

# CSR報告書

---

# 2009



## 編集方針

不二家は、2003年から毎年「環境報告書」を作成し、環境問題への取り組みや考え方をご報告してまいりました。そして、昨年からは、より広く企業の社会的な側面における活動を報告することが企業が果たすべきCSR（企業の社会的責任）であるという考えのもと、「CSR報告書」としてまとめております。

本報告書は不二家のCSR活動を「品質」「マネジメント」「社会」「環境」の4項目にまとめ、それぞれ具体的にどのような取り組みを行っているかご報告いたします。

### 報告対象範囲

本報告書では原則として不二家単体を報告対象範囲としています。

なお、環境報告部分の環境データにつきましては、ISO14001の規格に基づいて活動をしている製造6工場（秦野工場、平塚工場、富士裾野工場、野木工場、埼玉工場、泉佐野工場）のデータを収集・記載しています。

### 製造6工場のISO14001 認証取得年月と環境負荷データ集計対象範囲

	ISO14001 認証取得年月	環境負荷データ集計対象工場							
		2003年 (109期)	2004年 (110期)	2005年 (111期)	2006年 (112期)	2007年 (113期)	2008年 (114期)		
菓子	秦野工場	2002年4月	2005年4月 統合認証	○	○	○	○	○	○
	平塚工場	2002年4月		○	○	○	○	○	○
	富士裾野工場	2001年4月		○	○	○	○	○	○
洋菓子	野木工場	2003年 4月	○	○	○	○	○	○	
	埼玉工場	2004年10月	—	○	○	○	○	○	
	泉佐野工場	2006年10月	—	—	—	○	○	○	

### 報告対象期間

2008年4月～2009年3月 ※一部、当該期間外における取り組みが含まれています。

### 参考ガイドライン

本報告書は主に環境省の「環境報告ガイドライン(2007年度版)」並びに、GRI (Global Reporting Initiative) の「サステナビリティレポートガイドライン第3版」などを参考にしています。

### 発行年月

2009年7月

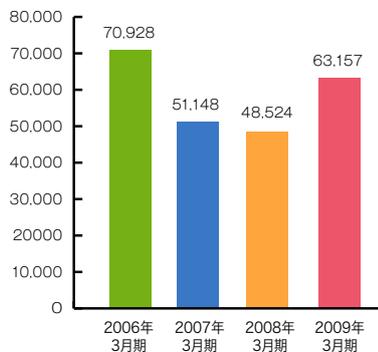
## Contents

編集方針	..... P 2	不二家とステークホルダー	..... P 6
会社概要	..... P 3	CSR 推進方針	..... P 7
企業理念	..... P 4	不二家のCSRを推進するための4つの項目	..... P 8
トップメッセージ	..... P 5		
<b>品質</b>			
安全・安心のために	..... P 9		
<b>マネジメント</b>			
コーポレートガバナンスと内部統制	..... P13	コンプライアンス	..... P16
マネジメントとしての「本物の5S」	..... P14	リスクマネジメント・セキュリティ	..... P17
<b>社会</b>			
お客様とともに	..... P18	従業員とともに	..... P23
株主・投資家の皆様とともに	..... P22	不二家ファミリー文化研究所	..... P26
<b>環境</b>			
環境方針	..... P28	環境保全活動	..... P33
事業活動のマテリアルバランス	..... P29	サイトレポート	..... P39
環境マネジメント	..... P30		
不二家のあゆみ	..... P41		
編集後記	..... P44		

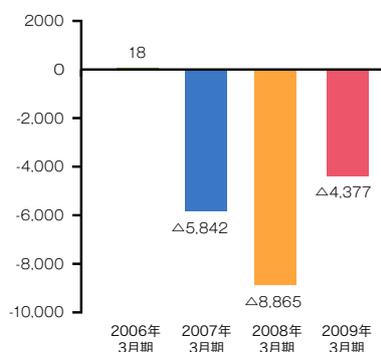
# 会社概要(2009年3月31日現在)

社名(商号)	株式会社 不二家
本店所在地	〒112-0012 東京都文京区大塚二丁目15番6号
代表者	取締役会長 山田憲典 取締役社長 櫻井康文
創業	1910年(明治43年)11月
設立年月日	1938年(昭和13年)6月
資本金	18,280百万円
従業員数	正社員965名
主要関係会社	山崎製パン株式会社、株式会社不二家フードサービス、株式会社ダロワイヨジャパン株式会社、株式会社ユトリア不二家、株式会社甲信不二フード、B-Rサーティワンアイスクリーム株式会社、株式会社スーパーハイウェイ、日本食材株式会社、不二家サンヨー株式会社、不二家乳業株式会社、不二家(杭州)食品有限公司、株式会社不二家システムセンター、不二家テクノ株式会社
営業部・支店	東京、大阪、愛知、福岡、仙台、札幌など全国の主要地
店舗	銀座、渋谷、横浜、名古屋、大阪、博多、札幌など
工場	秦野(神奈川県)、平塚(神奈川県)、富士裾野(静岡県)、野木(栃木県)、埼玉(埼玉県)、泉佐野(大阪府)、九州(佐賀県)、札幌(北海道)

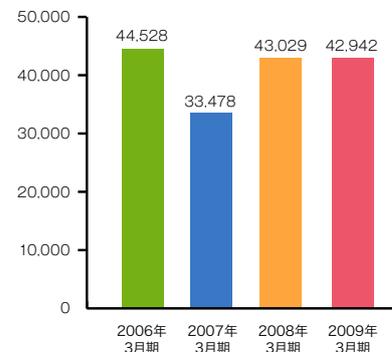
単体売上高 (単位：百万円)



単体経常利益 (単位：百万円)



総資産 (単位：百万円)



## 事業内容

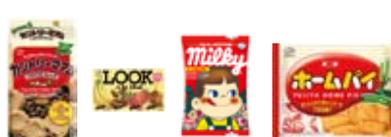
### 物販事業

ケーキ、ベーカリー、デザート、アイスクリームなど洋菓子類の製造販売、喫茶店及び飲食店の経営



### 菓子事業

チョコレート、キャンディ、焼菓子、菓子などの製造販売



### 食品事業

飲料及び乳製品など食品の製造販売



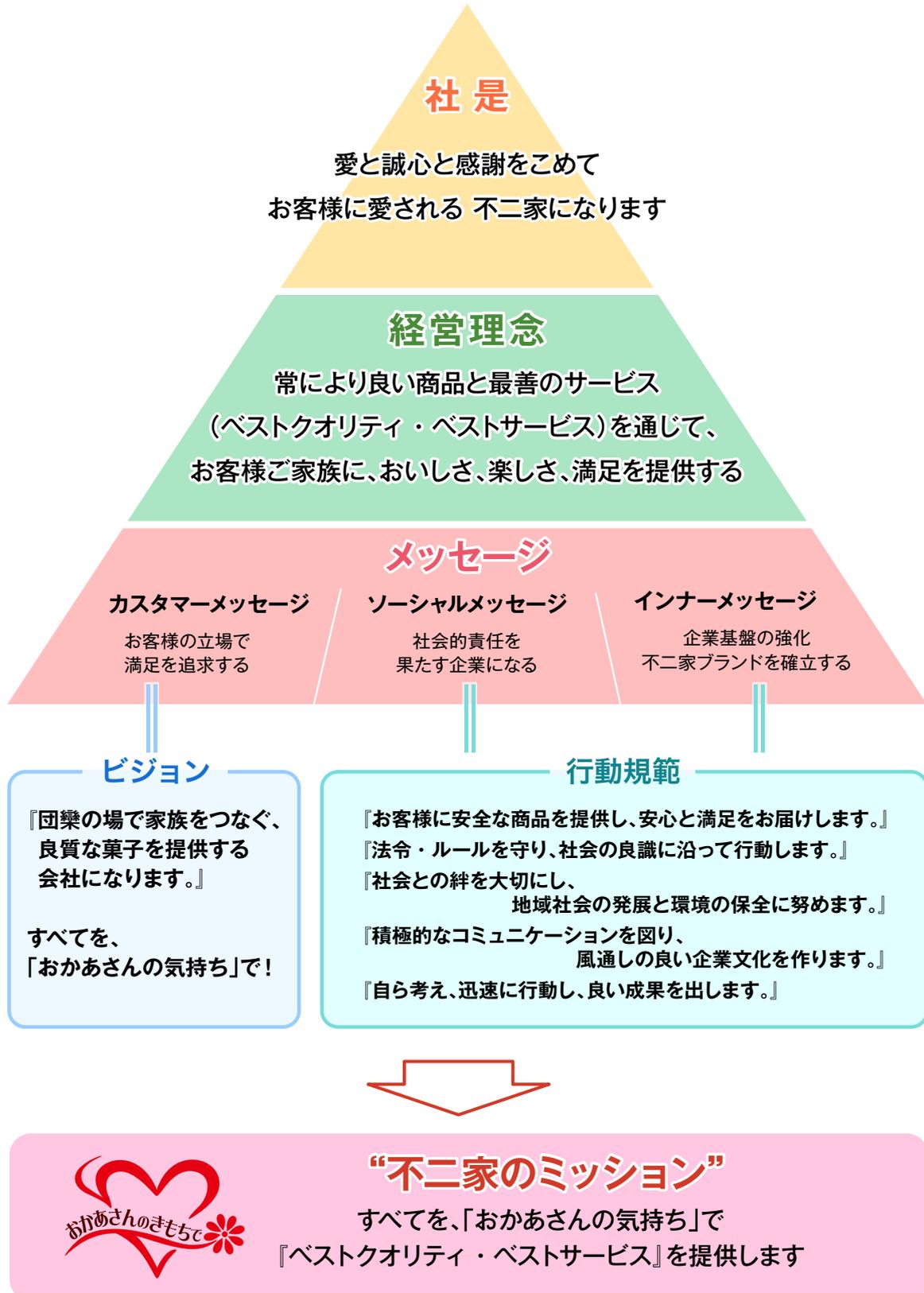
※各商品などの詳細は不二家ウェブサイト(以下「ホームページ」といいます)にてご覧いただけます。  
不二家ホームページURL <http://www.fujiya-peko.co.jp/>

## 不動産事業

業務内容：不動産の賃貸、管理など

# 企業理念

不二家の企業理念や、未来に向けたビジョン、ミッションをご紹介します。



## トップメッセージ

### 100周年に向けて～

愛と誠心と感謝をこめて、お客様に愛される不二家になります。

来年、不二家は創業100周年を迎えます。

私たち不二家は創業以来、お菓子を通じて家族の団欒の場を作るお手伝いをしてまいりました。

私たちは、“すべてを「おかあさんの気持ち」で『ベストクオリティ・ベストサービス』を提供します”というミッションを掲げ、事業を推進しています。

「おかあさんの気持ち」で考えることは、家族の笑顔を作ることにほかなりません。毎日の家族の団欒や、お誕生日やクリスマス、七五三などの楽しい時間に貢献できることは、不二家にとって一番大切にしていきたいことであり、幸せなことだと考えています。これからも、本業を通じた社会貢献活動に一層の力を注いでまいります。

又、私たち不二家は、ペコちゃんに象徴されるような『お子様の笑顔』を守ることも、大切な「おかあさんの気持ち」の一つであると考えております。家族生活や健康を支える源である豊かな自然を、次の世代につないでいくため、環境への取り組みも積極的に行ってまいります。同時に、家族全員の生活基盤となる「食」についての知識を深め、食文化を伝えていくことも、CSRの重要な取り組みとして位置づけ、食育活動などにも取り組んでおります。

2008年11月、不二家は経営基盤、及び財務強化のため、第三者割当増資を行い、山崎製パンの連結子会社となりました。山崎製パンとのシナジー効果を増大させ、事業の早期再生に向けて前進しております。

不二家のCSR活動は、本業を通じて社会に貢献し、社会と当社が持続的に発展することを目指しております。社員ひとりひとりが、食品を扱う企業の一員としての責任の重さを自覚し、公器としての企業の責任を果たしてまいります。

本報告書を通じて、不二家のCSR活動への取り組み姿勢、活動内容をご理解いただきますとともに、今後の活動に向けて、ご意見、ご感想をいただければ幸いです。

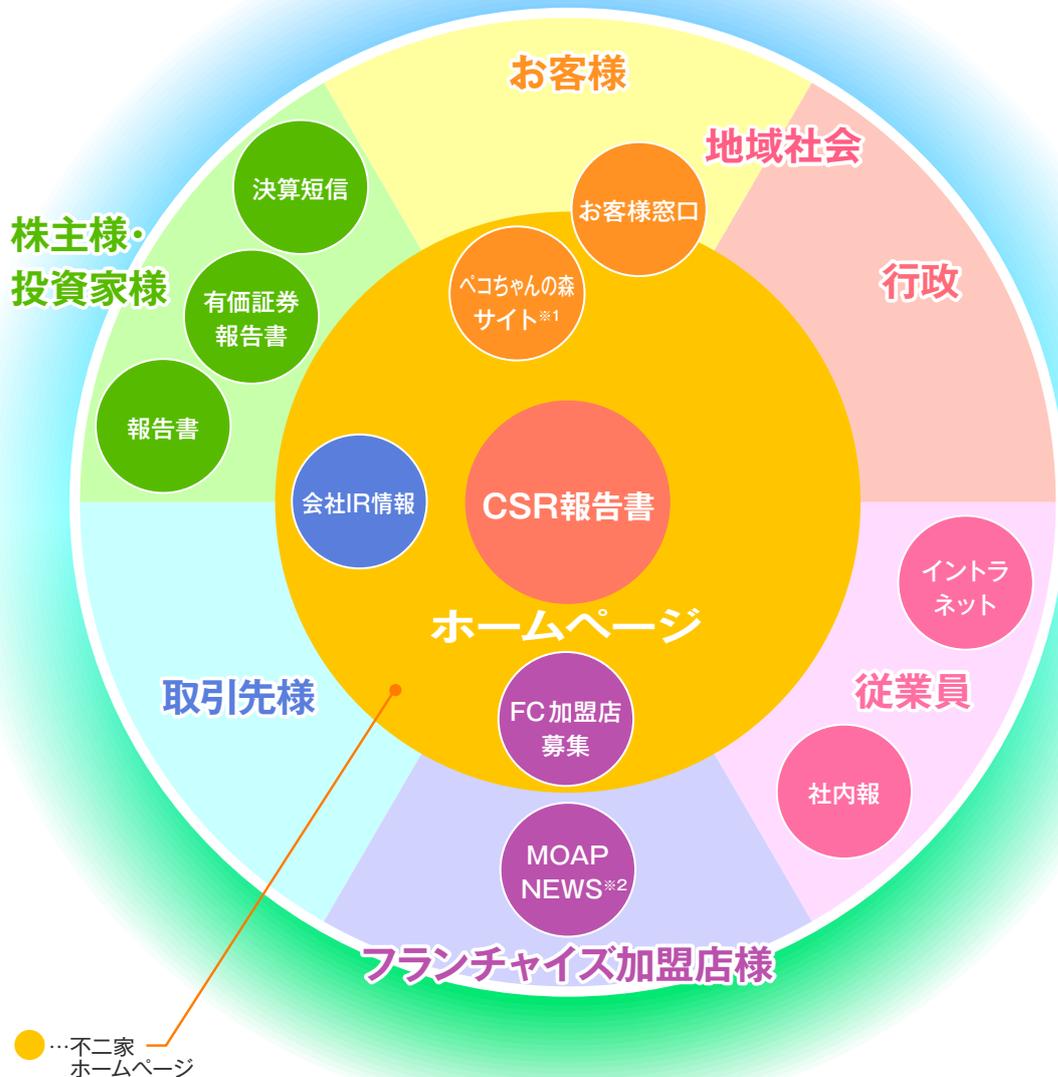
代表取締役社長

櫻井康文



# 不二家とステークホルダー

不二家は企業活動を通じて関わる、社外・社内のさまざまなステークホルダーの皆様の期待に応え、信頼関係を構築するために、ホームページを中心とした各種ツールを活用し情報発信をしています。



