



いつも食卓に、ニッポン  
**nippn**  
 日本製粉

日本製粉株式会社  
 企画・編集：社会・環境委員会  
 発行・お問い合わせ先：広報部  
 〒102-0083 東京都千代田区麹町4-8  
 Tel.(03)3511-5307 Fax.(03)3237-3546  
<https://www.nippn.co.jp/>



こちらからCSR報告書  
 WEB版を確認できます。



本冊子ではカーボン・オフセットを通じて「トキの森プロジェクト(新潟県)」を支援しています。



適切に管理された森林からの原料を含む「FSC® 認証紙」を使用しています。



この印刷物に使用している用紙は、森を元気にするための間伐と間伐材の有効活用に役立ちます。



揮発性有機化合物を発生しない「VOCフリーインキ」を使用しています。



印刷工程で有害廃液を出さず、湿し水が不要な「水なし印刷方式」を採用しています。



本報告書は、すべての人への読みやすさに配慮したユニバーサルデザイン文字を使用しています。



ニッパングループは、食を通じて、皆さまの健康と明るい社会づくりに貢献してまいります。

代表取締役会長  
澤田 浩



代表取締役社長  
近藤 雅之



## “いつも食卓に、ニッポン”

ニッパングループは、さまざまな食シーンを通じて持続可能な社会の発展に寄与してまいります。

ニッポンは、1896年(明治29年)に民間では我が国最初の機械式製粉企業として創立しました。以降、製粉事業を中心に社会の多様性に対応しつつ、ステークホルダーの皆さまのお役に立つよう、事業の多角化を図ってまいりました。

社会の多様性に対応すること、事業の多角化に取り組むということは、即ち、これまでにはない課題に取り組むということでもあります。

一例として、「海洋プラスチックごみ問題」が近年問題になっておりますが、当社では2010年秋から、一部の冷凍食品を除きプラスチック製トレーからPEFC認証紙の紙製トレーへの切り替えを開始し、環境問題に先進的に取り組んだ商品開発を行っております。

さらに、少子高齢化による労働力不足、労働環境の改善がより一層求められる昨今、やはり時代を先取りし、1999年から業務用プレミックスで1kgの「ハンディパック」シリーズを販売しております。

いずれの商品も、その時々ニーズと近い将来を見据えて生まれた商品ですが、消費者・お取引先さまをはじめとしたステークホルダーの皆さまの声がこそのものです。

また、2015年以降は「SDGs」の達成に取り組むことも必須であり、「ESG投資」も伸長しております。

社会で何が求められているのかを意識し、今回発行するCSR報告書においては、当社グループの重要課題を「E(環境)」「S(社会)」「G(ガバナンス)」の観点で整理しました。また、ESGそれぞれの観点から非財務ハイライトとデータ一覧を設け、昨年度からさらに非財務情報の開示を充実させております。

「E(環境)」では、前述の紙製トレーの使用のほか、「食品リサイクル」などを改めて記載することで、継続した取り組みの重要性をご理解いただきたいと考えております。また、「気候変動」についても重要な課題と捉え、影響削減に向けて取り組んでおります。

「S(社会)」については、“持続的成長をするための企業活動”“高品質の商品・サービスの提供”“ステークホルダーの信頼獲得”“職場環境作り”“国際社会・地域社会への貢献”と5つの重要課題について取り組みを行っています。これは、まさに事業の多角化、社会の多様性に対応していることの表れであります。

「G(ガバナンス)」は、変化の激しい社会に柔軟に対応しつつ、企業として一貫した姿勢を取っております。

このような構成を取りつつ、Web版では「特集」として「食生活で、健康を。」をテーマに、アマニについて掲載しました。

「身体に良い油」としてメディアで取り上げられることも増えてきましたが、多種のアマニ関連商品を取り扱う当社として、今一度、分かりやすく掲載することとしました。

当社は、今年9月26日に会社のロゴを改定しました。これまでのロゴのスペルを踏襲しつつ、字体と使用色を変更し、より親しみやすさを表すこととしました。同時にスローガンを「いつも食卓に、ニッポン」とし、より身近な企業として存在すべく邁進してまいります。

当社グループは、より多くのステークホルダーの皆さまに対しCSR活動に積極的に取り組み、持続可能な環境や社会を実現するために寄与し、企業としても持続的成長し企業価値の向上を図ってまいります。

