



imuraya group

CSRレポート 2013

おいしい!の笑顔をつくる



井村屋グループ

井村屋グループ理念

井村屋グループは、各社・各部門そして私たち一人ひとりの活動の原点であり、精神的支柱となるグループ理念を定めています。

Mission

社会的使命

おいしい! の笑顔をつくる

グローバルな視点に立って「和と自然」の味を生かし、安全で安心できる楽しい商品・サービスを提供し、お客様の食生活においしい! の笑顔の輪を広げ続けましょう。

Vision

ミッションを果たす道程

Be always for Customers!

社員一人ひとりが、いつでもお客さまの立場に立って、いつでもお客さまのことを意識し、行動しましょう。このことで「顧客創造」「顧客満足提供」「顧客感動提供」企業になりましょう。

Passion

情熱、心意気、行動

イノベーション(革新)

パッションの原点はイノベーション(革新)の発揮です。あなたの「変える」が企業を成長させます。

井村屋グループ CSR憲章

井村屋グループはCSR憲章を制定し、4つの側面から企業の社会的責任を果たす活動を行っています。

市場活動



人間尊重



環境保全



社会との調和



CSRレポートの発行にあたって

◆編集方針

より良い会社になるために導入した「経営品質向上活動」を特集として紹介し、グローバルな視点とグループのつながり、また、CSR憲章の4つの側面「市場活動」「人間尊重」「環境保全」「社会との調和」から報告いたします。さらに、今回より第三者の方の意見を最終ページ(P26)に掲載しました。

◆本誌の発行

井村屋グループの活動状況や企業姿勢をより多くの方々にご理解いただくこと、また各ステークホルダーに適切な情報を提供することを目的としています。環境報告書を2009年より、CSRレポートを2012年より毎年1回の頻度で継続して作成しており、今回の報告書で5回目の発行となりました。

◆レポート対象組織

井村屋グループ全社

◆報告対象期間

基本的に2012年度(2012年4月1日~2013年3月31日:当社事業年度)の取り組みを報告していますが、一部、この期間外の活動についても報告しています。

◆発行日

今回発行2013年5月(次回発行予定2014年5月)

「市場活動」「人間尊重」「環境保全」「社会との調和」の4つの側面から、社会的責任をしっかりと果たしてまいります。

ミッションである「おいしい! の笑顔をつくる」を実現させるため、



Top Message

私たちは、地球市民として、CSR(企業の社会的責任)を確実に実行するとともに、お客さまに信頼され、満足していただく商品・サービスを提供することで、社会に支持される企業グループを目指して活動を行っております。

井村屋グループではISO9001、14001、22000の各システムを活用し、高品質で安全な商品・サービスの提供、事業活動における環境負荷低減活動に全員参加で取り組んでいます。お客さまの「おいしい! の笑顔をつくる」というミッションの達成と、持続可能な低炭素社会の実現に向け、継続した活動をさらに進めてまいります。

昨年スタートさせた「経営品質向上活動」への取り組みも2年目に入り、まず社員自身が「明日も行きたくなる会社」と言える状態を理想として、継続的な改善を行っております。その中の重要な「ものさし」(評価視点)のひとつである「経営の社会的責任」においては、法令遵守、倫理的行動など社会要請への対応はもとより、社会への貢献という視点からの活動を推進し、社会から必要とされる企業としての存在価値を高めてまいります。またBCP(事業継続計画)においては、事業を取り巻くさまざまなリスクに対する備えを万全にし、いかなる非常時においても事業継続性を保持する体制をより一層強化してまいります。

このたびのCSRレポート2013は、井村屋グループがCSRをいかに考え、実行しているかをステークホルダーの皆さまに幅広く理解していただくことを目的に作成いたしました。ぜひ一読していただき、忌憚のないご意見やご提案を、あわせてご指導賜りますようお願い申し上げます。

井村屋グループ株式会社
代表取締役社長

浅田剛夫

井村屋グループ概要

井村屋グループの持株会社制 (HUB型経営)

各事業会社がサークル状に相互連結、協働しながらグループ力を最大化し、企業価値を高めていく「HUB(ハブ)型」を特色としています。



井村屋グループ(持株会社) 概要

- 創業/明治29年(1896年)
- 設立/昭和22年(1947年)4月
- 資本金/22億5,390万円
- 本社/三重県津市高茶屋七丁目1番1号
- グループ会社数/国内5社 海外3社
- グループ従業員数/856名(2013年3月31日現在)
- 事業概要/事業会社の経営管理

事業会社に対するコンサルティング
不動産の賃貸・管理

※「グループ会社数」「グループ従業員数」以外は井村屋グループ株式会社の概要

井村屋グループ各事業会社概要

井村屋株式会社



ようかん・カステラ・和菓子など多彩な商品群の菓子事業、その他食品事業、デューリーチルド事業、加温事業、冷蔵事業、冷凍菓子事業、フードサービス事業を通して、お客様においしい!の笑顔を提供する商品・サービスの創造に取り組んでいます。またOEM分野では、ようかんやカップ充填等の受託を行うなど、新しい消費需要の創造と成長事業分野の開拓に取り組んでいます。

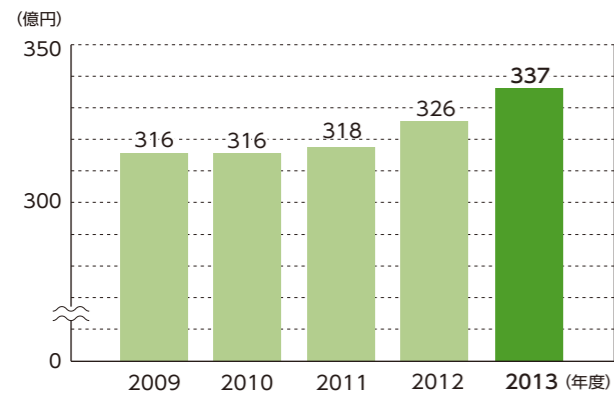
井村屋シーズニング株式会社



植物エキスを基本とした調味料および機能性素材を液体・粉体・顆粒の各種形態で研究し、素材原料から最終製品まで用途に応じた商品化を図っています。永年培ってきた安全な調味料の研究により、粉末フルーツ酢各種(りんご酢、ゆず酢、レモン酢)をラインナップし、『新しい時代のニーズに合った機能性のある商品』の開発にも取り組んでいます。また、スプレッドライヤー5号機を導入し、さらに特色ある粉体加工と品質向上を図ってまいります。

最近5年間のグループ連結売上高と連結経常利益の推移

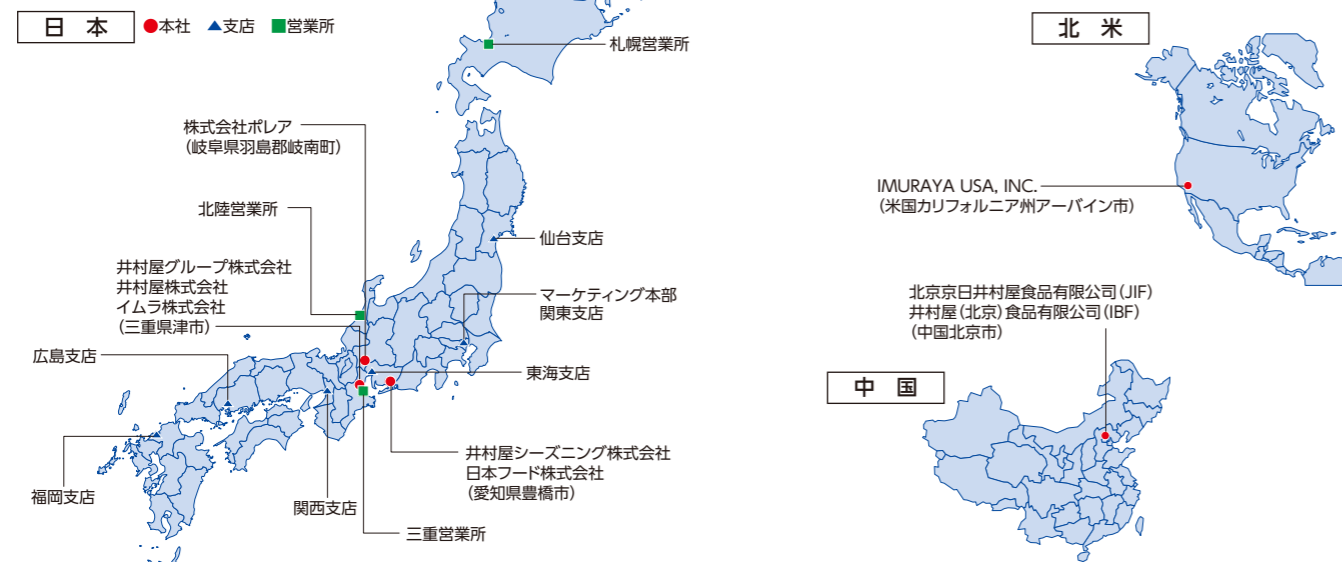
●連結売上高(単位:億円)



