



すべてはお客様の笑顔のために

MOROZOFF CSR REPORT 2010

モロゾフCSR報告書

Morozoff started in 1931 as a chocolate and candy shop. Ever since, Morozoff has been providing suggestions for zestful life styles by making and selling a wide variety of confections based on the motto, *sweets with romance*.



すべてはお客様の 笑顔のために

モロゾフ株式会社
代表取締役社長

川喜多 佑一



編集方針

モロゾフでは、すべてのステークホルダーに対して行っているCSRに関する取り組みをわかりやすく紹介するために「CSR報告書」を発行しています。第2号となる本報告書は「チョコレートのモロゾフ」としての品質へのこだわりや環境に配慮した取り組みを中心とした特集的な内容としています。

なお、CSR基本方針などは当社のWebサイトに掲載しています。

<http://www.morozoff.co.jp/company/csr/index.html>

■対象範囲	モロゾフ株式会社の活動内容を中心に報告しています。
■対象期間	2009年2月1日～2010年1月31日(対象期間前後の一部の活動についても報告しています)
■発行	2010年8月
■参考にしたガイドライン	GRI「サステナビリティレポート・ガイドライン第3版(G3)」環境省「環境報告ガイドライン2007年版」

(免責事項) 本報告書に含まれる将来の計画や戦略、予想に関する記載は、発行時における情報に基づき判断したもので、今後、世界経済や業界動向などにより変動することがあり得ることを予めお断りいたします。

INDEX

編集方針	02
トップメッセージ	02
【特集】	
モロゾフのチョコレートがお手元に届くまで	04
チョコレートで愛をつなぐ取り組み	06
品質管理と環境配慮を実現した西神新工場	08
【環境への取り組み】	
地球環境とスイーツの共生	10
【ステークホルダーへの取り組み】	
お客様	12
従業員	12
サプライヤー	14
地域社会	14
株主・投資家の皆様	14
会社概要	15
編集後記	15

■100年企業に向けて 神戸2工場体制を確立

モロゾフは、「ロマンのあるスイーツ」を企業テーマに、1931年の創業以来、お菓子を通して心豊かな生活をお客様にお届けすること、そして永続的に社会に貢献できる企業であることを基本姿勢として努力を重ねてまいりました。

2010年度は、「すべてのステークホルダーの満足度向上」を目指した中期経営計画『Next M』の最終年度に当たります。個人消費の低迷や基軸となる百貨店の統廃合など当社を取り巻く経営環境は厳しい状況にありますが、お客様の信頼を得ることを第一に、守るものと攻めるものを分けて戦略的に取り組んでいます。モロゾフにとって守るものは、厳選した原料を使って高品質の商品を作る“ものづくり”の精神と市場の軸足を百貨店に置く「百貨店あつてのモロゾフ」です。そして攻めるものは新たな市場開拓への挑戦です。ショッピングセンター、通信販売、インターネット販売、駅ナカ、道ナカなどの市場にも積極的に進出し、今後も販売網を充実させていきます。

また、西神工場に増設した新工場が今年6月に本格稼働しました。ここを拠点に、モロゾフの原点であるチョコレートのさらなる品質の向上と品種の充実を図り、「チョコレートのモロゾフ」としての基盤をゆるぎないものにしたいと考えています。“ものづくり”の拠点である西神工場と六甲アイランド工場の2工場を100年

企業に向けた礎と位置付け、お客様に喜ばれる商品を作ってまいります。

■当たり前にすべきことを実行する

モロゾフは、お菓子の製造、販売を通じて日頃から直接お客様と接しています。モロゾフのCSRは、日々の仕事の中で「当たり前にすべきことを実行する」ことを基本としています。そうした地道な活動を積み重ねてこそ、社会から信頼される企業と認められ、それがCSRにつながると思っています。そのためには、お客様の期待充足度を高めることが大切です。モロゾフに対する期待は、商品であり、販売員の接客サービスです。それらを充足させるために、CS方針として定めた「すべてはお客様の笑顔のために」を徹底してまいります。

おかげさまで、モロゾフは社名から商品名を思い出していただける企業に成長することができました。チョコレート、カスタードプリン、チーズケーキなど、主力商品の頭文字には『C』が付き、砂糖(sugar)の『S』を合わせた“CS商品”を扱うCS(お客様満足)企業であると自負しております。これからもお客様の気持ちと目線を忘れず、CS向上に取り組んでまいります。

モロゾフは、小麦、卵、牛乳、チーズ、カカオなど、自然の恵みを受けた原材料を使ってお菓子を製造、販売しています。食に携わる企業として、安全性、経済性の追求はもとより、限られた資源をいつくしみ、自然の恵みを与えてくれる地球環境へ配慮することがますます重要になっています。食品リサイクルや省エネ、

省CO₂に取り組み、環境ISO14001も認証取得し、環境とスイーツの共生を図ってまいります。

■もっとおいしい、もっと新しいことに挑戦

モロゾフがこれからも発展し続けていくためには、従業員が働きやすく、家族に誇れる会社でなければなりません。そのために、育児休業制度やショートタイム社員制度などを導入し、働きやすい環境を整えています。

一方で、すべての従業員に対し「見える化、言える化、聞ける化」を常に意識するよう訴えています。例えば、お客様にきちんと商品が見える陳列ができているか、お客様にわかりやすい説明ができていないか、お客様からのご要望をきちんと聞いているかなど、一人ひとりが問題意識を持って仕事に取り組み、社内にも社外にも開かれた風通しの良い企業を目指しています。

