



FUJICCO REPORT 2016

事業・社会・環境・ガバナンス統合報告〔2016年3月期〕



食よく、バランスよく。

®

経営理念

長期の業績推移

フジッコグループの価値創造

トップメッセージ

新・中期経営計画

新・中期経営計画

事業概況

事業概況



フジッコの心

— 共生と感謝の歓びを込めて —

社是

創造 - 路

Always Be Creative

私たちの合言葉「すこやかフジッコ」

私たちは、この「すこやかフジッコ」を心の支えとして、法とルールを守り、力強く革新と成長の道を歩んでまいります。

私たちは、食品企業の従業者として、温故知新の精神と医食同源の原点を見つめ、次の通り宣言します。

【三つの約束】
一、私たちは、安心の品質と価値を誠実に提供します。
一、私たちは、自然の恵みの尊さを誠実に演出します。
一、私たちは、本当のおいしい味を誠実に追求します。

【三つのアタック】
一、技術向上、基礎力の習得に努めます。
一、挑戦意欲、高いレベルを目指します。
一、迅速正確、進んで物事にあたります。

【七つの実行】
一、全社目標と部門目標の一致を常に心がけます。
一、部門目標と個人目標の一致を常に心がけます。
一、報告・連絡・相談を徹底します。
一、相互の協力と連携を徹底します。
一、正確な処理と確認を徹底します。
一、社内・社外の情報を正確に把握し、積極的に行動します。
一、世界の環境と資源の問題に注目し、積極的に行動します。

フジッコレポート 2016

Contents

01	経営理念
03	長期の業績推移
05	フジッコグループの価値創造
07	トップメッセージ
09	新・中期経営計画
13	事業概況
17	人財
19	安心・安全
21	環境への配慮
23	社会との関わり
25	コーポレート・ガバナンス
27	取締役
28	株主・投資家の皆さまとともに
29	財務・非財務ハイライト

発行にあたって

2003年からフジッコグループでは「社会・環境報告書（環境報告書）」を発行してきました。この度、財務諸表だけでは見えないフジッコグループの長期的な価値創造をご理解いただきたいという想いで、財務・非財務情報をまとめた冊子にリニューアルし、「フジッコレポート」と名称を改めました。

発行時期につきましても、前年度までは8～9月頃に発行していましたが、情報開示の適時性の観点から、本年度から6月の発行としました。

ぜひ、最後までご覧いただき、フジッコグループの活動についてご理解を深めていただければ幸いです。

将来見通しに関する注意事項

この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれております。それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります。この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

黒豆の作付けから収穫、調理までを学ぶ
フジッコ食育プログラム
「黒枝豆収穫体験」

人財

安心・安全

環境への配慮

社会との関わり

コーポレート・ガバナンス

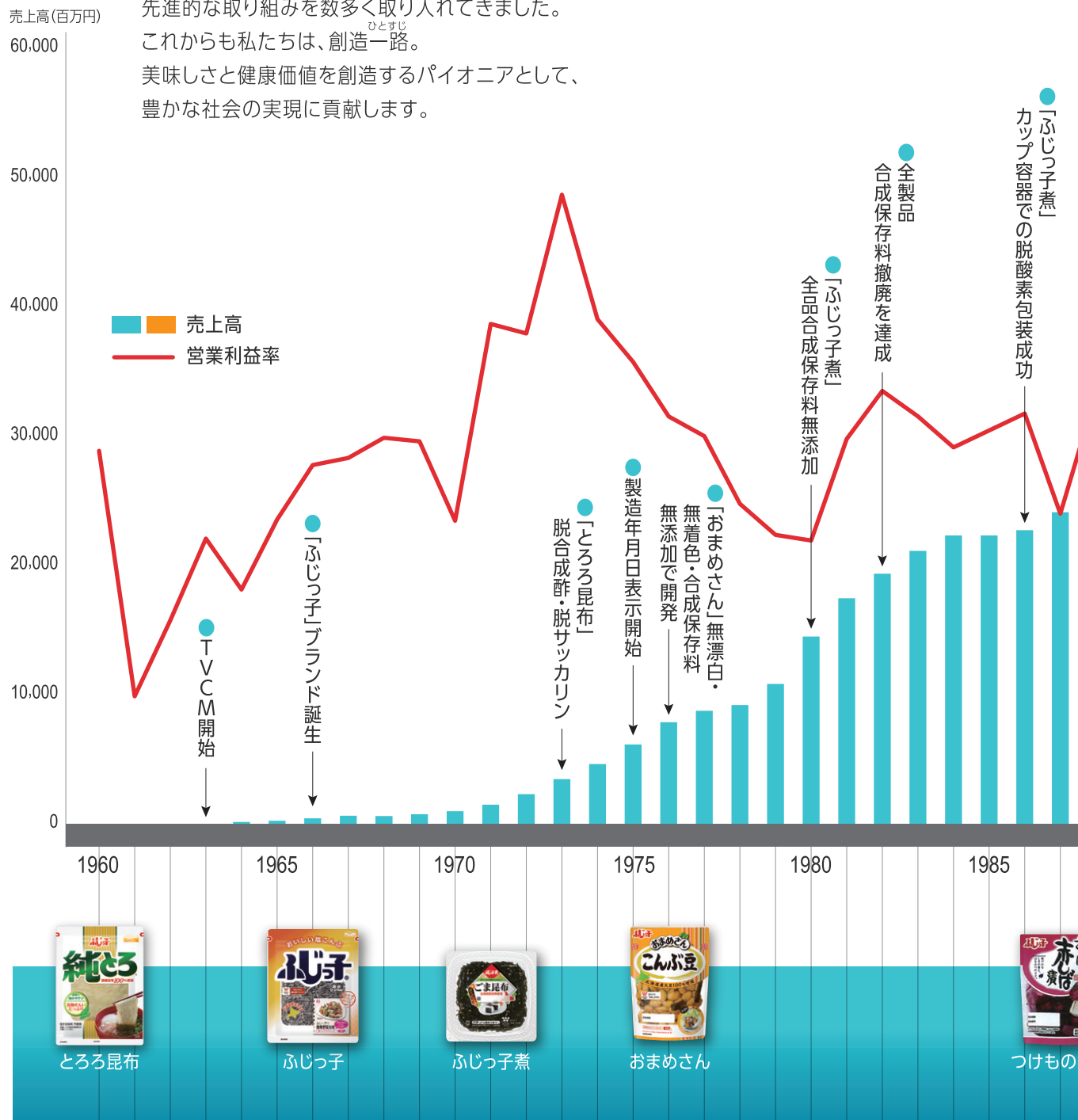
取締役

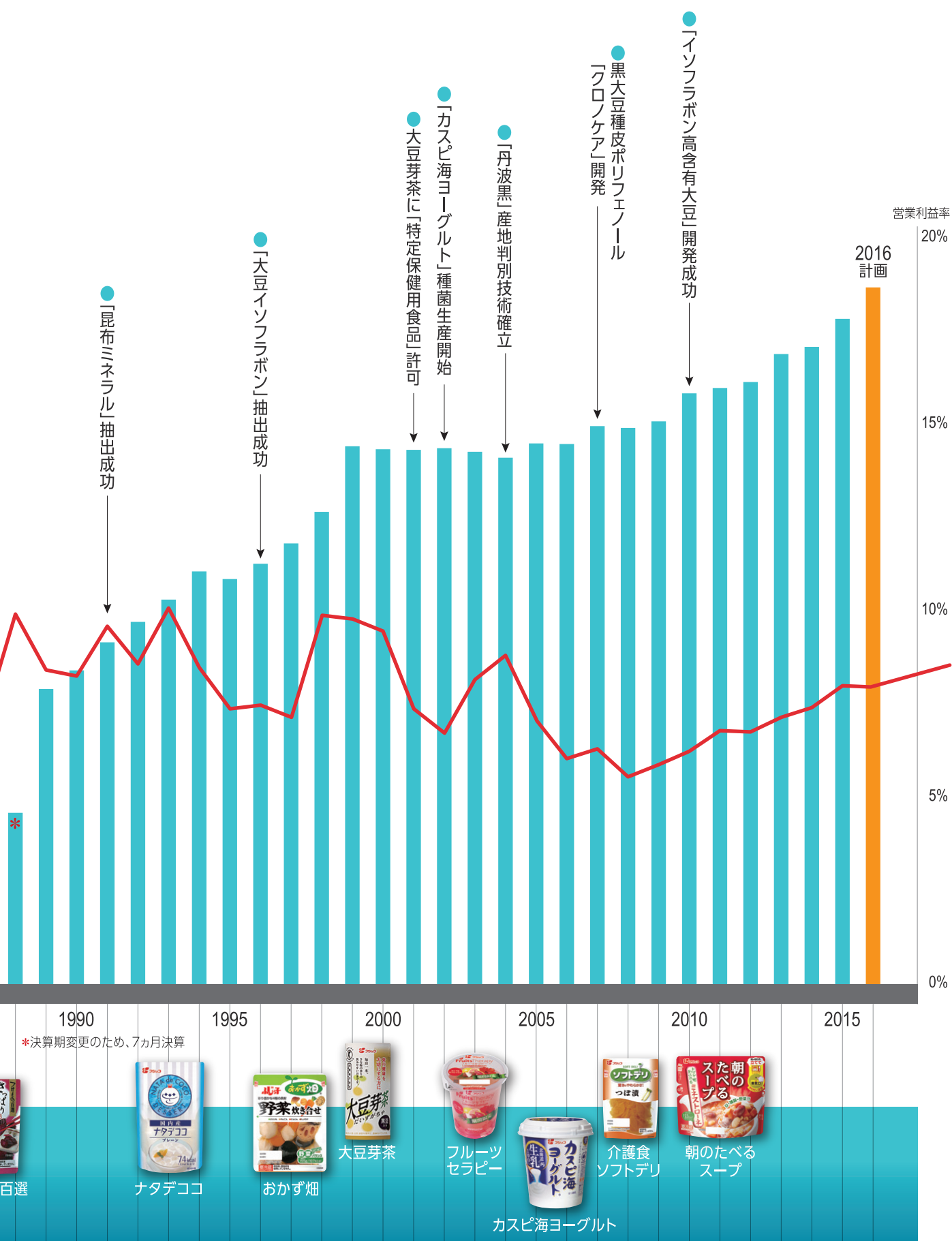
株主・投資家の皆さま

財務・非財務ハイライト

フジッコの歴史は 「美味しさ」と「健康」の積み重ねです

私たちは、1960年の創業以来、「美味しさ」と「健康」、そして「安心・安全」にこだわった製品を提供してきました。
「美味しさ」「健康」という切り口では、昆布や豆といった日本の伝統食材から始まり、ナタデココや「カスピ海ヨーグルト」といった世界の健康食も取り入れるなど自由な発想で健康価値を追求するとともに、「安心・安全」の実現のため、先進的な取り組みを数多く取り入れてきました。
これからも私たちは、創造^{ひとすじ}一路。
美味しさと健康価値を創造するパイオニアとして、豊かな社会の実現に貢献します。





フジッコグループの価値創造

美味しさ、健康、安心・安全。
本業を通じてこれら3つの価値を
お客さまへお届けすることが、
私たちフジッコグループが
最も大切にしている価値創造です。

フジッコ
グループの強み

1

一貫した

「美味しさ&健康」の追究と
自由な発想による商品開発力

私たちフジッコグループは、
健康長寿の切り口から、東洋の
「おかず」と西洋の「ヨーグルト」を
製品として持ち合わせる
数少ない食品メーカーです。



フジッコ
グループの強み

2

長く愛される
商品の開発

10年以上
続いている
製品数
(2016年4月1日時点)

95 / 158
製品 / 製品中



1966年
「ふじっこ」



1976年
「おまめさん」

〈 解決すべき社会の課題 〉

健康長寿社会の実現

食の安心・安全の確保

社会の変化による食生活の乱れ

和食文化の継承

価値創造6つの源泉

財務資本

健全な財務基盤と
安定性

生産体制

安心・安全な
ものづくり

知的財産

研究により培ってきた
技術ノウハウ

佃煮・煮豆の トップランナー

フジッコ
グループの強み

3

トップシェア (2015年4月1日～
2016年3月31日)

