



シマダヤ株式会社は、政府主催の豊かな低炭素社会を目指すキャンペーン「Fun to Share」に参加しています。



おいしい笑顔をお届けします

シマダヤ株式会社

人事総務部

〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西1-33-11
TEL:03-5489-5511/FAX:03-5489-5507 <http://www.shimadaya.co.jp>



見やすく読みまちがえにくいユニバーサルデザインフォントを採用しています。



森林管理協議会 (Forest Stewardship Council®) で認証された適切に管理された森林からの原料を含む、FSC認証紙を使用しています。



グリーンプリンティング認定制度を取得している工場で印刷しています。



印刷時に有害な物質を含む浸し水が不要な、水なし印刷を採用しています。

シマダヤグループ 社会・環境報告書

2017




おいしい笑顔をお届けします

これは、私たちシマダヤの経営コンセプトです。
たくさんの人に「おいしい!」の笑顔をお届けしたい。私たちシマダヤは、安全・安心でおいしい商品を皆様にお届けするために、社員一丸となって、その実現に向け全力で取り組んでいます。



CONTENTS

- 05 トップメッセージ 
- 07 特集1 社員座談会
「安全・安心な食」の実現に向けて
- 11 特集2 これからも「おいしい笑顔」をお届けするために
お客様の健康を応援する
シマダヤでありつづけます

- 13 社会性報告
お客様と共に
地域社会と共に
子どもたちと共に・従業員と共に
- 15 環境報告
シマダヤグループの環境取り組みについて
中期環境目的・目標について
情報公開
- 18 第三者意見

- 編集方針
本報告書は、当社のISO14001適用事業所において、経営コンセプト「おいしい笑顔をお届けします」を実現するための事業活動を通じた社会・環境取り組みの情報を提供することを目的に発行しています。
- 対象期間
2016年4月から2017年3月(活動については直近のものも含む)
- 発行
2017年8月発行

- 報告対象範囲
シマダヤグループのうち、シマダヤおよびISO14001適用事業所である工場を報告範囲としています。

ウェブサイトのご案内

シマダヤのウェブサイト「めんのシマダヤ味なウェブ」では、本報告書をダウンロードいただける他、商品に関する情報など様々な関連情報をご紹介します。

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



シマダヤグループの事業

シマダヤは、1931年の創業以来、めん製造業界のリーディングカンパニーとして「めん」を通して日本の食文化の発展に広く貢献してまいりました。私たちが独自の技術を磨き、安全で安心かつ魅力ある商品を作り続けるのは、お客様の「おいしい笑顔」が見たいからです。

これからもお客様の健康で豊かな食生活に一層貢献できる企業でありたいと願い、皆様に愛され信頼される「シマダヤ」を目指して、社員一丸となってその実現に向け全力で取り組んでまいります。



シマダヤのCIマーク

シマダヤのCI(コーポレートアイデンティティ)マークは、「お客様とシマダヤをおいしい笑顔で結ぶ」という意味を表しています。2つの円は、お客様とシマダヤの「心のクロスコミュニケーション」を意味しています。中央の笑顔は、「作る喜び・食べる喜び・お客様の笑顔」を表現しています。

シマダヤグループ行動規範

規範 1

安全な商品とサービスを提供します

規範 2

お客様の満足と安心が得られるように最大限の努力をします

規範 3

法令を遵守し社会的理念に則った企業活動を進めます

規範 4

地球環境問題に積極的、自主的に取り組みます

規範 5

安全で働きやすい職場環境の確保に努めます

規範 6

よき「企業市民」として積極的に社会貢献活動を行います

事業内容

シマダヤは、**家庭用事業**、**業務用事業**の分野で事業お客様のニーズや用途にあった商品を幅広く取り

家庭用事業

うどん・そば・中華麺・焼そば・パスタなどを中心に、一般家庭用麺(チルド麺、冷凍麺、調理麺)をスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどで販売しています。

チルド麺の“さっと水でほぐすだけで食べられる、茹でる必要のない「流水麺」”や冷凍麺の“食塩ゼロでからだにやさしい食塩ゼロ稲庭風うどん”、調理麺の“電子レンジで加熱するだけで食べられる天ぷらうどん”など、素材めんから具付めんまでバラエティ豊かな商品を取りそろえています。



「流水麺」そば

さっと水でほぐすだけで食べられる、ゆでる必要のないそばです。風味豊かなそば粉を使用し、喉ごしと歯切れの良さ、そばの味わいが楽しめます。



冷凍 食塩ゼロ稲庭風うどん 3食

国産小麦粉を使用した、のどごしのよさと強いコシが特長の、からだにやさしい食塩ゼロのうどんです。凍ったまま半分に分けて使える「ミニダブル」製法です。



を展開しています。

そろえ、より多くのお客様へ「おいしい笑顔」をお届けするため、おいしく楽しい食シーンをご提案しています。

業務用事業

うどん・そば・ラーメン・パスタを中心とした冷凍麺を、従業員食堂や学校給食、高速道路のサービスエリアをはじめとした外食産業、惣菜や持ち帰り弁当などの中食産業などに向け販売しています。からだの調子を整える食材を3品以上使用した「麺テナンス®」や1食で1日の必要野菜摂取量の1/2以上をとれる「ベジ麺®」をお客様にご提案しています。

北海道幌加内産そば使用 石臼挽きそば

石臼を用いて製粉したそば粉を使用した、そばの香りと甘みが味わえる、なめらかで歯切れの良いそばです。そばの生産量が日本一の北海道幌加内産そばを使用しています。

「真打」もみ打ちラーメン<ミニダブル>

独自のもみ打ち製法により、ラーメン専門店のひと手間の「手もみ」を再現した起伏のある麺線形状で、スープの絡みの良さ、コシとなめらかさを味わうことができます。



国内だけでなく、東南アジア、北米、EU、オセアニアと35以上にわたる国や地域には外食市場向けの冷凍麺、ロングライフ麺を輸出しています。また中国の大連にある現地企業に出資参加し、現地の嗜好やニーズに沿った業務用冷凍麺を販売しご好評いただいております。



