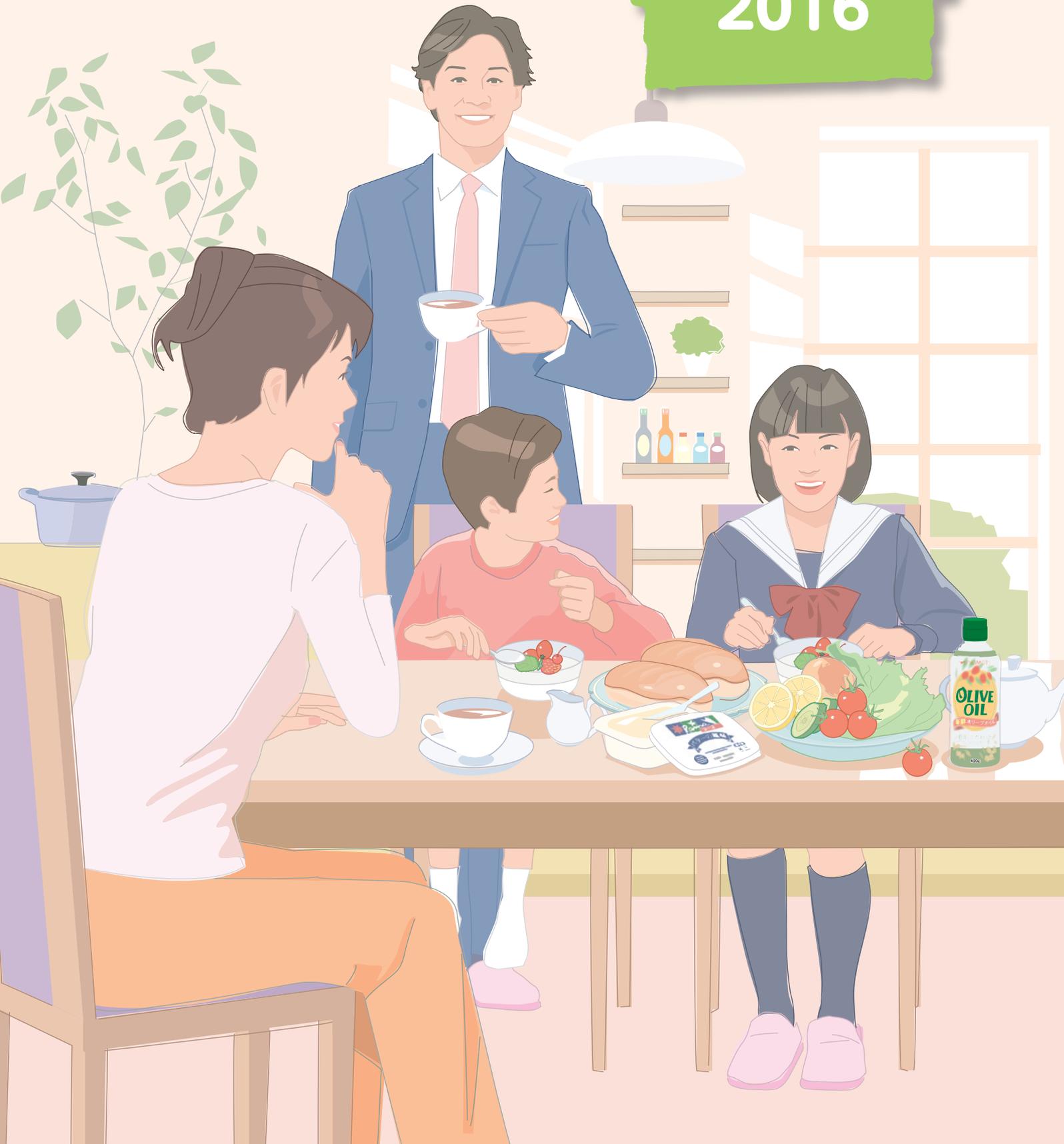




J-オイルミルズ
レポート
2016





プロフィール

株式会社J-オイルミルズ(以下、「当社」)は、ホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の経営統合により、持株会社として2003年4月に設立されました。2004年7月には、3社が合併し、一つの事業会社としてスタートし、10年以上になります。

経営環境が大きく変化する状況においても当社が社会から必要とされる存在感のある会社であり続けるために、事業運営や社内体制において抜本的な「構造変革」を推進しています。現在、第四期中期経営計画の見直し、次期中期経営計画の策定に着手しており、安定的に収益をあげることのできる企業へと変革し、「ステークホルダーの幸せの実現」を目指します。

本レポート作成の背景

当社グループは、企業価値をトータルにご理解いただくことを目的として、2013年まで発行してきた『ビジネスレポート』と『CSR報告書』を一冊に統合し、2014年から『J-オイルミルズレポート』として発行しています。

これにより、多角的に当社の取り組みを報告し、皆様とのコミュニケーションをさらに促進することを目指します。

本レポートで目指すこと

本レポートでは、当社のトータルな企業価値をご理解いただくことを目的としています。そのため、当社のあらゆる企業活動の目標である「ステークホルダーの幸せの実現」に向けた取り組みを多角的に紹介します。この目標に向けた、事業活動の発展や持続的発展の追求の取り組みを紹介することで、トータルな企業価値をご理解いただければ幸いです。

レポート概要

■ 報告対象期間

本レポートでは、当社グループの2015年度(2015年4月1日～2016年3月31日)の活動を主に報告しています。当該年度以外の取り組みも一部掲載しています。

■ 報告対象範囲

財務データは連結決算、環境データの範囲は、千葉工場、横浜工場、静岡工場、浅羽工場、神戸工場、若松工場です。

■ 発行年月日

2016年10月(次回:2017年10月予定)

■ 参考としたガイドライン

- ・ 環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- ・ GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第3.1版(G3.1)/第4版(G4)」
- ・ 一般財団法人日本規格協会「ISO26000:2010社会的責任に関する手引」
- ・ 国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワーク」

表紙について



「ステークホルダーの幸せを実現する」という経営理念を、家庭において製品がもたらす家族の豊かな食生活で表現しました。

将来に関する予測・予想・計画について

本レポートに記載されている将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいて作成したものであり、事業環境の変化などにより結果が異なる可能性があります。

WEBサイトのご案内

本レポートは、従来投資家向けに発行してきた『ビジネスレポート』と、あらゆるステークホルダー向けに発行してきた『CSR報告書』を一冊に統合し、当社の企業価値をトータルに報告するものです。本レポートに掲載できない詳細データについては、当社のWEBサイトに公開しています。本レポートの報告内容は、当社のあらゆる活動の中でも、多くのステークホルダーにとって重要な根源的な情報を優先し、特定のステークホルダーにとって重要な詳細情報は当社WEBサイトに譲っています。

IR情報▶<http://ir.j-oil.com> 環境・社会活動▶<http://ir.j-oil.com/csr>

当社の理念体系

当社は、事業を通じて社会に価値を創出しており、これが根源的な企業価値を形成しています。これを土台として、事業の推進と成長戦略により、事業活動を発展させることで、企業価値の向上に取り組んでいます。一方で、制度・体制の整備・改善、ステークホルダーとの信頼関係の強化、環境への配慮によって、持続的な発展の追求に取り組むことで、企業価値の下支えをしています。

この二本の柱により、ステークホルダーの幸せの実現を目指しています。



目次

- | | | | |
|------|--|------|---------------------|
| P.1 | プロフィール／本レポート作成の背景／本レポートで目指すこと／レポート概要 | P.13 | 事業構造 |
| P.2 | 当社の理念体系 | P.15 | 事業戦略 |
| P.3 | 事業内容
製油・油脂事業／その他の事業 | P.17 | 持続的発展の追求 |
| P.4 | 財務・非財務指標 | P.18 | マネジメント体制 |
| P.5 | 社長インタビュー
事業構造の抜本的な変革を推進し、長期的な成長を目指します。 | P.21 | お客様からの信頼のために |
| P.7 | 根源的企業価値: 価値創造モデル
独自のノウハウと強みで、独自のソリューションを創出し、お客様と社会に貢献 | P.24 | パートナー様との信頼関係の強化 |
| P.9 | 事業活動による社会への価値創出
J-オイルミルズグループの製品は、生活のあらゆる場面でステークホルダーの皆様を支えています | P.26 | 従業員が輝く職場を目指して |
| P.11 | 特集 | P.28 | 社会との取り組み |
| | | P.29 | 持続可能な地球環境のために |
| | | P.33 | 株主・投資家の皆様との対話 |
| | | P.34 | データ編
連結財務諸表／会社情報 |

事業内容

製油・油脂事業

家庭用油脂・業務用油脂

「おいしさ」「健康」「機能」をキーワードに多様化するお客様のニーズにお応えする家庭用・業務用油脂製品。これまで築き上げたお客様の信頼をもとに、安全・安心で豊かな食生活を提案します。

マーガリン・ショートニング

家庭用マーガリンではお客様より長くご支持をいただいている「ラーマ」製品を、業務用マーガリンでは当社独自のフレーバー技術を用いた「マイスター」ブランドを中心に製菓・製パン向け製品をお届けしています。また、2014年4月に、バターコンパウンドマーガリンの新ブランド「グランマスター」シリーズを立ち上げました。

粉末油脂

2012年度より事業展開を始めた粉末油脂事業は、コーヒー用の粉末クリームや製菓・スープの原料といった加工食品に、おいしさを加える素材として、今後の拡大が期待される分野です。油脂やスターチで培った当社独自の技術を加え、新しい価値を創造していきます。

油糧

搾油処理後の搾り粕（ミール）は、貴重な原料素材として広く活用されています。大豆ミールは良質なたんぱく源として配合飼料や醤油の醸造用原料に使用され、菜種ミールは有機肥料や配合飼料の原料などとして提供しています。



その他の事業

スターチ

コーンスターチやタピオカでん粉などをベースに、当社独自の高性能な加工澱粉を開発しています。これらの機能性澱粉は様々な食品の食感改良に利用され、加工食品のおいさを提供しています。

健康食品

大豆に含まれる天然ビタミンEをはじめとした食生活で不足しがちな栄養成分を手軽に補っていただけるようなサプリメントを提供しています。

ファイン

健康食品として注目されている大豆や納豆に含まれる「イソフラボン」や「ビタミンK₂」などの微量栄養素を提供しています。

大豆シート食品

大豆たんぱくをベースにシート状に成型した「まめのりさん」を提供しています。海外の日本食レストランなどで、新しいラッピング素材としてヒット商品に育っています。

メディカルサイエンス

がんをはじめとする様々な疾病に関与しているといわれる糖鎖の基礎研究により、皆様の健康に貢献しています。

化成系

合成樹脂接着剤は意外に皆様の身近なところで活躍しています。住宅の建築材料から生活必需品まで、日々の生活を豊かにできるよう、製品開発を続けています。



■ 連結売上高に占める事業別割合

製油・油脂事業 ————— 91%

その他の事業 ————— 9%

財務・非財務指標

財務指標(連結ベース)

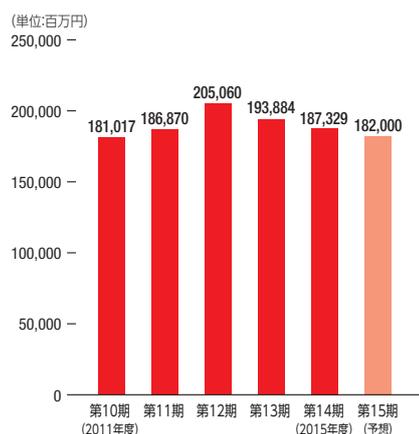
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度 (2016年3月期)
売上高(百万円)	181,017	186,870	205,060	193,884	187,329
営業利益(百万円)	4,699	6,525	6,257	4,193	4,634
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	2,629	4,060	3,913	3,105	2,973
純資産(百万円)	68,104	71,981	73,979	79,639	79,811
総資産(百万円)	142,436	151,627	156,197	157,082	153,643
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	11,175	4,602	11,520	6,937	9,798
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△ 5,807	△ 4,725	△ 8,710	△ 3,016	△ 5,320
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△ 5,190	95	△ 2,431	△ 4,434	△ 4,249
現金及び現金同等物の期末残高(百万円)	5,955	5,929	6,309	5,806	6,027
自己資本比率(%)	47.8	47.5	47.4	50.7	51.9
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	3.9	5.8	5.4	4.0	3.7
1株当たり純資産(円)	407.99	431.55	444.62	478.43	479.58
1株当たり当期純利益(円)	15.75	24.34	23.50	18.66	17.87
1株当たり年間配当金(円)	8.00	9.00	9.00	9.00	9.00

非財務指標

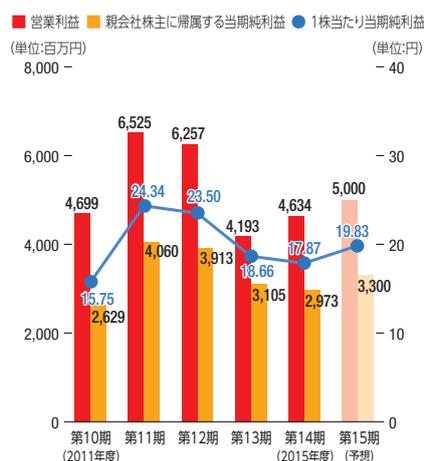
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度 (2016年3月期)
製品:油脂類・ミールなど(千t)	1,788	1,771	1,788	1,726	1,704
原料使用量(千t)	1,771	1,750	1,771	1,683	1,673
購入電力(万kWh)	6,950	8,929	9,208	10,438	9,937
CO ₂ 排出量(千t-CO ₂)	170	181	175	177	177
廃棄物発生量(千t)	44	40	38	39	37
再資源化率(%)	99.55	99.95	99.95	99.99	99.98
休業災害度数率	0.40	1.98	0.00	0.40	0.40
休業災害強度率	0.004	0.057	0.000	0.011	0.000

連結財務ハイライト

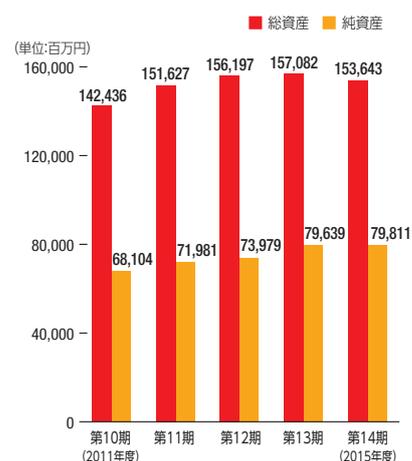
売上高



営業利益・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



総資産・純資産



社長インタビュー

事業構造の抜本的な変革を推進し、 長期的な成長を目指します。

事業構造の抜本的な変革で好循環を確立し、
独自の価値を創出し続け、長期的な成長を目指す。



Q 社長就任から1年がたち、見えてきた課題と強みについてどう考えていますか？

A 事業構造の変革のスピードが外部環境の変化に追いついていない。抜本的な変革のスピードの加速が急務。

2015年の社長就任以来、様々な機会を通じて課題と強みを認識しました。課題については、2014年度(2015年3月期)にスタートした第四期中期経営計画(2020年度まで)の下に推進している事業構造の変革が、外部環境の変化のスピードに追いついていないということです。想定よりも外部環境の変化は著しく、2015年度(2016年3月期)の業績目標は達成できませんでした。抜本的な変革のスピードの加速が急務であり、第四期中期経営計画の見直し、次期中期経営計画(2017年度から2020年度まで)の策定に着手しました。

