



旭食品グループ CSR報告書

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 12 月 16 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。

2019年12月
旭食品株式会社

目次

トップメッセージ	
旭食品のCSRは「人の幸せの追求」	3
百周年に向けCSRの基盤を固める CSR中期実行計画の概要	4
特集 キラリフーズの挑戦	6
CSR TOPICS 2019	8
土佐山ブランドを全国に！－第3期ゆずパートナーズ協定の狙い	10
地域社会との結びつきを深める－食育・食学、よさこい祭りへの取組	12
「幸福」と「成長」を支援する環境をつくる	14
企業活動の「大前提」を確実に築く－安全・安心・保護・再生	16
持続可能な経営基盤を構築する－ガバナンス、コンプライアンス、リスク・マネジメント	18

トップメッセージ

旭食品のCSRは「人の幸せの追求」

旭食品株式会社
代表取締役 社長 竹内 孝久



旭食品グループがCSRに継続的に取り組んでいくために、5年間にわたるCSR中期実行計画を策定しました。その基軸をなす考え方を、「働きやすく住みやすく生きやすい地域社会の創造・再生」というビジョンに表したいと考えています。

地域に生まれ、地域に育てられた旭食品は、まずもって地域に恩返しをしていくべきだと考えたからです。都市であろうと地方であろうと、各地域にはそれぞれの課題があります。旭食品は自社の持てる力を生かして、それらの課題に取り組んでいこうと思います。もちろん最初から大きなことをしようとは考えていません。まずはできることからひとつずつ、着実な一步一步を刻んでいきましょう。

CSR中長期実行計画の柱は、3つの重点取り組みテーマです。

一つめは、第一次産業を起点に地域産業をつくり出す活動です。土佐山ゆず関連事業に代表される旭食品ならではの地域産業づくりは、地方経済を活性化する大きな可能性があります。

二つめは、地域の食や文化を守り、コミュニティづくりを支援する活動です。代表的な取り組みである高知のよさこい祭りだけでなく、全国各地の拠点で地域イベントや食育などの多面的な活動を構想しています。

三つめは、旭食品の働く仲間（従業員）の成長を促し、活躍の場を広げる活動です。全社的な人材育成はもちろん、女性と若者の活躍にいつそうの後押しをしたいと考えています。

以上に述べたCSR中期実行計画のベースにあるのは、なによりも「人の幸せ」を追求したいという強い想いです。先に述べたCSRビジョンの「働きやすく住みやすく生きや

すい」は、地域で暮らす人々の幸せを具体的に述べたものですが、同様に旭食品の仲間たちの姿を念頭に置いて述べた言葉でもあります。

端的に言えば、まず幸せを手にしてほしいのは働く仲間たちです。働く仲間が幸せを実感していなければ、地域の幸せをつくり出す活動に力が入るはずありません。重点取り組みテーマの「働く仲間の成長を促し、活躍の場を広げる活動」は、旭食品のCSRの「心棒」なのです。

そのためには、社内の意思疎通が何よりも重要です。会社と個人の関係は放っておけば矛盾のオンパレードになりかねませんが、コミュニケーションの質と量を上げていけば、矛盾からエネルギーが湧いてくることを見逃してはなりません。

また強調しておきたいのは、創業時から「挑戦と開拓」を旗印としてきた旭食品にとって、CSRこそ新たなチャレンジテーマだということです。なぜならCSRとは、単なる社会貢献ではなく、新たな市場や機会を感知するアンテナの働きをするものだからです。

少子高齢化や地方の過疎化、貧困や格差の拡大などは、社会課題であると同時に将来のビジネスチャンスになる可能性を秘めています。CSRはそこに光を当ててくれます。変貌する地域社会は、旭食品が中間流通業に留まらず、その地域に合った新しい食の事業を切り拓くことに期待しています。「頼りがいのある問屋」を目指す上で、この新たなチャレンジによって、私たちは次のフロンティアへ向かって行きたいと考えています。

CSR活動を通して、働く仲間の幸せを追求し、そこから新しい事業をつくり出していきます。百周年に向けて、旭食品を成長させ、そのブランドを高めていくには、CSRは避けて通れないテーマです。

■編集方針

旭食品は、持続可能な社会の実現に向けて果たすべき社会的責任（CSR）について、その考え方や行動をステークホルダーにご理解いただくために、2019年より『旭食品CSR報告書』を発行しています。今号はCSR経営の基本方針として、2023年（創立百周年）までの「CSR中期実行計画」を掲載しました。本計画にはCSRビジョンと具体的な取組テーマを盛り込んでいます。

また合わせて、特集やトピックス、テーマ別の報告で2018年度の我が社の実績をご紹介します。地域社会・文化に対する着実な貢献をお伝えしています。

旭食品の社会・文化貢献は長年にわたり行われてきましたが、より意識的なCSR活動として見直し始めたばかりです。私たちの歩みをぜひ読者の皆様にも共有していただき、忌憚のないご意見をお聞かせくだされば幸いです。

■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

2018年度及び2019年度上半期。（2018年4月1日～2019年9月30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。

■発行年月日

2019年12月16日

百周年に向けCSRの基盤を固める

—CSR中期実行計画の概要

これまでの単なる「社会貢献」と異なり、CSRは本業と連携しながら、企業の創造力やブランド価値を高めるきわめて重要な戦略指針です。2023年の百周年に向けて、旭食品グループをさらにグレードアップするために、CSR中期実行計画を策定しました。

食品流通業を取り巻く環境はいまだ不透明で、先を見通すことが難しい状況が続いていますが、そうした厳しい情勢だからこそ、CSRへの積極的な取り組みが求められています。なぜならCSR活動は企業に以下の3つのメリットを与えてくれるからです。

