旭食品グループ CSR 報告書

2019 年
旭食品株式会社

目次

トップメッセージ
地域に根ざした CSR を全員の手でつくり出す・・・・・・・・・・・・・・・・・・3

第１章　CSR に対する基本姿勢
1. 旭食品の営みと社会的責任・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
2. SDGs を経営の指針と捉える・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・6
3. 強みを生かす CSR 基本構想・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8

第２章　これまでの取り組み
1. 生産者と手を携えて特色ある商品を届ける・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・10
2. 地域の文化を守り、活気を生み出す場をつくる・・・・・・・・・・・・・・・・・・・12
3. 食の楽しさを支える安全・安心が最大の使命・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・14
4. 個々の成長を会社の成長につなげる・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16
5. 環境と資源への配慮を事業に組み込む・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
6. コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・20

旭食品グループの企業概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・22

■編集方針
旭食品グループは、持続可能な社会の実現に向け、当グループが果たすべき社会的責任（CSR）の考え方や取り組みをステークホルダーの皆様にご理解いただくために、2019 年より『旭食品 CSR 報告書』を発行いたします。
今号は CSR 経営のスタートを告げる「開始宣言号」と位置付け、具体的な施策の枠組みを示す「CSR 基本構想」を掲載しました。また併せて、当グループのこれまでの取り組みをご紹介し、地域社会・文化に対するささやかな貢献をお伝えすることにしました。
現状では、「CSR 基本構想」と実際の取り組みは十全に結合しておりませんが、今後の討議と実行を経て徐々に緊密な CSR 体系を組み上げていく所存です。読者の皆様の本報告書に対するご意見をお聞かせください。

■報告対象範囲
旭食品グループ全体を対象としています。

■報告対象期間
2017 年 4 月 1 日～ 2019 年 3 月 31 日。ただし、一部の記述はそれ以前の経緯や将来の活動予定にも触れています。また記事中に登場する関係者の所属・役割は活動当時のものです。

■発行年月
2019 年 5 月

トップメッセージ

地域に根ざした CSR を全員の手でつくり出す

旭食品株式会社
代表取締役社長　竹内 孝久

旭食品グループは、「食の豊かさを守り、食の楽しさを開拓しつづける」というビジョンのもと、さまざまな企業活動を行ってまいりました。ときには事業活動を通して、またときには社会貢献によって、企業の社会的責任（CSR）を果たしてきたと自負しています。

しかし新しい時代を迎えた今、私は旭食品の CSR をもう一度見直す必要を感じています。2015 年に国連総会は「持続可能な開発目標」（SDGs）を採択し、「世界を変えるための 17 の目標」を掲げました。その大きな柱は地球環境問題と貧困・格差問題への取り組みです。
この SDGs をひとつの手がかりとしながら、私は働く仲間（従業員）と一緒に“旭食品らしい CSR”のあり方について考えていきたいと思っています。

旭食品の CSR の起点は、私たちのあらゆる活動と同じく「地域」です。地域で生まれ、地域と共に成長してきた当グループは、社会課題への取り組みについても地域から発想し、地域のために行動するという原則を貫きます。
その前提に立って、以下のような方向で CSR 活動の展開を構想しています。

第一に重視しているのは、地域における事業と雇用の創出です。
当グループの事業分野はいまや流通事業に留まらず、生産・加工の分野にも及んでおり、中でも農業生産者との継続的な協業が深さと広がりを見せてきました。これまでの成功事例では、土佐山のゆず関連事業がその代表です。「6次産業化」や「地産外商」などの取り組みが着実な成果を生み出し、地域経済にも活気を与えるようになってきました。

第二のテーマは、地域の食をめぐる複合的な社会課題への対応です。
一方では、人口減少によって地域の市場規模が縮小し、棚に並ぶ商品の選択肢が減る事態が予測されます。食品流通業界が効率化を優先するあまり、消費者の選択肢を過度に制約することのないよう、私たちは注意深く対応していく必要があります。
もう一方では、食の欠乏や格差に直面する人々の支援が求められています。廃棄ロス商品の活用策として、フードバンクなどとの連携を進め、命をつなぐ「食のライフライン」の活動を全国へ広げていこうと考えています。

第三のテーマは、働く仲間（従業員）の成長と活躍の支援です。
この間、働く仲間（従業員）のコミュニティである「旭家」の活動を通じて議論を行ったり、会社が「健康宣言」を発したりなど、従来の働き方を見直す活動を行ってきました。今後さらに進めていきたいのは、女性の活躍できる場を広げ、次代を担う若手の成長を支援する仕組みづくりです。“個人と企業が共に成長し、働き続けて悔いのない企業”が私の念願です。

この他にも環境負荷の削減や海洋資源の保護など、着実に進めていくべき課題が多くあることは事実です。またそうした大きな課題は、旭食品１社で取り組むのではなく、業界が足並みを揃えて共通のシステムを構築したり、産官学民が力を合わせてグローバルなテーマへ押し上げていったりする必要もあります。時間はかかりますが、積極的にかかわっていきたいと考えています。

最後に申し上げたいのは、旭食品の CSR が 経営陣や一部の部門だけで進めるものではないということです。2019 年度経営方針にも掲げていますが、「地域に根ざした CSR 活動」こそ、私たちの持ち味だからです。そのためにも働く仲間（従業員）は、自分の身の回りから CSR のネタを拾い上げ、知恵を出し合い、新たな活動を構想してもらいたい。またお得意先様、メーカー様にも、そうした社会的課題への発想・活動へのご理解とご支援をお願い申し上げる次第です。

第1章　CSR に対する基本姿勢

1. 旭食品の営みと社会的責任

旭食品は創業の時期から、地域に根付いた篤実な事業を行うことで、得意先や取引先の信頼を得て成長してきました。そのかたちは少しずつ変わってきたにせよ、常にステークホルダーとの共存共栄を図り、共に価値をつくり出すという姿勢を変えたことはありません。

いつの時代も、食を通じて社会のために

——旭食品と社会のかかわりを辿る

■旭食品の成り立ち——創業期と成長期

旭食品の前身は、1923 年、竹内寿亀が高知市旭町で開業した竹内商店です。寿亀はその 3 年前に農業から商業に転じ、文字通り天秤棒 1 本で得意先を開拓し、信頼を得て事業を広げていました。一方、妻・稔栄は店を守って誠実な商いに徹し、地域一の繁盛店に仕上げました。寿亀の唱えた「自主・独立」「勤労と開拓・和」という言葉が語る通り、竹内商店は食を通じて地域と深くかかわり、人々の暮らしと従業員の仕事を守る“街場のグッドカンパニー”だったのです。

1956 年、それまでの企業組合を旭食品株式会社へ改組し、折からの高度経済成長の勢いも得て、県外へ近畿へと拠点を開設し、全国展開への布石を打っていきます。この時期の支店長たちは、赴任地に骨を埋めることを求められました。「地域密着」のスローガンはたんにビジネスの心構えではなく、その地域の人間になりきって地域に尽くすという覚悟を意味していました。

■伝統と変革の両立——21 世紀の企業像

高度成長期は、「流通革命」の時代でした。スーパーマーケットが小売業界で急速に力を伸ばし、大量生産・大量消費のキープレイヤーの位置を占めたのです。

1973 年のオイルショックを経て、バブルと平成不況の時期に経済のグローバル化が進む中、組織小売業は大規模化し、流通の広域化が求められるようになりました。

旭食品もこれに応じて、コンピュータの導入や大規模配送センターの開設などを進めましたが、地域小売店との取引については、同業他社とは考え方を異にし、中小規模のチェーン店を守り続けました。地域の食を守るという使命を捨てるわけにはいかなかったのです。

2003 年、創業 80 周年を迎えた旭食品は、中期経営計画「RISSI」を立ち上げ、百周年に向けて闘う基盤の再構築をスタートしました。このとき打ち出されたのが、「地域に貢献する価値創造企業」という新しい企業像でした。

■企業ビジョン構築——食の豊かさと楽しさ

2008 年には、「企業理念」、「基本理念と行動規範」、「百周年への戦略構想」が策定されました。「企業理念」は食が生命の原点であること、食にかかわる事業自体が社会性を帯びることを述べています。また「基本理念と行動規範」は「働く仲間」（従業員）を筆頭にステークホルダーへの配慮を述べています。そして「百周年への戦略構想」の事業ドメインでは、「地域の事業者や生活者と協働して」と改めて当グループの立ち位置を明らかにしています。

折しも 2008 年は、土佐山柚子生産組合・高知市・旭食品が「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」を締結しています。「地域卸」という枠を破り、食を介して地域とさまざまな取り組みを行う新しい旭食品の姿が見えた時期でした。