Q 企業価値や強みをどう認識していますか？

A 根源的企業価値は健在。これを形成するのは技術力、提案力、現場力という強み。成長戦略にも活かす。

社会に価値を創出するビジネスモデルが根源的な企業価値として健在

2015年度の業績が目標に到達しなかったとはいえ、根源的企業価値が損なわれているわけではありません。当社は、事業を通じて社会に価値を創出するビジネスモデルを構築しており、これは当社の根源的企業価値として健在しています。

技術力、提案力、現場力という強みを成長戦略に活かす

このビジネスモデルを形成しているのは当社の強みです。具

体的には、優れた製品を開発・製造する技術力、さらにその良さをお客様の課題解決に活かす提案力、そして構築されたお客様との信頼関係からなる現場力です。

当社は3社が統合して設立された会社ですが、それぞれの長い歴史の中で培った独自のノウハウを融合して拡大させています。今、策定を進めている次期中期経営計画もこれらの強みを活かす成長戦略を検討しています。

Q 次期中期経営計画のポイントをお聞かせください。

A 基幹事業の筋肉質化による基盤整備、強みを活かした成長戦略、お客様と社会の課題解決に向けた社内改革に注力。国内で磨き込んだ価値を将来グローバル展開する。

基幹事業の筋肉質化による基盤整備

まずは、外部環境の影響を受けやすい基幹事業である製油事業を筋肉質化し、事業の基盤を整備します。相場の影響を受けずに自立的に稼ぐ力をつけることができるよう、効率化、高度化できる部分の洗い出しを進めます。次期中期経営計画は2020年度を最終年度としますが、当社が将来もお客様や社会から求められる存在感のある会社であり続けるために、少子高齢化による影響など、長期的な環境変化も念頭において検討しています。

強みを活かした成長戦略

成長戦略としては、当社の強みを一層発揮する施策を検討しています。技術力、提案力、現場力という強みを活かして、これらの磨き込みによってさらに高い価値を提供していきます。

当社の強みは外食・中食・加工食品のお客様との太いパイプや信頼関係の構築につながっており、国内食用植物油市場の業



務用油脂市場で高いシェアを維持しています。さらなる飛躍を遂げるために、業務用・加工用のお客様を中心としたコンサルティング型営業と技術サポートを連携させた「ソリューション事業の強化」に取り組みます。

また、製品の「高付加価値化」を推進します。独自の技術力は当社の得意とする高機能製品に活かされています。当社の業務用市場での地位はこの分野がリードしており、今後さらにこの分野での差別化を図るため、おいしさ、健康に加え、機能を追求していきます。

「新素材の事業化」にも取り組みます。原料から油脂製品を製造する技術を活かして、油の原料からできる素材で新規事業の開拓を進めます。

お客様や社会の課題の解決に向けた社内改革：「経営インフラの整備」と「チャレンジングな風土・文化醸成」

当社は背景の違う3社の統合により設立されましたが、それぞれの強みを活かしつつ、社内の連携が進んでいます。しかし、組織・風土の改革を一層進めていく必要があります。

そのため、各種の事業戦略の推進とともに社内改革を進めます。事業戦略を体現する組織体制を構築することを中心とした「経営インフラの整備」、意識の変革などによる「チャレンジングな風土・文化醸成」に努めます。お客様や社会の課題を経営課題の中心に据え、それらの解決に全社一丸となって貢献していきます。

国内で価値の磨き込みをした上でグローバルに価値を展開

これらの施策に注力し、国内で価値の磨き込みをした上で、世界に役立つ価値をグローバルに展開することを目指しています。

 次期中期経営計画は2017年度からのスタートですが、すでに開始している施策はありますか？

 **いくつかの施策はすでに開始し、成果も芽生え始めている。**

次期中期経営計画は2017年度から開始予定ですが、いくつかの施策はすでに開始し、成果も芽生え始めています。

製油事業の筋肉質化による基盤整備については、生産拠点の再編に着手し、2017年の稼働を目指して岡山県倉敷市に新しい搾油工場の建設を進めています。食用油の搾り粕からできる

ミール製品の需要先に近いところに工場を移し、効率的な稼働を目指します。

成長戦略については、当社の独自素材である脂溶性栄養素のビタミンK₂を配合した製品を含め、毎日の食事では不足しがちな栄養素をオイルから摂取するという新しいライフスタイルを提案する「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル」シリーズを2016年4月に発売しました。

海外戦略については今後国内を固めてから改めて本格化する予定ですが、インドでの高機能性油脂の展開、タイでは、スターチ事業における日系企業のほか、現地企業へのお客様開拓など、早速成果も出始めました。

社内改革については、2016年7月にマーケティング本部を設立し、製油本部、営業本部との連携を一層強化して独自の価値を全社一丸となって提供する体制がスタートしています。

また、ガバナンス体制の面では、2015年度に社外取締役が従来の1名から3名となり、各種事業戦略について他の会社を見てきた社外取締役の知見も得て取締役会で活発な議論が行われるようになりました。今後もこのように取締役会が起点となって事業運営を触発するなどの例を増やして、制度の改革を事業推進につなげていく取り組みを一層加速させていきます。

 長期的にどのような将来像を描いていますか？

 **好循環を確立し、独自の価値を創出し続け、長期的な成長を目指す。**

当社が持つ強みである技術力、提案力、現場力を結集して、事業構造の抜本的な変革に取り組むことで、キャッシュを創出し、それを成長分野に投資してさらなる成長を図っていきます。このように好循環を確立することで、独自の価値を創出し続け、長期的な成長を目指します。

ステークホルダーの皆様には、今後ご理解とご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

2016年9月

代表取締役 社長執行役員 **八馬 史尚**

根源的企業価値：価値創造モデル

独自のノウハウと強みで、独自のソリューションを創出し、お客様と社会に貢献

当社は、これまで培ったノウハウをベースに、3つの強み(技術力、提案力、現場力)を磨き込むことで、事業活動を推進しています。また、その下支えとして、制度・体制(マネジメント体制)の整備・改善、ステークホルダーとの信頼関係の強化(品質保証・安定供給など)、環境配慮にも努めています。

これらの独自のノウハウと強みが、様々な製品やサービスという形で独自のソリューション(付加価値)を創出し、お客様や社会の課題の解決に貢献しています。

この全体のプロセスは価値創造のビジネスモデルとして当社の根源的企業価値となっています。

独自のノウハウと強み

事業活動へのインプット

- 3社が培ったノウハウ・ネットワーク
- 味の素グループのノウハウ・ネットワーク
- 独自の3つの強みの磨き込み

技術力

提案力

現場力

事業活動

製造・販売

事業活動の下支え

制度・体制(マネジメント体制)

ステークホルダーの信頼
(品質保証・安定供給など)

環境配慮

油糧領域

- 油糧(飼料・肥料など)



製品・サー 独自のソリ (付加価値)

多様な製品

コンサルティング型営業

周辺領域

- メディカル
- ケミカル
- スターチ
- 大豆シート
- 健康食品素材



独自のソリューションがお客様 と社会の課題の解決に貢献

お客様課題

おいしさ

安全・安心

価格・コスト

健康意識

高機能

社会的課題

食糧難

少子高齢化

社会保障費の増加

人手不足

環境問題

油脂領域

液体

- 油脂
家庭用
業務用
加工用



ビスとして リューション を創出

高機能製品

技術サポート

固体

- マーガリン
家庭用
業務用



粉体

- 粉末油脂



事業活動による社会への価値創出

J-オイルミルズグループの製品は、生活のあらゆる場面で
ステークホルダーの皆様を支えています

園芸肥料



菜種ミール

菓子工房・パン工房



マーガリン・
ショートニング



おいさが
引き立つね

レストラン



油脂



うちのなかにはいっぱい
J-オイルミルズの製品が
あるんだね

畜産農家



安全な飼料で
すくすく
育ってます

家庭



大豆・菜種ミール



油脂

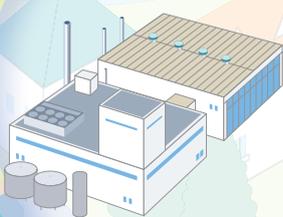
ビール工場

スナック菓子工場

醤油・みそ工場

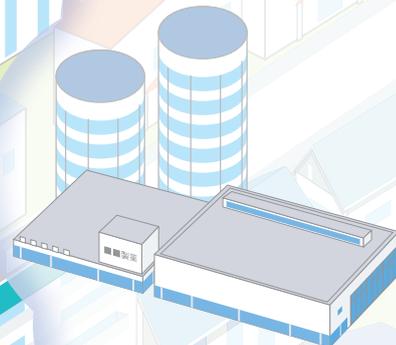


大豆ミール



スターチ

製薬会社



でん粉には
様々な
用途があります

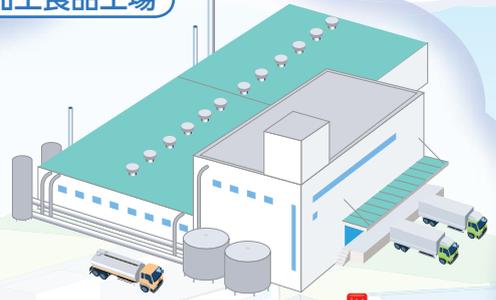
スーパー・コンビニ(惣菜売場)

おいしい惣菜にも使われているんだね



油脂

加工食品工場



いろいろな加工食品の原料として使われています



加工食品工場



粉末油脂

海外の日本食レストラン

日本食が一層食べやすくなったね



大豆シート

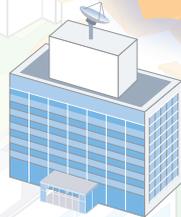


健康食品



マーガリン

病院・研究機関



糖鎖

がんの診断薬を研究しています



ハウスメーカー



化成品(接着剤)



健康食品素材(ファイン素材)

独自のノウハウを活かして成長戦略を推進

独自素材・技術の活用

毎日の食事で不足しがちな栄養素をオイルから摂れる
「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル」シリーズを発売



「AJINOMOTO
毎日®栄養オイル
ビタミンK₂&ビタミンD」
250g瓶



「AJINOMOTO
毎日®栄養オイル
DHA&EPA」
250g瓶

独自の素材・技術を活用した画期的な製品

当社は強みを活かした成長戦略として、おいしさ・健康・機能を追求した製品の開発に注力しています。2016年、健康価値の高い油が家庭用食用油の市場拡大を牽引していることを背景に、独自の素材・技術を活用した製品を開発しました。

2016年4月発売の「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル」は、毎日の食事だけでは不足しがちな栄養素をオイルから摂取するという新しいライフスタイルを提案する画期的な製品です。

骨に大切な脂溶性栄養素である独自素材のビタミンK₂と、ビタミンD配合の「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル ビタミンK₂&ビタミンD」(栄養機能食品:ビタミンD)と、必須脂肪酸のDHAとEPA配合の「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル DHA&EPA」の2種類があります。

全社一丸となった製品化

この製品化過程においては、新たな取り組みがなされました。成分や品質保持のため、油の配合を調整したり、光を遮る包材の開発に取り組むなど、原料調達や開発から最終製品の仕上げまで、各部署が連携・創意工夫して全社一丸となって取り組み、製品化を実現できました。

新しい複合的なプロモーション

「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル」はその画期的な製品価値をアピールするため従来とは違うプロモーションを展開しています。店頭における売り場づくり、健康番組での紹介、雑誌とのタイアップなど複合的に取り組み、2016年6月には東京・青山のカフェ「Royal Garden Cafe 青山」(東京都港区北青山)にて期間限定で「オイル de ヘルシーカフェ」をオープンし、この製品を使った料理を提供して栄養を摂るためのコツを紹介し、好評を得ました。



オイル de ヘルシーカフェ



提供メニュー

「新素材の事業化」のモデルとして

この「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル」は、独自素材・技術を活用し、さらに、組織を横断して全社一丸となって製品化に取り組み、新しいプロモーション方法を展開しました。これをモデルに、次期中期経営計画の成長戦略「新素材の事業化」戦略を推進していきます。

高付加価値化を推進

新鮮さにこだわったプレミアムな製品でオリーブオイル市場を活性化する 「AJINOMOTO オリーブオイルエクストラバージン FRUTIA PREMIUM」を発売

オリーブオイル市場は順調に拡大しており、当社の「AJINOMOTO オリーブオイル」シリーズは市場をリードする製品として好評を得ています。そして2016年8月、さらに新鮮さにこだわり、摘みたてのオリーブ果実を収穫後、できるだけ早期（目安：12時間以内）に搾った新製品「AJINOMOTO オリーブオイルエクストラバージン FRUTIA PREMIUM」（フルーティア プレミアム）を発売しました。

同製品により当社は、高付加価値なオリーブオイル市場を活性化し、さらには油脂市場全体の付加価値を安定的に高めていくことを目指しています。

次期中期経営計画においても、独自のノウハウを活かした「高付加価値化」戦略を推進していきます。

「AJINOMOTO オリーブオイルエクストラバージン FRUTIA PREMIUM」
（フルーティア プレミアム）180g瓶



エネルギー利用効率の改善で、効率的な操業と地球温暖化防止を両立

エネルギー調達・創出の新体制の構築へ

現在、エネルギー調達・創出の新たな取り組みを各工場で行っています。自社のエネルギー創出（創エネ）設備の利用や、他社からのエネルギー調達などにより、エネルギー利用効率を改善し、効率的な操業を目指しています。横浜工場、千葉工場、静岡工場、神戸工場、それぞれで取り組みを強化し、

各工場全体で4億円／年のコスト削減を目指しています。また、地球温暖化の要因であるCO₂排出量削減にも取り組んでいます。

2015年度は、静岡工場、千葉工場、横浜工場でのエネルギー利用効率化設備が稼働しました。

横浜工場 近隣工場から蒸気の調達開始

2016年2月、横浜で画期的なエネルギー調達が始まりました。

当社横浜工場では、隣接する日産自動車（株）横浜工場様に新設されたコージェレーションシステムから出る余剰の蒸気を有効利用しています。

この取り組みは、横浜市地球温暖化対策実行計画及び成長分野育成ビジョンにおける「京浜臨海部の企業の連携によるエネルギー融通」を実現するもので、民間の製造業者同士が協力してエネルギーの利用の効率化を推進する先進的事例として大きな注目を浴びています。

これに加えて自社の高効率貫流ボイラーシステムも新たに稼働させました。

これらの取り組みにより、約3,100万円／年のエネルギーコスト削減と、CO₂排出量の削減が実現できます。



日産自動車（株）横浜工場様での竣工式

千葉工場 オンサイト発電所が稼働

2016年2月、千葉工場にて新たなオンサイト発電所が稼働しました。電気と蒸気を同工場内で創出し、主に当社は蒸気を使用し、余った電気を売電する取り組みが始まっています。これにより、約1億円／年のエネルギーコスト削減と、CO₂排出量削減（46%）が実現できます。



千葉工場 オンサイト発電所

独自の価値を創出し確固たる地位を確立、一方で外部環境の影響を受けやすい事業構造の変革に取り組む

■ 当社の特徴

3社が培ったノウハウが融合し独自の価値を創出

当社の母体であるホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油はそれぞれの歴史において独自のノウハウを培ってきました。それらが経営統合により融合し、新たな技術力・提案力・現場力といった強みを形成し、高機能製品、コンサルティング型営業、技術サポートなど、独自の価値を創出しています。

多岐にわたる製品が社会に貢献

当社が創出する独自の価値は多岐にわたる製品として社会に貢献しています。家庭用油脂・業務用油脂、マーガリン・ショートニング、粉末油脂、油糧（ミール製品）などの油脂・油糧の分野のみならず、スターチ、健康食品、ファイン、大豆シート食品、メディカルサイエンス技術、化成品など、生活のあらゆる場面で活躍しています。

