

SUSTAINABILITY REPORT 2022



「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。

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。



社員が常に携行
しているカード

INDEX

社是・企業理念・行動憲章 行動規範	01
目次／編集方針	02
トップメッセージ	
会長メッセージ	03
社長メッセージ	04
サステナビリティマネジメント	07
特集	11
マテリアリティ報告	
地球環境	13
食糧生産	15
サプライチェーン	17
マーケティング	19
生活者	21
人財	23
人権の尊重	25
ガバナンス	
コンプライアンス	27
リスクマネジメント	28
会社情報／グローバルネットワーク／ 国分グループの卸機能とは？	29

編集方針

国分グループは、300年間紡いだ商いを通じ、食における持続可能な社会の実現に向け、課題解決に取り組んでいます。その活動実績をステークホルダーの皆さまにお伝えし、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、2022年9月、「SUSTAINABILITY REPORT 2022」を発行しました。本レポートは2020年に策定したSDGsステートメントに沿った重要事項（マテリアリティ）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。今後もレポートを継続的に発行し、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（国分グループ本社株式会社および国内・海外グループ会社）を対象としています。

報告期間

2021年度（2021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

2022年9月（次回2023年9月を予定）

参照ガイドライン

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

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。



代表取締役会長兼CEO
十二代
国分 勘兵衛

社是の「信用」を礎に、 次の100年に価値を届ける 国分グループへ

国分グループは1712年の創業以来、食の流通に携わり、社会の変化に応じて常に新しいことに挑戦してきました。

それは社是である「信用」と企業理念「継続する心・革新する力」を大切に受け継ぎ、行動憲章・行動規範である「帳目」に基づいて日々商いを行ってきた結果であると感じています。私たちは創業時の醤油の醸造・販売から卸売業へと変化し、酒類や食品の流通に携わってきました。そして今、私たちに求められる役割は、単にモノの流通・販売だけではありません。

2021年よりスタートした第11次長期経営計画では、「共創圏の確立」を新たに掲げました。共創圏は「国分グループがバリューチェーンの全域で、あらゆる人々と従来のお取引引き・お取引組みの枠を超えて連携することで、食品流通における新たな価値、事業を創造するネットワーク」であり、第11次長期経営計画において大変重要な考え方です。また、本計画では、サステナビリティと経営の統合を図ったことも大きな特徴です。卸売業という中間流通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れることが、私たちの強みであると感じています。

今日、世界中で起こっているさまざまな出来事を見ても、この先の10年は、これまでと比較できない程のスピードで、変化が進行するものと想定しています。

SDGsステートメントで掲げたように、食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造し続け、300年間紡いだ商いを次世代に繋げていくためには、社是の「信用」と行動憲章・行動規範である「帳目」を守りながら、経営においては常に変化し続けることが必要です。卸売業として、お取引先から頼りにされ、バリューチェーンの構築に寄与する「縁の下の力持ち」であり続けることが重要であると考えています。

310年もの長きにわたり事業を続けることができたのは、お取引先をはじめ、従業員にも恵まれてきたからだだと自負しています。これからも皆さまとともに、社是の「信用」を大切に、次の100年に向け、ゆたかな未来を創ってまいります。

食のマーケティングカンパニーとして「共創圏」を確立し、
多様なパートナーと共に新たな食の価値を創造します。



代表取締役社長執行役員
兼COO

國分 晃

310年の歴史の重みと、 今日直面するさまざまな環境変化

1712年に醤油醸造業から始まった国分グループは、1880年に食品卸売業に転換し、今年創業310年を迎えました。しかし、その歩みは決して順風満帆なものではありませんでした。明治維新による社会変革や、関東大震災、太平洋戦争などにより、存続の危機に見舞われました。売り上げも資産も失い、ゼロスタートで先人たちが再興に尽くした時代を経て、現在の国分グループの姿があります。そこには創業時からの社是「信用」と、その精神を礎に「会社の決まり」を成文化した「帳目」があり、それぞれの時代における持続可能な事業活動を支えてきたのです。

今日、私たちはまた大きな環境変化の波に直面しています。一つは、日本の人口減少という十数年来続くトレンドです。今後もこの傾向は続き、国内の食のマーケット縮小は避けられません。私たちが従来通りの事業を続けていては、提供できる付加価値は減少していきます。

