

おやつ
カンパニー

消費者志向自主宣言 活動報告書

【2021年度】

2021.08.01~2022.07.31

消費者志向自主宣言

私たちおやつカンパニーは、消費者庁が推進する「消費者志向経営」に賛同し、その実現に向けた当社の方針を表明する「消費者志向自主宣言」を策定しました。

ベビースターをはじめとする“おやつ”を創り続けて半世紀以上。さらにその先も、皆様から愛され、信頼され、選ばれ続ける企業であるために、あらゆる企業活動に真摯に取り組んでまいります。

おやつカンパニー 企業理念

私たちおやつカンパニーは、『たっぷりたのしい“おやつ”と“夢”の創造』を経営理念に、いつもお客様の視点から、たっぷり満足感があり、遊びゴコロ溢れるたのしい“おやつ”づくりに努め、“夢”溢れる「おやつ文化」を創造します。

消費者志向自主宣言 取り組み方針

- お客様をはじめ社会の声を企業活動に活かすために私たちおやつカンパニーは、お客様や社会とのコミュニケーションを大切にします。
- 未来の子供たち、次世代を担う若者たちのために私たちおやつカンパニーは、地域社会や国際社会、地球環境との調和を図りながら、“おやつ”の提供を通じて、“たのしさ”や“夢”が溢れる豊かな世界の創造に貢献します。
- お客様から愛され、信頼され、選ばれ続けるために私たちおやつカンパニーは、常に「安心・安全」を最優先とした上で、多彩な価値ある商品を開発し、継続的に「満足度の高い商品」を提供する体制づくりに努めています。

上記の取り組み方針について「活動実績および取り組む予定の活動」を、次項の通り、報告します。

私たちおやつカンパニーは、お客様や社会とのコミュニケーションを大切にします。

お客様相談室では、消費者志向経営の活動の中でも特に【みんなの声を聴き、かつ活かすこと】に注力する部署として、お客様より寄せられた貴重な情報やご意見・ご要望に真摯に耳を傾け、迅速かつ正確に社内関連部門で共有し、お客様によりご満足いただけるような商品の開発・改善やサービスの向上につなげています。

《活動実績》

活動内容①

商品パッケージへのアレルギーの親切表示について対象製品を拡大して展開中。

アレルギー28品目対象
小麦・大豆・鶏肉・豚肉・ゼラチン



活動内容②

お客様の声を反映し、人気商品をよりおいしくする味覚改良を実施。



活動内容③

商品パッケージ裏面だけでなく、ホームページ内「商品情報」にも栄養成分表示・商品に含まれるアレルゲンを掲載

ベビースターラーメン（チキン味）ミニ



ロングセラー商品『ベビースターラーメン』

1959年の発売以来、愛され続けるチキン味！パリッポリッとした食感とともに、香ばしいチキンの風味が口いっぱいに広がります。

販売先／発売日	販売地域
コンビニエンスストア・スーパーマーケット／販売中	全国

内容量
21g

栄養成分表示（1袋21g当たり）				
熱量 105kcal	たんぱく質 1.8g	脂質 4.9g	炭水化物 13.3g	食塩相当量 0.58g

本品に含まれているアレルゲン
小麦・大豆・鶏肉・豚肉・ゼラチン

私たちおやつカンパニーは、地域社会や国際社会、地球環境との調和を図りながら、“おやつ”の提供を通じて、“たのしさ”や“夢”が溢れる豊かな世界の創造に貢献します。

わたしたちおやつカンパニーは、「SDGs」の理念に賛同し、地球規模の課題と向き合い、持続可能な開発目標の達成のために、事業目標およびアクション項目を設定しました。これらの取り組みを実行し、社会・地域に貢献できる企業であり続ける努力を継続して参ります。

《活動計画》

活動①



飢餓と貧困をなくすことを使命とする国連WFPへの支援をはじめ、国内における多様な領域にわたる支援活動で社会・地域に貢献します。

- 国連WFP「レッドカップキャンペーン」に参画（発展途上国の子供たちへの学校給食支援に役立てられます）
- ユネスコ連絡協議会（三重県「寺子屋運動」）の活動への支援
- 地域スポーツ・文化・教育活動への支援
- 一志中学校「学びスタープロジェクト」の推進
- 子供虐待防止活動への参画

活動②



国内、海外事業における様々な環境保全活動により、持続可能な消費及び生産、気候変動に関連する積極的な取り組みを推進します。

- 商品に使用する包材に環境に配慮したバイオマスプラスチックの使用およびバイオマスインクへの展開を図る。
- RSPO認証のパーム油に変更する。
- 紙の使用量を大幅に削減するため、ペーパーレス化及び裏紙の利用を推進する。
- 社用車をCEV（クリーンエネルギー自動車）に切り替える。
- 工場排水（ドレン水をボイラー水として）を再利用する。
- 太陽光発電の導入により、クリーンエネルギーを活用する。

活動③



ジェンダー平等を目指し、年齢・国籍・その他状況に関わりなく、能力強化を実現し、ディーセント・ワークを促進します。

- 女性活躍推進
- 外国人管理職育成プログラムの適用
- パートナー社員の採用人数の拡大
- 外国人カンボジア人技能実習生の受け入れ枠拡大

活動④



「BODY STAR」ブランドの創設により、少子高齢化及び国内人口減少社会における健康維持・促進のみならず、スマートさを求めるニーズの高まりに応える市場創造で、社会に貢献します。

