



# 旭食品

経営企画本部 経営企画部 CSR 推進課  
〒783-8555 高知県南国市領石 246  
tel.088-880-8720 fax.088-880-8702

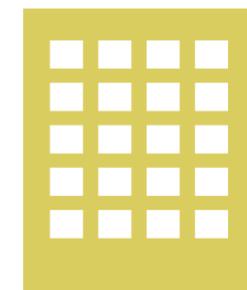
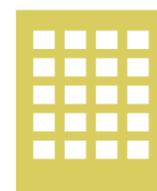
<https://www.asask.co.jp/asahi/index.htm>

本報告書の無断の転載・複製を禁じます。



# 旭食品グループ CSR報告書

## 2020年





## 目次

トップメッセージ  
 “旭食品らしいCSR”が一番大きな効果を出せる 3

特集 コロナに立ち向かう現場の取り組み・・・ 4

CSR TOPICS 2020・・・ 6

官学民で地域づくりとものづくりを推進・・・ 8

こういう時期こそ地域とつながる・・・ 10

仲間で作り出すみんなの「働きがい」・・・ 12

食の安全・安心は一步ずつ確実に・・・ 14

地域とも協力し環境対策基盤を整備・・・ 15

変化に強い経営体制を継続的に構築・・・ 16

旭食品グループの企業概要・・・ 17

## 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、『旭食品 CSR 報告書』を毎年発行しています。

2020 年は、新型コロナウイルスの感染拡大によって、経済・社会活動が大きく制約されましたが、旭食品はお客様と働く仲間の安全を最優先しつつ、「食のインフラ」を支える基本使命を果たすべく、さまざまな工夫を凝らして事業活動を続けています。

そうしたコロナ対応策は特集で採り上げ、テーマ別の報告では、2019 年度及び 2020 年度上半期の取り組みをご紹介します。地域社会・文化に対する着実な貢献をお伝えしています。また今年度は、全社的な CSR 推進体制も整い、地区ごとの CSR 方針の検討も始まりました。

わが社の CSR 活動はまだ端緒にすぎたばかりです。今後のより良い展開のためにも、読者の皆様から忌憚のないご意見をお聞かせくだされば幸いです。

### 対象範囲

旭食品グループ全体を対象としています。

### 対象期間

2019 年度及び 2020 年度上半期（2019 年 4 月 1 日～2020 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・肩書などは活動当時のものです。

### 発行日

2020 年 10 月 15 日

## トップメッセージ

# “旭食品らしいCSR”が一番大きな効果を出せる

### ■コロナ禍と旭食品の使命

新型コロナウイルス感染症が拡大する中で、当初は混乱もありましたが、「食のインフラ」を支えるため、とにかくモノを回そうと強い使命感で動いてきました。

ただし同時に、お客様や働く仲間（従業員）の安全は絶対に確保しなければなりません。それには現場の状況に応じて仕事のやり方を調整していく必要がありました。経営と現場が知恵を出し合いながら、試行錯誤を繰り返してきた半年間でした。

仕事と暮らしのバランスに悩んだ者もいるし、業務量が減った現場から多忙な現場に回っていただいた者もいます。しかし、結果から言えば、互いに助け合う中で、「地域の命をつなぐ」という我が社の社会的存在意義を改めて自覚する機会になりました。

### ■なぜ CSR を進めるのか

今期は、CSR 経営を統括する「CSR 委員会」と、エリアごとに CSR 活動の方針を考える「CSR 推進会議」を立ち上げました。私が大きな意義を感じているのは、「CSR 推進会議」で支店長を中心に、各地域の社会課題に目を向け、CSR 目標を立ててもらったことです。

なぜなら、CSR とは仕事に取り組む強いモチベーションになるからです。経営計画や事業戦略はたとえて言えば「ハコづくり」。「ハコ」の中身をつくっていくのは、社会や地域の役に立ちたいという働く仲間の気持ちです。何をやるかというテーマの大きさも大事ですが、それに込める気持ちの大きさはもっと大事だと考えています。

### ■社会貢献と事業開発

社内でも多くの者が、CSR の進め方について、「社会貢献的な活動と事業開発的な活動のどちらに重きを置くのか」という疑問を持っていることと思います。

私は、入り口はどこからでもいいけれど、ゴールは仕事につながるのが望ましいと伝えてきました。たんに利益追求という観点だけではありません。そのほうが我が社の機能やノウハウを使って社会的効果を大きくできるからです。つまり、CSR でも「餅は餅屋」です。“旭食品らしいCSR”を追求することが、社会に対しても一番大きな効果を生み出せると考えているのです。

一例ですが、東日本大震災の後、酔鯨酒造で造る「酒」の原料に北海道滝川市から酒米を買い付けるようになりました。いまや当地で生産される酒米の半分以上が「酔鯨」で使われています。北海道の「酔鯨」の消費量は東京に次いで 2 位なのですが、北海道滝川市の酒米を使用した結果、北海道の方たちがさらに「酔鯨」を楽しんでくださるという好循環が生まれたのです。

### ■もっと開かれた旭食品へ

経済成長の時代には大量生産・大量販売が有効で、自前の経営資源を大きくしていくことが勝つための条件でしたが、今は違います。自前の資源だけに頼るのではなく、いろいろな外部の方たちと結びつく中で見聞や人脈を広げ、共にことを起こす必要があります。互いの強みを知りながら、共につくり共に分かち合う。まさに CSR の精神です。

大変な時期はまだ続きますが、足元を確かめながら、働く仲間と一緒に前や横を見て、困っている人や苦しんでいる人にも目を配ることが未来の CSR のきっかけになると確信しています。

引き続き、皆様方のご理解とご支援を賜りたく、よろしくご意見申し上げます。



旭食品株式会社  
 代表取締役社長 竹内 孝久

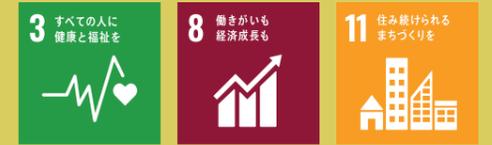
**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**

**旭食品グループは「食のライフライン」を通じて SDGs の達成に向けて活動します。**

※「持続可能な開発目標（SDGs）」は、2015 年の国連サミットにおいて採択された世界共通の 17 の目標で 2030 年までに国際社会全体が協力して達成を目指すものです。

# 特集 コロナに立ち向かう現場の取り組み

2020年春から全世界で猛威をふるう新型コロナウイルス感染症。旭食品の事業活動も大きな影響を受けていますが、経営と現場が一体となって着実に防護策を行ってきました。安全確保と業務遂行の両立を追求するさまざまな取り組みをご紹介します。



