



2014

キッコーマングループ 社会・環境報告書

Corporate Citizenship Report



キッコーマンの考える 企業の社会的責任

私たちは、創立当初から社会とのつながりを大切にしてきました。その姿勢はキッコーマングループの経営理念に受け継がれています。さまざまな商品やサービスを100カ国以上のお客様にお届けするようになったいま、私たちが果たすべき責任はますます大きくなっていきます。

世界中の人々に“キッコーマンがあってよかった”と思われる存在であるため、私たちは経営理念を実践するための取り

組みをすすめています。その基本となるのは、日々の事業活動をしつかりと誠実に行い、商品やサービスを通じて健康で豊かな食生活の実現に貢献することです。そのうえで、キッコーマンらしい活動を通じて社会に貢献し、社会の公器としての責任を果たすことをめざしています。こうした活動を一つひとつ積み重ねること、それが私たちの考える企業の社会的責任です。

キッコーマン 企業の社会的責任体系図

キッコーマングループ経営理念

私たちキッコーマングループは、

- ①「消費者本位」を基本理念とする
- ②食文化の国際交流をすすめる
- ③地球社会にとって存在意義のある企業をめざす

責任ある 事業活動

公器としての 企業の基本

法令のみならず社会規範やマナーを守るとともに、環境との調和を果たし、さまざまなステークホルダーの信頼と期待に応える責任ある事業活動を行います。

健康で豊かな 食生活の実現

食品企業としての 基本的機能

新しい価値を創造する研究や商品開発をすすめるとともに、高い品質と安全性を追求した商品やサービスを安定的にお届けします。また、世界各地の食文化との融合を通じて、新しい食生活を提案します。

地球社会との 共生

キッコーマンらしい 取り組み

「食と健康」の分野を中心にキッコーマンらしい活動をすすめることで、地球社会の持続的な発展に寄与します。

目次

キッコーマンの考える企業の社会的責任	P1
トップメッセージ	P3
キッコーマングループの事業概要	P5

テーマ

責任ある事業活動 公器としての企業の基本

重点課題

- コンプライアンスの徹底
- コーポレート・ガバナンスの強化
- ステークホルダーとの対話と相互理解
- 環境との調和
- 人材の育成と働きがいの向上

→経営と現場をつなぐコミュニケーション P7

健康で豊かな 食生活の実現 食品企業としての基本的機能

- 新しい価値を有する商品とサービスの提供
- より高い品質と安全性の追求
- 商品・サービスの安定的な供給
- 健康に配慮した新しい食生活の提案

→品質管理を通じてお届けする食の安全 P11

地球社会との共生 キッコーマンらしい取り組み

- 日本の食文化の継承と発信
- 世界の食文化の交流推進
- 食育活動の推進
- 「食と健康」の分野を中心にした社会貢献活動

→次世代に和食の魅力を伝えるために P15

●キッコーマングループの環境保全活動	P19
●キッコーマングループとステークホルダー	P21
●高い品質と安全性のために	P23
●食育活動／復興支援活動	P25
2013年度 主要な取り組み／2014年度 目標・計画	P27

「食」を通じて キッコーマン

2013年に「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコの無形文化遺産に登録されました。このように和食が評価されたことは、日本の食文化に深く関わる事業を展開するキッコーマングループとしても大変喜ばしいことだと考えています。

ユネスコ憲章の前文では、「相互の風習と生活を知らないことは、人類の歴史を通じて世界の諸人民の間に疑惑と不信をおこした共通の原因」であるとし、その上で「文化の広い普及と正義・自由・平和のための人類の教育とは、人間の尊厳に欠くことのできないもの」だとしています（※）。文化的な交流を促進して相互理解を深め、それによって平和的な社会を築くというユネスコの理念は、キッコーマングループの経営理念のひとつである「食文化の国際交流」にも通じる点があります。さまざまな文化の中でも食文化は特に生活に密着したものであり、その食文化を通じて交流することは、異なった文化的背景を持つ人々がお互いを理解するきっかけになります。キッコーマングループは、現在100以上の国や地域に商品やサービスをお届けし、グローバルな事業展開をすすめています。日本の食文化がより注目される中、私たちは世界の人々が友好と理解を深めるお手伝いをしたいと考えています。

代表取締役社長 CEO
堀切 功章

果たす の社会的責任

このようにキッコーマングループの事業がグローバルに広がるということは、私たちの社会的な責任がより重くなるということだと認識しています。国内外のステークホルダーの期待と信頼に応えるべく、私たちは国連グローバル・コンパクトへの署名などを通じた取り組みを行ってきました。また、2011年には「キッコーマン 企業の社会的責任体系図」を策定し、「責任ある事業活動」、「健康で豊かな食生活の実現」、「地球社会との共生」という三つのテーマを通じて企業の社会的責任を果たし、経営理念を実現するというキッコーマングループの考えを明確にしました。

キッコーマングループが考える企業の社会的責任の前提にあるのは、「日々の事業活動をしっかりと行う」ということです。私たちは食に携わる企業として、事業活動の中でも「食の安全」を最も重要な責任だと認識し、取り組みを強化してきました。本報告書では、「食の安全」について、私たちの取り組みの一端をお伝えしています。今後も商品の安全性に関する取り組みをより一層強化し、お客様に安心して私たちの商品をご利用いただけるよう努めてまいります。

(※)文部科学省HPより: <http://www.mext.go.jp/unesco/009/001.htm>

国連グローバル・コンパクトとは



1999年に開かれた世界経済フォーラムにおいて、コフィー・アナン国連事務総長(当時)が提唱し、2000年に国連本部で正式に発足。参加する企業には、人権、労働基準、環境、腐敗防止の4分野で、世界的に確立された10原則を支持し、実践することを求めている。

国連グローバル・コンパクト 10原則

人権

- 原則 1 : 人権擁護の支持と尊重
- 原則 2 : 人権侵害への非加担

労働基準

- 原則 3 : 組合結成と団体交渉権の実効化
- 原則 4 : 強制労働の排除
- 原則 5 : 児童労働の実効的な排除
- 原則 6 : 雇用と職業の差別撤廃

環境

- 原則 7 : 環境問題の予防的アプローチ
- 原則 8 : 環境に対する責任のイニシアティブ
- 原則 9 : 環境にやさしい技術の開発と普及

腐敗防止

- 原則10 : 強要・賄賂等の腐敗防止の取り組み

キッコーマングループの事業概要

国内

食料品製造・販売事業

しょうゆ部門

ご家庭向け、レストランなどの業務用向け、冷凍食品などに使う加工用向けなど、幅広いお客様のニーズにお応えするしょうゆを製造・販売しています。日本の伝統に根ざしたしょうゆのおいしさを守り続けるとともに、最新の技術を活用して進化させていきます。