■地域に根ざした CSR——社会課題に向き合う

2013 年には、旭食品株式会社・カナカン株式会社・丸大堀内株式会社の 3 社が手を組み、地域に根ざしつつ全国へ展開する新しいかたちの企業グループ、トモシアホールディングス株式会社が誕生しました。また 2017 年、三社は「つなぐ、たばねる、はぐくむ」をキーワードとするグループビジョンの発表に際して、スローガン「地域に、本気だ。」を打ち出し、狙いを鮮明にしました。

旭食品では、2016 年に就任した竹内孝久社長が CSR 経営の舵を取っています。竹内社長は 2018 年度から旭食品グループの「三次元化」を打ち出し、「既存軸」（中間流通業）、「新規軸」（製造業）に加えて「価値軸」（CSR）の重要性を訴え、「地域に根ざした CSR」を呼びかけています。事業を通じて地道な社会的活動を行ってきた当グループは、いま改めて CSR 資産の棚卸しを行い、より自覚的に CSR 活動の方向を定めようとしています。

旭食品グループ企業ビジョン

食の豊かさを守り、
食の楽しさを開拓しつづける旭食品グループ

基本理念
- 働く仲間の成長と幸福を追求すること。
- すべてのお客様につねに高い満足を提供すること。
- 地域と社会に貢献し、信頼を築き上げること。

行動規範
- 開拓し、挑戦し、失敗にも学ぶこと。
- 和を大切にしながら徹底的に語り合うこと。
- 共に事業を育て、働きがいを創ること。

共に価値をつくり出し、共有する関係を追求する

——ステークホルダーとのかかわり

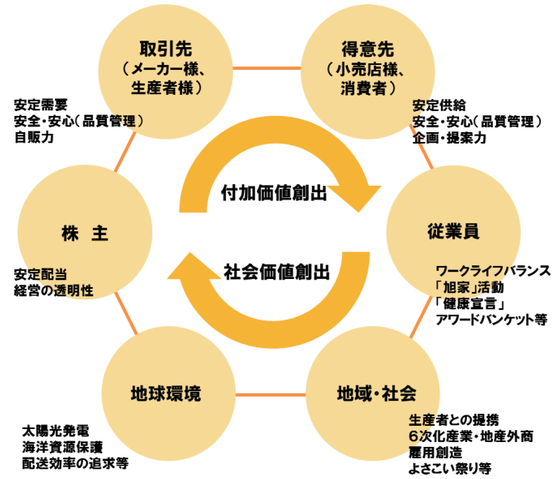
旭食品グループが深くかかわるステークホルダーは、得意先（小売店様、消費者）、取引先（メーカー様、生産者様）、従業員、株主、地域・社会、地球環境の 6 つです。重要なことは、私たちがこれらのステークホルダーと共に二重のバリューチェーンを目指していることです（下図）。

第一は、取引先から仕入れた商材や原料をもとに、従業員が能力を結集して高品質の商品を整え、得意先へ提供する「付加価値創出」のチェーンです。

第二は、そうした事業活動が地域・社会や地球環境にもプラスの影響をもたらすように、多様な工夫を加えて生まれる「社会価値創出」のチェーンです。

両者は画然と区別されるものではなく、重なり合って相乗効果を生み、ステークホルダーの信頼を強めていきます。この 2 重の価値創出こそ、当グループが目指す CSR 企業の姿です。

ステークホルダーとの関係



「地域密着」で食のライフラインをつなぐ

高知県高岡郡に店舗を構えるある商店は、地域で唯一の食品スーパーとして、近隣住民にとっては、文字通り「食のライフライン」となっています。旭食品はそのような地域の小売店に、片道 2 時間以上をかけて長年商品を提供し続けています。かつては、その商店も他の食品卸との取引がありましたが、同地域からの撤退が進むと共に旭食品の帳合一本となり、おつきあいはより深いものになりました。「過疎化の波は食の流通にも多大な影響を与えており、正直なところ、私たちの負担も大きくなっていますが、この地域のためになんとか頑張っていきたいと思っています」と旭食品の担当者は「地域密着」の重要性を語っています。

2.　SDGsを経営の指針と捉える

「経団連企業行動憲章」に導入されたこともあって、 SDGs は日本企業にも着実に浸透し始めています。 本報告書も、 SDGs を CSR 基本構想の導きの糸として参照しています。広く周囲を見回して社会課題を採り上げ、同時に当グループの強みを踏まえて、取り組むべき CSR のテーマを絞り込んできました。

「持続可能な開発目標」と旭食品

——3 次元化への成長

■SDGsと企業の取り組み

2015 年に国連総会で採択された SDGs（Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標）は、同年の「パリ協定」（2020 年以後の気候変動対策の国際的枠組み）と共に、「持続可能な社会」の理想像を世界に向かって発信しました。17 の目標とそれに関連する 169 のターゲット、230 の指標は、途上国のみならず先進国の課題も網羅し、大きな社会変革のイメージを描き出しています。

SDGs の特徴は「誰も取り残さない」という理念のもと、国家政府・地方自治体・NGO・NPO・大学などと共に、企業が有力な推進主体として期待されていることです。中でも従来のような社会貢献の枠を出て、「持続可能性」をビジネスの機会と捉える企業に言及していることは注目に値します。「本業を通じた CSR」という新しい取り組みの姿です。

■日本の経済産業界と SDGs

日本経済団体連合会（経団連）は、1991 年に「経団連企業行動憲章」を定め、法令遵守の徹底と社会的責任への取り組みに関する企業の行動指針を初めて提示しました。以来改定を繰り返し、2017 年の第 5 回改定では、「Society5.0」の実現を通じた SDGs の達成を活動の柱に設定しています。

「Society5.0」とは、内閣府総合科学技術・イノベーション会議で提唱された未来社会のコンセプトで、狩猟社会・農耕社会・工業社会・情報社会に続く 5 番目の社会像を示しています。経団連は、この「人の暮しや社会全体が最適化された未来社会」の実現を通じて SDGs の達成を構想しています。会員企業には、イノベーションを通じた社会に有用な付加化価値及び雇用の創造などにより、「人間中心の社会」の構築を目指す社会変革を求めています。

■CSR 基本構想策定について

旭食品グループは、本報告書で「CSR 基本構想」を発表いたします。これは「CSR 基本方針」の前段階となる最終検討案であり、今後さらに業務現場・地域拠点とのすり合わせを行い、具体的な CSR 施策の実行計画も「CSR 基本方針」を発表する予定です。

今回の「CSR 基本構想」の策定に当たり、私たちも SDGs を積極的に参照しました 。SDGs のゴールや ターゲットの中には、明らかに途上国を対象とするものが多くありますが、我が国の現状に当てはまるものも少なくありません。特に「食」にかかわる項目は私たちの業種業態にとっては見過ごせない課題が含まれています。

SDGs に言及する日本企業はかなり増えてきました。私たちも「持続可能な開発目標」という世界観に賛意を表明し、これに依拠して当グループの方向を定めていく所存です。

SDGs の 17 のゴール

Society 5.0 のイメージ（内閣府ホームページより）

CSR 基本構想の検討プロセス

STEP1：SDGs の多岐にわたる項目を拠り所に、当グループを取り巻く環境を捉え直すことで、見落としていた視点や課題を拾い上げることに努めました。

STEP2：STEP1 で挙がった多くの社会課題から、要請度と当グループの「強み」を共に睨み合わせ、効果が期待できるテーマへ絞り込んでいきました。

STEP3：「STEP2」の優先課題に紐づけた施策のイメージを、当グループの既存の取り組みや他社の先行事例などを参考にしながら描き出していきました。

STEP4：今後は、この「基本構想」を「基本方針」へ煮詰めていく中で、定量的・定性的な目標を定め、ロードマップを描いていきます。

検討の対象となった主要なーマ

■貧困や不平等などの社会課題

SDGs で 17 のゴールのトップに取り上げられた貧困問題については、関連する飢餓問題・健康問題や不平等問題を含め、途上国だけの課題とせず、日本国内にも存在する同様の課題に対する取り組みが必要であるとの認識を深めました。

当グループの持てる経営資源を活用して、これらの問題に取り組むひとつの方法は、第一次産業を起点に地域経済の再興をはかる産業活性化策です。生産者を支援すると同時に関連産業で雇用創出を図り、貧困や不平等の解消の一助とする方策です。併せて廃棄ロス食品の活用による、食事と栄養の不足に苦しむ方たちの支援も優先課題として認識しています。

また女性の不平等や働きがいのある仕事（ディーセントワーク）については、より積極的な取り組みが必要という認識が深まりました。この間「旭家」などの社内コミュニティ活動を通じて生まれた「対話の場」も活用して、企業の成長と個人の成長が重なり合うような組織風土づくりを進めていきたいと考えています。

■廃棄物や資源保護などの環境課題

SDGs のもう一方の大きなテーマは地球環境の保全です。多くのサブテーマがありますが、まず省エネルギーと温室効果ガスへの対策は、大規模な物流を伴う当グループの事業にとって不可避の課題です。電力については太陽光発電パネルの設置など当グループ内の取り組みを進めてきましたが、商品輸送で消費する化石燃料については、内部の削減努力以外に、業界全体でインフラの共有やシステムの統合などを検討すべき時期に来ていると考えています。