## 力を合わせてコロナに立ち向かう

### BCP 統括対策本部 本部長 福島 徹

緊急時における社内の意思決定および情報収集・発信を行うBCP統括対策本部では、新型コロナウイルスが「指定感染症」に定められた直後から『新型コロナウイルス感染症』に関する通達文を発行してきました。

通達文の発行は、国や行政から発表される情報を参考に、働く仲間とその家族の安全を守るためには何が最適かを考えて行ってきましたが、感染が急激に拡大し「緊急事態宣言」が発令された段階では、さまざまな情報が飛び交っていたため、何が正しいかを判断するのに苦労する場面も多々ありました。

結果的に、現在（2020年10月時点）まで旭食品グループ内では「感染者ゼロ」の状況が続いており、BCP統括対策本部の通達は当初の役割を果たしたと考えています。これは、配信した情報に真剣に対応してくださった各事業所の働く仲間の協力があったからです。また、対策本部を中心に会社がそのつど柔軟な対応を取ったことは、社内外から一定の評価をいただけたと捉えています。

これからの新しい仕事のあり方として、紙文化・ハンコ文化の見直しやテレワークの導入も必要です。ただ、地域卸としての使命を担う当社グループは、物流部門や製造部門など現場でモノや人と向かい合いながら仕事を進めていく必要性があります。全ての職種でテレワークを進めるのは現実的ではありませんが、当社グループの運営方針に沿う形で新しい働き方を追求したいと考えています。

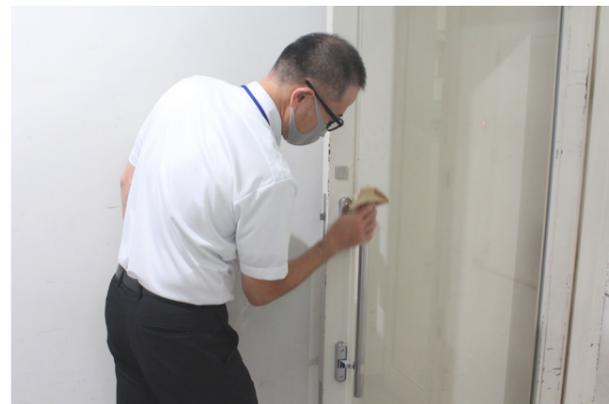
働く仲間とご家族、お取引先様、中でも感染リスクと戦いながら現場で業務をされている方々のご理解・ご協力によって、旭食品グループは事業を継続することができています。働く仲間にも深く感謝しつつ、今後いかなる状況においても“食を届ける使命”を貫き通してまいります。



▲4月に発行した社内掲示物



▲社内の販促部門が作成する飛沫飛散防止パネルで事務所の感染予防に取り組んでいます



▲四国総合流通センターでは毎日15時に清掃を行っています

### ■社内の取り組み—感染を避ける職場環境づくり

社内でのコロナ対策は、手洗い・消毒・検温・マスクの着用はもちろんのこと、業務時のソーシャルディスタンスを特に考えて職場の環境づくりを行いました。

事務所内では、従業員同士の距離を保つためにデスクの配置変更を行い、距離をとることができない場合には、販促物の制作に使用するスチレンボードを加工して飛沫飛散防止パネルを設置しました。社員食堂では、食事中に対面にならない席の配置に変更し、利用時間帯を部署ごとに分けて密になることを防いでいます。

また、社外の訪問者に対しては入場範囲を制限して、他の従業員との接触を最小限に抑えました。もちろん名簿への記入、マスクの着用と消毒の徹底をお願いしています。

さらに、リモート業務が困難な部署では、感染者が発生しても「部署の全員が自宅待機で仕事ができない」といったことのないように、働く場所を分散するなど事業が継続できる環境づくりも行いました。

今回の取り組みを通して、働く仲間の皆が「コロナと共に生きる社会」を見据えると同時に、改めて「地域住民の『食のインフラ』を支える使命」を実感したのです。

### ■お取引先様への対応—感染防止と営業継続の両立

コロナ禍では、マスク、手洗い、ソーシャルディスタンスなどの感染防止対策はもちろん、「密閉・密集・密接」の“3密”を回避するため、人と人との接触を8割程度抑え、対面の会話や不要不急の外出を控える政府方針が示されたことにより、営業の現場ではお得意先様やメーカー様との商談をリモートで行う場面が多くなりました。

リモート商談では、定期商談や新商品のプレゼン、お得意先様の売場の棚割り作業を行っています。「対面商談より集中した意見交換ができる」、「移動がないので時間を有効に使える」との声があがっています。試食など事前の準備が必要な場面では苦勞することもあります。商談自体は今までと変わりなく行っています。

生活様式や仕事のスタイルは大きく変化しましたが、コロナ社会に対応した「感染拡大の防止」と「営業活動の維持・継続」の両立を地道に実行する努力を引き続き行います。



▲リモート商談の様子

## グループ会社の取り組み

### 「ドライブスルー魚屋」開業！ —かいせい物産

業務用水産卸のかいせい物産では、人と人との接触を最小限に抑えた消費者向け新サービス「ドライブスルー魚屋」を開始しました。飲食店の営業自粛が相次ぐ中、魚の販売先に苦戦する漁師を応援し、食材の廃棄ロスを防ぐことを目的とした取り組みです。Webで注文して車で来店していただき、商品を車に直接積み込むことで接触機会も最少化。厳選商品をお届けします。



ドライブスルー魚屋  
注文サイト

◀お客様の車に社員が  
商品を積み込みます

### B to C 事業へのチャレンジ —大倉

寿司ネタ専門卸の大倉では「宅配寿司大黒屋調布インター店（調布本社）」と、Webショップ「海鮮マーケット大倉」を開店しました。かいせい物産と同様、業務用卸が消費者に直接商品をお届けする取り組みです。寿司ネタを扱う卸会社が経営しているので、専門店味わうような、うなぎやまぐろ、いくら、生サーモンなど本格的な海の幸をご家庭で楽しんでいただけます。



海鮮マーケット大倉  
webサイト

◀「海鮮マーケット大倉」  
のチラシ

### 食卓にホテルの味を！ —ホテル日航高知旭ロイヤル

ホテルでは、外食を控えている期間でも家庭でホテル料理を楽しめるテイクアウトメニューの販売をはじめました。5月の連休中には、高知県内の有名ホテルとのコラボで地元食材を使用した「STAY HOME ディナー BOX」を企画販売。他にも、地元食材を使ったホテルの味を家庭の食卓にお届けしています。今冬にはキッチンカーを導入し、ホテル気分を各地に運ぶ予定です。



