



**2018**

**FUJICCO REPORT**

事業・社会・環境・ガバナンス統合報告  
[2018年3月期]

# 新企業理念

— 企業理念 —

## フジッコの心

— 社 是 —

## 創造 - 路

Always Be Creative

～仕事を創造し 商品を創造し 人生を創造する～

### 私たちの目指す姿

自然の恵みに感謝し 美味しさを革新しつづけ  
全ての人々を元気で幸せにする 健康創造企業を目指します

### 5つの行動指針

会社の持続的な発展とすこやかな社会の実現のために  
私たちは変わります!

#### 情熱

#### 熱くなれ!

情熱は 周囲を巻き込み 意識と行動を引き出す

#### 変革

#### 変化を歓迎せよ!

知識と感性を磨き 時代の一步先を行け

#### 挑戦

#### 失敗を恐れず 挑戦せよ!

挑戦は 新たな価値を創造する

#### 結束

#### 志を一つにせよ!

決まったことは 実行あるのみ

#### 尊重

#### 謙虚に耳を傾けよ!

互いを尊重する姿勢は 新しい気づきを生む

## フジッコレポート 2018 Contents



- 01 新企業理念
- 02 トップメッセージ
- 03 2017年度を振り返って
- 05 創業からの業績推移
- 07 事業の概況
- 11 消費者志向経営の取り組み
- 13 安心・安全のために
- 15 人 財
- 17 株主・投資家の皆様とともに
- 19 ESGの基本方針
- 21 環 境 Environment
- 23 社 会 Society
- 25 ガバナンス Governance
- 27 取締役・執行役員
- 29 企業価値向上の成果

### 発行にあたって

2003年から、フジッコグループでは、「環境報告書」を発行を開始、2007年には、社会貢献を加えた「社会・環境報告書」の発行を始めました。そして2016年より、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「フジッコレポート」の発行を開始しました。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事項

この資料には、フジッコグループ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、フジッコグループが計画・予測したものです。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、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。

# トップメッセージ

新企業理念のもと、  
私たちは変わります！

フジッコ株式会社  
代表取締役社長

福井 一



## 新企業理念について

フジッコグループは、2018年4月から新企業理念をスタートさせました。企業理念を再構築した目的は、次のとおりです。

1. フジッコの風土改革を促進するきっかけとする
2. 社会におけるフジッコの存在意義を明らかにする
3. 従業員が共通の価値観を共有する

つまり、今回誕生した新企業理念は、従業員に求める行動指針をわかりやすく明文化したものであり、従業員の自主性を育む組織風土をより一層醸成することができるよう、従業員一人ひとりの「変革」を促す内容となっています。

私たちの目指す姿では、全ての判断基準となる目指す方向性をわかりやすい言葉で示しました。

「自然の恵みに感謝し」は、フジッコの事業が自然の恵みの下に成り立っていること、生産者・原産地の環境などにも想いを馳せ、私事として共に解決を図る姿、

「美味しさを革新しつづけ」は、現状を打破して飛躍的に良い商品づくりを追究する姿、

「全ての人々を元気で幸せにする 健康創造企業を目指します」は、全てのステークホルダーの皆様へ健康と幸せをお届けする姿、そして従業員が健康で、いきいきと「元気」に働ける組織風土を表現しました。

1960年創業のフジッコはまもなく60周年を迎えます。フジッコグループがステークホルダーの皆様へ幸せを与える会社になるため、そして従業員が健康でいきいきと元気に働ける組織風土に変革するため、新企業理念のもとで心機一転取り組んでまいります。

ステークホルダーの皆様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。

# 2017年度を振り返って

## 2017年度実績(連結)

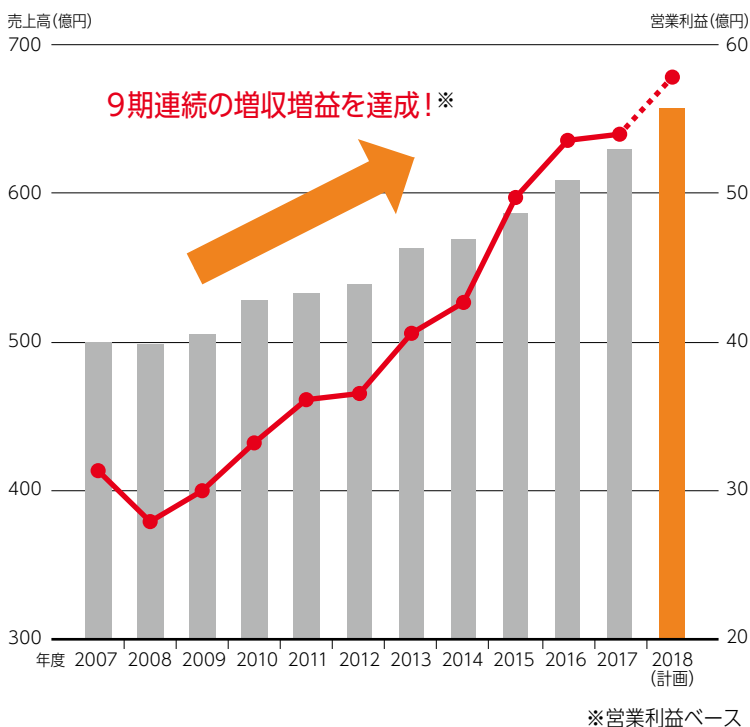
売上高 **629億17百万円**  
(前期比 3.4%増)

営業利益 **53億96百万円**  
(前期比 0.8%増)

経常利益 **57億28百万円**  
(前期比 0.4%増)

親会社株主に  
帰属する  
当期純利益 **40億23百万円**  
(前期比 6.1%増)

## 売上高と営業利益の推移



## 2017年度の業績について

フジッコグループは、中期3か年計画の2年目として、効率経営の追求とともに、「消費者志向自主宣言」の下、ブランド価値向上並びに製品事故対策に取り組み、「安心・安全・健康」の価値創造基盤の再強化に注力しました。

売上高は、成長品群の惣菜製品をはじめ、全ての製品分類において前年実績を上回ったことから、629億17百万円(前期比3.4%増)となりました。

また、利益面では、人件費及びエネルギー費用等の増加で売上原価率が上昇しましたが、売上高の増加に加え、経費節減の活動に取り組んだ結果、営業利益は53億96百万円(前期比0.8%増)、経常利益は57億28百万円(前期比0.4%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は40億23百万円(前期比6.1%増)となりました。

これらの結果、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しました。

## 「消費者志向自主宣言」具現化に向けて

創業当時から消費者志向を掲げ、製造年月日表示や合成保存料の撤廃など「安心・安全・健康」な製品をお客様にお届けするため自主的な取り組みを続けてきたフジッコグループですが、「消費者志向自主宣言」を2017年1月16日に公表したことで、その取り組みを深化させることを改めてお約束しました。

2017年度は、全社テーマ「実行力を発揮し 安心・安全の徹底とともに ブランド価値を高めよう」の下、経営の基本を“お客様第一”に考え、「安心・安全・健康」の品質第一主義が社会の持続的発展に貢献することを目指す消費者志向経営の社内

## 主要業績管理指標(KPI)

### 1人当たり(人時)生産性<sup>にんじ</sup>

#### 部門別指標設定

- 販売部門 所属別(人時)粗利
- 生産部門 工程別(人時)出来高
- ロジスティクス部門 1c/s当たりの配送コスト
- 開発部門(研究開発) 1人当たり年間論文数(商品開発) 新商品革新比率

### 1人当たり(人・月)残業時間

#### 全所属別残業時間低減目標設定(前期比)

体制づくりに着手しました。2018年度に向けては、「消費者志向」を製造や開発スタッフのみならずバックオフィス部門を含めすべての従業員一人ひとりの行動が変わることを目指し、「消費者志向自主宣言」の具現化に取り組んでいきます。

### 働き方改革への取り組み

全ての従業員がいきいきと「元気に」働ける企業風土、環境づくりの取り組みも進行中です。2017年度は、ダイバーシティ推進室を新設し、フジッコ流の働き方改革の取り組み「すこやかフジッコ大作戦」の展開を開始しました。この作戦では、長時間労働を前提としない働き方を追求し、毎週金曜日の定時退社を推奨する「はよかえるDAY」、18時以降の社内電話禁止、有給休暇取得促進等に取り組ましました。しかしながら、一方では労働力不足という社会的課題にも

## 2018年度計画(連結)

売上高 **657億円**  
(前期比 4.4%増)

営業利益 **57億80百万円**  
(前期比 7.1%増)

経常利益 **60億80百万円**  
(前期比 6.1%増)

親会社株主に  
帰属する  
当期純利益 **42億円**  
(前期比 4.4%増)

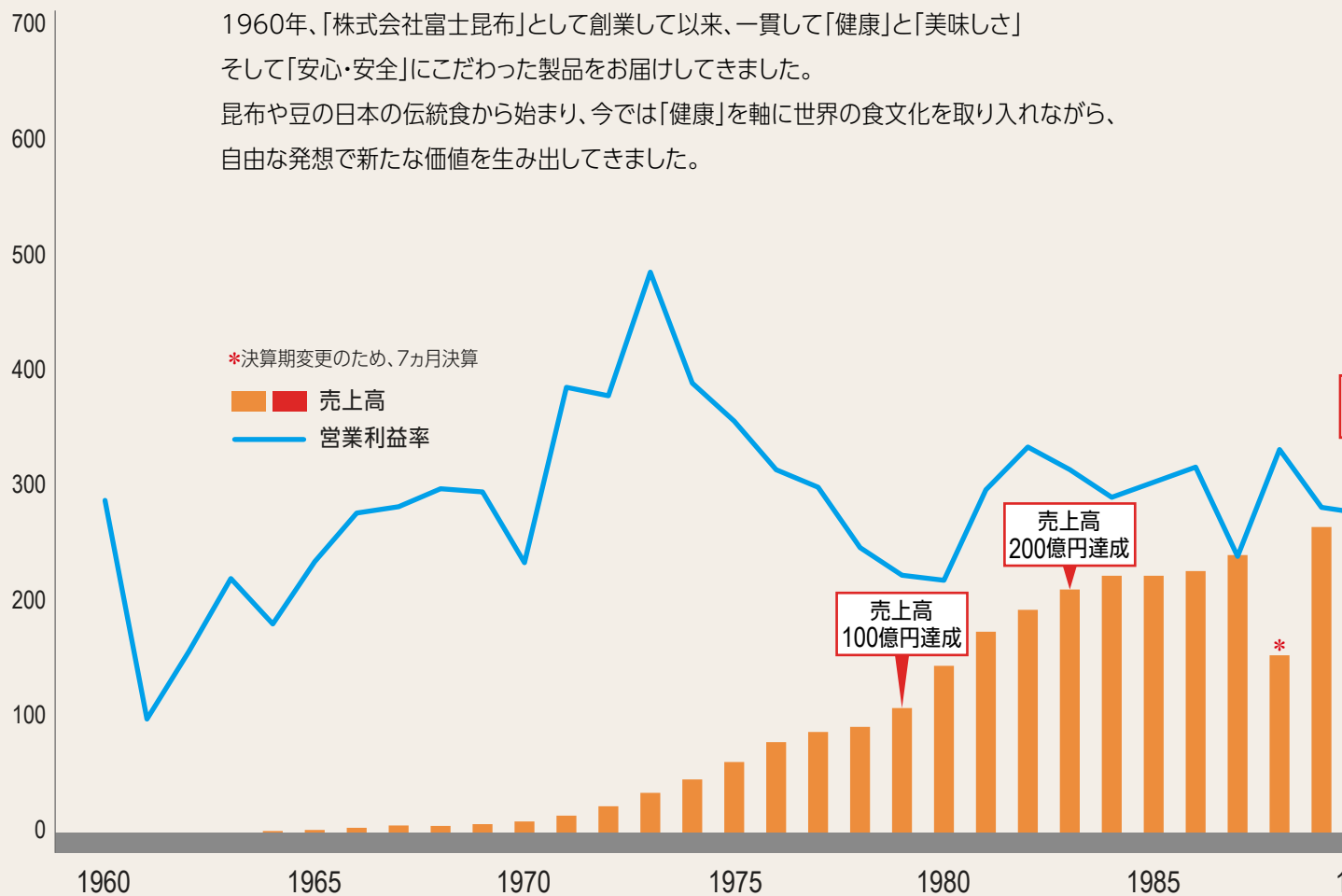
取り組まなければなりません。ワークライフバランスの改善そのものが目的化してしまい「労働力の制約」とならないためには、生産性を向上させて付加価値を高めることが不可欠です。2018年度からは生産性の主要業績管理指標(KPI)として「1人当たり(人時)生産性<sup>にんじ</sup>」を経営管理に取り入れ、全社的に取り組みを進めていきます。

