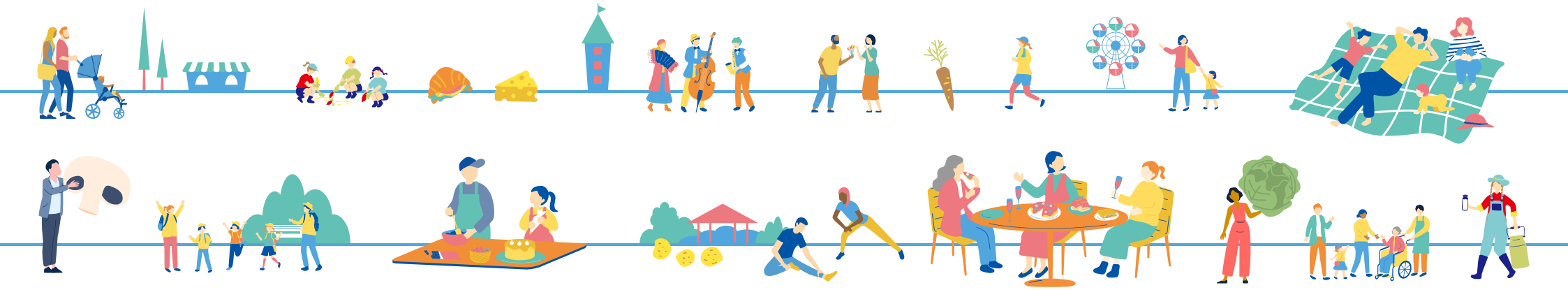
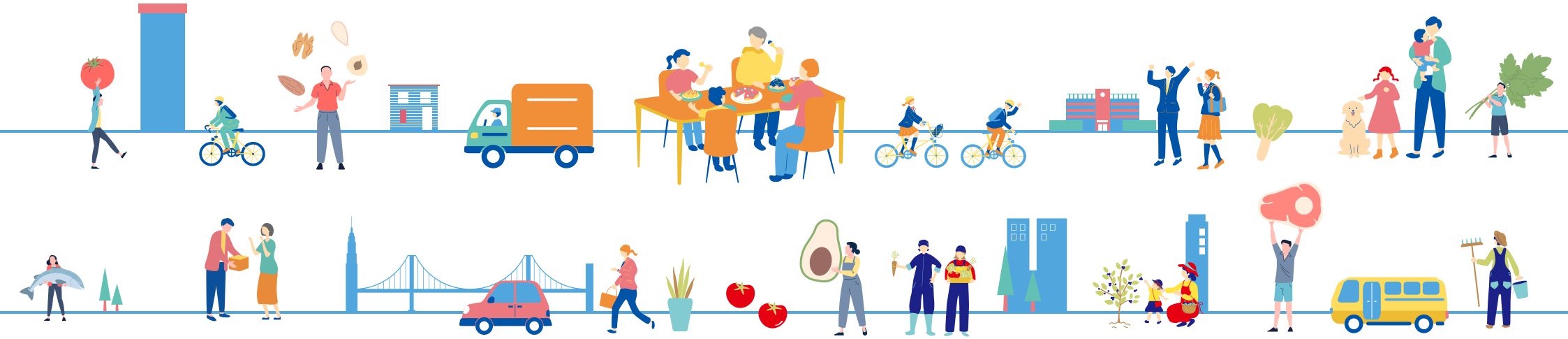


SUSTAINABILITY REPORT 2026

国分グループ

国分グループ サステナビリティレポート 2026



サステナビリティスローガン

Social Impact for the Future

国分グループには「ヒトとヒト」「ヒトと地域」「ヒトと社会」をつなぎながら
共に歩んできた歴史があります。
この源流を受け継ぎ、「未来のための社会的影響」を創出し、
持続可能で豊かな社会の実現に貢献していきます。

国分スタンス

（社是・企業理念・行動憲章）

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、次世代につなげていく。
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。

国分行動憲章・国分行動規範

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。

※1774年に制定した「定目」が時代によって書き換えられ、2002年に今日的に改定したものが「平成の帳目」です。

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。

目次・編集方針

サステナビリティスローガン 01
国分スタンス 03
目次・編集方針 04

Section 1
国分グループのあゆみと、これから

国分グループのサステナビリティのあゆみ 05
積み上げてきた国分グループの強み 06
社長メッセージ 07

Section 2
価値創造の仕組みと、サステナビリティの考え方

価値創造サイクル 11
持続可能な社会と企業の実現に向けて 13
サステナビリティ経営を推進するために 14
マネジメントコミットメント 15

Section 3
価値共創の取り組み

価値創造事例① 17
価値創造事例② 19
価値創造事例③ 21
特集：会長×若手社員 座談会 23

Section 4
マテリアリティ

国分グループ マテリアリティ 27
マテリアリティの取り組みの全体像 29
①温室効果ガス排出量の削減 31
②持続可能なサプライチェーンの構築（環境・人権） 32
③食料危機・食料不足問題への対応 33
④食品ロス・食品廃棄物の削減 34
⑤安定した物流インフラの構築 35
⑥安全・安心な食の提供 36
⑦食を通じた地域創生の実現 37
⑧食を通じたウェルビーイングの実現 38
⑨持続的な成長のための人材育成と労働環境の整備 39
環境方針・推進体制 40
人権の尊重 41

Section 5
ガバナンス

コーポレート・ガバナンス 42
役員一覧 43
コンプライアンス 44
リスクマネジメント 45

Section 6
コーポレートデータ

会社情報 46

編集方針

国分グループは、314年間紡いだ商いを次世代につなげ、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。その取り組みをお伝えし、私たちに対するご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2026年から5カ年の第12次長期経営計画に定めたビジョン「食の価値循環プラットフォーマー ～より地域へ、さらに世界へ～」につながるグループの活動、2026年に再定義したマテリアリティ（重要課題）と、ステークホルダーの皆さまにとって重要と考える内容を報告しています。
本レポートを通じて、皆さまとの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。

サステナビリティレポート2026のポイント

本レポートでは、サステナビリティスローガン「Social Impact for the Future」のもと、国分グループが培ってきた「信用」と「つなぐ力」を起点に、持続可能な食の未来に向けた取り組みをご紹介しています。価値創造事例やマテリアリティ、会長と社員による座談会を通じて、国分グループらしい価値創造の姿をお伝えします。

報告対象組織　原則として、国分グループ36社（国内25社・海外11社）を対象としています。ただし、一部関連会社の情報も掲載されています。

報告対象期間　2025年度（2025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　2026年9月（次回2027年9月を予定）

参照ガイドライン　GRI「GRIサステナビリティ報告基準」
環境省「環境報告ガイドライン2018年版」

免責事項　本レポートにおける将来に関する記述は、制作時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内包されています。したがって、さまざまな要因の変化により、実際の活動結果と異なる可能性があることをご承知おきください。

国分グループのサステナビリティのあゆみ

食の流れを支えてきた314年

1712年、四代國分勘兵衛が江戸・日本橋で創業した国分グループ。日本橋は五街道の起点として全国の物資が集まる、日本の流通の中心地でした。

314年積み重ねてきた「信用」× 国分グループの「進化」

日本橋で創業し、醤油醸造業から食品卸売業へ

1700年代～

1712年 ● 国分 創業

● 四代國分勘兵衛が、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がけるとともに、土浦に醤油醸造所を設ける

1756年 ● 土浦で醸造した醤油に「亀甲大」のマークをつけ江戸で販売。好評を得る

1774年 ● 持続可能な成長戦略について記された最初の「定目」が制定される

1880年 ● 醤油醸造を廃業し、食品販売を主とする卸売業を開始

1908年 ● 海外進出を意識し、K&Kを商標登録

1910年 ● 『國分商報』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、被災後直ちに復興に着手

1971年 ● 第1次長期経営計画を始動

1976年 ● 第2次長期経営計画で、人事理念「会社は社員を大切にし、社員は会社を大きく育てる」を制定

1977年 ● 日本加工食品卸協会発足。十一代國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」と会員各社に呼び掛けた

1999年 ● 総務部に環境対策担当を設置

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

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 ● 環境社会検定試験（eco検定）®※の取得を推奨。（2025年12月時点で1,576名合格）

300周年記念ロゴ

2016年 ● 国分（株）を7つのエリアカンパニー、2つのカテゴリーカンパニー、および国分グループ本社に分社し、グループ企業を再編。国分（株）は国分グループ本社（株）に社名変更

● 西東京総合センターの冷蔵倉庫に自然冷媒を導入

● 環境マネジメントシステムを導入し、環境数値を集約

2017年 ● 会長兼CEO國分勘兵衛、社長執行役員兼COO國分 晃 新体制がスタート

● 環境方針を策定

● 環境管理委員会を発足

● 「社会・環境レポート」発行開始

2019年 ● 経営企画部にサステナビリティ推進課を設置

● 国分グループ本社FSC® CoC認証を取得（ライセンス番号：FSC®-C149164）

● 国分グループ本社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次長期経営計画がスタート ビジョン「食のマーケティングカンパニー」の進化 ～共創圏の確立～

● 人を大切にする会社として「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

● サステナビリティ委員会を発足

2022年 ● 国分グループ人権方針を策定

● 国分グループ健康宣言を策定

● 「サステナビリティレポート」発行開始

● 国分グループ本社ASC CoC認証を取得（CoCコード：ASC-C-03409）

2023年 ● 国分九州 MSC/ASC CoC認証取得（MSC：MSC-C-65004）（ASC：ASC-C-43434）

● 再生可能エネルギーへのタスクフォース開始

2024年 ● サステナビリティの本格推進に向け、推進組織を部へ昇格・改組し、「サステナビリティ推進部」を設置

● TCFD提言に基づく情報開示

● 「持続可能なサプライチェーン方針・ガイドライン」を策定

● 「国分グループ オープンイノベーションプログラム2024」の募集開始

● AI需要予測システムを288拠点に導入完了

2025年 ● 国分フードクリエイトと国分フレッシュリンクを統合し、国分フレッシュ・フードトランス（株）に社名変更

● 国連WFP協会推進「レッドカップキャンペーン」に参加

● 「鎌倉焙煎珈琲 フェアトレードかまくらブレンド」が「第2回フェアトレード・ジャパン・アワード」ソーシャルムーブメント部門で「優秀賞」を受賞

● サステナビリティアンケートの本格的な実施開始

● 「健康経営優良法人2025」認定

● GHG管理システムを刷新

● GHG排出量削減目標を30%から60%に変更

2026年 ● 第12次長期経営計画がスタート ビジョン「食の価値循環プラットフォーマー～より地域へ、さらに世界へ～」

● マテリアリティを再定義

※環境社会検定試験（eco検定）®は東京商工会議所の登録商標です

積み上げてきた国分グループの強み

信用を礎に育んできた、事業基盤

国分グループは、創業以来「信用」を礎に、多くのお取引先や地域との関係を築いてきました。300年以上にわたるその積み重ねは、今、食の流れを支える事業基盤となっています。

1 お取引先・地域と築いてきたつながり

国分グループの強みの出発点にあるのは、長年にわたり築いてきたお取引先や地域とのつながりです。

多様なメーカー・生産者と、小売・外食などの販売先をつなぐネットワークに加え、地域密着で育んできた関係性や共創の広がり、国内外で積み重ねてきた信用が、食の流れを支える大きな基盤となっています。

- 取引メーカー数　約10,000社
- 商品ラインアップ数　約60万アイテム
- お得意先数　約35,000軒
- 連結売上高　2兆2,431億円

※2025年12月末時点

2 現場で培ってきた人と知見

国分グループを支えているのは、現場で培われてきた人材力と知見です。

地域ごとの食文化やお取引先の状況を踏まえ、変化する市場や売り場に応じて価値を提案してきた経験の蓄積が、食の流れを支える力となっています。

長い歴史の中で培ってきた柔軟な判断力や、多様なニーズに向き合う姿勢も、国分グループらしさの一つです。

- 地域・顧客理解
- 現場での経験知
- 提案力
- 柔軟性

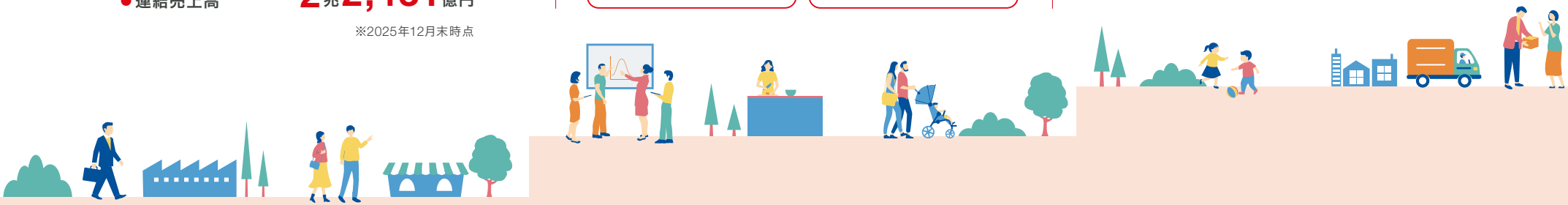
3 新しい価値を生み出す共創力

国分グループは、既存の流通を支えるだけでなく、パートナーとともに新しい価値を生み出してきました。

地域密着の視点と全国卸の機能を併せ持つことで、地域の食の価値を全国に届けるだけでなく、新たな商品や売り方、事業機会へとつなげています。こうした共創の広がりが、国分グループの価値向上を支えています。

- 共創案件数　240件

※2025年12月時点



Top Message

社会価値と経済価値を循環させ、持続可能な食の未来を切り拓く「食の価値循環プラットフォーマー」へ

代表取締役社長執行役員
兼 COO
國分 晃

2050年を見据え、国分グループの目指す姿を問い直す

2025年を終え、国分グループはこれまで積み重ねてきた歩みを礎に、次の成長を見据える新たな局面を迎えました。そして2026年、第12次長期経営計画（以下、第12次長計）をスタートしました。

この節目にあたり、強く感じているのは、私たちを取り巻く経営環境が、もはや従来の延長線上では見通せない局面に入っているということです。

気候変動の深刻化、人手不足による物流の構造的な問題、人口減少による国内市場の変化、地政学リスクの高まり、そしてAIをはじめとするデジタル技術の急速な進展。こうした変化は、一時的な逆風ではなく、私たちの事業そのものに関わる、避けては通れない「メガトレンド」であると捉えています。

だからこそ、第12次長計では目の前の課題への対応にとどまらず、2050年を見据えたバックキャストの視点から、国分グループの目指す姿をあらためて問い直しました。今回の第12次長計は、従来の枠にとらわれず未来に向けて挑戦するとともに、これまでの変革で得た経験と成果を生かして、次に目指す姿を具体化する計画です。今回の策定は、実行へ踏み出す出発点であり、組織にとって大きな節目と位置づけています。

10年の変革が、第12次長計のベースをつくった

今回の第12次長計の背景には、第10次・第11次長計を通じて進めてきた変革の積み重ねがあります。さらにさかのぼれば、第8次・第9次長計の頃から、私たちは菓子、フードサービス、低温、農産・水産、アジアといった新しい領域への参入や、冷凍・冷蔵・常温の3温度帯センターなどのインフラ整備を含む先行投資を続けてきました。人口減少と少子高齢化が進む日本において、従来の卸売業の在り方のままでは未来は描けない、そういう危機感が一貫してあったからです。

第10次長計では、卸基盤再構築[※1]という大きな変革に踏み出し、第11次長計では、その構築した基盤を生かし、食に関わるあらゆる事業者だけでなく、生活者までを対象に含め、食のバリューチェーン全体へと視野を広げていきました。私は、この10年が一つの変革期だったと思っています。第11次長計の策定に向けた議論がコロナ禍の真っ只中で行われたことも含め、先が見えない中でも、その先にどのような姿を目指すのかを構想したという意味で、大きな転換点でした。

結果として、この10年で私たちは大きく成長することができました。売上高は2兆円を超え、経常利益も295億円に達しました。何より大きかったのは、各エリアカンパニーや事業部が、自分たちの未来を自分たちで構想し、戦略として描けるところまで力をつけてきたことです。第11次長計を通じて、共創圏パートナーとの活動も着実に広がりを見せ、販路開拓や新商品開発などの面でも成果が積み上がってきました。こうした蓄積があったからこそ、第12次長計では、国分グループの次の役割をより明確に打ち出すことができたのだと思っています。

※1 卸基盤再構築：メーカーと小売業をつなぐ卸売業が、市場環境の変化や人手不足に対応するため、グループ企業の統合・物流網の最適化・IT/デジタル化（DX）などを通じて経営や業務の仕組みを抜本的につくり直す構造改革

第12次長計で示した「食の価値循環プラットフォーマー」という意志

そのうえで、第12次長計で私たちが掲げた新たなビジョンが「食の価値循環プラットフォーマー ～より地域へ、さらに世界へ～」です。

この言葉には、単に商品を流通させる企業ではなく、食を取り巻くさまざまな社会課題に向き合い、生産者から生活者までをつなぎながら、価値を循環させる存在でありたいという意志を込めています。私は、社会課題に向き合うことと、事業として成り立たせることは、決して別のものではないと考えています。むしろ、地域課題や食の課題、環境の課題に真摯に向き合い、それを継続可能な事業として回していくことこそが、これからの企業経営に求められる姿であると思っています。

