

AOHATA GROUP REPORT 2022

アヲハタ グループレポート 2022

会社案内および社会・環境報告書フルレポート

当社は、2018年に青旗缶詰株式会社の創立から70周年を迎えました。
この節目にあたり、2028年ビジョンを策定しています。

2028年ビジョン 「フルーツで世界の人を幸せにする」

私たちアヲハタグループは、フルーツの力を限りなく引き出すことで
「おいしさ」「楽しさ」「やさしさ」をお届けし、お客さまの幸せな毎日の暮らしに寄り添います。

Contents

トップメッセージ	02～03
アヲハタの歴史・理念	04～05
～創業の原点から今日まで～	
事業のご紹介	06～07
アヲハタのCSR活動について	08～09
特集「持続可能な社会の実現と アヲハタグループの持続的成長にむけて」...	10～15
アヲハタ品質	16～17
循環型社会への貢献	18～19
フルーツを通じた健康支援	20～21
仲間とともに／地域・社会とともに	22～23
コーポレート・ガバナンス	24～25
経営・CSR・環境保全への	26
取り組みの歴史	
環境会計	27
生産工場の環境負荷状況	28
アヲハタ株式会社の概要	29

アヲハタグループ概要

アヲハタグループは、アヲハタ(株)とグループ企業5社(国内1、海外4)で構成され、家庭用(ジャム、マーマレードなど)、産業用(フルーツ・プレパレーション:主としてヨーグルト用フルーツソースなど)、生産受託他(調理食品類など)の食料品の製造および販売を主な事業内容とし、その他に関連事業として原材料の購入販売およびその他サービス業などの事業活動をおこなっています。

編集方針

「アヲハタグループレポート2022」は、「会社案内」と「社会・環境報告書」を統合したものです。アヲハタグループの企業理念、事業活動、商品などについて紹介するとともに、社会的な取り組みや環境保全活動をより多くの方に知っていただき、コミュニケーションをはかることを目的として発行しています。写真、イラスト、グラフなどをできるだけ多く用い、「見やすさ」、「分かりやすさ」に留意し編集しました。構成と掲載項目については、環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」を参考にしています。

なお、簡潔に読みやすくまとめた「ハイライト(冊子版)」と、より詳細な情報や各種データを載せた「フルレポート(Web版)」を作成しています。

フルレポートは、ホームページよりご覧いただけます。

▶URL <https://www.aohata.co.jp/company/csr/index.html>

本報告書の対象範囲

【対象範囲】 主要な実績については、アヲハタグループの生産工場であるアヲハタ(株)ジャム工場、竹原工場、山形工場のデータを集計し記載しました。社会的な取り組みや環境保全活動に関しては、アヲハタグループ各社の内容も含めて記載しています。

【対象期間】 2020年12月1日～2021年11月30日
取り組み内容については、一部2021年12月以降のものも記載しています。

【発行月】 2022年3月

※フルレポート(Web版)は、タイムリーな情報提供のため、予告なく更新することがあります。



Top Message

トップメッセージ

新規フルーツ加工品事業を伸ばすとともに、
デジタル化による生産性と品質の向上を進め
さらなるブランド価値の発展を目指します。

アラハタ株式会社
代表取締役社長

山本 範雄

当社は、2018年の創立70周年を機に、2028年ビジョンを掲げました。「フルーツで世界の人を幸せにする」をビジョンとし、めざす姿として「フルーツのアラハタ」を掲げ、2021年もこの実現に向けて、商品開発や新たな販路への挑戦などの取り組みを進めてまいりました。

一方で、依然としてコロナ収束の見通しが立たない中、各事業への影響、対策については悩ましい日々が続いています。また、気候変動に対する憂慮も一層強まり、当社において原料の安定調達はますます大きな課題となっています。気候変動への対応は、自社のCO₂や温暖化ガスの排出削減など、会社として粛々と進める一方、取引先や仕入先と協働して解決していかななくてはならない問題もあります。商品の安定供給、安定価格、そして品質向上を、サステナブルという観点で取り組んでいくことは、今後も重要なテーマになってくると思います。幸いフルーツ原料の調達においては、これまで長い年月をかけて産地との信頼関係を築いてきましたので、コロナ禍で現地での確認作業ができない状況でもリモートを活用してコミュニケーションが取れており、社会や地球の環境への配慮もあわせて品質の維持・向上に取り組んでいます。

しかしながら、主原料の価格高騰は、過去に経験したことのない状況にあります。主原料に関わらず、20年、21年は、エネルギーや包装資材といった副原料までも値上がりする厳しさに直面しました。コロナによる巣ごもり需要は、少なからず私たちの事業を支えてくれましたが、コロナ禍においてお客さまの生活様式や行動パターンは変化しています。コロナ収束を前提に考えると、内食用の家庭用事業は様相を変えると捉えるのが当然で、アフターコロナに向けた取り組みの必要性を感じざるをえないのです。つまり、2028年ビジョンで掲げてきたように、ジャムの事業だけでは成長が難しく、フルーツ全般の加工品事業の拡大が不可避ということです。この逆風のなかで先に向けた体質強化をどう行うか、今こそ、そこに真価が問われると考えています。

「フルーツのアラハタ」の実現に向け、力を入れて取り組んでいくことが大きく2つあります。ひとつは、くちどけシリーズをはじめとする一食完結型のフルーツ加工品の強化です。アラハタ独自の技術を発揮することで、素材の持つ香りや色そしてテクスチャーなどを活かした商品を展開して行きたいと思っています。

もうひとつは、他社に真似できない、私たちが持つ日持ち技術に磨きをかけ得意なカテゴリーを見出していくことです。具体的にはアイスクリームや乳飲料、チルド飲料企業との取り組みになりますが、分野に絞った強化を進めることです。以上のことを取り組むことで、お客様によりフルーツを気軽に楽しんでいただく場になると考えています。

また、海外の展開については、グループ会社のキューピーが海外事業において中国を成長の柱としていますので、アラハタとしてはグループ協働で中国国内事業の基盤づくりに注力したいと考えています。もちろん事業構成比のバランスもとっていかなければならず、様々な展開と成長を視野に入れた、事業の再構築を進めたいと考えています。

成長戦略とあわせて、新中期経営計画に向けて取り組んでいきたい課題に、BCP(事業継続)対策があります。一か所生産のリスクは、自然災害に限らず、コロナ禍以降、様々な想定を余儀なくされました。特に基幹のジャムについては2拠点化を含めたリスクヘッジできる体制づくりを進めなければと思っています。その中でキーワードとなるのが、デジタル化の推進です。研究開発・生産に関して、5年先、10年先を見据え、自前主義に陥ることなく、外部の技術も応用し、技術革新を進めていくことは欠かせません。スマートファクトリー化の実現も視野に入れつつ、品質はもちろん、生産効率を落とすことなく、時代に合った付加価値のある商品を生み出していく。合理化された新工場構想に向けて、環境にも配慮し試行錯誤しながら知見を積んでいきたいと思っています。

情報は自ら発信し、 部門を超えた共有と連動を

社内ではこれまでも掲げてきた3つの「C」(Cost, Communication, Culture)についてさらなる進化を求めています。これまでは一つ目にCostを置いていましたが、これからは第一にCommunicationを掲げます。それぞれが持っている情報を部門・部署を超えて発信してもらいたいです。同時に、自ら情報を取りにいく心がけを持ってもらいたいと思います。様々な情報を共有することで、今までと違った見方、判断を養い、組織の連携力、チーム力の向上に努めてほしいと思います。2つ目はCostです。Costは技術で創るものであり、デジタル化やAI化にしっかり取り組み生産性向上を推進していきます。3つ目に、新しい食文化の創出、Cultureです。これは一食完結型などの新たなフルーツ加工品に的を絞り、加速させていきたいと考えています。これら3つの「C」については、改めて従業員一人ひとりに強く意識してもらいたいと思っています。何事も変えるのは自分自身の意識です。受け身ではなく発信する力、自分で情報を取りに行く率先力、他部署との連携力、それが社内の風土を変え、さらなるアラハタの発展につながると信じています。

アヲハタの歴史・理念

～創業の原点から今まで～

当社は、みかんの缶詰加工とオレンジママレードなどの
ジャム類の製造を目的として、1932年に株式会社旗道園として創業しました。

「缶詰は中身が見えないからこそ正直者がつくらなければならない」

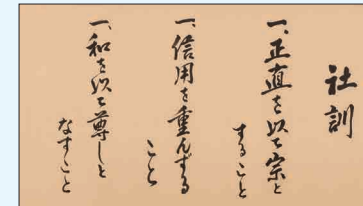
の信念のもとに、缶詰技術を応用し、素材の新鮮さ、風味をいかした

安全・安心な食品づくりに取り組んでまいりました。

アヲハタグループの理念

社訓

- 一、正直を以て宗とすること
- 一、信用を重んずること
- 一、和を以て尊しとなすこと



大切にする姿勢

挑戦と創意工夫を重ね、
「良心のこもったアヲハタづくり」を実践します

めざす姿

フルーツのアヲハタ

アヲハタは、フルーツと自然の実りの価値をお届けし、
心弾む楽しく豊かな生活シーンを彩ります

昭和7年

アヲハタ印のみかん缶詰、オレンジマ
マレードなどのジャム類の製造を目的とし、
中島商店(現 株式会社中島董商店)の全額
出資により株式会社旗道園として創業。



創業の工場
「株式会社旗道園」

1932

1932

1933

1933

昭和8年

広島県竹原市忠海中町
に工場を建設、みかん
缶詰の製造を開始。



みかん缶詰の製造風景(昭和30年代)

1936

昭和11年

オレンジママレード、
イチゴジャムの製造を開始。



1948 昭和23年

もと株式会社旗道園の代表者、廿日出要之進が
発起人代表となり、青旗缶詰株式会社を設立。
みかん缶詰をはじめとする果実缶詰やオレンジ
ママレードなどのジャム類の製造を再開。