2018年度は中期3か年計画の最終年度であります。次年度よりスタートする新・中期3か年計画(2019年度～2021年度)に向け、2017年度で9期連続となった増収増益<sup>\*</sup>を絶やさずバトンタッチができるよう全社一丸となり取り組んでいきます。

<sup>\*</sup>営業利益ベース

# 創業からの業績推移

売上高(億円)



1960年、「株式会社富士昆布」として創業して以来、一貫して「健康」と「美味しさ」そして「安心・安全」にこだわった製品をお届けしてきました。

昆布や豆の日本の伝統食から始まり、今では「健康」を軸に世界の食文化を取り入れながら、自由な発想で新たな価値を生み出してきました。

\*決算期変更のため、7ヵ月決算

■ 売上高  
— 営業利益率

売上高  
200億円達成

売上高  
100億円達成

\*

## 製品の歴史

1966 「ふじっ子」発売



1970 脱サッカリンの「純とろ」発売



1971 佃煮の革命児「ふじっ子煮」開発成功



1987 「つけもの百選」発売



「しば漬食べたい」で大ブーム

1989 日配惣菜の本格生産開始

1992 フジクレールワイン販売開始

1960

とろろ昆布が店頭での量り売りが一般的だった中、全国規模での個包装による販売を開始



とろろ昆布切削機(1960年頃)

1976

合成保存料、合成着色料、漂白剤不使用の「おまめさん」発売



おまめさん TVCM(1978年末頃)

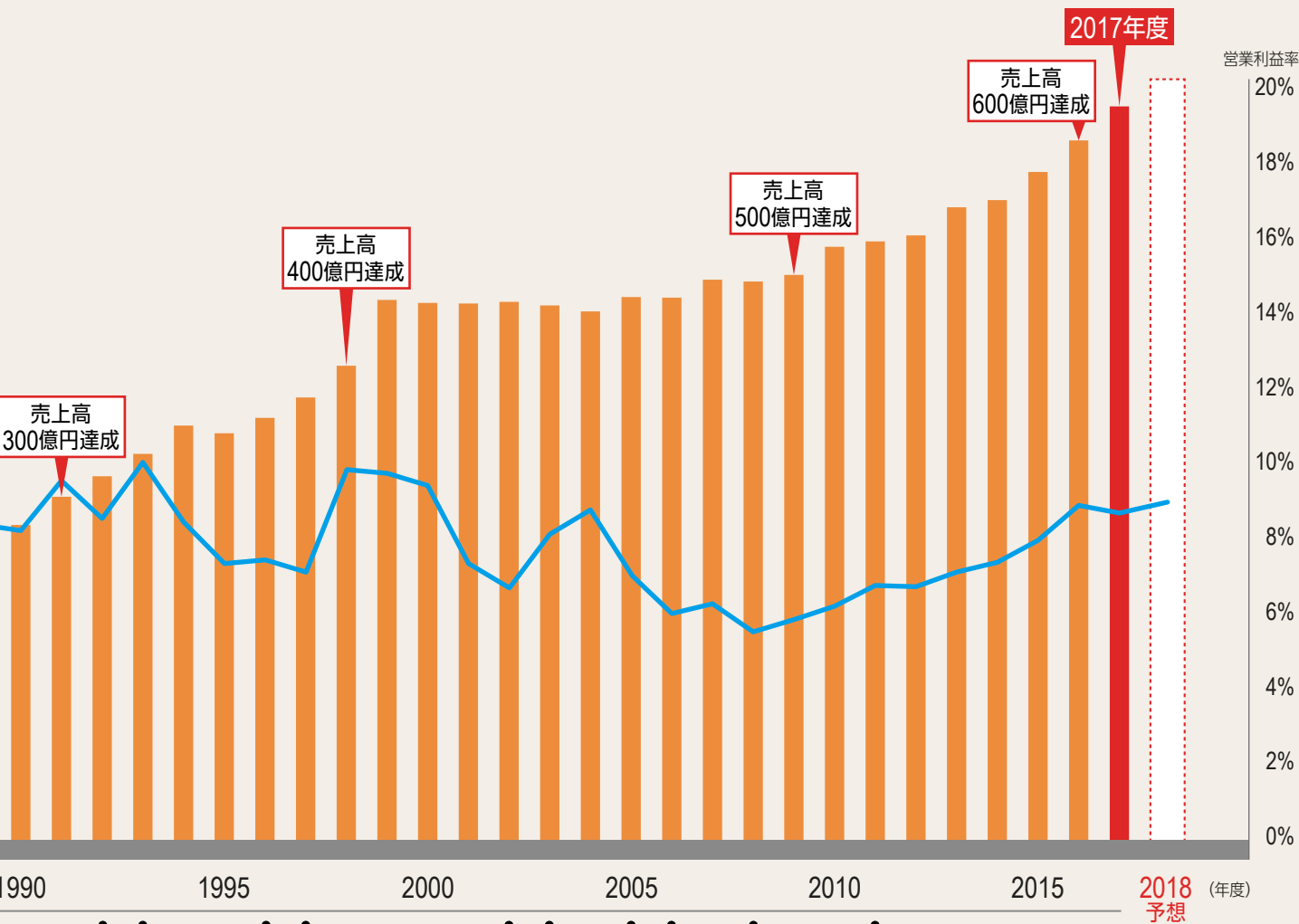


1993

ナタデココの自社生産を開始



日本経済新聞(1993年7月28日)



**1996**  
通信販売  
事業開始

**1997**  
買い置きできる野菜  
中心の健康おかずと  
して包装惣菜「おかず  
畑」をシリーズ化



**2002**  
「カスピ海ヨーグルト」  
種菌生産開始  
ジョージアでの研究



**2003**  
ナタデココ入りのチルドゼリー  
「フルーツセラピー」発売

**2006**  
食べきりタイプの煮豆「やわふく」  
(現・「豆小鉢」)発売

**2005**  
「カスピ海ヨーグルトプレーン400g」  
発売



**2011**  
「朝のたべるスープ」発売

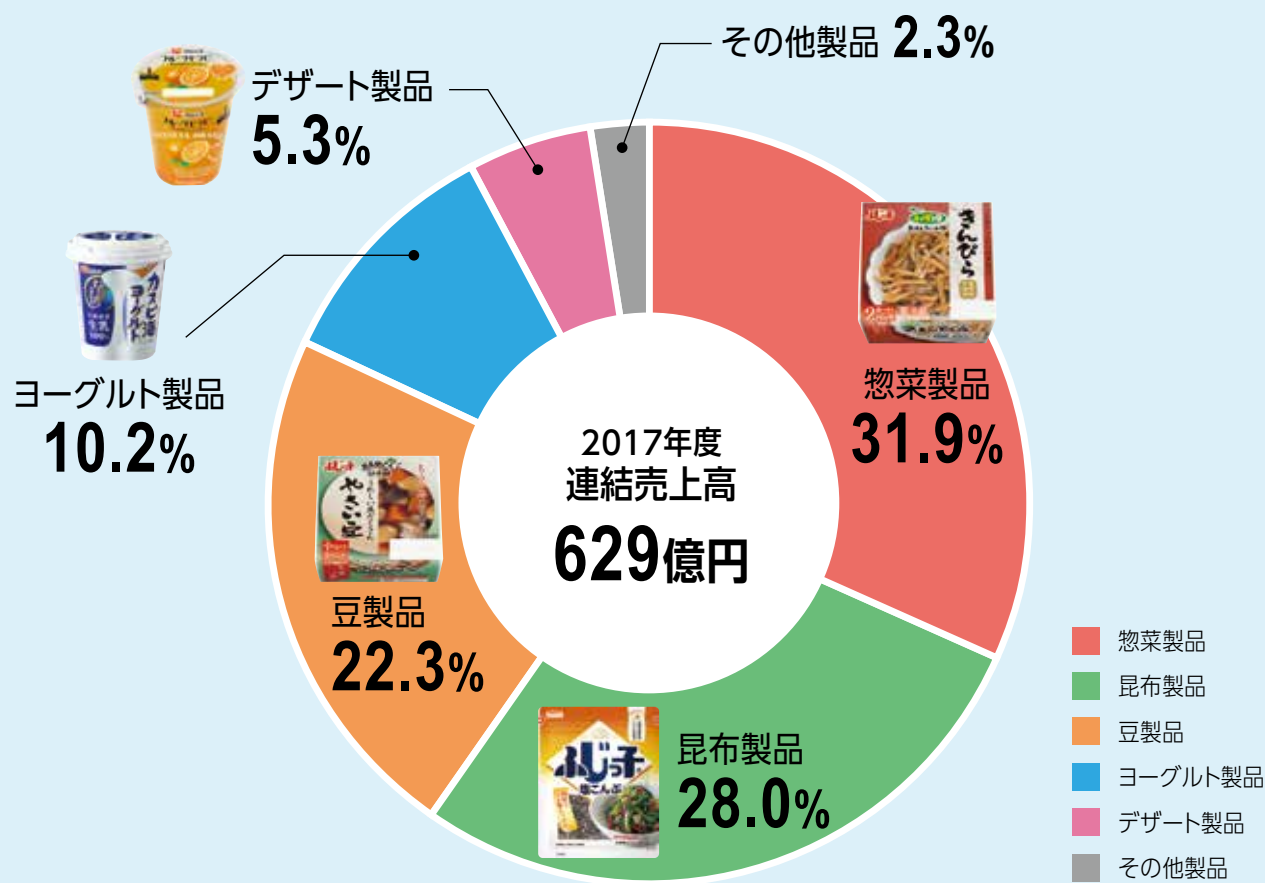


**2008**  
味や見た目は常食そのままの  
介護食「ソフトデリ」発売

# 事業の概況

2017年度は、9期連続の増収増益(営業利益ベース)を達成し、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の全てにおいて過去最高を更新しました。食べきりタイプの「おばんざい小鉢」(惣菜)や「豆小鉢」(煮豆)といった美味しさと利便性を兼ね備えた製品が時代のニーズをとらえて躍進しています。

製品分類別売上構成比



## 2017年度トピックス

### 良かった点

- 売上高、営業利益、経常利益、当期純利益とも過去最高を更新
- 9期連続で増収増益を達成(営業利益ベース)
- 全ての製品分類で伸長
- 包装惣菜「おばんざい小鉢」の躍進
- コストダウン活動の取り組み