テイクアウトメニュー  
web予約サイト

◀テイクアウトメニュー  
のチラシ

# 旭食品グループ CSR TOPICS 2020



## CSR推進体制スタート

2020年度から正式のCSR推進体制が始動しました。

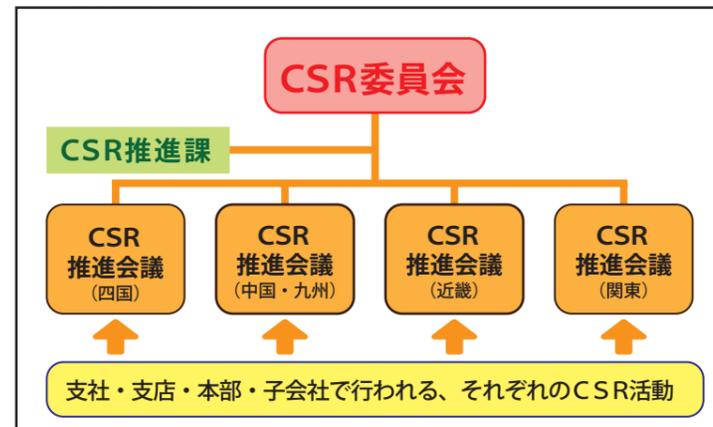
旭食品グループの2020年度経営方針にも掲げているCSRビジョン「働きやすく住みやすく生きやすい地域会社の創造・再生」に基づき、各事業所でも地域の課題や実情を見据えたCSR活動目標を掲げ、達成に向けて取り組んでいます。

推進体制は、「CSR委員会」の下に、企画・実行組織として各エリアの「CSR推進会議」を配置しています。この会議体は、CSR活動目標の進捗状況を各エリアで点検・共有すると共に、

他事業所の活動状況などをヒントに活動の改善や今後の計画を立案することを目的としています。「CSR委員会」は、各エリアのCSR活動の進捗状況を管理し、グループ全体のCSR活動の方向性を確認・提示します。

この体制を確立したことにより、旭食品グループ全体のCSR活動をさらに加速してまいります。

### CSR推進体制



▲各エリアでそれぞれのCSR活動が始まっています  
(香川支店の清掃活動、詳細は11ページで紹介しています)

## 今、期待する「旭食品とのCSR活動」

高知大学 副学長(地域連携担当)

次世代地域創造センター長 教授 石塚 悟史 様

本学と旭食品とは、2018年8月から「食品産業の振興や地域社会への貢献に向けた包括連携協定」を結び取り組みを開始しましたが、今年度から旭ものづくり研究所や共同研究講座といった具体的な共同事業が本格的に始まりました。さらに、CSR活動や人材育成についても、大学と企業が協力することで、双方の取り組みをより建設的なものにして考えています。

また、昨今の新型コロナの影響は、今後の事業計画を立てる上でも考慮せざるをえないポイントです。注目されているリモートでの働き方やサービスは、もちろん旭食品の本業である“食”を届ける仕事にも大きくかかわってくるでしょう。私たちも地域の生活者も、新しい事業をつくりだす旭食品の「突破力」や「情報集積力」に大いに期待しています。

今後、企業の持続的な発展には、他の組織や機関との連携や協業により、自社の足りない部分をどのように補うことができるかが重要です。旭食品とはこれからも、社会に貢献できることは何かを共に考え、新しい取り組みを生み出したいと考えています。



## 働く従業員にやさしいセンター稼働

### —大阪第一センター

旭食品で最大級の規模を誇る大阪第一センター(大阪府茨木市)が2020年4月に稼働しました。当センターの延床面積は約6300坪、出荷作業のピーク時には100名以上の従業員が作業を行います。

センターの大きな特徴は、働く従業員にやさしい設備が充実していること。ゆとりある休憩室やロッカー室、庫内空調、屋上にはリフレッシュスペースが備わっており、従来の労働環境から大きく改善しています。

また、大阪第一センターは超大型汎用センターですが、お客様先様の納品要件に臨機応変な対応をするため、大がかりな自動倉庫や搬送ラインなどはあえて導入せず、ピッキングカートやウェアラブル端末など機動性に優れた設備を充実させました。

大阪第一センターが入居する北大阪トラックターミナルは、近畿エリアに配荷される荷物が全国から集まり、配荷先別に荷物の積み替えを行う物流の窓口。近畿エリアだけでなく、全国各地にもアクセスが可能な立地となっているトラックターミナルです。当社もここを拠点に、将来的には近畿エリア全体の物流機能を効率化することも視野に入れています。



▲ウェアラブル端末

▲屋上のリフレッシュスペース

従業員のみなさんにやさしいこのセンターで新たなチャレンジを行います。



▲大阪第一センター(北大阪トラックターミナル)

## ワインで南アフリカの教育支援

### —12年目を迎えたマスタの継続的な活動

マスタでは、2008年から南アフリカ・ドルニエ社のワイン「ココアヒル」シリーズの輸入を開始し、それを機に輸入したワイン1本について50円を「ペブルス」という教育支援施設に寄付しています。

かつて南アフリカではワイン産業で働く地元労働者に対して、生産されたワインで給料を支払うという悪しき習慣がありました。そのため、白人オーナーに雇われた黒人労働者たちにアルコール依存症が蔓延するなど、アパルトヘイト政策に終止符が打たれて25年以上経った今でも、その影響が続いています。



▲ココアヒルシリーズを紹介する前田部長

こうした歴史的背景による貧困から抜け出せない家庭の子供たちを支援しているのが、ケープタウンにある教育支援施設「ペブルス」です。2004年に活動をスタートし、南アフリカのワイン業界から全面的な協力を得ており、マスタもこれに協力しているのです。

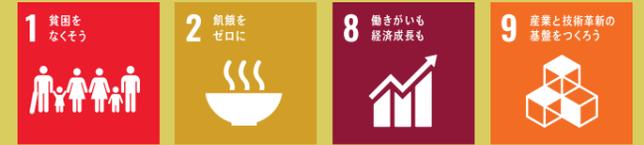
毎年現地に赴き、寄付金を手渡していますが、服や文房具、おもちゃなどもプレゼントして子どもたちに大変喜ばれています。



▲寄付を渡すマスタの竹内昭二社長(中央)

# 地域産業創出 官学民で地域づくりとものづくりを推進

生産者との協業に徹底的にこだわる「土佐山モデル」は、各方面から高い評価をいただいています。岡崎高知市長のメッセージにもあるように、継続的な取り組みが実を結んだのです。同様に高知大学との共同事業、旭ものづくり研究所も中長期を睨んだ施策として注目を集めています。



