

SUSTAINABILITY REPORT

2023



「信用」を大切に、次の100年に向け、 ゆたかな未来を創っていきます。



社是

信用

国分の不変の経営哲学であり、国分の企業文化の根底にあります。グループ全社員の行動のよりどころです。

企業理念

継続する心・革新する力

300年間紡いだ商いを、次世代に繋げていく。私たちは食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造します。

行動憲章・行動規範

平成の帳目

国分には創業期より「会社の決まり」を成文化した「帳目」が存在します。社是である『信用』を守り続けていくための行動指針です。

※これまで時代の変化とともに変遷を遂げてきた4つの帳目があり、現在の「平成の帳目」は5つ目となります。

平成の帳目 ～国分行動憲章～

- ① 私たちは、「信用」を第一に、行動いたします。
- ② 私たちは、高い品質の商品・サービスの提供を通じて、社会に貢献いたします。
- ③ 私たちは、たとえ利益を生むことであっても、見かけ商いをいたしません。
- ④ 私たちは、常に礼儀をわきまえ、人と人との和を大切に、公平で公正な行動をいたします。
- ⑤ 私たちは、全ての人の基本的人権を尊重し、差別や個人の尊厳を傷つける行為をいたしません。
- ⑥ 私たちは、法令やルールを遵守いたします。
- ⑦ 私たちは、環境保護活動に積極的に取り組みます。
- ⑧ 私たちは、会社の有形・無形の財産を守ります。

SUSTAINABILITY REPORT 2023

CONTENTS

社是・企業理念・行動憲章 行動規範	01
CONTENTS / 編集方針	02
沿革	03
トップメッセージ	
会長メッセージ	05
社長メッセージ	07
サステナビリティマネジメント	09
特集	13
マテリアリティ報告	
地球環境	15
食糧生産	17
サプライチェーン	19
マーケティング	21
生活者	23
人財	25
人権の尊重	27
ガバナンス	
コンプライアンス	29
リスクマネジメント	30
会社情報 / グローバルネットワーク / グループ従業員の声	31

編集方針

国分グループは、300年間紡いだ商いを通じ、食を通じて持続可能な社会を実現するため、課題解決に取り組んでいます。その活動実績を皆さまにお伝えし、私たちに対する理解と信頼を深めていただくことを目的に、毎年「SUSTAINABILITY REPORT」を発行しています。本レポートは2020年に策定したSDGsステートメントに掲げた重要事項（マテリアリティ）と、皆さまにとって重要と考える内容を報告しています。レポートを通じて、コミュニケーションをさらに充実させていきたいと考えています。

報告対象組織

原則として、国分グループ31社（国分グループ本社株式会社および国内グループ会社23社・海外グループ会社8社）を対象としています。

報告期間

2022年度（2022年1月1日～12月31日）

※一部上記期間以外の活動についても報告しています。

発行時期

2023年9月（次回2024年9月を予定）

参照ガイドライン

GRI「GRI サステナビリティ・レポート・スタンダード」
環境省「環境報告ガイドライン2018年版」

国分グループとサステナビリティのあゆみ

私たちは創業以来、新しい食文化を創造し、躍進を遂げてきました。

食品卸売業として、311年の歴史の中で築き上げた社は「信用」を礎に、企業理念「継続する心・革新する力」を体現することで、時代に合わせて進化を続けています。

311年支えてきた「信用」

江戸で創業し、醤油醸造業から
食品卸売業へ

1700年代～1800年代

- 1712年 • 国分 創業
 - 第四代 国分 勘兵衛が、江戸・日本橋に「大国屋」の屋号で店舗を構える。創業時は呉服の販売を手掛けるとともに、土浦に醤油醸造所を設ける
 - 持続可能な成長戦略について記された最初の「帳目」が制定
- 1756年 • 土浦で醸造した醤油に「亀甲大」のマークを付け江戸で販売。好評を得る
- 1880年 • 醤油醸造業を廃止し、食品販売を主とする卸売業に専念
- 1887年 • 缶詰の販売を開始
- 1888年 • ビールの販売を開始
- 1894年 • 国分オリジナル商品の信頼の証しとして桐印を商標登録



桐印牛肉ボイルの缶詰ラベル

戦後の混乱を乗り越え、お取引先
への情報提供や流通改革にも注力

1900年代～

- 1908年 • 海外進出を意識し、K&Kを商標登録
- 1910年 • 『国分商報』を発刊し、新商品を世に広め、業界の動向や販売技術などを全国のお取引先に伝える
- 1923年 • 関東大震災により店舗を焼失、被災後ただちに復興に着手
 - 生活必需品である醤油の供給に尽力
- 1932年 • 輸出部を新設し、缶詰を輸出するなど海外市場の開発に取り組む
- 1963年 • 経営センターを新設。お取引先への支援をはじめとした流通改革を進める
- 1971年 • 第1次長期経営計画の始動
- 1976年 • 第2次長期経営計画にて、人事理念の原点である「会社は社員を大切にし、社員は会社を大きく育てる」をキャッチフレーズに設定
- 1977年 • 日本加工食品卸協会発足。第十一代国分勘兵衛が会長に就任。「木（企業）を育てるのではなく、森（業界）を育てよう」と会員各社に呼びかけた
- 1981年 • チルド食品の自社物流開始
- 1994年 • 一括受注、一括配送の物流システムである3ODシステムを構築し、物流を効率化
 - 人材育成として自己啓発、OJT、集合教育などを推進
- 1999年 • 総務部に環境対策担当を設置
 - 社内イントラネット「KOMPASS」稼働



300年間紡いだ商いを、
次世代に繋げていく。
私たちは食を通じて世界の人々の
幸せと笑顔を創造します。

国分グループの変遷

グループの体力強化と量から質への転換戦略
信用をベースに革新を続ける

2000年代～

- 2002年 • 創業290周年にあたり、それまであった、「帳目」を改定し、国分の行動憲章・行動規範である「平成の帳目」を制定
- 国分グループのコミュニケーションマークを制定



- 2005年 • クールビズを開始

- 2010年 • 「K&K 缶つま」シリーズ発売開始

- 2011年 • 船橋日の出センターで
フローズンチルド機能が稼働



- 2012年 • 創業300周年

- 2015年 • eco検定(環境社会検定試験®)の勉強会「直前ゼミ」を社内で開催(2022年12月時点で1,231名合格)

- 2016年 • 国分グループ本社をはじめ、エリアカンパニー、
カテゴリーカンパニーに、国内卸売業の組織を再編
- 西東京総合センターの冷蔵倉庫に自然冷媒を導入開始
- 環境マネジメントシステム「ECO-I」を導入し、
環境数値を集約

- 2017年 • 会長 兼 CEO 国分 勘兵衛、社長執行役員 兼
COO 国分 晃 新体制がスタート
- 環境方針策定
- 環境管理委員会を発足
- 「社会・環境レポート」発行開始

- 2018年 • K&Kブランド製品の賞味期限を「年月日」から
「年月」表示へ移行を開始

- 2019年 • 経営企画部にサステナビリティ推進課を設置
- FSC® CoC 認証を取得
(ライセンス番号: FSC®-C149164)
- MSC CoC 認証を取得
(CoCコード: MSC-C-57727)

- 2020年 • 「SDGsステートメント」を策定

- 2021年 • 第11次長期経営計画
「食のマーケティングカンパニー」の進化
～共創圏の確立～がスタート
- サステナビリティ委員会を発足
- サステナブルカテゴリーの販売を強化

- 2022年 • オープンイノベーションプログラム「2022 国分地域
共創オープンイノベーションプログラム」を実施
- 国分グループ人権方針を策定
- 「サステナビリティレポート」発行開始
- 人を大切にする会社としての原点に従業員の
「仕事における幸福度」向上の取り組みをスタート
- 「GP(グリーンプリンティング) 環境準大賞
(パッケージ印刷の部)」を受賞
- ASC CoC 認証を取得
(CoCコード: ASC-C-03409)



変化する時代の中で進化を続け、
「世界の人々の笑顔」を創造します。

代表取締役会長
兼 CEO

第十二代
國分 勘兵衛

変わらない社は「信用」「帳目」とともに

国分グループは、創業期より「信用」を社是として歩んできました。信用を守り続けていくため、その時代に合わせた会社の決まりを成文化した「帳目」があり、現在は「平成の帳目」が国分行動憲章として存在しています。

私たちを取り巻く環境はコロナ禍に加え、ロシアによるウクライナ侵攻や米中対立など、先行きが見通しにくい状況にあります。先進国では少子高齢化と出生率低下が進む一方、途上国では人口増加が続くという不均衡が世界の食糧事情

に大きな影響を与えます。また、気候変動やそれによって多発する自然災害は食糧生産に影を落とします。

不確実性の高まる時代となりますが、世の中は変わり続けるものであり、チャンスは常にそうした「動き」の中にあります。健康や環境をキーワードにした食が広がり、新たな消費トレンドとなるのもその一例です。社は「信用」と「帳目」とともに、私たちが経営のよりどころとする企業理念「継続する心・革新する力」は、変化の中に進化を求めていく当社の信念を表しています。

「縁の下の力持ち」としての卸売業

国分グループでは2020年に公表したSDGsステートメント「300年間紡いだ商いを、次世代に繋げていく。私たちは食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造します」を企業理念のサブワードに定めました。現在推進する第11次長期経営計画はこれを重要な基盤とし、「共創圏の確立」をコンセプトに、経営とサステナビリティを統合する姿勢を明確にしています。

こうした方針は、当社グループのこれまでの歩みの延長線上にあるものです。私たちはそれぞれの時代に合わせた仕事を通して、サステナビリティを形にしてきました。メーカーと小売業の中間に立ち、生産者から生活者までの結節点となり、つないでいく。多様なニーズのマッチングを図り、地域にある優れた食を、欲しい人・必要な人に届けていく。これは、まさにサステナビリティ産業であると考えています。