また、2020年には新型コロナウイルス感染症の拡大で、事業環境が一変しました。国分グループでは、市場の縮小や売上減少など逆風の中、ニューノーマルやアフターコロナを見据えて策定した第11次長期経営計画が、2021年よりスタートしました。

2022年には、緊迫するウクライナ情勢を受けて、原材料・エネルギー価格の高騰や為替レートの変動など、経営環境はさらに厳しさを増しています。

脱炭素を目指す世界的な動きも、私たちの事業と深く関わります。物流をめぐるCO₂排出量削減への対応が迫られる中、サービスレベルの見直しも含め、いかにコスト増にも対応していくか。賞味期限の「年月」表示化の推進や、配送・倉庫管理システムの効率化を進めるなど、業界全体で協力し合うことで食の豊かさと環境配慮を両立していく道は、まだまだ、たくさんあると思います。



食の価値創造No.1 企業を目指し、 第11次長期経営計画をスタート

国分グループでは1971年より長期経営計画をスタートさせ、以後50年間にわたり、グループの成長戦略を5年単位で示してきました。2016年からの第10次長期経営計画では、不況下でも過去最高益を出せる体制・体質を目指し、100年に1度の大改革=ビジネストラansフォーメーションを行いました。当時50社を超えていたグループ企業と支社から現在の体制にすることで、グループ間の効率的な連携も強化されています。それを土台に新たに踏み出した第11次長期経営計画では、不透明な状況下でも高い利益を出せる事業運営体制づくりへの手応えを感じており、食の価値創造No.1企業に向け次の段階に臨んでいく準備は整ったと考えています。

第11次長期経営計画では、「『食のマーケティングカンパニーの進化』～共創圏の確立～」をビジョンに掲げるとともに、「顧客満足度No.1」「共創圏の構築・拡大」「コト売り比率の向上」「従業員の仕事における幸福度向上」の4つの価値創造目標を定め、取り組んでいます。

「共創圏」は新たに設定した極めて大切な概念です。これまで国分グループでは、食に関わるあらゆる事業者間での価値創造を考えていましたが、その対象をバリューチェーン全体へと広げ、生産者からメーカー、物流事業者、小売業、外食事業者、生活者、そして行政までも含むネットワークを共創圏として捉え直しました。農家の方が野菜を作る、あるいは漁師の方が魚を獲るところから始まり、それが加工され、物流に乗り、生活者の皆さまの食卓にのぼるまでのすべてに、食のマーケティングカンパニーとして向き合っていきます。

第11次長期経営計画において重要な基盤の一つが、

2020年9月に公表したSDGsステートメントです。私たちが多様なパートナーとの協業のもと、共創圏を拡大し、イノベーションを創出していきます。

そのためには現場での細やかな対応とその結果の積み上げが重要です。従業員一人ひとりがお客さまに向き合い、顧客満足度を高めるために活動する「総マーケティング人材化」を目指します。私たちが重視するイノベーションとは、新たなビジネスモデルの創出など劇的な変革のみを指すのではなく、「現場での提案の積み重ねで売り上げを伸ばす」といった身近な工夫を含むものです。むしろ今、そうした地道な活動こそが大切なのだと思っています。

創業以来受け継いできた「帳目」を SDGsステートメントとして整理

国分グループの事業は常に、社是「信用」、企業理念「継続する心・革新する力」と、行動憲章・行動規範「帳目」の上であり、これは現在も「平成の帳目」として受け継がれています。「帳目」で掲げている内容は、今日国際社会で重視されるSDGsの考え方と類似しており、SDGsは私たちにとって決して目新しいものではありませんでした。公表したSDGsステートメントは、これまで時代を超えて受け継いできた想いを、現在の世界共通のフレームワークに合わせて整理したものです。私たちはどのような世界を創りたいのか、そのために何ができるか、丸1年にわたり議論を重ね、社内外にコミットメントを発信できた意義は大きかったと考えています。

SDGsステートメントを着実に実現するため、6つのマテリアリティ(重要事項)を特定しました。「地球環境」「食糧生産」「サプライチェーン」「マーケティング」「生活者」「人財」という

それぞれの分野で、2030年に向けた達成目標やKPIを定め、取り組みを進めています。そのための推進体制として、2021年にサステナビリティ委員会を新設しました。委員長は私が務め、エリアカンパニー、カテゴリーカンパニーの社長やグループ本社の部門長クラスが委員として参画しています。