シマダヤグループ概要 ISO14001適用事業所

シマダヤ株式会社



代表取締役社長
木下 紀夫

設立 1949年3月
資本金 10億円
代表者 代表取締役社長 木下 紀夫
従業員数 306名(2017年3月末時点)
事業内容 種類及び関連食品の販売
所在地 東京都渋谷区恵比寿西1-33-11
売上高 360億円(2017年3月期)
事業所数 本社1、支店3、ロジスティクスセンター1、開発研究所1
登録日 2004年7月16日

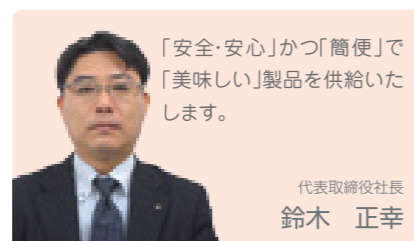
東京シマダヤ株式会社



代表取締役社長
紺野 賢一

所在地 東京都昭島市
登録日 2004年7月16日

エス・エス・デリカ株式会社



代表取締役社長
鈴木 正幸

所在地 千葉県松戸市
登録日 2009年10月16日

宮城シマダヤ株式会社 (古川工場・郡山工場)



代表取締役社長
鎌田 和夫

所在地 古川工場 宮城県大崎市
郡山工場 福島県本宮市
登録日 2009年3月23日

中部シマダヤ株式会社



代表取締役社長
茅根 孝治

所在地 岐阜県安八郡
登録日 2009年10月16日

埼玉シマダヤ株式会社



代表取締役社長
高橋 仁志

所在地 群馬県前橋市
登録日 2010年2月23日

高砂食品株式会社



代表取締役社長
中澤 恵一

所在地 埼玉県深谷市
登録日 2010年11月30日

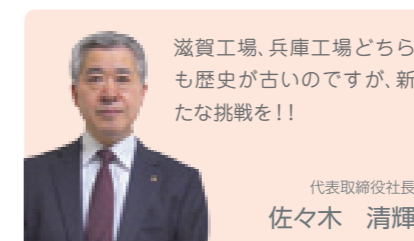
株式会社群麺センター



代表取締役社長
高橋 仁志

所在地 群馬県前橋市
登録日 2011年2月28日

シマダヤ近畿株式会社 (滋賀工場・兵庫工場)



代表取締役社長
佐々木 清輝

所在地 滋賀工場 滋賀県近江八幡市
兵庫工場 兵庫県宍粟市
登録日 滋賀工場 2012年2月28日
兵庫工場 2015年12月21日

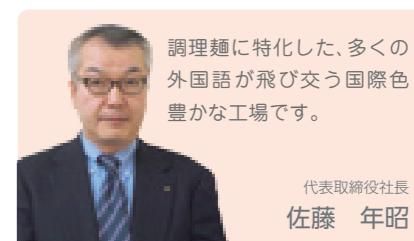
株式会社千鳥屋製麺所



代表取締役社長
鎌田 和廣

所在地 宮城県仙台市
登録日 2015年12月21日

中野食品株式会社



代表取締役社長
佐藤 年昭

所在地 埼玉県八潮市
登録日 2015年12月21日

シマダヤブランドの育成とは 人と商品の質を高め持続的な 成長・発展を遂げることです



人口減少と高齢化を背景に 策定・始動した中期経営計画の 初年度を振り返って

2016年度は、6年後に迎える創業90周年に向けた中期経営計画「Shimadaya Change & Growth 90」の初年度でした。本計画は、2021年度までの6年間を前半・後半の2ステージに分けて事業環境の変化に対応し、グループ全体の経営基盤を強化していきます。2018年度までの前半3年間では、「業務用」「調理麺」「海外」の三つの成長分野とエリアの拡大に注力し、同時に競争力強化を図るべく生産・物流体制を再構築していきます。

計画策定の背景にあるのは、国内の人口減少と高齢化の進行です。これらによる市場変化は、食の簡便化や個食化傾向、健康志向の高まりとして表れ、また国内需要の減少は、海外市場に成長機会を求めるところを促しています。一方では人口減と高齢化による労働力不足が、当社における生産・物流面の効率化を迫っています。

シマダヤグループは、こうした背景を踏まえて、「健康」「簡便」「個食」のニーズ対応を打ち出し、シェアアップを目指しています。結果として2016年度は、調理の簡便性を追求した「流水麺」の新シリーズや食塩ゼロによる冷凍うどん・そば、食物繊維が摂取

できる業務用冷凍うどんなどの投入が奏功し、単体売上高において前年二桁増を果たすなど、業績を順調に伸ばすことができました。海外事業は、2016年10月に貿易関連業務について新会社を設立し、取り組みの加速に向けて動き出しました。

しかし、「健康」「簡便」による商品展開は成果をあげたものの、「個食」ニーズ対応は今後の課題となっています。生産・物流体制の再構築についても、本格的な動きは2017年度に持ち越しとなりました。

事業と一体化した社会・環境活動を推進し PDCAサイクルにより次の行動につなげて いく組織へ

中期経営計画の前半期間に合わせ、2016年度から3年間の取り組みとして始動した中期環境目的・目標は、部門別に策定した重点テーマに基づき、社会・環境活動を推進しています。

2016年度の取り組みを振り返ると、生産・物流および工場部門は、重点テーマに掲げた「廃棄麺（スープ、具材、原料を含む）の削減」が目標未達となりました。しかし資源・エネルギーの有効利用については、コスト低減施策と相まって着実に進展しました。

営業および企画・研究開発部門は「有益な環境影響（健康、簡便、安全・安心等）をもたらす商品の開発と

拡売」を重点テーマに掲げており、前述の通り業績拡大につながる成果をあげました。中期経営計画の核となる商品コンセプトとして、取り組みをさらに進めていきます。

管理部門は「有益な環境影響（省エネ、社会貢献、教育活動、リスク低減等）をもたらす活動の実行」を重点テーマに掲げていますが、2016年度はそれらの意識向上・共有化に課題を残しました。