2022年には、原材料・エネルギー価格の高騰を受け、食品業界でも価格改定が進みました。これまで日本では長年にわたり物価上昇が抑えられてきましたが、同時に人々の所得水準も抑えられてきました。モノには原価があり、人の手が加わって付加価値を高めていく以上「安さ」の追求はどこかに犠牲を強いてしまいます。生産者がもうけを出せない、従業員の給与が上がらないというのは顕著な例でしょう。サプライチェーン上の誰もが豊かに暮らせる社会の実現に向けて、私たち卸売業が果たすべき役割は大きいと思っています。「縁の下の力持ち」として謙虚に、しかし着実に、お取引先の皆さんと共創圏を構築してまいります。

人を育て、生かし、「コト売り」を加速

今日、バリューチェーンの中で、卸売業として、重要性を増すのが「コト売り」の事業です。卸売業は、需要と供給を的確に捉え、つなげていくという役割をもっています。商流を見極め、物流を整備し、人と人との信頼関係のもと食品流通を支えるソリューションを築いていくことが私たちのビジネスです。そのためには、事業に携わる一人ひとりが経験を重ね、マーケティングの感度を高めていく必要があります。今日ではAIの進化もめざましく、DXはさらに加速していきますが、本当の意味で価値創造を担うのはやはり人です。

第11次長期経営計画では、やりがいや成長する楽しさへの意識を強め、従業員の「仕事における幸福度向上」を重点施策の一つとして掲げています。一人ひとりの価値観を大切にし、個人と会社のパーパスのつながりを見いだすワークショップを全社で開催しています。福沢諭吉翁の言葉、「一身独立して一國独立す」にあるように、個々人が独立し、仕事に対する価値観について考えることは極めて重要です。自分の意思で目標を設定し、自律的にPDCAを回せるようになったとき、仕事は格段に面白くなります。

また、次世代を担う若手・中堅従業員が業界全体を俯瞰する視野の広さを身に付けられる研修プログラム「国分ビジネスリーダー育成カレッジ」を2018年よりスタートさせました。年齢や性別にかかわらず、それぞれが能力を最大限に発揮し、イノベーションを起こしていけるような人材施策を重視しています。

私は従業員にはいつも笑顔で一所懸命、幸せに働いてほしいと思っています。そのためには心身の健康も欠かせない要素です。従業員のウェルビーイングを実現する環境作りは経営の大切な責務の一つと考えます。

一日一日を着実に積み上げ、次の100年へ

当社の商いは江戸時代半ばに始まり、創業311年目を迎えます。明治維新からは155年、日清、日露戦争、太平洋戦争を経て、敗戦から78年が過ぎました。戦後の復興と高度経済成長で、社会は大きく様変わりしました。長いように見える国分の歴史ですが、振り返ってみればあっという間のここのように感じます。その時代時代で、皆が知恵を出し合い、切磋琢磨しながら一所懸命に商売をしてきて、気がついたら300年を超えていたということです。

人が生きていく限り、食のライフラインは必要とされ続けます。一方で市場は絶えず変化し、次の100年を見通すことは容易ではありません。しかし、未来は突然生まれるのではなく、過去から現在へのつながりの上にあります。足元の変化をしっかりと把握すれば、「すでに起こった未来」はいつも身近に存在するでしょう。今日の一日、明日の一日を大切に積み重ねながら、私たちは「世界の人々の幸せと笑顔」がふれる未来に向けて、食を通じた貢献を続けていきます。



多様な共創圏パートナーとの連携のもと、食の新たな価値を創出し、持続可能な未来に貢献します。

代表取締役社長執行役員
兼 COO

国分 晃

4つの価値創造目標の達成に向けて

国分グループは2022年、第11次長期経営計画の2年目を終了しました。2016年から進める卸基盤再構築や物流拠点の整備など、全社一丸となって食のインフラを維持継続してきた結果、コロナ禍の厳しい環境下でありながらも、2期連続で最高益を更新することができました。

第11次長期経営計画で掲げる「顧客満足度No.1」「共創圏の構築・拡大」「コト売り比率の向上」「仕事における幸福度向上」の4つの価値創造目標においても、さまざまな進展がありました。特に従業員の「仕事における幸福度向上」は当社の成長の原動力になりました。従業員がやりがいをもって働くことのできる環境整備に注力してきたことが、2022年の結果を下支えしたと考えています。

また2022年からは、従業員個々の価値観（パーパス）と会社の価値観（国分スタンス※）のつながりを見いだす全社的なワークショップを開催しており、グループ従業員の2割を超

える1,300名がすでに受講しています。私も参加しましたが、一人ひとりが自分自身の仕事の目的を見つめ直すきっかけになっていると感じました。当社初の女性執行役員を中心に、個々が力を発揮できる仕組み作りを加速していきます。

「顧客満足度No.1」では、これまでお得意先やメーカー約2,000社に対し、営業力強化のためのCS（顧客満足度）調査を実施してきました。また、当社が考える「顧客」とは生産者から生活者までを広く含んでいます。そのため、サプライチェーン上に存在するすべての人を尊重し、その満足度を向上させていく取り組みが欠かせません。2022年6月に策定した「国分グループ人権方針」もまた、私たちが1712年の創業時から日々の商いの中で当たり前に関わってきた、あらゆるお客さまへの姿勢を反映したものです。

「共創圏の構築・拡大」では、これまで築いてきた共創圏パートナーとの多様な取り組みが全国で広がっています。「かごしま障がい者共同受注センター」との協働もその一例です。地元のスーパーマーケットチェーンの賛同を得て、障がい者の

方々が生産した農作物や加工品を地産地消コーナーで販売したところ、生活者から大きな反響をいただき、取扱店を拡大するという好循環を生み出すことができました。これまで販路が限られていたことで課題となっていた廃棄を減らしながら、生産者のやりがい向上を実現し、また耕作放棄地の問題解決にも貢献しています。このような取り組みが全国各地で行われています。

「コト売り比率の向上」については、従来、各小売店が個々に行っていた野菜や魚、肉など生鮮品のカット・袋詰めを中心としたバックヤード業務を当社が一括して受託することで、非可食部分の有効利用や小売店の作業効率改善に貢献するなど、卸の役割をさらに進化させています。

※国分スタンス：社は、企業理念・平成の帳目を大切にし、社会の一員として活躍できるように努め、「世の中、食産業、従業員」三方よしの実現を目指していくこと。

重要事項（マテリアリティ）の 取り組みを着実に推進

国分グループでは、事業を通して社会課題を解決していくため、私たちがなすべきことを重要事項（マテリアリティ）として特定しています。各領域で着実にPDCAを回していくために、2030年までに達成すべき目標（KPI）を定めており、2022年も取り組みを進めてきました。

環境や社会に配慮した商品群として、第11次長期経営計画より注力しているのが「サステナブルカテゴリー」の取り扱いです。このカテゴリーに寄せられるお取引先からのご要望は非常に強く、サステナビリティを中核に据えた長期戦略により、先を見通した事業展開ができたと自負しています。2022年にはグループ全体で65億円弱の売上規模となり、2030年までに100億円規模とする目標に向けて、大きく前進できました。

地球環境の保全に関しては、食品を扱う企業としてプラスチックの廃棄物削減を重要なテーマの一つと考えています。私たちは毎年多くの展示会を開催しており、2022年にはそこで使用するカトラリーの64%を紙製のものに変更しました。2030年までに展示会などで使用するワンウェイプラスチックをゼロ化にする目標を前倒しし、2025年までの達成を目指していきます。

一方、温室効果ガスの削減では、物流に関する排出量の課題があります。当社の物流はほとんどが委託配送である以上、私たちが一方的な施策を講じることはできません。しかし、決して後回しにできない分野であり、物流事業者との連携を一層深めていきます。

また、従業員一人ひとりが仕事に誇りとやりがいをもった

めには、「人材」に関わる取り組みも重要です。国分グループでは2016年に抜本的な人事制度改定を行っていますが、2022年にはさらに、チャレンジを後押しする制度に進化させました。高い目標を掲げること自体の難しさと価値を認め、そこに向けて尽力する従業員を適正に評価しています。新入社員も、実力次第では入社後、最短11年で上級職に昇格可能とするなど、2030年までに30歳代の上級職を10%以上にする目標に向けて着実に歩みを進めています。

サステナビリティと経営を重ね合わせた 歴史のもと「食のマーケティング カンパニー」として次の進化へ

私たちを取り巻く経営環境の変化は激しく、原材料費やエネルギー価格、人件費など、製造原価の高騰で、食品の値上げは今後も続くことが見込まれます。少子高齢化の加速が食に与える影響も大きいでしょう。外食・中食・内食の垣根が低くなり、従来の食品カテゴリーの境界が曖昧になる一方、日常とハレの消費の二極化も進みます。こうした状況を総合的に捉え、私たちは「食のマーケティングカンパニー」として戦略を実行していかなければなりません。

「未来は予測不能だが、すでに起こった未来は体系的に見つけることができる」とは、経済学者ピーター・ドラッカーの言葉です。随所に出現する小さな未来をいかに察知し、対応していくか。そこに組織の力が問われています。60万アイテムを扱い、国内外に3万5,000社のお取引先をもつ国分グループにはあらゆる情報が集まります。真の意味で情報の価値が見直される今、当社ならではの立ち位置を生かして組織の「暗黙知」を「形式知」に変え、「実践知」として新たなイノベーションを創出する循環を作り上げていきます。

幅広いパートナーとの連携は不可欠ですが、財務的な連結にこだわることなく、それぞれの独自性を尊重しながら知見を結合した協業体制を築いていきます。私たちが重視する「共創圏」のコンセプトは、まさにこうした考え方に基づくものです。

2020年に策定したSDGsステートメント「300年間紡いだ商いを、次世代に繋げていく。私たちは食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造します」には、長期視点からの当社のありたい姿が描かれています。これは行動憲章「帳目」の内容を、SDGsのフレームワークで改めて整理したものであり、創業以来受け継いできた当社の想いとサステナビリティへの取り組みは重なり合っています。国分グループは、多様な共創圏パートナーとともに食の新たな価値創造を続け、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

サステナビリティマネジメント

国分グループは311年にわたり紡いできた食の文化を次の世代につないでいくため、事業活動における環境・社会課題を解決することを目的にSDGsステートメントを策定し、特定した6つの重要事項（マテリアリティ）に取り組んでいます。