昆布佃煮

47.0%



煮 豆

40.9%



※インテージ「SCIRレポート」より

食を通じた お客さまとの コミュニケーション

フジッコ
グループの強み

4



フジッコ
ヨーグルトフォーラム
のべ参加者数
(2004年4月～2016年3月)

27,870名

健康

安心・安全

美味しさ

組織風土

従業員に根付く
「フジッコの心」

ステークホルダー

皆さまとの
良好な関係

自然からいただく資源

安心・安全な
原材料

人財

安心・安全

環境への配慮

社会との関わり

コーポレート・ガバナンス

取締役

株主・投資家の皆さま

財務・非財務ハイライト



安心・安全な ブランドづくりを 目指して

フジッコ株式会社
代表取締役社長

福井 ふー

7期連続増収増益を達成しました

フジッコグループは、2015年度全社テーマ「結束を固め経営資源の配分と活用で中期目標を達成させよう」の下、“選択と集中”による高成長・高収益性の事業形成に取り組み、カスピ海ヨーグルト事業並びにOKAZU事業の拡大とともに、豆と昆布のコア事業のシェアアップに注力いたしました。

また、2015年を最終年度とする中期経営計画の目標達成のため、全グループ結束して販売の拡大及び収益性の向上に努めました。売上高は、目標600億円に対してわずかに未達となりましたが、親会社株主に帰属する当期純利益は目標33億円を達成することができました。

最終年度の2015年度の売上高は、豆製品、デザート製品が堅調に推移し、惣菜製品、ヨーグルト製品が前年実績を大きく上回りました。

利益面では、売上高の増加に加え、売上原価率の改善が進んだことから、営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益のいずれも2桁成長となりました。

これらの結果、2015年度を含めて7期連続の増収増益とともに、売上高及び営業利益、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益のいずれも過去最高を更新いたしました。

「カスピ海ヨーグルト」生産一時休止から学んだこと

2015年11月2日、「カスピ海ヨーグルト」シリーズ2品において、その最大の特徴である「粘り」が不足する事象が発生し、原因の究明と解決のために生産一時休止の判断をせざるを得ない事態となりました。

同時に全社横断の「カスピ海ヨーグルト復興プロジェクト」を発足させ、全グループ結束して一日でも早い万全の品質の供給再開に全力をあげました。

2016年2月、環境管理の強化と生産設備の改善をもって順次販売再開となりましたが、3か月にわたり「カスピ海ヨーグルト」の生産を一時休止する事態を招き、日頃からご愛顧いただいているお客さまには多大なるご迷惑をおかけいたしましたこと、心よりお詫び申し上げます。

2016年3月期（連結）

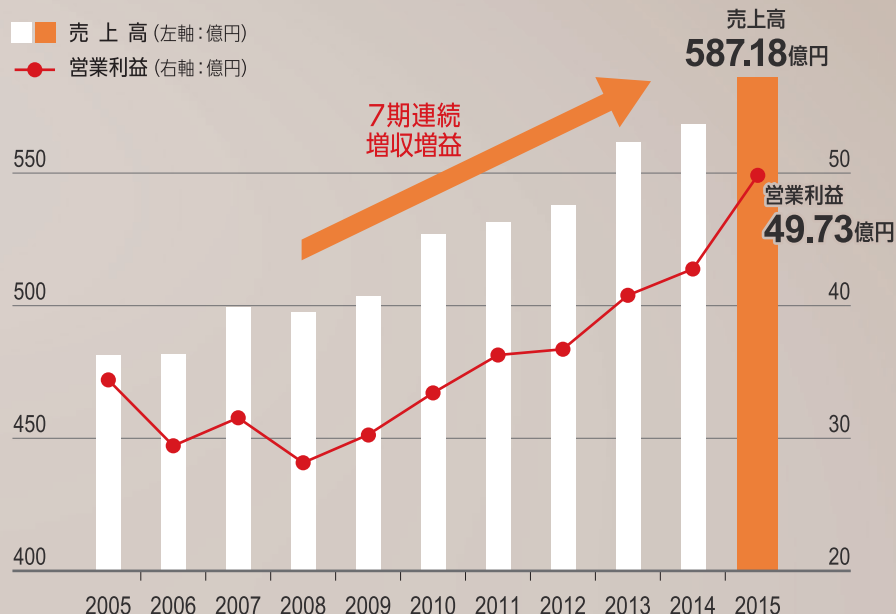
売上高 **587億18百万円**
(前年比 3.2%増)

営業利益 **49億73百万円**
(前年比 16.7%増)

経常利益 **53億77百万円**
(前年比 17.9%増)

親会社株主に
帰属する
当期純利益 **39億20百万円**
(前年比 30.1%増)

売上高と営業利益の推移



フジッコは、日本で唯一、「カスピ海ヨーグルト」の純正種菌を受け継ぐメーカーとして、「カスピ海ヨーグルト」の確かな品質を守り続けます。

この「カスピ海ヨーグルト」の生産一時休止を教訓とし、品質保証体制の強化による再発防止とともに、改めて安心・安全のフジッコブランドづくりに取り組み、お客さまの信頼性向上を目指してまいります。



2016年3月16日読売新聞全面広告

新・中期経営計画がスタートしました

フジッコグループでは、2016年度より3か年の新たな中期経営計画（2016年度～2018年度）がスタートしました。

新・中期経営計画では、安心・安全のフジッコブランドづくりを進めるとともに、“選択と集中”による持続的成長戦略の

実行、たゆまぬ業務改革とトータル・コストのコントロールによる収益性改善の両輪をもって、中長期的な視点に立った企業価値最大化の実現を目指してまいります。

また、事業が拡大するにつれて、フジッコグループに求められる社会的責任は高まるものと認識しております。「コーポレートガバナンス・コード」の実践を通じて、持続的成長を支える企業基盤の強化にも注力してまいります。

製品の品質と安全性を確保する品質保証体制の強化とともに、E（環境）・S（社会）・G（企業統治）の観点から環境負荷低減活動、社会貢献活動、女性活躍推進活動、実効性のある内部統制システムの運用、全社的リスクコントロールの構築等に取り組んでまいります。

フジッコグループは、“創造一路”の精神を常に持ち、新たな食文化開拓に挑戦する健康創造企業を目指してまいります。ステークホルダーの皆さまには今後ともなお一層のご支援をよろしくお願い申し上げます。

人財

安心・安全

環境への配慮

社会との関わり

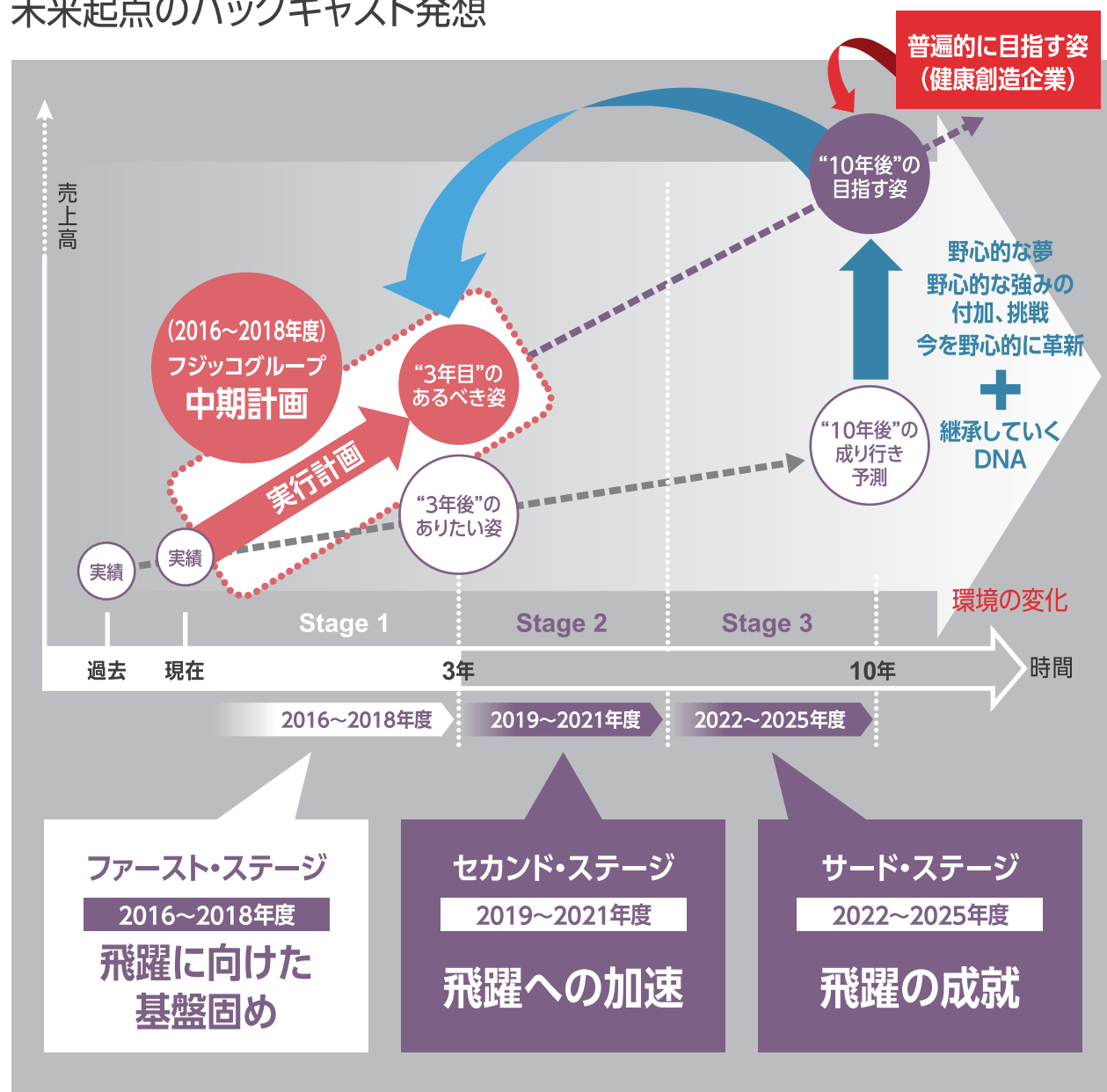
コーポレート・ガバナンス

取締役

株主・投資家の皆さま

財務・非財務ハイライト

未来起点のバックキャスト発想



今回の新・中期経営計画では、フジッコグループが普遍的に目指す姿「健康創造企業」をイメージすることから始まり、10年後に目指すフジッコグループの具体像を示し、そのための3年目のあるべき姿を明確にして、3か年計画最終年度までの手段を実行計画に落とし込みました。

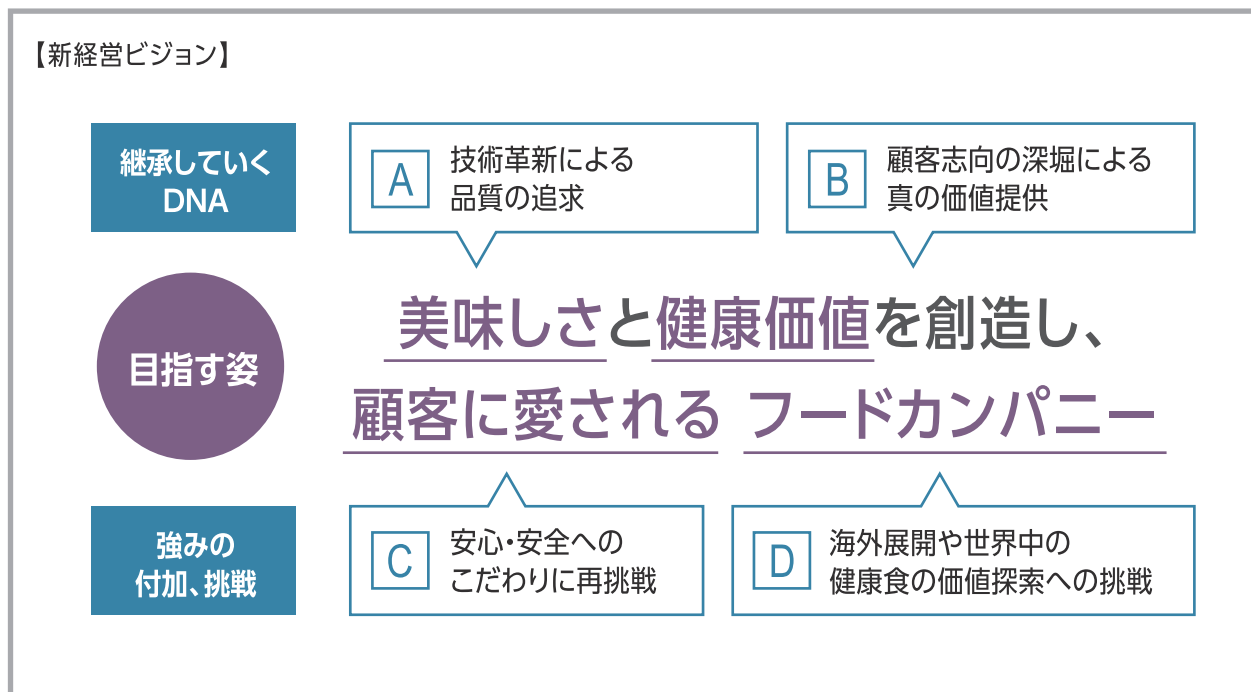
これらを『未来起点のバックキャスト発想』と呼び、従来の延長線上の成長ではなく、高い理想を掲げ、その理想を実現するために桁違いの成長スピードが求められます。