1943

昭和18年

企業整備令により株式会社
旗道園は解散、広島県合同
缶詰株式会社に統合され、
同社忠海工場として存続。

昭和37年

キューピー印ミートソースなど
の調理食品缶詰の製造を開始。



昭和40年代の
調理缶詰製品

1962

1970

1970

昭和45年

甘さの少ない低糖
度ジャムを開発。
「アヲハタ55オレ
ンジママレード」
を発売。



1989 平成元年

40周年を機にアヲハタ
株式会社に商号変更。



平成24年

砂糖を使わず、果実と
果汁で作った「アヲハタ
まるごと果実」を発売。



平成24年

ジャムに関する情
報発信拠点として
「アヲハタ ジャム
デッキ」をジャム
工場内に新設。

2012

1998

1998

平成10年

広島証券取引所に
株式を上場。
産業用加工品事業
を開始。

2000

2000

平成12年

東京証券取引所市場
第二部に株式を上場。

2014 平成26年

キューピー株式会社より、
パン関連商品販売事業を承継。

平成30年

広島県三次市に
「アヲハタ果実研究所」を開設。



2018

2015

平成27年

ジャムなどの加工に適したイチゴの
新品種「夢つづき」開発。



令和3年

「ひとくち柑橘」発売。

2021

2020

令和2年

「くちどけいちご」発売。



事業のご紹介

家庭用

時代に先駆けた商品開発

当社は、いつも時代に先駆けて新しい商品を開発してきました。日本で最初の低糖度ジャム「アラハタ 55ジャム」シリーズをはじめ、低カロリージャム、砂糖を使わずフルーツと果汁でつくった「アラハタ まるごと果実」など多様なニーズを先取りする商品を開発しています。

低糖度ジャムで市場をリード

ジャム業界にあっては、「アラハタ」はトップブランドです。中でも家庭用びん詰ジャム市場での市場占有率は高く、特に低糖度のジャムでは大きなシェアを獲得しています。今後も引き続きジャムの低糖度化が進んでいくと予想される中で、先発メーカーの強みをいかし、ますますのシェアアップを進めていきます。

また、家庭用にとどまらず、業務用分野でもシェア向上に努め、ジャムの全分野で確固たる地位を築いていきます。

ジャム・スプレッド類

フルーツの味わいを精度や果肉感の違いなどでさまざまにお楽しみいただけるジャムのほか、ホイップ、スプレッドなどのシリーズがあります。また、パッケージも個食から大容量タイプ、チューブタイプなど、さまざまな食シーンや使い方に対応して展開しています。



アラハタ
55イチゴ



アラハタ
まるごと果実



アラハタ
トラディショナル



アラハタ
カロリーハーフ



アラハタ
アフタヌーン



アラハタ
スプレッド



アラハタ
塗るテリーヌ



TM & © UNI
ヴェルデ
チョコホイップ



ヴェルデ
スプレッド



ヴェルデ チョコ
& ピーナッツ

新規フルーツ加工品

「フルーツのアラハタ」の実現に向けて、一食完結型の新たなフルーツ加工品を展開します。



アラハタ
くちどけいちご



アラハタ
ひとくち柑橘

産業用

フルーツ加工技術を軸に

フルーツ加工品の中でも、フルーツ・プレパレーションは、乳業メーカーや冷凍向けの商品に欠かせない重要な素材です。アセプティック技術によって、できるだけ加熱量の少ないフレッシュな果実加工品をつくり出すことが私たちの大切な仕事です。

ジャムやフルーツ缶詰の製造で培った果実原料の品質管理技術やブレンド技術、生産技術、商品開発力などを発揮し、さらにお取引先様のもつ技術を掛け合わせることで、フルーツの新たな価値創出を目指します。



生産受託他



昭和37年より当社は、キューピー株式会社と協力して、さまざまな調理食品の生産に取り組んでいます。

※生産受託品はアラハタグループで生産し、キューピーグループが販売しています。



●アセプティック（無菌充填）技術

内容物が外気に触れることなく、無菌状態のまま充填されます。厳選された原料をいかし、おいしさをフレッシュパックできる技術です。

●鮮度を保つ技術

殺菌後直ちに急速冷却するため、大型容器でもフルーツの香味を損なうことなく、鮮度を保ったままお届けできます。

●小容量から大容量まで幅広く対応

リサイクルや開封が容易で使いやすいアルミパウチや、産業用コンテナシステムまで、幅広い容器を選択できます。



◀リターナブルな
アセプティックコンテナ
システム

ゼリー類・OEM 商品



創業以来培ってきた高品質なフルーツ原料の調達技術、密封殺菌技術をいかしフルーツゼリーを生産しています。

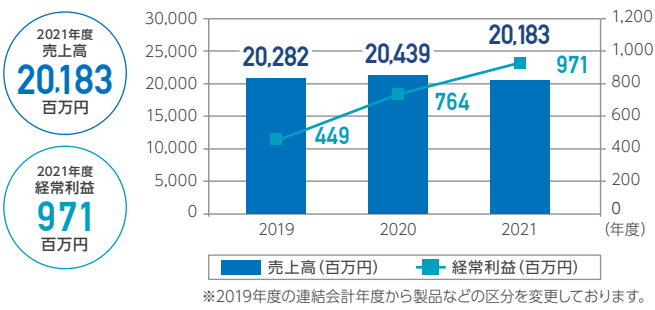
地域特産品



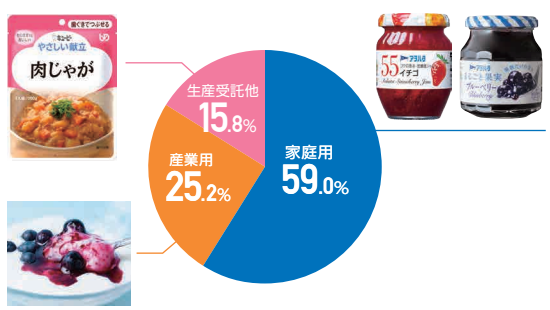
牡蠣の加工食品、瀬戸内の柑橘を使ったマーマレードなど、地域の食材をいかした商品を企画・販売しています。

業績・売上高構成比（連結）

◆売上高・経常利益推移



◆売上高構成比（2021年度）





アヲハタのCSR活動について

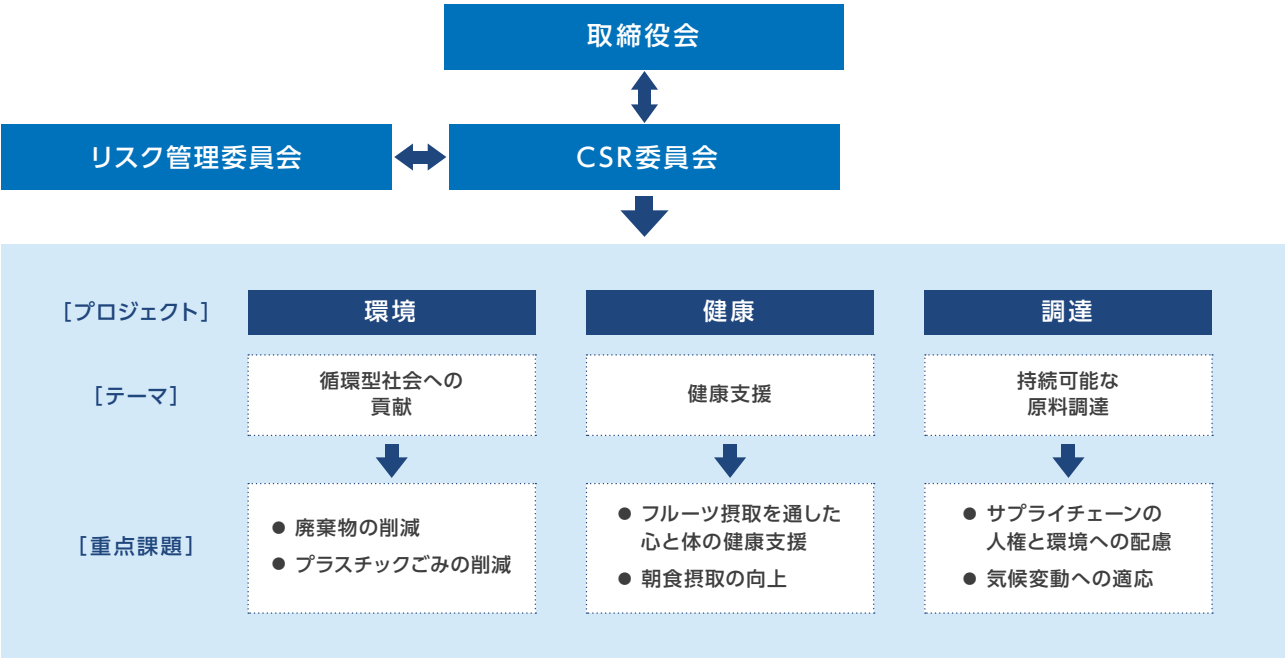
CSRの基本的な考え方

私たちはアヲハタグループの理念と行動規範を遵守し、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、グループの持続的な成長の基盤として、CSR活動を推進します。

CSRの推進体制

アヲハタ株式会社代表取締役社長および役員・本部長で構成されるCSR委員会を2020年に設置しました。委員会は年2回以上開催し、持続可能な社会の実現への貢献とアヲハタグループの持続的成長にむけた重点課題や目標の設定、取組を推進していきます。

また、重点課題の3つのテーマについて、それぞれのプロジェクトにて取組のPDCAサイクルの実践を行っていきます。



重点課題の特定プロセス

アヲハタグループが取り組むべき社会課題をSDGsを参考に、バリューチェーンにおけるリスクと機会の分析により抽出しました。そして、社会課題ごとにステークホルダーからの期待の大きさとグループが与える社会への影響の大きさ、アヲハタグループの存在意義の3つを評価基準とし、最優先で取り組むべき「CSRの重点課題」を特定しました。

	研究開発 (育種育苗、健康機能)	原材料調達 (営農、栽培、収穫、 一次加工)	製造 (生産工場、品質保証)	物流 (輸送、卸)	販売 (小売り、販売促進)	使用・廃棄 (消費者、食生活)
リスク	国内 海外 共通	育種や機能性等知的財産権の訴訟や技術流出 ・気候変動による収穫量不足 ・人口増による果実原料の逼迫 ・安全・安心の確保	・自然災害による生産停止 ・従業員のコンプライアンス ・従業員の安全衛生 ・品質保証	・自然災害による物流機能障害 ・コスト増	・情報セキュリティ ・広告・宣伝でのコンプライアンス	
	国内	・農家の後継者不足	・人口減による雇用困難 ・廃棄物処理単価上昇	・人口減によるドライバー不足	・食品ロス問題の意識の高まり	・朝食欠食によるジャム売上の縮小
	海外	・一次加工場での高齢化や作業不足 ・為替変動による利益の圧迫 ・法規変更、政変、感染症による操業停止		・港湾ストライキなどによる遅延	・模倣品によるブランド毀損	
機会	・育種による原料の差別化 ・栄養・機能性の展開による企業イメージの向上 ・脱プラ容器の開発による売上拡大 ・賞味期間延長による廃棄の削減	・農家の生産性・品質向上支援により良質な原料を安定確保 ・農家の後継者不足解消 ・エシカル消費による売上拡大	・省エネによるコスト削減 ・フードロス削減によるコスト削減 ・ダイバーシティの取組による雇用の確保、生産性向上	・ホワイト物流推進による生産性向上	・フルーツの栄養機能性訴求による販促機会増加 ・商品廃棄削減によるコスト削減	・食事の軽減に繋がる商品やメニューの訴求による売上拡大 ・リサイクル容器使用による売上拡大、企業イメージ向上