年2回のサステナビリティ委員会において、マテリアリティへの取り組みの進捗を確認し、議論を深めており、PDCAは確実に回り始めたように感じています。また、サプライチェーンを含めた人権への取り組みを強化するため、2022年6月に人権方針を策定しました。

サステナビリティの推進は幅広いステークホルダーと信用を構築していくことであり、共創圏のパートナーの皆さまと従来の枠を超えて連携し、新たな価値を創出していきたいと考えています。国分グループでは、2020年から、地域に根ざした各エリアでの成功事例を全国に共有する社内表彰制度「Na-gional (ナショナル) 大賞」を設けていますが、この中でもサステナビリティに関連した事例が上がってきています。

食を通じ、世界中の人々が 幸せを感じられる社会づくりに貢献する

マテリアリティの一つに「人財」を設定しているように、従業員は会社にとって重要なステークホルダーです。一人ひとりが誇りとやりがいを持ち、夢や目標を実現して成長していき

るような会社づくりを進めていきます。第11次長期経営計画では、4つの価値創造目標の中に「従業員の仕事における幸福度向上」を掲げ、働き方やキャリアについて考えるワークショップの開催など、新たな活動を始めました。従業員には、そうした場に積極的に参加し、人生におけるパーパス(目的)の再発見と国分スタンス[※]の再確認につなげてほしいと願っています。それら2つの重なる部分が広がっていくことで、人と会社が共に成長していくと考えています。

また社内ダイバーシティは非常に重要です。私が学生時代に米国のビジネススクールに留学したときのことです。チームワークを重視する学風のもと、多くのグループスタディを重ねました。そこで実感したのは、性別・国籍・文化的背景などが異なる多様な人材が集まり、議論を繰り返して導き出した答えは、優秀な一人の人間が出す答えよりも常に優れているということでした。そのときに得た教訓は、今も私の土台となっており、国分グループを「多様性を力に変える会社」にしていきたいと思っています。

すべての従業員の総力を結集し、SDGsステートメントが目指す未来へと歩んでいきます。気候変動や貧困・格差などさまざまな社会課題の解決に、あらゆるパートナーとともに取り組み、食を通じて世界の人々の幸せと笑顔を創造してまいります。

[※]国分スタンス：社是・企業理念・平成の帳目を大切に、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



地域(リージョナル)と全国(ナショナル)を掛け合わせた「Na-gional(ナショナル)大賞」という社内表彰制度2021年度受賞者

サステナビリティマネジメント

国分グループは310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、6つの重要事項(マテリアリティ)を特定しました。

