

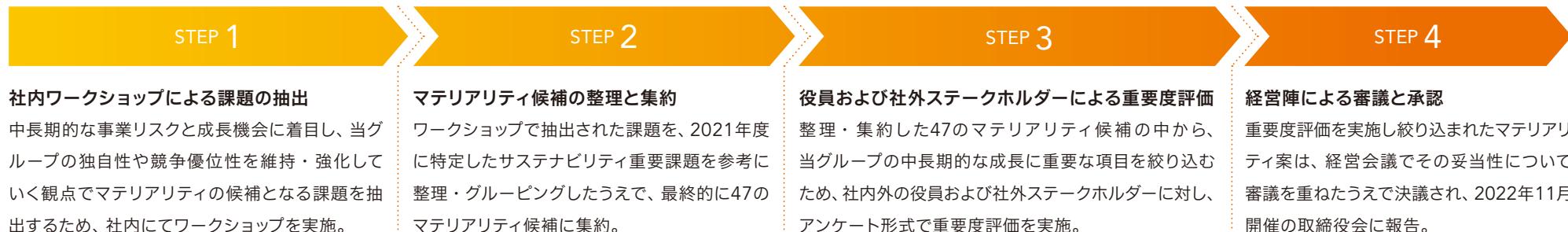
# マテリアリティ（重要課題）の特定

亀田製菓グループでは、外部環境が当グループの活動に与えるリスク面の観点から「サステナビリティ重要課題」を2021年度に特定しました。2022年度は、経営全体のマテリアリティ（重要課題）へと見直しを行い、6つのカテゴリー・19の具体的な課題を取りまとめています。

2023年3月に、サステナビリティ推進タスクフォースのもと、各カテゴリーごとに目標およびKPIを設定しました。

今後も、中長期的な企業価値向上を目指して、各取り組みを推進していきます。

## 特定プロセス



## マテリアリティにもとづく施策・目標(KPI)

カテゴリー	カテゴリー リーダー	当グループが 取り組むべき 重要な社会・環境課題	課題選定理由	主担当	施策・KPI	実績			目標	
						(参考)2021年度 実績	2022年度 実績	2022年度 取り組みの進捗状況	2026年度 目標	2030年度 目標
Better For You の食を通じた 健やかな ライフスタイル への貢献	食品事業 部長	安全・安心な 食の提供	安全・安心な食を提供することは、食品メーカーとして最も重要な責務の一つであると考えています。	品質保証部長	第三者認証の取得推進・維持 (FSSC22000、JFS、AIBなど) ※亀田製菓グループ	亀田製菓グループ 会社 取得率 93%	亀田製菓グループ 会社 取得率 100%	<ul style="list-style-type: none"><li>食品事業子会社のFSSC22000取得</li><li>グループ会社への第三者認証維持支援</li></ul>	維持	維持
		「喜び・潤い」「健康」「おいしさ」「感動」 を与える食の提供	食を通じ生活に「喜び・潤い」を届けたいという想いは当グループの創業の心であり、「美味しい」「健康」「感動」を与える食の提供は、当グループの存在意義“Better For You”につながると考えます。	マーケティング 戦略部長	ミライベイカ(高付加価値・新 価値・健康価値)の商品ライン アップ拡充 ※亀田製菓	米菓・スナックに 対する構成比 3.2%	米菓・スナックに 対する構成比 3.5%	<ul style="list-style-type: none"><li>ミライベイカを具現化する新価値創造 チーム組成</li><li>ミライベイカのコンセプトや商品構想 などを経営会議に提案</li></ul>	米菓・ スナックに 対する構成比 7%	米菓・ スナックに 対する構成比 10%
		お米をベースとした食文化の発展	お米を事業の起点とする当グループにとって、米菓に限らず、お米をベースとした食文化の発展に貢献することでプレゼンスの向上および企業価値の創出につながると考えています。	米菓スナック 開発部長	販売商品の塩分相当量の削減 ※亀田製菓	食塩分相当量実績 17.3Kg/商品1トン	2021年度対比 4.0%削減	<ul style="list-style-type: none"><li>減塩商品の拡売</li><li>リニューアル商品の減塩化</li></ul>	2021年度対比 7%削減	2021年度対比 15%削減
		食にまつわる 多様な価値観 への対応	アレルギー・宗教・世界中の多様な 食文化などへの対応により、当グループが目指す食のバリアフリー化 を実現することができると考えています。	食品事業部長	食品事業のハラル・コーチャ 対応強化	海外比率 0.8%	海外比率 1.0%	<ul style="list-style-type: none"><li>Kerry社(本社:アイルランド)との乳酸 菌に関する契約</li><li>乳酸菌のアジア拡販への取り組み</li><li>プラントベースフード拡販への取り組み</li></ul>	海外比率 8%	海外比率 30%