資源保護では、高知名産のカツオ資源保護が緊急課題に上っており、当グループも産学官民の一員として協議会に参加しています。文化環境方面では、よさこい祭りへの参加・協賛を通して地域文化の継承と発展に寄与してきたことはご承知の通りです。

社会問題・環境問題を通して今後の課題は、高知県・四国エリアに留まらず、各エリアで地域に根付いた CSR 活動を展開していくことです。本報告書をきっかけに、各地域拠点からの情報発信と全社的な情報共有を進めていきます。

3.　強みを生かすCSR基本構想

今回、「CSR 基本構想」を絞り込むに当たって、最終的な拠り所となったのは、当グループが一貫して重視し続けてきた「地域」という二文字です。 地域に生まれ、 地域に育てられてきた旭食品グループにとって、 地に足の着いた CSR はやはり地域から始まります。

「地域」を発想と行動の中心に据えて

■旭食品にとって「地域」とは？

旭食品は、長らく企業活動の心構えとして「地域密着」を掲げてきました。地域のお得意先のニーズを深く理解して対応し、家族のような親密な関係を築いてきたのです。また先にも述べたように、高知から各地へ出ていった先人たちは、あたかも地元の人間になりきってその地域に尽くすことを本望としてきました。

つまり当グループで働く者にとって、「地域」とは単なる営業上の「エリア」ではなく、さまざまな産物や製品が生まれ、文化や伝統が育まれる場所であり、自身の労働と生活の場所でもありました。たとえそこが出生地でなくても、地域への愛着は人一倍強かったのです。

CSR 活動においても事情は変わりません。こうした旭食品の最大の特徴を「強み」として生かせば、効果的な活動が可能になると考えています。確かに SDGs が提起する課題は、その多くがグローバルな様相を持っていますが、私たちはまず目の前のローカルな課題に取り組む中で、ひとつずつ解決策を見出していきたいと考えています。グローバルな課題には、いわばその応用編としてアプローチしていくべきでしょう。

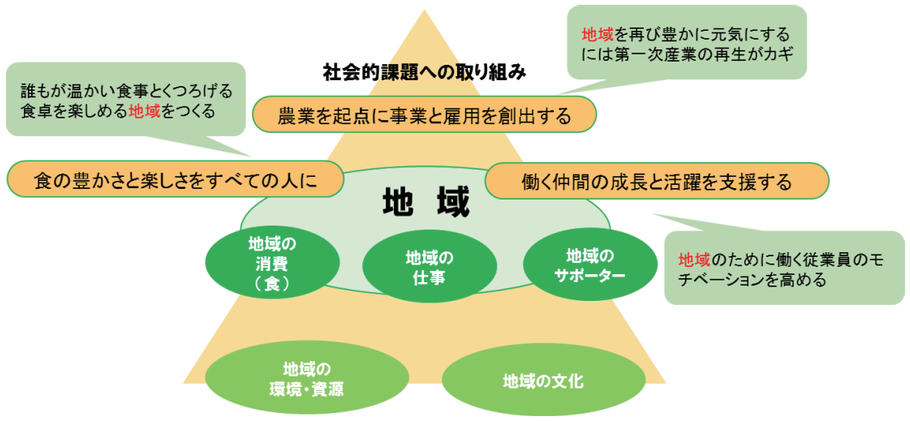
■地域に根付いた CSR 活動を

旭食品は、全国に5支社・19支店を設置し、合計102 の事業拠点を展開しています。またグループ 会社は 15 社、その事業拠点は 41 カ所を数えます。それぞれの事業所が自身の立地する地域に目を配り、各地域固有の課題を見出すことが重要です。ビジネス同様、全国の拠点 - 地域を一括りにするような CSR 活動は不可能であり無意味です。地域にこだわる以上、それぞれの「地域に根ざした CSR 活動」が求められることは当然です。

ただし、各拠点・地域の活動がまったく共通項を持たず、ばらばらに進められるのは望ましくありません。ビジネス同様、基本となる CSR 活動の「型」を示し、そのバリエーションとして各地域の活動を具体化していくのが得策でしょう。そのようなやり方で、資源や経験、ノウハウの共有が行われれば、活動の効率化・高度化が期待できるからです。

先に述べてきたように、SDGs の項目に照らして課題を取り上げ、優先度を検討してきました。結果としてほぼ 5 分野のテーマ（地域の消費［食］、地域の仕事、地域のサポーター、地域の環境・資源。地域の文化）が現れており、今回の基本構想では、これらをベースにさらに 3 つの重点テーマ（消費［食］、仕事、サポーター）へ絞り込みました。

「地域」から発想する CSR

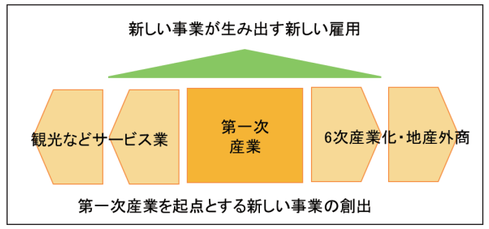


重点取り組みテーマ①

第一次産業を起点とする地域産業をつくり出し、継続的に支援する活動

過疎化や高齢化に直面する生産者を支援すると同時に、関連産業で雇用創出を図り、格差や不平等の解消の一助とする方策です。当グループの成功事例では、土佐山のゆず関連事業がその代表です。「6 次産業化」や「地産外商」などの手法を結合し、付加価値の高い商品をつくり出すと共に新しい販路の開拓を平行して進めます。広島地域におけるもち麦関連事業もこうした試みのひとつで、高知から各地へ成功事例のヨコ展開が始まっています。

当グループにとっては、卸売業務を中心とする既存の事業とは異なるモノづくり系の事業の開発でもあり、「事業を通じての社会貢献」という側面を合わせ持っています。



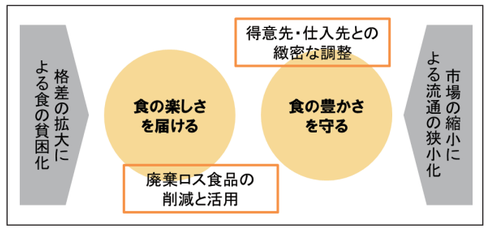
重点取り組みテーマ②

地域の食の豊かさを守ると共に、食の楽しさをすべての人に届ける活動

当グループは、企業ビジョンで「食の豊かさを守り、食の楽しさを開拓しつづける」と謳っています。食は生命の糧であり、食事は暮らしの最も重要なイベントです。

ところが近年、食はふたつの点で危機を迎えています。第一は、人口減少による地域の市場縮小で流通経路が狭小化し、商品の選択肢が減少する傾向です。消費者の選択肢を過度に制約することのないよう、この傾向に異議を唱えつつ注意深い対応を行います。

第二は、貧困化の進展で食事を欠く人々（中でも貧困児童）が出現していることです。栄養不足の解消はもちろん、食事の楽しさを味わってもらうためにも、できることから始めます。まずは、一部で始まった廃棄ロス食品のフードバンクへの提供に取り組みます。



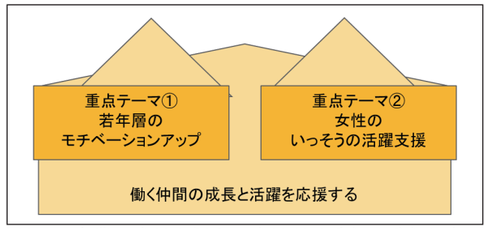
重点取り組みテーマ③

働く仲間（従業員）の成長を促し、活躍の場を広げる活動

やりがいのある仕事（ディーセントワーク）をつくり出すには、既存事業の革新や新規事業の開発を実現する多彩な能力形成が必要です。従来の OJT 教育は貴重なノウハウの継承方法として大切にしながら、次の時代を担う若年層のために、汎用的・専門的なビジネススキルの習得機会を設けることが必要です。

また食の企業にとって、暮らしや地域に“近い”女性従業員の活躍はきわめて重要です。そのためには、出産・育児などの負荷を低減するワークスタイルの多様化と共に、女性の職域を拡張し、活躍の機会・場面を増やしていくことも重要です。

この間定着してきた「旭家」などの「対話の場」も活用して、企業の成長と個人の成長が矛盾なく重なり合うような組織風土づくりを進めていきたいと考えています。



第２章　これまでの取り組み

1.生産者と手を携えて特色ある商品を届ける

旭食品グループの地域課題への取り組みは、今から30年前、土佐山のゆずから始まりました。生産者とのおつき合いは時間を経る中で深まり、なくてはならないパートナーになっています。この「土佐山方式」を全国各地に広げていくのが、これからの仕事です。