このように部門ごとの成果に濃淡はありますが、全般的にグループ内における社会・環境活動への意識は、着実に浸透しています。中期環境目的・目標の2年目となる2017年度は、事業と一体化した取り組みとしての社会・環境活動をより強く意識しながらPlan-Do-Check-Actionのサイクルを回し、次の行動につなげていける組織を築きあげたいと考えています。

ご注目いただき、創業90周年を超えて持続的に発展していく姿にご期待ください。

社員一人ひとりが仕事に 責任を持つことでお客様から 信頼されるブランドを育成

2017年度は、引き続きお客様のニーズを捉えた商品の需要拡大に向け、これをカバーする生産体制

を整えて、積極的な商品展開を図ります。「健康」ニーズへの対応では、お客様の関心が高い糖質オフによる商品づくりに注力していきます。「簡便」「個食」ニーズへの対応も、お客様視点に立って追求し続けていく方針です。

また生産・物流体制については、自動化および効率化に向けた設備投資を本格化し、中期経営計画を実現するための能力増強を進めていきます。

なお当社は、2018年4月にIT関連機器事業等をグループ展開する株式会社メルコホールディングスの完全子会社となる予定です。これによりシマダヤグループとしてメルコグループの技術を用いてフードディフェンスを含む「食の安全・安心」を一層強化し、経営統合によるメリットを活かしていきます。

創業90周年に向けて、そしてその先の未来に向けて、私たちはシマダヤブランドを確立し、育てあげていくことが求められています。人と商品の質を高め、社員一人ひとりがお客様から信頼されるブランドとしての責任を持ちながら、持続的な成長・発展を遂げてまいります。

代表取締役社長

木下紀夫

特集 1 社員座談会



「安全・安心な食」の実現に向けて

お客様においしくて安全な商品をお届けし、安心してお召し上がりいただくこと。それはシマダヤグループにとって、すべてに優先します。ここではグループ各部署の社員を集め、「安全・安心な食」をテーマに意見交換してもらいました。

今、お客様がシマダヤに求めている「安全・安心」

はじめに、皆さんが担当している業務内容についてお聞かせください。

高橋 埼玉県および北関東3県(茨城、栃木、群馬)と一部都内を担当エリアとする家庭用チルド商品の営業グループマネージャーを担当しています。



瀬間 埼玉シマダヤの製造部に所属しています。製造一課では、小麦粉から麺を練り、茹であげて凍結させるまで、冷凍麺の一連の製造工程を担当しています。

前田 エス・エス・デリカは、調理麺や「流水麺」などチルド麺を主に製造しています。私は製造部長として、工場の全般的な管理を行っています。

加藤 お客様相談室は、その名の通りお客様から寄せられるお問い合わせやお申し出、ご要望などを受け付ける部署で、日々その対応に従事しています。

杉田 品質保証統括部において、シマダヤグループ工場の担当を持ち、現場で発生する品質トラブルの未然

防止や再発防止に向けて、対応策の実施状況を確認したり、製品の品質維持に取り組んでいます。

石田 原材料部は、シマダヤ商品の製造・販売に必要な原材料を調達し、集中購買を通じてグループ12工場に供給しています。取り扱うものは、主原料である小麦粉やそば粉、副原料やスープ類、具材、包材、段ボール等多岐にわたります。

「安全・安心な食」について、お客様はシマダヤにどんなことを期待し、求めていると思われますか？

加藤 お客様からのお問い合わせは、原材料の産地や工場の所在地などに関する内容が多いですね。原発事故の発生後は放射能の影響を心配されたり、食品の安全性に懸念のある原産国を避けたい様子もうかがえます。

高橋 家庭用商品の営業では、スーパーマーケットや量販店のバイヤー様とのやりとりが中心となりますが、例えばある原産国で原材料のトラブルがあった場合など、取り扱っている商品に当該原材料を使用しているか、早急な回答が求められます。それを店舗のお客様に

座談会
出席者

- ① シマダヤ(株) 原材料部 マネージャー 石田 雅士
 - ② シマダヤ(株) お客様相談室 マネージャー 加藤 伸一
 - ③ シマダヤ(株) 品質保証統括部 杉田 純
 - ④ シマダヤ(株) 家庭用首都圏営業部 グループマネージャー 高橋 一俊
 - ⑤ エス・エス・デリカ(株) 製造部長 前田 幸治
 - ⑥ 埼玉シマダヤ(株) 製造部 製造一課 課長代理 瀬間 一寛
- 2017年7月6日 本社会議室にて開催

告知できなければ、信頼が得られないということですから。他の食品メーカーの商品で異物混入などが発生した場合も、当社に同様のトラブルが発生する懸念がないかを確認されますし、そういった事案への素早い反応があります。

そうしたお客様からのお問い合わせや要請に対し、社内ではどう連携し、対応を行っていますか？



加藤 お客様相談室に寄せられた内容については、日報を通じて営業をはじめ各関連部門に情報を伝達します。

杉田 お客様や取引先様からのお問い合わせに対し、グループ工場から情報を収集し提供するのは、品質保証統括部の役割です。

石田 原材料に関して言えば、商品ごとに原料を研究所から指定されるので、原材料部として選定に関わることはありません。研究開発部がサプライヤーを選定し、品質保証統括部が工場査察を実施しています。万一サプライヤーに起因する不良品が発生した場合は、迅速

に情報を収集し、品質保証統括部と連携して対応しています。

杉田 サプライヤー選定時の査察内容は、製造工程における異物混入対策やトレーサビリティ体制などを重視します。異物混入リスク低減のため、必要に応じて改善の要請を行います。

工場では、どのような対応を行っていますか？

前田 例えば何らかのお申し出が寄せられた場合は、お客様相談室からの受付報告書に基づき、現場で早急に対象を特定します。特定できない場合は想定をもとにトラブルの発生状況を検証。応急的対応を施した上で恒久的対応に取り組み、再発防止を図ります。

