



株式会社ニチレイ

経営企画部
技術戦略企画部

〒104-8402 東京都中央区築地六丁目19番20号 ニチレイ東銀座ビル
TEL 03-3248-2232 FAX 03-3248-2150
URL <http://www.nichirei.co.jp/report/2014/index.html>



当社は年間100万kWhのグリーン電力を契約し、
本CSRレポートの印刷・製本にかかる
電力(700kWh)相当分をこの一部でまかっています。



この報告書は、国内の山林を保全するために切り出された間伐材を10%以上、古紙を30%以上使用した印刷用紙を使用しています。
インキは「VOC(揮発性有機化合物)成分ゼロ」のインキを使用し、印刷は印刷工程で有害廃液を出さない「水なし印刷」で行っています。

なまえ



ニチレイグループ CSRレポート2014 〈ダイジェスト版〉



株式会社ニチレイ

編集方針

ニチレイグループはCSR活動を幅広いステークホルダーの皆さまにご理解いただき、コミュニケーションを深めるためにCSRレポートを作成しています。2009年度よりWebサイトにフルレポートを掲載し、冊子はダイジェスト版として発行しています。

本ダイジェスト版はニチレイグループ「6つの責任」を背景にした活動の中で、ステークホルダーの皆さまに特に知っていただきたい事例について掲載しました。

本年度は、商品パッケージに込められた当社グループの品質保証へのこだわりや、低温物流事業の環境活動とお取引先様へのお役立ちについて、特集ページで紹介しました。また、昨年に引き続き、働きがいの向上に関わるパフォーマンスデータを開示しています。

ニチレイグループCSRレポート2014

URL : <http://www.nichirei.co.jp/report/2014/index.html>

本ダイジェスト版に掲載されていない取り組み事例をWebサイトで紹介しています。

各項目のURL、Webサイトでの掲載場所、Webサイトのみの掲載内容は各ページ上部をご参照ください

○対象期間

2013年4月1日～2014年3月31日の活動実績を中心に掲載しています。

○対象範囲

ニチレイグループの国内事業所およびグループ会社を対象範囲として記述しています。(上記と対象範囲が異なる場合、その旨を記載しています)

○発行月

2014年6月

○「CSRレポート2014」に関するお問い合わせ先

株式会社ニチレイ 技術戦略企画部

〒104-8402 東京都中央区築地6-19-20 ニチレイ東銀座ビル

TEL: 03-3248-2232(ダイヤルイン) FAX: 03-3248-2150

会社概要 (資本金および従業員数は2014年3月末日現在)

商号 株式会社ニチレイ

創立 1945(昭和20)年12月1日

資本金 30,307百万円

従業員数 12,970名(連結)

本社所在地 〒104-8402

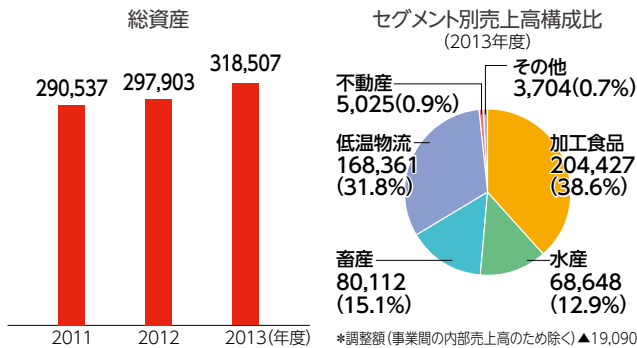
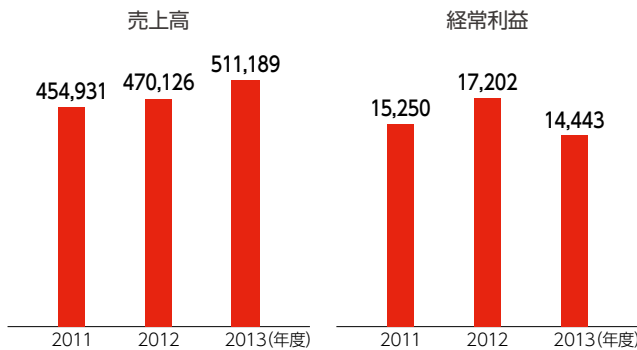
東京都中央区築地六丁目19番20号

ニチレイ東銀座ビル

電話番号 03-3248-2101(代表)

連結業績の推移

(単位: 百万円)



ニチレイグループの事業概要

株式会社ニチレイ [持株会社]

代表取締役社長: 大谷 邦夫 資本金: 30,307百万円

ニチレイグループ全体を統括する持株会社として、グループ全体の経営プランニング・モニタリング・資金調達・各事業会社の経営支援の機能を有し、企業価値の最大化を目指した組織運営を推進しています。またグループが保有する土地などの資産を有効活用する不動産事業を運営しています。

