



J-オイルミルズレポート 2018

～ 油を究めて幸せを創る～



目次

02 企業理念

03 トップメッセージ

11 価値創造ストーリー

11 J-オイルミルズの歩みとこれから

13 J-オイルミルズの価値創造モデル

J-オイルミルズの価値創造事例

15 特集①

新たな価値を創造する 「おいしさデザイン工房」オープン



17 特集②

「長調得徳®」を10年ぶりにリニューアル、 「あぶら」の価値をさらに拡張させました



編集方針

本報告書はJ-オイルミルズの中期的な企業価値向上に向けた取り組みを紹介することを目的に発行しています。

2018年度版は、2017年度から始まった第五期中期経営計画の進捗状況を、トップメッセージにて説明するとともに、事業戦略と経営基盤強化(ESG経営の推進)の結合性を意識して構成しています。また、さらなる活動推進や情報開示の高度化に向けて、今回も特定非営利法人循環型社会研究会の山口氏より貴重なご意見をいただき、巻末に掲載しています。

今後も当社グループの取り組みを報告し、ステークホルダーの皆さま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。

報告対象期間

本レポートでは、当社グループの2017年度(2017年4月1日~2018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、静岡事業所、浅羽工場、神戸工場、倉敷工場、若松工場です。

将来に関する予測・予想・計画について

本レポートに記載している将来予測は、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。

19 事業概況

19 油脂事業

20 油脂加工品事業

21 食品・ファイン事業

22 新商品情報

23 パフォーマンスハイライト

25 経営基盤強化

25 J-オイルミルズの事業とESG経営

27 コーポレート・ガバナンスの強化

33 品質保証体制強化

35 環境負荷低減の取り組み

37 人財マネジメント戦略

41 CSR調達

42 地域社会への貢献

43 第三者意見

44 会社情報

発行年月日

2018年11月

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)」
- ・ Global Reporting Initiative「GRIサステナビリティ・レポートング・スタンダード」
- ・ 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」
- ・ 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」

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情報を優先しています。

IR情報 <http://ir.j-oil.com>

環境・社会活動 <http://ir.j-oil.com/csr>

企業理念

J-オイルミルズグループは2017年10月に、新たに企業理念を制定しました。

「私たちの価値」(Value)を根底に、

「私たちの使命」(Mission)である、『あぶらを究め、心を動かす おいしさデザイン』を実現し、

『Joy for life 生きるをおいしく、うれしくしたい。』を「目指すべき未来」(Vision)として定め、それを油滴で表現しています。

制定にあたっては、当社の「あるべき姿」について、

当社で働く皆が、それぞれの思いを込めて語り合い、策定したものです。

Vision

目指すべき未来

J-オイルミルズが目指すべき理想の未来を表した言葉。この未来に向かって努力し進化し続ける意志となります。

Mission

私たちの使命

今までも、そしてこれからも私たちが果たすべき社会的使命を表した言葉。他にない強みを活かし、新たな価値を創造していく原動力となります。

Value

私たちの価値

私たちの先達が培った資産を受け継ぎ、誰にも負けないあぶらへの愛を重ね合わせて、日々の行動へと、つなげていくこと。そのすべてを私たち独自の価値として磨いていきます。



かつて「あぶら」は人類にとって、食べる幸せであり、エネルギーであり、薬であり、灯りでもありました。私たちはもう一度「あぶら」の原点を見つめ直し、「あぶら」を愛することで、世の中の幸せを生み出すことができると信じています。私たちの前身の会社では、様々な「あぶら」や食のデータを分析、蓄積し、貴重な原料を使い切る発想を生みだし、未知の「味」を引き出してきました。これらの「探究心」「挑戦心」「創造力」は私たちのDNAであり、これからは新たな領域に挑み、おいしさの新しい価値を創造していきます。



J-オイルミルズの目指す姿

当社は2017年5月、第五期中期経営計画『油を究めて幸せを創る2020』（以下、第五期中計）を策定しました。第五期中計では、これまで培った知見やノウハウを最大限に活かし、「あぶら」が持つさまざまな価値（調理価値、健康価値、調味価値等）を徹底的に追求し、「あぶら」の可能性を拓けていくことで人々の心を動かすおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」を目指すことを掲げています。

また、第五期中計の策定と合わせて新たに企業理念「Joy for life 生きるをおいしく、うれしくしたい。」を策定いたしました。私たちの目指すべき未来、私たちの使命、私たちの価値を明文化したもので、2004年の統合から13年を経て、有形・無形の資産を十分に活用し、「あぶら」の専門家集団として、「あぶら」を通じたおいしさの追求に加え、「あぶら」で培った技術の可能性を、食をはじめとする様々な分野へ広げ、「おいしさデザイン企業」として、長期的・持続的な成長を目指します。また、企業価値の向上に加え、労働人口の減少による人手不足の解決、高齢者への栄養補給、調理時間短縮等といったお客様や社会課題の解決に貢献することで、企業の社会的使命を果たし、すべてのステークホルダーの幸せの実現を目指してまいります。

代表取締役社長執行役員

八馬 史尚

J-オイルミルズの価値創造ストーリー

当社は、2018年7月に第五期中期経営計画達成のための新たな打ち手として「おいしさデザイン工房」を開設いたしました。そして、2018年9月に、J-オイルミルズレポート2017において、当社の取り組みに対してご意見を頂戴した特定非営利活動法人循環型社会研究会の山口理事をお迎えし、当社の第五期中期経営計画の進捗等をご説明させていただき、今後のCSV/ESG戦略等について意見交換を実施しました。

ここでは、その意見交換の内容を再編集し、当社が描く成長戦略やCSV/ESG戦略をお伝えします。

J-オイルミルズの成長戦略

● 2017年度からスタートした第五期中期経営計画のポイント

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する当社は、搾油の原料である大豆や菜種の調達を輸入に依存しています。このため世界的な食糧需要の変化、気候変動に伴う原料の収穫量や、作柄の影響による国際相場の変動など、外部環境の影響を受けやすい事業構造となっています。こうした背景から、我々の業界は非常にボラティリティが大きい業界です。当社は2004年の統合により規模の拡大と効率性を追求することで、ボラティリティの幅を縮小してきました。しかしながら、今後、当社を取り巻く環境は一層激しく変化することが想定されることから、外部環境に左右されにくい事業基盤を構築し、将来の成長基盤を確立することが2017年度からスタート

した第五期中期経営計画の目指すところ、すなわち、私の使命であると考えています。

第五期中計では、当社の強みを活かし、成長の実現に向けた基盤固めを着実に進めることが最大のポイントです。当社の強みは、事業を通じて社会に価値を創出するビジネスモデルです。具体的には、優れた商品を開発・製造する技術力、さらにその技術をお客様の課題解決に活かす提案力、そして課題解決を通じてお客様と構築した信頼関係からなる現場力です。この3つの強み『技術力・提案力・現場力』を一層磨き込み、成長戦略に掲げる「各事業分野での高付加価値品拡大」、「BtoB市場でのソリューション事業強化」を軸に着実に進めていきたいと考えています。

<第五期中期経営計画のテーマ>

油を究めて幸せを創る2020

J-オイルミルズは「あぶら」を究めて、
心動かすおいしさを創造するおいしさデザイン企業へ

基本方針

事業戦略

成長戦略

- 1.各事業分野での高付加価値品拡大
- 2.BtoB市場でのソリューション事業強化 ~強みの掛け算~
- 3.アジアでの海外展開加速 ~国内で磨いた価値を基に~
- 4.汎用油脂商品の収益力強化



構造改革

- 1.バリューチェーンの効率化・高度化の取り組み推進
- 2.中長期視点での生産拠点最適化
- 3.選択と集中、および効率化

仕組み

経営基盤強化

- ①品質保証 ②ガバナンス ③組織体制 ④見える化プロジェクト ⑤企業価値向上プロジェクト ⑥IR, SR ⑦人事プロジェクト

意識

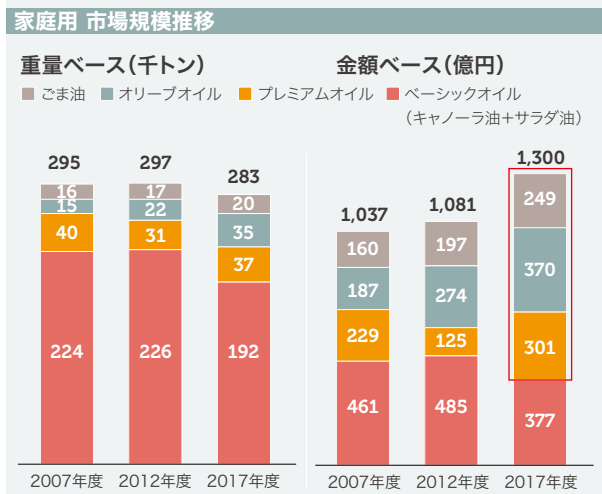
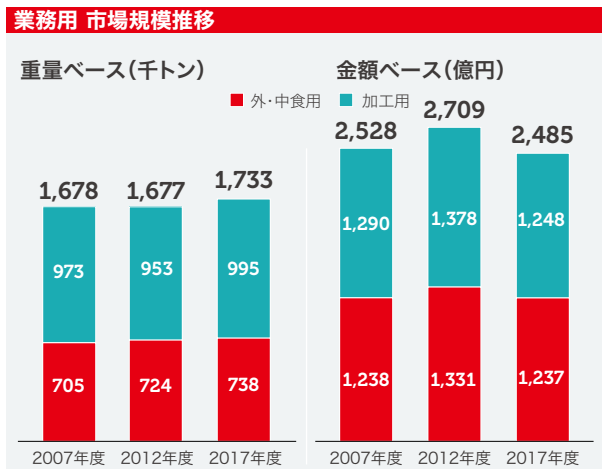
企業ビジョン体系策定・浸透、組織風土改革・コンプライアンス

● 外部環境認識

日本においては、人口減少等の影響から市場の縮小が懸念されていますが、2020年までの時間軸で考えるとまだまだ油脂の市場は伸長するととらえています。特にこれからの動きで顕著になってくるのは、女性が働く機会が一層増加し、高齢者が増えてくるという流れです。これにより、家庭での調理から外食や中食など食事の外部化が加速しています。

実際に業務用の市場規模の推移をこの10年で見ますと、金額ベースでは伸び悩んでいるものの、重量ベース、いわゆる使用量は増加傾向にあります。**下図参照** また、中でも中食市場は10兆円近い規模まで拡大しており、今後も伸びると言われています。こうした点から、業務用油脂市場において高いシェアを維持し、外食・中食・加工食品のお客様との信頼関係のもとに構築した太いパイプを最大の強みとする当社は、さらなる成長の可能性を開拓してまいります。

業務用／家庭用油脂市場規模



※ SCIデータをもとに当社推定

● 家庭用市場の戦略と進捗・成果

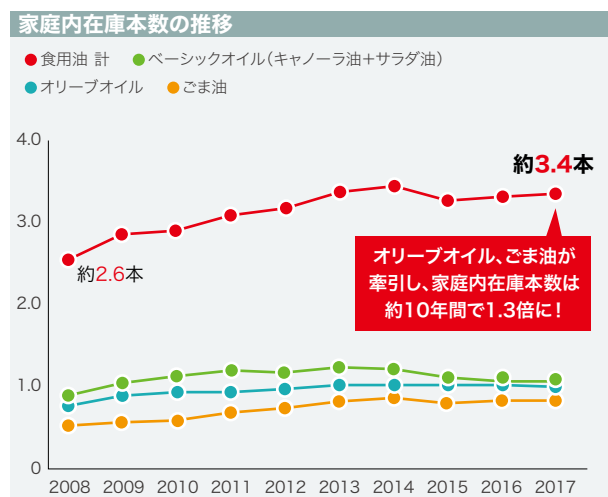
家庭用の市場規模の推移は、全体の使用量は減少傾向にあります。減少しているのはベーシックオイル(キャノーラ油+サラダ油)で、他の油の使用量は増加傾向にあり、金額ベースでは10年前から1.6倍程度伸びています。家庭における油の使用の実態を調査したところ、家庭内の在庫本数は、約10年間で1.3倍増加しています。**下図参照** 従来揚げ物用途の油が中心でしたが、オリーブオイルやごま油などの高付加価値の油が家庭に浸透してきており、今後のさらなる成長が期待できます。

当社はオリーブオイルを、本来、洋食の調味料であったマヨネーズやケチャップ、ソースのように日本の食生活に浸透させていきたいと考えていますが、まだその用途は限られています。そこで当社は、オリーブオイルの用途拡大提案に注力してきました。今後も引き続き用途拡大提案に積極的に取り組みます。

また、調理の手間をかけずに「ひとかけ」でプロのおいしさを味わえる機能油の提案をしています。さらに業務用で評価いただいた花椒油やバターオイルの家庭用への展開など、当社独自のノウハウの磨き込みにより日本の食に合う味や機能を追求することで、市場拡大を目指します。



家庭における油の使用実態の変化



※ 「食マップ」データをもとに当社作成

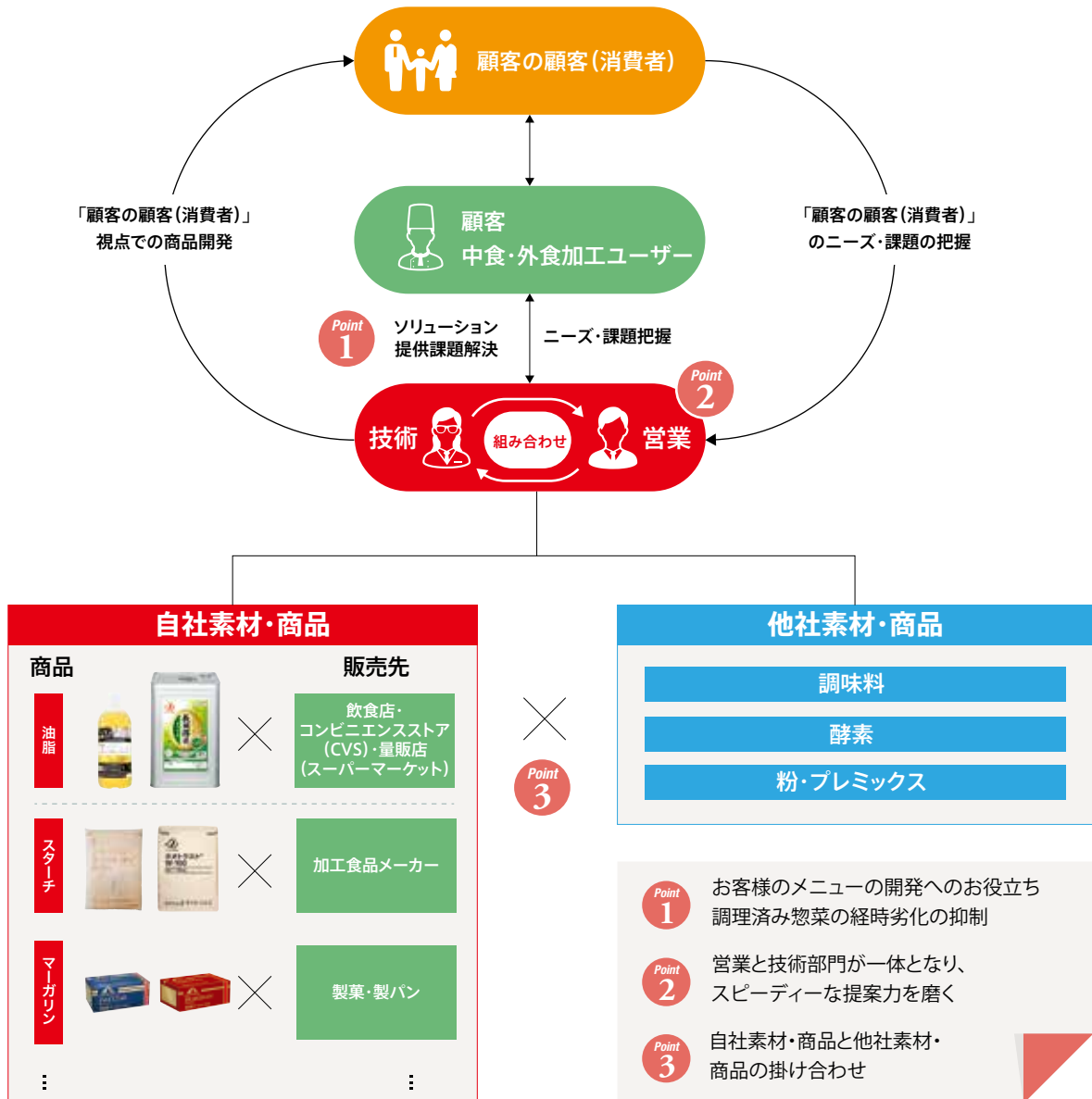
● 業務用市場の戦略と進捗・成果

2016年度にコンサルティング型営業と技術的サポートを連携させ、当社が保有するさまざまな強みを掛け合わせて高付加価値なサービスを提供できる体制を構築すべく、ソリューション事業部を立ち上げました。消費者のニーズが多様化・高度化し、ソリューション事業の推進とおお客様の課題解決につながるソリューションの提案力を強化することで、お客様にこれまで以上にお役立ちし、持続的・安定的な成長を実現します。