今回、あえてこの言葉をビジョンの中心に据えたのは、きれい事で終わらせず、事業として実装し、継続的に回していく覚悟を明確にするためです。国分グループには、その実装力があると考えています。

その実現に向けては、営業活動や顧客接点、提案内容、現場で得られた知見を生かしながら、AIを活用して価値創造の精度を高めていきます。また、低温事業と生鮮事業を融合した国分フレッシュ・フードトランスの始動により、小売業の人手不足や生産地の加工ニーズへの対応など、新たな付加価値の創出にも取り組んでいます。

さらに、「より地域へ、さらに世界へ」という方向性も、このビジョンと一体です。地域の中に深く入り込み、社会課題の解決に関わること。日本の食文化や食品の価値をグローバルにも広げていくこと。その両方を見据えることで、国分グループの役割はさらに大きく、かつ明確になっていくと考えています。

食のインフラとして、平時も有事も支える

国分グループはこの数年で、ますます「食のインフラ」としての責任を担う存在になってきたと感じています。災害時や社会の混乱時にあらためて浮かび上がるのは、食が暮らしを支える基盤だという事実です。平時には当たり前に機能している供給網も、有事の際や災害発生時などには、その価値と責任の重さが一気に顕在化します。第12次長計やマテリアリティ見直しの根底にも、この認識があります。

とりわけ近年は、気候変動や国際情勢の不安定化を背景に、食料安全保障の重要性が急速に高まっています。食を安定的にお届けするには、国内の需給調整だけでなく、平時から輸出入や海外ネットワークを確実に機能させておくことも欠かせません。有事には国内への安定供給を果たすためにも、平時から事業として持続可能な供給の仕組みを整えておく必要があります。その意味で、海外市場への展開は単なる成長機会にとどまらず、日本の食を支える基盤をより強固にする取り組みでもあります。

マテリアリティを見直し、経営と事業の実装につなげる

第12次長計の策定に伴い、マテリアリティも見直しました。2020年に特定したマテリアリティは、当時として大きな意味を持つものでしたが、その後、社会環境も事業環境も大きく変化しました。今の時代に即し、第12次長計の考え方と結びついた形で、もう一度整理し直す必要があると考えたのです。

見直しにあたって重視したのは、2050年を見据えたバックキャスト視点、ステークホルダーからの要請、そして国分らしさの3つです。国分グループが創業から300年以上受け継いできた社是の「信用」や企業理念「継続する心・革新する力」、そして行動規範である「平成の帳目」は、私たちが進むべき道を照らし続ける「確かな道標（みちしるべ）」です。一方で、それを現代の経営や事業の言葉に置き換え、実行可能な形にしていく必要があります。

重要なのは、マテリアリティを単なる開示項目で終わらせないことです。社会課題への対応を「守り」にとどめず、新たな事業機会や価値創造へとつなげていかなければなりません。例えば、GHG排出量削減に向けては、自社物流の効率化だけでなく、共同配送の枠組みづくりも進めています。また、食品ロス削減や地域課題への対応も、単なるコストとして捉えるのではなく、新たな価値創造へとつなげる発想が欠かせません。経営として実装し、事業として回していけるかどうかがこれからの企業に問われていることだと考えています。

現場の「人の力」に、デジタルの革新力を掛け合わせる

国分グループの強みは、全国ネットワークと長年培ってきた「信用」、そして現場でお取引先や地域と向き合う人の力にあります。AIがどれだけ進化しても、現場で得られる気づきや対話の中から生まれる暗黙知は、簡単には代替できないと私は考えています。実際、国分グループには、川上から川下まで、あらゆる業態、あらゆるカテゴリーにまたがる「食のデータ」と「現場での経験知」が蓄積されています。これは、私たち卸売業だからこそ持ちうる大きな資産です。

一方で、こうした知見も、可視化されて、循環されなければ十分な力にはなりません。そこで私たちは、営業活動や提案、物流現場の知見などをデジタルデータとして蓄積し、共有する基盤づくりを進めています。第12次長計で打ち出した価値循環プラットフォームの中核基盤となる「KOSMOS（コスモス）※2」も、その象徴的な取り組みです。暗黙知を形式知へ、さらに実践知へとつなげることで、人の力とデジタルの革新力を融合し、価値創造の再現性を高めていきたいと考えています。

その具体例の一つが、各部署から集まった多くのエバンジェリストによる現場発のDX推進です。彼らは現場目線で業務のデジタル化を進め、大幅な業務効率化を進めてきました。また、AI需要予測システムも全国の拠点に導入を進め、発注業務の高度化と効率化を図っています。こうして生み出した時間を、より創造的な提案や新たな価値づくりに振り向けていくことが重要です。

AIへの対応も、その一環です。ここは中途半端に取り組むのではなく、真正面から向き合い、事業の中心に据えていく必要があります。もちろん、AIを使えばすべて解決するわけではありません。均質化してしまえば、私たちの競争力は失われてしまうでしょう。だからこそ、国分グループならではの感性、現場での経験知、ネットワークと組み合わせながら、自分たちの強みをさらに高める形で活用していくことが重要です。

※2 KOSMOS：Kokubu Omnibus Systems of Management & Orchestrating Sources 食の価値循環プラットフォームの中核となる統合データ基盤

フロンティア人材として、一人ひとりが未来を切り拓く

第12次長計では「フロンティア人材」という考え方を重視しています。これは、新しい技術を使いこなす人という意味ではありません。既存の業務の延長にとどまらず、自ら事業の可能性を広げ、地域や社会の課題に向き合い、新たな価値をつくり出していく人材のことです。

国分グループでは、第11次長計の中で「仕事における幸福度」を重視してきました。自分自身の価値観やパーパスと、国分グループの価値観が重なるほど、幸福度も生産性も高まる。その実感を得ながら、挑戦する文化を少しずつ育ててきました。第12次長計では、その流れをさらに強め、一人ひとりの目標の中にも、社会への貢献と事業の成長、そして未来を切り拓く視点を組み込んでいます。

私は、これは新しいことを付け加えるというより、むしろ国分グループの原点に立ち返ることに近いと思っています。1712年（正徳2年）に四代國分勘兵衛が、伊勢から江戸へと進出し、新たな商いを切り拓いたように、もともと国分グループには、時代の変化を先取りし、フロンティアを切り拓いてきた歴史があります。その精神を、今の時代の中であらためて呼び起こしたいのです。

信用と期待に応え、食の未来をともにつくる

食は、人の暮らしや健康、地域社会、産業、そして国の基盤そのものに関わる重要な領域であり、今その価値があらためて見直されています。国分グループがこの領域に深く関わり、地域や世界とつながるポテンシャルを持っていることは、大きな責任であると同時に、広がる可能性でもあります。

従業員一人ひとりには、「自分たちにはできる」という自覚とともに、サステナビリティを「自分ごと」として捉える姿勢を持ってほしいと思います。また、お取引先や地域社会の皆さまには、未来をともにつくる「共創圏パートナー」としてともに歩んでいただきたいと願っています。

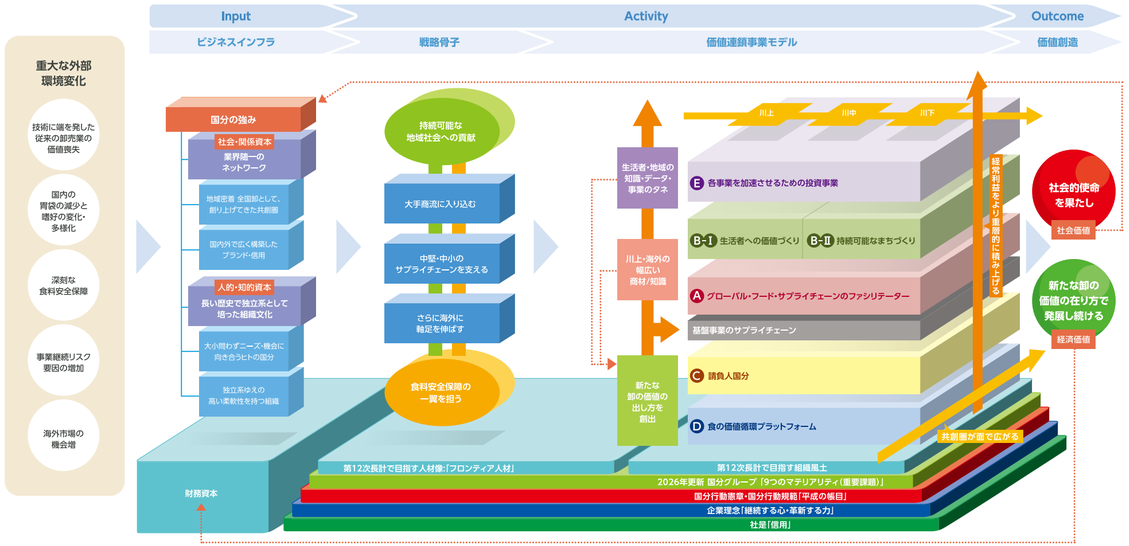
国分グループには、ヒトとヒト、そして地域や社会をつなぎながらともに歩んできた歴史があります。私たちはこの源流を受け継ぎ、サステナビリティスローガンである「Social Impact for the Future」のもと、日々の業務を通じて「未来のための社会的影響」を創出し、持続可能で豊かな社会の実現に貢献していきます。

「国分グループならやってくれそうだ」「一緒にやれば形にしてくれそうだ」という皆さまからのご期待は、私たちが300年余りの歴史の中で積み重ねてきた「信用」の証（あかし）でもあります。すべてのステークホルダーの皆さまに対し、この「信用」を礎に、食を取り巻く社会課題に正面から向き合い、これからも社会に必要とされる企業として新たな価値を生み出し続けることをお約束します。

私たちは「食の価値循環プラットフォーマー」として、多様なパートナーの皆さまとともに、持続可能な食の未来を切り拓いてまいります。

価値創造サイクル

私たちは、AIをはじめとした最先端のテクノロジーと従業員一人ひとりの経験や知識、現場で起こるさまざまな出来事をつなぎ合わせ「食の価値循環プラットフォーム」を構築します。目まぐるしく変化し続ける社会の中でも、俊敏に多様な可能性を見つけ出し、顧客の想像を超えた価値を提供し、新しい食のサプライチェーン構築をリードしていきます。



6つの未来事業

A グローバル・フード・サプライチェーンのファシリテーター

“複利の価値連鎖”のサプライチェーンを日本・中国・アセアンにて構築。グローバル・フード・サプライチェーンにより、日本・中国 ・アセアンが有機的につながることで、アジアにおいて面での展開を実現します。また、日本の地域産品の海外拡販に寄与することで生産者を支援します。

予測される重要変化

1 グローバル食料難の深刻化
2 国内・地域社会の食の持続性
3 サプライチェーンの構造変化

B-I 生活者への価値づくり

生活者情報をデータベース化し、既存のデータと掛け合わせることで、生活者の多様なニーズにマッチしたパーソナライズビジネスを各エリアで展開。国分グループのデータベースが価値を持ち、生活者、各事業者へそのデータを活用したビジネスを提供していきます。

予測される重要変化

2 国内・地域社会の食の持続性

B-II 持続可能なまちづくり

“まちづくり”と“グローバル・フード・サプライチェーン”の関係をハブ&スポークになぞらえ、日本を中心とした地域に根差す経済圏を構築します。アジア準中核都市までのまちづくりコンソーシアムに初参画。中長期のまちづくりプロジェクトに食品流通のプロフェッショナルとして、ハブ&スポークを伸ばします。

予測される重要変化

2 国内・地域社会の食の持続性

C 請負人国分

「“小売より小売力”、“メーカーよりもメーカー力”を持つ」覚悟で武器（ソリューション・請負手法）・組織・ヒトを磨き、従来の卸機能を超えた価値提供をリスクと成果を分け合い実現させていきます。

予測される重要変化

3 サプライチェーンの構造変化

D 食の価値循環プラットフォーム

多様なパートナーが参加する「食の価値循環プラットフォーム」が本格稼働。物流網といった機能だけでなく、商談や日々のコミュニケーションといった「ヒト」のリアルな活動（フィジカル）もデジタルと融合。AIによる最適化と、人間ならではの共創活動が掛け合わさり、新たな価値が循環する仕組みが動き出します。

予測される重要変化

1 グローバル食料難の深刻化
2 国内・地域社会の食の持続性
3 サプライチェーンの構造変化

E 各事業を加速させるための投資事業

投資回収やリスク管理の観点から、国分グループの資産や経営資源を最適に配分できる戦略的な意思決定を実現するためのガバナンス体制を整備します。加えて、各エリアカンパニーや事業部が自律的にアライアンスやM&Aを推進し、投資案件の発掘から実行、グループシナジーの創出までを一貫して行える仕組み・プロセスをグループ全体で確立します。

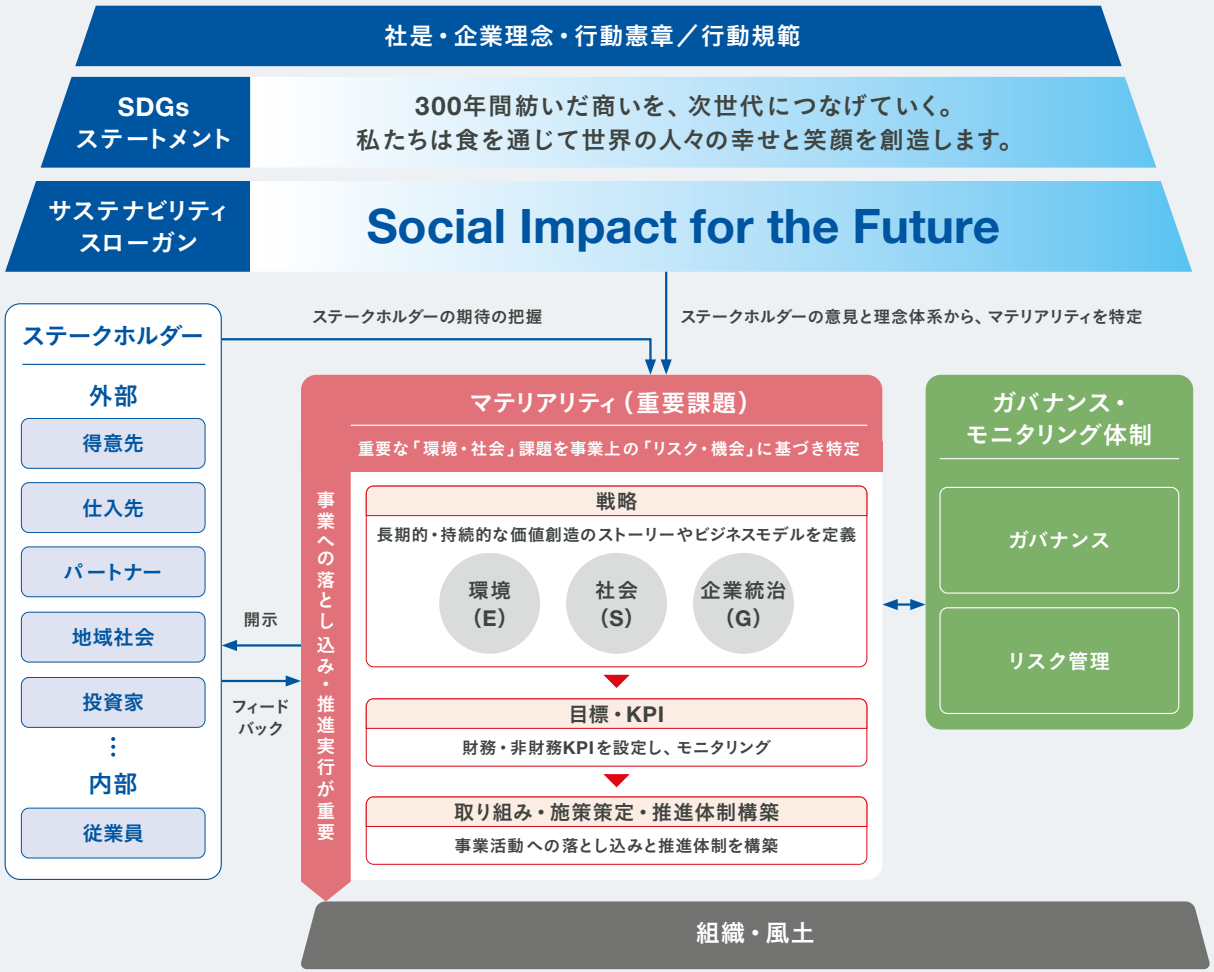
予測される重要変化

1 グローバル食料難の深刻化
2 国内・地域社会の食の持続性
3 サプライチェーンの構造変化

持続可能な社会と企業の実現に向けて

社会価値と経済価値を、ともに生み出すために

サステナビリティ経営体系



品田 文隆

取締役 常務執行役員
（サステナビリティ推進部管掌）

食を取り巻く環境が大きく変化する中で、国分グループに求められる役割も広がっています。安定供給を支えること、地域の食の価値をつなぐこと、食に関わるさまざまな社会課題に向き合うこと。これらは個別の取り組みではなく、事業そのものを通じて生み出される価値だと考えています。国分グループにとってサステナビリティとは、食の流れを支えながら、社会価値と経済価値を両立させていくことにほかなりません。