株式会社ニチレイフーズ [加工食品事業]

代表取締役社長: 池田 泰弘 資本金: 15,000百万円

人々のくらしを見つめ、食を通じ健康で豊かな社会の実現に貢献することを目指し、「おいしさ」「健康」「楽しさ」「安全・安心」「簡単・便利」「安定供給」「適正価格」を7つの基本価値としています。冷凍食品、レトルト食品、ウェルネス食品を通じて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。



株式会社ニチレイフレッシュ [水産・畜産事業]

代表取締役社長: 早間 元晴 資本金: 8,000百万円

グローバルな調達機能を活かし、「鮮度」「おいしさ」「安全」「安心」「健康」「環境にやさしい」をキーワードに、水産品・畜産品の「こだわり素材」の開発を進めています。あわせて「持続可能性」を念頭に、資源や環境にも配慮。より高い「生活者価値の創出」を通じて、お客様の期待にお応えできるよう、新たな事業分野への挑戦や社会との調和にも積極的に取り組んでいます。



株式会社ニチレイロジグループ本社 [低温物流事業]

代表取締役社長: 松田 浩 資本金: 20,000百万円

輸配送を軸とした物流ネットワーク事業会社と、冷蔵倉庫事業を担う地域保管事業会社、欧州・中国・タイに展開している海外事業、低温物流施設の企画から運営管理まで支援するエンジニアリング事業会社で構成される、国内最大規模の低温物流企業グループです。高度な物流情報システムインフラで結ばれた輸送、保管、流通加工、配送から、物流センターの設計・施工・メンテナンスまで、サプライチェーン全体にわたる高品質なサービスを提供。荷主企業様の物流最適化に貢献し、日本の「食」を支えています。



株式会社ニチレイバイオサイエンス [バイオサイエンス事業]

代表取締役社長: 中村 隆 資本金: 450百万円



バイオテクノロジーを通じて、一人でも多くの方の心と身体の健康に貢献するために、お客様が求める新たな価値を提供することをミッションとしています。また、セルバイオロジー分野とニチレイグループの素材調達力を生かした機能性素材を事業分野とし、高品質の製品・サービスを提供することにより医療、健康、バイオ産業の発展に貢献する専門性に秀でた技術指向型企業を目指しています。

CONTENTS

編集方針／会社概要 2

ニチレイグループの事業概要 3

「ニチレイグループと社会課題」の歴史 4

ニチレイグループの企業経営理念 6

トップメッセージ 7

■特集1 顧客価値の創造 10

商品パッケージを通じてお伝えする

ニチレイグループの品質保証

■食の安全・信頼 16

グループの品質保証

ニチレイフーズの品質保証

ニチレイフレッシュの品質保証

■特集2 環境 18

ニチレイロジグループの

コールドチェーンが支える

お取引先様へのお役立ちと環境への配慮

■環境への配慮 22

中期目標と実績

■働きがいの向上 24

従業員に対する各種調査と施策

従業員とのコミュニケーション

ダイバーシティの取り組み

ニチレイフーズの技術の

粋を集めた船橋第二工場が

誕生しました。 28

コンプライアンスの徹底

コーポレートガバナンスの確立 30

第三者意見 31

「ニチレイグループと社会課題」の歴史

ニチレイグループは、「くらしを見つめ、人々に心の満足を提供する」というミッションのもとこれからも、より良い社会づくりに貢献していきます。

ホームページでは、さらに詳しい情報を掲載しています

- ニチレイフーズ ▶ <http://www.nichireifoods.co.jp/>
- ニチレイフレッシュ ▶ <http://www.nichireifresh.co.jp/>
- ニチレイロジグループ ▶ <https://www.nichirei-logi.co.jp/>
- ニチレイバイオサイエンス ▶ <https://www.nichirei.co.jp/bio/>

社会の状況

1940年代 戦後復興期
食糧難

1952 全国すべての小学校で
学校給食の実施

1960年代 高度経済成長期
衛生問題
食の洋風化

1970年代 第2次
ベビーブーム
200海里規制による
漁業制限

1980年代 女性の社会進出による時間不足
電子レンジの普及

1986 男女雇用機会均等法施行

1990年代 価値観やライフスタイルの多様化
地球環境重視の時代

1997 食料自給率の落ち込み
京都議定書 採択

ニチレイの歴史

1942 帝国水産統制株式会社の
設立



1943 水産物の買入・販売
ならびに製氷・冷蔵・
凍結事業を開始

1945 日本冷蔵株式会社に
商号を変更

1956 畜産事業の開始



1952 調理冷凍食品の
販売を開始

●冷凍による食品の
保存性・簡便性の向上



1960年当時

1977 運送取扱い子会社を
設立し、運送事業の
開始



1975 国内水産物から
輸入水産物主体の
取扱いに移行

●200海里規制、食料需要への対応

1977 輸配送事業により保管から店舗への
納品までコールドチェーンを拡大



1982 バイオテクノロジー分野
へ進出

1984 事業目的に医薬品、
医薬部外品および
試薬の製造・売買を追加

1985 株式会社ニチレイに商号
を変更

1986 中高生のお弁当シリーズ発売

●お弁当作りの時間短縮、
メニューのバラエティー化



1990 物流事業を本格的に開始
1998 サードパーティー
ロジスティクス事業へ進出
(2000年11月に現・
㈱ロジスティクス・プラン
ナー(連結子会社)を設立)



