

おいしさ、ふれあい。
プリマハム



プリマハム
社会環境報告書
2013

Social &
Environmental
Report
2013

プリマハム

〒140-8529 東京都品川区東品川 4-12-2
品川シーサイドウエストタワー
電話 03-6386-1800
<http://www.primaham.co.jp/>



**UD
FONT**

見やすいユニバーサルデザイン
フォントを採用しています。



プリマハムはチャレンジ25キャンペーンに参加しています。

「社会環境報告書2013」はFSC®森林認証紙および植物油インキを使用し、
水なし印刷で製作しています。



おいしさ、ふれあい。

プリマハムはお客さまとの絆を大切に、
食のおいしさ、人とのふれあいを通じて
楽しく豊かな食の未来を創造していきます

プリマの原点 経営理念

- 一、正直で基本に忠実
- 一、商品と品質はプリマの命
- 一、絶えざる革新でお客様に貢献



会社概要 (2013年3月末現在)

社名	プリマハム株式会社 Prima Meat Packers,Ltd.	決算期	3月31日
所在地	〒140-8529 東京都品川区東品川 4-12-2 品川シーサイドウエストタワー	従業員数(連結)	11,725名(臨時従業員を含む)
TEL	03-6386-1800(代表)	売上高(連結)	2,756億円(2013年3月期)
代表者	代表取締役社長 松井 鉄也	事業所(注)	営業拠点 6支店 29営業所 生産拠点 4工場 物流センター 10ヶ所 研究機関 2ヶ所
事業内容	ハム・ソーセージ、加工食品および 食肉の製造販売	グループ会社(注)	31社 連結子会社 28社 持分法適用関連会社 3社
創業	1931年9月1日	(注)事業所、グループ会社は2013年4月1日現在の状況	
設立	1948年7月9日		
資本金	33億63百万円		

報告期間

2012年度(2012年4月～2013年3月)を中心としていますが、2012年度以前・以降の活動についても一部掲載しています。

対象範囲

プリマハム株式会社およびプリマハムグループ会社(計31社)を報告の対象としています。文中でプリマハムと表記した場合は、プリマハムグループを表しています。そのほか、特定の範囲の記述については注記しています。
なお、以下情報については当社ホームページに掲載しています。
● 環境パフォーマンスデータ
<http://www.primaham.co.jp/company/report/>

発行時期

2013年10月発行

次回発行予定時期

2014年10月発行

参照ガイドライン

[ISO 26000 社会的責任に関する手引き](国際標準化機構)
[環境報告ガイドライン(2012年版)](環境省)
[サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン Ver.3.1]
(Global Reporting Initiative)

お問い合わせ先

〒140-8529 東京都品川区東品川 4-12-2
品川シーサイドウエストタワー
第二管理本部 環境管理部 TEL: 03-6386-1832
FAX: 03-5462-1716
<http://www.primaham.co.jp/>

Contents

- 会社概要・編集方針・目次…………… 2
- トップメッセージ…………… 4
- 事業概要・経営概況…………… 6

- 特集**
おいしさ、ふれあい。
そして「香り」と「薫り」で
お客さまと社会に笑顔を…………… 10

- お客さま** 肉の健康機能をお客さまへ…………… 14
- 品質** 品質管理の取り組み…………… 16
- 環境** 環境活動の総括と今後に向けて…………… 20
 - 環境負荷の全体像と環境目標…………… 22
 - 環境負荷低減の取り組み…………… 24

- 従業員** 人材育成と
安心して働ける職場づくり…………… 26

- 社会** 地域・社会との共生…………… 30

- グループ会社紹介** プライムデリカ株式会社…………… 32

- ステークホルダーの声…………… 34

- コミュニケーションツールのご紹介…………… 35

編集にあたって

本年度の報告書では、プリマハムの事業と社会的責任の
かわりや取り組みの現況について報告しています。特集
では当社のメインブランドである「香薫あらびきポーク
ウインナー」を通じて、健康で豊かな食生活を創造するた
めに安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献して
いくという当社の姿勢を具体的にお伝えしています。

また、昨年度のアンケートにお寄せいただいたご意見を
踏まえ、全体を通じて事業活動と社会・環境課題との関係
やプリマハムの姿勢が分かりやすくなるよう、例えば品質
管理にかかわるページをQ & A方式で掲載するなど工夫し
ました。

さらに、よりよい社会環境報告書作成のため、ステー
クホルダーの代表として食品流通業に詳しい太田美和子様か
らいただいたご意見を新たに掲載しました。

利益とCSRは車の両輪 企業の社会的責任を果たすことが、 お客さまの期待に応えることにつながる



2013年3月期の業績と中期経営計画の進捗、 今後の業績見通しについてお聞かせ下さい。

2011年度からスタートした中期経営計画では、収益目標の達成にむけて「売上拡大」「低コスト体質の推進」、さらに成長戦略として「伊藤忠グループとの連携・協業の推進」を重点項目として取り組んできました。

2012年度（2013年3月期）はハム・ソーセージや加工食品の取り扱い店舗拡大や販売数量の増加、生産性の向上により、売上目標を達成し、経常利益は過去最高益を更新することができました。当社を支えてくださる皆さまのご支援に深く感謝申し上げます。

成長戦略では、中国でのハム・ソーセージ製造販売事業展開のため、中国の頂新グループ企業との合併会社である康普（呉江）食品有限公司を2012年に設立しました。現在は工場建設を進めるのと並行して現地従業員の三重工場での研修や商品検討会を行うなど、2013年内の稼働に向けた準備を進めています。また、伊藤忠グループとの業務提携を推進しています。こうした取り組みにより、さらなる収益拡大を目指しています。

貴社の経営において、 CSRはどのような位置づけでしょうか。

「利益とCSRは車の両輪」というのが私の経営におけるCSRの考え方です。

CSRには「守り」と「攻め」の二つの側面があります。品質管理、環境保全などはどちらかといえばリスク管理の側面が強く、「守り」のCSRといえるでしょう。しかし、例えば温暖化防止のための省エネルギーや廃棄物の

プリマハム株式会社 代表取締役社長

松井 鉄也

排出抑制は、積極的に対応すれば経営には低コスト体質の実現、ひいては生産性の向上につながることができます。結果として厳しいエネルギー事情下でも安定した生産を実現し、価格競争力の維持につながり、お客さまニーズに応えるアプローチの一つとなります。2013年度は、グループ全体でのリスク管理や環境配慮をより強化するために環境方針を見直しました。

品質管理についても、お客さまやお取引先様のニーズを汲み、求められる品質の維持・向上に真摯に取り組んでいます。その取り組みをご理解いただければ、お客さまの信頼を得ることにつながります。より多くのお客さまにプリマハムのファンになっていただければ、「守り」は「攻め」に転じると考えています。

企業の持続性と成長のために、CSRは不可欠なものだと認識しています。

貴社の成長においてもっとも重要なCSR上の テーマとは何でしょうか。また、それにどのような 戦略・体制で対応しているかとされていますか。

お客さまニーズに対応した商品を安定的に提供することが、当社にとって最も重要なテーマです。

お客さまニーズの背景には、経済のグローバル化や多様化、複雑化する食品流通の現状、少子高齢化、女性の社会進出などの社会情勢やそれに付随する課題があります。もちろん、日常生活の中にもお客さまが潜在的に解決してほしいと思われる課題はまだあります。プリマハムではそのような隠れたニーズを今ま

で以上に積極的に把握し、より良い商品の開発やサービスの提供にいかそうと努力を重ねています。

重要なのは、お客さまの視点に立って思考できる人材であり、それを商品やお取引先様へのサービスにつなげるのできる人材です。言い方を変えると、それは従業員一人ひとりが主体的に、自身の担当範囲にとどまらず、全社的な視点で改善を考え、行動に移していきのできる人材であり、そうした従業員が着実に育っていることをうれしく思います。

他方、当社にとってお客さまの多くは女性ですから、同じ目線に立つことのできる女性従業員の力は非常に重要であり、実際、多くの従業員がその力を発揮してくれています。また、高齢化社会を迎えて、シニア世代の従業員の視点も重要です。中国・タイでの事業展開においては、やはり現地従業員を中心とした人材戦略が必要となります。多様な従業員が働きやすく、やりがいを持てる職場環境をつくり、育成や登用などを通じて人材力を高め、お客さまの期待に応えていきたいと考えています。

現中期経営計画では、「健康で豊かな食生活を創造するために安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献していく」ことを目指しています。組織構造や生産体制の改革、活力ある職場づくりや人材育成とともに、お客さまのニーズと向き合う開発力・営業力強化など、中期経営計画の達成にグループをあげて推進しています。グループ全従業員が「なくてはならない会社」の実現に向けて取り組んでいきます。

プリマハムの経営



事業概要

食肉事業

養豚関連事業

・自然豊かな環境で肥育されたオリジナルブランドミートは高い評価を得ています。



食肉および加工肉の製造・販売

・国内外から安全・安心な食肉や原材料を調達しています。
・海外サプライヤーと協力して安全で高品質なオリジナルブランドミートをお届けしています。



ナショナルビーフパッキングカンパニー
エルエルシーの登録商標です。
商標登録第5566239号



「味い葡萄牛」
オーストラリア産
商標登録第5178965号

・フレッシュミートをカットした規格肉や味付肉・衣付肉などを生産、販売しています。



商標登録第5489703号



「大平原健やかポーク」
商標登録第5038915号



連結グループ会社

- 太平洋ブリーディング(株)
- (株)かみひらの工房
- 西日本ベストパッカー(株)
- 茨城ベストパッカー(株)
- 関東プリマミート販売(株)
- 関西プリマミート販売(株)
- プリマロジスティックス(株)
- Swine Genetics International, Ltd (米国)

加工食品事業

ハム・ソーセージおよび加工食品の製造・販売

・ハム・ソーセージは国内4工場、加工食品は国内外の連結子会社を中心におなじみのコンシューマーパック商品から業務用商品まで、お客さま・お取引先様のニーズに対応した商品を生産しています。



・商品は量販店、コンビニエンスストア、精肉店などで販売されています。また、オンラインショップでも当社商品の購入が可能です。
・百貨店や量販店において肉の専門店や惣菜・弁当などの直営店も展開しています。

コンビニエンスストア向け商品の製造・販売

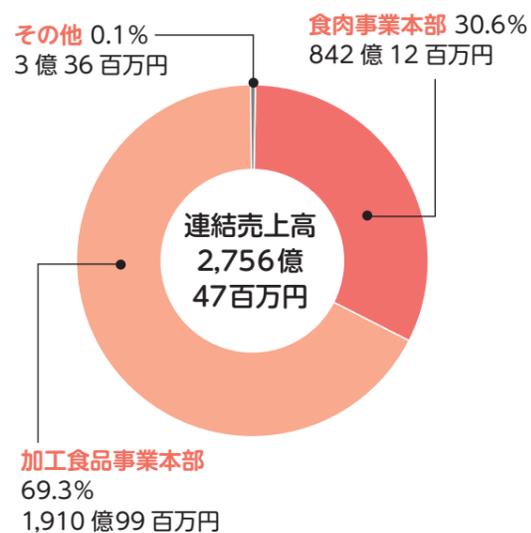
・最新鋭の調理設備のもと、調理パン、スイーツ、サラダ、軽食、惣菜など、専門店に負けないおいしい商品を、新鮮な状態でお届けしています。