①地球環境・社会課題に取り組む企業は、市場・社会・生活者から高い評価を得て、事業運営に対する厚遇を手にすることができる。

②CSRに取り組むことを通して、未来の社会的ニーズを先取りし、新しい事業やイノベーションへの手がかりをつかむことができる。

③結果としてCSRは企業ブランドを高め、事業価値・企業価値を高める効果を生み出す。また社員の帰属意識にプラスの影響を与える。

旭食品は、創業時から地域社会への貢献を常に念頭に置き、地域社会と共に発展することを追求してきました。この伝統を踏まえ、前期は実情把握と報告書作成を行い、旭食品グループの「CSR元年」となりました。今期はさらに、CSR中期実行計画の策定に踏み込み、百周年となる2023年を射程に入れて、CSR基本方針と主要な活動計画を描き出していきます。

まず、「CSRビジョン」として、「働きやすく住みやすく生きやすい地域社会の創造・再生」を掲げます。「地域」は、我が社の事業のみならずCSRの核となるものです。

ビジョンの実行方針として、3つの重点取組テーマと3つの基礎的取組テーマを定めました。前者は地域産業の創造や働く仲間の育成など我々の本業と連携する戦略的CSR(CSV※)であり、後者は安全・安心の追求、地球環境保護など企業活動の大前提となる取組事項です。

これらの取組を確実に進めるために、2019年度と2020年度を準備期とし、2021年から2023年までの3年間を最初の実行期とします。またグループ全体でCSR活動を円滑に進めるために、CSR推進委員会とCSR推進連絡会議を設けます。

従来の「社会貢献」活動を超え、企業と社会、企業と未来をつなぐダイナミックなCSR活動を全員の力で推進していきたいと考えています。

※ CSV(Creating Shared Value)とは、企業の事業活動を通じて社会的な課題を解決し、「社会価値」と「企業価値」を両立させようとする考え方。

CSRビジョン

働きやすく 住みやすく 生きやすい
地域社会の創造・再生

旭食品グループは地域の豊かさを
未来へ送り届けるために、
さまざまな課題に取り組む
「地域価値創造企業」です。

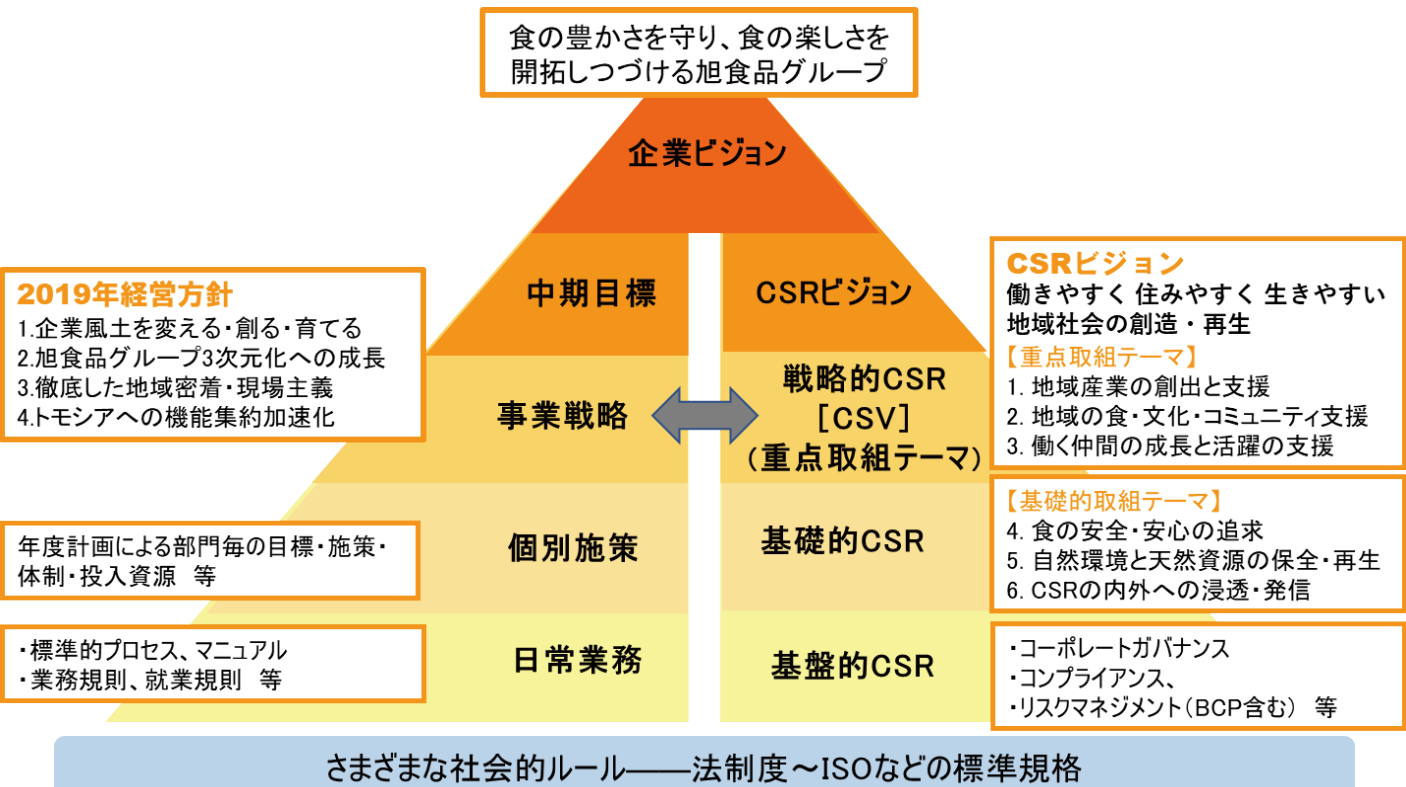
■重点取組テーマ

- 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
A 土佐山モデルの横展開 B 6次産業化・地産外商
- 2 地域の食と文化を守ると共に、地域のコミュニティづくりを支援する活動
A 食育・食学 B 過疎地流通 C よさこいなどの祭やイベント D 地域課題への取組
- 3 旭食品グループで働く仲間(従業員)の成長を促し、活躍の場を広げる活動
A 人材育成 C 若者支援 B 女性活躍