※1 ペコちゃんの森サイト:不二家ファミリー文化研究所が運営するウェブサイト。詳細は、P26をご覧ください。

※2 MOAPNEWS:商品案内や販促計画のお知らせ。

## 不二家のステークホルダー

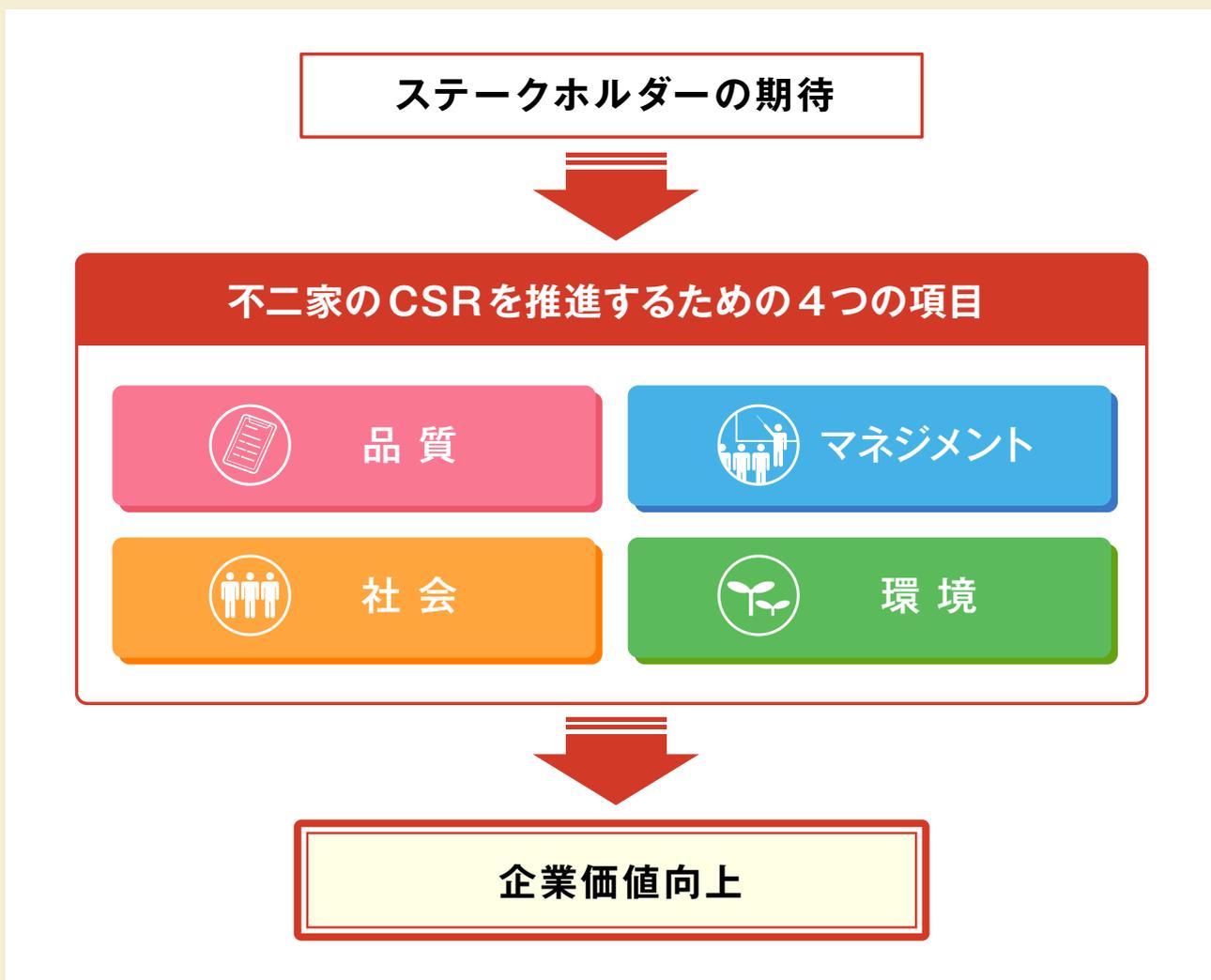
お客様・地域社会	常により良い商品と最善のサービス、お客様との双方向のコミュニケーション、又、さまざまなご要望・ご指摘への速やかな対応を通じて、お客様との信頼関係の構築に努めます。
行政	適時・適正に情報を開示し、良好な関係を維持します。
株主様・投資家様	積極的な情報開示を行い、企業価値向上に努め、株主様の期待に応えていきます。
取引先様	公正で透明な取引を行い、情報の共有化を図るなど、ともに企業の発展を目指します。
フランチャイズ加盟店様	パートナーとしての信頼関係のもと、共存共栄を継続します。
従業員	従業員ひとりひとりが能力を発揮できる労働環境を整備し、人材を大切にします。

# CSR推進方針

## 不二家のCSR

不二家のCSRは、コンプライアンスはもちろんのこと、本業を通じてお客様に安全・安心な商品と最善のサービスを提供すること、適切な情報開示及び環境問題などへの取り組みを通じてステークホルダーの期待に応えていくことだと考えています。

不二家は、CSR活動を推進し企業価値を高めていくために掲げた、「品質」「マネジメント」「社会」「環境」の4つの項目に積極的に取り組んでまいります。健全な経営を継続することで企業価値向上を目指し、社会から信頼される良識ある企業として責任を果たしてまいります。



### ● CSR推進体制

CSR活動を強力にサポートするために、社長直轄組織である「CSR推進部」を設置し、この中に「コンプライアンス室」「広報室」「不二家ファミリー文化研究所」を配置、関連部門と連携しながら活動を推進しています。「コンプライアンス室」は、従業員が高い倫理観を持ち、社会の要請に柔軟に応えていく風土を醸成するために、継続的にコンプライアンス教育を行っています。「広報室」は、迅速で公正・公平な情報開示を通じて経営の透明性を高め、社内外に適切な情報を提供しています。「不二家ファミリー文化研究所」では、お客様とのふれあいの場を持つための各種イベント(コミュニケーション)や、食育や環境への取り組みを行っています。

# 不二家のCSRを推進するための4つの項目



## 品質

P9~

お客様と不二家の信頼関係は、商品のおいしさと同時に、安全・安心な品質のうえでこそ成り立っていると考えます。

商品のおいしさを追求するとともに、お客様に安心してお召し上がりいただける商品を提供する努力を、CSR活動の最優先課題として取り組んでいます。



## マネジメント

P13~

従業員ひとりひとりが、高い倫理観に根ざした社会的良識を持ち、誠実に行動することが必要と考え、コンプライアンスの徹底を図っています。

又、内部統制システムの整備とリスクマネジメントの意識強化を図るなど、法令・倫理規範を遵守した企業活動を行っています。



## 社会

P18~

社会に開かれた透明性の高い企業でありたいと考え、社外の方々からのご意見を積極的に取り入れながら、「企業市民としての社会貢献活動」「事業活動の情報開示」などを行っています。

又、従業員間のコミュニケーションを大切に、活気のある健全な職場の維持に努めています。



## 環境

P28~

省資源、省エネルギー、CO<sub>2</sub>削減などの環境保全問題への取り組みを通して、より良い商品とサービスをお客様に提供しようと考えています。

ISO14001活動の中で、従業員の環境意識向上にも取り組んでいます。





お客様と不二家の信頼関係は、商品のおいしさと同時に、安全・安心な品質のうえでこそ成り立っていると考えます。

商品のおいしさを追求するとともに、お客様に安心してお召し上がりいただける商品を提供する努力を、CSR活動の最優先課題として取り組んでいます。

## 安全・安心のために

### 品質管理体制

不二家は、社長直轄の組織である食品安全衛生管理本部を中心に、常にお客様の視点に立ち、さらなる満足をご提供するため、食品安全に努めています。

第一に、科学的根拠に立脚したAIBやISO9001といった食品管理システムの導入、第二に、このシステムを有効に機能させるための安全衛生管理組織の確立、第三に、システムを維持、運営、改善し、組織を活性化させる柱となる従業員教育を行っています。

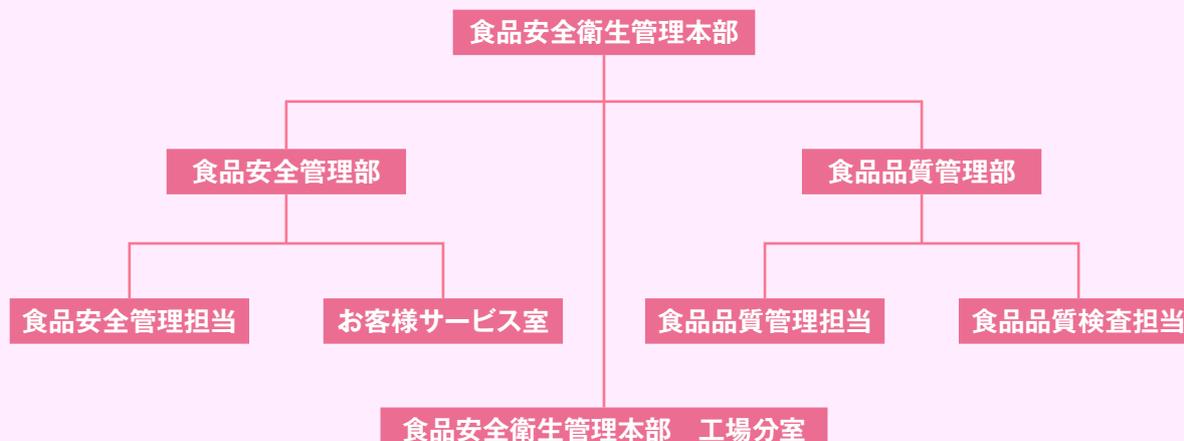
食品安全衛生管理本部は「食品安全管理部」と「食品品質管理部」の2部門に編成し、組織強化を図っています。

又、各工場に食品安全衛生管理本部の組織として、分室を設置し、業務の独立性を高め、チェック機能を強化するとともに、細菌検査体制などについても設備の充実、人員の強化を行っています。



従業員教育の様子

#### 組織図



## 不二家におけるAIB(American Institute of Baking)の取り組みについて

2007年2月より、洋菓子5工場、菓子3工場で、主要ラインを主体にAIBフードセーフティへの取り組みが始まりました。

このAIBフードセーフティには、指導監査と本監査があります。指導監査では資格認定された第三者機関のAIB監査員が、工場清掃活動を中心とした活動内容を、清掃が行き届いているか、異物混入の危険性と有害生物の生息が見られないかなどの観点から監査し、不都合が見られた場合にはその都度改善方法を指導します。

本監査では、同様な観点から監査を行い、点数制による評価を行います。5つのカテゴリー(①作業方法と従業員規範②食品安全のためのメンテナンス③清掃活動④総合的有害生物管理⑤前提条件と食品プログラムの妥当性)で各200点を持ち点に、減点方式による評価を行い、合計点数700点以上に合格が与えられます。

当社では監査対象とした工場、ラインはすべて合格しました。

導入後も、各工場とも工場スタッフを中心とした自主検査チーム「食品安全委員会」が毎月1回以上の自主検査を

行い、AIBシステムが適正に運営され、維持・向上されているかどうかを確認しています。そこで工場の管理体制の見直しと徹底を進めることにより、より高度な食品安全衛生管理体制が構築されます。

今後も商品のおいしさを追求するとともに、お客様に安全で安心な品質の商品をお届けするよう、継続的な取り組みを行っていきます。



AIB自主監査の様子

### 監査の方法

清掃活動においてはGMP※1に則った活動が適切に行われているかを、プロダクトゾーン(製造ラインの両サイド2mと天井までの範囲)においては、異物混入防止対策、有害生物防除対策の実施状況を中心に、監査が行われます。

監査は、現場80%、書類20%で、ほとんどが現場での活動状況の確認ですが、必要な書類の審査もあります。

又、清掃には、マスタークリーニングスケジュールと呼ばれる清掃頻度を自ら決めたスケジュール表と清掃手順書があり、それらに沿って清掃が行われているかの確認をしています。

#### ※1 GMP(Good Manufacturing Practice)

適正製造規範。従業員、設備、製造及び工程管理などについて策定されている。AIB国際検査統合基準※2はGMPを基準にして作成されている。

#### ※2 AIB国際検査統合基準(前提条件と食品安全プログラム)

AIB食品安全統合基準として8年が経過し、食品のグローバル化、フードテロの防止、新しい危害への対応を目的に「AIB食品安全統合基準」から「AIB国際検査統合基準(前提条件と食品安全プログラム)」へと改定されたものである。

## ISO9001:2000

### これまでの取り組み

不二家は2005年よりISO9001:2000品質マネジメントシステムへの取り組み活動を始め、2006年6月に外部審査機関による審査で認証を取得しました\*1。しかしながら、一連の問題の発生による2007年1月及び4月の臨時審査の結果、認証登録の一時保留・一時停止処置を受けました。その後、組織体制の変更や品質マニュアルの抜本的な見直しを行うなど、品質保証体制を強化したことにより、2007年9月の審査で一時停止処置が解消されました。

現在も、内部監査(年2回)や製造現場を中心とした各職場での日々の問題発見と改善活動を継続しています。又、品質マネジメントシステムに関する活動の情報交換の場として、社長・各部門長出席のもとでQMS会議\*2を毎月開催しています。今後とも、食の安全・安心とお客様満足の向上のため、継続的な改善活動を行っていきます。



ISO9001:2000教育の様子

### 取り組みの経緯

2005年7月	ISO9001:2000の取り組みを開始
2006年1月	品質方針を制定
6月	外部審査機関による審査で認証を取得
2007年1月	認証登録の一時保留
3月	品質方針を改訂
4月	認証登録の一時停止
9月	認証登録の一時停止を解消
2008年1月	認証登録を維持
5月	認証登録を維持
2009年6月	認証登録を更新

### 平塚工場 チョコレート製造1課 課長 安食 留美子



良い商品を作るには常に興味を持ち、あきらめず、いつもクリーンな気持ちでひとりひとりがルールを守り自信を持つことが大切だと考えています。

又、お客様と働く人の安全・安心を第一に考え、現場が中心となりながら、関連部署と協力をしていくことが必要不可欠です。

お客様に愛される商品を作るには、作る側が愛情のこもった商品作りをすることが必要です。そのために厳しさの中でも豊かな心を持った現場作りに挑戦し続けていきます。

※1 ISO9001適用範囲(2009年7月現在)