味の素グループのノウハウ・ネットワークを活用

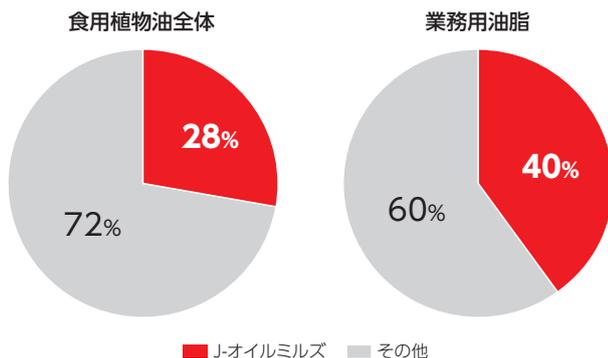
当社は味の素グループの一員として、ノウハウやネットワークを活用しています。業務用・加工用製品は「J-オイルミルズ」ブランドで、家庭用油脂製品は消費者になじみ深い「AJINOMOTO」ブランドで販売しています。国内だけでなく、海外戦略にも味の素グループのネットワークを活用しています。

独自の価値が評価され地位を確立、

業務用市場で競争優位を発揮

当社の技術・サービスが創出する独自の価値は、国内の食用植物油市場において確固たる地位を獲得しています。2015年度において、家庭用、業務用、加工用合わせて、当社の販売量のシェアは28%、業務用市場では40%のシェアを誇っています。

■ 食用植物油の国内販売量シェア



■ J-オイルミルズ ■ その他
日経経済通信社：酒類食品統計月報(2015年推定値)

■ 事業構造の変革に向けて

外部環境の影響を受けやすい事業構造

強みを活かして独自の価値を発揮する一方、さらなる成長への課題にも直面しています。大豆油や菜種油の製造・販売を行う製油・油脂事業を主な事業とし、搾油の原料である大豆や菜種の調達を輸入に依存し、国内で製造・販売しているため、国内外の外部環境の影響を受けやすい構造となっています。

国外要因が原料仕入れコストに影響

搾油原料の輸入時には国外要因の影響を受けます。世界的な食糧需要の増加、天候の変化による収穫量や作柄への影響、国際相場、為替レートなどです。

根本的な潮流として、新興国の人口増加・所得拡大が、世界的な食糧需要の増加、穀物や搾油原料である大豆や菜種への需要の増大、結果として国際相場の上昇につながっています。特に、原料が農産物であるため、産地の天候も収穫量や作柄、国際相場に大きく影響を与えています。

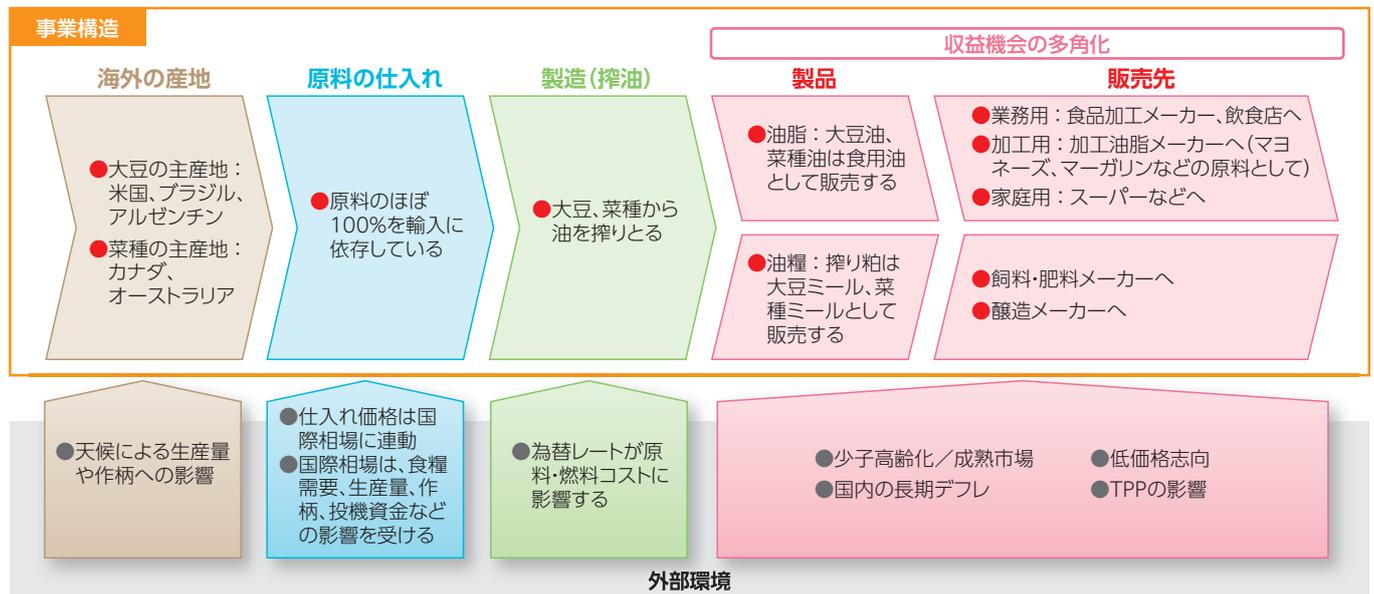
国内要因が事業の収益に影響

製造・販売を国内で展開していることによる国内要因の影響としては、少子高齢化による需要の減退、長期デフレによる日常の食品に対する低価格志向などです。コストに見合った価格の実現に努めていますが、まだ十分とはいえません。

油の製造工程から出る併産品で収益機会の多角化と採算の維持に努める

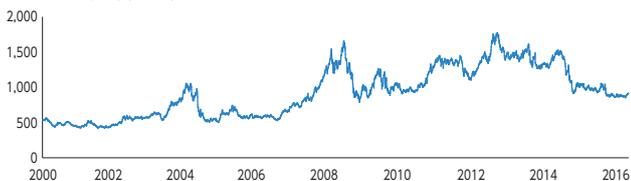
外部影響緩和策として、当社は食用油の製造工程で出るミール（搾り粕）を併産品として、飼料、肥料、醸造用の原料として販売し、油脂製品とミール製品の両方の販売で収益機会を多角化しています。油脂製品の価格と販売量、ミール製品の価格と販売量、この両製品のバランスが、事業採算の維持に重要な役割を果たしています。

■ 事業構造と外部環境(製油事業:大豆と菜種の流れ)

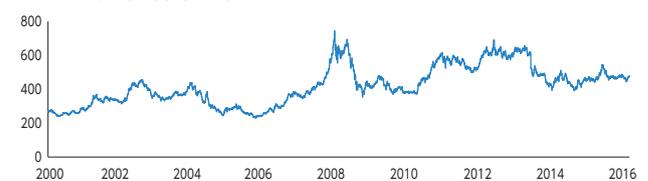


■ 原料相場の推移(2000年4月1日~2016年3月31日)

シカゴ大豆相場(c/Bu)



ウィネベグ菜種相場(C\$/MT)



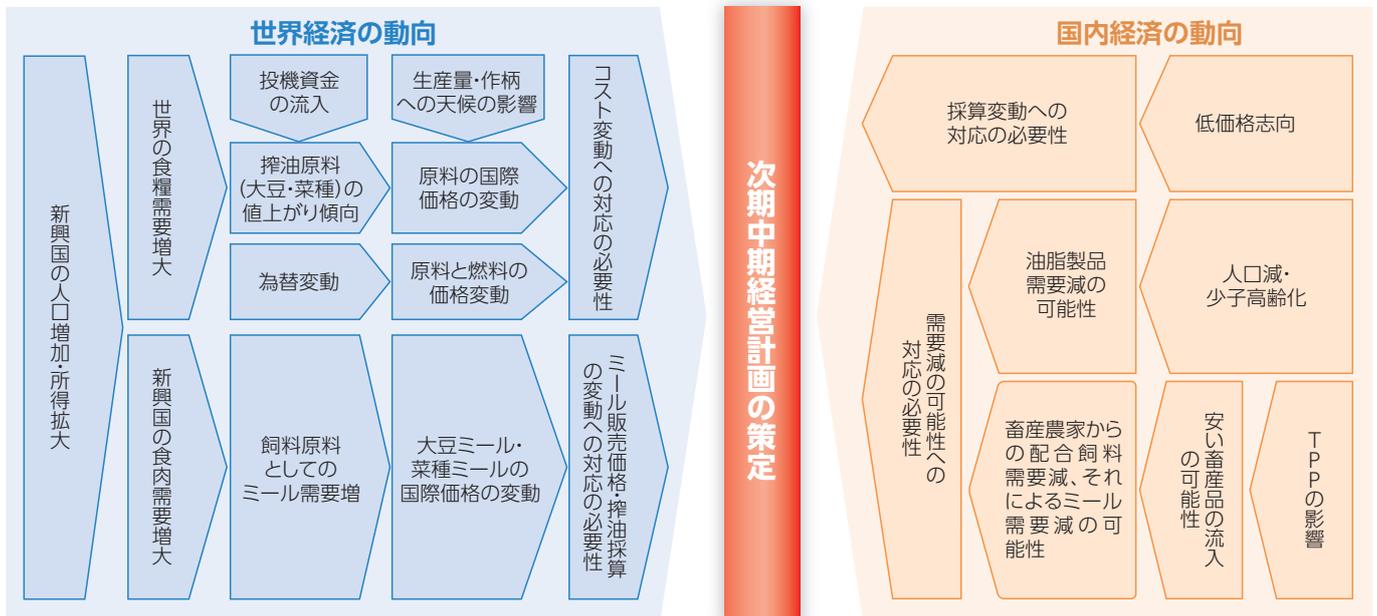
構造変革に向けた取り組み

数年来、仕入れコストの変動に対応するため、コストに見合った販売価格の実現に努めており、今後も、為替レートの変動、エネルギー費の高騰や、人口減・少子高齢化、TPPが発動した場合に低価格な畜産品の輸入が増大して国内畜産業向け飼料の

需要が減退する可能性など、懸念材料は存在しています。

当社は、事業構造の変革を目指して、2014年度から第四期中期経営計画を推進し、現在その実効性を高めるべく次期中期経営計画の策定に取り組んでいます。

■ 外部環境と当社の対応



強みを活かした次期中期経営計画を策定し、長期的な成長の実現を目指す

強みを活かした次期中期経営計画の策定

当社を取り巻く環境は予想を超える規模とスピードで著しく変化しています。外部環境の影響を受けやすい事業構造の変革を目指して2014年度から第四期中期経営計画に取り組んできましたが、現在のみならず今後のさらに大きな環境変化に備えた計画の策定が急務となっています。

そのため、独自の強みを活かした次期中期経営計画の策定を開始しました。第四期中期経営計画の最終年度である2020年度よりもさらに先にある2030年をも見据えた長期的な成長を実現することを目指しています。

次期中期経営計画の考え方

日本の少子高齢化は深刻で、主要な販売市場が国内となっている当社にとり、懸念材料となっています。2017年度(2018年3月期)から2020年度(2021年3月期)に実施する次期中期経営計画策定にあたり、さらに大きな環境変化が予想される2030年の当社が目指す姿を描いた上で、長期的視点から2020年に向けた戦略を検討しています。

事業戦略としてまず、基幹の製油事業を筋肉質化し、事業の基盤を整備します。また、強みを活かした長期的な成長戦略に取り組みます。

次期中期経営計画に向けた取り組み

基幹事業の筋肉質化による基盤整備

事業構造の変革は、製油事業の筋肉質化が鍵となります。そこで現在、大豆から搾油する過程で併産される大豆ミール製品の需要を重視した生産拠点の再編に着手しています。2017年の稼働を目指して岡山県倉敷市に新しい搾油工場を建設中です。

大豆ミールを重視した拠点再編への理由は、大豆を搾油すると大豆油になるのは約20%で、残りの約80%は搾り粕となり、そこから出来る大豆ミールが事業採算に大きく影響するからです。豊富なタンパク質を含む大豆ミールは家畜の飼料として重要な地位を占めているほか、肥料や醸造用の原料としても活用されています。大豆ミールは、国内の生産能力が少なく、国産品の需要が高いため、大豆ミールを重視した戦略は製油事業の筋肉質化の大きな役割を担っています。

新工場を建設中の岡山県倉敷市玉島ハーバーアイランドには、同時にJA西日本くみあい飼料(株)様の飼料工場、全農サイロ(株)様のサイロも建設されており、完成すれば飼料コンビナー

トが形成されます。

ミールの需要先に近いところに工場を移設することで様々な効率化が実現できます。輸送コストの削減だけでなく、飼料工場・サイロとの一体化による利便性の向上、輸送に伴うCO₂排出量の削減、最新鋭設備の導入によるエネルギー利用効率化、廃棄物発生量の削減などです。

また、この新工場稼働と神戸工場(住吉)の閉鎖による再編と効率化で、当社全体での大豆搾油設備の稼働率は現状の70%から85%へと改善します。

強みを活かした成長戦略

技術力・提案力・現場力を強みとして製品やサービスを展開していますが、これらを一層磨き込むことで、さらに高い価値を提供し、長期的な成長を目指します。その主な戦略は以下の通りです。

■「ソリューション事業の強化」

当社が外食・中食・加工食品のお客様と構築した関係を一層強固にするため、これまでの組織を再編し、新たにソリューション事業部を立ち上げました。

当社には業務用油脂製品「長調得徳」シリーズのように、その機能性が高く評価されている製品ラインナップを備えているだけでなく、製品の特性を活かした使用方法を提案するなどの営業活動も、お客様との信頼強化につながっています。これらコンサルティング型営業、技術サポートをはじめとした、技術力、提案力、現場力は当社の強みであり、独自の価値を創出しています。

2016年度はいわば「ソリューション元年」と位置づけ、今後さらに、コンサルティング型営業の推進と技術的サポートの連携による高度なサービスの提供に努めていきます。

■「高付加価値化」

各部門の知見や技術を集積して、総力をあげて開発にあたります。おいしさ・健康・機能を追求した高度な付加価値製品やサービスの提供に努めます。

■「新素材の事業化」

植物油の原料からできる素材等を中心としたビジネスに取り組みます。これについては、2016年4月に、当社独自製法により納豆菌から抽出したメナキノフというタイプの脂溶性栄養素のビタミンK₂を配合した製品を含む、「AJINOMOTO 毎日®栄養オイル」シリーズを発売しました。これは、毎日の食事だけでは不足しがちな栄養素をオイルから摂取するという新しいライフスタイルを提案する画期的な製品です。

発売後のプロモーションも新たな手法を取り入れ、注目を集めています。

お客様や社会の課題の解決に向けた社内改革：「経営インフラの整備」と「チャレンジングな風土・文化醸成」

長期的に成長するには、社内において、組織・風土の改革を一層進めていく必要があります。お客様や社会の課題を経営課題の中心に据え、事業戦略を加速させる組織体制を構築することを目的とした「経営インフラの整備」、意識の変革などによる「チャレンジングな風土・文化醸成」に努めます。

2016年7月には大幅な組織変更を行い、マーケティング本部を設立しました。製油本部、営業本部との連携を一層強化して独自の価値を全社一丸となって提供する体制がスタートしています。

海外戦略

国内で価値の磨き込みをして確立した技術、製品やサービス

を、世界に役立つ価値としてグローバルに展開することを目指しています。特に、ASEAN地域(タイ)、インドでの事業強化と、味の素グループとの連携によりさらなる市場開拓を目指します。

すでに、インドでは日本で長持ち油として販売している「長調得徳」シリーズの技術を採用した業務用機能性油脂「FRYMORE™」が浸透し始めており、タイでは高機能な食品加工でん粉の販売が日系企業のほか、現地企業にも始まっています。