ゆずが結んだ高知のきずな

——高知市土佐山地区ゆず生産者との協業

■30年間に及ぶおつきあい

旭食品は、地域の生産者の方々とさまざまな協同の取り組みを行ってきましたが、何といっても代表的な事例は、高知市土佐山地区との取り組みです。1989年、土佐山村（現：高知市土佐山地区）購買部との「ゆず果汁」の取り引きがその始まりです。当グループ PBのぽん酢、「土佐山村のゆずづくし」の原料として使用していましたが、約 20 年後の 2008 年 4 月、ゆず果汁の安定的かつ継続的な需要供給体制を構築するため、高知市・土佐山柚子生産組合・旭食品で「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」を締結しました。

■三者が組んだ画期的な協定

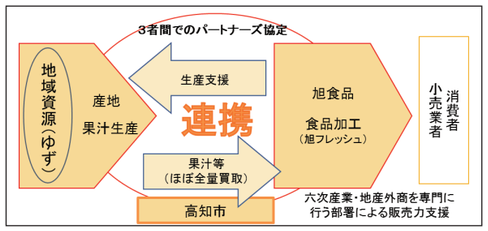
この協定は「旭食品は毎年高知市のゆず産地化対策事業に協賛し、高知市は効果的なゆず生産振興を実施する。土佐山柚子生産組合は高知市のゆず生産振興事業が達成できるように生産拡大および旭食品との取り引き量拡大に努める」と宣言したもので、土佐山地域で生産された「ゆず果汁」の全量を旭食品が買い取らせていただいています。

こうした取り組みにより、生産者側は生産した「ゆず果汁」の全量販売が見込め、高知市はゆず事業に対する協賛が得られ、旭食品は「ゆず果汁」の原料を安定して入手できるといった、お互いがWin-Winとなる関係を構築することができました。この事例は耕作放棄地の解消にもつながり、6 次産業化の優良成功事例として全国から注目を集めています。

■ゆず資源の有効利用へ

また、2016 年 1 月には、JA 高知市・土佐山柚子生産組合・旭フレッシュ株式会社（旭食品のグループ会社）の三者で、「ゆず果汁」を生産するときに発生する「ゆずの果皮」から「ゆず精油・芳香蒸留水・乾燥果皮」を生産する「土佐山ファクトリー協同組合」を設立し、ゆず製品の付加価値化に加え、搾汁後不要となった果皮残渣の再資源化に取り組んでいます。

「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」は5 年毎の契約となっていますが、2018 年 4 月には 3 期目の締結更新を行い、現在 12 年目の取り組みがスタートしています。3 期目は新たに「土佐山ゆずのブランド化」という目標を追加しました。ブランド化に向けた取り組みとして始まった地域イベントに当社も参加し、一緒に地域を盛り上げて土佐山ゆずの知名度向上にも努めています。



（高知市における柚子を活用した6次産業化の取り組み事例、農林水産政策研究所『6次産業化の論理と展開方向』、平成27より）

土佐山を みんなが働きやすい “ゆずの郷”に

高知市土佐山柚子生産組合
組合長　中家 富男 様

私たち土佐山柚子生産組合では、2018 年に第 3 期目となる「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」の締結により、土佐山ゆずの持続的な安定生産やブランド化に向けた取り組みを行っています。

土佐山地域は、住民の 60%以上が 60 歳以上と高齢化が進んでいる地域であるため、高齢の生産者が安全にゆずを栽培できる環境の整備や、ドローンを使った消毒薬散布など新しい技術の導入も検討しています。またトゲが少ないゆずの木の開発や農業指導者との連携など、新規のゆず生産者を増やす取り組みも行っています。また 2017 年から地域の学生の企画により始まった「土佐山ゆず祭り」は、地域の魅力を発信し、都市住民との交流を促すイベントとして、ぜひ継続・拡大していきたいと考えています。

高知家のうまいもの大賞受賞商品ブース（2019年フーデム）

協業事例のひとつ、高知県香美市西永野地区でのねぎ栽培

地域産品の価値を高めて全国へ

——6 次産業化・地産外商への取り組み

旭食品は、各地域の食材・人材・技術などの資源を有効に結びつけた高付加価値製品の開発や販路開拓を通して、地域ブランドを確立し、地域社会の活性化にも貢献しています。

2014 年 6 月、旭食品と高知県の「6 次産業化及び地産外商の推進に関する協定」が締結されると、同年 10 月には 6 次産業化への取り組みを具体化する部署として「六次産業推進課」を立ち上げ、高知県産品の「外商活動」（県外への販売活動）に力を入れてきました。

その後 2016 年には、高知県をはじめとする地域の 1 次・2 次・3 次産業の結合を目的とした「六次産業推進部」と、地域のメーカーなどとの強力な連携を目的とした「地産外商推進課」が誕生しました。6 次産業化・地産外商への取り組みは、旭食品が目指す「日本一頼りがいのある問屋」の「強み」となる必要不可欠な活動です。

地域卸の強みを生かした外商提案

旭食品株式会社 商品統括本部 営業部 地産外商推進課　課長 松本 美佐

私たちの部署は、営業部門が地域性の高い商品をお得意先に提案できるよう、商品流通支援に特化した業務を行なっています。2016 年に発足してから、卸の強みを生かして販路拡大、販売推進に努めてきました。また行政とも連携し、高知県から始まった取り組みを四国・中国・九州・北陸・青森へと取り扱う地域メーカーのエリアを拡げています。さらに販路拡大支援だけでなく、品質管理・衛生管理の支援も私たちの重要な業務と捉え、メーカー様と協力して取り組んでいます。

地域内では販路を見出せない優れた商品を発掘し、全国の方々に知っていただくことが地域の活性化につながると考えています。

四国の自然の恵みを素晴らしい商品へ

旭食品株式会社 経営企画本部 六次産業推進部 六次産業推進課　中岡 知紗

私が在籍している「六次産業推進部」は、地域商品の一貫した 6 次産業化を図ることを目的に 2016 年に設立されました。現在は都市部の外食産業へ向け、四国地方の第 1 次産業者（農業･漁業）や第 2 次産業者（加工業）が生産している商品の販路をつくる活動をしています。

生産者のこだわりや商品の特徴、生産量を考えながら、最適な売り場に届けられるように提案方法を考えています。四国には自然の恩恵を受けた魅力ある商品がたくさんありますが、距離や生産量などの問題で販売につなげることができない商品も少なからずあります。そういった商品をもっと多くの人に知ってもらえる活動をしたいと考えています。

2. 地域の文化を守り、活気を生み出す場をつくる

地域に活力をもたらすのは、 産業・経済ばかりではありません。 人々が自分たちの手で育ててきた祭りや催しや集まりなどが果たす役割もたいへん大きいのです。 旭食品グループは高知の夏の名物、 よさこい祭りをはじめ、 さまざまな分野で地域文化の振興に貢献してきました。

よさこい祭りの原点、ここにあり

——多くの受賞に輝く旭のよさこい

■全国へ広がったよさこい

旭食品の地元、高知の祭りといえば、今や“全国区”になったよさこい祭りです。よさこい祭りは、1954 年に戦後の不景気を吹き飛ばし市民の心をやわらげ復興への意欲を盛り立てようと行われたのが始まりで、もう 65 年以上の歴史があります。その後、北海道の「YOSAKOI ソーラン祭り」や東京の「原宿表参道元氣祭スーパーよさこい」といった、いろいろな祭りとして全国に広まり、現在では 200 以上の国や地域でよさこい祭りが開催されています。

■皆さんの応援に支えられて

旭食品は、1973 年から地元高知を盛り上げるため、よさこい祭りに旭食品チームとして参加しています。毎年上位に入賞しており、地元でも注目チームのひとつに挙げられています。1998 年から 2000 年にかけては、3 年連続で最優秀賞の「よさこい大賞」を獲得する快挙も果たし、近年も皆さま方の応援・ご声援により連続して金賞をいただくことができました。沿道で応援してくださる高知市民、ご協力を惜しまないお取引先様、お得意先様に感謝いたします。

よさこい祭りは絶えず新しいものを取り入れ、チームの個性を常に進化させる祭りです。私たち旭食品グループもよさこい祭りの精神にのっとり、常に進化を目指す会社でありたいと考えています。

【近年の受賞歴】

2016 年　第 63 回　テーマ『咲き踊る旭食』
　本祭：金賞
2017 年　第 64 回　テーマ『咲き踊る旭食～鯨波の声～』
　本祭：金賞
2018 年　第 65 回　テーマ『咲き踊る旭食～輝の奏多～』
　本祭：金賞　スーパーよさこい：欅賞

歴代の旭食品よさこい踊り子隊

1973 年ごろ

1990 年ごろ

2018 年

■ワイン販売を通じて南アフリカに社会貢献

グループ会社のひとつである株式会社マスダは、南アフリカのフェアトレード・ワインを輸入・販売することにより、同国の安定雇用と労働・生活環境の改善、子どもたちの教育費支援など経済的自立を応援しています。また、南アフリカワインの特定の銘柄による売り上げの一部を、ワイナリーを通じて同国の生態系保護活動や教育支援基金に寄付しています。