フジッコグループは、これまで創業以来のフジッコDNAを

大切に継承し着実に成長してまいりました。DNAの継承、すなわち既存事業の展開だけの場合の10年後の成り行き予測は、10年後のフジッコグループの目指す姿とのギャップが大きく、従来の考え方・発想だけでは夢の実現は困難であります。

創業以来、培ってきたDNA(美味しさと品質、安心と安全、健康の追求)を大切にしながら、“野心的な夢”を描き“野心的な強みの付加、挑戦”を敢行し“今を野心的に革新”することがギャップを埋め合わせるすべての「鍵」となります。

フジッコNEXTビジョン2025



10年後の目指す姿と目標を“フジッコNEXTビジョン2025”として取りまとめ、その目指す姿を「美味しさと健康価値を創造し、顧客に愛されるフードカンパニー」としました。

(1) 継承していくDNA

A 技術革新による品質の追求

創業以来、美味しさのあくなき追求の姿勢を変えず、常に業界初、そして業界をリードする製法技術に挑戦してきました。今後、包装技術、保存技術、静菌技術等の新たな加工技術に挑戦し、これからも変わらず技術革新を通じて美味しさを追求していくことへの意思表示であります。

B 顧客志向の深堀による真の価値提供

創業以来、美味しさに健康価値を付加し、業界のパイオニアとして世にヒット商品を次々と送り込み、健康エビデンスの解明等の健康価値の追究に取り組んでまいりました。

今後は、未来起点の健康価値(シーズ)の創造とともに、顧客ひとりひとりの需要(ニーズ)を精緻に捉えた商品・サービスの提供に挑戦してまいります。

健康価値の追究から創造へ。未来起点の健康価値を自らが主体となって創ることへの意思表示であります。

(2) 強みの付加、挑戦

C 安心・安全へのこだわりに再挑戦

創業以来、フジッコブランドの「健康」イメージの醸成に加え、「ふじっ子あんしんシステム」の確立により「安心・安全」のブランドイメージ向上に取り組んでまいりました。

次代は、揺るがない全社品質保証システム＝フジッコ・スタンダードづくりに挑戦し、安心・安全のフジッコブランドづくりに徹底したこだわりは、お客さまや関係する全てのステークホルダーの皆さまと真摯に向き合うことへの意思表示でもあります。

D 海外展開や世界中の健康食の価値探索への挑戦

創業以来、「伝統食を科学する」をコンセプトとして、事業展開を行ってまいりました。

世界中の健康食をアレンジし「OKAZU」として日本市場に広く供給するとともに、日本古来の健康食から世界に称賛される和漢洋折衷の日本の食卓まで、日本の食文化そのものを世界中に広く知らしめることを食品メーカーの使命のひとつとして考えております。「日本」「OKAZU」を大事にしつつ、「グローバルに」「世界中の健康食」で価値提供に挑戦していくことへの意思表示でもあります。

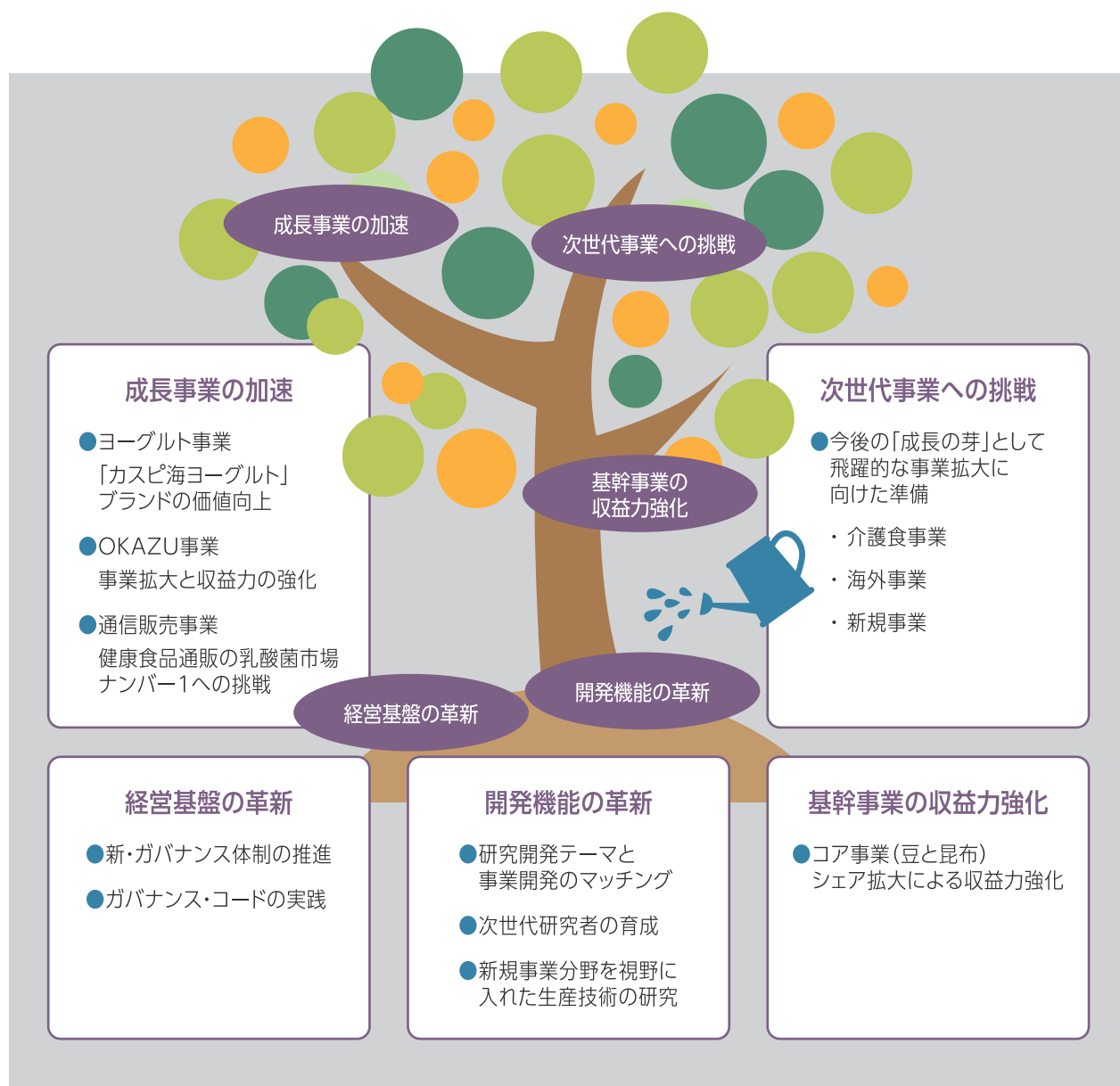
中期基本戦略

前・中期経営計画（2013年度～2015年度）では、「美味しさと健康価値を追究する[OKAZU-company]を目指します」を経営ビジョンとして、OKAZU事業を豆・昆布に次ぐ第三の柱への育成に注力してまいりました。その結果、2015年度には惣菜製品の売上が昆布製品を追い抜き、売上構成比でトップとなりました。

このたび、フジッコグループは“フジッコNEXTビジョン2025”の実現に向け、2016年度よりスタートする新たな3か年の中期経営計画を策定し、2016年5月に発表しました。

この3年間で“フジッコNEXTビジョン2025”ファースト・ステージ「飛躍に向けた基盤固め」と位置づけ、将来事業構成を見据えた持続的成長の志向だけでなく、長期的な視点に立ち飛躍的成長を支える企業基盤の強化も重要視しています。

そして、中期事業戦略の考え方は、前・中期経営計画からのポートフォリオ・マネジメントを踏襲・徹底し、“選択と集中”による更なる高成長・高収益性の事業形成を目指してまいります。



中期重点3大事業戦略

『未来起点のバックキャスト発想』から新・中期経営計画の高い成長をやり切るための重点3大事業戦略を策定いたしました。

① カスピ海ヨーグルト事業の拡大

② OKAZU事業の更なる成長

そして、成長事業の投資資金を確保すべく、市場成長性の低い基幹事業で確実な「資金」調達策として、

③ コア事業のシェアアップ

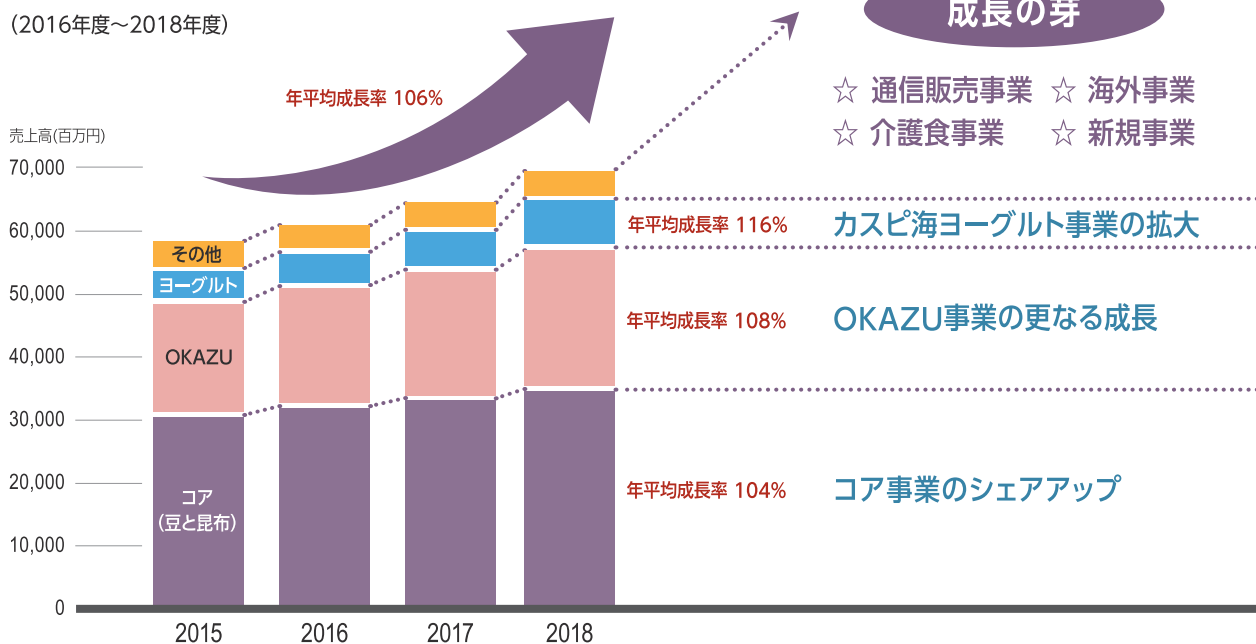
この3つの重点事業戦略をバランスよく推進し、利益を伴う企業成長を実現させます。

一方、今後の「成長の芽」として飛躍的な事業拡大の準備も合わせて進めてまいります。



中期事業成長イメージ

(2016年度～2018年度)