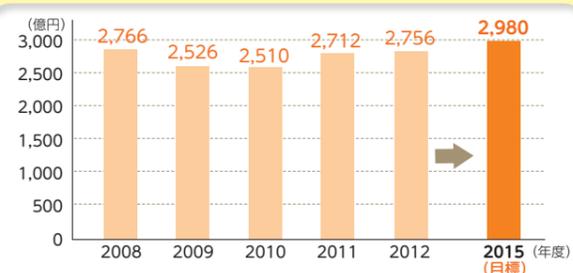
連結グループ会社

- プライムデリカ(株)
- プリマ食品(株)
- 秋田プリマ食品(株)
- 熊本プリマ(株)
- プライムフーズ(株)
- 四国フーズ(株)
- プリマルーケ(株)
- 北海道プリマハム(株)
- 北陸プリマハム(株)
- 佐賀プリマ販売(株)
- プリマハム近畿販売(株)
- (株)プライムベカリ
- 康普(呉江)食品有限公司(中国)
- (株)エッセンハウス
- 東栄フーズ(株)
- PRIMAHAM (THAILAND) CO., LTD (タイ)
- 山東美好食品有限公司(中国)
- Prime Deli Corp. (米国)

● 連結売上高構成比 (2012年度)



● 連結売上高



● 連結営業利益 / 営業利益率



その他の事業

人事・情報サービス、研究・技術開発など

- ・人材派遣、給与計算、各種保険などのトータルサポート
- ・システムの開発、管理・運営と情報セキュリティの確保・維持
- ・施設の洗浄、環境保全
- ・食品の検査・安全性確保と検査機器などの販売
- ・マイクロマニピュレーション関連機器の開発、製造・販売など

連結グループ会社

- プリマ・マネジメント・サービス(株)
- プリマシステム開発(株)
- プリマ環境サービス(株)
- (株)つくば食品評価センター
- プライムテック(株)

●…連結子会社 ○…持分法適用関連会社

● 連結経常利益 / 経常利益率



● 連結当期純利益 / 当期純利益率



経営基盤の拡充に向けて 着実な歩みを進めています

売上拡大に向けた取り組み

収益の基礎となる「売上拡大」を具現化するため、食肉事業と加工食品事業の営業部門が一体となり、営業基盤を強化しています。2013年4月には地域に密着した販売とコスト競争力強化のため、北海道および北陸の各エリアにおいて営業部門を集約し、子会社として新たなスタートを切りました。今後もお取引先様への対応力を強化するため営業組織の改革と重点攻略部門への戦力集中を図ってまいります。また、商品開発においては、マーケティング、企画、開発機能を連動させ、コンシューマー商品、業務用商品それぞれにおいて多様化するニーズに応えてまいります。さらに成長著しいネット販売や惣菜市場への取り組み強化や、お取引先様のニーズに合わせて製造販売を行うプロセスセンター事業の拡大を行っています。

中国合併事業の進捗

2012年8月に上海エリアを中心に中国国内でハム・ソーセージの製造販売事業を展開するため、頂新グループの康師傅方便食品投資（中国）有限公司との合併で康普（呉江）食品有限公司を設立し、2013年内の稼働を目指して、工場建設を進めています。

また、現地で販売する商品の企画立案や開発、三重工場での研修による現地技術者の養成も同時に行っています。5年後には年間7,000トンの販売数量を計画しています。



建設中の工場



日本での技術研修
（三重工場）

低コスト体質の推進

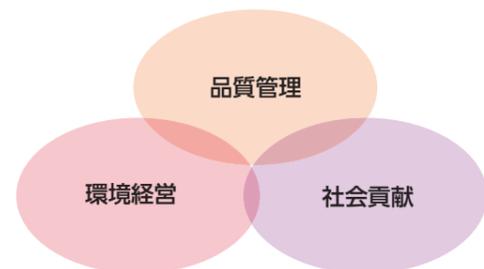
海外食肉相場の現地高と円安による輸入価格上昇および包装資材の値上げなどコストアップ要因が顕在化するなか、「低コスト体質の推進」に取り組んできました。これまでも推し進めてきた「革新的ものづくり」の継続、生産性向上にむけた設備投資、原材料・資材の有効活用および物流コスト削減などにより、さらなる低コスト体質を構築し、商品の競争力を高めています。特に主力工場においては、最新設備・技術を導入し、さらなる低コスト体質に向けた改善を継続的に取り組んでいます。

成長戦略を支える基盤

社会に信頼される企業であり続けるため、内部統制システム、コンプライアンス体制の充実を図っています。コーポレートガバナンスにおいては、社外監査役を中心とした経営監視機能に加え、社外取締役による独立・公正な立場からの経営監督機能の強化により、透明性の高い経営を行っています。また、品質管理、環境経営、社会貢献を成長戦略を支える基礎と位置づけ、その充実と着実な推進に取り組んでいます。

品質管理については、安全・安心な商品をお客さまに継続して提供することを最重要使命と考えています。具体的には、HACCP、ISO 22000、AIB や2013年に新

成長戦略を支える基礎



「健康で豊かな食生活を創造するために
安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献していく」
をスローガンに、取り組みを推進

たに3事業所で認定取得した FSSC 22000*などを導入し、全社品質管理体制を強化しています。また、プリマハムグループだけでなく、海外・国内の協力会社なども品質管理の対象に加え、プリマハムが独自に定める食品安全レベルへの適合性についても定期的に監査を実施しています。

環境経営については、事業活動に伴う資源・エネルギー消費量の削減およびそれらに付随するCO₂排出量などの環境負荷低減が、事業の継続性や成長という経営側面においても最重要課題のひとつであると認識しています。グループ全体での環境経営をさらに推進していくため、2013年9月、環境方針の改定を行いました。

社会貢献については、引き続き地域社会とのコミュニケーションを図るとともに、被災地への支援活動など、国内・海外の各事業所の特性をいかした活動を行っています。

※FSSC 22000

食品小売業界が中心となり設立された国際食品安全イニシアチブ(GFSI: Global Food Safety Initiative)が食品安全の認証スキームの一つとして承認した規格。ISO 22000をベースに一般衛生管理の部分より明確に定めた規格で、2010年にオランダに拠点を置く食品安全認証財団が策定したものです。日本の動物性製品カテゴリでの取得はまだ少なく、ハム・ソーセージ関連での認証取得としては先行した取り組みとなります。

事業継続性に対する取り組み

食品の安定した供給は、食品メーカーとして果たすべき最も重要な社会的責任の一つです。プリマハムでは、東日本大震災を教訓とし、お客さま、お取引先様への影響を最小限とするため、災害時のサプライチェーン維持を目的とした事業継続計画（BCP）を2012年4月に見直しました。それに従い、全国51の事業所では3日分の非常食や水、非常用トイレなどの災害用備蓄品の完備を終え、人的被害や経済的損失を最小限にとどめるための取り組みを進めています。また、東日本大震災の際、各

避難場所で携帯電話が通じなくなった経験から、ネットワーク形式が携帯電話と異なり、さらに乾電池で駆動するPHSを各事業所に配置し、災害時にも迅速な対応ができるよう体制を整えています。今後も、BCPの充実に積極的に取り組んでいきます。



備蓄品（本社）



非常持出袋とPHS

株主・投資家とのコミュニケーション

プリマハムでは、投資判断に影響を与える重要な企業情報などを、適時・適切に開示しています。

2011年度の決算発表以降、決算説明会を年2回開催しています。2013年3月期の決算説明会では機関投資家、アナリスト、マスコミなど36名の方々が出席され、収益構造、事業計画、円安など事業環境変化への対応、設備投資計画などについて質疑応答がなされました。

また、2012年度は決算説明会以外にも、のべ57名の機関投資家やアナリストの方々個別にIRミーティングを行うとともに、個人投資家向け会社説明会も実施しました。今後も株主、投資家とのコミュニケーションの充実にに向けた取り組みを積極的に行ってまいります。



決算説明会

おいしさ、ふれあい。

そして 香りと薫りで

お客さまと社会に笑顔

人が食べ物を味わう時に感じる感覚（視覚、臭覚、味覚、触覚、聴覚）の中でも「かおり」に注目して作り上げられた「香薫あらびきポークウィンナー」は、10年以上にわたりお客さまに親しまれています。そこには、『「食」を通じて人と人をつなげたい』という思いが込められています。



挽きたてスパイス製法が生んだ 味わい豊かな内なる「香り」

香薫の「香り」はプリマハムが独自にブレンドした11種類のスパイスにより作られています。挽きたてのスパイスの風味をそのままいかすため、独自の「挽きたてスパイス製法」[※]を開発。どなたにでも親しまれるおいしさを実現しました。

[※]プリマハム(株)の特許技術です



桜のスモーク材のみを使って燻製した 食欲をそそる外からの「薫り」

スモーク材には、日本人になじみの深い桜の間伐材を使っています。口に入れた瞬間に広がるまろやかな燻製の「薫り」は、スパイスの香りと融合し、重層的なおいしさを作り出しています。



香薫パレエ団
香薫あらびきポークウィンナーのCMキャラクターとして2011年に誕生しました！

みなさまに愛されて10余年 香薫あらびきポークウィンナーで 食卓に笑顔を

お客さまの食シーンに合わせたレシピを提案

季節のイベントや、さまざまな食シーンに合わせてお召し上がりいただけるよう、ホームページでは多くのレシピを提案しています。お客さまに役立つ情報提供のため、今後もレシピのさらなる充実を図っていきます。

みんなが笑顔になる朝ごはんのパートナー

バランスのよいまみ、かおり、食感で、発売以来、幅広いお客さまに親しまれています。2013年2月に放送されたテレビ朝日系列「お願いランキング GOLD「第1回朝ごはん総選挙」^{*}では、肉部門において第1位に選ばれました。

^{*}「朝ごはん」をテーマに計10,000人へのアンケート結果をもとにランキングを決定



お客さまからのご意見を商品づくりに反映

お客様相談室は、お客さまと当社をつなぐ大切な窓口です。お客さまから寄せられるご意見やご質問などに真摯に対応するとともに、内容は全社各部署で共有し、商品づくりにいかしています。

また、商品企画の担当がお取引先様の売り場へ出向き、直接お客さまの反応やご意見を伺いながら、お客さまが求められる商品、品質、サービスづくりに努めています。

“おいしさ”も第三者の視点で、定期的に評価

常においしい商品をお客さまにお届けする努力・工夫を行っています。その日々の取り組みを第三者の専門家に評価いただくため、ソーセージの本場、ドイツ農業協会が主催する国際食品品質競技会「DLG」に参加しています。2012年は、5度目となるDLG金賞を受賞しました。



「季節限定パッケージ」で売り場の演出に貢献

「旬」のある魚や野菜売場と異なり、量販店などのハム・ソーセージ売り場は、比較的季節の差異が演出しにくいスペースです。そこで、春は桜、秋はもみじデザインのパッケージで売り場の季節感を演出しています。



安心して食べていただくための わかりやすい成分表示

食物アレルギーをお持ちのお客さまにとって、食品に含まれる成分情報はとても重要です。

アレルギー物質の表示は、法令上表示が義務づけられている品目（特定原材料7品目「えび・かに・小麦・そば・卵・乳・落花生」）と、表示が奨励されている品目（特定原材料に準ずる18品目）があり、プリマハムではこれら25品目を表示対象としています。

また、香薫を始め主要な商品は、お客さまが確認しやすいよう、含まれるアレルギー物質の表示をパッケージの表と裏の両方に掲載しています。

パッケージ 表面

◆アレルギー物質(対象25品目)を記載しています。下記のアレルギー物質を含む原材料を使用しています。

豚肉	ゼラチン		
----	------	--	--

パッケージ 裏面

本製品は食物アレルギーをお持ちの方のために、国が定めたアレルギー物質(特定原材料7品目、特定原材料に準ずる18品目)を記載しています。下記のアレルギー物質を含む原材料を使用しています。

豚肉	ゼラチン		
----	------	--	--

^{*}アレルギー物質の由来は原材料毎に表示しています。

香薫®を通じて食卓に笑顔を そして、人と人をつなげたい

「おいしさ、ふれあい。」を大切に。
皆さまに末永く愛される商品をつくりたい。

香薫の開発にあたってまず思い浮かんだのは、当社のコーポレートメッセージ「おいしさ、ふれあい。」にあるように、「人と人をつなげる食シーンにふさわしい商品づくり」でした。子どもから大人までみんなに好かれ、かつオリジナリティのある商品をつくるために着目したのが、「かおり」に特徴を持たせた商品づくりです。

