚向け飼料の原料にリサイクルする取り組みを進めています。

(独)国立環境研究所や牧場などと「いばらき地域グリーンプロジェクト技術実証協議会」を共同で設立し、農林水産省の補助金交付を受けて、2010年4月から製造装置を稼働させて製造をはじめました。残さなどの産業廃棄物を養豚用の液体飼料「リキッドフィーディング」にリサイクルしています。

これらの飼料は「エコフィード」(ecofeed:「エコ」と家畜用飼料の「フィード」を合わせた造語)と呼ばれ注目されています。

この取り組みは、廃棄物処理のコストリダクションはもちろん、中間処理業者による残さ処理の燃料使用量の削減、養豚業者の悩みである輸入飼料の高騰を代替できるなど、環境と地域社会への貢献を実現しています。



飼料化装置



エコフィードを食べる豚さん

TOPICS

梱包用ダンボールケースのサイズ見直し

2010年2月、従業員からのダンボール内のムダな空間についての問題提起を受け、カルビー新宇都宮工場を中心に生産本部技術管理部、購買部、物流部の各部門が連携し、まずは60gベーシックポテトチップスに着目して適正なダンボールサイズへの見直しを行いました。これにより、ダンボールのサイズを縮小し、製造原価の低減を実現しました。また輸送積載率も向上し、輸送の効率化にも貢献しています。

今後はそのほかの商品でも同様に見直しを進め、さらなる改善を推進していきます。

● 現状起きていたこと(ムダな空間)



60gPCダンボールサイズ

現行: L:442mm×W:310mm×H:200mm

提案: L:405mm×W:310mm×H:210mm

TOPICS

再生可能エネルギーへの取り組み

再生可能エネルギーへの取り組みの一つとして、広島工場と広島西工場では自動販売機の電力を太陽光発電から利用しています。

この導入はベンディングマシンメーカーからの提案を受け賛同し、積極的に導入したのがきっかけです。

小さなことですが、環境負荷をできるだけ低減するための新しいエネルギー源として活用しています。

ベンディングメーカーとの共同事例でもあり、従業員への環境意識を高める一つのきっかけ作りと考えています。



ソーラーパネル



太陽光発電を使用しているベンディングマシン

第三者からのご意見



全国消費者団体連絡会
事務局長
阿南 久 様

PROFILE

出産後、生協への加入と同時に、生協の消費者活動に参加。以来、食の安全、消費者の権利確立に関わるさまざまな取り組みを先頭に立って推進している。

- 1972年3月
- 1991年6月～2007年6月
- 1999年6月～2003年6月
- 2001年6月～2007年6月
- 2003年8月～2007年8月
- 2007年10月～
- 2008年5月～

東京教育大学体育学部卒業

生活協同組合コープとうきょう理事

東京都生活協同組合連合会理事

日本生活協同組合連合会理事

全国労働者共済生活協同組合連合会理事

全国消費者団体連絡会 事務局

全国消費者団体連絡会 事務局長

子供たちに最も近い企業への期待

消費者の立場からまず共感したこと

日本に住む人で、カルビーを知らない人はおそらくいないでしょう。貴社はそれほど、消費者(特に子供たち)に近い企業であるわけですが、私もそんな消費者の一人として、貴社の今回の『社会・環境報告書』に関して、いくつかの私見を述べさせていただきたいと思います。

拝見してまず感じたのは、ほんとうの意味で消費者目線に立った活動をさまざまに実践されているということでした。

一つ目が、製品の安心・安全を確保するための品質管理体制です。ものづくりを行う企業にとって、製品の製造から最終消費にいたるまでの品質をいかにマネジメントしていくかは最重要課題といえます。貴社はとくに消費者の口に直接入る食品を製造している企業ということもあって、原材料の品質の管理や改善からはじまって、製造現場での生産管理の徹底、消費者への積極的な情報開示など、全力で取り組んでおられる姿勢をこの報告書を通じてあらためて知ることができました。

二つ目が、消費者からのクレーム・意見・要望・質問などを貴重な経営資源ととらえ、CRM(Customer Relationship Management)体制の確立に全社をあげて取り組んでおられるという点です。全国に配置した「お客さま相談窓口」に寄せられるクレームや要望などに対するスピーディな対応と、その情報を社内でも共有できる仕組みなど、消費者とのコミュニケーションづくりという面において先進的な実践例ではないかと考えます。

ある製品について、消費者が何らかの疑問をもって製造元に意見を投げかけても、それが聞き流されてしまうことが多いのが現状です。今後とも、この仕組みをさらに充実させて、消費者の声にスピーディに応え続けていただけることを期待します。

消費者とカルビーとの距離をもっと縮めてほしい

今、子供たちに対する「食育」の活動がさまざまなところで行われていますが、貴社も身近なお菓子を通して子どもたちに「食」について考えさせる、「スナックスクール」という地道な活動に取り組んでおられることをこの報告書で知りました。2010年度には全国444の小学校で「スナックスクール」を開催されたとのことで、そのパワーに敬意を表します。

ただ、今回の報告書の「スナックスクール」の記事で残念に思うのは、子供たちに最も近い企業として、「安心・安全・健康」について、もっと掘り下げた情報の発信があったのもよかったのではないかとという点です。

例えば、トランス脂肪酸の問題、スナック菓子の過剰摂取による肥満の問題など、貴社の見解を分りやすく語っていただければ、情報にさらに厚みが増すのではないかと考えます。また、このような記事は読者からの共感も得られ、貴社と消費者との距離がいつそう縮まると思われますので、健康に関する情報も交えて「特集」のような形にまとめたらよかったのではないのでしょうか。