重点課題

持続可能な社会の実現と2028年ビジョン達成に向け3つのテーマを設け、それぞれの重点課題に取り組めます

テーマ	重点課題	2024年	2028年
健康支援 食を通して心と体の健康をサポート	3 持続可能な消費 フルーツ摂取を通じた心と体の健康支援 3 持続可能な消費 朝食摂取の向上	・手軽に摂取できるフルーツの新商品が展開されている ・食育活動やHP、SNSなどWEBの活用により、フルーツが持つ健康や情緒的価値の情報発信が拡大できている	・フルーツ供給量の拡大2018年度比200% ・フルーツの機能性商品の展開
持続可能な原料調達 良い原料の持続的な確保で良い商品づくり	2 持続可能な消費 8 持続可能な消費 12 持続可能な消費 15 持続可能な消費 サプライチェーンの人権と環境への配慮	・定期購入するフルーツ原料のサプライヤーとのエンゲージメント ・人権と環境に対しての課題共有と必要に応じた是正ができている	・サプライヤーとの協働による、自律的で継続的なセルフマネジメントプログラムを構築し、運用できている
循環型社会への貢献 省資源で地球に優しいものづくり	12 持続可能な消費 廃棄物の削減	・商品廃棄、動植物性残渣2015年比▲50%	・商品廃棄、動植物性残渣2015年比▲70%
	12 持続可能な消費 14 持続可能な消費 プラスチックごみの削減	・工場、容器包装石油由来プラ使用量2018年比▲19%	・工場、容器包装石油由来プラ使用量2018年比▲38%



持続可能な社会の実現と アヲハタグループの持続的成長にむけて

アヲハタのCSR重点課題である「循環型社会への貢献」
「健康支援」「持続可能な原料調達」の3つのテーマについて
担当者へインタビューを実施しました。

様々な社会課題の解決と
2028年ビジョン達成に向けた
取り組みについてご紹介します。



経営本部 総務部 CSR担当 宇都宮 勝博

interview



健康
支援

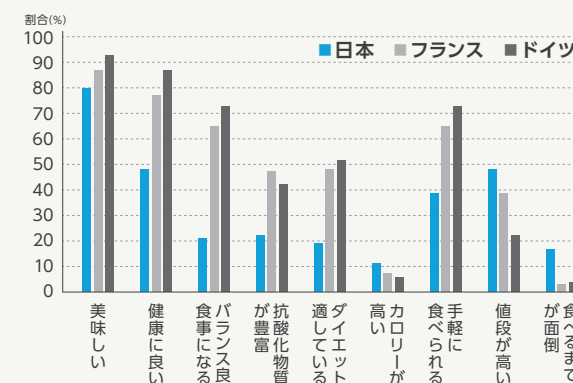
厳選してきた原料素材の強みを活かし
フルーツの持つ力で健康支援を。



Q.現代の食生活における課題とは？

A:食生活をめぐる社会的課題の背景には、生活習慣病の増加、コロナ禍以降より影響が強いとされるメンタル不全のほか、6つの“こ”食などが要因として挙げられます。こ食とは、一人で食事を摂る「孤食」、家族がバラバラのものを食べる「個食」、同じものばかり食べる「固食」、粉ものばかり食べる「粉食」、食事量が少ない「小食」、味の濃いものばかり食べる「濃食」のこと。そういった状況のなかでフルーツは、健康を維持するためのバランスの良い食事に対して摂取量や摂取頻度が低いという課題を抱えています。理由は、価格の高さや日持ちの悪さ、美味しさのバラツキや皮を剥く面倒など、そもそも必要性を感じられていないという意見も多くみられます。フランスやドイツでは健康に良く手軽に食べられるものという評価に対し、日本では需要自体が求められない摂取意識の低さがフルーツ離れにつながっているのです。

果物の摂取意識についての
日本、フランス、ドイツの比較



資料：山本ら (2016) 「果物に対する消費者意識と利用実態」から抜粋作成
出典：毎日くだもの200グラム運動指針 (9訂版)

特別な調達基盤の確保と安全
アヲハタだからこそできる支援を。

Q.フルーツを知り尽くしたアヲハタだからできることは？

A:アヲハタがCSRの一環として取り組んでいる「健康支援」は、フルーツに対する意識を押し上げ、いつでも手軽に美味しくフルーツを摂れる商品の開発と、フルーツの魅力発信を軸に進められています。具体的には、即食性の高い商品と食シーンを拡大して、フルーツ摂取量の増加による健康増進が挙げられます。これには、柑橘系の外皮に含まれるポリフェノールなど、機能性を持つ成分の研究と健康訴求も含まれており、エビデンスを伴う商品の開発で、より直接的な健康支援ができると考えています。そして、体だけでなく心の健康も支援する意味では、フルーツが持つ彩りや癒し、豊かさなど、情緒的な価値観の共有を図っています。この情緒的な面は、アヲハタブランドの価値観に直結する部分でもあり、CSRの取り組みにおいて社会的支援の一翼に大きく関係しています。2028年ビジョンにもあるように、『フルーツの力を限りなく引き出すことで「美味しさ」「楽しさ」「やさしさ」をお届けし、お客さまの幸せな毎日の暮らしに寄り添う』ことは私たちの存在価値です。フルーツの美味しさを引き出せる技術を持つアヲハタだからこそ、よりフルーツ本来の色や香り、テクスチャーにこだわった加工を推進し、お客さまに届けることが大切だと考えています。



Q.消費者への発信方法は？

A:より多くの方にアラハタの想い、そして活動とふれあっていただくため、積極的にイベントを実施しています。2021年度は、竹原市内の小学校9校を目標にオンライン工場見学に取り組みました。9月には竹原小学校の協力のもと、3年生とオンライン工場見学を開催。「フルーツと朝食」というテーマで食育にもつながる内容を展開し、おすすめレシピとして朝食のジャムラテを実際につくりながら紹介しました。また、10月には竹原市で開催された「竹原市ふくし健康まつり」に参加。地元企業としてパネルを出展すると同時に、健康支援の取り組みについて来場者の方にアピール。フルーツにまつわる様々な質問を受けることもでき、今後の参考になる良い機会をいただけたと思っています。



フルーツで世界の人を幸せにする ビジョンを共有して健康増進に。

Q.今後も社会背景をふまえた取り組みに期待できますか？

A:イベントでも発信している朝食摂取の向上は、お子さまや若者の朝食欠食率低減に向けた食育推進の一環でもあります。ジャムを主力商品とするアラハタが、フルーツの持つ力と健康増進を率先して推進していくにあたり、とても重要なツールのひとつだと思っています。同時に、商品を通してフルーツの市場供給率の増加を目指し、今後はHPのみならず、SNSを活用したフルーツの魅力を継続的に発信。フルーツの機能・情緒的価値観をさらに高め、お客さまの健康で豊かな食生活に貢献したいと考えています。



場での高齢化や作業不足といったリスクもあります。解決にはやはり、産地やサプライチェーンの新規開拓が不可欠ですが、これには5～10年かかることも。また、アラハタはこれまで、フルーツに関する徹底的な品質管理を行っており、生産現場を含めたサプライヤーさんと良好な関係を構築してきたという歴史があります。一次加工工場での品質管理教育などに加え、その先の生産者との関係構築も重視してきました。今もこのような、常に先を見据えた、持続可能な原料調達に取り組んでいるところです。



強みであるパートナーシップを さらに深めた価値観の共有。

Q.サプライヤーさんとの協働において新たな試みは？

A:サプライヤーさんとのパートナーシップは、アラハタの強みのひとつです。フルーツ収穫の際は産地に赴き、一次加工工場と一緒に品質をチェックしたり、より良い栽培や加工の追求などを行ってきた実績によって培われてきました。しかし、コロナ禍に見舞われ、現地に赴くことが難しくなりました。そのため、新たな「三現主義に基づくコミュニケーションへの変換」を模索した結果、リモートで現地とつながる仕事が増えました。原料確認はもとより、製造過程まで遠隔で確認することも今ではあります。データや映像を瞬時に送ってもらえる点などはスピード感をもって対応できるようになりましたが、サプライヤーさんには海外の方

も多いため、時差には苦労しました。しかし、こういった状況があったおかげで、原則に立ち返ることができ、それまでのやり方を見直せる機会も多くありました。改めて基準を明確にしたり、販売基準をサプライヤーさんと話したり、本当に正しいことは何なのか、価値観の共有を図れていることは大きな収穫だと思っています。



果実原料本部 マネージャー 山本 耕成

interview



調達

アラハタの強みを活かして サプライチェーンマネジメントをさらに進展。



Q.今後、CSRに対する取り組みを高めていくために必要なことは？

A:アラハタのCSR重点課題のひとつに「気候変動への適応」があります。具体的には産地の再検討や水の管理などですが、なかでも気候変動によるフルーツ収穫不足の課題を解決するため、国内外で新しい産地を

つくるのが大切だと考えています。我々の原料調達の基本理念は、「農産加工品の品位は、原料でその7割が決まる」です。適地適作を考え、全世界から最良の原料を調達しながら、契約栽培によって高品質原料の安定調達に努力してきました。CSR重点課題には、気候変動への適応だけでなく、農家の後継者不足、一次加工