# ニッポンの使命 / わたくしたちの理念

## ニッポンの使命

ニッポンは、すべてのお客さまから信頼される企業として、力強く成長しつづけます。すべてのお客さまに、ご満足いただけるように日々努力をし、関係するあらゆる分野で、競争力のある、もっとも優れた商品とサービスを提供し、社会に貢献しつづけます。

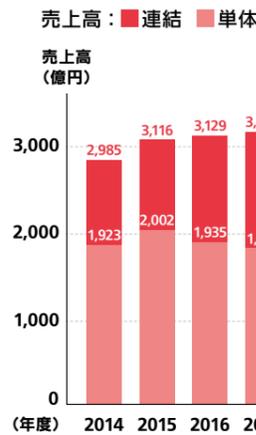
## わたくしたちの理念

- わたくしたちは、わたくしたちの商品とサービスを通じて、お客さまと感動をわかちあいます。
- わたくしたちは、現状に満足することなく、つねに改良、改善、そして改革に挑戦し、新しい時代をきりひらきます。
- わたくしたちは、一人ひとりの力が最大限発揮でき、成果が正しく評価される環境を作り、その中で持っている力をだします。
- わたくしたちは、社会の良き一員として、正しい行動をとりつづけます。

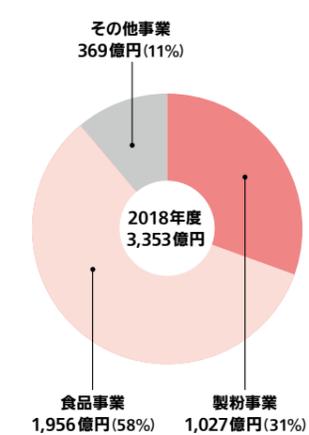
## 財務・非財務ハイライト

2018年度の売上高は、製粉事業、国内および海外の食品事業、その他事業ともに増収となりました。利益面でも、売上増による利益拡大により全セグメントで増益となりました。

### 売上高・経常利益



### セグメント別売上高



### 従業員

年度	連結	単体
2014	3,460	967
2015	3,519	982
2016	3,610	976
2017	3,696	980
2018	3,687	1,002

(出向者を除く)

## CONTENTS

- トップメッセージ p.1
- 企業理念、財務・非財務ハイライト、目次、編集方針 p.2
- ニッパングループを取り巻く情勢と事業活動 p.3
- 環境 p.4
  - 環境保護への取り組み
- 社会 p.5
  - 持続的成長をするための企業活動
  - 高品質の商品・サービスの提供
  - ステークホルダーの信頼獲得
  - 職場環境作り
  - 国際社会・地域社会への貢献
- ガバナンス p.10
  - 法令遵守及び内部統制

## 編集方針

本報告書は、2018年度の当社グループのCSR活動のうち、特にステークホルダーの皆さまに知っていただきたい情報を中心にまとめています。Web版報告書(以下Web版)には、当社のCSR活動をより詳細かつ広範囲に記載しています。

また、本年より「E:Environment(環境)」「S:Social(社会)」「G:Governance(ガバナンス)」の3つに項目を分け、それぞれの取り組みをご報告しています。

対象期間は2018年度(2018年4月~2019年3月)(一部2019年度の情報も含む)、対象範囲はニッポンおよび当社の製造部門を分社化したニッポン冷食(株)、オーマイ(株)(一部グループ全体やその他グループ会社の内容を含む)です。

本レポートに記載されている業績見通しなどの将来に関する記述は、その達成を約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績と大きく異なるものとなる可能性があります。

# ニッポングループを取り巻く情勢と事業活動

## ニッポングループを取り巻く社会情勢

食品業界において、消費者の節約志向が続いている状況の中、少子高齢化に伴う国内の労働力不足や市場縮小、物流費・資材費のコスト上昇により、事業環境は年々厳しさを増しています。また、女性の社会進出や食の欧米化などの社会の変化に伴い、人々の生活パターンやニーズも変化しています。変化する顧客ニーズを的確に捉え、高品質な商品・サービスを提供し続けることが持続的な企業の成長に必要なであるとニッポングループは認識しています。