食品部門

つゆやたれなどのしょうゆ関連調味料、デルモンテブランドのトマト加工品・缶詰、業務用の食材、健康食品など、さまざまなカテゴリーの商品を製造・販売しています。素材の力を活かした商品の開発を通して、新しい需要の創造をめざします。



飲料部門

特色ある商品を展開するデルモンテブランドの野菜果実飲料や品質と鮮度にこだわった飲みやすい豆乳飲料などを製造・販売しています。世界中から選りすぐった原材料からつくる飲料で、お客様の健康でいきいきとした毎日を応援します。



酒類部門

マンジョウブランドの本みりんやマンズワインブランドのワインなどの製造・販売とともに、輸入ワインの販売などを行っています。マンズワインの「ソラリスシリーズ」は、国際ワインコンクールで数々の表彰を受けるなど国内外から高い評価をいただいています。



その他事業

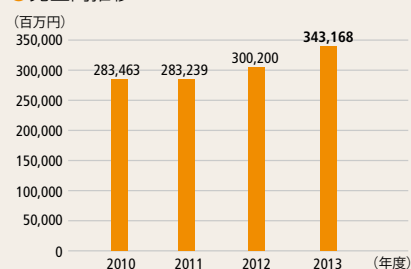
キッコーマングループの技術を活かした臨床診断薬、衛生検査薬、加工用酵素、ヒアルロン酸などの製造・販売に加え、不動産賃貸および運送事業、グループ会社内への間接業務の提供など幅広い分野での事業を行っています。



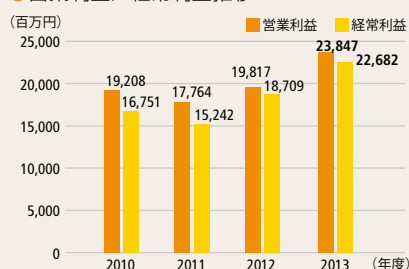
財務報告

※数字は2010年度～2013年度

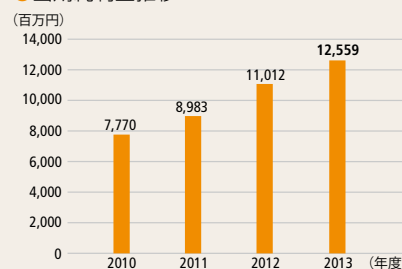
●売上高推移



●営業利益／経常利益推移



●当期純利益推移



海外

食料品製造・販売事業

しょうゆ部門

1957年に米国での本格的なキッコーマンしょうゆの販売活動を開始しました。以来、現地の食文化との融合を通じたしょうゆの普及を行い、今では世界100カ国以上でご愛用いただいています。また、しょうゆをベースとした調味料などの展開も積極的に行い、各地のお客様のニーズに合わせた商品を提案しています。



デルモンテ部門

アジア・オセアニア地域で、フルーツ缶詰、コーン・トマトケチャップなどを製造・販売しています。製造工場はタイと中国にあり、タイではテトラリカルト容器を使ったスイートコーンなど、中国ではトマトケチャップ商品などを製造しています。



その他食料品部門

サプリメントなどを展開するカントリーライフブランドを中心に、主に北米地域において健康食品などを製造・販売しています。



食料品卸売事業

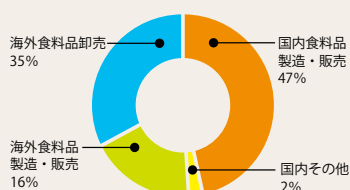
米国のJFCインターナショナル社を中心に、世界中に仕入れと販売のネットワークを持ち、しょうゆなどの加工食品はもちろんのこと、コメ、魚介類や食器類、調理器具まで、日本食を支える1万点以上のアイテムを世界中のスーパーマーケットやレストランにお届けしています。



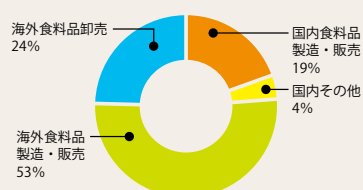
世界の拠点ネットワーク



● セグメント別売上高構成比 (2013年度)



● セグメント別営業利益構成比 (2013年度)



「セグメント別売上高構成比」はセグメント間の取引消去後

会社概要 (2014年3月31日現在)

設立	1917年(大正6年)12月7日
本社	〒278-8601 千葉県野田市野田250
代表者	代表取締役社長CEO 堀切功章
資本金	11,599百万円
グループ従業員数	5,622名
グループ会社数	67社(連結子会社・持分法適用会社)

※「グループ従業員数」「グループ会社数」以外はキッコーマン(株)の概要

経営と現場をつなぐ コミュニケーション

キッコーマングループでは、CEOと社員とのコミュニケーションを通して、
経営の考えを浸透させる取り組みをすすめています。



堀切CEOが語る



コミュニケーションで 実現する理念の共有

キッコーマングループは、世界中のお客様に「おいしさ」をお届けすることをめざしています。そのためには、キッコーマングループのめざす姿を社員一人ひとりが理解し、共通の目標に向かって挑戦し続けることが欠かせません。それによって社員同士がお互いに良い影響を与えあい、より高いレベルの仕事ができるようになるのだと思います。

CEOに就任以降、私はキッコーマングループのめざす姿を社員にしっかりと伝えるため、現場で活躍する社員との対話に積極的に取り組んできました。特に2013年度に力を入れたのが、国内キッコーマングループのマネジャー職にある社員と小グループでの対話を行う「CEOセッション」です。マネジャー職にある社員との直接の対話を通して、経営の声を伝えると同時に現場を指揮する社員の生の声を聞くことができました。また、「CEOセッション」とは別に、幅広い社員に私の声を伝えるために若手社員との座談会を2回開催し、その様子をキッコーマングループ社員に向けたグループ報「キッコーマンワールド」に掲載しました。

これからもお客様の「おいしい記憶」をたくさんつくり続けるため、社員との対話を深め、社員と一体になって高い目標に挑戦し続けます。



この写真はキッコーマン(株)野田本社
(千葉県野田市)で撮影しました

CEOセッション

堀切CEOと国内グループ会社のマネジャーとの交流セッションを実施しました。



より活き活きと働ける環境をつくる

キッコーマングループでは、堀切CEOと国内グループ会社のマネジャーが参加する「CEOセッション」を開催しました。この取り組みは、少人数の参加者による意見交換の場を設けることで、密度の濃い双方向のコミュニケーションを通じて経営のメッセージをより効果的に現場に伝えることをめざしたものです。

堀切CEOはこの取り組みのために2013年11月から2014年3月までの約5カ月間かけて国内グループ会社合計24社の主要拠点を訪問し、対象となるキッコーマングループの322名のマネジャー職にある社員と交流しました。各セッションでは参加者を5