### 悪かった点

- 売上原価率が前期より悪化
- 塩こんぶ、ヨーグルトは期待には届かず





## 惣菜製品



買い置きできて手軽に使える包装惣菜や、出来立てのフレッシュな日配惣菜から構成されています。

2017年度 売上高

**200億64百万円**  
(前期比 6.0%増)

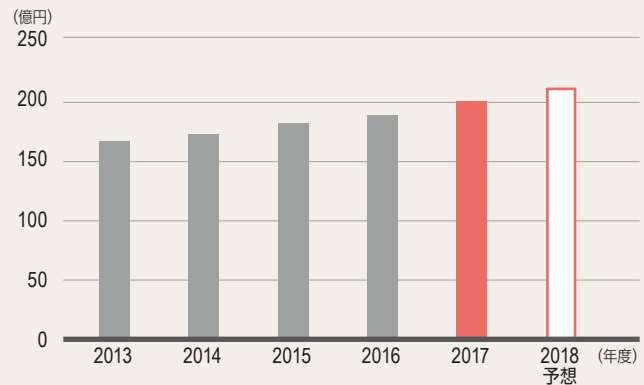
### 【製品の状況】

惣菜製品は、日配惣菜の持続的な成長とともに、平成29年9月より販売エリアを首都圏・近畿圏から全国に拡大した食べきりタイプの「おばんざい小鉢」シリーズが飛躍的に成長したことから、包装惣菜は大きく伸長しました。その結果、惣菜製品の売上高は200億64百万円(前期比6.0%増)となりました。

### 【次年度の見通し】

2018年度は、日配惣菜では売上高の拡大と収益性向上のバランス改善に努めるとともに、包装惣菜では「おばんざい小鉢」の更なる販売拡大と商品ラインナップの充実に注力します。

### 売上高の推移



## 昆布製品



ご飯の友の昆布佃煮や塩こんぶ、創業商品のとろろ昆布など、フジッコのルーツである製品です。

2017年度 売上高

**176億19百万円**  
(前期比 0.6%増)

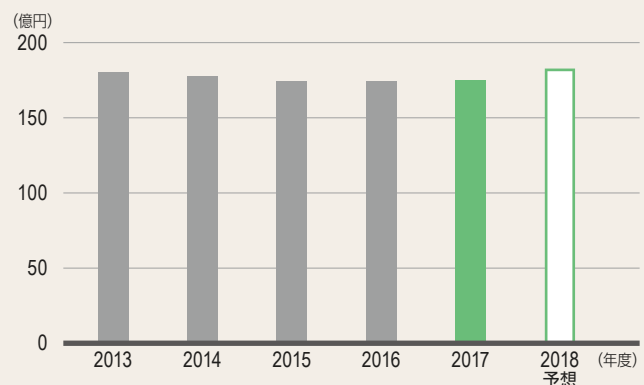
### 【製品の状況】

昆布製品は、業務用チャネルの拡大等にも取り組んだ塩こんぶが大きく伸長したことから、昆布製品の売上高は176億19百万円(前期比0.6%増)となりました。

### 【次年度の見通し】

2018年度は、塩こんぶにおいて、調味料用途に特化した卓上タイプの新商品「ふりふり塩こんぶ」の普及と定着を図るべく、食シーンの拡大に取り組むことにより、昆布製品全体の売上の再成長に注力します。

### 売上高の推移





## 豆製品



おなじみの「おまめさん」シリーズをはじめ、様々な料理にアレンジしていただける水煮や蒸し豆などますます拡がりをみせる製品です。

2017年度 売上高

**140億63百万円**  
(前期比 2.6%増)

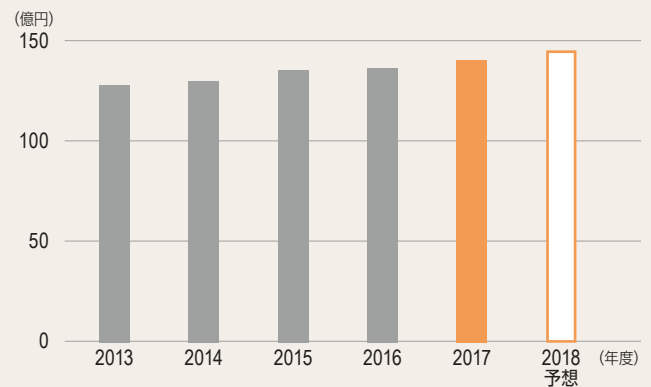
### 【製品の状況】

豆製品は、食べきりタイプの煮豆「おまめさん豆小鉢」や、「そのままがおいしい蒸し大豆」など蒸し豆が顕著に伸長したことから、豆製品の売上高は140億63百万円(前期比2.6%増)となりました。

### 【次年度の見通し】

2018年度は、煮豆では、「おまめさん豆小鉢」シリーズにおいて、人気キャラクターとのコラボなどにより購買層の拡大に取り組みます。水煮・蒸し豆では、食事の最初に大豆を食べる食事スタイル「大豆ファースト」のメリットを訴求して、需要拡大に注力します。

### 売上高の推移



## ヨーグルト製品



「カスピ海ヨーグルト」を中心とする製品です。プレーンヨーグルトだけでなく、通信販売のサプリメント「善玉菌のチカラ」も人気です。

2017年度 売上高

**63億91百万円**  
(前期比 2.8%増)

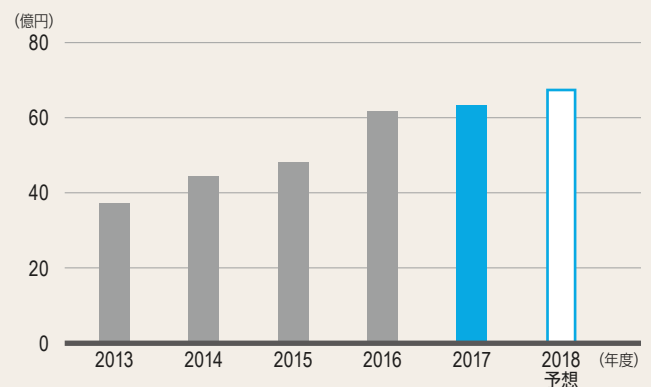
### 【製品の状況】

ヨーグルト製品は、「カスピ海ヨーグルト」の特長の一つである「ねばり」をテーマとしたTVCMの放映や受験生応援キャンペーンの実施などの販売促進活動に注力しました。この結果、ヨーグルト製品の売上高は63億91百万円(前期比2.8%増)となりました。

### 【次年度の見通し】

2018年3月より、量販チャネルの「カスピ海ヨーグルト」において「お客様の生の声」から生まれた新容器「ぴったりフィットカップ」にリニューアルしました。2018年度は、容器の改善により、持ちやすさとねばりが向上した点について訴求していきます。通販チャネルでは、機能性表示食品としてリニューアルした「善玉菌のチカラ」の再成長に注力します。

### 売上高の推移





## デザート製品



ナタデココやフレッシュなフルーツを使用したゼリー「フルーツセラピー」を中心とする製品です。

2017年度 売上高

**33億59百万円**  
(前期比 5.8%増)

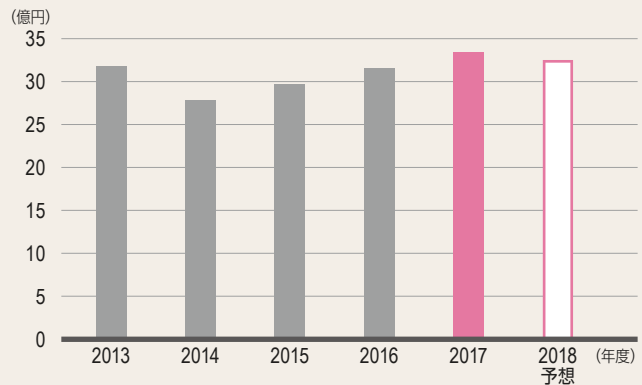
### 【製品の状況】

デザート製品は、競争激化により依然として厳しい市場環境が続いておりますが、「フルーツセラピー」シリーズにおいて、発売から15周年を記念し、期間限定商品「カラカラ&ブラッドオレンジ」、「ゆず」の投入やキャンペーンの実施により、デザート製品の売上高は33億59百万円(前期比5.8%増)となりました。

### 【次年度の見通し】

2018年度は、「フルーツセラピー」シリーズにおいて、期間限定商品の投入等を通じて品群全体を活性化させるとともに、SNS等を活用したプロモーションに取り組み、ブランド認知度の更なる向上に注力します。

### 売上高の推移



## TOPICS

## 食卓革命! ふりふり塩こんぶ



塩こんぶ「ふじっ子」が誕生したのは1966年。発売以来、ロングセラーとしてご愛顧いただいています。

そのうま味・塩味・甘味のバランスは、「ご飯の友」に留まらず、「万能調味料」として、様々な料理に使われるようになりました。



料理に使うようになると、「取り出すときに手が汚れる」「ちょうど良い量を取り出せない」といった不満がお客様から寄せられるようになりました。お客様の使用実態を調査すると、約37%のお客様が塩こんぶを刻んで使ったことがあるということがわかり、片手で振りかけられる粒状カットの塩こんぶを開発しました。味は「プレーン」と「ガーリック&ペッパー」の2種類。お客様の声から生まれた新商品「ふりふり塩こんぶ」をぜひお試しください!



# 消費者志向経営の 取り組み

フジッコグループは、生理機能、予防医学、伝統食文化などの研究をベースに、自然な素材を生かした安心・安全で高品質な商品・サービスを提供することにより、お客様の健康増進をサポートする健康創造企業となることを目指しています。

2017年1月16日、フジッコグループは「消費者志向自主宣言」を公表し、お客様第一を改めてステークホルダーの皆様とお約束しました。

## 2017年度の取り組み

フジッコグループでは、創業当時からお客様から頂くお声を生かした商品づくりに取り組んできましたが、2017年度は「消費者志向自主宣言」元年として、VOC(お客様の声)検索システムの活用や経営会議でのお客様から寄せられたご意見・お申し出の実際の音声による共有など「お客様の生の声」を経営に取り込む体制を改めて整備しました。また、生産活動における事故防止運動を統括する最高意思決定機関として「製品事故防止委員会」の新設による新・品質保証体制の再構築や「ブランド価値向上委員会」の発足によるお客様第一の時流に適応した商品・サービスづくりに取り組みました。

## 2018年度の取り組み方針

2018年度は、製品事故防止委員会では、安心・安全操業を第一として製品事故を未然に防止する品質保証体制の構築について引き続き取り組んでまいります。

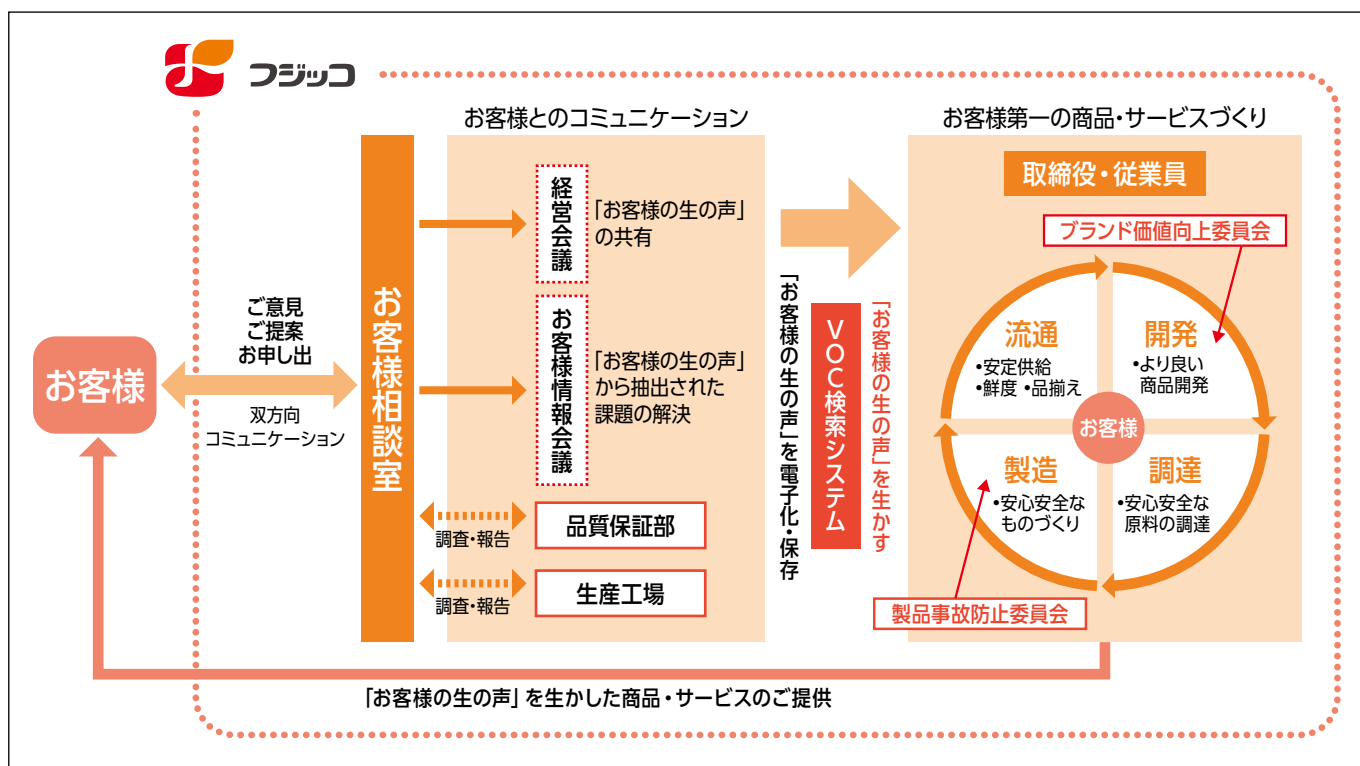
また、ブランド価値向上委員会では、「お客様の生の声」を生かした新商品開発に取り組み、より一層お客様の満足度を高めることに注力します。そして、フジッコを取り巻くステークホルダーの皆様との対話を深め、顧客(消費者)、株主、得意先、社会(学生)、従業員それぞれの満足度を向上させる施策を展開していきます。