■基礎的取組テーマ

- 1 食にかかわる安全・安心を追求し、市場と社会の信頼を得る活動
A 生産事業の安全管理 B 製造委託先の安全管理 C 物流現場の安全管理
- 2 自然環境と天然資源の保全・再生に努め、地球との共生を図る活動
A 体制整備・目標設定 B 資源保護活動 C 地域BCP連携
- 3 CSRを浸透させ活性化するための内外へのコミュニケーション活動
A CSR体制の構築 B CSR情報の発信

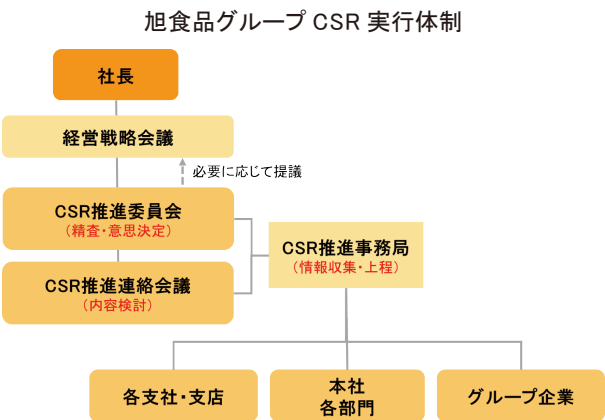
事業戦略とCSR戦略の関係



CSR活動のロードマップと実行体制

CSR推進のロードマップを2019年度から2023年度までの5年計画として立案しました。大きく3段階に分け、2019年度は「準備」期、2020年度は「実装・浸透」期、2021年度以後は「施策の継続的展開」期と位置づけます。

また、CSR推進を円滑・確実に行うため、新たな実行体制を整えます。「CSR推進委員会」は、CSR関連事項の意思決定の機関であり、「CSR推進連絡会議」はグループ内の情報収集に基づき、施策の立案及び「CSR推進委員会」への上程を行います。



特集 キラリフーズの挑戦

―広島県安芸高田市に地域産業づくりの礎を築く―

旭食品の6次産業化の新たな取組としてスタートしたキラリフーズ。
トペコおばら様との共同事業として「ひろしま農林漁業成長支援ファンド」からの出資も実現、
力強い一歩を踏み出しました。朝倉社長に経緯と意気込みを語っていただきました。



(株)キラリフーズ 朝倉社長

株式会社キラリフーズは、
広島県安芸高田市の生産者
と連携し、もち麦に付加価値
をつける6次産業化を行う会
社として2019年に設立されま
した。安芸高田市の農業法人
株式会社トペコおばら様が生
産したもち麦をキラリフーズが
全量買い取りし加工と販売を
行うことで、生産者が生産に
集中できるようになり、より多
くのもち麦の栽培や品質の向上が可能となりました。

この事業の立ち上げのきっかけとなったのは、
酔鯨酒造株式会社と安芸高田市の関わりでした。
酔鯨酒造では2000年頃から安芸高田市を含む
広島県北部の酒米を使用していますが、この地
域は「農業の高齢化」という問題に直面してい
ました。この問題に「次世代の農業」というキ
ーワードで取り組んでいたトペコおばらの沖田
社長と一緒に生産者を支援することができない
だろうかと考え、当社の本業である「流通・販
売」による支援を試みることにしました。

朝倉社長はキラリフーズ立上げまでを振り返り、
「農業や6次産業化の知識、農林水産省の6次
産業化ファンドとのやり取りに必要な専門知
識が不足しており苦労しましたが、勉強したり
セミナーへ参加したりして、とにかく行動しま
した。そして大変ありがたいことに、これまで
つながりがあったさまざまな方に農業の指導
をしていただき、大きな助けをしていただきま
した。」と話しています。

今後キラリフーズは、安芸高田産のもち麦が
「日本一のもち麦」としてブランド化されるよ
うに活動していきます。ブランド化に向けては
、有機堆肥での栽培、JGAP※の取得、最高
ランクの精麦で仕上げる大粒の実、豊富な食
物繊維、希少品種であるキラリモチの採用、
という5つのポイントを掲げています。ブラン
ド化を成功させ、商品の良さを全国へ伝え
広げることで、地域産業の活性化や雇用の
拡大につなげていきたいと考えています。

※JGAP（ジェイギャップ）：2005年に誕生した「日本適正農業規範」の通称。農場や農協などの生産者団体が従う農業生産工程管理規準を示す。農薬・肥料の管理など、食の安全や環境保全に関する規準を定めている。



トペコおばらとキラリフーズの従業員の皆さん



収穫を控えたもち麦畑の風景

「安芸高田市」の紹介



広島県北部に位置する安芸高田市は、米作、野菜、花き、酪農などの農業と林業が盛んな地域です。また高田ナシの発祥地としても有名です。

戦国時代に中国地方を治めた毛利元就がその生涯を過ごした地でもあり、毛利氏ゆかりの史跡や訓えが多く残されています。毛利元就と言えば“矢は3本重ねることで折れにくくなる”と協力の大切さを教えた「三矢の訓」や、一致団結の大切さを伝えた「百万一心」があります。元就の訓えは安芸高田市民の皆さんの中で生きています。

「キラリモチ」のおいしい食べ方



簡単で美味しい！

もち麦ごはん (3割もち麦ごはん：炊き上がり目安1.5合)

- 1 お米一合(150g)に対して、もち麦 50g(米カップ約1/3)を入れてください。
- 2 お米一合分の水(約200ml)と、もち麦分の水(約100ml)を加えます。
- 3 軽く混ぜてから炊きます。

ポイント

もち麦は水洗い不要ですが気になる方は軽く洗ってください。



いろんな料理にトッピング！

ゆでもち麦

- 1 鍋にたっぷりの水を入れ、沸騰させる。
- 2 沸騰後弱火にし、麦を投入。20分程時々軽くかき混ぜながら茹でる。
- 3 ザルにあげ、水気をよく切り、流水でめりをとる。