～15名程度の少人数とすることで、1コマ2時間の中で参加者全員が意見を述べるようにしました。

各セッションの冒頭では堀切CEOからマネジャーを中心とする現場に期待する点や、その背景にあるキッコーマングループのめざす姿などが説明されました。特に重点が置かれたのが、社員がより活き活きと働くことができる活気にあふれた会社にするためのマネジャーの役割です。マネジャーが果たすべき職場での役割などについて活発に意見が交換され、また、具体的な実現の方法について発表が行われました。

参加したマネジャーの声



CEOのメッセージに共感した場

キッコーマンソイフーズ
飲料供給事業部
商品技術開発部長
古澤 克樹

CEOセッションで感じたのは、社員を大切に、消費者本位を重視するという堀切CEOのメッセージです。私はこのメッセージにとっても共感できました。マネジャーとして現場で実践するため、お客様のご要望を直接聞き、より挑戦的な商品開発に部署全体で取り組みます。そして、達成感からくる喜びを部下に伝えたいと思います。

堀切CEOと若手社員による座談会を開催し、「おいしさ」への想いや業務に取り組む際の心がけなどを語り合いました。

社員座談会



「おいしさ」への想いを語り合う

堀切CEOと若手社員による座談会が計2回（2013年9月および11月）開催され、それぞれ4名、6名の社員が参加しました。さまざまな事業を行う国内グループ会社から、営業、経理、研究開発など異なった部署の社員が集まり、それぞれの視点から堀切CEOと意見の交換を行いました。

社員座談会で中心になったテーマは「おいしさ」。堀切CEOからは、キッコーマングループ経営理念に掲げられた「消費者本位」には、消費者に「おいしさ」を届けるという意味が込められているという説明がありました。また、本当の「おいしさ」には味の良さだけでなく、安全や安心

に対する信頼が欠かせないという点についても指摘がありました。

それぞれの参加者が「おいしさ」をどのように自分自身で考え業務の中で活かしているのかについての意見を発表し、「おいしさ」についてあらためて話し合う中、キッコーマングループ社員として「おいしさ」を届けることの意義を再確認しあいました。その他では、業務を行う上で挑戦することの重要性や、それによって仕事に付加価値をつけることが働きがいや会社全体の活気につながるという意見が出されました。

座談会の様子を国内外の社員に届けました



キッコーマングループでは、グループ報「キッコーマンワールド」を年に4回発行しています。2013年10月号と2014年1月号に、社員座談会の様子を伝える記事を掲載。日本語と英語の記事を併記し、国内外の社員に座談会の内容を紹介しました。

品質管理を通じてお届けする 食の安全

食に携わる企業として、キッコーマングループは商品の安全性を最も重視しています。
安全性を確保し、安心をお届けするためのキッコーマングループの取り組みをご紹介します。





食の安全を確保するためのふたつの考え方

「品質保証」と「品質管理」というふたつの考え方に基づいて、キッコーマングループでは商品の安全性を確保する取り組みをすすめています。

■品質保証とは

品質保証は、料理の「レシピ」のようなものです。おいしい料理には正しい「レシピ」が欠かせません。同様に、高品質で安全な商品には「レシピ」である品質保証が必要です。キッコーマングループでは、使用する原材料の安全性や品質の審査にはじまり、設計や開発、容器、商品の表示、製造工程の検査など、とても厳しい基準で品質保証を行っています。



■品質管理とは

品質保証が「レシピ」であれば、正しい「レシピ」通りに「調理」が行われていることを確認するのが品質管理です。安全な商品をお届けするために、キッコーマングループでは、原材料や工程が品質保証で定められた通りになっているか、また、商品の品質が基準通りになっているかなどをさまざまな方法で確認しています。



大型のもろみタンク

もろみタンク

食塩水を加えたしょうゆ麹のことを、「もろみ」といいます。もろみはタンクの中でゆっくりと発酵・熟成し、しょうゆ独特の深みのある味や香り、色を生み出します。昔はもろみの発酵には木桶が使われていましたが、現在では深さが10数メートルに及ぶ大型の金属製タンクが主に使用されています。

※写真はタンク上部からもろみのサンプルを採取し、検査している様子。

キッコーマン食品

おいしくて安心いただける しょうゆを製造するために

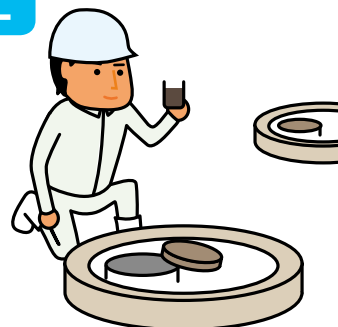
キッコーマングループでは、確かな品質保証に基づいた品質管理体制の整備をすすめています。
その一例として、キッコーマングループを代表する商品であるしょうゆの製造で行っている
品質管理の主な取り組みをご紹介します。

1 原材料の安全性を 詳しく確認



原材料に農薬が残っていないかなどを分析
して、安全性確認を行っています。

2 サンプルの分析



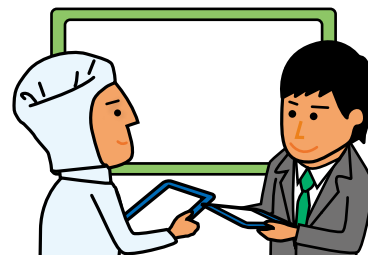
全てのしょうゆ仕込みタンクのサンプルを分
析して、おいしくできているか確認しています。

5 人の感覚で 検査



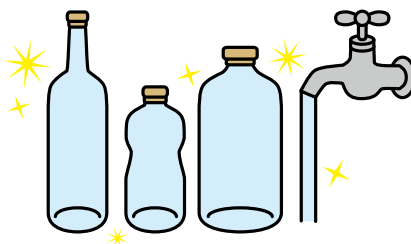
商品の品質をチェックするために最後は人
の感覚で検査します。

3 商品を守 るための対策



大切な商品を守るために、製造設備へ誰
が出入りしたか管理・記録しています。

4 きれいな環境が 大切



商品に異物が混入しないように、きれいな
環境で製造しています。



キッコーマングループ品質方針

私たちは、安全で高い品質の商品とサービスを提供し、世界のお客様のより良い食生活と健康に貢献します。

● お客様本位

私たちは、お客様の視点に立ち、お客様の声を大切にして、より満足いただける商品・サービスを提供します。

● 品質、安全、安心への約束

私たちは、常により高い品質と安全を追求し、お客様に安心いただける商品・サービスの提供に最善を尽くします。

● 信頼への約束

私たちは、法令を順守し、お客様に分かりやすい適切な情報の提供に努め、お客様の信頼にお応えします。

1 原材料の安全性を詳しく確認

キッコーマン(株)研究開発本部に「環境・安全分析センター」を設置し、食品に使われることが多い約300種類の農薬の残留成分の分析や極微量(ppb:10億分の1レベル)の有害成分の検出・定量など、さまざまな安全確認を行っています。