これまでは、顧客起点や社会課題起点で発想し、独自技術と独自素材の掛け算で「顧客課題」や「顧客の顧客の課題」に対する解決策を提案し、着実に成果を挙げてきました。具体的には、拡大を続ける中食・外食分野において大

きな課題である人手不足の問題に対して、「長調得徳®」や「J-OILPRO® プロのための調味油」等の商品を通じて課題解決に貢献しています。さらに中食においては、調理済み惣菜の経時劣化の抑制や食感の改良に向けて、さまざまなお役立ち提案ができています。

そして、2018年7月に開設した「おいしさデザイン工房」もまた、お客様へのソリューション提案力を強化し、当社が追求する新しいおいしさを社内外へ発信していくための打ち手のひとつです。今後も、この「おいしさデザイン工房」を起点に、自社素材や商品に加えて、他社素材や商品を組み合わせながら、お客様や社会の課題解決につながる提案力を磨いてまいります。 **P15 特集1**



● 第五期中期経営計画の達成に向けて

まず成長戦略では、先程述べた通り、油脂事業については、家庭用市場におけるオリーブオイルの用途拡大提案、業務用市場における長持ち汎用油「長調得徳®」の拡売や、調理側の手間・悩みを解決する調味油・機能油の提案を強化してまいります。ソリューション事業については、当社の持つ素材（油脂、マーガリン、スターチ、粉末油脂等）の強みを組み合わせ、おいしさを創造する提案を行ってまいります。そして、アジアでの海外展開加速については、より将来性のあるタイをはじめとするASEAN地域に経営資源を集中し、今後も、日本で培った強みやノウハウの横展開により、おいしさ創造を実現することで本格的な拡大を目指してまいります。

一方、構造改革では、バリューチェーンの効率化・高度化において、味の素株式会社との包材共同調達によるコストダウン、物流構造の見える化による商品数の削減や生産効率の向上を進めてまいります。設備投資・生産拠点再編においては、住吉工場閉鎖、倉敷工場新設に伴う搾油設備の改廃により、当社グループ全体の生産効率見直しと稼働率向上に引き続き努めます。

2017年度をもってインド事業、健康食品事業から将来性

が見込みにくいと判断し撤退いたしました。今後もあらゆる面で事業の選択と集中に努めるとともに、ガバナンス強化や人事関連施策などの経営基盤強化を着実に推し進めることで第五期中計の達成を目指してまいります。

● セグメントの再編

第五期中計を一層加速し、持続的な成長を確実なものとするために、事業セグメントを変更いたしました。従来当社では、「製油事業」と「その他」の2つをセグメントとしておりましたが、2018年度より「油脂事業」、「油脂加工品事業」（マーガリンや粉末油脂）、「食品・ファイン事業」（スターチ、ケミカル、ファイン事業）の主要3事業へセグメント体系を変更、これに併せて2018年7月に組織形態も変更し、当該事業セグメント基準にて戦略を構築、実行し、結果を開示してまいります。2014年当時、油脂事業以外は赤字の状況を継続しておりましたが、ここ3年で、新商品開発、構造改革によって成長基盤整備、利益創出が可能になってきたことも踏まえて、これらの事業成長を一層加速して、利益の安定化および全社成長加速につなげてまいります。

セグメントの再編により、
各事業の見える化を進め責任の所在を明確にし、
権限委譲による意思決定の迅速化を図り、
中長期での事業基盤強化につなげてまいります。



セグメント体系の変更

従来の製油事業は、「油脂事業」（製油・液体油脂）と、「油脂加工品事業」（固体・粉体油脂）に分割

旧セグメント
製油事業
●家庭用油脂 ●業務用油脂 ●マーガリン ●粉末油脂 ●ミール
その他
●スターチ ●ケミカル ●ファイン ●エステート ●健康食品

新セグメント
油脂事業
●家庭用油脂 ●業務用油脂 ●ミール など
油脂加工品事業
●マーガリン ●粉末油脂
食品・ファイン事業
●スターチ ●ケミカル ●ファイン など
その他
●エステート など

社会とともに持続的な成長を目指すJ-オイルミルズのCSV／ESG戦略

●「オリーブオイル」をはじめとした家庭用油脂分野における提供価値

近年栄養学的に油を適切にバランスよく摂取すべきという論調が広がり、オリーブオイルやアマニ油等の健康価値が見直されています。中でもオリーブオイルは、健康価値と併せて調味価値、いわゆる調味料としてのおいしさも評価いただき、市場が安定的に拡大しています。オリーブオイルをピザやパスタ等にかけて食されるケースは増えてきたものの、それでも家庭に十分に浸透しているとは言えません。当社はオリーブオイルを、お醤油を使い分けるのと同じように、料理との相性で使い分けして使用いただけるよう、用途拡大提案やラインナップの充実により、おいしさはもちろん人々の健康にもお役立ちしていきたいと考えています。



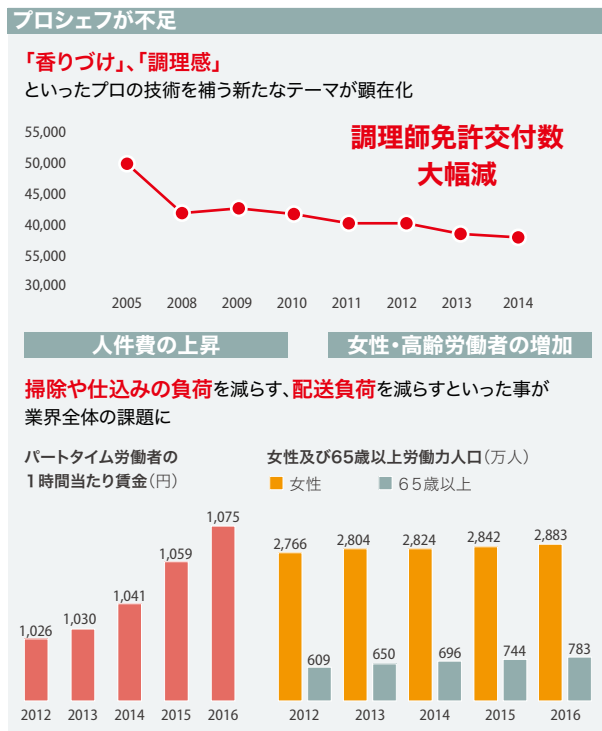
●「長調得徳®」をはじめとした業務用油脂分野における提供価値

おいしく利用できた油は、ある時点では捨てなければなりません。この捨てるタイミングがお客様のコストにも大きく影響することから、揚げ物調理において、油の品質管理は重要なポイントです。当社の業務用油脂商品「長調得徳®」は、独自の技術で加熱による劣化を抑制し、一般的なフライ油よりも約3割長持ちすることから、コスト削減に貢献する経済的な油です。発売10周年を迎えた2018年1月にリニューアルし、さらに劣化抑制の効果を高めることができました。「長調得徳®」はこうした経済的な価値のほかにも、長持ち油という特性から、原料の削減や物流に係るCO₂の削減など、環境や社会的側面においても価値を提供しています。

P15 特集2

また、「長調得徳®」をはじめとした当社の業務用油脂商品は、様々な課題の解決にも貢献しています。業務用油脂が利用される外食や中食の現場では、プロシェフの不足や人件費の上昇、女性・高齢労働者の増加など、労働環境に関する課題が山積しています。**左図参照** こうした課題の解決に向けて、「香りづけ」や「調理感」などのプロの技術を補うための機能性を油に付加し、調理経験が少ない人でも本格的な味付けが失敗なく、手軽にできる商品の開発を行っています。また、女性でも持ち運びやすいサイズの展開など、お客様の課題、さらにはその先にある社会課題の解決を見据えた価値提供を実践しています。

油は多くのお客様に使われています。その中で当社がどのように貢献できるか、常に社会課題を起点にビジネスを展開していきたいと考えております。



● 品質へのこだわり

食品メーカーである当社にとって、最大の使命は安心・安全で高品質な商品・サービスをお客様へ安定的にお届けすることです。昨今、企業の品質にかかる問題が多発しておりますが、当社は従業員一人ひとりがお客様視点に立ち、お客様の満足を見据えた取り組みを実践することで、品質保証体制を継続的に強化しております。

例えば、オリーブオイルの品質管理には、特に注力しています。オリーブオイルをブランドで選ばれる方もおられますが、一番大切なのは品質管理です。オリーブオイルはそのほとんどをヨーロッパから輸入しておりますが、その輸入に際

して、いかに酸化させることなく品質を維持することができるかが重要です。そこで、当社では、サプライヤーから事前にサンプルを送付いただき、社内の専門家の厳しいチェックを実施しています。オリーブオイルの品質はその年の気候などにも大きく左右されることから、一番気を使っています。厳しい品質チェックの結果、合格率は5～6割程度で、当社が目指す品質条件を満たすことが無ければ決して輸入しません。これが当社の品質への責任であり、初めてオリーブオイルを購入されたお客様に、おいしかった、また購入したいと思っていただくための私たちの品質へのこだわりです。

初めてオリーブオイルを購入されたお客様に、
おいしかった、また購入したいと思っていただきたい。
これこそが私たちが品質にこだわる理由です。



2018年9月に特定非営利活動法人循環型社会研究会の山口氏をお迎えし、実施したダイアログの様子

ESGへの取り組みは事業活動の基盤であり、競争力を左右する重要な要素と捉え、事業と一体となったESG経営を推進していきます。



● 環境経営の推進

CO₂をはじめとした温室効果ガスの排出増に起因する地球温暖化が深刻さを増す中、SDGsやパリ協定が国際社会で合意され、CO₂の削減や気候変動への適応に向けた目標や枠組みの整備が加速し、企業への取り組み要請が一層高まっています。原料の多くを天然資源に依存する当社にとって、地球温暖化や気候変動は、原料の生産量や作柄へ影響することから、看過できない重要な課題です。当社は、これまでもオフィスや各生産拠点において、省エネルギー活動を積極的に進めてきましたが、今後はサプライチェーン全体での取り組みや、先に述べた「長調得徳[®]」等の商品を通じた取り組みをさらに推進することで環境負荷の極小化を進めてまいります。

また、環境面では、資源問題も重要であると考えています。世界的な人口増加に伴い、食糧や水をはじめとしたあらゆる資源の需要は増え続けています。一方、フードロスの問題も深刻化しています。当社はこれまで、資源利用効率の最大化を目指し取り組んでまいりましたが、今後は事業を通じた取り組みに注力していきたいと考えております。具体的には、フードロスの削減に向けて、おいしさを損なうことなく、揚げ物が長持ちするための油やスターチの開発です。また現在、特に着目しているのは食感の改良です。食感は一見関係が無いように思いますが、非常に大事で、食感が長持ちするかどうかでロスになるかどうかが変わってくることから、非常

に大きなインパクトです。今後は食品メーカーとして何ができるかをテーマに取り組んでいきたいと考えております。

● ESG課題への対応とSDGs達成への貢献

企業のグローバル化や巨大化の進展とともに、企業活動が社会に及ぼす影響が大きくなる中、企業の社会的責任(CSR)、いわゆるESGに配慮した事業運営が一層求められ、いまやESGの取り組みが企業価値の評価指標の一つとして重視されています。

当社は、これまで培った有形・無形の資産や当社独自の強みを活かし、SDGsで挙げられている様々な課題に対して、事業を通じて課題解決に貢献し、さらには新たな価値を提供することで当社も成長を目指すCSV経営を推進し、SDGs達成に積極的に貢献していく考えです。一方では、国際社会の成長とともに増大するリスクへの対応・適応力を強化するとともに、事業活動による負の影響を最小化するESGに配慮した経営を推し進めていきます。

まずは2020年の目指す姿である「油を究めて幸せを創る2020」を実現するために、油事業の専門家集団として、私たちにしかできない独自の価値を創造し、提供してまいります。

代表取締役社長執行役員

八馬 史尚

J-オイルミルズの歩みとこれから

J-オイルミルズは、2004年にホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が統合して設立された会社です。

2004年の統合以来、各社が培った有形・無形の資産や強みを一つに融合させ、相乗効果を発揮することで、社会に商品等を通じた様々な価値を提供してきました。

当社はこれからもその強みに一層磨きをかけることで、「あぶら」を究め、心動かすおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」となることを目指します。

3社の強み



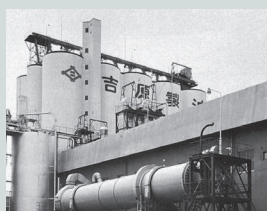
味の素製油

- 油脂のおいしさの研究
- 家庭用市場での高い認知度



ホーネンコーポレーション

- 原料を使い切る取り組み
スターチ、ケミカル、微量成分、大豆粉事業
- 業務用市場での強固な営業基盤



吉原製油

- 様々な油種の取り扱い
- 油酸化測定を通じた顧客の課題解決

統合前

融合

3社が培ったノウハウが融合し独自の価値創出力の源泉に

経営統合により、3社がそれぞれの歴史の中で培ったノウハウが融合し、新たな「技術力・提案力・現場力」といった強みとして形成されました。それが今日の高機能商品やコンサルティング型営業、技術サポートなどの独自の価値を創出する源泉となっています。



J-オイルミルズの歩み

製油業界をリードしてきた3社

統合前の3社はそれぞれ長い歴史を有し日本の製油業界をリードしてきました。味の素製油の前身の一つである熊沢家(熊沢製油産業)が尾張一宮で水車式の搾油場を始めたのが1826年(文政9年)のことです。大阪では吉原製油につながる吉原家が安政年間に大阪近郊で採れた菜種油を江戸に送る油問屋を創業しました。豊年製油(ホーネンコーポレーション)は、1907年(明治40年)に南満州鉄道(満鉄)が大連に中央試験所を開設し大豆油の研究を開始、のちに神戸の鈴木商店に経営が移譲され1917年(大正6年)、清水(現静岡市)に大規模な搾油工場(現静岡事業所)を竣工し本格的に事業を開始しました。

3社の強みを融合

大正時代にどこにもなかった「分析室」をつくり、様々な種類の油脂や原料の膨大なデータを蓄積して知識を深め、品質を向上させた吉原製油の「探究心」。業務用の市場に強い基盤を持ちながら、油のみならず、原料を使い切る発想でスターチ、ケミカル、健康食品など次々と新事業を生み出したホーネンの「挑戦心」。そして「うま味」という人類にとっての未知の味を見出し、数々の困難を切り抜けて、それを磨き上げ、世界に広めた味の素の「創造力」。当社は各社の強みを結集し、おいしさの新しい価値を創造して国際的に通用する製油企業を目指し、2004年に合併しました。