ポイント

ゆでもち麦は密封容器で冷蔵、もしくは冷凍保存してください。



特選もち麦
キラリモチ

CSR TOPICS 2019

目を輝かせる子どもに親たちも感激！

—旭家「子ども参観日」の様式

2017年度から始まった旭家「子ども参観日」。夏休み中の子どもたちがお父さんお母さんの働く職場に行く社内イベントです。今年は高知支店と名古屋支店の2ヶ所で16人の子どもたちが参加しました。会社の説明や見学だけでなく、実際に親がしている仕事の体験をしながら、旭食品や食品流通の一端に触れてもらいました。親の仕事を知ることによって家庭内のコミュニケーションを深める機会にもなっているようです。

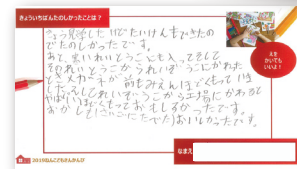
「マイナス 30℃の低温倉庫が楽しかった！！」というお子さんが2年連続で参加してくれたり、お母さんの仕事を自由研究に採り上げたお子さんがいたり、いろいろな成果があったようです。

学校では体験できない職場ならではの緊張感や臨場感もあり、親子それぞれに貴重な体験となりました。



高知での
子ども参観日

名古屋での
子ども参観日



参加した
お子さんの感想文

迅速な対応で仲間の生命を救う

—AEDによる救命で表彰受賞

2019年7月25日、四国総合流通センターに勤務している従業員が心肺停止状態となる緊急事態が発生しましたが、同僚たちによりAEDを使った心肺蘇生が行われ、従業員は一命を取りとめました。10月8日に救命に関わった5名が南国市消防本部より『消防協力者表彰』をいただき、南国消防署の小松和英消防長より「不測のアクシデントに対応できる事は、企業のリスク・マネジメント力の高さを示している。」との言葉をいただきました。11月の社内朝礼では社内表彰も行われ、5名の功績がたたえられました。

本センターではAEDデモ機を使った救命訓練を定期的に行っており、今回の救命活動に関わったメンバーも6月に行われた救命訓練を受講していました。救命に関わったメンバーからは、「実際に使ったAEDの機種が訓練時と違っていたので少し慌てましたが、訓練を思い出して落ち着いて措置を行いました。」と当日を振り返っていました。

※旭食品グループのBCP概要はP18に詳しく記載しています。



南国市消防署での受賞の様子
(所用により1名欠席)



社内表彰の様子

高知のECOを感じていただきたい

—ホテル日航高知旭ロイヤルの取組



旭ロイヤル CS課
浜田直美さん

ホテル日航高知旭ロイヤルでは「地域社会への貢献」を経営方針として掲げ、さまざまなCSR活動に取り組んでいます。

昨年始めたエコカー（日産リーフ）の無料レンタルもそのひとつです。高知の観光を環境に配慮した交通手段で楽しんでもらうという趣旨でサービスを始めました。この取組みには、高知日産プリンス販売様、損害保険ジャパン日本興亜様のご協力をいただいています。

また同時期に「フードエコプロジェクト」もスタートしました。飲食に深く関わるホテル業界からフードロスを減らそうという狙いで、高知を代表するホテル（城西館、ザ・クラウンパレス新阪急高知、旭ロイヤル）3社共同で行っています。高知の「足りないより余るぐらいがちょうどいい」とされる食文化を見直し、出来立てで食べられる量のコース料理や懐石料理のご提案をしています。

※旭ロイヤルの取組はP13(仁淀川レストラン)、P17(環境活動)でも紹介しています。



高知観光にピッタリのエコカー「日産リーフ」



出来立てのコース料理で「FOOD ECO！」

酔鯨のいろいろな顔を知ってほしい

—酔鯨酒造株式会社の取組

酔鯨酒造（株）では、酔鯨ブランドのさまざまな魅力を知っていただくために土佐蔵の蔵見学や試飲を行っています。清酒が作られる工程や蔵こだわりの製法を現場でご案内し、日本酒ファン・酔鯨ファンの皆さまにご好評いただいております。

（蔵見学は予約制、一人500円）

また、併設の「SUIGEI SAKE LAB CAFE（スイゲイサケラボカフェ）」では、お子様やドライバー、普段お酒を飲まない方々にも楽しんでいただけるよう、自社の酒粕や甘酒を使ったパフェやドリンクをご提供しております。2019年春のオープン以来、酔鯨を気軽に楽しめるカフェメニューを目当てにたくさんのお客様に足を運んでいただきました。

私たちは、酔鯨ブランドを核とした様々な空間づくりが、日本酒に親しむ文化の継承や裾野を広げることに繋がると考えています。これからは日本酒の可能性を広げる挑戦を一つひとつ実行していきます。

※酔鯨酒造の取組はP17(環境活動)でも紹介しています。



酔鯨酒造 土佐蔵



左) プリンセスニーナの甘酒ソフトパフェ
右) 「ストア」と「カフェ」はのれんの奥にあります

重点取組テーマ①に関する成果と展望 土佐山ブランドを全国に！

―第3期『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定の狙い

土佐山のゆず関連事業は重点取組テーマである地域産業づくりの先頭を走ってきました。販売者・生産者・行政の『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定は3期目を迎え、土佐山ゆずのブランド化を打ち出し、さまざまな施策を実行していきます。その狙いは、土佐山地区の魅力も合わせた奥行きのあるブランドの構築です。

■旭食品と土佐山のおつき合い

旭食品と土佐山との関わりは、今から約30年前の1988年からになります。その中で2005年と2006年のゆずの不作期を共に経験したことが、ゆず産業振興の基盤を作るきっかけとなりました。2008年、それまで別々に歩んでいた販売者・生産者・行政の3者が「ゆず香る中山間地域の創造」パートナーズ協定（以下、「ゆずパートナーズ協定」）の締結によって、同じ目標に向け共に歩みはじめたのです。ゆず生産者は、「ゆずづくし」という定番商品とつながったことで生産への意欲がより強くなり、旭食品の中でも生産者を支援しているという気持ちが生まれたことで商品を販売するモチベーションも上がりました。