Q.価値観の共有を図るための具体的な取り組みはありますか？

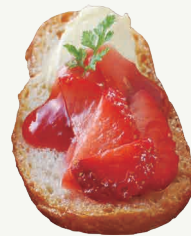
A:基本的な価値観がずれないように、また、連携しながら作業が進められるよう、仕入れ先に対するサプライヤーCSRガイドラインをつくりHPでも公開しています。ここまでの話のとおり、CSR調達に関して、アヲハタはグループの中でも生産者と共に継続的に取り組みを行ってきた経緯があります。そういったことをふまえて、「法や社会規範の順守とガバナンス」「責任ある労働慣行と人権への配慮」「資源の有効利用と環境への配慮」「品質の確保と社会への配慮」を軸にアヲハタでたたき台をつくりました。また、人権に関する方針の整備はキューピーに主導となってまとめていただき、これをグループ全体とサプライヤーさんと共有し、取り組みと展開につなげようと思っています。



新たなガイドラインを設け、CSRの次なるアクションへ。

Q.今後も世の中の動きに対応した取り組みが加速するのですね。

A:サプライヤーCSRガイドラインについては、賛同しますよという意見が多いなかで、部分的には賛同できないという声があることも事実です。一次サプライヤーさんと二次サプライヤーさんがいて、二次まで管理できないというリターンもありました。しかし、それは個別に抱えていらっしゃる課題の明確化でもあります。ひいては自社の課題であると捉え、個別に具体的な話を進めていく必要があると思っています。ガイドラインの策定は、あくまで価値観を共有したうえで、その先のアクションにつなげるためのステップです。ガイドラインを現場で共有して賛同しますというポジティブな意見はもちろん大事にしながら、協業を通じてお客様により良い製品を提供してゆくことはもとより、原料に携わる方々にやりがいを感じていただくことで、2028年ビジョン『フルーツで世界の人々を幸せにする』を実現したいと思っています。



ました。そうして培ってきたものを、工場や生産に携わる人たち全体に展開していくため、ISOに基づいた仕組みの構築には大きな意味がありました。さらに、それが我々の独りよがりにならないよう、商品を購入していただくお客さまにも理解していただくためにさまざまな活動を進めていくことが、CSRに求められていることだと思います。

アヲハタ独自の厳しい基準で環境問題と向き合っています。

Q.さまざまな場面でCSRに関する取り組みの更新が求められていると思いますが。

A:みかん缶詰においては、剥いた外皮から搾汁で発生するペースト状の内皮まで、生産工程の産出物が全て利用され、排水処理工程まで含めたほぼ完全なサイクルが確立されていました。そのなかで業界初の試みとして、大型のRBC排水処理装置※の導入があります。瀬戸内海は昔から潮の流れが悪い閉鎖水域といわれていて、排水がたまりやすいエリアに指定されています。すでに社会問題化しつつあった排水問題への対策として、アヲハタでは、瀬戸内海環境保全特別措置法で定められている基準に加え、もう一段階厳しい独自ルールを設定。装置の導入だけでなく、廃液に含まれるペクチンのバイオマス利用にも着目し、メタン発酵処理装置の共同研究開発に着手して特許を出願するなど、率先して取り組んできました。その他には、動植物性残渣の排出を少しでも減らそうという目的で、山形工場には処理装置を導入しました。プラスチック削減に関しても、これまで、量は少ないのですが、塩ビを含んだ廃棄物が出ていました。材料の特性上、単純焼却せざるを得なかったのですが、新たな処理業者と提携。サーマルリサイクルの範疇で単純焼却から脱出し、100%リサイクルできる方法に置き換えました。さらに、お客さまが消費されたものに対する廃棄責任も考えていくなか、キューピーブランドのやさしい献立シリーズのレトルトパウチのサイズを見直すことで樹脂の使用量を減らしています。地道な取り組みではありますが、そういった動きをグループ間で共有し、CO₂削減の評価につなげています。

※RBC排水処理装置は、一時排水にて粗い浮遊物質を除去した後の排水を、生物固定フィルムを用いて二次処理を行います。



Q.大きなシステム変更だけでなく、地道な取り組みと両輪で対応しているんですね。

A:なかには生産内容が変化したことで効果を得られているという例もあります。先ほどのレトルトパウチ食品は、昔でいう缶詰型の製品です。外から非常に高い熱量を与えて一気に殺菌するため、使うエネルギーの大きさと熱効率的にも考慮する余地がありました。現在は、例えばBtoBのフルーツソースの場合、無菌充填が取り入れられています。瞬間で熱交換して冷却したものを充填するため、水を大量に使う必要がなく効率もいい。そういった面では産業構造が変わったことがCO₂削減につながったという経緯があります。ジャムに関しても、瓶に詰めてから熱湯で殺菌していました。今は無菌室でホットパックし、冷却したら製品としてすぐ出せます。少しずつ技術的な進歩を繰り返し、熱効率はもちろんコスト面でもプラスになっているのです。歴史的な変化ではありますが、それも継続的な環境に対する取り組みがあってこそ実現できたものと思っています。

多様な角度からCO₂削減に取り組み消費者の皆さまと共有していきたい。

Q.今後、CSRに対する取り組みを高めていくために必要なことは？

A:お客さまにとっては手にされるパッケージに認証取得の可否が見て取れます。価格だけでなく、環境に配慮した商品への意識が高まっている今、消費行動に合わせた開発や取り組みが欠かせません。今後さらに模索すべきことは、自社グループだけでなく、サプライヤーさんや、その先の消費者との協業も視野に入れた包括的なマネジメントの更新です。同時に、CO₂削減、更なる輸送効率の向上、具体的な社会貢献の取り組みを実施し、情報開示を通じて消費者の皆さまとも共有することが重要だと思っています。

生産本部 担当部長 西 治彦

interview



環境

包括的な環境マネジメントのバージョンアップを目指して



Q.創業時から変わらないCSRに対する思いとは？

A:創業当時よりアヲハタは環境に配慮した取り組みを積極的に実施しています。ISO14001の取得も同業他社と比べて早く、すでに20年以上の実績があります。会社として環境に高い関心を持つことはもちろんですが、先頭に立って推進していかなければならないという強い思いを持ってきました。さかのぼること

1932年、広島のみかんを缶詰加工する目的で創られた当社は、「株式会社旗道園」という名前で創業しました。「青旗」のもと、園芸に立脚した企業をイメージした社名で、当時、すでに日本でも柑橘類の最優良産地であった瀬戸内で事業をスタートさせました。創業から変わらないのは、生産者の方々と一緒になって商品を創り上げるという気持ち。品質や価格はもちろん、環境も含め持続可能な仕事の在り方を大切にしてく

アヲハタ品質

原料の産地は、時代とともに世界各地へ…。アヲハタグループは、「良い商品は、良い原料から」との考え方に基づき、生産者との信頼構築、栽培技術の研究を進め、高品質な原料の安定確保に努めています。

品質への取り組み

●品質方針

アヲハタグループ品質方針

アヲハタの品質は、多くの人達に支えられながら、私たち一人ひとりの行動によって育まれるものです。私たちはより良い品質の実現を目指して、次の事柄を大切にしていきます。

- 愛する大切な人に食べてもらいたい、という気持ちで仕事に取り組みます。
- ルールと約束を一途に守り、当たり前のことを当たり前に、誠実に実行します。
- 素直に事実を見て、技術の研鑽と仕組みの改善に努めます。
- 自然に対する謙虚さを忘れず、原材料を大切にします。
- 仲間を思いやり、お客様のために力を合わせます。

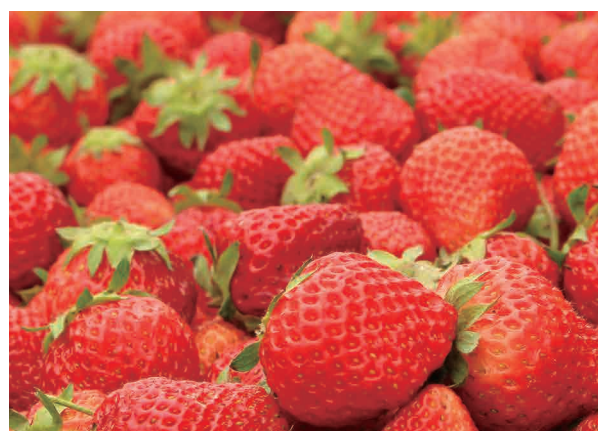
●品質に関する勉強会を実施

アヲハタでは原料の調達から商品の製造、販売や商品開発、海外生産拠点に至る各部門で勉強会をおこなっています。これらの勉強会を通して作業改善や品質の安定化、トラブルの未然防止につなげています。



●穫れたての味と香りを閉じ込める

原料一次加工の工場は原料産地に立地しています。適切な熟度で収穫された果実は、新鮮なうちに一次加工し、凍結・保管されたのち、私たちの工場へ届けられます。



●二次元コードによるトレーサビリティ

主要原材料には、原料の一次加工時に産地情報などが入った二次元コードを付けており、原料の配合工程において、二次元コードを読み込んで製造情報として記録しています。これにより、商品の製造記録から遡って原料の種類や産地、製造日などの情報を瞬時に確認・照合することができます。



安全・安心な製品をお届けするために

●安全・安心な商品づくり ～FSSC22000認証の推進～

アヲハタグループでは、安全・安心な商品をお客様にお届けするため、食品安全の国際規格であるFSSC22000の認証を取得し、規格に基づいた管理をおこなっています。

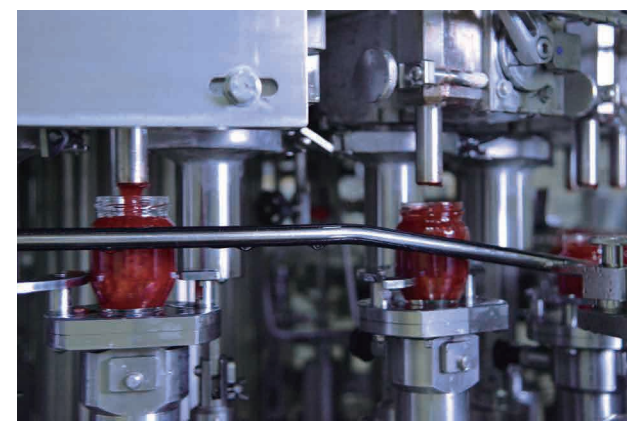
「良い商品は良い原料からしか生まれない」という信念のもと、原料の調達から営業まで、サプライチェーンを担う従業員一人ひとりが仕事の質を高め、お客様の期待に応えていきます。

●お客様の声を活かしています

お客様から寄せられるご意見やご要望等のお申し出は、関連部署に共有や掲示をおこなっています。いただきましたお申し出を職場の改善や従業員のモチベーション向上につなげています。

