

令和2年度 消費者志向自主宣言 『フォローアップ』

令和4年1月31日

事業者名 (株)ニチレイフーズ

代表者名 竹永 雅彦

(1) 理念

○ 企業コンセプト

『くらしに笑顔を』

○ ミッション (ニチレイフーズの存在意義)

ニチレイフーズは人々のくらしを見つめ、食を通じて、健康で豊かな社会の実現に貢献します。

○ ビジョン (ニチレイフーズの目指す姿)

私たちは常に独自能力を磨き、卓越した価値を創造することで、世界で最も信頼される食品企業を目指します。

(2) 従業員のモットー及び行動指針

○ モットー

『ハミダス』(とらわれず、明るく)

○ 行動指針

1. 法と社会の秩序を守り、高い倫理性をもって行動します。
2. お役に立つ価値提案のために食と提案を見つめます。
3. 互いに多様性を認め合い、対話を通じて連携します。
4. 誠実な気質を継承し、ていねいなものづくりを心がけます。
5. 謙虚に自己を見つめ、挑戦することで成長し続けます。

(3) 取組方針

① 経営トップのコミットメント

- ・人々のくらしを見つめ、食を通じて、健康で豊かな社会の実現に貢献したいと考えております。
- ・お客様に本当にご満足いただける価値ある商品やサービスを提供するよう努めてまいります。

日本の冷凍食品事業は、移りゆく時代が抱える社会問題に真摯に向き合い、課題解決をしながら、この100年間、成長を続けてまいりました。当社は戦後の学校給食向け冷凍食品事業を皮切りに、1964年東京五輪選手村へ冷凍食材を提供、1970年大阪万博では冷凍食品を使用したレストランを運営するなど、常にパイオニアであり続けました。その後も、生活者のライフスタイルの変化に合わせて調理方法やメニューを進化させ、冷凍食品の価値向上に努めてまいりました。いまでは、「簡単」「便利」「美味しさ」などの価値をお客様に認めていただき、冷凍食品はさまざまな食シーンで欠かせない存在となりました。

現在、「女性・高齢者の就業率の高まり」や「世帯の少人数化、単独世帯の増加」などの中長期的な社会構造変化を受け進展する「食の外部化」への対応に加え、生活者の健康意識や環境意識の高まりに対応することが急務になっています。その中で冷凍食品は、「美味しさ」と「栄養バランス」などを両立でき、長期保存が可能で「使いたい分だけ使える」という特性から「次の100年を担う未来の食品」として、あらゆるステークホルダーから一層の期待が寄せられています。

私たちのミッション（存在意義）は「人々の暮らしを見つめ、食を通じて、健康で豊かな社会の実現に貢献します」です。「冷凍食品のフロンティアカンパニー」としての誇りを持ち、独自の卓越した技術を磨き、ていねいなものづくりを心がけることで、「お客様価値の創造」と「社会課題の解決」を通じ「健康で豊かな社会の実現」に引き続き貢献してまいります。

2020年4月 株式会社ニチレイフーズ 代表取締役社長
竹永 雅彦

https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/company/top_message.html

②コーポレートガバナンスの確立

- ・私たちの行動の一つ一つは、CSRに基づき行っています。私たちは、CSR活動の考えに基づき「ニチレイの約束」を定義し、その中の1つとして『コーポレートガバナンスの充実』を掲げています。

2020年1月1日、ニチレイグループは、企業経営理念に基づき、コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方とその枠組みならびに取組方針を取りまとめた「コーポレートガバナンス基本方針」を改定しました。

具体的には、2018年にニチレイグループディスクロージャーポリシーが制定され、2019年は役員報酬制度の改定のほか、「第3章2. (2) 監査役の任期」、「第3章5. (1) 指名諮問委員会の1)役割および2)構成員」、「第3章5. (2) 報酬諮問委員会の2)構成員」を変更しました。

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方として、当社グループは、持株会社体制のもと、事業会社が加工食品、水産・畜産、低温物流およびバイオサイエンス等の多岐にわたる事業を展開しています。持ち株会社の取締役会が当社グループの戦略を立案し、事業会社の業務執行を監督するという構造を採り、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指します。