## マテリアリティにもとづく施策・目標(KPI)

カテゴリー	カテゴリー リーダー	当グループが 取り組むべき 重要な社会・環境課題	課題選定理由	主担当	施策・KPI	実績			目標	
						(参考)2021年度 実績	2022年度 実績	2022年度 取り組みの進捗状況	2026年度 目標	2030年度 目標
環境に配慮したものづくり	生産 本部長	事業活動による 環境負荷低減	事業活動により発生する地球環境への負荷をできる限り抑制し、脱炭素・循環型社会の構築に貢献することは企業として優先的に取り組むべき重要課題と認識しています。	生産本部長 SCM部長	温室効果ガス総排出量 (Scope1・2)の削減 ※亀田製菓・アジカル	2017年度対比 3.6%削減	2017年度対比 5.8%削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>・亀田工場クリーンエネルギーの導入</li> <li>・各工場における省エネ活動の継続</li> <li>・生産設備導入によるガス使用量削減</li> <li>・生産工場集約による効率化</li> </ul>	2017年度対比 20%削減	2017年度対比 40%削減
		環境資源の 保全	持続的に事業活動を行っていくためには、水などの環境資源を効率的に利用し、大気汚染を防止するなどの保全活動が必要不可欠であると考えています。	生産本部長	水使用量の削減 ※亀田製菓・国内連結子会社	2017年度対比 1.8%削減	2017年度対比 1.7%増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>・増産に伴う使用量の増加ただし、原単位では2017年度比8.4%減少</li> <li>・生産工場集約による効率化</li> <li>・清掃時の節水対応</li> <li>・各工場における省エネ活動の継続</li> </ul>	2017年度対比 6%削減	2017年度対比 10%削減
		フードロスの 削減	食を扱う企業として、自然の恵みや生産者への感謝を忘れず、サプライチェーン上における原材料および食品の廃棄を極力減らすことが事業・環境の両面から極めて重要であると認識しています。	生産本部長 米菓スナック 開発部長	賞味期限延長への取り組み ※亀田製菓	—	2022年度より 賞味期限延長への 取り組み開始	<ul style="list-style-type: none"> <li>・重点4ブランドを優先に賞味期限延長への取り組み開始</li> </ul>	賞味期限延長 商品拡大	賞味期限延長 商品拡大
		脱プラスチック 社会への適応	消費財を扱うメーカーとして、プラスチック使用量の削減は優先的に取り組むべき重要課題と認識しています。	マーケティング 戦略部長 米菓スナック 開発部長	プラスチック使用量の削減 ECOパッケージ化推進など ※亀田製菓・国内連結子会社	2017年度比 0.2%増加	2017年度比 3.9%増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売数量増加に伴う使用量の増加ただし、原単位では2017年度比6.5%減少</li> <li>・商品規格変更時に、包装サイズも変更し、包材のプラスチック使用量削減に取り組む</li> <li>・包装工程における包材ロス削減</li> </ul>	2017年度比 15%削減	2017年度比 30%削減
持続可能な 調達活動	購買部長	調達先の 人権尊重	当グループの事業活動に関わるすべての人の人権を尊重することは、必ず果たすべき社会的責任であると考えています。	購買部長	RSPO認証パーム油比率 ※亀田製菓・連結子会社	14.2%	13.5%	<ul style="list-style-type: none"> <li>・非認証パーム油使用商品の増産に伴い2021年度比0.7ポイント減少</li> </ul>	30%	100%
		安定調達の 強化・実現	地政学リスクの顕在化や気候変動などにより調達リスクが高まる中、リスクを抑制しお客様に安全・安心な商品をお届けすることがメーカーとしての使命であると認識しています。	購買部長	主要原材料の 分散調達シナリオ策定 ※亀田製菓	調達先・代替品 調査	調達先・代替品 調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リスク管理委員会でプロジェクトを立ち上げ、代替品種調査開始</li> </ul>	調達先・ 代替品の確定と 生産検証	調達先・ 代替品の 確定・実行
		将来的な 食糧不足への 対応	気候変動や人口動態の変化などによる農作物の収量の変化およびブロテインクラッシュへの対応は、持続的に事業活動を行ううえで必要不可欠であると考えています。	食品事業部長	タンパク質クライシスへの 対応、プラントベースフードの 拡大	プラントベースフード 売上高 0.3億円	プラントベースフード 売上高 0.5億円	<ul style="list-style-type: none"> <li>・植物性100%のサラダチキン開発</li> <li>・新設備導入</li> <li>・プラントベースフード拡充</li> </ul>	プラントベース フード 売上高 10億円	プラントベース フード 売上高 20億円
人的資本経営	総務部長	従業員の 心と体の 健康経営	従業員が心身ともに健康であることで、従業員一人ひとりのポテンシャルが最大限に引き出され、中長期的な当グループの企業価値向上につながると考えています。	総務部長	セルフケア・ラインケアの充実 内部通報・相談窓口設置 ※亀田製菓・一部国内連結子会社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・内部通報・相談窓口設置</li> <li>・安全衛生委員会による職場巡回活動</li> </ul>	継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定期健康診断予約・一元管理システム導入</li> <li>・内部通報・相談窓口設置によるメンタルヘルスケア体制強化</li> <li>・安全衛生委員会による職場巡回活動</li> <li>・長時間勤務の是正活動</li> </ul>	継続	継続