J-オイルミルズのこれから

「あぶら」を基盤として、
顧客・社会課題の解決に貢献する
CSV経営を推進し、
SDGs達成にも貢献する

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

多岐にわたる商品が社会に貢献

当社が創出する独自の価値は多岐にわたる商品として社会に貢献し、生活のあらゆる場面で活躍しています。

ご家庭で

当社は、AJINOMOTOブランドのサラダ油、キャノーラ油、オリーブオイルなどの油脂類、ラーマブランドのマーガリンを通じて、お客様のご家庭に、おいしさや調理の楽しさ、健康をお届けしています。油脂商品では「レモンフレーバーオイル」や「花椒油」、マーガリンでは「ラーマオリーブ&バター風味」を発売し、さらにバラエティが豊かになりました。



Focus オリーブオイル

今ではすっかりおなじみになったオリーブオイル。広く普及するようになったのはここ20年余りのことです。オリーブオイルで料理は一味も二味も変わります。当社はかねてより日本の食卓に合ったオリーブオイルを選定し、鮮度にこだわって輸入しています。オリーブオイル市場における当社のシェアはNO.1です。

お店で(業務用)

当社の業務用油脂商品は、調理油やフライ油としてレストランやお惣菜店で長年にわたり数多くのお客様に使用されてきました。また、お豆腐店や練り製品などの加工食品を製造するお客様にもご愛用いただいています。調味・香味効果や長持ち効果など、油の持ちうる新たな価値に着目し、さらなるおいしさの追求とお客様の課題の解決に貢献しています。



Focus 「J-OIL PRO® プロのための調味油」シリーズ

当社業務用商品「J-OIL PRO® プロのための調味油」シリーズはバターフレーバーオイル、ねぎ油、グリルオイルなど、料理の味を調べてよりおいしくする商品です。ラインナップは全17品で、おいしさのバラツキの均一化や調理時間の短縮など、お客様の調理課題を解決し、油による新たな価値を創造しています。

加工食品の工場で

大手の加工食品メーカー様には、大型の食品専用タンクローリー車で油脂をお届けしています。油脂は、マヨネーズ、ドレッシング、マーガリンや缶詰、レトルト食品、冷凍食品、またスナック菓子やインスタントラーメン向けなど、マーガリン類は製パンやお菓子用など、皆さまの豊かな食生活に様々な形で活用されています。



Focus お客様の信頼に応える品質

加工食品用の商品はローリー車でお届けすることにより、缶などの容器を使用する必要がなく、大変効率的です。またお客様と規格を調整するほか、車両積み込み時には1件ごとに規格をチェックし、車両タンクには封印をして万全の品質で商品をお届けしています。

様々な価値を提供

2004年以降、資源価格の高騰やリーマンショック、東日本大震災など様々な環境の激変を体験しました。これらに対応するため経営基盤を強化し、生産設備の集約や開発部門の再編、ガバナンスの強化などの諸課題に取り組んできました。一方、2007年には不二製油(株)と業務提携を発表し加工油脂事業を強化します。家庭用ではオリーブオイル、業務用市場では中食、CVSの市場拡大などライフスタイルの変化などに対応するため、各分野における新商品を投入し、お客様のお役に立ちました。また、タイにJOT*を設立するなど海外への挑戦も開始しました。

* JOT: J-OIL MILLS (THAILAND) Co., Ltd.

食用植物油の国内販売量シェア

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得ています。当社商品は、2017年度において、市場全体の約25%にあたる販売量となりました。中でも業務用市場は概ね30%台の販売量であり、多くのお客様からご支持をいただいております。

J-オイルミルズの価値創造モデル

当社を取り巻く事業環境は、脂質価値向上による付加価値油の市場拡大と、社会課題を背景とした新たな事業拡大が見込まれる一方、人口減少による国内市場の縮小が懸念されています。

当社は2017年5月に策定した第五期中期経営計画のもと、これまで培った強みを最大限に活かし、「あぶら」が持つ様々な価値を徹底的に追求し、人々の心を動かすおいしさを創造する、「おいしさデザイン企業」を目指します。そして、お客様や社会の抱える課題を、健康や食資源の観点から解決し、企業理念の実現を目指します。

J-オイルミルズを取り巻く環境

機会

- 付加価値油市場の拡大
様々な油種・用途での利用の広がり
- 新たな事業領域の出現
社会課題を解決するための新たな事業機会
 - 省人化
 - 健康栄養
 - 食資源 等

脅威

- 国内市場の縮小
国内は少子高齢化の進行により、量的市場縮小
- 油脂事業のリスク拡大
原料の価格高騰とボラティリティの拡大
国際競争激化の可能性

成長戦略 強みを活かした成長戦略

アジアへの海外展開加速 汎用油脂商品の収益力強化

ソリューション事業の強化 ~強みの掛け算~

商品の高付加価値化

ビジネスモデル

J-オイルミルズの強み

技術力

提案力

現場力

サプライチェーンの効率化・高度化の取り組み推進

中長期視点での生産拠点最適化

選択と集中、および効率化

J-オイルミルズのESG経営

企業活動が社会に及ぼす影響が大きくなる中、企業の社会的責任(CSR)、いわゆるESGに配慮した事業運営が求められ、いまやESGは企業価値の評価指標の一つとして重視されています。当社は、ESGへの取り組みは事業活動の基盤であり、競争力を左右する重要な要素と捉え、事業と一体となったESG経営を推進しています。社会の課題が複雑化する中、より一層ESG経営の高度化を図るべく、あらためてマテリアリティの議論を進めています。

※マテリアリティは2018年度中に特定予定、「J-オイルミルズレポート2019」にて公開いたします。

経営基盤強化~ESG経営の推進~

コーポレート・ガバナンスの強化

企業理念の策定・浸透

人財マネジメント戦略

品質保証体制強化

環境負荷低減の取り組み推進

Joy for life

生きるをおいしく、うれしくしたい。

企業理念の実現

企業価値の向上

成果

お客様の課題解決
社会課題の解決
(SDGs達成への貢献)

提供価値

「あぶら」の
付加価値化による
おいしさの実現

「あぶら」の価値の拡張

高度なサービス

強い商品開発力

構造改革

J-オイルミルズのCSV(価値提供)の取り組み ~SDGs達成への貢献~



社会課題／顧客・消費者課題	当社のCSVの取り組み／提供価値	SDGsとの関連性
国内の人口動態の変化、核家族化の進行 ⇒女性の社会進出拡大や高齢者の増加等、ライフスタイルや食文化を取り巻く環境変化に伴い、食事の外部化が進展	揚げ物料理の価値：食感、味覚、香味などの向上、さらに揚げ物が長持ちする油の開発・提供により、揚げ物料理の価値向上に貢献	8 豊かさと 公正な社会
労働人口減少や少子高齢化の進行 ⇒調理の現場では、プロシェフの不足や労働生産性の向上等が業界全体の課題	調理価値：調理の簡便化・効率化が図れる油の開発・提供により、生産性の向上に貢献 調味価値：誰でもプロの味が表現できる油の開発・提供により、おいしさ向上に貢献	8 豊かさと 公正な社会
健康維持・増進への貢献 ⇒健康志向の高まりや、社会保障の在り方に関する議論の本格化	健康価値： ・オリーブオイルやアマニ油の商品ラインナップ強化 ・特定保健用食品、抗菌・抗ウイルス剤、医療研究用レクチンの開発・提供による人々の健康維持・増進への貢献	3 健全な 生活
世界人口の増加 ⇒食料需要の拡大、フードロスの増加が課題	社会価値(持続可能な調達)： ・原料生産地との持続的な調達に向けた対話の推進、RSPOへの加盟 ・原材料の使い切りの推進によるフードロス削減に貢献	2 健全な エネルギー 15 気候変動 17 公正な 社会
気候変動や環境問題への対応 ⇒地球環境に与える負荷の低減が課題	環境価値：長く調理に使える油の開発・提供により、使用量やコストの削減、食資源(原料)の使用抑制、廃棄物の発生抑制、さらに物流量の抑制に伴う燃料やCO ₂ 排出の削減に貢献 ・シックハウス防止に適した接着剤の開発による国産木材の利用促進	12 持続可能な 消費と生産 15 気候変動 16 平和と 公正な社会

新たな価値を創造する 「おいしさデザイン工房」オープン

当社は、2018年7月、『「あぶら」を究めて、心動かすおいしさを創造する「おいしさデザイン企業へ』というミッションを実現するために、「おいしさデザイン工房」を設立しました。これまで当社が培ってきた知見やノウハウを活かし、お客様の新たな価値創造に貢献していきます。



「おいしさデザイン工房」は、お客様へのソリューション提案力を強化し、新しいおいしさを社内外へ発信すべく、キッチン・ベーカリー・オフィス機能を備えた複合型プレゼンテーション施設です。

一般家庭のキッチン能力からプロの調理現場まで広く対応できる複数のデモ・プレゼン用キッチンを設置しているほか、モニターやカメラなどの中継機能を備えたキッチンスタジオや、ベーカリーやお菓子、チョコレートなどの試作室を整備しています。また通常のオフィス機能に加え、災害時のBCP拠点としての機能も備えています。



「強みの掛け算」により新たな価値の創造を目指す

当社は、お客様にとって最適なソリューションを提供する際、「あるべきおいしさ」の追求から始める必要があると考えています。おいしさはターゲットとオケーション(場所、機会)によって変化するもので、またそのニーズは家庭用、業務用(外食・中食・加工用)、製菓・製パン用でそれぞれ異なります。当社は、これまで培った基盤技術と、各食シーンにおいて「なぜ」おいしいのかを解明するサイエンス機能、「どうやって」おいしくするのかを再現するテクノロジー機能を掛け合わせることで、おいしさを科学的に追究します。



「おいしさデザイン工房」が これから新たに創造する価値

近年のトレンドから様々な要望が高まる中、自社の商品はもちろん、場合によっては社外の技術も取り込み、組み合わせてお客様にとって最適な「ソリューション」を探していきます。



製菓・製パン用途

オリジナリティの高い「マーガリンとスターチのコラボ」によるユニークなアプリケーション開発。



家庭用用途

オリーブオイルの新しい食べ方、日本の食卓に合った使い方を模索し、オリーブオイルの魅力と食べる楽しさを提案。



業務用用途

様々な技術サポートを通じた「あるべきおいしさ」の追究

- 外食
人手不足に対応しながら、より本格的な「おいしさ」実現に貢献する商品の開発
- 中食
風味・食感における経時変化を抑えシズル感をUPさせるなど、出来立ての「おいしさ」をお届けするためのお役立ち
- 加工用
それぞれの加工プロセスや、求められる「おいしさ」に合った独自素材の提供



新たな価値の創造

おいしさの体感

ソリューション提案

おいしさの実現

お客様

相互
コミュニケーション

「おいしさデザイン工房」を
起点とした
コミュニケーション

相互
コミュニケーション

市場



おいしさの実現はすべて「お客様と共に創っていく」活動であり、そのために「おいしさデザイン工房」がお客様や市場との接点となるべく、様々な人々が交流して化学反応を起こす場所を目指していきます。

「長調得徳[®]」を10年ぶりにリニューアル 「あぶら」の価値をさらに拡張させました

現在、世界的な人口増加や気候変動の影響により、食資源の様々な問題がかなり深刻なものとなっています。限りある食資源を大切に、持続可能な地球環境を次世代に残していくことは、食品を取り扱っている当社にとって重要なミッションの一つです。

業務用油脂商品の「長調得徳[®]」は、独自の技術で加熱による劣化を抑制し、一般的なフライ油よりも長持ちする油です。発売10周年を迎えた2018年1月にリニューアルし、さらに劣化抑制の効果を高めることができました。ここでは「長調得徳[®]」の提供価値をご紹介します。

「長調得徳[®]」のCSV ～SDGs達成への貢献～

当社販売量から試算。また、各試算は原料を菜種にしています。



Case 1

経済価値

社会価値

長持ち機能

「長調得徳[®]」は、一般的なフライ油よりも約3割長くお使いいただける油です。当社独自の技術で酸化促進物質に働きかけ、加熱による劣化を抑制します。油を長く良い状態で使っていただくことができ、長期間使用しても泡立ちが少なく、カラっとした揚げあがりを実現します。

人手不足の対策

「長調得徳[®]」は従来のフライ油よりも長持ちするため、油の交換回数が削減され、その分交換する手間も減らすことができます。また「長調得徳[®]」はにおいの発生を抑える機能が一般的なフライ油と比較して2割高いため、店内や厨房の調理担当者を含む働く人の負担を低減し、労働環境を改善することができます。

長持ち効果



通常のフライ油と比較して約3割長くお使いいただけることで、お客様のコスト削減にも貢献します。



容器の軽量化で油交換の負担を軽減

容器は8kgのバッグインボックス型を追加し、軽量化したことで、女性や高齢の方でも簡単に油を交換することができます。

「あぶら」には、単なる熱媒体としての用途を越えた様々な価値があります。
 J-オイルミルズは、「あぶら」が持つ付加価値機能の徹底した追及により、拡大していくお客様や社会の課題の解決に貢献します。

揚げ物料理の価値

調理価値

炊飯油・麵そばき油
調理の簡便化・効率化



健康価値

オリーブオイル・アマニ油など
油の持つ脂質栄養



調味価値

風味油・風味向上油
おいしさ向上



「あぶら」の価値の拡張

12 つくる責任
つかう責任



Case 2

食資源不足の解消

従来のフライ油の代わりに「長調得徳®」を使用することで原料(穀物)の使用を節約することにつながり、持続可能な資源活用に貢献することができます。

経済価値

社会価値

↓ 68 km²

通常のフライ油と比較して、「長調得徳®」を使用した場合、耕地面積にして東京ドーム1,458個分の面積と同程度の農地を削減できます。

12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



Case 3

CO₂の排出削減

油が長持ちすることは、原料(穀物)の使用量を減らすだけでなく、原料の集荷から輸送、保管、生産工程、包装資材、商品の出荷まであらゆるサプライチェーンにおける活動の抑制につながり、そこから排出されるCO₂を削減します。また、お客様が使用した後に発生する油の廃棄量も同様に抑えることが可能になります。

環境価値

CO₂を削減

↓ 5,446 t

通常のフライ油の代わりに「長調得徳®」を使用した場合、海運輸送時のCO₂排出量を4,547t、トラック輸送によるCO₂排出量を63t、搾油時のCO₂排出量を836t削減できます。



お客様や社会の課題を解決

これまでも当社は、環境や社会に配慮した様々な商品を開発・販売してきました。今後も「あぶら」の持つ付加価値機能を徹底的に追求することにより、お客様の課題解決はもちろん、高齢化社会における最適な栄養補給や労働人口の減少による人手不足、女性の社会進出拡大に向けた調理時間短縮、不足する食資源といった今後拡大が想定される社会課題の解決に貢献できる商品・サービスの開発に取り組んでいきます。



調理省力化



栄養不足



食資源不足



人手不足

事業概況

油脂事業

油脂事業は、「あぶら」のプロとして、「おいしさデザイン」を実現するため、安心・安全を基本に、幅広い用途に使われる汎用品から、「あぶら」の付加価値を調理・調味・健康の各領域でより活かすことのできる高付加価値商品まで幅広く展開し、お客様や社会の課題解決へ貢献していきます。具体的には、①「油を良い状態で使っていただく」②「油で美味しく」③「油で健康に」という3つの軸でお客様に貢献することを目指しています。

● 家庭用油脂

家庭用油脂では、国内オリーブオイル市場トップブランドの「AJINOMOTO®オリーブオイル」や栄養機能食品「AJINOMOTO®健康プラス」、特定保健用食品「AJINOMOTO®健康サララ」など、お客様のおいさと健康づくりにお役立ちできる各種の商品を取り揃えています。また、油で料理をより本格的においしく味わっていただくために、香味油・調味油ラインナップを充実させています。2018年秋季新商品として、炒飯油と花椒油をラインナップに加えました。



● 業務用油脂

業務用油脂では、当社独自技術でおいしく長時間ご使用いただける「長調得徳®」シリーズをリニューアルし、さらに長くお使いいただけるようになりました。また「J-OIL PRO® プロのための調味油」シリーズのラインナップに、直火の強い炎で焼いたような香ばしさと、お肉を焼いたときに感じる旨みを増強しお肉メニューのおいしさを向上する「J-OIL PRO® プロのための調味油グリルオイル」を新たに追加し、お客様の調理課題を解決するご提案を強化しています。