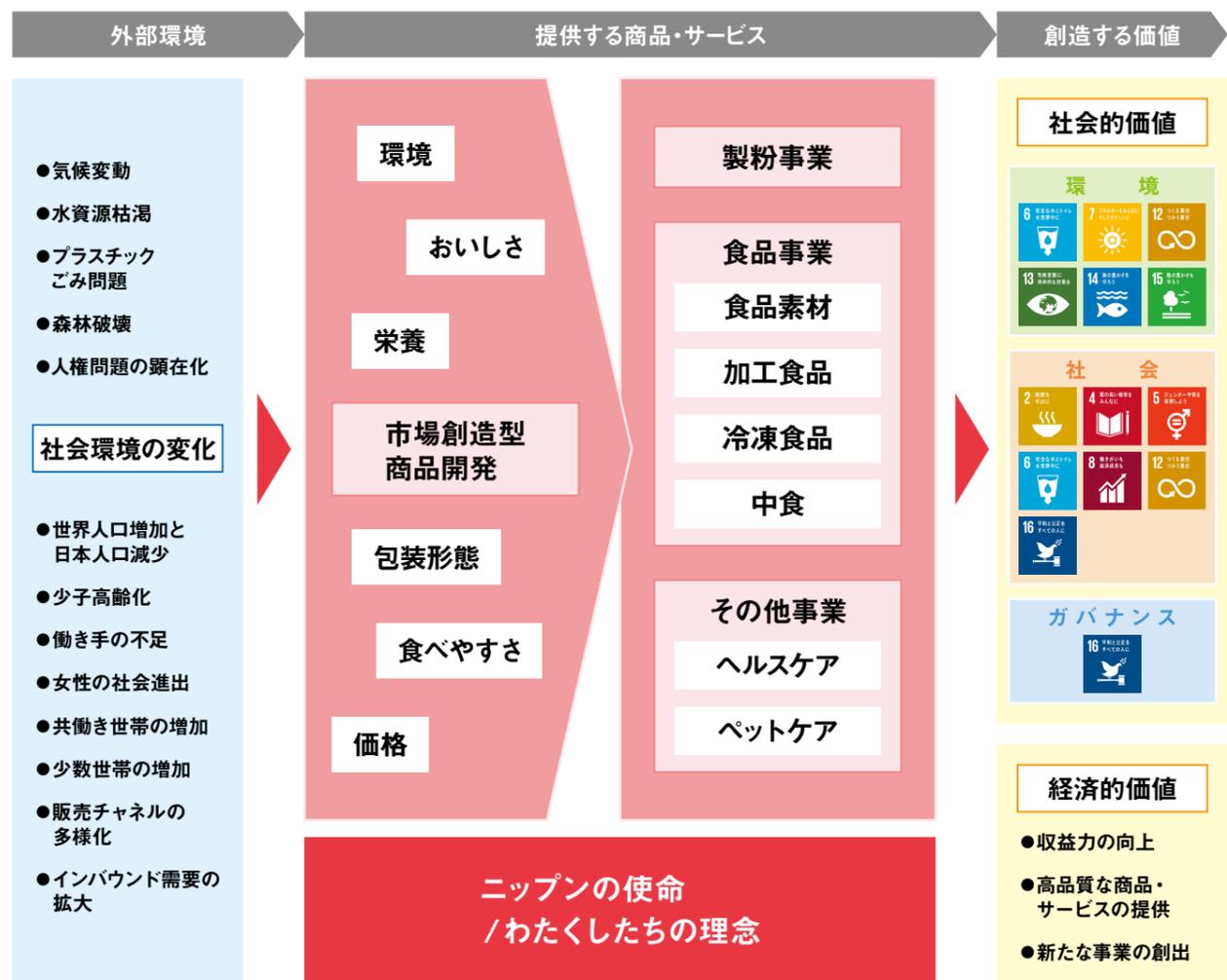
また、企業は社会の構成員の一員として、持続可能な社会の形成に寄与することが求められています。今、国際的に気候変動や海洋プラスチックごみ問題に対する関心が高まっていますが、企業としてもCO<sub>2</sub>排出量やプラスチックごみ削減に取り組むことが求められています。

さらに、国際的には人権問題やダイバーシティ推進に対する意識が高まってきていて、企業には誰もが働きやすい職場環境作りを推進していくことが求められています。

当社グループはこれらの社会からの要請に応え、企業としての責任を果たし、持続的な社会の実現に貢献していきます。



## ニッポングループの価値創造モデル



WEB p.3~10を併せてご参照ください。

# Environment [環境]

## 環境保護への取り組み



### 気候変動への対応

ニッポングループは、気候変動対応を経営上の重要課題と認識しています。気候変動により干ばつや多雨などの異常気象が深刻化・増加することで、当社の主力商品の原材料である小麦の収穫量が減少することが予想されます。平均気温の上昇も小麦の収穫量に大きな影響を与え、これらの現象は、原材料コストの上昇に繋がるリスクとなります。また、小麦の品質低下が生じると消費者に安定した品質の商品を提供し続けることが難しくなり、消費者の食生活に大きな影響を与えることとなります。気候変動への対応については当社の信用リスクに関わる課題として、取り組んでいく必要があります。