フジッコ 消費者志向自主宣言

検索

### ▶ 「消費者志向自主宣言」具現化の仕組み



## お客様の声から生まれた商品改善

### ぴったり手になじむ新容器 「ぴったりフィットカップ」

#### 開発経緯

「ぴったりフィットカップ」は、「カスピ海ヨーグルト」をご愛用いただくお客様の声から生まれました。フタ部分については、軽い力で開封できるように以前から特殊加工を施していますが、今回は容器をリニューアルしました。従来の紙製容器では、水分を含むヨーグルトが開封後にフタ部分に付着することで変形してしまう場合があり、「フタがしっかり閉まらず困っている」というお客様のご意見が多く寄せられていたのです。またそれと同時に、よりおいしくお召し上がりいただくために酸素や光に対する容器のバリア性を高めたいとも考えていました。そこで、各部門から集まったプロジェクトメンバーで、利便性と美味しさの改良に挑戦することとなりました。



持ちやすさ、  
開閉しやすさの秘密は  
この“くぼみ”

#### 開発担当者の声

ブランドマネージャー室  
デ일리商品グループ主任  
敷田 加寿美

「カスピ海ヨーグルト」は多くのお客様にご愛用いただいている商品ですので、実際にご家庭の冷蔵庫を拝見したり行動をモニタリングさせていただいたり、時間をかけて検証を行ってまいりました。手にぴったりと沿って持ちやすい形状も、そこからヒントを得たものです。手の小さい方や握力の弱い方にも使いやすい形を求めて試作を重ね、中央がゆるやかにくぼんだ独自のフォルムに辿り着きました。店頭でご覧いただいた際は、ぜひお手に取って体感いただけますと幸いです。今後もお客様の声を大切に、よりご満足いただける商品づくりに励んでまいります。



### 「おばんざい小鉢」の 絵手紙パッケージ



#### 開発経緯

社会背景として、単身・小規模世帯の増加や、多人数世帯においてもライフスタイルの多様化などから食事を一人でとる人が増加しています。「おばんざい小鉢」は小分け・お皿いらずの簡便なパッケージが特徴で、お一人で食事を済ませるお客様からもご愛顧いただいている商品です。その食卓で、パッケージを開いたお客様に、何か笑顔になって頂けるような工夫はできないか?という発想が、この企画の出発点でした。

#### 開発担当者の声

ブランドマネージャー室  
惣菜商品グループ主任  
松本 拓馬

絵手紙を掲載する箇所が食品のパッケージという事もあり、食欲を損なうような物はダメ、食品に関係するものを掲載して中身と誤解させてはいけないなど、最初は色々ともちーフに気を遣いました。絵手紙作家の先生方にも、いろいろな制約がある中で、「季節感があり、見た人が思わず笑顔になる」絵柄を検討していただきました。苦勞の甲斐あって、今はお客様から激励のお便りやお電話など、嬉しいお声を多数頂いております。掲載作品は、絵手紙界を代表する3名の先生方に描いていただいた力作揃いです。見て楽しんで、食べて楽しんで、心とお腹を満たしていただければ幸いです。



# 安心・安全のために



## 製品事故防止委員会の取り組み

2017年4月に発足した製品事故防止委員会では、製品事故防止運動を統括する最高意思決定機関として「活動の4本柱」を掲げ、品質保証の新しいマネジメント体制の再構築に取り組んでおります。

2017年度は、全工場で休機日の設定を完了、社外研修を含む原理原則教育の実施、食品安全(フードセーフティ)設備の順次導入等を行いました。

2018年度においては、製品事故防止活動の4本柱を継承・深耕するとともに、食品安全(フードセーフティ)及び食品防御(フードディフェンス)の取り組みも進めていきます。

### 製品事故防止委員会活動の4本柱

- (1) 未然防止活動
- (2) 作業マニュアルの整備と監査
- (3) 施設・設備のメンテナンス体制の充実
- (4) 現場力を高める人財育成

- +α
- ① 食品安全(フードセーフティ)※1
  - ② 食品防御(フードディフェンス)※2

※1 食品安全(フードセーフティ)…自然に起こり得る、あるいは意図せず起こる食品汚染からの保護。

※2 食品防御(フードディフェンス)…意図的な食品汚染からの防御。

## VOICE

お客様の立場に立った「安心・安全な製品を提供する」ため、品質保証体制を強化しております。そのためには「仕組みづくり」と「人財育成」の両輪を動かす必要があります。

2017年度は、品質管理担当者に“お客様に一番近い存在”であり、如何なる時も“お客様の利益を第一に考える”ことを貫く、その覚悟と責任感で業務に望むよう言い続けました。本年は、製造現場にも「お客様のために生産する」という原点に戻り、土台である「5S」「一般的衛生管理」活動に立ち返ることを求めてまいります。

執行役員 生産本部品質保証部長 竹村晋七郎



竹村 晋七郎(写真:後列右より3番目)



## お客様相談室の取り組み

「消費者志向自主宣言」の具現化のため、お客様とフジッコグループをつなぐ窓口として、お客様相談室は、よりレベルの高いお客様満足に貢献すべく、以下のような活動に取り組んでいます。

### ①お客様情報会議の開催

日常頂いているお客様の声から、重点的に取り組むべき課題を抽出し、毎月開催している「お客様情報会議」に諮ることで、お客様満足につなげる活動を進めています。

2017年度(2017年4月～2018年3月)は、重要性の高い40件の課題を取り上げ、完結したものを含め27件について対応方針を明確にしました。

### ②『お客様の生の声』の会議体での共有

フリーダイヤルで頂く「お客様の生の声」を経営層や生産工場のトップが参加する各会議体で流し、お客様のお申し出やお問合せに至る「心の声」を共有することで“お客様あってのフジッコ”であることの意識向上に努めています。

### ③お客様相談室員のレベルアップ

お客様満足の向上を実現するためには、最初にお客様の声を承るお客様相談窓口の品質が高くなければなりません。そのため、集合研修や外部の研究会などにも積極的に参加し、研鑽を重ねることで、お客様対応品質の向上に取り組んでいます。

フジッコお客様相談室では「心をこめた対応で、お客様を笑顔にします」をスローガンに、2018年度は更に「お客様対応のスピードアップ」「消費者志向の工場・営業現場への更なる浸透」「情報受信方法の拡大」に取り組み、より多くのお客様にお喜びいただける商品やサービスを提供できるよう、日々精進することを心がけています。

## VOICE

毎日頂くお客様の想いを大切に、お客様から頂くお声の一つひとつを真摯に受け止め、商品の開発・改善に努めています。

2018年度は「消費者志向自主宣言」の2年目として、お客様対応のスピードアップを図ります。また、お客様からのお声を基に改良した事象が本当に改善に結びついたか、一歩進んだ検証をしていきたいと思えます。

今後はお客様と直接交流などしながら「真の声」をお聞きし、より具現的な商品改善・サービスを目指していきます。

お客様相談室長 加藤 肇



加藤 肇(写真:右より3番目)

# 人財



## 働き方改革

フジッコグループでは、2017年度から働き方改革の取り組み「すこやかフジッコ大作戦」を展開しています。

### 「すこやかフジッコ大作戦」展開中!

「すこやかフジッコ大作戦」の目的は、従業員一人ひとりが自らの働き方を振り返り、ワークライフバランスを見つめ直すきっかけをつくることです。「すこやかフジッコ大作戦」をきっかけとして、従業員自らが、仕事の生産性、合理性を意識し、「長時間働く」ことを前提としない、新しい働き方を創造することができるよう、様々な仕掛けを展開しています。これまでの取り組みと内容は次のとおりです。



### <2018年度の課題>

- 1 残業の時間的規制で終わることがないよう、長時間労働を生み出す職場の根本原因に切り込み、「現場を変革する打ち手」を開発し、実証実験をしながら、それらの有効性を確認・検討・浸透させていきます。
- 2 意識調査を通じて、施策の浸透状況を確認し、調査結果に対するフィードバックや問題点への対処を迅速に実施していくことにより、従業員と組織間のエンゲージメント醸成に努めます。

## VOICE



ダイバーシティ推進室は女性従業員4名で活動しています。いずれも2017年に中途・新卒で入社した、その名のとおり「ダイバーシティ(多様性)」な組織で、しがらみや慣習にとらわれずフレッシュな視点で働き方改革や女性活躍推進をはじめとする風土改革に取り組んでいます。これまでフジッコは、期待される成果をあげるために従業員一人ひとりが必死に努力してきました。しかし、今後更なる飛躍を遂げるには、個人に頼らず会社を挙げて「しくみ」を変えていく必要があります。この「しくみ」を生み出していくことが私たちダイバーシティ推進室のミッション

であり、存在意義だと考えています。始動して1年ではありますが、従業員から「フジッコは変わった」という声をよく聞きます。創業時のDNAを継承しつつ、新しい時代の「新生フジッコ」を目指して2018年度も全速力で駆け抜けます!