●連結経常利益(単位:億円)



井村屋グループの活動拠点



日本フード株式会社



アイスクリームの冷蔵事業、レトルト商品・スパウチ商品といった食品事業を展開しております。今後も井村屋ブランドにとどまらず、OEMの受託生産を積極的に行い、業務の拡大を図ってまいります。

株式会社ポレア



独自の「充填技術」と「人の技術」を大切に、井村屋ブランド商品をはじめとするOEMのアイスクリームの受託生産を行っています。また、ソフトクリームやパフェなどの商品だけでなく、アイスデザート類など新しいカテゴリーの商品の生産も行っています。

イムラ株式会社



井村屋グループ株式会社が運営する賃貸不動産の管理事業、グループ各社のリース、保険代理業、託児所運営といった福利厚生などの幅広い業務を受け持ち、グループ内の間接業務の支援・サービスを行います。

北京京日井村屋食品有限公司(JIF)



中国の自然な営みの中で育んだ野菜、畜肉、魚介等を主原料として作られた粉体・液体調味料を、各種加工食品メーカーに提供しています。今後は販路拡大を図るとともに、企業との共同開発による取り組み強化を図り、さらなる成長を目指していきます。

井村屋(北京)食品有限公司(IBF)



中国主要都市でカステラなどの生産・販売、米国への輸出を行っています。また、肉まん・あんまんの販売を本格的にスタート、さらにアンナミラズ天津濱海店を出店しました。今後も中国国内市場と世界に目を向けた活動を両輪として、井村屋のおいしさを提供していきます。

IMURAYA USA, INC.



おいさと健康を、全米の方々に供給するメーカーを目指すことをビジョンとして、アイスクリーム商品の受託生産と「あずき」を中心としたIMURAYAブランドの冷凍大福餅、和風アイスクリーム、業務用のあん等の製造販売を行っています。また、日本からの井村屋ブランド商品の輸入・販売も行い、北米市場進出の拠点として、また北米市場の情報発信の重要な役割も担っています。

社会全体と共存、共栄、共創の 関係作りに努めます。

井村屋グループは現在、さまざまな事業を展開しておりますが、「市場」「人間」「社会」「環境」をフィールドとして捉えて企業活動を行っております。法令・ルールを守ることはもちろん、これら4つの側面に対する企業活動を通じて「社会的責任」そして「社会貢献」に向けた活動を行い、ステークホルダーの皆さまに永く愛され支持される魅力ある企業を創り上げます。



井村屋グループではCSRに取り組むために7つの行動指針を掲げ、活動しております。

①法令遵守

その行動は、法令に違反していませんか。

②企業理念

その行動は、企業理念や経営方針に準じていますか。

③社会常識

その行動は、社会で通用しますか。

④顧客満足

その行動は、お客さまに役立っていますか。

⑤人権尊重

その行動は、周りの人がどう思いますか。

⑥環境保全

その行動は、環境や社会に負荷を与えていませんか。

⑦自分自身の統制

その行動は、間違い不是吗。もう一度確認を。

皆さまから永く愛される企業であり続けるために、日頃から一人ひとりがこれら7つの行動指針を意識して活動してまいります。

CSRハイライト

- ・P7 **【特集】経営品質向上活動**
2012年度より開始いたしました。
- ・P11 **【市場活動】ゆであずき発売50周年**
おかげさまで50周年を迎えました。
- ・P15 **【人間尊重】社内教育の推進**
さまざまな研修に取り組んでいます。
- ・P21 **【環境保全】電気・水の使用量削減について**
節電・節水に努めています。
- ・P23 **【社会との調和】工場見学**
多数の児童の方に工場見学にお越しいただきました。
- ・P26 第三者の方からご意見をいただきました。

井村屋グループ CSRレポート2013

CONTENTS	目次
企業理念／CSR 井村屋グループ理念とCSR憲章	1
トップメッセージ 私たちがなすべき社会的責任	2
井村屋グループ概要 過去5年間の業績の推移	3
井村屋グループとステークホルダー	5
〈特集〉経営品質向上活動をはじめました	7
市場活動	11
人間尊重	15
環境保全	19
社会との調和	23
第三者意見	26

経営品質向上活動をはじめました

2012年4月より、井村屋グループは経営品質向上活動をスタートさせました。この活動は、常にお客さまの立場に立って、一人ひとりのマインド(心意気)を継続的に高めていく活動です。従来から取り組んできたISO、内部統制なども含まれます。従業員一人ひとりが「誰のために、何のために、仕事をしているか」を考え、最良の仕事のやり方を継続的に求めていきます。

経営品質向上活動が大切にする考え方

井村屋グループが進める経営品質は、日本経営品質賞*が求める4つの考え方に、持株会社制となった井村屋グループ独自の考え方「グループ間の協働」「グローバルな視点」の2つの考え方を併せた6つの考え方を活動の基本に据えます。

※(公財)日本生産性本部が創設した表彰制度

顧客本位

お客さまに役立つか、満足していただけるかを常にお客さまの立場から自問自答する。

社会との調和

企業市民として社会的責任を果たし、調和と貢献ができる企業となる。

独自能力

他社との横並びや過去の延長ではなく、独自の強みを活かして特色ある価値づくりを追求し実現する。

グループ間の協働

グループ会社間の「つながりと協働」でグループ力を発揮し、新しい価値を生み出す。

社員重視

一人ひとりを重視し、能力の向上とやる気を大切に、生き活きとした組織風土をつくる。

グローバルな視点

世界の事象や情報を先駆けて経営に活用し、グローバルな視点で考え、変化に対応していく企業となる。

資格取得 アセッサーについて

数ヶ月にわたってのセミナーの受講、一定基準をクリアし、2012年9月に経営品質協議会より3名が「セルフアセッサー」の認定登録を頂きました。「セルフアセッサー」とは、社内で経営革新を進めるプロセスを推進・支援していく役割を担う人を指します。この3名を中心に、経営品質向上活動のさらなる推進を図っていきます。

経営品質向上活動の評価視点

8つのものさし

1 経営幹部のリーダーシップ

特に経営幹部・所属長自身がぶれないビジョンを持ち、信念をもってその浸透を図るリーディング力が求められます。一方的な押し付けでなく自らが率先垂範してやり抜く姿勢、具体的に実践し、日常生活の中に浸透させることが重要です。

2 経営における社会的責任

企業として果たすべき「社会要請」への対応を確実にし、その上で企業価値の向上につながる「社会貢献」を有効に実施することで、社会から必要とされる企業としての存在価値を高めることです。同時に社員のモチベーションも上がることで、組織の活性化にもつながるものです。

3 顧客・市場の理解と対応

変化する顧客・市場を洞察し、ターゲットを明確にすることが求められます。そのターゲットとした顧客層も変化します。顧客の要求や声を正しく聴き取ることで、変化を見逃さず、将来に向けた顧客の創造を行う体制が必要です。より高い顧客満足度を得るための継続的な改善のためにも、顧客・市場を深く理解することが求められます。

4 戦略の策定と展開

どのような経営戦略を立てるかは、企業の持続可能性を左右するものです。組織プロフィールの「理想的な姿」を実現させるために、激変する環境を十分に考慮した環境適応型の戦略立案とすべきです。そして組織の細部にまでその方針をいきわたらせ、社員一人ひとりが納得の上で持てる能力を発揮することが重要です。