■地域ブランディングの重要性

2018年4月、ゆずパートナーズ協定は第3期目の締結更新を行い、新しいステージへ向けていっそうの飛躍が期待されています。これから私たちが取り組むべきことは、「土佐山ゆず」のブランド化や、行政と生産者をつなぐ「ユズチーム会」へのアプローチ、またドローンによる防除薬散布などICTを活かした「スマート農業」の導入などです。生産者はゆず栽培のプロですが、マーケティングや営業に関する経験は多くありません。ここは行政と旭食品が知恵を出して生産者の支援を行うべきところです。モノが大量にある現代において、商品のプロモーションはもちろん重要ですが、同時にますます難しくなっています。ゆずの生産支援とブランド化の好循環を生み出すには、単に商品をアピールするだけでなく、「高知市の土佐山」という地域のブランディングも必要なのです。

土佐山地域の魅力を伝えるチャレンジは始まったばかりです。産官学民が連携し多彩な情報発信や「コトづくり」で地域を盛り上げていきたいと考えています。



土佐山を流れる鏡川



搾汁工場に集められた土佐山のゆず

第3期ゆずパートナーズ協定の狙いは 土佐山ブランド化！

高知市農林水産部 土佐山地域振興課 課長 田中俊次 様



現在、第3期目を迎えるゆずパートナーズ協定は「土佐山ゆずのブランド化」に注力しています。例えば、地域の小中一貫の義務教育学校である土佐山学舎の生徒が企画し、毎年大盛況となっている「土佐山ゆず祭り」もブランド化を意識した取組の一つです。また、食育学習の一環として高知市内の小学生を対象に「土佐山ゆず」のPRも行う予定です。

高知県の産品と言えば「ゆず」はすぐに思い浮かぶぐらい有名ですが、高知市内の中山間部である土佐山地区でゆずが作られていることは、高知市民にもあまり知られていません。ぜひ、高知市産のゆずをたくさんの方に知っていただき、愛着を持ってもらいたいと思います。

土佐山ゆず祭り2019

「土佐山ゆず祭り」は、ゆずパートナーズ協定の土佐山ゆずのブランド化に向けた取組みの一環として、ゆずの収穫期である秋に行われているイベントです。土佐山学舎※を昨年卒業した9年生(中学3年生)が8年生の時に企画して始まったイベントで、毎年進化を続けています。今年は、卒業した先輩たちの思いを引き継いだ4・5年生が企画し、JA高知が運営する「とさのさとアグリコレット」（今年の秋にオープンした県産品のセレクトショップ）での開催となりました。土佐山のゆずをはじめ、地域の名産品である四方竹(しほうちく)や生姜を使った商品、弊社のゆずづくし・ゆずづくしチップスも販売していただきました。今年もたくさんの方にご来場いただき大盛況のイベントとなりました。

※土佐山学舎（とさやまがくしゃ）：高知市教育委員会の「土佐山百年構想」における「社会学一体・小中一貫校プロジェクト」として、2015年に開校。土佐山地域の強みを生かした一体型小中一貫教育校です。



ゆず祭りを彩る土佐山のゆず



旭フレッシュのゆるキャラ
土佐山ゆずきくんもお手伝い

土佐山のおススメスポット オーベルジュ土佐山

高知市の中心部からクルマで30分の土佐山地区は、豊かな自然の他にもたくさんの魅力がある場所です。そのひとつである「オーベルジュ土佐山」はゆったりとした時間とおもてなし、そして地域の食材を使った料理が楽しめる宿泊施設を備えたレストランです。

2019年7月から加わったランチコース「ゆず豚土佐山しゃぶしゃぶ」は、土佐山ゆずのブランド化への取組みとしても注目のメニューです。しゃぶしゃぶのメイン食材「奈半利（なはり）ゆず豚」は、ゆず皮を配合した飼料で育てた豚で、さっぱりとした脂とやわらかな触感が特徴です。ダシには、ゆず精油から作られる「ゆずフローラルウォーター」が使われており、ゆずづくしはもちろん、シェフ特製のつけダレとの相性も格別です。

その他の具材やデザートにも旬の野菜やゆずをふんだんに使っており、土佐山を満喫できるメニューとなっています。

ぜひオーベルジュ土佐山で“土佐山づくし”をご体感ください！



自然に囲まれたオーベルジュ土佐山



うま味たっぷりの
『ゆず豚』

重点取組テーマ②に関する成果と展望

地域社会との結びつきを深める

―食育・食学、よさこい祭りへの取組

地域を支えているのは産業ばかりではありません。旭食品グループの本業にかかわる食文化や、伝統的な祭りなども地域の豊かさの大切な要素です。高知の祭りを代表するよさこい祭りに長年にわたり参加し賑わいを支援する一方で、食の技や心を伝える「食育」「食学」の場づくりでもあちこちで活動を行います。

旭食品は、地域の食と文化を守ることを目的に、「食育」と「食学」の場をつくり出してきました。「食育」とは子どもや学生たちに食をめぐる基礎知識を伝えるもの、「食学」は社会人に食の世界の楽しさを学んでもらおうという取組です。

「食育」では、ホテル日航高知旭ロイヤルや旭フレッシュが高知の食文化を伝える試みを行っています。旭食品も四国総合流通センターで見学を受け入れ、食品流通の現場に触れる機会をつくってきました。また「食学」では、TOPICS（P8-9）でご紹介した酔鯨酒造の土佐蔵見学のほか、高知大学の土佐フードビジネスクリエイター（土佐FBC）人材創出事業にも協力しています。

地域文化への貢献では、よさこい祭りに最大級の力を注いできました。1973年の初参加以来、旭食品チームは常に高い評価をいただき、数多くの賞に輝いてきたのです。この伝統を受け継ぎながら、今後は企業の一体感やブランドの強化につなげる方策も考えていきます。

また旭食品は、「食のインフラ」を支える企業の責務として、高知県の山間部など過疎地に対する配送も継続的に担ってきました。これからは、高知・四国だけでなく、各地の拠点を中心に地域ごとの課題に向き合っていきます。地域社会や地域文化の課題は多岐にわたりますが、我が社の資源や経験を生かせるテーマを丁寧に拾い上げていく所存です。