持ち株会社は、公正かつ透明性の高い経営の実現を重要な経営課題と認識し、取締役会の監督のもと、適切な資源配分、意思決定の迅速化、コンプライアンスの徹底を推進するなど、コーポレートガバナンスの充実に努めています。

また持ち株会社は、会社法上の機関設計として監査役会設置会社を採用しています。

「グループディスクロージャーポリシー」：<https://www.nichirei.co.jp/ir/policy.html>

「コーポレートガバナンス基本方針」：

https://www.nichirei.co.jp/corpo/management/governance_policy.html

「ニチレイグループ統合レポート2019」：(グループコーポレートガバナンス)

https://www.nichirei.co.jp/sites/default/files/inline-images/ir/integrated/pdf/p39_42.pdf

③従業員の積極的活動（企業風土や従業員の意識の醸成）

- ・ミッション・ビジョンの実現に向けて、その啓発とともにトップメッセージを従業員に伝え、個性や能力を存分に発揮できる、明るく元気で風通しの良い会社づくりを進めていきます。

・『ハミダス活動』の推進

ニチレイフーズは、2011年に「ミッション・ビジョン、従業員のモットー及び行動指針」を新たに制定しました。

このミッション・ビジョン実現のために、もっと「ハミダシ」ていこう！という「ハミダス活動」がスタート、従業員のモットーとして「ハミダス（とらわれず、明るく）」を掲げました。

「①もっと、思いやりをもって ②もっと、チャレンジして ③もっと、楽しく」という3つの姿

勢で仕事をする事で組織間の壁をハミだすことを目指しました。様々な啓発活動を通じて、個性や能力を存分に発揮できる、明るく元気で風通しの良い会社づくりを継続して進めています。

2019年度は、当社ホームページに「ハミダス日記」のコーナーを拡充し、ハミダス活動を広く紹介しています。お客様・社会のため、また従業員のために行っている色々なハミダス活動をご紹介します。

「ハミダス活動」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/top/>

「ハミダス日記」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/>

・『ハミダスフレンズ』との活動を拡大

ハミダスフレンズ（通称：ハミフレ）とは、各部署から選出されたハミダス活動を一緒に推進する仲間です。社長から任命書を受け取り、各部署で自主的に自ら考えたハミダス活動を実施しています。上司はハミフレ応援団になり、一緒に活動の支援を行っています。ちなみに社長はハミフレ応援団長です。

ハミダス活動の活動件数は、2013年度に44件でしたが、2017年度は166件、2018年度は283件、2019年度は304件と増加しました。しかしながら2020年度は、新型コロナ発生の影響により144件に留まりました。

「ハミダスフレンズ」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/friends.html>

・『2020年度ハミダス大賞』

ハミダス大賞は、ハミダス活動を従業員に知ってもらうことと、お互いを認め、褒める風土の醸成を目的にして、2016年度から始まりました。2020年度は144件のハミダス活動から、従業員にハミダス大賞を選んでもらいました。ハミダス大賞には5つの賞があり、「ハミダスに込めた3つの思い」にちなんで、「おもいやり賞」「チャレンジ賞」「楽しく賞」と、「CSR賞」「特別賞」となります。

「ハミダス大賞」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/friends.html>

・『あぐら』の継続

ニチレイフーズは、ミッション・ビジョンの浸透と風通しのよい職場づくりを目指して、現場の声を大切にしたいとの思いから、経営層と従業員の対話の場として『あぐら』を開催しています。参加人数10名前後で2時間かけて、経営層の思いを従業員に伝え、従業員は普段を思っていることを経営層に話す機会になっています。

定期的に階層別（支社長、工場長、本社部長）のあぐらを実施し、活発な意見交換と人事交流を図っています。2011年～2018年で、あぐら実施は500回以上、延べ参加者は約6,000名になりました。

『あぐら』：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/inner.html>

更に、2020年4月からは、新型コロナ禍のため対面でのあぐらの実施を控え、「オンライン」でのあぐらを再開し、81回開催することができました。個性豊かな文字や絵を使って工夫した“共感ワード”を活用し、オンラインでのお互いの反応の読みづらさを克服しています。当社ホームページ上の「ハミダス日記」にて、オンラインあぐらの様子を公開しています。