## ゆずで育んだ絆をさらに強く長く！ —岡崎 誠也 高知市長インタビュー—

—「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」などの協力体制について感じておられることをお聞かせください。

まず旭食品さんには、高知市中山間地域振興へのご貢献に対し心よりお礼を申し上げます。旭食品さんのご協賛により、優良な苗木の生産体制構築や生産者の作業負担を軽減する基盤整備などを実施してきました。協定の締結を通して連携意識も強くなり、土佐山柚子生産組合のスローガン「みんなでつなごうゆずのバトン」も生まれました。さらに近年は「土佐山ゆず祭り」などのブランド化事業も始まりました。こうした産地振興策が中山間地域の発展にさらに貢献すると考えています。

—パートナーズ協定締結から早くも13年経ちますが、特に印象に残っていることはありますか？

「土佐山ゆず祭り」が強く印象に残っています。土佐山学舎の生徒さんたちが平成29年度に初めて開催し、第1回は40分で全ての商品が売り切れたという人気イベントです。土佐山柚子生産組合と土佐山学舎が主催者となり、旭フレッシュさんに準備から当日までご尽力いただき、地域をあげたイベントに成長しました。ゆずをはじめ地域産品の販売ブースが立ち並び、生徒さんが店頭に立ち、地域の皆さんが後



ろから支え、一丸で取り組む姿に勇気づけられました。私も毎年楽しみにしております。

—『高知市型共生社会の実現』を掲げておられますが、SDGsについてお考えをお聞かせください。

SDGsがめざす国際社会の姿は、「2011高知市総合計画」で掲げた「高知市がめざす都市像」と重なっています。「誰一人取り残さない」というSDGsの基本理念を強く意識し、安心安全に住み続けられるまちづくりに取り組むと共に、SDGsの理念の共有・理解に向けた情報発信・普及啓発を行ってまいります。また今後は、市民・企業・大学・NPOの皆様と広くパートナーシップを築きながら、社会的課題に取り組みたいと考えています。



▲岡崎誠也 高知市長

—旭食品に期待すること、今後一緒に取り組みたいことなどをお聞かせいただけますか？

旭食品さんが地域経済のけん引役としてご尽力されていることはよく承知しています。高知市で開催していただく食の展示会「フードランド」は地産外商の重要な機会であり、地域産品の「6次産業化」の強化にもつながり、その原動力になっています。

高知市も地産外商・販路拡大に取り組んでおり、旭食品さんをはじめとする事業者の皆様との連携強化が非常に重要と考えています。特に中山間地域では農業の衰退や水と緑に包まれた風景の喪失が懸念されています。「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CSRビジョンとして掲げる旭食品さんの活動に期待すると共に、連携をさらに発展させ、明るさにぎわいに満ちた高知市をご一緒につくっていきましょう。

## 市長に土佐山ゆず活動の報告を行いました！

7月29日、土佐山柚子生産組合の方々や旭フレッシュの仁井田工場長が、岡崎市長を表敬訪問し、土佐山ゆずに関する報告を行いました。

土佐山柚子生産組合の山本組合長からは柚子の作柄状況、仁井田工場長からはゆず果汁を使った加工品の販売状況と、ゆずづくしシリーズ商品による寄付、そして土佐山ファクトリーと酔鯨酒造のコラボから生まれた「ゆずのリキュール」の紹介をさせていただきました。岡崎市長からは、これまでの「土佐山ゆず」ブランド育成への感謝、土佐山ファクトリーの取り組みや都市部でのPR活動への称賛をいただきました。

これからも、生産者の方々が大切につくられたゆずを使った商品の開発、環境に配慮した循環型社会の創造に向けて努力を続けてまいります。



## ゆず皮からエコなものづくり！ —土佐山ファクトリーの取り組み—

2016年1月に誕生した土佐山ファクトリー協同組合は、搾汁後のゆず皮残渣（ざんさ）の廃棄問題の解決と地域の活性化を目的に、土佐山柚子生産組合・JA高知市・旭フレッシュの三者が設立した事業体です。

現在は、ゆず皮からゆず精油の「ニューエッセンシャルオイル」、芳香蒸留水の「ニューフローラルウォーター」、「乾燥果皮」3つの製品を生産しています。

最大の特徴は、土佐山ファクトリーが採用している「マイクロ波抽出法」です。これは、マイクロ波をゆず皮に当てることで添加物や水を加えることなく、高品質な精油や蒸留水を生産することができる製法です。つまり「ゆずの本物の香り成分」の抽出が可能なのです。

現在の課題は、芳香蒸留水の用途拡大。2020年に設立した旭ものづくり研究所による研究活動や酔鯨酒造のゆずリキュールの開発などを通して、新しい用途や可能性を探っています。



▲抽出装置の説明パネルの前に立つ仁井田工場長

▶ニューフローラルウォーターとゆず果汁を使用した「酔鯨酒造のリキュール『とも』～みんな大好きゆずやか～」



## ものづくりビジネスを支えるプロ登場！ —旭ものづくり研究所 設立・高知大学との連携—

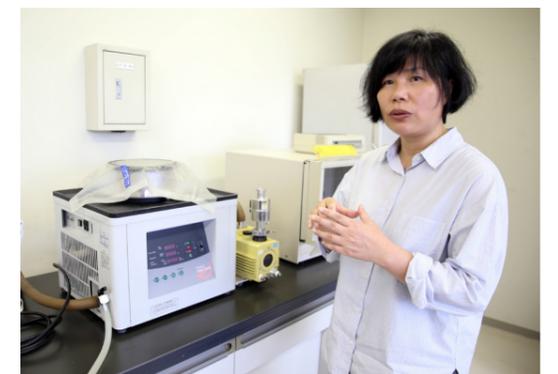
2019年11月、旭食品の“ものづくり事業”促進を担う「旭ものづくり研究所」を設立しました。当研究所では、これまで旭食品グループや地場メーカーで取り組むことが難しかった食品の成分分析や効能評価などの研究を、2018年に締結した高知大学との包括連携協定に基づき開始しました。

上席主任研究員の施芳（シ・ファン）さんは、これまで食品の成分分析や機能性評価などの応用研究を行う機関に所属していた食品研究の専門家。地域食材の魅力を発見し、市場が求める商品を生み出すために、製造工程や事業計画の中にある問題を洗い出し解決する研究を進めます。