2 サンプルの分析

キッコーマンでは製造の過程でサンプルを採取して各種の数値を分析しています。また、検査機器の数値に表れない品質の変化を把握するために、担当者は香りや色の状態を自分の感覚で確認しています。

3 商品を守るための対策

大切な商品を守るため、キッコーマン社員であっても登録された製造担当者以外が製造設備に入出場する際には必ず記帳し、その記録を残しています。また、施設に持ち込める物品を厳しく制限し、異物の混入を防ぐ体制を整えています。

4 きれいな環境が大切

高品質のしょうゆをつくるためには、きれいな環境が欠かせません。特に重要な充填(ボトリング)施設の入り口は二重扉になっており、ふたつの扉の間で高圧の清浄な空気によってチリやホコリを取り除いています。さらに充填作業を全て自動化することで、人に由来する異物の混入が起きないようにしています。

5 人の感覚で検査

完成した商品がおいしく安全にできているかを確認するため、分析機器だけではなく人の感覚で最終商品のサンプルを検査しています。検査結果を含む製造に関する情報は保存・管理され、お客様からのお申し出があった場合には情報を速やかに提示し、ご安心いただける体制を整備しています。

キッコーマングループは、安全で高品質な商品をお届けするため、国内外の主要工場で国際的な品質管理システムを取得しています。

ISO9001: お客様に満足していただける品質およびサービスの提供を組織全体で管理し、改善する仕組み。全ての業種で取得できる国際規格。

HACCP(Hazard Analysis & Critical Control Point): 衛生的な環境を維持するための前提条件を確立・維持し、その上で健康に及ぼす危害の混入を予測し、発生を各製造工程で予防する管理手法。

ISO22000: HACCP手法とISO9001のマネジメントの仕組みを融合した食品安全に特化したシステム。食品業界に関連する企業が取得可能。

GFSI(国際商品安全イニシアチブ)の認証規格: マネジメントシステムとHACCP手法に加えて、食品製造業者を対象にした前提条件を組み合わせた食品安全規格。GFSI認証規格はFSSC22000、SQF2000Level2、BRCなど。



キッコーマン食品野田工場はISO22000取得

グループのノウハウを活かした品質管理

食品メーカーには安全かつ安心してご使用いただける商品をお客様にお届けする責任があります。そのためにキッコーマングループでは会社全体で食品安全を向上させる努力を続け、社員一人ひとりの意識を高める取り組みを行ってきました。こうした取り組みを行った上で、より客観的かつ継続的な品質管理体制の改善のために、キッコーマングループの製造拠点では品質および食品安全に関する外部認証規格の取得をすすめています。



キッコーマン食品
品質管理部長
小川 善弘

次世代に和食の魅力を伝えるために

キッコーマングループでは、日本の食文化が持つ伝統を継承し、その魅力を国内外の方々に伝えるための取り組みを行っています。





日本の食文化の継承と発信

キッコーマンは、江戸時代から続くしょうゆや本みりんの製造・販売を通して日本の食文化の発展を支えてきました。2013年に「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコの無形文化遺産に登録されるなど、日本の食文化の価値が国内外であらためて評価されています。キッコーマングループは、日本の食文化の魅力を伝え、また、他の食文化との交流を行う中で、より豊かな食文化づくりに貢献する活動をすすめています。

2010年の上海万博へ 料亭「紫 MURASAKI」を出店



日本の食文化を中国そして広く世界の方々に紹介するため、「中国2010年上海万国博覧会」にて、キッコーマンは日本産業館に料亭「紫 MURASAKI」を出店しました。「先付、八寸、向付、蓋物、焼物、酢肴、強肴、御飯、水物」からなる本格的な懐石料理をご提供し、料理のみならず日本の心をこめた「おもてなし」をお届けしました。

キッコーマン 国際食文化研究センター



キッコーマン国際食文化研究センターは、1999年7月に創立80周年記念事業の一環として設立されました。同センターでは「発酵調味料・しょうゆ」を基本とした文化社会面からの歴史的研究とともに、研究機関誌「FOOD CULTURE」の発行など、食に関する情報の収集や公開などを行っています。

広く海外で実施する料理講習会

キッコーマングループの海外しょうゆ販売会社では、主に現地の料理人を対象にした料理講習会を数多く実施しています。講習会では日本食の調理だけではなく、日本食を調理する際に欠かせない魚介類の適切な取り扱いや衛生管理などのレクチャーを行い、おいしく安全・安心な日本食の普及に努めています。

※写真はブルガリアでの料理講習会の様子。

「和食っていいね!」と言われたい 〈和食の魅力〉料理講習会を開催

2013年11月、国内外で活躍する若手料理人4名をパネリストにお招きし、「和食の魅力」をテーマにしたパネルディスカッションを開催しました。それに引き続き、2014年2月から3月にかけてパネリストが講師を務める料理講習会を行い、和食の基本である「一汁三菜」を通し、料理のつくり方だけでなく、器、盛りつけ方、季節感、行事など、いろいろな角度から「和食の魅力」をご紹介いただきました。

年中行事を通じて 和食を楽しむ



近茶流嗣家／柳原料理教室副主宰
柳原 尚之先生

人々の願いが
込められた和食

和食の特徴であり、大きな魅力のひとつは年中行事との関わり深さであるという柳原先生。おせちの中に見られる日本の美学や、五節句、節分、花見、お祭りなど、年間100日も存在する行事と料理との密接な関係について解説し、そこには五穀豊穡や人々の健康・長寿などを願う気持ちが表現されていると指摘されました。また、和食の長い伝統のなかで受け継がれてきた精進料理をご紹介いただき、調理方法などを指導していただきました。



しつらいや器で 表現する四季



「瓢亭」十五代目
高橋 義弘先生

五感を意識した
献立づくりを

ご自身のお店で提供されている茶懐石のメニュー構成や作法、会席との違いなどを説明した上で、献立作りの基本としての茶懐石の中の一汁三菜を紹介。家庭における献立作りで意識してほしいポイントとして、だしや調味料の選び方、季節を意識した旬の食材選び、料理が楽しくなる調理道具についてアドバイスをいただきました。今回のレシピを参考に、型にとらわれずに自分の味をつくって欲しいと締めくくられました。

30年以上続く「食文化」と「料理」をテーマとした講習会

キッコーマンでは「食文化」と「料理」をテーマとした一般向けの講習会「KCC食文化と料理の講習会」を毎月開催しています。1980年に始まったこの活動では、和食だけではなく世界の多様な食文化に触れていただけるプログラムを多数ご用意しています。キッコーマン ウェブサイトで内容をご確認の上、お気軽にご参加ください。