2018年度計画値

2016年5月発表

連結売上高

700億円

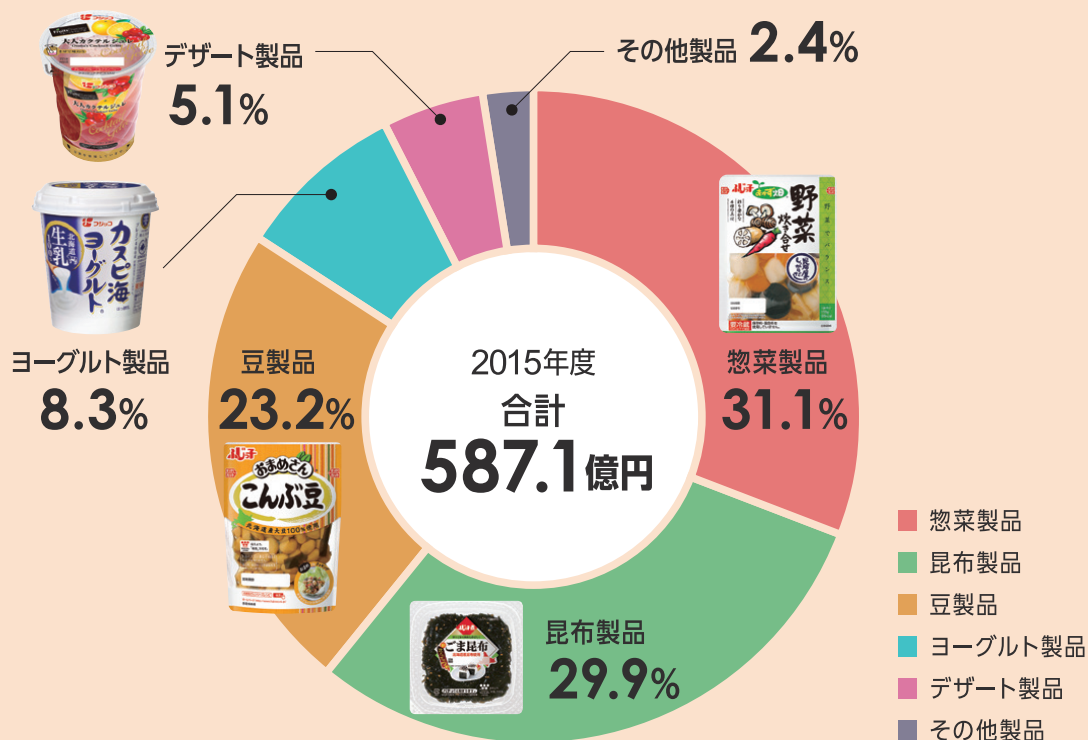
連結営業利益率

9% (営業利益 63億円)

フジッコの事業概況

惣菜製品の売上高が、昆布製品を追い抜き売上構成比でトップとなりました。
また、伸長著しいヨーグルト製品は、売上構成比を飛躍的に高めています。

製品別売上高



2015年度トピックス

良かった点

- 7期連続の増収増益達成
- 予定以上の売上原価率の改善
- 通信販売事業の躍進
- 日配惣菜の収益改善
- 新・ガバナンス体制構築の進行

悪かった点

- 「カスピ海ヨーグルト」の生産一時休止
- 洋風OKAZUの育成不足
- フードサプライ(業務用)事業の不振
- ドライ品群のシェア低下
- 百貨店事業(味富士)の不振



惣菜製品



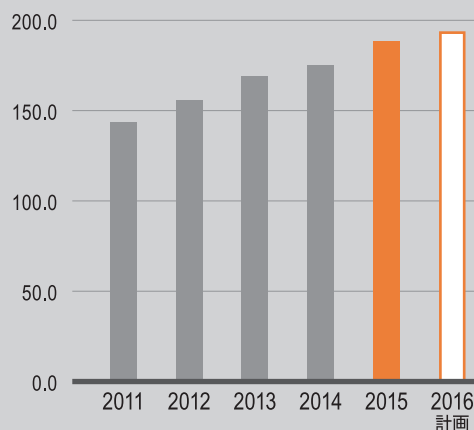
主要な品群

- ・「おかず畑」(包装惣菜)
- ・「朝のたべるスープ」(チルドスープ)
- ・「ベスタデリ」(洋風惣菜)
- ・日配惣菜 など

製品の状況

2015年度は、包装惣菜において少量食べきりサイズの「おかず畑ミニ」シリーズや電子レンジ対応のチルドスープ「朝のたべるスープ」が伸長しました。また、日配惣菜においてもヘルシーで和洋折衷の「豆腐ハンバーグ」を中心に大きく伸長しました。2016年度におきましては、日配惣菜において「豆腐ハンバーグ」に続くヒット商品の開発とともに、包装惣菜においては引き続き「朝のたべるスープ」「ベスタデリ」の洋風デリカの育成に注力してまいります。

売上高の推移



昆布製品



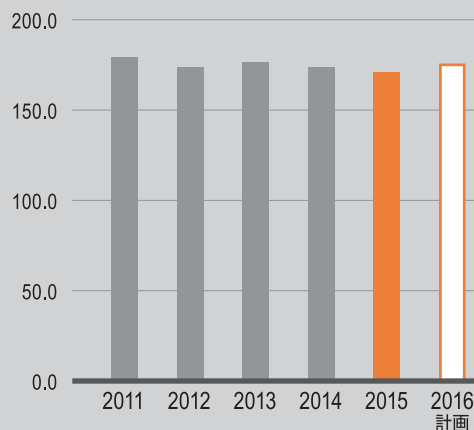
主要な品群

- ・「ふじっ子煮」(佃煮)
- ・「ふじっ子」(塩こんぶ)
- ・「純とろ」(とろろ昆布) など

製品の状況

2015年度は、前年度のTVパブリシティによる反動減が影響したとろろ昆布並びに昆布巻等の減少により、昆布製品全体の売上高は前年実績を下回りました。2016年度におきましては、「ふじっ子煮カップ」の豊富なラインナップを活かして、定番売場に「佃煮市場」を演出し、選べる楽しさの訴求とともに活力ある売場づくりに取り組んでまいります。

売上高の推移





豆製品



主要な品群

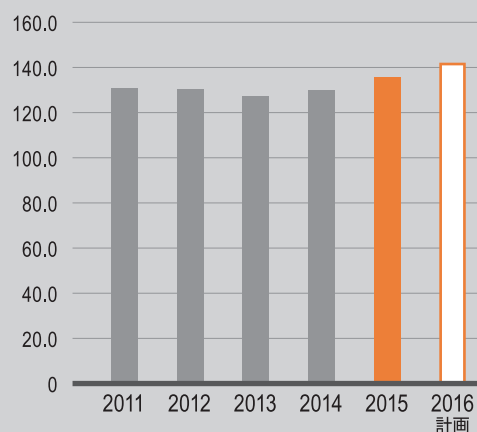
- ・「おまめさん」(煮豆)
- ・「ビーンズキッチン」(水煮・蒸し豆) など

製品の状況

2015年度は、食べきりタイプの煮豆「おまめさん豆小鉢」が好調に推移し、料理にそのまま使える水煮・蒸し豆「ビーンズキッチン」シリーズが大きく伸長したことから、豆製品全体の売上高は前年実績を上回りました。

2016年度におきましては、販売が好調な「豆小鉢」シリーズで売上の底上げを図るとともに、機能性表示食品としてリニューアルをした「ビーンズキッチン 蒸し大豆」をはじめ、水煮・蒸し豆の拡販に注力してまいります。

売上高の推移



ヨーグルト製品



主要な品群

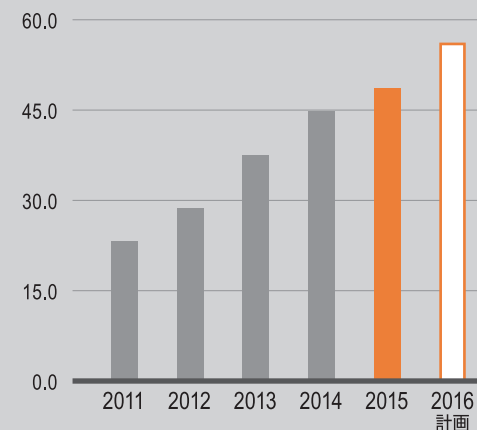
- ・「カスピ海ヨーグルト」
- ・「善玉菌のチカラ」(サプリメント) など

製品の状況

2015年度は、2月より販売再開の「カスピ海ヨーグルトプレーン400g」並びに「カスピ海ヨーグルト脂肪ゼロ400g」の生産一時休止の影響を受けましたが、通信販売チャネルのサプリメント「善玉菌のチカラ」が好調に推移し売上全体をけん引しました。

また、「カスピ海ヨーグルト手づくり用種菌」は、事業開始から累計販売個数が500万セットを突破しました。2016年度におきましては、「カスピ海ヨーグルト」の販売促進のため、フォーラム開催等による普及啓蒙活動と店頭販促活動の強化を同時に進めてまいります。

売上高の推移





デザート製品



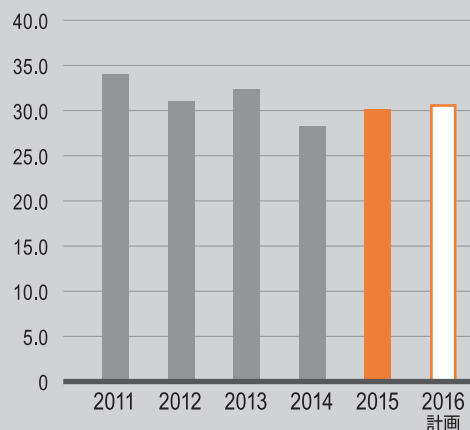
主要な品群 | ・「フルーツセラピー」(チルドゼリー) など

製品の状況

2015年度は、チルドゼリー「フルーツセラピー」において「スイートピンクグアバ」等の期間限定商品の新規投入並びに新たな店頭販促提案など品群の活性化に取り組んだ結果、デザート製品の売上高は前年実績を上回りました。

2016年度におきましては、「フルーツ×お酒」をコンセプトとしてゼリーの2層化技術によりカクテル感を演出したチルドゼリー「大人カクテルジュレ」を発売し、新たなお客さまの獲得によりデザート製品全体の売上拡大に注力してまいります。

売上高の推移



T O P I C S

第37回食品産業優良企業等表彰にて 農林水産大臣賞を受賞しました

「ソフトデリ」は、見栄えや味は通常のもとと変わらずに、咀嚼や嚥下の力が弱い方でも食べやすいスマイルケア食(介護食)です。従来の介護食(きざみ食やミキサー食など)の課題であった見栄えの悪さ、誤嚥の危険性を解決し、高齢者にも安全で豊かな食生活をお届けしたいという想いの詰まった商品です。第37回食品産業優良企業等表彰の食品産業部門において、フジッコはこの「ソフトデリ」を通してソフト食の開発・普及に大きな功績を残したことが認められ、農林水産大臣賞を受賞しました。

介護食の課題

- 見栄えや味の悪さ
- 誤嚥の危険

ソフトデリの特徴

- 見た目そのまま
- 歯ぐきでつぶせるほど柔らかい
- のみこみやすい(喉すべりがよい)



食品産業優良企業等表彰とは 「国民経済の発展及び国民生活の向上に重要な役割を果たしている食品産業に関し、食生活ニーズに対する的確な対応、農工商連携推進等による地域農林水産物の利用増進、生産性の向上、流通の合理化、消費者対応等について、顕著な功績を挙げた者及び食品の製造加工等において高度の技術・技能を有する者に対して、農林水産大臣賞及び農林水産省食料産業局長賞を授与する。」と定められています。



働きやすい職場づくり

ワークライフバランスの充実

フジッコグループでは、従業員がライフイベントに合わせて安心して働けるよう、さまざまな勤務形態並びに休業制度を取り入れ、ワークライフバランスの充実に取り組んでいます。

育児・介護休業制度の取得者数推移

(単位：名)

