

平成 30 年度・31 年度 消費者志向自主宣言 『フォローアップ』

令和 2 年 8 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。

私たちニチレイフーズは、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たいと考えております。

ニチレイフーズグループ従業員のモットーは「ハミダス」(とらわれず、明るく)です。この言葉には、既存の枠にとらわれずにチャレンジしよう!時には自分たちの業務範囲から「ハミダシ」でも、みんなで連携しよう!仲間と一緒に楽しく仕事をしよう!という想いを込めています。

また、経営者と従業員との対話『あぐら』や動画メッセージを通じて、私たちの考えや想い、ニチレイフーズの色々な取り組みを従業員のみなさんに伝え、風通しの良い、働きやすい職場作りにつなげています。

2017年、私たちは改めてニチレイフーズのものづくりの信念やこだわりを広く世の中に伝えたいと思い、ブランドステートメントを制定しました。キャッチコピーは、『ほんの少しの、その差にこだわる。ニチレイ』です。

日本で初めて冷凍食品をつくった企業としての誇りを持ち、当社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、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に、これからも努めてまいります。どうぞよろしくお願い致します。

2019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

「トップメッセージ」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/csr/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ダ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件に拡大しました。

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

・『2018年度・2019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。

2018年度は283件の、2019年度は304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つの想い」にちなんで、「おもしろい賞」「チャレンジ賞」「楽しく賞」と、「CSR賞」「特別賞」となります。

2018年度のハミダス大賞は、当社ホームページ上で公開しております。

「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、経営層の想いを従業員に伝え、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、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7月末時点では計186回と急増しています。『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>

・SDGsの普及・啓発活動 社内浸透

当社会長の池田が日経SDGsフォーラムにて講演

2020年1月に、日本経済新聞社・日経BP主催の「日経SDGsフォーラム(消費者とつくる未来「消費者志向経営」)」が開催されました。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、当社会長の池田が講演の機会を頂きました。

「池田会長が日経SDGsフォーラムで講演」:

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8406/>

「消費者庁長官表彰」：https://www.nichireifoods.co.jp/news/2018/info_id6991/

ニチレイグループ中期経営計画「WeWill 2021」

2019年度からの中期経営計画「WeWill 2021」3カ年において、次のESG活動にESGに取り組んでいきます。

持続可能な社会の実現に向け、気候変動への対応や人権尊重、水・エネルギー資源の保全など、様々な社会的課題に対して世界的に関心が高まっており、私たちニチレイグループにおいてもSDGs(持続可能な開発目標)やパリ協定で掲げる長期目標の達成に向け様々な取り組みにより注力していきます。

食の分野では昨今は、「フードロス」が社会問題化していますが、冷凍食品や素材品、低温物流、それぞれの事業を通じて、この問題解決に積極的に取り組みます。環境負荷の低減では、自然冷媒冷凍設備への転換による脱フロン推進を図ること、薄膜包材などの新規開発によりプラスチック使用量の削減にもしっかり対応していきます。

今後更に大きな環境変化も予想されますが、今回策定した「2030年の姿」に向かって、「WeWill 2021」のもと、ニチレイグループのケイパビリティを最大限に発揮し、企業価値向上に努めてまいります。

「WeWill 2021」：<https://www.nichirei.co.jp/csr/topmessage.html>

・ハミダス・フェスタ

ニチレイフーズは、キッザニア東京・キッザニア甲子園のオフィシャルスポンサーです。年に1回、各キッザニアを貸し切り、ニチレイグループの従業員とその家族を招いて「ハミダス・フェスタ」を開催しています。グループのいろいろな事業会社の従業員が集う数少ない機会です。従業員は、お父さん、お母さん、親戚のおじさん・おばさんとして参加。従業員のふだん見せない顔をのぞける楽しいイベントでもあります。毎年、この日を楽しみにしているちびっこもたくさんいます。

ハミダス日記より「ハミダス・フェスタ」：動画を一部公開中

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8597/>

・ハミダス・キッズツアー(2019年7月実施レポートより抜粋)

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、キッザニア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。

具体的に、2019年7月に実施されたハミダス・キッズツアー東京の実施レポートから抜粋して紹介します。「子ども達は、朝、お父さんやお母さんと一緒に通勤電車に乗って出社します。真っ赤なハミダスTシャツを着て、本社からキッザニア東京まで、都バスに乗って移動します。午前中は、キッザニアでアクティビティ体験のほか、ランチは冷凍食品のバイキングを楽しみます。午後から本社に戻って、本物の名刺を作り、「父(母)がいつもお世話になっております。」というご挨拶とともに名刺交換の練習をしました。本番は、会長や社長との名刺交換です。子ども達は