マテリアリティにもとづく施策・目標(KPI)

カテゴリー	カテゴリー リーダー	当グループが 取り組むべき 重要な社会・環境課題	課題選定理由	主担当	施策・KPI	実績			目標	
						(参考)2021年度 実績	2022年度 実績	2022年度 取り組みの進捗状況	2026年度 目標	2030年度 目標
人的資本経営	総務部長	ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン	さまざまな価値観や考え方、多様な個性を認め合い、公正に評価することが従業員一人ひとりの能力発揮を実現し、強靭かつ競争力のある組織になると考えています。	総務部長	女性管理職・監督職比率 ※亀田製菓	女性管理職比率 13.1% 女性監督職比率 14.2%	女性管理職比率 15.6% 女性監督職比率 13.4%	・異業種女性交流研修5名派遣 ・ロールモデル交流会3回実施 ・「えるぼし(3段目)」認定	女性管理職比率 20%	女性管理職比率 30%
		事業基盤を支える人材の育成	事業基盤を強固なものとするため、当グループとして求める人材を育成する仕組み・制度は必要不可欠であり、その整備は重要な経営課題であると認識しています。			年間 41,813円／人	2021年度比 27.8%増加	・階層別研修、専門能力向上研修、選抜研修の実施 ・教育支援制度「KAMEDA ステップアップ プラン」の見直し ・技術学校の継続とプログラムの見直し	2021年度比 19.6%増加	2021年度比 30%増加
亀田製菓らしいガバナンス	経営企画部長	コーポレートガバナンスの強化	企業経営のあるべき姿(事業の持続的発展と企業価値の向上を目指すこと)の実現のため、実効的なコーポレートガバナンス体制の構築・強化が必要不可欠であると考えています。	経営企画部長	取締役会の適正な運用を通じた企業価値の向上 第三者機関による定期的な評価を継続 ※亀田製菓	第三者機関による評価 ※次回評価は2023年12月実施予定	2021年度に実施した第三者評価から課題抽出と方向づけを実施 ※次回評価は2023年12月実施予定	2021年度実施の第三者機関による評価結果を受けた取り組み ・取締役の減員 ・取締役会での議論時間の十分な確保 ・取締役の工場視察の定期化	第三者機関による評価と課題抽出、改善活動ローリング	第三者機関による評価と課題抽出、改善活動ローリング
		リスクマネジメントの徹底	経営の安定化を図るため、経営に重大な影響を及ぼす可能性があるリスクを抽出し、優先度を決め対策を講じることが必要であると認識しています。			リスクマップによる見える化と対策の実施 ※亀田製菓・連結子会社	・リスクマップ更新 ・リスク管理委員会4回実施 ・危機管理セミナー2回実施	・リスクマップ更新 ・リスク管理委員会4回実施 ・危機管理セミナー2回実施	・リスク管理委員会によるリスクマップの見直し ・原材料供給リスク対応として、リスク管理委員会主催の対応プロジェクト発足・始動	継続
地域社会との調和	経営企画部長	地域雇用の拡大	新潟発の企業として、またグローバルに展開する企業として、地域とともに相互に発展することで信頼感が強まり、好循環が生み出されると考えています。	海外事業部長	海外拠点の人員拡大 ※海外連結子会社	1,210名 米国： 132名 アジア： 1,078名	1,336名 米国： 127名 アジア： 1,209名	・東南アジア拠点の増産による増員	2,000名	2,500名
		地域農業との連携	地域の農業関係者と緊密な連携を図ることで、同産業の発展に貢献するとともに、サプライチェーン・マネジメントや調達リスク低減につながると考えています。	食品事業部長	新潟県産米100%の米粉パン商品販売拡充	新潟県産米使用量 208トン	新潟県産米使用量 210トン	・『おこめ丸パン』の販売強化 ・新商品の発売	800トン	1,200トン
		「楽しい」「おいしい」「健康」食育の提案	食文化の形成や将来の購買層へのアプローチとともに、当グループへの理解が深まることで親近感が醸成されるなど、さまざまな面で当グループの企業価値向上に寄与するものと考えています。	経営企画部長	食を通じたコミュニケーションの推進 出前授業、地域の小学生の工場見学 ※亀田製菓・連結子会社	・食育 (出前授業実施)	・食育 (出前授業実施)	・ものづくり授業や食育などの出前授業実施	継続	継続