「かおり」が違えば味の印象も大きく変わってきます。しかも、末永く愛されるためには、かおりが強すぎても、弱すぎてもいけない。商品開発部と試行錯誤を重ね、何百種類のスパイスの組み合わせから、当社独自のスパイス配合と桜材でのスモークが決まりました。

お客さまに、当社を代表するブランド商品として香薫を育てていただいたことが、私の何よりの喜びです。

“香り”と“薫り”を届けたい。
その実現のため、あらたな製法を開発。

スパイスの香りは挽いた瞬間から劣化が始まります。二つの「かおり」をお客さまに楽しんでいただけるよう、スパイスの調達から製造工程にいたるまで技術面で開発するのが私たちの役割です。

スパイスメーカー様の協力で、スパイスの挽き方や香りを維持する方法を独自に開発し、「挽きたてスパイス製法」の技術特許も取得しました。スパイスの香りを最大限にいかすことで、香り豊かなおいしさが味わえます。

スモーク材は、薫りや色づき、スパイスや豚肉との相性から桜材を選んでいます。ぜひ、こだわりの二つの「かおり」をお楽しみください。

福田さんは香薫のコンセプトを含む商品企画を、西山さんはその企画の商品化に向けた技術面での開発を担当しています。



商品企画部
福田 昌毅

商品開発部
西山 彰

新関さんは義援金キャンペーンを通じてさまざまな形で東北地方の応援を、柏原さんはお取引先様とともにお客さまとのコミュニケーションを深める活動に取り組んでいます。



東北支店長
新関 宗利

営業本部
柏原 誠

お客さまと被災地をつなげたい。
「がんばろう東北！」義援金キャンペーン。

東北地方は兼ねてより重要な営業拠点のひとつであり、また、スポンサーをつとめている東北楽天ゴールデンイーグルスのホームグラウンドもある、私たちにとっては非常になじみ深い地域です。そうした東北地方を少しでも応援したいと、震災発生以来毎年2回、義援金キャンペーンを続けています。

2012・2013年は、東日本大震災で被災した多くの子どもたちがそれぞれの夢をあきらめることなく前へ進めるよう、香薫あらびきポークウインナー 1束につき2円を岩手県・宮城県・福島県に寄付しています。2012年度は総額1千万円を超える寄付となり、子どもたちの進学や就学の支援に使われています。この義援金キャンペーンは、お客さまと被災地を結ぶ役割も担っていると思います。お客さまのご協力のもと、今後もぜひ継続していきたいと考えています。



●香薫あらびきポークウインナー 東日本大震災義援金実績

年	月	内容	寄付先
2011年	6月	2円/束	日本赤十字社
	12月	2円/束	日本赤十字社
2012年	6月	2円/束	いわての学び希望基金 東日本大震災みやぎ子ども育英募金 東日本大震災ふくしま子ども寄附金
	9月	2円/束	いわての学び希望基金 東日本大震災みやぎ子ども育英募金 東日本大震災ふくしま子ども寄附金
2013年	7月	2円/束	いわての学び希望基金 東日本大震災みやぎ子ども育英募金 東日本大震災ふくしま子ども寄附金

お取引先様とともにお客さまとのつながりを深めたい。

創業80周年を機に始めたのが、オフィシャルスポンサーをつとめる東京ディズニーランド®「ザ・ダイヤモンドハウスショー」のプライベートパーティーご招待キャンペーンです。

このイベントは、お客さまのご家族やお友達とのつながりを深める機会にさせていただきたいと、ペアもしくは4名様1組で東京ディズニーランド®にご招待し、ショーやお食事を楽しんでいただくものです。楽しい思い出の1ページをつくっていただけるよう、精一杯のおもてなしをしています。

お取引先様との共同企画ですので、お取引先様にとっても、またメーカーである私たちプリマハムにとっても、お客さまとふれあい、コミュニケーションが図れる大切な機会となっています。2012年度は、お取引先様27社と協力し、総勢約3,000名様と素敵な時間をすごすことができました。



Tokyo Disneyland

© Disney/Pixar

プライベートパーティーにて当社社長松井よりご挨拶

商品を通じて、お客さまに健康で豊かな食生活をお届けしています

お肉を使って、バランスのよい食事を

健康的な生活を送るためには、いろいろな食品をバランス良く食べ、必要とされるさまざまな栄養素を十分に摂ることが大切です。

お肉は幅広い調理用途があり、バランスのよい食事は欠かせません。また、三大栄養素のなかで特にたんぱく質と脂質を含んでいます。たんぱく質は筋肉・皮膚・内臓・髪の毛など体を構成する成分です。たんぱく質は消化され、アミノ酸になります。20種類あるアミノ酸のうち、体内で合成できず常に食品から摂取しなければならない種類のアミノ酸を必須アミノ酸といいま

す。お肉に含まれる動物性たんぱく質は、9種類の必須アミノ酸をバランスよく豊富に含み、調理による損失もほとんどありません。さらに体内での吸収率が植物性たんぱく質に比べ、非常に優れています。

お肉には、ビタミンも豊富に含まれています。特に豚肉にはビタミンB₁が他の食品に比べて多く含まれ、炭水化物の代謝促進に寄与しているといわれています。鶏肉に豊富に含まれるビタミンAは、皮膚や粘膜の保護、目の健康に寄与し、疲労回復作用もあるといわれています。

また、牛肉の赤み部分には、ヘム鉄が多く含まれています。ヘム鉄は腸での吸収率が良いといわれ、鉄欠乏性貧血に効果があるといわれています。

お肉をおいしく、健康的に食べていただきたい

お肉の持つ食品としての機能を十分にいかし、さまざまな世帯や生活スタイル、志向の変化にお応えした、

こだわりの国産牛肉をお客さまに『なまら北海牛』

『なまら北海牛』商標登録第5023324号

プリマハムでは、北海道から九州まで、さまざまな産地の国産牛肉を取り扱っています。それぞれの産地における独自のこだわりを持った牛肉をお客さまにお届けしています。

プリマハムのオリジナルブランド牛のひとつである『なまら北海牛』は、「肉牛肥育の会」で生産された北海道産牛肉（ホルスタイン去勢牛）です。

ホルスタイン種は、メス牛は搾乳用として育てられますが、オス牛は食肉用として育てられ、一般的にブランド和牛よりも安い価格で販売されます。日本の乳用牛の約半数がいる北海道は、豊かな自然に恵まれており、牛の飼育に理想的な環境です。そのなかで、指定農場・指定工場による一貫管理体制により生産履歴が明確に管理された良質な牛肉を『なまら北海牛』としてプリマハムが全国に流通・販売しています。オスのホルスタイン種の食肉としての販売は、酪農を持続的に行うためにも重要な要素です。プリマハムの『なまら北海牛』は、安価で良質な食肉を提供するとともに、北海道での持続的な酪農・畜産にも貢献しています。



おいしく便利で使いやすい商品をお届けしています。

さまざまな世帯や生活スタイル：

少子高齢化／単身世帯の増加／女性の社会進出など

無駄な時間をなくす手間のかからない簡便商品

大切な家族、仲間と過ごす家ナカ、家飲みの際を演出

ゆとりある大人の時間を豊かに

レンジで手早く簡単調理

包丁いらずで簡単

香りにこだわったおつまみ系ウインナー

しっとりなめらかな口当たり

2012年 DLG 金賞受賞

桜チップで焼いた豊かな風味

香ばしい香りとジューシーな食べ応え

いざという時の安心ストック商品

毎日のお弁当を応援

毎日の食卓をよりのしく

常温保存可能なハンバーグ

卵(鶏卵加工品)をトッピング

フライパンでタコの形に

お弁当の彩りにおすすめ

ミッキーと仲間たちのイラスト入り

ミッキーの顔のチキンナゲット

志向の変化：中食・内食／

ゆとりの時間／健康的な生活

お客さまに安全・安心な商品をお届けするため あらゆるプロセスで品質管理を徹底しています

新たな商品の企画段階で、
何度も試作と
品質チェックを実施

商品企画・開発

商品の企画・開発→配合・製造ラインの検討

商品企画・設計

- お客さま・お取引先様のご意見や市場調査を参考に、お客さまが求める商品を検討・企画
- 試作を繰り返し、目指すおいしさの実現と安定的に商品を提供するための技術の開発、生産ラインの検討
- 企画に基づく原材料規格書の入手と商品規格書の作成



各規格書類

開発段階の商品を、おいしさ、品質面から社内および第三者機関で審査評価

- 試作した商品について、社内の専門組織で評価。価格やおいしさにつながる品質項目なども評価
- 工場や第三者機関でアレルギー物質や残留農薬等を含む微量物質を確認、点検



試作品検討風景

表示適合・商品規格内容審査

- 商品表示の法規制順守事項に問題がないか、商品規格書の内容に問題がないか審査を行い、承認されて初めて商品として認可され社内システムに登録

安全・安心な原材料調達のため、
調達先へ定期的な
監査・指導を実施

調達

国内外から原材料・副資材を調達

原料肉調達先の品質管理状況を定期的に監査

- 原料調達先の生産工程等を定期的に巡回、品質監査を実施。必要に応じて改善指導を行うことで、安全・安心な原料肉を調達



品質監査風景

商品仕入先とのコミュニケーション

- 国内外の調達先に、プリマハムの厳しい品質管理基準を理解してもらうための仕入先説明会を定期的実施



仕入先説明会

納入された原材料や商品そのものの安全性の確認

- 仕入先から納入される原材料や商品の微生物、残留農薬、動物用医薬品、放射性物質、アレルギー物質等の状況と安全性を確認・点検



残留農薬検査

アレルギー物質や異物の混入防止のため、
徹底した洗浄と厳重な衛生管理
要所ごとに検査・確認

製造

原材料整形・加工→塩せき・混合調味→充填→熱処理→包装

アレルギー物質混入防止のための管理

- 調味混合
 - 調味料などの計量作業は、取り扱うアレルギー物質ごとに別々の調合室で実施
 - 各部屋の入り口には、その調合室で使用しているアレルギー物質が視覚的にわかるよう表示。使用する容器や器具も区分
 - 調味混合作業後、アレルギー物質の混入がないか確認



アレルギー物質ごとに区分された調合室

設備の洗浄

- 製造終了後、設備を分解し、細かな部分まで洗浄
- 洗浄後はプリマハムが独自開発したアレルゲン検査キット「アレルゲンアイ。」で、洗い残しがないか徹底的に確認



設備の洗浄

異物選別

- 原料肉由来の骨片などの除去のため、目視検査を実施し、製造後はすべての商品を金属探知機やX線検査装置で検査

商品の検査

- 出来上がった商品の色合い、味、香り、弾力などを専任者が実際に調理、食して確認
- 細菌検査を行い、安全・安心な商品であることを確認
- 理化学検査を行い、所定の成分の商品であることを確認

全物流工程を通じた
温度管理の徹底と
トレーサビリティの確保

物流

出荷→トラック等での輸送→納入

保存性検査

- 出荷製品のサンプルを賞味期限まで保管し、おいしさや品質が保たれていることを確認
- 主要商品については、第三者機関での検査を定期的実施

温度管理の徹底 物流センター内

- 仕分け作業場内での低温管理のため、一日3回温度チェックを実施



温度チェック風景



物流センター(低温管理)

配送時

- 商品配送のトラックには、それぞれ温度記録計を設置し、低温管理を徹底
- 配送時には、商品の梱包状態を点検の上、納品

トレーサビリティの確保

- 出荷・配送記録をとり、万が一問題が発生した際には、商品回収等迅速な対応が図れるようにトレーサ体制を整備



お客さま

Q 1

放射能や BSE・口蹄疫^{※1}・鳥インフルエンザ^{※2}など、食品の安全性にかかわるニュースが多く心配です。供給不足が起こったり、汚染された食品が出回ることはないのでしょうか。

※1 口蹄疫は動物だけの病気で人に感染しません。
 ※2 鳥インフルエンザは加熱した食品(鶏肉)を食べることで感染しません。

A 1

放射能については、国内で製造している商品について放射性物質を定期的に検査し異常がないことを確認しています。BSE・口蹄疫・鳥インフルエンザなどについては、輸入する際に国の検疫所で審査を受けて安全性が確認されています。プリマハムでも定期的に現地の工場を訪問し、規格に合った原材料を使用し、基準通りに製造されていることを確認しています。

また、日頃から海外のさまざまな情報を収集し、迅速な対応を図るとともに、複数の国から原材料を仕入れるなどリスクを分散し、供給不足を生じないようにしています。



放射性物質検査

品質

Q&A 相談室

お客さまからお寄せいただく質問や知りたい疑問をピックアップ!