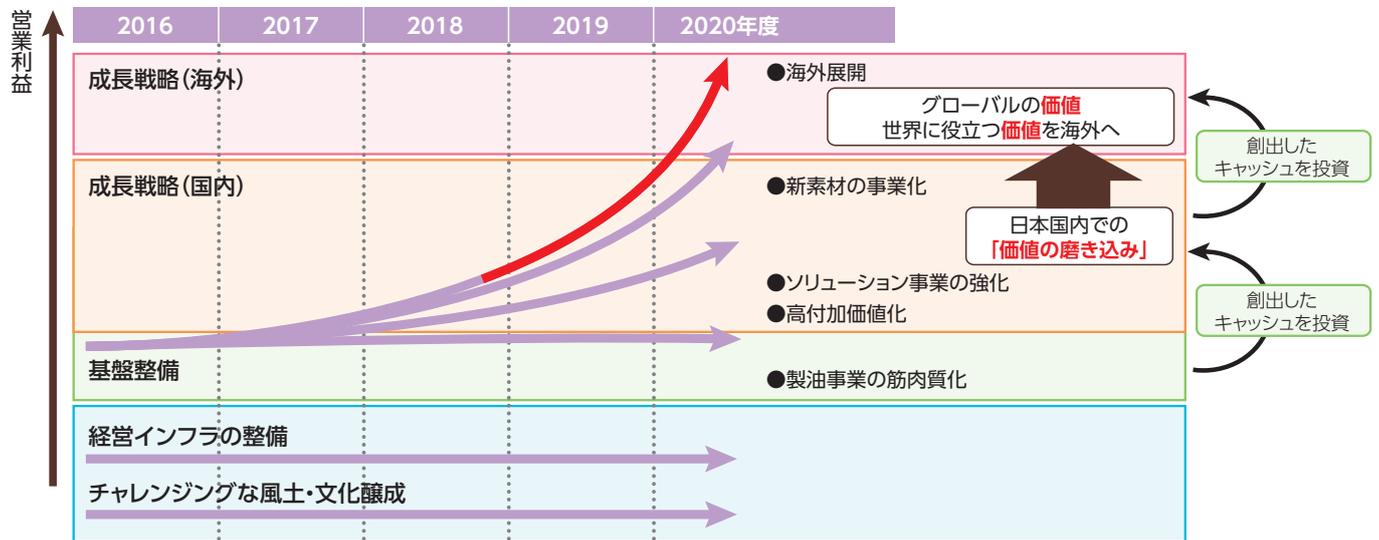
見直し目標予定額*

次期中期経営計画においては最終年度の2020年度(2021年3月期)の業績目標を、連結売上高2,150億円以上、連結営業利益80億円以上、売上高営業利益率3.5%以上、自己資本当期純利益率(ROE)5.0%以上と予定しています。

* 2016年5月決算短信より。

■ 2020年度に向けた「成長戦略と基盤整備」

●製油事業の筋肉質化と成長戦略による事業展開



■ 次期中期経営計画における目標

●2020年度数値目標の見直しについて

	2015年度実績 (2016年3月期)	2020年度(2021年3月期) 第四期中期経営計画 の当初目標	2020年度(2021年3月期) 見直し目標予定額
連結売上高	1,873億円	2,500億円	2,150億円以上
連結営業利益	46億円	120億円	80億円以上
売上高営業利益率	2.5%	5.0%	3.5%以上
自己資本当期純利益率 (ROE)	3.7%	8.0%	5.0%以上

持続的発展の追求

制度・体制の整備・改善、ステークホルダーとの信頼関係の強化、環境への配慮に努め、持続的発展を目指す

事業を通じて社会に価値を創出

当社は油脂製品やミール製品だけでなく、多様な素材を有しています。また旧事業会社時代から長年取り組んだ蓄積により生まれた、独自の技術やノウハウを活かした製品やサービスを通じて、おいしく、健康で、豊かな食生活に貢献しています。

これからも、各事業の持続的発展を図り、社会に貢献できる価値の拡大、企業価値の一段の向上を目指していきます。

持続的発展のための取り組み

事業の持続的発展を支えるため、制度や体制（マネジメント体制）の整備・改善、「ステークホルダーの幸せを実現する」という経営理念に基づくステークホルダーとの信頼関係の強化、環境への配慮に努めています。

① マネジメント体制

コーポレートガバナンス、コンプライアンス、リスクマネジメントなどの強化、組織改編により、継続的な改善を図っています。

② お客様

毎日の食生活に欠かせない製品、独自の特徴ある製品やサービスの提供で、おいしさ・健康・機能と、安全・安心を安定的にお届けしています。

③ パートナー様

当社が安定的な事業活動を継続していくためには、パートナー様と相互に信頼しあうことが大変に重要です。健全で、ともに信頼しあう協力関係の構築に努めています。

④ 従業員

事業の安定的な営みと成長を牽引する原動力として、従業員が生き生きと活力を持って働ける職場づくりを行っています。

⑤ 社会

健康で豊かな食生活など、事業を通じて価値を創出し、社会の発展に貢献していきます。また地域社会とも積極的な関係の構築に努めていきます。

⑥ 環境

工場における再資源化率99.98%を実現したほか、他社の近隣工場から蒸気の供給を受けるなど、エネルギー利用効率化の新たな取り組みなどを通じて循環型社会の構築を目指しています。

⑦ 株主・投資家の皆様

株主・投資家の皆様とは、当社をよりご理解いただくために、情報の適切な開示・提供と、対話を通じた相互理解を促進しています。

取り組み	ページ番号	ISO26000社会的責任の中核主題対応項目
① マネジメント体制 コーポレートガバナンス、コンプライアンス、リスクマネジメントなどの強化、組織改編	P.18-20	組織統治、公正な事業慣行
② お客様 おいしさ・健康・機能、安全・安心、安定供給	P.21-24	公正な事業慣行、消費者課題
③ パートナー様 健全で相互に信頼しあう協力関係	P.24-25	公正な事業慣行
④ 従業員 生きがいをもち働ける職場	P.26-27	人権、労働慣行
⑤ 社会 価値の創出、積極的な関係の構築	P.28	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
⑥ 環境 環境負荷の低減、地球温暖化防止、循環型社会の構築、エネルギー利用効率化	P.29-32	環境
⑦ 株主・投資家の皆様 情報開示・提供、対話を通じた相互理解	P.33	組織統治

持続的発展

事業の持続的発展を支えるため 制度・体制の整備・改善に取り組む



■ 基本的な考え方: 制度・体制の整備・改善を通じて持続的発展に取り組む

成長戦略を推進して事業を発展させ、企業価値を向上させる取り組みと同時に、それを支える制度・体制の整備・改善にも努めています。実効性のあるリスク管理、効率的な事業推進体制の仕組みの確立を通じて、持続的な発展に寄与することを目指しています。

■ コーポレートガバナンス

企業価値の維持・向上のための制度・体制の整備・改善

企業価値の維持・向上のための基盤としてまず、健全なコーポレートガバナンスが必要と認識しています。「ステークホルダーの幸せを実現する」ために、会社法に則り、業務執行体制および監視・監督体制を構築しています。当社は会社法および金融商品取引法に則り構築した内部統制システムを確実に運用するとともに、内部監査を実施し、不備を改善することでシステムの有効性を高めています。

組織概要

当社の組織形態は監査役設置会社です。

取締役会は、常勤の取締役7名、非常勤の社外取締役3名(内、独立社外取締役2名)の計10名で構成されています。

経営の執行と監督の機能の明確化のため、執行役員制度を採用しています。

監査役会は、常勤の監査役1名、常勤の社外監査役2名および非常勤の独立社外監査役1名の計4名で構成されています。

取締役会は重要事項の決定および業務執行状況の監督をし、監査役は会計監査人および内部監査部門と連携して業務執行の適法性・適正性についての監査をすることにより、業務執行の適正性を担保する仕組みが整備されていると考え、現在の体制を採用しています。

■ コーポレートガバナンス強化への対応

コーポレートガバナンス・コードの概要

事業を取り巻く環境の変化や、2015年5月の改正会社法の施行、同年6月の東京証券取引所のコーポレートガバナンス・コードの適用を受け、コーポレートガバナンス体制の強化のための各種施策を導入しています。

本コードは、(1) 株主の権利・平等性の確保、(2) 株主以外のステークホルダーとの適切な協働、(3) 適切な情報開示と透明性の確保、(4) 取締役会等の責務、(5) 株主との対話、という大きな5つの基本原則で構成されています。「コンプライ・オア・エクスプレイン(Comply or Explain)」の精神の下、原則を実施するか、実施しない場合はその理由説明が求められています。

当社の対応

■ 社外役員の増員

役員の選任に関する主なポイントとしては、2015年6月の株主総会の決議により新たに独立社外取締役2名を選任し、2016年6月の定時株主総会の決議により監査役を3名(社外監査役2名)から4名(社外監査役3名)に増員しました。

■ 取締役会の自己評価、役員研修

2015年11月に開示した『コーポレートガバナンス報告書』において、コーポレートガバナンス・コードの開示11項目のうち、9項目をComply、2項目(「取締役会の実効性に関する分析・評価の概要」、「取締役・監査役に対するトレーニングの方針」)をExplainの対象としました。しかし、2016年6月にはそれらの2項目もComply項目とし、株主総会開催前に開示しました。

「取締役会の実効性に関する分析・評価の概要」については、取締役会の自己評価を2016年5月に実施し、2016年6月の『コーポレートガバナンス報告書』において開示しています。この自己評価から抽出された課題につき、2016年度において対応策を検討し、その後も毎年継続的にPDCAサイクルを回していくこととしています。

「取締役・監査役に対するトレーニングの方針」については、2016年3月に取締役や主な子会社の社長を対象にガバナンス研修を実施し、2016年度は新任取締役を対象とした外部研修や、上記の取締役会の実効性に関する分析・評価に関する研修を実施しております。

>>マネジメント体制

■改正会社法、コーポレートガバナンス・コードを意識した定時株主総会の運営：株主との対話

改正会社法の施行やコーポレートガバナンス・コードの適用を受けて、2016年6月の定時株主総会はそれらへの対応も盛り込んだ運営を目指しました。役員選任理由（「取締役10名選任の

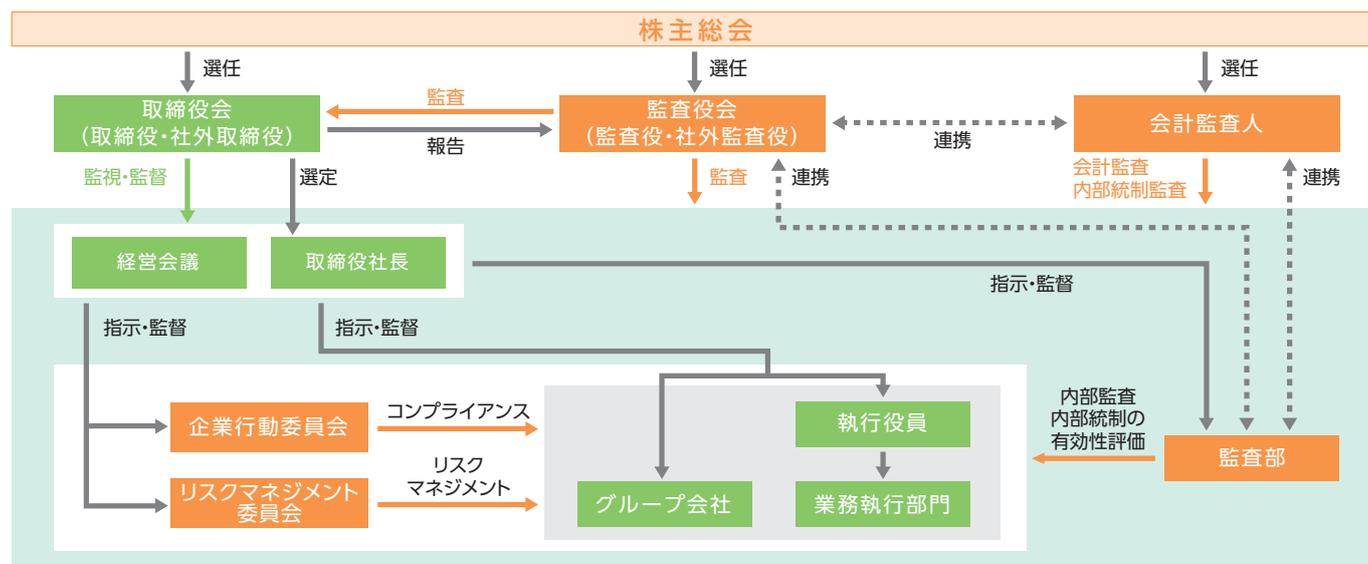
件」および「監査役2名選任の件」の「選任理由」、内部統制システムの運用状況（「グループ全体での内部統制に関する取組み」）を『第14回定時株主総会招集ご通知』に掲載しています。

2016年6月の定時株主総会では株主様と次のような質疑応答がありました。

■ 2016年6月24日の定時株主総会での質疑応答

質問・意見	回答(社長)
①バランスのとれた事業構造を実現するためM&Aを考えていないのか。②セグメントのうち「その他の事業」については、どのようなドメインを想定しているのか。	①M&Aについては、相手のあることなので、状況に応じて適宜検討していきたい。②「その他の事業」のドメインとしては、主にスターチやケミカル事業になるが、「製油事業」においても付加価値製品を伸ばしていきたい。
いい会社だと思う。頑張してほしい。	ありがとうございます。ご期待に応えられるよう努力してまいります。
3年間業績が下がっているにもかかわらず、役員賞与を支給するのはおかしい。	当社の報酬は、基本報酬、短期利益に連動した役員賞与、株価に連動した退職慰労金という3種類からなる。役員賞与についても、規程に基づき金額を算出しており、利益が一定額以下の場合には支給されない。

■ コーポレートガバナンス体制図



内部統制

当社では、コンプライアンスとリスクマネジメントという2つの大きな柱を内部統制の土台と位置づけています。

内部統制は、社会生活におけるインフラと同様の役割を担っています。事業活動という車のアクセルを強く踏むためには、交通関係の法律の整備や、道路の舗装、信号・標識・ガードレールの設置が必要です。これらが存在するからこそ、安心して運転（事業戦略）に集中できます。当社では、「経営インフラの整備」を推進し、安定的な収益の獲得、企業価値の向上につなげていきます。

コンプライアンス

コンプライアンスについては、法令遵守にとどまらず、社会的規範や企業倫理（モラル）の遵守も含めた社会的責任と認識しています。

労働組合も含めた全社横断組織である「企業行動委員会」を年2回開催し、コンプライアンスの実践に向けて、「J-オイルミルズ行動規範」の周知徹底と、それに則った企業活動が展開されているかをチェックし、不備があれば是正の指導をしています。

また、グループ全従業員による日常の業務の遂行とコンプライアンスの実践の両立を目指して、原則として年に1回、CSR研修（コンプライアンス関係およびCSR関係）を開催しています。社員とコミュニケーションを図りながら、より実践的な研修を目指しています。

コンプライアンス強化への対応

コンプライアンスの強化策としては、「企業倫理規程」を改定し、「J-オイルミルズ行動規範」の各項目の統括部署がレビューを行うことが明確に定められました。これを受け、半年ごと（原則として7月と2月）に開催される「企業行動委員会」で統括部署による課題認識とレビューの報告を行い、PDCAサイクルの強化を図りました。

また社内でも発生した事象への通報窓口（ヘルプライン）の拡充策として顧問法律事務所とは異なる外部の法律事務所による社外通報窓口を設置し、海外子会社向けの社外通報窓口も設置しました（海外子会社向け窓口は弁護士が英語で対応）。このように国内および海外のグループ会社から通報を受け付ける態勢を強化しました。