「オンラインあぐら」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8826/>

・『社長動画メッセージ』の継続

ニチレイフーズは、ミッション・ビジョンの浸透・啓蒙活動として、従業員向けに社長の動画メッセージを月1回以上配信しています。最近は配信頻度が上がり、経営層だけでなく、従業員参加型の動画配信に変わって来ています。動画の内容は毎月多岐にわたり、ミッション・ビジョンや経営に関わる内容や、生産工場などの事業所紹介、ニチレイの歴史など、社内イントラのハミダスWebサイトを通じて従業員に伝えています。2011年から始まった動画メッセージの発信回数は、2017年度末で計102回であったが、2018年度末で計126回、2019年度末で計160回、更に2020年度末では累計215回と確実に増加しています。『あぐら』とともに、従業員との貴重なコミュニケーションの機会として、今後も継続して取り組んでいきます。

「社長動画メッセージ」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/inner.html>

ハミダス日記より「最近の従業員参加型のハミダス動画メッセージ」：一部公開中
<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8629/>

・「ハミダス何でも相談室」の継続

2013年に『あぐら』から抽出された社内の種々の課題の1つの解決策として、「人と人を繋ぐ（必ず繋ぐ）」をコンセプトでハミダス情報相談室が開設されました。開設後、当相談室へ寄せられる相談の内容が極めて多岐に渡ったため、2017年4月に相談室の名称をハミダス何でも相談室へと変更し、社内からのあらゆる相談・質問・ご指摘に対応しています。

「ハミダス何でも相談室」：<https://www.nichirei.co.jp/csr/work/investigation.html>

・ハミダス・キッズツアー

ハミダス・キッズツアーは、従業員とご家族が参加できるハミダス企画としてスタートしました。子ども達にお父さんお母さんの働いているところを見学してもらったり、キッズシアターで職業体験をしたりして、夏休みの思い出づくりをします。

新型コロナの発生以降は、自宅と会社をオンラインで繋ぎ、継続して開催しています。

ハミダス日記より「ハミダス・キッズツアー東京」：

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/7711/>

④事業関連部門と品消法関連部門の有機的な連携

⑤消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換

- ・お客様相談センターでは、社内に関連部署と連携し、お客様からいただくご意見やご指摘に迅速・適切に対応することで、更なるお客様満足と企業価値の向上を目指してまいります。
- ・お客様との双方向のコミュニケーションとして、ホームページに様々なコンテンツをご用意して楽しくわかりやすいホームページの構築を目指してまいります。

・お客様相談センターの取り組み

ニチレイフーズお客様相談センターでは、お客様からいただくご意見やご指摘に迅速・適切に対応することで、お客様満足と企業価値の向上を目指しています。また、正確な商品情報の提供や安全で信頼感のあるブランド認知を目指しています。

2020年度CSアンケート調査

ニチレイフーズお客様相談センターでは、お客様対応の品質向上を目指し、お客様満足度（CS）アンケート調査を実施しています。商品についてご指摘をいただいたお客様へ、報告書とともにアンケート葉書を同封し、返信していただく形をとっています。アンケートには「電話対応時の印象（受付対応）」・「調査報告書の内容（報告書）」・「受付から報告までのスピード（対応速度）」・「今後のご購入意欲（再購入）」という4項目の5段階評価と、ご意見を自由に書き込めるフリーコメント欄を設けています。集計結果は対応品質の向上に活用しており、毎年CSアンケート調査を継続することで、お客様相談センターの業務改善を推進しております。

2020年度のお客様の声の内訳

お客様の声の内訳は、お問い合わせ75%、生産工場での不具合18%、流通上の不具合4%、その他ご指摘4%です。最も多いお問い合わせの内訳は、商品内容・原料14%、購入店13%、調理方法9%、売り込み8%、日付・保存方法7%、意見・感想3%、その他相談3%、商品注文3%、その他14%となっています。（2020年度分は未公開）

・ホームページへの掲載「ほほえみごはん®」コンテンツの充実

冷凍で食を豊かに

ほほえみごはん

「ほほえみごはん®」では、みなさんの食卓を“おいしく”“たのしく”彩り、“こころ”も“おなか”も満たしてくれる「冷凍」に関する情報を、毎月継続して公開しています。