モロゾフは、今日まで「健康、清潔、良心的で質において常に一流であり世界に通用する企業となる」を経営理念として歩み続け、2011年には創業80周年を迎えます。これからも現状に満足することなく、常に“進化する老舗”であるためにイノベーションを継続し、「もっとおいしい、もっと新しい、もっと楽しい」ことに挑戦してまいります。

私たちのCSR活動をより多くの皆様に知っていただくために「モロゾフCSR報告書2010」を発行いたしました。ぜひ、ご一読いただき、忌憚のないご意見をいただければ幸いです。

モロゾフのチョコレートがお手元に届くまで



1 開発のこだわり

お客様から寄せられた声や市場状況を参考に、開発・企画部門のスタッフで打ち合わせを行い、新商品の味やデザインを決定します。店頭展開に至るまで何度もシミュレーションを繰り返し、より良い商品づくりに取り組んでいます。

本物のチョコレートのおいしさを最大限に引き出すため、安心・安全かつ良質な原料を選定します。さらに、配合を検討し、関連部署と協力しながら、工場での生産に対応できる製品を開発しています。

製品開発グループ
小椋 幾子



2 品質保証のこだわり

開発されたガナッシュ系のチョコレートについては、水分活性を測定し賞味期限設定の根拠とします。また、チョコレート全般について、製品製造からパッケージまでの温度管理の調査を実施して品質の確保に努めます。

チョコレートの品質は温度によって大きく左右されます。工場から店頭までの温度変化を調査し、最適な環境を整えることによって高品質で安心・安全な商品をお客様にお届けできるようにしています。

品質保証グループ
岩本 清隆



3 調達のこだわり

原材料の製造工場や加工場を定期的に訪問して意見交換や品質指導を行うことで、安心・安全な原材料を確保するよう努めています。また、お取引先様と連携し、環境負荷の少ない原材料の調達に取り組んでいます。

チョコレートは非常にデリケートなため、保管や運搬には細心の注意を払っています。お取引先様とは定期的にミーティングを行い、品質向上に向けた取り組みを行っています。

資材購買グループ
坂根 正敏



4 生産のこだわり

工場ではモロゾフ独自のノウハウで、味はもちろんのこと、見た目にも美しい製品を一粒一粒丁寧に作ることを心掛けています。また、金属検出機や目視チェックによる異物混入防止にも努めています。

安心・安全な製品をお客様にお届けするために、メンバーと協力しながら常にチョコレートの品質を良好な状態に維持できるよう、一つひとつの作業を丁寧にを行うことを日々心掛けています。

西神工場
山本 弘子



モロゾフでは開発から販売まで、すべての場面でお客様満足と品質向上を目指した取り組みを行っています。一つの商品に数多くの従業員の「思い」と「笑顔」をこめてお客様一人ひとりへ確かな信頼をお届けします。チョコレートにスポットをあて、開発からお客様にご提供するまでの流れをご紹介します。



5 物流のこだわり

商品を製造ロット・賞味期限別に在庫管理しており、お届け先別にどの日付の商品をいつ出荷したのかトレース管理しています。また、配送担当者には商品特性に応じた注意事項をきめ細かく指導しています。



チョコレートは保管温度が大きく上下すると風味が落ちてしまいます。お客様に一番おいしい状態で味わっていただけるよう、特に温度管理には細心の注意を払い、安心・安全な商品を店舗までお届けしています。

物流担当
濱田 眞一郎



6 販売のこだわり

お客様に満足していただくために、営業担当者は店舗運営のアドバイスを通じて、サービスの向上や徹底した品質管理に努めています。また、お得意先様へ提案を行い、販売員と一緒により良い売場づくりを目指しています。



お客様と直接接する場所ですので、売場に対して、品質管理、店舗運営を指導しています。メンバー全員が徹底できるよう、一人ひとりに対してその重要性を説明し、指導を行っています。

関西支店
小倉 真衣



お客様へ

お客様の笑顔のために、安心・安全な商品と、真心のこもったサービスを提供し、お買い物の時間を楽しんでいただける店づくりに努めています。直接お客様とお話ができる第一線の売場にいただいたお声を「お客様の声検討会」で共有しています。



チョコレートで愛をつなぐ取り組み

モロゾフと チョコレートの歴史

1931年、モロゾフは神戸アロードのチョコレートショップから出発しました。当時、質の良い贈答用のチョコレートはすべて輸入品で非常に高価なものでしたが、「できるだけ多くの人に本物のチョコレートを楽しんでもらいたい」という創業者の思いから「品質にこだわったチョコレート」の国内製造をスタートしました。



▲創業当時の商品

モロゾフとバレンタイン

1932年2月、モロゾフは西洋の習慣であった「バレンタインデー」をいち早く取り入れ、日本で初めて、チョコレートを愛の日の贈り物として紹介しました。また、「習慣だけではなく、バレンタインデーの由来も正確に伝えたい」との思いから、1984年に、バレンタインデーの起源がイタリア ウンブリア州 テルニ市にある聖バレンチノ教会に由来することを探し出し、その愛の物語を日本に発信しました。