5 個人と組織の能力向上

組織の目指す理想とする姿を共有し、組織をあげてその能力向上に努めるために、全体最適の実現に向けて、組織内外の協働が行える環境を構築し、個人の自主性、意欲と能力に応じた適切な能力開発を行うことが必要です。また、組織と個人の能力向上を図るには、社員の満足・不満足を明らかにし、職場環境を整備することが必要です。

6 顧客価値創造のプロセス

高い顧客価値を実現する製品・サービスを創造するためのプロセスの一連の活動すべてが顧客価値創造に向けて整合され、一貫性が確保されていることが求められており、顧客の求めるニーズとそれを実現する組織の能力を十分考慮した上で、独自のプロセスが構築され、顧客やビジネスパートナーのプロセスも含めた運営が実施されているか否かを重視することが必要です。

7 情報マネジメント

事実に基づく経営を実現していくためには、業務能力の把握や意思決定を支援する情報が適切に選択・集中され、分析されることが重要です。経営にとって必要な情報・データはただあるだけでなく、最も利用しやすく信頼性があり、機密保持などが整っている必要があります。

8 グループのシナジー効果

グループ会社間、個々の組織間の「つながりと協働」が新たな価値を生み出し、グループ経営としてのシナジーが発揮されます。各々の会社の有する機能・技術ノウハウ、さらに情報を有効に連携活用することで独自性のある商品やサービス、さらにマネジメントの創造につなげることが重要です。

2012年のスケジュールと実施した主な取り組み

2012年

4月

●キックオフ大会を行いました。

8・9月

●母と子の笑顔フォトコンテストを開催しました。

10月

●「理想の姿と変革課題」の発表会を実施しました。

2013年

3月

●サンキュー活動、一Qさん活動をはじめました。

●各事業会社、所属において報告書に1年間の活動をまとめていただきました。



経営品質向上活動キックオフ大会

経営品質向上活動の始動に際し、井村屋グループ本社にてキックオフ大会が執り行われました。一人ひとりの仕事や、組織運営の質を高め、新たな価値や顧客満足を提供し続ける企業グループを目指すことが目的であるということを心に刻みました。最後に心をひとつにするため、参加者全員で「エイエイオー」と気合いを入れ心地よいスタートを切りました。



発表会について

井村屋グループの各事業会社、各部門において、理想の姿を描き、そのための変革課題を抽出しました。そして、その変革課題は各個人の目標に落とし込み、設定した理想の姿を目指して活動しています。井村屋グループ全体で、変革課題を認識し、全員で力強く実行推進していくため「発表会」を実施しました。

母と子の笑顔フォトコンテスト

「母と子の“おいしいの笑顔”」写真を募集いたしました。投稿者は19名、計43作品の応募がございました。高茶屋勤務者を対象に選考会を行い、43作品の中より12作品を入賞とさせていただきます。このような活動を通し、経営品質活動をより身近な活動と感じていくことで、全員で良い会社にしていきます。



「母と子の“おいしいの笑顔”」フォトコンテスト 優秀作品より

啓蒙ポスター (ISSUE、MVP) について

経営品質向上活動を推進すべく、「ISSUEはどことだ、ISSUEをつぶせ」と題したポスターを作成しました。ISSUEとは、真の問題点を意味し、それを深く掘り下げ変革していくことの重要性を示しています。各事業会社、全所属へ掲示することで、全員が認識、行動に移しています。井村屋グループ理念 (M:Mission V:Vision P:Passion) においても、同様にパネルを作成し、従業員の変革意識向上を図っています。



啓蒙ポスター (ISSUE)



啓蒙ポスター (MVP)

サンキュー活動、一Qさん活動

より良い人間関係づくり、より良い会社づくりを目的として、2013年3月より「サンキュー活動」、「一Qさん活動」を開始しました。「サンキュー活動」とは、グループの従業員の間で「感謝したいこと」を「サンキューカード」に記して渡すことで、その人の励ましや相互の信頼につなげていく活動です。一方、「一Qさん活動」とは、自社の商品やサービスに対して疑問に思うことを出し合い、それらの改善につなげていく活動です。これら2つの活動を活かし、企業としてさらなる成長を図りたいと思います。



経営品質向上活動 報告書へのまとめ

各事業会社、所属において、1年間取り組んできたことを「8つのものさし」でプロセス評価・結果評価をして、来期に取り組むべき課題を抽出しました。一つひとつ変革課題をクリアにして「質の向上」への取り組みを継続します。

VOICE 従業員の声



これまでの評価と今後の取り組みについて

経営品質・法務部
行方 貞彦

評価

「明日も行きたくなる良い会社」を目指して、井村屋グループ全社あげて取り組んできました。従業員一人ひとりに「経営品質とは」から啓蒙して理解を深めていただき、質の向上を図ってきました。外から見ると当グループは、制度も仕組みも理念もしっかりして良い会社との評価をいただきますが、一歩中に入るとまだまだできていないところが多く、ギャップを感じます。2年目に入る今期、そのギャップを少しでも埋められるように、しっかりと活動・推進を図っていきます。

今後の取り組み

各事業会社、所属で評価していただいたもの（経営品質向上活動報告書）を、セルフアッセサーを中心に事務局でアセスメントをします。その評価をもとに、今期の活動目標を設定し、発表していただきます。また、あわせてヒヤリングも実施いたします。2年目となるこの活動をグループ全体に定着させ、経営成果につなげられるよう推進していくとともに、経営品質賞にエントリーする予定です。

市場活動



社会から発展を望まれる 企業を目指して

市場活動

井村屋グループでは、CSR憲章のひとつに「市場活動」を掲げており、現場主義から、一生活者の立場に立ち、商品開発、商品提供を行うとともに、経営品質を向上する活動を推進しています。

ゆであずきのおゆみ

1962
昭和37年
ゆであずき
6号缶発売



1966
昭和41年
ゆであずき
特4号缶発売



1990
平成2年
EO-T2
ゆであずき
発売



1992
平成4年
アル缶
ゆであずき
EO-340発売



2007
平成19年
パウチ
ゆであずき
発売



2012
平成24年
現在



井村屋株式会社

ゆであずき発売50周年～いまでもMany Thanksこれからも～

皆さまに長年ご愛顧いただいているゆであずきは、2012年8月に発売50周年を迎えることができました。これを記念して、ゆであずきの販売促進を需要期に合わせて11月～2月に実施いたしました。

数ある食品メーカーの中でも、50年もの間販売している商品は、多くはありません。企画は「いまでもMany Thanksこれからも」をテーマに、これまでゆであずきをご愛顧いただいているお客さま、ご販売いただいている卸売業様・小売業様などお得意先様を中心に50周年を迎えられたことへの感謝と、次世代への伝承をテーマに展開しました。

中でもレシピ本の発刊にあたりレシピを考案いただきました川越直子先生(世田谷 サロンドルージュ主宰)との出会いは、新しい食シーンの創出という観点で大きな財産になりました。

次なる50年に向かってこのロングセラーブランドを営んでいく上では、新しいエッセンスを加え、より進化していく必要性を感じております。



①お客さま向け

〈消費者キャンペーン〉

- 発売50周年感謝キャンペーン(クローズド)
- 集まれ! あずきちゃんキャンペーン(オープン)

全国の苗字・お名前が「あずき」の方を専用HPで告知・募集。ご応募者から抽選で10組20名に「井村屋工場見学&お伊勢参りツアー」ご招待。2013年2月末応募締切。9月中旬ご招待を予定。

②お得意先様向け

発売当初よりご販売いただいているお客さまを中心に記念感謝品セットを配布

③次世代への伝承

クックパッドレシピコンテスト開催
ゆであずきの魅力が詰まったレシピ本発売
「甘さほっこり
からだにやさしい井村屋さんの
あずき日和」
(日東書院)

スポーツ・アウトドアシーン用 「スポーツようかん」の開発

日本の代表的な和菓子であるようかんを、新しい切り口として新市場・新顧客を創造しようと考え、またランニングや山登りなどのスポーツブームに着目し、2012年3月に「スポーツようかん」を発売しました。さまざまなメディアに取り上げていただくとともに、スポーツ用品店、ゴルフ場売店などの新しい売場や新しい食シーンを生み出し、お客様からも賛美の声をいただいています。