リスクマネジメント

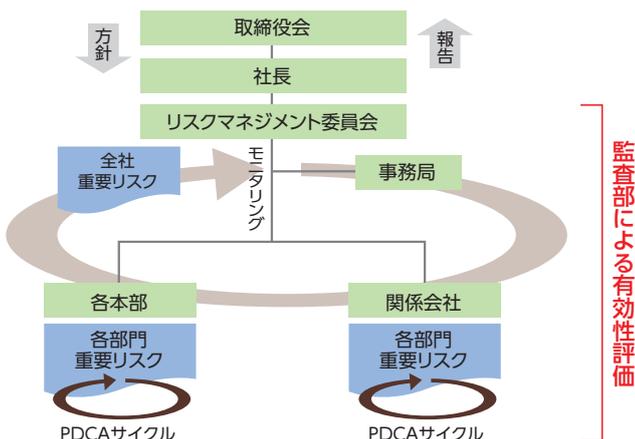
リスクマネジメントの仕組み

全社レベル、さらにグループ会社も統括するリスク管理組織として、2015年3月に社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を設置しており、将来のリスクの想定、リスク回避措置の実行、さらにリスク事象発生時の損害を最小限に食い止め、再発防止を目的としています。

リスクの未然防止については、想定されるリスクの一覧を作成し、リスクの検討漏れを防止するとともに、各組織におけるリスクの洗い出し→評価→対策立案・実施→委員会によるモニタリングのサイクルを回し、体制の強化・徹底を図っています。

このリスクマネジメントシステムは、当社以外に国内子会社10社、海外子会社1社も対象となっています。

リスクマネジメント体制



海外子会社でのリスクマネジメントの仕組み

タイの子会社J-OIL MILLS (THAILAND) Co., LTD.のリスクマネジメントの仕組みとしては、緊急事態発生時の連絡・初動体制の仕組みを規定しています。事態の性質にあわせて、警察や消防など現地の機関の協力も得て初期対応すると同時に、社内への報告、当社への報告などの手順を踏み、当社の海外事業部とガバナンス推進部が連携し、必要に応じてさらなる対応を行います。

委託先倉庫における他社大豆混入事件について

2015年末に、保管委託先の運送会社倉庫において、当社の遺伝子組換え分別脱脂大豆（NON-GMO脱脂大豆）に、誤って当社の製品ではない不分別脱脂大豆が混入していたことが判明しました。リスクマネジメントに欠陥があったことを深い反省材料とし、再発防止、トータルなサプライチェーン管理の徹底に努めています。

新組織体制

お客様や社会の課題に全社で取り組むため、2016年7月より当社の組織改編を行いました。主な点は以下の通りです。

改編の目的：次期中期経営計画の骨子の一つである「経営インフラの整備」をし、事業計画・販売戦略の実現、製油利益の最大化、意思決定の迅速化を図る。

- ①ソリューション事業部の立ち上げ：お客様課題を起点として営業や開発企画を含めた複合的な機能を強化する。
- ②マーケティング本部、営業本部の設立：戦略立案強化、販売戦略強化で、高付加価値品の拡販を推進し、計画達成を図る。
- ③コーポレート機能の再編成：
 - 総務・人事部の設立：人財の育成・強化、インフラ整備。
 - 研究と知的財産管理の一体化。
 - ガバナンス推進部の設立：内部統制の向上。
 - CSR部の設立、IR機能の財務部への移管：社内外への情報発信の強化。
 - 品質・環境部の設立：品質保証範囲の明確化、お客様の要望の対応強化。
- ④各本部に副本部長を選任：複数人の視点からきめ細かい対応を図る。

お客様からの信頼のために

おいしさ・健康・機能、安全・安心を安定的にお届けする

■ 基本的な考え方: お客様から信頼を獲得するためサプライチェーン全体で取り組む

当社のお客様には大きく分けて個人のお客様（一般消費者）と法人のお客様（製品の納入先である食品加工会社や小売店等）がいらっしゃいます。どちらのお客様にも、製品やサービスを通じて、常に新しい価値と、おいしさ・健康・機能、安全・安心を安定的に提供し、信頼を獲得することが何よりも大切だと考えています。

このためには、お客様のご要望も踏まえて、当社とパートナー様（当社に原材料を納入するサプライヤー様、製造や輸送の委託先様）がしっかりと手を携えて、高品質なサプライチェーンを構築することが重要です。

■ 新しい価値の提供

市場調査、企画、研究開発、製造、広報、宣伝、営業、ロジスティクスなどに関わる社内の各部署が協力して、お客様に新しい価値を提供し続けるため日夜努力しています。この成果は毎年春と秋に発表する新製品として結実するだけでなく、その特徴や機能を最大限に活用する方法をアドバイスすることで継続的に価値を提供し、お客様満足の向上に努めています。

■ 安全・安心の確保: 品質保証の取り組み

安全・安心な品質をお届けするために、食品関連の法令の遵守、外部認証の取得、社内方針の策定と運用を強化しています。

適切な食品表示

製品の表示内容については、2015年4月に施行された食品表示法^{*1}の食品表示基準に基づいて行っています。

食品表示法の施行により、一般用（家庭用）加工食品の栄養表示が義務化され、原材料と食品添加物の区分などのルールの変更もあり、食品表示が消費者にとって一層明確なものになりました。どこの工場で製造したかを示す製造所固有記号については基本的に使用せずに、実際に製造した工場名を記載する対応をしていきます。

油脂・マーガリン製品の表示については、原料の原産地、製造所固有記号に示された製造工場情報、遺伝子組み換え作物などの情報を、当社WEBサイト上で開示しています。

^{*1} 食品表示法：食品衛生法、JAS法^{*2}、健康増進法の表示部分を統一したもの（あわせて食品表示基準も施行された）

^{*2} JAS法：農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律

外部認証の取得について

製造現場では、各工場品質マネジメントの国際規格ISO9001認証、食品安全マネジメントの国際規格ISO22000認証を取得しており（浅羽工場を除く）、当社の「品質方針」とともに、品質・安全性の確保に取り組んでいます。

また、安全性への対応として、食品への危険因子の意図的な混入を防ぐ観点で各工場のフードディフェンス監査を実施しています。

CSR調達ガイドライン

製造委託や資材調達における品質保証の取り組みとして、2011年6月に「CSR調達ガイドライン」と、その具体的指針の「CSR調達基本方針」と「CSR調達基準」を制定しています。「CSR調達基本方針」では、公正・公平、品質向上、環境対応、信頼関係の4つがCSR調達の柱であると位置づけています。「CSR調達基準」は2015年に改定し、反社会的勢力との関係の排除、緊急時対応策の設定、不正行為予防活動や内部告発対応の規定をあらたに盛り込みました。



- 組織統治
- 公正な事業慣行
- 消費者課題
- 人権
- 労働慣行
- コミュニティへの参画及びコミュニティの発展
- 環境

品質保証の流れ

■原料の輸入から製造工程での取り組み

当社は原料をほぼ100%輸入に依存し、大豆は主に米国、ブラジル、アルゼンチンから、菜種はカナダ、オーストラリアから輸入していますので、業界団体、アメリカ大豆協会、カナダ菜種協会と品質の情報交換をしています。また、必要に応じて直接原産地での生育状況や品質の確認を行っています。

輸入した原料は、工場（千葉、静岡、神戸）で、原料のサンプリング分析や原料品質を確認しています。製品の製造にあたっては工程ごとの分析を行い、徹底した管理体制のもと、異物混入などのリスクを防止しています。製品の納入先様やJAS関連の第三者機関による定期的な査察も行われています。

■包装から出荷の過程での取り組み：資材・配送管理

製品の包装から出荷の過程では、使用するボトルやキャップ、ラベル、金属缶、段ボールなどの各サプライヤー様、包装や配送

の委託先などの各パートナー様と、トータルな品質管理に取り組んでいます。

使用する容器は、資材のサプライヤー様と共同で設計段階から保存性や安全性のテストを繰り返し、仕様を決定しています。

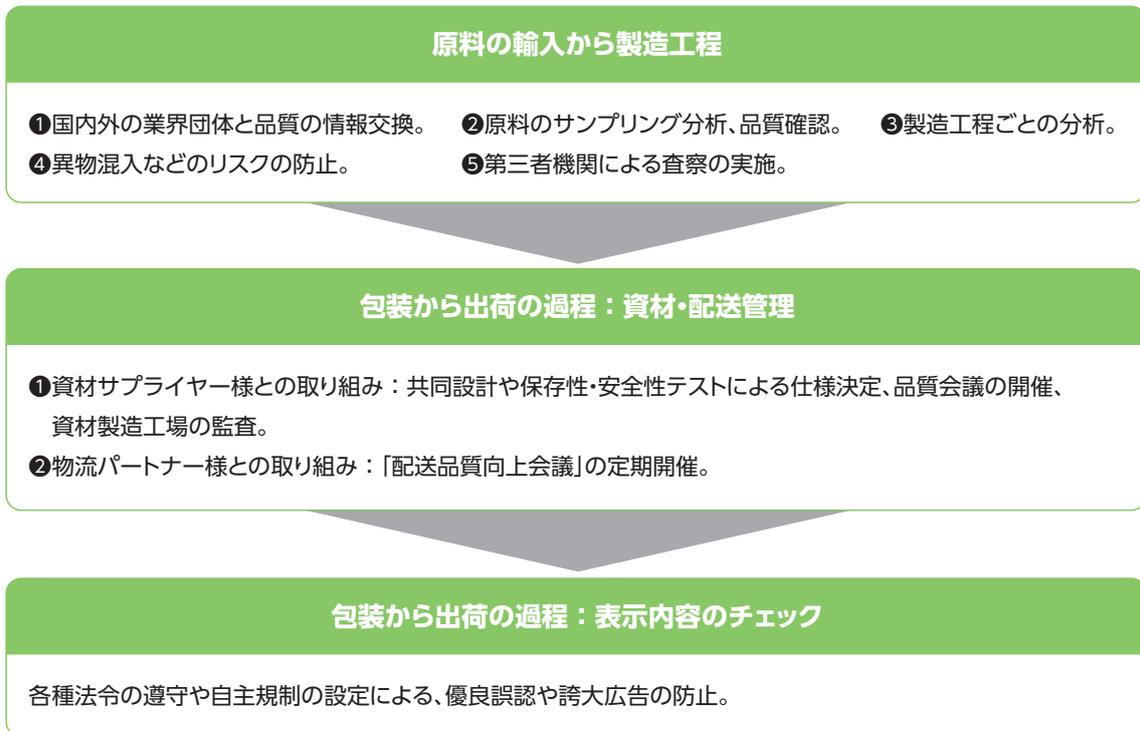
副原料も含めた資材のサプライヤー様とは定期的な品質会議を開催したり、資材製造工場への監査活動などを通じて、共同で継続的な品質向上の取り組みを行っています。

保管、配送を委託している物流パートナー様とも定期的な品質会議を開催し、配送品質向上を目指した取り組みを行っています。

■包装から出荷の過程での取り組み：表示内容のチェック

製品に貼るラベルの内容については、食品表示法などの法律以外に、業界団体のガイドラインや自主規制を設けて、消費者の優良誤認や誇大な表現をしないようにしています。

■ 品質保証の流れ



■ ラベル表示における法令遵守・自主規制

JASマーク

JAS規格制度は、JAS規格を満たしていることを確認（格付といいます）した製品にJASマークを付けることができる制度です。

賞味期限

このラベルでは、他の義務表示事項と一括して表示することが困難なため、一括表示欄には「枠外左に記載」と明記したうえで、この場所に賞味期限を記載しています。

栄養成分表示

栄養成分（タンパク質、脂質、炭水化物、ナトリウム（食塩相当量））の量及び熱量を表示することが義務づけられています。



栄養機能食品

栄養機能食品とは、高齢化やライフスタイルの変化などにより、通常の食生活を行うことが難しく、1日に必要な栄養成分を摂れない場合に、その補給・補完のために利用していただく食品です。

強調表示

「ゼロ」という表示は、基準を満たさないと記載することができません。

使用上の注意

安全に食用油を使用していただくための、いくつかの警告を記載しています。

一括表示

製品の名称や原材料名が記載されているこの枠内の表示を「一括表示」と呼びます。それぞれの項目に定められている基準に沿って、表示をしています。例えば内容量では、食用油の容積は温度によって変化する割合が大きいため「g」単位での表示が定められています。

※2015年4月の食品表示法施行により、製造所固有記号の記載について、家庭用製品は基本的に廃止の方向となりました。これまでは、賞味期限の後ろに記載で示していましたが、今後はこの一括表示の欄には、個々の製品が製造された工場名と、その所在地が記載されることが基本となります。なお、現在の表示において記号で示されている製造工場の情報については、ホームページで確認できます。

※ラベル見本は2016年3月時点の製品です。

安全・安心の確保:パートナー様との安定供給の取り組み

サプライチェーンの管理において、品質保証とともに重要な柱となっているのが安定供給の取り組みです。2011年の東日本大震災の当時、当社は工場が東西に分散していたため、供給をほぼ安定的に継続することができました。当時本社のみであった受注窓口は、現在は複数化して災害時のリスクに備えた態勢をとっています。

基本的な仕組み:複数部署の連携

サプライチェーンを担う企画管理部、ロジスティクス部、資材部の3つの部署が中心となって各部門と連携をとり、トータルな供給管理を行っています。原料の調達から、搾油、販売まで、半年以上かかるため、全社を挙げて協力しあい安定供給の継続的な実現に取り組んでいます。

災害時の対応:複数化、緊急連絡先確保

災害などの緊急事態に備えて、様々な措置を講じています。

ロジスティクス部では、複数配送網の構築、受注窓口の複数化、非常時の物流データの取り扱いルールを設定しています。

複数配送網については、あらたに2015年4月から九州向けにも陸送に加えて海上フェリーの活用を開始しました。この取り組みにより、「平成27年度エコシップ・モーダルシフト事業優良事業者」として表彰されました。

資材部では、主要な資材を原則として複数社から購買しています。単独の会社から購買する場合でも、複数工場で製造し供給を受ける体制をとっています。さらに資材の原料調達先、連絡先などをあらかじめ調査して、緊急用データベースを整備しています。

また、「災害に耐えうる完璧なサプライチェーンマネジメント体制の構築より、早期に復旧できる柔軟な体制が重要だ」という考え方で、普段から複数の輸送経路や輸送手段を使い慣れておくことを推進しています。

パートナー様との信頼関係の強化

相互信頼とフードディフェンス

パートナー様との相互信頼と品質方針の共有

当社は、配送企業様や資材部門のサプライヤー様のことを、「業者」ではなく「パートナー様」として認識し、パートナーシップの醸成活動を安定供給の最大の柱と考えています。

この基本的な考え方に則り、長期的な視点で品質の改善に取り組んでいます。当社は適正な購買価格の形成を重視し、中長期的な視点でパートナー様にも品質改善に努めていただくことを要請しています。

サプライチェーンの各過程では様々なパートナー様が関与しています。容器・包装材、配送や保管に関わるパートナー様による荷扱いなども含めて、品質を構成しています。短期的なコストダウンよりも、パートナー様と互いに品質改善に取り組むことで、トータルな品質の向上、安定供給、フードディフェンスの構築、長期的なコストダウンにつながると考えています。

ロジスティクス部門のパートナーシップ醸成活動

配送パートナー様とのパートナーシップ醸成活動として、様々な活動を行っています。「配送品質向上会議」を定期的に開催し、当社と運送会社との間での情報共有やクレーム事例の解析と再発防止を策定しています。また、配送パートナー様に対する情報発信とクレームゼロを目指した運動としての「配送はあとキャンペーン」、相互理解を目的とした「物流パートナーシップ会議」の開催、パートナー様との相互訪問活動、納入条件適正化活動などを実施しています。互いに課題を共有して解決を図るとともに、コミュニケーションを深め、改善に取り組んでいます。