年 度		2011	2012	2013	2014	2015
育児休業	女性	6	7	12	8	7
	男性	0	0	0	0	0
計		6	7	12	8	7
介護休業	女性	0	0	0	0	0
	男性	0	0	1	0	0
計		0	0	1	0	0
総 計		6	7	13	8	7

集計対象組織：フジッコ株式会社

再雇用者数・障がい者雇用者数・率推移

(単位：名)

年 度	2011	2012	2013	2014	2015
再雇用者数	13	12	6	13	15
障がい者雇用数	27	27	29	31	32
障がい者雇用率	1.77%	1.56%	1.82%	2.01%	1.98%

集計対象組織：フジッコ株式会社

法定障がい者雇用率

2012年度まで：1.8%

2013年度～：2.0%

女性活躍推進委員会の発足

女性活躍の推進を重要な経営課題と認識し、「多様性こそフジッコ成長のチカラ」という方針の下、老若男女問わず多様性を活かした企業を目指してまいります。

2016年4月に、「女性活躍推進委員会」を発足し、いわゆる「女性活躍推進法」に求められている現状把握、改善目標、実行計画について検討を進めてまいります。

ハラスメント防止

セクシャルハラスメント・パワーハラスメントなどの様々な嫌がらせ(ハラスメント)を禁止することを就業規則で明確に定めるとともに、残業や休日その他の労務問題も含めた労務相談窓口を設置し、安心して働ける職場づくりに取り組んでいます。



▲神戸マラソンに出走するフジッコグループ役員及び従業員

働きがいのある職場づくり

業績連動型報酬制度

2015年度より、全社が結束して業績の向上を目指すためのインセンティブプランとして、業績連動型報酬制度を導入しました。

対象者	取締役及び執行役員	管理職	一般社員
制 度	1円ストックオプション	株式給付信託(J-ESOP)	決算賞与
制度の内容	取締役及び執行役員が、株価変動のメリットとリスクを株主の皆さまと共有し、株価上昇及び企業価値向上への貢献意欲を高めるため、1株当たり1円で自己株式の交付を受けることができる権利を割り当てます。	管理職以上の従業員(執行役員を除く)に対し個人の貢献度等に応じてポイントを付与し、一定の条件により受給権を取得したときに当該付与ポイントに相当する当社株式を給付します。	夏・冬の賞与とは別に、業績に応じた決算賞与を支給します。

グッドジョブ表彰

優れた功績をあげた従業員を表彰するグッドジョブ表彰制度を採用しています。

業績への貢献度に応じて、「ホームラン賞」「塁打賞」「ヒット賞」として表彰しています。また、「ホームラン賞」受賞後、更に貢献度が高いと判断された場合は、「社長特別賞」の追加表彰もあります。



|人事総務部より|

フジッコの人材育成は、商品にかかわる原料から販売までを大切にしており、商品を介して、お客さまと繋がる事を最優先に考えております。すなわち、人材育成の要は、食に対する興味と知見を深める事から始まります。さて、世界における日本の立ち位置は、人材確保を考え直す時代に成っており、ダイバーシティを急速に進める必要があります。

フジッコグループにおける女性の採用率は50%を超え、女性の雇用年率も70%近いのですが、これは業態に起因した結果であり、努力の要素は低いと考えます。

特に遅れているのは、管理職に占める女性比率及び障がい者雇用です。これらの対応を急ぐ為に、「設定職種の多様化」や「雇用形態の多様化」を進め、ワークライフバランスの選択肢を増やす試みを進めています。

一方、女性活躍、定年延長、障がい者雇用促進を進める上においては、社員の主体的な業務効率化を促す研修と、職場実験の繰り返しが必要だと考え、取り組みを急いでおります。現在重点的に進めているのが、労務管理と生産性向上を目指す「労務改善委員会」と女性の能力発揮の機会を拡大する「女性活躍推進委員会」の全社的な取り組みです。人事総務部では、これらのコア部門として取り組みを強化しています。



安心・安全な食品づくりは、食品を扱う企業として最も欠かせない要素であるという認識の下、フジッコグループでは、創業以来、安心・安全な製品づくりを心がけております。

今後は、品質にかかる審査・監査・是正のサイクルを適用して品質保証体制の強化を図る一方、お客さま相談室が品質保証にかかる監督機能を強化し、相互連携による全社の品質保証システムの構築を推進してまいります。

食品安全検査室

本社内の「食品安全検査室」において、国内原料・海外原料を問わず、様々な安全検査を実施することで、安心して召し上がっていただける食品をお届けしています。

具体的には、残留農薬検査(全ての農産物原料)、動物用医薬品検査(全ての魚介類・畜産物原料)、遺伝子組換え検査(大豆原料など)、アレルギー物質検査、放射性物質検査です。



検査結果の公開

フジッコグループではウェブサイトにて検査結果を公開しています

「おかず畑」シリーズなどの一部商品について、弊社ウェブサイトを通じてお客さまからのお問い合わせが多い項目

- ① 原材料原産地
- ② 残留農薬検査結果
- ③ 遺伝子組換え検査結果
- ④ 検査日 を公開しています。

下記のウェブサイトにごアクセスいただきお手元の商品パッケージに記載された商品名、賞味期限及び製造番号をご入力いただくと検査結果が表示される仕組みです。ぜひお試しください。



フジッコ 安心

検索

<http://www.fujicco.co.jp/effort/anshin/>



お客さまのご意見を活かす仕組み

お客さまのご意見は貴重な財産です。

お客さまの声を一番にお聞きする「お客様相談室」の第一の使命は、お客さまからのお問合せに対して誠実にお応えし、満足度と信頼性の高い対応を行うことです。

「お客様相談室」は、相談内容からリスクを早期発見し、未然に防止できる「品質保証の強化」、お客さまの声を商品開発や品質改善に活用する「商品開発の支援」、そして、フジッコファンづくりに役立つ「安心・安全の発信」を行える部署を目指しています。

具体的には、毎月1回、「品質保証会議」を開催し、お客さまの声や営業・販売スタッフの情報から抽出した課題に対して、

生産・開発・マーケティング・営業・経営管理といった部門の壁を越える組織横断的な解決方法を検討しています。更に、会議の中で試食会を実施し、味や見た目などの品質はもちろん、パッケージや表示を点検し、商品の改善に役立てています。2016年3月には、毎日頂くお客さまの声を貴重な財産として有効に活用すべく、新たにシステムを整備し、「VOC検索システム」を立上げました。

データベースには、お客さまから頂いたデータが日々格納されており、今後の商品開発・改善に役立てていきます。

お客さまの声による商品改善事例

事例 1 朝のたべるスープ

「朝のたべるスープ」は「立てて温める」という表記が小さいため、商品を横に寝かせたままレンジアップし、破裂して庫内を汚してしまうという問題が発生していました。

そこで文字を大きく目立つように改め、レンジアップ時間も細かく設定し直したところ、お客さまからのお問合せが激減しました。



事例 2 カスピ海ヨーグルト

「カスピ海ヨーグルトプレーン400g」では、「パッケージの賞味期限横にあるA、Bというアルファベットは何？」という質問が毎日のように寄せられていたため、「ライン」という文字を追加し、A、Bは工場の生産ライン記号であることが分かる表記に修正しました。その結果、同様の問合せはほとんどなくなり、お客さまにストレスを感じさせない商品になりました。





環境基本方針

フジッコグループは、「すこやかフジッコ」を合言葉に日本の伝統食・伝統食材に基づいた、健康という付加価値を持った商品を創り出しております。

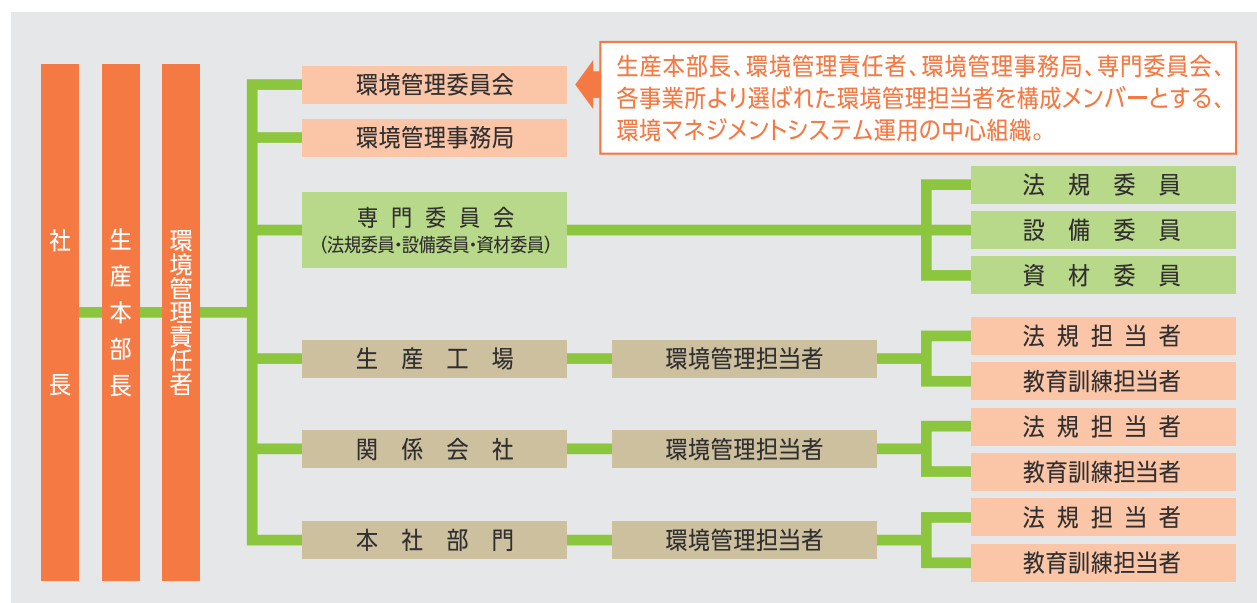
健康という付加価値をもつには、まず、素材と従業員が健康でなくてはなりません。そのためには、地球環境が健康であることが不可欠であります。近年、私たちの住む地球は、科学技術の発達と生活環境の変化によって汚染が進み、食品の安全性を含め生活環境の破滅を招く事態となっております。

ここに、食を通じて社会の役に立ちたいと願うフジッコは各工場において環境に配慮した生産活動を行い、地球環境の改善並びに地球環境への負荷軽減に資するよう、絶えず努力することを誓います。

環境行動指針

- 1 事業活動に関わる環境側面を常に配慮し、環境マネジメントシステムを構築することにより、環境保全活動の継続的な向上を図ります。
- 2 食品工場の宿命として水の使用量が多いこともあり、水質汚濁防止のため工場排水を重点的に管理し、地域社会との共生を図ります。
- 3 主な消費エネルギーである電力や重油の節減に取り組むとともに廃棄物の低減化、リサイクル、リユースにも努力します。
- 4 環境基本法を中心とした環境関連の法律・規制・協定を遵守するとともに、国際環境規格を守ります。
- 5 中期目標と単年度目標を設定し、毎年見直しを行って改善に努めます。

環境管理活動の組織体制



環境負荷低減の取り組み

各工場における環境負荷低減の取り組み（抜粋）

北海道工場

- 照明を見直し、待機電力の削減及び運転の最適化を実施しました。
- 豆の湯がき工程で使用する水量の最適化等を行い水の使用量を削減しました。
- 省エネ委員会が中心となり、省エネ勉強会を実施しました。

浜坂工場

- 冷凍庫開閉時のエネルギーロスを防ぐため、保冷カーテンを取り付けました。
- 焼却していた佃煮ラベルの剥離紙を燃料としてリサイクルを始めました。
- 工場周辺の側溝、道路などのクリーン作戦を2回実施。
定期的に近隣の農道の草刈や溝掃除も行いました。

和田山工場

- 定期的に工場内外の省エネパトロールを実施し、蒸気・水漏れ箇所の修理を早めに行うことで、エネルギーロスを削減しました。また、蒸気漏れが多発するフランジ箇所については、パッキンの材質を見直し、再発防止を図りました。



太陽光発電事業



フジッコグループでは、エネルギー自給率の向上、環境負荷の軽減及び安心して暮らせる社会の実現に微力ながら貢献したいという想いから、2013年7月より工場の屋上などを利用した太陽光発電を行っております。