サステナビリティ経営体系は、こうした考え方を現在の社会課題や事業戦略、マテリアリティと結びつけ、グループ全体で着実に推進していくための基盤です。

「Social Impact for the Future」のもと、食を通じて人々の幸せと笑顔を創造するという想いを日々の事業活動の中で具体化し、持続可能で豊かな社会の実現に向けた価値創造を一層推進してまいります。

サステナビリティ経営を推進するために

サステナビリティ経営を支える推進体制

国分グループ本社内にサステナビリティ推進部を設置し、グループ全体でサステナビリティを推進するための体制を整えています。国分グループ本社経営統括本部長（代表取締役社長執行役員 兼 COO）である國分晃が委員長となり、国分グループ本社の各部門長やグループ企業の代表取締役などがメンバーとなるサステナビリティ委員会を設置しています。サステナビリティ委員会は、毎年3月と9月の年2回、9つのマテリアリティ（重要課題）に関する進捗報告やリスク対応、各委員から提議された議題についての討議、最新動向の情報共有などを行い、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

マネジメントコミットメント

食を取り巻く環境が大きく変化する中、地域ごとに異なる課題やニーズに応えながら、新たな価値を創造していくことが国分グループの重要な使命です。私たちは「食の価値循環プラットフォーマー」として、お取引先や地域社会、生産者との共創を通じて、安定供給の実現と地域の活性化、さらには社会課題の解決に取り組んでいます。各社が地域に根差した強みを発揮しながら挑戦する取り組みと、その先に描く未来についてご紹介します。

各社共通の問い

Q.1 今最も優先して取り組むべき自社にとっての重要課題は何ですか？

Q.2 その課題に対し、強みをどう生かし、今後どのような変革に挑んでいきますか。

国分関信越株式会社
代表取締役社長執行役員
前原 康宏

1 一次生産者や産官学との食に関わる地域共創活動を通して、関信越エリアの地域創生実現を推進します。

2 地域とのつながりとフルラインの卸基盤を生かし、生産から販売までサプライチェーン全体で社会価値・経済価値の創造を目指します。地域の方々と同じ未来を見つめ、全員で「関信越発・一大生産地の地域共創イノベーション」の実現に挑戦します。

国分西日本株式会社
代表取締役社長執行役員
川野 政治

1 埋もれた地域産品の付加価値を高め、国内外への販路拡大を通じて地方の持続可能な発展を支えます。

2 独自の産地ネットワークや商品開発力を生かし、地域ブランドを共同育成。自治体とのプロポーザル連携や輸出スキームの構築を加速し、西日本の豊かな食材の魅力をグローバルに発信します。生産者の想いと世界中の生活者をつなぐ価値創造に挑みます。

国分中部株式会社
代表取締役社長執行役員
中本 毅

1 特色ある地域の食文化を守る新たな価値創造と、それを力強く支える物流インフラの充実に取り組みます。

2 卸のネットワークと情報力を生かし、パートナーとともに共同配送など強固な物流基盤を構築します。さらに、一次産業への参画やコト売りなどの未来事業を推進し、生産者を支援するとともに、生活者が食の楽しさを感じられる新たな価値創造に挑みます。

国分九州株式会社
代表取締役社長執行役員
今井 博臣

1 物流危機や販路不足などの生産者の悩みを解決し、食品ロスを減らして地域を元気にしていきます。

2 自社の商流・物流・情報のインフラを強みに外部と連携し、共創圏を拡大します。産地と消費地を結ぶ「共創サプライチェーン」でアップサイクル商品開発や九州外への販路拡大を加速し、社会価値・経済価値の循環による持続可能な未来の共創に挑みます。

国分北海道株式会社
代表取締役社長執行役員
諏訪 勝巳

1 一次産業という北海道の強みを生かし、変化をチャンスに変える持続可能な「まちおこし」に取り組みます。

2 食料基地である北海道の産地・地域ネットワークを駆使し、余剰原料や規格外品の情報を収集・利活用するサイクルを確立します。気候変動による産地の変化を好機と捉え、食の価値循環プラットフォーマーとして、北海道ひいては日本の未来を支える変革を推進します。

国分東北株式会社
代表取締役社長執行役員
小川 智生

1 食を通じた地域創生の実現と国内外への販路拡大を図ります。

2 東北エリアのメーカー・産地・自治体との連携、食の物流インフラを基盤に、グループの貿易機能で海外輸出を、国内ネットワークで広域展開を、それぞれ加速します。さらに、防災・健康支援などまちづくり事業化に挑み、地域課題の解決と新たな価値創造を実現します。

国分フレッシュ・フードトランス株式会社
代表取締役社長執行役員
山崎 佳介

1 持続可能性を支えるスキームを構築し、食品資源の裾野を広げる活動で日本の笑顔をつくり続けます。

2 お客さまとの強い信頼関係を基盤に、一次生産者の「求」を解決する共創圏とパートナーシップを遺憾なく発揮することで、農畜水産物の価値を対価に変える商品開発と安定した販売につなげ、需給バランスの安定と食品ロスの削減に努めます。

国分首都圏株式会社
代表取締役社長執行役員
南 博貴

1 首都圏エリアにおける「食を通じた地域創生」に貢献します。

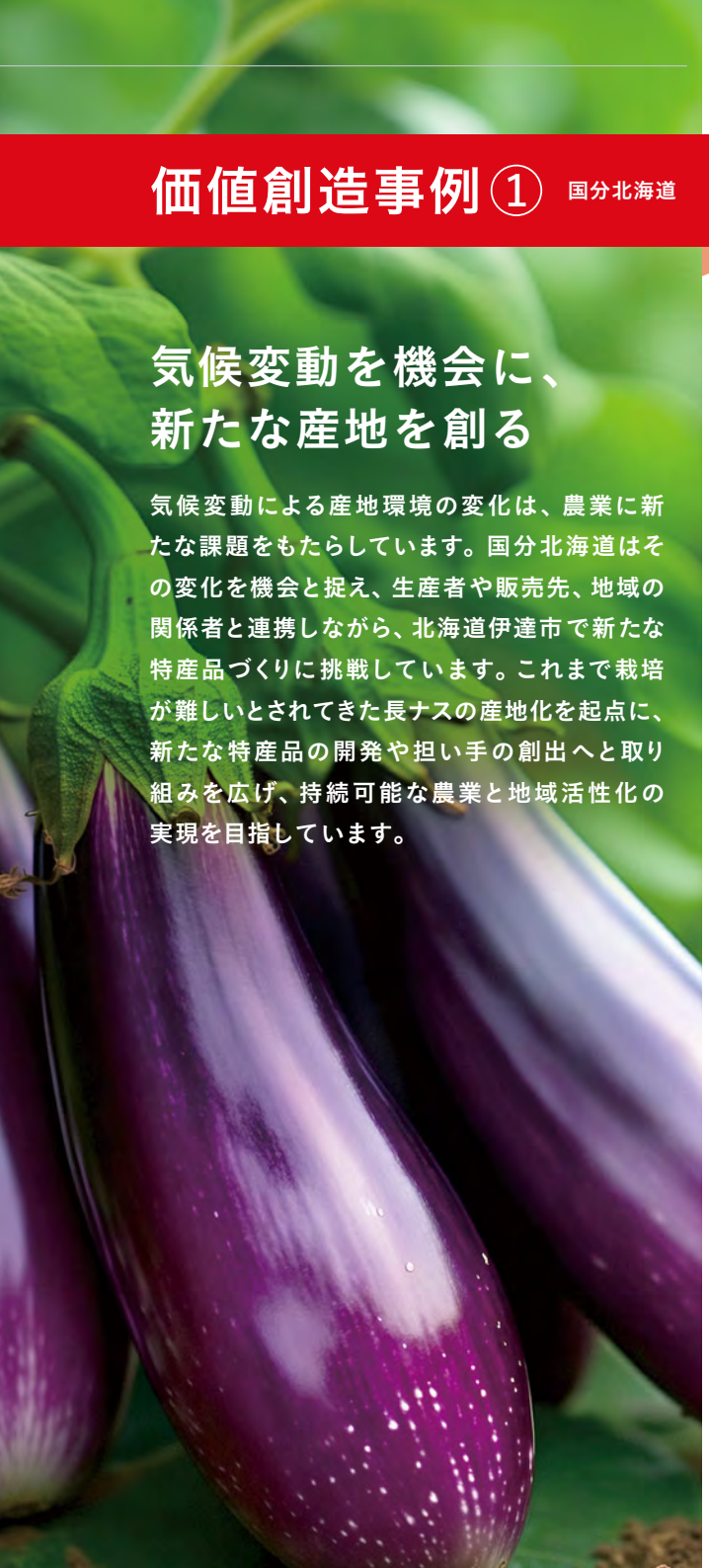
2 各地域に眠る、まだ知られていない多様で豊かな食資源。このブランド価値の向上を目指します。百貨店や都心一等地でのポップアップ出店と既存の販路・ネットワークの活用により、東京・日本橋から全国へ情報発信と販路拡大を図っていきます。

株式会社ナックス
代表取締役社長
中村 典正

1 冷凍食品卸として、「進化する冷凍技術の活用」と「効率的かつ持続可能な物流体制の構築」に取り組みます。

2 物流費や人件費の高騰という課題に対し、改善とDXの推進で乗り越えます。全社員がデジタルを活用し、モノを売るだけでなく、新たな発想で市場を切り拓く「Challenge to X（未来への挑戦）」を加速させ、グループ全体のシナジーを生かし、持続可能な食の未来づくりに挑みます。

価値創造事例① 国分北海道



気候変動を機会に、新たな産地を創る

気候変動による産地環境の変化は、農業に新たな課題をもたらしています。国分北海道はその変化を機会と捉え、生産者や販売先、地域の関係者と連携しながら、北海道伊達市で新たな特産品づくりに挑戦しています。これまで栽培が難しいとされてきた長ナスの産地化を起点に、新たな特産品の開発や担い手の創出へと取り組みを広げ、持続可能な農業と地域活性化の実現を目指しています。

気候変動を機会に変える、長ナスづくりへの挑戦

気候変動の影響により、本州の主要産地では夏場の高温による品質低下が課題となり、長ナスの安定調達が難しくなっていました。一方、北海道伊達市では、広大な農地を生かして大量生産を行う道内の他産地と同じ土俵で競うことは難しく、生産規模に左右されにくい新たな特産品の確立を模索していました。そこで、比較的温暖な気候や水はけの良い土壌といった地域特性を生かし、付加価値の高い品目を育てることで、伊達市ならではの競争力を高める必要がありました。しかし、長ナスは低温の影響を受けやすく、北海道では栽培に適さないと考えられていた品目の一つです。国分北海道は、こうした課題を単なるリスクではなく新たな可能性と捉え、生産者や販売先と連携しながら、気候変動に対応した新たな産地づくりへの挑戦をスタートしました。

国分北海道だからこそ見出せた可能性

気候変動による産地環境の変化は、多くの生産者や販売先にとって課題でした。しかし国分北海道は、その変化の中に新たな可能性を見出しました。長年にわたり取引を続けてきた株式会社マルシメおぬきの小貫社長と対話を重ねる中で、伊達市には温暖な気候や水はけの良い土壌といった強みがある一方、新たな特産品づくりが求められていることを共有していました。また、生産者と販売先の双方と関わる立場として、マーケットニーズや販路の情報を持ち合わせていたことも大きな強みでした。こうした地域資源と市場ニーズを結びつけることで、新たな産地を形成できるのではないか――。その可能性が、関係者と連携した挑戦の原動力となりました。

価値創造事例①

共創によって切り拓いた、新たな産地づくり

その可能性を形にするため、国分北海道は販売先から寄せられた「北海道で夏場の長ナス産地を構築できないか」という相談を起点に、産地および生産者の選定から主体的に関わりました。そして、温暖な気候を持つ伊達市に着目し、株式会社マルシメおぬきの小貫社長とともに新たな特産品づくりへの挑戦を開始。長ナスの一大産地である福岡県の農業改良普及機関やJA（農業協同組合）などから栽培技術や品質基準に関する知見を学び、北海道での栽培方法を確立しました。また、収穫前から品質基準や規格の目線合わせを行うとともに、規格外品についても多様な販路を活用して販売先を確保。商品を売るだけでなく、生産者が安心して挑戦できる環境を整えながら、新たな産地形成を支えました。

新たな特産品が生んだ地域への広がり

こうした取り組みの結果、長ナスは北海道における新たな特産品として認知が広がりました。一方で、長ナスだけでは将来的に他産地が参入する可能性も見据え、国分北海道と株式会社マルシメおぬきは、長ナスを戦略的品目として位置づけることで、低リスクで新たな産地形成に挑戦できる成功モデルケースの構築を進めました。さらに、北海道では栽培事例が少なく、本州では夏場の生産が難しくなりつつある品目の可能性を模索。その結果、長ナス栽培で培った知見を生かし、ジャンボピーマンや九条ねぎの生産への挑戦にもつながりました。特に九条ねぎについては、大手九条ねぎ生産販売メーカー「こと京都」との連携が実現し、伊達市での栽培拡大に向けた取り組みが進んでいます。また、長ナス栽培を通じて技術を身につけた人材が独立就農するなど、新たな担い手の創出にもつながりました。1つの品目から始まった挑戦は、新たな特産品や人材を育みながら、地域農業の持続的な発展へと広がっています。

地域全体で育てる、次世代の産地モデルへ

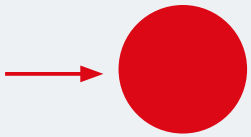
国分北海道は、長ナスから始まった取り組みをさらに発展させ、伊達市全体を牽引しながら新たな産地づくりを目指しています。現在は、九条ねぎをはじめとする京都の伝統野菜を地域の新たな特産品として育てる構想を検討しており、規模の大きな生産者だけでなく、家族経営などの小規模農家も参画できる仕組みづくりを進めています。九条ねぎに加え、万願寺とうがらしや京みずななど、それぞれの経営規模や特性に応じた品目を生産する多様な営農形態で活躍できる地域づくりを目指しています。今後も地域の関係者と連携を深めながら、伊達市ならではの新たな価値創出に取り組んでいきます。

国分北海道 長谷川（左）と
マルシメおぬきの小貫社長（右）

第1フェーズ “点”の創出

成功モデル構築

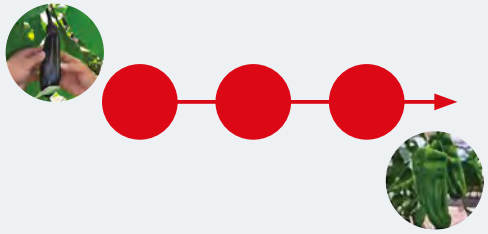
長ナスを戦略的品目として導入し、低リスクでの成功モデルケースを構築。



第2フェーズ “線”への拡大

品目拡大

長ナスで得たノウハウを横展開し、ジャンボピーマンや九条ねぎなどへ品目を拡大。



第3フェーズ “面”への拡大

ブランド確立

「伊達産京都の伝統野菜」ブランドを確立し、道内外へマーケティングを展開。地域経済への貢献モデルを構築。

価値創造事例② りゅうきゅう低温流通 国分首都圏

つなぐ力が、眠っていた価値を動かす

～空き倉庫から始まった、新たな価値創造

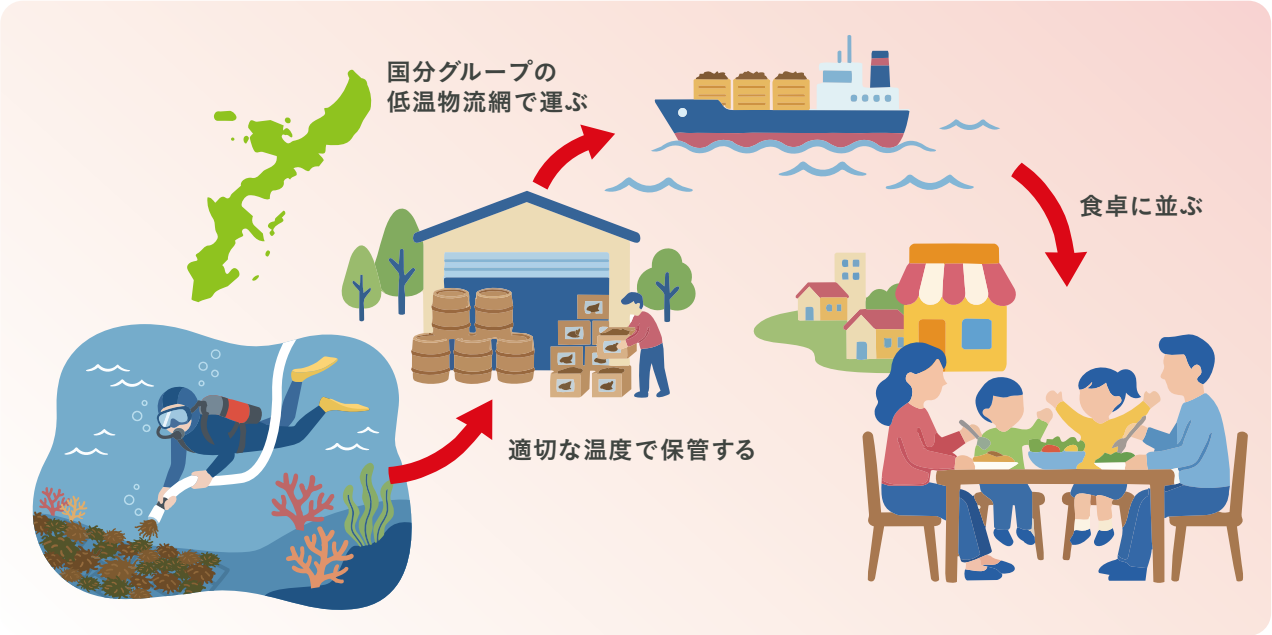
沖縄県・恩納村では、品質維持に欠かせない温度帯で保管できる倉庫が不足し、もずくの豊作時には廃棄されることもありました。国分グループは、その課題をグループ内のネットワークでつなぎ、空き倉庫を活用した新たな保管体制を構築。さらに、温度管理や長期保管に関する技術革新にも取り組みながら、沖縄県産品の安定供給を支えるコールドチェーンの可能性を広げました。保管収入の創出という経済価値に加え、生産者支援やフードロス削減といった社会価値の創出にもつなげた、グループの「つなぐ力」が生み出した価値創造の取り組みです。