やわもちアイスの開発

日本人が古来から親しんできた「もち」をアイスクリームとしておいしく食べていただきたいという想いで、「やわもちアイス」を開発しました。冷凍状態でももちの「やわらかさ・弾力」を感じていただけます。これには井村屋がアイスクリームに使用する餡で培ってきた技術が活かされています。あずきの技術に「もち」をプラスし、さらに食べ方の工夫をすることで、差別化した商品が実現しました。お客さまの声を聞きながら商品を進化させ、柱商品にしていきたいと考えています。

あずきパー商標登録

皆さまに愛され親しまれている「あずきパー」は、2013年に発売40周年を迎えます。「あずきパー」といえば「井村屋」という皆さまへの周知が十分に浸透した結果、お陰様で永年の営業活動とともに先人が育てた努力の結果として、「あずきパー」ブランドが認められました。今後ともブランド名に恥じない商品づくりを目指していきます。



肉まん・あんまんについて

簡単で手間のかからない電子レンジの普及により、肉まん・あんまんを蒸し器で調理することが激減しています。この動きを大きな変化と捉え、数年前から電子レンジで「ふっくら」と仕上がる生地の研究をしてきました。毎年改良を重ねて電子レンジでも「ふっくら、やわらか」な生地を作り上げました。チルド温度帯の3コ入り商品、冷凍の4コ入り商品にはこの技術が活かされています。より良い品質の商品をお客さまに届けるため、これからも研究を重ねていきます。



やわもちアイス(ミルク・抹茶)



5本入スポーツようかん



肉まん・あんまん

お客様相談ルームの活動

お客様相談ルームで受け付けたお客さまからのご意見については月1回開催しております「お客さまの声を活かす委員会」の中で検討し、商品の改善につなげるようにしております。具体的な事例としては、鮮度保持材が入った5コ入りどら焼きで外袋を開封しても1個ずつ個包装されているため日持ちがすると勘違いされるお客さまがみえたので新製品のどら焼きでは、「個包装にも開封後はお早くお召上がりください」と表示を入れるようにしました。



井村屋シーズニング株式会社

▶粉末ビネガーシリーズについて

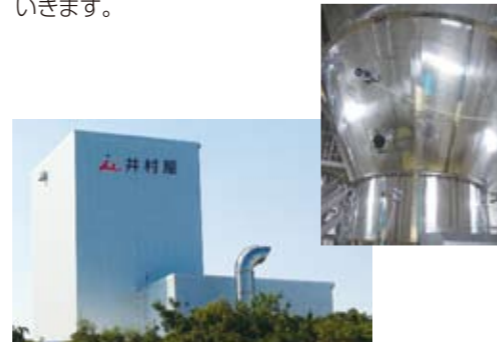
健康志向意識が高まる中、酢は健康効能の認知度が高い素材として注目されています。従前より商品化している粉末黒酢、粉末酢に加え、「粉末フルーツ酢各種（りんご酢、ゆず酢、レモン酢）」をラインナップしました。粉末のハンドリング性を活かし、酢のさまざまな効能をアピールポイントとして健康食品や飲料、調味料を主とする各市場への販促活動を展開しています。



粉末ビネガーシリーズを溶解したイメージ

▶スプレードライヤー5号機

スプレードライヤー5号機（愛称:ドラゴン）が2012年10月より稼働を開始しました。ドラゴンではガス燃料の直接加熱方式の採用により、燃料効率で約3倍、生産負荷量で約2倍の生産性向上（従来機種比較）を図りました。このドラゴンの導入により、七根工場のスプレードライヤー関係設備の総生産量能力は約150%（2,800t/年）に増強されました。この設備を最大限に活用し、品質向上活動のモデルケースとしてさらなる飛躍につなげていきます。



七根工場のスプレードライヤー5号機の外観

日本フード株式会社

▶レトルトラインの増強について

お客さまの多様なご要望にお応えすべく、レトルト殺菌釜2基・包装設備1ラインを増設しました。効率的生産および生産能力20%UPを目的とし、2012年8月より着工、同9月28日に清祓祭を無事執り行い、同10月より本格運用を開始しています。



北京京日井村屋食品有限公司 (JIF)

▶「粉末白味噌」表彰受賞

2012年9月5日～7日に北京で開催された「第12回中国製食品産業大会」において、当社の特徴商品である「粉末白味噌」が、「2011年～2012年度中国塩味香料調味料創新製品」として表彰されました。

「粉末白味噌」は、独特な旨味とコク味、そしてほのかな甘味があり、それらが大会運営者に評価されました。表彰後は、中国国内へのお客さまへの提案活動を強化しており、その結果、大手外食店に採用していただくことになりました。



表彰状

井村屋(北京)食品有限公司 (IBF)

▶アンナミラーズ 天津濱海店開店

2012年12月30日に、中国で初のアンナミラーズパイショップを開店しました。場所は天津市の開発区に新しく開業した伊勢丹2号店の地下1階食品フロアとなります。店舗内のベーカリーでパイを焼き、カスタードクリームを充填し、ホイップクリームを絞って、出来立て、焼き立て、絞り立ての手作りパイを提供しています。日本、アメリカと同じユニフォームで、中国のお客さまにも明るい笑顔で、ホスピタリティあふれるサービスを提供しています。



▶カステララインの増強

日本の和菓子であるカステラ商品を中国および海外市場に拡販するため、カステラ既存生産能力の2.5倍生産可能な工場を今春建設し、稼働いたしました。また、工場内の衛生区と非衛生区を明確に区分し、衛生に対する考え方、基本的な品質に関する考え方を作業員一人ひとりがより自覚できる作業環境としました。さらに工場内の窓を大きく、数多く設置することにより各作業工程間の見える化を図り、コミュニケーションをとれる作業環境としています。



IMURAYA USA, INC.

▶FANCY FOOD SHOW 2013

2013年1月、サンフランシスコ市にて行われたWinter Fancy Food show 2013において、JETROブース内にて出展を致しました。北アメリカ最大規模の食品展示会ということもあり、多くのお客さまに井村屋商品の紹介及びPRを図ることができました。新商品として開発している「MOCHI CREAM」の評価も高く、この機会を活かし今後もアメリカ市場のさらなる開拓を進めてまいります。



人間尊重



従業員が自主性と能力を 発揮できる職場を目指して

人間尊重

井村屋グループでは、CSR憲章のひとつに「人間尊重」を掲げており、期待を上回ることに努力する人を大切に、定期的な研修を行い、個人の良さを活かせる職場の環境づくりに取り組んでいます。

井村屋グループ人事理念の制定について

2011年12月に井村屋グループの人事政策についてのビジョンを示し、経営理念や経営目標を実現するための人事の基本方針、および井村屋グループが求める人材像について基本的な考え方や方向性を「井村屋グループ人事理念」として決めました。

井村屋グループは、会社設立以来「人こそ我が宝」を信条に、最近では「人材の人財化」を経営目標に掲げ、人事制度や教育研修、人事考課、行動規範等に反映させ実践しています。特に「人材の人財化」については、トップマネジメントからも具体的な社員像や期待される人材の姿が適時示されています。

▶ 基本理念

**「厳しく」も「あたたかく」期待を上回ることに
努力する人を大切にします。**

▶ 人事方針

① 成長する機会の提供

自ら成長し、発展し続けようとする社員一人ひとりのキャリア開発、専門性の向上、さらに社会人としての自律性を養う環境の整備と学習する機会を提供します。

② 透明性のある人事マネジメント

会社の目標、方針を示し、一人ひとりが仕事の価値を高めるよう期待される能力、役割を明確にした人事制度、評価システムを公開します。

③ 公正な評価と処遇

能力と仕事の成果について公正に評価し、経営目標の実現に努力し、貢献した人には公正に処遇します。

▶ 期待される人材像

「甘えない・逃げない・他人事にしない」人材

- | | | |
|---|-----------|--------------------------|
| 1 | グループ意識 | 常にグループ意識を持ち、全体最適を考える人 |
| 2 | グローバル化 | グローバルな視点で自らを磨き、活動できる人 |
| 3 | プロフェッショナル | 高い技術とプロ意識を持つ人 |
| 4 | 自己変革 | 自らが学び、考え、創意工夫と革新に挑戦する人 |
| 5 | 自己責任 | お客さまや社内から信頼され、人間的に魅力のある人 |

