



シマダヤ株式会社は、政府主催の豊かな低炭素社会を目指すキャンペーン「Fun to Share」に参加しています。

## シマダヤ株式会社

人事総務部

〒150-0021 東京都渋谷区恵比寿西1-33-11  
TEL:03-5489-5511 / FAX:03-5489-5507  
<http://www.shimadaya.co.jp/>



見やすく読みまちがえにくいユニバーサルデザインフォントを採用しています。



森林管理協議会 (Forest Stewardship Council®) で認証された適切に管理された森林からの原料を含む、FSC認証紙を使用しています。

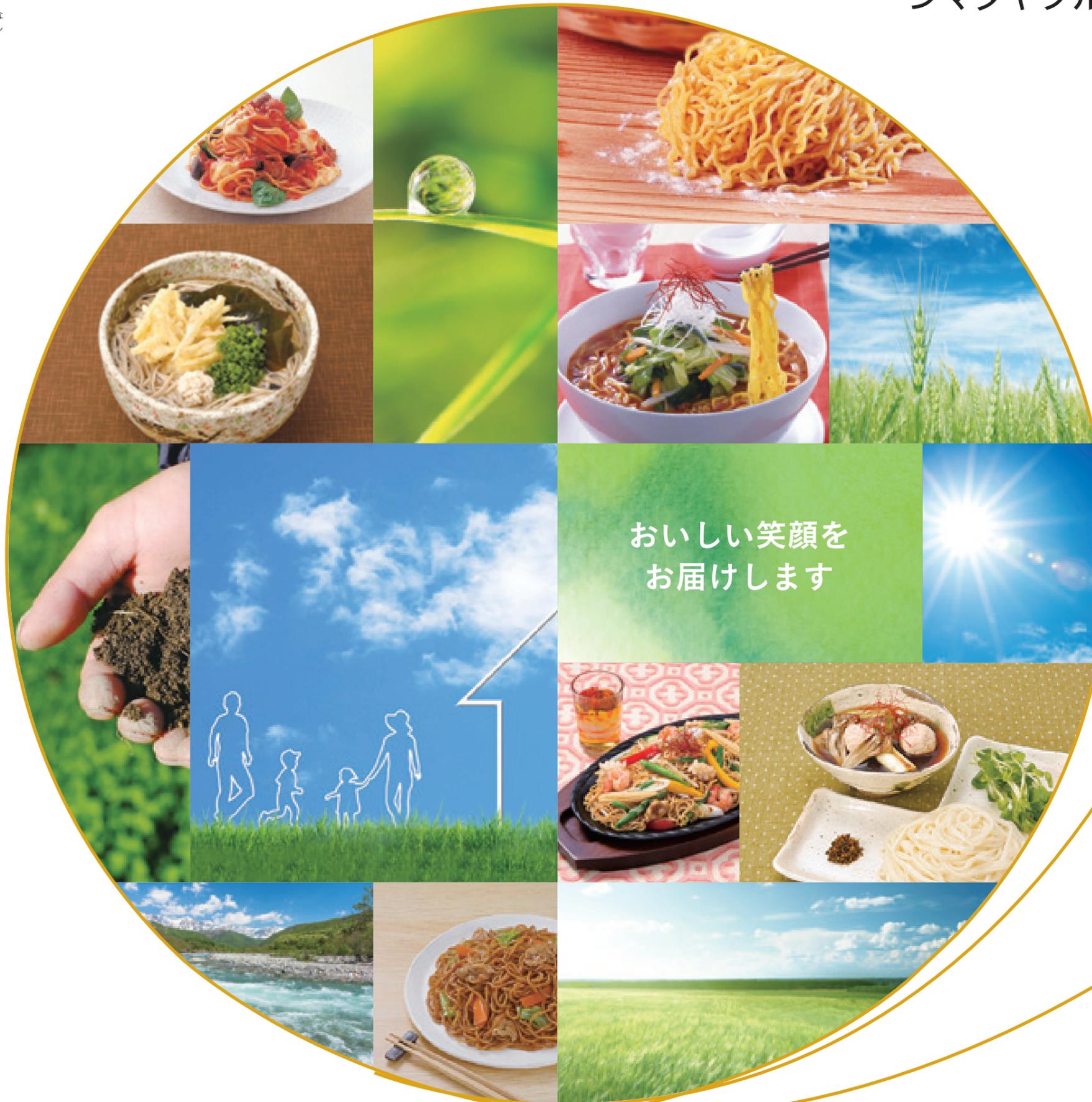


GREEN PRINTING JPPI  
P-A10007

グリーンプリンティング認定制度を取得している工場印刷しています。



印刷時に有害な物質を含む浸し水が不要な、水なし印刷を採用しています。





シマダヤ

# おいしい笑顔をお届けします

これは、私たちシマダヤの経営コンセプトです。  
たくさんの人に「おいしい!」の笑顔をお届けしたい。

私たちシマダヤは、安全・安心で  
おいしい商品を皆様にお届けするために、  
社員一丸となって、その実現に向け全力で  
取り組んでいます。

## CONTENTS

### 05 トップメッセージ

社会から絶対的に  
必要とされる企業として  
シマダヤブランドを  
築き上げていきます



### 07 特集1 社員座談会 お客様から求められる シマダヤを目指して

### 11 特集2 おいしい笑顔をお届けするために 安全・安心をお届けする シマダヤの品質管理体制

### 13 社会性報告 お客様と共に 地域社会と共に 子どもたちと共に

### 15 環境報告 シマダヤグループの環境取り組みについて 中期環境目的・目標について 情報公開

### 18 第三者意見

- 編集方針  
本報告書は、当社のISO14001適用事業所において、経営コンセプト「おいしい笑顔をお届けします」を実現するための事業活動を通じた社会・環境取り組みの情報を提供することを目的に発行しています。
- 報告対象範囲  
シマダヤグループのうち、シマダヤおよびISO14001適用事業所である工場を報告範囲としています。
- 対象期間  
2015年4月から2016年3月(活動については直近のものも含む)
- 発行  
2016年9月発行

#### ウェブサイトのご案内

シマダヤのウェブサイト「めんのシマダヤ味なウェブ」では、本報告書をダウンロードいただける他、商品に関する情報など様々な関連情報をご紹介します。

<http://www.shimadaya.co.jp/>

めんのシマダヤ



## シマダヤグループの事業

シマダヤは、1931年の創業以来、めん製造業界のリーディングカンパニーとして「めん」を通して日本の食文化の発展に広く貢献してまいりました。私たちが独自の技術を磨き、安全で安心かつ魅力ある商品を作り続けるのは、お客様の「おいしい笑顔」が見たいからです。