また、『J-オイルミルズレポート』『CSR調達ガイドライン』『J-オイルミルズ行動規範』も提示して、当社の考え方を各パートナー様にもご理解いただき、継続的な改善活動に取り組んでいます。「気づいたことがあったらご指摘ください」と申し出ており、調達方針も公開しています。国土交通省の「トラック運送業における書面化推進ガイドライン」の遵守のみならず、不公正な取引、一方的な押しつけをしないことも宣言しています。

特に、現在注力しているのは、昨今急激に悪化している物流環境（労働力不足、高齢化）への対応です。ドライバーさんの長時間労働の抑制や配送パートナー様との契約の書面化（付帯作業の料金化）などが国土交通省令により指導強化されています。当社も、配送パートナー様やドライバーさんの負担軽減の観点からも、出荷部門や、営業部門の協力も得て、環境改善の実現を目指しています。

資材部のパートナーシップ醸成の取り組み

資材部では、コーポレートガバナンスの強化、トップから担当者に至るまでのそれぞれの段階での信頼関係を目指すレベルコンタクト推進の観点から、サプライヤー様とのパートナーシップの醸成に取り組んでいます。

その一環として、2015年にサプライヤー様に対して「Self Assessment Questionnaire（自己診断・課題改善）システム」というアンケート調査を実施しました。質問に回答いただくことで、自社のCSR課題を発見し今後の改善に取り組んでいただき、サプライチェーン全体の価値向上につなげることを目的としています。今回対象は57社で全社から回答があり、回答結果を各社にフィードバックし、フォローアップを実施しました。

今後は、対象企業の拡大、フードディフェンスの取り組みの向上、他にもある購買関係の部署（原料部、事業部、工場、ロジス

ティクス部）の参加などの課題にも取り組み、改善を図ります。

配送パートナー様との取り組み

パートナー様との相互訪問活動

これまで数多くの資材、物流のパートナー様を訪問し、各種ご要望の聞き取りや、品質改善のアドバイスをもらうなどの活動を行っています。

「配送はあとキャンペーン」の実施

配送パートナー様、とりわけドライバーの皆さんへの「いつも『ありがとう』を運んでくれてありがとう!」のメッセージとともに、配送品質を向上させる運動として年1回実施しています。ドライバーさんからのアドバイスが改善につながったこともあります。



「配送品質向上会議」の開催

各工場が物流トラブルを集約して、定期的に物流部門と配送パートナー様による合同会議を開催しています。トラブルを解析し、再発防止に努めるとともに、出荷部門、受注部門、パートナー様それぞれが重点活動目標とトラブル削減目標を定め、物流品質の向上に取り組んでいます。

「物流パートナーシップ会議」の開催

配送パートナー様のトップや現場の方々へ当社の工場や物流拠点に来ていただき、日ごろ配送いただいている製品の製造工程をご覧いただくとともに、物流課題についての討議を行うなど、相互の理解を深めています。



納入条件適正化活動の推進

配送パートナー様のドライバーさんが納入先様で製品を安全に納品できるように、営業部門と連携して納入先様に対し荷卸し場での危険な作業の回避や付帯作業の軽減などの配慮を依頼しています。

従業員が輝く職場を目指して

生きがいを持って働ける職場の提供



基本的な考え方: 安定的事業運営と成長の原動力

安定的な事業運営と成長の原動力は従業員です。そのため当社は、従業員が生き生きと活力を持って働ける職場づくりを行っています。

人事・雇用制度

人事理念

我々J-オイルミルズは絶えず新しいことに挑戦する気概を育み、旺盛なる好奇心と創造性豊かな行動を通じて、個の成長と共に社会と企業に貢献できる「人材」の育成を行う。

人事制度

当社の人事制度は、「能力への着眼」という要素を加えることにより、「仕事(役割)」のみならず「人(能力)」にもスポットをあてた「役割等級制度」です。

具体的には、個人のチャレンジブルな目標設定と成果の測定を基本とした「目標管理制度」を運用し、部門目標達成のためのチームワークや努力過程も評価しています。

期待する「人材」像

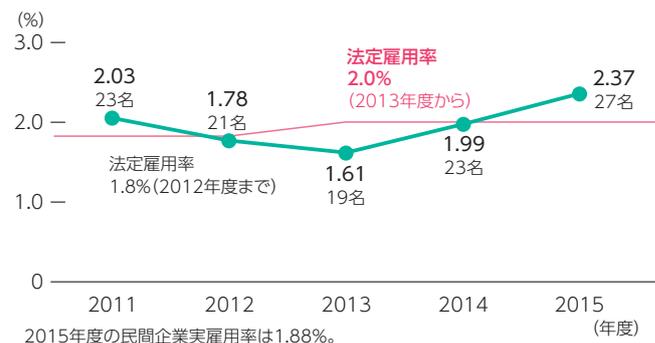
- 健康で果敢に行動し、協働の精神と感謝の気持ちを持つ「人材」
- 高い意欲と何事にも挑戦する気概を持つプロフェッショナルな「人材」

障がい者雇用

障がい者雇用については、次のグラフのように推移しています。勤労意欲のある方が安心して働ける環境を整備することで、2016年3月末時点で27名の方が多方面で活躍しています。

2016年3月末の民間企業の法定雇用率2.0%に対し、当社の障がい者雇用率は2.37%となっています。引き続き法定雇用率遵守の取り組みを継続していきます。

障がい者雇用率推移



新しい人事制度の構築

従業員が誇りを持って働ける職場づくりを目指して、2016年度から人事制度の大規模な改定に取り組んでいます。過去に実施した意識調査や労使協議の内容を踏まえ、人事部門以外のメンバーも含めた人事プロジェクトを立ち上げ、各種の人事関連課題の改善に向けた検討を進め、2016年度に入り、新制度の方針について社内に発表しました。今後、主に以下の点について、見直し・改善を図っていきます。

- <要員計画> ローテーションを活発化し、各部門間の連携強化を図っていきます。
- <評価・昇格> 人材育成の観点から改善に取り組んでいきます。
- <採用> 当社の魅力を伝える採用活動を通じて将来を担う人材を採用していきます。
- <女性活躍> 女性の活躍をサポートする制度を充実させ、さらなる改善を図ります。
- <教育制度> 教育制度を充実し、個人の成長を促進します。
- <働き方改革> 生産性の向上、働きがい、働きやすさの向上の観点から働き方の改善を図ります。

新しい教育体系の概要

階層	全社実施		部門実施	自己選択・補助型教育
	階層別研修	目的別研修	専門スキル研修	
管理職	経営幹部候補者研修	考課者訓練 メンタル研修 シルバー研修	生産 営業 マーケティング コーポレート 研究	通信教育受講助成 資格取得助成 外部セミナー
	新任管理職研修			
中堅層	チームリーダー研修	女性活躍研修 CDP研修 会社基本機能 製油基礎研修		
新人・若手層	新人・若手層キャリア研修			
	フォローアップ研修			
	新人研修			

人財戦略

人財育成

中期経営計画を推進して事業や業務を強化するため、人事制度で期待する「人財」の育成に取り組んでいます。組織を活性化するために管理職向けマネジメント研修を実施し、次世代を担うリーダーには能力向上研修として、自己選択型ビジネススクールを開講しています。さらに、専門分野研修や階層別研修を行い、必要な知識や心構え、動機づけの研修を行っています。新入社員には、社会人としてのマナーの習得、各事業の内容、生産・研究の役割を理解する研修を行っています。



新入社員研修

また、自己啓発意欲をさらに高めるため、従業員への支援として通信教育の冊子を年2回配布し、通信教育費用の援助(修了証受領者のみ)を制度化しています。

一方、コンサルティング型営業・技術サポートの一助として、一般社団法人日本惣菜協会が実施する惣菜管理士(1級、2級、3級)の取得や、一般社団法人日本オリーブオイルソムリエ協会によるジュニアオリーブオイルソムリエ、オリーブオイルソムリエ資格の取得に取り組んでいます。

組織・部門の枠を超えて

組織、部門の枠を超えたクラブ活動にも取り組んでいます。今後も登録クラブを増やし、組織の活性化に取り組んでいきます。また、労使共催でのイベントも多く開催しており、さらに風通しの良い組織を目指しています。



神戸工場野球部



静岡工場フットサル部

ワークライフバランス:働きやすい職場づくり

各制度の整備と拡充

従業員が仕事と育児を両立させ、心身ともに健康・安心な環境で、能力を十分に発揮してもらうため、各種制度の拡充を目指しています。2011年には育児休職期間を満1歳に達した以降の4月末日までに延長し、育児短時間勤務制度の期間についても、満3歳に到達する年度末から小学校就学前までに延長しました。育児短時間勤務制度では、一度に申請する期間を区切る制度にした

り、さらにフレックスタイム対象の職場を拡大しました。これらにより、仕事と育児の両立が計画的に行えるよう配慮しています。

育児サポート制度利用者



労働安全衛生への取り組み

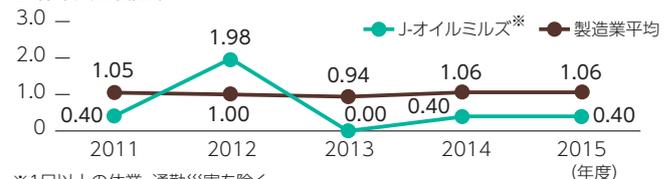
労働災害ゼロへの取り組み

「安全衛生委員会」「安全担当者連絡会」「安全監査」など、事業所単位またはグループ全体で労働安全衛生の向上に取り組んできました。2015年度は4日以上 の休業を伴う災害は0件と、これまでの取り組みの成果が表れました。今後も初心を忘れず、危険への感度アップや基本動作の徹底により、労働災害ゼロを目指す取り組みを継続してまいります。

労働災害件数(休業4日以上)

2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
1件	4件	0件	1件	0件

休業災害度数率



※1日以上の休業。通勤災害を除く。

100万延労働時間当たりの休業労働災害による死傷者数で、災害の発生頻度を示します。

休業災害強度率



1,000延労働時間当たりの休業労働損失日数で、災害の重さの程度を示します。

横浜工場にJISHA方式適格OSHMS認定証を授与

横浜工場は、当社工場では初めて、中央労働災害防止協会(JISHA)の労働安全衛生マネジメントシステム(OSHMS)に適合している事業場として認定されました。今後も、次回の審査に向けて、また将来的には国際規格の取得も視野に入れ、労働安全衛生の継続的改善に努めていきます。



認定証授与式
(2016年7月6日)

事業を通じて価値を創出し、社会の発展に貢献する



■ 基本的な考え方: 製品・サービスが価値を創出し、社会に貢献

当社は人が生きていくための根源である食と栄養を提供する企業として、様々な製品やサービスを通じて、社会に貢献しています。

消費者の皆様には、安全でおいしく、健康で豊かな食生活を提供しています。豊かな食生活の提供は、家族の絆、活力ある人生、国民全体の健康増進などにもつながっています。

流通や外食、加工食品業などの皆様には、事業用にご利用いただく様々な機能を持った製品だけでなく、ご要望に応じた各種サービスも提供しており、当社は事業活動の重要なパートナーとなっています。

今後も、事業活動を推進し、社会の発展に一層貢献していきます。

新しい価値の提供へ: 研究グループが日本食品工学会から表彰

研究グループの論文が『日本食品工学会誌』第15巻2号(2014年発行)に掲載され、2014年度の「論文賞」を受賞しました。これは掲載された全論文から年度ごとに1点が2点しか選定されない、名誉ある賞です。2015年8月10日に広島市立大学にて行われた年次大会で授賞式が行われ、論文執筆者4名(佐野貴士、武波慎也、今義潤、白砂尋士)のうち3名が出席しました。

受賞したのは「加熱劣化した食用油の自動ダイナミックヘッドスペースGC/MS法を用いたにおい成分分析と官能評価との関係について」という論文です。

何回も揚げることで油脂(フライ油)から出る加熱劣化臭は通常、人がにおいを嗅いで点数を付けて評価をします。当社は同時に機器を利用したにおいの成分分析も行っており、この論文では、機器による評価と人による評価の相関性を確認、報告しています。

この研究を、新製品や新技術の開発、お客様へのサービスの提供に活かし、今後も新しい価値の提供に努めていきます。



授賞式(2015年8月10日広島市立大学)
左から京都大学大学院農学研究所 安達修二教授、当社社員 佐野、今義、白砂

■ 地域社会やステークホルダーとの交流

地域社会やステークホルダーの皆様とは、通常の事業活動以外にも様々な機会を通じて交流を行っています。各コミュニティにおける清掃活動や、災害の被災地での交流事業への参加、取引先様などとの情報交換などを積極的に行っています。

東日本大震災の被災地での継続的な交流

当社は味の素グループが実施する東日本大震災復興支援プロジェクト「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」に継続的に参加しています。このプロジェクトでは、被災された皆様を対象に「健康・栄養セミナー」を実施しており、当社社員もボランティアとして参加しています。

製品の価値をご活用いただくためのセミナー

東京都港区六本木には当社のテクニカル・アドバイザリー・センター(TAC)があり、そこでは、業務用のマーガリンや油脂製品について、豊富な経験や技術を持つスタッフが製品の特長を活かすためのアプリケーション開発を行っています。また、ここではレシピの提案活動や講習会を開催し、アドバイスを提供するなど、お客様との技術交流を図っています。

主な開催事例(場所:TAC)

2015年8月26日:パン業界で働く女性の交流団体クラブ・ド・サントノーレ様の主催で製パンセミナーが開催され、ベーカリーやメーカーにお勤めの約30名の女性が参加しました。

2016年3月23日:トルコ・ヘーゼルナッツ協会の協賛を得て、製パン講習会を開催しました。「グランマスター®スウィツァー®」「グランマスター®ジェニュインシート」「マイスターフィル・ヘーゼルナッツ」と、ヘーゼルナッツをたっぷり使用したレシピを紹介しました。

上記のほか、流通業の皆様とのタイアップによる「ベーキングイノベーション」(革新的なパン焼きの方法)をテーマにした講習会を2015年度に2回開催しました。また、スーパーマーケットのお客様との共催で「親子パン教室」も開催しました。



「ベーキングイノベーション」講習会の様子



持続可能な地球環境のために

環境負荷の低減・地球温暖化防止・循環型社会構築へ貢献、エネルギー利用効率化の新体制の構築も推進

基本的な考え方:天然資源を利用する企業としての責任

当社の工場では、生産工程などで多くの電気や蒸気エネルギーを使用する設備があり、少なからず環境へ負荷をかけています。一方、植物油などの製品は、大豆や菜種という天然資源を利用しており、豊かな自然環境が存在しないと、事業を継続することができません。

持続可能な事業活動のためには、事業推進における環境負荷の低減、それによる地球温暖化防止・循環型社会の構築への貢献が不可欠です。そのため、環境方針の制定、自主的な環境配慮基準の設定、環境法令の遵守、お客様・お取引先様からの環境配慮への要請などにも対応しています。また、エネルギー利用効率化の新体制の構築も推進しています。

環境方針

当社は、天然資源を原料としている企業として、また、生産工程や一連のサプライチェーンで環境負荷を与える企業として、その環境負荷の低減と循環型社会の構築を目指して、環境方針を制定し、その遵守に努めています。

環境マネジメント

すべての生産拠点においてISO14001の認証を取得し、環境マネジメントシステム(EMS: Environmental Management System)を運用しています。各生産拠点には環境管理委員会を設置し、環境管理活動を実施しています。