旭ものづくり研究所の誕生により、旭食品グループの川上事業への展開がより進むものと期待しています。

■施芳（シ・ファン）上席主任研究員の紹介

2000年3月に京都大学農学博士学位を取得。中国・日本の国立研究機関や大学、大手食品メーカーの研究所に勤務し、農業分野など幅広い産学官共同研究プロジェクトを経て2020年3月から旭ものづくり研究所に赴任。今後は、地域農産物の探索研究やプライベートブランド商品の開発活動を通じて、旭食品の研究開発部門の役割を果たし、地域の産業振興に貢献することを目標に研究活動を行う。



▲「高知の食材の魅力を解明していきたい」と意気込みを語る、施芳 上席主任研究員

# 地域コミュニティ支援 こういう時期こそ地域とつながる

「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CSRビジョンを具体化する各エリアの活動をご紹介します。  
「6次産業化」や海外展開支援など産業振興策のほか、拠点ごとにフードバンクや近隣清掃など多彩な地域貢献活動が始まっています。



## 旭食品グループの地域活性化事業さらに強化

旭食品は、「地域卸」として地域の活性化を目的に、第1次産業の事業者と協力し地域産業の6次産業化を推進しています。

この機能をさらに強化するため、今年度から「六次産業推進部」を生産事業本部の管轄としました。この組織変更により、旭食品グループの生産子会社との連携がスムーズになり、デリカサラダボーイでキラリフーズのもち麦を使用した商品を開発するなど、地域産品を付加価値商品として販売することが可能となりました。

生産者への支援を進めながら新たな地域事業を創出し、グループの流通網を駆使して商品を販売することで、6次産

### ■「キラリモチ」を使ったデリカサラダボーイの商品



▲もち麦と根菜のサラダ



▲もち麦入りおにぎり

業化をより力強く推進する体制が整ったのです。

また、地産外商分野では、地元高知の魅力ある生産者や商品を社内の営業部門を



▲地域メーカー様との商談

通じて全国のお得意先様に紹介し、グループ全体の販路を活用して地域商材の全国拡大に取り組んでいます。本年度からはさらに地産外商を促進することを目的として、外食産業への提案を行う「外食事業販売部」を設立しました。それにより地域商品を業務用市場に販売しながら、外食店が望む商品を生産者に伝え商品開発することで、より市場からのニーズに合った商品を提案することが可能になりました。

地域との連携をさらに高め、地域産業の活性化により深く取り組んでいきます。

## フードバンクへの寄贈

### —九州中央支店

九州中央支店では2019年12月から「フードバンクさが」へ訳あり商品の寄贈を定期的に行っています。これは今まで廃棄せざるをえず「フードロス」になっていた商品を「食べることで終わらせたい」という支店メンバーの想いから始まった活動です。

この取り組みにかかわったメンバーからは、「取り組みをきっかけに、日本では年間640万トン(1人あたり約51kg)の食品が廃棄されている事実を知り、家庭でもフードロスを防ぐために「ローリングストック」を心がけるようになりました」と意識の変化を告げる発言もありました。

さらに、現在では近畿や関東でも地元自治体を交えたフードロス対策が進行中です。



▲最後まで“おいしい”を届けます

## 地域商品の海外展開を支援

### —海外事業本部

海外事業本部は、輸出支援を行う企業umamill(ウマミル)株式会社と四国地方の輸出事業を支援する連携協定を2020年1月に締結しました。これは、地域メーカーや生産者が海外展開を考えたときに直面する、「海外へ商品を売りだしたいが、輸出に必要な手続きがよく分からない」といった悩みの解消を目的とした取り組みです。

具体的には、地域メーカーや生産者が輸出したい商品をWebサイト「umamill」に登録し、海外の食品バイヤーの評価や需要動向に関する情報をフィードバックすることで、海外展開への足掛かりをつくります。

地域と海外を結ぶ新たなチャネルを構築します。



▲締結式にて

## 地域を応援する食のイベントで元気をもらおう!

### —松山支店の地域活動

松山支店では、2020年7月に「えひめフェア」を開催しました。このフェアは営業メンバー自らが見つけた愛媛県の特産品を提案するもので、県内向けには「地域応援フェア」、県外向けには「えひめフェア」として紹介しました。

フェアでは、愛媛県の郷土料理である「宇和島鯛めし」や、「炊き込み鯛めし」、「芋炊き」、そして高校生が地元で生産された規格外トマトでつくった「ハヤシソース」など、試食も交えながら紹介しました。県の特産品のアピールを行ったことで、地元の生産者や加工業者の応援、地産地消、地産外商につながったと支店メンバーは改めて実感したのです。



▲「えひめラーメン博」の物販ブース

また2019年11月には、地元で開催された「えひめラーメン博」に松山支店として初めて参加し、PB商品やビールの販売を行いました。イベントに参加したメンバーは、お客様に直接商品を販売する喜びや難しさを直に自分の肌で感じることができ、良い経験になったと語っています。これからも松山支店は、地域とのつながりを大切に、地域と共に成長します。

※松山支店の活動については、15ページでも紹介しています。



▲コロナ対策をして開催した「えひめフェア」

## 「四国水族館」の周囲をきれいにしたい!

### —香川支店の清掃活動

2020年7月9日、香川支店では支店から四国水族館までの清掃活動を行いました。これは、支店がある宇多津町に新しくできた観光スポットをきれいにすることで、地域全体が活性することを期待して計画したものです。今回は、清掃コースを3つに分け、歩道や道路脇のゴミ拾いや草引きを行いました。

四国水族館は、約400種、1万4000点の生きものを展示する四国最大級の水族館です。当初、2020年3月中旬にグランドオープン予定でしたが、新型コロナウイルスの影響で延期となっていました。今回の清掃活動は、緊急事態宣言が緩和され、来館される方が増え始めるタイミングで支店メンバーが企画したものです。

この活動を通じて、香川支店の中では清掃による地域美化への意識はもちろん、地域貢献意識の向上や団結力の強化にもつながりました。また、参加したメンバーからは、「通勤や仕事で普段からなじみのある場所を清掃することで、地域貢献への自覚が芽生えました」といった言葉や、「一時的な地域貢献でなく、身近な場所の清掃は常に行う必要があると改めて思いました」などの言葉があがりました。香川支店では今後も継続的な地域貢献活動に取り組めます。



▲四国水族館周辺での清掃



▲清掃活動に参加したメンバー



# 働く仲間の成長 仲間で作出すみんなの「働きがい」

コロナ禍でばらばらになりがち働く仲間をつなぎ直し、共に前を向く活動も活発です。地道な取り組みを継続してきた旭家の「ありがとうカード」、またグループ内で仕事とつながりをつくり出した取り組みなど、旭食品らしい動きを紹介します。