## 女性活躍の推進

フジッコグループでは、ダイバーシティの第一歩として、女性活躍の推進が企業価値の向上につながると考え、2016年から取り組みを開始しました。

### フジッコグループが考えるダイバーシティのメリット

#### 意思決定の多様化

現在、組織の意思決定を行う立場にいる女性管理職\*はわずか3名で、管理職全体の約2.4%に過ぎません。女性管理職を増やすことで、多様な視点・観点を取り入れた意思決定がなされ、フジッコグループに新たな展開が生まれることを期待します。 \*執行役員を含む

#### 新しい価値の創造

女性ならではの商品開発や購買層の開拓など、女性の感性や特性を活かした取り組みを強化することで、競争力を高めていきます。

## 女性活躍推進の取り組み

### Pal-netフォーラム

階層や勤務地ごとに女性従業員が集まり、自分のキャリアについて考えたり、職場の課題解決に向けたアイデア出しのワークショップを行っています。2017年度は本社と東京地区で3回開催し、活発な意見交換が行われました。ここから生まれた新しい発想や横のつながりを活かして、女性発の「フジッコ改革」を目指します。

### 育休・時短アドバイザー

ライフイベントに伴う不安や悩みについて話を聴き、アドバイスをする社内の「お姉さんメンター」。現在8名のワーキングマザーが活躍しており、「働きやすい環境づくり」をサポートしています。

### キャリアカウンセリング

心身ともにすこやかな状態で仕事に取り組める環境づくりに向けて、外部専門家によるカウンセリングを実施しています。育児休業者や男性従業員にも展開しています。

### ウェブサイトによる情報発信

ダイバーシティ推進室の活動や女性活躍推進に関連するニュースを毎週配信。また、生産性向上やイクメン・イクボスなど、新しい働き方を体現している従業員を紹介して全社の意識改革を促しています。

#### <2018年度の課題>

管理職候補の発掘・育成に注力して、「新たな展開」の実現を目指します。女性活躍推進の状況を示す諸認定(くるみん、えるぼし、なでしこ銘柄等)の取得に向け、各種数値についてKPIを設けて計画的に進めます。2020年に期限を迎える「女性活躍推進法」に基づく数値目標について、達成に向けて着実に取り組みを継続します。

### 女性活躍推進法に基づく目標数値

	2016年 3月	2018年 3月	2020年 3月目標
男性従業員平均勤続年数に対する 女性従業員平均勤続年数の比率	66.7%	69.1%	70.0%
管理職全体に占める 女性管理職の割合	2.4% (2名)	2.4% (3名)	5.0% (5名以上)

### 育児・介護休業制度の取得者数推移 (単位:名)

年度	2013	2014	2015	2016	2017	
育児休業	女性	12	8	7	20	5
	男性	0	0	0	0	1
計	12	8	7	20	6	
介護休業	女性	0	0	0	1	1
	男性	1	0	0	0	0
計	1	0	0	1	1	
総計	13	8	7	21	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	2013	2014	2015	2016	2017
再雇用者数	6	13	15	11	12
障がい者雇用数	29	31	32	33	33
障がい者雇用率	1.82%	2.01%	1.98%	1.90%	1.83%

法定障がい者雇用率  
2017年度まで：2.0%  
2018年度～：2.2%

集計対象組織：フジッコ株式会社

# 株主・投資家の皆様とともに

フジッコグループでは、株主や投資家の皆様と長期的な信頼関係を築くため、適時・適切な情報開示を行うとともに、ファン株主となっただけのようより良いコミュニケーションを目指しています。

## 2017年度に実施したこと

決算説明会	個別ミーティング・ スモールミーティング	個人向け IRセミナー	工場見学会
2回	40回	2回	2回

## 株主優待制度



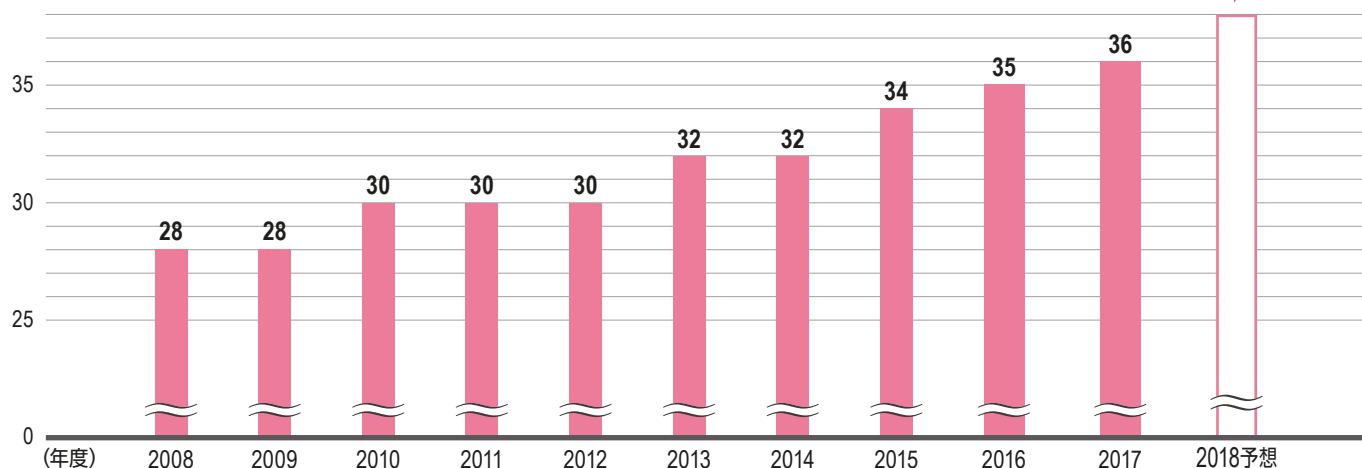
※画像はイメージです。 ※優待品の内容は毎年変更しますので、ご了承の程お願いいたします。

## 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います。

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、安定配当を図っていきます。

1株当たり配当金(円)の推移



## ファン株主づくり活動について

フジッコグループでは、適正株価の安定化及び長期的な企業価値の向上を目指し、長期保有の株主となっていただくための取り組み「ファン株主づくり」に注力しています。

### 「ファン株主づくり」の取り組み

#### 株主様向け料理教室の開催

株主の皆様により健康な食生活を送っていただくとともに、フジッコをもっと身近に感じていただきたいという想いから2017年度より株主様を対象にした料理教室の開催を開始しました。

2018年2月6日に開催した第3回では、講習会形式で90名の方にご来社いただきました。

「心ぼかぼか、人の心を近づける冬のあったか料理」のテーマで、NHK「きょうの料理」でもおなじみの白井 操<sup>しらいみさお</sup>先生に、フジッコ商品を利用したおすすめメニューのデモンストレーションをしていただきました。また、事業戦略や商品政策についてもご説明し、フジッコについて理解を深めていただく機会となりました。



▲ 白井先生による料理講習会



▲ 事業や商品に関する説明

#### 「開かれた株主総会」を目指して

2017年6月27日、フジッコ株式会社の第57回定時株主総会を神戸のポートピアホテルで開催しました。開会前には、商品展示会でフジッコ商品を使用した特別メニューをご試食いただき、出席取締役自らが直接ご説明しました。また、会場案内のスタッフは「カスピ海ヨーグルト」のジャケットを着用するなど、より親しみやすい「開かれた株主総会」を目指して毎年少しずつ工夫を重ねていきます。

#### 個人投資家に向けた説明会の充実

2017年8月19日、「個人投資家向けのIRフォーラム2017summer」に出展し、当社代表取締役社長 福井正一より、「Customer First!!—フジッコの安心・安全・健康—」と題して事業の内容や中期経営計画等について説明いたしました。

同様の説明会を大阪でも実施し、多くの個人投資家の方々にご来場いただきました。



▲ 商品展示会の様子



▲ 株主総会



▲ 個人投資家向け会社説明会

# ESGの基本方針

フジッコグループは、私たちの目指す姿「自然の恵みに感謝し 美味しさを革新しつづけ 全ての人々を元気で幸せにする 健康創造企業を目指します」の実現こそが社会的課題の解決に貢献するとの考えから、事業活動を通じて経済的価値だけでなく財務諸表に表れない社会的価値を持続的に創出することが最も重要な経営課題の一つであると認識しています。

創業以来、社は「創造一路」の下、社会・環境問題に積極的に取り組んできました。今後は非財務の視点、いわゆるESG(環境・社会・ガバナンス)の視点をこれまで以上に重視し、ガバナンス体制の構築とともに社会・環境にかかる事業活動に規律を与え、持続的成長と中長期的な企業価値の最大化に注力していきます。



## 持続可能な開発目標(SDGs)との関連

フジッコグループの事業活動を通じたサステナビリティの取り組みは、2015年に国連で採択された2030年までの「持続可能な開発目標(SDGs)※」達成にも貢献しています。

※ SDGs(Sustainable Development Goals)  
2015年9月に採択した2030年までの持続可能な開発目標。貧困や飢餓の解消、クリーンエネルギーの供給、地球環境の保全等の17項目。



## 持続可能な社会実現に向けた主な取り組み

お客様の喜びをサポートする商品・サービスのご提供だけでなく、様々な取り組みを行っています。

活動名称	開始年度	2017年度の活動内容	対応するSDGs
ベルマーク運動	1974	1974年の開始以来、累計約4億円の協賛を通じて教育現場を支援し続けています。	
神戸ルミナリエ協賛	1996	阪神・淡路大震災の記憶を後世に語り継ぐ地元行事として1995年12月より毎年開催されており、1996年の2回目から協賛を続けています。	
ヘルシー料理教室	1997	5月・6月・10月・11月・2月に大人を対象とした料理教室、8月に小学生の親子を対象とした料理教室を合計6回実施しました。	
ネパール・ヨードを支える会	2002	11月にネパール現地視察に参加しました。3年前の大地震の影響でヨード補給プロジェクトは中断していますが、大地震の被害が大きかったポテンバ村を訪問し、子供たちを中心に煎り黒豆を贈呈しました。	
ヨーグルトフォーラム	2004	東京(7月)、札幌(7月)、高崎(9月)、福岡(10月)で合計4回のヨーグルトフォーラムを開催しました。	
豆つかみゲーム大会	2007	小学校の職域教材としてオリジナルの豆つかみゲームを開発し、夏休みの7月27日に豆つかみゲーム全国大会を開催しました。	
親子篠山黒豆体験	2008	丹波黒の産地である兵庫県篠山市へ親子をご招待し、6月に作付け(25組50名)、10月に収穫(25組50名)、本社にて12月におせち料理教室(15組30名)を実施しました。	
食育DAY	2009	8月に本社にて食に関する有識者講演会、シニア向け料理教室、映画上映会を実施しました。	
食育ミュージアム	2009	本社1階にある食育ミュージアムに団体の見学を随時受け付けました。	
昆布の味覚授業	2011	3月28日、小学生とその保護者を対象に昆布の知識と調理体験を実施しました。	 
神戸マラソン協賛	2013	11月19日開催の第7回神戸マラソンにスポンサーとしての協賛とともに給食ポイントではミネラル補給に役立つ塩こんぶをランナーに提供しました。	
フードバンク関西*への寄贈	2014	6月・8月・2月に当社商品(合計1,432千円相当)を寄贈しました。	
兵庫丹波黒まめ大使	2017	兵庫県が実施している「丹波黒まめ大使」の取り組みに賛同し、フジッコから3名が黒豆大使として丹波黒の普及活動に取り組みました。	 
株主向け料理教室	2017	初の試みとして株主様対象の料理教室を2回、料理講習会を1回実施しました。	
ボランティア清掃		各事業所において地域の清掃活動に参加しました。	 

\*フードバンク関西：企業などから寄贈された食品を福祉施設や団体に無償で分配する事業を行う認定NPO法人。製造や流通の過程で発生する食品ロスを減らすとともに、支援を必要とする人の安心・安全な食品を提供されています。

# 環境

## Environment



### 環境基本方針

フジッコグループは、新企業理念「フジッコの心」を胸に日本の伝統食・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。