一方で、これを新たな製品開発への取り組み機会とし、小麦粉の品質を維持するなどの高度な製粉技術の構築や、新規素材を活用したビジネスモデルの多角化を進めています。

また、品質に影響を受けた小麦粉でもおいしいパンが焼けたり、麺を打ったりできるような、新たな調理法・レシピを消費者に対して提案していきます。

当社グループが展開している製粉事業において使用するエネルギーの大部分は電気のため、電気使用量の削減を通じた気候変動への対応は、特に対処すべき課題と考えています。2009年度から連結対象のグループ会社も環境目標の対象とし、2020年度目標として、「CO<sub>2</sub>排出量削減」を設定し取り組んでいます。対策として、エネルギー使用量が低減できる設備を積極的に採用するとともに、商品の原料輸送についても二酸化炭素排出量の少ない海上貨物輸送を積極的に利用しています。今後も気候変動対応を当社の重要な課題と位置づけ、取り組みを推進していきます。

### プラスチックごみ削減の取り組み

現在、海洋プラスチックごみ対策は、世界的な課題となっています。2019年6月の20か国・地域首脳会議(G20大阪サミット)では、「海洋プラスチックごみによる新たな汚染を2050年までにゼロにすることを目指す」目標を導入することで各国が合意しました。

当社では、家庭でお皿を使用しない簡便調理において、冷凍食品のパスタなどにはプラスチックトレイを使用してきました。しかしプラスチックごみに対する国際的な要請を受け、「オーマイプレミアムシリーズ」をはじめとした商品に使用しているプラスチックトレイを、紙製トレイに切り替える取り組みを進めています。また、おかずと米飯を仕切る「よくばりプレート\*」「よくばり御膳\*」のトレイには、無漂白の木材パルプを使用したeco紙トレイを採用しています。

\*「よくばり御膳 和朝食」「よくばりプレートモーニング」は除く。



### 従業員の声

広報部 お客様センター 主幹 岡村 健二



冷凍食品に使用しているトレイの材質について、当センターへも日々さまざまなお問い合わせをいただいています。最近の例では、小学校でマイクロプラスチックの授業を受け、関心を持ったお子さまが、自宅の食卓で当社冷凍食品にプラスチック製と紙製のトレイがあることに気が付かれました。そこで「同じ会社の同じシリーズ商品でトレイの材質が異なるのはなぜですか」というお問い合わせがありました。「可能な商品から環境負荷の低い紙製のトレイに順次切り替え中です」と回答し、納得いただきました。環境保護への意識が高い小学生。周囲の大人も子どもたちから大いに影響を受けることが容易に想像できます。当社の掲げるプラスチックごみ削減への取り組みは立ち止まることなく、着実に進めていかなければならないと、お客さまの声から痛切に感じています。

WEB p.15~20を併せてご参照ください。

## 持続的成長をするための企業活動



### 研究開発

#### 研究開発の基本的な考え方

ニッポングループは、常に新しい時代が求める「食と健康」の形を探りながら、小麦粉、加工食品、ヘルスケア商品などの研究開発に取り組んでいます。

私たちが大切にしているのは「お客さまの満足」です。お客さまに愛されるニッポンであり続けるために、チャレンジし続ける精神と科学する心で多彩な研究を進めています。最新の技術を商品開発に生かし、安全・安心な商品の提供をめざしています。

#### 研究開発体制 (フードリサーチセンター、イノベーションセンター、研究企画センター、開発本部)

社会的環境、経営環境の変化に柔軟に対応し、会社の持続的成長を促すためには、研究開発の推進が必須です。

グループ会社を含め、既存の事業分野の拡大、新規分野の開拓・事業化をめざした研究活動、精緻な分析技術を有した研究体制に加え、市場のニーズと研究成果を結びつけた新たな商品や市場を創造する開発体制を整え、研究開発活動に取り組んでいます。