菓子事業本部、食品安全衛生管理本部、施設部、購買部、秦野工場、平塚工場、富士裾野工場(菓子営業部、食品品質検査担当、食品安全衛生管理本部洋菓子工場分室は除く)

※2 QMS会議

品質管理責任者が、品質マネジメントシステムが有効に機能しているかをチェックするために、毎月1回及び必要に応じて開催する会議

## 「不二家食品安全の日」について

1月11日は、不二家が社会並びに消費者の方々にご迷惑をおかけし、食に対する不安を与えてしまった日です。一連の問題を風化させず、恒常的に「食の安全・安心」に取り組んでいくために、昨年、この日を「不二家食品安全の日」と決めました。

2009年1月13日に「不二家食品安全の日」の決意集会を不二家本社にて開催し、櫻井康文社長は、今年目標として「安全衛生管理のレベルを上げる」ことを掲げ、重大事故の未然防止に取り組むこと、おのおの問題について原因を本質に遡って追究し具体的な改善を行うこと、問題の抽出のために全員の知識レベルを上げることを指示しました。又、山田憲典会長も、食品安全の日を制定するだけでなく、ひとりひとりが「心の改革」を行い、真剣に不二家の安全に取り組むよう指示しました。

本年から導入する「本物の5S」の指導をお願いしている西沢和夫先生からは、全員参加の「本物の5S」運動の導入、定着によって企業体質を変革し、お客様の信頼と期待を取り戻すように、とのお話をいただきました。

食品安全衛生管理本部長は、「食品安全衛生管理本部の使命」として「重大事故の未然防止」「クレームの削減」「安全・安心な商品作り」を柱に、「食品安全の日」の活動を推進していくと宣言しました。

又、不二家は、毎月11日を「食品安全の日」とし、食品安全衛生管理本部を中心に、全工場で原料や製品の期限の確認や各種チェック表の確認など、適正に管理、運用されているかを社内第三者の目でチェックしています。同時に洋菓子店舗においても社員による店舗巡回を行い、品質管理、清掃状況、サービス状況などのチェックを行っています。

### VOICE

#### 「おかあさんの気持ちで」

工場の製造ラインで作られるたくさんの製品を見ていると、「おいしそう!」と思うと同時に、私はこの製品を家族や友人に自信を持って食べて貰えるだろうか、ということを考えます。不二家のケーキやお菓子は、家族や買っていただいた方たちの中に幸せや温かさをもたらす存在だと思っています。私自身、お祝いや贈り物に不二家の商品を使うことがあります。喜ぶ相手の顔を見ると改めてそのことを実感します。これからも不二家の商品がお客様に幸せや温かさをもたらす存在であり続けるために、常に真摯な気持ちで食品安全の仕事に取り組み、「安全」な製品作り、お客様への「安心」の提供を目指したいと思います。

食品安全衛生管理本部 野木工場分室 井上 綾子



私自身2人の子供の「おかあさん」ですが、まだまだ「おかあさん」歴は少ない未熟者です。母親として、子供がおいしそうにお菓子を食べているのを見るのはとても幸せです。工場で働いている私にとって「『おかあさんの気持ちで』を、仕事に反映すること」は、「安心して子供に与えられる、安全なお菓子を作ること」だと思います。おいしそうにお菓子を食べる子供の笑顔を思い浮かべながら、「安全・安心なお菓子をお届けしたい」という思いを忘れずに仕事をしていきたいと思っています。

食品安全衛生管理本部 富士裾野工場分室長 曳地 佐知





# マネジメント

コーポレートガバナンスと内部統制 P13  
 マネジメントとしての「本物の5S」 P14  
 コンプライアンス P16  
 リスクマネジメント・セキュリティ P17



従業員ひとりひとりが、高い倫理観に根ざした社会的良識を持ち、誠実に行動することが必要と考え、コンプライアンスの徹底を図っています。

又、内部統制システムの整備とリスクマネジメントの意識強化を図るなど法令・倫理規範を遵守した企業活動を行っています。

## コーポレートガバナンスと内部統制

### ■ コーポレートガバナンス

不二家は、企業理念を着実に実現しうる企業として、経営の健全性(コンプライアンス)・透明性(ディスクロージャー)の原則を守り、継続的に企業価値を向上させ、全てのステークホルダーから満足いただける魅力的な企業の実現を目指しています。

業務の適正さを堅持するために、取締役会・監査役制度を強化し、グループ全体のガバナンス体制を構築しています。

取締役会は経営意思の最高決定機関として位置づけ、主要取締役による常務会と、取締役に加え執行役員も出席する業務執行会議及び取締役以下部長以上の幹部社員に関係会社の代表を加えた事業所長会議を適時開催し、ガバナンス強化とともに意思決定及び業務執行の迅速化を図っています。

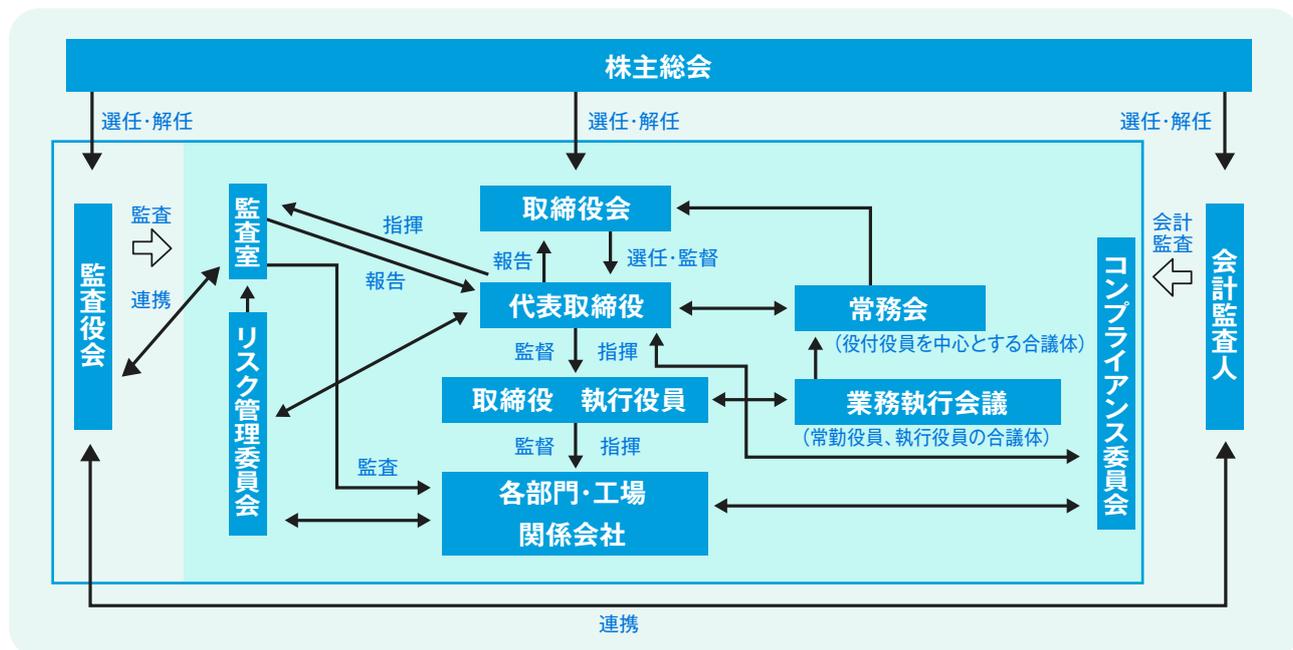
又、関係会社の経営と業務推進の方針決定に資するため、不二家本体の経営陣と関係会社社長との協議機関として、関係会社経営報告会(社長会)を設置し、関係会社への監督・支援を実行しています。

### ■ 内部統制の整備・運用状況

不二家では、会社法で求められる「内部統制システム」の整備・運用や、2008年3月期事業年度より適用された「金融商品取引法」で求められる、財務報告の信頼性確保に係る「内部統制報告」制度に対して、内部統制システムの整備・運用に取り組んできました。

財務報告にかかる内部統制は、企業として最も重視すべき課題のひとつであると認識し、外部に公表する財務報告の重要な事項に虚偽記載が生じないために、社内体制を構築してきました。

今後とも、内部統制の有効性を確保することで、財務報告の信頼性をさらに高め、企業としての社会的責任を果たしていきます。



# マネジメントとしての「本物の5S」

不二家における「本物の5S」の導入は、従来の整理整頓による単なる美化活動ではなく、トップダウンで進める企業風土改革であり、マネジメントの一環であると位置づけています。従業員全員参加による職場の「5S」活動は、従業員の参画意識、気付き力を高めることで、安全な働きやすい職場作りを進めるとともに、従業員の意識を変え、行動を変え、ひいては会社を変える原動力となる活動です。

## 「本物の5S」の定義

「本物の5S」の5Sとは、「整理」「整頓」「清掃」「清潔」「躰」の5つの「S」の頭文字をとったものですが、従前の5Sのような整理整頓による職場の美化活動ではなく企業体質を変革する活動であると捉えています。

### ■整理(⇔ムリ)・・・不要物・余分持ち排除

「要るモノと要らないモノをはっきり分けて、要らないモノを処分する」

### ■整頓(⇔ムラ)・・・「探す」の一掃

「要るモノを使いやすいようにきちんと置き、誰でもわかるように明示する」

### ■清掃(⇔ムダ)・・・機械・設備などの清掃点検

「常に掃除をし、きれいにする」

### ■清潔(⇔不潔)・・・整理・整頓・清掃の維持、目で見える管理

「整理・整頓・清掃の3Sを維持すること」

### ■躰(⇔放置)・・・決まりを作り守る、規律ある職場作り

「決められたことを、いつも正しく守る習慣づけ」

## 成功のための3原則

「本物の5S」活動を成功させるために、次の3原則に基づき取り組みを進めています。

### 「本物の5S」成功のための3原則

(1) トップが本気で率先して、まず管理・監督者が手本を見せる。

→ 5Sは、美化活動でなく、企業の体質を変革する活動である。

(2) 従業員全員参加で進める。(社員・契約社員・パート・アルバイト)

→ 契約社員・パート・アルバイトの力が大きな力となる。

(3) 時間内活動で進めていく。

→ 「楽に、早く、確実に」作業できる職場作りを目指す。

## 取り組み状況

不二家は、「全員参加の本物の5S」を導入し、不二家生産方式として構築していくために、各工場でキックオフ大会を開催しています。キックオフ大会では、社長が先頭に立ち5S導入に対する決意を表明したあと、5S推進のリーダーとなる推進委員が過去の職場運営の反省と今後の決意を表明し、その後従業員が参加している各チームから具体的で力強い決意表明を行います。キックオフ大会が単なる開始を宣言する場ではなく、全員参加の意識付けをここから始めています。

### 取り組みの経緯

2009年2月 埼玉工場キックオフ

2009年3月 野木工場キックオフ

2009年8月 平塚工場キックオフ



埼玉工場キックオフの様子



掲示板の活用で計画・実行が見える化



パート研修の様子

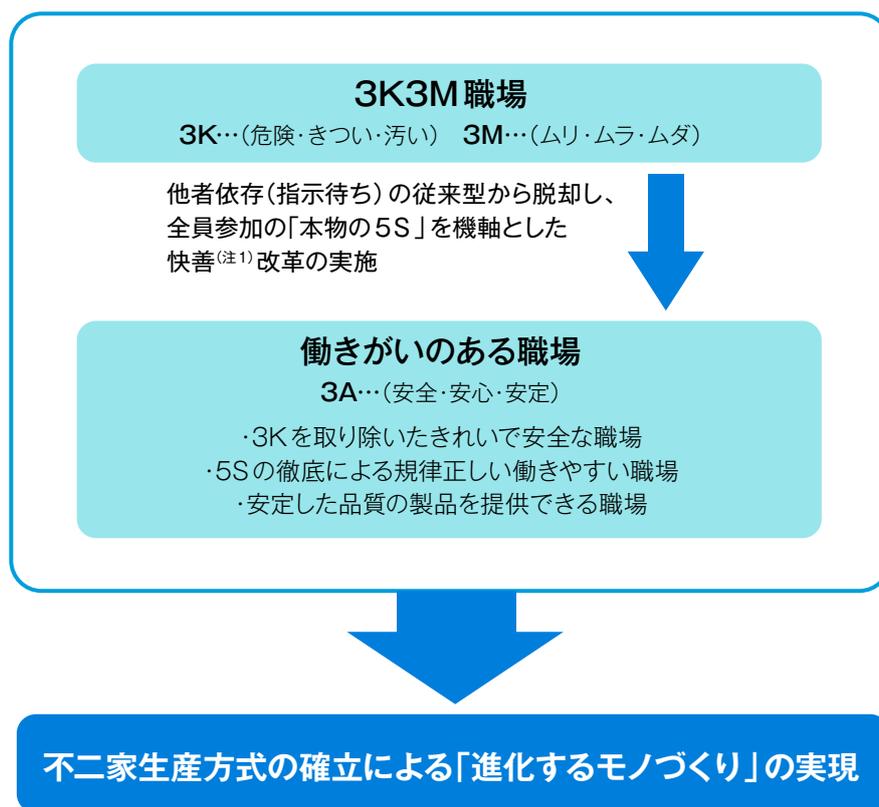
## 期待される効果

「本物の5S」活動は、職場から3K(危険・きつい・汚い)と3M(ムリ・ムラ・ムダ)を取り除くことで、3A(安全・安心・安定)を実現し、働きやすい職場作りを推進しています。活動にあたっては、職場内のコミュニケーションを密に図りながら進めています。

すでに、職場の整理が進み、働きやすい職場に変わりつつあるなど、効果が出始めています。

「本物の5S」活動を積極的に推進することにより、生産現場の改革による「不二家独自の生産方式の確立」に加え、研修を中心とした人材育成・やりがいを持てる職場作りによる「企業体質の改革」、生産現場の管理体制作りなどを中心とした「高収益体質の実現」を目指します。

### <生産現場での取り組み>



(注1:従業員が生きがいややりがいを持って仕事ができるようにすることから、この文字を使用しています)



現場巡回の様子

#### 洋菓子事業本部 生産本部 生産管理部 所 薫里



「本物の5S」を実施するにあたり、一般的に使われている美化活動標語の5Sとどう違うかを周知徹底することに時間が掛かりました。

身近な問題、困りごとをひとつひとつ改善していくことで、3M(ムリ・ムラ・ムダ)や3K(危険・きつい・汚い)をなくすように取り組んでいます。例えば、冷蔵庫の照明を明るくし、又、何処に何が置いてあるかを入口に表示することで、【寒い中で探す】というきつい行為を排除しました。探す時間の短縮は、結果として作業効率も上がります。