● KCC食文化と料理の講習会ホームページ
<http://www.kikkoman.co.jp/kcc/>

● お問い合わせ先

キッコーマンKCC事務局

TEL 03(3572)0360

FAX 03(3572)0390

受付時間帯: 平日(祝日を除く)10:00~17:30

和食を支える 調味料の魅力



「木乃婦」三代目
高橋 拓児先生

和食は完全なる
構造体

スイス、パリでも活躍される先生の海外経験を踏まえ、和食における食材と調味料の関係や、世界の食の現場が和食をどうとらえているのかを解説していただきました。和食は、食材、だし、調味料がそれぞれ100%に近いパフォーマンスを発揮してきれいに積み重なっている、完全な構造体であると定義。特に、骨格となるだしの重要性について力説した上で、その哲学が理解されるようになったことが、世界で和食が支持される理由であると説明されました。



和食を育んだ 豊かな自然



「美山荘」四代目
中東 久人先生

自然の恵みを
和食の美に昇華

和食が独自の世界観を築き上げるに至った根底には、豊かな自然と日本人の自然を愛する気持ちがあるという中東先生。自然と和食、季節の繋がりをテーマにお話をいただきました。和食を生み出した日本の特色として、亜熱帯から亜寒帯までを網羅する地理的条件、豊富な水資源、海の恩恵などがあると指摘。発酵文化から生まれた調味料、だし、多彩な器など、自然を生活に取り入れようとする知恵が、自然の恵みを「美」と昇華させたと解説していただきました。

キッコーマングループの環境保全活動 環境との調和のために

キッコーマングループでは「環境理念」のもと、自然環境と調和のとれた企業活動をめざしています。
その実現のため、「中長期環境方針」を定め、より環境にやさしい事業活動をすすめています。



環境理念

キッコーマングループは、自然のいとなみを尊重し、
環境と調和のとれた企業活動を通して、
ゆとりある社会の実現に貢献します。

行動指針

わたくしたちは、環境理念の実現をめざし、
創意と工夫を尽くして、力強く行動します。

1. 全ての仕事(開発、調達、生産、販売及び支援)で、
一人ひとりが、持ち場持ち場で環境との調和に努力します。
2. 法令はもとより、自主基準を設定しこれを守ります。
3. 地域の環境保全活動に、社会の一員として積極的に参加します。
4. 環境について学び、理解を深めます。
5. グローバルな視点で考え、行動します。

中長期環境方針1

地球温暖化防止

ターボ冷凍機の導入（キッコーマンソイフーズ埼玉工場）

豆乳を製造しているキッコーマンソイフーズ埼玉工場では、加熱殺菌した豆乳を冷却する工程に、従来の（フラッシュ）冷却機に代えて、より冷却能力の高いターボ冷凍機2台を導入しました。これにより、年間のCO₂排出量を約1,300トン削減する事に成功しました。また、導入した冷凍機の冷却能力にはまだ余力があるため、現在この余力を空調にも利用するための工事をすすめています。これが完成すれば、さらに年間200トンのCO₂排出量削減が見込まれます。



導入したターボ冷凍機

中長期環境方針2

廃棄物・副産物の削減と再生利用

小袋破碎洗浄機の導入（宝醤油）

宝醤油では、弁当などに添える「特醸醤油小袋（5g）」などを製造しています。製造工程で発生する破損した小袋（プラスチック）などは、これまでは廃棄物として焼却処分していました。しかし、それらを破碎・洗浄する機械を2013年12月に導入し、小袋を固形燃料用の原料として再利用できるように改善しました。



「特醸醤油小袋（5g）」



製造工程で発生した破損小袋を破碎、洗浄する機械

中長期環境方針3

環境マネジメントの推進

環境ヒヤリハットの運用（キッコーマングループ）

キッコーマングループは、ISO14001の一括認証取得を機に、各拠点（事業所）の環境マネジメント強化を目的に、環境ヒヤリハット報告の運用を開始しました。

「環境ヒヤリハット」とは、企業活動の中に潜んでいる、環境汚染などに結びつく危険性のある事象（それゆえに、心理的にヒヤリとしたり、ハッとしたりした経験）を指します。キッコーマングループでは、2012年度から各拠点でのこうした「環境ヒヤリハット」事象が発生した場合の報告を義務付け、事象の発生原因を調査し、有効な再発防止策を検討、これらを報告書としてまとめ、各拠点に配布することにより、環境汚染などの事前抑止力の向上を図っています。



環境ヒヤリハット報告書

中長期環境方針4

環境コミュニケーションの推進

「EDEN AWARD2013」の受賞（KIKKOMAN FOODS EUROPE B.V. (KFE)）

オランダのフローニンゲン州にあるKFEは、地元の環境保護団体がEUやオランダ政府などの支援のもとではじめた「フローニンゲン州水資源保全プロジェクト」に、2000年からメインスポンサーとして参加しています。KFEからの寄付金は、ザウドラデル湖（同州で2番目に大きい淡水湖）の湖水を汲み上げて浄化水路へ送るための風車「キッコーマン風車」の導入および管理などを含め、本プロジェクトの遂行に利用され、水質の改善と生息する生物種の回復に目覚ましい成果をあげています。

2013年度には、KFEのこうした継続的な環境保護活動がオランダ政府などからも高く評価され、「EDEN AWARD2013」に選ばれました。



ザウドラデル湖畔に立つ「キッコーマン風車」

詳しい情報はキッコーマン ウェブサイトの詳細版をご覧ください。
<http://www.kikkoman.co.jp> トップ>企業情報>社会・環境への取り組み>社会・環境報告書

キッコーマングループとステークホルダー ステークホルダーの信頼に 応えるために

キッコーマングループでは、ステークホルダー（企業の事業活動から影響を受ける利害関係者）への責任を果たすため、さまざまな取り組みを行っています。



お客様

安全・安心かつ高品質な商品をお届けするとともに、お客様から寄せられる声を活かしてお客様満足の向上に取り組んでいます。



お問い合わせへの対応

社員

社員の多様性を尊重し、能力向上を支援するとともに、働きがいのある安全で快適な職場環境づくりに努めています。



CEO座談会

株主・投資家

適時・適切な情報開示によって経営の透明性を高めるとともに、持続的な成長による収益の確保、適正な利益配分に努めています。



決算説明会

仕入先

仕入先とのコミュニケーションを通じて、公正な取引の徹底と良好なパートナーシップの構築に努めています。



社員による農家訪問

地域社会

地域に根ざした社会活動や食文化の継承・発展のための取り組みなど、「食と健康」の分野で地域社会に貢献する活動を行っています。



しょうゆ塾

詳しい情報はキッコーマン ウェブサイトの詳細版をご覧ください。
<http://www.kikkoman.co.jp> トップ > 企業情報 > 社会・環境への取り組み > 社会・環境報告書

信頼を支えるマネジメント体制

良き企業市民としての責任を果たし、ステークホルダーや社会からの信頼や期待に応えるため、マネジメント体制の強化をすすめています。



コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

コーポレート・ガバナンス（企業統治）とは、透明性のある適正な経営ができているか監視する仕組みです。キッコーマングループでは、全てのステークホルダーに対する企業責任を果たすため、経営の透明性の向上、経営責任の明確化、スピーディな意思決定、経営監視機能の強化をめざして、コーポレート・ガバナンス体制を改善・強化しています。