## 「ありがとうカード」で想いをつたえたい

### —旭家の取り組み

旭食品グループの働く仲間を「家族」としてサポートするのが「旭家」の活動です。2020年度の経営方針でも「旭家活動にて働く仲間の成長を促し、活躍の場の拡大をサポートする」としています。この経営方針を踏まえた2020年度の取り組みとして、旭家では「ありがとうカード」の取り組みを行いました。これは、新型コロナウイルスの影響で、さまざまなイレギュラー業務を余儀なくされている状況だからこそ「支えてくれる人たちに感謝の気持ちを伝えたい！」という旭家メンバーの強い思いから実現した企画です。

第一弾の「ありがとうカード」は、本社・四国支社・高知支店・子会社の働く仲間が勤務する四国総合流通センターの全員（パートタイマーやもちろん社長も含めて）を対象に開始しました。運用方法は、専用のカードに「ありがとうのメッセージ」を



▲カードはボックスへ・・・

記入し、回収ボックスへ投函、集まったカードを掲示ボードに掲示するというものでした。また、今回はカードの記入者の名前を無記名としました。無記名にしたことで、普段



▲ありがとう！でいっぱい掲示ボード

は面と向かって“ありがとう”を伝えるのが少し恥ずかしいと思っていた人も気軽に参加することができました。その結果、同じ部署や他部署の仲間、関係各所でお世話になっている方々へのたくさんの「ありがとう」が集まりました。

これからも旭家では、さまざまな活動を通して、グループ全体で思いやりや感謝の気持ちを持って働けることを願いながら、働く仲間の幸せを追求します。

## コロナ禍でも日々成長！

### —2020年度の新入社員



▲「コミュニケーション会」の様子

2020年度の春は、新入社員にとって、また新入社員たちを迎え入れた先輩社員たちにとって、イレギュラーづくしの幕開けとなりました。特に影響が大きかったのは、入社式とさまざまな人事研修の中止やリモート化です。本来であれば、これらのイベントは、新入社員たちが旭食品の一員としての心構えや同期のつながりをつくる、いわば「新しい生活への門出」となるものです。そこで、人事部は新入社員一人ひとりが新しい環境に早くなじめるような取り組みを行いました。

まず、社内イントラネットで、OJT研修や実務に取り組む新入社員の姿、リモートで実施した社員研修の様子を紹介。7月末には竹内孝久社長の提案でリモートによる「コミュニケーション会」を開催し、新入社員一人ひとりが社長と対話することができました。

多くの新入社員とかかわる人事部の先輩社員からは、「今年の新入社員は大変なことも経験したが、みんな明るいから大丈夫！」と新人を勇気づけるポジティブな言葉が返ってきました。社内では、コロナ禍に柔軟に対応できる頼もしい人材が確実に育っています。

まず、社内イントラネットで、OJT研修や実務に取り組む新入社員の姿、リモートで実施した社員研修の様子を紹介。7月末には竹内孝久社長の提案でリモートによる「コミュニケーション会」を開催し、新入社員一人ひとりが社長と対話することができました。



▲リモートで対話中の社長

## 物流効率化と働きやすさを目指し「ホワイト物流」を宣言！

### —ロジスティクス本部の取り組み

旭食品は2019年9月に、国土交通省・経済産業省・農林水産省が推進する「ホワイト物流」推進運動に賛同し、「自主行動宣言」を表明しました。

「ホワイト物流」推進運動とは、深刻なトラック運転者不足に対応し、国民生活や産業活動に必要な物流の安定的確保と経済成長への寄与を目的に、トラック輸送の生産性向上と物流効率化や、女性や60代以上の運転者が働きやすい労働環境の実現を目指す運動です。

旭食品では今までも、物流効率化や省エネ運転、積載効率の向上などによるCO<sub>2</sub>排出量の削減を推進してきましたが、今後はこうした取り組みに加え、物流従事者の働き方改革にも、取引先様および物流事業者様との相互理解・協力のもとで取り組みます。

#### ■旭食品の自主行動宣言の内容

1	予約受付システムの導入	日食協業界標準トラックの予約受付システムを導入し、荷待ち時間を短縮します。
2	パレットの活用	パレット、カゴ台車、折りたたみコンテナ、通い箱などを活用し、荷役時間を削減します。
3	高速道路の利用	物流事業者から、高速道路の利用と料金の負担について相談があった場合は、真摯に協議に応じます。
4	働き方改革に取り組む物流事業者の積極的活用	働き方改革や輸送の安全性の向上等に取り組む物流事業者を積極的に活用します。
5	荷役作業の安全対策	荷役作業を行う場合には、労働災害の発生を防止するため、安全な作業手順の明示、安全通路の確保、足場の設置などの対策を講じるとともに、事故が発生した場合の損害賠償責任の明確化を図ります。



#### ■ホワイト物流推進運動 HP



<https://white-logistics-movement.jp/>

## グループ会社従業員が物流作業を応援

### —コロナ禍の物流現場

新型コロナウイルス感染症の影響により、旭食品グループ各拠点の業務量には大きな差が生まれました。この状況に対応するため、組織の垣根を越えた人材交流を実施しました。

コロナ禍による外出自粛や料飲店の休業などの影響で、業務用商品を扱ったり宿泊業を取引先とするグループ会社の売上は大きく減少しましたが、小売店向けの商品を取り扱う事業所での物流業務は増加しました。そこで、売上が減少したグループ会社から業務の増加した事業所の物流現場に従業員を派遣する

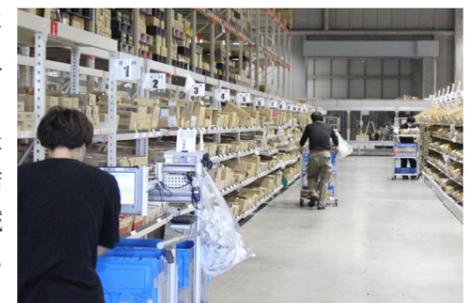


▲物流作業を応援するグループ会社従業員

取り組みを行いました。

実際に応援を受け入れた物流現場からは、「多くのグループ会社の方に応援に来てもらい、また雇うのが難しいフォークリフト作業の経験者にも来てもらってとても助かった」という声が聞かれました。

また、物流現場に派遣されたグループ会社の従業員からは、「今までと違う環境の業務を経験することになりましたが、旭食品グループの働く仲間として、協力を通して改めて『食のインフラ』を支える使命を確認できた」という声があがりました。