▲聖バレンチノ教会



▲バレンタイン商品が掲載された創業当時のカタログ

モロゾフとテルニ市の 文化交流

「バレンタインデー」という愛の日で結ばれた神戸とイタリアの街テルニ。1984年以来、モロゾフはこの2つの街の架け橋として、国際的な文化交流に努めています。1993年には、テルニ市から神戸市へ友好の証として「愛の像」が贈られました。さらに、これまでの功績が評価され、2010年2月にはテルニ市において感謝の意をこめたトロフィーが授与されました。



▲テルニ市での授賞式



▶テルニ市より寄贈された愛の像のレプリカ

「すべてのお客様に感動と満足を」。モロゾフはこの思いを胸に、日々さまざまな取り組みを行っています。いまや、日本中の誰もが知る「愛の日 バレンタインデー」。チョコレートを通して人々の心の中にたくさんの愛があふれますように…。そう願うモロゾフは、これからもこの日を大切にしていきたいと考えています。チョコレートを通して、社会へ「愛の文化」を発信し続ける。これを「チョコレートのモロゾフ」ならではのCSR活動の一つと捉え、その歴史と取り組みの一部をご紹介します。

■ チョコレートを通じた社会貢献活動

ユニセフへの寄付活動

開発途上国では今年でも年間880万人の5歳未満の命が失われ、さらに推定1億5,800万人の子どもが労働を強いられています。ユニセフはこうした厳しい状況下におかれた子どもたちを支援しています。モロゾフはユニセフに賛同し、子どもたちへの愛が永遠であるようにと、願いをこめて1993年からバレンタインの収益の一部を寄付しています。



▲子どもたちへ愛をこめて
©UNICEF/NYHQ2009-0159/Pirozzi

ユニセフカップ神戸バレンタイン・ラブラン

サンケイスポーツ・産経新聞社が主催し、日本ユニセフ協会・神戸市などが後援する「ユニセフカップ神戸バレンタイン・ラブラン」は、2月のバレンタインデーの時期に開催されるマラソン大会で、毎年多くの市民が参加しています。モロゾフはバレンタインデーにちなんで女性ランナーにチョコレートをプレゼントしています。



▲多くの市民が楽しむユニセフカップ神戸バレンタイン・ラブラン

■ 品質へのこだわり

チョコレートは温度変化に敏感ですので、チョコレートならではの品質管理が必要です。例えば、チョコレートの販売に当たっては、安定した品質の商品をお届けするため、気温の異なる地域ごとに出荷開始時期を変えています。

■ 原材料供給者への指導

主要な原材料供給者の工場の品質レベルを、2008年から定期的に調査し、評価しています。評価内容は改善依頼を含めて各社にフィードバックしています。チョコレート原料の主要供給者についても調査、評価を行い、改善を依頼した結果、前向きに取り組んでいただき、品質管理レベルの向上につながりました。

■ 営業本部品質保証制度

マニュアルをもとに順守事項が決められ、毎月17日に「品質の日点検シート」で点検・記録しています。

店舗では外部委託先による店舗衛生調査や品質保証グループによる店頭品質監査が行われ、営業本部にフィードバックしています。これらの活動の結果は各支店の品質委員会、さらに営業本部品質委員会で討議し、次の改善につながっています。

■ 販売員への品質教育

販売員の品質知識向上を目的に品質教育を実施しています。品質教育では『品質保証マニュアル』に基づき行われている店頭品質監査のフィードバックとマニュアル内容の理解と徹底、工場見学やビデオなどによる生産工程、品質管理、原料表示やアレルギー表示に関する教育を行っています。また、衛生管理のポイントや販売員からの質問が多かった原料や表示の代表的な内容を掲載した『販売用QAハンドブック』の理解促進を図っています。



▲販売員の品質知識向上を目指して



Chocolate

品質管理と環境配慮を実現した西神新工場

■ 食の安心・安全の強化

工場建設の指針

食の安心・安全についての不安が高まる中、食品の安全確保は業界全体の重要な課題となっています。モロゾフではお客様に安心・安全なスイーツをお届けするために製造環境の整備や衛生状態の確保を行ってきました。新工場を設計・施工する上で、より一層食の安心・安全を強化するため、HACCPの考え方を取り入れて、物の動線、人の動線、空気の動線を考えた工場づくりを行いました。

衛生管理の向上

新工場では、外部との出入口は最小限とし、入出荷口にはドックシェルターを設置しました。窓のない工場を実現し、工場内の清浄度の高い空気を圧力が高い状態に保つことで、外部から汚染空気が流入することを防いでいます。工場入場時には靴の履き替えを2度行い、自動ドアタイプのエアシャワーで衛生状態を向上させています。工場内は汚染区域と清浄区域でゾーニングを行い汚染を防止しています。



▲荷物用大型エアシャワー

■ 品質の向上と品種の拡充

品質の向上

製品の品質を守るため、チョコレートを送る配管には、チョコレートの品種ごとに高性能なフィルターとマグネットを設置して異物混入を防止しています。また、美しい艶のあるチョコレートを供給するため、最新のチョコレート温調装置を導入して、常に良い状態に保ちながら製造できるように努めています。お客様に喜ばれる製品づくりができる工場を目指しています。

品種の拡充

新工場ではさまざまな製品に対応できる生産能力の高いチョコレートラインを導入して、一度に多品種のチョコレートが製造できるようになりました。また、従来の設備でも、製造方法を見直すことによって、多くのバリエーションのチョコレートを効率良く製造できるようになりました。これからもお客様のニーズに合った製品の供給ができるよう努力を続けます。