コーポレート・ガバナンス体制

キッコーマングループのグループ経営戦略を担う持株会社であるキッコーマン(株)では、執行役員制度を導入することで業務執行の権限を委譲し、経営責任の明確化と意思決定および業務執行のスピードアップを図っています。また、2002年6月からは社外取締役を選任するとともに、指名委員会および報酬委員会を設置し、経営の透明性を向上させ、経営監視機能の強化を図っています。



コンプライアンス

基本的な考え方

キッコーマングループでは、「コンプライアンス」とは法令の順守にとどまらず会社の規程・規則や社会の規範の順守も含まれる概念だと考えています。「コンプライアンス＝社会の期待に応えること」という認識のもとグループコンプライアンス体制を強化し、企業市民としての責任を果たすための取り組みをすすめています。

コンプライアンス体制

キッコーマングループでは、社員一人ひとりの心がけや実践すべき行動を表した「キッコーマングループ行動規範」を2002年8月に制定し、周知徹底と浸透に努めています。2011年度には職場で起こりうるコンプライアンス違反のケーススタディを掲載した「キッコーマングループコンプライアンス・ハンドブック」を発行し、社員に配布しました。コンプライアンス意識の定着をより確かなものにするため、キッコーマングループ各社ではハンドブックを利用した研修を継続的に実施しています。



キッコーマングループ 取引方針

キッコーマングループは2013年度に「キッコーマングループ 取引方針（以下、取引方針）」を定めました。取引方針にはキッコーマングループの理念・方針や取引に関する基本的な考え方を記載し、また、キッコーマングループが取引先に順守を求める重点項目（品質と安定供給、人権、労働慣行、環境対策、商取引の大項目からなる17項目）を説明しています。取引方針を通じて取引先との相互理解にもとづいた関係を築き、ともに良き企業市民として社会に貢献したいと考えています。

取引方針の主な構成

- ① 取引に関する基本的な考え方
- ② キッコーマングループ理念・方針
- ③ 関係する外部イニシアティブなど
- ④ 重点項目リスト

高い品質と安全性のために 商品の「安全」を お客様の「安心」へ

キッコーマングループでは、原材料から安全性を追求しています。
安全で高品質な商品をお届けする体制を整え、
世界のお客様のより良い食生活と健康へ貢献していきます。



🔍 キッコーマングループの考える「安全」と「安心」

キッコーマングループでは、商品やサービスの安全性向上を最優先に、原材料の選定から商品ができるまで、全過程において厳しい検査基準に基づいた品質保証審査を行っています。お届けする商品が「安全」であることをわか

りやすくお伝えし、お客様に「安心」していただくことで、深い信頼関係を築き上げていきます。

商品の「安全」とお客様の「安心」——このふたつをお届けし、私たちはお客様満足の向上に取り組んでいます。

● キッコーマングループの品質保証活動



商品開発における品質保証

商品を開発する際には「おいしさ」だけではなく、「原材料の安全性」、「容器の安全性」、「商品の表示」の確認も徹底しています。特に、安全な原材料の使用を食の安全を守るための最重要課題としてとらえ、全ての原材料を対象に安全性のチェック体制を強化して、安全性・法規適合性を確保しています。

製造での品質保証

キッコーマングループの商品を世界中で安心してご利用いただくため、品質管理の国際規格であるISO9001や食品事故を未然に防止するISO22000などの認証の取得を推進しています。また、該当の製造拠点以外から社内の専門家を定期的に派遣し、食品衛生や設備管理状態などの総合的な監査も行っています。

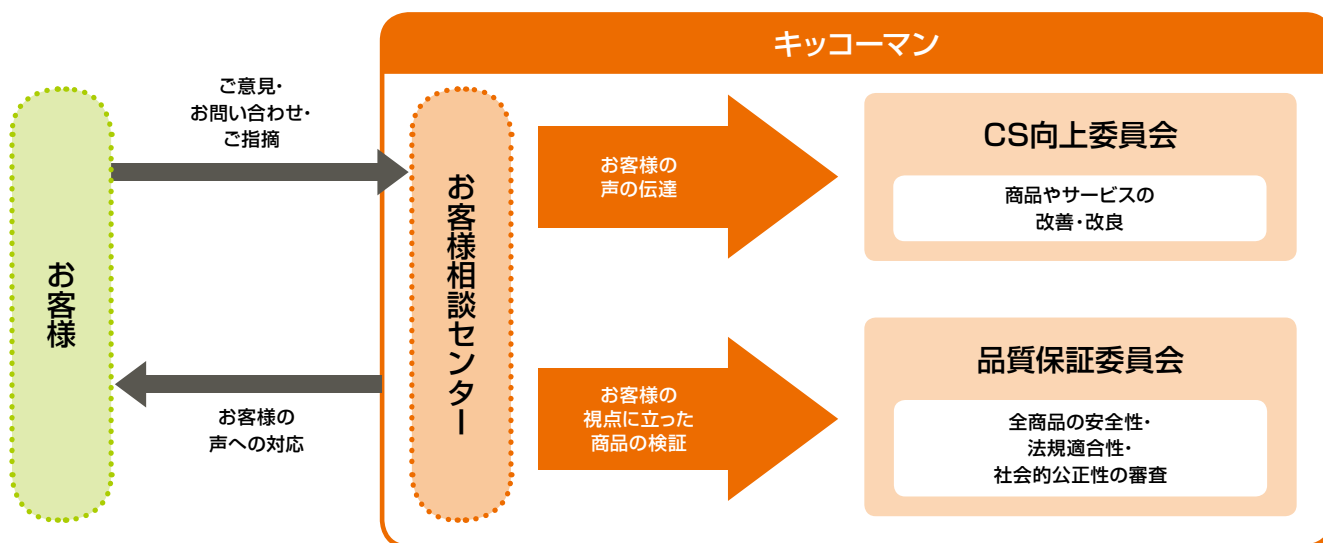
お客様満足を求めて

キッコーマンでは「お客様相談センター」を開設し、「迅速・適確・誠意」を基本方針に、スピーディで正確な、心のこもった対応を心がけています。お客様からいただいたご質問やご意見などはデータベース化し、迅速かつ正確な対応を図るとともに、経営資源として活かすため社内で共有し、活用しています。これからもお客様とのコミュニケーションを大切に、より良い商品とサービスを提供していきます。

CS向上委員会

キッコーマンでは、CS (Customer Satisfaction=顧客満足) の向上を目指して「CS向上委員会」を設置しています。経営トップ層を委員長、各部門の責任者を委員とし、部門横断的に取り組むことで重要な課題にも迅速に対応します。これからも、お客様にご満足いただけるよう商品やサービスの改善を推進していきます。