保管場所がない――地域資源が失われる危機

沖縄県の恩納村漁業協同組合では、年間約1,440トンものもずくを収穫しています。しかし、品質維持に最適な温度で保管できる自社倉庫には限りがあり、収穫量の半分近くは外部倉庫に保管せざるを得ない状況でした。特に繊細な「糸もずく」は、一般的な冷凍温度では品質が劣化してしまうため、適切な温度管理が欠かせません。しかし、その条件を満たす保管施設は限られており、豊作時には保管場所の不足から廃棄されることもありました。地域の貴重な資源であるもずくを守るためには、適切な保管場所の確保が急務となっていました。

グループのネットワークが、新たな可能性をつないだ

その課題に対し、生協向けのもずくプライベート商品を製造するメーカーから国分首都圏へ「適切な温度で保管できる倉庫を探している」と相談が寄せられました。国分首都圏は、単に保管先を探すのではなく、沖縄で低温物流網を持つグループ企業のりゅうきゅう低温流通に案件を共有。りゅうきゅう低温流通は、当時余力があったチルドスペースを活用することで、新たな保管ビジネスとして成立する可能性に着目しました。同社の物流インフラや現場の対応力を生かせば、このニーズに応えられるのではないかと考え、保管体制の構築に向けた検討を開始しました。



価値創造事例②

現場の創意工夫が、新たな保管ビジネスを実現

その可能性を形にするため、国分首都圏がハブとなり、メーカーや生産者、グループ企業との連携を進めました。りゅうきゅう低温流通では、港町センターの冷凍庫の一室を恩納村漁業協同組合向けに糸もずくの保管に適した温度に設定するとともに、既存ラックの撤去や庫内レイアウトの見直しを実施。限られたスペースを最大限に活用することで、大幅な保管能力の拡大を実現しました。また、国内で流通しているもずくの9割以上を占める「本もずく」については「糸もずく」と異なる温度での保管を提案し、関係者と連携しながら品質検証を重ねて実用化。さらに、予冷とパーシャル保管を組み合わせた新たな長期保管手法の開発にも取り組むなど、現場の柔軟な対応力と技術革新によって、新たな保管体制を構築しました。

社会価値と経済価値を両立する成果へ

こうした取り組みにより、りゅうきゅう低温流通では空きスペースを活用した新たな保管ビジネスが実現し、保管収入も創出しました。また、約800トン規模のもずくを保管できるよう能力を拡大したことで、これまで保管場所の不足により生じていた廃棄を防ぎ、生産者の安定した事業継続を支えることにもつながりました。さらに、もずくの種類に応じた温度別での保管が可能になったことで、加工現場で行われていた解凍作業が不要となり、作業負荷の軽減にも貢献しています。空き倉庫の活用が、結果としてフードロス削減や地域産業の支援といった社会価値の創出へと広がりました。

適切な温度に管理された倉庫で保管されるもずく

コールドチェーンの力で、地域産業の未来を支える

本取り組みは、国分グループの「つなぐ力」と、りゅうきゅう低温流通の「現場力」が結びつくことで、社会価値と経済価値の両立を実現した事例となりました。現在、対象倉庫の保管能力は高い稼働率を維持していますが、この取り組みを通じて培った温度管理や長期保管に関する技術・ノウハウは、さらなる可能性を秘めています。

今後は、今回の国分グループ連携による成功モデルを足がかりに、「沖縄県産品から本州への供給」や「地元企業・産業」のコールドチェーンをさらに強固につなぐため、継続して機能とサービスの向上を目指していきます。物流の枠を超えて、生産者や地域企業が抱えるさまざまな課題の解決に貢献しながら、持続可能な地域産業の発展を支えていきます。

価値創造事例③ 国分中部

復興支援を、持続可能なつながりへ

2024年1月の能登半島地震により、能登の事業者は販路の縮小や物流機能の停滞など、事業継続に関わる大きな課題に直面しました。国分グループは、金融機関や日本郵便など多様なパートナーと連携し、被災事業者の商品を全国に届ける仕組みづくりを推進。それぞれの強みを生かした共創により、復興支援を一過性の活動ではなく、持続可能な取り組みへと発展させています。

国分中部の今枝（左）と小椋（右）

復興への想いと、支援を阻む壁

2024年1月に発生した能登半島地震により、多くの地元事業者が販路の縮小や物流機能の停滞など、事業継続に関わる課題に直面していました。国分中部でも、地震の発生当初から能登エリアの地域課題解決を重要なテーマとして掲げていましたが、現地事業者との接点や販路が限られていたことに加え、被災直後の事業者に直接アプローチすることへの難しさも感じていました。そうした中、能登復興支援に強い想いを持つ三井住友信託銀行から相談が寄せられました。三井住友信託銀行は地元信用金庫と連携し、日本郵便株式会社が運営するネットショップを活用した販路支援の構想を描いていましたが、金融機関であるため商流に入ることができませんでした。そこで、卸売機能を持つ国分中部に協力が求められたことが、異なる強みを持つ企業や団体が手を取り合う共創プロジェクトの始まりとなりました。

異なる強みを掛け合わせ、新たな可能性を見出す

国分グループは、この相談に対し、「互いの弱みを補完し、強みを掛け合わせることで、強力な支援スキームを構築できるのではないか」と考えました。地元信用金庫は地域事業者との強固なネットワークを持ち、三井住友信託銀行は地元信用金庫や日本郵便との連携を進めていました。一方、国分中部は全国に広がる流通網と卸売機能を有しており、それぞれの強みをつなぐハブとしての役割を担うことができると考えました。さらに、ECサイトの運営や決済、顧客管理などのフルフィルメント※業務については国分グループ本社が支援することで、グループの総合力を発揮。金融・郵便・流通という異業種の強みを掛け合わせ、被災事業者を支える新たな支援の形が見えてきました。

※ECサイトや通信販売で商品の注文を受けてから、顧客の手元に届くまでに行われる一連のプロセス全体

価値創造事例③

現場に寄り添いながら、支援の輪を広げる

復興支援を形にするため、地元信用金庫による紹介のもと、国分中部の担当者は何度も能登へ足を運び、現地事業者と対話を重ねました。約8カ月の準備期間を経て、日本郵便が運営する「郵便局のネットショップ」内に特設サイトを開設。当初5社だった参加事業者は、継続的な訪問や対話を通じて20社以上へと拡大しました。

立ち上げ当初は、物流や事務作業などさまざまな課題がありましたが、「完璧な環境を待つのではなく、今できることから始める」という考えのもと、まずは常温・冷蔵商品の販売からスタート。国分グループ本社とも連携しながら体制を整備していきました。

さらに、取り組みはオンラインでの販売支援にとどまりませんでした。現地事業者から寄せられた「もっとリアルに能登を盛り上げたい」という声を受け、被災した地元のスーパーマーケットを活用した復興イベントを企画。メーカーによる試食販売やアウトレット商品の販売などを通じて、多くの来場者が能登の魅力に触れる機会を創出しました。また、グループ企業の国分フレッシュ・フードトランスのネットワークを活用し、これまで接点のなかった地元メーカーとの連携も実現。現地と全国、事業者と消費者、そしてグループ企業同士をつなぎながら、支援の輪を広げていきました。

新たな販路が生んだ、つながりの広がり

本取り組みは、石川県が推進する「能登のために、石川のために 応援消費おねがいプロジェクト」を直接的に後押しする成果を生みました。寺岡畜産の「能登牛カレーセット」や大根音松商店の「石川県産なまこ食べ比べセット」など、単独では販路開拓が難しい被災事業者の商品を全国の消費者に届けるセーフティネットとして機能。事業者にとって新たな収益機会の創出という経済価値につながりました。

また、国分主催の展示会への出展を通じて、能登の伝統調味料「いしる」が新たな業務店で採用されるなど、リアルな商談機会の創出にもつながっています。さらに、現地事業者からは「国分と取引してみたかった」「震災後も能登のことを気にかけてくれてうれしい」といった声が寄せられ、地元信用金庫との間にも強固な信頼関係が構築されました。復興支援をきっかけに生まれたつながりは、新たなビジネス機会や継続的な関係性へと発展しています。

能登の未来を支える、持続可能な仕組みへ

本取り組みにおいて国分グループは、単なる商品の流通にとどまらず、異業種連携のプラットフォーマーとして、金融機関や日本郵便、地元事業者をつなぐ役割を果たしてきました。復興支援という枠を超え、商流の垣根を超えた持続可能な関係性を構築したことは、地域活性化や持続可能なサプライチェーンの実現にもつながっています。

今後は、物流事業者との連携による冷凍配送の実現や、日本郵便との関係性を生かしたリアルイベントの開催などを通じて、能登の魅力を発信する機会をさらに広げていきます。また、信用金庫や行政との連携も深めながら、地域事業者の販路拡大や情報発信を継続的に支援していきます。

国分グループは、一過性の復興支援で終わらせることなく、能登の豊かな食や地域資源を未来へつなぐ仕組みづくりに取り組んでいきます。

石川県産なまこ食べ比べセット

能登牛カレー詰め合わせ

能登の伝統調味料「いしる」

Special Feature

特集：会長×若手社員 座談会

受け継いできた価値観を、次の時代へつなぐ

会長と社員が語る、国分グループのサステナビリティ

国分グループが314年の歴史の中で育んできた価値観は、今の仕事の現場にどのように息づいているのか。そして、それを次の時代の価値へどうつなげていくのか。今回の座談会では、会長と現場の第一線で働く社員が、それぞれの立場から国分グループらしさとこれからの挑戦について語り合いました。

（写真左から）

宮町 香穂
国分フレッシュ・フードトランス（株）
経営統括部

元井 湧一
国分グループ本社（株）
フードサービス事業部第三営業部
給食課／Kカレッジ※7期生

笹野 直子
国分西日本（株）
マーケティング部
ソリューション・まちづくり推進課

國分 勘兵衛
国分グループ本社（株）
代表取締役 会長 兼 CEO

向川 美津子
国分九州（株）
未来事業推進部
まちづくり推進課

倉持 浩平
国分関信越（株）
第二支社埼玉支店／
Kカレッジ※6期生

※Kカレッジ：次世代を担うビジネスリーダーを育成するプログラム

特集：会長 × 若手社員 座談会

Theme 1 受け継がれてきた価値観は、今の仕事にどう表れているか

―― 国分グループが大切にしてきた価値観は、日々の仕事の中でどのように表れているのでしょうか。

会長 社是の信用も含めた国分スタンス※は最初から言葉としてあったものではなく、長い歴史の中で皆が仕事を通して紡いできたものだと思います。暗黙のうちに受け継がれたものが今は言葉として整理されている。そうした意味で、国分スタンスは国分グループが大切にしてきたものです。
信用という言葉も、昔と今では少し意味が変わってきていると思います。契約ごとや支払い期日など、約束をきちんと守らなければ、商売はできません。
今はそれだけでなく、誠実であること、相手にきちんと向き合うことまで含めて信用とは何かを、いつも皆で考えていく必要があると思います。

※国分スタンス：国分グループの社是・企業理念・行動憲章のこと。

倉持 営業職として日々意識しているのは、相手本位で考えることです。メーカーが売りたいものと、お取引先が求めているもの、その両方を見ながら、本当にその売り場で育つ商品なのかを考える。そこを見極めることが、国分らしさの一つだと感じます。単に商品を流通させるだけでなく、その先のお客さまに継続して買っていただけるかまで考えることが、卸の役割だと思っています。

笹野 新たな事業を進めるにあたり、自治体など、これまで接点のなかった方々に国分グループについて説明する機会が増えました。その中であらためて感じるのは、私たちが当たり前にやってきた仕事が、外から見ると決して当たり前ではないということです。食の流れを支えてきた役割や、長く積み上げてきた信頼は、もっと外部にも伝えていく必要があると思います。これまでのものを守りながら、新しいことにも挑戦していく姿勢は、今の仕事の中でも強く感じています。

宮町 経営統括部では、会社全体の基盤をバックオフィスから支える仕事をしています。各部署の皆さんと連携し、会社を発展させていくことが、重要な役割です。一つひとつの業務に対して、正確かつ誠実に行うことが、結果として会社の信頼を支えることにつながると思います。各部門が新たな挑戦をする際に、その実現を後押しすることも、経営統括部としての重要な役割です。そのような日々の積み重ねの業務にも、国分らしさが表れているのではないかと感じています。

会長 そうしたことが自然に出てくるのが、国分らしさなのだと思います。言葉で教えたというより、仕事の中で身についてきたものなのでしょう。

笹野

Theme 2 「食を止めない」仕事の中で、国分らしさは形になる

――「食を止めない」という責任は、現場のどのような判断や行動に表れているのでしょうか。

会長 企業の成長とともに、私たちが社会で担う役割と責任も大きくなりました。食品は人の命に関わるものなので、いかなる時でも、フルラインでさまざまな商品をお得意先に届けなければなりません。自然災害だけでなく、サイバー攻撃など、あらゆるリスクに準備しておく必要があります。これは特定の部署、特定の人だけではなく、グループすべての人が気を付けなければならない事です。一人ひとりが常に意識することで、初めて食を止めない仕組みになるのだと思います。

元井 私が今担当している給食や介護の現場では、本当に食を止めることができません。施設に入居されている方にとって、私たちが届ける食材が日々の食事そのものに

なります。人手不足も深刻で、以前のように現場で一から調理することが難しくなってきているため、簡便に調理できる食材やメニューまで含めて提案しています。降雪で配送が難しくなった時も、どうすれば物流に負担なく安全に届けられるかを現場全体で考えました。誰か一人ががんばるというより、それが当然の仕事だという意識で皆が動いていたことも、印象に残っています。そうした経験を通じて、自分たちの仕事が日本の食を支える根幹にあるのだと強く感じています。

向川　私自身、コロナ禍で、自分たちの仕事の意味と重要性を再認識しました。それまでは、食品を流通させているという感覚が強かったのですが、「人は食べないと生きていけない」ということを実感した時、自分たちは非常に大きな役割を担っているのだと感じました。そこからフードバンクとの連携など、地域の中で食をどう支えるかを考えるようになりました。鹿児島では、返品や未利用になる食品を、賞味期限が残っているうちにどう生かせるか

向川

倉持（左）と向川（右）

を考え、フードバンクと継続的につなぐ取り組みを進めてきました。食を届けることも、無駄なくつなぐことも、どちらも自分たちの役割の延長線上にあると考えています。

会長　まさに縁の下の力持ちなのだと思います。止めないために、見えないところで皆が支えている。そのことが最も大切なのではないでしょうか。商品を流通させるだけでなく、社会の中で必要な機能を絶やさないこと。それが私たちの役割です。

Theme 3

変化する時代の中で、次の国分グループをどうつくるか

――変化する社会や事業環境の中で、国分グループはこれから何を受け継ぎ、何を進化させていくべきでしょうか。

笹野　今、まちづくりの仕事の中で意識しているのは、「当たり前を疑う」ということです。過疎地では人手不足や高齢化が進み、これまでと同じやり方では立ち行かない場面が増えています。だからこそ、AIの導入など、新しい視点から地域の課題に向き合うことが必要だと考えます。これまで培ってきた国分グループの強みを生かし、地域の現場で新しい解決策を形にしていくことが、自分たちの次の役割だと認識しています。