1997年当時

1995 電子レンジ調理用コロッケが、
日経優秀製品・サービス賞優秀賞を受賞

●レンジ調理対応の揚げ物を開発し調理の手間を軽減

2007 純国産鶏種「純和鶏」の
養鶏・販売事業の
立ち上げ

●食料の持続的自給への対応



1993 大都市圏(関東・関西)大手小売業者様の
専用物流センターを新設。
本格的にTC(トランスファーセンター)事業を開始

●共同配送により社会全体のCO₂を削減

2002 免疫組織化学染色
診断薬「ヒストファイン」
シリーズを発売

●個別化医療への貢献



2004 インフルエンザ
診断薬の販売開始

●迅速検査の実現

ニチレイフーズ

ニチレイフレッシュ

ニチレイロジ グループ本社

ニチレイバイオ サイエンス

ニチレイグループの企業経営理念

ミッションステートメント

■ ミッション

くらしを見つめ、人々に心の満足を提供する

ニチレイグループは、人々のくらしに本当に役立つ商品やサービスを一所懸命に創り出し、健康でこころの豊かな生活の実現に貢献します。

■ ビジョン

ニチレイグループは、卓越した食品と物流のネットワークを備える「食のフロンティアカンパニー」として、お客様にご満足いただける優れた品質と価値ある商品・サービスを創造・提供し、広く好感と信頼を寄せられる企業として、社会とともに成長します。

■ 発想と行動の原点

ひたすらお客様のために！

■ 経営姿勢

1. お客様第一、安全第一、品質第一を貫く
2. 健全な利益を追求する
3. 付加価値を適正に配分する
4. 法と社会の秩序を守る
5. 公正な競争に徹する
6. 透明性の高い経営を推進する
7. 資源と環境を大切にする
8. 世界を見据える

ニチレイグループ「6つの責任」

ニチレイグループは、ステークホルダーの皆さまからの期待に応えるため、経済的・環境的・社会的側面に配慮しながら事業活動に取り組み、その活動を広く公表し、理解と対話を深めてまいります。