生産現場で働いているパートさんの声に耳を傾け、今より楽に作業ができるように皆で考え、働きやすい職場環境を作っていくことに、現在全力で取り組んでいます。

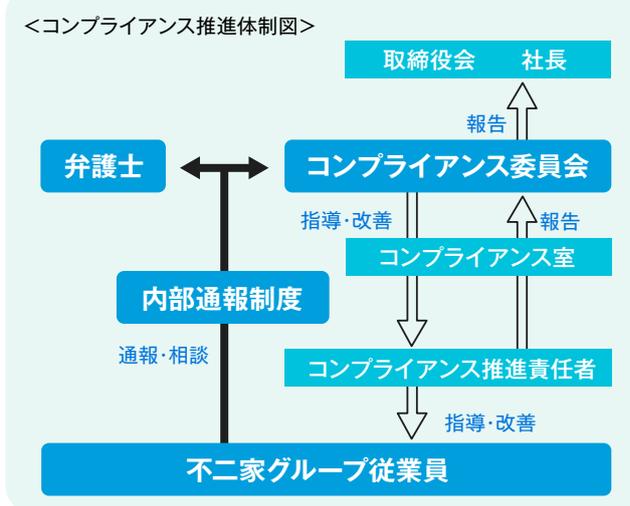
# コンプライアンス

不二家は、コンプライアンスをCSR活動の重要な基本部分と考えています。「単なる法令遵守にとどまらず、社内規程、社会倫理など決められたこと(自分たちで決めたこと)を守ること」と捉え、これらを通じて社会からの要請に応え、企業価値向上を目指しています。

## コンプライアンス推進体制

コンプライアンス活動をグループ全体で徹底、推進していくため、取締役を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、全社的な方針の制定、事故発生時の原因調査と再発防止策の策定などを行い、その結果を必要に応じて社長、取締役会に報告及び提案しています。コンプライアンス室ではコンプライアンスについての意識付けや啓蒙活動を実施しています。

又、内部通報(コンプライアンス・ヘルプライン)制度を導入するなど、当グループの社会的信頼の維持及び業務運営の公正性の確保に努めています。



## 内部通報(コンプライアンス・ヘルプライン)制度

グループ各社内の法令違反などの未然防止と早期発見を目的として、内部通報(コンプライアンス・ヘルプライン)制度を導入しています。

この制度は、不二家グループ各社内にある事案や行動が、法令や行動規範に違反するかどうかなど、コンプライアンスに関する相談窓口としても機能しています。

この制度を従業員が活発に利用できるよう、全従業員にコンプライアンスヘルプラインカードを配布しているほか、外部弁護士への連絡窓口を設けることで、コンプライアンスの浸透にも努めています。

## 2008年度のコンプライアンス教育

不二家は、従業員のコンプライアンスマインドの継続的な醸成、啓蒙が、企業再生のために欠かせない最重要課題と位置づけ、コンプライアンス教育に取り組んでいます。

創業以来従業員のよりどころとなってきた「社是」と「経営理念」の啓蒙に加え、2008年度は、行動規範の徹底教育に力を入れて取り組みました。この行動規範は、前年実施したコンプライアンス勉強会の中で出てきた従業員の生の声を活かして改定したものです。

そのほか、新入社員研修や階層別研修などでもコンプライアンスの講座を設けるなど、従業員の意識の向上に努めています。



中途入社社員に対するコンプライアンス教育の様子

CSR推進部 コンプライアンス室長

古屋 忍

お客様から信頼を回復するには、企業風土の見直し、従業員意識の変革が欠くことができない重要な課題のひとつであると考え、コンプライアンス教育に積極的に取り組んでいます。

社会からの要請を常に感じ取り、お客様から信頼される従業員であることが必要であると教育しています。これらの理解が毎年回を重ねることに伝わっていくのを実感しています。今後も継続的な教育により従業員のコンプライアンスマインドを向上させ、企業の社会的責任の一端を果たしていきます。



# リスクマネジメント・セキュリティ

## ■ リスクマネジメント体制の整備

不二家は食品企業として、常に「食の安全・安心」を最優先の課題とし、食品事故の未然防止と製品の安全性を向上させるため、AIB(American Institute of Baking) 国際検査統合基準による指導監査システムを導入するなど、徹底した食品安全管理体制の確立を図っています。

そのほか事業活動に重大な影響を及ぼす恐れのある「経営リスク」・「事故・災害(環境)リスク」などに対して、事前にリスクを識別・分類・分析・評価、及び、対応を適切に行うため、「リスク管理委員会」を設置し、迅速かつ最善の対応を図る体制を整備しています。又、必要に応じて、顧問弁護士などの専門家に助言・指導を求めています。

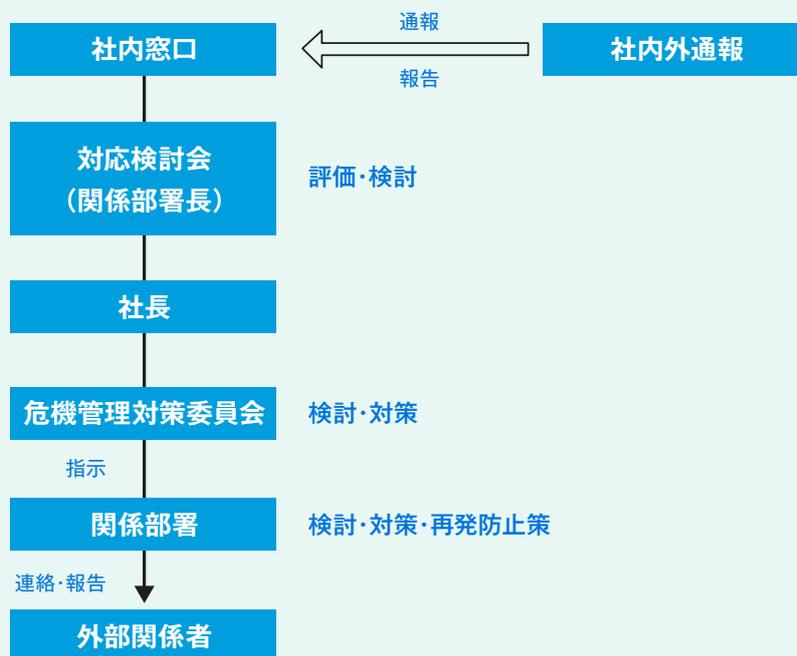
重大な製品事故や職場での災害リスクが顕在化し、又は顕在化が予想される場合には、社長が委員長を務める「危機管理対策委員会」を召集し、迅速な対応を図る体制を整備しています。

## ■ 情報セキュリティ対策

情報資産を過失、事故、災害、犯罪などの脅威から守り、社会とお客様の信頼に応えるため、情報セキュリティ基本方針を定め、業務遂行上必要な情報資産について、適切なセキュリティ対策を講じ、不正アクセス、漏洩、改ざん、紛失・毀損などが発生しないよう予防を図っています。

問題が顕在化した際には、速やかに是正するように組織と体制を定め、その役割と責任者を明確にしています。又、関連諸規程並びに情報セキュリティ体制の評価と見直しを定期的・継続的に行い、適切に管理しています。

<危機管理体制図>



社会に開かれた透明性の高い企業でありたいと考え、社外の方々からのご意見を積極的に取り入れながら、「企業市民としての社会貢献活動」「事業活動の情報開示」などを行っています。

又、従業員間のコミュニケーションを大切にし、活気のある健全な職場の維持に努めています。



## お客様とともに

### お客様への情報発信

不二家はお客様が必要としている情報を積極的に発信しています。

「不二家の取り組み」など、お客様に安全・安心な商品をお届けするための取り組みをお伝えするため、ホームページを充実させ、又、「お客様窓口」のページではお客様から数多く寄せられる質問を回答とともに掲載するなどしています。

又、アンパンマンにまつわる情報を充実させた「アンパンマン商品紹介ページ」など、お子様から大人までが楽しめるコンテンツの充実にも努めています。



お客様窓口



アンパンマン商品紹介ページ

### お客様からいただいた声

2008年度はお客様から約23,000件のお問い合わせやご意見、ご指摘をいただきました。その内訳は、約14,000件のお問い合わせ・ご意見があり、9,000件のご指摘事項がありました。

お問い合わせ・ご意見のうち、約20%が商品の原材料やカロリー、アレルギーなどについてであり、約45%が商品内容や販売店、洋菓子店舗の営業についてのお問い合わせに関するものでした。

お客様からのお問い合わせの多い商品特性(カロリー・アレルギー情報)については、ホームページの商品情報で公開しています(洋菓子事業本部商品の一部を除く)。又、洋菓子店舗では商品のプライスカードにアレルギー情報を載せています。

今後はカロリー情報などについても、なるべく全商品に対応できるよう努力していきます。

そのほか、フランチャイズオーナーの募集などについてのお問い合わせも数多くいただき、ホームページ上では専用の「お問い合わせフォーム」を設置しています。

### お問い合わせ内訳



### お客様サービス室 奈良 頼子



日頃、お客様からはさまざまなご意見やお申し出をいただきますが、昨今は食品業界におけるさまざまな問題が取りざたされた影響もあり、製品の品質については非常に敏感になられていると感じます。たとえどんなお申し出であっても、お客様からのお申し出やご意見には、より良い製品開発のためのすばらしいヒントが隠されていることがあります。お客様からのお申し出は、良い会社を築いていくために必要不可欠であると思います。これからもひとりひとりのお客様にご満足いただける対応を、心掛けていきます。

## わかりやすい表示

不二家は食品アレルギーをお持ちのお客様が商品の選択をしやすいように、原材料名でアレルギー物質を個別表示するなど、お客様がわかりやすい表示に努めています。

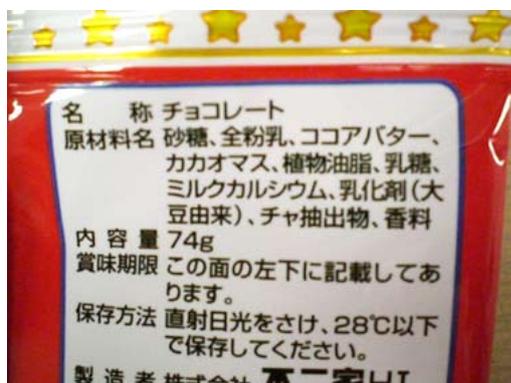
### 〈アレルギー物質の個別表示の例〉



カントリーマアム(バニラ)



ペコちゃんのえがお(カスタード)



アンパンマンチョコレート

## お客様の声を商品に反映

お客様からいただいた貴重なご意見は、より良い商品を作っていくためにとても大切なものです。実際にいただいたご意見を商品作りに活かした事例を、いくつかご紹介いたします。

### 〈お客様の声〉

「『スイーツトルテ』が大好きです。でもトレーがゴミになってなんだかもったいない気がします。」



### 〈商品に反映〉

「スイーツトルテ」のトレーをなくし、パッケージを小さくしました。同時に、1箱の粒数を2粒多くしました。



ゴミは今や大きな社会問題です。お客様の声を商品設計に取り入れる努力を今後も続けていきます。

## お客様からのお問い合わせ例

お客様からいただいたお問い合わせの中から事例をご紹介します。

Q:「チョコレートの表面が白くなっていますが、どうしてですか？」

A: チョコレートにココアバターという油脂分がたくさん含まれています。このココアバターは28℃前後で溶け始め、さらに温度が高くなると、分離してチョコレートの表面に浮き出てきます。これが冷えて固まると白く固まります。食べても体には影響はありませんが、風味は劣ります。

Q:「カントリーマアムの名前の由来は何ですか？」

A: カントリーマアムは、アメリカの「田舎のお母さん (country ma'am)」の手作りクッキーをイメージして名付けられました(1984年発売)。ちょっと形がふぞろいですが、食べた人がほっとくつろげるように、不二家の工場でも心を込めて作っています。

## 地域コミュニケーション活動

不二家は企業市民として、地域住民の皆様とのさまざまなコミュニケーション活動に取り組んでいます。

### ●はだの丹沢水無川マラソン

みなせ

秦野市制50周年を記念して2006年から開催されている「はだの丹沢水無川(みなせ)マラソン」が、2008年12月7日に開催されました。

不二家秦野工場では、参加した市民ランナーに参加賞(お菓子詰め合せ)を配るなど、地元企業として第1回開催時から協賛し、大会をバックアップしています。



はだの丹沢水無川マラソン  
(2008年12月)

### ●銀座柳まつり

不二家にとってゆかりの地でもある「銀座」にちなんだこのイベントに、昨年より参加しています。

「銀座柳まつり」は、東京都のシンボルロードとして柳が植えられて整備された「西銀座通り」の完成を記念して、2006年より毎年5月5日(こどもの日)に開催され、今年で4回目です。

2009年のテーマは、「ふれあい」。ペコちゃんも人力車に乗ってパレードに参加し、会場を盛り上げました。



銀座柳まつり(2009年5月)

### ●元町ハロウィン

「元町ハロウィン2008」は、横浜元町ショッピングストリートのお店のスタッフが、いろいろな衣装でお子様にお菓子を配る、手作り感あふれる地域イベントです。

不二家にとって横浜元町は、1910年(明治43年)に最初に洋菓子店を開いた「発祥の地」。

2008年も、前年に引き続き、ペコちゃんとポコちゃんもオリジナルハロウィン衣装で参加し、地域の方々との交流を深めました。



ふれあい広場にペコちゃんが登場



元町ハロウィン(2008年10月)

## 工場見学を通じて

### ●親子工場見学の実施

不二家は工場見学を通じて、お客様に安全なお菓子を生産するための取り組みをご紹介します。

又、工場内の見学だけではなく、親子でケーキやお菓子作りを体験していただき、「食」についての興味や関心を高めていただくための取り組みも実施しています。

このような工場見学を通じて、より多くのお客様に不二家の安全・安心への取り組みをご理解いただくとともに、参加された皆様の大切な思い出作りのお手伝いをしています。



秦野工場 夏休み親子工場見学の様子 (2008年8月)

### ●消費者団体、食に関するオピニオンリーダーとの交流

不二家は消費者団体や、食専門のオピニオンリーダーの皆様(食に関するアドバイザーやジャーナリストの方々など)を工場にお招きし、工場見学をしながら、現場の食品安全衛生の取り組み状況、不二家のCSR活動についてのご説明をしています。

又同時に、意見交換会やアンケートを行い、さまざまなアドバイスをいただきながら、食の安全・安心への取り組みを進めています。

※工場見学・意見交換会のご報告は、不二家ホームページ上で公開しています。

<http://www.fujiya-peko.co.jp/company/csr/society/opinion/>



食生活ジャーナリストの会  
秦野工場見学・意見交換会の様子  
(2008年11月)

## VOICE

意見交換やアンケートで寄せられたご意見(抜粋) ※2008年10月 消費者団体様との秦野工場見学・意見交換会より

- 工場自体は40年の歴史があるので、やや古い印象がある。
- AIBシステムを使った衛生管理は良いと思う。
- 今後も継続して消費者と交流する場面を設けてほしい、カジュアルな見学会でもよい。
- 年配者はパソコンを使わない人もいるので、CSR報告書は製本してはどうか。
- 大人から子供まで不二家という会社には思い入れがあるようだ、その期待を二度と裏切らないよう頑張してほしい。



工場見学後の意見交換会の様子  
(2008年10月 秦野工場)