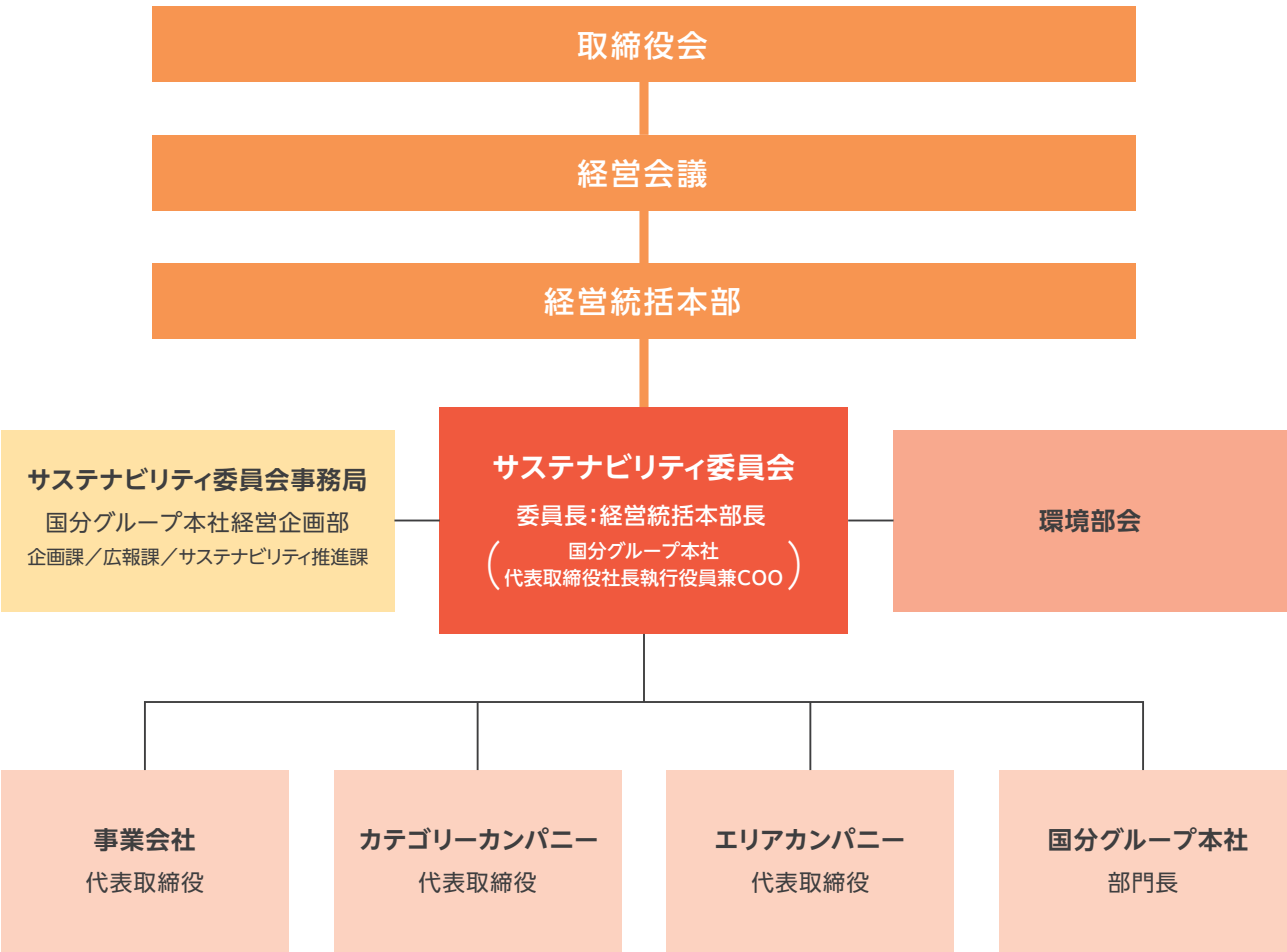
サステナビリティ推進体制

国分グループでは、持続可能な社会づくりに貢献しながら、事業を継続していく責務があると考え、SDGsステートメントを策定し、マテリアリティを特定しました。

2019年に、国分グループ本社の経営企画部にサステナビリティ推進課を設置し、グループ全体でサステナビリティ推進体制を整えています。また、2021年から

経営統括本部長（国分グループ本社 代表取締役社長執行役員兼COO）の国分 晃を委員長とし、国分グループ本社の各部門長およびグループ会社の代表取締役をメンバーとするサステナビリティ委員会を設置。SDGsの取り組み推進・進捗確認をはじめ、サステナビリティ全般に関わる重要な方針や施策を審議・決定しています。

サステナビリティ推進体制図



■ サステナビリティ推進活動

国分グループは、国連が採択した「持続可能な開発のための2030アジェンダ(SDGs)」をもとに、私たちのビジネスの根幹にある「食」で環境・社会課題を解決するため、これまで行ってきた事業活動を整理し、6つのマテリアリティを特定しています。

サステナビリティ委員会では、グループ企業内の優良

な取り組みや活動を表彰するNa-gional(ナショナル)大賞に、SDGs表彰部門を設け、パートナーシップを具現化する共創圏、温室効果ガス削減に向けた物流センターの自然冷媒導入、従業員の仕事における幸福度向上のための研修や人権対応などさまざまな取り組みを推進しています。

近年の主なサステナビリティ推進活動

2019年	1月	経営企画部にサステナビリティ推進課を設置
2020年	9月	SDGs ステートメント策定、マテリアリティの特定
2021年	3月	サステナビリティ委員会を設置
2022年	6月	人権方針策定
	9月	サステナビリティレポート発行

■ サステナビリティ委員会

グループ会社の代表取締役および国分グループ本社の各部門長を委員としたサステナビリティ委員会では、3月と9月の年2回、6つの重要事項(マテリアリティ)に関する進捗報告やリスク対応、最新動向の情報共有などを行っています。



特定したマテリアリティ

国分グループでは2019年、私たちが社会に与えるプラス、マイナスのインパクトを特定し、取り組みの優先順位を検討した上で、2020年にマテリアリティを特定しました。プラスのインパクトは有効性を確認しながらPDCAを回し、マイナスのインパクトは防止または軽減するため、2030年までに達成すべき目標(KPI)を定めています。毎年年度末に進捗状況

国分グループのマテリアリティ

マテリアリティ	行動基本方針	達成目標	目 的
1 地球環境	十分な食糧生産機能を持つ地球環境を守り続けます	あらゆる資源を健全に利用し、再生産可能な地球環境を実現する	温室効果ガス排出量の削減
			プラスチック廃棄物の排出抑制
2 食糧生産	生産者が報われ、次世代に繋げることができる食糧生産を維持します	持続可能な食糧生産を支援し、生産に関わるすべての人が適正な対価を得ることができる世界を創る	環境・社会に配慮した食糧資源の持続的な利用
			持続的に食糧資源を利用し、健康的で生産者が元気になる新しい食への挑戦を行う
3 サプライチェーン	環境とエネルギー削減に配慮したサプライチェーンを構築します	サプライチェーン全体での脱炭素化と廃棄物の削減に取り組み、持続可能なインフラ機能を構築する	流通にかかわるエネルギー使用量の効率化・改善
			食品ロスおよび食品や食品以外の廃棄物削減
4 マーケティング	あらゆる情報をインテリジェンス化したマーケティングを推進します	バリューチェーンの効率化を図り、鮮度が高く有益化した情報で新たな価値を創造し、生産者から消費者まですべての人々の豊かな生活を実現する	さまざまな情報をインテリジェンス化しバリューチェーンで活用する
			生活者が楽しみながら食の理解を深められる活動を実践する
5 生活者	すべての生活者が良質な食に平等にアクセスできる社会を実現します	あらゆる変化に対応し、すべての生活者が健康的で豊かな食を得られるサプライチェーンを構築する	災害時や緊急時における食糧品調達と供給体制の整備
			すべての生活者に食を中心とした快適な買い物の場を届ける
6 人財	一人ひとりが誇りとやりがいを持ち、人生が豊かな会社になります	ダイバーシティを実現し、すべての人が“ワクワク”しながら能力を発揮でき、個人のやりがい企業が成長につながる会社にする	持続的な成長のための次世代リーダー育成
			ダイバーシティを定着させ、コーポレートガバナンスの保たれた経営体制を構築するとともに、多様な価値観を持つ人材の育成を行う

※1サーマルリサイクル以外のリサイクルした廃棄プラスチック重量÷廃棄プラスチック発生総重量

※2 国分グループでは、販売・輸入者名が国分グループ本社またはエリアカンパニー・カテゴリーカンパニーである商品、国分グループが主体となり開発した商品を「国分開発商品」と定義

※3 環境配慮製品の対応SKU数/全SKU数 (SKU= Stock Keeping Unit (ストック・キーピング・ユニット) の略で、受発注・在庫管理を行うときの、最小の管理単位)

※4 サステナブルカテゴリーとは、「製品や取り組み全体が環境や社会、経済に対して良い影響を与え、生産から廃棄に至るまで持続可能性の意図が理解され消費行動の変容を促すもの」と定義

※5 該当年発生量÷2017年発生量

の確認を行い、本レポートで実績を報告しています。進捗状況を毎年確認し、解決策を話し合い、全社で推進しています。
なお、今後事業や社会的状況によって、目標数値を見直す場合もあります。