教育スケジュールについて

グループ全体

◎ 2012年度テーマ

人材の人財化「次世代を担う経営者人材の育成」「各階層のレベルアップ」

プロフェッショナル人材・経営人材の育成を目的として、機能別研修の強化と、思考力強化研修・次世代経営者育成研修等を実施し、相互に学び合う社内環境整備を行う。

研 修	内 容	期 間・日 数
新入社員研修	グループ会社をはじめ事業会社について学び「グローバルな視点を持って行動できる人」に導かせ、社会人・組織人、そして井村屋グループ社員として必要な基本的な考え方・行動を習得させる。	4月上旬～9月下旬
メンター養成研修	・新入社員に対して、メンタル面のサポートを行い定着率を高め、業務遂行能力の向上を図るとともに、さらなるモチベーションアップを図る。 ・メンターとなる上位年次者は“学び”に寄り、業務スキルおよびリーダーシップ・ヒューマンスキルの向上を促進する。	1日間×1回
交渉力向上研修 (ディベート研修)	教育ディベートのトレーニングを体験することによって、合理的な思考力とコミュニケーション力を向上させることを主な目的とし、意思決定力を高め、議論・思考・対話・洞察のスキルを磨き、議論や対話を効果的に行うスキルの向上、日常の議論・意思決定にディベートの考え方を応用、傾聴・自己主張・交渉の現実場面において活用できるようにする。	2日間×3回
システム思考研修	システム思考を中心としたクリティカル・シンキングの力を高めることで、リーダーとしての能力と意識を高める。さらには井村屋グループにおける「思考の共通言語化」を進め、複雑な課題構造を見抜き、課題解決に導く力を鍛え、業務に反映させ井村屋グループの成長につなげる。	6月～8月 2日間×3回
マーケティング戦略研修	企画、営業、製品開発などマーケティング関連部署のリーダー・中堅層のマーケティング力を鍛えるとともに、ブランド戦略の構築など現実のマーケティング課題についてアクション・ラーニングを通じ、マーケティングパフォーマンスを高める。また、社内の智慧を共有して市場に関する組織知を高める。	4ヶ月～6ヶ月
女性研修	研修を通じて意識改革を行い、自らの存在価値を向上させながら、同時にリーダーとして部下・後輩の成長を支援するとともに組織の成長に貢献し、一人ひとりのキャリアアップ戦略を打ち立てる。	1日間×2コース
マネジメント研修 (ドラッカー塾)	“知の巨人” “マネジメントの父”とも称されるP・F・ドラッカーの卓越した理論に基づき、経営者、経営幹部、マネジャーに必須のマネジメントの基本と原則を体系的に学び、考え、実践することを目的とする。	1日間×6回(6ヶ月) 1日間×3回(3ヶ月)
アイアイ塾	自ら学び・成長する社内風土をつくりあげ、知識・技術を伝承すると同時に社内全体の教養レベルを引き上げる。	上期(4コース×5回) 下期(4コース×5回)

※この他にも、英会話教室や通信教育など、年間を通じて様々な研修を行っております。

勉強会、研修について

グループ全体

井村屋グループでは、【人材の人財化】を基本として「自修自得」の精神に基づき、社内塾、勉強会、通信教育等の強化を図っています。

人事理念の人事方針にも「成長する機会の提供」を掲げており、常に学びを意識し、自己研鑽につながるような機会を設けています。具体的には、勤務時間外に行っている【アイアイ塾】といって、社員が講師となって実施する講座があります。内容は、トップがこれまで経験してきたビジネスパーソンとしての心得や、井村屋の従業員であれば知っておきたい原料の知識、工場の機械の仕組み、全社的に取り組んでいる経営品質向上活動についてなど、盛りだくさんです。講師は、講義をするに当たって準備における事前調査などを通じてより知識を深め、受講者は、その内容を講義を通じて共有するといった、お互いが学べる相乗効果を生み出しています。



内部統制・ISO室の活動について

井村屋グループ(株)

内部統制では当社グループ各社の業務の適正を確保するための体制を構築しています。その基盤としてISOマネジメントシステムを導入しております。従来、事業会社ごとの運用をしておりましたが、井村屋グループ(株)と井村屋(株)のシステム統合を行い、また本年8月にはイムラ(株)との統合が予定され、その後もグループ全体の統合を進めていく計画です。

また事業会社から持株会社への評価、意見、改善要請をとりまとめ、グループ間のシナジー効果を一層高める体制を整備いたします。



アイアイキッズルーム

イムラ(株) 日本フード(株)

働くお父さん・お母さんを応援するため、2006年より企業内託児所「アイアイキッズルーム」が開設されました。(本社高茶屋)社員・パートの区分なく、1~4歳児までの子どもを預かっています。

自然や人との触れ合いを大切に、長い一日をお母さんと離れて過ごす子どもたちの不安を少しでも和らげ、お母さんには安心して預けてもらえるように、無事故であることを継続し、保育士一同最善を尽くして努力していきます。

また、外国人従業員の子どもをお預かりするケースも経験し、ダイバーシティの側面からも、今後さらに機能強化させることを課題と捉えています。

※日本フード株式会社の敷地内にも託児所があります。



アイアイキッズルームの様子

くるみんマークの取得

グループ全体

『わたしの革新提言』として「くるみんマークの取得」が提議され、次世代育成支援対策推進法に基づき、一般事業主行動計画を策定し、行動計画に定めた目標を達成しました。また、規程の整備、男性の育児休業取得の推進等の取り組みを行い、認定を頂きました。認定は、子育て支援への取り組みに対する外部評価ですが、ひとつの通過点に過ぎません。今後もワークライフ・バランスの充実に向け、仕事の質、あり方を向上させるとともに家族、会社でのつながりを大切に考え、働きがいのある会社、明日も行きたくなる会社を全員で目指していきます。



くるみんマーク

shop aiaiオープン

イムラ(株)

売店が「shop aiai」として、リニューアルオープンしました。福利厚生 の 充 実 に 加 え、社 外 へ のアピールの場としてもご利用いただけます。

従来の売店より2倍のスペースを活かし、物販コーナーと軽食コーナーを色分けしました。新商品コーナーとMOTTAINAI屋商品の充実をすると共に、新しい機能として、スイーツの販売、事務用品の販売、書籍の無償貸し出しコーナー、保険相談コーナー等を新たに設置しました。



VOICE 従業員の声



仕事と子育ての両立をサポートしていただいています。

開発部デザイン・マーケティングチーム 中川 由貴奈

敷地内にあるので通勤時に預けることができ、とても便利です。保育士の方々も明るく優しいばかりで、一人ひとりとても丁寧に保育をしてくださいます。子どももすぐに懐き毎日楽しんでるようです。発熱など何かあった時にはすぐに内線で連絡をくださるので、安心して仕事ができます。

障がい者の雇用促進への取り組み

井村屋グループ(株)

井村屋グループ本社では、2012年11月から地元のNPO法人稲初クラブの活動に賛同し、本社工場・事務所から出る古紙や保管期限の切れた文書類の整理、処分作業を同クラブに委託して障がい者の働く場の提供を行っています。

当グループはCSR活動の一環として、「障がいはあるけど意欲のある方々に働く場を提供し、この作業を通して就労への力をつけていただきたいと思います。そして、その方々の社会的自立を支援していきます。



ダイバーシティ観点の強化(女性登用ほか)

グループ全体

研修を通じて意識改革を行い、自らの存在価値を向上させながら、同時にリーダーとして部下・後輩の成長を支援し、組織の成長に貢献し、一人ひとりのキャリアアップ戦略を打ち立てることを目的に研修を実施しました。現時点では、管理職に占める女性の割合は2.7%と少ないですが、今年6月には、女性の専務取締役も誕生します。今後も食品会社として女性の活躍の場を広げていきたいと考えています。

◎キャリアアップ研修

	男	女	合計
グループ全体従業員数	616	235	851
うち管理職	179	5	184

※管理職全体における女性の比率・・・2.7%

警備システムの導入によるリスクマネジメントの強化

井村屋グループ(株)