● 油糧

大豆・菜種などの原料を搾油処理した後の搾り粕(ミール)は良質なたんぱく質や糖質を多く含んでおり、様々な用途で活用されています。大豆ミールは配合飼料や醤油の醸造用原料に、菜種ミールは有機肥料や配合飼料の原料に使用されています。

事業概況と成長戦略

油脂事業は、原料・為替の影響、物流費増加などのコスト上昇の環境下、8月に価格改定を発表し価格は正に取り組みましたが、目標水準には達しませんでした。家庭用油脂市場は、積極的なプロモーションを行ったオリーブオイルが堅調に推移し、業務用でも「長調得徳®」のリニューアルや、調味油の「J-OIL PRO® プロのための調味油」の品ぞろえを強化しました。油糧部門は菜種ミールの売上が前年を若干下回りましたが、大豆ミールの拡販に努め、この結果、売上高は前年を若干上回ったものの、大幅な減益となりました。

当期は油脂商品の価格是正に取り組み、今後も環境変化への対応力を強化するため、汎用油脂事業の筋肉質化に努めるとともに、高付加価値領域の育成強化に取り組んでいきます。



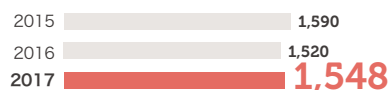
Topics

「ひとかけ」 コミュニケーションによる 新たなオリーブオイル使用シーンの 拡大

オリーブオイルは家庭用油脂市場の約3割を超えるまでに成長していますが、その用途はまだ限定的です。当社では、いつものお料理にオリーブオイルをかけることでよりおいしく味わっていただけるという「ひとかけ」の提案を行っています。広告媒体でのコミュニケーションに加え、店頭でのオリーブオイルひとかけイベントを定期的実施し、お客様に直接「AJINOMOTO®オリーブオイル」の新たな使い方を訴求し、「ひとかけ」の浸透を図っています。



売上高(億円)



営業利益(億円)



油脂加工品事業

油脂加工品事業は、マーガリン・ショートニングや粉末の油脂を取り扱い、事業を行っています。固体・粉体の油脂には液体の油脂にない様々な機能と可能性があり、当社が長年にわたり培ってきた独自の技術・機能を活かした提案で、お客様のご要望にお応えし、また新たな価値の創造に挑戦しています。

● 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に長くご愛顧いただいている「ラーマ」ブランド商品を販売しています。業務用マーガリンでは、独自のフレーバー技術でバター風味を実現した「マイスター」、バターコンパウンドマーガリンの「グランマスター®」シリーズの商品を中心に、製菓・製パン分野におけるお客様の抱える課題解決に向けた提案を強化しています。



● 粉末油脂

粉末油脂は、油でありながら、粉ものや水への分散性に優れ、さらに、乳化食品であるため、油のおいしさと水系に溶けるもののおいしさを併せ持つことができるといったユニークな特長があります。粉末油脂の持つこれらの特長に、当社が長年培ってきた独自の技術を加え、製菓や冷凍食品等の加工食品をさらにおいしくする素材として、今後の拡大が期待される分野です。現在は、コーヒー用クリーマーが中心のビジネスですが、これらの特長や技術を活かして、様々なお客様の価値創造に貢献できるよう技術・商品の開発、アプリケーションの強化を目指していきます。



Topics

パレツ商品のご提案事例

パレツ商品とは、細かいチップの形をしたユニークな形状の業務用マーガリン商品です。元々はパイを作るために開発されたものですが、最近ではパンへのご提案も強化しています。パレツを使用することで、豊かなバター風味とジューシーな食感を生み出すことができます。当社ではパレツの持つ機能と、当社の持つアプリケーション技術を活かし、お客様が求める価値創造に向けたご提案を続けていきます。

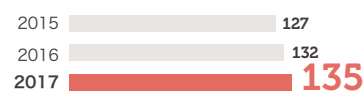


事業概況と成長戦略

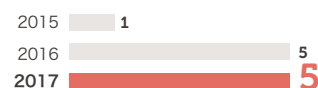
油脂加工品事業では、家庭用マーガリンは、リニューアルした「ラーマ®ベーシック」等の発売によりシェアは維持するも、市場の低迷により売上は前年を下回りました。一方、業務用マーガリンは「グランマスター®」シリーズをはじめ高付加価値品の拡販に努め、売上は前年をわずかに上回りました。粉末油脂事業は生産が安定し目標を上回りました。

マーガリン事業では、将来の労働人口不足・人手不足による製菓・製パン領域の省力化・合理化ニーズに応えるアプリケーション提案を行い、油脂素材との組み合わせで、積極的な展開を図っていきます。また、粉末油脂事業では、生産体制を強化し、新たな付加価値提案の機会を追求し、事業の拡大を図ります。

売上高(億円)



営業利益(億円)



事業概況

食品・ファイン事業

食品・ファイン事業は、油脂原料を使いきるため、粕や微量成分の持つ効果に着目し、スターチ、ケミカル、ファインの各領域で、食品だけでなく、生活全般に役立つJoy for lifeの実現を様々な商品で展開しています。

- ① スターチは食感改良材として様々な加工食品に使われています。
- ② ケミカル(接着剤等)は住宅等、生活に必要な場面で使われています。
- ③ ファイン事業は、ビタミンK2、イソフラボン等の素材を提供しています。

● スターチ事業部

トウモロコシやタピオカなどのでん粉(スターチ)をベースとした、当社独自の高性能加工でん粉を取り扱っています。当社の各種加工でん粉はお惣菜、畜肉商品、米飯、麺類などに幅広く利用され、食感の面から様々なおいしさをデザインしています。当社は、スターチ商品を油脂、マーガリンと合わせた「強みの掛け算」によるご提案を行うことで、お客様が求めるテクスチャーソリューション(おいしさ)の実現を目指しています。



● ケミカル事業推進部

当社の合成樹脂接着剤・塗料は、環境に配慮した接着剤として住宅建材から家具などの生活必需品にまで様々な場所で使用されています。当社主力商品の木材用接着剤は、国産材(スギ、ヒノキ等)有効利用拡大の一端を担っており、ESGに配慮した持続可能な社会の達成に貢献しています。また、当社独自開発の水溶性銀系抗菌剤やレクチンといった医薬研究用試薬・原料の提供を通じ、人々の健康につながる取り組みも進めています。



事業概況と成長戦略

食品・ファイン事業では、選択と集中による事業の再構築を行い、健康食品事業は撤退しました。また、メディカル(診断薬)事業はJ-ケミカルへ移管し、意思決定の迅速化と採算の改善を図ります。また、スターチ事業は、油脂との組み合わせによるソリューション提案の強化により、高付加価値の食品加工でん粉が外食・加工食品等のお客様に多数採用され、またレジスタントスターチを豊富に含むでん粉「アミロファイバー®」は低糖質素材として採用が広がりました。SOYシート事業は米国の現地需要が堅調で売り上げは好調に推移しました。ケミカル部門は木質建材接着剤の価格改定と販売数量の維持により売上高は前年を上回りました。

スターチ事業は、油脂との組み合わせを含めた今後も消費者のニーズの変化に対応した食品機能を提案し、中食市場への取り組みを強化していきます。

ケミカル事業は木材にかかわる事業として地球環境に配慮した様々な課題の解決にも取り組みを進めていきます。



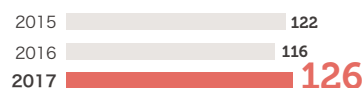
Topics

海外でのスターチ販売、ケミカル分野での社会貢献、静岡第4工場のHALAL認証

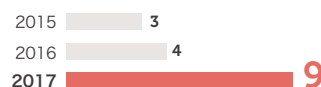
当社は、海外でのスターチ販売に力を入れています。その際重要となってくるのが、ASEAN市場でのHALAL認証です。当社スターチ製品を製造する静岡第4工場の一部では、2016年8月に認証取得に向けたプロジェクトを立ち上げました。製造の各工程を特別な水溶液で洗う「宗教洗浄」や、監査時の細やかな対応を行った結果、2017年11月に取得に至りました。今後JOT*ではASEAN市場でのスターチの拡販に努め、原材料に厳しい制限のあるHALAL食品でもあらたなおいしさの実現を目指します。

※JOT: J-OILMILLS (THAILAND) Co., Ltd.

売上高(億円)



営業利益(億円)



新商品 情報

New products information

ラーマオリーブ&バター風味

家族で楽しめる飽きのこない味で、パンに合うフルーティなオリーブオイルの風味にこだわった商品です。オリーブオイルとマーガリン、両方を良く知る当社ならではの開発力から生まれた商品で、毎日の朝食に、新しいおいしさをご提供します。



家庭用

AJINOMOTO® 香り立つ花椒油

花椒の芳醇な香りと程良い「しびれ」が絶妙なバランスの香味油です。食卓出現頻度の高い麻婆豆腐を筆頭に、いつもの中華メニューを、香り高く本格的な味わいに仕上げます。2017年秋に、業務用「J-OIL PRO® プロのための調味油 花椒油」として発売したものを、今回家庭用として新たに発売しました。お好みの風味付けを可能にし、お客様の嗜好性にあった商品提供を通じて、豊かな食卓づくりに貢献します。



家庭用

AJINOMOTO® 香り立つパラっと炒飯油

近年、油の使われ方は「かける」・「あえる」・「つける」など、より多様化しています。このような環境下においては、消費者の課題を認識し、使い方をご提案していくことが重要です。「AJINOMOTO® 香り立つパラっと炒飯油」は、当社の独自技術により米をコーティングすることで、パラっとしたおいしい炒飯を簡単に作ることができる油です。さらに、焼き豚、焦がし醤油、焦がしにんにく、ねぎの4種の香味油をブレンドすることで、ご家庭でもお店の味を再現することができます。



家庭用

AJINOMOTO® アマニ油入りごま油 えごま油入りごま油



家庭用

香り高い高温焙煎ごま油に、オメガ3 (n-3系脂肪酸*)豊富なアマニ油、えごま油をブレンドした商品です。ごま油を使いながらオメガ3 (n-3系脂肪酸)をおいしく摂れることが特長です。いつものごま油と同じように、「かける」・「あえる」などそのままの使用や、炒めものなどの加熱調理にもお使いいただけます。新たな付加価値を持った商品提案を通じて、ごま油市場のさらなる活性化を図ります。

*n-3系脂肪酸は皮膚の健康維持を助ける栄養素です。

J-OIL PRO® プロのための調味油 グリルオイル

調理経験が少ない人でも、本格的な味付けが失敗なく、手軽にできるオイルです。「香りづけ」、「調理感」といったプロの技術を補う新たなテーマに対し、直火の強い炎で焼いたような香ばしさとお肉を焼いたときに感じる旨みを増強し、お肉メニューのおいしさ向上を訴求します。プロのための調味油「J-OILPRO®」シリーズは「花椒油」と「グリルオイル」を加え全16品となりました。



業務用

Topics

当社の家庭用フレーバーオイルは、フレーバーの展開にて新ジャンルを育成したことが評価され、食品産業新聞社主催の「第48回食品産業技術功労賞」マーケティング部門を受賞しました。



Topics

「J-OILPRO®プロのための調味油」シリーズは、日本食糧新聞社主催の「第22回業務用加工食品ヒット賞 中華部門」を受賞しました。

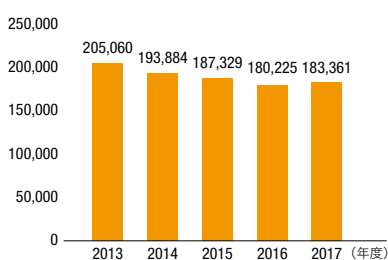
パフォーマンスハイライト

財務指標(連結ベース)

	単位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
会計年度						
売上高	百万円	205,060	193,884	187,329	180,225	183,361
営業利益	百万円	6,257	4,193	4,634	5,468	4,005
経常利益	百万円	6,762	4,796	5,357	5,832	5,137
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	3,913	3,105	2,973	3,258	4,127
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	11,520	6,937	9,798	6,066	6,572
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 8,710	△ 3,016	△ 5,320	△ 10,294	△ 3,766
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 2,431	△ 4,434	△ 4,249	3,830	△ 5,600
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	6,309	5,806	6,027	5,631	2,839
会計年度末						
総資産額	百万円	156,197	157,082	153,643	164,925	154,945
純資産額	百万円	73,979	79,639	79,811	83,531	84,115
1株当たり情報						
1株当たり純資産額	円	4,446.28	4,784.33	4,795.83	5,019.67	5,107.63
1株当たり当期純利益	円	235.06	186.65	178.74	195.91	249.52
1株当たり年間配当金	円	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
経営指標						
配当性向	%	38.3	48.2	50.4	45.9	36.1
自己資本比率	%	47.4	50.7	51.9	50.6	54.3
自己資本当期純利益率(ROE)	%	5.4	4.0	3.7	4.0	4.9
株価収益率	倍	11.7	22.4	19.3	21.4	14.5

■ 売上高

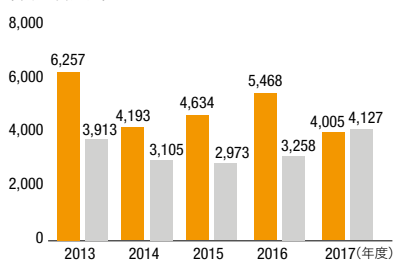
(単位:百万円)



■ 営業利益

■ 親会社株主に帰属する当期純利益

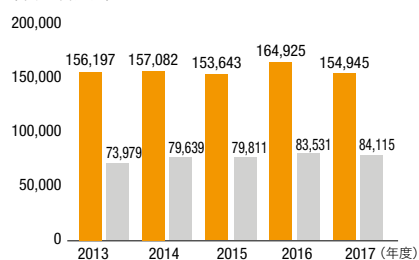
(単位:百万円)



■ 総資産額

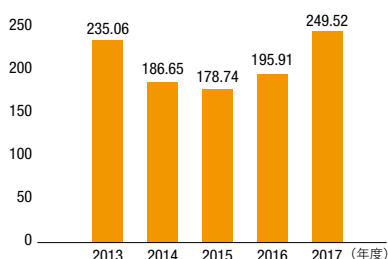
■ 純資産額

(単位:百万円)



■ 1株当たり当期純利益

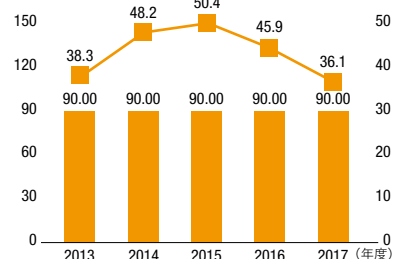
(単位:円)



■ 1株当たり年間配当金/配当性向

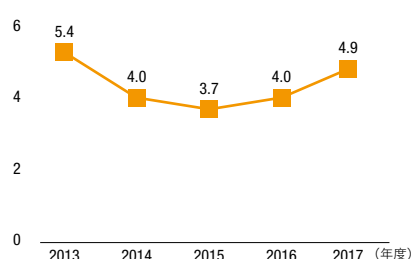
(単位:円)

(単位:%)



■ 自己資本当期純利益率(ROE)

(単位:%)



(注) 1.売上高には、消費税等は含まれていません。

2.当社は2016年10月1日に普通株式10株を1株に併合しています。1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益、1株当たり年間配当金は株式併合後の基準で換算しています。