これからもお客様の健康で豊かな食生活に一層貢献できる企業でありたいと願い、皆様に愛され信頼される「シマダヤ」を目指して、社員一丸となってその実現に向け全力で取り組んでまいります。

### シマダヤグループ行動規範

#### 規範 1

安全な商品とサービスを提供します

#### 規範 2

お客様の満足と安心が得られるように最大限の努力をします

#### 規範 3

法令を遵守し社会的理念に則った企業活動を進めます

#### 規範 4

地球環境問題に積極的、自主的に取り組みます

#### 規範 5

安全で働きやすい職場環境の確保に努めます

#### 規範 6

よき「企業市民」として積極的に社会貢献活動を行います

### 事業内容

シマダヤは、**家庭用事業**、**業務用事業**の分野で事業を展開して、お客様のニーズや用途にあった商品を幅広く取りそろえ、より多

#### 家庭用事業

うどん・そば・中華麺・焼そば・パスタ・調理麺などを中心に、一般家庭用麺(チルド麺、冷凍麺)をスーパーマーケットやコンビニエンスストアなどで販売しています。

チルド麺の「流水麺」や冷凍麺の「手延べ勝り」うどんなど、素材めんから具付きめんまでバラエティ豊かな商品を取りそろえています。



##### 「流水麺」そば

さっと水でほぐすだけで食べられる、ゆでる必要のないそばです。風味豊かなそば粉を使用し、喉ごしと歯切れの良さ、そばの味わいが楽しめます。



##### 「手延べ勝り」うどん

手延べ製法独特の、めん両端が平たく幅が広い「バチ」を再現した、自然で強いコシ、圧倒的なしなやかさと艶が特長のプレミアム冷凍うどんです。

家庭用事業



業務用事業

ます。くのお客様へ「おいしい笑顔」をお届けするため、おいしく楽しい食シーンをご提案しています。

#### 業務用事業

うどん・そば・ラーメン・パスタを中心とした冷凍麺を、ファミリーレストラン・居酒屋・高速道路のサービスエリアやレジャー施設をはじめとした外食産業、従業員食堂や学校給食、スーパーマーケットなどの惣菜や持ち帰り弁当などの中食産業などに向け販売しています。健康に関する食材を盛り込んだメニューレシビ集「ベジ麺®」「麺テナンス®」をお客様にご提案しています。

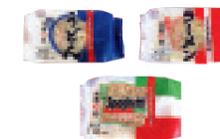
##### 北海道幌加内産そば使用 石臼挽きそば

石臼を用いて製粉したそば粉を使用した、そばの香りと甘みが味わえる、なめらかで歯切れの良いそばです。そばの生産量が日本一の北海道幌加内産そばを使用しています。



##### 「真打」ゆであげ本生ラーメン

まるで生ラーメンのような粘りのあるなめらかな口当たり、芯のしっかりとしたコシが自慢のしなやかなラーメンです。小麦とかんすいが織りなすラーメンの豊かな風味が楽しめます。



国内だけでなく、東南アジア、北米、EU、オセアニアと35以上にわたる国や地域には外食市場向けの冷凍麺、ロングライフ麺を輸出しています。また中国の大連にある現地企業に出資参加し、現地の嗜好やニーズに沿った業務用冷凍麺を販売しご好評いただいております。

## シマダヤグループ概要 ISO14001適用事業所

### シマダヤ株式会社



代表取締役社長  
木下 紀夫

設立 1949年3月  
資本金 10億円  
代表者 代表取締役社長 木下 紀夫  
従業員数 312名 (2016年3月末時点)  
事業内容 種類及び関連食料品の販売  
所在地 東京都渋谷区恵比寿西1-33-11  
売上高 327億円 (2016年3月期)  
事業所数 本社1、支店3、ロジスティクスセンター1、開発研究所1  
登録日 2004年7月16日

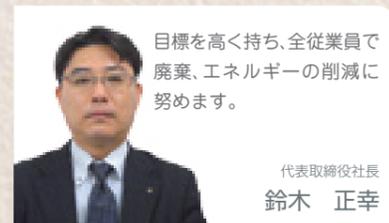
### 東京シマダヤ株式会社



代表取締役社長  
紺野 賢一

所在地 東京都昭島市  
登録日 2004年7月16日

### エス・エス・デリカ株式会社



代表取締役社長  
鈴木 正幸

所在地 千葉県松戸市  
登録日 2009年10月16日

### 宮城シマダヤ株式会社 (古川工場・郡山工場)



代表取締役社長  
鎌田 和夫

所在地 古川工場 宮城県大崎市  
郡山工場 福島県本宮市  
登録日 2009年3月23日

### 中部シマダヤ株式会社



代表取締役社長  
茅根 孝治

所在地 岐阜県安八郡  
登録日 2009年10月16日

### 埼玉シマダヤ株式会社



代表取締役社長  
高橋 仁志

所在地 群馬県前橋市  
登録日 2010年2月23日

### 高砂食品株式会社



代表取締役社長  
中澤 恵一

所在地 埼玉県深谷市  
登録日 2010年11月30日

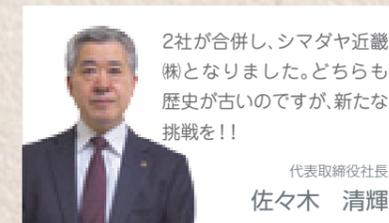
### 株式会社群麺センター



代表取締役社長  
高橋 仁志

所在地 群馬県前橋市  
登録日 2011年2月28日

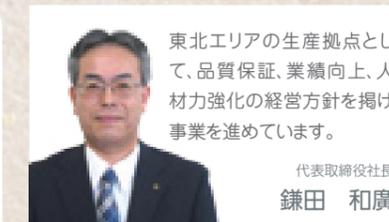
### シマダヤ近畿株式会社 (滋賀工場・兵庫工場)



代表取締役社長  
佐々木 清輝

所在地 滋賀工場 滋賀県近江八幡市  
兵庫工場 兵庫県宍粟市  
登録日 滋賀工場 2012年2月28日  
兵庫工場 2015年12月21日

### 株式会社千鳥屋製麺所



代表取締役社長  
鎌田 和廣

所在地 宮城県仙台市  
登録日 2015年12月21日

### 中野食品株式会社



代表取締役社長  
佐藤 年昭

所在地 埼玉県八潮市  
登録日 2015年12月21日

# 社会から絶対的に必要とされる企業として シマダヤブランドを築き上げていきます



代表取締役社長

木下紀夫

## 調理麺や減塩・糖質オフ商品を打ち出し 簡便・健康ニーズ対応を積極化

2015年度のシマダヤグループは、食品安全の国際規格FSSC22000<sup>\*</sup>を10工場で認証取得し、フードディフェンスを含む「食の安全・安心」を一層強化するとともに、新たな商品軸としてお客様が求める簡便・健康ニーズへの対応を進めていきました。その中で、具材付きの「流水麺」など調理麺による簡便ニーズを捉えた商品展開は、売場や価格の設定、消費期限などに課題を残し、計画した売上に至りませんでした。一方、減塩や糖質オフを打ち