各生産拠点における環境負荷データの収集は生産戦略部が、内部監査は品質・環境部が担当しています。2015年4月、食品リサイクル法、改正フロン法に基づき、千葉工場、横浜工場、静岡工場、浅羽工場、神戸工場、若松工場すべてで内部監査が行われ、良好に管理されていることを確認しました。

毎年、外部審査機関による審査も受審し、指摘を受けた事項のPDCAを見直し、継続的改善に取り組んでいます。

また、環境会議を毎年開催し、活動レビューと次年度環境目標について経営トップに報告し、承認を得ています。環境会議には、当社だけでなく、原則として関係会社のトップも出席して環境マネジメントの共有化を図っています。

環境目標と活動実績

評価：○ 目標達成、× 未達成

	2015年度 環境目標	2015年度 活動実績	評価	2016年度 環境目標
省エネルギーの推進	①生産拠点のCO ₂ 排出量削減 ・2020年度までに1990年度対比45%削減 ②エネルギー供給構造の変革 ・オンサイト発電事業への取り組み(千葉工場) ・近隣工場との取り組み(横浜工場)	①CO ₂ 排出量:2014年度対比微減 (1990年度対比36%削減) ②エネルギー供給構造の変革 ・千葉工場オンサイト発電事業開始 ・横浜工場に隣接する日産自動車(株)横浜工場様より蒸気受け入れ開始	○ ○	①生産拠点のCO ₂ 排出量削減 ・2020年度までに1990年度対比45%削減 ②エネルギー供給構造の変革 ・オンサイト発電事業への取り組み(静岡工場) ・高効率貫流ボイラーへの更新(若松工場)
廃棄物の削減	①再資源化率99.8%以上 (ゼロエミッション)を維持 ②廃棄物の有効利用の推進	①再資源化率99.98%達成 ②バイオ燃料化への取り組み ・バイオ燃料の原料として、海外への輸出 ・牛糞飼料への原料供給	○ ○	①再資源化率99.95%以上 (ゼロエミッション)を維持 ②廃棄物の有効利用の推進
オフィス関連	①電力使用量削減 ・空調温度管理徹底、クールビズ推進、 昼休みなどの消灯、照明の間引き ②「環境教育セミナー」開催継続 ・本社および工場回訪セミナー継続	①温度計利用による空調温度管理、5月1日からのクールビズ運用(10月9日終了)、照明の消灯や間引き利用の継続実施 ②「環境教育セミナー」を実施 ・工場:2回(回訪セミナーを半期に1回)	○ ○	①電力使用量削減 ・空調温度管理徹底、クールビズ推進、 昼休みなどの消灯、照明の間引き ②「環境教育セミナー」開催継続 ・本社および工場回訪セミナー継続
環境配慮型製品開発	①プラスチック樹脂全重量削減 ・家庭用容器樹脂量削減推進 ・業務用包材の樹脂量削減推進 ②3R推進に配慮した製品開発 ・プラスチック樹脂の削減推進 ・段ボール重量削減推進	①プラスチック樹脂全重量削減 ・家庭用ボトルでの展開の準備継続 ・業務用包材(内袋)の樹脂量削減 ②3R推進に配慮した製品開発 ・段ボールの重量削減 強化ライナー採用による重量の削減 積み付け仕様変更による重量の削減	○ ○	①プラスチック樹脂全重量削減 ・家庭用容器樹脂量削減推進 ・業務用包材の樹脂量削減推進 ②3R推進に配慮した製品開発 ・プラスチック樹脂の削減推進 ・段ボール重量削減推進

環境法令遵守

環境に関する法令は頻繁に改正されており、専門のコンサルティング会社と協力して、その遵守を怠らないように注意しています。環境管理委員会がその法令遵守の具体的な取り組みを主導しています。

特に、環境関連法規一覧表を都度更新し、日常的な管理に活用しています。また、工場での環境事故の未然防止のため、環境委員会の中で環境事故・環境ヒヤリ事例や法令改正などの情報を共有化し、全社で環境事故発生の抑制を強化しています。

環境教育

従業員全員が環境方針、目的・目標の重要性を理解・確認し、日々の業務の中で主体性を持って取り組むことを目的に様々な環境教育を行っています。

各工場では半期に1度の環境教育セミナーを実施し、2015年度は、「普段おこなっているちょっとした活動」をテーマに、事業に関する環境法令の全体像や、ISO14001についての当社の取り組み状況などを学びました。環境業務の実務担当者への教育も実施し、恒常的な知識向上を図っています。

環境活動目標と実績

環境会議で承認された環境経営理念と環境方針に沿って、全工場でISO14001のマネジメントシステムを運用し、環境活動を展開しています。2015年度の環境目標と活動実績ならびに2016年度の環境目標はP.29の通りです。

サプライチェーンにおける環境負荷低減の取り組み

原料調達、社内の生産工程、出荷、消費という一連のサプライチェーンにおいて各プロセスごとにおける環境負荷低減に積極的に取り組んでいます。

原料や資材の調達においては、CSR調達ガイドラインに基づき、サプライヤー様と協力して、環境負荷の低減に取り組んでいます。

また、社内の生産工程においては自主基準に基づき、生産工程への投入物や、生産工程から排出される汚染物質の削減、そして、廃棄物の再資源化などに取り組んでいます。

出荷する際には、配送パートナー様と協力して、配送効率の向上を目指し、また排気ガスなどの排出削減にも配慮しています。

環境配慮型製品の開発にも積極的に取り組み、消費者から出るゴミの量を減らすために、容器の軽量化、省資源化を進めています。

生産工程における環境負荷低減の取り組み

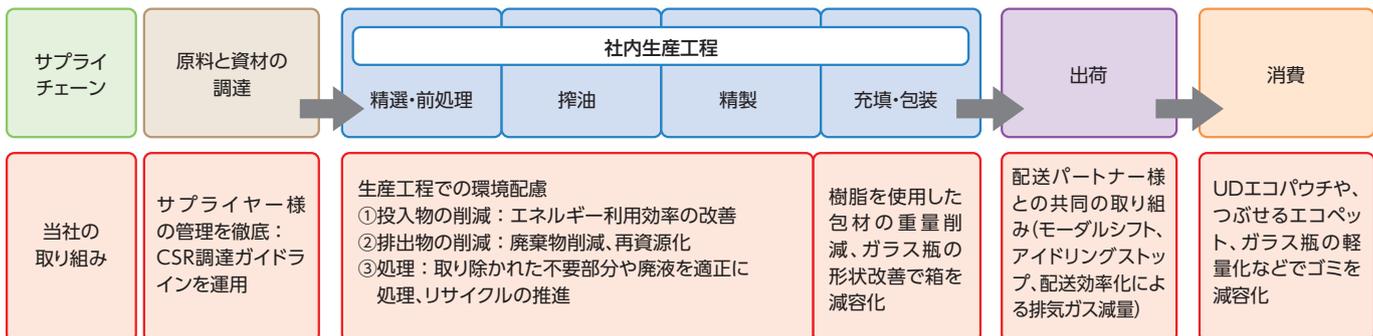
生産工程においては、エネルギーや原料、用水、資材の投入量を削減し、排出される汚染物質の削減、廃棄物の削減、再資源化に取り組んでいます。

2015年度は、エネルギー利用効率化への新たな取り組みが、静岡工場、千葉工場、横浜工場で始まりました。高効率貫流ボイラーやオンサイト発電の稼働、近隣工場からの蒸気の調達の取り組みが始まり、CO₂排出量のさらなる削減、環境負荷の低減、効率的な操業が一層進展する見込みです。

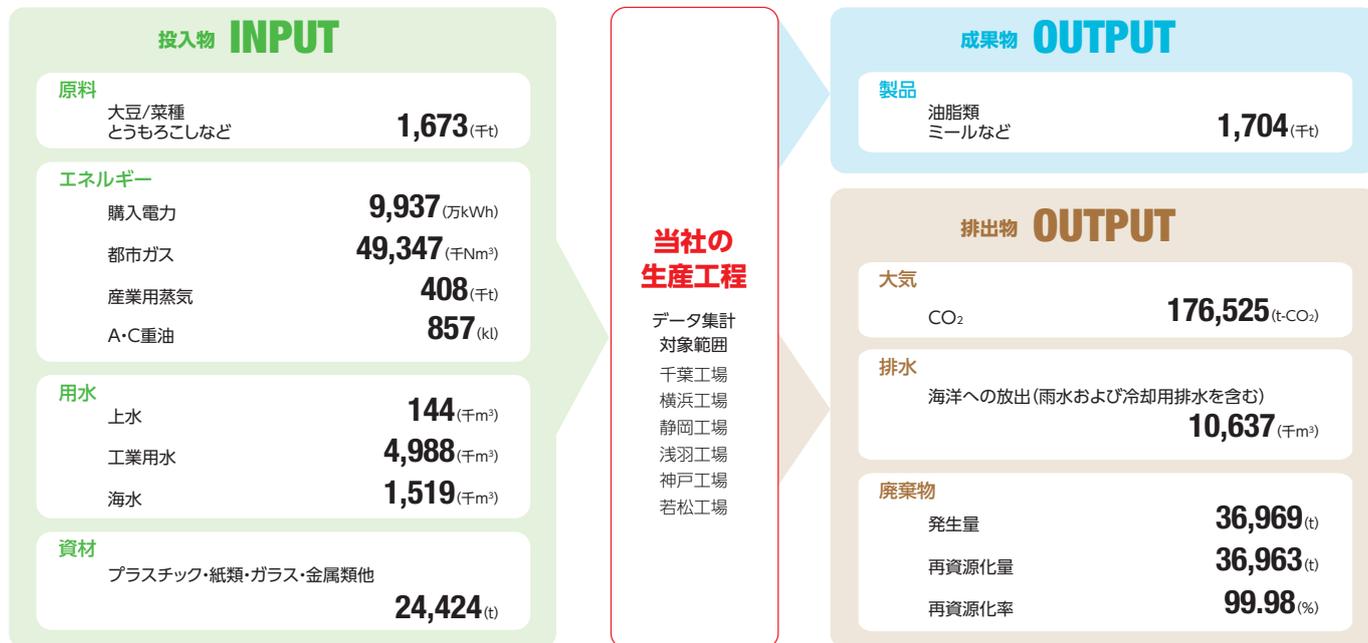
また、生産拠点における廃棄物の削減や再資源化で顕著な成果をあげており、ゼロエミッションを実現しています。

今後も、再生可能エネルギーの積極的取り入れなど、環境負荷低減に一層取り組んでいきます。

■ サプライチェーンにおける環境への取り組みの全体像



■ 生産工程へのインプットと、そこからのアウトプット(2015年度)



■ 地球温暖化防止への取り組み:CO₂排出量の削減

生産拠点における取り組み

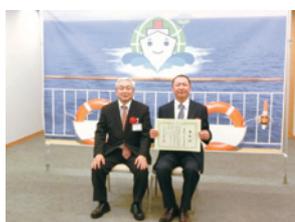
事業活動における生産拠点のCO₂排出量削減については、2020年度までに1990年度に比べて45%削減することを目標としており、2015年度は36%削減しました。

今後、最近始まったオンサイト発電所の稼働などによるエネルギー利用効率化の進展により、CO₂排出量の一層の削減を目指しています。

輸配送における取り組み

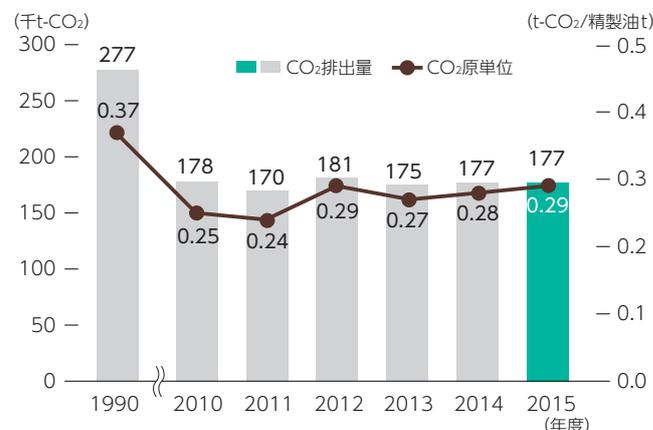
物流においては、工場出荷時のトラック積載効率の改善や待機時間の削減を図るなど、輸配送の効率化を進めています。

JRコンテナの活用や船舶による輸送も推進しています。2015年度は新たに九州向けについて海上フェリーによる輸送を開始し、「エコシップ・モーダルシフト事業優良事業者」として表彰を受けました。これは海上輸送へのモーダルシフト化に特に貢献したと認められる荷主・物流事業者が表彰されるものです。海上輸送はエネルギー効率の良い輸送手段です。神戸工場から九州地区への物流増加に伴い、従来のトラック輸送に加え、パートナー様の協力も得て、瀬戸内海航路の海上フェリー輸送という新規輸送方式を確立しました。



「平成27年度エコシップ・モーダルシフト事業優良事業者」表彰式

■ CO₂排出量および原単位の推移(生産拠点)



(注) 2011年度からCO₂排出量計算方法について、①燃料の平均発熱量(GJ/単位)を最新の値に変更、②電力会社のCO₂排出係数を前年度の係数(2008年度以降はクレジット調整後の係数)を用いることとしました。

■ 循環型社会構築への取り組み:廃棄物の削減

生産拠点における取り組み:廃棄物削減や再資源化でゼロエミッションを実現

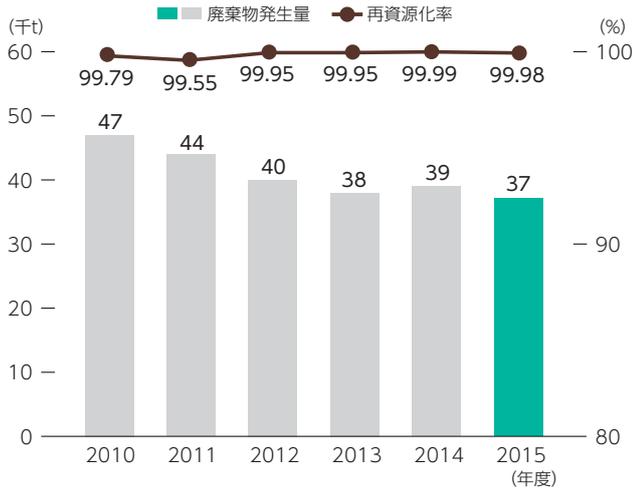
生産工程から発生する廃棄物総量の削減や有価物としての活用による再資源化率の向上のために、様々な施策を実施しています。再資源化率は毎年90%を超えており、2014年度に再資源化率は99.99%を達成し、2015年度においても99.98%となり、ゼロエミッションを実現しました。

再資源化の主な方法としては、油脂精製工程から出る廃棄物を自社内で再利用するほか、バイオマスエネルギーの原料とし

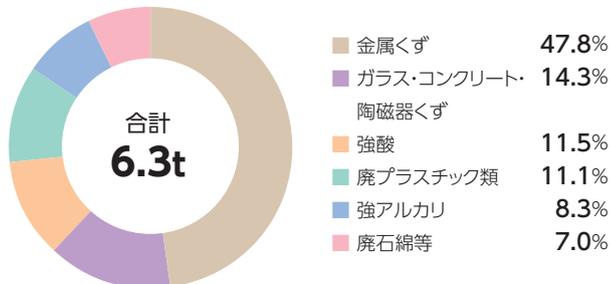
て外部に販売することもあります。また、充填や包装の工程で使った切り替え油（品種切り替えを実施する際に、配管を洗浄する油）をボイラー等の燃料として利用しています。