非財務指標

	単位	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
従業員						
従業員数(単体)	名	969	951	948	953	985
男性	名	815	797	790	796	815
女性	名	154	154	158	157	170
外国人	名	1	0	0	0	0
平均年齢	歳	42.1	42.6	43.0	43.3	43.1
勤続年数	年	16.1	16.6	17.2	17.4	17.0
管理職数	男性	255	255	232	249	283
	女性	3	3	3	10	15
うち部長職以上	男性	62	62	60	70	70
	女性	0	0	0	1	1
女性管理職比率	%	1.2	1.2	1.3	3.7	5.0
新卒採用者数	男性	15	12	15	11	26
	女性	2	3	6	2	9
離職者数 ^{※1}	名	5	15	12	10	16
障がい者雇用率 ^{※2}	%	1.61	1.99	2.37	2.38	2.06
育児短時間勤務制度利用者数	名	12	22	24	21	23
育児休業制度利用者数	名	10	11	10	8	7
育児休業復職率	%	100	100	100	100	100
看護休暇取得者数 ^{※3}	名	1	1	1	2	4
介護休業取得者数	名	0	0	0	1	1
有給休暇取得率	%	71.6	71.5	68.6	64.9	63.0
時間外労働時間(1人当たり)	時間/月	16.8	16.1	16.1	16.3	16.8
労働災害件数(休業4日以上)	件	0	1	0	2	1
休業災害度数率 ^{※4}	度数率	0	0.40	0.40	0.79	0.79
休業災害強度率 ^{※5}	度数率	0	0.011	0	0.007	0.107
環境						
原料使用量	千t	1,771	1,683	1,673	1,678	1,739
購入電力	万kWh	9,208	10,438	9,937	8,543	6,521
CO ₂ 排出量 ^{※6}	千t-CO ₂	175	177	177	164	162
CO ₂ 排出原単位 ^{※6}	t-CO ₂ /精製油t	0.27	0.28	0.29	0.26	0.24
水資源投入量	m ³	7,211,914	7,051,877	6,651,183	6,224,333	6,060,568
排水量	m ³	11,647,770	11,577,516	10,637,286	11,125,858	10,818,288
廃棄物発生量(生産拠点)	千t	38	39	37	39	43
再資源化率(生産拠点)	%	99.95	99.99	99.98	99.99	99.99
特定化学物質排出量・移動量	t	11	12	7	11	8
社会貢献						
社会貢献活動支出額	百万円	2.7	6.4	7.7	24.8	27.2

※1 定年退職者を除く。

※2 各年3月末時点。

※3 子の看護休暇取得者数。

※4 1日以上休業。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。

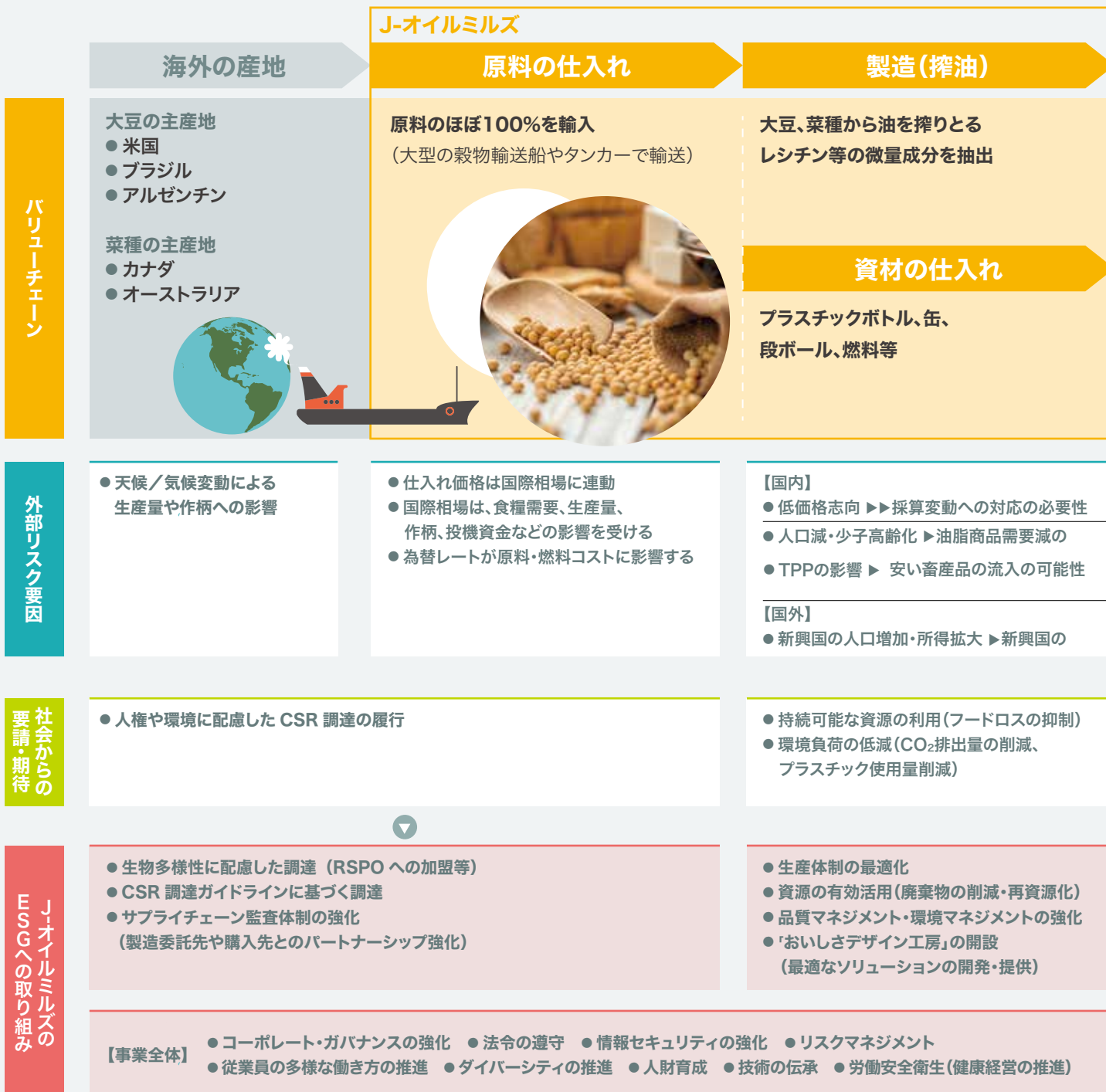
※5 1,000延労働時間当たりの休業労働損失日数で、災害の重さの程度を示します。

※6 電力会社のCO₂排出係数は前年度の係数(クレジット調整後の係数)を用いています。

J-オイルミルズの事業とESG経営

当社は、これまで培った有形・無形の資産や当社独自の強みを活かし、SDGsで挙げられている様々な課題に対して、事業を通じて課題解決に貢献し、さらには新たな価値を提供することで当社も成長を目指すCSV経営を推進し、SDGs達成に積極的に貢献していく考えです。

一方では、国際社会の成長とともに増大するリスクへの対応・適応力を強化するとともに、事業活動による負の影響を最小化するESGに配慮した経営を推し進めていきます。



SDGs:Sustainable Development Goals
(持続可能な開発目標)とは

2015年9月に国連持続可能な開発サミットで採択されたSDGsは、2030年までに世界が達成すべき国際社会共通の成長目標です。SDGsには、地球規模で解決しなければならない気候変動や資源問題、先進国でも深刻化している健康や雇用といった様々な課題の解決に向けて、17の分野別目標 (Goals)と、169のターゲット、指標によって構成されています。



商品

油脂

大豆油、菜種油は食用油として販売



油糧

搾り粕は大豆ミール、
菜種ミールとして販売



物流



販売先

業務用

- 外食・中食のお客様へ
- 加工用
- 加工食品メーカーへ(マヨネーズ、マーガリンなどの原料として)
- 家庭用
- スーパーなどへ

- 飼料・肥料メーカーへ
- 醸造メーカーへ



可能性

畜産農家からの配合飼料需要減、
それによるミール需要減の可能性

需要減の可能性への
対応の必要性

食肉需要増大 ▶▶ 飼料原料としてのミール需要増

- 人手不足
- 物流コストの上昇
- 環境規制

- 少子高齢化/成熟市場
- 競争の激化
- 低価格志向
- TPPの影響

- 食の安心・安全 ● 安定供給
- 社会課題の解決に資する商品の開発

- 物流の効率化
- 輸送にかかわる環境負荷・汚染の低減

- 商品に関する適切な情報の提供

- 配送パートナー様との協働の取り組み
- 配送物流網の再構築

- 世界的な人口増加や気候変動などに貢献できる商品の開発
- 健康価値情報の発信
- お客様とのコミュニケーション (お客様相談室の活動、お客様の声の反映)

- ステークホルダーとの双方向コミュニケーション ● 企業風土の改革 ● サプライチェーン全体視点での業務効率化
- 地域社会への貢献

コーポレート・ガバナンスの強化

J-オイルミルズは、ステークホルダーから信頼を得られる誠実で透明性の高い経営の実現のために、コーポレート・ガバナンスの強化を進めています。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

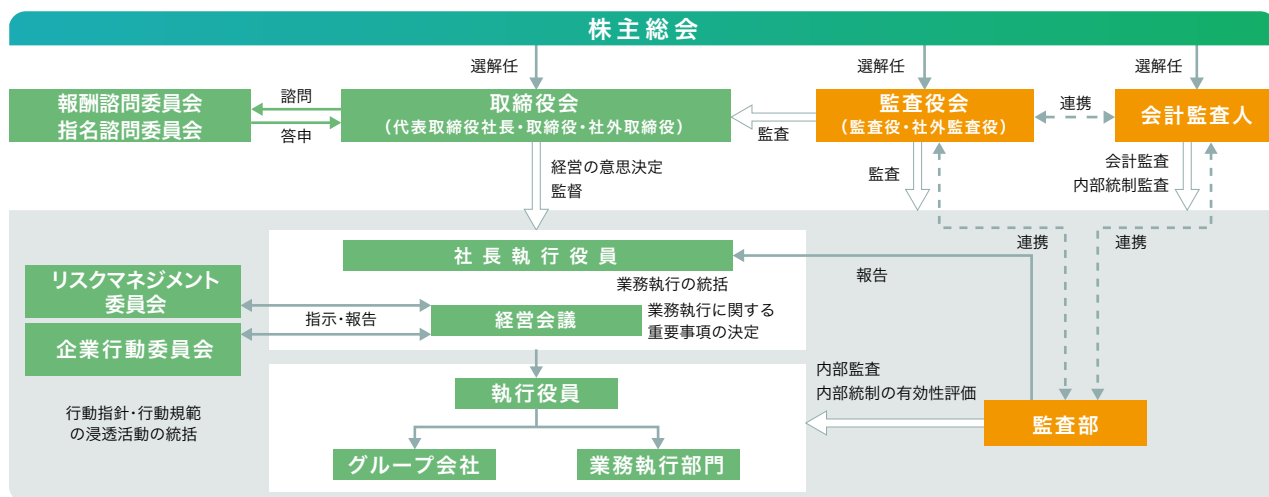
当社は、企業理念「Joy for life 生きるをおいしく、うれしくしたい。」を実現させ、健全で誠実な透明性の高い経営を推し進めるために、確固たるコーポレート・ガバナンス体制を維持することが重要であると考えています。当社は、経営の監視・監督体制および内部統制システムを整備・強化し、

適法性を高めるとともに、公平性・健全性を確保する経営を行います。またコンプライアンス体制、リスク管理体制の強化を図り、CSR経営を推進して、経済・社会・環境的価値を提供することで社会の期待に応えていきます。

● コーポレート・ガバナンスの概要

組織形態	監査役会設置会社
取締役会議長	八馬史尚(代表取締役社長執行役員)
取締役人数	9名(社外取締役4名、うち独立役員2名)
監査役人数	4名(社外監査役2名、うち独立役員1名)
取締役会開催状況(2017年度実績)	開催回数⇒17回 出席率⇒取締役99.3% 監査役100%
監査役会開催状況(2017年度実績)	開催回数⇒24回 出席率⇒100%
指名委員会・報酬委員会に相当する任意の委員会	当社は取締役会の機能の独立性・客観性を高め、説明責任をより強化することを目的として、「報酬諮問委員会」(取締役・執行役員の報酬等を審議し取締役会に助言・提言を行う)と社外取締役を委員長とする「指名諮問委員会」(取締役・執行役員の専任や解任案等を審議し、取締役会に助言・提言を行う)を設置しています。 ●報酬諮問委員会⇒社外取締役3名と社外監査役1名の計4名で運営 ●指名諮問委員会⇒社内取締役1名と社外取締役2名の計3名で運営
取締役・監査役の選任	取締役会の諮問機関である指名諮問委員会の諮問結果をふまえ、取締役会で選任
独立役員的人数	社外取締役2名、社外監査役1名(※東京証券取引所の定めに基づく独立役員)
報酬等の決定	取締役会の諮問機関である報酬諮問委員会の諮問結果をふまえ、取締役会で決定

● コーポレート・ガバナンス体制図(2018年11月時点)



コーポレート・ガバナンス強化への取り組み

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会の実効性をより一層高め、2015年度から開始している取締役の実効性に関する評価を2017年度も行いました。2017年度は取締役・監査役全員を対象にした記名式のアンケートに加え、各取締役・監査役へのヒアリング、外部有識者への意見聴取を実施し、これらの結果についての議論を行いました。

当社の取締役の実効性については、前回と比較して「諮問委員会の設置」や「社外取締役との関係」などコーポレート・ガバナンスに改善が認められる一方で、「経営会議と取締役会の役割分担とアジェンダセクション」や「全社最適視点による取締役会の活性化」といった課題があることも認識されました。実効性については概ね一定の水準ではありましたが、今後さらなる実効性向上に向けてPDCAを回しながら行っていくことを確認しました。

役員研修の実施

当社では、取締役等の役員を対象に、年1回その年の重要テーマや内部統制に関する研修会を実施しています。さらなる充実を図るため、役員および経営幹部候補者を対象にした研修(トップマネジメント研修、新任取締役研修、経営幹部候補者研修)を2016年度から実施しています。

また、社外取締役および社外監査役には、就任時に必要に応じて各部門から事業・業務内容を説明する研修会を実施し、事業所等の視察も行っています。

役員報酬の考え方

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方に基づき、取締役の報酬に関して次のように決定しています。

● 取締役:

(ア) 定額の固定報酬

(イ) 業績等によって支給額が変動する「業績連動報酬」のうち、事業年度ごとの連結業績等に基づく短期インセンティブ(賞与)

(ウ) 業績等によって支給額が変動する「業績連動報酬」のうち、4ヶ年にわたる中長期的な業績および当社株価に連動する長期インセンティブ(株式報酬)

● 社外取締役: 定額の固定報酬

● 監査役: 定額の固定報酬

● 株式報酬制度 (各要素の割合イメージ)

導入前

固定報酬		業績連動報酬	
月額給与	退職慰労金 固定 金銭報酬	賞与 株価連動	賞与

導入後

固定報酬		業績連動報酬	
月額給与	金銭報酬	短期 インセンティブ	長期 インセンティブ 株式報酬*

※ 株式報酬: ● 中期経営計画および各事業年度の目標達成度に応じて算出
● 役位に応じて業績連動比率設定

株主・投資家の皆さまとの対話促進

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するために、株主・投資家の皆さまとの対話をより促進していきます。IRの機能を財務部から経営企画部に移管し、より経営と連携した対話を進めていきます。法令遵守のもと、透明性、公平性、継続性に配慮した適切な情報開示を行い、対話を通して把握した意見は、社長をはじめとする関係役員で共有し、必要に応じて取締役会で報告を行うなど、今後の経営に活かすように努めています。

役員体制 (2018年7月1日現在)

取締役 略歴、地位、担当および重要な兼職の状況



代表取締役社長執行役員 **八馬 史尚**

1983年4月 味の素株式会社入社
 1998年7月 インドネシア味の素販売株式会社
 代表取締役社長
 2008年7月 アメリカ味の素株式会社取締役副社長
 2009年7月 味の素株式会社
 食品カンパニー加工食品部長
 2011年7月 同社食品事業本部外食デリカ事業部長
 2013年6月 同社執行役員
 2015年6月 同社常務執行役員
 2015年6月 当社代表取締役社長
 2016年6月 当社代表取締役社長執行役員(現任)



取締役兼専務執行役員 **善当 勝夫**

1981年4月 味の素株式会社入社
 2000年7月 同社油脂部部長
 2003年6月 味の素製油株式会社取締役
 2005年6月 当社執行役員
 2007年6月 当社常務執行役員
 2011年6月 当社取締役(現任)
 2015年6月 当社専務執行役員(現任)
 2018年7月 当社営業管掌