品質管理担当者教育風景

A 2

プリマハムは、経営理念「商品と品質はプリマの命」「絶えざる革新でお客様に貢献」を旨とし、お客さまやお取引先様の視点に立った食品安全を優先した「ものづくり」を行っています。

また、食品衛生の意識向上を図るため、従業員に食品安全に影響する管理ポイントなどの教育を定期的に行い、周知徹底を図っています。これまでも HACCP、ISO 22000や AIB といった食品安全のためのシステムを導入し、食品安全管理体制を構築していますが、さらに取り組みを進め、国際的な食品安全認証規格である FSSC 22000を導入し、管理強化を図っています。

Q 2

食品安全のためにいろいろとチェックしていることはわかりますが、それらを行うにあたっての品質管理の考え方や仕組みについて教えてください。

Q 3

商品パッケージの原材料表示に、「たんぱく加水分解物」や「リン酸塩」「保存料」といった食品添加物の表示があります。これらは何を目的としたものですか？

A 3

食品添加物は、おいしさや保存性を維持向上するためのものです。例えば「たんぱく加水分解物」は主に調味を目的とし、「リン酸塩」はハムやソーセージに程よい食感を与えるもので、いずれも商品のおいしさを高めるために使用しています。

また「保存料」は、商品の保存期間中お客さまに安全に召し上がっていただくために用いており、法律で定められた基準を厳守し、必要最小限の量を使用するようにしています。

Q 4

表示義務のある特定7品目以外の食物アレルギー物質が含まれているかどうか、商品のどこをみればわかりますか？

A 4

食物アレルギー物質の表示は、表示が義務づけられた7品目の特定原材料以外に、18品目の表示が奨励されており、プリマハムの商品は奨励されている18品目を含め25品目について原材料名欄に表示しています。

また、お客さまに分かりやすいようにアレルギー物質の情報を商品パッケージの表と裏の両面に一覧にして表示しています。さらに詳しいアレルギー物質については、お客様相談室にお問い合わせくだされば情報提供いたします。



パッケージ 表面

パッケージ 裏面

本製品は食物アレルギーをお持ちの方のために、国が定めたアレルギー物質(特定原材料7品目、特定原材料に準ずる18品目)を記載しています。下記のアレルギー物質を含む原材料を使用しています。
 ※アレルギー物質の由来は原材料毎に表示しています。

卵	乳	大豆	豚肉
---	---	----	----

Q 5

商品パッケージに記載された賞味期限は、どのような保管をした場合のものですか？賞味期限を過ぎてしまったら食べられないのでしょうか？

A 5

賞味期限は、商品パッケージに記載の保存方法の上限の温度で保管した条件のもと、細菌検査結果や風味、食感を含めた総合的な品質評価をもとに決定しています。

ご家庭での保管の仕方により品質変化の程度は異なりますが、賞味期限後に直ちに食べられなくなるものではありません。

しかしながら、開封後は日持ちがしませんので、賞味期限内であってもできるだけ早くお召し上がりください。

これまでの環境活動を振り返り、さらなる環境経営の強化に向けて新たな環境方針を策定しました

10年を振り返って

プリマハムが環境活動の強化に向け、ISO 14001環境マネジメントシステムの導入に取り組み始めてから10年の節目を迎えました。

この10年のプリマハムにおける環境への取り組みは、経営基盤の強化とともに進められてきました。コーポレートガバナンスやコンプライアンスの強化、低コスト体質の推進のなかで、同時に①環境管理体制の基盤整備（ISO 14001認証取得）、②工程改善や生産効率の改善による省エネルギー対策、③環境法令管理体制の強化および環境リスクの低減（廃棄物対策）という3つの柱に注力してきました。

事業活動に伴う資源・エネルギー消費やCO₂・廃棄物排出削減などの各種環境課題は、経営の最重要課題のひとつとして取り組んでいくというのがプリマハムの環境に対する基本的な考え方です。

特に、生産効率の改善は、省エネルギー、CO₂排出量削減といった環境側面だけでなく、コスト削減や品質向上、工場運営の合理化等の経営的側面からも重要な課題であり、「革新的ものづくりプロジェクト」や「重点的リニューアル計画」を中心に取り組んできました。また、製品原材料の多くを自然の恵みから得ている食品メーカーとして、原材料を無駄なく利用し廃棄物の発生を最小限に抑え、発生した廃棄物は適正に処理するとともに、リサイクル率向上にも積極的に取り組んできました。

通して、環境活動の強化を図ってきました。引き続き、グループ全体の環境活動の基盤強化を図っていきます。

環境活動を支える基盤の整備・強化

2003年からISO 14001の認証取得の取り組みを開始し、2005年にはグループ会社を含めた主要拠点で導入を完了しました。ISO 14001の取得により、環境データの整備、環境目標の設定、対策の実施、結果の評価・見直し、改善という環境マネジメントが整備され、体系的な環境対策の実施が可能となりました。加えて、各拠点のレベルの底上げを目的に実施した相互監査や従業員一人ひとりの環境問題への理解を深める各種環境教育などを

革新的ものづくりプロジェクトを中心とした省エネルギー・省資源

「革新的ものづくりプロジェクト」とは、ハム・ソーセージづくりにおいて、大幅な生産効率の改善や省エネルギーを実現する設備導入、工程改善を検討・実施するプロジェクトであり、生産効率の改善を通して、CO₂

年度別エネルギー消費量



年度別CO₂排出量



年度別水使用量



排出量や水・資源消費量、廃棄物排出量の削減などの環境負荷の低減を実現します。プリマハム(株)三重工場から始まった本プロジェクトは、現在ではプリマハム(株)生産拠点4工場で展開しています。4工場を中心とした生産工場全体*におけるエネルギー消費量原単位および水使用量原単位は2005年度と比較し、それぞれ20.2%、15.8%改善しています。今後もさらなる生産効率の改善と省エネルギー、省資源に努めていきます。

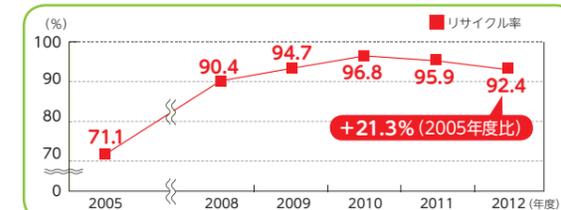
廃棄物の発生抑制とリサイクルの推進

廃棄物対策においては、工程での歩留り改善や包装不良の低減など、地道な取り組みの積み重ねにより、廃棄物の発生抑制に取り組んできました。また、発生した廃棄物は動植物性残さの堆肥化、廃プラスチックの固形燃料化などによるリサイクルを推進しています。

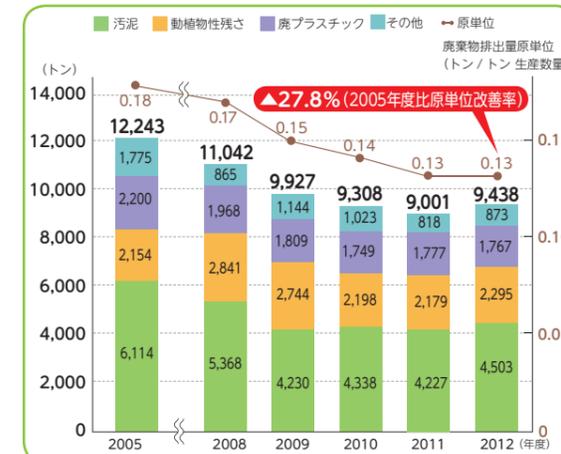
加えて、2011年にはリスクマネジメントの観点から、廃棄物の適正管理・処理の強化を目的に「廃棄物管理強化プロジェクト」を開始しました。本プロジェクトにより、廃棄物処理業者の見直し、電子 manifests の導入などを進めています。

これらの活動の結果、2005年度と比較し、廃棄物排

年度別リサイクル率



年度別廃棄物排出量



出量原単位は27.8%の改善、リサイクル率は21.3%向上しました。今後も積極的な廃棄物対策を実施していきます。

新・環境方針の策定

プリマハムグループ全体での環境経営の実現に向け、環境方針の見直しを図りました。新たな環境方針では、環境活動の対象範囲を自社拠点から製品ライフサイクル全体に広げるとともに、近年社会からの要請が強まっている情報開示についての項目を新たに追加しました。

プリマハムグループ環境方針

プリマハムグループは、「健康で豊かな食生活を創造するために安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献していく」という基本的な考え方のもとに事業展開しています。

食品企業である私たちは、製品原材料の多くを自然の恵みから享受しており、その豊かな自然環境を次世代へ継承する責任があります。

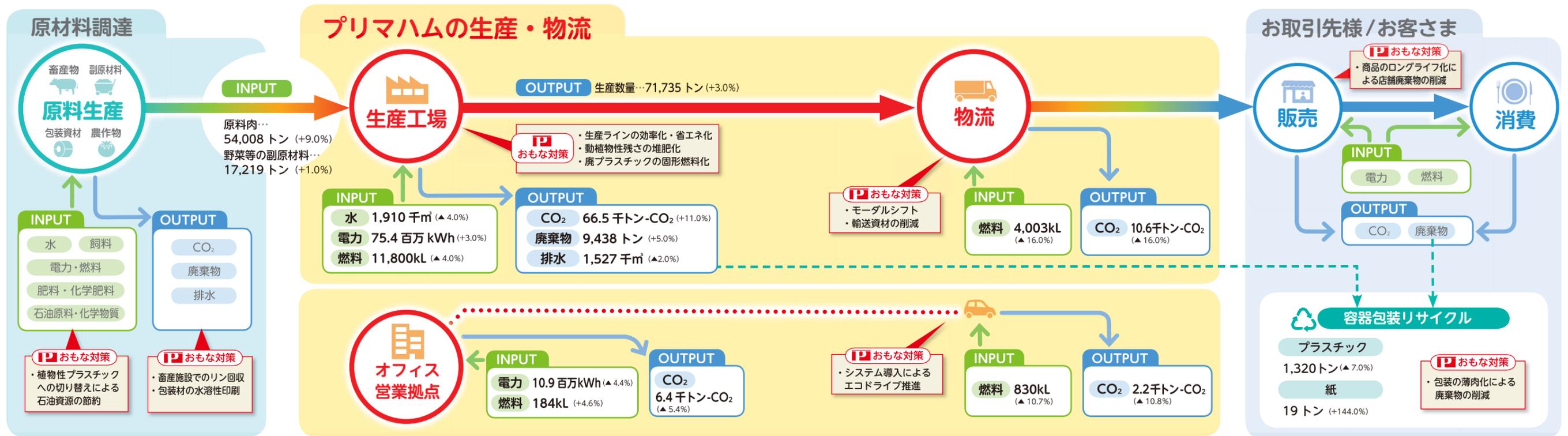
地球環境保全は経営の最重要課題のひとつであると認識し、持続可能な社会の実現に向け、以下の行動指針に基づき、低炭素社会、循環型社会、自然共生社会を目指した環境経営を推進します。