1 本あたり 50 円を
南アフリカの
教育支援施設
『ペブルス』に寄付

「ドルニエ・ココアヒル
シュナンブラン」

世界で初めて
フェアトレード認証を取得した
オーガニックワイン

「ステラー　ランニングダック
オーガニック＆
酸化防止剤無添加
カベルネソーヴィニヨン」

地域になくてはならないチームを目指す

高知ファイティングドッグス球団
監督　駒田 徳広　様

高知ファイティングドッグス（以下、 高知 FD）は、 2005 年に高知で唯一のプロ野球球団として誕生し、その当時から旭食品の皆さんに支えていただいています。 現在高知 FD では、 子どもたちが参加する球団イベントを開催し、 家庭から球団に興味を持ってもらおうと考えています。 地域の皆様との交流を通じて、 旭食品さんのような“地域になくてはならないチーム”を目指しているのです。 また皆さんに、「我々が応援している地元の球団が活躍している！」と喜んでいただけるように、 これからも頑張っていきたいと考えています。 ぜひ球場へお越しください！

駒田 徳広（こまだ のりひろ）：1962 年生まれ　奈良県出身。現役時代は読売ジャイアンツと横浜 DeNA ベイスターズで活躍。
2016年から四国アイランドリーグ plus の高知ファイティングドッグス監督に就任。

土佐路を走る 42.195km

——従業員も参加する高知龍馬マラソン

旭食品は「わざわざ高知で走ろう！」がキャッチフレーズの高知龍馬マラソンのオフィシャルパートナーとして、2013 年の第 1 回大会から協力しています。太平洋を望むコースや沿道からの温かいおもてなしが魅力となり、よさこい祭りと並ぶ高知の一大イベントとなりました。第 2 回（2014 年）大会からは社内ランナーも参加しており、働く地域や役職もさまざまな仲間が42.195 km完走に挑戦し、高知の魅力と走ることの楽しさを満喫しています。

旭食品と行政との連携

——社会貢献と産業振興の両面で

旭食品と行政との関わりは、高知市議会議員を務めていた創業者竹内寿亀が 1968年２月に没した折、初代社長竹内寿明が高知市点字図書館に寄付を行い、「竹内寿亀点字文庫」が設立されたことから始まります。

1989 年には、高知県の特産物として注目され始めていたゆずを使った旭食品のオリジナル商品のゆずぽん酢「土佐山村のゆずづくし」の発売を開始し、2008 年に高知市・土佐山柚子生産組合と『『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」、2014 年に高知県と「6 次産業化及び地産外商に関する協定」を締結することによって、地域産業への貢献に大きくかかわってきました。

また、2014 年より災害発生時における物資供給や輸送拠点の機能を果たす協定を高知県と締結し、「頼りがいのある企業」を目指しています。

■旭食品の社会貢献活動

2008年3月	高知市と「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」を締結 （2013年、2018年に更新）
2011年3月	東北地方太平洋沖地震（東日本大震災）の被災者様への寄付
2013年10月	高知市（「わんぱーくこうち施設内」）に津波救命艇を寄贈（1艇） ※創業90周年事業
2014年5月	農林水産省（農の雇用事業）の「派遣研修受入意向法人」に登録
	独立行政法人中小企業基盤整備機構の「地域活性化パートナー」に登録
2014年6月	高知県と「6次産業化及び地産外商に関する協定」を締結
	高知県と「災害時における物資の供給に関する協定」を締結
2016年4月	高知県と「災害時における広域物資輸送拠点の開設等に関する協定」を締結
	熊本地震の被災者様への寄付
2016年8月	高知市のAED購入（4台分）

各地拠点でも社会活動を展開

旭食品 近畿支社・大阪支店「WFP ウォーク・ザ・ワールド」

「WFP ウォーク・ザ・ワールド」は、途上国の子どもたちの飢餓をなくすための“チャリティーウォーク”です。参加費の一部は国連 WFP の学校給食プログラムに役立てられます。近畿支社・大阪支店から総勢 51 名のメンバーが参加しました。

旭食品 和歌山支店「和歌山県下ロータリークラブ」

和歌山支店では支店長を筆頭に「和歌山県下ロータリークラブ」に参加し、さまざまな地域貢献活動に参加しています。支店メンバーによる清掃活動や和歌山駅前の花壇整備のほか、クラブ活動への飲料提供など地域の活動に積極的に参加しています。

旭食品 新居浜支店「新居浜名物『太鼓祭り』への参加」

四国の三大祭りである「新居浜太鼓祭り」。働く仲間が自身の自治体の「太鼓台」に参加し祭りを盛り上げています。祭り期間中は休みとなる企業や小中学校もあり、市内全体がお祭りムードになる 3 日間です。

旭食品 本社・四国支社・高知支店 他 「献血功労者の授与」

四国総合流通センターでは、本社が高知市にある頃から通算で 10 年以上にわたり献血活動に貢献してきたことが認められ、2018 年に「厚生労働大臣感謝状」をいただきました。

3. 食の楽しさを支える安全・安心が最大の使命

いまや食に携わる事業者にとって、安全・安心は事業を行う上での大前提であり、決しておろそかにできない最重要事項です。生産・製造事業にもかかわる旭食品グループでは、法に定められた十分な衛生管理体制を構築していますが、引き続きさらにそのレベルを高めてまいります。

安全と品質を守る静かな闘い

——生産事業での取り組み

デリカサラダボーイ株式会社など旭食品グループの生産事業各所では、おいしさの追求だけでなく、品質マネジメントシステムを活用した継続的改善を実施しつつ、お客様から寄せられる安全要求を尊重・遵守し、法に適合した製品を提供しています。また、お客様とのコミュニケーションの中から生まれるさまざまな要求に対応するため、技術力の向上を通じて品質の向上に努めています。

現在、デリカサラダボーイ各工場では厚生労働省が認証する HACCP 方式に準じた管理を実施しております。今後は、食品衛生法に定められた HACCP 方式を円滑に運営するため、ISO9001、ISO22000 の要求事項に従って、品質マネジメントの全体像及び管理手順を理解し、運用できることを目標にしております。

課題は「定番で売れ続ける新商品」の開発

旭食品株式会社 生産事業本部 営業本部営業開発課（デリカサラダボーイ（株）宇多津工場駐在）
課長 林 恵子

私が所属している生産事業本部営業開発課の役割は、人間に例えると商品を開発する部分は「心臓」にあたり、社内に向け得意先で採用された商品の詳細や製造方法を伝えたり、消費者にサーマルラベルなどで商品情報を伝えたりする部分は「血管」だと考えています。

商品化を行う上で取り組む安全・安心とは、原料となる食材の仕入れ方法を見極めることだと考えています。また、商品を召し上がる方の健康を考えた味付けや食材産地へのこだわりが伝わる商品づくりも重要だと考えています。現在の課題は、トレンドを把握しながら他にはないこだわり感がある「定番で売れ続ける新商品」の開発です。また、ネット販売や介護食など新ジャンル商品の開発も手がけようと考えています。

旭食品グループは問屋では数少ない製造工場を持っている企業です。デリカサラダボーイが旭食品グループの強みになるような挑戦をしていきたいと思います。

一人ひとりの実習生の指導に心を込めて

旭食品株式会社 生産事業本部 営業本部営業開発課（デリカサラダボーイ（株）宇多津工場駐在）
西山 育李

今は商品の原価計算や現場での指導を担当しています。現場では盛り付け指導や裏面表示、リニューアルしたレシピのチェックを行っています。また、外国人実習生に商品の説明をするときは、彼らが理解しやすいよう丁寧な説明を心がけています。私自身の視野を広げ、いろんな先輩をお手本にしながら成長し、安全・安心な商品開発に携わっていきたいと考えています。これからやってみたいのは、四国をはじめ各都道府県の食材を使った商品を開発し、デリカサラダボーイのオリジナルブランドを増やしていくことです。食べていただいた方にその土地の味を楽しんでもらえるような商品をつくっていきたいです。

多彩なオリジナル商品でもレベルアップ

旭食品グループのオリジナル商品を製造する旭フレッシュ株式会社や日本酒「酔鯨」を醸造する酔鯨酒造株式会社においても、製造管理基準に則った品質管理体制の整備に力を入れています。地域の産品を使った製品をつくる企業として、今後も継続的に品質管理のレベルアップを追求していきます。