出したうどんなど健康志向の商品は、好調を維持し続けており、健康ニーズの高さに手応えを感じています。

これらの事業展開と並行した中期環境目的・目標に基づく活動は、2015年度で4年間にわたる取り組みの区切りを迎えました。2015年度は、重点テーマのうち「廃棄物の削減」が目標値をクリアし、「CO<sub>2</sub>排出量の削減」も概ね達成しましたが、「容器包装重量の削減と資材の有効活用」は未達となりました。また、環境会計の導入については、2015年11月にウェブサイト上での公開を果たしました。4年間の総括としては、グループ全体の取り

組み姿勢が1年ごとに進化し、着実な成果につながってきたと捉えています。

※食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO22000とISO22000の前提条件プログラムの一部を具体化したISO/TS 22002-1および追加要求事項を統合したものです。

## 環境目的・目標を中期経営計画に合わせ 対象部門別に重点テーマを策定

2016年度からスタートした新たな中期環境目的・目標は、後述させていただく中期経営計画の前半期間に合わせ、2018年度までの3年間の取り組みとして策定しました。その内容も中期経営計画のもと、今後進めていく事業の方向性を踏まえて策定し、「事業と一体化した社会・環境活動」を実践するものとなっています。

今回の重点テーマは対象部門別に策定し、各部門方針に基づく形となっています。生産・物流および工場部門を対象とする重点テーマでは、廃棄物の削減を目指します。営業および企画・研究開発部門では、有益な環境影響（健康、簡便、安全・安心等）をもたらす商品の開発と拡売を推進します。そして管理部門では、有益な環境影響（省エネ、社会貢献、教育活動、リスク低減等）をもたらす活動を実行します。

私たちは、この取り組みを通じて事業活動におけるプラスの環境側面を認識し、その拡大につながる行動を実践してまいります。

## 6カ年の中期経営計画を始動 成長分野・生産分野に経営資源を集中

シマダヤグループは、6年後の2021年度に迎える創業90周年に向けて、中期経営計画「Shimadaya Change & Growth 90」を始動しました。本計画は、2018年度までの前半3年間と、残りの後半3年間に分けた二つのステージを設定しています。計画策定を通じて、将来を見据えた変革と成長の方向性をグループ全体に明確に示し、社員一人ひとりに浸透させることが狙いです。

計画の基本方針として、私たちは「業務用」「調理

麺」「海外」の三つの成長分野とメーカーの根幹である生産分野にグループの経営資源を集中し、経営基盤の強化を図ります。成長分野は、いずれも社会構造の変化を踏まえ、その要請に応じていくものです。高齢者の増加と女性の社会進出の流れは、外食利用や家庭調理の簡便化へのニーズを高めており、私たちは外食産業向け冷凍麺と、調理済み家庭用チルド麺への注力により、これを成長機会とします。また日本の食文化に対する関心の高まりを捉え、海外市場での販売を強化します。

その一方で生産分野は、労働人口の減少による人手不足が課題となっており、工場の自動化・効率化に投資することで解決を図るとともに、メーカーとしての能力を増強していきます。

本計画に基づき、私たちは既存エリアの深耕と西日本を中心とする新規エリアの拡大を進めていきます。そして市場から、社会から「絶対的に必要とされる」麺専門メーカーとなるべく、業務用冷凍麺と家庭用チルド麺におけるトップシェアを実現したいと考えています。

## 事業と一体化した社会・環境活動を通じて シマダヤのブランドイメージを確立

これからのシマダヤグループは、中期経営計画に基づく事業展開と社会・環境活動を一体化し、推進していくことで、「おいしくて健康にも良く、すぐに食べられる商品」「仕事熱心で、提案力のある人材」「社会に必要とされ、貢献している企業」といったブランドイメージの確立を目指します。

事業と一体化した社会・環境活動とは、社会から「絶対的に必要とされる」企業としての価値づくりに他なりません。そのために私たちは、常にパイオニアとして他に先行して市場を拡大し、社会の信頼を獲得してまいります。

シマダヤグループの3年後、6年後の変化と成長にご注目いただき、創業90周年を超えて持続的に発展していく姿にご期待ください。

## 特集 1 社員座談会

1



# お客様から求められる シマダヤを目指して

6年後の創業90周年に向けて、「Shimadaya Change & 中期経営計画」が始動しました。これからのシマダヤみについて、グループ各部署の社員を集め、意見交換

Growth 90(変革から成長へ)」をテーマに打ち出したのあるべき姿について、その実現への課題と取り組んでもらいました。

2



お客様のニーズを捉えた、シマダヤだけの価値提供

**はじめに、皆さんそれぞれの持ち場で携わっている業務内容をお聞かせください。**

**表** 大阪支店の営業として、家庭用商品のグループマネージャーをやっています。大阪支店では、近畿エリアから広島にも駐在所があり、中国・四国エリアまでを管轄とする量販店様向け営業が主な業務です。



**村上** 業務用首都圏営業部に所属しています。第2グループマネージャーとして、エリアは東京・千葉・埼玉・茨城・栃木を見ており、主に外食店様に向けた商品導入を中心に携わっています。

**小藪** 私が所属する商品企画部では、お客様のニーズに対応した家庭用商品・業務用商品の企画・開発を行っています。家庭用では普段スーパー様等でご購入いただく商品、業務用では卸売店様、居酒屋様や外食店様向けの麺を開発しており、私は家庭用商品の担当として、「流水麺」や「鉄板麺」の開発に携わっています。

**梅田** 経営企画部のマネージャーとして、経営計画の策定と進捗状況を見ている立場です。経営企画部は、経営ビジョンの達成に向けてどうするかということを全社にまたがって取り組んでいます。営業や商品企画と比べると何をしているか、業務が見えにくいところもありますが、会社全体の動きにかかわる仕事と言えます。