【行動指針】

- あらゆる事業活動において、エネルギー・水資源の有効利用および廃棄物の削減・再資源化等、環境負荷の極小化に取り組めます。
- 開発・設計から原材料の調達・製造・物流・販売・廃棄にいたるまでのライフサイクル全体を考慮し、環境負荷低減に寄与する製品・サービスの提供および技術の研究に努めます。
- 関連する環境法規制等を順守することはもとより、自主管理基準を設定し、環境リスクの未然防止に努めます。
- 良き企業市民として、地域社会との共生に配慮した事業活動を行うとともに、環境保護活動に積極的に参加します。
- 環境情報を広く適切に開示し、社会とのコミュニケーションをはかります。
- 従業員の環境意識の向上を目的として、環境教育を継続的に実施します。

*P20、21のデータの対象範囲は、プリマハム(株)生産拠点4工場、秋田プリマ食品(株)、プリマ食品(株)、プライムフーズ(株)、北陸プライム(株)、四国フーズ(株)、熊本プリマ(株)、プリマルーグ(株)の生産工場11拠点。2012年度は、北陸プライム(株)清算により10拠点に変更。

サプライチェーン全体を通して環境負荷の低減に取り組んでいます



※カッコ内数値は対前年度比

※工場別データはウェブサイトをご覧ください
(<http://www.primaham.co.jp/company/report/>)

※データの対象範囲は、プリマハム(株)本社・営業拠点6支店29営業所・生産拠点4工場・物流センター10ヶ所・研究機関2ヶ所、秋田プリマ食品(株)、プリマ食品(株)、プライムフーズ(株)、四国フーズ(株)、熊本プリマ(株)、プリマルーケ(株)

2012年度おもな環境目標達成状況

実施項目	管理指標	目標	実績	評価	
エネルギーの削減	生産工場におけるCO ₂ 排出量の削減	省エネルギー対策実施	2,822トン-CO ₂ 以上	3,064トン-CO ₂	○
	事業所におけるCO ₂ 排出量の削減	電力使用由来のCO ₂ 排出量	914トン-CO ₂ 以下	894トン-CO ₂	○
廃棄物の排出量削減・リサイクル率の向上	生産工場における廃棄物排出量の削減	廃棄物排出量	2,144トン以下	2,189トン	×
	生産工場における廃棄物のリサイクル率の向上	リサイクル率	96.0%以上	92.4%	×
	環境保全型商品の販売促進	バイオマスプラスチックの採用	1,861kg-CO ₂	2,997kg-CO ₂	○
水使用量の削減	生産工場における水使用量の削減	節水対策実施	76.3千m ³ 以上	87.0千m ³	○

2013年度以降のおもな新環境目標

実施項目	管理指標	対象範囲	目標			
			2013年度	2014年度	2015年度	
エネルギーの使用量削減	製造工程のエネルギー使用量削減	エネルギー使用量原単位 (L/トン(原油換算値/生産量))	10工場※1	415L/トン	407L/トン	398L/トン
	オフィスのエネルギー使用量削減	電力使用量 (kWh)	オフィス※2	2,421千kWh	2,352千kWh	2,264千kWh
	物流におけるエネルギー使用量削減	エネルギー使用量原単位 (L/トン(原油換算値/取扱数量))	物流車両	7.02L/トン	6.87L/トン	6.73L/トン
廃棄物の削減	製造工程から排出される廃棄物の削減	食品廃棄物の廃棄率 (%)	10工場※1	2.7%	2.7%	2.6%
		廃プラスチックの廃棄量原単位 (kg/トン(廃棄量/生産量))		23.5kg/トン	22.3kg/トン	21.2kg/トン
水使用量の削減	製造工程の水使用量の削減	水使用量原単位 (m ³ /トン(水使用量/生産量))	ハム・ソーセージ4工場※3	23.0m ³ /トン	22.4m ³ /トン	21.8m ³ /トン
			加工食品6工場※4	29.8m ³ /トン	29.2m ³ /トン	28.7m ³ /トン

※1 プリマハム(株)生産拠点4工場、秋田プリマ食品(株)、プリマ食品(株)、プライムフーズ(株)、四国フーズ(株)、熊本プリマ(株)、プリマルーケ(株)
 ※2 プリマハム(株)品川本社、近畿センター
 ※3 プリマハム(株)生産拠点4工場
 ※4 秋田プリマ食品(株)、プリマ食品(株)、プライムフーズ(株)、四国フーズ(株)、熊本プリマ(株)、プリマルーケ(株)

商品における環境配慮の取り組み

複数回開閉できるパッケージの採用

従来のハム・ソーセージのパッケージは一度開封してしまうと、再度閉じることができず、ラップで包んだり、他の容器に移し替えたりして保管することが一般的でした。そこで、複数回開閉ができるパッケージを採用し、ラップを使わないことによる廃棄物削減や他の容器を使わないことによる容器洗浄水の削減など、ご家庭における環境負荷低減に貢献しています。



フタたびピタッと!®うす切りロースハム

水溶性インキの採用

商品の包装材の印刷過程で発生する揮発性有機化合物(VOC)を削減するため、有機溶剤を使用しない水溶性インキへの切り替えを推進しています。2007年度から

取り組みを開始し、2012年度時点で66の包装資材で切り替えが完了しています。



新鮮!使い切りロースハム

植物由来プラスチックの採用

従来より商品の包装材の使用量削減に取り組んできましたが、使用量の削減だけでなく、素材そのものを環境配慮型に切り替える取り組みを進めています。2012年3月より販売を開始した「キッチンライフ® シリーズ」では、商品パッケージに使用されるプラスチックの20~30%(重量比)に植物由来プラスチック*を採用しています。これにより、CO₂排出抑制、化石資源の使用量削減に貢献しています。

※原料が植物のため、廃棄処理されても大気中のCO₂の増減に影響を与えません。



キッチンライフロースハム

事業活動全体を通して 環境負荷の低減に取り組んでいます

節水

原料肉の解凍における節水対策

従来、仕入れた原料肉は流水による解凍を行っていましたが、この工程を冷蔵室での自然解凍に変更することで、原料加工工程における水使用量の削減を実現しました。また、自然解凍に切り替えたことで、流水解凍に比べ原料肉の旨味成分（肉汁）の流出が少なくなり、味、食感ともによりよい状態で加工できるようになりました。



製造ラインの洗浄における節水対策

工場では品質・衛生管理のために、1日に複数回製造ラインの洗浄・殺菌を行う際に、水を使用します。このため、設備導入、従業員教育の両面から水使用量の削減に取り組んでいます。

■設備導入

タブ容器の自動洗浄機の導入や流水口へのバルブ設置など、設備面から水使用量の削減に努めています。

■従業員教育

洗浄作業時の水の流し放しの禁止など、従業員教育による細やかな節水対策を徹底しています。

事業所の営業車両における燃費改善

2011年度から、営業車両にテレマティクスシステム[※]を導入し、車両ごとの走行距離、燃料消費量などの走行データを取得・蓄積し、それをもとに運転者への個別指導を行うことで、事故防止、燃費改善に努めています。あわせて、年2回のエコドライブ推進キャンペーンを実施し、従業員へのエコドライブ定着を図っています。

●平均燃費



[※]各車両に通信機能やGPS機能を備えた専用の車載装置を搭載し、走行距離や燃料消費量、燃費、CO₂排出量などの走行データを取得するシステム。急加速、急減速、速度超過が発生した際には、社内の管理者へリアルタイムでメールが配信される。



省エネ性能に優れたボイラーの導入

大型ボイラーから小型ボイラーへの切り替えを行い、蒸気の利用量に応じて、運転効率、エネルギー効率が最適となるシステムを導入することで省エネに努めています。

工場全体での電力需要の平準化

工場での電力使用状況に応じて生産稼働を調整し、電力ピークの平準化に取り組んでいます。特に、東日本大震災以降の夏期電力供給の逼迫から、ピーク時間帯には太陽光発電だけでなく、自家発電の運転を積極的に行い電力需要削減に貢献しています。

廃棄物削減・リサイクル推進

動植物性廃棄物の発生抑制、リサイクル化

製造の各工程では歩留り改善に向けた対策を実施しています。例えば原料肉の落下防止のため、器具の設置や従業員への指導徹底など、廃棄物の発生抑制に努めています。また、原料肉に含まれる微細な骨を除去する機械を導入し、これまで廃棄されていた原料肉を余すことなく使用できるようになりました。

それでも発生した動植物性廃棄物は、堆肥化・飼料化し、食品循環資源として有効活用しています。

廃食用油のBDF化

熊本プリマ(株)ではフライヤーから排出される廃食用油をバイオディーゼル燃料(BDF)[※]としてリサイクルし、地球温暖化防止に貢献しています。



[※]植物油などのバイオマスを原料とする燃料であり、植物は成長時にCO₂を取り込むことから、燃焼時に発生するCO₂はプラスマイナスゼロになる。

汚泥の普通肥料化

茨城工場では、自社内で汚泥を乾燥・減量化し、普通肥料「プリマ菌体肥料」として販売しています。従来は廃棄物として処理していましたが、汚泥乾燥機の導入により、汚泥排出重量の減量化、輸送に伴うCO₂排出量の低減が図られました。



プリマ菌体肥料

廃プラスチックの固形燃料(RPF)化

汚泥、動植物性廃棄物に続き、排出量が多いのが、原料包装材などの廃プラスチックです。付着物が多いとRPF原料には向かないため、分別、洗浄、減容化を徹底し、RPF化を拡大しています。また廃プラスチックの圧縮による減容化で輸送に伴うCO₂排出量の低減も図っています。



熱処理における省エネ・環境負荷低減対策

ハム・ソーセージの熱処理に使用するスモークハウスを、より熱効率の高い設備に切り替えることで、従来より処理時間の短縮、エネルギー効率の改善を実現しています。直近の8年間で33台(約8割相当)の設備を更新しました。また、スモークハウスで使用する燃料を一部重油からLPGに切り替えたことで大気汚染物質の削減にも貢献しています。



更新したスモークハウス

包装効率改善の取り組み

包装設備で使用する真空ポンプを集約することで、運転時間を大幅に短縮(40%減)、電力使用量の削減を実現しました。加えて、包装設備の調整により、包装スピードをアップさせるなど、包装能力の向上を図り、効率改善に取り組んでいます。

物流における省エネルギー対策

- 物流センターのLED照明への切り替え
- 共同配送・モーダルシフトの推進
- 輸入商品の荷揚げ地変更による国内輸送の削減

従業員一人ひとりの成長を通し、 持続的発展が可能な強い組織実現のため、 人材育成に取り組んでいます

成長を実現する人材育成

従業員の成長をフォローする 人材育成の基本方針

経営をさらなる成長軌道に乗せるという中期経営計画のもと、従業員一人ひとりの成長を通して外部環境の変化に
適応できる持続的発展が可能な強い組織を実現するために、「人材育成の基本方針」に基づき次世代人材の育成、
スキルアップ、業務に応じた能力開発に取り組んでいます。