●おいしさと安全を食卓へ

おいしい商品を安全に食卓までお届けするために「密封」「殺菌」といった保存技術に創意工夫を重ねています。また、衛生管理を徹底し、加熱量を最低限に抑えることで、よりフレッシュなフルーツの風味をお楽しみいただけます。



●原料品質へのこだわり ～生産者とともに柑橘の優良産地を持続させる～

アヲハタのママレードづくりにおいては「冬だいい」が命と言っても過言ではありません。この希少な品種を守るため、1971年（昭和46年）に瀬戸内海にある因島でアヲハタ会を発足し、契約栽培を開始しました。

今年もコロナ禍の折、生産者を対象としたママレード品質講習会を実施したところ、皆さん熱心に取り組んでいただき、丹精込めて栽培された原料が集まりました。本当に頭が下がる想いです。



循環型社会への貢献



自然の恵みである農畜水産物を加工し、製品づくりをおこなう企業として、自然に感謝し、その恩恵を永遠に享受できるよう、環境保全活動に積極的に取り組んでいます。

アヲハタグループ環境方針

アヲハタグループは、瀬戸内海の豊かな自然に育まれた「みかん」などの柑橘類の加工・販売を目的に、1932年に広島県竹原市で創業しました。私たちはフルーツの持つ美味しさ、香り、色彩、栄養、機能などの魅力をさまざまな角度から提供することで、楽しく豊かな生活シーンを彩ります。

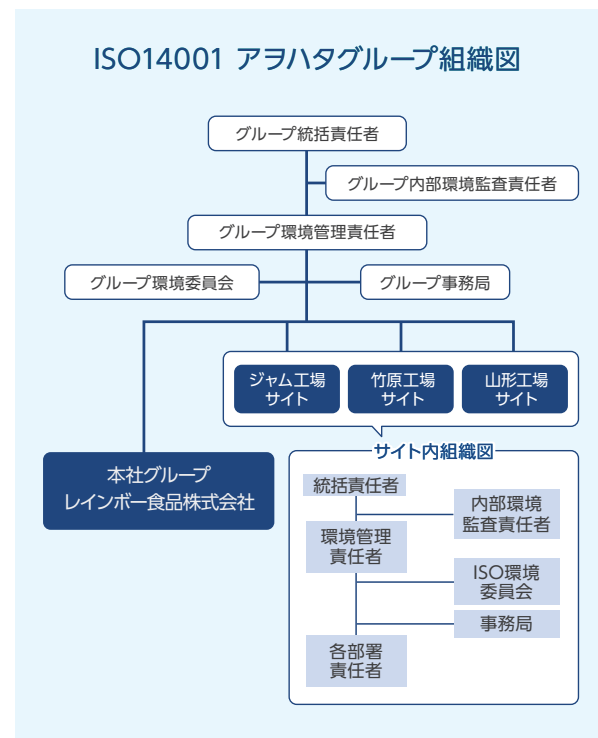
また自然の恵みを資源とし、国立公園内に立地する企業として、将来に向けて持続可能な社会や環境への取り組みを継続し、地域・社会から信頼される事業活動を進めてまいります。

- (1) アヲハタグループの事業活動・製品およびサービスに係わる環境関連法規・規則・協定およびアヲハタグループが同意するその他の要求事項を順守します。
- (2) アヲハタグループの事業活動・製品およびサービスが環境に与える影響を常に認識し、汚染の予防に努めるとともに、持続可能な資源の利用や生物多様性の確保などを考慮した環境マネジメントシステムの継続的改善を図ります。
- (3) アヲハタグループは、環境目標を設定して、全構成員で環境保全に取り組むとともに定期的な見直しをします。
- (4) 事業計画と連動した本来業務の中で、以下の項目を環境管理重点テーマとして取り組みます。
 - ① 地球環境や人々の健康に配慮した原材料を選択し、持続可能な果実原料の調達および省資源に配慮した商品の提供に努めます。
 - ② 廃棄物の削減、再利用再資源化を推進し、高度処理に努めます。
 - ③ 事業活動におけるエネルギー消費量の削減に努め温暖化防止に貢献します。
 - ④ 地域の環境保全活動を積極的に推進します。
- (5) 環境方針は、全構成員に周知徹底します。また社外にも開示します。

環境マネジメントシステム

1999年、当社ジャム工場でISO14001を認証取得し、その後連続して本社、竹原工場(旧芸南食品㈱)、山形工場(旧東北アヲハタ㈱)で認証取得しました。また、アヲハタグループ全体の環境マネジメントシステムのさらなる向上を図るため、2007年6月に4サイトの統合をおこない、同年10月に「アヲハタグループ」として認証を取得しました。

2016年10月にはISO14001:2015年版に移行し、新規格に則った環境マネジメントシステムを推進しています。



※海外子会社を除く ※営業は本部のみを適用範囲とする

パッケージにおける省資源化の取り組み

●段ボールの省資源化

ヴェルデトーストスプレッドの一部商品において段ボール包装の材質を見直し、軽量化を行いました。この取り組みにより、年間約2.1tの省資源と、段ボールの製造工程中の二酸化炭素排出量を約1.5t削減できました。



●パウチ容器の石油由来原料削減

まるごと果実パウチタイプにおいて、パウチの一部に使用済みPETボトルを原料とした再生プラスチックを採用しました。この取り組みにより、石油由来原料を年間約13%削減し、二酸化炭素排出量も削減することができました。



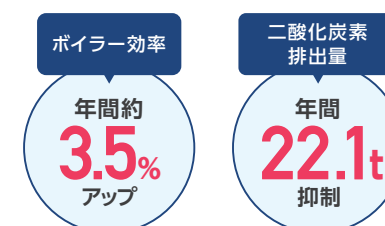
2021年度の環境目標と実績

課題・テーマ	項目	管理指標	基準年度	2021年度		
				目標	成果	自己評価
地球温暖化の防止	CO ₂ 排出量	CO ₂ 原単位	2020	100%以下	98.3%	○
資源の有効利用	エネルギーの削減	原単位	2020	99%以下	100.1%	△
	使用水の節約	原単位	2020	100%以下	83.0%	◎
循環型社会の形成	排出物の削減	排出量	2020	100%以下	88.2%	◎
	排出物の再資源化の向上	再資源化率	2020	100%以上	100.3%	○
	排出物の有価率の向上	有価率	2020	100%以上	108.3%	○

※自己評価の基準(目標に対し) 10%以上達成:◎ 10%未満達成:○ 5%未満未達成:△ 5%以上未達成:×

●竹原工場のボイラーを更新

生産工場で発生する二酸化炭素の削減を目的に、竹原工場においてボイラーを更新しました。これによりボイラー効率が約3.5%アップし、年間で22.1tの二酸化炭素の排出抑制となります。



地域への環境配慮と法令順守

●廃棄物の管理

廃棄物委託業者は「一般廃棄物」「産業廃棄物」「特別管理産業廃棄物」それぞれの該当許可を有するものから選定し、契約締結時には現地確認で問題のないことを確認しています。

当社では、産業廃棄物の収集運搬・処分委託契約を各々の業者と契約しており、適正な処理の義務と責任および第三者への再委託の禁止を明記しています。また、当社の担当者が産業廃棄物の主要な委託業者の現地確認を年1回以上実施しており、製品の廃棄時には、製品の積み込みおよび委託先での製品処分時

に立ち会っています。

マニフェストの作成および管理は、特別教育を受けた特定の管理者のみに限定し、廃棄物の処理および清掃に関する法律に則った抜けのない管理に努めています。

●環境関連法令順守と苦情の状況

2021年度中のアヲハタグループの事業活動における行政処分を伴うような法令、条例等の違反行為はありませんでした。

フルーツを通した健康支援

高品質原料の調達技術を活用し、お客様の多様な食生活に合わせた商品形態でお届けします。
商品を通してフルーツの摂取量向上を促進し、心と体の両面から健康を支援します。

新たな食シーンの創造

●いつでも、どこでも食べられる 「アラハタ ひとくち柑橘」を新発売

2021年9月、フルーツの新しいおいしさや楽しさを提案する“フルーツのおやつ”として、「アラハタ ひとくち柑橘」を発売しました。

「アラハタ ひとくち柑橘」は、さっと、どこでも一口で食べられるフルーツをコンセプトにした加工品です。ネーブルオレンジ、夏みかん、冬だいたいの果皮が37%、果汁が52%※を配合。かむごとに爽やかな香りを楽しめます。また、アラハタのゲル化技術でみずみずしさを感じられる、柑橘をまるごと食べているようなおいしさに仕上げました。 ※生果汁換算



「アラハタ ひとくち柑橘」
10g×4袋/214円
1袋当たり13kcalなので、とてもヘルシーです。

●ミニチュアハウスをイメージした デザインボックス「アラハタ くだものまち」

2021年11月に、便利な1食使い切りタイプ「アラハタ 55」ポーションシリーズから、デザインボックス入りの3個セット「アラハタ くだものまち」を通信販売限定で発売しました。

北欧のアパートメントをイメージしてデザインした、自立式のミニチュアハウス型ボックス。インテリアに馴染む柔らかな色合いで、棚や食卓などに置いて楽しむことができます。ポーションジャムを下から1個ずつ取り出すことができ。無くなったら屋根部分から補充することもできます。

暮らしの中にジャムがある幸せと楽しさをお届けします。



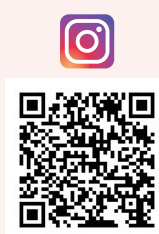
「アラハタ くだものまち」
(13g×8)×3個/2,916円「フルーティーマルシェ」
(<https://www.kewpie.co.jp/selectmarche/fruity/>) ほかで購入できます。

Topics

InstagramとTwitterの公式アカウントを開設

2020年12月、Instagram公式アカウントを開設しました。「心弾む」をテーマに、朝食メニューやスイーツ、お肉料理などひと工夫で楽しめます。

また2021年2月には、ジャムを使ったレシピや商品、キャンペーン情報、豆知識を紹介するTwitter公式アカウントも開設。SNSを活用して、朝食だけでなくスイーツや料理のレシピを継続的に提案することで、毎日の食卓を応援します。