「ほほえみごはん®」：<https://www.nichireifoods.co.jp/media/>

※. 「ほほえみごはん®」の想い：

「冷凍」と「冷凍食品」で、食生活を賢く、豊かに。

忙しい人のための、「食」ライフハックメディア

「毎日の食事を大切にしたい。吟味しつつした食材を使ってみたり、うーんと手間をかけてみたり。でも、忙しい毎日の中で、もっと大切にしたいもの。それは、家族や友人と食卓を囲む、しあわせな時間。一人でゆったりと食事を味わう、ほっとしたひととき。

たとえば、いつもの調理時間をちょっとでも短縮できたら、イライラしがちな下ごしらえを少しでも簡単にできたら、大切な食事の時間を、もっともっと笑顔で過ごせるはず。限られた時間のなかで、料理をもっと賢く、美味しく、簡単に。ご家庭の中でできる「冷凍」テクニックや、「冷凍食品」を上手に活用することが、その願いを叶えてくれると私たちニチレイフーズは信じています。「冷凍」保存しておくことは、保存料を使わずに、食材や食品の劣化を防ぎ、無駄なく使い切れることにつながります。下ごしらえ済みの「冷凍食品」を取り入れることは、家事の時短や、豊富なメニューを少ない時間で食卓に並べられることにもつながります。

「冷凍」や「冷凍食品」を使うことは、食事作りのよりどころとして、ちょっとした安心感をくれたり、生まれた時間でゆったり過ごせたり、忙しい毎日を、そっと支えてくれるものだと思うのです。私たちの運営する食メディア「ほほえみごはん」では、そんなちょっとしたヒントをお届けしながら、みなさんの食卓を笑顔にする、ほんの少しのお手伝いができればうれしいです。」

*ライフハックとは：

※元来は、効率良く仕事をこなして生産性を上げる「仕事術」の意味ですが、ここでは、日々の暮らしのなかでゆとりある時間を生み出し、人生のクオリティを高めるための「工夫」という意味で使用しています。

• SNSの活用

公式Twitter (@nichirei_foods) では、約10万人のフォロワーに向けて、毎日、役立つ情報を投稿しています。オススメ商品情報はもちろん、冷凍食品のアレンジやお弁当レシピ、ホームフリージングに役立つ「冷凍保存のキホン」、キャンペーン情報などをお伝えし、生活者一人一人とのコミュニケーションを心掛けています。

『本格炒め炒飯®』応援キャラクターの「イタメくん®」は、ツイッターでも活躍中(@itamekun)。『本格炒め炒飯®』のアレンジレシピ、コスプレなどの投稿を通じて、約5万人のフォロワーさんとゆるく楽しいコミュニケーションを続けています。

• 環境への取り組み

事業活動での取り組み

ニチレイフーズでは、生産、販売、物流など事業活動の中での環境負荷を削減するために、様々な取り組みをしています。

「環境活動」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/sustainability/environment.html>

生産工場では、原材料を無駄なく使いきるために、歩留りの向上や廃棄ロス削減に取り組んでいます。それでも商品にできなかった残さは肥料や飼料にリサイクルしています。またフロンを使わない冷凍機への切り替えや、ボイラーの燃料を、灯油や重油から二酸化炭素の排出が少ない都市ガスやプロパンガスに転換しています。また太陽光発電の導入も促進しています。

更に、包装容器の見直しを行い、品質保持を確保しながら、できるだけ資源を使わず、資源循環しやすい容器包装を目指しています。プラスチック使用料の削減にも取り組んでおり、具体的にはパッケージおよび、トレイの小型化と薄肉化を実施しています。

「環境負荷低減への取り組み」：

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/environment/case.html?tab=2>

森林保全活動：「お弁当に Good!® 地球に Good!」プログラム

お弁当用冷凍食品「お弁当に Good!® シリーズ」の売上の一部で森をサポートする、「お弁当に Good!® 地球に Good!」は 森林保全をサポートするプログラムです。

「お弁当に Good!®」は、ご家族の食事を気づかうお母さんのご要望から生まれた、着色料・保存料・化学調味料不使用のお弁当向けシリーズです。ニチレイフーズでは、そんな気づかいあふれるお客さまといっしょに、実りの源である森を支援いたします。お客さまにお買い上げいただいた「お弁当に Good!®」の売上げの一部で、ニチレイフーズが J-クレジットを購入します。その代金は、J-クレジット創出者である森林で間伐や枝打ちなどの保全活動資金となり、森に還元されます。