KPI	2022年実績
● 2030年までにグループ全体のCO ₂ 排出量を2017年比30%削減し、2050年にゼロ化を目指す	● CO ₂ 排出量削減比率(2017年比) 社会・環境データ集はこちら ▶ https://www.kokubu.co.jp/sustainability/report/ ● CO ₂ 排出量合計値 120,332t-CO ₂
● 2030年までに排出するプラスチック廃棄物の熱回収方法以外のリサイクル率を40%とする ● 2030年までに展示会等で使用するワンウェイプラスチックをゼロにする ● 2050年までにすべての国分開発商品 ^{※2} を環境配慮設計とし、2025年までに当該目標に向けたロードマップを作成する	● リサイクル率(%) ^{※1} 8.1% ● ワンウェイプラスチックを使っていないブース数/出展ブース数 48/75ブース ● 環境配慮製品比率 ^{※3} 1% (ロードマップ作成段階)
● 2030年までにサステナブルカテゴリー ^{※4} の売り上げを100億円以上とする	● サステナブルカテゴリー合計売上金額 64億52百万円
● 2030年までに特徴ある地域の食材や原料を生産者の顔が見え、生活者にさまざまな形態で届けることが可能となる仕組みを構築する	● 仕組みを通じた取り組み件数 37件 ▶ P18
● 2030年までに今までのスタイルにとらわれることなく、異業種を含め共同配送、共同倉庫を当社が主体となって拡大する	● 共同配送・共同倉庫の取り組み件数 48件
● 2030年までに、食品廃棄物量を2017年比50%削減する	● 食品廃棄物発生量 2,118t ● 食品廃棄物発生比率(2017年比) ^{※5} 社会・環境データ集はこちら ▶ https://www.kokubu.co.jp/sustainability/report/
● 2025年までに社内情報を高度化し社員が効率よく活用できる仕組みを作る	● 社内ナレッジレポート活用の全国展開と情報共有基盤の見直しについて検討開始
● 2030年までに地域密着卸として生活者向けの食の体験学習を実施する ● 2030年までに地域行政とのつながりを持ち、フレッシュカテゴリーの売り上げ倍増を目指す	● ステークホルダーとともに、食を通じた地域の魅力を発信 ▶ P22 ● 定義したフレッシュカテゴリーに紐づく売上金額 1,169億円 ● フレッシュカテゴリー売上高比率114.3%(2020年比) 2020年 997億円 2022年 1,140億円
● 2025年までにTCFD ^{※6} に準拠した経営予測を作成する	● ワーキンググループを設置し、TCFDに沿って気候変動がもたらす財務影響上のリスクと機会を評価中
● 2030年までに「買い物難民」「買い物弱者」「買い物困難者」に対し、物流シェアリング等を活用し、食を中心としたサービスを届ける仕組みを作る	● 過疎地域への共同物流の取り組み ▶ P24
● 2030年までに30歳代の上級職を上級職年齢構成の10%以上にする ● 2030年までにチャレンジへの支援や評価、リーダー育成方法を構築する	● 上級職年齢構成 ^{※7} 3.8% ● 支援・評価 ▶ 社内表彰制度、社内コンテストの表彰件数23件 ▶ リーダー育成プログラムの実施 合計38名受講
● 2030年までに上級職に占める女性の割合を15%以上にする ● 2030年までに男性が2週間以上連続で育児に関わる休暇の取得割合を対象者の5%以上とする ● 2030年までにダイバーシティやジェンダーに関する教育制度を充実させ、あらゆる勤務場所や業務で働きがいを感じられる環境を整える	● 上級職に占める女性の割合 ^{※8} 4.7% ● 男性育休取得割合 ^{※9} 20.9% ● 研修などを実施 ▶ 管理職セミナー「多様性マネジメント」450名受講 ▶ パーパスワークショップ 1,300名受講

※6 TCFDとは、金融安定理事会(FSB)により設立された「気候関連財務情報開示タスクフォース(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)」のことで、企業などに対し、気候変動関連のリスク及び機会に関する開示を推奨している

※7 30代上級職数÷上級職総数(基準日2023年1月1日)

※8 上級職女性人数÷上級職総人数(基準日2023年1月1日)

※9 該当する休暇取得人数/対象者数

廃棄されていた「ほや」を使った 多面的な社会課題解決

国分東北では2020年より、それまで生産しても「形が悪い」「小さい」などの理由で商品化できず、9割廃棄されているとも言われる海産物の「ほや」を使い、多くのパートナーとともに商品化・流通させることで、多面的な社会課題の解決を進めています。国分グループの第11次長期経営計画において取り組みを進めている「共創圏の構築・拡大」に向け、グループ内でさらなる展開を図っていきます。

バリューチェーンにおける価値創造

原料調達×食品廃棄物削減

廃棄されていた「ほや」を生かす

東北地方でよく食べられている「ほや」は、その見た目から「海のパイナップル」と呼ばれ、磯の香りの強さが特徴的な海産物です。ミネラルやビタミン、亜鉛のほか、女性に不足しがちな鉄分やうまみ成分なども豊富に含んでいます。一方、下処理が十分にできていないと臭みが出ることや、鮮度が落ちやすいことなどに加え、大きさや形により規格外のものが多く発生するため、これまで9割が廃棄されているとの一情報もあります。国分東北では、岩手県漁連や漁師の方から「震災による売り上げの減少に加え、後継者問題もあり、このまま大量廃棄を続けると生産者がいなくなる」という切実な相談を受け、廃棄物削減と限りある資源の有効活用を行うことで、地域の持続可能な漁業に貢献したいと考え、商品価値が低いほやを使った「むきほや」の商品化に踏み出しました。



左：大きく丸い、商品価値の高いほや
右：海流の影響により細長く、商品価値が低いほや

製造×多様性・地域連携

多様な人に働く場を提供

水産業の町でもある岩手県大船渡市は、これまで地域福祉と民間企業の連携があまりなく、支援学校や就職支援センターの職業訓練に限られた分野でしか行われていませんでした。また障がいのある方々には、自分に合っている仕事を見いだせず、生活に不安があることが分かりました。そこで国分東北では、自治体や支援学校、支援センターと共同で、職業体験や実習、トライアルを通じて個々に合った作業を見極め、「むきほや」を商品化する事業会社「三陸ラボラトリ」の開業を支援しました。三陸ラボラトリでは2020年12月の設立以降、2023年4月までに4人を雇用し、地域の多様性と雇用促進および働きがいの創出に貢献しています。



三陸ラボラトリで「ほや」のむき作業をする様子

付加価値を付け、地域に貢献

「むきほや」の商品化にあたり、知的障がいのある作家のアート作品を扱う株式会社ヘラルボニーのアートを岩手県産シールのデザインに選定しました。商品に貼り付けることで利益の一部を福祉施設に還元するとともに、地域産業の周知および振興、生活者への意識付けに役立てようとしています。

このシールを貼った「むきほや」を地元のスーパーで展開したところ、これまでほやを手にとってこなかった若年層から高評価をいただきました。今後は卸売業としての強みを生かし、スーパーマーケットや外食店にも広げていくことで、より多くの生活者にお届けします。廃棄されてきたものを安く売るのではなく、価値ある商品として開発し、その魅力を伝えていくことで、地域の発展に寄与すると考えています。



知的障がいのある作家がデザインした岩手県産シールを貼り、地域の認知度向上にも貢献「むきほや」はそのまま手軽におつまみとして食べることができる

今後の展開

共創圏の構築・拡大／SDGs達成への貢献に向けて

当グループは第11次長期経営計画において「共創圏の構築・拡大」に取り組むとともに、SDGsステートメントの中で定めた重要事項（マテリアリティ）の達成を目指しています。その取り組みの中で今回、地域における原材料の廃棄から浮かび上がってきたいくつもの課題を、国分グループがこれまで蓄積してきたステークホルダーとの関係性構築の知見を生かし、多面的な解決に結びつけることができました。関わるすべての人の幸せに貢献し、他地域におけるモデルケースになると考え、今後も展開を図っていきます。

バリューチェーン
における
価値創造



第11次長期経営計画

共創圏の
構築・拡大

マテリアリティ

②食糧生産
③サプライチェーン

Voice



第11次長期経営計画で掲げる「共創圏の構築・拡大」という観点や、近年取り組みが進むSDGsの分野において、私自身が関われることは何かと考えていました。

そうした中、岩手県漁連様から「ほや」の実態をお聞きし、「何とかしないと地元の大変な食材と産業が衰退してしまう!」という思いに駆られ行動を起こしました。何度も壁にぶつかり、多くの困難も待ち受けていましたが、一つ一つを乗り越え、生産から加工、販売まで携わっていただいた方々の笑顔に触れた時、今までの苦労が大きな喜びとなり達成感を味わうことができました。全国で「ほや」を美味しく食べてもらうために今後も商品開発に取り組んでいきます。

国分東北株式会社 低温フレッシュデリカ事業部 営業課 菊池 一正



マテリアリティ ①

地球環境

あらゆる資源を健全に利用し、
再生産可能な地球環境を実現する

環境方針・体制図はこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/environment/>

様々なお客様へお届けする「食」。源となる農産物・水産物・畜産物から、加工食品、容器包装、物流のための資源・エネルギーに至るまで地球の恵みに支えられています。

私たちは、これら地球の恵みが途切れることなく、未来に引き継がれるよう持続可能な資源の利用を実践し、再生産可能な地球環境の実現に向け取り組みます。

貢献するSDGsターゲット

8.4	12.2, 12.4
14.4	15.4

OUR APPROACH

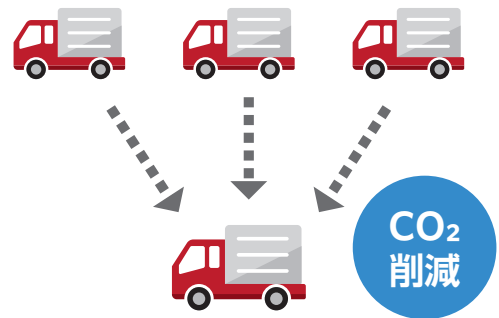
私たちは食を扱う企業です。食は地球からの恵みであり、そのすべてが再生産可能な環境を維持し続けなくてはなりません。気候危機は私たちの生活だけでなく、地球上のすべての生態系に大きな影響を与え、食料の生産、ひいては私たちの企業活動にも大きな影響を及ぼします。国分グループでは地球環境への影響を最小限に抑えるため、国が定めた2050年までにカーボンニュートラルの実現を目指します。国分グループ環境管理規程に基づき、食品をはじめとするプラスチックなどの廃棄物を削減し、事業活動で発生する有害な環境影響を予防・防止するための対策を講じます。また、各国、地域の環境規制を順守し、国際条約や法律で禁止されている化学物質にも適切に対応します。私たちは食を未来へつなげるために、地球環境に配慮しながら、事業を継続していきます。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>地球環境はこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/globalenvironment/>