**佐々木** 宮城シマダヤの古川工場の製造部に所属しています。古川工場では「長持ち麺」、冷凍麺ではそば、「手延べ勝り」うどんを作っており、その中で生産・包装などにかか

わる統括的な役割を受け持っています。

**稲垣** 子会社の中野食品で営業開発部の部長をしています。主にコンビニエンスストア様向け営業開発の責任者としての立場ですが、シマダヤの商品企画部と連携した工場での試作における窓口も務めています。

**宗** 品質保証部でリーダー職を務めています。担当業務は二つあり、一つはグループ工場が運営している食品安全規格FSSC22000の推進です。もう一つはサプライヤー様(原材料メーカー様)の管理業務で、例えば新規サプライヤー工場の現地監査や規格書類の確認、シマダヤ基準への適合チェックなどを行っています。



**社会環境の変化の中で、よりお客様に求められるシマダヤになるためには？また、その取り組みについてどう考えていますか？**



**梅田** お客様が今何を求めている、それに対してシマダヤが何を提供していくかというテーマは、経営企画部が今回策定した中期経営計画の起点となっています。私たちは、本計画を通じて「シマダヤにしか提供できないもの」を追求しつつ、計画最終年度(2021年度)を迎える創業90周年に向けて、シマダヤの社員であることの満足感やプライドを高めていきます。計数的な目標も掲げていますが、その達成を目指す中で社員が成長し、会社全体の成長につなげることが主眼です。

**小藪** 私たち商品企画部は、お客様から求められているものに対し、最も敏感であるべき部署だと実感しています。

## 座談会出席者

- シマダヤ(株) 大阪支店 家庭用グループマネージャー 表 康博
- シマダヤ(株) 業務用首都圏営業部 第2グループマネージャー 村上 久
- シマダヤ(株) 経営企画部 マネージャー 梅田 佳孝
- シマダヤ(株) 品質保証部 リーダー 宗 啓介
- シマダヤ(株) 商品企画部 小藪 奈穂子
- 宮城シマダヤ(株) 古川工場 製造部次長 佐々木 透
- 中野食品(株) 執行役員営業開発部長 稲垣 仁志

2016年7月4日 本社会議室にて開催

5



6



7



ただ、その「求められているもの」は日々変化し、また多様化しています。例えば健康テーマのニーズも、減塩や糖質オフ、食物繊維の摂取、美容効果など多岐にわたりますので、そうした個々のニーズにいかに対応していくかが課題です。

**稲垣** 中野食品は、シマダヤグループに加わって2年経ったのですが、お客様が求める簡便性を提供する調理麺を基軸の一つとしており、従来の私たちのやり方を活かしつつ、シマダヤとしてのものづくりを現場に落とし込むことに取り組んでいます。今後、調理麺のさらなる進化に向けて、新技術・新設備の導入を進めながら現場力を高め、商品開発が企画立案したものを工場で確実に形にしていることが課題です。

**村上** 外食店様を中心とする業務用の場合、お客様から求められる要素としては、やはりコスト面が大きいのですが、それ一辺倒ではなく、市場の潜在的なニーズを捉えた新たな商品を提案するとこ



ろに、「シマダヤにしかできないもの」を展開していく余地があると考えます。その取り組みこそが当社の未来につながると思いますし、健康・簡便ニーズへの対応で先行している家庭用商品のノウハウも活かせる部分でしょう。

**梅田** 今回の中期経営計画は、「業務用」「調理麺」「海外」を成長3分野と位置付けており、業務用冷凍商品への取り組みはその筆頭となるテーマです。業務用というのは、提案によって大きな市場の創造につながる可能性を秘めた分野であり、そこでシマダヤがリーダーシップをとっていくという気持ちを私たちは持ちたいですね。

**表** また中期経営計画では、基本方針の中で西日本エリアの拡大を掲げており、大阪支店はこれを果たすべく、近畿圏でのシェアアップを目指しています。単に売上を増やすだけでなく、西日本において価値あるメーカーとなることが重要であり、消費者の皆様にも得意先様にも、シマダヤならではの価値提供ができるよう、提案性を高めたいと思っています。

### 商品づくりの現場では何を重視していますか？



**佐々木** お客様に求められるためには、やはり信頼の獲得・維持が大前提となりますので、工場ではクレームのない安全・安心な商品づくりを最も重視しています。

「おいしかった」「また食べたい」と多くのお客様に支持していただくことが、生産性の向上にもつながります。そのためにも、衛生面やフードディフェ

ンスの取り組みには、一定のコストをかけていく必要があるでしょう。

**宗** お客様の多様なニーズに応えていく必要がありますが、商品を製造する工場における安全・安心の確立はその土台となるものだと考えます。当社の工場では、以前から独自に制定した「シマダヤHACCP」に基づく品質管理の維持・向上に努めてきましたが、2015年度は外部機関による高度な食品安全の認証としてFSSC22000を10工場で取得し、さらなる強化を図っています。安全・安心への高い意識はシマダヤの強みの一つだと思います。

**村上** 食品メーカーとしての根幹は「食べておいしい」ということにあるので、その使命を果たしていくために、商品開発から生産、品質保証、営業に至るまで、大きなベクトルを合わせて取り組みつつ、それぞれがレベルアップを目指すことが大切です。

**小藪** 減塩や糖質オフによる健康ニーズに対応した商品も、そのために味を損ねることはできませんし、常においしさを重視した商品開発を行っています。

### 成長3分野による拡大と、シマダヤブランドの確立へ

#### 創業90周年に向けてシマダヤが目指す姿を実現するために、どのような貢献をしていきたいですか？

**梅田** 2021年度の創業90周年をゴールとする今回の中期経営計画は、その6年間の中間点である「3年後の目指す姿」として、「業務用」「調理麺」「海外」の成長3分野による売上拡大を掲げています。「業務用」は先ほど述べましたが、「調理麺」は日配・デリカ売場における新たな市場創造を目指し、「海外」は創業者の夢であったシマダヤブランドの海外展開に挑んでいくものです。そして「6年後の目指す姿」では、これらの変革を経てシマダヤブランドの確立を果たし、社員一人ひとりの想いをのせて企業成長を実現していきます。

**表** 西日本エリアの拡大を図る上で、今説明された「調理麺」による日配・デリカ売場での市場創造は、一つの軸となっています。私自身、大阪支店への異動から日が浅い中で、近畿圏の食文化や味覚・嗜好の違いを感じていますが、そうした特性も踏まえつつ、当地で満足度を得ていない潜在的なニーズを捉えることで、シマダヤならではの提案性が活かせるのでは、と考えています。