●お客様の声を反映するための仕組み



詳しい情報はキッコーマン ウェブサイトの詳細版をご覧ください。
<http://www.kikkoman.co.jp> トップ>企業情報>社会・環境への取り組み>社会・環境報告書

キッコーマングループの食育活動 食への興味や食べる楽しさを育む

キッコーマングループでは、食に関する情報・知識・体験をお届けするさまざまな活動を行っています。

キッコーマンの主な食育活動

●キッコーマンしょうゆ塾

「キッコーマンしょうゆ塾」は、キッコーマン社員が小学校に出向いて行う出前授業形式のプログラムです。しょうゆ博士とアシスタントに扮した社員による説明を通して、しょうゆの原材料や製造工程をわかりやすく紹介しています。2013年度は120校250コマ、8,316名に講義を行いました。

●食への興味を喚起する「キッコーマンアカデミー」

学校や各種団体の皆様を対象に、食のさまざまな分野について、豊富な経験を持つキッコーマン社員が講義をしています。2013年度は24回、1,300名を対象に実施しました。

●醸造を体感できる工場見学

国内のしょうゆ工場とマズワインのワイナリーで工場見学を受け付けています。小学校などの団体を対象にした「しょうゆづくり体験」プログラムを、2013年度は323回、18,500名に実施しました。

●楽しい食生活を提案する料理教室

全国の販売店と共同で開催している「親子の料理教室」や、食文化と料理の講習会「KCC」を開催しています。

キッコーマンの食育体系



食育理念 3つの願い

食でそこをいっばいに
食でからだを大切に
食で地球のみんなをしあわせに

食育推進方針

①家族の食・こどもの食

栄養バランスのとれた楽しい食生活を提案し、心身の健康増進を応援する。

②日本人の食

日本の食の伝統・文化を継承・発展させ、健全な心身を培う食生活を提案する。

食育活動

食育宣言 社内外への企業姿勢の表明

食育講座の開催

キッコーマンは、幼稚園・保育園・小学校の保護者や教職員など「食育」に関心をお持ちの方を対象にした出前授業「食育講座」を、NPO日本食育インストラクター協会と協同で2012年度より開催しています。NPO日本食育インストラクター協会から派遣講師が出向き、協会の食育論「食育の3つの柱」をベースによ

り具体的、実践的な講義を行っています。2013年度は42回実施され、1,682名が受講されました。2014年度はキッコーマン(株)東京本社KCCホールおよび埼玉キッコーマンを会場にした講座も予定しています。



詳しい情報はキッコーマン ウェブサイトの詳細版をご覧ください。
<http://www.kikkoman.co.jp> トップ>企業情報>社会・環境への取り組み>社会・環境報告書

キッコーマングループの復興支援活動 食を通じた活動で笑顔を届ける

2011年の東日本大震災以降、キッコーマングループでは復興を支援する活動をすすめています。

●「食」をテーマにした復興支援活動

東日本大震災の発生以降、キッコーマングループは被災地の復興を支援する活動を行ってきました。支援物資提供などを通じた間接的な支援に加え、社内ボランティアを募

り被災地域を訪問する活動も実施しています。被災地の一日も早い復興を願い、キッコーマングループは今後も継続して復興支援活動を行ってまいります。

チームおむすび



東北の食や文化を支援するNPO法人「ソウルオブ東北」による「チームおむすび」が開催するボランティア参加のプロ料理人による料理教室などを、商品提供や社内ボランティア派遣などで支援しています。

福島県西会津でのキャンププログラム



国際NGO団体AARJapan（難民を助ける会）が、福島県相馬市周辺にお住まいのご家族を招待して行っているキャンププログラムを、商品の提供や社内ボランティアの派遣を通して支援しています。

福島県相馬地域での料理教室



AARJapanと共同で、福島県相馬地域の仮設住宅でキッコーマン社員が講師を務める料理教室を2回にわたって開催しました。仮設住宅の外からもたくさんの方にご参加いただき、盛況のうちに終了しました。

講演会＆販売会



AARJapan相馬事務所の横山恵久子氏をお招きし、キッコーマン(株)東京本社と野田本社で被災当時の状況や福島県被災地域の現状をお話いただきました。また、講演会に続いてチャリティ販売会を開催しました。