2019年の旭食品よさこいチーム

生徒たちの熱気に応える 土佐山学舎への出張授業

旭フレッシュ株式会社 工場長 仁井田誠さん



土佐山学舎は2015年に開校した高知市立小中一貫校です。旭食品は「ゆずづくし」の主要食材として土佐山の生産組合からゆず果汁を30年にわたって分けていただいております。私は「ゆず祭り」のご縁から、土佐山学舎の课外授業で生徒たちに地域（土佐山）と企業（旭食品）の協力関係をお話するようになりました。今では学舎の授業のひとつである「土佐山学」の講師として生徒たちと一緒に学んでいます。



授業中の仁井田工場長

ホテルのコース料理で食育をサポート 仁淀川レストラン

「仁淀川レストラン」とは、高知県の仁淀川地域の中学生に向けた食育プログラムで、株式会社フードプラン様、JAグループ高知様、ホテル日航旭ロイヤルの3者が共同で行っています。目的は、地元の中学生に地域食材への関心を持ってもらうこと、ホテルのシェフが作るフルコース料理やテーブルマナーなど食文化への興味を持ってもらうこと、そしてホテルの仕事を知ってもらうことで、2019年で5回目の開催となりました。

また、この事業を通じてホテルと仁淀川地域の生産者のつながりも生まれました。



シェフから料理の説明を受ける中学生たち

食品流通業と働くイメージを伝えたい 四国総合流通センターの見学受け入れ

旭食品本社、四国支社、高知支店が入居している四国総合流通センターでは、生活の中ではあまり目にすることがない問屋の仕事を知ってもらいたい、高知発祥の企業を身近に感じてもらう、という思いから県内学生企業の見学を受け入れています。2018年度は6校、2019年度の予定は8校で、高校生や夏休み中の小学生に見学していただいています。

企業概要の説明では問屋の役割や旭食品グループの紹介、社内見学では事務所や商談ブース、物流倉庫などさまざまな仕事風景を見ていただきます。見学の見せ場づくりなど、まだまだ工夫の余地があると感じています。



高知支店物流倉庫を見学する高校生たち

変幻自在な踊りは憧れの的 旭食品よさこいチーム

旭食品よさこいチーム振付師 工藤 理恵 様



私が旭食品よさこいチームの振り付けを始めて約25年になります。女性ばかりのチームなので力強さの中にも女性の艶っぽさや可愛らしさが入るところが大きな特徴です。特に可憐な中にも高知の女性「はちきん」の雰囲気も織り交ぜたいと考えています。

踊り子に聞くと、旭食品チームは県内外に多くのファンがいて、踊り子からも憧れのチーム“衣装・楽曲・踊りのすべてで毎回違うことをしてくれる！”という楽しみが魅力のポイントのようです。ファンの皆さんはその辺りを期待してくれているみたいですね。

旭食品さんはよさこいもそうですが、高知になくてはならない凄い会社です。私たちは、よさこいを通じて社会貢献をし、また全国に旭食品という会社や、よさこいの魅力を伝えたいと心から願っています。

重点取組テーマ③に関する成果と展望 「幸福」と「成長」を支援する環境をつくる

将来の旭食品グループを支える「人」を育て、併せて安心して仕事に打ち込める環境を整備するために、制度と文化の両面で改革が進められています。また、これまでの旭食品を支えてきた開拓や挑戦の精神を受け継ぎながら、若者や女性の発想を生かす仕組みづくりにも力を注ぎます。

旭食品グループがCSRに取り組んでいくには、それを支える企業の実力が必要ですが、その根幹となるのは言うまでもなく「人」。未来に向けて高いスキルとモチベーションを持つ人材が不可欠です。そのためには、働く仲間が成長を追求できる環境の整備が強く求められます。

2018年度のプロジェクト「NEXTAGE100 ～ Final Phase～」で「101周年以降の旭食品を支えるための人材育成と人材活用を本気で考えたい」というテーマのもとさまざまなアイデアが検討され、その実行部隊として2019年3月に「人事戦略グループ」が創設されました。長年私たちが「当たり前」としていたものが、これからの成長には障

害になることがあります。人事戦略グループは、「脱 今まで通り」の考えに立ち、外部環境を十分認識した上で、旭食品らしさを表現できる人事制度立案にチャレンジしていきます。

この間、「エンゲージメントサーベイ」や「ななめカフェ」など従来にない人事施策が次々にスタートしています。また、女性の活躍がいつそう求められる時代にあって、子育て支援策を活用して働き続ける女性社員も増加しています。若手や女性など、従来は十分に力を発揮できない場合もあった仲間たちをパワーアップするために、全員の協力が求められているのです。

組織の強みを発揮する —「エンゲージメントサーベイ」の狙い

2018年5月より「エンゲージメントサーベイ」を導入しました。エンゲージメントサーベイ（以下、サーベイ）とは、外部コンサルタントから配信される無記名式アンケートを実施することにより、従業員の会社に対する「愛着心」を数値化するとともに、強み・弱みを明確にして、働きがいのある職場づくりをおこなうためのツールです。

これまでは良くも悪くも古くから伝わる「旭イズム」により、売上や利益などの数値重視の考え方になっており、従業員の感情に対する配慮は希薄でした。しかし、これからは働く仲間である従業員のモチベーションを高めることが最重要課題だと考え、サーベイの導入を決断しました。

具体的な取組内容は、部署（支店・子会社・本部）単位でサーベイアンケートをおこない、部署長クラスのメンバーに調査結果の分析や改善ポイントを学ぶ研修（サーベイ研修）を実施、それぞれの部署単位で改善策を実行しています。改善への取組が自走できる支店はどんどん改善をしていただきますが、残念ながら改善がはかどらない部署には担当役員や第三者部署によるヒアリングを行うことにより、改善点を明確にするサポート体制も備えています。

失敗をしたとき、ただ怒鳴りつけて「怒る」のではなく、次に繋げられるように愛を持って「叱る」ことができる。嬉しいことや楽しいことがあった場合には、一緒

になって喜べることなど、普段からの上司・部下・同僚・先輩・後輩の関係性を築くことができれば、おのずとサーベイ結果は向上し、同じベクトルに向けて協力することのできる部署になれます。そのような部署になれば、個の力を融合した「組織」としてより大きな力が発揮できると考えています。