配送車両削減の取り組み

国分グループでは、マテリアリティのKPIに定めた「2030年までにグループ全体のCO₂排出量を2017年比30%削減し、2050年にゼロ化を目指す」ため、庫内作業および配送効率の向上に取り組んでいます。車両の削減により、CO₂排出量削減を進めると同時に、2024年問題と言われる、ドライバーの年間時間外労働時間の上限規制による労働力不足の対策の一つになっています。お取引先や物流パートナー企業への影響も大きく、製配販の協力が持続可能な物流につながると考えています。国分関信越の事例では、配送の効率化によりCO₂排出量は2017年比で約31%削減しています。



配送車両削減により、CO₂排出量の削減に寄与

「食べられるスプーン」で廃棄物削減に貢献

国分グループでは、展示会などで試食いただく際の容器やカトラリーを木や紙容器に切り替える取り組みを行っています。また欧州を中心に新たな選択肢として「食べられるカトラリー」が広がりを見せており、当社グループでも小麦粉で作られた「食べられるスプーン」の輸入を開始予定です。この取り組みをお取引先に提案するとともに、国分開発商品への使用も検討しています。お弁当や食事のテイクアウトに提供するカトラリーやアイスクリームチェーンなどでの展開も期待されています。サステナブルなカトラリーとしてプラスチックや廃棄物の削減に貢献できると考え、今後も当社グループのネットワークを生かし、拡大を図っていきます。



小麦粉を主原料とした「食べられるスプーン」
(イメージ画像)

Voice

環境配慮設計ロードマップの作成に携わって

私たちは、マテリアリティのKPIとして2050年までにすべての開発商品を環境配慮設計とすることを定めています。商品開発部では、環境配慮設計のワーキンググループを結成し、ロードマップの作成をしています。部長以外のメンバーは全員入社5年以内の若手ですが、将来の商品開発に対する責任を強く感じています。環境配慮設計の明確な定義やアイテムのリスト化、実績の集計など、地道な作業も多いですが、ロードマップを作成し社内外に公表することで、私たちの環境配慮への道筋を明確に示すことができると考えています。企業として環境配慮は当たり前になっており、ワーキンググループへの参加意義を強く感じています。



国分グループ株式会社
マーケティング・商品統括部
商品開発部 開発三課

児玉 雄祐



マテリアリティ ②

食糧生産

持続可能な食糧生産を支援し、
生産に関わるすべての人が適正な対価を
得ることができる世界を創る

大地を耕し、海と共存し、生き物を大切に育み得られる食糧。それは、生産者一人ひとりの額に汗した働きにより実る宝物です。私たちは、その努力と労働に適正な対価を支払い、変わることなく食糧生産が続けられ、倫理的な労働環境が守られるように関与し、流通業としての使命を果たします。

貢献するSDGsターゲット

2.4 8.1, 8.5, 8.7
14.4

OUR APPROACH

私たちが得る食料の源はすべて、生産者が額に汗して収穫した宝物です。私たちは卸売業として、この大切な恵みを無駄にすることなく流通させなければなりません。

収穫前の廃棄や利用されことなく捨てられる食品に対して、食品流通企業としての関わりをもつことが大切だと考えています。同時に、生産された食品に関わった多くの人々の努力と労力に対し適正な対価を支払い、生産者が誇りと自信をもち、新たな担い手が育っていく環境を維持するための努力を惜しみません。私たちは生産者の労働環境に配慮し、人権を尊重しながら、安全で安心な食品をあらゆる生活者にお届けする努力を怠りません。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>食糧生産はこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/foodproduction/>

サステナブルカテゴリー製品の拡充に向けて

国分グループでは、持続可能な食糧生産を支援するために、自社で「サステナブルカテゴリー」の製品定義を「製品や取り組み自体が環境や社会、経済に対して良い影響を与え、生産から廃棄に至るまで持続可能性の意図が理解され、消費行動の変容を促すもの」と位置付け、その拡大を図っています。2022年にはフランスのサステナブル認証であるテラ・ヴィティスを取得しているオーガニックワイン「ロシュ・マゼ」の取り扱いを増やしました。ほかにも「K&K プラントベースミート」を発売し、ecoたんぱく（植物性たんぱく）の選択肢を提供するなど、持続可能な食糧生産の実現を目指していきます。



健康や環境、動物保護への取り組みを認定しているテラ・ヴィティス認証（左）、2022年に取り扱いを追加したフランスのオーガニックワイン「ロシュ・マゼ」2種（中央）、および自社ブランド「K&K プラントベースミート」（右）

コロナ禍で消費が減少した沖縄産黒糖を焼酎などに活用

国分首都圏ではパルシステム生活協同組合連合会とJAおきなわの両社より、コロナ禍による観光客の減少により沖縄特産の黒糖の消費が低迷し、サトウキビ生産が存続の危機に瀕しているというご相談を受けました。そこで当社はお取引のある鹿児島県の喜界島酒造に働きかけ、100%沖縄県産の黒糖を使用した焼酎「喜界島荒濾過黒糖焼酎」を製造いただき、販売することができました。また当社関連会社の山星屋とも連携し、黒糖を使ったメレンゲ菓子ダックワーズの製造・販売も開始しました。生産者、製造者、販売者をつなげることは、卸売業である当社グループの存在意義であると考え、今後も地域の食料生産を支える取り組みとしてグループ全体で推進していきます。



在庫過多になった良質な沖縄県産黒糖を使った「喜界島荒濾過黒糖焼酎」

Voice

国分九州における農業×福祉連携

国分九州 鹿児島支店ではSDGsの取り組みについて地元貢献、地域に密着した活動を行っています。

私たちはかごしま障がい者共同受注センターの就労支援施設で働いている障がい者の皆さんが作った農産物や加工品を、売り切ることができずに廃棄していることを知りました。そこで当社のネットワークを生かして、地元のスーパーマーケットに相談したところ、お取り扱いに賛同いただきました。運用は、農産物の生産、売り場への搬入は支援施設、当社は商流で関わり、スーパーマーケットの産直野菜コーナーでの販売となります。この取り組みで需要も増え、後継者不足で空き地になっている農地の活用にもなっています。地域の課題にも複合的に貢献していることで、障がい者の方々だけでなく、当社の従業員の幸福度と働きがいの向上にもつながっています。



国分九州株式会社 第三支社 鹿児島支店

前田 明祐 (写真左)

向川 美津子 (写真右)



マテリアリティ ③

サプライチェーン

サプライチェーン全体での脱炭素化と
廃棄物の削減に取り組み、持続可能な
インフラ機能を構築する

気候変動を緩和するための脱炭素化への取り組み、食品ロスをはじめとした廃棄物の削減はサプライチェーン全体の連携なくして実現できません。

私たちは、食を通してすべての皆様とともにこれらの課題解決に積極的に取り組み、社会インフラを支える企業としての責任を果たします。

貢献するSDGsターゲット

7.2, 7.3 9.4
11.6 12.3, 12.5

OUR APPROACH

私たちは多くのパートナーに支えられ事業を展開しています。私たちが取り扱う約60万アイテムの商品の生産を担っていただいている生産者や製造者、それらを全国325拠点の物流センターに届け、またそこから約3万軒のお取引先に配送いただく物流パートナー、私たちがお届けする商品を販売していただいている小売業の方々やそれを購入されている生活者の皆さまなど、当社グループが及ぼす影響は多岐にわたり、環境や社会に配慮したサプライチェーンの構築が必要であると考えています。流通に関わるエネルギーの使用や食品ロスの問題は私たちだけでは解決できません。あらゆるパートナーと協力し、環境や社会の課題を共通目標として、共創圏の拡大を進め、解決に向かって前進します。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>サプライチェーンはこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/supplychain/>

首都圏西マザーセンターの立ち上げと活用推進

国分グループは、流通に関わるエネルギー使用量の削減を図るため、異業種を含めた共同配送や共同倉庫構築の取り組みを進めています。

国分首都圏では、共同倉庫を立ち上げ共同配送を行うことで、エネルギーの削減と人員の効率化が可能であると考えました。当社がメーカー各社に声がけし、2021年11月に、東京都昭島市に首都圏西マザーセンターを立ち上げました。この取り組みにより輸送にかかるCO₂の削減だけでなく、物流の2024年問題や、効率的な在庫管理による食品ロス削減、人手不足などの課題解決策の一つになると考えています。

2023年6月現在 賛同企業（敬称略）

秋田酒類製造（株）、（株）アルプス、三和酒類（株）、北海道ワイン（株）、菊水酒造（株）、白瀧酒造（株）、新潟銘醸（株）



首都圏西マザーセンター（東京都昭島市）

食品廃棄物削減に向けた戦略を策定

私たちはマテリアリティにおけるKPIの一つ「2030年までに、食品廃棄物量を2017年比50%削減する」の達成に向けた戦略を策定しました。具体的な活動として、食品廃棄物の発生を最小限に抑える取り組みや、発生した場合は無駄なく利用するための具体的な方策を取り決めました。また、3分の1ルール*の撤廃や生活者に向けた情報発信などを通しステークホルダーにアプローチすることで意識を高めていくことを目指します。これにより、卸売業だけでなく、メーカーから販売店、生活者の食卓に至るまで、サプライチェーンすべてにおける食品廃棄物削減に取り組んでいきます。

*賞味期限が残り3分の1となる前に、卸業者が小売店に納品しなければならない商慣習



食品廃棄物削減に向けた戦略

Voice

新砂青果プロセスセンターにおける野菜くずの肥料原料化

国分フレッシュリンクの新砂青果プロセスセンターでは、スーパーマーケットのバックヤード作業である野菜の半カットやパック詰めなどの作業を受託しており、加工する際に発生する大量の野菜くずの有効活用を検討していました。そこで、生ごみを処理し堆肥のもととなる一次発酵物にする設備を導入しました。これまで焼却処分していた大量の野菜くずが堆肥原料としてリサイクル可能となっただけでなく、月々の処理費用を約5分の1に抑えることができました。食品残渣削減および食品リサイクルは初めての試みでしたが、今後も他センターで同様の展開を図っていきたいと考えています。