取締役兼専務執行役員 **近藤 邦彦**

1981年4月 豊年製油株式会社入社
 2003年1月 同社化工品本部化成品営業部長
 2004年7月 株式会社J-ケミカル取締役
 2006年6月 株式会社ユタカケミカル取締役(現任)
 2007年6月 株式会社J-ケミカル代表取締役社長
 (現任)
 2016年6月 当社取締役(現任)
 2018年6月 当社専務執行役員
 7月 当社食品・ファイン事業本部長 兼
 油脂加工品事業本部管掌



社外取締役 **栃尾 雅也**

1983年4月 味の素株式会社入社
 2007年7月 同社食品カンパニー海外食品部長
 2011年6月 同社執行役員経営企画部長
 2013年6月 同社取締役常務執行役員
 2016年6月 当社社外取締役(現任)
 2017年6月 味の素株式会社取締役専務執行役員
 (現任)



社外取締役 **遠藤 陽一郎**

1988年4月 三井物産株式会社入社
 1996年7月 米国三井物産株式会社ニューヨーク本店
 Corporate Development Dept.
 ゼネラル・マネジャー
 2001年4月 Mitsui & Co. Venture Partners
 CEO&マネージング・パートナー
 2004年7月 三井物産株式会社
 企業投資開発部投資事業室長
 2007年9月 三井物産企業投資株式会社
 代表取締役社長
 2017年4月 三井物産株式会社
 食料本部油脂・主食事業部長(現任)
 2018年6月 当社社外取締役



社外取締役(独立役員) **今井 靖容**

1977年11月 監査法人太田哲三事務所
 (現新日本有限責任監査法人)入所
 2001年5月 同法人代表社員
 2013年7月 公認会計士今井靖容事務所代表
 (現任)
 2015年6月 株式会社三栄コーポレーション
 社外取締役(監査等委員)(現任)
 2015年6月 当社社外取締役(現任)

監査役 略歴、地位、担当および重要な兼職の状況



社外監査役(常勤) **塩田 良晴**

1980年4月 味の素株式会社入社
 2008年7月 同社総務・リスク管理部長
 2012年7月 同社法務部長
 2013年6月 同社理事
 2016年6月 当社社外監査役(現任)



監査役(常勤) **吉田 哲**

1979年4月 吉原製油株式会社入社
 2005年6月 当社横浜工場長
 2007年6月 当社執行役員
 2008年6月 当社常務執行役員
 2010年6月 当社取締役
 2014年4月 当社生産本部長
 2016年6月 当社監査役(現任)



監査役 **野崎 晃**

1988年4月 弁護士登録(第一東京弁護士会)
 1995年4月 長島・野崎法律事務所開設
 2003年3月 野崎法律事務所代表(現任)
 2006年9月 株式会社マクロミル監査役
 2011年6月 NECフィールディング株式会社監査役
 2014年6月 アイベット損害保険株式会社
 社外監査役(現任)
 2015年6月 イチカワ株式会社社外取締役(現任)
 2015年6月 当社社外取締役
 2017年6月 当社監査役(現任)



取締役兼常務執行役員 **松本 英三**

1986年4月 味の素株式会社入社
 2011年7月 同社バイオファイン研究所
 プロセス工業化研究室長
 2015年4月 内閣府大臣官房審議官
 (科学技術・イノベーション担当)
 当社顧問
 2017年6月 当社取締役(現任)
 2017年6月 当社常務執行役員(現任)
 2018年7月 当社生産・技術開発管掌



取締役兼執行役員 **立見 健一**

1984年4月 豊年製油株式会社入社
 2008年6月 当社財経部長
 2008年6月 当社執行役員(現任)
 2016年6月 当社取締役(現任)
 2018年7月 当社コーポレート管掌



社外取締役(独立役員) **新宅 祐太郎**

1979年4月 東亜燃料工業株式会社
 (現JXTGエネルギー株式会社)入社
 1999年1月 テルモ株式会社入社
 2010年6月 同社代表取締役社長
 2017年6月 同社顧問(現任)
 2017年6月 参天製薬株式会社社外取締役(現任)
 2017年6月 当社社外取締役(現任)
 2018年3月 株式会社クボタ社外取締役(現任)
 2018年4月 一橋大学大学院経営管理研究科
 客員教授(現任)



社外監査役(独立役員) **池谷 修一**

1983年8月 公認会計士登録
 1993年10月 朝日監査法人(現有限責任あずさ監査
 法人)代表社員
 2016年7月 公認会計士池谷修一事務所代表(現任)
 2017年6月 当社社外監査役(現任)
 2018年6月 セントケア・ホールディング株式会社
 社外監査役(現任)

執行役員

内山 明浩

常務執行役員 原料部、油糧事業部担当

服部 広

常務執行役員 油脂事業本部長

富澤 亮

常務執行役員 ソリューション事業部長

長坂 篤

常務執行役員 油脂事業部付日華油脂(株)出向

小玉 祐司

執行役員 生産戦略部担当

内藤 彰

執行役員
油脂加工品事業本部長 兼 粉末油脂事業部長

石橋 朋純

執行役員
サプライチェーンコントロールセンター長

牛尾 和弘

執行役員 総務・人事部長

天野 裕

執行役員 海外事業部長

内海 淳

執行役員 大阪支社長 兼 西日本営業担当

遠藤 正史

執行役員
静岡事業所長

宮川 愛浩

執行役員 CSR部長 兼 経営企画部、
ガバナンス推進部担当

白砂 尋士

執行役員 技術戦略センター長 兼 研究企画
戦略部長 兼 知財戦略部担当

渡辺 健市

執行役員 フードデザインセンター長

大石 章夫

執行役員 総務・人事部人財開発グループ長

小野 繁

執行役員 東京支社長 兼 名古屋支店担当 兼
東日本営業担当

古川 光有

執行役員 油脂事業部長

堀内 亨

執行役員 財務部、情報システム部担当

仙田 拓司

執行役員 事業開発部長

社外取締役メッセージ



社外取締役に就任して今年で2年目となります。ステークホルダーに配慮しつつ企業価値の最大化に向けて、2018年度も引き続き社外取締役としての役割を果たしていきたいと思えます。

近年、年金など多数の個人の資産を長期的に運用する機関投資家の間で、ESG(Environment, Social, Governance)の視点を投資の意思決定に加味しようという動きが広がり、ESGが、企業と社会との関係で大きなトピックスになってきました。いわゆるESGに関して一定の水準を設けて、それを満たした企業に投資をしようという動きです。

逆に言うと、社会の持続的な発展に貢献しつつ、ガバナンス体制が整備された企業に投資することによって、健全で持続的な投資収益を実現することが、多数の個人の資産を預かる機関投資家の使命という考え方が広がってきたといえます。

ESGは機関投資家の投資行動だけではなく、すでに投資している企業との対話、株主総会での議決権行使に反映され始めています。そのため、ESGに関する個別企業の取り組みを情報開示することも大きな流れになりつつあります。

当社ではこれまでも確かな技術に基づいた様々な商品を開発・販売してまいりました。特に、油脂とミール(飼料原料)を供給する会社として社会的責任を果たし、同時に「おいしい♪」を通じてお客様の幸せに貢献できるよう努めてきました。こうした努力を、ESGの視点で見直すには何が必要でしょうか。私は、サプライチェーンの点検、投資家へのリターンの向上、BCPの強化があると思えます。

社会的責任を果たし、 株主の皆さまの期待に応えるために、 ESGの視点で3つの取り組みを 見直す必要があると考えています。

社外取締役
新宅 祐太郎

当社は食品を扱う会社であり、人々に必要不可欠な商品を提供する事業を営んでいます。原材料の安全性、輸送の効率性、生産工程での品質確保、商品のデリバリーなど、長大なサプライチェーンの上に成り立っており、あらゆる点で細かい注意が必要です。また、原料のほとんどを農業に依存するため、農業と環境保全の問題、農業労働の問題についても無関心ではられません。最近、問題になっているマイクロプラスチックによる海洋汚染の問題も注意していく必要があります。

投資家へのリターンでは大きな改善余地があります。株主資本に対するリターン(ROE)や一株当たりの株価と資産価値の割合(PBR)はほかの日本企業と比べても改善が必要です。また、株価についても市場全体の株価上昇の中で見ると、まだまだ株主の皆さまの期待は大きいと思えます。

三つめはBCPです。近年の異常気象は思いもよらぬ自然災害を引き起こしています。地震を含め、当社の事業は、原料、生産、輸送などあらゆる面で、これまでになくリスクにさらされていると言えます。供給責任が重い商品を扱っているだけに、災害リスクに対して万全の準備をしておくことが求められます。

2018年度は業績回復が見込まれますが、こうした時にこそ社会的責任を果たし、株主の皆さまの期待に応えられるよう、企業体質の強化が必要です。

コンプライアンスの取り組み

コンプライアンスの徹底

当社グループにとってコンプライアンスとは、法令遵守だけでなく、社会の一員として当然の企業倫理や社会的規範の遵守までを含んだ行動を指します。当社グループは常に社会から信頼される企業であるために、すべての従業員に対してコンプライアンスの徹底に努めており、2017年11月には「J-オイルミルズ行動規範・行動指針」を改定しました。また、当該規範に定められた「児童労働の禁止」や「反社会勢力との取引の禁止」、「政治、行政との健全な取引による腐敗防止」等について各種研修などにより啓発し、すべての従業員がコンプライアンスを遵守した行動をするよう徹底しています。

コンプライアンス推進体制

当社は、社長が指名する取締役を委員長とする「企業行動委員会」を設置し、「J-オイルミルズ行動規範・行動指針」に沿った企業行動がなされているか確認を行っています。年に2回開催される「企業行動委員会」には各部門の責任者と労働組合代表者が参加しています。当社グループが抱える部門ごとの課題を共有し、改善とレビューを行うことで、コンプライアンスの強化を推し進めています。

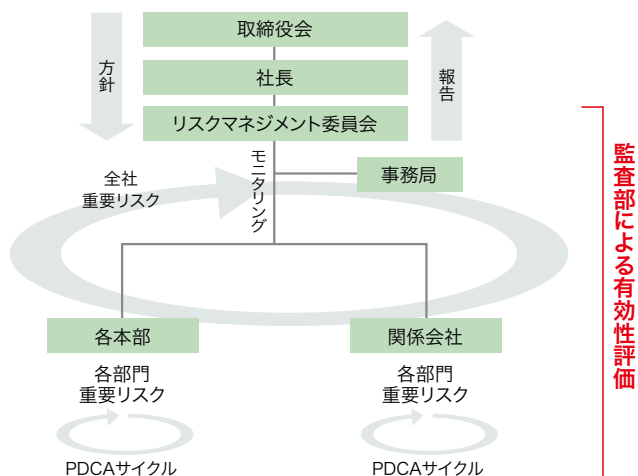
内部通報制度(ヘルプライン)の拡充

当社では、社会規範や企業倫理に反した行為を未然に防止し、是正していくため報告通報窓口を設置しています。窓口は社内外に設け、通報の際は匿名での受付も可能にし、通報者の保護に関しても万全の体制をとっています。また、2017年度に全社員を対象に行ったCSR研修では、あらためて内部通報制度の説明を行い、「J-オイルミルズ行動規範・行動指針」に違反する、または違反する恐れのある行為を知った際の通報義務の周知徹底を図りました。

リスクマネジメントの取り組み

企業が持続的に発展していくためには、リスクの識別・評価・管理を正しく行うことが重要であると認識しています。当社では、年3回開催される社長を委員長とした「リスクマネジメント委員会」を中心にリスクマネジメント体制を構築しており、全社リスクや各本部の重点対応リスク等に関する中間報告や年度末評価を実施するなど、PDCAサイクルを回すことで適切なリスク管理を実施しています。

● リスクマネジメント体制



Topics

CSR研修

当社は、従業員を対象とした「CSR研修」を年に一度実施しています。2017年度はグループ企業を含めた全従業員を対象に、行動規範改定のポイントやハラスメントなどのコンプライアンスに関連した内容、およびSDGsやESGに関する内容なども含めたCSRの最新動向について講義形式で研修を行いました。

研修後のアンケートでは、「これまで知らなかった世の中の流れが理解できた」「今後の業務に活かしたいと思った」などの声が寄せられ、CSRについての理解を促進することができました。



品質保証体制強化

マネジメントアプローチ

～価値創造・経営戦略との関係性～

安心・安全で高品質な商品・サービスをお客様へ安定的にお届けすることは、食品メーカーの最大の使命です。

当社の企業価値の源泉は、長年に亘って安心・安全で高品質な商品を安定的に供給してきた実績から得られたお客様の信頼と、それを裏付ける技術力にあると考えています。当社は、食品安全を確実に確保するため、社員一人ひとりがお客様視点に立ち、お客様の満足を見据えた取り組みを実践することで品質保証体制を継続的に強化していきます。また、お客様の声を品質や安全性の向上はもちろん、高付加価値な新商品の開発にも活かすことで、さらなるお客様からの信頼獲得、ブランド力の向上にもつなげていきます。

J-オイルミルズグループ 品質方針

私たちJ-オイルミルズグループは、目指すべき未来「Joy for life 生きるをおいしく、うれしくしたい。」を実現するため、安心・安全で高品質な商品・サービスを継続的に提供し、ステークホルダーの幸せを追求し続けます。

【基本方針】

1. お客様の要望を真摯に受け止め、適切な情報を提供し、お客様に満足いただける商品・サービスをお届けします。
2. サプライチェーンとのパートナーシップを強化し、安心・安全で高品質な商品・サービスを提供します。
3. 食品の安全性確保は食品企業の責務であることを強く認識し、関係法規を遵守します。
4. 国際標準であるISO9001、ISO22000を基本とした品質ならびに食品安全マネジメントシステムの継続的な改善を行い、品質を保証します。
5. 研究・開発から生産・物流・販売・サービスに至るまで、品質の向上を目指して、グループ社員の一人ひとりが、最善を尽くします。

お客様とのコミュニケーション

当社は、お客様からいただく声を重視し、お客様相談室でのお客様とのコミュニケーションを大切にしています。2017年度には当社のWEBサイトを一部リニューアルし、「お客様相談室お問い合わせフォーム」の運用を開始しました。お客様の声により届きやすく、またお客様により多くの情報を提供できるような仕組みを整えています。

また、そこでいただいたご意見やお問い合わせは、常に社内に関連部署と共有し、新しい商品・サービスの開発や、既存の商品・サービスの改善に取り組んでいます。

2018年度は、新たにお客様の声システムを導入する予定です。今後もお客様の声を真摯に受け止め、お客様にとってより使いやすい商品・サービスの開発につとめていきます。

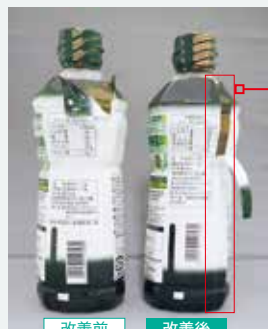


当社WEBサイトのトップページにお客様相談室の窓口を設置して、お客様の声が届きやすくなりました。

Topics

お客様の声を反映した改善事例

家庭用油脂商品の一部では、容器にペットボトルを使用しています。お客様の「ペットボトル商品のラベルが剥しづらい」というご意見により、ペットボトル容器のパッケージラベルの剥離用切り取り線を2本に増やし、お客様がより簡単に分別を行えるように改善しました。今後もお客様からの声にお応えしていきます。



剥離用切り取り線を2本にしました。

サプライチェーン監査体制の強化

お客様へ安心・安全な商品を提供するため、当社では商品設計・調達・生産・販売すべてのプロセスにおいて、品質クレーム・トラブル低減に向けた取り組みを実施しています。2017年度はサプライチェーン監査体制を強化するため、実施してきた監査結果を検証し、評価の妥当性を確認しました。また、海外パートナーとも協力し、日本国内と同水準で管理できる監査体制を構築していきます。2018年度も引き続き製造委託先や購入先とのパートナーシップ強化を計画的に推進し、お客様への安心・安全な商品提供に努めていきます。

法令遵守

商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の食品表示基準に基づいて、表示の改訂を随時行っています。

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る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。