新たな顧客価値の創造

新たな商品やサービスを創り出し、生活者の課題解決をする

働きがいの向上

従業員の働きがいを高める

コンプライアンスの徹底

法律や規制を守り、倫理性を高める

コーポレートガバナンスの確立

透明で迅速な経営を行う

環境への配慮

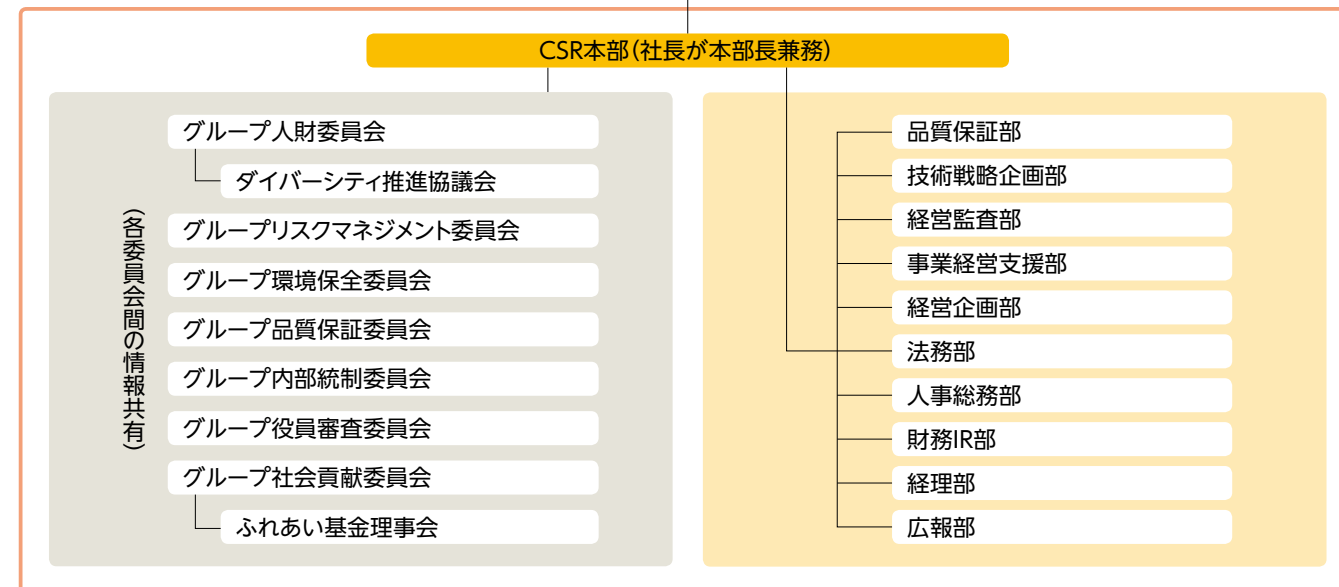
地球環境の負荷を低減する

ニチレイらしい社会貢献の推進

「食」「健康」「スポーツ」をキーワードとした従業員参加型の社会貢献の推進

CSR推進体制

持株会社全体がCSR本部



トップメッセージ

社会の中でニチレイグループの特性を活かした事業を行う それが私たちの存在意義

代表取締役会長

村井利彰

代表取締役社長

大谷邦夫

ミッションを実現するために「6つの責任」を果たす

ニチレイグループは、「くらしを見つめ、人々に心の満足を提供する。」というミッションを掲げています。グループ各社の事業内容は違っても、担うべきミッションは同じです。このミッションを実現することこそ、私たちが事業活動を行う目的なのです。

その意味で、私たちにとって、日々の事業活動こそがCSR活動にほかなりません。それぞれの事業会社が、その特性を

活かして事業を展開することによって、より良い社会づくりに貢献していく。その結果として、社会に信頼され、さらなる成長を続けていく。そんな存在であり続けたいと願っています。

その活動の基本となるのが「6つの責任」、すなわち「新たな顧客価値の創造」「働きがいの向上」「コンプライアンスの徹底」「コーポレートガバナンスの確立」「環境への配慮」「ニチレイらしい社会貢献の推進」です。ミッションを実現するためには、ニチレイグループのあらゆる活動において、「6つの責任」を果たしていく必要があります。

「6つの責任」は、時代を越えて守り抜いていく基本方針で

あり、優劣をつけず全員で取り組む未来への課題です。だからこそ、社会の変化や時代のニーズに応じて、その内容は絶えず更新していかななくてはなりません。より良い社会づくりに向けて、今私たちが取り組まなくてはならない課題は何か、常に社会に目を向けて自分たちの活動を進化させ、着実に前進してまいります。

あらゆるリスクを想定して 食の安全を守っていく

2013年は食の安全・安心に対する新たな脅威に、改めて社会的な不安が高まりました。ニチレイグループにとって食の安全・安心を守ることは至上命題であり、あらゆるリスクに対して備えを固めています。

まず、ニチレイグループ版フードディフェンス基準を策定し、ハード・ソフトの両面から対策を強化していきます。これは、安定供給を目的とした「食品安全保障(Food Security)」、残留農薬や微生物などの基準や規制を満たす「食品安全(Food Safety)」に対して、食品テロなど予想を超えた外部からの攻撃に対する管理を行う、「食品防衛(Food Defense)」という観点を取り入れたものです。

具体的な施策として、ハード面では検証カメラやICタグ認証など最新の設備を活用して、不審者の侵入と攻撃を防止します。同時にソフト面では従業員との対話を重ね、信頼関

係をさらに深めていくことを重視しています。一人ひとりが「食の安全は自分が守る」という誇りと責任感を持って業務に取り組み、食の安全・安心を大切にする組織風土を醸成していきます。

2014年3月に新設したニチレイフーズ船橋第二工場は、最新のフードディフェンス対応工場として稼働しているほか、すでにグループ各社でさまざまな取り組みが進んでいます。

また、サプライチェーンがグローバルに広がる中、世界のどの地域でも通用する品質や安全性を確保していかななくてはなりません。2013年度からスタートした中期経営計画「RISING 2015」では、基本方針のひとつにグローバルな品質保証体制の構築を掲げ、さらなる強化を図っています。

例えば、中国産製品については錦築(煙台)食品研究開発有限公司と連携し、ニチレイ基準に則り安全性を確認しています。残留農薬、動物用医薬品、食品添加物の検査に加え、2012年度からはSGS青島[※]に微生物検査を委託し、川上管理に向けた改善を継続的に実施しています。

このほか、原材料に遡って生産・流通履歴を把握できるトレースバックシステムを運用しています。

食の安全を守る取り組みを日々着実に実践していくとともに、そうして得られた商品の品質情報を、正しく速やかに提供していくことも極めて重要です。ニチレイグループでは積極的に情報開示を行っており、各事業会社のホームページ上で商品情報を公開するほか、お客様相談センターなど直

接コミュニケーションできる場も用意しています。さらに商品パッケージにも安全情報を漏れなく、わかりやすく表示しています。なお、パッケージの取り組みについては本レポートの特集でもご紹介しています。