* J-クレジット制度とは：

国が、CO₂などの温室効果ガスの排出削減量・吸収量を「クレジット」として認証する制度です。ニチレイフーズは、森林の CO₂吸収量のクレジットを購入しています。

「地球に Good!」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/sustainability/chikyu-good.html>

長崎県林業公社様より感謝状を頂きました！

2014 年から開始した「お弁当に Good!®地球に Good!プログラム」では、お弁当に Good!®の売上の一部を日本の森の保全活動に寄付しています。

「2020 年 12 月、長崎県庁において、ニチレイフーズが支援している森のひとつである公益社団法人長崎県林業公社様より感謝状をいただきました。感謝状は、間伐材から作られたとても素敵な賞状です。これからも地道にこの活動を続けていきたいと思えます。」（担当者の喜びの声）

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/9285/>

地球に Good! 東久留米緑地保全活動

2020 年 12 月に、ニチレイグループの従業員と家族が参加し、東久留米市で活動する「東久留米自然ふれあいボランティア」のみなさんとともに、雑木林の保全活動を行いました。この活動は 2007 年から継続して実施しています。

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/9749/>

プラスチックの削減

ニチレイフーズでは 2006 年より市販用冷凍食品の容器包装におけるプラスチック削減に取り組んでいます。施策実施前と比べ、直近では対象 7 アイテムで約 200 トン強の削減になっています。2020 年度は、グラタン・ドリア類のトレイ薄肉化、手持ち部分の幅を縮小に取り組みました。今後も、パッケージや容器包装の見直しによりプラスチック削減を進めるとともに、CO₂ 排出量削減に努めていきます。

https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/sustainability/water_resources.html

バイオマスインキの活用

「お弁当に Good!®」シリーズなどの一部の商品のパッケージに使用するインキの一部を「バイオマスインキ」にしています。「バイオマスインキ」は、再生可能な生物由来の原料を用いたインキであり、使用することで環境負荷を低減することができる「バイオスマーク」認定商品です。

https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/sustainability/water_resources.html

グリーン電力証書の活用

ニチレイフーズでは、2020 年 3 月より年間約 1,000 万 kWh のグリーン電力証書を購入し、「本格炒め炒飯」の製造ラインで使用する電力相当分に活用し、再生エネルギーに転換しています。

※「グリーン電力証書システム」とは、バイオマス・太陽光・風力など再生可能エネルギーによって発電された電力が持つ CO₂ 排出量削減などの環境付加価値を、「グリーン電力証書」という形で具体化し取引する仕組みを指します。

https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/sustainability/load_reduction.html?tab=2

2020 年度「第 29 回食品安全安心・環境貢献賞」受賞

ニチレイフーズは、日本食糧新聞社主催の 2020 年度第 29 回食品安全安心・環境貢献賞を受賞しました。受賞のポイントは、経営者と従業員がともに取り組む企業風土の改革と社会貢献です。社会から求められている自社の存在意義を把握して社会的責任を明確にし、持続可能な開発目標 (SDGs) を視野に入れて事業を展開したことが評価されました。

「日本食糧新聞社」: <https://news.nissyoku.co.jp/news/ito20200922074113935>

・食育活動の推進

2014 年度、ニチレイフーズは新たな出前授業『出張工場見学』を作成しました。

コンセプトは、見る！学ぶ！楽しく！です。

ニチレイフーズの社員が講師となり、小学生を対象に、リアルな動画とパワーポイントを使って、冷凍食品ができるまでの製造工程を分かりやすく紹介します。

実際の工場見学でも見るできない映像や冷凍食品クイズを盛り込みながら、楽しく学べる食育プログラムです。映像を見る子供たちの真剣な眼差しと笑顔のあふれる楽しい出前授業です。

2018 年度以降は、対象者を幼稚園児から大学生、65 歳以上の高齢者まで、幅広い年齢層へ拡大しています。更には発達に遅れのある子供たちや、各種の福祉施設等へも出向いて食育を実施しています。実施内容も品質保証・素材調達・SDGs の理解などの内容も追加しています。