**村上** 業務用営業は、成長分野の一角として、スピード感をもって取引先様の開拓・深耕に邁進していく3年間だと認識しています。そして6年後の業務用営業は「日本

一の冷凍麺メーカー」を目標としているのですが、この日本一というのは売上のみならず、営業としての人間力の向上も含めて目指すものです。ビジネスにおいて最終的に差別化につながるのは「人」であり、お客様にとって魅力的な取引を提供できる人材の育成に注力していきたいです。

**小藪** そうした「人」を通して、売上拡大・エリア拡大をもたらす中身は商品ですので、私たち商品開発部門は、今取り組んでいる健康・簡便ニーズへの対応も重要ですが、もっとエリア特性を捉えたり、取引先様の売りやすさを考慮した商品開発にも目を向けるべきだと、今の話を聞いて改めて感じました。その点では、営業部門との連携強化など日々業務を行う上でも改善の余地がありますね。



**稲垣** 社内の連携という点では、中野食品の営業開発として、シマダヤ本社の社員との会議や意見交換をもとに進めているものがあります。そうしたコミュニケーションを通じて、自分自身が本社と

工場のパイプ役となり、「顔の見える仕事」を現場に伝えていくことは、大切なんじゃないかと考えています。一方、工場の取り組みについては、やはり安全・安心と安定生産の維持が必須ですので、これから3年後・6年後に向けて中野食品の中でそれを根付かせるべく、FSSC22000の認証取得を目指し、品質管理の基軸としていく方針です。また、年々人材の確保が困難になっていますので、人手不足に対応した生産の合理化も今後の課題です。

**佐々木** 古川工場は、成長3分野の中で「海外」に向けた生産も担い、冷凍麺の輸出品目に携わっています。今後さらに高度な生産技術を確立し、それを3年後・6年後の輸出拡大に活かしていく考えです。

**宗** 「海外」では、輸出先の国ごとに異なる法規制への対応が求められるので、その対応や情報収集において、品質保証部が果たす役割が大きくなります。「調理麺」については、稲垣さんの話にあった通り、その生産を担う2工場でFSSC22000の認証取得を目指しており、品質保証部で指導を行っています。これらの活動を通して、従業員一人ひとりが品質意識の向上を図っていくことが、将来のシマダヤブランド育成につながると思っています。

**村上** シマダヤブランドについて思うのは、自分の家族や友人たちに自慢できる、自信を持って進められる商品づくりや提案ができていれば私たちが目指す全てのビジョンが一つにつながり、優れたブランド構築・優れた会社づくりがより実現するのではないのでしょうか。社員一人ひとりがそうしたブランドへの強い気持ちを持つことで、それがお客様に伝わっていくと考えています。

### 全社を一枚岩とすべく、コミュニケーションを活性化

#### 最後に、この座談会に参加して感じたことをお聞かせください。

**宗** ふだんの業務は、グループ工場や社外とのやりとりが多いので、今回こうした形で社内の営業や商品開発の方々の意見に接し、新鮮な思いでした。これを機に自分の視野をもっと広げていきたいですね。

**稲垣** 会社が目指す方向性について、書面等を通じてでなく、直接顔を見ながら話し合う機会というのはそんなに多くないですし、とても有意義な時間でした。

**佐々木** 古川工場では年に2・3回、村上さんがお取引先様を連れて現場をご案内する機会がありますが、今回の話にも出たように、そうした社内の連携を生産現場に活かしていきたいと思いました。



**小藪** それぞれの持ち場によって、思うところにいるんな違いはありますが、「おいしい笑顔をお届けする」という経営コンセプトのもと、創業90周年に向けて同じ方向を進んでいけるに違いないと感じました。この座談会が社内コミュニケーションのさらなる活性化のきっかけになることを期待しています。

**村上** 国内人口が減少していく中で、生半可な気持ちでは営業目標を達成できない時代です。果敢なトライ＆エラーを成長に活かしていくことで、創業90周年を明るい未来として迎えたい。その思いを強くしました。

**表** 大阪支店に移り、多くのお取引先様と接する中で、「シマダヤの商品はおいしいね」「いいものを作るね」といった声をよくいただきます。まだまだ西日本でのシェアは低いですが、この座談会で知ることができた各部門の努力により、シマダヤブランドへの評価は高まってきており、それを創業90周年に向けてさらに磨き上げるべく、社内の力を合わせていきたいと感じました。

**梅田** 2016年度は、中期経営計画の初年度として極めて重要な1年間となります。私たちは、グループ全体で成長していく連結経営の実践が求められ、それなくしては創業90周年の目指す姿を実現することができません。各部門の努力と並行して、全社が一枚岩となった取り組みを強化すべく、経営企画部としてもコミュニケーションの活性化に力を入れていきたいと思っています。

**全員** どうもありがとうございました。

特集 2 おいしい笑顔をお届けするために

# 安全・安心をお届けする シマダヤの品質管理体制

お客様に安全・安心な商品をお届けするための品質管理に対する取り組みを「調達」「生産」「物流管理」にクローズアップして紹介します。

シマダヤの  
品質管理体制に  
ついて

シマダヤでは独自の品質管理基準を設定しお客様に満足頂ける「品質」の維持と「おいしさ」を保つ為に、原材料の調達から生産、物流管理と安全・安心な商品をお届けする為のチェック体制を作り上げています。

## 調達



## 生産



## 物流管理



## お客様



### 原材料の管理業務について

安全な原材料は当社製品に欠かすことはできません。その確保を目指し、品質保証部では原材料の情報収集と供給メーカーへの工場査察を行っています。あらゆる原材料が対象ですので、小麦粉などの主原材料から、容器包材などの資材まで、幅広く対応しています。特に工場査察では、当社独自のチェックリストを使って、製造工程の衛生管理や異物混入防止対策、原材料の原材料までさかのぼるトレース確認、また関連する法規制への対応状況などについて調査することになっています。工場査察の結果が思わしくなければ、その点を指摘をして改善して頂くなど、当社の安全・安心に対する姿勢についてのご理解、ご協力も頂きながら、この業務を行っています。



シマダヤ(株)品質保証部  
リーダー 浅野 友則

### 工場での更なる「安全・安心」の 取り組みについて

生産工場としてお客様へ「安全・安心」な製品をお届けするため、原料受入から生産、出荷するまでを管理するシステム「食品安全マネジメントシステム」を構築し、食品安全規格である「FSSC22000」を取得、第三者機関から認証を受けております。

各製造工程に設置した異物除去装置(篩い式シフターや金属検知機、X線検知機)、製品毎の微生物検査と官能検査、生産終了後の清掃やメンテナンス、それぞれ決められたルールで管理し記録することで、製造された製品が「安全・安心」であると保証した製品をお客様へ提供できるよう、日々生産に励んでおります。