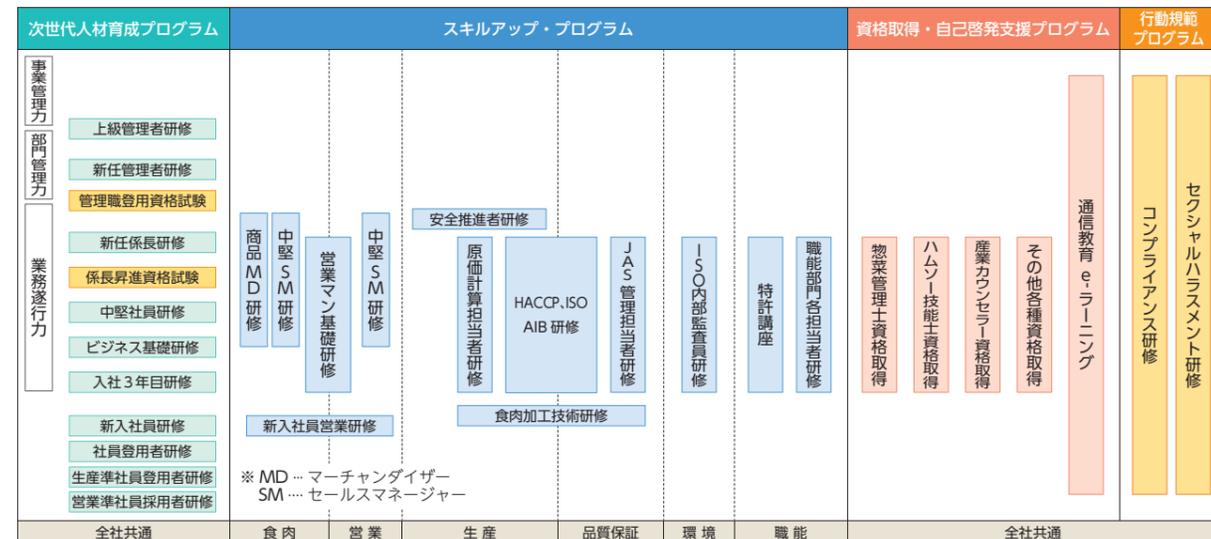
【人材育成の基本方針】

1. 将来の事業の担い手となる「次世代人材」の育成を図る
2. 各事業の遂行に必要なスキルを高める
3. 従業員のモチベーションの向上を図り、資格取得や自己啓発を支援する

体系化した教育プログラムにより 将来を担う人材を育成

将来的に売上高、利益水準を2倍規模にするという中期経営計画を実現するためには、コストや利益などの経営マインドを従業員一人ひとりが持つとともに、市場や外部環境の変化に応じて新しい価値を創造する柔軟な発想が必要となります。

プリマハム(株)教育・研修体系



従業員一人ひとりの能力を伸ばし、組織としての成長を実現するために、複数の教育プログラムを体系的に整備しています。

採用時から行う全社共通の次世代人材育成プログラムにより職階に応じた業務遂行・管理能力を養うとともに、スキルアップ・プログラムを通して業務に則した専門スキルの習得を図っています。

また、これまでの次世代人材育成プログラムに、2013年度から新たに入社3～5年目の若手社員を対象としたビジネス基礎研修を導入し、次世代人材の育成強化を図っています。

社会人として一人立ちする若手社員に対し、改めてビジネススキルについて学んでもらうとともに、若手のうちから企業の根幹である経営マインドを持ち、厳しい外部環境の変化に対応できる柔軟な発想を養ってもらうことを目的としています。2013年度の対象者は25名。研修は2日間の講座を4回実施します。

■ビジネス基礎研修講座内容

- 第1回目 (ロジカルシンキング問題解決講座)
- 第2回目 (コミュニケーション講座)
- 第3回目 (企画力プレゼンテーション講座)
- 第4回目 (財務知識講座)

研修風景



資格取得報奨金制度などの各種支援を通じた 従業員の自己啓発、スキルアップの推進

資格取得・自己啓発支援プログラムにおいて、業務に密接に関連する専門性の高いスキルの習得を目的に、各種資格取得、通信教育講座の受講を推奨しています。そのため、業務遂行に必要な公的資格の取得者や指定通信教育講座修了者に対して報奨金や奨学金を支給し、従業員の自己啓発・スキルアップのモチベーションにつなげています。

特に、ハム・ソーセージ・ベーコン製造技能士など、プリマハムのものづくり技術の根幹にかかわる資格については、費用面に留まらない受験者支援を積極的に行っています。具体的には、原料肉の処理など、実技試験の内容を踏まえた演習会や学科試験対策の勉強会など、会社として全面的な支援を実施しています。

これらの取り組みにより、現在ではハム・ソーセージ・ベーコン製造技能士資格においては1級148名、2級82名が資格を取得しています。加えて、生産部門だけでなく、深い商品知識や提案力が求められる営業部門においても資格取得を推進することで、営業・提案力強化等業務遂行能力の向上を図っています。

女性の管理・監督者の 育成と登用を推進

商品の企画・開発、営業、品質管理、研究部門など、さまざまな部門で女性が活躍しています。特に、母親や妻といった複数の視点を持つ生活者としての発想は、食品メーカーのものづくりにとって貴重な資産であり、今後さらに女性の活躍の場が広がるよう、管理・監督者の育成登用を推進しています。

プリマハム(株)では現在2名の女性管理者が在籍していますが、次期管理者を目指してさらに9名の女性従業員が現場の核となる係長として、向上心をもって日々の業務にあたっています。また、次の世代の多くも係長を目指して勤務しており、今後の女性のさらなる活躍を期待しています。

海外企業への留学制度を活用した スキルの向上

これまで培ってきたハム・ソーセージづくりの技術をさらに向上させることを目的に、2013年4月からハム・ソーセージづくりの本場であるドイツ ARNOLD 社の協力のもと、留学研修生の派遣を始めました。ARNOLD 社は旧東ドイツのハム・ソーセージ会社であり、旧来の製法がそのまま継承され、企業理念として「いかにおいしいものをつくるか」を主眼に原料や製造方法にこだわった生産を続けている会社です。留学研修を通して、ARNOLD 社の原料仕入れを含めた製造方法と本場の味を学び、自身のスキル向上を図るとともに、習得した技術・知識を持ち帰り、日本の製法でそれらを実現し、ものづくりの技術向上を図っていきます。



左：留学中の谷 宏
中央：Matthias Arnold氏
右：Helmut Arnold氏



ARNOLD社
・売上高：900万ユーロ/年
・生産量：1,000トン/年
・従業員数：約50名(工場関係)
・生産品目：約250種類(ハム・ソーセージ、生ハム、サラミ等)

研究部門における女性の活躍 ～基礎研究を通じた博士号の取得～

私は基礎研究所へ配属以来、食中毒菌や変敗の原因となる微生物の制御に関する研究およびそれらの微生物を検出する検査方法の開発に取り組んできました。微生物検査法では、変敗の原因となる乳酸菌を検出するための培地や食中毒菌を短時間で正確に捉えるキットを開発しました。工場での品質管理に貢献するとともに培地やキットは社外にも販売しています。

この度、これらの研究成果をまとめて論文にし、2012年10月に北里大学より博士号が授与されました。今後も、今回の経験をいかして、より速く使いやすい微生物検査法の研究など、さまざまな研究を進め、安全で安心な食品をお客さまに提供することに貢献していきたいと考えています。また、日常業務においては、引き続き部下の指導を通して人材育成にも貢献できるよう努力していきます。

基礎研究所係長
上崎 菜穂子



成長を実現する安定雇用

将来を担う人材の確保・育成・定着に向けた取り組み

プリマハム(株)の従業員は、2013年3月末現在2,215名です。少数精鋭を基本に従業員一人ひとりが業務改革・意識改革を進め日々の業務に取り組んでいます。会社の将来を担う新卒者の定期採用や中途採用を増やすとともに、パートタイム従業員などに対しても、「社員・準社員登用制度」を導入し、人材の確保に努めています。

加えて、人材育成のプログラムの充実と誰もが働きやすい職場環境づくりを推進することで従業員の育成・定着に注力しています。これらの取り組みにより、2008年度～2012年度まで5年間の定期採用者においては、定着率90%以上(採用83名、内退職者7名)を維持しています。

■新卒定期採用者数

年度	2011	2012	2013
採用者数(人)	21	33	17

■社員・準社員登用者数

年度	2010	2011	2012
社員登用者数(人)	7	3	1
準社員登用者数(人)	9	4	9

60歳以上の雇用延長への取り組み

永年培った技術の伝承と60歳以上の雇用確保を目的として、2001年度より定年退職者の再雇用制度を導入しています。心身ともに健康で会社規定上問題がない場合は、65歳までの雇用延長を可能にすることで、高い技術力や経験をいかしたもののづくり、後継者の育成など、さまざまな場面でベテラン従業員が活躍しています。

直近3年間の再雇用率は50%を超え、2012年度は約90%と高い値となっています。

■プリマハム株の再雇用者数

年度	2010	2011	2012
定年退職者数(人)	34	19	19
再雇用者数(人)	22	10	17
再雇用率(%)	64.7	52.6	89.5

誰もが働きやすい多様性のある職場づくり

従業員が職場と家庭を両立できるような諸制度による支援を実施

プリマハム(株)では、従業員のさまざまな家庭環境に応じた働き方を保障することは、従業員に対する社会的責任であると認識し、労働基準法で定められる制度のほか、さまざまな制度を導入して、全ての従業員が働きやすい環境を整えています。特に、母性保護、育児や介護、看護に関する制度は充実を図っています。

■職場と家庭を両立するための諸制度

出産	妊娠中の休憩時間、つわり休暇、産前産後休暇
育児	育児休業、育児休暇、育児時間、育児に関わる短時間勤務
介護・看護	介護休業、介護休暇、介護に関わる短時間勤務、看護休暇
有給休暇	計画有給休暇、積立保存有給休暇
その他	結婚休暇、出産休暇、弔意休暇、ボランティア休暇など

メンタルヘルスケアの体制整備の取り組み

従業員のメンタルヘルスケアの取り組みとして、産業カウンセラーの有資格者を全国の各事業所に24名配置し、不安やストレスによる健康問題の予防および早期発見、早期対応に努めています。また、外部の専門会社と連携した各種ホットライン、相談窓口を設置し、迅速かつ組織的な対応ができる体制を整えています。

■ホットライン&相談窓口

1. ホットライン窓口(内部情報報告制度)
 - ①社内窓口
 - ②社長目安箱
 - ③指定弁護士
2. セクハラ/パワハラ相談窓口
 - ①PMS*相談室
 - ②PMS*ホットライン窓口
3. メンタルヘルス相談窓口(「うつ」のような症状がある場合)
 - ①社内窓口
 - ②社外カウンセリング窓口

*PMS: プリマ・マネジメント・サービス(株)

プリマハムグループにおける障がい者の雇用拡大

プリマルーケ(株)は重度障がい者多数雇用事業所として1995年4月にプリマハム(株)と長崎県、雲仙市などの出資のもと設立され、現在18名の障がい者を雇用しています。職場では第2号職場適応援助者(ジョブコーチ)が、障がい者と健常者の架け橋となって働きやすい職場づくりを推進しています。

また、2013年4月に法定雇用率が2.0%に引き上げられましたが、2011年度時点ですでに達成しています。

■障がい者雇用率

年度	2010	2011	2012
法定雇用率(%)		1.80	
実績(%)	1.93	2.02	2.22

タイおよび中国の職場で働く従業員の職場環境・福利厚生への取り組み

海外事業の展開拡大に伴い、海外拠点でも日本国内と同様に、従業員が働きやすく活力のある職場環境を整備する取り組みに努めています。

プリマハム(タイ)社と山東美好食品有限公司(中国)では、人事制度の改定や福利厚生の充実を図るとともに、レクリエーション活動や社会貢献活動を通じて、会社と従業員の絆を深めています。生産数量の拡大による業績向上に伴い、職場の活気とモチベーションも向上しています。

誰もが安心して働ける安全な職場づくり

ヒューマンエラー対策に焦点をあてた安全衛生の中期実施計画の策定

労働災害削減への取り組みは、従業員が安心して働ける職場づくりの基礎であるとともに、生産性・品質の向上など、プリマハムのものづくりにおける価値向上につながる重要な取り組みです。