「Instagram公式アカウント」

Instagram aohata_official



「Twitter公式アカウント」

Twitter aohata_official

お客様とのコミュニケーション

アラハタ ジャムデッキの取り組み

●お客様とのふれあいの場「アラハタ ジャムデッキ」

ジャムに関する情報発信拠点として2012年4月に開設し、ジャムづくり体験や工場見学を通して、現在は「フルーツのアラハタ」としての魅力をお伝えしています。

ジャムづくり体験ではいちご・ブルーベリー・マーマレードのいずれか1種類をつくっていただきます。



オープンからの
累計来館者数(延べ人数)

129,789人
(2021年11月末現在)

年間の来館者数
(延べ人数)

1,336人
(2021年度実績)

オンライン社会科見学
受入数

10校 327人
(2021年度実績)



お問い合わせ・予約申し込み先

〒729-2316 広島県竹原市忠海中町1-2-43 [TEL](0846)26-1550
[FAX](0846)26-1551(予約受付時間:火~土・9:00~18:00)
▼詳細はウェブサイトをご確認ください。
<https://www.aohata.co.jp/experience/jamdeck.html>

オンライン工場見学

●竹原市内小学校にて開催

アラハタ ジャムデッキでは、竹原市内の小学校へ向けた取り組みとして、オンライン工場見学の実施を進めています。2021年9月には、竹原小学校3年生の協力のもと、オンライン工場見学を開催。「フルーツと朝食」をテーマに、食育についての授業や、朝食のおすすめレシピ「ジャムラテ」を実際に作りながら紹介しました。参加いただいた児童たちからはたくさんの質問があがるなど、オンライン工場見学の注目度を感じられる取り組みとなりました。

今後もアラハタは、さまざまなアイデアを出し合って、食への理解につながる活動を進めてまいります。



仲間とともに

2028年ビジョンの達成に向け、各人の成長につながる仕組みを準備し、リーダーシップやコミュニケーションを通じて、アヲハタグループの成長に貢献できる人材の育成にも取り組んでいます。

働きやすい職場づくり

●在宅勤務制度の導入

「働き方改革」の一環として、多様な働き方への対応を目指し、2020年4月より在宅勤務制度を導入しました。コロナ感染対策として、加速度的に利用率が高まり働き方の一つとして定着しています。

●リモートワークの推進

「働き方改革」の一環として、また新型コロナウイルス感染対策や時代に対応した働き方として、リモートでの営業活動、会議、研修の実施など積極的に運用しています。

●育児支援制度

仕事と家庭の両立支援に取り組むため、出産・育児支援の一環として短時間勤務制度を取り入れています。また、女性従業員だけでなく男性従業員の育児休業取得も奨励しています。



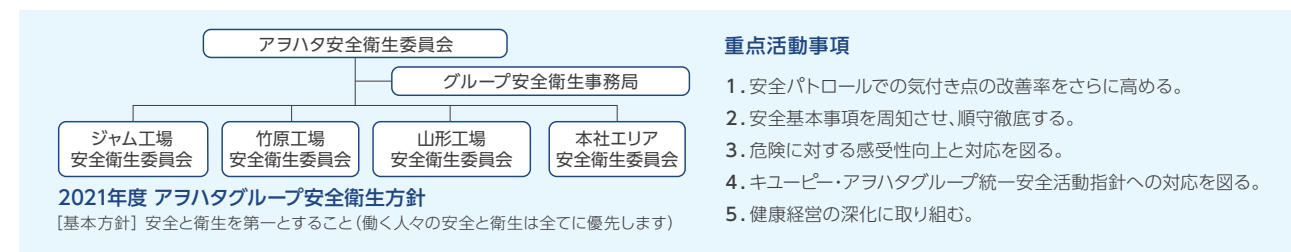
●資格取得・通信教育受講

会社が求める人材像として「学びを継続し、情熱を持って基本と専門性を追求する人材」を掲げています。自己啓発の一環として資格取得や通信教育講座の受講を推奨しており、毎年多くの方が積極的に自己啓発に取り組んでいます。



安全衛生

●安全衛生活動 アヲハタグループでは、安全衛生基本方針に「安全と衛生を第一とすること」を掲げ安全衛生委員会を組織し、快適な職場づくりに取り組んでいます。



アヲハタグループ安全衛生方針に基づき、各安全衛生委員会組織でさらに年間活動計画を策定し改善活動をおこなっています。

●安全活動結果

	度数率	強度率
アヲハタグループ(2021年度)	0.00	0.00
食品製造業界(2020年度)*	2.77	0.07

*食品製造業界の度数率と強度率は、厚生労働省発表の資料「産業、事業所規模別労働災害率及び死傷者1人平均労働損失日数」から「食料品、飲料・たばこ・飼料製造業(500～999人規模)」の数値を引用
度数率＝労働災害による死傷者数/延べ実労働時間×1,000,000
強度率＝労働損失日数/延べ実労働時間×1,000

くるみんマーク認定

「子育てサポート企業」として、厚生労働大臣の認定を3度取得しました。



●フレックスタイム制の導入

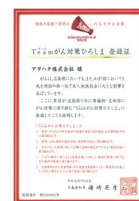
「働き方改革」の一環として、時間外労働の削減、生産性の向上、および働き方の自由度を高めることを目的として、2018年4月よりフレックスタイム制を導入しました。

●福利厚生サービス(カフェテリアプラン)を導入

さまざまなメニューの中から一人ひとりのライフスタイルにあったサービスを、付与されたポイントの範囲内で自由に選択し利用することができる「選択型の福利厚生制度(カフェテリアプラン)」を2020年12月より導入しました。

●がん対策の取り組み

2019年7月に広島県の「Team(チーム)が がん対策ひろしま」に登録し、「地域の皆様と社員の“いのち”を守る企業」として、社員のがん検診の受診率向上や就労支援、地域の皆様へのがん検診啓発やがん患者団体支援などのがん対策に、目標をもって、取り組んでいます。



地域・社会とともに

地域に根ざした企業であることを自覚し、共に持続的に発展するために地域・社会から好ましい存在として信頼され、より良い企業市民となることを目指します。

食育・教育支援活動

●アヲハタ奨学金基金

本社の立地する広島県竹原市では、2001年9月から当社グループからの寄付金をもとに社会に貢献できる人材を育成することを目的に、給付型の奨学金制度「アヲハタ奨学金」が運用されています。

毎年2名の新大学生を選考し、全体で8名の方に奨学金を給付する制度です。

大学に進学を予定している人のうち、「本人または保護者が竹原市に居住している」「向学心が旺盛である」「経済的理由により、修学が困難である」という方を対象にしています。

●竹原市ふくし健康まつり

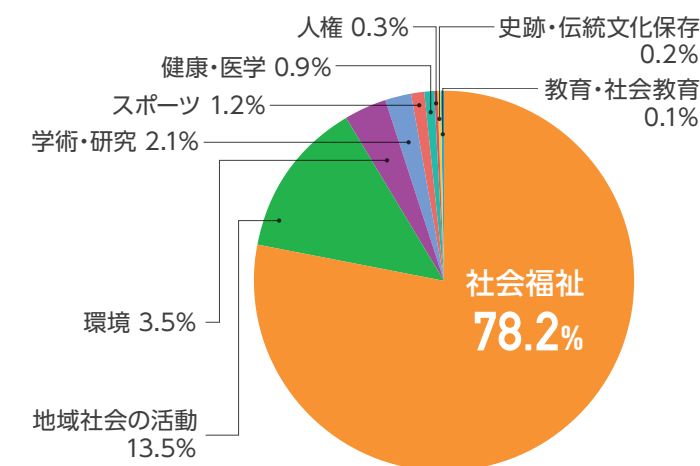
2021年10月に開催された「竹原市ふくし健康まつり」に参加。当社は地元企業として、パネル展示コーナーに出展しました。「健康」や「福祉」がテーマのイベントのため、当社は健康支援で掲げている「フルーツ摂取を通じた心と体の健康支援」「朝食摂取の向上」を軸に、レシピメニューなどをご紹介。食事にフルーツを取り入れる機会を増やしていただけるような提案を行いました。



地域・社会貢献活動

●地域・社会貢献活動への継続的支援

当社グループでは、さまざまな地域・社会貢献活動に対して継続的な支援を進めることで、社会貢献をおこなっています。2021年度社会貢献活動関連支出額は、4,264千円、連結経常利益比率は、0.4%でした。



●フードバンク活動への支援

当社は、フードバンク活動をおこなっている「社会福祉法人 正仁会 あいあいねっと」様、および「フードバンクTAMA」様の活動に賛同し、ジャムや介護食などの製品を定期的に寄贈しています。2021年度の寄贈品は2.0トンでした。



●ボランティア活動の支援

当社は広島県と包括連携協定に基づく県道の清掃活動などの社会貢献活動や社員が積極的にボランティア活動に取り組めるよう「ボランティア休暇制度」の採用、「ボランティア活動に関する情報提供」をおこない、広く社員に提供するなど支援をおこなっています。

また、ボランティア活動などに関する「ポイント制度」を設けており、会社が案内する活動に参加するとポイントを付与し、累計で10ポイントになると表彰し、図書カードを贈呈しています。



コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社グループは、社訓を経営の根幹に置き、「缶詰は中身が見えないからこそ正直者がつくらなければならない」という信念のもと遵法精神に基づき誠実で透明性の高い会社運営を実践してまいりました。

今後も効率的な経営によって企業価値の最大化を図り、経営上の組織体制や仕組み・制度などを整備するとともに、企業の持続的な発展のために不可欠なコンプライアンス体制の整備などに取り組んでまいります。