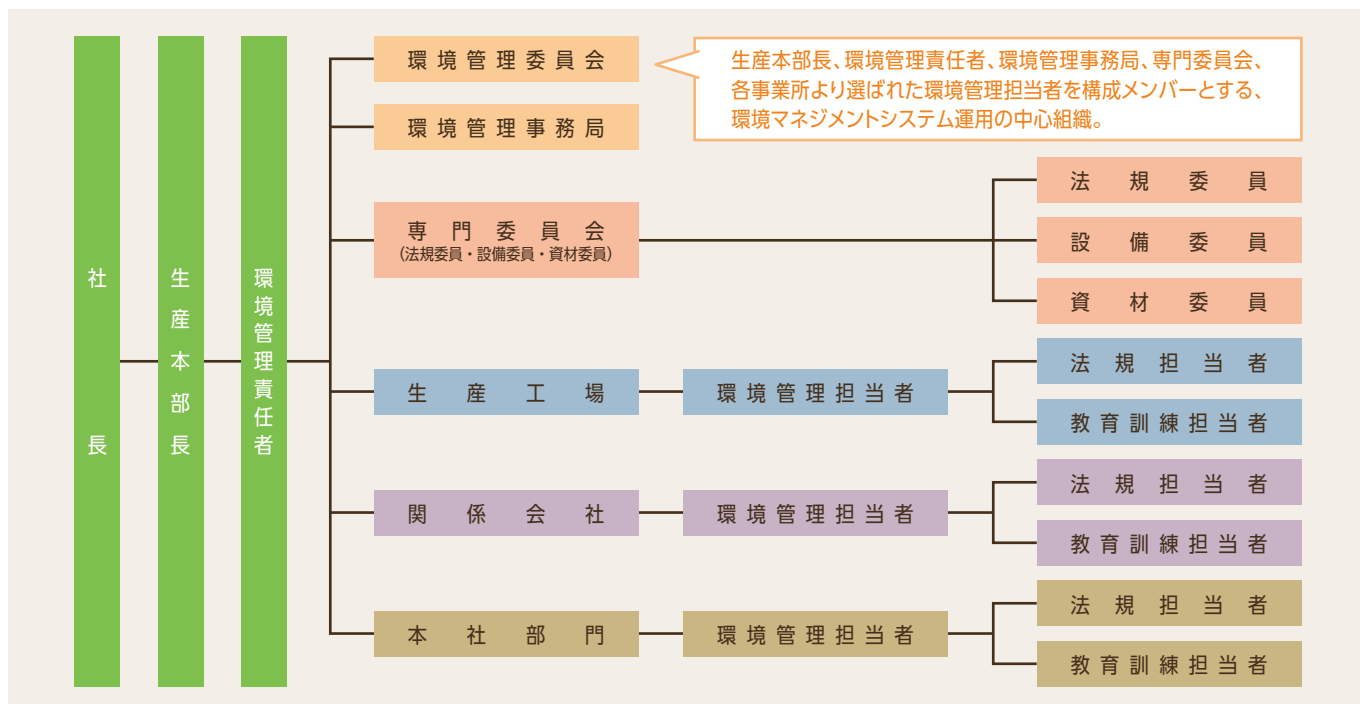
健康という付加価値をもつには、まず、素材と従業員が健康でなくてはなりません。そのためには、地球環境が健康であることが不可欠であります。近年、私たちの住む地球は、科学技術の発達と生活環境の変化によって汚染が進み、食品の安全性を含め生活環境の破滅を招く事態となっております。

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、地球環境の改善なら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)

### 【横浜工場】

- 日配盛付室の蛍光灯144本をLED照明に変更しました。年間電力量17,000kWhを削減しつつ、1.4倍の明るさになりました。現場で働くパートナーさんからは、「室内が明るくなったことで、検品がしやすくなり、職場の雰囲気も明るくなった」と高い評価を頂きました。
- 工作室にあるボイラー給水用の高温水タンクに遮熱材を施工しました。工作室で働くパートナーさんからは、「昨年夏とは比べられないほど涼しくなった」と夏場の職場環境が改善されました。

### 【和田山工場】

- ホースへのバルブ取り付けなど、工場全体で節水に取り組みました。
- 毎年6月に工場周辺の公共部分(歩道など)のゴミ拾い、草刈りといった清掃活動を行っています。地域をあげての活動であるため、地域の皆様とのコミュニケーションの機会にもなっています。

### 【浜坂工場】

- 窒素ガスの供給をボンベからCEタンク※に変更することで、圧力上昇による自然放出を抑えることができ大気汚染を減少させることが出来ました。
- シュリンク包装機の更新により使用電力削減ができました。

※CEタンク：超低温により液化したガスを貯蔵するタンク



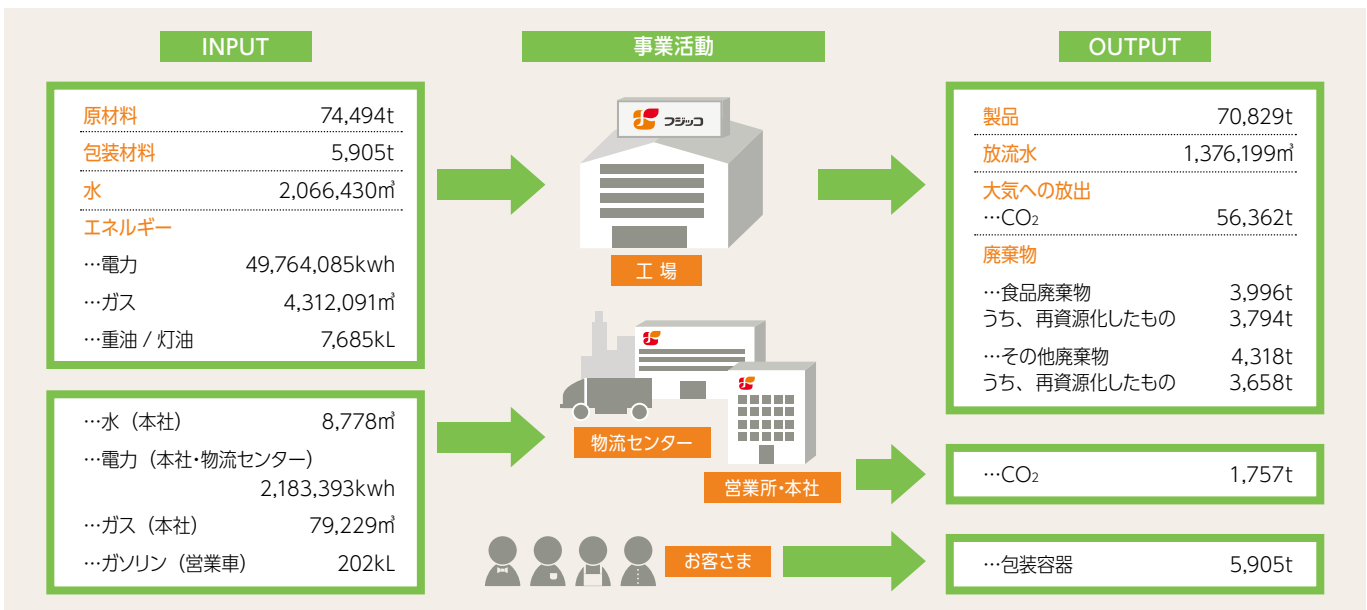
## 太陽光発電事業

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います。

### 発電量の推移

2017年度実績	2018年度実績
1,171,011kwh	1,239,280kwh

## ▶環境負荷の全体像(2017年度)



# 社会

Society



フジッコグループは、本業を通じて社会に貢献することが私たちの果たすべき役割だと認識していますが、事業を営む上で地域・社会の皆様をはじめ、多くのステークホルダーの皆様を支えられています。地域社会における企業市民として、また生活において最も大切な要素の一つである“食”を扱う会社として、私たちができることに全力で取り組みます。

## 食育活動

フジッコグループでは、和食文化の継承と健康な食生活をお届けするため、「食育推進委員会」を組織して食育活動に取り組んでおり、2008年の発足から節目の10年目を迎えました。



▲ 豆つかみゲーム大会

### 豆つかみゲーム大会

豆をテーマにした体験型イベントです。「豆つかみゲーム」は、箸の使い方や食事作法を楽しみながら学べるツールとして教育現場はもちろん、実験による脳前頭葉機能の活性化も証明され、様々な福祉施設でもご活用いただいております。毎年夏休みに行っている小学生を対象にした「豆つかみゲーム大会」には、これまで10回開催し延べ800人の小学生が参加しました。



▲ 黒枝豆の収穫

### 黒豆で親子食育体験

親子で参加する「黒豆で親子食育体験」は、「丹波黒」発祥の地である兵庫県篠山市で6月には種まき、10月には黒枝豆の収穫と豆卸業の小田垣商店様のご協力のもと大豆の手より作業や出荷作業の見学、そして12月にはおせち料理教室で黒豆煮の作り方やおせちのいわれなど日本の伝統食について学びます。10周年を迎える本体験イベントには、これまで延べ500名の親子にご参加いただきました。





## ベルマーク活動

フジッコグループは、創業15年目の1974年からベルマーク活動に取り組んでいます。元々は、子供の周辺から商品を出題にしてもらおう、という子供を取り込むためのマーケティング戦略でした。その後40年以上にわたってお客様にご愛顧いただき当初の目的は達成しましたが、元教師であった創業者の教育者としての意思を受け継ぎ、ベルマーク運動に協賛している私たちの製品を通して、子ども達の健康な身体づくり、日本の食文化の継承に取り組んでいます。



### ベルマーク対象商品



## ネパール支援

フジッコグループは、2002年よりネパールのヨード欠乏症<sup>※</sup>根絶を目指す「ネパール・ヨードを支える会」に対し、ヨードを多く含む昆布ミネラルを配合したカプセルの無償提供で応援してきました。2015年に発生したネパール地震では、被災された方々の健康にお役立ちできればという思いから、被災地で不足しがちな食物繊維とたんぱく質を調理なく摂れる「煎り黒豆」を支援物資として提供してきました。

2017年11月にフジッコ従業員が実際にネパール現地を訪ね、

ヨード欠乏症の現状調査と、「煎り黒豆」を持参しての被災者支援活動を行いました。

ヨード欠乏症患者の数は以前と比べて減少してはいるものの、まだ一定数いること、震災から3年が経つ今も依然として震災の爪あとが色濃く残っていることから、今後も活動を継続していきます。

<sup>※</sup>ヨード欠乏症とは、慢性的なヨード不足により甲状腺が機能不全を起こす病気です。自給自足の農村地帯に多く見られ、険しい山岳地帯に集落の多いネパールでは特に重症患者が多いことで知られています。

**担当者の声** 昆布ミネラルカプセルを飲み、元気な赤ちゃんを出産したお母さんから「妊娠中の体調が良く、出産もスムーズだったのでカプセルを飲んで本当によかった」と感謝の言葉を頂きました。また、地震被害の大きかった村で子供たちに「煎り黒豆」を配りましたが、みんな目を輝かせ、笑顔で食べているのを見て、こちらも自然と笑顔になっていました。我々の活動が、ネパールのヨード欠乏症根絶及び復興の一助となればと考えております。