働く仲間の最高のパフォーマンスを

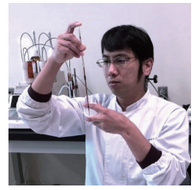
酔鯨酒造株式会社 開発部 部長 江口 大介

酔鯨酒造では、現在 ISO22000 の取得に向けた取り組みを行っています。これは「食の安全性を担保する」という目的はもちろんのこと、今後の輸出展開を強く意識し、あえて国際規格の ISO を取得しようとするものです。この取り組みの中では、日々の酒造りを明文化することが必要ですが、自分たちの業務を改めて文章にすることが若手社員の教育にもつながっています。また、高品質な商品を製造するための品質管理の第一歩として、働く仲間（従業員）の健康管理や環境整備が大切だと考えています。商品の品質は工程（プロセス）でつくり込まれるものである以上、その工程に従事する人々が最高のパフォーマンスを発揮できるよう日々の改善を重ねていく必要があるのです。

ぜひ、ホームページや SNS から私たちの日々のチャレンジを知っていただきたいと思います。

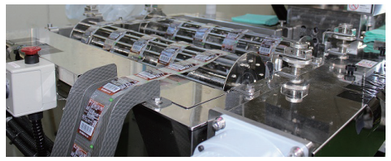
高知の素材から生まれるおいしさと安全

旭フレッシュ株式会社 製造部 品質管理課 課長 橋詰 貢



品質管理課では、工場の品質管理や商品開発にかかわる業務全般に携わっています。また外部工場に製造を委託しているオリジナル商品も多いため、定期的に衛生管理の専門業者と委託工場を訪問し管理体制の確認を行っています。

当たり前のことですが、商品は問題が発生しないことを前提につくっています。それでも普段の製造工程で発生する小さなイレギュラーが原因となり、クレームにつながることもあります。現場を視察する際は「普段と何かが違わないか？」という気持ちがイレギュラーの発見につながり、未然にクレームを防げると思っています。



現在の課題は、衛生管理の手法を明確化し体現することです。これは、旭食品グループの生産事業本部が取り組んでいる ISO22000 の取得に向けた取り組みと結びつきます。取得に向けてまだ不足なところはありますが、社内が一丸となって克服していきます。

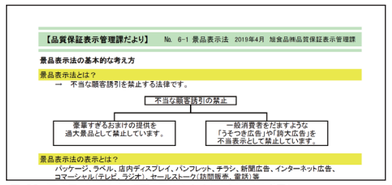
高知県独自の原材料を生かした私たちの製品を「おいしい」と感じ、「高知にもこんなメーカーがあるのか」と思っていただけたら嬉しいです。

食品表示に関する情報を社内に向け発信

旭食品株式会社　商品統括本部 低温商品部 品質保証表示管理課 課長 坂井 和香奈

品質保証表示管理課は、食品表示や衛生・品質管理に関する業務支援を行う部署として発足し、今年で 3 年目になります。現在は市場の需要が高まっている「フローズンチルド商品」の規格書の管理や PB 商品の表示確認、地域メーカー様や PB 商品メーカー様の工場監査や業務支援を行なっています。

食品表示のチェックは、法律をもとに「〇・×」のジャッジを行う必要があり、法令違反や表示間違いに注意しながら柔軟な対応が必要となります。食品関係の法令や基準は範囲も広く改正も多いので、日々知識と経験を積むことが正確な業務につながります。


【品質保証表示管理課だより】　No. 6-1 景品表示法　2019年4月　旭食品神品質保証表示管理課

景品表示法の基本的な考え方

景品表示法とは？
→ 不当な顧客誘引を禁止する法律です。

不当な顧客誘引の禁止

著しすぎるおまけの提供を過大景品として禁止しています。

一般消費者をだますような「うそつき広告」や「誇大広告」を不当表示として禁止しています。

景品表示法の表示とは？
パッケージ、ラベル、店内ディスプレイ、パンフレット、チラシ、新聞広告、インターネット広告、コマーシャル（テレビ、ラジオ）、セールストーク（訪問販売、電話）等

品質保証表示管理課だより（社外版）

また私たちの部署では、旭食品グループや業務支援を行っているメーカー様に向け「品質保証表示管理課だより」を作成し、食品表示に関する情報を発信しています。この情報誌を発行することで社内外の色々な人と連携し、旭食品グループが目指す「日本一頼りがいのある問屋」の実現に取り組んでいきたいと考えています。

4.　個々の成長を会社の成長につなげる

旭食品グループの組織としての特徴は、支え合いながら鍛え合う独特な“家族の文化”です。働く人々の意識が大きく変わる時代にあって、私たちは良い伝統を守りながら、変えるべき点をどしどし変えていきます。そのためにも、「旭家」を中心とする社内コミュニティの活動に力を入れていく必要があります。

「旭食品はひとつの家族やき」
――社内コミュニティ「旭家」の活動

2016年から活動を開始した「旭家」の前身は、「旭おとめ会」(2012年創設)です。坂本龍馬の姉、乙女さんにあやかったネーミングで、ワークライフバランスに優れた職場づくりを目的に活動していました。必ずしも女性だけを対象とする取り組みではなかったので、高知県の「高知家」にならい、“上司も同僚も皆が家族”とする「旭家」に改組されました。

背景には、現在多くの企業で問題視されている、若年層の離職率増加や自身の昇進を望まない風潮など働く人の意識変化があります。人の力を最大の資源と考える当グループも、こうした変化に対応する人づくり・組織づくりに取り組まなければならないという問題意識があったのです。

活動の方向は、①対話・交流や情報共有を活性化する「イキイキする取り組み」、②育児・キャリア、個の経験を皆で共有する「グングンする取り組み」、③福利厚生、各種イベントなどの「ポカポカする取り組み」の３つ。具体的には、各事業所で「家族会議」や「子ども参観日」を開催し、イントラネットに設けた旭家コーナーで情報共有を行ってきました。今後はCSRへの関心も深め、活動の幅を広げていきたいと考えています。

社内イントラネット

家族会議

子ども参観日

旭家の社内ポスター

一人ひとりのアイデアや意見を大切に
旭食品株式会社 管理統括本部 情報システム部 管理課　安房田 真由（旭家実行委員）

「旭家」では2019年の目標である「NO残業day」の推進を行なっています。最終目標は全ての働く仲間（従業員）が平等に「NO残業day」を実施できる環境をつくることです。とてもハードルの高い取り組みですが、働く仲間一人ひとりからのアイデアや意見を聞きながら長期的に進めていきたいと考えています。今後も各事業所で開催する「旭家」家族会議や人事研修、また「旭家net」、「旭家だより」といった社内広報活動を通して、「旭家」が「全ての働く仲間の身近で開かれた存在」であることをグループ内に伝えていきたいと考えています。

頑張った人を讃え合う
――顕彰制度「アワードバンケット」

2010年に始まった顕彰制度「アワードバンケット」は、当初全社一括で行っていましたが、各地で働く仲間をよりきめ細かく表彰することを目的に、2017年に制度をリニューアルして再開しました。現在では、エリアごとに従業員の活動や取り組みを表彰する制度として運営されています。各エリアで独自に設けたユニークな賞や各地で開催される表彰式が好評で、従業員のモチベーションの向上にもつながっています。

四国地区アワードバンケット2018表彰式の様子

多様な働き方をサポート
――ワークライフバランス、「健康宣言」

旭食品では働く仲間が仕事（オン）と生活（オフ）の切り替えを行いながら、適切なワークライフバランスを確保するための体制整備を行っています。たとえば、有給休暇の取得推進や「NO残業Day」の設定、そして幅広い世代の働く仲間が多様な働き方を選択ができるよう、育児・介護における短時間勤務や、半日もしくは時間単位での有給休暇取得制度などさまざまなタイプの働き方制度を取り入れています。

また、2018年には「健康宣言」を発表し、企業全体で従業員の健康づくりに取り組むことを宣言しました。働く仲間の健康と旭食品で働くことの満足度を高め、一人ひとりの働きやすい環境の構築を目指しています。近年中に「ホワイト500」（健康経営優良法人）の認定を目指す取り組みでもあります。

安全で潤いある暮らしを
――福利厚生関連

旭食品では福利厚生制度として、社会保険や各種手当以外に、各地の福利厚生施設の利用など働く仲間とその家族が充実した生活を送るための環境整備行っています。また、2018年より確定拠出年金制度を開始し、退職後の資産形成の一助となる制度を取り入れています。

若年層の「自立」に手厚く
――教育研修制度

旭食品では、働く仲間の階層別に各種研修を実施しています。入社が決まった段階では社会人として必要な知識を習得するための通信教育を取り入れており、入社後は新入社員全員による集合研修に続き、各配属先での0JT研修が行われます。

新入社員研修は入社後4年目まで行われ、若手社員が日々の仕事で抱える疑問や不安を解消できる仕組みを設けると共に、同期入社メンバーの絆や情報交換の場にもなっています。

4年目研修以降はそれぞれの職種や業種、専門分野の知識を実務の中で養いながら、一人ひとりが業務のプロを目指しています。また管理職研修において組織のマネジメントに必要な考え方や知識を学ぶための研修を実施し、次世代リーダーの誕生・育成にも力を入れています。