瀬間 一方、規格面に関する現場対応について言うと、製造ラインではそれぞれ品質保証統括部および研究開発部によって決められた規格・基準に則り「食の安全・安心」を担保していますが、そこから外れた場合は、各工場にある品質管理室に連絡します。そして品質責任者の判断のもと、その商品を工場の外に出さないという決まりの中で動いています。

「安全・安心」を守るためのシマダヤのリスク対応

シマダヤの「食の安全・安心」に関するリスクと、その対応について意見をお聞かせください。

前田 製造工程では異物混入リスクが常にあります。ですので工場では「HACCP」の規定に基づき、金属検出機やX線検査機などの異物検知設備を導入・運用することでリスク管理を行っています。そうしたハード的な対応と並行して、ソフト的には従業員教育を通じた衛生意識の向上や、衛生ルールの「見える化」による取り組みを行い、徹底を図っています。

瀬間 シマダヤグループでは、通常の異物検知設備よりも高精度な微小金属検出機の導入を進めており、異物混入防止機能を強化させています。前田さんが言った従業員教育は、こうした運用においても重要です。

杉田 品質保証統括部では「食の安全・安心」に関するシマダヤグループとして統一した指針を出しています。新規製造ラインの立ちあげや新規設備の導入時は、この指針を基にプロセスを進行します。また指針内容は、常に世の中の変化に対応していくために、必要の都度、更新・改定を行っています。



営業としては、リスク対応について特に社内に要請することはありますか？

高橋 シマダヤは麺メーカーの中でもトップクラスの衛生管理を行っていると思いますし、営業からさらに要請することはないですね。

杉田 営業を通じて取引先様からのチェックリストへの対応求められることは、わりと頻繁にあります。製造環境に関する内容が多いです。

高橋 取引先様によっては、他のメーカーと比較され厳しいご要望をいただくこともあります。シマダヤの衛生管理は、そういう流通・小売業に鍛えられてきたという部分が確かにありますね。

加藤 私はお客様相談室の配属となる前に、業務用商品の営業を担当していたのですが、品質管理部門の方がシマダヤの工場を視察されることがありました。そうした場に立ち会い、ユーザー様が工場をどのような観点からチェックしているかを知ることは、大いに

参考となりました。

石田 原材料に関しては、業務用商品のユーザー様がサプライヤーを視察されるといった動きは、今のところ



ありません。むしろ原材料部におけるリスク対応は、原材料の安定調達より大きいテーマだと思います。そば粉など輸入に頼る割合が大きい原材料については、品質を維持しつつ安定調達を確保するために、輸入先の分散を図っています。

近年「簡便」「個食」といった方向性を打ち出している中で、リスク対応に変化は生じていますか？

前田 簡便化・個食化ニーズに対応した商品づくりは、工場から見れば手間のかかり方が従来の商品と大きく異なり、より多くの人手と工数を要する状況となっています。その上、高付加価値商品としてお客様から好評をいただき、需要が増加していますから、まず供給対応面のリスクが今まで以上に高まっていると言えます。

加藤 そして生産量の増加や多くの商品の切り替えが生じることで工場が多忙になると、作ることが優先されて「食の安全・安心」が脅かされる危険性があると認識しています。

前田 また製造工程における人の関与が増えたことで、人為的なトラブルの防止が重要性を増しています。シマダヤグループでは、全工場に監視カメラを導入し、工場への出入りや製造ラインにかかわる人の動きを捉え、フードディフェンスを強化しています。

情報発信が信頼につながる、これからの関係構築

「食の安全・安心」へのお客様の信頼に応えるため、シマダヤが取り組むべき課題は何でしょうか？

前田 シマダヤグループでは、工場の「FSSC22000」取得を進めています。一般的にはこの「FSSC22000」がどういう認証なのか、あまり知られていません。異物検知設備や監視カメラの導入によるフードセーフティの確立についても然りで、私たちがどのような取り組みを行っているか、お客様への認知浸透を進めていくことで、より強い信頼関係の構築につながると考えています。



瀬間 埼玉シマダヤは、業務用冷凍麺の製造がメインなのですが、毎日何十万食もの商品づくりを行う中で、お客様へ食を提供する者としての一人ひとりの高い意識が求められます。そうした意識を従業員に伝え、工場全体で共有していく取り組みが重要になると思います。

高橋 私たち自身、小売店で売っている商品の品質を疑うことは普段ありませんが、そういう信頼感もひとたびトラブルを起こして失えば、取り戻すことができません。会社としては「食の安全・安心」に関する社内・社外の声を聞き逃さず、取り組みを継続していくことが求められるでしょう。またシマダヤは「食の安全・安心」に関し、業界でもトップクラスの取り組みを行っています。これを取引先様やユーザー様にご理解いただくための工場見学など、情報発信による信頼関係構築を積極的に進めていくべきだと考えています。

石田 原材料部では、安全で安心な原材料を安定的に調達していくために、今年から「調達BCP(事業継続計画)」の取り組みを開始しました。今はまだ既存サプライヤーのリスク管理体制調査を進めている段階ですが、調達面の影響度が大きい原材料から対象を上げていく方針です。また、幌加内産そば粉等、限られた原料を調達することに力を注いでいます。生産農家は意外と最終的に商品となった姿を知りません。なのでその一環として、原材料の生産農家の方々にシマダヤの商品をご案内し、知っていただく取り組みなども進めています。

杉田 「安全な食」は、根拠に基づいた製造基準の運用

や異物排除の仕組みを通じ、シマダヤ自らの努力により築いていかねばならないことですが、「安心な食」は、お客様からの信頼を得て、初めて実現するものだと思います。お客様に信頼していただけるよう、問題の未然防止にますます力を入れていきたいですね。

加藤 前田さんや高橋さん、石田さんが言われたように、お客様やお取引先様、生産農家の方々への情報発信は、これからのシマダヤにとって非常に大切になってきます。情報が品質につながっていくという認識を持ち、私たちの取り組みをわかりやすく伝えることで、「食の安全・安心」への評価を高めていきたいと思っています。