国分フレッシュリンク株式会社
青果事業部 営業課

千葉 修平



マテリアリティ ④

マーケティング

バリューチェーンの効率化を図り、
鮮度が高く有益化した情報で新たな価値
を創造し、生産者から消費者まですべての
人々の豊かな生活を実現する

私たちの使命は、商品とともに「生産者の想い」を選び、そこに新たな価値を加えて世界中の人々にお届けすることです。情報を読み解き、価値を高めイノベーションを通じて、より良い商品やサービスを効率よく生活者に届ける。このマーケティング活動により、私たちはすべての人々の豊かな暮らしを実現します。

貢献するSDGsターゲット

8.3, 8.9
12.3, 12.8

OUR APPROACH

国分グループの事業は食品の生産者から生活者までをつなぐ結節点となる卸売業であり、多くの情報が集約され、商品と一体となり皆さまの元へ届けられています。

私たちはこの情報を単なる情報としてだけでなく、生きた情報としてお届けすることを大切にしています。生産者の想いを商品とともにお届けし、また、商品を使う生活者の情報も生産者に伝えています。それを基に、生産から廃棄に至るまでの課題を見出し、社会課題と捉えて解決を図るため、さまざまな取り組みを行っています。

販売現場での作業負担や食品ロス問題を解決するためのプロセスセンターの拡大に取り組んでいます。また、食を楽しみながら理解し、その大切さを伝える生活者向けの体験学習プログラムや小学校から大学の学生を対象にした食の教育プログラムなどこれからの担う世代の育成などの活動にも力を入れています。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>マーケティングはこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/marketing/>

国分北海道×国分九州×国分フレッシュリンク相互売買で食の品ぞろえの格差解消

北海道や九州は食資源が豊富ですが、一方でその多くが都市部や東京に送られるため、産地間でさまざまな種類の食資源が流通せず、産地ではその季節にとれる食資源しかないといったような格差が生じています。また、地域による季節のずれで、流通する地域や時期に偏りがあり、品ぞろえに影響を与えることが課題でした。

そこで国分フレッシュリンクが日本で最大の青果物の集荷基地でもある大田市場に拠点を構え、国分北海道と国分九州の食材を相互に流通させる集約と分配の機能を担うことで、品ぞろえ不足による食の格差を是正してきました。

今後はほかのエリアでの展開も検討しています。バリューチェーンの効率化を図り、すべての人々の豊かな生活を実現できるよう、取り組んでいきます。



相互売買で食の品ぞろえの格差を解消

ステークホルダーとともに、食を通じた地域の魅力を発信

国分グループ本社イノベーション推進課では、国分中部と食を起点にした地場産業の振興を実現するため、2022年10月に松阪市、国分グループ本社、国分中部の包括連携協定を締結しました。松阪市民のソウルフードである「鶏焼き肉」が、松阪牛と比較して認知度が低いことから、全国的な認知拡大を目指し、地元の有限会社丸井食品三重工場とNPO法人Do it 松阪が共同開発した「松阪鶏焼き肉のタレ」の販路拡大や関連商品の開発を支援しています。

他の地域でも低利用魚や地元特産品の未利用資源を使い、地元出身の料理人や高校生と商品開発を行うなど、産官学連携による食の取り組みで地方創生を支援しています。



松阪「鶏焼き肉」の認知度向上で地方創生を支援

Voice

岩手の大学生による「i-Sake プロジェクト」への多面的な協力

岩手の日本酒を愛する岩手大学農学部が、若い世代にもその魅力をアピールし、広げていきたいという思いで立ち上げた「i-Sake プロジェクト」。酒造メーカーと共同で、田植えから稲刈り、酒造りまで行う熱意に共感し、国分東北でできることを模索し始めました。国分グループのネットワークを使って販路を拡大するだけでなく、地元の飲食店で販促ツールとして使用されるお酒のメニュー表を提供するなど、コト売りも含め支援しています。そのほか、酒粕の販売、米ぬかを使った化粧品の開発など、副産物に関する提案も行っています。岩手の魅力や持続可能な社会をともに考え、地域振興に貢献していきたいと思っています。



国分東北株式会社 第二支社
岩手支店

田村 信士



マテリアリティ 5

生活者

あらゆる変化に対応し、
すべての生活者が健康的で豊かな食を
得られるサプライチェーンを構築する

「食」は、世界中すべての人々が必要とし、身体と心の健康を保つ大切な要素です。気候変動や自然災害、その他のいかなる事象によっても、食の供給が止まることがあってはなりません。私たちは、ライフラインとしての「食」の重要性を理解し強靱な食のサプライチェーンを構築するとともに、社会的立場や経済的な状況にかかわらず、すべての生活者が健康的で豊かな食にアクセスできる社会の実現を目指します。

貢献するSDGsターゲット

1.5	2.1, 2.2	3.4
9.1	13.1	

OUR APPROACH

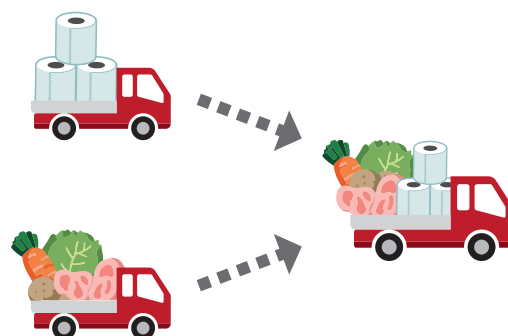
食はすべての生活者が健康な身体と心を維持するために必要な要素です。私たちは気候変動や自然災害などの出来事にかかわらず、生活者に「食」をお届けすることを止めてはなりません。世界中が経験したパンデミック、紛争などでは食のインフラ維持が大変難しくなります。また、国や地域の状況によって、必要とされる食糧や栄養素、インフラなどの要素は異なるため、私たちは柔軟に対応する必要があります。高齢化や人手不足が進む日本では、嚥下しやすく栄養豊富な介護食や効率的な流通網による配送など、さまざまな取り組みが求められます。国分グループはいかなる時にも「すべての生活者が健康的で豊かな食にアクセスできる社会を実現する」という使命を果たすために、気候変動や自然災害を織り込んだ経営計画を検討し、誰もが食にアクセスできるように強靱なサプライチェーンを構築していきます。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>生活者はこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/consumer/>

過疎地域への共同物流の取り組み

国分グループでは、「買い物難民」などに対し、物流シェアリングを活用した仕組み作りに取り組んでいます。国分北海道では、道東地区の過疎地域への物量が減少してきたため、同じ流通企業に共同配送を提案したところ、日用品・化粧品卸売業の株式会社あらたから共感いただき、配送を効率的に継続することができました。また、国分西日本浜田営業所では、仕入れロットが大きく直接仕入れができないという課題に対し、株式会社松屋開盛堂と商品在庫の共有を行い、仕入れロットを増やすことで解決することができました。同業や異業種との取り組みを展開していくことで、食のライフラインを途絶えさせることなく、すべての生活者が良質な食にアクセスできる社会を実現したいと考えています。



効率的な配送と買い物難民対策を実現する共同物流

骨まで美味しく食べられる魚

魚介類には良質の動物性たんぱく質やビタミンに加え、動脈硬化の予防が期待されるDHAや骨を丈夫にするカルシウムなどが多く含まれています。日本では近年、若年層を中心に魚離れが進んでおり、カルシウムの不足が指摘されています（厚生労働省「国民健康・栄養調査」参照）。国分グループ本社では、特許技術をもつ株式会社モリヤとの協業で、魚の風味や食感を保ったまま、骨だけを柔らかくした「ふっくら骨まで美味しい魚」の製造・販売を実現しました。骨ごと食べられることで、子どものカルシウム不足を補うとともに、ご高齢の皆さまには、骨を気にすることなく安心して食べられるため、スーパーや外食、給食、高齢者施設など、多くのお客さまから支持いただいています。また、従来廃棄していた骨などの部位も美味しく召し上げられるため、50%の廃棄削減が可能となりました。今後も魚種を増やしていきたいと考えています。



小骨の多い秋の味覚・サンマも骨ごと食べられる
（「ふっくら骨まで美味しい魚」シリーズを使用したお弁当）

Voice

TCFD ワーキンググループに参加して

TCFD ワーキンググループに参加し、気候変動の現状や将来起こりうる外部環境リスクについて改めて認識し、逼迫した問題であることを理解しました。

ワークショップでは、他部署のメンバーとともにリスクと機会を洗い出し、気温が1.5℃と4℃上昇した世界のどちらに、より当てはまるのかを考え、当社における優先順位を付ける作業が難しいと感じました。さまざまな視点からのその意見に触れることで、それぞれが学び、深く考えながらワークに取り組むことができたと思います。

TCFDの情報開示をゴールにするのではなく、今回身に付けた知識や難しく感じたポイントを生かした施策を立案・実行することで、策定の意義や項目内容を社内に正しく理解、浸透させることを目指します。



国分グループ本社株式会社
経営企画部 企画課

浜口 絵里



マテリアリティ ⑥

人 財

ダイバーシティを実現し、すべての人が
“ワクワク”しながら能力を発揮でき、
個人のやりがい企業が成長につながる
会社にする

マテリアリティ①～⑤の目標達成を支えるのは、国分グループで働くすべての従業員＝人財です。私たちは、年齢、性別、国籍、障がいなど多様な個性を認めあい、人生のあらゆるステージにおいて最大限能力を発揮できる場を提供するための基盤を構築していきます。ワクワク感を持ち、日々の仕事を進め、その成果が人と会社の成長につながる。

相互の好循環をもって、持続可能な社会の実現を支えます。

貢献するSDGsターゲット

4.4, 4.7 5.1, 5.4,
5.5 8.1, 8.5 10.2

OUR APPROACH

国分グループで何よりも大切にしている財産は従業員です。

私たちのSDGsステートメントである「300年間紡いだ商いを、次世代に繋げていく。私たちは食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造します」を実践するために、従業員一人ひとりが、日々の業務を「誇り」と「ワクワク感」をもちながら進めることのできる環境が大切と考えています。先人たちの努力と事業継続への強靱な意思を継ぎ、世界中の人々の幸せと笑顔を創造できるよう、自らが高い目標を掲げ、挑戦することを応援し、評価する企業風土を育むべく「仕事における幸福度」の向上を推進しています。また、多様な価値観をもつ人材を育成するために、ダイバーシティやジェンダー、人権に関する教育制度を充実させ、働きがいを感じることができ環境を目指しています。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>人財はこちら

▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/humanresources/>

女性リーダーの育成

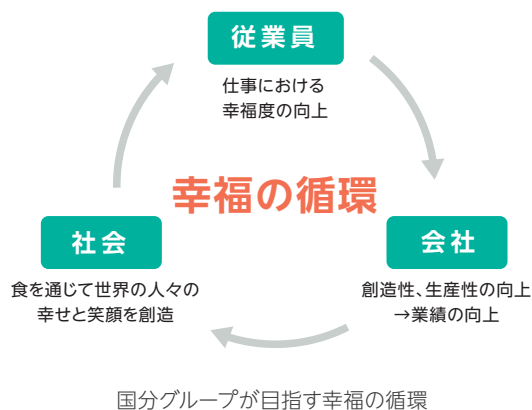
私たちは人財のKPIに「2030年までにチャレンジへの支援や評価、リーダー育成方法を構築する」「2030年までに上級職に占める女性の割合を15%以上にする」と定めています。女性リーダーを育成するには、上司の理解やサポートも必要と考え、上司と部下がともに学ぶ研修プログラムを開発しました。上級職として必要なスキルだけでなく、女性活躍促進のための要件なども学ぶ総合的なプログラムです。2021年度からスタートし、2022年は3期生が受講、6名が上級職に昇格しています。男女問わず多様性のある従業員が食の価値を創造することで、食を取り巻くさまざまな視点からの課題解決につながると考え、今後も取り組みを継続していきます。



女性リーダー育成プログラムの研修の様子

仕事における幸福度向上のために

当社グループでは、2025年までの第11次長期経営計画の価値創造目標の一つに従業員の「仕事における幸福度」向上を掲げています。SDGsステートメントおよび企業理念のサブワードにもあるように「世界の人々の幸せと笑顔を創造する」ためには、従業員が幸せで、笑顔でいることが重要です。そのため、従業員が「個々の人生の価値観」にフォーカスを当てた上で仕事においての幸福を探究する「パーパスワークショップ」を行い、2年間でパートタイマーを含む全従業員の約4分の1にあたる約1,300名が受講しています。ほかにも従業員による職場改善活動や経営層との職場ミーティングを継続的に実施するなど、従業員、会社、社会において幸福の好循環が創出されるサイクルを目指しています。



Voice

メンター制度導入による居心地の良い職場と相互成長の実現

コロナ禍により、対面での会話の機会が減った影響で、会社全体や他部署を理解する機会が少なく、分からないことがあった際に対面で相談することへの抵抗や誰に相談すべきなのかと悩んでいる若手社員が多いと感じていました。メンター制度を通して、メンター※1として寄り添い、信頼関係を構築していく中で、メンティ※2が自分なりの課題の改善方法を考えるきっかけをもつ機会にもなったと考えています。

私個人としても、傾聴力の向上、多様な価値観の理解にもつながりました。メンティの所属部門では、本人の変化にいち早く気づき、課題を解決するためのサポートがしやすくなったという利点もありました。今後も幸福度向上のため、取り組みを継続していくことで、従業員全員にとって居心地の良い職場になっていくことを目指していきます。

※1 対話や相談、助言を通じて、精神的にサポートする人。(他部署の先輩)

※2 対話や相談から助言を受ける人。(新入社員・若手)



国分フードクリエイト株式会社
人事総務部

西谷 里子

人権の尊重

基本的な考え方・方針

私たちは、人権を「人が生まれながらにしてもつ人間らしく幸せに生きるための、侵すことのできない永久の権利」であることと認識しています。人権の尊重は、国分グループの行動憲章・行動規範である「平成の帳目」でうたっており、また、企業理念の一節である「食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造する」上で、何よりも

大切であると認識しています。

この考えに基づき、役員・従業員はもとより、企業活動において関わりのあるすべての人の人権を尊重するため「国分グループ人権方針」を2022年6月に策定し、人権尊重の取り組みを推進しています。

人権方針（項目のみ抜粋）

- | | |
|----------------|-----------------|
| ① 国際人権基準の支持・尊重 | ⑤ 人権デュー・ディリジェンス |
| ② 適用の範囲 | ⑥ 是正・救済 |
| ③ 推進体制 | ⑦ 教育・研修 |
| ④ 人権尊重の実践 | ⑧ 情報開示 |

人権方針全文はこちら ▶ https://www.kokubu.co.jp/sustainability/pdf/Human_rights_policy.pdf

体制

国分グループでは、人権への取り組みの責任者を国分グループ本社 取締役常務執行役員サプライチェーン統括部長とし、サステナビリティ委員会が推進主体となることで責任の明確化と実効性を担保しています。

「コンプライアンスホットライン」では人権に関する

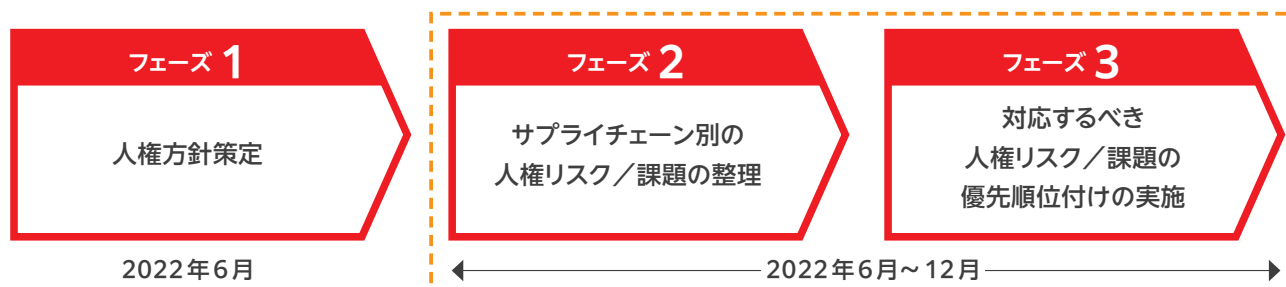
疑義や懸念事項が生じた際に、お取引先およびグループ従業員の声も受け付けています。今後はサプライチェーンに関わるすべての人へ対象を拡大し、人権に関する相談・通報を受け付けていることを周知していく予定です。

人権リスク／課題対応

企業活動はさまざまな人権に影響を与えます。グループ従業員の権利だけでなく、地域社会、お取引先、生活者などの関連するステークホルダーの権利も考える必要があります。

国分グループは、人権侵害が企業にとって大きなリスクであると認識した上で、サプライチェーン別の人権リスクと課題を整理し、優先順位付けを行いました。

人権リスク／課題対応のフェーズ



人権デュー・ディリジェンス

人権デュー・ディリジェンスとは、人権への負の影響を特定し、人権侵害を未然に防止するとともに、人権侵害が起こってしまった場合でも、できるだけ早く対応するための、一連のプロセスのことです。国分グループは、人

権デュー・ディリジェンスの一環として、事業活動において取り組む人権リスクを抽出・整理し、優先順位付けを行った中から、重要と考える事項を以下の5つに特定しました。

個別に考慮すべき事項

- ① 差別・ハラスメントの禁止
- ② 強制労働、児童労働の禁止
- ③ 適切な労働条件の提供と労働時間の管理
- ④ 安全で衛生的かつ健康な労働環境の確保
- ⑤ 地域住民の権利への配慮

人権リスク／課題対応のステップ



今後の取り組み

国分グループは、特定した個別に考慮すべき事項について、対策を強化していきます。人権に関する取り組みをサブライチェーン全体に広げていくため、サブライチェーンに関する方針およびステークホルダーに協力を求めるガイドラインの作成を予定しています。また、グ

ループ会社の実態調査のためのアンケートやヒアリングを実施する予定です。今後も社内外のステークホルダーとともに、さらなる人権デュー・ディリジェンスを推進していきます。

コンプライアンス

考え方・方針

国分グループは、企業理念、企業文化の根底として、社是に「信用」を掲げ、社是を守り続けていくための行動憲章・行動規範に「平成の帳目」を定めています。また法令順守のための各種規程を策定するなど、さまざまな対応を行っています。

コンプライアンス推進体制

国分グループ本社 取締役執行役員 コンプライアンス室長を責任者とし、コンプライアンス室が推進を担っています。

国分グループでは2021年度より各部門で確認する自己点検制度を設け、3つのディフェンスラインの役割分担を明確にし、法令順守や社内規程などが確実に守られているかどうか、定期確認をしています。また、第3ディフェンスの監査部門と第2ディフェンスが連携して毎年チェック項目のブラッシュアップを行い、取り組みの強化をしています。

目指す内部統制の体制

ディフェンスラインごとの内部統制上の役割

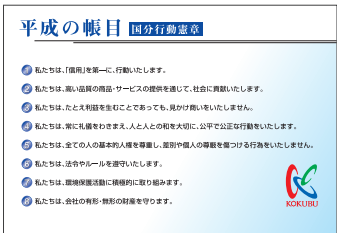
ディフェンスライン	部門	必要とされる役割・機能
第1ディフェンス	現場 〔・エリアカンパニー ・カテゴリーカンパニー ・事業会社 ・グループ本社〕	・主管部門が提示するルールを順守 ・現場自らの定期的なチェック
第2ディフェンス	本社主管部門 〔グループ本社 ・管理部門 ・統括系部門〕	・主管とする業務のルールの制定と周知 ・上記ルールの改定・形骸化防止 ・現場における業務のサポートと実施状況の確認
第3ディフェンス	監査室	・順法精神の醸成、内部統制マインドの浸透啓発 ・会社全体のルール順守の統括 ・現場の業務運営状況のチェック ・現場と主管部門との橋渡し・連携強化対応

研修・教育

グループ従業員がコンプライアンスの意味を理解し、内容を順守するために、行動憲章・行動規範「平成の帳目」を日本語・英語・中国語で配布・掲示して周知徹底するとともに、定期的な研修を行っています。

年に一度、全従業員を対象にコンプライアンスの意識強化を図るための研修を行うほか、現場の業務に関連した法律を学ぶ研修も実施しています。また、グループ独自の内容を織り込んだものや時流に沿ったテーマでコンプライアンス事例を月1回発信し、理解度の確認も行っています。2022年度に行ったeラーニングでは、受講率88%と、昨年とほぼ同数の従業員が受講しました。