▲金属検出機と目視によるチェック

■ ローコストオペレーション

効率化に向けた改善

神戸御影工場と西神工場の2つを統合することにより、要員の有効活用が可能となりました。電気・ガスは大口契約にすることにより、水は膜濾過浄水システムなどで安全性を確保した地下水を利用することにより、それぞれコストを削減します。また閉鎖した神戸御影工場では8フロアに分かれていた設備を新工場では1フロアに配置したり、稼働時間を延長するなど、生産工程におけるムリ・ムダをなくしていきます。

改善による効果

要員の有効活用、エネルギーコストの削減および稼働時間の延長などにより、経費の削減と生産効率の向上を図ります。このような工場経営を行うことで、製造原価を低減することが可能になります。これらの努力を少しずつ積み重ね、モロゾフが継続的に発展していくための中核となる工場を目指します。



▲地下水膜濾過浄水システム

チョコレートを製造していた神戸御影工場の老朽化、周辺の立地環境変化への配慮および安心・安全へのさらなる取り組み強化を踏まえ、既設の西神工場敷地内に新工場を建設し、神戸御影工場を移設・統合しました。
チョコレートのモロゾフの復権とロマンを追求するための工場として、2011年の創業80周年、その後に控える100周年を見据えています。

■ 環境に優しい工場

ISO14001について

環境保全活動については、2008年1月の六甲アイランドオフィスおよび工場での環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証取得に続き、西神工場でも認証取得を目指します。2010年度は基準年度として実績収集と従業員の教育、実施計画の作成などを行い、2011年度から運用を始め、2011年度中の認証取得に向け準備を進めています。

省エネ設備

新工場では電力使用量を削減するために、省エネタイプの照明設備を導入しています。CO₂の削減においてはこれまで使用していた重油ボイラーとLPGボイラーをすべて都市ガスボイラーに変更することにより、CO₂発生量の30%削減を目指します。また生産効率を上げること、原料や製品の廃棄ロスの状況を把握し、関連部署と協力しながらロスの削減を進めていくことにより、生産工程での環境負荷低減に取り組んでいきます。



▲都市ガスボイラー

4

■ 事業継続性と地域・社会へ貢献する工場

事業継続性

1983年に建設された既設工場の老朽化による建て替えを見据えて、新工場に設備を移設できるように1フロア分を確保しました。また新工場建設に合わせて新規にゼリーラインを導入して、容器変更による開けやすさの向上とコストダウンを図りました。

地域社会への貢献

地域貢献活動として近隣清掃の実施や西神工業団地内で毎年実施している「西神インダストリアルパークフェア」に参画し、工場見学の受け入れやスポーツイベントに協力しています。また、兵庫県が推進する「トライやる・ウィーク」にも2001年から積極的に協力し、2009年も3名を受け入れました。

5



地球環境とスイーツの共生

■ 環境目標と結果

モロゾフは環境マネジメントシステムの運用を開始した2007年に、3年間で区切りとした環境負荷低減の到達点を設定しました。各年度ではそれを達成するための目標値を設定し活動しています。以下は2009年度の六甲アイランド各事業所の活動結果です。

環境目標と結果(2009年度)

六甲アイランド工場(物流含む)		2010年度到達点	2009年度目標	活動結果	評価
省エネ 省資源	電気	5.0%削減	4.0%削減する	2.1%削減した	△
	プロパンガス	5.0%削減	4.0%削減する	5.6%削減した	○
	水道水	10.0%削減	8.0%削減する	8.9%削減した	○
	軽油	3.0%削減	工場車輛で3.0%削減する 物流車輛で2.0%削減する	工場車輛で20.8%削減した 物流車輛で9.7%削減した	◎
	OA紙	物流使用量を5.0%削減	4.0%削減する	8.4%削減した	◎
廃棄物	一般ゴミ	5.0%削減	4.0%削減する	13.0%削減した	◎
	食品ゴミ	5.0%削減	4.0%削減する	26.1%削減した	◎
汚染予防	排水、フロンガス、 プロパンガス、有機溶剤	汚染事故"0"件維持	汚染事故"0"件維持	汚染事故"0"件達成	○

六甲アイランドオフィス		2010年度到達点	2009年度目標	活動結果	評価
省エネ 省資源	電気	8.0%削減	6.0%削減する	14.8%削減した	◎
	OA紙	5.0%削減	3.0%削減する	6.7%削減した	◎
廃棄物	一般ゴミ	30.0%削減	30.0%削減する	19.7%削減した	△
	紙ゴミ(再生可能なもの)	100%再生紙原料化する	100%再生紙原料化する	95.3%再生紙原料化達成	△
有益活動	商品の設計における環境配慮	環境配慮素材25件導入	8件導入する	28件導入した	◎

- ①削減は2006年度実績に対する削減率ですが、一部は2007年度に対する削減を含んでいます。
 ②評価は、◎…目標を大きく上回った、○…目標達成、△…目標未達成だが進捗した、×…進捗せず、です。

■ 食品リサイクル率向上

食品廃棄物の排出抑制と有効利用促進のために制定された「食品リサイクル法(食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律)」が2007年に改定され、モロゾフも生産部門・喫茶部門からの食品廃棄物のリサイクル化に取り組んでいます。初年度はリサイクル率5.6%(16.8t)と目標の20%には大きく及ばなかったものの、2008年度