### 研究開発の成果

#### 機能性表示食品

この度、消費者庁に届け出をしておいた「アマニ習慣」が、機能性表示食品として受理されました。希少なゴールデン種の中でもオメガ3脂肪酸の一つであるα-リノレン酸が高含有な品種を使用したアマニ油を、いつでもフレッシュな味わいが楽しめる使い切りタイプの個包装のミニパックにしました。本品の1日摂取目安量である1袋(3.7g)には2.2gのα-リノレン酸が含まれます。今回の受理により、悪玉(LDL)コレステロールが高めの方に適した商品として今年8月から発売しています。



機能性表示食品「アマニ習慣」

### 顧客のニーズを踏まえた新しい商品

単身世帯の増加や女性の社会進出など、人々の働き方や生活パターンは変化してきています。当社はこうした社会の

変化とそれに伴って変わるお客さまのニーズに応え、新たな商品の開発に取り組んでいます。

### 従業員の声

開発本部 商品開発部 企画開発グループ 柘岡 久子



多くの方にご利用いただいている「冷凍パイシート」ですが、女性の社会進出や共働き世帯の増加により、なかなか手作りする時間や機会がないというお声があります。そんな中、調理の手間を減らし、作りたい・食べたいと思っただけのような商品として開発したのが「ニッポン 手作りパイキット アップルパイ」です。このキット商品は、「①使いやすい丸形に切ってある冷凍パイシート」「②粒々りんご入りフィリング付き」「③オーブントースターで調理可能」という特徴を持っていて、これひとつで簡単においしいアップルパイができあがります。

「冷凍パイシート」の便利さ、おいしさを知っていただきたいという思いをこめて開発しました。ぜひお試しください!

WEB p.11~14「特集・食生活で、健康を。」および p.21~22を併せてご参照ください。

## 高品質の商品・サービスの提供



### 高品質の商品・サービスの提供に関する考え方

当社は、すべてのお客さまから信頼されることを使命とし、「行動規範」の中でも、すべてのお客さまに安全で高品質な商品・サービスを提供しつづけることを第一に掲げています。この規範に則り「食の安全・安心」の確保に向け、商品の全プロセスにわたる品質保証体制を構築

しています。また、外部規格の認証取得を進めるとともに、お客さまからのご意見や社会のニーズなどを、商品設計から製造、販売に至る各品質保証活動や高付加価値商品の開発に生かせるよう、社内の組織体制を構築しています。

### 品質管理体制の維持・強化

当社は、品質管理体制の維持・強化のために、検査機器の導入や文書類を整理し、これらを確実にするための教育といったあらゆる角度から安全の向上に努めています。

2018年度は、当社およびグループ会社による改善活動発表会を開催しました。発表会では、作業時間の短縮や、作業効率の向上に繋がる各種の発表が行われ、参加した他事業場の担当者も参考になりました。2019年度は、多くの事業場による発表会を予定しています。

### 品質に関する研修

当社は、一人ひとりの品質に関するより深い知識・技能の習得のため、部門別に製造および品質管理全般についての研修会を実施しています。2018年度は、製造に関する研修会(5回)を実施しました。お客様センターでは、工場視察による品質管理の知識習得に加え公益社団法人 消費者関連専門家会議(ACAP)や一般社団法人日本ヒープ協議会などの外部団体の研修に参加するなど、お客さまの立場に立った、対応・品質向上の活動を随時行いました。また、お客さまへの対応、製造における品質向上のために、営業部門および工場を対象にお客さまへの対応研修を実施しました。

### お客様センターの取り組み

近年消費者の「食の安全・安心」に対する関心が高くなっています。食の安全は科学的な評価によって、食の安心は情報の公開・提供、危機管理の方策などによってもたらされるものです。当社のお客様センターでは官公庁・消費者団体・業界団体などと緊密に連携して情報収集・社内教育・対外的情報発信に持続的かつ計画的に取り組んでいます。また、お客さまのニーズへの確実な対応に基づくCS<sup>\*</sup>の向上も、CSR活動における重要な目標の

ひとつと位置付け、お客様センターを中心に「CS 検討会」を実施しています。開発・品質保証・購買・工程管理・工場といった関係部署が参加し、お客さまからお寄せいただいた貴重な声を社内にフィードバックし、商品の改善、開発に生かしています。その他にもお客さまのご意見を集約した「カスタマーズボイスレポート」の発信など、社内で情報共有を積極的に行うことで、従業員のモチベーション向上、CSの重要性の意識づけを行っています。