従来より、労働災害ゼロを目指し、職場点検活動、管理体制の強化、外部講師による安全教育、リスクアセスメント導入など、さまざまな取り組みを実施しています。

一方で、直近3年の労働災害発生件数は、横ばい傾向にあるため、さらなる改善を目指し、2013年度から安全衛生の中期実施計画を策定しました。

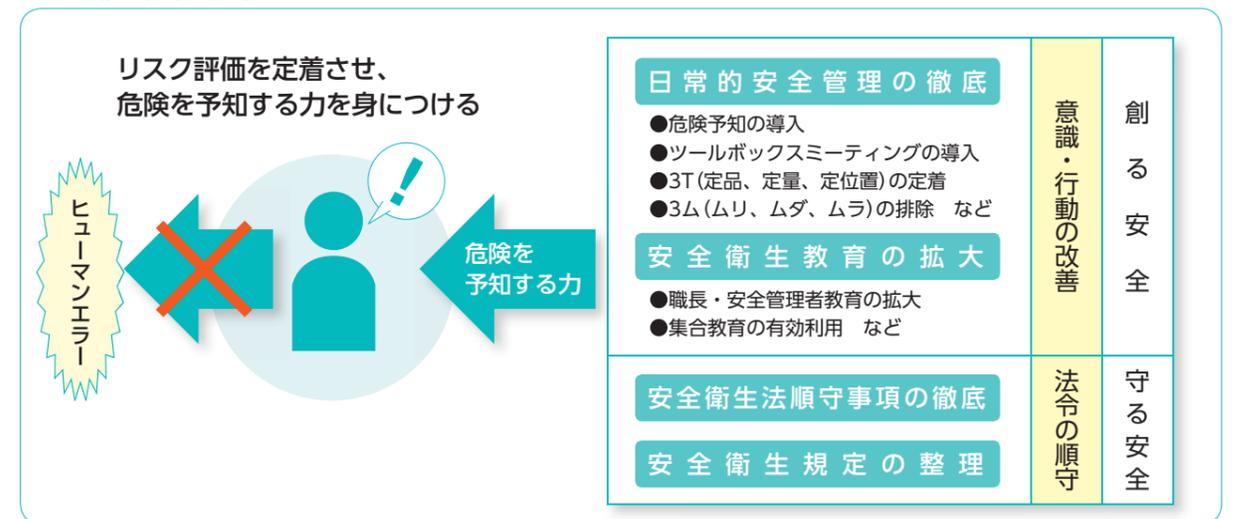
労働災害の発生原因を検証すると、ヒューマンエラーに起因するものが多いことから、中期実施計画ではヒューマンエラー対策に焦点を当て、「守る安全」をベースに事前にリスクを評価し対策を講じる「創る安全」へと意識行動の改善を図っていきます。

秋田プリマ食品(株)では2012年10月、職場の安全衛生活動を熱心に進め、安全衛生管理水準の向上に取り組んだ事業所として、秋田県労働基準協会会長賞を受賞しました。



秋田プリマ食品(株) 取締役 小笠原

■安全衛生中期実施計画の概念図



地域・社会とコミュニケーションを図り、 企業市民として社会貢献活動に努めています

次世代育成への貢献

社会体験チャレンジ事業・インターンシップの受け入れで地域の身近な会社へ

プリマハムでは、インターンシップ等で中学生・高校生・大学生と幅広く職場への受け入れを行い、次世代の育成に貢献しています。

プリマ食品(株)では、埼玉県吉見町が行う「中学生社会体験チャレンジ事業」に協力し、2012年度は中学1年生の生徒2名を受け入れました。当事業は、中学生が地域のなかでさまざまな社会体験活動を通して多くの人々とふれあうことで豊かな感性や社会性などを養い、生きる力を育むことを狙いとしています。3日間に渡りハンバーグ発送の軽作業等を体験してもらいました。

この他に、秋田プリマ食品(株)や鹿児島工場でも、地域の高校生や大学生、障がい者の方のインターンシップを受け入れています。



中学生体験の様子

大学で食の安全・安心への取り組みを講義

2011年より、関東の大学の家政学部にて、基礎研究所で開発した技術を題材に、講義・実習を行っています。2013年度は複数病原菌同時検出法(TA10システム)を題材にしました。食品において多くの検査が必要であり、TA10システムを使うとそれを短時間で行うことができることを、講義と実習を通して大学生へ伝え、食の安全・安心に対する食品メーカーの取り組み、重要性に関心を持ってもらうことができました。これからも、基礎研究所の知見をいかし、次世代を担う方々の育成に取り組んでいきます。



大学での講義の様子

国連 WFP への協力

飢餓で苦しむ子どもたちに給食を届けるための「レッドカップキャンペーン」に協力し、「直火焼ハンバーグ」を1パックお買い上げいただくごとに1円が役立てられました。

今後も「食」に携わる企業として、日本における WFP の公式支援窓口である国連 WFP 協会を継続して支援していきます。



©WFP/Rein_Skullerud

地域社会との共生

地域イベントへの協力で地域の方々と交流

プリマハムでは、地域イベントへの積極的な参加協力を通して地域の方々と交流しながら、地域の活性化に貢献しています。

茨城工場は、2013年4月、「かすみがうらマラソン」に出店しました。工場で製造している「串さしフランク」を鉄板で焼きながら地域の方々と交流を深め、1,500本のフランクを販売しました。また、土浦市商工観光課が主催するランナーズヴィレッジ(選手村)で地元高校生がつくる「大なべ」の具材として、商品開発部で開発したカレーフランクを提供しました。地域の工場としてイベントを通じ、市や地域の方々と関わりあう機会となりました。

また、プリマルーケ(株)は、長崎県雲仙市国見町の地域活性化のためのイベント「くにみの日」のくいしんぼコーナー(食品販売ブース)に出店し、イベントの盛り上げに協力しました。



「かすみがうらマラソン」出店風景

排水を放流する河川で清掃活動を行い、より美しい川に

工場の浄化処理後の排水を放流する河川を中心に各地で積極的に清掃活動を行い、地域環境の美化に貢献しています。

プリマルーケ(株)では、「浜の田川をきれいにする会」の協力を得て、国見町を流れる土黒川(通称「浜の田川」)下流の清掃活動を行いました。浜の田川は、メダカや鯉がいるなど、とても水のきれいな川ですが、草の間などに空き缶などが落ちていました。従業員がともに美化活動に参加することで、従業員同士の交流も深めることができました。



土黒川清掃風景

この他にも、茨城工場では花室川周辺の清掃活動、プリマ食品(株)では市野川の清掃活動を行っています。

救出救護訓練参加で災害への備えを強化

本社では、2013年5月、品川シーサイド地区で行われた救出救護訓練に参加しました。消防署指導のもと、大地震が発生したことを想定した訓練には地元住民の方々や周辺企業から多数の参加がありました。本番さながらの参加型訓練を体験し、参加者からは「普段の避難訓練では行わない実践的な体験ができて良かった」という声が聞かれました。災害が起きた際にも従業員と地域の安全が確保できるように、今後も準備を進めていきます。



倒壊家屋からの救出を想定した訓練

地域に根ざした工場を目指す「彩の国工場」に指定

プリマ食品(株)は、工場外観の美化などの周囲の環境に配慮した工場づくりや公害防止に積極的に取り組んできたことが評価され、「豊かな彩の国づくりの協力者」として、埼玉県知事より『彩の国工場』に指定されました。今後も、地域に根ざし、地域の皆さまに愛される工場づくりに努めていきます。



「彩の国工場」指定式
(左)プリマ食品(株)社長 大谷内
(右)上田清司 埼玉県知事

ドクターヘリ発着場に登録

三重工場は、救急医療用ヘリコプター(ドクターヘリ)の離着陸場として登録しています。ドクターヘリ活用により、病院までのより迅速な搬送が見込まれます。三重県の消防署や病院と協力し、地域に貢献していきたいと考えています。



ドクターヘリ

海外(タイ)での取り組み

工場見学を通して、小学生に食育・衛生教育を実施

プリマハム(タイ)社では、小学生による工場見学の受け入れを行いました。ソーセージの製造工程や先進的な衛生管理の見学、衛生的な手洗い方法などを学んでもらいました。



ソーセージ工程見学の様子

参加した小学生の感想

手の洗い方や衛生的な食事をする方法、ソーセージの作り方、簡単な日本語など、たくさんのお話を習いました。プリマハムを見学できて、うれしかったです。(小学6年生・女)

衛生的な手の洗い方を教えて貰いました。手洗い歌で楽しくダンスをしながら学ぶことができました。みなさんがやさしく教えてくれたことも良かったです。(小学6年生・男)

植林活動を通じて従業員に環境教育

マングローブの植林活動を行いました。タイでも地球温暖化や地域開発等の影響による森林の減少が問題となっています。内陸出身で海に行ったことがない従業員にも広い視点で環境問題に目を向ける機会となるよう、河口付近の湿地でマングローブ苗木の植林を行いました。これからも現地に根ざした会社を目指し、活動を継続していきます。



腰まで水に浸っての植林活動

プライムデリカ株式会社

おいしい商品を通じて、「お客様に信頼される、誠実な企業」を目指します

会社概要



所在地：神奈川県相模原市南区麻溝台一丁目7番1号
従業員数：社員 443名（2013年8月末現在）
 その他従業員（パート・アルバイト）7,812名（2013年8月末現在）
事業内容：コンビニエンスストア向け調理パン・スイーツ・サラダ・軽食・惣菜の製造販売
製造工場：相模原工場、厚木工場、龍ヶ崎工場、豊田工場、枚方工場、宝塚工場、宗像工場、佐賀工場、宮崎工場



「近くて便利」の実現に向けた商品開発

■ 専門店で負けない商品を開発

お客様に魅力的な商品を提供するため、商品分野ごとに「総菜」「サラダ」「軽食」「調理パン」「スイーツ（洋生菓子/和生菓子）」「セブンミールサービス」にチーム編成を組んで日々、商品開発に取り組んでいます。

商品化には、栄養、風味、食感、盛り付け、パッケージ、価格にいたるまで細部での検討が必要となります。また、お客様の多様なニーズや嗜好の変化をとらえられるよう、専門店やデパートの地下食品売り場など、街なかでの食のトレンドや人気メニューの研究を行うとともに、プロの手づくりの味の実現に向けた調理技術の習得など



種づくりから始める生パスタ



シュー生地クリームを充填

にも取り組んでいます。

目指しているのは「手づくり感」と「また食べたくなる味」です。生パスタであれば麺そのものから、シュークリームであれば生地もクリームも自社で作るというように、専門店で負けないおいしさをお客様が召し上がるタイミングまで維持できるよう、素材、製法にもこだわった商品開発を行っています。

■ 量産化・良品製造のための設備投資

おいしい商品を開発できても、量産化できなければお客様にお届けできません。毎日安定した品質でたくさんのお届けするために、機械での調理と人による調理の両方が連携した生産ラインが必要です。そのため、商品によっては一流シェフの監修を受け、おいしさそのままに、大量生産できるラインの開発をしています。例えば、パスタをご家庭や専門店での調理と同じように塩水で茹でるために、塩水を使っても壊れない機械設備を導入するなど、おいしい商品をお届けるために、積極的に設備投資を行っています。

商品開発担当 コラム

常にお客様に、今欲しいと思っていただけるような商品の開発を心がけています。季節に合わせた新商品や定番商品のリニューアルなど、一ヶ月に何品も開発しています。例えば、主に男性に好評な定番商品のリニューアルでは、女性にもぜひ手に取っていただきたいと考え、彩りを意識して見た目にもより鮮やかになるよう工夫しました。自分が開発を担当した商品は、「しっかり作られているかな」、「ちゃんと売れているかな」と、つい親になったような気持ちでお店に並んでいる姿を見まします。