は49.6%(134.8t)、2009年度は59.2%(192.3t)と大きな伸びとなり、地球環境の維持に貢献しています。リサイクルの方法としては豚や牛の飼料、肥料、メタンガス生産など、さまざまな方法で再生利用の促進に寄与するとともに、最終目標であるリサイクル率80%以上を目指して、これからも食品リサイクルを推進していきます。

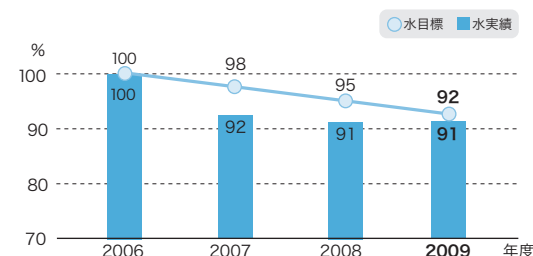
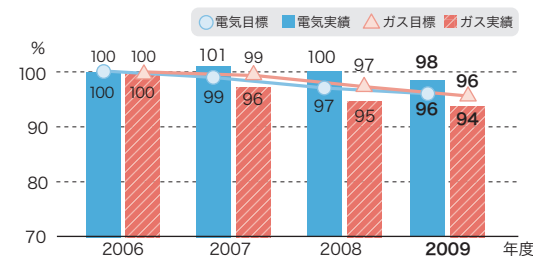
■ 環境負荷低減への取り組み

省エネ・省資源に向けて 一六甲アイランド工場

電気では空調の設定温度や照明点灯時間の監視、コンプレッサー圧力の適正化、設備稼働時間の管理を実施しムダの排除を継続しています。さらに2009年度はLED照明の導入、空調機のインバータータイプへの更新、各種タンクの保冷カバー取り付けなどを実施しました。電気は年度目標には達しませんでした。2.1%の削減となりました。

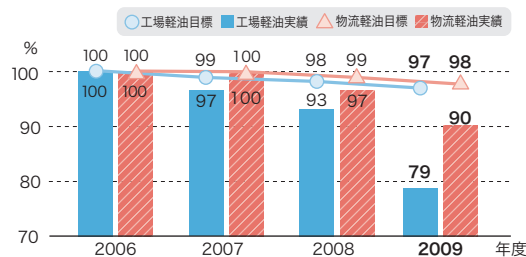
ガスでは各種オープン点検・清掃により燃焼性能を改善しました。またボイラーでは生産活動に影響させることなく設定圧力を見直し、蒸気配管へのエコジャケット取り付けも実施しました。

水ではプリン焼成用トレー洗浄機の導入で使用量が増加しましたが、ムダの排除、設備使用水の電磁弁取り付けなどで削減を継続しています。



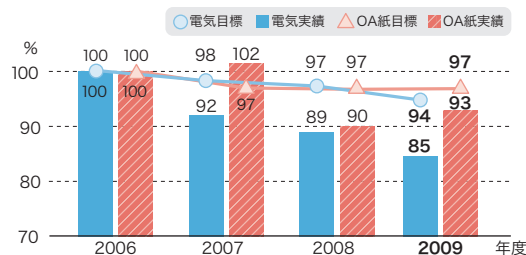
省エネ・省資源に向けて 一六甲アイランド工場・物流

工場送迎バスを大型から中型に更新し、送迎人数に対応した配車を実施しました。物流ではお取引先様のご協力によるエコドライブの徹底を実施し成果をあげています。



省エネ・省資源に向けて 一六甲アイランドオフィス

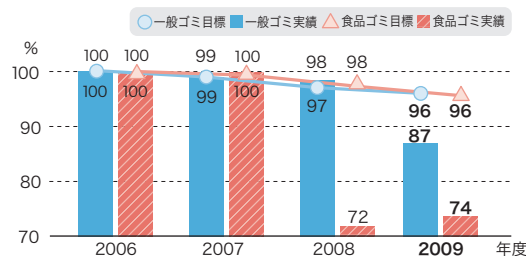
電気は照明スイッチの細分化、ノー残業デーなどを実施し、OA紙では書類の電子化、印刷ミス防止などで使用量を削減しています。また、毎月の職場巡回や全従業員を対象に自己評価アンケートを実施し環境意識の強化につなげています。



廃棄物削減 一六甲アイランド工場

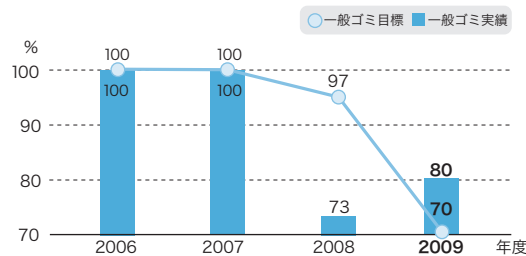
紙ゴミはオフィスで実施している再資源化のルートに乗せ廃棄量を減少。食品ゴミは生産工程でのロス低減活動、

製品設計からの見直しを実施しています。2009年度からクッキーなどの食品ゴミの飼料化を開始しました。



廃棄物削減 一六甲アイランドオフィス

個人ゴミ箱の撤去、給食少量サイズの導入、マイコップ推進などで廃棄物を削減しています。紙ゴミは分別収集し再生紙原料としてリサイクル化しています。またペットボトルキャップ回収にも着手しました。