\* CS: Customer Satisfaction(お客さま満足度)

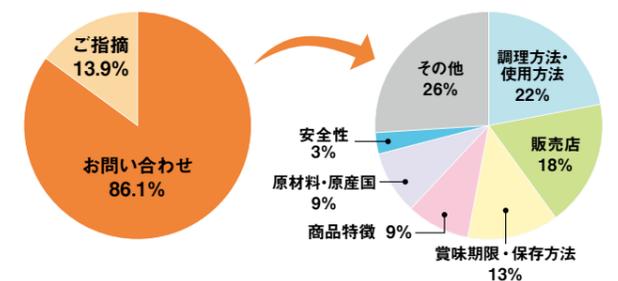
### お問い合わせの流れ

お客様センターでは、当社の商品やサービスに関するお客さまからのあらゆるお問い合わせ・ご相談・ご指摘を受け付けています。

商品でフリーコールをご案内する以外に、Webサイトでフリーコール、Eメールをご案内しています。他にもお手紙でのお申し出、お取引先さまから営業部門経由でのお申し出があります。

当日中にデータベースへ入力し、緊急と判断したご指摘は直ちに該当部門へ連絡、調査後、お客さまへ報告します。

・2018年度に寄せられたお問い合わせ内訳



WEB p.23~24を併せてご参照ください。

## ステークホルダーの信頼獲得



### サプライチェーン全体のCSR活動

#### 仕入先・委託先の評価・選定

外部に製造委託する商品や仕入商品については、事前に品質保証部が委託先を検査し、品質管理レベルがニップンの基準に適合することを確認しています。評価・選定基準にあたっては、60項目以上のチェックを行って採点し、選定基準をクリアした委託先を採用しています。

製造委託後も、当社とともに品質管理および品質保証のレベルの向上を図るために、委託先を訪問し、帳票類の管理や保管方法などの改善が必要な場合は指導を行っています。

#### CSR活動の目標・実績・評価

2018年度のCSR活動の目標・実績・評価において、目標の「購買基本方針遵守のため、仕入先と委託先の指導」では、数値目標の80社に対し実績は97社、「新規外注先の評価判定および指導」では、数値目標の8社に対し実績は19社と両目標とも数値目標を達成しました。2019年度も継続して、活動していきます。

また、ISO14001においても「新規及び既存外注先の工場やグループ会社の工場に対して省エネ・省資源につながるアドバイスを行う」という環境目標を設定しています。

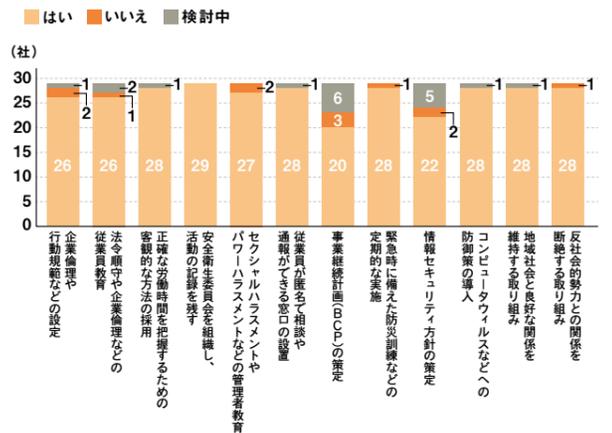
#### CSRアンケート

当社は、安全・安心な商品を製造し、お客さまにお届けするには、自社だけでなく、お取引先さまにも、CSRの考え方を踏まえた取り組みを進めていただくことが重要と考えています。

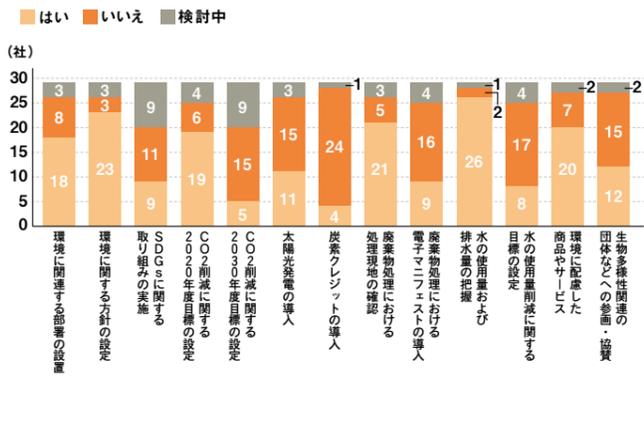
お取引先さまのCSRに関わるお取り組みを確認するため、2013年度からCSRアンケートを実施し、社会性に関わる質問、環境保全に関わる質問にご回答いただいています。