マネジメント体制

●取締役会

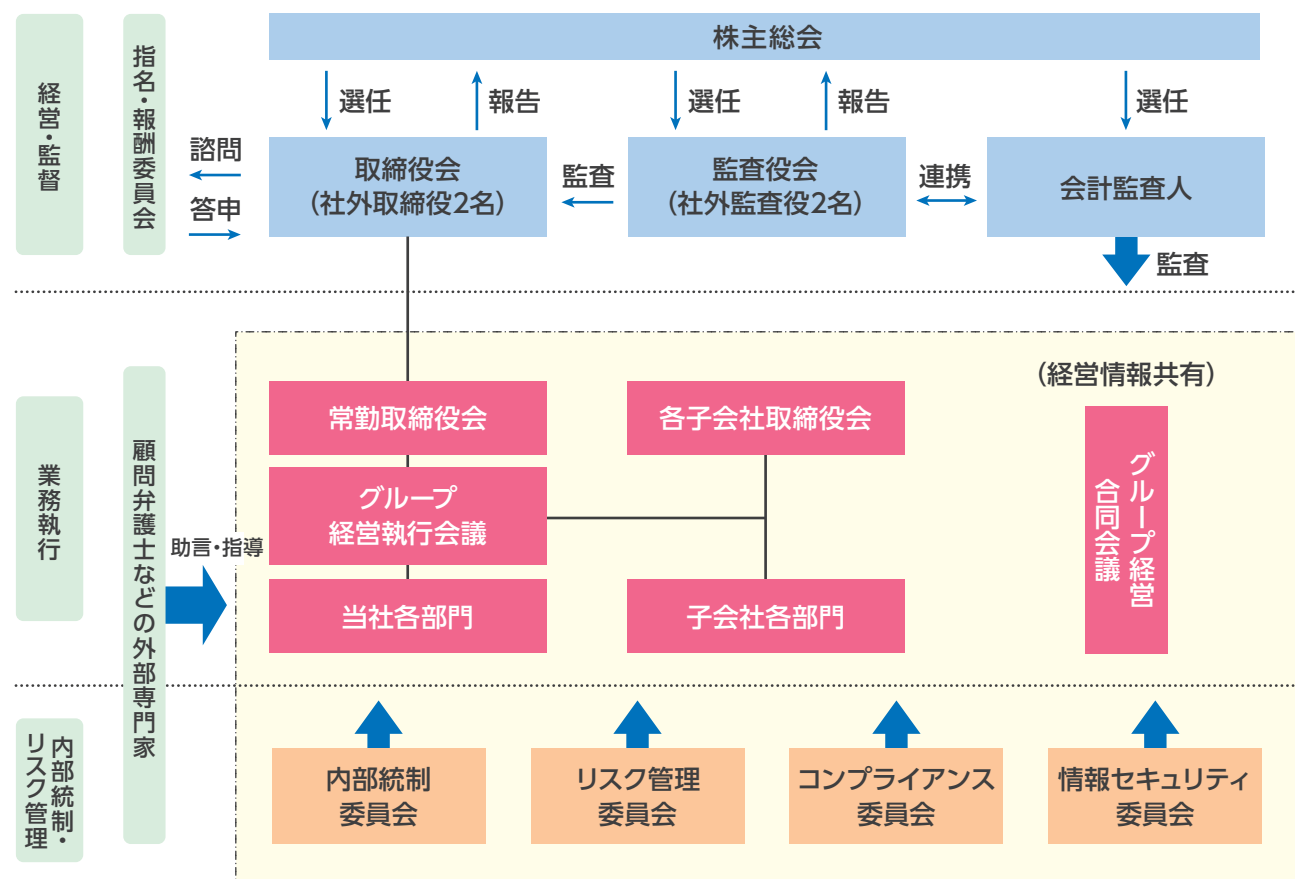
当社グループは経営の意思決定のプロセスを明確にし透明性を高めることおよびグループ経営の推進を目的として経営管理体制の整備に取り組んでいます。

取締役会は、経営の基本方針と戦略の決定など業務執行に関する重要事項を決定し、取締役の職務の執行を監督しています。また、2名の独立社外取締役を選任し、当社と利害関係のない独立した立場からの意見を十分に経営に反映できる体制を構築しています。

●監査体制

当社は、監査役会設置会社制度を採用しています。社外からの監査機能という観点では、社外監査役2名による客観的かつ中立的な監査を実施しています。

【コーポレート・ガバナンス体制図】



リスクマネジメント

当社グループでは、リスク管理に関する体制を整備するためリスク管理規程を制定し、代表取締役社長を委員長とするリスク管理委員会においてグループ全体のリスクを網羅的・総括的に管理しています。また、危機管理マニュアルを作成しリスクカテゴリー毎の責任部署を定め、有事の際の迅速かつ適切な情報伝達と緊急体制を整備しています。

コンプライアンスの推進

●継続的にコンプライアンスに対する意識を高めています

当社グループでは、役職員が法令・定款および社訓などを順守した行動をとるための「アヲハタ行動規範」を制定し、周知徹底を図っています。

また、内部通報制度「アヲハタ・ヘルプライン」を設け、適切かつ迅速な対応に努めるとともに、「ハラスメント防止ガイドライン」を作成し、役職員に配付しています。加えて、「内部通報等の取り扱いに関する規程」を制定し、当社グループにおいて内部通報者が正当に通報・相談したことを理由として不利益な取り扱いをおこなうことを禁止し、その旨を当社グループの役職員に周知徹底しています。

アヲハタ行動規範

1 「良心のこもったアヲハタづくり」の実践

私たちは、安全、安心で、最高品質の製品（サービス）を、お買い求めやすい価格で提供するために、創意工夫を重ね、常にお客様のご満足を高めることを最優先して行動します。

2 法令等の遵守

私たちは、遵法精神に基づき、法令等を遵守するとともに、社会倫理に則った企業活動を進めます。また、アヲハタグループの一員であることを常に自覚し、社内の規程・ルールなどを守り、責任ある行動をとります。

3 公平、公正、健全な関係

私たちは、政治・行政との健全な関係を保ちます。また、取引先やお客様に対しては、「畏れず押れず（おそれず、なれず＝かしこまりすぎず、なれなれしくせず）」の姿勢で、節度を持って対応し、公平かつ公正で、健全な信頼関係を保ちます。

4 公私の峻別

私たちは、社訓に則り、公私を峻別し、公平、公正、明瞭に業務を進め、会社の財産や情報、あるいは会社によって与えられた権限を濫用あるいは私的に利用しません。

5 情報の管理

私たちは、各種の企業情報の重要性を理解し、機密保持に努めます。また、インサイダー取引に関する規制を遵守します。

6 環境保全活動

私たちは、アヲハタグループ環境基本方針の内容をよく理解し、資源やエネルギーの有効利用を図り、環境負荷の低減に努力します。また、日常家庭生活においても環境保全に努めます。

7 地域社会との共生

私たちは、健全な市民社会の一員として、ボランティア活動等の地域活動に関心を持ち、地域社会とのコミュニケーションを深めます。

8 働きやすい職場

私たちは、人権を尊重し、健全かつ安全で、快適な職場づくりに努めます。

資料編

経営・CSR・環境保全への取り組みの歴史



西暦	経営・CSRに関する取り組み	環境保全に関する取り組み
1932年	アヲハタ印のみかん缶詰、オレンジママレード等のジャム類の製造を目的とし、株式会社旗道園として創業	
1943年	企業整備令により株式会社旗道園は解散、広島県合同缶詰株式会社に統合	
1948年	終戦後、青旗缶詰株式会社として再発足	
1962年	「キューピーミートソース」などの調理食品缶詰の製造を開始	
1966年	株式会社広島アヲハタ（現竹原工場）を設立	
1970年	甘さの少ない低糖度ジャムを開発し「アヲハタ 55 オレンジママレード」を発売	
1972年		排水処理装置を導入（現ジャム工場:活性汚泥方式、現竹原工場:回転円盤生物接触方式（RBC） みかん外皮乾燥装置を導入
1974年	丸菱アヲハタ株式会社（現山形工場）を設立	排水処理にラグーン施設を導入（現山形工場） 砂糖パルク輸送を開始（現ジャム工場）
1976年		みかんの排水処理にメタン醗酵システムを導入（現竹原工場）
1989年	アヲハタ株式会社に商号変更	
1990年		チラー設備を導入（現ジャム工場）
1991年		外部委託による植物性残渣の再資源化（肥料化）開始（現ジャム工場・現竹原工場）
1994年		メタン醗酵と活性汚泥を組み合わせた排水処理施設を設置（現ジャム工場） 容器減容化を推進（びんの軽量化など）
1996年		日本で初めて調理缶詰に環境にやさしいタルク缶を採用
1998年	広島証券取引所に株式を上場	環境管理を専門とする部署を設置
1999年	アヲハタグループ環境基本方針策定 アヲハタ株式会社ジャム事業本部（現ジャム工場）でISO14001の認証取得	太陽光発電システムを導入
2000年	東京証券取引所市場第二部に株式を上場	
2001年	アヲハタグループ本社サイトでISO14001の認証取得 「環境報告書2001」を発行、以降毎年発行 東北アヲハタ株式会社（現山形工場）・芸南食品株式会社（現竹原工場）でHACCPの認証取得 アヲハタ奨学金基金を設立	全工場の廃棄物焼却炉を廃止
2002年	東北アヲハタ株式会社（現山形工場）・芸南食品株式会社（現竹原工場）でISO14001の認証取得	
2003年	ボランティア休暇制度を導入	
2004年	アヲハタグループ行動規範を制定 東北アヲハタ株式会社（現山形工場）でISO9001の認証取得	排水処理設備調整槽を設置（現竹原工場）
2005年	ジャム工場でISO9001の認証取得 「アヲハタ55ジャム」にユニバーサルデザインびん採用	地中冷熱利用ハイブリッド型冷却システムを導入（ジャム工場） ゼロエミッションを達成（現山形工場）
2006年	内部通報制度「コンプライアンス110番」運用開始	グリーンジャパンセンター会長賞受賞
2007年	ISO14001の認証取得4サイト統合	「チーム・マイナス6%」に登録
2009年	ボランティア活動などに関する社内「ポイント制度」を導入	ガスボイラーを導入（ジャム工場） 食品産業CO ₂ 削減大賞で「農林水産大臣賞」を受賞
2011年		「チャレンジ25」に登録
2012年	ジャムのPR施設「アヲハタ ジャムデッキ」をジャム工場内に新設	
2013年	広島県と「包括的連携に関する協定」を締結 フードバンク活動に参加（ジャム工場・現竹原工場）	ガスボイラーを導入（現山形工場・現竹原工場） 電子マニフェストを導入（ジャム工場・現竹原工場）
2014年	キューピー株式会社より、家庭用ジャム・スプレッド商品販売事業を承継	
2015年	芸南食品株式会社および株式会社エイエフシを吸収合併 ジャム工場・竹原工場・東北アヲハタ株式会社（現山形工場）でFSSC22000の認証取得	
2016年	ISO14001:2015年版の認証取得	加熱殺菌装置を更新（ジャム工場）
2018年	東北アヲハタ株式会社に吸収合併 広島大学と「包括的研究協力に関する協定」を締結 「アヲハタ果実研究所」を広島県三次市に設置	
2019年	「工場見学アプリ」配信開始	
2020年	「アヲハタ くちどけいちご」発売 「Instagram/Twitter公式アカウント」開設	残さ処理機を導入（山形工場）
2021年	「アヲハタ ひとくち柑橘」発売	