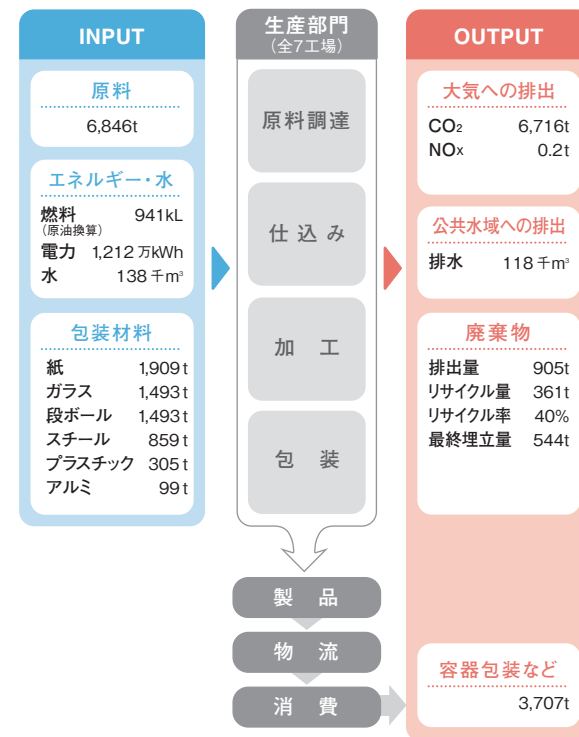


廃棄物削減 一店舗

洋生菓子を中心に廃棄ロスの低減を進めています。店舗運営プロジェクトによる、洋生菓子のロス低減ノウハウをマニュアル化し、全店への教育指導を行っています。また、干菓子の在庫回転率向上、資材のロス低減も行っています。

■ マテリアルバランス

モロゾフは企業活動のあらゆる面で地球環境にさまざまな負荷をあたえています。モロゾフは自らが作り出している環境負荷を正しく認識し、環境に配慮した取り組みを行っています。2009年度のマテリアルバランス(環境負荷状況)は以下のとおりです。



ステークホルダーへの取り組み

■お客様への取り組み—CS活動

Smile³ (スマイルキューブ) について

CS(お客様満足)レベルの向上を目指し、Smile³定着検討会による活動を継続的に行っています。全国の拠点にCSリーダーを配置するとともに、CS研修の開発・実施、店舗巡回による指導、CS表彰制度の企画・運営などを行っています。

Smile³とは、お客様の笑顔を引き出すために「見た目」、「こころ」、「動き」の3つのスマイルが必要であることから名づけています。

CS研修

店舗スタッフ(パートタイマー含む)に対して、身だしなみ、お辞儀の仕方、笑顔のトレーニング、声の出し方といった基本動作から、プレゼンテーション、お客様のニーズチェックなどの内容を受講者のレベルに合わせて行います。内容をより理解するため、座学で学んだことやトレーニングで身に付けたことを模擬店舗を使ったロールプレイングで体感します。接客の本質とは何かということを受講者一人ひとりが改めて考え、モチベーションのアップにもつながる研修を目指しています。研修で学んだことはそれぞれの売場でメンバーにも伝えてもらい、店舗スタッフ全員で実践するよう指導しています。

店舗巡回

Smile³定着検討会ではCSリーダーが定期的に店舗を回り、直接指導を行っています。指導は検討会で作成されたCSチェック表をもとに、店舗スタッフの接客動作を見て行います。CSリーダーがお客様の目線で店舗全体を客観的に見ることによって、店舗スタッフそれぞれが自分では気づかない点や悪い癖も改善できます。

CS表彰制度

2006年から新たな取り組みとしてCS表彰制度を導入しました。店舗全体でのCSに対する意識の向上、モチベーションの向上を目的として、年2回実施しています。全国からのエントリー店(目標売上達成店舗)を対象に、巡回チェックをし、全国1位~3位の店舗を表彰します。判断基準は、笑顔、身だしなみ、明るいハリの声などです。この表彰制度は、2009年秋に7回目を迎え、確実に店舗の意識、およびチームワークの向上につながっています。



▲2009年度 秋季CS表彰制度受賞式

CS表彰者喜びの声

「仲良く、楽しく」が売場の色になっており、それがお客様にも伝わっています。「楽しい雰囲気この店のプリンが一番おいしい」など、お客様からのお褒めの言葉がパワーになっています。これからもこのレベルを落とさないようにV2目指してがんばります。

名古屋支店 販売スタッフ 佐藤 和美

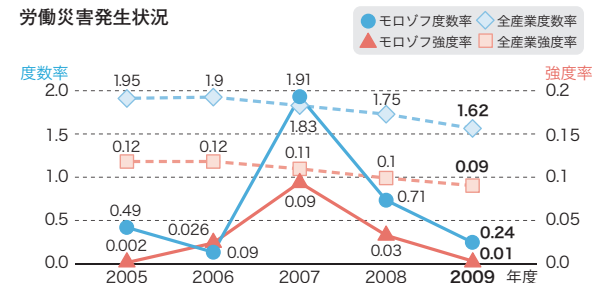


■従業員への取り組み

労働災害

2009年度は管理部門1件、店舗部門3件、工場部門2件の合計6件発生しています。ケガの状況としては捻挫、打撲、火傷などが報告されています。類似災害を防ぐために、速報を流して各現場での作業手順の見直し、危険個所の再確認の徹底および設備・備品の改善・変更を行っています。