# 株主・投資家の皆様とともに

## IRツールによる情報開示

不二家はIRツールを使って、株主・投資家の皆様と綿密なコミュニケーションを図っています。

2008年11月にはホームページ「会社・IR情報」を大幅にリニューアル。各種IR情報を充実させるとともに、より見やすく、わかりやすい情報の提供に努めています。

### IR情報

<http://www.fujiya-peko.co.jp/company/ir/>

#### ●ホームページ



#### ●報告書



## 株主優待制度

年1回の権利確定日現在の株主様\*に対し6月中旬に発送する「定時株主総会招集ご通知」に株主ご優待券を同封し、送付しています。

※権利確定日・・・毎年3月31日の最終の株主名簿に記載のある株主様

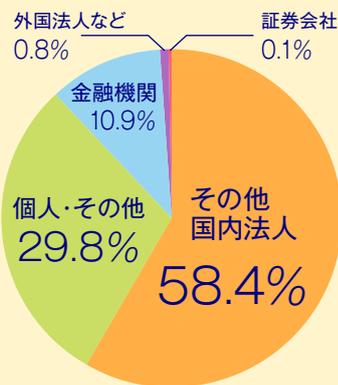


### 株主ご優待の基準及び内容

株主ご優待券は、不二家の洋菓子店、喫茶及び不二家レストランでご利用いただけます。

所有株式数	ご優待内容
1,000株から4,999株まで	株主ご優待券 500円券×6枚
5,000株から9,999株まで	株主ご優待券 500円券×8枚
10,000株以上	株主ご優待券 500円券×12枚

### 所有者別株式数



2009年3月31日現在

## 株主様アンケート実施

株主総会に出席された株主の皆様アンケートを実施し、当社に対する貴重なご意見をいただいています。

又、より多くの株主の皆様の声をお伺いするために、インターネットを利用したアンケートの実施も行っています。(報告書発行から2ヵ月間)

今年の総会の開催にあたって、総会集中日を避けるなどの対応をし、一人でも多くの株主様にご出席いただけるよう配慮しています。

今後も、株主総会を株主様の声を直接お伺いすることができる大切な機会と捉え、より多くの株主様にご満足いただける運営を目指しています。

# 従業員とともに

## 人材育成

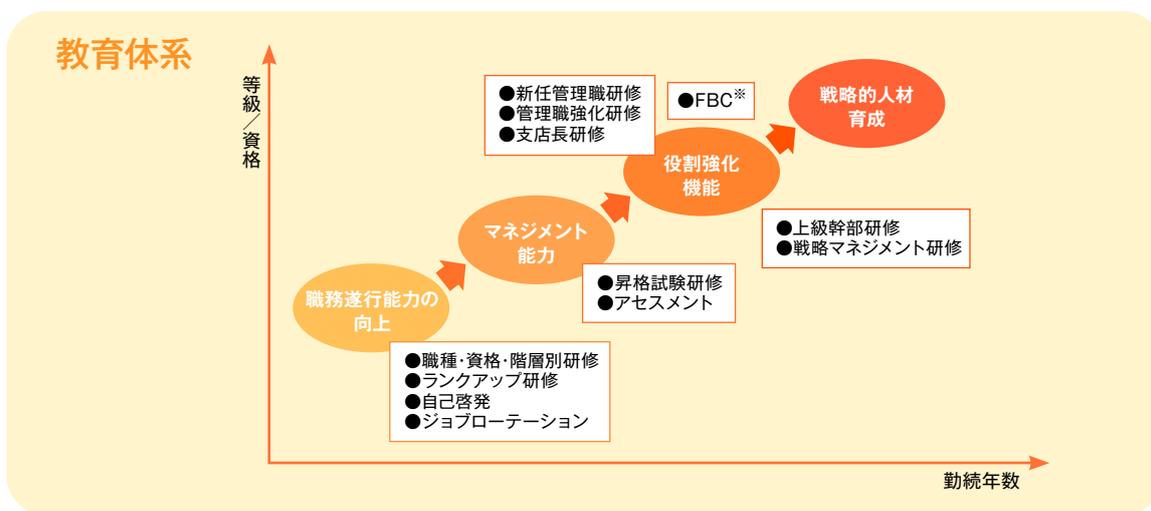
不二家の人事制度の最重要ポイントは「やりがいのある仕事に携わり、夢を実現させる後押しのための仕組み作り」です。従業員自身が働く中で「幸せ」を感じることで、この従業員の「幸せ」が、商品・サービスを通してお客様に提供する「幸せ」にもつながってくると考えています。

それぞれの役割・職務を果たす能力を身に付けたいうえで、確実に成果に結び付けられ、自ら変革を実行できる人材を採用、育成しています。

総務人事部 人事部  
関 陽一



「人の育成・成長なくして、企業の進化も成長もない」との考えのもとに、自ら変革を実行できる人材作りを目指しています。そのために入社してから5年目までのフォローアップ研修をはじめ、職種別・階層別の教育プログラムを組み、「不二家を担う人材」の育成に積極的に取り組んでいます。



※不二家ビジネスカレッジ

## 創造性開発研修

不二家はめまぐるしいスピードで変化する社会環境に対応し、常にお客様に新しい価値を提供し続ける企業であるために、若手中堅社員を中心にさまざまな研修を実施しています。2009年2月には、創造性開発研修を実施し、社内各部署より希望者が集いました。

創造性開発研修は、受講者が組織内のさまざまなアイデアを企業価値の創造に結び付けること、そして、実践するうえでの必要な考え方と手法を身に付けることを目的としています。それにより、持続的にアイデアやイノベーションを生み出していけるような企業体質への変革の中心となる人材の育成を目指しています。

### VOICE

#### 創造性開発研修受講者の声

アイデアや発想といったものは、自分自身が持っているセンスや経験からのみ得られるものだ、創造性開発研修を受ける前までは考えていました。この研修を受けることで、自分の考え方や発想に「タガ(枠)」がはまって狭くなっていることを認識しました。又、アイデアの発散技法を学ぶことで、意図してアイデアや発想を豊富にしていけることができることを学びました。

今後、アイデアや発想のマンネリ化や、行き詰まった際には、効果的にこのスキルを活用していきたいと思えます。

食品安全衛生管理本部 秦野工場分室 川崎 雄太郎



## 育児と介護を支援

不二家は育児や介護を行う従業員が、仕事と家庭を両立できるよう、育児・介護を支援する制度を設けています。不二家での2008年度育児休職者は8名でした。今後も制度利用を促進するために、さまざまな施策を講じていく方針です。

### VOICE

#### 育児休職制度利用者の声

育児休暇をいただき1年が経ちます。朝は子供に起こされることから始まり、おむつ替え、着替え、食事などなど……育児は想像以上にハードです。型どおりにはいかず、いまだにわからないことだらけで、あっという間の1年でした。でも、毎日、目に見えて成長する我が子と過ごせたこのかけがえのない日々は、私にとって大切な宝物となりました。

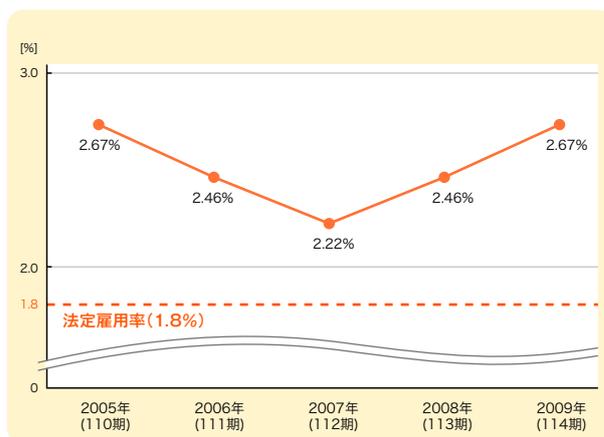
お休みに入るまでは、仕事との両立ができるかという不安もありましたが、理解ある上司や職場の方々の協力もあり、今は安心して育児に専念しています。職場の皆さんには本当に感謝しています。復帰した際には、「ママ」という新たな視点から気付いたことを、業務に生かしたいと思います。

洋菓子事業本部 生産本部 製品開発部 内畑 聖子



## 障がい者雇用

不二家は全国の工場や本部事務職を中心に、障がい者雇用率3%以上を目標として、雇用に取り組んでいます。2004年以降は法定雇用率(1.8%)を達成し、2009年3月末現在の障がい者雇用率は2.67%です。



障がい者雇用率表

## 高齢者雇用

社員にとって魅力的でかつ働きがいがある会社であるために、豊富な経験と技術を持っている社員の活用を目指しています。

満60歳に達する社員のうち、再雇用を希望し、会社が提示する職務に合致した人を対象として再雇用する「再雇用制度」(60歳以降の再雇用)を導入しています。

## 労使協力関係

不二家は、管理職及び経営に関する部署の人員を除く全社員が「不二家労働組合」に加入しています。

労使間では、早期の会社再建を重要課題とし、以前より実施している「労使協議会」「経営協議会」に加え、「労使懇談会」(2009年6月より開催)を開催し、経営トップと組合幹部とが諸問題について忌憚のない意見交換を行う場を設けました。

これにより、経営上の課題の改善や、人事労務関係の諸施策導入など、スピーディな対応を行います。

## 労働安全衛生

不二家はすべてのお客様に、安全で安心な商品をお届けするために、従業員の安全・健康に配慮し、それぞれの事業所の全従業員が安心して働ける職場環境作りが不可欠だと考えます。

このために、労働災害の防止や、心身の健康維持増進に向けた施策を実施しています。

全社的な労働安全方針の策定や、安全対策の実施、情報共有などを行う「中央労働安全衛生委員会」と、全国の工場・営業所・支店、又、直営店舗(エリアごと)における「労働安全衛生委員会」を組織し、現場での問題への取り組みや、緊急連絡網の整備、又、災害発生時における迅速な対応を図ります。

### 不二家労働安全衛生基本理念

「常に活力ある企業であるために、  
社員の安全と健康の確保を第一とし、  
働きやすく、快適な職場作りを行います。」

- ①労働災害ゼロを目指します。
- ②健康管理の対策を講じ、社員の健康維持増進を進めます。
- ③正規社員だけでなく、パートなど臨時社員を含めた全社員で労働安全衛生の取り組みに参画し、全社員で労働安全衛生の認識を共有します。



## 外部からのご意見

不二家は第三者のチェックを通じて、現場を中心とした改善活動に取り組んでいます。

2008年度は菓子工場を中心とした各工場において、労働安全衛生の専門家の東内顧問をお招きし、製造現場の視察を行っていただきました。視察後、東内顧問からご意

見、ご指摘をいただき、工場長、課長、係長、本社人事部との間で、安全管理を中心とした労務課題のディスカッションを行いました。今後も、このような取り組みを続け、より安全で安心な職場作りを目指します。

### VOICE

#### 東内顧問からのメッセージ

安全衛生の確保と快適な職場作りは、トップの主導と全ての従業員の真摯な参加が不可欠であるが、各工場では、工場長以下労使が、事故原因の分析・対策から作業標準の充実・強化にいたるまで、安全衛生委員会を中心としてダイナミックに議論し、必要があれば操業を停止して工程の大幅な変更・改善工事を行うなど、安全衛生活動が生き生きと大胆に行われている。

なお、一部工場での一般住民や子供たちへの生産工程の開示が象徴する「美しい職場・見せる安全」をあらゆる職場でなお一層進展させるために、「愚直」に安全衛生活動を進めていただきたい。そうすれば、さらなる安全衛生水準の向上が実現できるだろう。

〈東内一明顧問略歴〉

昭和41年 労働省入省  
昭和56年 岩手労働基準局 監督課長  
昭和62年 労働省労働基準局補償課 訟務官

平成7年 熊本労働基準局長  
平成10年 茨城労働基準局長  
平成11年 退官  
平成19年より不二家顧問(人事労務アドバイザー)



顧問(人事労務アドバイザー)  
東内 一明 氏

# 不二家ファミリー文化研究所

不二家ファミリー文化研究所は、私たち不二家が、「もっともっとファミリーの幸せに貢献していくためには何ができるだろう?」という想いから2003年4月に誕生しました。

不二家ファミリー文化研究所の所長は、研究所の創始者であり、現在は社長である櫻井が兼務しています。テーマは「伝えていきたい自然 伝えていきたい家族の絆」。

食品を扱う私たちにとっていうまでもなく大切な「自然」を守っていくこと。そして創業以来、「ファミリーの不二家」という企業理念のもと、お菓子を通じて家族の幸せな時間を作るお手伝いをしてきたこと。それらのことを、今後も具体的に行動し伝えていくための研究所です。

## 活動内容

不二家ファミリー文化研究所は、「家族について考え、絆を深めていただけるきっかけ作りのお手伝い」や、「次世代に残していきたい自然や文化についての知識を、私たち自身が深め、伝える活動」「お菓子に対する興味喚起や情報のご提供」などを行っています。

具体的には、ホームページ「ペコちゃんの森」や、不二家ファミリー文化研究所が発行する小冊子にてご報告をしています。季刊発行している小冊子は、全国の不二家洋菓子店舗、営業所、関連する工場や本社などに配布し、不二家ファミリー文化研究所の活動やホームページのご紹介、そのほか公募の告知などを行っています。

## ホームページ「ペコちゃんの森」

不二家ファミリー文化研究所の設立とともに、ホームページ「ペコちゃんの森」(<http://www.fujiya-peko.co.jp/mori/>)を立ち上げ、2009年4月にはより見やすいサイトへとリニューアルを行いました。

ホームページ「ペコちゃんの森」は、毎月25日に定期更新を行い、不二家ファミリー文化研究所が行うさまざまな活動を、楽しみながらご覧いただけるご報告の場であり、又、お客様とのコミュニケーションの場としても活用しています。



## ホームページコンテンツ

### ● エッセイ・あいうえお作文の募集

“家族”をテーマに掲げた「エッセイ」や「あいうえお作文」などの公募を実施しています。

### ● 「食」に関するコラムの掲載

毎日新聞社発行の「毎日小学生新聞【食の歳時記】」に掲載している食文化にまつわる話や、季節の歳時に関するコラムを、イラストを交えながらご紹介しています。

### ● 日本の風土や文化についてのご紹介

日本各地の風土や文化、現地の人々との温かい交流のエピソードを、毎月ご紹介しています。

### ● 世界の文化についてのご紹介

日本にお住まいの外国人の方や、海外に滞在経験のある日本の方から、その国の食文化や生活習慣、季節のイベントや誕生日などのお祝いについてインタビューをし、写真を交えてご紹介しています。

### ● アンケート調査の実施

毎回さまざまなテーマ(家族、結婚、父親、子供のおやつや文化など)に基づきアンケート調査を実施し、調査結果をより読みやすくするため、マンガにて連載をしています。



このほかにも、パソコンでご利用いただける「無料壁紙カレンダー」の配信や、不二家ファミリー文化研究所が参加したイベントのご報告なども、随時ご紹介しています。

## イベント活動

不二家は、「食育」や「自然」をテーマにしたイベントへの参加をしています。  
親子のふれあいの場や、お客様と一緒に楽しく学ぶ場を、意欲的に設けています。

### ●めざせ!食育マイスター

2006年より、食育活動の一環として、毎日小学生新聞様主催の「めざせ!食育マイスター」に不二家ファミリー文化研究所が協賛しています。

毎日新聞社発行の小学生を対象とした媒体である毎日小学生新聞様と不二家ファミリー文化研究所が企画から運営まで共同で行い、オリジナリティある内容になっています。

2008年8月に行われたこのイベントでは、親子約30人が参加し、バターやチーズ作り、牛の乳しぼりを体験し、乳製品を作るために動物と人間が支え合うことの大切さを学びました。又、2009年3月に行われたイベントでは、親子40人が参加し、郷土料理作りや田舎遊びを体験しました。