倉持　営業職の立場から感じるのは、社会的に食品ロスに対する意識が以前より確実に高まっていることです。メーカーも、お取引先も、それぞれに事情がありますが、

倉持

特集：会長 × 若手社員 座談会

元井

だからこそ私たちが間に立ち、食をつなぐ架け橋として本当に必要なものを見極め、食品ロス削減につなげていくことが大切です。売り上げはもちろん重要ですが、それだけではなく、社会的な価値も意識しながら営業することが、これからますます求められると思います。どう売れば無理なく継続し、結果として社会にもプラスになるのかまで考えられる営業でありたいです。

元井　フードサービスの分野は、国分グループの中でもまだまだ伸びしろがあると感じます。やるべきことは多いですが、そのぶん、業界の中で存在感を高めていける余地も大きい。給食、外食、原料、酒と領域は広いですが、そこをしっかり支えられる仕組みと提案力を持てば、国分グループの役割はもっと大きくなると思っています。将来的には、他社からも「国分がいないと日本のフードサービスは回らない」と言っていただけるような存在を目指したい。そのための土台を、自分たちの代でつくっていきたいと考えています。

向川　私はエリアキャリア採用後、鹿児島勤務と福岡勤務を経験した後、鹿児島に戻ってきました。地方だからこそできることがあると強く感じます。鹿児島ならではの食材や文化をどう外部につなげるか、海外も含めてどう価値を広げていくかは、これからの大きなテーマです。地域に根差しながら、新しい可能性を見出していくことが、自分にできる次の挑戦だと考えています。

宮町　生鮮事業においても、これから全国に拡大していくための仕組みづくりが必要です。昨年5月に低温事業と生鮮事業を融合した国分フレッシュ・フードトランスが発足しました。しかし、青果のように一つひとつ条件が異なる商品は既存の物流システムでの運用が難しく、異なるシステムにて管理しています。そのため、同じ会社内であっても複数の管理手法が混在しているのが現状であり、これらをいかに統一し、効率的な管理体制へと統合していけるかを日々模索しています。各部門のさまざまな新しい挑戦を受け止めながら、会社全体として前に進める形を整えていくことが自分の役割であり、制度や仕組みを整えることも、次の国分グループを支える大事な仕事だと捉えています。

宮町（左）・元井（中央）・笹野（右）

宮町

会長　皆さんの話を聞いていても、国分スタンスを守り、それぞれの現場で新しいことに挑戦しているのがよくわかります。長期経営計画という大きな方向性の中で、大切なのは、それを一人ひとりが自分の仕事にどう引き寄せていくかだと思います。企業理念「継続する心・革新する力」が示すとおり、世の中が変わっていく中で、変えてはならないものを守りながら、変化に挑戦していかなければなりません。その時に大事なのは、頼るよりも頼られる存在になることではないでしょうか。
会社としても、人としても、必要とされる存在であり続けることが、次の時代につながっていくのだと思います。

国分グループ マテリアリティ

私たちの9つのマテリアリティ

私たちは卸売業という流通での立ち位置を最大限に生かし、
生産者から生活者までの結節点となり、
さまざまなパートナーと手を携え、共通の目標に向かって進んでいきます。
そして、常にその目標に向き合い、
皆さまとともに世界の人々の幸せと
笑顔を創る「食」を未来へつないでいきます。

未来のために

マテリアリティ①
温室効果ガス排出量の削減

マテリアリティ④
食品ロス・食品廃棄物の削減

世界のために

マテリアリティ③
食料危機・食料不足問題への対応

国分グループのあゆみと、これから | 価値創造の仕組みと、サステナビリティの考え方 | 価値共創の取り組み | マテリアリティ | ガバナンス | コーポレートデータ

国分グループ マテリアリティ

地域のために

マテリアリティ⑥
安全・安心な食の提供

マテリアリティ⑦
食を通じた地域創生の実現

マテリアリティ⑧
食を通じたウェルビーイングの実現

食の価値循環プラットフォーマーとして

マテリアリティ②
持続可能なサプライチェーンの構築（環境・人権）

マテリアリティ⑤
安定した物流インフラの構築

フロンティア人材として

マテリアリティ⑨
持続的な成長のための人材育成と労働環境の整備

マテリアリティの取り組みの全体像

マテリアリティ	アクションプラン	貢献するSDGs	貢献するSDGsターゲット[※1]	KPI　設定値（2030年）	2025年実績[※2]
①温室効果ガス排出量の削減	●自家発電・PPA・電力需給最適化を組み合わせ、再生可能エネルギー電力比率を高める ●高効率設備・熱回収・電化・水素活用・CCUS[※3]などの脱炭素技術を評価・導入する ●主要取引先と共同計画を策定し、サプライチェーン全体での削減施策を実施する		7.2 再生可能エネルギーの割合を大幅に拡大 7.3 エネルギー効率（省エネ性能）の改善率を倍増 13.1 気候関連災害への対応力と強靭性（レジリエンス）の強化	●GHG排出量削減率（Scope1、Scope2） ▶2017年比　60%削減〈2050年〉ネットゼロ	2017年比 22%削減 （45,425t-CO_2e）
				●GHG排出量削減率（Scope3） ▶2024年比　15%削減	2024年比 3.5%増加 （6,273,184t-CO_2e）[※4]
②持続可能なサプライチェーンの構築（環境・人権）	●環境や人権に配慮した調達を行い、サプライチェーン全体の環境・社会リスクを管理する ●サプライチェーンにおける、人権・労働・環境リスクを系統的に評価・是正するための人権デュー・ディリジェンスを実施する		1.1 極度の貧困をあらゆる場所で終わらせる 1.2 あらゆる次元の貧困状態にある人々の割合を半減 5.2 女性・女児に対するあらゆる形態の暴力を排除 8.5 同一労働同一賃金を含む、働きがいのある仕事の達成 8.6 就労・就学・職業訓練を行っていない若者の割合を削減 8.7 強制労働・児童労働の根絶と人身売買の撲滅 8.8 労働者の権利保護と、安全・安心な労働環境の促進 12.2 天然資源の持続可能な管理と効率的な利用 12.3 食料廃棄の半減と、生産・流通におけるロスの減少 12.4 化学物質や廃棄物の適正管理と、排出の大幅削減 12.5 廃棄物の発生抑制・再生利用による大幅な削減 12.6 企業による持続可能性情報の定期的な報告	●サステナブルカテゴリー売上金額 ▶100億円以上／年	98億6,100万円
				●サプライヤーデュー・ディリジェンス（環境、人権）の実施カバー率▶ 主要サプライヤー（仕入金額上位80%）実施率：100%	13%
				●サプライヤーデュー・ディリジェンス（環境、人権）の実施カバー率▶ サプライヤー（オリジナル）実施率：100%	―
③食料危機・食料不足問題への対応	●国内外の食料危機の解消、貧困や慢性的な栄養不足状態の緩和を目指した取り組みを実施する ●国内の食料自給率低下や働き手不足などの課題を、地産地消やDXを含めた技術導入により解決する ●各流通段階のプレーヤーと適切に連携することで、適正価格を実現し、持続可能な食料システムを形成する		1.1 極度の貧困をあらゆる場所で終わらせる 1.2 あらゆる次元の貧困状態にある人々の割合を半減 2.1 飢餓を撲滅し、一年中安全で栄養のある食料を確保 2.3 小規模食料生産者の農業生産性と所得を倍増 2.4 持続可能な食料生産システムの確保と強靭な農業の実践 17.17 公的・官民・市民社会の連携（パートナーシップ）の推進	●食料支援プロジェクト実施・参画数▶50件／年	―
				●食料生産における課題解決・価値創造の取組件数▶5年累計180件	―
④食品ロス・食品廃棄物の削減	●サプライチェーンを通じた食品の適切な管理や廃棄される食品資源の活用により、食品ロスの削減に貢献する ●食料生産支援により生産者・一次加工業者の生産性を高め、食品廃棄物の削減に貢献する		12.3 食料廃棄の半減と、生産・流通におけるロスの減少 12.5 廃棄物の発生抑制・再生利用による大幅な削減	●食品廃棄物等発生量の削減率 ▶2017年比　50%削減	2017年比 12%削減
				●生産者・一次加工業者の食品ロス削減への取組件数・量（規格外品の利活用・アップサイクル） ▶5年累計100件	―

※1 本ページのターゲット表記は、SDGsの公式定義を独自に要約したものです。
※2「ー」箇所は2026年度以降に開示予定です。
※3 CCUS（Carbon dioxide Capture, Utilization and Storage）：分離・貯留したCO_2を地中に貯留する取り組み
※4 事業活動の拡大（売上高2024年比104%）に伴い、仕入量が増加したことでScope3総排出量は2024年比3.5%増加しました。一方で、売上高当たりの原単位では2024年比0.31%削減となっております。

マテリアリティの取り組みの全体像

旧マテリアリティの実績はこちら https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/materiality-results/
ESGデータ集はこちら https://www.kokubu.co.jp/sustainability/library/pdf/esg_deta_2025.pdf

マテリアリティ	アクションプラン	貢献するSDGs	貢献するSDGsターゲット[※1]	KPI　設定値（2030年）	2025年実績[※2]
⑤安定した物流インフラの構築	●製・配・販連携によるサプライチェーンの強化を実施するとともに、GHG排出削減や従事する労働者の安全衛生も考慮した次世代の物流インフラを構築する ●BCP対応を強化し、災害時・緊急時においても、事業拠点やサプライチェーンへの物理的な影響を軽減し、レジリエントな「食」の供給体制を構築する		9.1 持続可能で強靭（レジリエント）なインフラの開発 9.4 資源利用の効率化と、クリーン技術の導入による産業改善 13.1 気候関連災害への対応力と強靭性（レジリエンス）の強化	●共同配送・共同倉庫の取組件数▶100件／年	―
				●衛生・安全点検の平均点 ▶平均90点以上（100点満点）	―
				●災害対策 事前対策チェックリスト（物流センター用）の合格拠点割合▶100%／年	―
⑥安全・安心な食の提供	●サプライチェーンを通じた適切な温度・衛生管理、食品検査および適切なサプライヤーの選択により食の品質と安全性を保証する ●デジタルも活用しながら、食に関する正しい情報を生活者に提供することで、生活者の正しい選択をサポートし、長期的な信頼関係を構築する		2.1 飢餓を撲滅し、一年中安全で栄養のある食料を確保 3.5 薬物乱用やアルコールの有害な摂取の防止・治療 3.9 有害化学物質や汚染による死亡・疾病の大幅な減少	●国分ブランド商品のトレース確認▶100%／年	―
				●グループ従業員への食品安全に関する教育 ▶年2回実施し、いずれも100%受講	―
⑦食を通じた地域創生の実現	●地域に関わるステークホルダー（住民、生産者、自治体、学校など）と幅広く協働して、地産地消の推進、地域商材の売上拡大、買い物へのアクセス改善や食育支援を行い、食を通じた持続可能なまちづくりに貢献する		8.3 雇用創出・イノベーション支援と、中小零細企業の成長促進 8.9 雇用創出・文化振興につながる持続可能な観光業の促進	●まちづくりに関わる取組件数▶5年累計223件	―
				●地域産食品のエリア外販路数・輸出件数 ▶5年累計180件	―
⑧食を通じたウェルビーイングの実現	●心身の健康増進に寄与する商品・サービスを提供し、生活者のQOL（生活の質）を高める ●マーケティングを通じて得た生活者の購買データなどを活用し、人口動態や生活者の多様なニーズや変化に対応した商品・サービスを提供することで、豊かな食体験を提供する		1.1 極度の貧困をあらゆる場所で終わらせる 1.2 あらゆる次元の貧困状態にある人々の割合を半減 2.1 飢餓を撲滅し、一年中安全で栄養のある食料を確保 3.4 非感染性疾患による若年死亡率の削減と、精神保健の促進 12.8 持続可能な開発と自然と調和したライフスタイルの普及	●心のヘルスケア関連イベントの実施・参画件数 ▶実施回数：10回／年 参加者のべ人数：1000人／年	―
				●地域の生活者の健康に寄与するヘルスケアイベント・セミナーの実施件数▶実施回数：100回／年 参加者のべ人数：15,000人／年	―
⑨持続的な成長のための人材育成と労働環境の整備	●従業員に継続的なキャリア開発と成長機会を提供する ●労働環境の基盤である適正な労働条件の遵守や従業員の人権保護を徹底するとともに、DE&Iを重視し、多様な人材が活躍できる企業文化を醸成する ●従業員が心身ともに健康で、社会的に満たされた状態（ウェルビーイング）である環境を整備する		4.4 就労・起業に必要なスキルを持つ若者・成人の増加 5.5 女性の参画と、意思決定における平等なリーダーシップ 8.5 同一労働同一賃金を含む、働きがいのある仕事の達成 8.8 労働者の権利保護と、安全・安心な労働環境の促進 10.2 全ての人々の能力強化と、社会的・経済的な包摂の促進	●女性管理職比率▶15%	6.1%
				●男性育児休業取得比率▶85%[※3]	62.2%
				●人材育成・教育費の増加額	―
				●従業員のウェルビーイング▶自己の成長と共創を通じて、仕事の意義や働く幸せを実感している状態の従業員比率　60%	―

※1 本ページのターゲット表記は、SDGsの公式定義を独自に要約したものです。
※2「ー」箇所は2026年度以降に開示予定です。
※3 2週間以上連続で育児に関わる休暇を取得した場合のみ該当

国分グループ マテリアリティ

1 温室効果ガス排出量の削減

7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに

13 気候変動に 具体的な対策を

今、世の中で起きていること

- 気候変動の影響拡大による、食を取り巻く不安定な環境
- 脱炭素への対応が企業活動の前提
- 資源やエネルギーの利用効率の向上が必要

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「脱炭素の取り組み」で食を支える基盤の持続性を高める

サプライチェーンと物流現場の改善で脱炭素を推進

国分グループは、サプライチェーン全体を視野に入れた温室効果ガス（GHG）排出量の削減を最重要課題の一つと位置づけています。特にサプライチェーン上流・下流の排出（Scope3）への対応を強化するため、主要なお取引先と共同で削減計画の策定を進めており、調達・物流・販売を含む各工程で具体的な削減施策を推進しています。同時に、食品流通を支える自社の物流現場においても、実効性のある対応を進めています。全国の3温度帯大型物流センターを中心に自然冷媒の採用を推進しているほか、入荷ラベルの台紙削減など日々の業務に即した地道な現場改善を積み重ねています。さらに、将来的な移動体の脱炭素化を見据えた技術蓄積にも注力しています。グループ企業とともに国のNEDO事業に参画し、冷蔵車両への車載太陽光発電システムの搭載と、燃費向上に向けた実証実験および走行データの提供を行いました。

今後もお取引先との強固なパートナーシップと、現場起点のイノベーションを組み合わせながら、食品流通全体での環境負荷低減と脱炭素社会の実現に貢献していきます。

環境データ管理システム刷新による脱炭素戦略基盤の強化

脱炭素戦略の推進に向けた確固たる数値基盤を構築するため、2025年に環境データ管理システムの刷新を実施しました。これにより、国内約250拠点に及ぶ温室効果ガス（GHG）排出量の一元管理が可能となりました。Scope1・2・3の網羅的な算定に加え、水資源の利用状況の把握も行い、事業活動全体における環境負荷の包括的な可視化を実現しています。加えて、卸売業において把握が重要となるScope3のカテゴリー4［輸送、配送（上流）］について、トラック1台ごとの管理・集計が可能な、卸売業に特化したシステムを独自開発しています。また、システム上で目標に対する進捗や各種実績データを容易に把握できる体制を構築したことで、社内の業務負担を軽減するだけでなく、外部に向けた情報開示におけるデータの信頼性を高めていきます。太陽光パネルの設備・発電情報や非化石証書によるカーボンオフセット業務の一元管理により、具体的な削減施策と連動した進捗管理を推進しています。日々の活動データを基盤とし、持続可能な社会の実現と脱炭素化の取り組みをさらに加速させます。

- GHG排出量削減率（Scope1、Scope2）▸ 2017年比60%削減〈2050年〉ネットゼロ
- GHG排出量削減率（Scope3）▸ 2024年比15%削減

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/greenhouse-gas-reduction/

国分グループ マテリアリティ

2 持続可能なサプライチェーンの構築（環境・人権）

今、世の中で起きていること

- サプライチェーンの複雑化により、リスクが顕在化
- 環境や人権への配慮が調達の前提
- サプライチェーンにおけるリスクの多様化

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「責任ある調達」で信頼されるサプライチェーンを築く

日常の選択から広げるフェアトレード

フェアトレード商品は、生産地における児童労働や強制労働、不公平な収益分配といった社会課題の解決につながる重要な手段です。しかし、日本国内ではその意義や価値は十分に認知されておらず、生活者の選択機会は限られているのが現状です。国分グループは、「持続可能なサプライチェーンの構築」の実現に向け、フェアトレード商品の普及を通じてこれらの課題解決に取り組んでいます。

2026年5月には「フェアトレード・ミリオンアクションキャンペーン」にゴールドパートナーとして参画。ワインやチョコレート、コーヒーなど、日常生活に取り入れやすいカテゴリーでの品揃えを拡充することで、生活者がフェアトレードを選択しやすい接点づくりを目指しました。