研究開発部 応用微生物研究グループリーダー 小阪 英樹



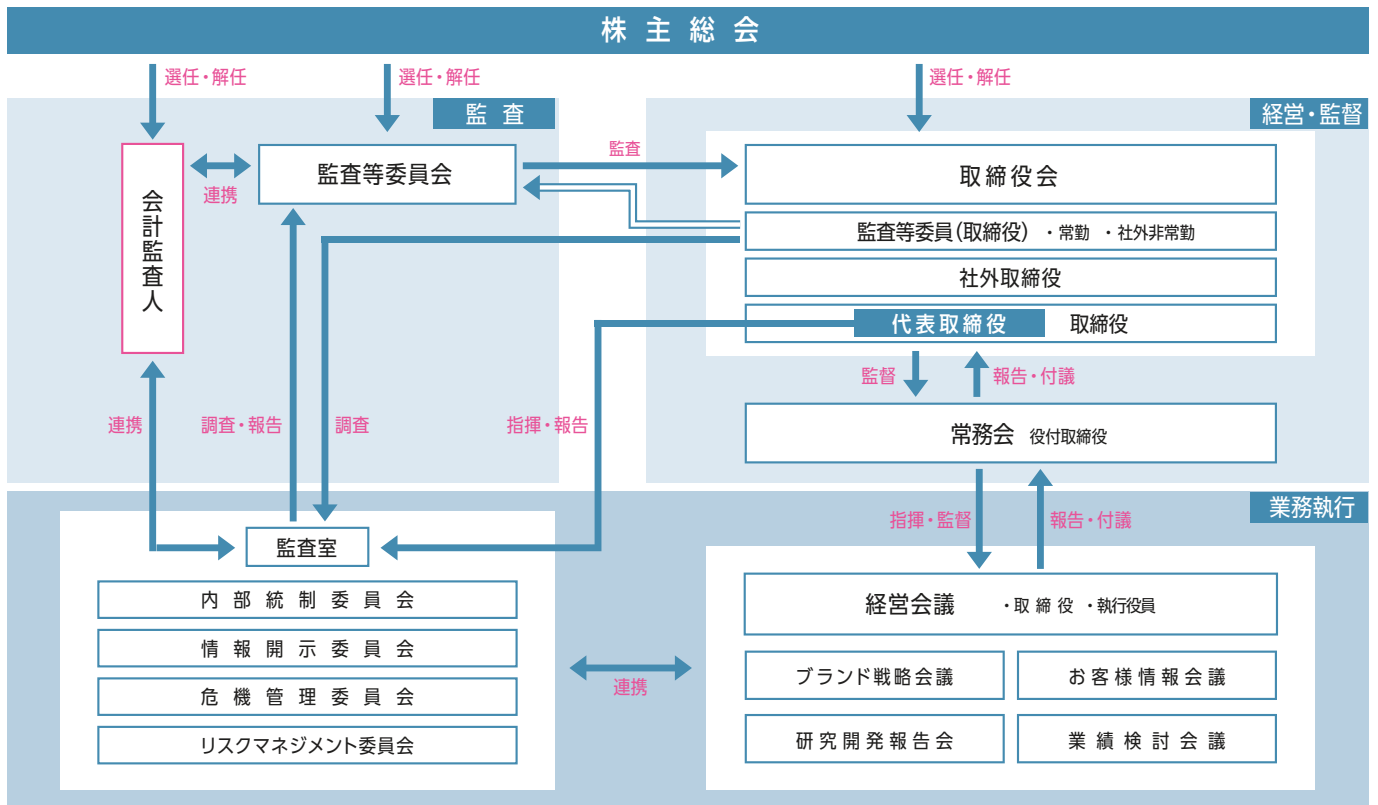
小阪 英樹(写真中央右)

# ガバナンス Governance

## 基本となる考え方

フジッコグループでは、株主の皆様をはじめ、お客様、地域社会、従業者などのステークホルダーの皆様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



## フジッコグループの倫理規準

### 1. 法令の遵守

・国内外の法令及び規則、社内規則を遵守し、公序・良俗を大切に、高い倫理観の下で行動します。

### 2. 人権の尊重

・人権を尊重し、人種、信条、宗教、年齢、性別、門地、心身などに基づく差別をしません。  
 ・性的嫌がらせ及び嫌がらせと誤解される発言、行動を認めません。  
 ・権力・地位を不当に利用した嫌がらせを認めません。

### 3. 安全、安心な製品への取り組み

・食品製造業に携わる者として、常に安全で安心な製品づくりに取り組みます。

### 4. 顧客、取引先との関係

・信義、誠実、公正、透明な対応を心がけ良好な関係の構築に努めます。  
 ・公正かつ自由な競争を維持、促進することに努めます。  
 ・取引先等の役員に対し贈賄行為、不正な利益の供与を行いません。また、受けることはありません。

### 5. 職場環境の確保

・労働関係法令を遵守し、安全・衛生で健康に十分配慮した、働きやすい職場環境の確保に取り組みます。

### 6. 守秘義務、知的財産権の尊重

・会社の機密情報を許可なく第三者に漏洩したり、不正に使用しません。  
 ・顧客、取引先など第三者の機密情報も会社の機密情報と同様に扱います。  
 ・ソフトの不正コピーなど第三者の知的財産権を侵害しません。

### 7. 公私の厳密な区別

・会社の利益に反する行為は行いません。  
 ・会社の資産や経費を会社の利益に反して使用することはありません。

### 8. 反社会的勢力への姿勢

・反社会的勢力及び団体に対しては、毅然とした態度で臨み、反社会的行為には加担しません。

### 9. 地球環境保全への配慮

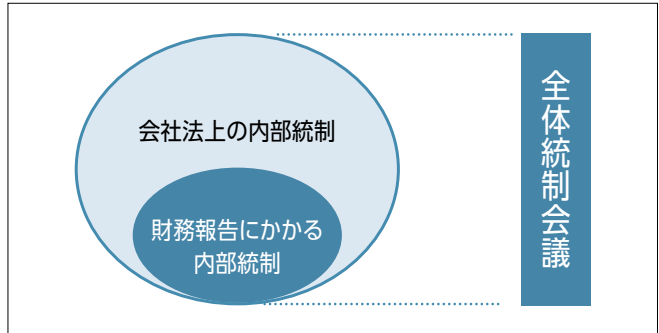
・地球環境の保全に役立つことを考え、有害な行動をとりません。

### 10. 社会的責任の遂行

・良き企業市民として、よりよい社会の実現にむけ積極的に社会貢献に努めます。  
 ・様々な関係者の理解及び支持を得られるよう積極的に企業情報を開示し、透明性の高い経営を行います。

## 「全体統制会議」

フジッコグループでは、財務報告にかかる内部統制については、内部統制委員会が中心となり、有効かつ適正な評価ができるよう内部統制システムを構築しています。運用状況の評価は、各現場で自己評価を行い、次に監査室及び内部統制委員会が他者評価を実施します。評価結果は、内部統制委員に加え、役付取締役、監査等委員である常勤取締役、監査室長、会計監査人が出席するフジッコ独自の「全体統制会議」において共有され、問題解決の方向性を協議します。「全体統制会議」では、財務報告にかかる内部統制のみならず、会社法上の内部統制についても課題解決に向けたアクションプランを議論し、適切な内部統制システムの構築・運用に努めています。



【構成メンバー】 役付取締役・監査等委員である常勤取締役・監査室長・会計監査人・内部統制委員

## リスクマネジメントの取り組み

持続的な成長と中長期的な企業価値の最大化に向け、経営資源の再分配による新たな事業の成長戦略を進めるにあたり、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。

フジッコグループでは、クロスファンクショナルチーム（組織横断型活動）の一つとして、2015年にリスク対策プロジェクト、2016年にその発展形としてリスクマネジメント委員会を発足しリスク対策に取り組んでいます。リスクマネジメント委員会では、2015年度に実施し

た全社リスクアンケートを元に洗い出した全社リスク課題について取り上げ、課題解決に取り組んできました。2018年度は、ボトムアップ型の活動を通じて、各部署に潜むリスクを自ら把握し管理していく持続的な組織体制の構築を目指していきます。

取り組みテーマ	2016年度	2017年度
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 労務問題対策</li> <li>● 建物・生産設備老朽化対策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 製品事故防止対策</li> <li>● 大規模災害対策</li> </ul>

## コーポレート・ガバナンスの進化

2010年以降の主なコーポレート・ガバナンスの取り組み内容は以下のとおりです。

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
監査等委員である取締役以外の取締役	16名		18名		15名	14名	10名	7名
社外取締役				1名		2名	3名	
うち独立役員						1名	3名	
取締役会の監督機能強化							16年～監査等委員会設置会社への移行	
取締役会の実効性を高める取り組み							16年～取締役会の実効性評価を開始	
経営と業務執行の分離						15年～常務会の設置 15年～執行役員制度の導入		
役員報酬にかかるインセンティブ							16年～役員向け退職慰労金制度の廃止 15年～役員向けストックオプション制度の導入	
単元株のくくり直し							15年～単元株のくくり直し(単元株1,000株→100株)	
子会社の吸収合併	6社			7社			6社	3社

# 取締役・執行役員

(2018年7月1日時点)

## 取締役



代表取締役社長

ふくい まさかず  
福井 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)



専務取締役 経営推進本部長  
兼経営企画部長

おくひら たけのり  
奥平 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  
2018年 経営企画部長就任(現任)  
経営推進本部長就任(現任)



常務取締役 生産本部長

かぎたに かずのり  
籠谷 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)



常務取締役 営業本部長

いしだ よしたか  
石田 吉隆

1983年 当社入社  
2007年 取締役就任  
2015年 開発本部長就任  
2017年 営業本部長就任(現任)  
常務取締役就任(現任)



常務取締役 管理本部長兼ダイバーシティ推進室長

やまだ かつしげ  
山田 勝重

1978年 当社入社  
2004年 取締役就任  
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  
2018年 管理本部長兼ダイバーシティ推進室長就任(現任)  
常務取締役就任(現任)



取締役 経営推進本部  
新事業開発室長

あらた かずゆき  
荒田 和幸

1986年 当社入社  
2015年 執行役員就任  
2017年 上席執行役員就任  
2018年 経営推進本部  
新事業開発室長就任(現任)  
取締役就任(現任)



社外取締役(独立役員)

わたなべ しょうたろう  
渡邊 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 公益社団法人経済同友会副代表幹事・専務理事  
2006年 公益社団法人経済同友会終身幹事(現任)  
早稲田大学監事  
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



### 取締役 監査等委員

ふじさわ あきら  
藤澤 明

1998年 当社入社  
2016年 経営管理本部経営企画部次長就任  
2018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)

いしだ あきら  
石田 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 当社社外監査役退任  
当社社外取締役監査等委員就任(現任)  
2017年 田淵電機株式会社社外監査役(現任)



### 社外取締役 監査等委員(独立役員)

ひきの たかし  
曳野 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)