めざせ!食育マイスター ～ミルクは命の贈り物～  
(2008年8月)



めざせ!食育マイスター ～親子で楽しむ食卓のひと工夫～  
(2009年3月)

### ●親子自然体験教室

生活協同組合コープこうべ様と共同企画で行っている「親子自然体験教室」は、お子様の夏休み期間を利用し、宿泊体験を行う企画で、1991年より毎年実施しています。

自然の中で行う体験学習や、楽しいゲームを通して、自然の恩恵を肌で感じながら、子供同士の相互扶助の精神を学ぶことができるイベントです。



親子自然体験教室(2008年7月)

これらのイベントの様子は、ホームページ「ペコちゃんの森」にて、随時ご報告しています。



省資源、省エネルギー、CO<sub>2</sub>削減などの環境保全問題への取り組みを通して、より良い商品とサービスをお客様に提供するように考えています。

ISO14001活動の中で、従業員の環境意識向上にも取り組んでいます。



## 環境方針

### 環境方針について

不二家は2000年2月に「不二家 環境宣言」を制定しました。そして、翌年4月の富士裾野工場での認証を皮切りに、環境に関するマネジメントシステムであるISO14001の認証を取得、その後、5工場にて認証取得を進めてきました。

今後も認証取得工場を中心に、従業員ひとりひとりが不二家が果たすべき責任と役割を認識し、持続可能な社会を構築すべく「地球にやさしい企業」を目指して、積極的に環境活動に取り組み続けます。

### [環境宣言]

#### 〈基本理念〉

- この恵み豊かな地球環境を守り、健全且つ安全で自然環境を含む生態系が保全されることが人類共通の重要課題であると認識いたします。
- 株式会社不二家は「食」を通じて、人々の健康と安全を守るとともに、豊かさ、そして安らぎを育み、生活文化創造に貢献してまいります。
- 今後は、さらに事業活動のあらゆる側面で地球環境への負荷を最小限とするよう努力し、「環境との調和」を図るよう努めて、人と自然との共生を図り、「地球環境にやさしい企業」を目指して行動してまいります。

#### 〈基本方針〉

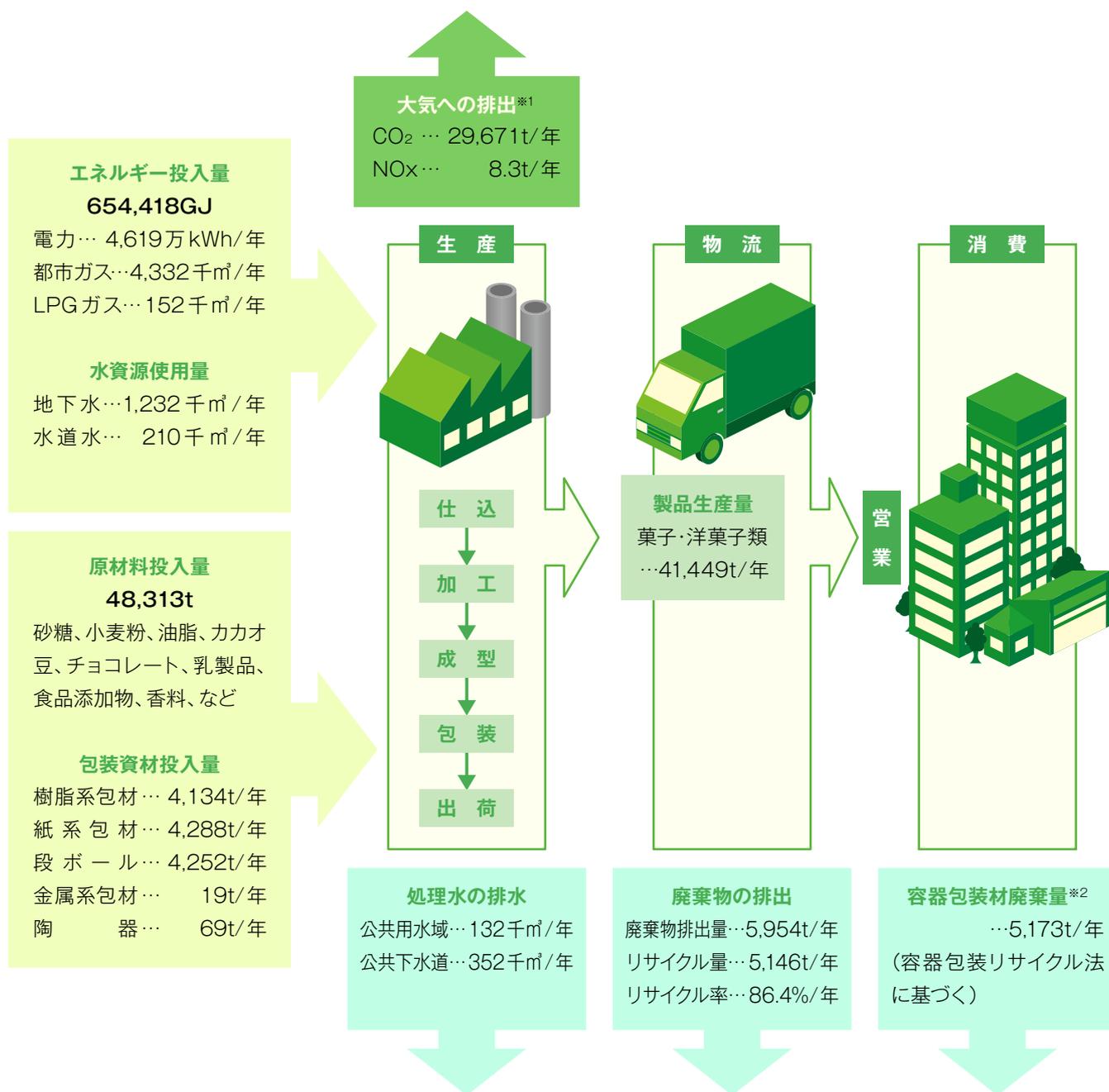
1. 事業活動、商品、業態、サービスなどがかわる著しい環境側面を常に認識し、環境汚染の予防を推進するとともに、技術的、経済的に可能な範囲で、環境目的、目標を定めて、環境保全活動の継続的な向上、改善を図ります。
2. 環境関連の法律、規制、協定などの遵守はもとより社会要請に応える環境管理体制の整備と充実を図ります。
3. 事業活動における省資源、省エネルギー、廃棄物の削減、リサイクルおよび環境汚染物質排出量の削減に取り組みます。
4. 地域における緑化、環境美化活動、環境保全への支援、活動に取り組みます。
5. 全従業員に対して環境教育や啓蒙活動を積極的に行い、環境保全に関する意識向上を図ります。

2000年2月 制定

株式会社 不二家

# 事業活動のマテリアルバランス

2008年度製造6工場(秦野工場、平塚工場、富士裾野工場、野木工場、埼玉工場、泉佐野工場)のマテリアルバランスです。  
(2008年4月～2009年3月)



※1:投入されたエネルギーについてCO<sub>2</sub>を算出しています。  
※2:容器包装材廃棄量は、不燃物全体(食品を除く)の2007年度実績になります。

## 算定に使用した係数

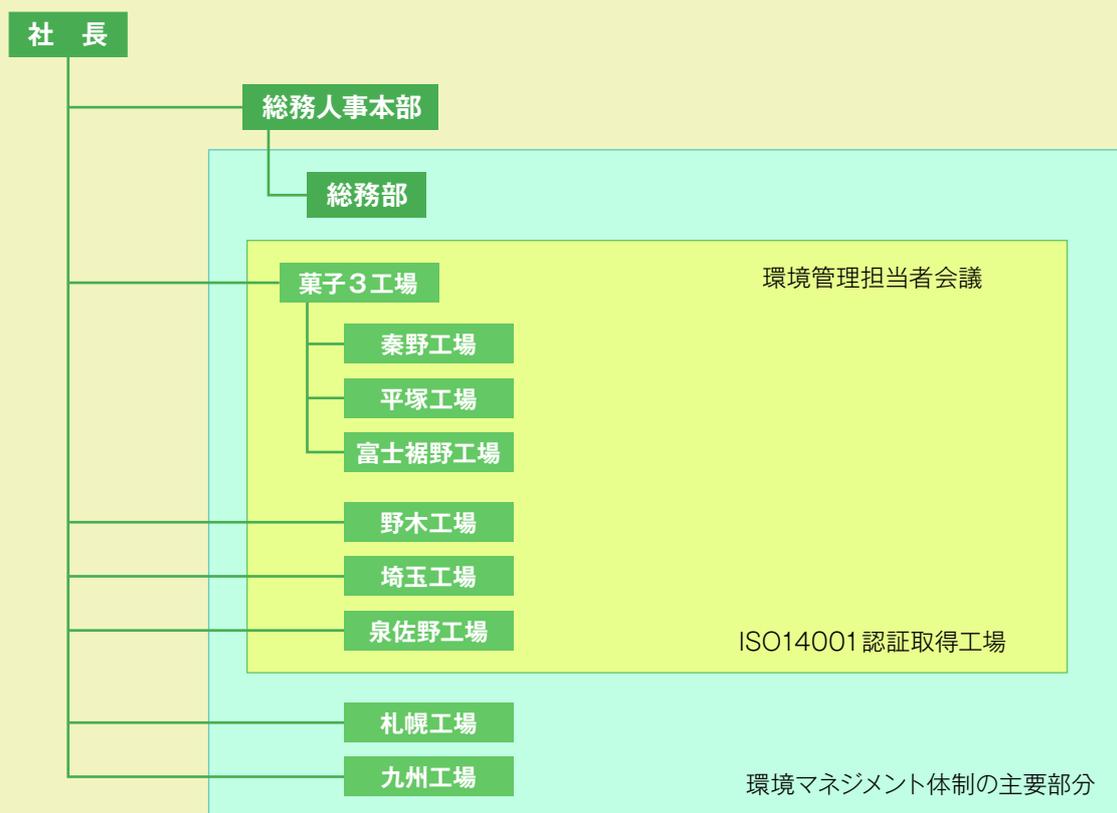
エネルギー投入量 [MJ]			CO <sub>2</sub> 排出量 [t-CO <sub>2</sub> ]		
購入電力	9.97	[MJ/kWh]	0.000425	[t-CO <sub>2</sub> /kWh]	秦野工場、平塚工場
			0.000470		野木工場、埼玉工場
			0.000366		富士裾野工場
都市ガス	41.1	[MJ/N m <sup>3</sup> ]	0.00208	[t-CO <sub>2</sub> / m <sup>3</sup> ]	泉佐野工場
LPGガス	50.2	[MJ/kg]	0.00621	[t-CO <sub>2</sub> / m <sup>3</sup> ]	

# 環境マネジメント

## 環境マネジメント体制

環境マネジメント体制の強化と迅速な行動・コミュニケーション強化を図るため、各工場を社長直轄の体制としています。又、ISO14001 認証取得工場では「環境管理委員会」を設置し、環境マネジメントシステムで設定した目的・目標達成のための取り組み状況とパフォーマンス達成状況を毎月確認し、継続的な改善を図っています。

さらに、各工場間の技術・情報共有を推進する目的で、環境管理担当者会議を定期的開催し、環境に配慮した企業活動を継続的に進めています。

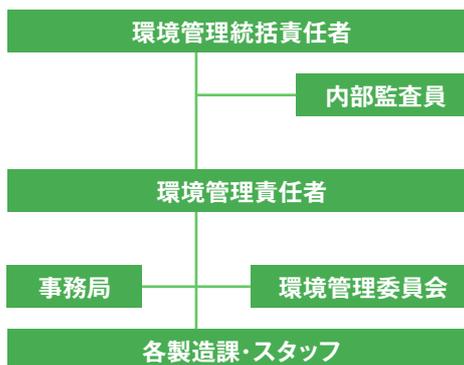


### ISO14001 認証取得工場における環境管理組織体制

【菓子】菓子3工場(※統合認証)



【洋菓子】(野木工場・埼玉工場・泉佐野工場)



## 菓子工場の主な環境目標と実績

菓子3工場(秦野・平塚・富士裾野工場)は統合の環境方針をふまえて、目標を立てて環境活動に取り組みました。

※目標・実績のデータは2007年度(基準年度)実績値をもとに比較しています。

### 菓子3工場(秦野・平塚・富士裾野工場)

項目	主な取り組み項目	2008年度目標	2008年度実績	評価
地球温暖化防止	電力使用量の削減	1.0%の削減	10.1%の削減	😊
	都市ガス使用量の削減(平塚のみ)	0.5%の削減	9.8%の削減	😊
	CO <sub>2</sub> 排出量の削減	3.2%の削減	10.9%の削減	😊
廃棄物削減・ リサイクル推進	動植物性残さの排出削減	6.4%の削減	15.7%の削減	😊
	廃プラスチックの排出削減	3.5%の削減	4.3%の削減	😊

## 洋菓子工場の主な環境目標と実績

洋菓子工場(野木・埼玉・泉佐野工場)は各工場の環境方針をふまえて、目標を立てて環境活動に取り組みました。

※目標・実績のデータは2007年度(基準年度)実績値をもとに比較しています。

### 野木工場

項目	主な取り組み項目	2008年度目標	2008年度実績	評価
地球温暖化防止	電力使用量の削減	1.0%の削減	2.0%の削減	😊
	LPガス使用量の削減	1.0%の削減	1.0%の削減	😊
	CO <sub>2</sub> 排出量の削減	1.0%の削減	4.0%の増加	😞
廃棄物削減・ リサイクル推進	動植物性残さの排出削減	3.1%の削減	29.0%の削減	😊
	廃プラスチックの排出削減	1.0%の削減	3.0%の削減	😊

### 埼玉工場

項目	主な取り組み項目	2008年度目標	2008年度実績	評価
地球温暖化防止	電力使用量の削減	1.0%の削減	2.3%の削減	😊
	都市ガス使用量の削減	1.0%の削減	8.6%の削減	😊
	CO <sub>2</sub> 排出量の削減	1.0%の削減	4.6%の削減	😊
廃棄物削減・ リサイクル推進	動植物性残さの排出削減	1.0%の削減	13.1%の削減	😊
	廃プラスチックの排出削減	1.0%の削減	3.7%の削減	😊

### 泉佐野工場

項目	主な取り組み項目	2008年度目標	2008年度実績	評価
地球温暖化防止	電力使用量の削減	3.0%の削減	7.3%の削減	😊
	都市ガス使用量の削減	3.0%の削減	2.6%の増加	😞
	CO <sub>2</sub> 排出量の削減	3.0%の削減	5.8%の削減	😊
廃棄物削減・ リサイクル推進	動植物性残さの排出削減	7.7%の削減	22.3%の削減	😊
	廃プラスチックの排出削減	6.7%の削減	13.8%の削減	😊

## 環境教育・緊急事態想定訓練

不二家は環境基本方針「環境教育や啓蒙活動を積極的に行い、環境保全に関する意識向上を図ります。」に従い、環境教育・緊急事態想定訓練を行っています。ISO14001 認証取得工場では、全従業員を対象とした環境教育、内部環境監査員教育を実施して、環境保全に関する知識レベル・意識向上を図っています。又、緊急事態を想定した訓練を定期的を実施して、環境への影響の予防・負荷低減に努めています。