労働災害発生状況

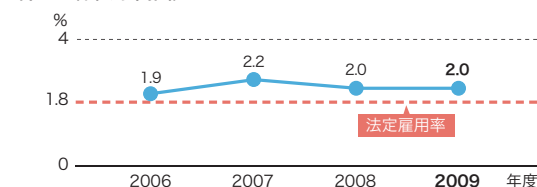


度数率:100万延実労働時間当たりの労働災害による死傷者数で、災害発生の頻度を表します。
強度率:1,000延実労働時間当たりの労働損失日数で、災害の重さの程度を表します。

障がい者雇用状況

モロゾフは、働く意欲があるすべての人を対象に雇用を進めてきました。2005年度以降、障がい者の法定雇用率1.8%以上を維持しています。2009年には兵庫県障害者ワークフェアでモデル企業として事例発表を行いました。

障がい者雇用率推移データ



ワーク・ライフ・バランスへの取り組み

モロゾフは、従業員一人ひとりが能力を最大限に発揮していきいきと働き、多様なライフスタイルを選択できるよう、ワーク・ライフ・バランスの実現推進に取り組んでいます。

ショートタイム(ST)社員制度

社員のワーク・ライフ・バランスの推進と、パートタイマーの社員登用促進を目的とした制度を取り入れています。

仕事と家庭の両立を促進するため、本人の意思で自由に働く時間を設定できる「ショートタイム社員」と、従来の雇用形態である「フルタイム社員」の間で何度でも転換ができます。これまで5人のフルタイム社員がショートタイム社員に転換しています。

転換基準について



- A. 転換基準 勤続3年以上、上司評価、試験、面接など
- B. 転換基準 本人希望、ST社員経験1年以上
- C. 転換基準 本人希望

ショートタイム社員転換者の声

親が高齢で介護の時間が必要になったので、ST社員に転換しました。勤務時間を1日1時間減らし、勤務日数を月18日にすることで、家族で協力できることも増えました。今後も親の健康状態を見ながら、この制度を利用していききたいと思います。

東京支店 販売スタッフ 芦沢 知子



フレックスタイム制度

モロゾフでは1990年に一部署を対象にフレックスタイム勤務制度をスタートさせました。その後徐々に対象部署を増やし、現在ではすべてのスタッフ・営業部門がフレックスタイム勤務となっています。2010年4月からはよりフレキシブルにするために、コアタイム(必ず勤務しなければならない時間帯)を廃止しました。

Topics

ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰

ST社員制度やフレックスタイム制度などの取り組みが評価され、2010年3月に、働きやすい職場づくりに実績をあげている企業として「ひょうご仕事と生活のバランス企業表彰」の記念すべき第1回の表彰企業に選ばれました。



▲表彰式の様子(井戸敏三 兵庫県知事から受賞)

要配慮復職制度

2009年11月に3か月以上の体や心の病気による休業からのスムーズな職場復帰を支援するために要配慮復職制度を導入しました。

この制度では、会社が必要と判断した場合は最大3か月間の短時間勤務や短日勤務を行うことが認められます。本人からの復職申請後に産業医・保健師・人事労務担当者・職場の上司が相談して個別の復職プログラムを作成するなど、休業者が必要な準備期間を経て、段階的に完全復帰できるよう支援する取り組みをしています。

生産本部 売場実習

生産本部では、工場従業員が店頭販売を行う「売場実習」教育を実施しています。実際に商品をお買い上げいただくお客様と接し、改めてものづくりに対する喜びと誇りを深めるとともに、品質に対する意識を向上させることを目的としています。また、実習先の販売員と交流することで、製販一体、全社一丸となったCSに対する意識向上の相乗効果も見られるようになりました。

売場実習受講者の声

製造現場では見ることのできない「お客様の笑顔」に接することができ、製造者として素晴らしい経験をさせていただきました。販売員の方のCS活動に負けないよう、高品質の商品を提供し続けられるようがんばります。

六甲アイランド工場 中村 佳政



■サプライヤーへの取り組み

供給者交流会

モロゾフでは、品質の維持・向上を目的として、毎年お取引先様との交流会を実施しています。お取引先様との関係を密にし、安心・安全な商品を継続的に製造・販売していくためです。モロゾフの品質に関する考え方や取り組みを共有し、お取引先様との情報交換を通じてすべての品質を確保することをねらっています。



▲供給者交流会の様子

供給者表彰制度

原材料を供給していただくお取引先様は、品質向上を目指す上で重要なパートナーです。特に優秀な成績をおさめられたお取引先様に対して、2006年度より供給者品質表彰制度を設けています。4回目となる2009年度はザ・パック株式会社様を表彰させていただきました。お取引先様にも、従業員の方々の励みになると喜ばれています。



受賞会社様喜びの声

日頃からやってきたことが評価され、大変光栄であり報われた思いです。この喜びは工場と分かち合い、一層励みにしてまいります。

ザ・パック株式会社
常務取締役大阪事業本部長 木森 啓至様

■地域社会への取り組み

お菓子づくり教室

地域社会貢献の一環として、2009年11月に初めて神戸市総合児童センターで小学生を対象とした「お菓子づくり教室」を開催しました。参加された皆さんは楽しそうに、また真剣にプリンづくりに挑戦していました。