ITの普及や端末の多様化などで、生活者の方の情報収集の手段はますます広がりを見せています。必要な情報を必要なタイミングで収集できるように、今後も時代に合わせて多彩なコミュニケーションのチャネルを用意していきます。また、ネガティブ情報についても包み隠さず、積極的に公開することによって、社会からの信頼に添えてまいります。

自然の恵みの上に 食の事業は成り立っている

ニチレイグループの扱う“食”は、豊かな自然環境の中で育まれたものです。いわば私たちの事業は自然の恵みによって成り立っており、環境保全の取り組みは、事業の存続と発展のために必須要件と捉えています。

環境保全活動は、地球温暖化防止、持続可能な資源循環の推進、自然との共生の3つを重点課題とし、事業会社ごとに事業の特性にあわせた対策を推進しています。

2013年度から2015年度までの環境中期目標では、2009年度比で電力使用量を5.5%削減、燃料由来CO₂排出量を7.5%削減、という数値目標を掲げました。

その実現に向けて、持続可能な原材料の調達や、食品工場におけるCO₂排出削減、物流時の共同配送やモーダルシフトなどの施策を進めています。本レポートでは、低温物流事業における環境配慮について特集を組んでおります。生活者の方々との直接的な接点の少ない事業ですので、サプライチェーンの全体最適に向けた取り組みの数々を、今回詳しくご紹介させていただきます。

新たな活動としては、鳥取県境港市竹内団地と北海道釧路市宝町に「ニチレイソーラータウン」を設置。遊休地を活用して、2013年11月から太陽光発電事業を開始しました。

また、社会貢献の一環として、一般社団法人フォレストック協会が発行する森林クレジットの購入を通じて、森林保全活動を支援しています。ニチレイフーズ、ニチレイフレッシュで対象商品の売上の一部をクレジット購入にあてるプロジェクトを立ち上げています。

そのほか、事業特性を活かした「食や物流に関する教育」など、ニチレイらしい社会貢献活動に引き続き取り組んでいます。東日本大震災被災地に関しては、継続的な復興支援が重要との考え方から、2011年度より5年間の予定で、岩手県、宮城県、福島県に対して、それぞれ毎年1千万円ずつ義援金を寄付しています。

価値創造のドライブは 多様で豊かな“個”の力

ニチレイグループは、このようにさまざまな取り組みを行っていますが、あらゆる活動の主体は人財です。従業員一人ひとりが自分の仕事に誇りとやりがいを持ち、ニチレイグループのミッションを日々体現していくことによって、社会からの信頼を得られるものと考えています。

価値創造に向け、ダイバーシティのさらなる推進にも力を入れています。生活者の視線に近い女性管理職の積極的な登用、豊富な経験を持つシニアスタッフの再雇用、新しい時代を切り開く若年層の採用など、幅広い層の人材に活躍の機会を与えています。また、海外への事業拡大に伴い、グローバル人材の育成も進めています。

もちろんダイバーシティを進める先に目指すものは、イノベーションの創出です。多様な価値観や発想がぶつかりあって化学変化が起こり、革新的な商品やサービスの創出へとつながらなくては意味がありません。

ニチレイグループには、「顧客満足と従業員満足は経営の両輪である」という基本的な考え方があります。今後ますます人財の多様性が広がるなかで、理念や目標を共有しながら、一人ひとりの個性や能力、使命感を尊重し、活躍のステージを広げていくことが極めて重要になります。

「多様で強い“個”が、生き生きと自分の力を発揮する。」ニチレイグループは、このような豊かな“個”の総力として、常に革新に挑戦し、社会に新しい価値を提供していく集団を目指してまいります。

今後とも変わらぬご支援をお願い申し上げます。

中期経営計画「RISING 2015」(2013年度～2015年度)

- ① グループ各社の国内外における収益力を向上し、持続的成長を実現します。
- ② グローバルな品質保証体制を構築します。
- ③ グループ経営資源の適正配分を行うとともに、自己株式取得・増配等適正な株主還元策を継続します。
※配当方針については従来どおり連結株主資本配当率(DOE)2.5%を目標とします。
- ④ 持株会社体制におけるコーポレート機能を強化します。
- ⑤ 社会・経済環境の大きな変化に対応して技術戦略の強化を図ります。

※SGS青島：通标标准技术服务有限公司青岛分公司
SGSは1878年設立、本社はジュネーブ。世界に1650ヶ所以上の事業所と実験室を備える世界最大級の認証、検査、分析機関。

商品パッケージを通じてお伝えする ニチレイグループの品質保証

分かりやすい表示とデザインでお客様に商品情報を正しくお伝えする

ニチレイグループの商品パッケージは1,000アイテムにおよびます。毎年、新商品の発売や商品リニューアルに合わせて、新たなパッケージを作成しており、数多くの食品表示関連法令に照らし合わせてチェックしています。