井村屋グループでは、国内・海外の拠点ごとに想定されるリスクを洗い出し、不測の事態が発生した場合にも事業を継続できるようBCPIに取り組んでいます。その一環として三重県津市の本社工場では、2013年4月より警備業務を外部委託し、専用カードリーダーを導入することで、従業員の入退場の管理や外部からの侵入を防ぎ、安全で安心な食品工場として顧客から信頼されるよう、本社工場の環境整備を行いました。

働きやすい職場づくりのために

日本フード(株)



悩みごと、会社への意見・相談等、何でも気軽に書いてもらえるよう「ご意見箱」が食堂に設置されています。直接の相談は気が引けたり、名前を出して相談したくない方など、どなたでも気軽に投函できます。当然、個人情報は保護し、従業員の方に少しでも働きやすい環境づくりを目指しています。

環境保全



持続可能な社会を目指して 環境保全活動を推進

環境保全

井村屋グループでは、CSR憲章のひとつに「環境保全」を掲げており、環境理念／環境基本方針に基づき、排熱の利用による環境負荷の低減、打ち水の原理等を用いた資源の有効活用、そしてカーボンフットプリントを推進し環境意識を高める啓蒙など、環境にやさしい取り組みを推進しています。

環境理念

井村屋グループは、全地球的課題である環境保全を地球市民であり企業市民である一人として、企業活動の最重要な社会的責任(CSR)として認識する。そして、我々の生活・産業活動にとって最大のステークホルダーは地球であるとの考えに基づき、“次の世代から預かっている環境を汚すことなく、次の世代に返したい”との願いをすべての活動を通じて実現します。

▶2012年度環境目標のレビュー

エネルギーの削減は目標“2006年度に対して原単位で21%減”に対し実績は原単位比22%減と1%多く減らすことができました。これはエコキュートの導入や排熱利用や生産効率UPなど、エネルギーの効率の良い使用に努めた成果だと分析しております。

輸送燃料については、配送システムの改善により2007年度対比24%減の目標に対し25%減と達成することができました。しかしながら、廃棄物削減量(目標2006年度比26%減に対し19.7%減)とリサイクル率(目標88%、実績82.2%)については、達成することができませんでした。原材料の多品種化やコンタミネーション防止対策などにより、今後の課題として引き続き努力してまいります。

▶2013年度環境目標

新年度の目標については、これまでの目標設定と違い、大胆に削減することを目標にしております。エネルギーの使用については原単位比で前年度の5%減、廃棄物については絶対値で前年比20%減と設定しています。これまでの固定概念を捨てて、生産システムの見直しも含め、大胆な改革を行い大幅な削減を達成していきます。

▶2012年度の環境目標の結果と2013年度の環境目標

テーマ	2012年度目標	2012年度実績	自己評価(2006年度比)	実行項目	2013年度目標
CO ₂ 排出量の削減	2006年度原単位比で21%削減します。 原単位で0.412(トンCO ₂ /生産量[トン]) ^{*1} 2006年度実績0.521(トンCO ₂ /生産量[トン]) 2011年度実績:2006年度原単位比で19.3%削減 原単位で0.421(トンCO ₂ /生産量[トン])	2006年度原単位比で19.4%削減。 原単位で0.420(トンCO ₂ /生産量[トン])	➡↙	①排熱利用等エコシステムを構築し供給しました。 ②ロスをなくし、生産性向上に取り組みました。 ③設備のメンテナンスを行いロスを削減しました。	2012年度原単位比で5%削減します。 原単位で0.40(トンCO ₂ /生産量[トン])
廃棄物削減	2006年度原単位比で26%削減します。 原単位で0.083(廃棄物量[トン]/生産量[トン]) ^{*2} 2006年度実績0.112(廃棄物量[トン]/生産量[トン]) 2011年度実績:2006年度原単位比で23.5%削減 原単位で0.086(廃棄物量[トン]/生産量[トン])	2006年度原単位比で19.7%削減。 原単位で0.090 (廃棄物量[トン]/生産量[トン])	➡↙	①効率性を考えた生産を行います。 ②原料・材料の適正在庫管理を行います。 ③製品不動態在庫を削減します。	2012年度絶対量比で20%削減します。 絶対量で787トン
リサイクル	リサイクル率:88%以上 2011年度実績:83.6%	リサイクル率:82.2%	➡↙	リサイクル可能な品目を増やし、リサイクル率を向上させました。	リサイクル率:88%以上

^{*1} 生産量1トンあたりのCO₂排出量(単位:トンCO₂) ^{*2} 生産量1トンあたりの廃棄物発生量(単位:トン)

環境基本方針

井村屋グループは、菓子／食品／まんとう／冷菓／チルド食品／調味料／レストランにおける飲食サービス等の生産・販売およびサービスを主とする事業を通して社会に貢献します。基本方針は、事業の有する環境側面から、目的・目標を明確に定め、これを達成するための活動の継続的、かつ質的な向上を目指して、挑戦することにおきます。そして、これらの活動を定期的に見直し、その達成度を確認します。

1 法律を守ります

環境に関連する法律・規制・業界団体・地域等での取り決め・ルールを遵守することを内外に誓約します。さらに達成可能な範囲において自主規制値を定め、管理水準の向上を図ります。

2 3R《Reduce(発生抑制・減量化)・Reuse(再利用)・Recycle(再生利用)》に取り組みます

“3Rへの取り組み”を合言葉として、省エネルギー・省資源・省廃棄物、そして再生・再使用にすべての部署で日常的に取り組み、継続します。また、製品デザインでは、エコデザイン(Eco-Design)、ユニバーサルデザイン(Universal-Design)を強く意識し、“人・環境へのやさしさ”をテーマとします。

3 技術力を高めます

菓子／食品／まんとう／冷菓／チルド食品／調味料／レストランにおける飲食サービス等の安全でおいしい製品と、そのより良い生産プロセスを追求します。原材料の保全と最適利用、工程副産物の再利用、環境負荷を低減する工程の改善など、汚染の予防とともに絶えず技術力の向上に努めます。

4 地域社会との調和を図ります

美しく豊かな立地環境の保全と、地域社会との調和を常に念頭において、地域の環境活動に参画します。

5 環境の大切さを自覚します

従業員のすべてが環境の大切さを自覚し、一市民としても環境保全に取り組みます。井村屋グループは、全従業員の環境への意識向上と保全への取り組みのための継続的教育訓練、広報活動を支援します。

6 コミュニケーションを大切にします

環境方針および目的・目標を公開します。この目的を達成する過程における開発技術、成果等も必要に応じて公開し、井村屋グループの環境保全の成果を広く社会共通の財産とします。

※井村屋グループ株式会社と井村屋株式会社の活動を記載しておりますが、グループ各社で同様の活動をしています。

節電(スナゴケ屋上緑化)の取り組みについて

二酸化炭素(CO₂)の増加による地球温暖化、人工排熱の増加や緑の減少による都市のヒートアイランド化が問題になっています。それを背景として近年、屋上緑化などの特殊緑化の重要性が高まっています。その緑化資材として、コケ植物が注目されています。そこで、本社の屋上をスナゴケで緑化しました。



本社社屋



屋上緑化(スナゴケ)の様子

スナゴケを設置することによる抑制

地球温暖化抑制

- CO₂を1㎡あたり年間1~1.5kg吸収する。
- 断熱効果に優れているため、冷暖房の使用を抑制することができます。
 - 二酸化炭素の排出量を低減できます。
 - 経費を節減できます(光熱費の節約)。