工場入口や製造各所には監視カメラを設置し、製造現場への入場や生産状況を監視しており、作業服はポケットがないユニフォームを着用する事で製造現場への持込品を制限して、フードディフェンス対策にも取り組んでおります。



宮城シマダヤ(株)郡山工場  
品質管理課 課長 伊藤 章

### 安全で環境に配慮した物流体制について

安全性と環境に配慮した物流体制を両立する為に4つの管理を徹底しています。

#### ①衛生管理 ②温度管理 ③事故防止管理

#### ④配送ルート及び車型の管理

- ①は庫内、庫外の日々の清掃や製品の倉庫床への直置き禁止等のルールの設定やトラックの定期的な洗車の義務付け等を行っています。
- ②はロジスティクスセンター庫内の温度管理と入荷から出荷までの製品温度の管理、そして出荷後の配送トラックの箱車の温度管理を徹底して行うことで、製品温度を10℃以下に保ち納品する様に努めています。
- ③では異物混入やシール不良等の不適格品の発見を目的とした、目視によるチェックを行うことで、それらの流通を水際で防いでいます。また、物流段階で製品への異物混入を防ぐために、ピッキング作業時のカッターの使用禁止、トラックへ製品を積み込む際に使用するコンパネは樹脂製のみで、木製の物は木片が製品に混入する恐れがある為

禁止。他にも筆記用具はボールペンのみ持ち込み可等、様々なルールを設けています。

④は配送ルートの見直しや車両の大型化の検討を適宜行うことで、輸送の効率化を進めCO<sub>2</sub>排出量の削減に努めています。

なお、①～③については物流HACCPにより独自に、30を超える項目と基準を設け、月に1度日立物流様と見回りを行い、不適合と判断した物については即日正処置を行っています。

加えて②、③では製品温度のチェック並びに不適格品の発見を目的とした専門チームを置き、3名体制で検品業務を行っています。

これらの4つの管理を徹底することで、製品と共にお客様へおいしい笑顔をお届けしています。



シマダヤ(株)生産・物流部  
尾坂 亮



# 社会性報告

▶お客様と共に / ▶地域社会と共に

## 「健康」への取り組みを強化しています



### 「ミキハウスランド」参加による健康価値を付与した商品のご案内

健康価値を付与した「からだにやさしい」シリーズのご案内として、2015年11月7日～8日ミキハウス様主催の「ミキハウスランド」に出展し、「からだにやさしい」シリーズのご案内と「本うどん」食塩ゼロの試食を行い、環境配慮型商品の認知・拡大を図りました。

2日間で2万人の来場者、「本うどん」食塩ゼロ及び「チルドだからおいしい」うどんつゆ(塩分40%カット)の試食をご提供し、来て頂いたお客様からは「おいしい」「食塩ゼロとはわからない」「販売店を教えてください」「子どもの離乳食に使える」などたくさんのお言葉を頂く事ができました。



お客様の健康を応援する「からだにやさしい」シリーズ

## 地域社会との関係を大切にしています



### 「あきしまの水」ブランディング キックオフイベント参加

東京都昭島市は水道水が深層地下水100%であるという魅力を市内外にPRすべく「あきしまの水」ブランディングキックオフイベントを2016年3月19日に開催しました。操業開始の1961年より昭島の土地で事業をしている東京シマダヤ(株)も地元の方々にシマダヤの工場が昭島の土地にあることを知って頂く良い機会として「あきしまの水」ブランディングキックオフイベントに

参加し炊き出しも行いました。

また、昭島市の人びとの「水とともにある暮らしや思い」「子どもや孫の世代に自然の恵みである美味しくてきれいな水を残す夢」を語った冊子「夢つなぎ人」に東京シマダヤ(株)の取り組みが紹介されるなど地域に密着した事業活動を行っております。



(右)東京シマダヤ(株)紺野社長



# 社会性報告

▶子どもたちと共に

## 継続した教育支援をしています



### 渋谷区立猿楽小学校めん作り教室

猿楽小学校はシマダヤ本社から徒歩約10分の場所にあり、4年前より継続した教育支援をさせて頂いております。

今回は2016年2月6日に5年生31名が保護者の方々と一緒に手打ちうどんを作るという企画で、めん作り教室を実施致しました。昨年からの捏ね工程において足踏みを取り入れる等、より本格的に実施し、できた手打ちうどんはとても美味しく、子どもたちも保護者の方にも喜んで頂けました。

めん作り教室等のイベントにおいては、めんの魅力やめんのおいしさとともにめんの歴史や文化についてもお伝えするようにしています。

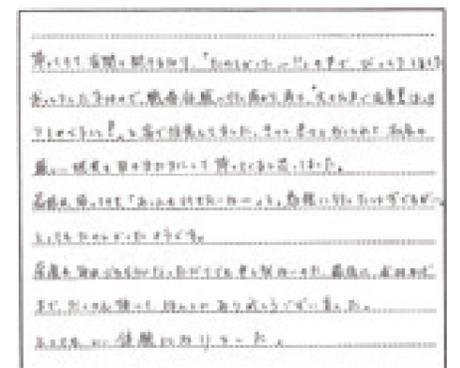


### 深谷市立岡部中学校の職場体験受け入れ

グループ会社である高砂食品(株)では2010年より毎年12月初旬の3日間、深谷市立岡部中学校の職場体験学習の受け入れをしています。対象となる2年生を3~4名継続的に受け入れており3日間の体験学習を実施します。主なカリキュラムは、作業前の安全衛生教育、現場での箱詰めや箱積み作業を体験してもらい、昼食では生産したラーメンを食べるなどして製造から食卓上がるまでの一連の流れを体験してもらっています。

職場体験をした生徒の方からは、仕事をする大変さ

が分かった、実際にいつも食べている麺がどうやって作られているのか分かってよかったなどの感想を頂き学校で発行される職場体験学習報告新聞集にも紹介して頂きました。



親御様感想文



# 環境報告

▶ シマダヤグループの環境取り組みについて

## シマダヤグループ環境マネジメントシステム

### シマダヤグループ環境基本方針

#### 環境理念

小麦とそばと塩と水。「めん」は自然の恵みそのものです。  
シマダヤグループは、自然環境と企業活動の調和の重要性を認識し、めんを中心とする事業活動を通して環境保全に取り組み、健全で豊かな社会の実現に貢献します。