また、食品卸として培ったネットワークを生かし、メーカーや販売先、さまざまなパートナーと連携しながら、認知度向上と市場拡大を推進しています。自社のオンラインストア「ROJI 日本橋 ONLINE STORE」での展開に加え、フェアトレードチョコレートブランド「Tony's Chocolonely（トニーズ・チョコロンリー）」などの国内普及支援などを通じて、商品の背景にある社会課題や理念を伝える役割も担っています。

今後も商品展開と情報発信の両方を強化し、サステナブルな商品の選択機会を広げることで、責任ある調達と持続可能なサプライチェーンの実現を一層進めていきます。

ミリオンアクションキャンペーンキックオフの様子

サプライチェーン全体で進める意識改革

国分グループは、気候変動や労働環境など、サプライチェーン上で顕在化する環境・人権リスクを的確に把握し、予防・是正措置を講じるため、サプライヤーを対象としたサステナビリティアンケートを継続的に実施しています。これは、中間流通として数多くのお取引先をつなぐ当グループが果たすべき、責任ある調達の基盤となる取り組みです。単なる状況把握にとどまらず、サプライチェーン全体の課題を可視化し、改善に向けた対話を進めるエンゲージメント（関係構築）を重視しています。2025年には、サプライヤー53社、事業会社13社の計66社にサステナビリティアンケートを実施し、約85％の回答率となりました。今後は本アンケートをベースに環境・人権デュー・ディリジェンスの仕組みをさらに高度化させ、対象範囲を段階的に拡大していきます。マテリアリティKPIである「2030年までに主要サプライヤーおよび国分オリジナル商品のサプライヤーに対する環境・人権デュー・ディリジェンス実施率100％」の確実な達成に向け、サプライチェーン全体の意識改革とリスク管理体制の強化に邁進していきます。

- サステナブルカテゴリー売上金額 ▸ **100**億円以上／年
- サプライヤーデュー・ディリジェンス（環境、人権）の実施カバー率 ▸ 主要サプライヤー（仕入金額上位80%）実施率 **100**% サプライヤー（オリジナル）実施率 **100**%

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/sustainable-supply-chain/

国分グループ マテリアリティ

3 食料危機・食料不足問題への対応

今、世の中で起きていること

- 価格高騰・調達環境の変化に伴う、仕入れの不安定化
- 物流の制約による、必要な地域・業態への供給難
- 災害や突発事象の際に問われる供給を“続ける力”

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「つなぐ力」で途切れない供給の条件を整える

新産地開拓で切り拓く事業機会

近年、天候不順や作物疾病の影響により、オレンジジュースの主要原料であるバレンシアオレンジの生産量が世界的に激減。深刻な供給不足と価格高騰が発生し、多くの飲料メーカーや小売企業が販売休止や価格改定を迫られるなど、食料供給の脆弱性が課題となっていました。

こうした市場の危機に対し、国分グループは日常の商談を通じて「インド産マンダリンオレンジ果汁」の潜在価値に着目しました。日本基準に基づく現地原料メーカーへの品質指導や、現地工場における厳格な品質監査、さらには日本国内における新規充填工場の開拓など、社内の各部署が緊密に連携して取り組みを推進。原料調達から製造、品質管理、流通に至るまで一貫体制のサプライチェーンを構築し、お取引先の課題解決につながる代替提案を実現しました。この迅速な調達イノベーションが実を結び、大手小売企業での採用へとつながり、国分グループが構築に関わった商品が広く店頭に並ぶ機会を創出しました。今後も世界各地の優れた原料や新たな産地を能動的に発掘・開拓し、世界の需給変動に左右されない安定供給体制の構築と、新たな事業機会の創出を推進していきます。

収穫したマンダリンオレンジの検品、仕分け作業

工場・農家の皆さまと国分グループ従業員

産地と市場をつなぐ新たな仕組みづくり

国分グループは、さつまいもを起点に、生産から消費までをつなぐ新たなビジネスモデルの構築に取り組んでいます。さつまいもの産地では、収穫量の変動や担い手不足に加え、流通事情による規格外品や端材の活用、販路の確保など、さまざまな課題を抱えています。また、従来の青果流通では販路が限定され、商品の価値を十分に生かしきれない状況もありました。そこで国分グループは、「食のインフラ」としての機能を生かし、産地の生産者や加工事業者、物流事業者、小売業と連携。契約農家から収穫したさつまいもを全量買い取ることで、販路を確保し、収穫した農産物を余すことなく販売できる仕組みを構築。これにより、農家の安定した収入確保と継続的な生産を支えています。

また、定植・収穫支援、加工事業者との連携による規格外品・端材の有効活用、物流機能の高度化などを推進しています。さらに、これらを一元管理する「ワンチームプラットフォーム」を構築し、国内外を問わず全社で売り切る仕組みを実現しました。今後は株式会社芝山農園とお取引先との取り組みをベースに他地域や他品目に展開するとともに、輸出も含めた新たな価値創造を目指していきます。

さつまいも畑（千葉県香取市）

- 食料支援プロジェクト実施・参画数 ▸ **50**件／年
- 食料生産における課題解決・価値創造の取組件数 ▸ 5年累計**180**件

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/food-crisis/

国分グループ マテリアリティ

4 食品ロス・食品廃棄物の削減

12 つくる責任 つかう責任

今、世の中で起きていること

- 需要のズレで余剰在庫・期限切迫が発生する
- 規格外・商習慣の違い・返品などで、行き場を失う
- 活用先が見つからず、廃棄コストがかかる

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「サプライチェーン」を通じて需要のズレを小さくし資源を“循環”させる

未利用資源を価値に変える商品開発

青果物や水産物の生産現場では、品質や味に問題がないにも関わらず、加工や流通の難しさから活用されない未利用資源の発生が課題となっています。例えば、熊本県産の不知火（大見柑）では熟成期間に生じる表面のわずかな傷みや外観の変化などにより収穫量の3～5割が廃棄されます。

千葉県船橋市で水揚げされるコノシロは、小骨の多さから食用利用が進まず養殖マグロの餌、飼料・肥料に回されていました。こうした課題に対し、国分グループでは全国のメーカーや小売業とのネットワーク、および商品開発の知見を生かし、未利用資源を高付加価値商品へと生まれ変わらせるアップサイクルに取り組んでいます。

地域限定クラフトチューハイ「寶CRAFT」の商品化に向けた取り組みを実施したほか、その製造過程で発生する果皮を活用したピール菓子の開発を推進。またコノシロにおいては、骨まで食べられる惣菜を開発し、大型展示会での出品を機に、株式会社東武ストアの一部店舗で「コノシロフライ」などのテスト販売が実現。2025年末からのテスト販売の好調を受け、2026年夏からは店舗を拡大して販売開始予定です。

これらの取り組みは、廃棄されていた資源の有効活用だけでなく、生産者の収益安定化や地域ブランドの認知向上という多面的な価値を生み出しています。今後もこのアップサイクルモデルを他地域や他品目へと横展開し、食品ロス削減と地域産業の持続的な活性化に貢献していきます。

「寶CRAFT」
＜熊本大見柑＞

コノシロフライ

未利用食品を生かす持続可能な食支援

物価高騰の影響から食支援を必要とする世帯が増加する一方で、食品の流通プロセスにおいては、品質や安全性に問題がないにも関わらず活用しきれない「未利用食品」の発生が課題となっています。また、従来の食支援は継続性の確保やメーカー側の個別対応にかかる業務負担が課題でした。

この課題を解決するため、国分グループはネッスー株式会社とともに「未利用食品の活用推進コンソーシアム」を2026年5月に設立し、代表委員として参画しました。国分グループが持つ全国規模の商流・物流ネットワークを活用することで、食品メーカーは通常の販売商品と未利用食品を国分グループの物流センターに一括納品できるようになり、業務負担を抑えながら食品を必要とする人々に届けるスキームを構築しました。

また、ソーシャル・プライシング（社会的価格設定）を活用した独自の有償提供モデルにより、寄贈に依存しない「自走かつ持続可能な食支援インフラ」の社会実装を目指しています。

2026年10月に、ネッスーが開設する「児童扶養手当受給世帯等への専用販売サイト」を通じ、支援活動がスタートします。食品ロス削減と子どもの機会格差の解消という2つの社会課題の同時解決に向けて邁進していきます。

ネッスーコンソーシアム https://mirai-tsunago.jp/

- 食品廃棄物等発生量の削減率 ▸ 2017年比50%削減
- 生産者・一次加工業者の食品ロス削減への取組件数・量（規格外品の利活用・アップサイクル）▸ 5年累計100件

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/food-loss-reduction/

国分グループ マテリアリティ

5 安定した物流インフラの構築

9 産業と技術革新の基盤をつくろう
13 気候変動に具体的な対策を

今、世の中で起きていること

- 人手不足やコスト増による流通への負荷増大
- 物流の制約が及ぼす、供給安定性への影響
- 物流インフラの重要性のさらなる高まり

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

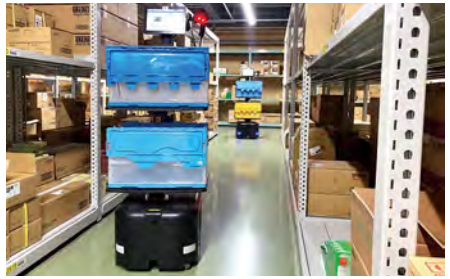
強靭な「物流基盤」で安定した供給体制を構築する

AMR導入で進める物流現場の進化

深刻化する労働力不足に対応し、庫内作業の省人化と高い物流品質を維持するため、国分グループでは自律走行搬送ロボット（Autonomous Mobile Robot：AMR）の導入をはじめとする倉庫DXを推進しています。

本取り組みの本質は、単なる省力化機器の導入にとどまらず、国分グループの「ネットワーク」と「現場力」をかけ合わせ、持続可能な運用の仕組みを自社で構築している点にあります。国分北海道では、本社物流統括部が主催する勉強会への参加を通じてロボティクスソリューションへの理解を深めました。また、AMRを先行導入していた国分関信越 茨城総合センターを視察し、運用ノウハウや課題解決の知見を学び、自拠点の課題に合わせて展開していく点は、国分グループのネットワークと現場力を生かした取り組みと言えます。

AMRの導入により、従業員の歩行・搬送負荷の軽減と作業データの可視化が実現し、限られた人員での安定的な庫内運営が可能となりました。現在は、収集した生産性や動線データの分析を通じて、経験や勘に頼らないデータドリブンな現場改善活動へと進化させています。今後も、季節波動や人員変動に左右されず安定稼働できる物流体制の構築を進め、持続可能な物流インフラの実現を目指します。



札幌ロジスティクスセンターに導入されたAMR

物流ネットワークで支える安定供給

ドライバーの高齢化や担い手不足が深刻化する中、特に広大な北海道と本州を結ぶ長距離の青果物流通をいかに維持するかは、日本のフードサプライチェーンにおける大きな課題となっています。

こうした課題の解決に向け、2023年に北海道有数の青果物専門輸配送会社である伊吹運輸株式会社が国分グループに加わりました。同社が強みとするフェリーを活用した独自の幹線物流網や高度な輸配送ノウハウと、国分グループの幅広い商流・ネットワークを融合。生産地から消費地までをシームレスかつワンストップで結ぶ、強靭なサプライチェーンの構築を目指します。

さらに、計画的な車両更新や、鮮度保持装置を搭載した最新コンテナへの投資、SNSや動画を活用した採用活動にも取り組み、輸送品質の向上とドライバーの育成・定着に注力しています。

今後は、輸配送エリアの拡大やチルド輸送への領域展開を進めるとともに、国分グループ全体での「最適な幹線物流網」の構築に向けて共創圏をさらに拡大し、持続可能な流通の未来を支えていきます。

伊吹運輸のトレーラー

伊吹運輸株式会社

- 共同配送・共同倉庫の取組件数 ▸ 100件／年
- 衛生・安全点検の平均点 ▸ 90点以上（100点満点）
- 災害対策 事前対策チェックリスト（物流センター用）の合格拠点割合 ▸ 100％／年

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/stable-logistics-infrastructure/

国分グループ マテリアリティ

6 安全・安心な食の提供

今、世の中で起きていること

- 食の安全に対する関心の高まり
- 品質管理基準の厳格化
- 情報の正確性・透明性が重要

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「品質と信頼」で安心が当たり前の食を実現する

食のインフラで支える地域産品の価値向上

福島第一原子力発電所事故による風評被害や、一部の国・地域による輸入停止措置の影響から、福島県産品や国産水産品は流通面で極めて厳しい状況に置かれています。

こうした中、国分グループは2025年に東京電力ホールディングス株式会社と包括連携協定を締結し、福島県産品や国産水産品などの流通促進を通じた地域共創に取り組んでいます。「地域密着 全国卸」として培った強固なネットワークを結集し、国分東北が主催する総合展示商談会などを通じて販路拡大を継続して支援しています。2026年の商談会では、多くの水産加工事業者が出展し、約1,300名のバイヤーに向けて安全・安心かつ魅力ある商品群を直接提案する機会を創出しました。

単なる販売仲介にとどまらず、商品開発のノウハウ提供や、輸出バリューチェーンの構築支援など、食のインフラを担う企業として、生産者や地域事業者とともに新たな付加価値の創造に取り組んでいます。

今後は、この地域共創モデルを東北エリアから全国へと拡大し、国内外での能動的な販路開拓と消費拡大を通じて、地域産業の持続的な発展と社会的信頼の回復に貢献していきます。

東京電力支援メーカーの商談機会創出を目的とした国分東北展示会の出展風景

生産管理の高度化で支える安全・安心

食品製造の現場において、食の安全・安心を担保するためには、原材料の受け入れから製造、出荷に至る全履歴（トレーサビリティ）を正確かつオープンに管理することが不可欠です。しかし、多くの食品工場では在庫・製造・出荷の各管理システムが個別に運用され、情報の一元化が業界共通の課題となっていました。

市場や規制による品質管理基準の厳格化に対応するため、デリシャス・クックでは、先進的な生産管理システム「FOODWORLD」を導入・運用しています。

本システムの活用により、在庫・加工（生産）・出荷のデータをリアルタイムで一元管理し、最終製品から原材料までをさかのぼれる高度なトレーサビリティ体制を確立しました。また、厳密なレシピデータに基づく正確な製造指示により、作業の標準化や、原材料・在庫の適正管理を徹底しています。

全工程の一元管理化は、万が一の品質トラブル発生時にも、迅速かつ正確な原因究明と確実な商品特定を可能にし、安全・安心な製造体制の大幅な強化につながっています。今後も本システム基盤を最大限に活用し、品質向上と業務効率化の両立を追求していきます。

工場内に設置されたタブレット端末での管理

- 国分ブランド商品のトレース確認 ▸ 100％／年
- グループ従業員への食品安全に関する教育（年2回実施）受講率 ▸ 100％

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/providing-safe-food/

国分グループ マテリアリティ

7 食を通じた地域創生の実現

8 働きがいも経済成長も

今、世の中で起きていること

- 地域資源の価値発信が不十分
- 地域産品の流通機会が停滞

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「地域との協働」で食を通じた価値創出を実現する

地域資源を生かした価値創造

2000年に発生した三宅島噴火災害から力強い復興を果たした三宅島では、火山ガスに耐えながら育つ「三宅島パッションフルーツ とろぴか丸（以下、とろぴか丸）」が新たな特産品として生産されています。しかしながら、その魅力が十分に認知されていないことに加え、生産過程で発生する規格外品の有効活用や、安定的な販路の開拓が島全体の課題となっていました。

こうした課題に対し、国分首都圏は株式会社協同商事と連携し、規格外の「とろぴか丸」を活用した限定クラフトビール「soil -ソイル-」の商品化を支援しました。国分グループが持つ商品開発の知見とネットワークを駆使することで、これまで廃棄・停滞していた資源に新たな付加価値を創出。さらに、自社オンラインストア「ROJI日本橋」やリカーショップ「EXIVIN（エクシヴァン）」などの販路を活用し、首都圏での販売を通じて三宅島の魅力を広く発信しました。

本取り組みは、生産者支援と三宅島ブランドの価値向上に確かな成果を上げています。今後は「soil -ソイル-」の定番化を目指すとともに、三宅島で培った産地支援のノウハウを他の島しょ地域や地方自治体へと横展開し、地域資源を生かした持続的な地域活性化へとつなげていきます。

限定クラフトビール「soil-ソイル-」

三宅島パッションフルーツ とろぴか丸

体験価値で広げる日本酒文化の魅力

近年、訪日外国人の増加に伴い、日本の伝統的な食文化や日本酒への関心は世界的に高まっています。一方で、地方に点在する酒蔵の歴史や造り手の想いといった「日本酒の本質的な魅力」を、旅行者が深く体験できる機会は限定的であることが課題でした。

そこで、国分グループは2024年度に実施した「オープンイノベーションプログラム※」を通じて、新たな酒蔵ツーリズムの実証に取り組みました。

訪日外国人向けグルメプラットフォーム「byFood（バイフード）」を運営する株式会社テーブルクロスと共創し、日本酒の魅力を体験価値として提供する酒蔵ツアーを企画。訪日外国人と蔵元との交流や、秘蔵酒と日本食のペアリング、自作オリジナルラベル付き日本酒のお土産など、従来の観光ツアーや試飲では味わえない特別な体験を提供しました。