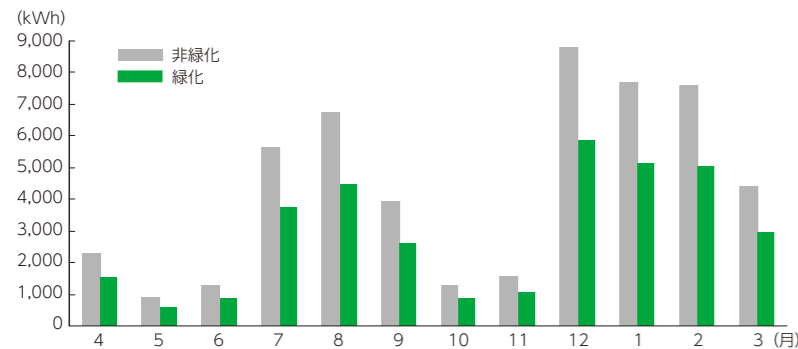
ヒートアイランド抑制

- コンクリートの蓄熱を防止。「ヒートアイランド現象」を緩和します。

スナゴケ屋上緑化の効果

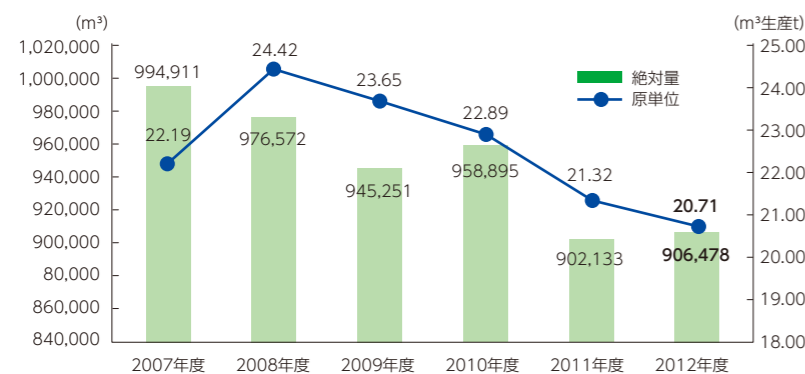
- 電力年間使用量が17,460kWh削減、金額換算で285,020円の省エネ効果があり、CO₂削減効果としては、年間で8.2トンの削減効果がありました。
- 夏季は表面部の温度上昇を抑え、冷却効率の向上に伴う消費電力の削減ができました。
- 冬季は建物に対する断熱効果で暖房のエネルギー消費軽減により、消費電力の削減ができました。

●2012年度 電力消費量の推移



節水の取り組みについて

●用水使用量の推移



工場で使用される水には、生産加工に使用される水、洗浄に使用される水、冷却に使用される水があります。そのうち、冷却に使用される「間接冷却水」は、直接、水をかけずに片方の配管に冷却水、もう一方の配管に冷やしたい物を通し、熱交換を通じて冷やすために使用されています。従来、「間接冷却水」はそのまま排水されていましたが、汚水でないこともあり、多少の温度があっても、その他の冷却水に再利用をし、水の使用量削減に繋がっています。

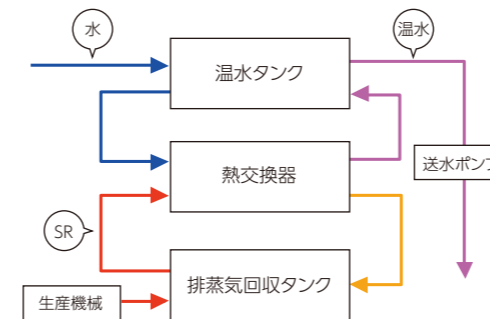
排熱利用の取り組みについて

工場では、製造終了後の清掃作業時に水と蒸気をミキシングし、お湯として使用していました。設備導入までは製造時に出るドレーンを排気していましたが、ドレーンを回収し水と熱交換してお湯をつくることにより清掃作業時の蒸気の使用をなくし、安定してお湯を供給できるようになりました。2011年度の8月から運転を開始し、蒸気量にして約300トンの削減となりました。



菓子工場屋上に温水タンク、送水ポンプ、熱交換器を設置。排蒸気回収タンクは既設の設備を改造し使用しました。

●菓子工場排熱回収設備



●工場製造量と蒸気の使用量

	製造量 (kg)			蒸気量 (㎡)			必要蒸気量 (㎡)	削減量	
	2011	2012	昨年対比	2011	2012	昨年対比		(蒸気量t)	(都市ガス㎡)
8月	8,380,094	508,207	134%	356.4	320.6	90%	476.5	156	2,392
9月	426,446	343,358	81%	306.9	294.7	96%	247.1	▲48	▲664
10月	476,748	466,823	98%	388.9	349.2	90%	380.8	32	485
11月	651,631	556,350	85%	458.5	342.6	75%	391.5	49	738
12月	1,063,242	560,307	53%	578.4	301.6	52%	304.8	3	48
1月	462,007	298,064	65%	357.6	210	59%	230.7	21	313
2月	346,996	314,096	91%	416.8	287	69%	377.3	90	1,364

廃棄物のリサイクル化

廃棄物の中身とプラスチック容器の分別が困難で、焼却処理をしていました。そこで、廃棄物処理業者と分別方法の検討と実験を行った、破砕機を用いた分別機で分別できることがわかり、堆肥化のリサイクル処理へと改善できました。豆腐ほか廃棄物を社外の堆肥化事業に参画しリサイクルしています。2012年実績が143t、2013年は廃棄量の20%削減を目標としています。新商品が生まれるに伴い新たな形で廃棄物が発生しますが、できる限りリサイクル処理できるよう、日々検討を行っています。



燃料のガス化について

●井村屋シーズニング株式会社

既存工場エリアは8月までにガス化を図り、新設工場エリアは10月にガス燃料による運用を開始しました。その結果、ボイラー管理業務が軽減されるとともに、七根工場のCO₂が約27%(原単位)削減されました。

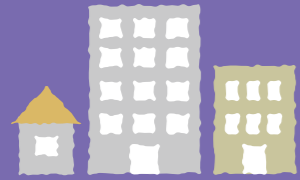
●日本フード株式会社

日本フードは2011年末よりボイラーの燃料の8割をガス化し、今期3月末までに955トンCO₂の二酸化炭素排出量の削減を見込んでいます。また、ガス化によりメンテナンスや燃料の取り扱いも容易になり、今後はさらに無駄をなくし燃料の使用量の削減を追求していきたいと思います。



ボイラーの設置

社会との調和



地域、社会との強い連携と調和による 企業活動を通じて社会貢献を実現します

社会との調和

井村屋グループでは、CSR憲章のひとつに「社会との調和」を掲げており、社会に対して、意義のある支援、賛助、寄付活動を通じて貢献します。近隣住民の皆さまに対しましては、ご迷惑をおかけしないこと、そして井村屋グループを知っていただき、かつ喜んでいただける取り組みを行い、企業市民としての責任を果たします。

三重チャレによる インターンシップ活動

井村屋(株)

高校生が主体的に進路を選択し、社会との接続を円滑にするための機会の提供を目的に、NPO法人、三重県教育委員会、三重県の共同事業として2012年度に初めて行われた、公募型高校生インターンシッププログラム「三重チャレ」の受入企業として、8月21日～24日の間、2名の高校生を受け入れました。

肉まん・あんまん工場での実習を通じ、自身のキャリアイメージを描いてもらい、後日行われた発表会では、その成果について立派にお話をいただきました。

しごと体験隊 工場見学

(株)ボレア

岐阜県が行う、夏休みに子どもたちが職場体験を通して社会の仕組みを学ぶ企画に参加し、小学3年生3名に来てもらいました。工場を興味深そうに見ており、また試食をしながらの質問会でも積極的に質問してくれました。生産の最盛期であり見学のみでしたが、生産の工程を学んでもらえたと思います。また機会があれば受け入れをしていきたいです。



高茶屋 工場見学

井村屋(株)

現在井村屋グループにおいては、小学生の社会見学を中心に工場見学の受け入れを行っています。身近な商品の「あずきバー」や「肉まん・あんまん」がどのように出来上がるのか製造工程を実際に見てもらい、食育活動の一環として主原料の小豆の生育について知ってもらう機会を設けています。出来立ての肉まん・あんまんを試食してもらおうと、「おいしい」と子どもたちが笑顔を見せてくれます。見学後、子どもたちからの「見学楽しかったよ! ありがとう!」などのうれしい言葉は、私たちの励みになっています。今後も見学に対するご意見等を聞きながら、より良い機会を提供し将来の井村屋ファンづくりに積極的に取り組んでいきたいと考えています。