また、原料原産地表示の施行に伴う表示の改訂についても、業界やグループ企業と連携をはかり、お客様にとって分かりやすく安心できる食品表示に準拠していきます。

なお、当社WEBサイト上でも、家庭用の商品については、原料の原産地、製造所固有記号に示された製造工場情報、遺伝子組換え作物などの情報を開示しています。

品質マネジメントの強化

当社では、原料の輸入、製造、包装から出荷までのすべてのプロセスで管理体制を構築し、品質向上の取り組みを行っています。各生産拠点では、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、当社の「品質方針」に基づいた、品質管理や安全性の確保に取り組んでいます。

なお、2017年に竣工した倉敷工場は、ISO9001:2015とISO22000の取得が2018年度に完了します。

また、品質保証に関連するインフラをより強固にするための整備を進めており、2019年度から品質情報一元化システムの稼働に向けて、システムの構築を推し進めています。



原料の輸入から製造工程

- ① 国内外の業界団体と品質の情報交換
- ② 原料のサンプリング分析、品質確認
- ③ 製造工程ごとの分析
- ④ 異物混入などのリスクの防止
- ⑤ 第三者機関による査察の実施



包装から出荷の過程：資材・配送管理

- ① 資材サプライヤー様との取り組み：
共同設計や保存性・安全性テストによる仕様決定、品質会議の開催、資材製造工場の監査
- ② 物流パートナー様との取り組み：
「配送品質向上会議」の定期開催



包装から出荷の過程：表示内容のチェック

各種法令の遵守や自主規制の設定による、優良誤認や誇大広告の防止

現状の課題認識と今後の対応

課題	対応
お客様とのコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様の声を伝える社内コミュニケーションの強化 ● お客様の声を反映した商品改善への取り組み ● 分かりやすい情報開示(原料原産地、遺伝子組換え情報など)
サプライチェーン監査体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内外のサプライチェーンとのパートナーシップ強化 ● 定期的なサプライチェーン監査の実施
法令遵守	<ul style="list-style-type: none"> ● 食品関連法令への遵守 ● 業界やグループ企業との連携
品質マネジメントの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 第三者認証の維持・取得 ● 品質保証に関連するインフラの強化・整備

環境負荷低減の取り組み

マネジメントアプローチ

～価値創造・経営戦略との関係性～

世界人口の増加や世界経済の発展に伴い、地球環境の破壊や汚染、資源の過剰な利用等が進み、地球環境は深刻な危機に直面しています。特にCO₂の排出増に伴う地球温暖化は深刻さを増し、世界各地で異常気象が頻発する中、気候変動への具体的な対策が求められています。

原料の多くを天然資源に依存する当社にとって、こうした環境問題は事業に大きな影響を及ぼす重要な課題です。当社は、「環境負荷の極小化」、「資源利用効率の最大化」、「生物多様性の保全」を重要取り組みテーマに掲げ、環境経営を推進します。また、環境問題は当社のみで解決できないテーマであることから、ステークホルダーとも協働して取り組みます。

J-オイルミルズグループ 環境方針

私たちJ-オイルミルズグループは、目指すべき未来「Joy for life 生きるをおいしく、うれしくしたい。」を実現するため、人間尊重を基本として多様なステークホルダーと適切に協働しながら、地球環境への負荷低減と持続可能な循環型社会に貢献していきます。

【基本方針】

1. 地球環境・社会の状況と事業活動との関係性を把握・評価し、課題解決に取り組みます。
2. 環境負荷の極小化を追求します。地域資源を大切に、省資源・省エネルギー、CO₂排出量の低減に努め、計画・実績を定期的に報告します。
3. 資源の利用効率の最大化、生態系が保全される調達に努め、生物多様性を含む自然環境の保全に貢献します。
4. 関係法令等を遵守し、国際的な基準・規格等に的確に対応します。
5. 地域住民の視点に立った事業所を目指し、顧客、生活者や地域とのつながりとともに発展します。
6. 具体的な行動に結び付けられるよう、体系的な教育や啓発を行います。

環境マネジメントの強化

当社では、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。2017年度は前年度竣工した倉敷工場も含めISO14001:2015への移行を完了しました。

「環境会議」を年2回開催し、活動レビューと活動目標について経営トップに報告、承認を得て進めています。このほか、工場の環境監査、横串会議を開催して環境マネジメントの強化に取り組んでいます。社内の内部監査だけでなく、外部審査機関による審査も毎年受審し、指摘事項についてはPDCAサイクルの見直しを含め、継続的改善を行っています。

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も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。

2017年度は「環境セミナー」の対象を生産部門だけではなく研究開発部門にも拡大し年2回実施しました。2018年度はさらに非生産部門にも対象を拡げる予定です。これとは別に各工場の実務担当者には教育を行い、恒常的な知識向上を図っています。

●上期テーマ「2030年までの世界全体の目標SDGs」

SDGsの背景や内容の理解とともに、私たち企業はどのように取り組むべきかを考える機会とした。

●下期テーマ「植物油製造と副産物の利用」

再資源化率ほぼ100%の自社の取り組みを例として学び、目指すべき循環型社会について考えた。



環境負荷の極小化

当社の生産部門では、自社での創エネ設備の設置、他社からの効率的なエネルギー供給など全体のエネルギー利用を見直し、より効率的な体制を作り上げてきました。オンサイト発電を2016年度に導入した千葉工場ではCO₂排出量を導入前より約3割削減しました。また2017年度に稼働を始めた倉敷工場は、効率的な生産設備の導入により2018年度に閉鎖した神戸工場(住吉)の排出CO₂量の約1割程度を削減できる見込みです。このような取り組みにより、当社が掲げた2020年度までに1990年度比45%のCO₂削減の目標に対し、2017年度は42%削減となり、目標達成が見えてきました。物流部門においても、従来からの共同配送の取り組み強化や、積載率の向上、モーダルシフト等の大量輸送への転換に加え、昨年は中京地区に小牧SPを開設するなど、さらなる効率的な物流体制の構築を進めています。今後は他の非生産部門も含む全社における新たな中長期の目標を設定し、半期ごとのレビューも実施していきます。

資源利用効率の最大化

当社の生産拠点では、特に廃棄物の削減や再資源化で顕著な成果を挙げており、ゼロエミッションを実現しています。2017年度も再資源化率99.99%を継続しました。

今後さらにエネルギーや原料、用水、資材の投入量を削減し、排出される汚染物質や廃棄物を減らす取り組みや、再資源化を進めていきます。加えて、再生エネルギーの積極的な取り入れなど、環境負荷低減を目指します。また、非生産

部門においても目標を作成し、全社を挙げて地球環境の維持向上に努めます。

生物多様性に配慮した調達

気候変動や土壌の状況は穀物などの原料の生育状況に大きな影響を与え、不作となると商品の安定的な供給に大きな影響を与えます。当社で使用する原料は海外で栽培された穀物が大半を占めており、持続的な事業の推進のためには、当社自身の環境への負荷を抑制するのはもちろんですが、生物多様性にも配慮した持続可能な調達の取り組みを推進していく必要があります。当社はパーム油について、「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟し、生物多様性に配慮した調達を行っています。

Topics

フードロス対策

当社は、味の素グループの一員として、「エコプロ2017」に5社共同でブースを出展しました。「みんなが変える、食の未来」をグループテーマに、「おいしさを家庭に届けている」ことを前面に食べることによって食品ロスの低減を提言しました。当社では、食用油をおいしく使い切る提案や、原料をムダなく活かす自社の取り組み、おいしさを長く支えるでん粉の技術を紹介しました。

当社の社員が説明員として参加し、直接来場者の皆さまと対話する貴重な機会として、様々なご意見を伺うことができました。



現状の課題認識と今後の対応

課題	対応
環境負荷の極小化	<ul style="list-style-type: none"> 各生産工場の2020年度CO₂排出量の削減の達成 長期的なCO₂削減目標の作成
資源利用効率の最大化	<ul style="list-style-type: none"> 生産工場のゼロエミッションの継続

課題	対応
環境マネジメントの強化	<ul style="list-style-type: none"> 非生産部門の環境目標の作成 各生産工場の環境監査の実施 体系的な教育・啓発活動(環境セミナー)の拡大
プラスチックの軽量化	<ul style="list-style-type: none"> 生分解性プラスチックの容器への展開検討 容器メーカーと共同で技術面でのアプローチ

人財マネジメント戦略

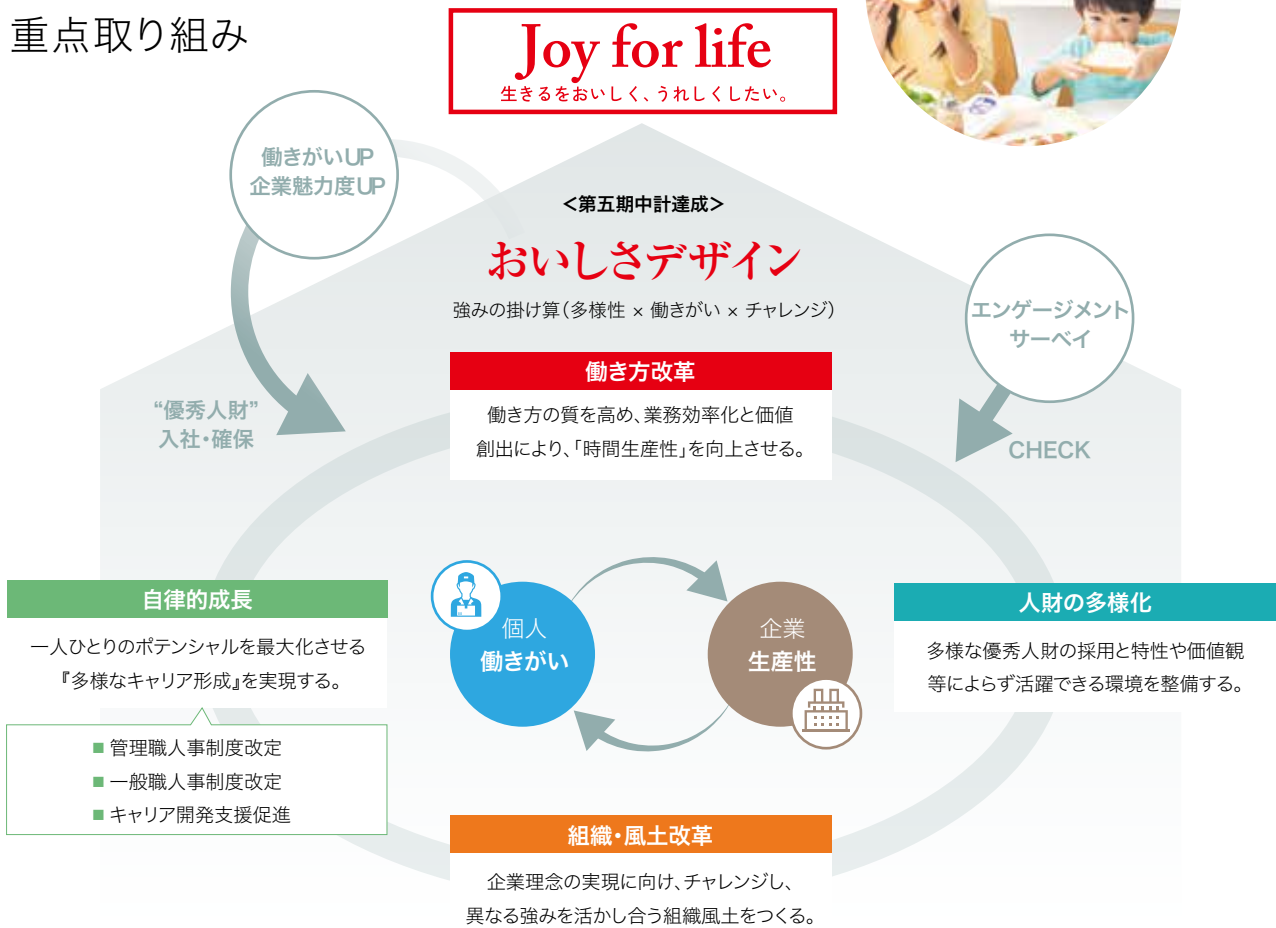
マネジメントアプローチ

～価値創造・経営戦略との関係性～

安定的な事業運営と成長の原動力は従業員です。第五期中期経営計画においても、事業基盤強化の柱として「人財の育成」と働きがいの向上に資する「働き方改革」を位置づけています。従業員が明るく、誇りを持って働ける職場づくりを目指して、人事制度についてもプロジェクトチームを発足させ改定を進めています。



人財マネジメント戦略 重点取り組み



人財理念

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ともに社会と企業に貢献できる人財の育成を行う。

期待する「人財」像

- いきいきと果敢に行動し、協働の精神と感謝の気持ちを持つ「人財」
- 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「人財」

組織風土改革

企業が変化の激しい外部環境に適合し、常に進化を続けていくためには、風通しが良く、従業員一人ひとりが自由に意見を言い合うことができる環境が必要です。企業理念を策定する「北極星」プロジェクトチームにより、従業員一人ひとりの声を聞く「未来キャラバン」を実施し、目指すべき未来、使命、大切にすべき価値観を策定しました。同時に現状の組織風土において「各々の強みを活かしきれていない」「従業員の意見を自由に発言する機会が少ない」といった課題が表面化しました。そこで、現状課題となっている点に積極的なアプローチを行い、風通しのいい職場環境をつくることで、企業理念の実現に向け、常にチャレンジし、異なる強みを活かし「個性を高め合い成長し合う」組織風土を作っていきます。



2018年味の素スタジアムリレーマラソン



神戸軟式野球部



リンケージパーティー



リンケージボード



社内掲示板

安全衛生

当社では、「品質・環境安全会議」「安全衛生委員会」「安全担当者連絡会」「安全監査」などの会議体や活動を通じて事業所単位や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。座学による安全教育のほか、工場現場で作業する従業員には、巻き込まれや落下など怪我につながる事故の模擬体験研修も実施しています。従業員だけでなく、工場で業務をされる関連会社様と合同で場内を巡回し、危険箇所の発見やリスクを減少させる取り組みを行っているほか、工場で勤務するパートナー様の代表者を交え「安全衛生実行委員会」で情報の共有を行っています。

2017年度は、4日以上以上の休業を伴う災害は1件となりました。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推進していきます。

リンケージボードの新設

従業員のコミュニケーションの場としてリンケージボードの新設しました。さらに社内情報の共有の場として社内掲示板(SNS)をスタートしました。リンケージボードでは、従業員がお勧めするスポット紹介など業務の枠を超えた情報共有を行っています。社内掲示板では、従業員の日々の業務紹介や商品情報を共有しJ-オイルミルズで働く人々の取り組みを共有する場として活用しています。一方、従業員同士が触れ合い一体感を感じる場としてリンケージパーティー、クラブ活動も積極的に行っています。

さらに、通年ビジネスカジュアルの導入やメール改革「さん付け運動」により、社員同士や経営陣との距離感を意識させない風土醸成の取り組みを行っています。

現状の課題認識と今後の対応

社内交流やJ-オイルミルズの取り組みを知る場はスタートしていますが、従業員が一体感を感じ交流を通じて業務成果に繋げていくには道半ばであると認識しています。今後は異なる視点を持つメンバー間での協働や事業部間異動などを通じて強みの掛け算を推し進めていきます。

また、労働時間を適正に管理する取り組みとして、長時間労働に対するアラームの発信や、時間管理を正確に把握するためのシステムの強化を行いました。2017年度は一時的に時間外労働時間が増加しましたが、働き方改革と合わせ、継続的に労働時間の管理及び長時間労働の削減に取り組んでいます。

現状の課題認識と今後の対応

休業災害件数は昨年より減少していますが、休業災害強度率は昨年を越える値となっています。重度危険箇所の洗い出しを重点的に行い、対策を進めていきます。労働時間管理では、会社での取り組みはもちろん、特定部署での長時間労働に対して、業務の平準化や業務改善を進めていきます。

働き方改革と多様性の尊重

多様な従業員が継続的にいきいきと働くことは、企業の成長には欠かすことができません。J-オイルミルズでは人財育成に力を入れる他、従業員の多様な働き方を推進し、働きがい向上のための「働き方改革」を2018年度も引き続き推進していきます。