新入社員研修の様子

教育研修一覧

階層別研修	・新入社員 入社前研修、新入社員研修、OJT研修 ・若手社員 1年目研修（仕事道実践） 2年目研修（セルフマネジメント） 3年目研修（プレゼンテーション） 4年目研修（フォローシップ） ・管理職 管理職研修（Ⅰ・Ⅱ） ・50歳を迎える社員 ライフプラン研修
テーマ別勉強会	・管理部門勉強会（法務、経理、労務） ・商品課研修（在庫管理） ・営業部門勉強会（財務諸表の見方、ワインソムリエ資格取得セミナー、食品表示など）
その他	・旭家　ほめ達セミナー ・図書部（ビジネス書の書評コミュニティ）

5.　環境と資源への配慮を事業に組み込む

私たちが携わる食の事業の源泉は、すべて地球上の自然です。その事実を重く受け止め、旭食品グループは全社を挙げて、地球環境と自然資源の保護に取り組んでいこうと考えています。まだ体制も施策も十分とはいえませんが、今後も継続的かつ着実に進めていく決意です。

二酸化炭素削減への取り組み

旭食品グループでは、二酸化炭素（CO_2）など温室効果ガスが要因と考えられる地球温暖化や海水温の上昇、また近年頻発している異常気象による災害などの問題に対しても真剣に向き合い、対応しています。

社屋照明に使用されている水銀灯や蛍光灯の LED 化については、各拠点で実施しており、またクリーンエネルギーの活用の取り組みとして 2013 年 11 月に太陽光発電システムを四国総合流通センターの屋上に設置したのをかわきりに、12の社屋の屋上に太陽光発電システムを設置し、自社消費や売電用として発電しています。ちなみに四国総合流通センターの太陽光発電システムは、太陽電池モジュールを 2500 枚（約 4000 ㎡）設置し、2018 年度の発電電力量は 54 万762kWh。発電した電気は商用電源と接続してセンターの冷凍冷蔵設備や照明、空調の電源として使用し、社休日に発電した余剰電力は電力会社に売電しています。

今後取り組むべき課題としては、まず空調や冷凍、冷蔵設備に使用されオゾン層破壊係数が高い「特定フロン」の「代替フロン」「ノンフロン」への変更を計画しています。また車輌の排気ガス削減については、物流業者様と協同で地道に対策を検討していきますが、同業各社が足並みを揃え、統一した仕組みづくりで手を組むことも欠かせないと考えています。

四国総合流通センター屋上ソーラーパネル

海洋資源保護への取り組み

旭食品は「高知カツオ県民会議」（以下「カツオ県民会議」）に参加し、カツオ資源を守るための取り組みを行っています。「カツオ県民会議」とは、世界中でカツオ資源が危機的な状態となっている事態を県民の皆さんと共有し、県内外に発信することを目的とした活動で、2017 年に発足しました。

最近の活動では、世界的な漁業問題協議会である WCPFC（中西部太平洋まぐろ類委員会）への参加などがあり、今後の展開が注目されています。現在は 4 つの分科会（情報発信、消費・漁業、資源調査・保全、食文化）に分かれており、旭食品は「消費・漁業」の分科会で活動しています。

2018 年度　太陽光パネル設置実績（旭食品事業所）

設置年度	場所	発電容量【単位：kW】
2013年11月	四国総合流通センター	874
2014年1月	九州中央支店ドライセンター	487
5月	九州中央支店低温センター	712
11月	中国支社	628
2015年4月	松山支店	566
6月	群馬営業所	336
9月	神戸支店	247
9月	兵庫DDC	460
9月	京都支店	500
12月	徳島支店倉庫	233
2016年2月	徳島支店事務所	56
7月	近畿低温支店倉庫	56

2018 年度　太陽光パネル設置実績（社外賃貸）

設置年度	場所	発電容量【単位：kW】
2015年7月	姫路合同貨物（兵庫県小野市）	494
12月	園田陸運（鹿児島県鹿児島市）	298
2018年5月	九州コクボ（大分県日田市）	172

再生可能エネルギー事業に取組む

Green Earth Power Japan 株式会社　営業統括部 部長 森田 洋

Green Earth Power Japan（グリーンアースパワージャパン）は、2010 年に「環境に優しい商品の製造、販売、普及を推進することにより社会に貢献する」、「製造業のセンター、物流倉庫、生産場の運営コスト改善を広く進める」といった事業目的で設立されました。
これまでの事業展開は、2011 年の東日本大震災以降「再生可能エネルギー」が注目されたことから産業用太陽光発電機器事業や発電機の遠隔制御支援を行っており、近年では中国大陸への水改質機器の納入など独自商品の取り扱いも行っています。今後は間伐材を利用した「バイオマス発電事業」など地域とつながる事業の展開も考えています。

旭食品グループの企業価値を高めるためにも、ますます環境に配慮した事業が求められます。社内外から寄せられる省エネに対する意見やニーズに応えていくことで企業価値を高めていきたいと考えています。

2017 年度　旭食品グループエネルギー利用量調査

事業所		支社・支店営業所	生産事業所	物流事業所	合計
重油（KL）		53	291,956	－	292,009 KL
LPガス（t）		1,177	120,091	13,438	134,706 t
都市ガス（㎥）		369,279	452	－	369,731 ㎥
水（㎥）		125,124	257,343	11,546	394,013 ㎥
紙	コピー紙（枚）	80,381,500	855,000	－	81,236,500 枚
	伝票類（セット）	61,408,000	302,000	－	61,710,000 セット
電気（kWh）		33,580,150	10,211,476	7,499,872	51,291,498 kWh
原油換算量（kl）		10,486	454,464	19,509	484,459 KL
CO_2排出量（t）		21,609	1,156,228	44,092	1,221,929 t

高知カツオ県民会議の社会的役割

高知大学 副学長・次世代地域創造センター長　受田浩之 様

旭食品様には、流通の中間にいるという立場から SDGs の「海の豊かさを守る（目標 14）」によるカツオ資源の保護をはじめ、「消費者の責務（目標 12）」への貢献が果たせるものと期待しています。また、消費者基本法の第 7 条にある「消費者自身の学びや行動」をサポートしていただくと共に、消費者を保護する取り組みにも力を注いでいただきたいと思います。

地域に根付いた流通・卸を業とされている貴社は、生産者と市場の消費者をつなぎ、商品の価値を継承する重要な役割を担っています。フードチェーン全体の役割が今後ますます注目される中で、川上、川下、それぞれの課題の共有化とその課題に対する方法を提供する“リーディングカンパニー”として存在感を高めていただきたいと存じます。

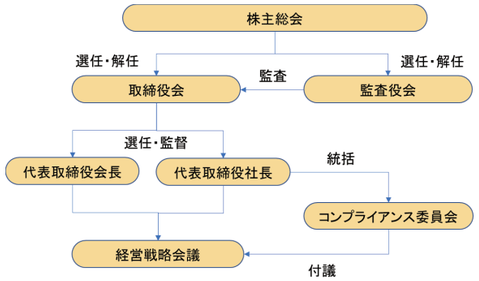
6. コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス

コーポレート・ガバナンスとコンプライアンスは、企業活動の大前提です。旭食品グループは、恒常的な企業運営のシステムにガバナンスとコンプライアンスの機構を埋め込み、経営と現場が一体になって、健全な企業活動を支えています。

コーポレート・ガバナンスの考え方

旭食品グループは、コーポレート・ガバナンスをすべてのステークホルダーに対する「価値創造力」を継続的に拡大するための経営統治機構と捉えています。「価値創造」とは、一方では事業活動を通した「付加価値」の創出であり、もう一方では、社会的使命の遂行による「社会価値」の創出です。従ってコーポレート・ガバナンスは、適正な事業活動と社会的活動を導くと同時に、不正行為の防止、法令・社会規範などの遵守を監督する役割を担っています。旭食品の意思決定は常にこのガバナンスルールに照らして行われています。

コーポレート・ガバナンス体制図



コンプライアンスの考え方

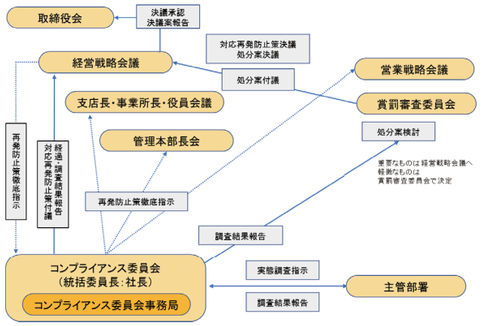
旭食品グループは、コンプライアンスの実践を経営の最重要課題のひとつと位置付けています。コンプライアンスの徹底が旭食品グループの経営の基盤であることを強く認識し、企業活動において求められるあらゆる法令等の遵守はもとより、経営方針を実践した誠実かつ公正で透明性の高い企業活動を推進します。