最後に、この座談会に参加して感じたことをお聞かせください。

石田 「食の安全・安心」について皆さんの意見を聞くことができ、貴重な機会でした。これまで引き継がれてきた安全・安心に対する想いをシマダヤのDNAとしてしっかり守っていきたいです。



杉田 共通のテーマで他部署の方と意見交換し、大いに勉強になりました。今後の業務に活かしていきます。

加藤 非常に有意義な座談会でした。社会・環境報告書への掲載を通じて、多くの社外の人に読んでいただき、シマダヤの取り組みが広く伝わってほしいと思います。

前田 とてもいい情報をいただきました。工場がシマダヤのものづくりの最前線であることを改めて認識し、これからも安心して任せられる工場を目指します。

瀬間 今回、本社に初めてきたのですが、工場を離れて課題を捉えることができ、とてもいい勉強になりました。

高橋 各部署における多くの苦勞を知ることができました。その苦勞を通じて生まれる商品を最終的にお客様にお届けするのは、営業の役目です。より多くのシマダヤ商品をお客様に選んでいただき、売り場に並べる努力をしていきます。

全員 どうもありがとうございました。



特集 **2** これからも「おいしい笑顔」をお届けするために

お客様の健康を応援するシマダヤ でありつづけます

高齢化や生活習慣病人口の増加、医療費の増大等により、お客様の健康志向は年々高まっております。に取り組み、お客様の健康を応援します。

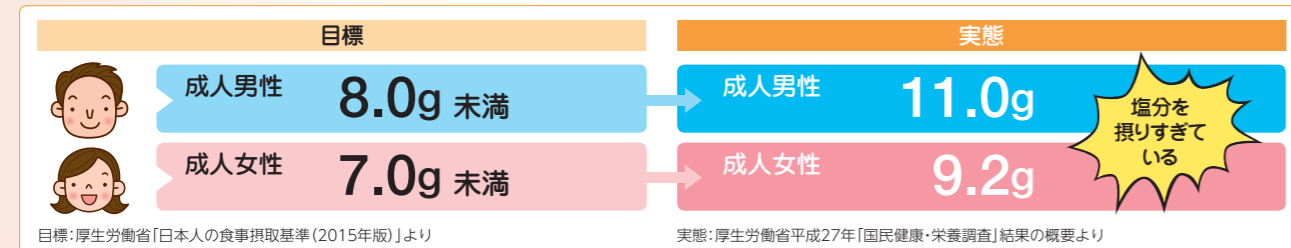
シマダヤは食品メーカーとして、お客様の健康志向に応える商品づくりや商品・健康に関する啓蒙活動

食の健康志向の高まり

高血圧性疾患や糖尿病といった生活習慣病人口は増加しており、それに伴いお客様の食の健康志向は年々高まっております。

お客様は普段の食事で、「野菜を多く摂る」、「塩分・糖質を控える」等、健康を意識しています。そのため、内食・外食問わず減塩・糖質オフ商品や、野菜を多く摂れるメニューが増えています。

1日の食塩摂取量の目標と実態



健康志向に応える商品づくり

お客様の健康志向は麺類においても高まっております。しかし、麺類の主原料である小麦粉は糖質を多く含んでいます。また、製麺するためには食塩が必要です。シマダヤはお客様の健康志向に応えるために、原料や配合、

製造工程を工夫し、おいしさはそのままに減塩や糖質オフの商品づくりを行いました。健康価値商品はお客様に好評頂き、徐々に定着しております。

お客様相談室に寄せられた声

- 塩分を控えた食事をしています。「本うどん」食塩ゼロを作ってくれてありがとうございます。
- 塩分制限しているので助かっています。 ■ 糖尿病なので喜びました。
- いつまでも健康でありたいので、糖質オフを買ってみました。

商品一例



お客様に商品や健康に関する情報を伝える取り組み

お客様の健康を応援するために、シマダヤは商品・健康に関する啓蒙活動を行っています。健康関係のイベント参加によるお客様との直接的なコミュニケーション

や、関連団体との取り組み、ホームページへの商品情報掲載等、様々な取り組みを行っております。



ミキハウスランドへの参加
20~30代のお客様が中心のイベントで、「本うどん」食塩ゼロをPRしました。

ロカボへの加盟
2016年度からロカボマルシェに参加し、糖質オフ商品をPRしています。
●ロカボとは
緩やかな糖質制限のことで、シマダヤの糖質オフ商品はロカボ認定品です。

ファクトブックの作成
社会環境や健康に関する情報を一冊にまとめ、プレゼンで活用したり、お取引様に配布しました。

第1回JSH減塩食品アワード金賞受賞
「減塩化の推進に優れた成果を挙げた製品」を審査・認定するアワードで、4商品が金賞を受賞しました。

「ベジ麺」の提案
1食で1日の必要野菜摂取量の1/2(175g)以上を摂取できる、「ベジ麺」をご提案しています。

VOICE

からだにやさしい商品作りに取り組んでまいります

近年、生活習慣病患者数の増加や国民医療費の増大が社会問題となっております。これらを背景に健康を意識して麺類を食べることを控えている方がいることから、減塩・糖質オフ商品の開発が始まりました。

おいしさはそのままに、食塩ゼロや糖質オフを実現するために、関連部署と連携し何度も試作を繰り返しました。特に糖質オフの開発は、麺のおいしさの源である糖質を控えながら、通常のうどんと変わらない食感にするため、配合や製法を工夫しました。

食塩ゼロや糖質オフの商品は、試食会でのお客様の評価は好調ですが、まだまだ商品を知らない方も多く、お客様からの販売店のお問い合わせが多い商品です。今後も、健康価値商品の普及に注力し、我慢せずおいしく食べていただける健康価値商品のラインアップを増やしてまいります。