新入社員研修は、社是・企業理念・平成の帳目を大切にし、社会の一員として活躍できるように努め、「世の中、食産業、従業員」三方よしの実現を目指す「国分スタンス」についての教育を人事総務部が中心となり、実施しています。



社員が常に携行している「平成の帳目」のカード

内部通報制度

国分グループでは、2022年3月、内部公益通報規程を改定し、社内窓口「コンプライアンスホットライン」に社外窓口を設置しました。対象範囲はグループ役員・従業員、派遣社員およびお取引企業の従業員で、メール、電話、FAX、イントラネットなど、さまざまな手段でのアクセスが可能となっています。またグループ役員・従業員が利用できる「コンプライアンスホットライン」はイントラネットで常に受け付けており、気付いた時にいつでも通報できるようにしています。

不正については監査室、労務問題に関しては人事総務部が調査を担当します。また通報による不利益な取り扱いの禁止を明示しています。これらの仕組みを従業員に周知するとともに、各部署にハラスメント相談員を置いています。

リスクマネジメント

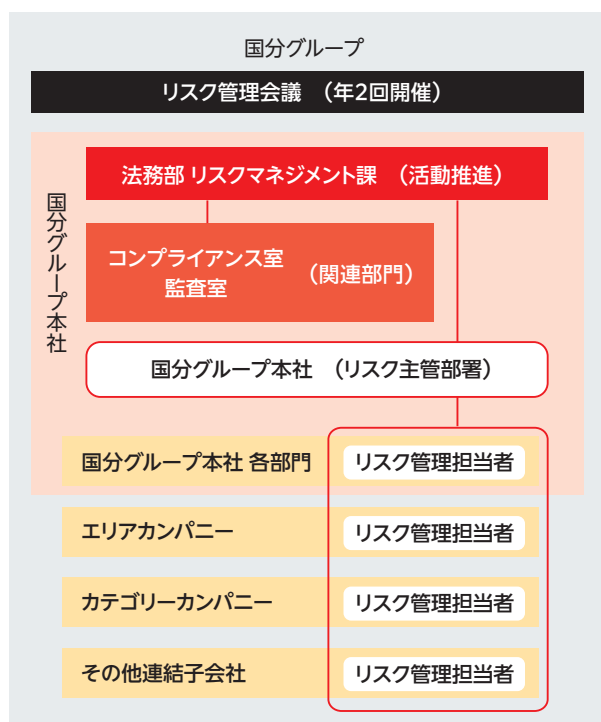
考え方・方針

国分グループでは、企業を取り巻く環境の変化に対応し、リスク発生の未然防止および発生時の損害の最小化を図るため、2016年度よりグループ全体のリスクマネジメント活動を開始しました。定期的にグループ各社でリスクに関する洗い出しを実施しています。その中で緊急性・重要性の高いものを抽出し、優先順位を付けた上で、重要意思決定機関である経営会議にて情報を共有し、継続的にリスクマネジメントできる体制の整備を行っています。また2021年から、国分グループ長期経営計画のサイクルに沿ったリスクの洗い出しを行い、経営戦略と連動した対応を行っています。

リスク管理体制

国分グループ本社の法務部リスクマネジメント課が事務局となり、国分グループ本社のリスク主管部門とともに、リスク情報の収集・把握、分析、対応策の検討、報告、是正・モニタリングなどの活動を推進しています。また、グループ各社のリスク管理責任者と年2回、リスクマネジメント活動を共有し、進捗の確認と促進を図っています。

グループリスク管理体制



取り組み

2023年から第4期リスクマネジメント活動を開始し、以下の対応を行っています。

第4期活動 (2023年4月～2026年3月)

- 1) 海外輸出取引に伴うリスク
- 2) 近年の社会情勢を踏まえた独占禁止法・下請法への対応
- 3) 情報管理 (機密情報・重要文書管理、個人情報管理体制の強化)
- 4) エネルギー政策

なお、第1期から第3期までのリスクマネジメント活動は以下の通りとなります。

これまでの活動

- 1) 労働基準法改正・労働時間管理・ハラスメント対応
- 2) 情報管理 (機密情報管理・インターネット炎上対応・個人情報保護)
- 3) 商標・著作権などの知的財産の保護
- 4) 酒税法・販売規制への対応
- 5) 首都圏以外での地震、(全社)風水害対策
- 6) 環境法令対策
- 7) リスク情報の共有・一元管理
- 8) ITサービスのシステム外販に伴うリスク
- 9) 海外輸出入取引に伴うリスク
- 10) 物流事業の庫腹*活用に伴うリスク

*保管倉庫の有効なスペース

危機管理委員会によるBCM (事業継続マネジメント)

いつ起こるか分からない自然災害、災害や事故、パンデミック、テロ攻撃などの緊急事態に備え、国分グループでは事業継続のための「災害対策基本計画書」を定めています。緊急事態が発生した際、「従業員の安全確保」「会社機能の保全」「お取引先への商品確保・供給の継続 (事業の継続)」「社会的責任の遂行」の速やかな対応を実現するための体制を整備しています。また国分グループ本社および各グループ会社と連携し、毎年計画的に災害訓練を実施しています。

会社情報

会社概要

会 社 名	国分グループ本社株式会社 (KOKUBU GROUP CORP.)
創 業	1712年
設 立	1947年11月21日
本 社	東京都中央区日本橋1-1-1
事 業 内 容	酒類・食品・関連消費財にわたる卸売業および流通加工、配送業務、貿易業、不動産賃貸借業 ほか
従 業 員 数	5,059名(連結:2022年12月31日現在)

役 員 (2023年4月1日現在)

代表取締役	國分 勘兵衛	國 分 晃	
取 締 役	國分 泰孝	物 井 敦	山 崎 佳 介
	鈴木 嘉一	品 田 文 隆	林 恒 喜
	山 本 栄二	鈴木 公一	平 井 匠
	川 野 政 治		
常勤監査役	柄 秀 典	小木曾 泰治	
監 査 役	國 分 達 夫	右 近 順 一	

役員の担当業務および執行役員はこちら▶<https://www.kokubu.co.jp/company/tree/>

グローバルネットワーク

海外事業会社

- ②⑤ 潍坊三慧物流有限公司
- ②⑥ 上海国分商貿有限公司
- ②⑦ 上海峰二食品有限公司
- ②⑧ 深圳市一番食品有限公司
- ②⑨ 北京必愛喜食品營銷有限公司
- ③⑩ 上海恒孚物流有限公司

- ③① KOKUBU SINGAPORE Pte. Ltd.
- ③② KOKUBU Commonwealth Trading Pte. Ltd.

大学への出張講座開催

国分西日本株式会社

国分西日本では、地域の次世代へ向けて教育が重要だと考えています。その中で大阪府にお声がけいただき、大阪府立大学の経営を学ぶ学生33名および千里金蘭大学栄養学科の管理栄養士を目指す学生数名に向け、食品企業について学んでもらうため、食品流通やマーケティング、商品開発についての講義を行いました。今後も行政との共創圏を構築するとともに、さらに若年層の高校生に向けても次世代教育の門戸を広げ、取り組む予定です。



国分グループは食に関わる企業として、地域の食産業を持続可能なものとするため、将来世代を担う生徒に食の教育をはじめ、相互に情報交換も行っています。

■ マイスター・ハイスchoolへの取り組み

国分北海道株式会社

国分北海道では、文部科学省が推進する「マイスター・ハイスchool事業」*に指定された北海道静内農業高等学校からご依頼を受け、同校生徒に向けた「食に関わる授業」を実施しています。食品流通と卸売業の役割や食品表示の基礎知識、食品栄養に関する授業を行ったほか、物流センターの視察や商品開発のワークショップなどの体験学習も提供しました。今後は、より発展した持続可能な地域発次世代イノベーター人材育成授業を実施する予定です。食品業界に携わる将来世代の人材を育成することで食産業の活性化に貢献するとともに、学校×自治体×地元企業との連携による、地域資源を活用した商品開発にもつなげていきたいと考えています。

※文部科学省が2021～2023年度に推進する、各地域における成長産業の活性化を目的とした産学官連携の取り組み。食育などを通して、次世代の食品業界を担う人材を育み、地元企業や地域の食産業成長につなげることを狙いとしている。



■ 石巻支援学校高等部 現場研修受け入れ

国分東北株式会社

国分東北では、東日本大震災以降、人口減少と少子高齢化が進む石巻市において、食のライフラインを支える食品卸の業務を知ってもらうため、石巻営業所の向かいにある宮城県立石巻支援学校高等部の生徒3名に現場実習としてピッキング作業を体験してもらいました。参加した生徒から「報告・確認の大切さを学ぶことができました。グループ実習の貴重な時間をありがとうございました」といった感想をいただき、実施した意義を感じました。今後も取り組みを続け、食品卸の存在意義を地域の次の世代に伝えていきます。



国内事業会社

- ⑩ 株式会社ナックス
- ⑪ フレッシュリンク豊洲株式会社
- ⑫ フレッシュリンク大田株式会社
- ⑬ 国分フレッシュリンク株式会社
- ⑭ 中部食糧株式会社
- ⑮ ヤシマ株式会社
- ⑯ 新潟酒販株式会社
- ⑰ 株式会社ヌーヴェル・セクション
- ⑱ デリシャス・クック株式会社
- ⑲ 旭トラストフーズ株式会社
- ⑳ 国分ロジスティクス株式会社
- ㉑ 株式会社T&Dロジテム
- ㉒ 株式会社りゅうせき低温流通
- ㉓ 国分ビジネスサポート株式会社
- ㉔ 国分ビジネスエキスパート株式会社

① 国分グループ本社株式会社

エリアカンパニー

- ② 国分北海道株式会社
- ③ 国分東北株式会社
- ④ 国分関信越株式会社
- ⑤ 国分首都圏株式会社
- ⑥ 国分中部株式会社
- ⑦ 国分西日本株式会社
- ⑧ 国分九州株式会社

カテゴリーカンパニー

- ⑨ 国分フードクリエイト株式会社





国分グループ本社株式会社
経営企画部

TEL : 03-3276-4121 FAX : 03-3273-7305
URL : <https://www.kokubu.co.jp>