国分グループが長年培ってきた全国の酒蔵とのネットワークと酒類流通の知見を掛け合わせることで、「コト売り」と「モノ売り」を融合させた新たなビジネスモデルの構築を推進しています。

実証実験を通じて、訪日外国人における日本文化への高い関心と、体験コンテンツとしての力強い市場性を確信しました。今後は、新たなプレーヤーとの連携を広げ、全国の酒蔵とともに日本酒文化の発信と新たなインバウンド需要の創出を目指していきます。

※自社の技術やアイデアだけでなく、外部のスタートアップ、大学、研究機関などのリソースを掛け合わせ、新規事業や革新的なサービスを創出する支援プログラム

- まちづくりに関わる取組件数 ▸ 5年累計**223**件
- 地域産食品のエリア外販路数・輸出件数 ▸ 5年累計**180**件

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/regional-revitalization/

国分グループ マテリアリティ

8 食を通じたウェルビーイングの実現

1 貧困をなくそう　2 飢餓をゼロに　3 すべての人に健康と福祉を　12 つくる責任つかう責任

今、世の中で起きていること

- 生活者の価値観の多様化
- 健康志向の広がり
- 生活の質への関心の高まり

このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「食体験」で暮らしの質を高める

食と運動で広げる地域のウェルビーイング

超高齢社会の進展やコミュニティの希薄化が進む中、地域住民の心身の健康維持と、世代を超えた社会的つながりの創出が重要な社会課題となっています。

こうした中、国分グループは一般社団法人Tリーグ、および株式会社ゼンショーホールディングスと連携し、「卓球（運動）」と「食」を組み合わせた健康増進イベント「卓（たくしょく）・食教室」を開催しました。高齢者施設の入居者や地域の子どもたちを対象に、卓球体験と食育プログラムを複合的に実施し、地域社会の健康づくりを多角的に支援しています。

本取り組みでは、卓球を通じて楽しく身体を動かす機会を提供すると同時に、食事や適切な栄養に関する学びを組み合わせることで、健康的な生活習慣への自発的な理解を促進。さらに、イベントを通じて世代を超えたコミュニケーションが生まれ、地域コミュニティの再構築（社会的ウェルビーイング）にも貢献しました。

国分グループは、長年培ってきた食の知見と幅広いネットワークを生かし、既存のお取引関係を単なる商取引にとどめることなく、社会価値を共創するパートナーシップへと進化させています。今後は、地域や参加者の多様なニーズに応じて内容を発展させながら全国に横展開し、食と運動を通じたウェルビーイングの社会実装を推進していきます。

「卓・食教室」参加者の皆さま

食を起点に広がるヘルスケア事業

福島県は男女ともに食塩摂取量が全国ワーストクラスにあり、健康課題の解決が急務となっています。こうした背景のもと、国分グループでは地域社会の食を通じた健康まちづくりと、ヘルスケア事業の展開を推進してきました。

国分グループは「福島県食育応援企業団」への参画を通じて、食を通じた課題解決に関する情報発信を行ってきました。これらの取り組みが福島県・桑折町から高く評価され、2025年秋から健康支援プログラムを実施することが決定しました。

本プログラムでは、食事を撮影するだけで栄養素を自動解析し、減塩レシピなどを提案するヘルスケア支援アプリ「SOULA pie（ソウラパイ）」の提供や、親子で楽しめる減塩推進イベントなどを通じて、住民の健康行動の促進を支援しました。

本アプリにより、これまで把握しにくかった住民一人ひとりの塩分摂取量に加え、タンパク質や食物繊維などの摂取状況を数値化することが可能になります。住民の皆さまが自身の食生活の現状を把握することで、健康について考えるきっかけとなり、実効性の高い健康施策につながるものと考えています。

今後は、蓄積した食生活データの分析結果を商品開発やサービス向上に活用するとともに、このモデルを全国の自治体に展開し、健康なまちづくりに貢献していきます。

桑折町でのSOULA pie説明会

- 心のヘルスケア関連イベントの実施・参画件数 ▸ 実施回数 **10**回／年　参加者のべ人数 ▸ **1,000**人／年
- 地域の生活者の健康に寄与するヘルスケアイベント・セミナーの実施件数 ▸ 実施回数 **100**回／年　参加者のべ人数 ▸ **15,000**人／年

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/well-being-through-food/

国分グループ マテリアリティ

9 持続的な成長のための人材育成と労働環境の整備

4 質の高い教育をみんなに | 5 ジェンダー平等を実現しよう | 8 働きがいも経済成長も | 10 人や国の不平等をなくそう

今、世の中で起きていること

- 働き方や価値観の多様化
- キャリア形成支援の重要性増大
- 人権や多様性への配慮が不可欠

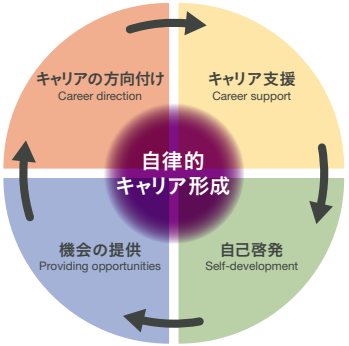
このマテリアリティで国分グループが向き合うこと

「人と組織」で成長し続ける基盤をつくる

一人ひとりの成長を支えるキャリア開発

人材の流動化や価値観の多様化、キャリア採用の増加などを背景に、企業には従来の画一的な人材育成だけでなく、一人ひとりのキャリア観に寄り添った育成支援が求められています。こうした中、国分グループでは、社員の自律的なキャリア形成を支援するため、キャリア開発体系の整備を進めています。本取り組みは「会社は社員を大切にし、社員は会社を大きく育てる」という人事理念を基盤に、育成制度と個人の多様な価値観を融合させたものです。社員一人ひとりのウェルビーイング向上と自律的なキャリア形成を目的に、オンデマンド学習やワークショップ、社内留学制度など多様な学習機会を整備しています。また、第11次長期経営計画で推進した「従業員の『仕事における幸福度』向上」とも連動しており、自己理解と国分スタンスへの共感を軸とした人材育成を推進しています。

近年は、やりがいや楽しさを感じながら成長機会を得られる新たな施策への関心や利用が高まっており、学びを通じた気づきや社員同士のつながりも生まれています。今後も、一人ひとりの成長と挑戦を支える環境づくりを進めることで、自律的に学び続ける組織風土の醸成と企業価値の向上につなげていきます。



国分グループのキャリア開発体系図

国分らしさを未来へつなぐオフィスづくり

国分グループでは、第二本社ビルの建築にあたり、デジタル化や働き方の多様化が進む中でも300年以上にわたり培ってきた歴史や伝統、人と人とのつながりを大切にする国分らしさを体現できるオフィスを目指すことにしました。

その実現に向け、各部門を代表する30名の社員にてワークショップを重ね、「人・つながり・経験」をキーワードに、「自律」「挑戦」「つなぐ」という価値観に整理し、自社の歴史と未来への意志を言語化したオフィスコンセプト「Recipe for Innovation」を社員起点で策定しました。

このワークショップを通じて世代や部門を超えた交流が生まれ、社員が主体的に未来の働き方を考える機会にもつながりました。今後は、国分グループの「食の価値循環プラットフォーマー」としてのアイデンティティを基盤にこのコンセプトを全社へと拡げ、各社のオフィス環境整備や組織づくりにも活用することで、多様な個性がつながり合い、新たな価値を創造し続ける、持続可能な組織の実現を目指していきます。

オフィスコンセプト「Recipe for Innovation」

- 女性管理職比率 ▸ 15%
- 男性育児休業取得比率 ▸ 85%※
- 人材育成・教育費の増加額
- 従業員のウェルビーイング ▸ 自己の成長と共創を通じて、仕事の意義や働く幸せを実感している状態の従業員比率 60%

※2週間以上連続で育児に関わる休暇を取得した場合のみ該当

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/materiality/improving-the-working-environment/

環境方針・推進体制

環境理念

「人と社会に調和する商い」

—私たちは食を通じてこころ豊かな暮らしをお届けし、地球環境に配慮した商いをいたします—

環境方針

1. 地球からの恵みを大切にし、持続可能な社会の実現を目指します
(1) 地球環境の汚染防止・負荷低減につとめます。
(2) 食品のロス削減を目指します。
(3) 環境に優しい備品・資材の利用を推進いたします。
(4) 廃棄物の適正処理を徹底いたします。
(5) 3R（リデュース・リユース・リサイクル）を推進いたします。

2. 事業活動における省エネルギーを推進し、温室効果ガス（GHG）の排出抑制につとめます
(1) 物流に関わる省エネルギーを推進いたします。
(2) オフィス・物流施設・工場・店舗での省エネルギーを推進いたします。
(3) フロン類の適正管理をいたします。

3. 環境コミュニケーションに積極的に取り組みます
(1) 社会とのコミュニケーションや環境情報の開示につとめます。
(2) 環境活動を通じて、企業価値向上を目指します。

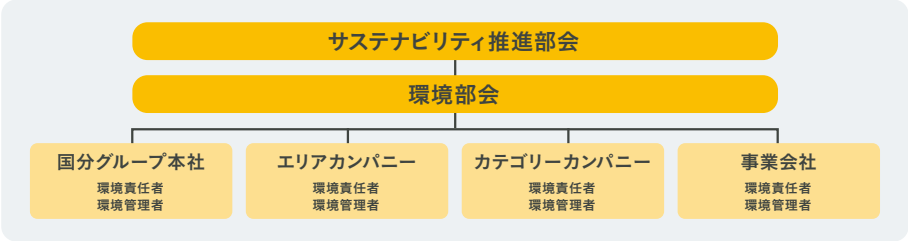
4. 社員一人ひとりが環境に配慮した行動をいたします
(1) 環境に関する情報をグループ全体で共有し、社員自ら知識を高めます。
(2) 環境マインド（Eco-ゴコロ）を醸成し、高いレベルの行動とより信頼される商いをおこないます。

5. 環境管理体制を構築し、法令やルールを遵守いたします
(1) 国分グループの環境管理体制を整えます。
(2) 法令の理解を高めるための社員教育や啓蒙活動をおこないます。

環境管理体制

2018年よりグループ全体を統括・管理する環境管理体制を発足しました。

体系化した組織の中でグループ全体での情報共有を可能とし、法律の変更などに対し速やかな対応を行っています。サステナビリティ推進部会の配下に環境部会を設置し、適宜開催するとともに環境管理規程を策定し、遵守事項を統一しています。



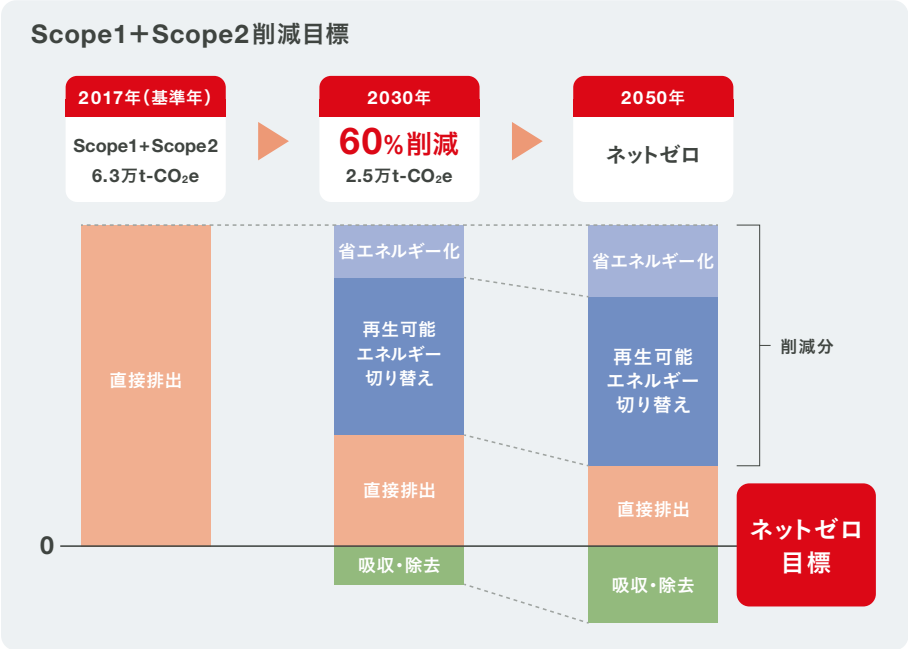
気候変動対応

TCFD提言に基づく情報開示

世界がパリ協定に基づき脱炭素へ舵を切る中、日本も2050年カーボンニュートラルに向け、2035年度までの温室効果ガス60%削減（2013年比）を掲げるなど、脱炭素社会への転換は加速しています。こうした中、国分グループは2024年にTCFD提言に基づく情報開示を行いました。

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/environment/pdf/TCFD_recommendations_2024.pdf

温室効果ガス排出目標と削減量



Scope3への取り組み

国分グループの温室効果ガス排出量は、その9割以上がScope3（サプライチェーン全体からの排出）で占められています。そのため、自社の排出量削減にとどまらず、お取引先と連携し、サプライチェーン全体での削減を推進することで、2030年に2024年比で15%削減を目指します。

※Scope3は算定開始年度を基準年として設定

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/environment/climate-change/

人権の尊重

人権尊重の考え方

国分グループは、人権を「人が生まれながらにして持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、すべての人の基本的人権を尊重しています。

人種、信条、性別、年齢、学歴、社会的身分、門地、国籍、民族、宗教または障がいの有無による差別など、個人の尊厳を傷つける行為をしない企業風土を育みます。

日本の国別行動計画（National Action Plan：NAP）「ビジネスと人権に関する行動計画」の中で人権の尊重が「企業の責任」として求められているように、サプライチェーンに関わるすべての人への人権侵害を未然に防ぐことができるよう、人権デュー・ディリジェンスなどの取り組みを強化していきます。

推進体制

本領域における責任の明確化および実効性を担保するため、サステナビリティ推進担当役員（取締役 常務執行役員）を運用責任者とし、サステナビリティ委員会を推進主体とする体制を構築しています。人権に関する実務については、サステナビリティ委員会のもと、人権部会が中心となり、全社横断的な活動を牽引しています。また、人権に関する疑義や懸念事項が生じた際には、グループ従業員からの相談を受け付ける「コンプライアンスホットライン」を設置しています。さらに、2026年度よりサプライチェーンに関わる方々を対象とした外部向けの通報・救済窓口も新たに整備し、社内外から広く相談・通報を受け付ける体制を構築しています。

人権方針

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

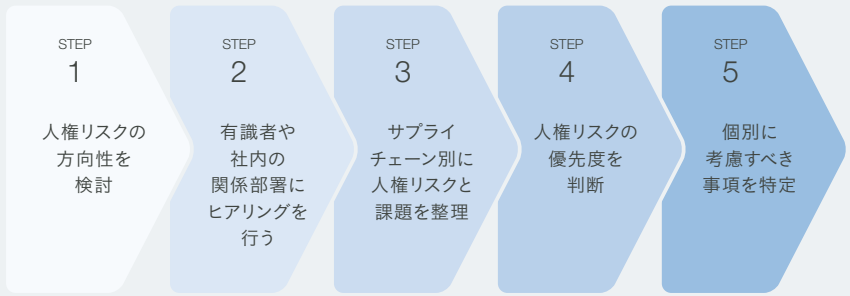
全文はウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/society/human-rights/pdf/human_rights_policy.pdf

個別に考慮すべき事項

国分グループが事業活動において優先して取り組む事項を抽出・整理し、優先順位づけを行った中から、重要と考える事項を以下の5つに特定しました。

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

個別に考慮すべき事項の特定のステップ



人権に関する通報・救済窓口について

国分グループは、企業理念で掲げている「食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造する」を実現するためにサプライチェーン上の人権尊重への取り組みを推進しています。また、食のインフラを担う企業として、事業に関わるすべての人々の尊厳が守られる持続可能な社会の実現に貢献していくことは、私たちの重要な責任であると考えています。

国分グループは、一般社団法人ビジネスと人権対話救済機構（JaCER）に2026年4月に入会しました。JaCERが運営する「対話救済プラットフォーム」を活用することで、人権に関する通報に関して、公平性・透明性を図り、お取引先を含むビジネスパートナー・お客さま・地域社会などのステークホルダーの皆さまとの対話・救済を促進するとともに、人権課題の解決に真摯に取り組んでいきます。

詳しくはウェブサイトをご覧ください https://www.kokubu.co.jp/sustainability/society/human-rights/

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに対する考え方とスタンス

基本的な考え方とスタンス

1712年、現在の三重県松阪市射和から四代國分勘兵衛が江戸に出て日本橋本町に「大国屋」の屋号で店舗を構えたのが国分グループの始まりです。長きにわたり、社是である「信用」を全従業員に浸透させ「継続する心・革新する力」の企業理念のもと、300余年にわたり事業を継続しています。