商品企画部
中曽根 栄子

社会性報告

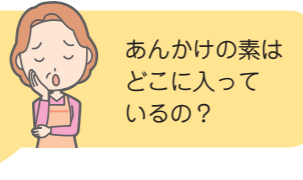
▶ お客様と共に ▶ 地域社会と共に

お客様の声を大切にした商品開発

お客様の声を反映した改善事例

お客様相談室には日々、お客様から様々な商品に対するご意見・ご要望が寄せられます。シマダヤではお客様の声を大切に、開発・改良を行っています。

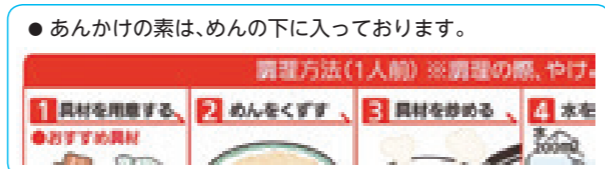
1 中華あんかけかた焼そば




あんかけの素はどこに入っているの？

調理方法の上に大きく記載。お問い合わせが減少しました。

● あんかけの素は、めんの下に入っております。

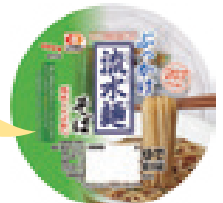


2 ぶっかけ「流水麺」



つゆの量が少ない！

お客様によりご満足頂けるよう、そば・うどん・そうめんのつゆの量をアップしました。



地域社会との関係を大切にしています

昭島市と岩手県岩泉町 国内交流事業見学会実施

2016年8月5日(金)、昭島市役所から依頼を受け、東京シマダヤ(株)において昭島市国内交流事業見学会を行いました。

東京シマダヤ(株)がある昭島市とは、日頃から小学校の工場見学受け入れや、水の祭典等のイベント参加及び協賛をしております。

昭島市国内交流事業見学会は、昭島市の交流都市である岩手県岩泉町の児童との交流を深める一環として、児童32名と、職員13名の合計45名を対象に、工場見学と“流しそうめん”を行いました。

東京シマダヤ(株)で生産している「流水麺」そうめんを使用した“流しそうめん”は非常に好評いただきました。



児童からの手紙



流しそうめんの様子



社会性報告

▶ 子どもたちと共に・従業員と共に

次世代育成支援対策推進法への取り組み

シマダヤ株式会社 子ども参観の実施

2016年8月24日(水)、シマダヤ(株)の本社に勤務する社員の子どもの対象とした、「子ども参観」を実施しました。

「子ども参観」は次世代育成支援対策推進法に基づく、シマダヤ行動計画(第3回)の取り組みで、①親の仕事の理解を深める、②家庭内でのコミュニケーションを向上させる、③子どもの勤労観・職業観を育む、の3点を目的としています。

「子ども参観」は、シマダヤ本社の社員11名とその子

ども15名(男子4名、女子11名)の合計26名が参加しました。

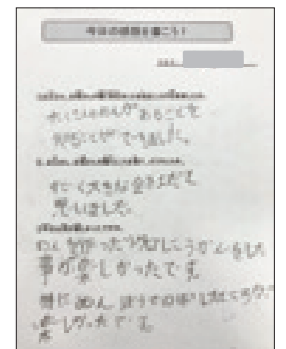
親子で出社する通勤体験から始まり、うどんの手打ち製麺体験やシマダヤ商品の試食、名刺交換の練習、職場見学等を行いました。特に、名刺交換は子どもたちが普段体験できないため好評いただき、用意していた名刺10枚では足りないという声も寄せられました。



めん打ちの様子



名刺交換をしました



子ども参観 感想

シマダヤ行動計画(第3回)

社員が仕事と家庭を両立させられるよう働きやすい職場環境を作ることによって、全ての社員がその能力を十分に発揮できるようにすることを目的とし、次のような行動計画を実施する。

- 1. 計画期間** 2015年4月1日から2018年3月31日までの3年間
- 2. 内容**
 - 目標1 社員が仕事と育児の両立をしやすい環境を整備する。
 - 目標2 計画期間中に、所定外労働時間の削減を推進する。
 - 目標3 計画期間中に、子ども参観日を実施する。

環境報告

▶ シマダヤグループの環境取り組みについて

シマダヤグループ環境マネジメントシステム

シマダヤグループ環境基本方針

環境理念

小麦とそばと塩と水。「めん」は自然の恵みそのものです。シマダヤグループは、自然環境と企業活動の調和の重要性を認識し、めんを中心とする事業活動を通して環境保全に取り組み、健全で豊かな社会の実現に貢献します。

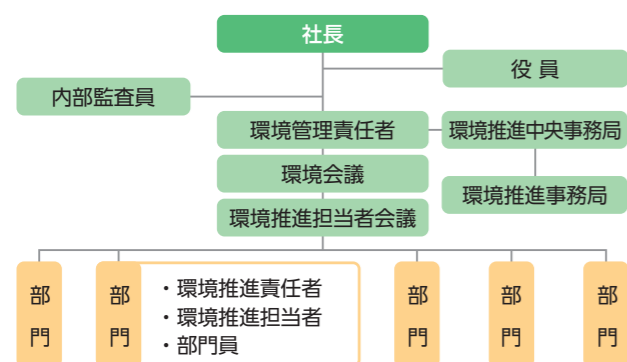
環境行動指針

- 1.環境関連法規の遵守**
社会の一員として環境保全に取り組み、環境関連の法規制その他の要求事項を遵守します。
- 2.資源、エネルギーの有効利用**
資源、エネルギーの節約、有効利用に取り組み、廃棄物の削減、再資源化により環境への負荷の低減に努めます。
- 3.継続的な環境改善**
事業活動のあらゆる面において環境に配慮し、絶えず見直し、継続的な改善に努めます。
- 4.環境保全意識の醸成**
情報収集及び教育を積極的に進め、従業員一人ひとりの環境に対する意識の向上に努めます。
- 5.情報の公開**
環境基本方針及び環境保全活動に関する情報を広く社内外に開示します。

2004年1月19日制定
2008年6月25日改訂
シマダヤ株式会社 代表取締役社長 **木下 紀夫**

環境推進体制

環境推進組織図



シマダヤグループでは、「シマダヤグループ環境基本方針」のもと中期環境目的・目標を掲げ、それを達成させるために、各部門で業務に沿った目的・目標を設定し取り組んでいます。