また、iPad やスマートフォンを使ってお弁当を作る教育アプリを、事業活動の中でも活用し、小さなお子様でも簡単にお弁当づくりができる体験を通じて食育を推進しています。

14 種類のお弁当箱と 86 種類の食材から好きなものを選び、世界で一つの自分オリジナルのお弁当を作ることができます。「やさい診断ボタン」を押すとお弁当の野菜の量も簡単に測定ができ、1 日に必要な野菜の量を実感できます。

「食育活動」: <https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/education/program.html>

新型コロナの発生以降は、いち早くオンラインでの食育活動へ切り替え、当社独自のオンライン出前授業『出張工場見学』を開催しています。

「オンライン出前授業」: https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/tag_syokuiku/

プロ学（静岡大学）とのオンラインでの遠隔授業の新たな取り組み

「一般社団法人プロフェッショナルをすべての学校に」（通称プロ学）は、2018 年に設立した静岡大学教育学部発のベンチャー企業です。企業で働くプロが持つ経験や能力を子供たちの教育にも活かせる社会を実現したいと考えています。さらに企業と教育現場を ICT を活用して結び、遠隔地や過疎地等も含めてすべての小学校の子供たちが学べることのできるオンラインでの遠隔授業の仕組みづくりを目指しています。ニチレイフーズでは、その取り組みに共感し 2019 年から教育活動に参画しています。静岡大学プロ学との出会いにより、離島や過疎地対策としてオンライン授業の共同研究が進み、新型コロナの発生以降は、従来のリアルでの対応から、いち早く当社独自のオンラインでの食育授業を展開することができました。今後もオンラインでの食育開催の需要は増加が見込まれます。

「静岡大学プロ学」:

https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/tag_%e3%83%97%e3%83%ad%e5%ad%a6%e9%81%a0%e9%9a%94%e6%8e%88%e6%a5%ad/

コープデリ様とのオンラインでの食育コラボの新たな取り組み

2020 年度は、コープデリ様とのコラボ企画として、コープデリ組合員の方を対象としたオンラインのイベントに、ニチレイフーズも参加させていただきました。はじめにコープデリ様から、「コープデリ商品検査センター」をご紹介いただき、食の安全は、生産者から組合員にわたる「食の安全バトンリレー」によって実現すること、またバトンリレーの最後を担う私たち一人ひとりが、家庭でできることについてご説明いただきました。「商品検査センター」にはたくさんの検査機器があり、そこで得られたデータを商品の改善や品質向上に活かしていることも学びました。続いて、ニチレイフーズのパートでは、「リモート工場見学」を行いました。『本格炒め炒飯®』のライン動画を見ていただき、冷凍チャーハンができるまでをご紹介します。お子さんの喜ぶ顔が

たくさん見られました。保護者の方や参加者の方にも興味を持っていただけたようです。最後に、冷凍ブロッコリーを解凍・加熱した後にビタミンCが残っているか、ヨウ素でんぷんを使って調べました。結果が目に見えてわかりやすく、楽しく学ぶことができました。

「コープデリ様とのコラボ」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/9783/>

児童福祉施設での出張工場見学

2018年度より、「ニチレイふれあい基金」の寄付先である「東京都善意銀行」様を通じ、児童福祉施設での出張工場見学を開始しました。2020年度からは、ニチレイグループの1社である水産品・畜産品を取り扱っている(株)ニチレイフレッシュにも参加してもらい、幅広い製品群での食育プログラムを整えることができました。新型コロナの発生以降も、ニチレイフーズ同様にオンラインでの出張工場見学を継続して開催しています。

*「ニチレイふれあい基金」は、寄付により社会貢献することを目的に、1993年に設立されました。有志の従業員と会社から賛同金を募り、主に社会福祉や緊急災害の支援活動に寄付をしています。

*「東京善意銀行」は、都民・企業・団体の皆さんの「社会の役に立ちたい、困っている人の支援をしたい」気持ちを、東京都内の社会福祉施設とその利用者に届ける橋渡しをしています。