発電量の推移

2014年度実績

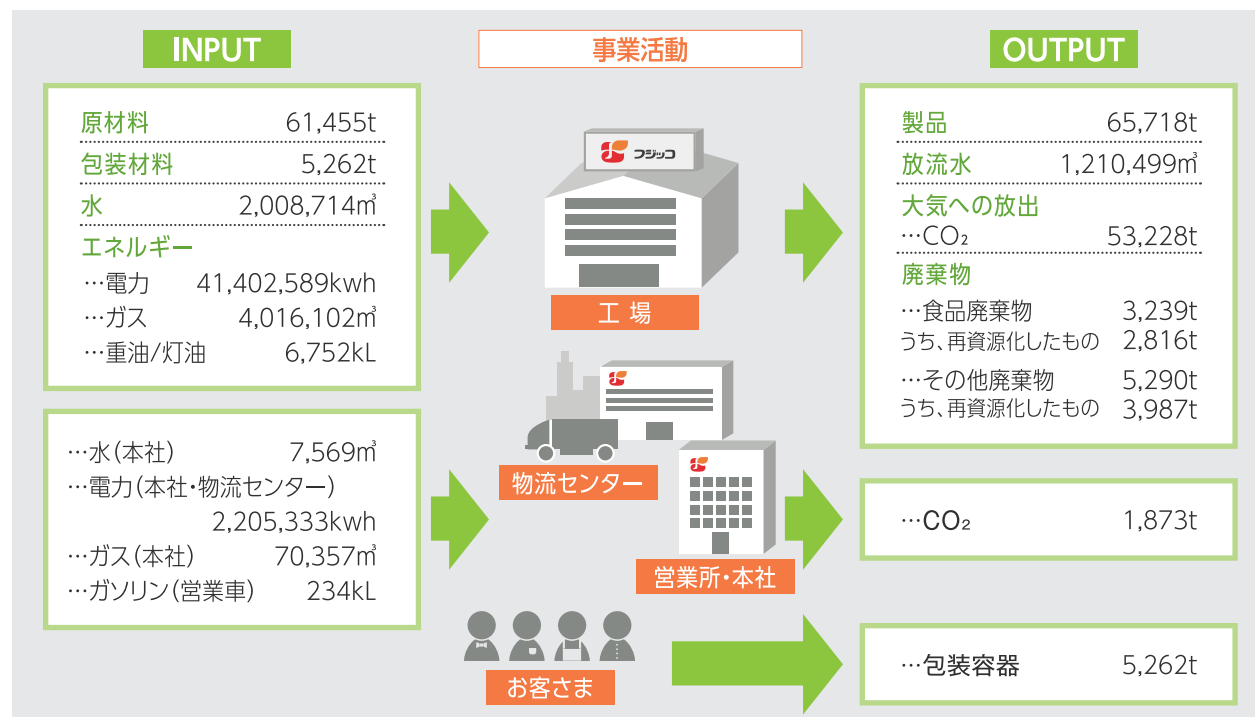
1,210,003kwh

2015年度実績

1,188,565kwh



環境負荷の全体像



フジッコグループの食育活動

和食文化継承のための取り組み

子ども向け

子供たちに日本の食文化をしっかりと身につけ継承してもらいたいという想いから、フジッコグループは、農林水産省の「和食給食応援団」に推進企業として参画しています。その取り組みの一環として、2016年1月には町田市立小山田南小学校（東京都）と茨木市立彩都西小学校（大阪）で、豆や昆布の出前授業を実施しました。



△豆や昆布を使用した特別メニューの給食

親子黒豆作付け体験

子ども向け

毎年6月に兵庫県篠山市で作付けし、11月収穫、12月フジッコ本社でおせち料理教室と、おせち料理に欠かせない黒豆が、どのように畑で育ち、収穫され、食卓に並ぶまでの一連の過程を肌で感じていただく食育プログラムです。今年で8回目となりますが、毎年たくさんのご応募をいただく人気イベントです。



△丹波黒枝豆の収穫の様子

シニアの方の栄養に配慮した料理教室

シニア向け

2016年3月2日、神戸市のフジッコ本社において医学博士・管理栄養士の本多京子氏を講師に、「シニアのためのふだんごはん」と題して、シニアの方に必要な栄養を摂れる「一汁三菜」の料理教室を実施しました。



△「シニアのためのふだんごはん」の様子

VOICE

マーケティング本部 マーケティング推進部 広告宣伝グループ 村岡 路子

食育推進委員会が発足して8年が経過し、それぞれ活動を継続することで充実してきたフジッコの食育活動。当社開発の「まめっ子くん」を活用した豆つかみゲーム、黒豆をテーマにした農地体験や料理教室など、子ども向けの内容だけでなく、豆や昆布を日々の献立に取り入れていただくため、「一菜プラス!」を合言葉に「一汁三菜」献立の実践を様々な場面で訴求しています。また、一昨年前からは「和食給食応援団」の取り組みにも参画しています。従業員を対象にした食育も毎年「食育day」を設けてセミナーの実施や従業員や内定者の希望者を募って黒大豆の生育過程を学ぶための農地体験プログラムも実施しています。今後はさらに和食の美味しさや栄養バランスの良さをより多くの生活者に知っていただくことを目的にそれぞれの活動を進化させ、対象もシニアやより多くの学校施設にも広めて行きたいと考えています。





その他の活動

ネパール大地震 被災者支援

2015年4月25日に発生したネパール大地震では、死者9,000人、負傷者2万人以上と、甚大な被害となりました。

以前よりフジッコグループでは、ヨード欠乏症の根絶を目指して活動している熱田親憲氏により設立された「ネパール・ヨードを支える会」に対して、“昆布ミネラルカプセル”の無償提供で応援してきました。今回の大震災を受けて、被災地で不足しがちであるたんぱく質や食物繊維が豊富な「煎り黒豆」を速やかに無償で提供しました。



●ネパールの被災地にある小学校



ミラノ万博で丹波黒をPR

2015年7月に開催された「ミラノ国際博覧会 兵庫県出展事業」に、兵庫県丹波黒振興協議会の会員企業として参加し、地元・兵庫県の名産である丹波黒黒豆のプロモーションを実施しました。

初めて見る丹波黒に来場者の方々は興味津々。試食の黒豆ジェラートや煮豆も大好評でした。

●日本館におけるプロモーションの様子



神戸マラソンに協賛

毎年11月に行われる地元・神戸の一大イベントである神戸マラソンをフジッコグループはスポンサー企業として応援しています。また、ランナーの皆さまに「ふじっ子(塩こんぶ)」で塩分補給、ゴール後には疲れた身体を優しく温める「朝のたべるスープ」をご用意しました。

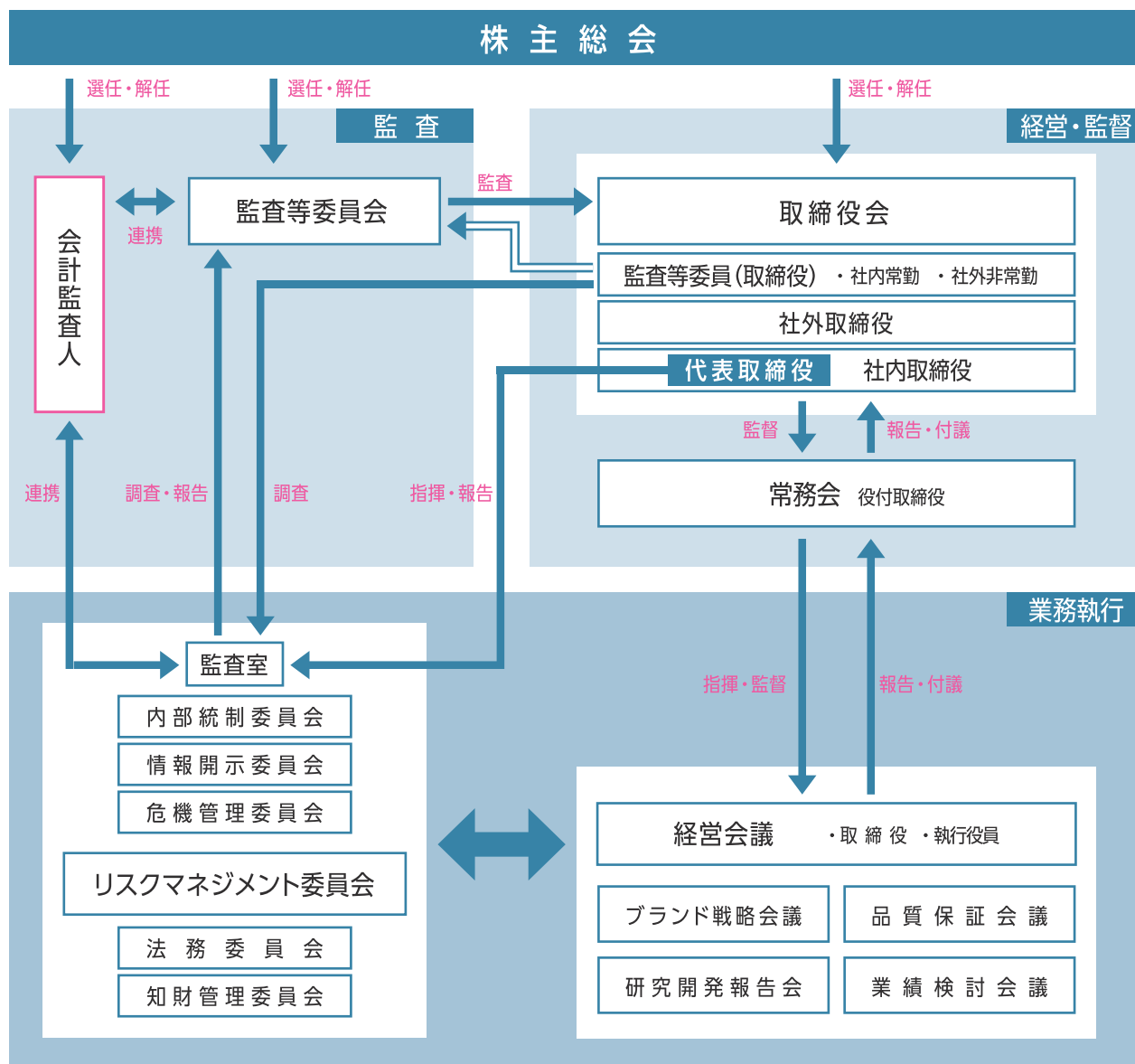
●ミネラル補給に塩こんぶを提供

基本となる考え方

フジッコグループでは、株主の皆さまをはじめ、お客さま、地域社会、従業員などのステークホルダーの皆さまからの信頼を高めるため、法令を遵守し、倫理観をもって企業の社会的責任を果たすこと、また、迅速で正確な情報把握と意思決定及び適時な情報開示を行い、事業活動を通して適切な利益を確保するとともに、フジッコブランドの強化と資産の有効活用を通して、企業価値を高めていくことを基本方針としています。



》》コーポレート・ガバナンス体制図



監査等委員会設置会社への移行

フジッコグループは、2016年6月22日開催の第56回定時株主総会の承認を経て、監査等委員会設置会社に移行いたしました。

構成員の過半数を社外取締役とする監査等委員会を置き、複数の社外取締役の選任を通じて取締役会の監督機能を強化するとともに、経営の透明性・客観性を向上させることにより、コーポレート・ガバナンスの一層の強化を図ってまいります。

常勤監査等委員は監査等委員会委員長として全ての取締役会、常務会、経営会議等の重要会議に出席し、必要な意見を述べるとともに、取締役並びに執行役員の職務執行の状況を監視する体制となっております。また、監査等委員会は原則として毎月1回、ただし必要なときは随時開催し、監査等に関する意見交換、協議を行ってまいります。

一方、フジッコグループは、2015年4月より執行役員制度を導入しており、取締役の監督機能と執行役員の業務執行機能の分離を進め、経営責任の明確化及び意思決定と業務執行のスピードアップを図っております。