## 執行役員

みつはし やすお  
三橋 康生

上席執行役員/デリカ事業部長

こだん たけお  
小段 健男

上席執行役員/開発本部長兼マーケティング部長

よしじま つよし  
吉島 剛

執行役員/営業本部東日本統括部長

おがわ しんたろう  
小川 眞太郎

執行役員/営業本部西日本統括部長

やまもと かずのり  
山本 和則

執行役員/営業本部販売戦略部長兼ロジスティクス推進部長

いいた ひでき  
飯田 秀喜

執行役員/生産本部副本部長兼生産技術部長

たけむら しんしちろう  
竹村 晋七郎

執行役員/生産本部品質保証部長

てらじま ひろみ  
寺嶋 浩美

執行役員/管理本部人事総務部長

ふじた かずひこ  
藤田 一彦

執行役員/メディアケア・フードサプライ販売部長

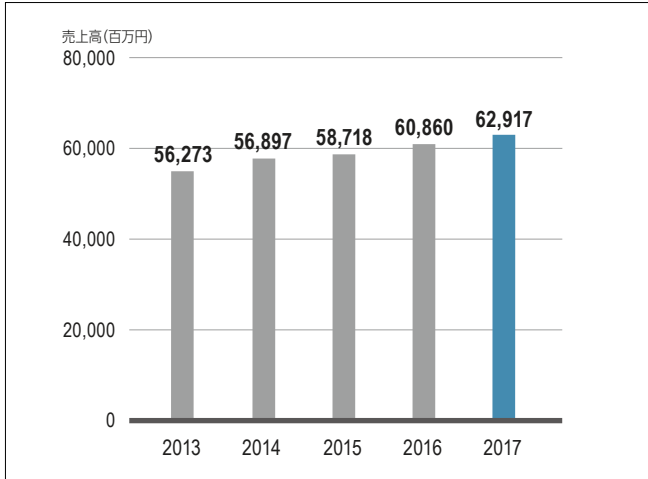
まるやま けんたろう  
丸山 健太郎

執行役員/開発本部商品開発部長

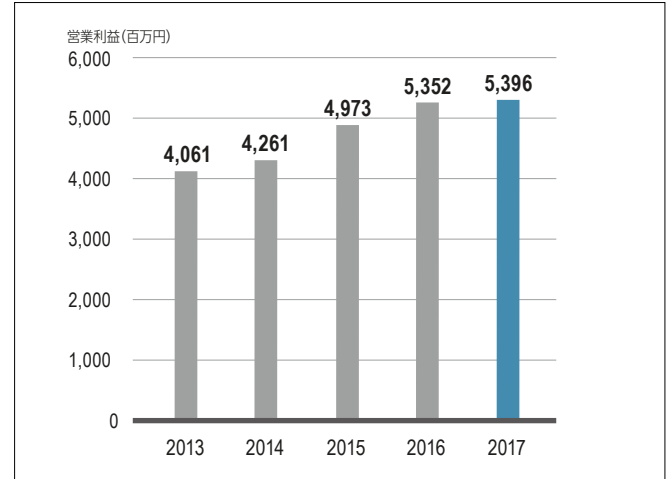
# 企業価値向上の成果

## 財務

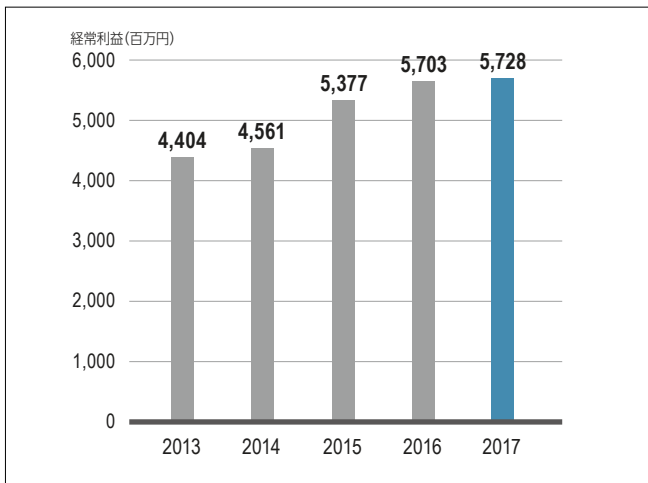
売上高



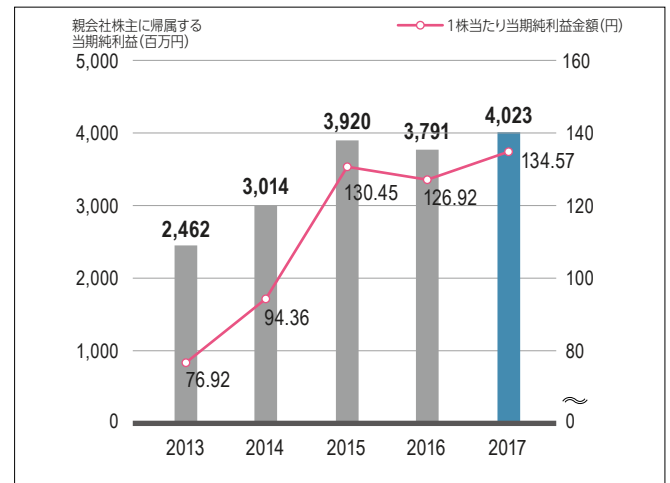
営業利益



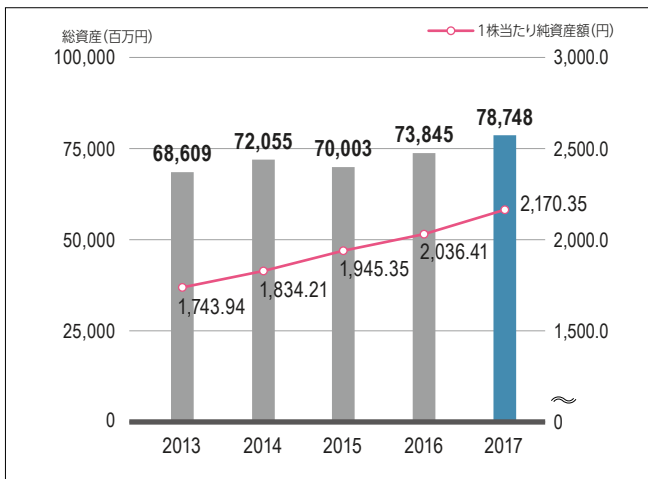
経常利益



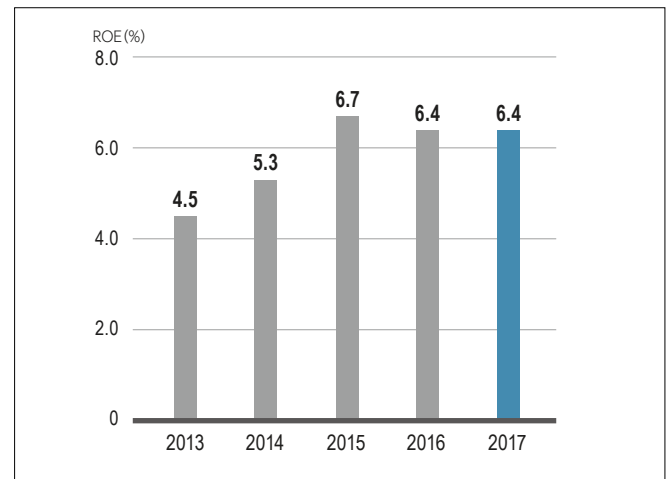
親会社株主に帰属する当期純利益・1株当たり当期純利益金額



総資産・1株当たり純資産額

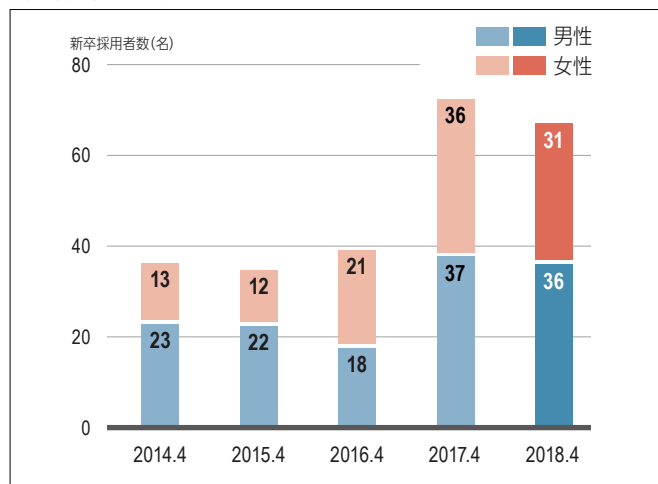


ROE

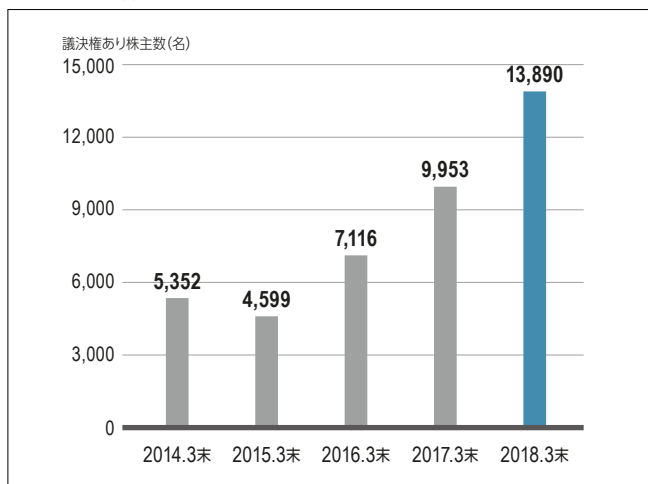


## 非財務

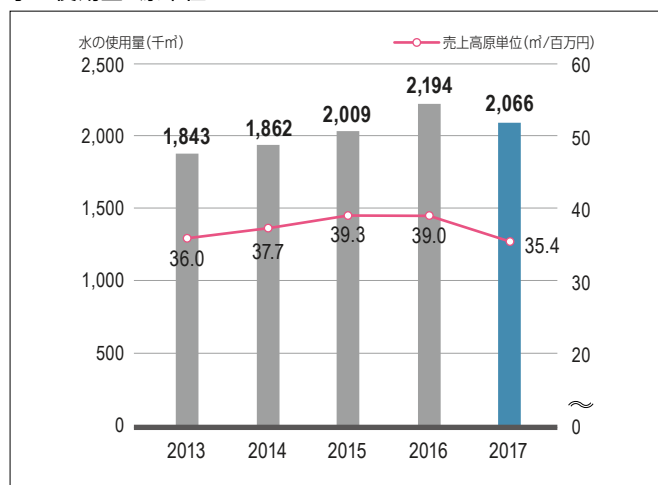
新卒採用者 男女別数



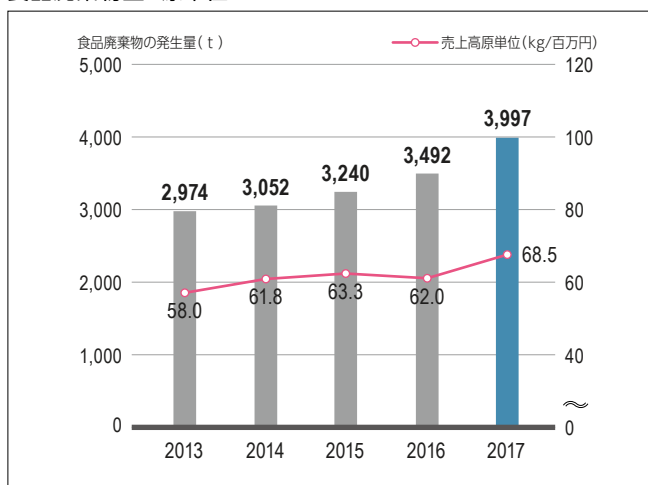
議決権あり株主数



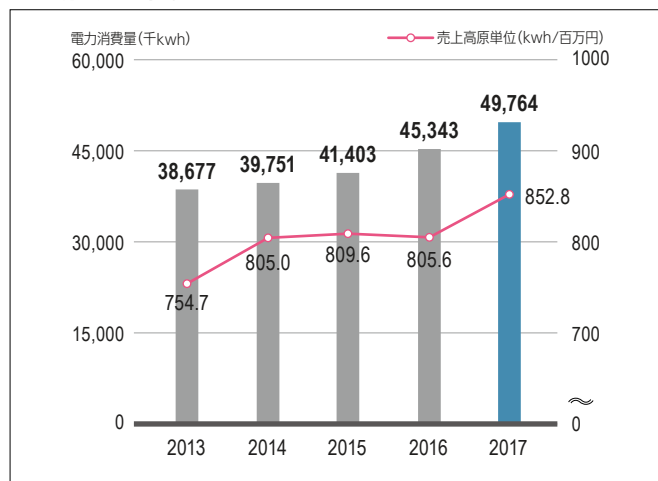
水の使用量・原単位



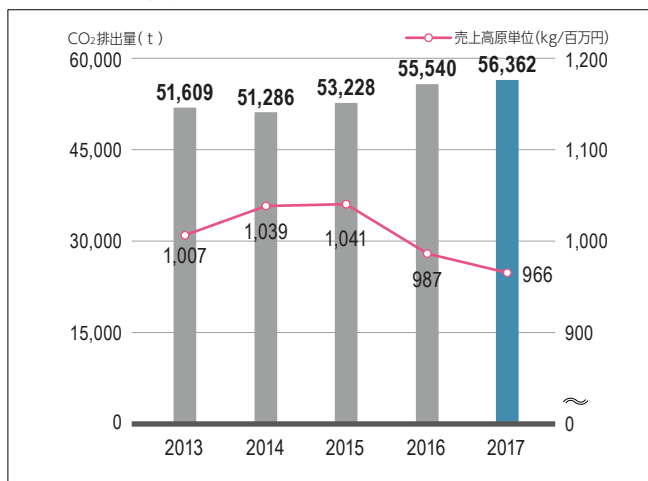
食品廃棄物量・原単位



電力消費量・原単位



CO<sub>2</sub>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** (2018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株

議決権あり株主数：13,890名

従業員数(連結)：2,259名

株主総会開催日：2018年6月27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

URL：<https://www.fujicco.co.jp>

〈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