環境教育(埼玉工場)



緊急事態想定訓練(富士裾野工場)

### VOICE

#### 環境教育参加者の感想

(無記名アンケートより)

限られた1日という時間の中でISO14001 規格要求事項の内容説明と、不二家の環境管理マニュアルに照らし合わせながらの教育を受けましたが、必要な部分を説明中に聞くのが精一杯であり、内容を理解するまでには至りませんでした。しかし、午後から行ったグループワークの実習では実際の内部環境監査の事例や書類などを使用して、皆でいろいろと考えて回答することができたので、とても判りやすく勉強になりました。

次の教育で希望する内容としては、各職場で該当する法令などを詳細に教育してもらえると良いと思います。

## 法令などの遵守状況

不二家のISO14001 認証取得工場に適用される主な環境関連法は以下の通りです。毎月行われる各工場の環境管理委員会において、遵守状況の確認を行っています。

- 大気汚染防止法
- 水質汚濁防止法
- 騒音・振動規制法
- 悪臭防止法
- 自動車NOx、PM法
- 水道法
- 浄化槽法
- 下水道法
- エネルギー使用の合理化に関する法律(省エネルギー法)
- 廃棄物の処理及び清掃に関する法律(廃棄物処理法)
- 資源の有効な利用の促進に関する法律
- 食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律(食品リサイクル法)
- 容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律(容器包装リサイクル法)
- 毒物及び劇物取締法
- フロン回収破壊法
- 労働安全衛生法
- 消防法
- グリーン購入法
- 自治体との公害防止協定
- 食品衛生法
- 業界の環境自主行動計画
- JAS法

# 環境保全活動

## 地球温暖化防止への取り組み ……

### CO<sub>2</sub>排出量削減対策

各事業所では地球温暖化防止のために、環境負荷の低いエネルギー源の使用を積極的に進め、CO<sub>2</sub>の排出量削減に努めています。

富士裾野工場は、環境省が進めている「自主参加型国内排出量取引制度」に参加して、CO<sub>2</sub>の排出量削減に積極的に取り組みました。

秦野工場では、2008年9月22日から26日まで秦野市と秦野商工会議所が5か年計画で実施している「はだの交通スリム化プロジェクト」交通需要マネジメントの取り組みである、「平成20年度 ノーマイカーウィーク秦野」に参加し、市内の交通渋滞の改善を図ることに協力し地球温暖化への負荷を極力少なくするように努めました。

それらの各施策などを行ったことより、環境負荷効率(生産量/CO<sub>2</sub>)は、前年度と比較して改善されました。

富士裾野工場 総務人事課  
佐々木 康隆



2006年6月に環境省の温室効果ガスの自主削減目標設定に係る補助事業に公募提出し、採択されました。そして、2007年4月より2008年3月まで1年間のCO<sub>2</sub>排出量モニタリングを実施し、その後、削減対策実施年度の算定及び検証を行いました。その結果として、削減したCO<sub>2</sub>の300tを排出枠として償却することができました！



ノーマイカーウィーク(秦野工場)



CO<sub>2</sub>排出量推移

### フロンガス対策

お菓子を作るための原材料を保管する冷蔵冷凍庫や倉庫の空調、洋菓子成型室やチョコレートの製造工程でフロンガスを使用する冷却・冷凍設備を使用しています。

野木工場では、洋菓子成型室の空調を行っている冷却設備を、より環境負荷の低い代替フロンを使用するBPスパイラル空調機に更新しました。



BPスパイラル空調機(野木工場)

# 省資源・省エネルギーへの取り組み ……

## エネルギー源の使用量

不二家は各事業所・工場において製造設備の工程改善、省エネルギー設備の導入・運転の合理化や空調設備の運転方式の改善など省エネルギー対策に努めています。又、CO<sub>2</sub>排出量の少ないエネルギー源への転換を進めており、A重油については2007年度をもって使用をとりやめ、より環境負荷の低い都市ガスへの転換を完了しました。



電力使用量推移



都市ガス使用量推移



LPGガス使用量推移

平塚工場では、おもにルックチョコレートを製造する工程の冷却設備を更新したことにより、冷却効率が向上しました。又、設備内の冷却温度が更新前に比べさらに一定に保たれるようになり、製品の品質が一層安定しました。その結果、製造ロスが減少するなどの効果が得られました。



チョコレート冷却設備(平塚工場)

## 地下水、水道水の使用量

省資源を目的として、地下水・水道水の使用量削減に取り組んでいます。各工場では設備、器具などの洗浄方法の改善、節水手順の遵守を行い、使用量・排水量の抑制に努めています。



地下水使用量推移



水道水使用量推移

# 廃棄物の削減とリサイクルへの取り組み ……

## 廃棄物の排出状況

製造工場では、3R(リデュース:発生抑制、リユース:再使用、リサイクル:再生利用)の考え方を基本に、廃棄物の削減とリサイクルの推進に取り組んでいます。

2008年度においては、これらの取り組みを積極的に行った結果、生産量が前年度比で20%増となったにもかかわらず、総廃棄物の排出量は12%減となりました。

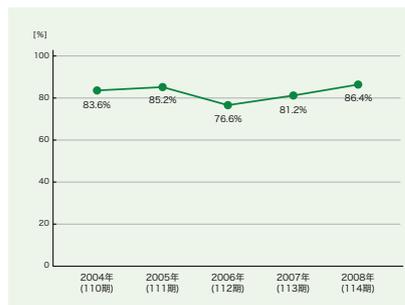
又、リサイクル率においても前年度より5.2%上昇し、86.4%になりました。



総廃棄物排出量推移



製造6工場のリサイクル量推移



製造6工場のリサイクル率推移

## 廃棄物発生抑制(リデュース)の取り組み

埼玉工場では、洋菓子成型品の廃棄物発生量を減らすための取り組みを行っています。



ケーキ製造過程で切り落とし部分が発生

切り落とし部分を加工

別の商品を開発

埼玉工場 経理・資材課  
井上 浩二

今までは、ケーキ生地とクリームを挟みカットする過程で発生する、切り落とし部分は商品にすることができませんでした。そこで、この切り落とし部分を使用した商品を開発することにより、洋菓子成型品の廃棄物発生量を抑制することができました！



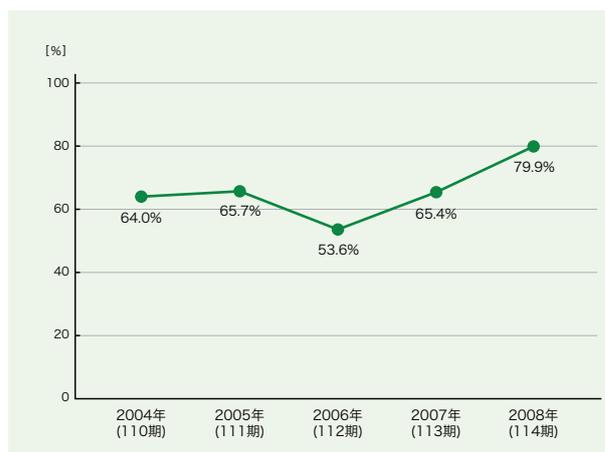
## 食品リサイクル率

製造工場において菓子の製造過程で発生、排出される動植物性残さ※1 食堂からの調理残さなどの食品廃棄物は、主に肥料や飼料などにリサイクルされています。

2008年度は発生、排出される食品廃棄物の製品特性に合わせた処理委託先の調査、検討及び導入を積極的に行ったことにより、製造6工場の食品リサイクル率は79.9%となり、前年度と比較して14.5ポイントの向上となりました。

又、不二家は年間の食品廃棄物発生量が100t以上の食品廃棄物等多量発生事業者にあたり、食品リサイクル法に基づき2008年度の実績より定期報告義務が設けられたため、事業者単位での報告を行いました。総発生量は3,359tとなり、再生利用等の実施率は84.7%となりました。

今後も各事業所における適正な分別を行い、資源の有効活用を図るため、受け入れ先の拡大や、有価物化などの向上を推進し、食品リサイクル率の向上に努めていきます。



製造6工場の食品リサイクル率推移

※動植物性残さ：食品製造業など特定の業種の製造工程から排出される固形状廃棄物で、原料として使用した動植物に関わる不要物。大部分は肥料・飼料として利用され、一部が焼却、埋め立て処分されます。

## 食品リサイクル率向上を目指して

秦野・富士裾野工場では、今までの食品廃棄物処理委託先ではリサイクル処理が困難だった、キャンディの製造過程で発生、排出される動植物性残さを液体の飼料にリサイクルする処理業者に委託することを調査、検討し、導入することができました。

その結果、食品廃棄物のリサイクル率が、秦野工場は前年度と比較して24%、富士裾野工場では7.1%の向上となりました。



液体飼料化プラント



でき上がった液体飼料

## 各事業所における環境保全活動 ……

### 社会貢献活動

不二家は各事業所で、地域の環境美化活動に積極的に参加しています。平塚工場では1965年以来、「平塚地区環境対策協議会」主催の相模川をきれいにする活動に参加し、清掃・植栽活動を行っています。又、秦野工場でも「秦野地区産業廃棄物対策協議会」の清掃活動に参加して不法投棄撲滅活動に協力しています。



相模川河川敷の植栽活動(平塚工場)



水無川の清掃活動(秦野工場)

平塚工場は「産学公の交流で、新たな地域連携の可能性を探る」というテーマで開催された「湘南ひらつかテクノフェア2008」に商品の展示とともに不二家の環境への取り組みを展示・紹介しました。



不二家の商品を展示・紹介(平塚工場)



環境活動パネルの展示・紹介(平塚工場)

## VOICE

### 湘南ひらつかテクノフェア2008に参加して

今年で4回目となった「湘南ひらつかテクノフェア2008」に不二家の環境活動を紹介するパネルを展示しました。又、不二家ホームページのCSR報告書で紹介している、環境活動のパネルも同時に展示しました。今回のフェアには94の企業・団体が各企業の商品、特に環境配慮商品の紹介や環境報告書などを配布するブースを設置するなど盛況でした。平塚工場もチョコレート、キャンディ、ビスケットなどの商品を多数展示しPRを行い、市民の好評を得ました。



平塚工場 総務人事課 服部 誠

## トラスト活動

### ●黒姫「ペコちゃんの森」

不二家ファミリー文化研究所は、自然環境保護活動の一環として、荒廃した森を購入し、その森を整備保護していただける団体にトラスト活動として寄付をしました。

又、購入し寄付した森は、寄贈先のご理解を得て、「ペコちゃんの森」と命名し、継続的に整備活動への支援・参加をしています。寄贈先は、環境保護団体「CCC自然・文化創造会議/工場(議長 倉本 聡氏、副議長 C.W.ニコル氏)」です。

この2,000坪強の「小さな森」は、熊笹や灌木の覆い茂った藪そのものでしたが、数年の手入れを経て、徐々に明るさを取り戻してきました。今後も定期的に不要な木を伐採して地面に日光を導き、ブナやドングリを始めとする木や草が生い茂る明るい森を作っていくのが目標です。

自然に手を加えることによって森の自然にどのような変化が生ずるのかを観察するのも森作りの仕事のひとつです。私たちは、徐々に変化をしている「ペコちゃんの森」の様子をホームページ内にて定期的にご報告しています。この森を通して、自然の力と人間の営みについて学びながら、森林の再生と保護、環境教育活動を継続して行っています。

### ●従業員による森林整備活動の実施

不二家ファミリー文化研究所では、CCC自然・文化創造会議様のご協力のもと、「ペコちゃんの森」の整備活動を定期的に行っています。

2008年9月と2009年6月に行った整備活動では、社内から募った約25名の有志とともに、「刈り払い作業(=樹木の成長を妨げる雑草を切り払う作業)」を行いました。森林整備の大切さ、健康な森作りについての知識を高めながら、これからも整備活動を続けていきます。



森林整備活動(2009年6月)

「ペコちゃんの森」森林整備活動報告2009  
<http://www.fujiya-peko.co.jp/mori/forest/clean/>

## VOICE

### 森林整備活動2009 参加者の感想

不二家ファミリー文化研究所開設当初からの研究員にして恥ずかしながら「森林整備」は初めての参加で、今回はそんな意味でも、見るもの、聞くもの全てが「新鮮」で、日々の仕事に忙殺されている自分が滑稽に思われた1日でした。

「ペコちゃんの森」は、ここ数年の定期的な「刈り払い作業」を経て、少しずつ健康な森に再生して来ているようです。その証拠にクマ笹などの笹類がめっきり減ったそうです。

森の再生はそこに棲む生物の「命の繋がり」を絶やさないことであり、我々人間にとっても大切なものであるということが改めて体感できた気がします。

洋菓子事業本部 RC営業運営部 関東RC エリアマネージャー 只野 和弘



6月の晴れた日、高原の森で草刈りをするのは、虫の羽音に悩まされながらも楽しい作業でした。

参加2回目ということで、鎌の使い方にも少し余裕が出てきました。ですが、こういった作業を日々、あるいは将来にわたって続けていくのは大変な労力だ、と改めて感じました。今回は1日だけでしたが、「誰が」「どうやって」森を大切にするのかという現実の命題はとてもシビアです。

とはいえ、以前草や笹を刈った場所には、風や日光が通るスペースが増えていたり、今日の作業も少し役に立ったかなと、小さな満足感をかかえて帰路につきました。

菓子事業本部 生産本部 企画開発部 計画担当 上田 博子



# サイトレポート

## 菓子工場

### 秦野工場

〒257-0031 神奈川県秦野市曾屋 228



主な生産品 敷地面積 67,127㎡



・カンントリーマアム



・ポップキャンディ

		項目	単位	2007年度	2008年度
インプット	購入電力量	万kWh		1,113.1	1,157.7
	都市ガス購入量	㎥		1,591,161	1,858,996
	LPG購入量	㎥		17,610	4,730
	重油購入量	kL		使用しない	使用しない
	灯油購入量	kL		使用しない	使用しない
	総エネルギー投入量	GJ		178,205	192,320
	水資源投入量	㎥		519,403	543,932
アウトプット	CO <sub>2</sub> 排出量	t		7,192	8,816
	産業廃棄物排出量	t		968	801
	処理廃水排出量	㎥		111,252	115,472
	廃棄物リサイクル率	%		77.0	91.5

### 平塚工場

〒254-0073

神奈川県平塚市西八幡 1-4-1



主な生産品 敷地面積 17,995㎡



・ルックチョコレート



・アーモンドチョコレート

		項目	単位	2007年度	2008年度
インプット	購入電力量	万kWh		1,027.8	1,079.1
	都市ガス購入量	㎥		356,381	380,504
	LPG購入量	㎥		使用しない	使用しない
	重油購入量	kL		使用しない	使用しない
	灯油購入量	kL		使用しない	使用しない
	総エネルギー投入量	GJ		117,118	123,226
	水資源投入量	㎥		66,850	66,657
アウトプット	CO <sub>2</sub> 排出量	t		4,225	5,378
	産業廃棄物排出量	t		1,195	614
	処理廃水排出量	㎥		55,632	55,913
	廃棄物リサイクル率	%		76.9	81.5