#### 環境行動指針

##### 1. 環境関連法規の遵守

社会の一員として環境保全に取り組み、環境関連の法規制その他の要求事項を遵守します。

##### 2. 資源、エネルギーの有効利用

資源、エネルギーの節約、有効利用に取り組むとともに、廃棄物の削減、再資源化により環境への負荷の低減に努めます。

##### 3. 継続的な環境改善

事業活動のあらゆる面において環境に配慮し、絶えず見直し、継続的な改善に努めます。

##### 4. 環境保全意識の醸成

情報収集及び教育を積極的に行い、従業員一人ひとりの環境に対する意識の向上に努めます。

##### 5. 情報の公開

環境基本方針及び環境保全活動に関する情報を広く社内外に開示します。

2004年1月19日制定

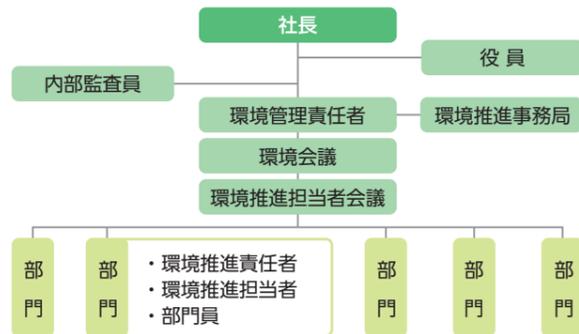
2008年6月25日改訂

シマダヤ株式会社 代表取締役社長 木下 紀夫



### 環境推進体制

#### ● 環境推進組織図



シマダヤグループでは、「シマダヤグループ環境基本方針」のもと中期環境目的・目標を掲げ、それを達成させるために、各部門で業務に沿った目的・目標を設定し取り組んでいます。

#### ● 活動の推進役と役割

全社の推進役	社長	全社の活動の最高責任者(シマダヤの代表取締役)
	環境管理責任者	全社の活動の責任者(シマダヤの取締役)
	環境推進事務局	環境管理責任者の補佐(複数部門から選任)
部門の推進役	環境推進責任者	部門活動の責任者(活動の単位の部門長、グループ会社は社長、工場長など)
	環境推進担当者	部門活動のリーダー



### 【シマダヤグループ中期環境目的方針】(2012年度～2015年度の方針)

#### グループ全体方針:「安全・安心、環境に配慮した商品で、おいしい笑顔をお届けします」

～ 一人ひとりが、仕事や生活の中で環境のことを考えた行動をします ～

- ◆ 生産部門方針:「資源・エネルギーを有効に使い、効率的に生産します」
- ◆ 営業部門方針:「資源・エネルギーを有効に使い、環境に配慮した商品を販売します」
- ◆ 管理部門方針:「環境活動をさらに推進します」



# 環境報告

▶ 中期環境目的・目標について

## 中期環境目的・目標 (2012年度～2015年度)



### 中期環境目的・目標 2015年度結果

重点テーマ 1	対象	目的	2015年度目標	2015年度実績	評価
<b>廃棄物の削減</b> 	グループ工場	廃棄物削減 原単位42.0%削減 (2010年度比)	42.0%削減	42.0%削減	達成 ○
	シマダヤ	冷凍製品の日付後 返品削減 廃棄量90.0%削減 (2010年度比)	90.0%削減	98.0%削減	達成 ○
<b>CO<sub>2</sub>排出量の削減</b> 	グループ工場	CO <sub>2</sub> 排出量削減 原単位12.5%削減 (2010年度比)	12.5%削減	13.5%削減	達成 ○
	シマダヤ	環境配慮型商品の 拡売における CO <sub>2</sub> 排出量削減	販売食数107.0% 2,178t-CO <sub>2</sub> 削減 (2014年度比)	販売食数96.3% 879t-CO <sub>2</sub> 増加 (2014年度比)	未達*1 ×
		輸配送における 環境負荷の低減	特定工場配送便のCO <sub>2</sub> 原単位15.0%削減 (2010年度比)	特定工場配送便のCO <sub>2</sub> 原単位15.3%削減 (2010年度比)	達成 ○
<small>※工場算定範囲:東京シマダヤ、宮城シマダヤ、中部シマダヤ、エス・エス・デリカ、埼玉シマダヤ、群馬センター、高砂食品            ※丸中製麺は中期環境目的・目標策定後にISO14001認定取得事業所となったため、別途評価しており、「廃棄物の削減」「CO<sub>2</sub>排出量の削減」共に達成            ※原単位は、干食製造または販売当たりの数値            *1 環境配慮型商品の拡売が図れず未達となりました。通年に渡っての拡売対策が今後の課題となります。</small>					
重点テーマ 3	対象	目的	2015年度目標	2015年度実績	評価
<b>容器包装重量の削減 と資材の有効活用</b> 	シマダヤ	余剰資材削減 (スープ・フィルム・ ダンボール) 総売上金額の0.07%以内	総売上金額の0.07%以内	総売上金額の0.10%	未達*2 ×
	<small>*2 季節商品の資材調達に要因で未達となりました。今後も関連部門の連携を強化し、廃棄削減に努めて参ります。</small>				
重点テーマ 4	対象	目的	取り組んだ内容		評価
<b>環境会計の導入整備 と環境教育の推進</b> 	シマダヤ および グループ工場	2015年に環境会計を公開 する準備を行う	2015年11月よりシマダヤのホームページに、2014 年度のシマダヤグループ環境会計を公開しました。		達成 ○
	シマダヤ	環境教育実施による社員 環境意識の向上	新入社員環境教育(4、11月)、eco検定受験対策講座 (6、11月)を計画通り実施しました。		達成 ○
重点テーマ 5	対象	目的	取り組んだ内容		評価
<b>地域貢献活動の推進</b> 	シマダヤ および グループ工場	地域貢献活動の推進	月一回事業所周辺の清掃、寄付活動を計画通り実施 しました。		達成 ○



## 内部コミュニケーション

### 「2015年度 社会・環境活動表彰」

シマダヤグループでは、2012年度より、グループ全体で取り組んだ社会・環境活動を対象に、従業員一人ひとりの社会・環境活動に対するモチベーションの向上を目的として「社会・環境活動表彰」を設けています。「社会・環境活動表彰」は、優れた活動を行った団体・個人を表彰するもので、2015年度の活動においては、31件の応募の中から、8

件の活動が表彰され、7月に表彰式を行いました。シマダヤグループは引き続き、身近な取り組みをはじめ、事業と一体となる活動、グループに広がりのある活動の活性化を図ってまいります。