活動の推進役と役割

全社	社長	全社活動の最高責任者(シマダヤの代表取締役)
全社	環境管理責任者	全社活動の責任者(シマダヤの取締役)
全社	環境推進中央事務局	環境管理責任者の補佐
全社	環境推進事務局	環境推進責任者、環境推進担当者の補佐
部門	環境推進責任者	部門活動の責任者(活動の単位の部門長、グループ会社は社長、工場長など)
部門	環境推進担当者	部門活動のリーダー

【シマダヤグループ中期環境目的の方針】(2016年度～2018年度の方針)

グループ全体方針:「安全・安心、環境に配慮した商品で、おいしい笑顔をお届けします」

～ 一人ひとりが、仕事や生活の中で環境のことを考えた行動をします ～

- ◆ 生産・物流、工場部門方針:資源・エネルギーの有効利用と廃棄物(スープ、具材、原料を含む)を低減する生産をします
- ◆ 営業、企画・研究開発部門方針:有益な環境影響(健康、簡便、安全・安心等)をもたらす商品の開発・拡売をします
- ◆ 管理部門方針:有益な環境影響(省エネ、社会貢献、教育活動、リスク低減等)をもたらす活動の実行により、企業の社会的責任を果たします

環境報告

▶ 中期環境目的・目標について

中期環境目的・目標 (2016年度～2018年度)

中期環境目的・目標 2016年度結果

重点テーマ 1	廃棄物(スープ・具材・原料を含む)の削減			
対象部門	中期環境目的	2016年度目標	2016年度実績	評価・結果
●全グループ工場	廃棄物(スープ・具材・原料を含む)の削減(2014年度原単位比18.1%削減 ※中野食品(株)のみ2015年度原単位比)	2014年度原単位比 13.0%削減	2014年度原単位比 9.5%削減	× 未達成
●生産・物流部門	廃棄物(スープ・具材を含む)の削減(2014年度重量比15.0%削減)	2014年度比 5.0%削減	2014年度比 家庭用 74.0%削減 業務用 650.4%増加	家庭用 ○達成 業務用 ×未達成

重点テーマ 2	有益な環境影響(健康、簡便、安全・安心等)をもたらす商品の開発と拡売			
対象部門	中期環境目的	2016年度目標	2016年度実績	評価・結果
●営業部門	有益な環境影響をもたらす商品の拡売	2015年度販売食数比 120.0%	2015年度比 170.0%	○ 達成
●商品企画部	健康、簡便価値を付与した商品のラインアップを拡大する		家庭用・業務用ともに健康・簡便価値商品のラインアップ拡大。	○ 達成
●家庭用営業本部	有益な環境影響(健康、簡便等)をもたらす商品の販促立案と販促物の管理体制の整備・構築		営業との情報共有がうまくいかず、無駄な販促物在庫が残った。	× 未達成
●業務用営業本部	有益な環境影響(健康、簡便、安全・安心等)をもたらす商品の開発と拡売	有益な環境影響(健康、簡便等)をもたらす商品の販促立案と新規導入した紙・クロス専用大判印刷機を活用した新たな販促物の立案	導入拡大の取り組みを行った。紙クロス専用大判印刷機を使用したことにより、コストを削減できた。	○ 達成
●研究開発部	健康、簡便に係わる商品の開発・改良の推進		健康商品5品、簡便商品18品の立ちあげ、ライン拡大を実施した。	○ 達成
●品質保証部	FSSC22000取得工場における規格:7.3に準ずる製品廃棄処理運用の推進		FSSC22000取得工場(8社9工場)については、漏れなく製品廃棄運用手順について確認できた。	○ 達成

重点テーマ 3	有益な環境影響(省エネ、社会貢献、教育活動、リスク低減等)をもたらす活動の実行			
対象部門	中期環境目的	2016年度目標	2016年度実績	評価・結果
●経営企画部		業務管理におけるリスク低減につながる業務マニュアル作成(予算編成)	予算編成に関するマニュアルを完成した。	○ 達成
●原材料部		資材登録時のミスの内容と件数を把握する	資材登録時のミスの回数と内容を正確に把握することができた。	○ 達成
●お客様相談室	有益な環境影響(省エネ、社会貢献、教育活動、リスク低減等)をもたらす活動の実行による社内外のコミュニケーションの推進	お客様相談室全員が手打ち種職人となる	一年計画で手打ち種職人を目指したが、実務にプラスして行うことは負荷が多く、実現化は困難であった。	× 未達成
●業務部		新販売管理システムの課題抽出と対応による効率化の検証	新販売管理システムが10月1日より本稼働となり、1月頃より安定した。	○ 達成
●経理部		グループ経理業務効率化(運用・規程・体制)の実施	統一経理システムの全子会社導入が完了した。	○ 達成
●人事総務部		社内外への適切な環境に関する情報の見直しと発信(環境教育、廃棄物リサイクルガバナンス)	新入社員、内定者、次期環境推進責任者への環境教育を実施することができた。	○ 達成

内部コミュニケーション

「2016年度 社会・環境活動表彰」

シマダヤグループでは2012年度より、グループ全体で取り組んだ社会・環境活動を対象に、従業員一人ひとりの社会・環境活動に対するモチベーションの向上を目的として「社会・環境活動表彰」を設けています。「社会・環境活動表彰」は、優れた活動を行った団体・個人を表彰するもので、2016年度の活動においては、35件(前年+4件)の応募の中から、7件の活動が表彰され、2017年7月に表彰式を行いました。シマダヤグループ