資料編

環境会計



集計範囲:アヲハタグループ（国内）生産3工場
対象期間:2020年12月1日～2021年11月30日
（注）表示単位未満を四捨五入しているため、合計値が一致しない場合があります。

■ 環境保全コスト（事業活動に応じた分類）

当期の環境保全設備投資額は、57,450千円となりました。当期の設備投資の主要なものとしては、排水処理設備の更新、省エネ設備の更新、資源循環設備の導入、省資源設備の増強などです。

当期の費用額は、174,066千円で前年度と比較すると7,060千円（4.2％）増加しています。これは排水関連、資源循環関連等の設備投資の償却費用の増加によるものです。

（単位：千円）

環境保全コスト(事業活動に応じた分類)			2021年度		2020年度	
分類		主な取り組みの内容	投資額	費用額	投資額	費用額
(1)事業エリア内コスト			57,450	112,238	41,503	108,609
内 訳	(1)－1公害防止コスト	調整槽用曝気ブローワー更新、汚泥脱水機設備等	43,859	63,594	21,884	54,486
	(1)－2地球環境保全コスト	排熱回収熱交換器設置、3R圧縮梱包機更新等	11,038	6,573	2,482	7,117
	(1)－3資源循環コスト	温度記録計デジタル化、エア－サンプラー更新等	2,553	42,071	17,137	47,006
(2)上・下流コスト			0	25,580	0	22,091
(3)管理活動コスト			0	32,236	0	32,292
(4)研究開発コスト			0	3,711	0	3,694
(5)社会活動コスト			0	300	0	320
(6)環境損傷対応コスト			0	0	0	0
合計			57,450	174,066	41,503	167,006

■ 環境保全対策に伴う経済効果（実質的効果）

排出物のリサイクルによる売却益は市況の変化により前年比0.5％増の2,884千円で、費用の節減効果が31,234千円となり、前年比15.5％減少しました。

（単位：千円）

環境保全対策に伴う経済効果（実質的効果）			
効果の内容		金額（2021年度）	金額（2020年度）
収益	主たる事業活動で生じた廃棄物のリサイクル又は使用済み製品等のリサイクルによる事業収入	2,884	2,869
費用節減	排水処理費用の削減	5,035	4,747
	省エネルギーによるエネルギー費の節減	14,503	14,210
	省資源又はリサイクルに伴う廃棄物処理費の節減	8,813	15,137
	容器包装等の低環境負荷化のための追加的取り組み	0	0
合計		31,234	36,963

■ 環境保全効果

環境保全効果については、水資源の投入量、総エネルギー投入量、温室効果ガス排出量は減少しています。全工場で製造工程の改善や生産効率の向上を進め、環境負荷の低減を進めています。

今後とも、環境負荷を低減するとともにエネルギーの消費量を含めた温暖化防止策に重点をおいた環境投資を継続しておこなってまいります。

（単位：kℓ、㎡、t）

環境保全効果				
環境保全効果の分類	環境パフォーマンス指標（単位）	2021年度	2020年度（基準期間）	基準期間との差（環境保全効果）
事業活動に投入する資源に関する環境保全効果	総エネルギー投入量（原油換算kℓ）	4,585	4,794	▲ 209
	水資源投入量（㎡）	341,117	411,030	▲ 69,914
事業活動から排出する環境負荷及び廃棄物に関する環境保全効果	温室効果ガス排出量（t-CO ₂ ）	9,717	9,941	▲ 225
	廃棄物等総排出量（t）	1,887	1,961	▲ 74
	廃棄物最終処分量（t）	4	11	▲ 7
	総排水量（㎡）	294,891	361,315	▲ 66,425
	水質（COD）（t）	17	21	▲ 4
	NOx排出量（t）	—	—	—
	SOx排出量（t）	—	—	—

資料編 生産工場の環境負荷状況



アヲハタ株式会社の概要

(2021年11月30日現在)

【商 号】 アヲハタ株式会社

【創 業】 1932年 12月

【設 立】 1948年 12月

【資本金】 9億1,510万円

【従業員数】 573名(連結)

【所在地】 本 社 / 広島県竹原市忠海中町一丁目1番25号
ジャム工場 / 広島県竹原市忠海中町一丁目2番43号
竹 原 工 場 / 広島県竹原市竹原町1678番地の13
山 形 工 場 / 山形県北村山郡大石田町大字鷹ノ巣484-1
営 業 拠 点 / 【家庭用営業部】

札幌営業所
仙台営業所
関東営業所
名古屋営業所
大阪営業所
中四国営業所
福岡営業所
広域・東京営業部
【産業用営業部】
関東営業所
関西営業所

グループ会社(国内)

レインボー食品株式会社

地域特産品等の仕入および販売他

グループ会社(海外)

杭州碧幟食品有限公司(中国)

フルーツ加工品の製造・販売

烟台青旗農業科技開発有限公司(中国)

イチゴ苗の育成および契約産地等への供給

青島青旗食品有限公司(中国)

農畜水産品及びその加工品の仕入・販売・輸出入

食品加工設備の仕入・販売・リース・輸出入

農畜水産品に関する生産技術指導及びコンサルティング

Santiago Agrisupply SpA(チリ)

農産物の加工・販売

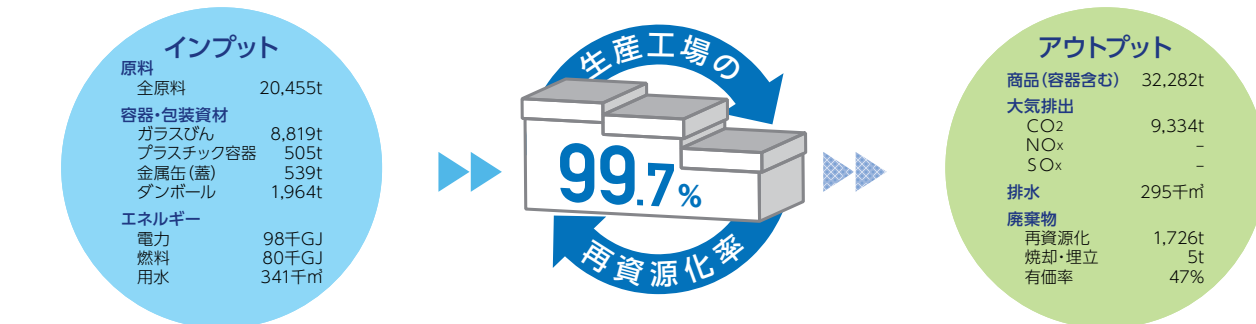
発行・連絡先

アヲハタ株式会社 経営本部 総務部

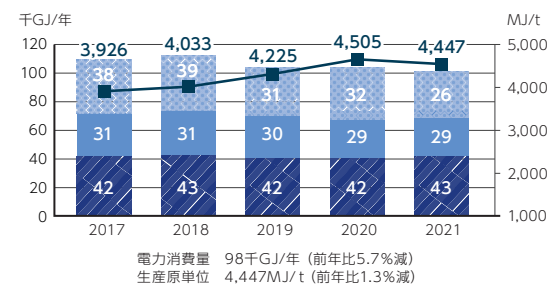
〒729-2392 広島県竹原市忠海中町一丁目1番25号

TEL:0846-26-0111 FAX:0846-26-0537

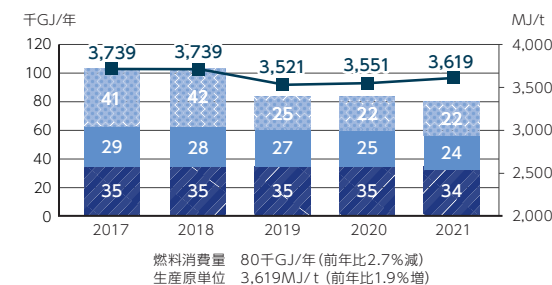
URL <https://www.aohata.co.jp/>



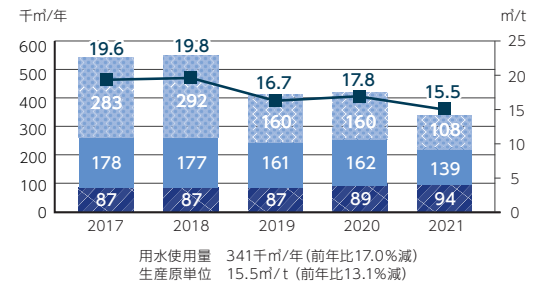
◆ 電力消費量の推移



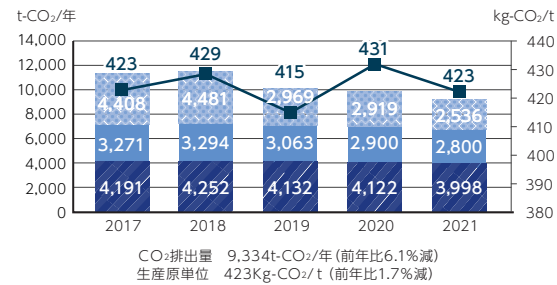
◆ 燃料消費量の推移



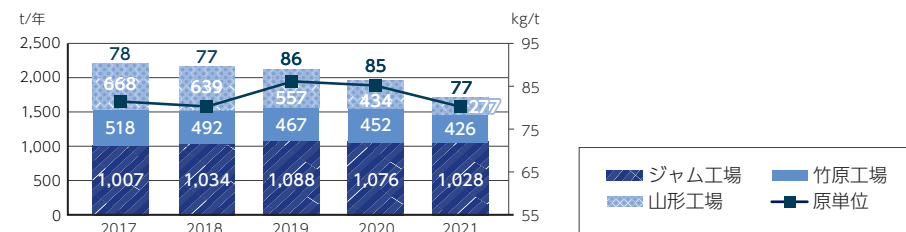
◆ 用水使用量の推移



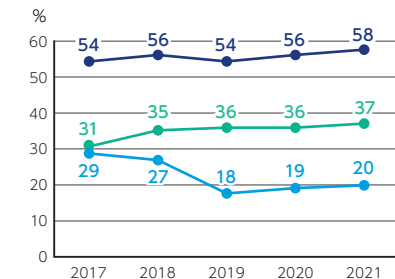
◆ CO₂排出量の推移



◆ 排出物量の推移



◆ 有価率の推移



◆ 再資源化率の推移