2018年は49社にアンケートを送付し、29社から回答を受領しました。ご回答いただいたお取引先さまには、当社のグリーン調達を含む企業の社会的責任における行動規範について書面で通知しています。回答内容も参考にしながら、当社およびサプライチェーン全体でのCSR活動、環境負荷低減の推進を図っています。

・CSR関連(2018年度) アンケート送付企業49社/回答企業29社



・環境関連(2018年度) アンケート送付企業49社/回答企業29社



WEB p.25~26を併せてご参照ください。

## 職場環境作り



### 人権の尊重と働きやすい職場作りに関する基本的な考え方

ニップンは、「行動規範」において、従業員の人格・個性を尊重するとともに、一人ひとりが能力を十分に発揮できる労働環境を提供することを掲げています。「行動規範」に基づく「行動指針」では、ハラスメントのない職場作りを

行うことや、個々人の基本的人権を尊重し公平な処遇を行うことを掲げて、従業員が働きがいを実感できる職場環境の整備に努めています。

### ダイバーシティの推進

すべてのお客さまから、信頼される企業として力強く成長し続けるためには、社会の変化に対する適応力を持った多様な人材を確保する必要があります。

当社では、人物重視の選考プロセスにより、このような人材を雇用しています。また、それぞれの違いを認め合い、各人が意欲的に仕事に取り組み個々の力を最大限に発揮できるように、職場風土や働き方の整備も進めています。

多様な人材が活躍することにより、組織としてイノベーションが起これ、企業競争力が向上することを期待しています。



### 女性活躍推進のための施策

当社がさらに発展していくためには、女性が力を発揮し、活躍の領域を広げていけるよう環境を整えることが必要です。当社の女性活躍推進は、「活躍できる環境を整備すること」、「長く働ける環境を整備すること」の2つの施策を車の両輪と考え取り組んでいます。施策の一つとして、管理職に占める女性の割合が低いことを課題とし、管理職の母集団となる総合職の女性割合を25%以上に

することを目標に掲げ積極的に取り組んでいます。また、育児期を挟んだキャリア形成の課題を洗い出し、具体的な施策を立案するため、毎月1回、異業種で組織する協議会の活動に参加して情報収集を行い、職域拡大に努めています。女性従業員や管理職に対しては、継続的に外部セミナーに派遣し意識向上の施策も行っています。

### 従業員の声

人事・労務部 人事グループ 主幹 砂山 万帆



当社は女性の活躍推進をはじめ、多様な人材が活躍できるよう、さまざまな価値観に対応した働き方や環境整備に取り組んでいます。具体的にはフレキシブルな働き方を可能とする仕組みや、上司や職場メンバーからの理解促進、また制約の有無に拘らず、誰もがいきいきと働け、能力を発揮できる働き方整備をめざしています。時代の流れとともに働き方や従業員構成、価値観に変化が見られますが、そのときに応じて様々な人が活躍できる働き方、職場環境を考え、まだまだ道半ばではありますが、半歩ずつでも前に進めるよう引き続き、積極的に取り組んでいきます。

WEB p.27~29を併せてご参照ください。

## 国際社会・地域社会への貢献



### 食育に関わる活動

ニッポングループは、総合食品企業の使命として、「食を通じて人々の健康に貢献する」という考えに基づき、正しい

食への知識を伝えるための食育活動を行っています。

### 「為末大学食育学部」を実施

昨今、社会的な生活環境の変化に伴い、子どもたちの体力低下が危惧されています。当社はこうした現状から2013年度より、元プロ陸上選手の為末氏と共同で「為末大学食育学部」を立ち上げ、各地の小学校に訪問し特別授業を実施しています。

2018年度は、新潟市立沼垂小学校、熊本市立託麻東小学校、静岡市立川原小学校の、全3回実施しました。また、「食育の時間」については、「バランスの良い食べ方を学ぼう」「食べた分だけ動こう」をテーマに、子どもたちにより分かりやすく食育を学んでもらえるよう、カードを使ったワークで体を動かしながら学ぶことのできる内容に変更して実施しました。