お客様相談室「渋谷区立猿樂小学校との交流」の様子

は引き続き、身近な取り組みをはじめ、事業を活かした活動、グループに広がりのある活動の活性化を図ってまいります。

「2016年度 社会・環境活動表彰」

受賞部門・受賞者	活動内容
1 お客様相談室	渋谷区立猿樂小学校との交流
2 シマダヤ近畿株式会社 兵庫工場 製造部・品質管理部 研究開発部 調理加工グループ	廃棄物の削減及び省エネ取り組み
3 宮城シマダヤ株式会社 古川工場 東北支店	夏まつり開催による地域住民とのコミュニケーション
4 株式会社群衆センター	業務用生ゴミ処理機を利用した廃棄物処理費の削減
5 中野食品株式会社 総務部	地元高校生及び特別支援学校のインターンシップ受け入れ
6 シマダヤ近畿株式会社 滋賀工場 製造課	地元中学生及び高校生のインターンシップ・職場体験学習の受け入れ
7 株式会社千鳥屋製麺所	地元中学生の職場体験学習の受け入れ

外部コミュニケーション

お客様からのメールでのお問い合わせ 受付開始

2016年5月より商品や販売店について、メールでのお問い合わせを開始しました。シマダヤのホームページ上のお問い合わせフォームに、必要事項を記入していただくシステムです。

フリーダイヤル対応時間外のお問い合わせも増え、お客様と接する機会を増やすことができました。

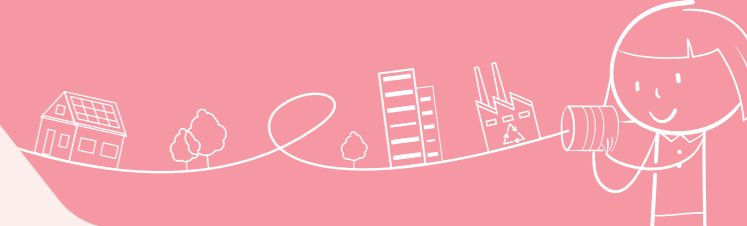
メールお問い合わせ件数

1位 販売店 2位 季節・終売商品
3位 商品への要望



▶ <http://www.shimadaya.co.jp/customer/contact/>

第三者意見



古谷 由紀子氏
博士(総合政策)、
サステナビリティ消費者会議代表

プロフィール

- 中央大学法学部法律学科卒業、立教大学大学院前期課程修了、中央大学総合政策研究科博士後期課程修了。
- 経営倫理実践研究センター (BERC)フェロー、(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)常任顧問、中央大学政策文化研究所客員研究員
- 消費者庁「消費者教育推進会議」委員、マルチステークホルダーによる「社会的責任に関する円卓会議」運営委員、企業の社外委員などに参画。
- CSR、コンプライアンス、消費者志向、製品安全などの活動及び研究。
- 主な書籍・論文に「消費者志向の経営戦略」芙蓉書房出版(2010年)、「現代の消費者主権—消費者は消費者市民社会の主役になれるか—」芙蓉書房出版(2017年)、「持続可能な消費」JABES(2017年)など。

2016年度からスタートした中期経営計画の初年度が経過しました。貴グループではその結果をトップみずから率直に振り返り、今後の事業と一体化した社会・環境活動の推進について強い熱意を示されています。これらの取り組みをいっそう加速できるよう、「企業の取り組みを社会・環境の持続的発展への道筋として示す」、「社内外の発信力を強化する」、「社会・環境を含めた総合的な目標・改善を見える化する」として意見をまとめました。

企業の取り組みを社会・環境の持続的発展への道筋として示す

貴グループでは、国内外の課題をもとに、「健康」「簡便」「個食」のニーズ対応、そして社会・環境活動として「廃棄物(スープ、具材、原料を含む)の削減」、「資源・エネルギーの有効利用」および「(省エネ、社会貢献、教育活動、リスク低減等)有益な環境評価をもたらす活動の実行」などに取り組まれています。社員座談会でも貴グループの様々な部門が「安全・安心な食の実現に向けて」、常にステークホルダーを認識しながら真摯に取り組んでいる様子がうかがえます。

これらはいずれも消費者から信頼されるブランドづくりに欠かせない重要な取り組みであり、貴グループの持続的な成長・発展に結びつくものと思われます。そしてこれらを、貴グループの持続的成長を超えて、社会・環境の課題を事業として

どのように解決し、社会・環境の持続的発展につながるかの道筋として整理すると、社会からの評価がますます高まってくると思われます。2017年度の飛躍を期待しています。

社内外への発信力を強化する

社員座談会では、各部門の社員それぞれが「安全・安心な食」を実現するためにしっかり連携し、さらにはバイヤー、サプライヤー、消費者など多くのステークホルダーの声や現状を把握しながら取り組んでいることを見ることが出来ます。これらの取り組みを社会・環境の持続的発展のためのCSRの中にしっかり組み込み、マネジメント体制、方針、基準などに基づいて社内外に発信していくと貴グループの取り組み姿勢が明確かつ具体的に伝わっていくものと思われます。

社会・環境を含めた総合的な目標・改善を見える化する

環境報告の中で、中期環境目的・目標2016年度結果を開示しているのは貴グループの取り組みの実態を数値も含めて率直に示すものであり、大いに評価されます。その報告を環境面のみならず社会面に拡大して開示すると貴グループの社会・環境活動が事業と一体化して進んでいることが消費者・サプライヤー・バイヤーなど様々なステークホルダーに見えていくものと思われます。



シマダヤ株式会社
常務取締役 人事総務部長
(環境管理責任者)
相馬 紳一郎

第三者意見を受けて

古谷氏には、今年度も貴重なご意見を頂き厚く御礼申し上げます。2016年度は中期経営計画の初年度で、前半の3年間に合わせシマダヤグループは中期環境目的・目標を策定しスタートしました。当社グループは、事業と一体化した社会・環境活動の取り組みを加速していくよう、今回頂いたご意見を受けて、皆様から期待され信頼される商品を提供し、当社グループの持続的成長・発展により、シマダヤブランドの価値向上に努めてまいります。社内外の情報発信については、座談会でもありましたように「安全・安心」を守るための当社グループの取り組みなど、より多くのステークホルダーの皆様へ充実した情報開示を行うための取り組みを進めてまいります。2018年度までの中期環境目的・目標について、2016年度目標で未達のテーマを含む重点テーマについては、今後達成に向けてより事業と一体化した取り組みを意識して、社会・環境活動を進捗させてまいります。