緊張していましたが、しっかり名刺交換が出来ました。その後、お父さんやお母さんのいる職場に行き、名刺交換をしました。その頃には緊張もほぐれて、色々な人と積極的に名刺交換していました。子ども達よりも親である従業員が緊張している場面も見かけます。職場全体が子ども達の笑顔で和むひとときです。これからも家族参加型のハミダス活動を地道に続けていきたいと思えます。最後に全員で集合写真を撮って終了！」

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、社内の関連部署と連携し、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。

2018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。集計結果は応対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。（2018年度分は未公開）

2018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 71%、生産工場での不具合 12%、流通上の不具合 5%、その他ご指摘 12%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 9%、調理方法 9%、日付・保存方法 9%、他部署転送・案内 4%、商品注文 3%、売り込み 3%、意見・感想 3%、その他 17%となっています。

「お客様相談センターの取り組み（CSRレポート2019）（23～24頁目）:

https://sustainability-cms-nichirei-s3.s3-ap-northeast-1.amazonaws.com/uploads/response_file/file/142/csr2019ja.pdf

・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

「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”も満たしてくれるような情報を、毎月12本、継続して公開しています。

食材の上手な冷凍方法から、お子様と一緒にできる楽しいレシピ、料理道具の上手な選び方など、専門家のご意見をいただいた記事は、公式フェイスブックでも毎週配信しています。

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

・SNSの活用 ～フェイスブック、ツイッターなどの活用

公式フェイスブックページでは、現在約13万8千人のファンの方々に向けて、毎月12本の投稿を続けています。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。「今日は何の日」や本格炒め炒飯®のアレンジレシピ、コスプレなどの投稿を通じて、約3万8千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。

「フェイスブック」<https://www.facebook.com/NichireiFD/>

「イタメくん®」<https://www.nichireifoods.co.jp/character/itamekun/>

・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/hamidasu/environment/>

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。

「生産工場でできること」:

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

森林保全活動：「お弁当に Good！ 森に 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!® 森に 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!®」の売り上げの一部で、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。

「森林保全活動」：<https://www.nichireifoods.co.jp/mori-good/support/index.html>

山形県天童市「舞鶴山保全活動」記念植樹イベント

2019年4月、天童公園での森に Good! 活動開始を記念して、桜の植樹を行いました。記念植樹には、山本天童市長、当社会長の池田をはじめ天童市役所のみなさん、地元関係者にお集まりいただき、山形工場従業員と一緒に植樹を行いました。これから毎年天童公園の整備活動を実施する予定です。

<https://www.nichireifoods.co.jp/mori-good/archives/yamagata.html>

北海道森町「ニチレイ 育みの森」植樹活動

2018年10月、北海道森町とニチレイフーズで森林整備の協定を結びました。1.2ヘクタールの森町の町有地に400本の桜の苗を植えるという計画です。「ニチレイ 育みの森」と命名して、従業員とその家族、そして森町のみなさんと一緒に植樹をし、育ててまいります。

<https://www.nichireifoods.co.jp/mori-good/archives/hokkaido.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クの一部を「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「バイオマスマーク」認定商品です。
<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/environment/case.html?tab=2>

・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>

食育コラボ授業の新たな取り組み

2019年度は、ニチレイフーズらしい新たな食育の取り組みとして、埼玉県久喜市立菖蒲小学校の増田先生、山内先生にご協力を頂き、当社とのコラボによる食育コラボ授業（五感を使って味わって食べよう）を企画。第4校時と給食の時間を使って「食事の大切さ」を体験する特別プログラムとして実施しました。

「食育コラボ授業」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8115/>

視覚以外の感覚を使った出前授業を視覚支援学校で実施

2020年1月に、大阪にある視覚支援学校で視覚以外の感覚を使った、新たな出前授業を実施しました。子ども達に楽しんでもらえるよう、冷凍食品クイズ以外に、点字を使った「五味識別テスト体験」や、視覚以外の感覚を使った「冷凍食品当てクイズ」などを盛り込みました。最後は、先生がたも一緒に冷凍食品の試食会を行いました。「食べ過ぎて、給食が食べられない！」と子ども達のうれしいコメントも頂きました。