表彰式にて  
(左)高砂食品(株)中澤社長  
(右)木下社長

#### 「2015年度 社会・環境活動表彰」

	受賞部門・受賞者	活動内容
1	商品企画部	「ミキハウスランド」参加による「本うどん」ブランド認知の向上
2	研究開発部 健康機能付加価値商品の研究及び商品化ユニット 板橋 佳子、宇田川 優理子、友兼 美穂	健康機能付加価値商品の開発
3	業務部	地域清掃美化活動
4	宮城シマダヤ株式会社 古川工場 技術課	「菜の花フェスティバル」への参加
5	宮城シマダヤ株式会社 郡山工場 製造課	地元高校生の職場体験学習の受け入れ
6	高砂食品株式会社 総務部	地元中学生の職場体験学習の受け入れ
7	高砂食品株式会社 総務部	「深谷市産業祭」への出展
8	中野食品株式会社 技術部 谷塚 敦正、小早川 拓也	排水(河川放流水)の再利用による資源・コストの削減

## 外部コミュニケーション

### グループ全体のISO14001審査登録状況

シマダヤグループでは、2014年度に3件のM&Aを実施し、グループ会社が8社9工場から11社12工場へ拡大しました。新たに加わった3社(株式会社千鳥屋製麺所、中野食品株式会社、寿製麺株式会社)においては、2014年11月にシマダヤ本社にてISO14001認証取得に向けての取り組みをスタートし、3社の環境推進責任者・環境推進事務局員・環境推進担当者に対し、シマダヤの環境マネジメントシステムに適合させるため、「ISO14001とは」から教育し、必要な文書の作成方法についての共有を行いました。また、各工場にて現場の確認と改善に向けた対応を進めました。

外部機関による審査を経て、新たに加わった3社も2015年12月にISO14001認証取得を致しました。

#### ● ISO14001適用事業所

社名	登録日
東京シマダヤ株式会社	2004年 7月16日
宮城シマダヤ株式会社(古川工場・郡山工場)	2009年 3月23日
中部シマダヤ株式会社	2009年10月16日
エス・エス・デリカ株式会社	2009年10月16日
埼玉シマダヤ株式会社	2010年 2月23日
高砂食品株式会社	2010年11月30日
株式会社群鶏センター	2011年 2月28日
シマダヤ近畿株式会社滋賀工場	2012年 2月28日
株式会社千鳥屋製麺所	2015年12月21日
中野食品株式会社	2015年12月21日
シマダヤ近畿株式会社兵庫工場	2015年12月21日

審査登録機関名: (財)日本規格協会審査登録事業部/登録番号: JSAE902

シマダヤ株式会社 登録日: 2004年7月16日  
登録範囲: 麺類及び関連食品の研究開発、製造並びに販売



## 第三者意見



古谷 由紀子 氏  
博士(総合政策)、  
サステナビリティ消費者会議代表

#### プロフィール

- 中央大学法学部法律学科卒業、立教大学大学院前期課程修了、中央大学総合政策研究科博士後期課程修了。
- 経営倫理実践研究センター (BERC) フェロー、(公社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS) 常任顧問
- 消費者庁「消費者教育推進会議」委員、マルチステークホルダーによる「社会的責任に関する円卓会議」運営委員、企業の社外委員などに参画。
- CSR、コンプライアンス、消費者志向、製品安全などの活動及び研究。
- 主な書籍・論文に「消費者志向の経営戦略」(芙蓉書房出版2010年)、「今後の消費者政策の在り方について」など。

#### 第三者意見

2016年度からスタートした中期経営計画には「事業と一体化した社会・環境活動」を強く打ち出され、貴グループのCSRのさらなる進化が期待されます。今年度は以下の3つの観点から意見を述べ、貴グループが将来を見据えた変革と成長を遂げる一助になることを望んでいます。

#### 事業と一体化した社会・環境活動への期待

貴グループでは、省エネや廃棄物などの環境面の問題のみならず安全・安心や社会貢献なども含めた社会面の問題の解決について、積極的にトップと社員が取り組まれています。そして今後、海外などへの市場拡大を強化するにあたって、世界規模の課題も視野に入れる必要があります。それは同時に国内課題でもあります。現在、2015年に国連で策定されたSDGs(持続可能な開発目標)が日本でも動き出していることから、ここで課題とされた内容を自社の調達・生産・物流のプロセスのなかで発見して解決していくこともまた求められるようになるでしょう。たとえばSDGsには17の目標があり、たとえば資源については、海の資源が目標14に、陸の資源が目標15に、労働問題については目標8に、またこれらの取り組みを含む「持続可能な生産」は目標12に記述されています。これまでの重点課題と併せて、貴グループの取り組むべき課題の検討を期待します。

#### 社会・環境課題とステークホルダーとの関係

貴グループのCSRはトップと社員がしっかり連携して取り組んでいることが特長であり、社員は業務を通してお客様や取引先の声を受け止めながら、真摯に取り組まれています。しかし、持続可能な社会のための社会・環境課題は多様であり、複雑化しており、事業に影響する、あるいは事業が影響を及ぼす多様なステークホルダーの声を聞くことが求められるようになってきています。たとえばステークホルダーにはお客様のみならず、進出先の地域や取引先、さらには市民組織も含まれます。そこでは貴グループが取り組むべき課題の発見、あるいは取り組みの進め方も含めて、多様な気づきが得られると思われれます。まずは国内において関連するステークホルダーとのダイアログから始めてみてはどうでしょうか。

#### 安全・安心な商品づくりのための品質管理体制

お客様に安全・安心な商品を届けるために、調達・生産・物流管理のプロセスにおける徹底した品質管理体制の取り組みは、トップメッセージ、社員座談会からも皆さまの強い思いと実践が伝わってきます。またそれは貴グループとしてのFSSC認証取得拡大などによって確実に進化していると考えられます。安全・安心な商品は消費者にとっても企業にとっても基本的事項であり、継続した取り組みを期待しています。

#### 第三者意見を受けて

シマダヤグループの社会・環境活動について、今年度も古谷氏より貴重な御意見を頂き誠にありがとうございます。2016年度からスタートした中期環境目的・目標につきましては、創業90周年に向けた中期経営計画の前半3年間に合わせて事業と一体化した取り組みを進めて参ります。今回の3つの観点からの御意見については、持続可能な開発目標における課題の検討、ステークホルダーとの関係についての取り組み、そして更なる安全・安心な商品の提供への取り組みは、当社グループが社会から信頼されることに繋がることであり課題として取り組みを進めていくことは重要であると認識しております。シマダヤグループは中期経営計画の達成に向けた事業展開を、社会・環境活動と共に推進し、経営コンセプトの実現に向けて、より多くの皆様においしい笑顔をお届けして参ります。



シマダヤ株式会社  
常務取締役 人事総務部長  
(環境管理責任者)  
相馬 紳一郎