授業は「体育の時間」「食育の時間」「夢の時間」の3時間で構成されており、体と心を育むこと、そして、それらを支える食事の大切さを子どもたちに体感してもらう機会を提供しています。

上記実施校を含め、2013年度～2018年度の6年間で、延べ20回、2,138人の児童に授業を行いました。

#### 1時間目「自分へのチャレンジ、体育の時間」



為末氏が走り方を指導したうえで、それぞれ自分の目標を設定してハードルを跳んでいきます。チャレンジすることの大切さや、運動の楽しさを実感してもらいます。

#### 2時間目「明日の体を作る、食育の時間」



楽しいワークを交えながら、子どもたちの成長にとって必要な食について学びます。管理栄養士のこばたてるみ氏が、子どもたちに分かりやすく解説を行います。

#### 3時間目「自分を見つめる、夢の時間」



グループでの話し合いを通して、自分の夢を一度深掘りして考えてみることで、そして友達の夢を聞いてそれを応援することを学んでもらいます。

### 従業員の声

広報部 次長 亀井 文雄



為末大学食育学部は、2018年度までで累計20回の開催となりました。未来に向かって生きる子どもたちにとって、食と健康の重要性、ひいては充実した人生の礎となる心身の健康を考え、またこれから広がる世界で多様性を認めつつ自己実現をすることの大切さを知るきっかけ作りになればとの思いから行い、食品企業としてまた社会の一員としてなすべきことであると考えています。一方、このような少し難しい思いをいかに小学生が楽しく考えられるか、また実践できるかということについては、為末さん、こばたさん、実施校の先生方、保護者の方々のご協力をいただき、初めて実を結ぶことができます。

為末大学食育学部は、当社各事業場がお世話になっている地域の社会貢献活動として行っています。今後も皆さまのお役に立つことができる活動を継続していきたいと考えています。

WEB p.30~32を併せてご参照ください。



## 法令遵守及び内部統制

### 情報セキュリティ

ニッポンは、情報セキュリティ規定および社内ネットワークの運営・利用規則を制定し、情報漏洩や不正利用などから保護し、当社活動の維持と信頼を高めています。

情報漏洩においては、SNSの誤った使用やメール誤送信による情報流出が社会で大きな問題となっていることを鑑み、新入社員の研修時から教育を行い対応しています。特に、世の中で発生しているトラブルの実例を用いて、情報セキュリティのリテラシー向上に取り組んでいます。全社員には、標的型メール攻撃による被害を想定し、疑似的に訓練を行うことで危険性の注意喚起を行っています。

パソコンなど(含:タブレット・スマートフォン)情報機器のセキュリティは、種々の対策を施して対応を行っています。具体的には、外部からの不要なプログラムやデータの侵入の防止、データ持ち出し制限、データの暗号化などを行っています。また、社内においては各種データなどへのアクセス権限の設定による参照制限を行い、必要な人に必要な情報が届くように運用・管理しています。

当社では、このようにハード・ソフト両面で情報セキュリティの強化を図っています。また、情報セキュリティ対策には終わりがないので、常に最新の対策が施されるように取り組んでいます。

### コンプライアンス研修

当社では、「行動規範」「行動指針」の遵守を徹底するコンプライアンス活動を推進しています。「行動規範」および「行動指針」はイントラネットに掲示する他、「行動指針」の解説をした「企業の社会責任 HAND BOOK」と併せて、全従業員に配布しています。

毎年新入社員に対し、新入社員研修の一環としてCSR研修を実施し、企業倫理の基本を身に付けるようにしています。グループ会社の新任取締役に対する研修、仕入業務の担当者への下請法研修、事業所への総合的なコンプライアンス研修などを実施しています。



### 従業員の声

総務部 法務グループ 秋山 知樹



コンプライアンス研修の一環として、当社では毎年下請法の勉強会を開催しています。

その研修の講師を担当して5年ほど経ちますが、年々、様々な部署や関係会社から、幅広い年代で参加者が増加している状況であり、当社グループ内においても法令遵守の意識が高まっていることを実感する次第です。

社会においては、下請取引のみならず個人情報管理や従業員の働き方など諸々の企業に関わる問題も大きく取り上げられています。社会の公器として企業が果たすべき責任の重要性が増す中、法令遵守に留まらずより積極的なコンプライアンス意識の浸透が進むようさらなる勉強会や研修の充実を図っていきたく考えています。

WEB p.33~34を併せてご参照ください。