「新たな食育授業」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8341/>

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。

*「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/>

ブラジルの貧困家庭の子どもを預かる学校を訪問。学校にアセロラジュースを提供

2019年11月に、当社会長の池田が、ブラジルの貧困家庭の子どもを預かる学校を訪問しました。ニアグロ（※）が立地するペトロリーナの隣町・ジュアゼイロでは、貧しく、学校に行けない子どもが多いそうです。そこで、将来労働によって自活する道を示そうと、子どもたちを預かって教育する私設の学校が存在します。今回訪ねた学校もそのひとつ。ここでは、貧困家庭の0歳～13の子どもたち（約500名）を朝から晩まで預かっています。

※ ニアグロ・・・ブラジルにある当社の子会社。主にアセロラ果汁の製造・販売を行っています。校長先生が寄付金を募り、さらに私財を投入し運営しています。ボランティアや市から派遣されている方々が、先生をしているそうです。教育に加え、朝昼晩の3食も提供しています。ニアグロでは、アセロラのフレッシュジュースを週1回提供するほか、机や椅子などの学校備品の修理や塗装を引き受け、学校運営の支援をしています。

「ブラジル支援」：<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8132/>

・地域・社会とともに

フードバンクへの取り組み（2HJ:セカンドハーベスト・ジャパン）

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。

「フードバンクの取り組み」：

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/environment/foodloss.html>

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

キッズニア東京・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できます。

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

石巻被災地支援活動

石巻被災地支援として、2012年から冷凍食品を使った料理教室をにっこりサンパークの仮設住宅で実施しました。その後、仮設住宅がなくなるのを機に、「出張工場見学」に形を変えて、継続して毎年実施しています。

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/society.html>

防災功労者表彰受賞!!!

2019年11月、全国地域安全運動キャンペーンの活動が評価されて、築地警察署長と築地防犯協会会長からの表彰を受けました。地域の安全・安心に貢献できる活動をこれからも地道に続けていきます。

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8038/>

・「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/>

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

・レシピ・HAPPY ごはんランキング ～ 季節ごとの元気いっぱいレシピ

<https://www.nichireifoods.co.jp/enjoy/ranking/>

- ・子どもが喜ぶHAPPY ごはん ～ 子どもが食べたくなる簡単アイデアを紹介します！
楽しいごはんに笑顔がいっぱいになります。

https://www.nichireifoods.co.jp/enjoy/happy/#js_tabCont1

- ・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/enjoy/basic/>

・「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レポートは、サマリー版としてメールにて配信され、全社で情報共有されています。（社外非公開）

また、「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発信されます。

2019年度は約30件の提案が関連部署へ発信されました。（社外非公開）

・『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。ただし**2019年度に発信されたアラーム情報はゼロ件でした。**（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」、更には「ハミダス“福”団長」、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/>

ニチレイフーズにおける SDGs の取組みとして、2017 年度以降は、特に、其々のハミダス活動が SDGs の 17 の目標のどの目標に合致するかを明記してもらい、SDGs の理解を深めるとともに社内浸透の推進を図ってきました。また同様に、ニチレイフーズ従業員向けの「ハミダス Web サイト」の中で、【SDGs】 ☆E c oなN e w s ☆ として、SDGs の 17 の目標を各目標毎に丁寧に分かりやすく解説し、更にハミダス推進グループより全従業員へメールでの配信も行っています。(非公開)

2020 年 1 月に、日本経済新聞社・日経 BP 主催の「SDGs 日経フォーラム」(消費者とつくる未来「消費者志向経営」)が開催されました。第 1 回 消費者志向経営優良事列表彰にて「消費者庁長官表彰」を受賞した企業として、当社会長の池田が講演をさせていただきました。

「池田会長が日経 SDGs フォーラムで講演」:

<https://www.nichireifoods.co.jp/corporate/hamidasu/diary/8406/>

池田会長の講演の様子(動画)は、社内イントラのハミダス Web サイトに掲載され、全従業員へ直接メールにて通知されました。更に、2020 年 3 月には、全国幹部会議において池田会長が同じテーマで講演をされました。改めて消費者志向経営優良事列表彰受賞の喜びを分かち合うと共に、今後のニチレイフーズならではの消費者志向経営の実現を目指す事を明確にされました。

次年度におきましても、私たちニチレイフーズのモットーである「ハミダス」の旗印のもと、当社独自の「ハミダス活動」を地道に継続することによって、消費者志向経営の実現を目指してまいります。