「児童福祉施設」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/7830/>

令和2年度「青少年の体験活動推進企業表彰」審査委員会優秀賞を受賞

文部科学省では、社会貢献活動の一環として、企業が行う青少年の体験活動に関する優れた実践に対して「青少年の体験活動推進企業表彰」を行っています。ニチレイフーズは、令和2年度「青少年の体験活動推進企業表彰」の審査委員会優秀賞を受賞しました。今回の受賞は、ニチレイフーズ独自のハミダス活動の一つである出前授業「出張工場見学」を従来の小学生から対象範囲を拡大し、近年の様々な要望に応じて、児童養護施設や視覚支援学校、遠隔地・離島の子供たち、発達に遅れのある子供たちやフリースクールなど様々な境遇にある子供たちに平等に教育の機会を提供した食育活動が評価されました。

「文部科学省 HP」：https://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/mext_00517.html

・地域・社会とともに

フードバンクへの取り組み（「セカンドハーベスト・ジャパン」様との取り組み）

フードバンクとは、食品メーカーなどから品質的には問題ないものの、包装などの不備で流通できなくなった食品を引き取り、それを児童施設などに無償で提供する活動です。ニチレイフーズは、このフードバンク（NPO 団体「セカンドハーベスト・ジャパン」）の活動の主旨に賛同し、2005年 日本の大手食品メーカーとして初めて参加しました。

ニチレイフーズでは、物流上発生した「外箱の破損」などにより、商品として扱えないものの中で、中袋の破損がない（=品質として問題がない）ものについては、廃棄せずに、改装して商品化したり、フードバンクに継続して提供したりすることで、有効利用しています。

「フードバンクの取組み」：

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/sustainability/stakeholders.html>

「NPO 団体 セカンドハーベスト・ジャパン」：<http://2hj.org/>

もったいない活動

物流の過程で流通できなくなってしまった商品をみんなで食べてよう！という取り組みです。フードロスの削減も目的ですが、従業員にもったいない気持ちをもってもらうことや自社の商品を知ってもらうことにも繋がっている活動です。

こども食堂

ニチレイフーズでは、2021年より、全国のこども食堂を支援している「認定 NPO 法人全国こども食堂支援センター・むすびえ」のご協力をいただき、こども食堂への支援を始めました。

キッザニア東京・甲子園：食品開発センターで冷凍食品を作ろう！

冷凍食品を開発する仕事を通じて、冷凍食品の良さや開発の仕事の楽しさ、そして何よりも、「ていねいなものづくり」の大切さを知ってほしい。世界でただ一つ、オリジナルの冷凍食品開発の仕事ができます。自分で食材の組み合わせを考えたり、スノードライを使って、温かい状態から、急速に冷凍する体験などがあります。

「キッズニア」：<https://www.nichireifoods.co.jp/enjoy/kidzania/>

・「ニチレイグループ社会貢献基本方針」

わたしたちニチレイグループは、企業市民として広く社会から信頼される企業でありたいと考えます。わたしたちは、素材を見きわめ、おいしさと健康を創り出し、安全で効率的な物流を通じて社会に貢献します。さらに、事業活動以外の分野においても自らの誠意と共感と使命感に基づき、社会貢献活動を行います。わたしたちは、この考え方にに基づき、食や物流に関する教育、地域貢献、環境保護、災害支援、スポーツ支援を中心に、積極的な社会貢献活動に取り組みます。

「ニチレイグループ社会貢献基本方針」：

<https://www.nichirei.co.jp/csr/social/concept.html>

⑥消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

- ・安心のおいしさをお届けするニチレイフーズからの3つのお約束
 1. 品質管理のレベルを更に高めます。
 2. 商品情報の公開を積極的に進めます。
 3. 冷凍の魅力を活かした新しい商品をご提案します。

・新商品・リニューアル商品のご紹介 ～ おすすめ商品ランキング

「新商品・リニューアル商品のご紹介」：<https://www.nichireifoods.co.jp/product/recommend/>

「新商品おすすめ商品ランキング」：<https://www.nichireifoods.co.jp/product/ranking/>

- ・レシピ ～ 使用商品からレシピを探す。お弁当用・食卓用などの目的からレシピを探す。時短・お手軽レシピの紹介。ヘルシーレシピの紹介。
<https://www.nichireifoods.co.jp/recipe/>