現時点（2019年6月度、第3回目）のサーベイ結果は、旭食品グループの全体平均で50点台と、過去2回に比べて少しずつ向上している状況です。百周年である2023年には70点になることを目指し、全社一丸となって働きがいのある環境づくりを推進していきます。



部署長メンバーによるサーベイ研修の様子

「ななめ」の先輩だから相談しやすい！

—「ななめカフェ」の取組

「ななめカフェ」は、「NEXTAGE100 ～ Final Phase～」で若手の職場環境について議論される中で、新入社員により多くの社員が関わることでセーフティーネットを構築し、若手が安心して働ける環境を整えようという趣旨で2019年8月より導入しました（一部事業所は別制度で対応）。

「ななめカフェ」という名称は、「たて（直属の上司）」や「よこ（同期）」に比べ、新入社員と関係を築きにくい「ななめ（他部署の先輩）」との関係強化を通して、相談しやすい場・安らぎの場を作ろうという思いで付けました。

この取組みに新入社員からは「業務上では接することがない先輩と話す機会ができる良い制度だと思う」、「息抜きになり助けられている」との声が挙がっており、先輩社員からも「今までより新入社員を気にかけるようになってきた」など双方から好評を得ています。この制度が定着することで事業所全体のコミュニケーション活性化を図りたいと考えています。



働くママ、ただいま奮闘中！

—産休・育休体験者インタビュー

産休・育休の制度があることは知っていても、その制度を利用した人はどうだったの？と感じる方は多いのではないのでしょうか。そこで産休・育休制度を利用した二人の方に実際の声を聞いてみました。

高知支店 中田紗弓さん（営業 入社11年目）

休暇中は、「産休・育休明けは元の部署に戻れるのか、仕事と家庭の両立ができるか...」といった不安がありました。復帰してからは、朝は私が子どもたちを保育所に送り届け、夕方は夫が子どものお迎えと晩ごはんの支度と、家事の役割分担をしています。職場では、子どもの体調が急に悪くなったりして私が早退しなければいけなくなった時、同僚がサポートしてくれたり、土曜日の当番業務をなるべく付けないようにしてくださり、本当にありがたいと感じています。

あったらいいなと思うのは、職場や近所で利用できる託児所。子どもの様子が分かると安心しますし「頑張ろう！」と思えそうですね。



本社 西山香菜さん（総務 入社10年目）

実は私の体調の関係で、2回とも産休に入る前から休職期間をいただきました。大変心苦しかったのですが、上司や先輩から「体調が一番だから」と言っていただき、とても気持ちが楽になりました。復職の時も1人目は保育園の関係で育休期間を延長させていただきました。また、新しくできた「時間有給取得制度」も急なお迎えの時など助かっています。

あればいいなと思うのは在宅勤務制度。育休中、体調も子供も落ち着いてきた頃に仕事ができるれば復職後に慌てなくてすむかなと思いますし、在宅勤務なら男性でも育児に関わりやすくなりますよね。



基礎的取組テーマ①②に関する成果と展望 企業活動の「大前提」を確実に築く

—食品の安全・安心と環境の保護・再生

CSR とは「企業の社会的責任」を意味しています。この「責任」を果たす上で第一の前提となるのが遵法（コンプライアンス）であり、第二が製品・サービスの安全、第三が地球環境への配慮です。旭食品グループはこれらのテーマへの地道な取組を持続的・計画的に進めています。

■ISO22000 への取組

生産事業本部・デリカサラダボーイ株式会社では、2021年に ISO22000を取得するための準備を進めています。現在、生産現場で行われているのはHACCAP方式に準じた安全管理ですが、2018年の食品衛生法改正により、すべての食品事業者はHACCAPの安全管理体制に従うことが義務化されました。

そこで旭食品グループでは、HACCAPとISO 9001のPDCAサイクルの運用などを統合した ISO22000 の導入を決定しました。ISOは国際規格であるため、この認定を受ければ海外からの信頼を得て貿易を行う上でもきわめて有利になります。

ISO22000の取得には、認定審査を受けるための現状分析と書類の準備が必要です。この準備段階で発覚した問題点（ISO 規格との現状のギャップ）に随時対応し審査までに問題を解決しなければなりません。審査は、「ステージ 1 審査」を受けた後、約2カ月の期間をあけて行う「ステージ 2 審査」の2段階で行われます。「ステージ 1 審査」では、書類の内容と実際の現場の審査があり、「ステージ 2 審査」では、現場で書類通りに運用が行われているかの確認（是正調査）や従業員の統制状態の審査がおこなわれます。認定期間は3年ですが、更新のため年に1度の審査があります。



■省エネへの取組と地道な環境活動

旭食品グループは、CO₂など温室効果ガスが要因とされる地球温暖化や海水温の上昇、また近年の異常気象による災害の頻発などの問題に対して継続的に向き合っています。

社屋照明に使用されている水銀灯や蛍光灯のLED化についてはこの間に各拠点で実施してきました。今後は冷凍機・空調機も省エネ型設備に随時変更し、併せてオゾン層破壊係数が高い特定フロンを代替フロンやノンフロンに変更していきます。

また 2013年11月、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はじめ、12社屋の屋上に同様の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。四国総合流通センターでは2018年度に540,762kWを発電しました。

なお 2019年7月には、エネルギーの使用の合理化等に関する法律（省エネ法）に基づく定期報告書を四国経済産業局に提出しました。同報告書によれば、2016年度の旭流通システム株式会社との合併によって一旦エネルギー使用量が増加しましたが、2017年度以後は徐々に減少に向かっています。

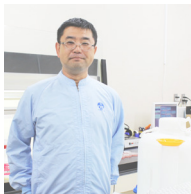


働く仲間一人ひとりの 知識と意欲がカギ

生産事業本部 品質保証部 品質保証課課長 小西健人さん

2019年7月、デリカサラダボーイの各工場で ISO22000 の取得認定に向けたキックオフを行いました。現在は各工場で初期診断が始まっています。初期診断の方法は、社内体制の洗い出しや浮上してきた問題点の改善などです。また、従業員一人ひとりが認定に必要な知識を持つ必要があるため、社内での勉強会や確認テストを行っています。