これらを含めたコーポレート・ガバナンスの強化を推進し、グループ全体の企業価値向上を目指してまいります。

リスクマネジメントの横断活動による推進

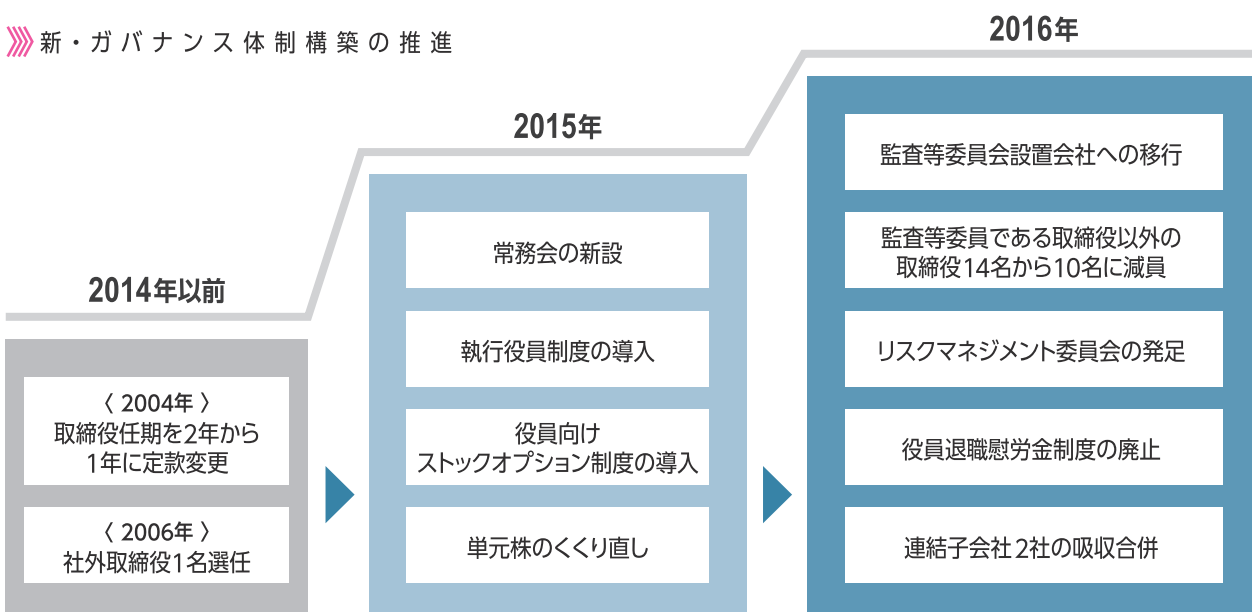
持続的な成長と中長期的な企業価値の最大化に向け、経営資源の再配分による新たな事業の成長戦略の構築を進めるにあたり、企業を取り巻くリスクも多様化し、自己責任の増大により、リスクがもたらす損害を最小限に抑えることが不可欠となってきました。

リスクマネジメントとは、企業のガバナンスの一部を構成する全社的なしくみで、事業に伴うリスクを明確化し、リスクを低減する対策を整備、継続的にモニタリングすることにより、企業価値を高めるものと認識しております。

フジッコグループは、2015年4月に1年間限定の「リスク対策プロジェクト」を発足させました。リスクに対する認識を統一するため、全役員・社員を対象とした勉強会を実施いたしました。続いて、全社のリスクを把握するため、全役員・社員を対象としたリスクアンケートを実施し、アンケート結果を①発生すると損害が大きいもの ②発生頻度が高いもの ③対策が不十分なものの視点で点数化し、リスク項目のランキングを行いました。

2016年4月、代表取締役社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を発足させました。選定リスクごとに対策プロジェクトを発足させ、現場の実態調査から始め、対策プランの立案と実行により、同様のリスクが顕在化しないよう問題解決を図ってまいります。

新・ガバナンス体制構築の推進



取締役 (2016年6月22日時点)

経営理念

長期の業績推移

フジッコグループの価値創造

トップメッセージ

新・中期経営計画

新・中期経営計画

事業概況

事業概況

代表取締役社長 営業本部長	フワイ 福井	マサカズ 正一
1995年	当社入社	
1996年	取締役就任	
2000年	常務取締役就任	
2002年	専務取締役就任	
2004年	代表取締役社長就任 (現任)	
2016年	営業本部長就任 (現任)	

専務取締役 経営管理本部長兼システム企画室長	オクヒラ 奥平	タケノリ 武則
1974年	当社入社	
1996年	取締役就任	
2004年	常務取締役就任	
2007年	専務取締役就任 (現任)	
2012年	経営管理本部長就任 (現任)	
2015年	経営管理本部システム企画室長就任 (現任)	

常務取締役 デリカ事業部長兼海外貿易準備室長	ムネカタ 宗形	トヨキ 豊喜
1977年	当社入社	
2002年	取締役就任	
2008年	常務取締役就任 (現任)	
2013年	生産本部長就任	
2016年	デリカ事業部長兼海外貿易準備室長就任 (現任)	

常務取締役 生産本部長	カゴタニ 籠谷	カズノリ 一徳
1982年	当社入社	
2004年	取締役就任	
2008年	常務取締役就任 (現任)	
	営業本部長就任	
2016年	生産本部長就任 (現任)	

取締役 お客様相談室長	ハギワラ 萩原	イクオ 郁夫
1977年	当社入社	
2002年	管理本部人事総務部長就任	
2003年	取締役就任 (現任)	
2012年	人事総務部長就任	
2015年	フジッコフーズ株式会社代表取締役社長就任	
2016年	お客様相談室長就任 (現任)	

取締役 人事総務部長	ヤマダ 山田	カツシゲ 勝重
1978年	当社入社	
2004年	取締役就任 (現任)	
	開発本部長兼商品開発部長兼技術開発部長就任	
2009年	フジコン食品株式会社代表取締役社長就任	
2012年	開発本部長就任	
2015年	人事総務部長就任 (現任)	

取締役 開発本部長	イシダ 石田	ヨシタカ 吉隆
1983年	当社入社	
2007年	営業本部東日本営業統括部長就任	
	取締役就任 (現任)	
2012年	経営管理本部経営企画室長就任	
2015年	開発本部長就任 (現任)	

取締役 営業本部副本部長兼ロジスティクス推進部長	カワチ 河内	シゲル 茂
1977年	当社入社	
2008年	取締役就任 (現任)	
	営業本部西日本営業統括部長就任	
2014年	営業本部営業統括部長就任	
2015年	営業本部副本部長就任 (現任)	
2016年	ロジスティクス推進部長就任 (現任)	

取締役 マーケティング本部長兼マーケティング推進部長	キタジマ 北島	ミキヤ 幹也
2004年	当社入社	
2007年	営業本部営業企画室長就任	
2008年	取締役就任 (現任)	
2012年	開発本部副本部長兼商品企画室長就任	
2014年	マーケティング本部長就任 (現任)	
2015年	マーケティング推進部長就任 (現任)	

社外取締役 (独立役員)	ワタナベ 渡邊	ショウタロウ 正太郎
1960年	花王石鹼株式会社 (現花王株式会社) 入社	
1988年	花王石鹼株式会社代表取締役副社長	
2002年	社団法人経済同友会副代表幹事・専務理事	
2006年	社団法人経済同友会終身幹事 (現任)	
	早稲田大学監事 (現任)	
2008年	当社社外監査役就任	
2012年	当社社外監査役退任	
2015年	当社社外取締役就任 (現任)	

取締役 監査等委員	ヤマサキ 山崎	アキフミ 章史
1979年	当社入社	
2003年	フジッコフーズ株式会社代表取締役社長就任	
2008年	取締役就任	
	生産本部鳴尾生産事業部長就任	
2015年	ロジスティクス推進部長就任	
2016年	取締役監査等委員就任 (現任)	

社外取締役 監査等委員 (独立役員)	イシダ 石田	アキラ 昭
1971年	等松・青木監査法人	
	(現有限責任監査法人トーマツ) 入社	
1984年	社員	
1992年	代表社員 (現パートナー)	
2012年	有限責任監査法人トーマツ退職	
	株式会社京写 社外監査役 (現任)	
2013年	当社社外監査役就任	
2016年	当社社外取締役監査等委員就任 (現任)	

社外取締役 監査等委員 (独立役員)	ヒキノ 曳野	タカシ 孝
1992年	ハーバード・ビジネス・スクール経営部門主任研究員	
1998年	京都大学大学院経営学研究科・経済学部助教授	
2015年	コッチ大学管理科学・経済学部併任教授 (現任)	
2016年	京都大学経営管理大学院客員教授 (現任)	
	当社社外取締役監査等委員就任 (現任)	

株主・投資家の皆さまとともに

フジッコグループでは、株主や投資家の皆さまと長期的な信頼関係を築くため、適時・適切なコミュニケーションの充実を図っています。

2015年度に実施したこと

① 単元株式数の引き下げ

単元株式数 1,000株⇒100株へ変更(2015年9月1日以降)

② 情報の積極開示

各種説明会の実施回数(2015年度)

決算説明会	1回(2016年度は2回を予定)
工場見学会	1回
個別ミーティング・スモールミーティング	60回

株主優待制度

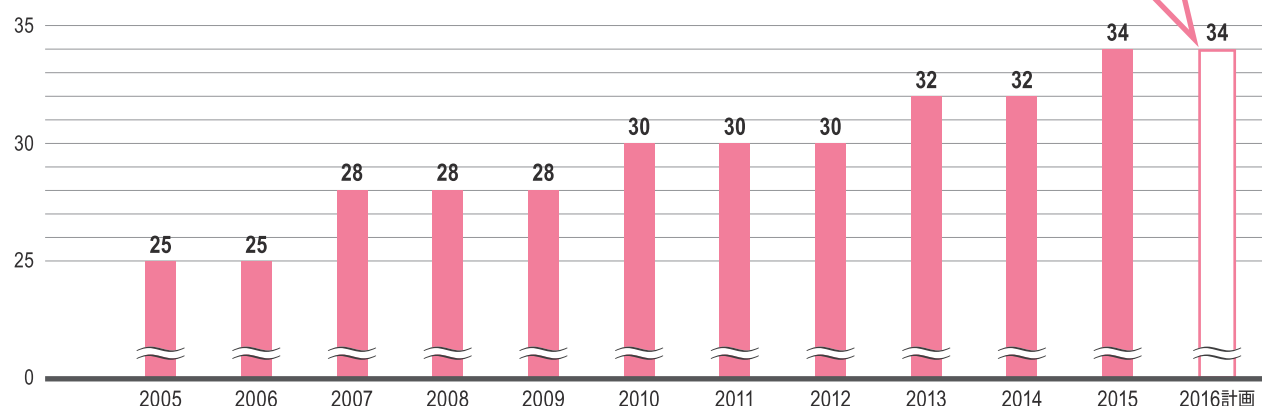
株主還元の一環として、3月31日に単元株式数以上の株式を保有する株主さまへ、毎年6月にフジッコ製品の詰め合わせをお届けしています。

所有株式数	優待内容
100株以上 1,000株未満の株主さま	1,000円相当の 自社製品詰め合わせ 
1,000株以上の株主さま	3,000円相当の 自社製品詰め合わせ 