- 高栄養価商品の開発・販売促進
- 既存商品群への健康素材導入の推進・より健康を意識した新機軸商品の開発

私たちおやつカンパニーは、地域社会や国際社会、地球環境との調和を図りながら、“おやつ”の提供を通じて、“たのしさ”や“夢”が溢れる豊かな世界の創造に貢献します。

わたしたちおやつカンパニーは、「SDGs」の理念に賛同し、地球規模の課題と向き合い、持続可能な開発目標の達成のために、事業目標およびアクション項目を設定しました。これらの取り組みを実行し、社会・地域に貢献できる企業であり続ける努力を継続して参ります。

《活動実績》

活動内容①



飢餓と貧困をなくすことを使命とする国連WFPへの支援をはじめ、国内における多様な領域にわたる支援活動で社会・地域に貢献しています。

- 国連WFP「レッドカップキャンペーン」に参画（発展途上国の子供たちへの学校給食支援に役立てられます）



2021年8月より、ベビースターラーメン（チキン味）ミニに「レッドカップ」ロゴを入れてキャンペーンに参画しました。
2022年8月までの一年間の全国の販売額の一部を国連WFPに寄付しました。

- ユネスコ連絡協議会（三重県「寺子屋運動」）の活動への支援

2021年も「寺子屋運動」に参画、2020年を大きく上回る実績で終了、公益社団法人 日本ユネスコ協会連盟から感謝状を頂きました。

- 一志中学校「学びスタープロジェクト」の推進



地元中学生によるアンケート調査、当社社員による生徒への特別授業（3回）、当社社長による特別講演会等を実施。2022年度4月からの1年間も引き続き、内容をブラッシュアップして行っていくことを地元中学校と合意し、スタートしています。

活動内容②



国内、海外事業における様々な環境保全活動により、持続可能な消費及び生産、気候変動に関連する積極的な取り組みを推進しています。

- 商品に使用する包材に環境に配慮したバイオマスプラスチックの使用およびバイオマスインクへの展開を図る。環境に配慮したバイオマスプラスチックの使用とバイオマスインクを使用したパッケージを商品化しました。
- 太陽光発電の導入により、クリーンエネルギーを活用する。
久居工場に太陽光発電の設置を決定、2022年9月に設置を完了しました。



山の観光地限定『アウトドア de ベビースター』



久居工場の屋上に設置した太陽光発電パネル

活動内容③



ジェンダー平等を目指し、年齢・国籍・その他状況に関わりなく、能力強化を実現し、ダイバーシティ・ワークを促進します。

- 女性活躍推進
女性管理職比率が2021年には5%⇒9%以上に向上、女性の執行役員も1名誕生。
また台湾工場では2022年に各工程に女性LMを設置しました。
- パートナー社員の採用人数の拡大
2021年度8月にパートナー社員2名の正社員登用を実施、2022年度8月にはパートナー社員1名の正社員登用を実施しています。
- 外国人カンボジア人技能実習生の受け入れ枠拡大
2019年に受け入れたカンボジア人技能実習生3人中2人は、特定技能外国人として2022年から3年の継続雇用が決定。2020年6月は3名の技能実習生を受け入れ実施し当社は特定技能外国人および技能実習受入機関として継続登録されています。



技術指導（パン製造）を受ける
カンボジア技能実習生

お客様から愛され、信頼され、選ばれ続けるために

おやつ
カンパニー

私たちおやつカンパニーは、常に「安心・安全」を最優先とした上で、多彩な価値ある商品を開発し、継続的に「満足度の高い商品」を提供する体制づくりに努めています。

お客様や社会の隠れたニーズやウォンツを把握する各種マーケティングリサーチ結果を活かした商品開発により、お客様や社会を豊かにします。

《活動実績》

活動内容①

お客様や社会の隠れたニーズやウォンツを把握するマーケティングリサーチを実施し、商品開発に活かしています。

リサーチ人数：83,474名（2021.08-2022.07）

活動内容②

各種マーケティングリサーチ結果に基づき、以下の商品を発売しました。

■ 素材市場 さばの-snack / いわしの-snack



コロナ禍の在宅時間の長時間化に伴い、お菓子についても健康意識が高まっています。そんな間食における健康ニーズ“ちょっと気になる”に寄り添い、すこやかな“おやつ生活”を応援するブランド「おやつの子カラ」シリーズを展開。青魚のすり身が主原料となるほどまでに高配合することで、青魚に含まれるカルシウム・EPA・DHAの栄養素をおやつ感覚で楽しみながら摂れるsnack菓子として「素材市場さばのsnack / いわしのsnack」を発売しました。お客様の声を反映し、味の改良も実施。さらに、「素材市場 いわしのsnack」は食べ切りサイズの6袋入りも展開し、個食ニーズにも対応しています。

■ ポテト丸（うすしお味） ※リニューアル発売



リモート学習やリモートワークなどによる在宅時間の増加により、ON・OFFの境界線が曖昧になる生活のシームレス化が進んでいます。このようなリモート生活において特有の疲れやストレスを抱える人も増えており、手軽にリフレッシュや気分転換ができる間食ニーズが高まっています。そこで、2019年の発売以来、お子様でも食べやすいひとくちサイズのポテトsnack菓子として親しまれてきた『ポテト丸』の味わいとパッケージを家事や仕事の合間の大人のリフレッシュタイムにも合う商品にリニューアルしました。コロコロと丸いカタチと、カリッサクッとした独特な食感はそのままだ、フランス産岩塩を使用することで、ポテトの甘みと風味を強化しました。パッケージも、日常のアクセントになりつつも、日常になじむ落ち着いた雰囲気の色とデザインを採用。心地よい印象をパッケージでも演出しています。