小学校よりお礼のお手紙

Azuki文化の紹介

IMURAYA USA, INC

IMURAYA USA, INC.では、健康でおいしい日本のお菓子、Azuki文化の紹介という目的で、さまざまなイベントに参加しています。

ロサンゼルスにて正月に毎年行われるイベントに参加しました。大福を振るまい菓子として提供し、近隣ならびに日本文化に興味がある方へお菓子の紹介を行いました。

工場見学

IMURAYA USA, INC

近隣のPreschoolの園児を定期的に招待し、工場見学を実施し、園児の社会勉強として非常に喜ばれています。またAzuki文化を学んでもらうよい機会としても楽しんでいただいています。



北京日本人学校 工場見学

IBF

JIF

北京日本人学校小学3年生の皆さんに工場見学に来てもらいました。今年で3年目になり、毎年IBFカステラ工場とJIF調味料工場の見学、出来立てのカステラやお味噌汁等の試食を行い、子どもたちと一緒に楽しい時間を過ごさせてもらっています。これからも子どもたちの「おいしい笑顔」を楽しみに、工場見学を続けてまいります。



国連WFP協会への参画

グループ全体

世界の飢餓と貧困の撲滅を使命に活動する民間の支援団体である国連WFP協会の評議会に、食のメーカーとして役に立ちたいとの使命感をもって入会しました。主な活動として、寄付金による支援はもとより、多くの子どもに学校給食を届けるためのWFPエッセイコンテストに、井村屋グループで多数の応募をしました。2013年5月には国連WFPのチャリティーイベントに参加を予定しています。



©WFP/Marcus Prior

お客さま感謝デーの取り組みについて

グループ全体



井村屋グループ本社工場(三重県津市)では、毎年10月に地域の皆さまをお招きして「お客さま感謝デー」を開催しています。当日は、当グループの事業活動の紹介や工場見学、井村屋製品の販売など、お客さまに喜んでいただけるような楽しいイベントを行い、お客さまとのコミュニケーションを深めることで地域の皆さまから愛される企業を目指して、全社員が一丸となって取り組んでいます。



MOTTAINAI屋

イムラ(株)

イムラ株式会社では、環境保全活動への取り組みの一環として、井村屋グループ各事業会社に、品質や味には全く問題ないものの、さまざまな理由から規格外となった商品を、お求めやすい価格で地域の皆さまへ提供しています。□コミやチラシを見ての初めてのお客さまが加わり、多くの方に来店していただいています。今後も、地域のお客さまに「おいしい!の笑顔」をお届けしたいの気持ちを込めて、継続して開催してまいります。



地域のお客さまとの交流

県境企業連絡会について

日本フード(株)

近隣企業が連携を図り、地域活動と一緒に取り組む、地域貢献と企業間の親睦を深めることを目的としています。定期会合は3ヶ月ごとに行っており、会場は各社持ち回り制となっています。参加企業は自社を含めて6社で、地域の交通安全活動、クリーンアップ清掃活動、県境地区交通渋滞対策に参画しています。また、異業種企業との情報交換も大切な要因となっています。

第三者意見



枝廣 淳子 えだひろ・じゅんこ

幸せ経済社会研究所所長、環境ジャーナリスト、翻訳家
有限会社イーズ代表
有限会社チェンジ・エージェント会長
NGOジャパン・フォー・サステナビリティ(JFS)代表

PROFILE

東京大学大学院教育心理学専攻修士課程修了。「不都合な真実」(アル・ゴア元米副大統領)の翻訳をはじめ、環境問題に関する講演、執筆、企業コンサルティング、異業種勉強会等の活動を通じて「伝えること」でうねりを広げつつ、変化を創り、広げるしくみづくりを研究。「つながり」と「対話」で、しなやかに強く、幸せな未来の共創をめざす。

持続可能性を土台に、本当の幸せを経済や社会との関わりで学び、考え、対話する研究会やセミナーを開催するほか、問題のつながりを見出し、作り出し、新しい価値を共創するウェブサイト「イーズ未来共創フォーラム」(<http://www.es-inc.jp/>)を主宰する。主な著訳書に「私たちの選択」、「地球のおし方」、「わが家のエネルギー自給作戦」、「GDP追求型成長から幸せ創造へ」など多数。

レイアウトや表現などをわかりやすく伝わるよう工夫し、一般の人々にも手に取りやすく親しみやすいレポートになっています。今回から第三者意見をCSR経営とコミュニケーションのサイクルに組み込むことも次のステージに向けた大きな一歩だと思います。以下、レポートの改善のためのコメントを述べます。

全体の中では、環境保全の報告に好感を持ちます。「理念」と「方針」が明示され、そのもとで取り組んだ2012年度の「実績」とその「分析」、それに基づく2013年度の「次なる目標」がわかりやすく示されています。このようにデータを元に現状を把握・振り返りし、次の計画を立てていくプロセスを報告することで、PDCAがしっかり回っていることが伝わり、社会の信頼醸成につながります。

一方、他の分野では、理念や方針、体制や基準、仕組みなどの説明はありますが、この1年間の実績(取り組みとその結果)、会社としての現状認識と問題意識、今後の方向性と取り組みが見えないため、2012年度の経験をどのように経営に活かそうとしているのかが伝わりません。その体制や仕組みで実行した結果はどうだったのか、その結果を会社としてどのように受けとめ、次の行動に結びつけていこうとしているのかなどが、報告すべき大事な部分です。また、ネガティブ情報を含め、取り組む中でうまくいかないことや悩み・課題などの情報もきちんと開示し、改善努力を伝えることで社会の信頼を得ることができます。今後ぜひ力

を入れて改善して下さい。

個別分野に目を向けると、人間尊重の分野では、ダイバーシティの観点の強化を望みます。女性社員の登用・昇進などの現状や今後の考え方の記載がありますが、どのような課題があってどのように取り組むのか、また他のダイバーシティ課題とあわせ、どのように経営に活かすのかなど踏み込んで書いてください。

社会活動分野では、地域貢献活動にとどまらず、CSR経営向上のためのステークホルダー(地域、NGO、従業員、サプライヤーなど)との対話もぜひ進めて下さい。環境基本方針に「地域社会との調和をはかる」「環境の大切さを自覚する」「コミュニケーションを大切にすると謳っていることに対して、この1年間どのように取り組んだのでしょうか? 行ったことと結果、現状認識に基づいた今後の取り組みを報告して下さい。

環境分野では、食品企業として原材料に関する報告は必須です。地球環境に与える農業の影響は非常に大きく、どういう原材料をどれだけどこでどのように生産して用いているかは、工場内の環境負荷以上に地球環境や社会に大きな影響を与えるためです。廃棄食品も大きな社会問題です。工場内での廃棄物の有効活用のみならず、流通や消費段階での廃棄食品についても、会社としての認識と今後の取り組みおよびその報告を期待します。

レポートをCSR経営のPDCAを回す原動力と位置づけての今後の展開に大いに期待しています。

第三者意見を受けて


当社グループのCSR活動に対して、非常に専門性の高い見地からの評価とご意見をいただき、有難うございます。CSRレポートのあり方について考えさせられる機会をいただき、「食」に携わる企業として「食の安全」を重視し、さらに良いレポートに磨き上げていく目標ができました。

体制や基準は整っていても、実際に実行した結果と、課題抽出、次の行動へというPDCAサイクルが十分にレポートしきれていないことを認識いたしました。

いただいたご意見を真摯に受け止めて、これからも社会から発展を望まれる企業を目指し、グループ全従業員で私たちのあるべき姿を真剣に議論し、追及してまいります。

井村屋グループ株式会社 経営戦略部

[表紙について]

北海道のあずき畑で収穫されたあずきに触れて、
楽しいひとときを過ごしている母と子の姿を表現しています。
当社の強みとするあずきへの想い、当社のCI()である母と子のきずなを
大切にする想い、そして当社の社会に果たしていくべき道程が
表紙に込められています。



お問い合わせ先

井村屋グループ株式会社 経営戦略部

〒514-8530 三重県津市高茶屋七丁目1番1号 TEL.059-234-2146 FAX.059-234-2130

ホームページアドレス <http://www.imuraya-group.com/>



この印刷物は環境に配慮した
「植物油インク」で
印刷されています。



この印刷物は
「森林認証紙」を
使用しております。



この印刷物は
有害な廃液が出ない
「水なし方式」で
印刷されています。



見やすく読み間違えにくい
ユニバーサルデザインフォントを
採用しています。