2013年度 主要な取り組み／2014年度 目標・計画

企業の社会的責任重点課題		2013年度 主要な取り組み	対象	2014年度 目標・計画
責任ある事業活動	コンプライアンスの徹底	●コンプライアンス研修の実施 ●コンプライアンス強化月間の実施 ●幹部社員による行動規範への誓約書の対象者拡大 ●コンプライアンス調査の実施とフォローアップ	国内18社、海外17社 のべ25回 国内24社 国内22社、海外14社 413名 グループ	●コンプライアンス研修の実施 ●コンプライアンス強化月間の実施 ●企業倫理アンケートの実施 ●行動規範順守誓約書提出対象者拡大と徹底 ●コンプライアンス調査の継続的な実施とフォローアップ
	コーポレートガバナンスの強化	●社外取締役の選任 ●指名委員会および報酬委員会の開催 ●キッコーマングループ取引方針の策定 ●内部監査を通じた各グループ会社に対する継続的モニタリングと要請事項の進捗確認	キッコーマン(株) キッコーマン(株) キッコーマン(株)	●コーポレートガバナンスの強化 ●国連グローバルコンパクトの推進 ●リスクマネジメントの強化
	ステークホルダーとの対話と相互理解	●国内外でのIR説明会の実施 ●投資家を対象にした工場見学会の実施(1回) ●トップミーティングの開催(4回) ●お客様対応の質向上を目的としたお客様満足度アンケートの実施(2回) ●お客様相談センターに寄せられたお申し出総件数: 27,365件 ●ウェブサイトを通じた情報発信の強化(お客様への情報、株主・投資家情報など) ●工場見学会の開催 ●社外有識者とのダイアログ実施	キッコーマン(株) キッコーマン キッコーマン(株) グループ主要製造拠点 キッコーマン(株)	●情報発信手段の多様化 ●トップミーティングの継続による、ダイレクトコミュニケーションの充実 ●工場見学会などを通じた製造現場の理解促進
	環境との調和	●2013年度CO₂総排出量:117,216t-CO₂(2005年度比19.1%削減) ●2013年度CO₂排出原単位:0.160t-CO₂/t(2012年度比3.0%削減) ●2013年度国内外主要製造会社の再生利用率: 99.3%(2012年度98.9%より0.4%の向上) ●グリーン調達指針の策定 ●外部団体と連携した生物多様性保全への取り組み ●エコプロダクツ展への参加、エコ学習などを通じた環境コミュニケーションの実施	国内:12社 国内:12社 海外: 3社 国内製造会社および海外主要製造会社 グループ キッコーマン(株) キッコーマン(株)	●CO₂総排出量 2005年度比17%以上削減 ●CO₂排出原単位 前年度比1%以上削減 ●廃棄物・副産物の再生利用率99%以上 ●環境リスクマネジメントの強化 ●サプライチェーンでの課題抽出と方策策定 ●生物多様性保全への取り組み
	人材の育成と働きがいの向上	●グループ会社合同での各種研修の実施 ●グループ人事交流会の開催 ●異文化適応力強化プログラムの実施 ●シニア・マスター社員制度 ●労働安全衛生大会の開催 ●KEPTカードの電子化	キッコーマン キッコーマン(株) キッコーマン キッコーマン グループ 国内: 24社	●グループ間での人材交流の促進 ●グローバル人材の育成 ●グループ人事体制の強化 ●多様な人材の雇用促進 ●安心して働ける職場環境づくりの推進 ●働きがいのある職場づくり
健康で豊かな食生活の実現	新しい価値を有する商品とサービスの提供	●高齢者にも使いやすい容器開発を目的とした、シニア容器官能評価パネルの構築 ●40代からの女性向け通販サイト「キッコーマンからだ想い」をオープン ●生果トマト事業への新規参入 ●ユニバーサルデザインフォントを採用した商品の拡大	キッコーマン食品 キッコーマンニュートリケア・ジャパン 日本デルモンテアグリ キッコーマン	●お客様視点での商品開発の推進
	より高い品質と安全性の追求	●品質管理に関する外部認証の取得 ●フードディフェンスの強化 ●アレルギー性物質表示の改善	グループ グループ キッコーマン	●製品安全性確保の強化 ●消費者コミュニケーション強化 ●製品安全性確保の強化
	商品・サービスの安定的な供給	●事業継続計画(BCP)計画書に基づいた訓練の実施 ●需要増に応えるための生産設備の増強	国内: 24社 キッコーマンソイフーズなど	●安定的な供給を支える社内体制の整備と見直し
	健康に配慮した新しい食生活の提案	●「おいしく続く、節塩生活キャンペーン」の展開 ●抗がん剤治療に伴う食の悩みの原因究明とそれを踏まえた新しいレシピ開発 ●ウェブサイトなどを通じた健康に配慮したレシピの提案	キッコーマン食品 キッコーマン(株) キッコーマン(株)ほか	●新しい日本型食生活の推進
地球社会との共生	日本の食文化の継承と発信	●KCC食文化と料理の講習会を47回実施、2,179名参加	キッコーマン(株)	●食文化の継承や提案活動の推進
	世界の食文化の交流推進	●食文化セミナーを実施(合計2,016名参加) ●機関誌「FOOD CULTURE」を発行 ●海外でのしょうゆ講演会の開催	キッコーマン(株) キッコーマン(株) キッコーマン(株)ほか	●国際食文化研究センターを通じた情報発信 ●中国(上海地域)での日本の食文化講座の実施
	食育活動の推進	●キッコーマンしょうゆ塾120校250コマを8,316名を対象に実施 ●デルモンテトマト塾などの新しいプログラムの展開 ●NPO日本食育インストラクター協会と協同で食育講座を開催	キッコーマン(株) キッコーマン(株) キッコーマン(株)	●食育プログラムの強化
	「食と健康」の分野を中心とした社会貢献活動	●東日本大震災被災地への継続的な復興支援活動 ●フードバンクへの商品提供 ●ケニアでの栄養改善プロジェクト 現地調査実施	グループ キッコーマン食品ほか キッコーマン(株)	●東日本大震災被災地での復興支援活動の継続的な実施 ●地域に根ざした社会貢献活動の実施

詳しい情報はキッコーマン ウェブサイトの詳細版をご覧ください。

<http://www.kikkoman.co.jp> トップ>企業情報>社会・環境への取り組み>社会・環境報告書



おいしい記憶をつくりたい。

キッコーマンの約束

こころをこめたおいしさで、
地球を食のよろこびで満たします。

- 伝統のわざと知恵を磨き続け、
高品質の商品・サービスを誠実にていねいにお届けします。
- 素材をいかし、栄養バランスに優れた食生活の提案により、
こころとからだの健康を応援し、毎日を明るい笑顔で彩ります。
- 世界の食文化との出会いの中で新しいおいしさを創造し、
時代や文化に合った豊かな食生活をご提案します。

「キッコーマンの約束」とは

私たちが、しょうゆをつくり始めたのは、遠く江戸時代。いまでは100カ国以上でしょうゆをはじめ、さまざまな商品やサービスをお届けしています。事業の広がりとともに私たちの社会に対する責任が増してきました。そこで、お客様本位の基本に立ち返り、私たちが事業を通じて何ができるのか、どのようなことをめざすのか、その想いを明文化しました。それが「キッコーマンの約束」です。

本報告書について

【編集方針】

キッコーマンは1998年の「環境報告書」以来、環境に関する年次報告書を発行し、2006年からは社会的側面の報告を充実させ、「社会・環境報告書」として発行しています。

「社会・環境報告書」は、キッコーマングループの活動を幅広い方々に知っていただくことを目的とした冊子版（本報告書）と当該年度の活動を中心に成果やデータをお伝えすることを主眼に置いた詳細版のふたつで構成されています。

詳しくは下記のキッコーマンウェブサイトよりご覧ください。

<http://www.kikkoman.co.jp/corporate/csr/>

【報告対象組織】

本報告書は、原則としてキッコーマングループ（持株会社であるキッコーマン株式会社および連結子会社・持分法適用会社67社〈2014年3月現在〉）を報告対象としています。本報告書の文中では、キッコーマングループを「キッコーマングループ」または「グループ」、キッコーマン株式会社を「キッコーマン(株)」、キッ

コーマン株式会社、キッコーマン食品、キッコーマン飲料、キッコーマンビジネスサービスの4社での活動を「キッコーマン」として区別して表記しています。それ以外の場合は具体的な対象会社・対象部署を明示しています。

【報告対象期間】

2013年4月～2014年3月

一部に2013年3月以前、2014年4月以降の報告を含んでいます。

【発行年月】

2014年6月

前回発行：2013年7月 次回発行予定：2015年7月

【見直しに関する注意事項】

本報告書には、キッコーマングループの過去と現在の事実だけでなく、発行時点における計画や見直しに基づく将来予測が含まれています。将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づく仮定あるいは判断です。諸条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。



本報告書内の一部には、2013年11月に実施した「あなたの『おいしい記憶』をおしえてください。」フォトコンテスト (<http://www.kikkoman.co.jp/photocon/list.html>) にご応募いただいた画像を使用しています。



キッコーマングループ 社会・環境報告書2014
Corporate Citizenship Report

お問い合わせ先

キッコーマン株式会社
〒105-8428 東京都港区西新橋2-1-1
TEL : 03-5521-5131
<http://www.kikkoman.co.jp/>

発行 2014年6月