2015年度の廃棄物の最終処分量は6トンとなりました。

■ 廃棄物の発生量および再資源化率の推移（生産拠点）



■ 廃棄物最終処分量の内訳（2015年度）



最終消費段階への配慮：環境配慮型製品

循環型社会の構築に向けた廃棄物削減は、生産拠点だけでなく、お客様による最終消費段階も含めた取り組みを行っています。当社は、長年にわたり環境配慮型製品を開発してきました。開発にあたっては、環境視点に加えてユニバーサルデザイン（UD）など使いやすさにも工夫を凝らしています。

環境配慮型製品UDエコパウチでは、2013年度よりサトウキビの廃糖蜜から合成した植物原料をフィルム素材に用いたバイオマスPETフィルムを採用しました。

また、ガラス容器の軽量化や、その輸送に使う包材のゴミの減量化にも取り組んでいます。「AJINOMOTO ごま油 160gシリーズ」は、容量減を主目的とした容器を開発してガラス瓶を軽量化しただけでなく、輸送の外箱の中でガラス瓶同士が当たる箇所の形状を見直して、箱の中の仕切りを不要とすることができました。このことが評価され「2015日本パッケージングコンテスト」*で「食品包装部門賞」を受賞しました。このコンテストには364件と過去最高の応募があり、その中での受賞となりました。

* 日本パッケージングコンテスト：公益社団法人日本包装技術協会の主催。優れたパッケージおよびその技術の開発普及を目的に開催されている。



「AJINOMOTO 健康 調合ごま油」160g瓶
「AJINOMOTO ごま油好きのごま油」160g瓶

TOPIC エネルギー利用効率化を推進

限りあるエネルギーの有効活用、省エネのため、製造現場における効率性の改善に取り組むだけでなく、エネルギーの調達方法、エネルギーの創出方法（創エネ）について、新たな施策を導入しました。

自社の創エネ設備の利用や、他社からのエネルギーの調達などにより、エネルギー利用の効率化を推進し、CO₂排出量の削減、地球温暖化の防止、循環型社会の構築に貢献し、さらには、各工場全体で4億円/年のコスト削減を目指しています（新倉敷工場は除く）。

●千葉工場

オンサイト発電体制
 (1) 2016年2月から稼働：電気と蒸気を創出し、自社で蒸気を使用し、余剰の電気を販売
 (2) コストダウン：約1億円/年
 (3) CO₂削減：46%

●横浜工場

高効率貫流ボイラー＋近隣工場から蒸気調達
 (1) 2016年2月から近隣工場からの蒸気受け入れ開始
 (2) コストダウン：約3,100万円/年

●静岡工場

ガスエンジン＋高効率貫流ボイラー
 (1) 2015年4月から稼働開始
 (2) コストダウン：約7,400万円/年
 オンサイト発電体制
 (1) 2017年8月から稼働予定
 (2) コストダウン：約1億円/年
 (3) CO₂削減：14%

●神戸工場

エネルギー供給会社との取り組み
 (1) 2017年8月から稼働予定
 (2) コストダウン：約1億円/年

●新倉敷工場

高効率貫流ボイラーを検討：2017年4月から稼働予定

●若松工場

高効率貫流ボイラー：現行設備を継続（当座）

積極的な情報発信を通じたコミュニケーションの促進



IR活動基本方針: コミュニケーション促進のため組織改編を実施

株主・投資家の皆様には積極的な情報発信を通じたコミュニケーションの促進に努めています。2016年7月に実施した全社的組織改編においては、社内外への情報発信とコミュニケーションのさらなる強化のため、IR機能を財務部に移管しました。業績概況・決算報告などのIR資料については、WEBサイトで随時公開しています。

また、「J-オイルミルズ行動規範」では、以下の4点を定め、株主・投資家の皆様との信頼関係の維持・改善に努めています。

1. 信頼ある財務報告
2. 適切な情報開示
3. インサイダー取引の禁止
4. 特定株主への利益供与の禁止

株主総会・決算説明会: 直接対話による信頼関係の構築

毎年6月の株主様を対象とした定時株主総会、5月と11月に開催している証券アナリスト・機関投資家の皆様を対象とした決算説明会のいずれにおいても、直接対話できる重要な機会として認識し、対話による信頼関係の構築に努めています。

2016年5月の決算説明会においては、進行中の第四期中期経営計画の進捗状況のみならず、策定中の次期中期経営計画の方向性や、それに向けて着手した施策について、説明しました。参加したアナリストの皆様からは、説明内容に対する評価、ご期待、ご要望のコメントが寄せられました。これらを参考に今後も改善に努めていきます。

定時株主総会においても、改正会社法の施行やコーポレートガバナンス・コードを意識した運営に取り組み、総会では活発な質疑応答がありました(詳細はP.19をご覧ください)。



決算説明会

決算説明会後に寄せられたアナリストからのコメント

- ・社長の説明は、ポイントが絞られていてわかりやすかった
- ・基盤整備、成長戦略、海外展開などの社長のビジョンがよくわかった
- ・中期経営計画の見直しについては現実的な目標設定に取り組んでいることは評価できる
- ・さらに具体的な説明が必要
- ・今後の販売戦略をどう変えていくのか知りたい
- ・定量情報を一層充実させてほしい

配当状況

株主の皆様への利益還元への維持に努めるとともに、長期的視野に立った安定的、かつ適正な利益配分を行うことが重要であると考えています。2015年度は、中間配当、期末配当ともに1株につき4.5円とし、1株当たりの年間配当金は9円となりました。

株主優待制度

当社は株主優待制度を導入しています。当社の配当基準日である3月31日時点で100株*以上保有されている株主の皆様へ、3,000~4,000円相当の自社製品をお贈りしています。



株主様への贈呈品

また、株主様のご支援とご期待に応えるべく、2013年6月より、当社WEBサイトに「株主様ご優待サイト」をオープンしました。サイト内の健康食品が、特別優待価格にてお買い上げいただけます。



だけです。

*2016年10月1日の単元株式数の変更と株式併合により、株主優待制度対象の株式数は100株となりました。

株主様ご優待サイトトップ画面

株主通信



個人株主の皆様への情報提供として年2回「株主通信」を発行し、業績説明、事業環境、事業戦略、さらには当社製品の紹介、そのご活用方法など、様々な情報をお届けし、適時・適切に開示しています。

J-オイルミルズレポート

2014年度から、従来投資家(主に機関投資家)向けに発行してきた『ビジネスレポート』と、様々なステークホルダー向けに発行してきた『CSR報告書』を統合し、本レポート『J-オイルミルズレポート』を発行しています。当社がおかれている事業環境、事業構造、事業戦略、マネジメント体制、品質管理や供給管理などのサプライチェーン管理、財務情報などを通じて、企業価値をトータルにご理解いただくことを目指しています。

データ編

連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位:百万円)

	当連結会計年度 (平成28年3月31日現在)	前連結会計年度 (平成27年3月31日現在)
【資産の部】		
流動資産	79,134	85,656
固定資産	74,493	71,397
有形固定資産	56,889	52,693
無形固定資産	390	406
投資その他の資産	17,214	18,298
繰延資産	15	28
資産合計	153,643	157,082

	当連結会計年度 (平成28年3月31日現在)	前連結会計年度 (平成27年3月31日現在)
【負債の部】		
流動負債	42,750	50,175
固定負債	31,080	27,267
負債合計	73,831	77,442
【純資産の部】		
株主資本	75,204	73,737
その他の包括利益累計額	4,578	5,860
非支配株主持分	29	41
純資産合計	79,811	79,639
負債純資産合計	153,643	157,082

金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

連結損益計算書

(単位:百万円)

	当連結会計年度 〔自 平成27年4月1日 至 平成28年3月31日〕	前連結会計年度 〔自 平成26年4月1日 至 平成27年3月31日〕
売上高	187,329	193,884
売上原価	157,935	164,782
売上総利益	29,393	29,102
販売費及び一般管理費	24,759	24,908
営業利益	4,634	4,193
営業外収益	969	814
営業外費用	245	211
経常利益	5,357	4,796
特別利益	17	351
特別損失	729	524
税金等調整前当期純利益	4,645	4,623
法人税等合計	1,679	1,523
当期純利益	2,966	3,099
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△ 7	△ 5
親会社株主に帰属する当期純利益	2,973	3,105

金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	当連結会計年度 〔自 平成27年4月1日 至 平成28年3月31日〕	前連結会計年度 〔自 平成26年4月1日 至 平成27年3月31日〕
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,798	6,937
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 5,320	△ 3,016
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,249	△ 4,434
現金及び現金同等物 に係る換算差額	△ 6	10
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	221	△ 502
現金及び現金同等物の期首残高	5,806	6,309
現金及び現金同等物の期末残高	6,027	5,806

金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

連結株主資本等変動計算書

当連結会計年度(自 平成27年4月1日 至 平成28年3月31日)

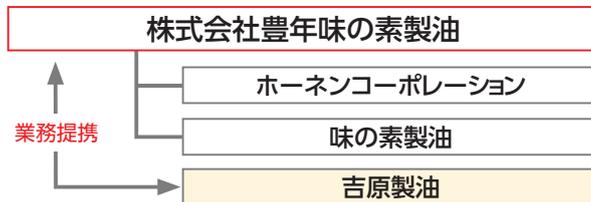
(単位:百万円)

	株主資本					その他の包括利益累計額					非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	為替換算 調整勘定	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括利益 累計額合計		
平成27年4月1日残高	10,000	31,633	32,467	△ 363	73,737	5,865	163	199	△ 367	5,860	41	79,639
会計方針の変更による累積的影響額												—
会計方針の変更を反映した当期首残高	10,000	31,633	32,467	△ 363	73,737	5,865	163	199	△ 367	5,860	41	79,639
当連結会計年度中の変動額												
剰余金の配当			△ 1,500		△ 1,500							△ 1,500
親会社株主に帰属する当期純利益			2,973		2,973							2,973
自己株式の取得				△ 5	△ 5							△ 5
自己株式の処分		0		0	0							0
株主資本以外の項目の 当連結会計年度中の 変動額(純額)						△ 423	△ 376	△ 99	△ 383	△ 1,282	△ 12	△ 1,295
当連結会計年度中の変動額合計	—	0	1,472	△ 5	1,467	△ 423	△ 376	△ 99	△ 383	△ 1,282	△ 12	171
平成28年3月31日残高	10,000	31,633	33,940	△ 369	75,204	5,442	△ 212	99	△ 750	4,578	29	79,811

金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

経営統合・合併への経緯

2002年4月
株式会社豊年味の素製油が発足。
株式会社ホーネンコーポレーションと味の素製油株式会社が経営統合、持株会社「株式会社豊年味の素製油」を発足。



2003年4月
株式会社J-オイルミルズが発足。
吉原製油株式会社が経営統合に参加し、持株会社名を「株式会社J-オイルミルズ」に変更。



2004年7月
各事業子会社を吸収合併。
「株式会社J-オイルミルズ」として、事業および事業子会社を完全統合。



会社概要

(2016年7月1日現在)

商号	株式会社J-オイルミルズ J-OIL MILLS, Inc.	代表者	八馬 史尚
本社所在地	〒104-0044 東京都中央区明石町8番1号 聖路加タワー 17F~19F TEL: 03-5148-7100(代表)	事業内容	1. 油脂、油粕の製造、加工、販売 2. 澱粉の製造、加工、販売 3. 各種食品の製造、加工、販売 4. 飼料および肥料の製造、加工、販売 5. 食品製造機器の販売 6. 倉庫業、港湾運送業、一般貨物自動車運送事業 および貨物自動車運送取扱い事業 7. 不動産の賃貸
創立	2004年7月1日		
資本金	100億円		
証券コード	2613		

役員

(2016年7月1日現在)

代表取締役 社長執行役員	八馬 史尚	常務執行役員	後藤 康夫	執行役員	河合 春彦
取締役 兼 専務執行役員	善当 勝夫	常務執行役員	谷口 克彦	執行役員	牛尾 和弘
取締役 兼 常務執行役員	近藤 邦彦	常務執行役員	山形 芳弘	執行役員	長坂 篤
取締役 兼 執行役員	坂内 昭夫	常務執行役員	内山 明浩	執行役員	天野 裕
取締役 兼 執行役員	田島 郁一	常務執行役員	服部 広	執行役員	内海 淳
取締役 兼 執行役員	立見 健一	執行役員	内藤 彰	執行役員	遠藤 正史
取締役 兼 執行役員	小玉 祐司	執行役員	石橋 朋純	常勤監査役	田辺 多聞
取締役	栃尾 雅也	執行役員	平野 弘	常勤監査役	塩田 良晴
取締役	今井 靖容	執行役員	塩田 勝司	常勤監査役	吉田 哲
取締役	野崎 晃	執行役員	富澤 亮	監査役	日下 宗仁

* 栃尾雅也、今井靖容、野崎晃は社外取締役です。田辺多聞、塩田良晴、日下宗仁は社外監査役です。

株式の状況

(2016年3月31日現在)

発行可能株式総数	540,000,000株
発行済株式総数	167,542,239株
株主数	21,095名

大株主

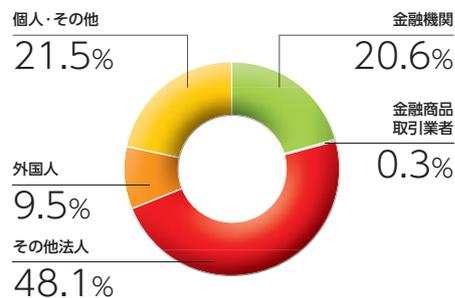
(2016年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)
味の素株式会社	45,269
三井物産株式会社	20,877
東京海上日動火災保険株式会社	4,143
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	4,012
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,522
J-オイルミルズ取引先持株会	3,520
株式会社みずほ銀行	2,713
三井住友海上火災保険株式会社	2,713
農林中央金庫	2,701
CBNY DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	2,135

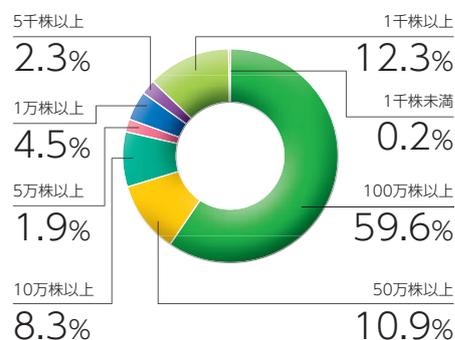
株式の分布状況

(2016年3月31日現在)

所有者別分布



所有株数別分布



ネットワーク

(2016年7月1日現在)

J-オイルミルズは、東京を本社とし、全国に13ヶ所の支社・支店・営業所と、7ヶ所の工場および事業所を有しています。また2014年4月より、研究部門について、6つあった研究所を1部門に集約し、新たに、基盤研究所と商品開発研究所を設置しました。



本社・支社・支店・営業所

- 1 本社・東京支社
- 2 大阪支社
- 3 北海道支店
- 4 東北支店
- 5 関東甲信越支店
- 6 名古屋支店
- 7 北陸支店
- 8 中国支店
- 9 四国支店
- 10 九州支店
- 11 新潟営業所
- 12 長野営業所
- 13 静岡営業所

工場および事業所

- 1 千葉工場
- 2 横浜工場
- 3 静岡工場
- 4 浅羽工場
- 5 神戸工場
- 6 坂出事業所
- 7 若松工場

研究所

- 1 基盤研究所(横浜市)
- 2 商品開発研究所(横浜市鶴見区、横浜市戸塚区、静岡市)

- 本社・支社・支店・営業所
- 工場および事業所
- 研究所

おいしい♪は 幸せのエネルギー。



お問い合わせ先:

株式会社 **J-オイルミルズ**

CSR部

〒104-0044 東京都中央区明石町8番1号 聖路加タワー

TEL:03-5148-7101

FAX:03-5148-7107

<http://www.j-oil.com/>



2016.10