# 安全と安心 食の安全・安心は一步ずつ確実に

ISO22000 の認証取得など、安全・安心な製造基盤の整備が各事業所で着実に進んでいます。取得の過程で経験した難しさ、また課題を解決する中で得た学びなどをご紹介します。また、食品表示の知識を追求する商品統括本部の取り組みもレポート。



## 土佐蔵、ISO22000 認証取得！— 酔鯨酒造の粘り強い取り組み

2020年3月3日、酔鯨酒造の土佐蔵がISO22000認証を取得しました。約1年間の準備期間がありましたが、その間で、各要求事項を解釈し、課題に対する具体的な対応策を社内で繰り返し検討して実施に移しました。特に難しかったのは、「情報を文書化して整理すること」です。酒造りの世界は感覚や言い伝えなどで継承されてきた部分が多く、文書化することは困難な作業となったのです。



造りを行うことを目的に開設した蔵です。これからも、ISO22000 に則って、より安全で安心な食品を製造する環境を整えた上で、さらに高品質な純米大吟醸を世界中の食卓にお届けします。(土佐蔵 工場長 上田 正人)

### コロナに負けず ISO 取得を目指す — デリカサラダボーイ

デリカサラダボーイでは、2021 年度の ISO22000 認定を目標に準備を進めています。水産事業部えひめ工場・岡山工場・宇多津工場の3工場で団体承認を目指しているため、各工場の足並みを揃えることが必要です。



▲ミーティングの様子

しかし、新型コロナウイルスの影響で2020年3月から5月まで活動は休止、現在はWebで指導を受けていますが、オンラインでは理解が難しい点もあり、苦労が続いています。それでも年明けの「書類内容と現場の審査」に向け頑張っています。

まだ道半ばですがISO22000の取得を目指すことで、環境や衛生面に対する意識が向上していると感じています。(生産事業本部 品質保証部 品質保証課長 小西 健人)

今後は、消費者により安全な食品を提供するためにISO22000の考え方を基準に目標・計画を定め、業務を進めることが必要になります。従って全従業員にルールを周知徹底し、会社全体で足並みを揃えて要求事項に対する対応を継続し続けることが課題となるのです。

酔鯨酒造の土佐蔵は、品質にこだわった純米大吟醸の酒

## 食の安全を守る知識を武器に！— 「食品表示診断士」取得レポート

2015年4月に施行された食品表示法の経過措置期間が終了し、2020年4月から旧基準による表示ができなくなりました。このことをきっかけに、商品統括本部は表示を誤った商品の流通を防ぐことも重要な業務と捉えました。また当本部の方針として、「提案営業に役立つ資格の取得」を掲げていることもあり、地産外商推進課の取り組みとして食品表示診断士の資格を取得する食品表示検定を受験することになったのです。

この検定試験に向けて、高知県内の中小企業や地産メーカーを対象としたセミナーに参加したり過去問題集を活用し、



実際の食品表示を見たりしながら表示内容を勉強しました。一番頼りになったのは社内の品質保証表示管理課の存在で、勉強する中で疑問が発生し

たときに質問するといつでも教えてください、たいへんお世話になりました。

商品のパッケージや一括表示から読み取れる情報は多く、名称や銘柄、原産地や原産国、消費・賞味期限、保存や取り扱い方法、食品添加物やアレルギー物質の有無、遺伝子組み換え食品かどうか、などが分かります。これらの情報をチェックすることで、商品の安全・安心を確認することができるのです。商品の販売促進を行う部署として、食品表示に問題がないことを事前に判断できることは、商談や新たな商品の発掘に役立ちます。

資格取得後は、普段の買い物でも裏面表示を確認し、原材料や食品添加物などに注意して商品を購入するようになりました。今回は食品表示検定の中級を取得しましたが、いずれは上級の取得に向けてさらに知識を深めたいと考えています。また、現在は消費者目線でより安全な食品の提案ができるように、「食生活アドバイザー®」資格取得に向けて猛勉強中です。(商品統括本部 営業部 地産外商推進課 松本 初貴)

# 環境と資源 地域とも協力し環境対策基盤を整備

環境・資源保護の取り組みも各拠点で進んでいます。南国センターへの EMS 導入、松山支店と東温市との連携協定締結、またベトナムのサクラフードでは環境にも従業員にもやさしい新工場が始動しました。エコな企業へ、さらに一歩前進です。



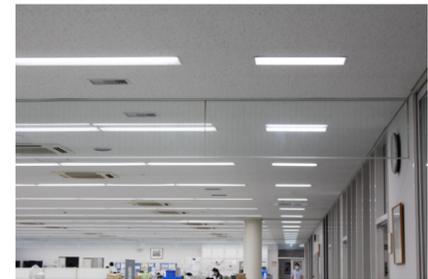
## EMS 導入に向けて準備が進行中

### — 四国総合流通センター

四国総合流通センターでは、省エネの取り組みとして「エネルギー管理システム (EMS)」の導入を2020年度中の完了を目標に進めています。EMSとは、施設全体の照明や空調設備などの電力消費量をモニタリングし、エネルギー効率を最適な状態になるように各機器の出力制御を行うシステムです。

すでに同センター内では、照明設備のLED化を完了し、今後は人感センサーによる照明管理、自動調光機能を導入します。また、空調設備についても自動温度設定による適切な温度管理など、EMSを活用しエネルギー使用量のさらなる削減を進める予定です。

現在、旭食品グループ全体で空調設備や冷凍機、冷蔵機の更新を計画しており、更新時には省エネ型設備の導入はもちろん、オゾン層破壊係数が低い代替フロンやノンフロンへの変更も着実に実行します。



▲LED照明で事務所全体を明るく

## 2019年度 旭食品グループエネルギー利用状況

### ■エネルギー利用量

	事務所	卸売業	ホテル	生産業
LPガス (t)	1.97	50.69	-	899.55
都市ガス (m <sup>3</sup> )	-	4,681	255,478	9,304
重油 (kl)	-	-	-	77,112
電力 (KWh)	昼間	1,025,822	28,137,467	1,864,734
	夜間	258,987	10,602,183	840,787
水道 (m <sup>3</sup> )	12,040	54,470	46,265	130,198

### ■環境負荷状況

	事務所	卸売業	ホテル	生産業
原油換算量 (kl)	328	9,848	978	4,119
CO <sub>2</sub> 排出量 (t)	458	13,799	1,538	6,838

旭食品グループは、CO<sub>2</sub>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。

## 東温市と連携協定を締結 — 松山支店

松山支店は愛媛県東温市と「地域協働事業に関する連携協定」を2020年9月に締結しました。この協定は、多方面で旭食品と東温市の資源を有効活用した協働事業を行うことで地域経済の活性化、災害時における住民への支援強化を目的としています。