しかしながら、食品表示関連法令を満たしただけでは、ニチレイグループとして最も伝えたい『美味しさのイメージ』が伝わりません。『美味しさのイメージ』を伝えつつ、お客様に必要な情報を分かりやすく、正しくお伝えすることを心掛けています。

Nマークを付与するパッケージについての考え方

例えばニチレイフーズでは、数多くある冷凍食品から選んでいただくためにパッケージに様々な工夫を施しています。

① 安全情報を漏れなく記載すること

表示に関係する各種の法令で定められている基準に従い、アレルゲン情報や栄養成分などを表示しています。また、調理上の注意点などを分かりやすく図や絵などを用いて表示しています。

② 商品選択情報を記載すること

お客様にはそれぞれ商品を選択する際にこだわりがあります。その商品の生産場所や原料原産地や調理の便利さなど、お客様のニーズの高い情報を分かりやすく図、絵、二次元バーコードなどを用いて表示しています。

③ その商品が美味しく見えるようにすること

デザイナーと何度も打合せを行い、その商品の美味しさを想像出来るようなパッケージに仕上げています。

④ お客様からのご相談窓口を示すこと

お客様から色々な情報を得られるようにお問い合わせ先を表示しています。

⑤ 業界基準にもとづくこと

認定マークや分別収集の注意喚起などを表示しています。

これらの事項はさまざまな調査を行い、多くの情報を集約して記載しています。一括表示と言われる裏面や側面に枠で



囲って記載している情報は各種法令で定められている事項であり、ミスがあつてはいけません。ミスを防ぐために一括表示はダブルチェック体制で確認しています。配合レシピにもとづいて、使用している全ての原材料に関する規格書を原材料供給業者から提出してもらい、内容を精査し、原材料名・原料原産地を表示しています。さらに賞味期限とロット番号を表示することで、その商品がいつ、どんな原材料を使って生産したものなのかを調べることができるようになっています。ニチレイフーズでは、お客様とのコミュニケーションが大切だと考えており、お問い合わせ用フリーダイヤル番号を見やすい場所に表示するように工夫しています。

えする

おもて



うら

文字はどなたにも見やすい書体(ユニバーサルフォント)を採用。配色や表現はカラーユニバーサルデザイン(CUD)対応。アイコンやイラストにより、分かりやすい表示を心がけています。

アイコン

イラストで直観的に理解できるように記載

一般社団法人
日本冷凍食品協会認定マーク

調理方法

栄養成分表示

容器の包装材質および識別表示

保存の注意

いったん解けたものを再凍らせると品質が変わることがありますのでご注意ください。
-18℃以下で保存してください。

栄養成分表示 1個当たり(22g)

エネルギー	たん白質	脂 質	炭水化物	ナトリウム
42kcal	2.6g	2.4g	2.5g	118mg

(食塩相当量 0.3g)

注意事項

オート(自動)不可
オート(自動)不可
やけど注意

電子レンジ

①凍ったままトレイを切りはなしします。
中央に置かないでください。
ターンテーブル以外のレンジの場合は中央に置いてください。

②ラップをかけず温めてください。

調理時間
500w 40秒 1分 1分30秒
600w 40秒 50秒 1分20秒

●加熱ムラを防ぐため500Wまたは600Wでの調理をおすすめします。
●冷たい場合は10秒間ずつ追加加熱してください。
●温めすぎは調理不良の原因になります。

フライパン

①温めたフライパンに油をひき、凍ったままの商品を入れます。
②ふたをして弱火で焼いてください。

表と裏 約3分ずつ (調理時間は目安です)
●加熱しすぎは調理不良の原因になります。

アレルギー物質 (27品目中)

小麦 卵 乳成分 牛肉 大豆 豚肉

森にGood!

森の一部で日本の森を守ります。詳しくは下記のホームページへ

お客様相談センター

0120-69-2101
受付時間 9:00~17:00(土・日・祝日を除く)
原料原産地情報や商品情報はこちらから!
<http://www.nichireifoods.co.jp>

一括表示とは
商品選択に必要な情報(原材料・内容量など)をまとめて表示したもの。

アレルギー表示はイラストで直観的に理解できるように記載

お問い合わせ用フリーダイヤル

二次元バーコード

パッケージに二次元バーコードを掲載し、商品に使用している原料原産地ならびに商品情報をモバイルサイトに確認できるようにするほか、生産工場を明記するなど、お客様の知りたい情報の提供に努めています。

「お弁当にGood!」の売り上げの一部で森の保全活動を支援しています。

● 表示に関する主な法令

一括表示	食品衛生法、JAS法、計量法
アレルギー表示	食品衛生法
栄養成分表示	健康増進法
容器の包装材質および識別表示	容器リサイクル法
商品アピール表示	景品表示法