### 富士裾野工場

〒410-1231

静岡県裾野市須山字平垣 1220-19



主な生産品 敷地面積 72,662㎡



・ミルクィー



・ホームパイ

		項目	単位	2007年度	2008年度
インプット	購入電力量	万kWh		723.3	802.2
	都市ガス購入量	㎥		850,797	1,027,116
	LPG購入量	㎥		使用しない	使用しない
	重油購入量	kL		使用しない	使用しない
	灯油購入量	kL		使用しない	使用しない
	総エネルギー投入量	GJ		107,080	122,191
	水資源投入量	㎥		641,052	581,392
アウトプット	CO <sub>2</sub> 排出量	t		5,248	5,906
	産業廃棄物排出量	t		763	813
	処理廃水排出量	㎥		85,123	98,330
	廃棄物リサイクル率	%		86.8	89.8

## 洋菓子工場

### 野木工場

〒329-0114

栃木県下都賀郡野木町大字野木137-2


**主な生產品**

敷地面積 35,128㎡



・スコッチケーキ



・ペコちゃんのほっぺ

	項目	単位	2007年度	2008年度
インプット	購入電力量	万kWh	333.5	366.5
	都市ガス購入量	㎡	使用しない	使用しない
	LPG購入量	㎡	121,754	123,934
	重油購入量	kL	使用しない	使用しない
	灯油購入量	kL	使用しない	使用しない
	総エネルギー投入量	GJ	45,899	49,422
	水資源投入量	㎡	44,334	50,249
アウトプット	CO <sub>2</sub> 排出量	t	1,887	2,327
	産業廃棄物排出量	t	896	613
	処理廃水排出量	㎡	27,772	33,580
	廃棄物リサイクル率	%	92.0	92.2

### 埼玉工場

〒352-0011

埼玉県新座市野火止4-19-21


**主な生產品**

敷地面積 21,781㎡



・三角ショートケーキ



・チョコ生ケーキ

	項目	単位	2007年度	2008年度
インプット	購入電力量	万kWh	708.5	744.5
	都市ガス購入量	㎡	626,806	621,425
	LPG購入量	㎡	27,505	23,653
	重油購入量	kL	使用しない	使用しない
	灯油購入量	kL	使用しない	使用しない
	総エネルギー投入量	GJ	99,255	102,224
	水資源投入量	㎡	128,273	125,727
アウトプット	CO <sub>2</sub> 排出量	t	3,876	4,603
	産業廃棄物排出量	t	958	942
	処理廃水排出量	㎡	97,504	106,941
	廃棄物リサイクル率	%	89.9	86.1

### 泉佐野工場

〒598-0061 大阪府泉佐野市住吉町3


**主な生產品**

敷地面積 25,139㎡



・プリン



・シュークリーム

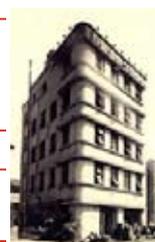
	項目	単位	2007年度	2008年度
インプット	購入電力量	万kWh	448.3	469.3
	都市ガス購入量	㎡	410,156	443,596
	LPG購入量	㎡	766	141
	重油購入量	kL	使用しない	使用しない
	灯油購入量	kL	使用しない	使用しない
	総エネルギー投入量	GJ	61,630	65,035
	水資源投入量	㎡	69,462	74,051
アウトプット	CO <sub>2</sub> 排出量	t	2,373	2,641
	産業廃棄物排出量	t	372	258
	処理廃水排出量	㎡	69,462	74,051
	廃棄物リサイクル率	%	49.0	62.3

# 不二家のあゆみ

不二家は、1910年(明治43年)、横浜元町に「不二家洋菓子店」を創業して以来、時代に先駆けた数々の新しい事業にチャレンジしてきました。それは日本に洋菓子(お菓子)を中心とした新しい食文化、食シーンの提案をし続けた歴史でもあります。

これからも不二家は、企業の果たすべき社会的責任において、お菓子を中心とした本来の事業活動を通じて、「社会・環境との調和」を目指し、社会活動、環境問題への取り組みを積極的に進めていきます。

年	主な出来事
1910年	藤井林右衛門(25歳)が横浜市元町2丁目86番地に洋菓子店を開店
1918年	シュークリーム、エクレアなどの販売を始める
1922年	フランス風ショートケーキの販売始める(1個8銭) クリスマス製品も販売する
1923年	銀座6丁目店開店
1934年	フランスキャラメル発売
1935年	チョコレート・キャンディの生産開始 ハートチョコレート発売
1938年	株式会社第二不二家を設立 資本金20万円 合名会社不二家を合併 資本金60万円 株式会社第二不二家の商号を、株式会社不二家と改称
1950年	不二家のアイドル「ペコちゃん」誕生 年齢6歳
1951年	ミルキー発売 「ペコちゃん」のボーイフレンドとして「ポコちゃん」誕生する 年齢7歳
1952年	ソフトクリーム国産第1号を銀座6丁目店で売り出す クリスマスセール開始
1954年	パラソルチョコ発売・ポップキャンディ発売
1956年	バレンタインセール開始
1959年	平塚工場(神奈川県平塚市)完成
1960年	モンドセレクション当社第1回の商品出品で金賞をとる
1962年	東京、大阪、名古屋の各証券取引所市場第二部に株式上場 ルックアラモード発売 札幌工場(北海道札幌市)完成
1963年	フランチャイズ第1号店 京都伏見店開店
1964年	ネクター発売
1965年	東京、大阪、名古屋の各証券取引所市場第一部に株式上場 オバQシリーズ発売
1968年	ホワイトデーセール開始 ノースキャロライナ発売 ホームパイ発売 埼玉工場(埼玉県新座市)・秦野工場(神奈川県秦野市)完成
1969年	野木工場(栃木県下都賀郡)完成
1971年	泉佐野工場(大阪府泉佐野市)完成
1972年	英国ロントリー マッキントッシュ社と技術援助契約を締結
1973年	キットカット発売 ビーアールジャパン株式会社(現B-Rサーティワンアイスクリーム株式会社)を設立し、アイスクリームチェーンに着手
1976年	米国ペプシコ社と合併会社不二家フリトレー株式会社を設立、スナック食品部門に進出(現在は解消)
1978年	株式会社不二家ロードサイドレストラン(現株式会社不二家フードサービス)を設立 ロードサイドレストラン1号店 川口青木店開店
1979年	米国ハーシーフーズと技術援助契約及び輸入総代理店契約締結(現在は契約解消) ピーナッツチョコ発売



## 不二家のあゆみ

年	月	主な出来事
1982年		仏国ソシエテ・ヌーベル・ダロワイヨ社と技術援助契約及び輸入総代理店契約締結 自由が丘にダロワイヨ1号店を開店 フランチャイズチェーン導入の貢献により通商産業大臣賞受賞
1984年	7	カントリーマアム発売
1989年	6 10	不二家とネスレ社との間で合併会社ネスレマッキントッシュ株式会社を設立(現ネスレコンフェクショナリー株式会社) 株式会社ダロワイヨジャパン設立
1990年	6 -	富士裾野工場(静岡県裾野市)完成 アンパンマン商品発売
1992年	-	ネクター食品ヒット大賞「ロングセラー賞」受賞(日本食糧新聞社主催)
1994年	6 11	「ペコちゃんのほっぺ」発売 九州工場(佐賀県神埼郡)完成
1997年	4	不二家ホームページ開設
1998年	5	不二家キャラクター人形の「ペコちゃん」「ポコちゃん」が立体商標第一号として特許庁より認められる
2000年	2 5 9 11 12	「環境宣言」の制定 / ISO14001 認証取得の取り組み開始 容器包装リサイクル法に対処 ネスレマッキントッシュ株式会社の株式売却 埼玉工場 全ボイラーを小型貫流ボイラーに転換 富士裾野工場 廃棄物焼却炉廃止
2001年	3 4 8	カフェテリアプラン制度導入 富士裾野工場 ISO14001 認証取得 埼玉工場 全小型貫流ボイラーを都市ガス化
2002年	4 10 11 12	平塚工場、秦野工場 ISO14001 認証取得 埼玉工場 廃棄物焼却炉廃止 「不二家 行動規範と行動指針」の制定 野木工場 廃棄物焼却炉廃止
2003年	3 4 4 6 7 7 8 9 10 11	平塚工場 全小型貫流ボイラーのガス化完了 野木工場 ISO14001 認証取得 不二家ファミリー文化研究所設立(以下ファミ文研という) 大阪、名古屋 各証券取引所への上場廃止 コンプライアンス委員会設置・コンプライアンス推進規程制定 環境報告書を初めて発行 ファミ文研 ペコちゃんの森トラスト活動開始 「環境宣言」の改訂 埼玉工場 ISO14001 構築・運用開始 ファミ文研 「水土里の体験展」協賛開始
2004年	2 2 6 10	不二家(杭州) 食品有限公司を中国現地法人として設立 埼玉工場 電力高圧トランスをアモルフアスタイプへ更新 秦野、平塚、富士裾野各工場を統合し湘南工場発足 埼玉工場 ISO14001 認証取得
2005年	7 7 12	個人情報保護基本規程制定 ISO9001 認証取得の取り組み開始 秦野工場 全小型貫流ボイラーの都市ガス化
2006年	1 3 3 4 4 6	「品質方針」の制定 泉佐野工場 廃棄物焼却炉廃止 ファミ文研 「めざせ! 食育マイスター」イベント協賛開始 定年退職者再雇用制度開始 泉佐野工場 ISO14001:2004 構築・運用開始 ISO9001 認証取得 (菓子事業本部(営業部、マーケティングG、SCMG、事業管理G、研究開発G、湘南工場)、品質保証部、調達部)



## 不二家のあゆみ

年	月	主な出来事
2006年	8	秦野工場 汚水処理施設の汚泥減容化装置を稼働開始
	10	泉佐野工場 ISO14001:2004 認証取得
	10	湘南工場を菓子3工場(秦野工場、平塚工場、富士裾野工場)に組織分離
	10	ファミ文研 ホームページ上で「食の歳時記」連載開始
2007年	1	「『外部から不二家を変える』改革委員会」発足
	1	「信頼回復対策会議」発足
	1	富士裾野工場 ボイラー・オープン設備を都市ガス化 (環境省:自主参加型国内排出量取引制度に菓子業界として初の参加)
	2	AIB 食品安全システム導入
	2	山崎製パン株式会社と食品安全管理体制整備の支援に関する覚書を締結
	2	秦野工場・平塚工場・富士裾野工場 AIB 監査 一定の評価を得る
	3	山崎製パン株式会社と業務資本提携を締結
	3	埼玉工場・泉佐野工場・九州工場・野木工場 AIB 監査 一定の評価を得る
	3	「品質方針」の改訂
	4	山崎製パン株式会社に対する第三者割当増資を実施
	4	埼玉工場 ISO14001:2004一時停止
	5	「外部から不二家の発展を見守る会」発足
5	ISO9001 認証一時保留/ISO9001 認証一時停止	
6	「環境宣言」の改訂	
6	CSR 推進部・食品安全衛生管理本部設置/内部統制システム構築着手	
7	フード連合様を通じ菓子製品在庫の無償提供を実施	
7	泉佐野工場 ISO14001:2004一時停止	
7	埼玉工場 ISO14001:2004一時停止解除(認証再開)	
8	コンプライアンス推進規程改訂	
9	泉佐野工場 ISO14001:2004一時停止解除(認証再開)	
9	ISO9001 認証一時停止解除	
11	ベーカリーカフェの新業態、「ママズカフェ」開店(船橋)	
12	「企業理念」「行動規範」改訂	
2008年	1	ISO9001 認証登録維持・継続 (菓子事業本部、食品安全衛生管理本部、秦野工場、平塚工場、富士裾野工場、施設部、購買部) [広域営業部、営業支店、食品品質検査担当、食品品質管理担当(工場駐在)、品質管理担当(洋菓子工場駐在)は除く]
	1	「不二家食品安全の日」制定
	4	内部統制システム運用開始
	6	本社部門移転に伴い、本店所在地変更
	6	富士裾野工場 CO <sub>2</sub> 排出枠(2007年度分) 300tを償却 (環境省:自主参加型国内排出量取引制度)
	9	三井アウトレットパーク仙台港に「Peko Store」「FUJIYA PARLOR」開店
	10	食に関するオピニオンリーダーによる工場見学(秦野工場)実施
11	ケーキ in チョコ「スイーツトルテ」発売	
11	山崎製パンと新たな資本業務提携を締結(山崎製パンの子会社となる)	
2009年	2	埼玉工場で「不二家生産方式」の確立に向けた「本物の5S」活動キックオフ
	2	B-R サーティワンアイスクリーム株式会社とのコラボレーション商品「ルック(31 アラモード)」発売
	2	不二家洋菓子チェーン店で「生ミルク」発売
	3	野木工場で「不二家生産方式」の確立に向けた「本物の5S」活動キックオフ
	3	地域限定カントリーマアム「カントリーマアム(北海道ミルク)・(九州紫芋)」2品発売
5	不二家洋菓子チェーン店でキッコーマン株式会社とのコラボレーション商品「しょうゆスイーツ」2品発売	



## < 編集後記 >

不二家の「CSR報告書2009」をご覧くださいありがとうございます。

本報告書では、不二家のCSRに対する姿勢や考え方をご紹介するとともに、お客様、株主様をはじめとしたステークホルダーの皆様に対して、当社が取り組んできた活動内容をまとめております。私たちが日々取り組んでいるCSR活動についての情報開示の手段として、活動の特徴をご理解いただきやすいよう編集しました。

今後も、私たちの取り組みをよりわかりやすくお伝えし、ご興味を持ってお読みいただけるような報告書を目指してまいります。

# 表紙及び中表紙の写真について

## 表紙

今回の表紙はファミリーマークの花の部分をアレンジしたデザインです。



### ファミリーマークについて

ファミリーマークは、不二家を象徴するマークです。「FUJIYA」のイニシャルをかたどったこの「F」には、5つの意味が込められています。

- Familiar (ファミリア) : 親しみやすい
- Flower (フラワー) : 花
- Fantasy (ファンタジー) : 夢
- Fresh (フレッシュ) : 新鮮な
- Fancy (ファンシー) : 高級な、かわいらしい



従業員による、  
森林整備活動の様子  
※詳しい内容はP38でご覧いただけます。



AIB フードセーフティ  
自主監査の様子  
※詳しい内容はP10でご覧いただけます。



銀座柳まつり  
オープニングパレードの様子  
※詳しい内容はP20でご覧いただけます。

## 中表紙



菓子事業の3ブランド(カントリーマアム、ミルクィー、LOOK)と、物販事業の主力商品(三角ショートケーキ、モンブラン)



中途入社社員に対するコンプライアンス教育の様子



めざせ! 食育マイスター〜ミルクは命の贈り物〜での様子



相模川河川敷の植栽活動の様子(平塚工場)



**株式会社 不二家**

〒112-0012 東京都文京区大塚 2-15-6  
ホームページ <http://www.fujiya-peko.co.jp/>

■お問い合わせについて

お便りの場合：〒112-0012 東京都文京区大塚2-15-6 株式会社不二家 CSR推進部  
Eメールの場合：不二家ホームページ内のお問い合わせ専用フォーム内をご利用ください。



© FUJIYA CO., LTD.

本報告書記載記事の  
無断転載・複製を禁じます。