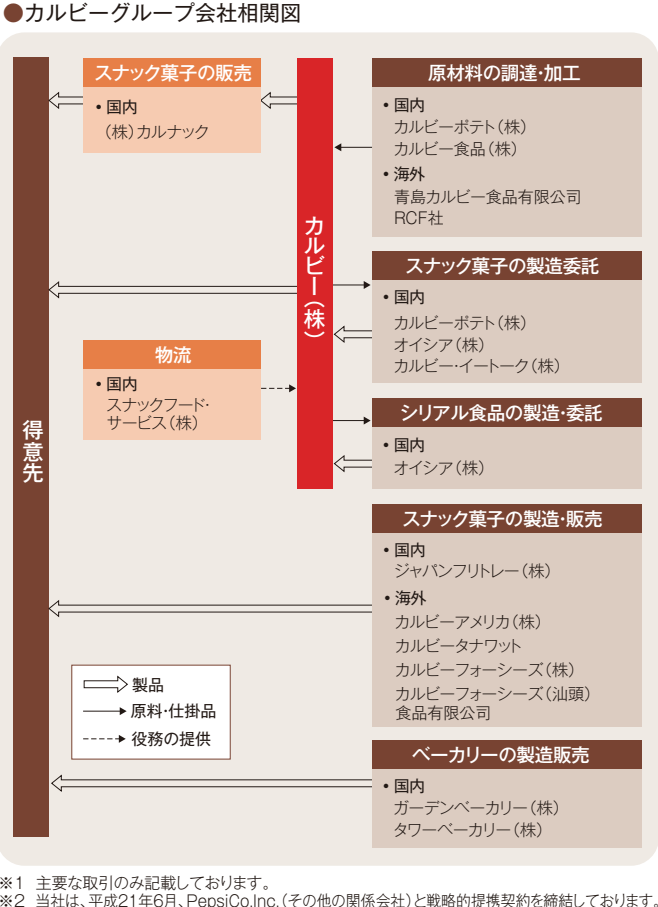
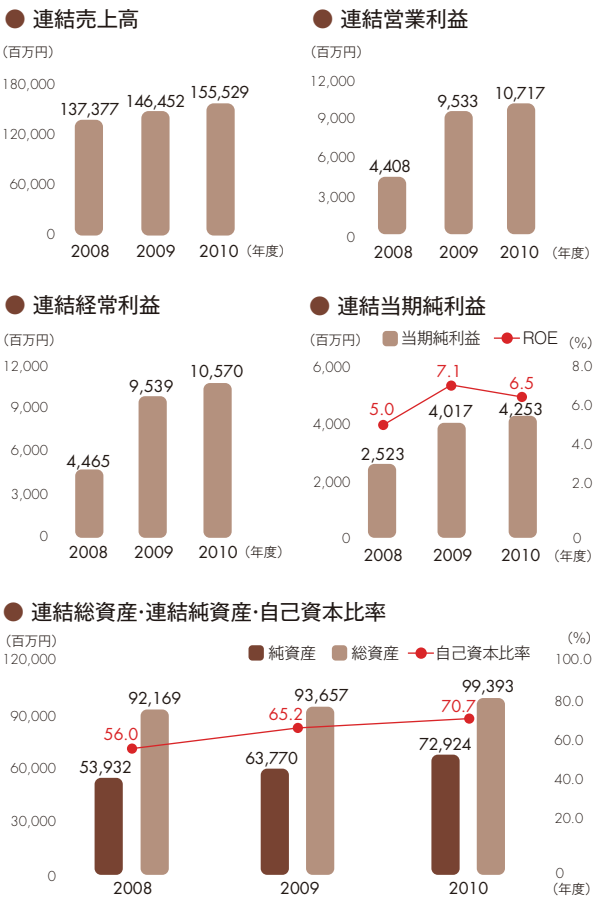
そしてもう一つ、消費者との距離を縮める努力という点で、「カルビーサポーターズクラブ」の記事も面白く読ませていただきました。じゃがいもの収穫体験や工場見学といったイベントを通じて、消費者一人ひとりの顔が見えるワン・トゥ・ワンのリレーションを企業が構築していこうとする試みが、とても興味深いものだったからです。

このようなさまざまな活動を通じて、消費者とカルビーとの距離をもっともっと縮めていってほしいと思います。

以上、私なりの忌憚のない意見を述べさせていただきましたが、ご参考になれば幸いに存じます。

会社概要

商 号	カルビー株式会社 CALBEE, Inc.	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)
本 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	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	
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	事 業 本 部	北海道、東日本、中日本、西日本
資 本 金	107億44百万円	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
事業内容	菓子・食品の製造・販売	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
売 上 高	1,555億29百万円(連結) (2011年3月実績)	物流センター	千歳、宇都宮、東松山、各務原、滋賀、広島、鹿児島
従業員数	2,896人 うち正社員1,466名 (2011年3月31日現在)	支 店	北海道、東日本、東京、中部、近畿、中四国、九州
		研 究 開 発 本 部	宇都宮



●カルビーブランド(主要製品)

 Callbee ポテトチップス ●うすしお味 ●のりしお味 ●コンソメパンチ	 じゃがりこ ●サラダ ●チーズ ●じゃがバター	 かつばえびせん	 じゃがボックル	 Jagabee ●うす塩味 ●バターしょうゆ味
 ひとくち美膳 ●雑穀&いちじく・バナナ ●雑穀&ベリー ●雑穀&あんず・杏仁	 サッポロポテト バーベQあじ	 サッポロポテト つぶつぶ ベジタブル	 フルグラ	 Vegips ●さつまいもとかぼちゃ ●玉ねぎ かぼちゃ じゃがいも