商品開発会議



社長
メッセージ

1986年、コンビニエンスストア向け「チルドデリーメーカー」として神奈川県厚木市で設立、操業を開始しました。設立以来、お客様にご満足いただける「おいしくて、安全・安心な商品」を開発・生産し、新商品の開発にも積極的に取り組んでいます。現在では関東以西に9工場を有し、2014年4月には初の四国での拠点となる愛媛県の新工場が稼働予定です。当社は若い従業員が多く活気あふれる明るい会社です。女性従業員にもその能力を大いに発揮してもらっており、商品開発部門では管理職として多くの女性が活躍しています。今後は、事業の拡大とともに組織体制もさらに強化し、若いパワーを結集してこれからもいっそう努力を続けてまいります。

代表取締役社長 齊藤 正義



商品の安全・安心のための取り組み

■ つくりたての鮮度・品質をお客様に

品質の維持管理のため、各工程での温度管理も含めた作業手順はすべてマニュアル化され、従業員に周知徹底しています。また、商品を必要な分だけ迅速に製造し、新鮮な状態でお届けするよう注文と製造部門をつなぐシステムを確立するとともに、製品在庫は持たない仕組みとなっています。

加熱調理後や出荷前には、実際に食べてみて人の味覚でおいしさを確認しています。さらに製造された商品はチルド温度帯（冷蔵10℃以下）を保ったままお客様にお届けする一方で、商品サンプルとして保管し、消費期限までの品質を確認して安全性を保証しています。

■ 衛生管理の取り組みは、最優先で

衛生管理は、従業員の作業手順のルール化と工場設備設計の両面から最優先で取り組んでいます。

調理工程で使う包丁は、肉用、野菜用など食材別に色分けして使用し、雑菌等の付着を防止しています。また加熱殺菌前後で作業ゾーンを分けたり、集中洗浄室を設けるなど、衛生管理を優先し工場設計がなされています。また、異物混入などのチェックは、目視だけでなく金属検出機やX線での検査も行っています。



ライトテーブルで目視検査

環境への取り組み

■ 使用エネルギーを一部クリーンエネルギーへ

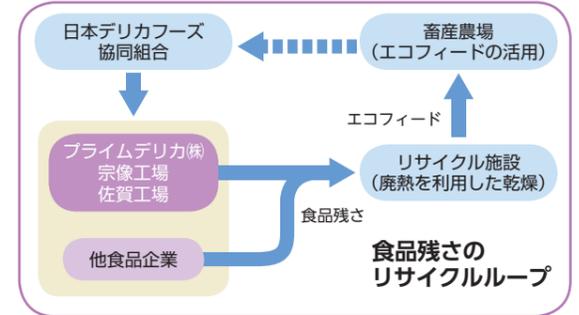
CO₂排出の抑制のため、龍ヶ崎工場と宮崎工場では太陽光発電を導入しています。また、LED照明の導入を進めるなど、省エネのための取り組みも行っています。



太陽光パネル（龍ヶ崎工場）

食品リサイクルループで資源を有効活用

佐賀工場と宗像工場では、九州食品工場リサイクル事業協同組合と協力して、発生する食品残さを組合のリサイクル施設で乾燥処理し、エコフィード（飼料）化を行っています。エコフィードは、畜産農場に販売され、豚の肥育のために利用されています。



職場での取り組み

■ 技術力向上への取り組み

工場でのスイーツ調理は手作業も多く、各工場へ社内のパティシエが出張して、技術向上のための研修を定期的に行っています。また、外部専門家による金属検出機の実務研修も行っています。

■ 労働環境の活性化

工場では多くのパートタイム従業員等が勤務しています。適切な業務遂行と職場活性化のため、業務を始める前には「引継ぎミーティング」を行っています。また、年に一度、各工場では従業員懇親会やバーベキュー大会を開催するなど、従業員同士のコミュニケーションの機会を積極的に設けています。



従業員懇親会



バーベキュー大会

社会・環境報告の出発点と行き先

社会・環境報告書とは何？

私は食品小売業の取材をメインに活動しています。小売店の売場は生活者との接点ですから、自然と自分以外の生活者が何を思い、何を選擇するのか、あるいは選擇しないのかにも非常に興味を持って取材を続けてきました。

そんな私が、今回『プリマハム 社会環境報告書2013』を読んで、短文を記すことになりました。生活者の立場を軸に、食品流通業を見つめてきた取材者の立場のエッセンスを少し加えながら書き進めたいと思います。

正直言うと、生活者の目で社会・環境報告書（環境報告書やCSRレポート、サステナビリティレポートを含め）を読むのは初めてでした。

まず考えたのは、「そもそも社会・環境報告書とは何だろう」ということでした。定義を言っているのではありません。そもそも「何を」「どのように」「何のために」語られるものなのか。もっと言えば、情報の受け手として、「何を」「どのように」「何のために」語ってほしいのか。それを頭の片隅で考えつつ、『プリマハム 社会環境報告書2013』を読みました。

「何を」語ってほしいのか

仕事柄、今までもいくつもの社会・環境報告書を目にしてきました。そして、再び正直に言うならば、大抵抱く感想は「代わり映えがしない」でした。もちろん業種も紙面のデザインも違うのですが、同じように思ってしまうのです。それはなぜでしょうか。

社会・環境報告書を“代わり映え”のあるものにし、情報の受け手に関心を抱かせるのは、「どのように」語るかだけではありません。「何を」語るかも重要です。

企業には理念や方針があります。それならば、社会や



フードマーケット・クリエイティブ
太田 美和子

1984年カリフォルニア大学ロサンゼルス校社会学部卒業。外資系金融会社、通産省外郭団体、ブルーチップ㈱をへて2001年に独立。各種流通情報誌への執筆、講演、セミナー企画を中心に活動を行っている。(社)日本セルフ・サービス協会客員指導員、消費者行動学会会員。
主な著書：訳書「お客さまがまた来なくなるブーメランの法則」(かんき出版/ファーガル・クイン著) 著書「パブリックスの「奇跡」」(PHP 研究所)

環境との関わり方についての考え方も明確なはずですが、しかし、企業理念と、社会や環境への方針がリンクした形で冒頭に示されている報告書に出合う機会はそれほど多くはありません。

今回のプリマハムの社会環境報告書でもそれを明らかに読み取ることはできませんでした。

一方、「何を」語るかの中でも、活動内容については、語るべきすべての項目を丁寧に説明されている印象を持ちました。

活動のたどり着く先

残念ながら、生活者はステークホルダーの中で最も関係者意識が薄い利害関係者だろうと思います。重ねて残念ながら、社会・環境報告書の存在を知らない人が少なくないのも事実です。しかし、いざ情報を求めたときに、そこに存在していることは信頼獲得のためにも重要です。

とはいえ、社会・環境報告書はそれだけが発行目的ではないはずですが、従業員の士気を高めたり、株主への説明責任を果たしたり、その作成目的が複数あると学びました。しかし、さらに突き詰めると、「何のために」語るのでしょうか。

活動のたどり着く先を示すことが、社会・環境報告書の目的のひとつではないでしょうか。「将来の日本、未来の地球のために、当社はこんな取り組みをしていく。そのために、現在これに取り組んでいる」。プリマハムにもそれを語ってもらえたら、関係者意識が薄い我々、生活者でも、その取り組みへの関与を高めていくものと思います。

をいただきました。特に、ご指摘の企業理念と社会や環境方針とのリンクについては、CSRに対する考え方やその活動が、企業理念をどのように具体的に実践しているのかをより明確化できるよう改善したいと考えています。また、より多くの生活者の方々に読んでいただけるようコミュニケーションの強化を図っていきます。今後もさまざまなステークホルダーの皆さまのご要望にお応えするため、ホームページや添付のアンケートにより忌憚のないご意見お聞かせいただければ幸いです。

「社会環境報告書2013」をご覧いただき、ありがとうございました。本年度の報告書では、プリマハムのコーポレートメッセージである「おいしさ、ふれあい。」を、さまざまな取り組みを通じて表現するため、写真やイラストをより多く用いて分かりやすいものにするよう心がけました。ただ、十分我々の思いをお伝えしきれなかったかどうかが多少不安なところもあります。

本年度は、太田美和子様より本報告書に対して「ステークホルダーの声」として貴重かつ本質的なご意見

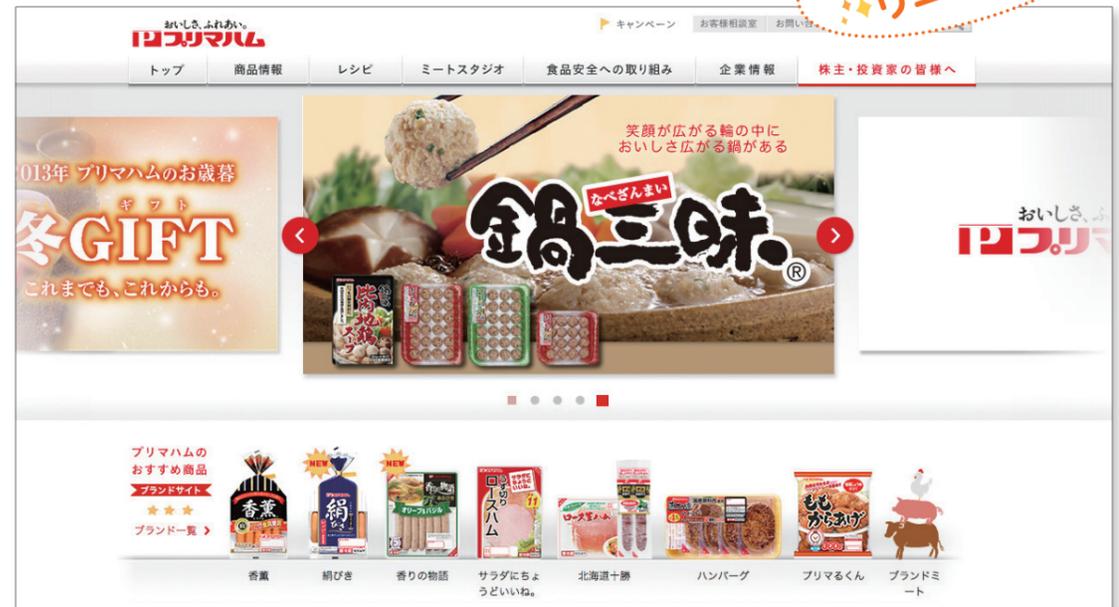
編集後記

コミュニケーションツールのご紹介

さまざまなステークホルダーの方々へ適切な情報を開示し、相互理解を深めていくため、「社会環境報告書」のほか、各種情報媒体を活用した情報提供をすすめています。

プリマハム ウェブサイト

ホームページを
リニューアル

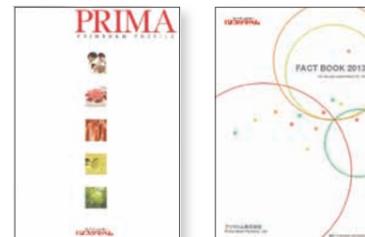


リニューアル後のトップページのイメージ

プリマハム(株)では今秋、ホームページのリニューアルを行います。お客さま、株主さまなどステークホルダーの方々との大切なコミュニケーションツールとして内容の充実を図ります。例えば「知る・楽しむ」というコンテンツではレシピをはじめお肉に関して多様な情報を提供するとともに、株主や投資家の皆さまに対しては、IR情報についてトレンドがわかるグラフを提示します。また、リニューアルにあわせてメルマガ会員を募集し情報発信をする予定です。

印刷媒体

- 会社案内
- 事業報告書(中間、期末)
- FACT BOOK
- 社会環境報告書
- ミートクラブ
- 社内報「輝くプリマ」



テレビCM



●香薫あらびきポークウインナー

その他ツール



●プリマハム Twitter

●プリマハム FACE BOOK