遵法性チェックとお客様視点でのチェックを経ることがニチレイ基準

安全情報や商品選択情報を漏れなく記載するために、表示の作成から商品が出荷されるまでに、さまざまなチェックを実施しています。遵法性はもちろんのこと、お客様に誤解を与える表現がないように細心の注意を払っています。ブランド審査の中でも、この2点を意識した表示チェックを実施しており、合格した商品だけが生産可能となります。

● Nマークを付与する商品パッケージを印刷する前の確認

作成

- ✓ まず、取得した原材料に関する規格書とレシピにもとづいて配合明細表、配合割合表を作成します。
- ✓ 次に、配合明細表、配合割合表を元に、チェックリストに沿ってパッケージに記載する内容を作成していきます。
- ✓ このチェックリストの中には、法律や食品業界のガイドラインで定められている内容はもちろんのこと、自主的に定めている内容(商品特性・調理方法)も含まれています。
- ✓ また、栄養成分を表示する場合(家庭用商品)には、実際に分析した値を記載しています。

栄養成分表示 1個当たり(22g)				
エネルギー	たん白質	脂 質	炭水化物	ナトリウム
42kcal	2.6g	2.4g	2.5g	118mg
(食塩相当量 0.3g)				

確認

- ✓ 配合割合表をもとに、表示内容が正確に記載されているかどうかを細かく確認しています。
- ✓ また、記載された表示内容が、法律や条例、社内基準に合致しているか、徹底した確認を実施しています。
- ✓ 特に健康危害に直結するアレルギーの表示については、抜け漏れや誤記入のないように十分な注意を払っています。
- ✓ 家庭用商品については、日頃からお客様の要望を受けているお客様相談センターでもパッケージを確認し、表示内容の改善に役立てています。



ニチレイフーズ社員から一言

商品パッケージは、ニチレイフーズがお客様とコミュニケーションできる場でもあります。法令によって表示しなければならない事項に漏れがあつてはなりませんが、パッケージを通してお客様にその商品の特徴や魅力、原材料や製法のこだわりもお伝えしたい。品質保証部では表示事項の遵法性チェックのほか、商品名、セールストークやアイキャッチコピーに誤りやお客様が誤認してしまうような表現はないかについても常に確認しています。

(株)ニチレイフーズ 品質保証部 表示規格グループ グループリーダー 清水 左都子



● 食品工場で、パッケージに商品が充填された後、出荷前の確認

ニチレイホールディングの

ブランド審査

- ✓ Nマークを付した商品パッケージについては、ブランド審査の一部として、表示内容のチェックを実施しています。アレルギー表示など健康危害に直結する内容を含め、法律に規定されている表示を重点的にチェックしています。
- ✓ また、お客様視点で表示内容を全体的に確認し、誤解を生むような表現や分かりづらい部分がないか確認しています。特にセールストークなど商品購買に影響する重要な表示については、誇大表示や虚偽表示にならないか、十分注意するようにしています。

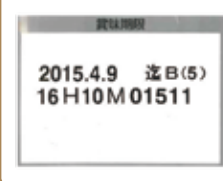
表示確認



工場

- ✓ まず、工場に納入されたパッケージフィルムや段ボールが、事前に確認した表示内容と一致しているかどうかを確認します。
- ✓ 次に、工場で印字した賞味期限やロット番号、トレースバックコードについて、正確な内容となっているか、かすれや滲みなどの印字不良がないかなどをチェックしています。
- ✓ 出荷前の最終チェックとなりますので、工場内でも2重3重のチェックを実施しています。

印字チェック



詳しくはWEBへ >>> <http://nichirei.co.jp/report/2014/topic/001.html>

ニチレイ社員から一言

表示内容は直接お客様が商品を選択する上で重要なツールとなります。万が一この記載が間違っていた場合にはお客様からの信頼を損ね、ブランドイメージも損なう可能性があります。近年ニュースで取り上げられているアレルギーなど健康に大きく影響する表示や、企業姿勢が問われる景品表示法関連の表示については、特に注意して確認しています。お客様視点での表示チェックを心掛け、Nブランドの維持・向上に努めています。

(株)ニチレイ 品質保証部 北村 康太郎



ニチレイフレッシュ社員から一言

ニチレイフレッシュでは、生鮮食品から加工食品にわたり、素材を起点とした幅広い食品を取り扱っています。特に海外から素材品を輸入する場合は、水産物の品種名、畜産物の部位名などについて、調達先に確認、あるいは、必要に応じて証明書を取り寄せて、法令や行政のガイドラインなどにもとづいて表示が妥当かどうかを都度商品担当と協議して、表示しています。

(株)ニチレイフレッシュ 品質保証部 マネジャー 甲斐 泰樹



正確な商品情報は正確な原材料情報から

商品情報を正確に伝えるためには原材料に関する情報が正確でなければなりません。ニチレイグループでは原材料情報を得る為に原材料に関する規格書を原材料供給業者に提出してもらっています。受け取った規格書は後述する内容について、何度もやり取りを重ねて精査し、商品パッケージの作成材料として活用します。加工度の高い原材料では精査に数ヶ月要することありますが、お客様が求める情報を正確に得られるまでやり取りを重ねています。