具体的には、地域産業振興、地元特産品のPRおよび販売、災害時における地域支援や避難場の提供、東温市が実施する防災訓練などへの協力といった内容が盛り込まれています。

近年、異常気象による自然災害が日本各地で多発しています。松山支店は万が一災害が発生した場合に、地域住民の安全と食のライフラインを確保し、地元自治体を支援する体制を整えます。



▲締結式 (東温市役所にて)

## 人と環境にやさしい新工場を設立 — サクラフード (ベトナム)

ベトナムで寿司ネタなどの業務用水産加工食品の製造・販売・輸出を手掛けるグループ会社サクラフードの新工場が2019年12月16日に稼働しました。

新工場は生産性向上を目的とするだけでなく、使用電力の40%を自力でまかなえるソーラー発電、排水処理、節水循環、電解次亜水(食塩水を電気分解して作る殺菌水)、冷却水循環などのシステムを導入しており、地球・地域環境に配慮し、働く従業員にもやさしい近代的工場として生まれ変わりました。

将来的には有機JAS認証を取得し、冷凍フルーツの加工製造も手掛ける予定です。



▲サクラフード新工場

# コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス 変化に強い経営体制を継続的に構築

新型コロナの感染拡大に伴い、景況は悪化の一途をたどり、社会・経済の急激な変化や大規模自然災害もますます増加・拡大しています。こうした変化とリスクに対応するには、経営体制の柔軟な更新が重要です。  
物流効率化はもちろん、環境問題とコンプライアンスへの配慮を深めるべく、ロジスティクス本部を新設しました。

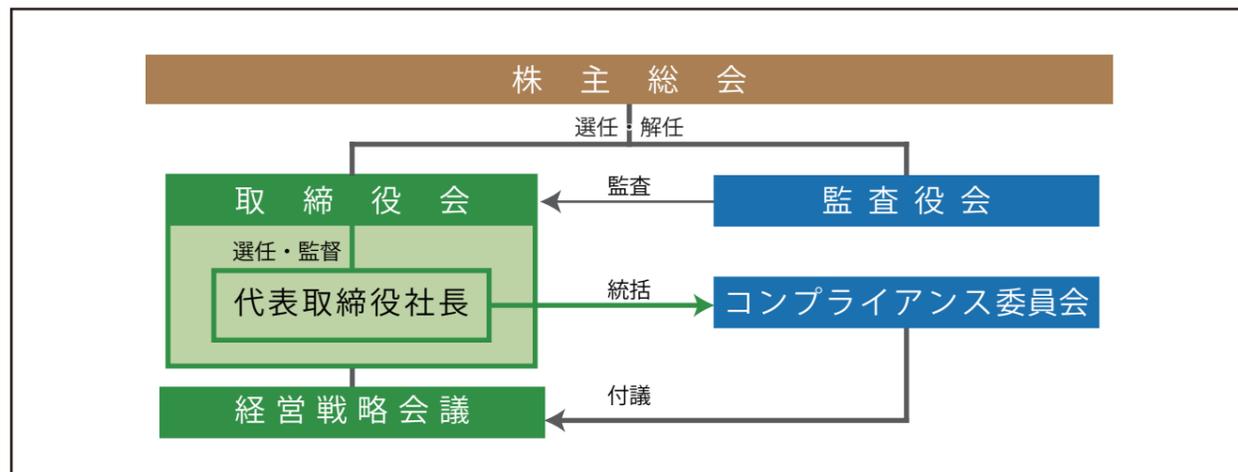
## コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスの基本方針

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じた「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っています。

また、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おり、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、誠実かつ公正で透明性の高い企業活動を推進します。

### ■ コーポレート・ガバナンス体制図



## 物流課題に立ち向かうロジスティクス本部を新設

本年度よりロジスティクス本部を新設し、深刻化する食品流通環境の改善に今まで以上に深く取り組む体制となりました。コスト削減、運転者をはじめとする慢性的な人手不足、CO<sub>2</sub>削減などの環境保全、多頻度小口配送などお客様ニーズへの対応や協力業者との関係強化をコンプライアンスに注力しつつ着実に推進します。

ロジスティクス本部は、物流課題を抱える事業所と情報を共有しつつサポートを行うことを優先事項とし、各支社の物流本部と連携して課題に取り組みます。物流の効率化を図り収益率向上を追求しつつ、センター運営業務における物流監査機能も重視しています。具体的には、我が社のみならず協力関係にある物流業者様への対応も

あわせて、業務マニュアルに沿ったセンター運営やコンプライアンスの実行状況などを検証します。

### ロジスティクス本部方針

現場が頼りにする“スピーディーに動き自ら稼ぐ本部”をスローガンに以下の方針を定めています。

- ① 3PL部隊としての現場応援をする
- ② スケールメリットを活かしたマテハン購買・次世代システムの導入を計画する
- ③ 自ら配送設計を行い、物流事業を構築して収益を獲得する
- ④ 現場が本当に役立つ情報を提供する

# 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

(2020年10月現在)

### 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  
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

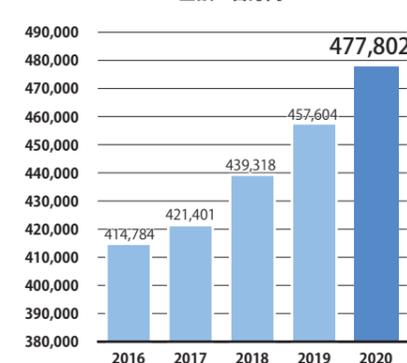
首都圏支店  
- 埼玉営業所  
東関東支店  
- 土浦営業所  
北関東支店  
- 群馬営業所  
- 足利営業所  
- 古河営業所

### 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)Nestructure  
(株)マスタ  
かいせい物産(株)  
(株)旭ものづくり研究所

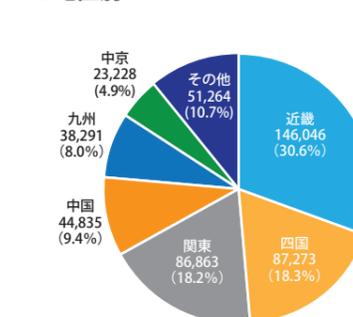
## 2019年度業績 (2020年3月期売上高 4,778億2百万円)

### 売上高推移 金額：百万円



### 売上高構成比 金額：百万円 (端数切り捨て)

#### ■ 地区別



#### ■ 部門別