多様な働き方の推進(ワークライフバランス)

当社では、働き方改革の一環として多様な働き方を推進しています。2017年度は、長時間労働に対して有給休暇の取得促進やノー残業デーの設定、フレックスタイム対象職場の拡充を積極的に推進してきました。今後は、現状の取り組みを継続しつつ、サテライトオフィス勤務やITを活用した業務の効率化、勤務時間に捉われないスーパーフレックスタイム制度の導入も進めていきます。

育児・介護サポート制度の充実

当社では各種制度を充実させて、仕事と育児や介護の両立が計画的に行えることを目指してきました。育児休業制度は子供が満1歳以降に達した4月末まで取得することが可能で、育児短時間勤務制度は、満3歳に達する年度末から小学校3年生の年度末まで使用可能です。また、カムバック制度を導入、育児・介護短時間勤務とフレックスタイム制度の併用を可能とするなど、より柔軟な働き方をサポートするよう制度の拡充を行っています。

女性活躍の推進

当社では、女性活躍推進の一環として社内の女性社員から構成される女性活躍推進委員会「カシオペアプロジェクト」を立ち上げました。各部門・現場の声を認識するとともに、女性活躍に関する活動を広く推進し、根付かせることを目的としています。そして当社における目指したい姿を「女性それぞれの個性を活かして、一人ひとりが一歩前へ」と設定しました。その上でこれまで若手女性向けキャリアアップ研修、育児休職者座談会の実施、社内SNSを使った活動の周知などを行ってきました。今後は社員一人ひとりが自身の「活躍」について考える場の提供、社員同士のネットワーク構築など様々な取り組みを進めていきます。



若手女性向けキャリアアップ研修

Topics

カシオペアプロジェクト

カシオペアという名前の由来には、

- カシオペアの形「W」:Woman
- 女性が一人ひとり個性を活かして輝きたい
- 「北極星」を探すための星:企業理念の実現へ向け組織として貢献したい

という思いを込めています。



現状の課題認識と今後の対応

働きやすい環境作りの一環として、制度の新設や改定を進めていますが、制度を使いやすい環境にあるか、制度を利用する従業員がどのように利用していくかが重要になってきます。制度利用の状況を把握しながら社内ポータルやハンドブックなどを活用し、啓発活動を進めていきます。有給消化率の向上や時間外労働の削減には課題があり、本文記載の取り組み以外にもさらなる施策を検討していきます。

自律的成長

外部環境

- 終身雇用、年功序列の制度疲労
- 少子高齢化社会
- ワークライフバランス、多様な働き方の推進

内部環境

- キャリアデザイン機会の不足
- スキルアップ研修の不足

キャリア開発プログラム

当社は、個人と会社が共に自律的な成長を目指すためにキャリア支援の一環として「キャリア開発プログラム(以下CDP)」を導入します。CDPの導入により、自律的キャリア開発を制度面、教育面から支援し、自らがキャリア

を考え切り開くという意識を持った社員の育成を推進していきます。2018年8月より対象の社員はキャリアデザインシートの記入を行い、上長面談を経てなりたい自分を明確にしていくことで、自律的なキャリア形成していきます。

現状の課題認識と今後の対応

CDP制度のスタート初年度であり、社員が自らのキャリアをどのように考えつくり上げていくか、それを上長が育成視点でアドバイスを行いサポートしていただける大きなポイントであると認識しています。サポートする側の上長に対してキャリア面談研修を行い、コミュニケーション力の強化と適切なアドバイスができる環境をつくり上げていきます。

● 教育体系図

	若手層	中堅層	ベテラン層	管理職層
階層別研修	入社前研修			
	新入社員研修			
		昇格時研修		新任管理職研修
	フォローアップ研修			経営幹部候補者研修(FCP)
	若手キャリア研修			役員研修
	キャリア開発プログラム(CDP)			
目的別研修			考課者訓練	
			メンタル研修	
	女性活躍研修(カンパニアプロジェクト)			
部門別研修	営業部門研修			
	マーケティング部門研修			
	生産部門研修			
	開発部門研修			
資格取得	危険物取扱者・ボイラー技師・エネルギー管理士・惣菜管理士など			
自己啓発	外部セミナー(自己選択型ビジネススクール)			
	通信教育			

CSR調達

マネジメントアプローチ

～価値創造・経営戦略との関係性～

サプライチェーン上での環境や品質、人権等の問題が生じた際、その発注元企業の管理・責任が問われる時代となり、サプライチェーンを包含したCSR活動の要請、さらにはESGリスクを評価するための情報開示の要請が高まっています。

当社は、「CSR調達ガイドライン」に定める方針をお取引先様と共有し、サプライチェーン全体でCSRを履行するとともに、情報開示も積極的に行っています。



お取引先様 CSR調達ガイドライン
調達基本方針および調達基準はWEB

CSR調達ガイドラインの改訂

当社は2018年1月に「お取引先様 CSR調達ガイドライン」を改訂しました。今回の改訂では、東京五輪の調達コードや、ISO20400(持続可能な調達ガイドライン)に準じて内容を見直し、昨今重視される人権や環境などの観点を明確化し、持続可能な原材料の調達に関しては項目を独立させました。また、資材のお取引先様を中心とした従来の運用から、原料や物流等の購買にも範囲を拡大しました。今後は調達部門とCSR部が連携してガイドラインの運用状況を年1回確認し、サプライヤー様のご意見も参考にしながら、時代の要請に適応した持続可能な調達活動を進めていきます。

海外原産地の視察強化とRSPOへの加盟

当社の原料は、多くが海外で栽培された穀物、または現地で商品化された商品です。そのため、当社は原産地における視察を強化しています。現地では持続可能な調達についてステークホルダーとの対話を重視し、原産地国それぞれにおける課題の共有と解決についての意見交換を行っています。

パーム油については、責任ある調達を実行するため、2011年から「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟しています。なお、横浜工場は認証パーム油を扱うことができるSCCS認証を取得しており、2017年度の認証パーム油の出荷量は817tとなりました。

● 主な視察実績 (2017年度原料関係)

2017年 6月	パーム油ミッション (マレーシア、インドネシア)
2017年 7月	菜種の生産量・需給バランス・品質等を討議する日加菜種予備協議(カナダ)
2017年 9月	USSEC(アメリカ大豆輸出協会)主催 大豆サステナビリティ視察 (米国)
2017年10月	サステナブル菜種、2025年に向けてのAOF戦略を討議する日豪菜種協議(オーストラリア)
2018年 5月	オリーブ産地視察 (スペイン)
2018年 8月	トウモロコシ、大豆産地視察 (米国)



原料部では毎年米国の穀物生産地を視察しています。2018年も8月にイリノイ州、オハイオ州の生産地を調達元である商社と訪問し、マーケットの動向等も含め生産側、購買側の課題等について意見交換を行いました。

現状の課題認識と今後の対応

原料部

課題	対応
原料の確実なトレーサビリティの確立に向けた検討	仕組みについて調達先との検討を開始

資材部

課題	対応
容器におけるさらなるプラスチックの削減、減量化	資材メーカー様と開発レベルでの課題共有、新素材の検討

地域社会への貢献

J-オイルミルズは、地域社会の一員として、地域と共生し、共に発展することを目指しています。地域に密着した社会貢献活動に積極的に取り組むとともに、様々なコミュニティ活動に参画し、パートナーシップを深めていきます。

神戸オリーブ園復活プロジェクト

明治時代、神戸の地には国内最古の国営オリーブ園がありました。その後明治末期に閉園となってしまいましたが、2018年3月、神戸市、神戸大学の中西名誉教授、地元の果樹生産者、地域住民などが手を組み、オリーブ農園の復活に取り組み始めました。当社は、この活動の支援を行っています。現在は神戸市西区押部谷地区の約8,000m²の土地に、オリーブ200本を植栽し、試験栽培を開始しています。当社はこれからもオリーブオイルのトップブランド企業として、国内オリーブオイル産業の発展や、耕作放棄地の有効利用などを通じて、地域と農業の振興に貢献していきます。



現地での植樹祭の様子

工場と地域との関わり

全国各地に生産拠点を持つ当社では、各地域との関わりを大切にしています。若松工場では、福岡県北九州市の市民を対象に、保健所主催の「食のたんけん隊」という食品安全を学ぶイベントの一環として、工場見学を実施しています。若松工場で製造されている「まめのりさん[®]」や、油脂商品の製造工程を通して、食の安全がどのように守られているのかについて説明を行っています。また神戸工場、静岡事業所では、地元の大学生や小学生を対象に、工場見学や油についての講義を行っています。



「食のたんけん隊」での工場見学の様子



小学生とその親を対象にしたテイスティング教室

食育活動

当社は、食育活動の一環として、オリーブオイルのテイスティング教室を開催しています。2017年度は当社のオリーブオイルマスターソムリエや研究開発部門が講師となって、吉備国際大学での市民健康講座「オリーブオイルでおいしく健康に」、夏休み宿題・自由研究大作戦での小学生を持つ親子を対象にしたセミナー「味の違いを知ってオリーブオイル博士になろう！」等のセミナーを開催し、好評を得ました。



「健康・栄養セミナー」にて

復興支援活動

当社は、2017年4月に設立した公益財団法人味の素ファンデーションが実施している活動に賛同し、味の素グループの各社と「ふれあいの赤いエプロンプロジェクト」の「健康・栄養セミナー」へ社員がボランティアとして参加するとともに、寄附活動で支援を行っています。このプロジェクトで実施している「健康・栄養セミナー」は東日本大震災で被災された方々を対象にした参加型の料理セミナーで、語り合いの「場」を提供しています。

Report

2018年2月8日、福島県三春町平沢団地集会所の活動に参加しました。ボランティアの仕事は当日の会場設営、運営のサポートです。平沢団地集会所では常連参加の方が多く、「このセミナーで作る料理はおいしいから毎回家で作って家族にも好評だ」、「セミナーに参加するようになって栄養バランスを気にするようになった」といった声をお聴きしました。被災された参加者の方々とコミュニケーションを取ってお話を聴ける、とても貴重な経験となりました。



「価値創造ストーリー」を 中核に据えた 説得力に富んだ報告書

昨年、「第三者意見は報告書の透明性、誠実性、有効性を実現するためのエンゲージメント」と持論を述べさせていただきました。そのためには、第三者意見表明前後の意見交換などが不可欠になります。本年は「おいしさデザイン工房」の見学、CSV/ESG戦略などに関する意見交換、企業価値、社会価値創造に向けた認識の共有、前回の第三者意見への対応表明などが実施され、エンゲージメントがより深まったと実感しています。また、これらの取り組みに八馬社長をはじめ各役員の方々が参加されており、マネジメント層の強い熱意が伝わってきました。

本報告書で特に説得力のあるのが八馬社長の語る「価値創造ストーリー」です。これは統合報告書の最重要部分であり、報告書の評価を左右します。ここでは外部環境や市場などの客観的なデータを背景に成長戦略が示され、具体的なアウトカム＝提供価値が示されています。中でも「顧客起点や社会課題起点で発想」や「他社素材・商品との掛け合わせ」は、日本の産業界の閉塞感を打ち破る取り組みであり、特に印象に残ります。前者はいわゆる「アウトサイド・イン」アプローチで、従来、多くの企業の発想であった「インサイド・アウト」アプローチ（企業起点）からの転換です。SDGsについては提供価値との関連性を紐づけていますが、このアプローチでSDGsを検討することによって新たなビジネスを発見することができるでしょう。後者は、日本企業が挑戦している自前主義の脱却、オープンイノベーションに通じるもので、今後の大きな成果を期待させます。

以上のように第五期中計の達成に確信を持たせる記述に満ちていますが、具体的な経営目標やESG目標が開示されていません。今後、第三者が達成度を評価するためにも目標やKPIの提示は不可欠と考えます。また、2030年度などの長



特定非営利活動法人
循環型社会研究会
理事
山口 民雄

期の定量情報を含む「あるべき姿」を作成することで、より中計や価値創造ストーリーの説得力が増すと思います。

次に高く評価できるのは「ESGと経営」の視点です。ESG投資がメインストリーム化しつつある現在、各企業がESGへの取り組みや開示に積極的に動いてきていますが、ESGと経営との統合性について強く認識をしていない事例が少なくありません。本報告書では「ESGへの取り組みは事業活動の基盤であり、競争力を左右する重要な要素」と言明しています。そして、編集方針では「事業戦略とESG経営の推進の結合性を意識して構成」したとあり、随処に統合した記載を見ることができます。私はESGなどの非財務情報を未財務情報と捉えていますので、今後、非財務指標の改善がどのように財務に影響してくるのかを示されるとESG経営がいま一步鮮明になると考えます。

本報告書では食品業界の抱える課題については概ね言及されていますが、今後は食用油製造企業特有の課題についてはより取り組みを深耕し開示していただきたいと思います。そのためには「マテリアリティの特定」が不可欠だと思います（2018年度中に特定すると報告されています）。GRIスタンダードやIIRCフレームワークはマテリアリティの特定を推奨していますが、前者は課題選択型、後者は価値創造シナリオ型と認識しています。貴社は明確に「価値創造ストーリー」を描かれていますので後者に則り特定され、価値創造との関係性を明らかにされることを期待します。

NPO法人 循環型社会研究会:

次世代に継承すべき自然生態系と調和した社会のあり方を地球的視点から考察し、地域における市民、事業者、行政の循環型社会形成に向けた取り組みの研究、支援、実践を行うことを目的とする市民団体。CSRワークショップで、「CSRのあるべき姿」を研究し、提言活動を行っている。

ホームページ: <http://junkanken.com/>

会社情報

会社概要 (2018年7月1日現在)

商号	株式会社J-オイルミルズ J-OIL MILLS, Inc.	事業内容	1. 油脂、油粕の製造、加工、販売 2. でん粉の製造、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
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 TEL: 03-5148-7100(代表)		
創立	2004年7月1日		
資本金	100億円		
証券コード	2613		

ネットワーク (2018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カ所の支社・支店・営業所と、8カ所の工場および事業所を有しています。また、2018年7月1日より、研究開発、アプリケーション開発部門を集約し、新たに技術戦略センターとフードデザインセンターを設置しました。

- 本社・支社・支店・営業所
- 工場および事業所
- 研究所



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 静岡事業所
- ④ 浅羽工場
- ⑤ 神戸工場
- ⑥ 倉敷工場
- ⑦ 坂出事業所
- ⑧ 若松工場

研究開発・アプリケーション組織

- ① 技術戦略センター (横浜市、都内)
 - ② フードデザインセンター (横浜市鶴見区、横浜市戸塚区、静岡市、都内、神戸市)
- 海外
J-OIL MILLS (THAILAND) Co., Ltd. (タイ)

株式の状況 (2018年3月31日現在)

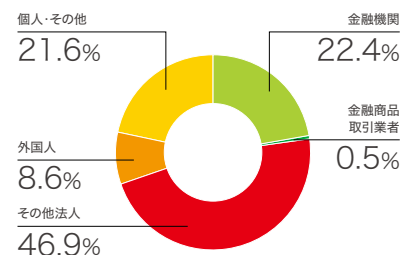
発行可能株式総数	54,000,000株
発行済株式総数	16,754,223株
株主数	21,754名

大株主 (2018年3月31日現在)

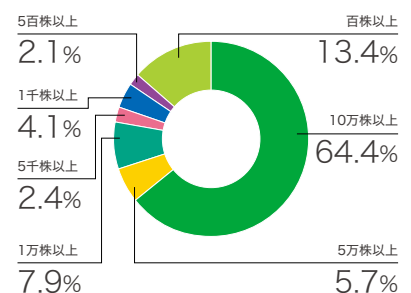
株主名	持株数(千株)
味の素株式会社	4,526
三井物産株式会社	2,087
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	447
東京海上日動火災保険株式会社	414
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	411
J-オイルミルズ取引先持株会	334
株式会社みずほ銀行	271
三井住友海上火災保険株式会社	271
農林中央金庫	270
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	247

株式の分布状況 (2018年3月31日現在)

所有者別分布



所有株数別分布





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/>



2018.11