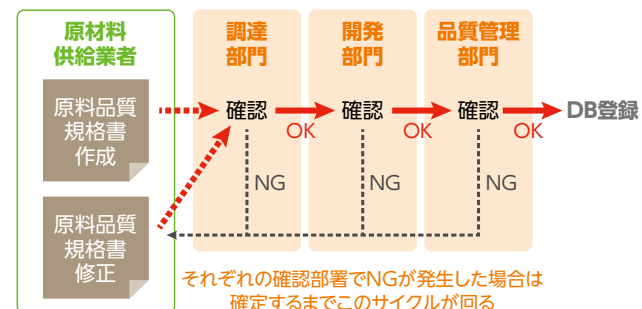
原材料の管理

ニチレイフーズは原材料のもとになる素材を3段階まで遡って調査し、配合割合、品質・微生物規格、製造工程、含有アレルギーなどを管理しています。原材料供給業者には、それらの内容を一覧化した「原料品質規格書」を原材料ごとに提出してもらいます。「原料品質規格書」に記載されている内容はデータベースに保管し、食品表示の作成やお客様からの問い合わせ対応に活用しています。

新規の原材料を使用する際には、事前に行う生産工場の工場診断や工場指導、「原料品質規格書」の内容確認、事前サンプルチェックなどを総合判断して取り引き可否を決めています。取り引き開始後も工場診断や工場監査を行い、工場改善を継続的に実施させることで原材料の品質をさらに向上

させるようにしています。また原材料受入時に品質をチェックすることにより、工場診断・工場監査の効果検証を実施しています。

①「原料品質規格書」の精査フロー



トレースバックシステム 商品パッケージに記載のコードから冷凍野菜の農地まで限定

Q トレースコードで何が分かるの？

トレースコードより次頁の解説図のように栽培農地まで追跡することが出来ます。

ニチレイフーズの冷凍野菜では、栽培管理・生産管理の追跡のためにトレースコードを印字しています。このトレースコードが分かれば、畑での栽培管理状況から工場での生産状況までの履歴を追跡することが出来ます。トレースコードを有効に機能させるために、ニチレイフーズでは現地生産者と相談しながら継続的な改善を行い、お客様のさまざまなご要望にお応えできるよう、進化し続けています。

Q 栽培管理とは何をしているの？

ニチレイフーズが中国やタイなどで生産する冷凍野菜は、畑の環境（土壌、水質など）、農薬の管理状況などのニチレイフーズ基準をクリアした農場を選定しており、これらの農場には定期的に冷凍野菜生産工場の農場指導員が巡回して栽培状況を調査し、適正に管理されていることを確認しています。ニチレイフーズはこの仕組みが確実に実行されていることを現地におもむいて確認しています。

Q 生産管理とは何をしているの？

ニチレイフーズが冷凍野菜の生産を委託している契約工場には品質管理のノウハウを指導しており、適正に栽培管理された野菜を入荷・選別・洗浄・加工・凍結・包装・検品・出荷と徹底した品質管理のもと製品化し、生産記録を残しています。

残留農薬については、下処理時に現地の検査機関で問題がないことを確認し、出荷時にもニチレイが技術指導を実施している生産工場検査部門で問題が無いことを検証しています。さらに、日本国内においてもニチレイ食品安全センターで残留農薬、衛生状態などを計画的に検査し、安全性を検証すると共に、現地での仕組みが適正に機能しているかを確認しています。

この列の表示で、以下を追跡することができます。

- 最終製品の包装年月日
- 包装工場
- 包装時刻

この列の表示で、以下を追跡することができます。

- 収穫された農場
- 収穫品の搬送に使用したトラックと運転手名
- 下処理を実施した生産工場
- 下処理を実施した工場の日付
- 下処理を実施した生産ライン

パッケージ作成に携わる者の想い

パッケージは、お客様と商品の出会いの場です。さまざまな情報を分かりやすく正確に記載することを心掛けています。そのためには原材料情報の管理について細心の注意を払う必要があります。数百種類以上もある原材料について原材料供給業者での管理状況や原材料の特性を正確に把握しています。また賞味期限、ロット番号、トレースコードは商品の履歴を調べるための重要なツールであり、可能な限り詳細に追跡ができるような表記内容にすべく工夫を重ねています。私たちパッケージ作成者は作成する立場であると同時にお客様の視点が必要であると認識しています。今後も常にお客様の立場になって、お伝えしたい内容を『見やすく』『分かりやすく』『簡潔に』記載することを心がけてまいります。

(株)ニチレイ 品質保証部 副部長 田中 修一郎