- ・あっ、いいね！ニチレイの冷凍野菜 ～ 冷凍野菜の美味しさのひみつを丁寧に説明します。
<https://www.nichireifoods.co.jp/brand/vegetables/>

- ・冷凍保存の基本 ～ ニチレイフーズがご家庭でできる冷凍のコツをご紹介します。上手に活用して毎日の生活に役立ててください。
<https://www.nichireifoods.co.jp/media/12310/>

・「お客様の声」の活用 ～CS（お客様満足度の向上）& RM（リスクマネジメント）の実践

お客様相談センターで受付したお客様からのご相談・ご指摘等の情報は、全社一括情報管理システムの“りぼんシステム”にてWeb上で全社員に情報共有（個人情報 以外）されています。

「お客様の声」は、毎週、ウイークリーレポートとしてWeb上で報告され、製品の 改良・改善・開発に活用されています。また、「お客様の声」の月次データ報告は、サマリー版としてWeb上で報告され、全社で情報共有されています。（社外非公開）

更に、「お客様の声」はお客様相談センターで集計・分析され、パッケージ表示、調理方法等について、関連部署へ各種の提案として共有されます。

・『アラーム情報』の発信

当社の“りぼんシステム”には、2003年に開発されたリスクマネジメント機能として『アラーム情報』の発信機能があります。りぼんシステムに同一製品、同一生産工場、同一賞味期限で、同じご指摘が3件発生されると、アラーム情報として発信され、迅速なリスクマネジメントの対応に寄与します。なお、2020年度に発信されたアラーム情報は5件でした。(社外非公開)

また、たった1件の受付案件であっても、お客様相談センターの部署員の感性で重要だと判断される案件については、『気づき情報』として関連部署へ伝達され情報共有されます。(社外非公開)

【まとめ】

ニチレイフーズは、2011年に「ミッション・ビジョン、従業員のモットー及び行動指針」を新たに制定しました。このミッション・ビジョン実現のために、もっと「ハミダシ」ていこう！という「ハミダス活動」がスタートし、従業員のモットーとして「ハミダス（とらわれず、明るく）」を掲げました。今活動は、ハミダス推進グループ及び全国の各部署から選出された「ハミダスフレンズ」、各部署長による「ハミダス応援団」、そして経営トップの「ハミダス応援団長」によって地道に継続して推進され、当社独自の「ハミダス活動」として、現在も成長し続けております。

2019年度以降は、当社ホームページの企業情報の直下にハミダス活動をより広くご紹介するために、「ハミダス日記」のコーナーを拡充しました。特に、お客様・社会のため、また従業員のために行っている色々なハミダス活動を、社外に対しても積極的にご紹介しております。

「ハミダス日記」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/>

当社の代表取締役社長である竹永雅彦が、最新のトップメッセージとして「事業を通じた社会課題の解決でサステナビリティを追求します。」と社内外に発信致しました。

『世界的な環境汚染や地球温暖化による気候変動、拡大する経済格差、人権に関する関心の高まり、そして新型コロナウイルスの蔓延など、世界全体が新たな課題に直面しています。私たちは冷凍食品の製造・販売事業を通して、計画的な食糧の需給や食品廃棄ロスの削減に取組み、健康に資する新たな付加価値を提供すること、および原材料調達から商品の配送まで責任あるSCM網を構築することで「健康で豊かな社会」の実現に貢献できると確信しております。私たちは冷凍食品の製造・販売事業を通して、計画的な食糧の需給や食品廃棄ロスの削減に取組み、健康に資する新たな付加価値を提供すること、および原材料調達から商品の配送まで責任あるSCM網を構築することで「健康で豊かな社会」の実現に貢献できると確信しております。』

2021年4月に、ニチレイフーズでは新たに「サステナビリティ推進部」が設立されました。現在、消費者庁よりご指導を頂きながら、サステナビリティ推進部が中心となって、新たな消費者志向自主宣言の策定を行っています。次年度におきましても、ニチレイフーズは、第1回消費者志向経営優良事例表彰にて「消費者庁長官表彰」を受賞した企業として、ニチレイフーズ独自の「ハミダス活動」を地道に継続することによって、更なる消費者志向経営の実現を目指してまいります。