配当方針

剰余金の配当は、中間配当及び期末配当の年2回を基本方針としております。
収益性の向上と財務体質の強化に努め、着実に業績を向上させ、安定配当を図ってまいります。

1株当たり配当金(円)の推移



2016年度年間配当は
34円/株を予定

人財

安心・安全

環境への配慮

社会との関わり

コーポレート・ガバナンス

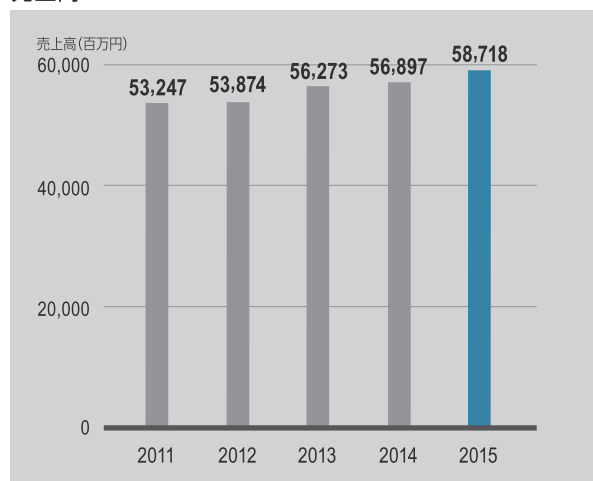
取締役

株主・投資家の皆さま

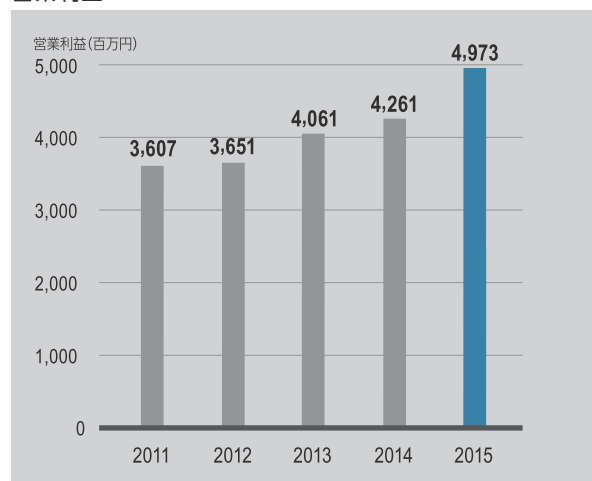
財務・非財務ハイライト

財務

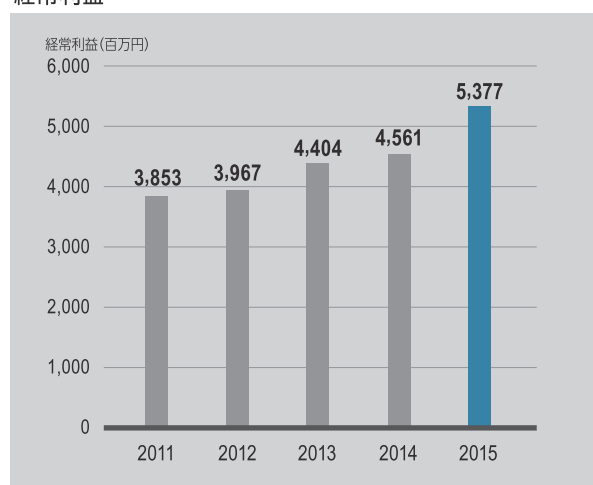
売上高



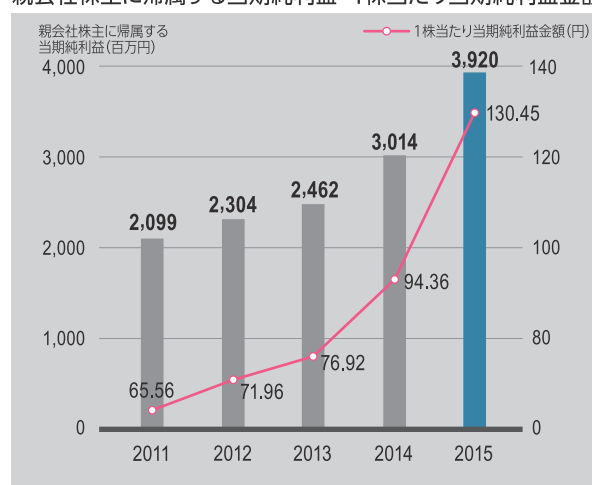
営業利益



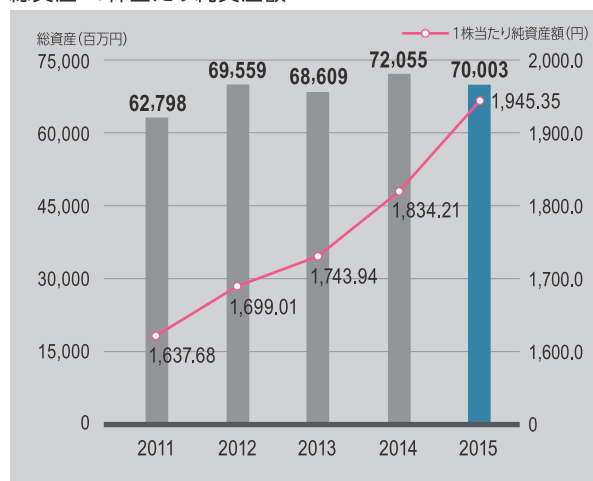
経常利益



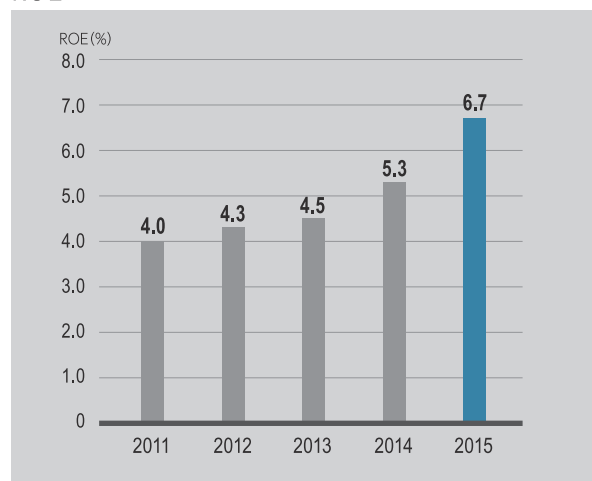
親会社株主に帰属する当期純利益・1株当たり当期純利益金額



総資産・1株当たり純資産額

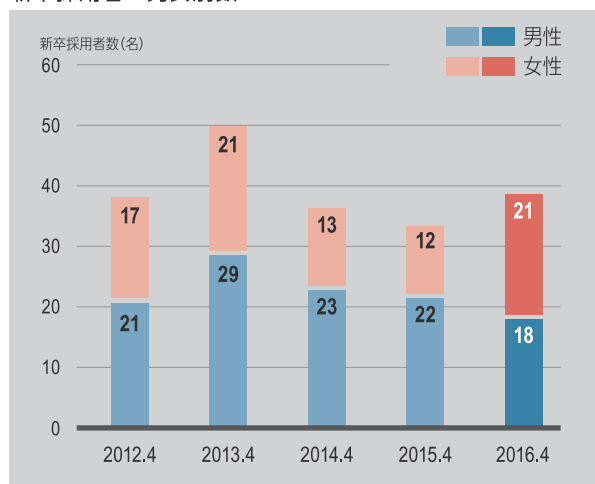


ROE

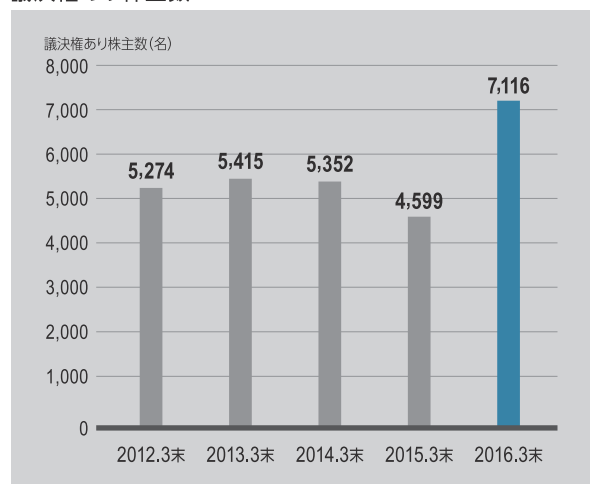


非財務

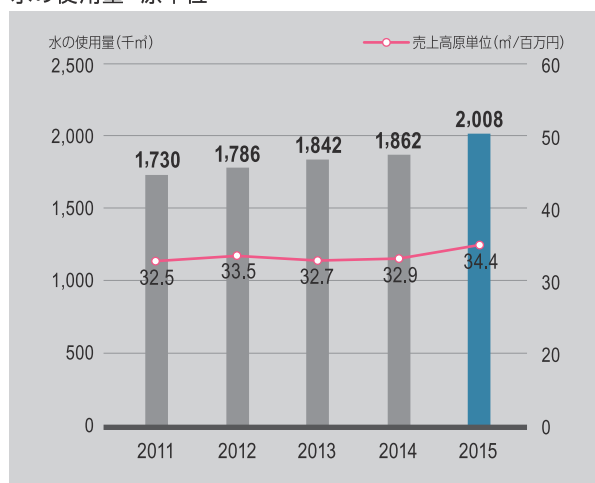
新卒採用者 男女別数



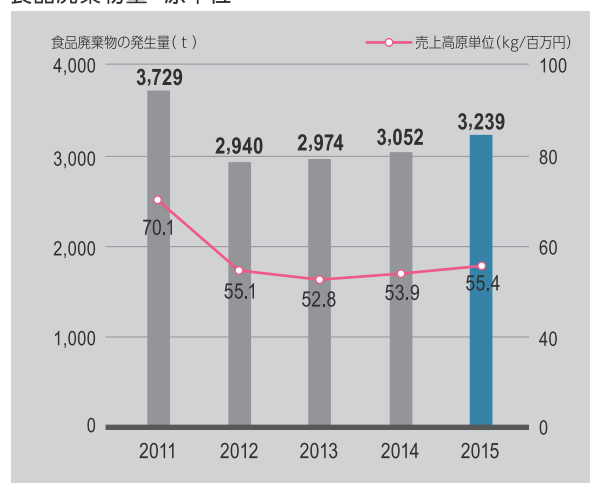
議決権あり株主数



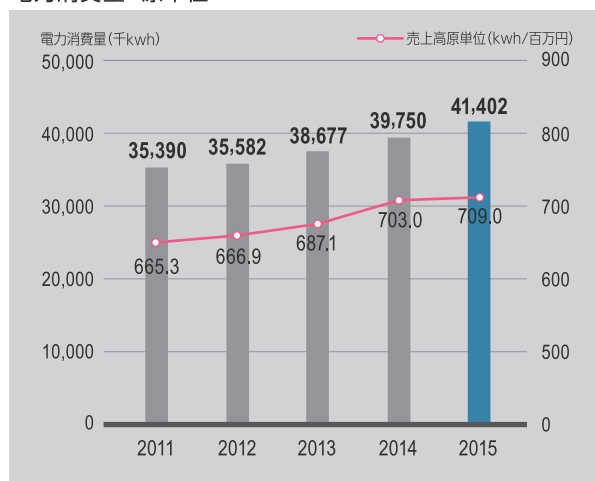
水の使用量・原単位



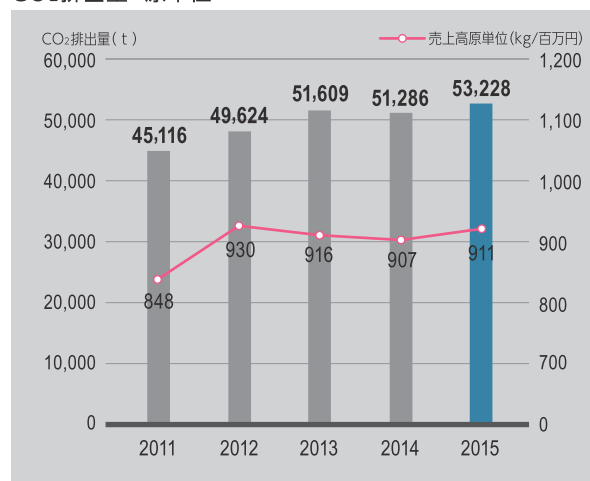
食品廃棄物量・原単位



電力消費量・原単位



CO₂排出量・原単位



最後までご覧いただき、ありがとうございました。

食よく、バランスよく。

「新・日本型食生活」をめざして

®

フジッコグループについて

会社概要 (2016年3月31日現在)

本 社 所 在 地：〒650-8558 神戸市中央区港島中町6丁目13番地4

創 業：1960年11月7日

資 本 金：65億66百万円

発行済株式数：34,991,521

議決権あり株主数：7,116

従業員数(連結)：2,149

株主総会開催日：2016年6月22日

工 場：兵庫3、埼玉1、千葉1、神奈川1、北海道1、鳥取1

物 流 セ ン ター：兵庫1、埼玉1

営 業 所：全国21拠点

連 結 子 会 社：フジッコワイナリー株式会社
味富士株式会社

〈この冊子に関するお問い合わせ〉

フジッコ株式会社 経営企画部

〒650-8558 神戸市中央区港島中町6丁目13番地4

Tel.078-303-5921