コンプライアンスの徹底を目的に作成した『コンプライアンスマニュアル』は、「旭食品グループにおけるコンプライアンス」と「役職員行動実践」を含み、コンプライアンスの基本原則に加え、具体的な個々の場面における判断基準を示しています。

コンプライアンスの実践を組織的に支えるために、中核組織として社長を統括委員長とするコンプライアンス委員会を設置しています。コンプライアンス委員会は、同委員会事務局から報告を受け、主管部署へ実態調査を指示し報告を求めます。また全社的な施策やリスクについて大局的な立場で検討し、必要に応じて経営戦略会議に付議します。

また、従業員がコンプライアンス上問題のある行為を知った場合や受けた場合に、相談・報告を行う窓口を社内外に設けています。相談・報告者の秘密は堅く守られ、不利益な処遇が行われることはありません。

コンプライアンス体制図



旭食品グループの企業概要

中核企業の概要

会 社 名	旭食品株式会社
本社所在地	高知県南国市領石 246
創　業	1923（大正 12）年 10 月 3 日
設　立	1956（昭和 31）年 4 月 2 日
資 本 金	5 億円
事業内容	加工食品・冷凍食品・チルド食品・酒類・菓子・家庭用品の卸売業およびホテル事業。その他、酒類・惣菜・弁当類の製造販売、水産物の加工販売、酒類卸、料飲店および飲食店等への販売、VAN 事業、海外商品の輸入販売、環境事業・売電事業を行うグループ会社を有する。
取引銀行	四国銀行、伊予銀行、みずほ銀行、高知銀行、百十四銀行

事業所一覧

●本社

●ホテル日航高知旭ロイヤル

四国支社

高知支店――室戸営業所
宿毛支店
松山支店
新居浜支店
徳島支店
香川支店

●神戸事務所

近畿支社

大阪支店――阪奈営業所
和歌山支店
京都支店――滋賀営業所、舞鶴営業所
神戸支店
名古屋支店――三重営業所

●東京本部

東京支社

東関東支店――土浦営業所
首都圏支店――江東営業所、埼玉営業所
北関東支店――群馬営業所、足利営業所
古河営業所

中国支社

広島支店
岡山支店――尾道営業所
境港支店
山口支店

九州支社

九州中央支店――宮崎営業所、鹿児島営業所

グループ会社一覧

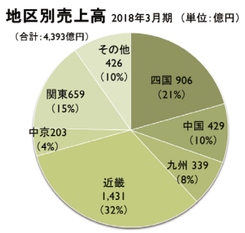
●グループ会社（製造業）

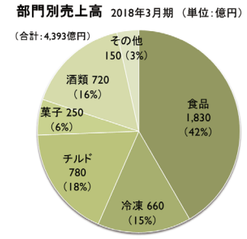
旭フレッシュ㈱
デリカサラダボーイ㈱
酔鯨酒造㈱

●グループ会社（その他）

㈱パルネットコーポレーション
㈱アサヒショップ
㈱旭フードサービス関東
㈱フーデム
Green Earth Power Japan㈱
㈱大倉
旭フードサービス㈱
九州リカーズ㈱
SAKURA FOOD CO., LTD.
㈱Nextructure
㈱マスダ
かいせい物産㈱

売上実績





沿革

1923 年（大正 12）　創業（食料品・塩干魚類の卸問屋開業）
1948 年（昭和 23）　竹内明義商店開業
1950 年（昭和 25）　九反田（営）開設
1951 年（昭和 26）　浦戸町（営）開設
1956 年（昭和 31）　旭食品株式会社設立、松山（営）開設
1961 年（昭和 36）　須崎販売（株）設立、中村販売（株）設立
1962 年（昭和 37）　室戸（営）開設、大阪事務所開設
1963 年（昭和 38）　香川（営）開設
1965 年（昭和 40）　松山（営）新居浜出張所開設
1967 年（昭和 42）　香川（営）岡山出張所開設
1968 年（昭和 43）　大阪（営）奈良出張所開設、大阪北（営）開設
1969 年（昭和 44）　大阪北（営）京都出張所開設、徳島（営）開設、清酒酔鯨発売
1971 年（昭和 46）　大阪北（営）神姫出張所開設
1972 年（昭和 47）　創業 50 周年、本社ビル竣工、松戸（営）開設
1973 年（昭和 48）　松山（営）広島出張所開設・防府駐在所開設
1974 年（昭和 49）　近畿支社開設、近畿支社舞鶴出張所開設
1975 年（昭和 50）　奈良（営）三重駐在所開設
1976 年（昭和 51）　CI を実施、売上 500 億円突破（昭和 51 年 3 月期）
1979 年（昭和 54）　松山（営）鮮冷・冷食部門開設、尾道（営）開設
1980 年（昭和 55）　中国支社開設、（株）アサヒショップ設立
1982 年（昭和 57）　創業 60 周年、1,000 億円企業に（昭和 57 年 3 月期）、
　酒類販売（株）新居浜支店開設
1987 年（昭和 62）　阪奈（営）開設、松戸（営）埼玉出張所開設
1988 年（昭和 63）　山口（営）竣工、旭流通システム（株）設立
1989 年（平成元）　鳥取（営）開設、デリカサラダボーイ（株）設立
1990 年（平成 2）　宮崎（営）開設、宇多津低温加工流通センター開設
1991 年（平成 3）　旭食品全営業所、支店に昇格、境港支店開設
1992 年（平成 4）　創業 70 周年、2,000 億円企業に（平成 4 年 3 月期）、
　東京支社開設、北関東支店開設、
　神奈川支店開設 、滋賀支店開設
1993 年（平成 5）　浜田支店開設、和歌山支店移転開設
1994 年（平成 6）　埼玉支店開設、（株）夢ファーム土佐山設立
1995 年（平成 7）　新役員体制スタート、京都支店移転開設、
　(株) キョクスイフーズ設立
1996 年（平成 8）　尾道支店移転開設、徳島低温センター開設、
　東京支社・神奈川支店移転開設、
　中国支社・広島支店移転開設
1997 年（平成 9）　千葉支店移転開設（旧：松戸支店）、
　デリカサラダボーイ（株）えひめ工場移転開設、
　デリカサラダボーイ（株）岡山工場開設

竹内商店（1928 年）

松山営業所（1960 年ごろ）

高知市内に竣工した本社ビル（1972 年）

近畿支社（1974 年）

デリカサラダボーイ株式会社（1989 年）

東京支社（1992 年）

1998 年（平成 10）　売上高、3,000 億円企業に（平成 10 年 3 月期）、
　第一回全国旭友会開催、名古屋支店開設
1999 年（平成 11）　（株）夢ファーム有漢設立（岡山県有漢町との共同出資）、
　情報システムの全社統合化
2000 年（平成 12）　四国総合流通センター開設
2001 年（平成 13）　中期 3 ヶ年経営計画スタート
2002 年（平成 14）　岡山支店移転開設
2003 年（平成 15）　宇都宮支店開設、創業 80 周年記念式典開催
2004 年（平成 16）　中期経営計画「RISSI」スタート
2006 年（平成 18）　売上高 3,500 億円（平成 18 年 3 月期）、福岡支店開設、
　山口低温センター開設
2007 年（平成 19）　四国総合流通センターに太陽光発電システム設置
2008 年（平成 20）　旭食品グループ企業ビジョン発表
2009 年（平成 21）　（株）旭経営研究所を設立、
　中期経営計画「ISHIN」スタート、東京本部設置
2010 年（平成 22）　（株）ミツヤス子会社化、（株）フーデム設立
2011 年（平成 23）　（株）大倉子会社化、旭フードサービス（株）設立、
　九州中央支店開設
2012 年（平成 24）　群馬支店開設
2013 年（平成 25）　トモシアホールディングス（株）発足、
　創業 90 周年記念式典開催
2014 年（平成 26）　九州リカーズ（株）子会社化、
　SAKURA FOOD CO.,LTD. 子会社化、
　中期経営計画「NEXTAGE100」スタート
2015 年（平成 27）　旭森下酒販（株）設立、旭細野西蔵（株）設立
2016 年（平成 28）　売上高、4100 億円企業に（平成 28 年 3 月期）
2017 年（平成 29）　大阪支店開設、㈱マスダ子会社化、
　東関東支店土浦営業所開設
2018 年（平成 30）　九州中央支店宮崎営業所移転開設
2019 年（平成 31）　かいせい物産（株）子会社化
　CSR 報告書発行

四国総合流通センター（2000 年）

九州中央支店（2011 年）

トモシアホールディングス(株)発足(2013 年)

かいせい物産（株）子会社化（2019 年）

発行者　旭食品株式会社 本社
高知県南国市領石 246
発行日　2019 年 5 月 29 日

本報告書のお問い合わせ先
経営企画本部 経営企画部 CSR 推進課
電話 088-880-8720 FAX 088-880-8702

本報告書の無断の転載・複製を禁じます。