一番の課題は提出書類の準備です。製造ラインで使用される機械の安全証明書の提出などかなり細かい部分まで調べて提出しなければいけません。また製造現場で働く外国人実習生に対しての意識づけも必要なので、どうすれば思いが伝わるのか日々模索しています。



ゆたかな河へ、きれいな街へ

—酔鯨酒蔵とホテル日航高知旭ロイヤルの環境活動



地方創生活動の一環として、高知県安芸郡東洋町との連携により町を流れる清流“野根川の水”で仕込んだ酔鯨 純米酒「香魚」を発売しています。野根川は里山清流の原風景を残した美しい川で、そこで捕獲された天然アユは全国の品評会でも一位にもなるほどです。「香魚」の売上の一部は、野根川の魚道・えん堤工事費用にあてられており、そういった活動の結果、鮎の推定遡上数が14 万尾から64 万尾に増加することに成功しました。また、社内では参加者を募り、高知法人会の一斉清掃などにも毎年参加しています。



ホテル日航高知 旭ロイヤル

高知県主催の「秋のおもてなし清掃」や「観光開き清掃」に参加しています。2019年10月の秋のおもてなし清掃」では、高知城からはりまや橋付近までの中心街を清掃し、参加したメンバーからは「爽やかな秋の気候で気持ちよく清掃活動に取り組めました」と報告されています。清掃活動は従業員に確実に浸透してきてます。

エネルギー使用量（2018年度）

■エネルギー使用量（2018 年度）

	事務所	ホテル事業	卸売業業務	関連会社
電気 (kWh)	745,314	2,767,959	34,858,371	8,078,170
L P ガス (m ³)	1,194	-	43,026	329,768
都市ガス (m ³)	-	270,266	4,410	3,860
重油 (kl)	-	-	-	322,136
水道 (m ³)	10,146	54,961	6,256,528	1,582,304

■エネルギー換算量（2018 年度）

	事務所	ホテル事業	卸売業業務	関連会社
原油換算量 (kl)	325	1,011	8,892	3,026
CO ₂ 排出量 (t)	588	1,823	15,455	5,681

旭食品は 省エネ法に基づく特定事業者です

1979年に「エネルギー使用の合理化に関する法律」が制定され、産業の省エネルギー化が進められました。その後、地球環境問題への認識が高まり、1997年には京都議定書が採択され大幅な法改正が行われました。また二酸化炭素排出量の削減がなかなか進まないため、輸送分野やオフィスビルへの適用拡大などの改正が行われています。この法律に基づき、設置しているすべての施設の年間エネルギー使用量の合計が1500kl（原油換算）以上の事業者は「特定事業者」として国から指定を受け、定期報告書や中長期計画書の提出を求められます。旭食品は特定事業者の指定を受け、定められた報告書・計画書を四国経済産業局に提出しています。

持続可能な経営基盤を構築する —コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス、リスク・マネジメント—

コーポレート・ガバナンス、コンプライアンス、リスク・マネジメントは、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それらの機構を埋め込み、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。

■ガバナンス、コンプライアンス、リスク・マネジメントの実践

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。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おり、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。

また当グループは、コンプライアンスの徹底が経営の基盤であることを強く認識し、法令等の遵守はもとより、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、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。さらに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が恒常的に機能しています。

リスク・マネジメントでは、南海大地震や近年頻発する自然災害への対策が重要です。2017年には、全社規模のBCP（事業継続計画）が策定されていますが、CSRの観点からさらに地域や行政との連携が求められており、「CSR中期実行計画」の行動目標にも挙げられています。



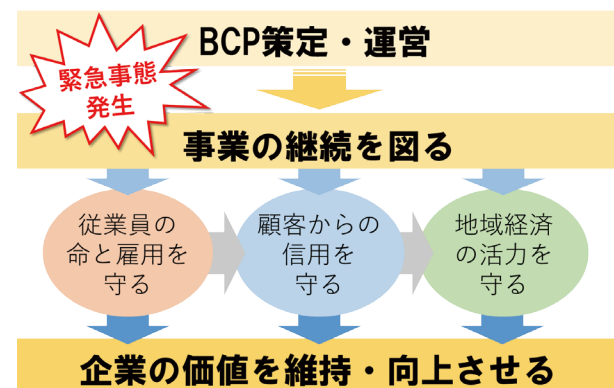
四国総合流通センターでの消防計画説明会

旭食品グループBCP（事業継続計画）の概要

本計画は、地震・水害を初めとした災害による被害発生後の応急対策、復旧対策、地域貢献などに関する事項を定め、人的・物的被害の軽減を図ると共に会社機能を保全し迅速、適切な事業継続活動の実施を基本方針としています。その目的は以下の3つです。

- ① **従業員の命を守り、雇用を確保する**
従業員の安全を確保する。また事業を継続して従業員の雇用を守る。
- ② **地域経済の活力を守る**
得意先に食料品の供給責任を果たすことで地域経済の活力を守る。
- ③ **顧客からの信用を守る**
事業を継続し顧客の信用を守ることで企業価値を維持・向上させる。

旭食品グループのBCPの考え方



旭食品グループの企業概要

概要

■創 業	1923（大正12）年10月3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、ホテル事業 酒類・総菜・弁当の製造販売、水産物の加工販売、食品小売店事業 等

事業所

本社
神戸事務所
東京本部
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
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
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

グループ会社
旭フレッシュ(株)
デリカサラダボーイ(株)
酔鯨酒造(株)
(株)パルネットコーポレーション
(株)アサヒショップ
(株)旭フードサービス関東
(株)フーデム
Green Earth Power Japan (株)
(株)大倉
旭フードサービス(株)
九州リカーズ(株)
SAKURA FOOD CO., LTD.
(株) Nextructure
(株)マスタ
かいせい物産(株)

業績