事業継続の源泉は、創業以来オーナー、役員、従業員の全員が遵守する「帳目」にあります。これは社是である「信用」を守り続けるための行動規範です。

国分グループのコーポレート・ガバナンスは、創業以来一貫して國分家がオーナー・株主として経営を監督し、100年単位の視点で事業を行っています。これにより長期において経営の本質がゆらぐことなく継続され「社是」の浸透や「帳目」の遵守が時代を超えて受け継がれています。

また、伝統は守るものではなく創るものであると捉え、あらゆる時代においてステークホルダーと対話を重ね、常に新しいことにチャレンジし事業へと昇華させてきました。これが「継続する心・革新する力」という企業理念になっています。

国分グループの経営方針は、5年ごとに策定する長期経営計画に基づき、従業員が経営戦略、事業戦略、社内規程などの立案、策定および改廃を提案し、経営における重要事項の審議・承認機関である経営会議で発議します。

各会議体と役割

取締役会

取締役会は会社法で規定される役割および経営会議で承認された重要事項の決議を行います。

経営会議

経営会議は、経営における最重要事項について、意思決定に係る運用規程に基づき立案者・策定者である従業員から発議された事項に対し審議、承認を行います。

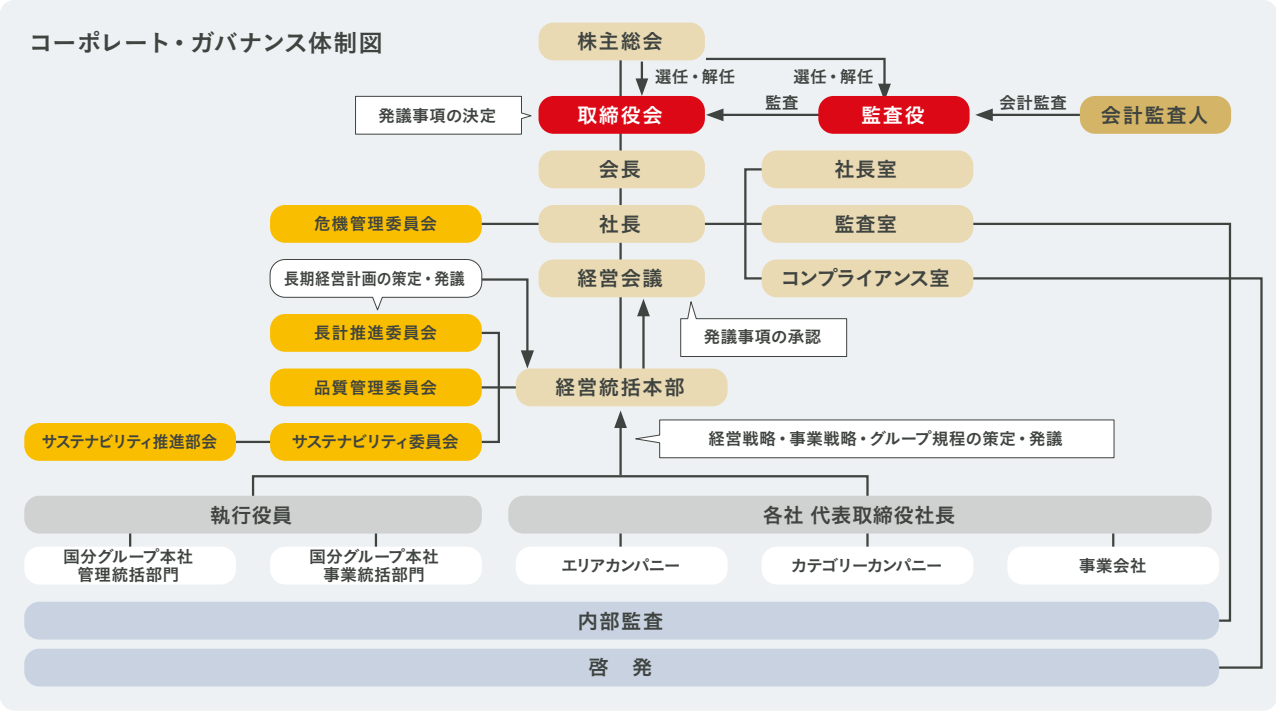
経営会議は会長、社長、副社長および常務執行役員以上の役員で構成されます。

監査役

株主総会にて選任され、取締役の職務の執行の監査である業務監査および会計監査を行います。常勤監査役2名、監査役1名で構成されます。

業務の適正を確保するための体制（内部統制）

国分グループでは、業務の適正を確保するため、取締役会規程をはじめ内部統制に関わる規程を定め、厳格に運用し取締役会がこれを監督します。



役員一覧（2026年6月現在）

代表取締役

國分 勘兵衛
会長 兼 CEO

國分 晃
社長執行役員
経営統括本部長 兼 COO

取締役

國分 泰孝
副社長執行役員
経営統括本部副本部長
（国分ビジネスサポート（株）担当）

鈴木 嘉一
専務執行役員
経営統括本部副本部長
（国内営業統括）

山崎 佳介
常務執行役員
経営統括本部副本部長
兼 国分フレッシュ・フードトランス（株）
代表取締役社長執行役員

品田 文隆
常務執行役員
経営統括本部副本部長
兼 業務オペレーション統括部長

林 恒喜
常務執行役員
経営統括本部副本部長
兼 海外統括部長
兼 戦略推進室長

平井 匠
常務執行役員
経営統括本部副本部長
兼 営業戦略統括東日本担当

川野 政治
常務執行役員
経営統括本部副本部長
兼 営業戦略統括西日本担当
兼 国分西日本（株）
代表取締役社長執行役員

山本 栄二
執行役員
コンプライアンス室長

鈴木 公一
執行役員
経営統括本部副本部長
兼 経理財務部長
（国分ビジネスエキスパート（株）担当）

佐藤 和宏
執行役員
経営統括本部副本部長
兼 商品統括部長
兼 戦略推進室長

南 博貴
執行役員
経営統括本部付部長
兼 国分首都圏（株）
代表取締役社長執行役員

常勤監査役

柄 秀典

小木曽 泰治

監査役

右近 順一

その他執行役員および組織図はこちら https://www.kokubu.co.jp/company/tree/

コンプライアンス

コンプライアンスに対する考え方とスタンス

考え方・スタンス

国分グループ不変の経営哲学であり、国分の企業文化の根底にある社是の「信用」は、グループ全従業員の行動のよりどころです。また、創業期より会社の決まり事を成文化した「帳目」があります。社是の「信用」を守り続けていくための行動指針です。ほかにも法令遵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、法令や社内規程などが確実に守られているかどうか、定期的に確認しています。また、第3ディフェンスの監査部門と第2ディフェンスの本社主管部門が連携してチェック項目のブラッシュアップを行い、取り組みを強化しています。

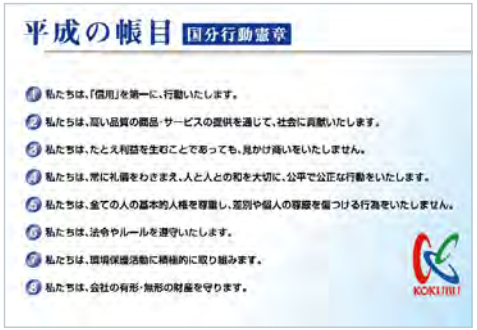
目指す内部統制の体制

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遵守 ・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**	・遵法精神の醸成、内部統制マインドの浸透・啓発 ・会社全体のルール遵守の統括 ・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、行動を徹底するために、行動憲章・行動規範「平成の帳目」を多言語で配付し、定期的な研修を行っています。



従業員全員に配付している「平成の帳目」のカード

年1回、全従業員を対象にコンプライアンス意識の徹底を図るためのeラーニングを行うほか、業務に関連した法律を学ぶ研修も実施しています（2025年度のeラーニング受講率は86.6%）。また、グループ独自の内容を取り入れたコンテンツや時流に沿ったテーマで、コンプライアンスに関する事例を月2回発信し、全従業員の理解度確認も行っています。新入社員研修では、人事総務部が中心となり、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な教育を実施しています。

内部通報制度

国分グループでは「コンプライアンスホットライン」に社内窓口と社外窓口を設置しています。対象範囲はグループ役員・全従業員で、メール、電話、FAX、イントラネットなど、さまざまな手段からいつでもアクセス可能な環境を整え、通報を受け付けています。

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、各社にハラスメント相談員を置いています。

サプライチェーン上のステークホルダーやお客さま向けには2026年4月からJaCERが運営・提供する「対話救済プラットフォーム」を設置しています。

リスクマネジメント

リスクマネジメントに対する考え方とスタンス

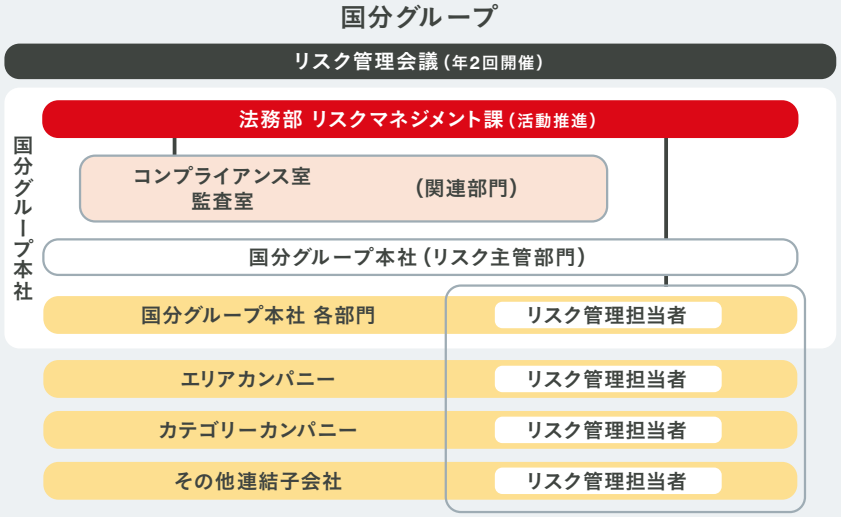
考え方・スタンス

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、グループ全体のリスクマネジメント活動として、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、優先順位をつけたうえで、重要意思決定機関である経営会議で情報を共有し、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図



取り組み

2026年から第5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5期活動（2026年4月～）

（1）情報セキュリティリスク対応
（2）近年の社会情勢を踏まえた独占禁止法・取適法への対応
（3）新規ビジネスの取り組み拡大に伴うリスク対応・管理標準化
（4）食の価値循環プラットフォームの展開加速に伴うリスク対応

なお、第1期から第4期までのリスクマネジメント活動は以下のとおりです。

これまでの活動

（1）労働基準法改正への対応、労働時間管理、ハラスメント防止対策
（2）情報管理（機密情報管理、インターネット上の誹謗中傷対策、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・廉売規制への対応
（5）首都圏以外での地震、（全社）風水害対策
（6）環境法令対応
（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対応
（9）海外輸出入取引に伴うリスク対応
（10）物流事業の庫腹※活用に伴うリスク対応
（11）独占禁止法・下請法への対応
（12）エネルギー政策への対応

※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）

いつ起こるかわからない有事の緊急事態に備え、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は各グループ企業と連携し、毎年計画的に災害訓練を実施しています。これまで、首都圏直下型地震を想定した災害対策訓練を実施してきましたが、2025年は南海トラフ地震を想定し、国分中部を現地対策本部・国分グループ本社を災害対策本部として災害対策訓練を実施しました。訓練を重ねるごとにさまざまな課題や気づきが生まれ、それらを改善・加味した体制づくりを心がけており、実際に災害が発生した場合でも冷静に対応できるようにしています。

会社情報

会社概要

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　5,696名（連結、2025年12月31日現在）

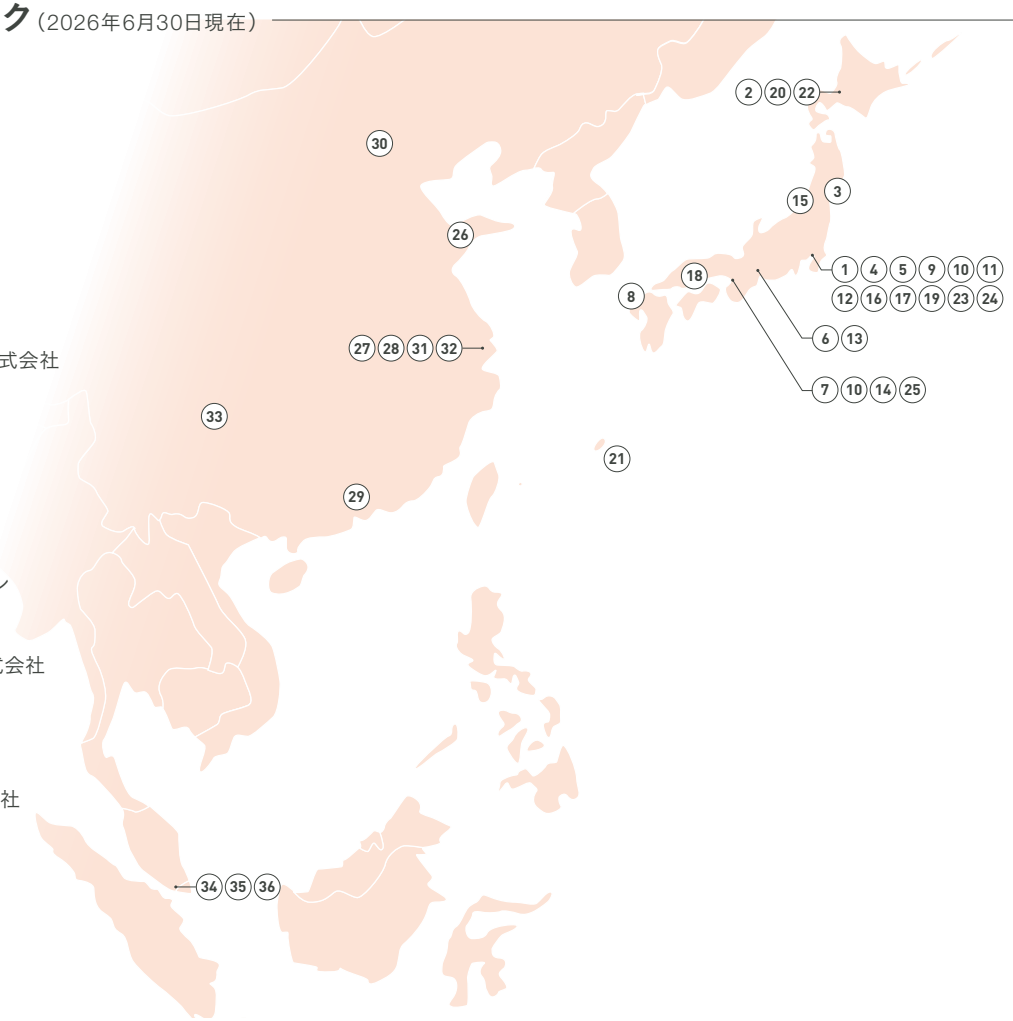
グローバルネットワーク（2026年6月30日現在）

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 国分フレッシュ・フードトランス株式会社
⑩ 株式会社ナックス

国内事業会社
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 中部食糧株式会社
⑭ ヤシマ株式会社
⑮ 新潟酒販株式会社
⑯ 株式会社ヌーヴェル・セレクション
⑰ デリシャス・クック株式会社
⑱ 旭トラストフーズ株式会社
⑲ ロジストラスト・パートナーズ株式会社
⑳ 株式会社T&Dロジテム
㉑ りゅうきゅう低温流通株式会社
㉒ 伊吹運輸株式会社
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
㉕ 株式会社エスサーフ



海外事業会社
㉖ 青島三慧物流有限公司
㉗ 上海国分商貿有限公司
㉘ 上海峰二食品有限公司
㉙ 深圳市一番食品有限公司
㉚ 北京必愛喜食品営銷有限公司
㉛ 上海恒孚物流有限公司
㉜ 上海日生食品物流有限公司
㉝ 久華世（成都）商貿有限公司
㉞ KOKUBU SINGAPORE Pte. Ltd.
㉟ KOKUBU Commonwealth Trading Pte. Ltd.
㊱ San Sesan Global Pte. Ltd.

※グローバルネットワークについては2026年7月1日現在の情報を記載しています。

国内関連会社
・倉島乳業株式会社
・株式会社久世
・株式会社ジャパン・インフォレックス
・エコートレーディング株式会社
・株式会社山星屋
・セントラルフォレストグループ株式会社
・ユーロフィンQKEN株式会社
・王将椎茸株式会社

海外関連会社
・三通国分商貿（青島）有限公司
・上海懿姿電子商務有限公司
・KOSPA Limited.
・New Land Vietnam Japan Joint Stock Company
・Sojitz Kokubu Logistics Solution LLC.
・Huong Thuy Manufacture Service Trading Corporation
・Focal Marketing Sdn. Bhd.
・Kokubu Food Logistics Malaysia Sdn. Bhd.
・Commonwealth KOKUBU Logistics Pte. Ltd.
・Commonwealth Logistics II Pte. Ltd.

国分グループ

お問い合わせ

国分グループ本社株式会社 サステナビリティ推進部
E-mail：kk00-sustainability@kpost.kokubu.co.jp