これからも次世代の子どもたちに、お菓子づくりの楽しさと喜びを伝えていきたいと考えています。



▲プリンづくり風景

産学連携事業

2009年9月～12月に、神戸市の3大学の学生がモロゾフの研究テーマについて企画・提案する「神戸研究学園都市大学ゼミ対抗イベント」を開催しました。若い感性による貴重な提案を数多くいただき、特別賞を受賞したチームからは「受賞は驚くとともに大変うれしく、最後まで頑張っただけで本当に良かった」との感想をいただきました。



▲熱気あふれるプレゼンテーションの様子

■株主・投資家の皆様への取り組み

株主総会

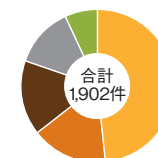
株主様にわかりやすい開かれた株主総会を目指しています。事業報告や議案の内容をビジュアル化するとともに、質疑応答時にもできる限り参考資料を映写するようにしています。商品・店舗紹介パネルの展示や自社商品の販売なども行い、モロゾフについてご理解いただけるよう努めています。2009年度の定時株主総会には246名の株主様にご出席いただきました。

株主総会についてはHPをご参照ください。
<http://www.morozoff.co.jp/ir/event.html>

株主アンケート

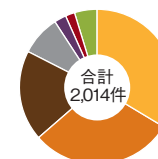
株主の皆様のご意見やご要望を経営やIR活動に反映させるため、2回目の株主アンケートを実施しました。返送率は20.2%と大変多くの株主様にご回答をいただきました。今後とも株主の皆様にご満足いただけるよう努力してまいります。

Q. 当社株式の保有期間



10年以上	923件	48.5%
3～5年未満	304件	16.0%
5～10年未満	302件	15.9%
1～3年未満	245件	12.9%
1年未満	128件	6.7%

Q. 当社に最も期待されていること



安定配当	681件	33.8%
株主優待の継続	605件	30.0%
業績安定・向上	378件	18.8%
株主優待の変更	167件	8.3%
株式分割	50件	2.5%
業績連動型配当	38件	1.9%
その他	95件	4.7%

会社概要／編集後記

(2010年1月31日現在)

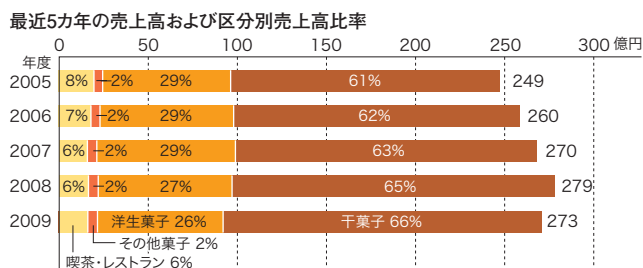
■ 会社概要

社名：モロゾフ株式会社
 設立：1931年8月8日
 資本金：37億3,746万円
 決算日：1月31日
 社員数：842名
 上場証券取引所：東京、大阪各証券取引所1部



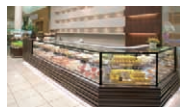
■ 事業内容

洋菓子製造販売事業
 喫茶・レストラン事業



■ 店舗

- 菓子店舗直営店……………13店
- 菓子店舗百貨店、専門店……866店
- 喫茶店舗……………31店
- レストラン……………2店



合計 912店

■ 事業所

- 六甲アイランドオフィス
本社部門、生産本部、マーケティングセンター
- 東京支店
- 名古屋支店
- 関西支店
- 福岡支店(工場併設)
- 西神工場
- 六甲アイランド工場
- 船橋工場
- 北海道営業所(工場併設)
- 仙台営業所(工場併設)
- 船橋物流センター

■ モロゾフの展開ブランド



Café Morozoff



Alex & Michael
Redondo Beach, California
So sweet, soft, and innocent like little angels.

Landolt
Café - Konditorei Confiserie

■ 編集後記

モロゾフのCSR報告書をお読みいただきありがとうございます。2009年にCSR委員会を発足させ、第1号のCSR報告書を発行いたしました。モロゾフは全員参加型のCSR活動を推進しており、2010年には委員会メンバーを大幅に入れ替え、新たなメンバーで第2号となる本報告書を作成いたしました。今後も開発、生産から販売、管理まで多岐にわたる部署から選出したメンバーを中心に全社でCSR活動を継続していきます。

安心・安全をお客様に

今回、西神新工場の特集ページでご紹介したものはほんの一部です。チョコレートの生産における品質面、環境面、コスト削減などにおいて他にも多くの改善がされています。新工場で製造された安心・安全でおいしいチョコレートを少しでも多くのお客様に味わっていただきたいと思っています。



西神工場
堀井 健次

CSR活動を改めて考える

今回新たなメンバーとして編集に携わり、部署も世代も異なるさまざまな人々とモロゾフのCSR活動に対する考えを共有できたことを大変うれしく思っています。この編集を通して改めて気づくことのできた環境や社会への意識は、今後も商品づくりを通してステークホルダーの皆様へ大切に伝えてまいりたいと思います。



商品企画グループ
橋本 浩美



▲CSR委員会メンバー

モロゾフ株式会社



〒658-0033 神戸市東灘区向洋町西5丁目3番地
お問い合わせ: CSR委員会 TEL.(078)822-5000
<http://www.morozoff.co.jp/>



インキは環境負荷の
少ない植物性大豆インキを
使用しています。