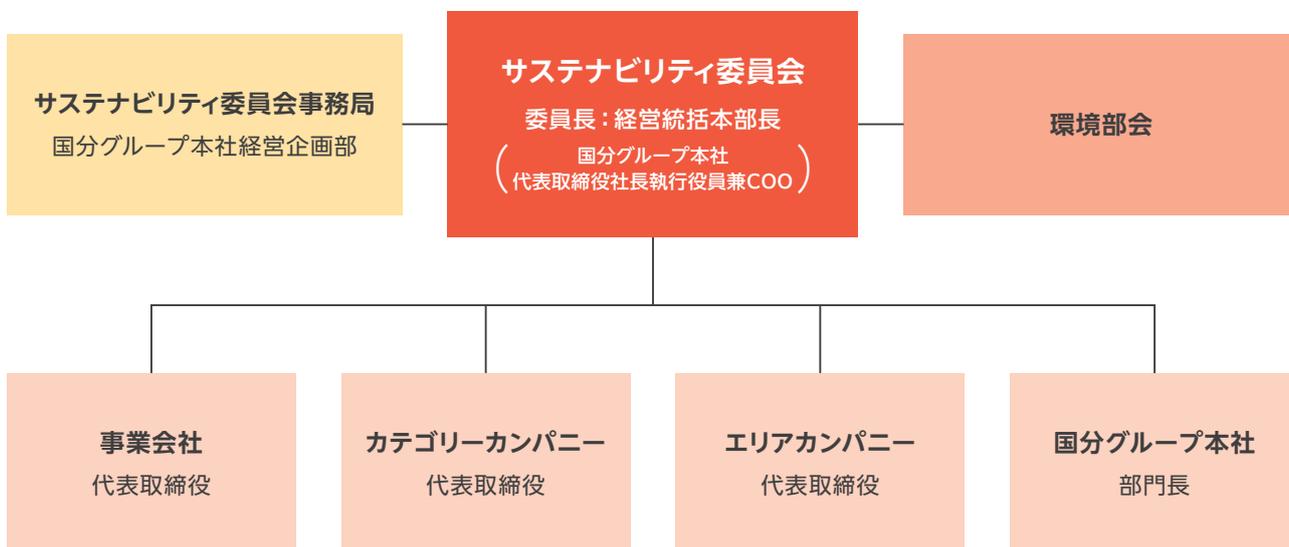
サステナビリティ推進体制

国分グループでは、社会の一員として経済活動とともに、サステナビリティ(持続可能性)に貢献しながら、事業を継続していく責務があると考えています。そのため、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年には、国分グループ本社に経営企画部サステナビリティ推進課を設置し、グループ全体における、サ

ステナビリティ推進体制を整えています。また、2021年からは経営統括本部長(国分グループ本社 代表取締役社長執行役員兼COO)の國分晃が委員長となり、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し、SDGsの取り組み推進・進捗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



マテリアリティの特定

国分グループでは、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ました。そしてその重要性について検討を重ね、6つのマテリアリティを特定しました。

STEP 1

個別状況の把握と
課題の抽出

SDGsの本質である環境と社会の課題を事業として解決するため、イノベーション・マネジメントシステムISO56002を理解し、国分グループにおける個別状況の明確化と課題の抽出を行いました。

STEP 2

ターゲットに対する
事業化の検討と
優先順位の決定

STEP1を基にSDGsのゴールとステークホルダーを含めたビジネスとの関係の度合いの共有を行い、169すべてのターゲットについて事業化案を作成し優先順位の検討を行いました。

STEP 3

価値提供に向けた
強みと弱みを把握し
戦略を検討

バリューチェーンを通じて、社会に提供している価値および提供したい価値をまとめ、自社の優位性と劣位を確認し、課題解決を事業化するには何が必要かを明確化した上で、SDGs達成に向けた戦略の検討を行いました。

STEP 4

SDGsステートメント
およびマテリアリティの
特定

STEP1～3の過程を通じ、SDGsステートメントの作成および貢献する30のSDGsターゲット、6つのマテリアリティの特定と、達成目標、行動基本方針を作成した上で具体的な18のKPIを定め、外部有識者が妥当性の確認を行いました。

これを重要意思決定機関である経営会議で承認後、経営に統合、国分グループ本社 代表取締役社長執行役員兼COOが委員長を務めるサステナビリティ委員会で討議し活動を開始しました。

特定したマテリアリティ

国分グループではマテリアリティを特定し、PDCAを回していくために、2030年までに達成すべき目標(KPI)を定めています。毎年3月に進捗の報告を行い、達成状況を確認しています。達成が難しい場合は、解決策を協議・決定のうえ、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随時、見直していきます。

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れ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、人生が豊かになる会社になります	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 SDGsステートメントブック https://www.kokubu.co.jp/sustainability/pdf/kokubu_sdgs_statement.pdf

※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 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。

KPI	貢献するSDGsターゲット※1	主な進捗
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	8.4 12.2, 12.4	温室効果ガス削減のために ▶ P14
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	14.4 15.4	プラスチック廃棄物削減と水質汚濁の防止 ▶ P14
<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年までにサステナブルカテゴリー※3の売り上げを100億円以上とする 	2.4 8.1, 8.5, 8.7	社会・環境に配慮した商品を増やす ▶ P16
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	14.4	特徴ある地域の食材使用と生産者の顔が見える取り組みを推進 ▶ P16
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	7.2, 7.3 9.4	配送効率化の取り組み ▶ P18
<ul style="list-style-type: none"> ● 2030年までに、食品廃棄物量を2017年比50%削減する 	11.6 12.3, 12.5	サプライチェーンとともに取り組む食品ロスの削減 ▶ P18
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	8.3, 8.9 12.3, 12.8	未来を担う子どもたちに食の大切さと楽しさの学びの場を ▶ P20
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 		地域の課題解決とおいしさを両立 ▶ P20
<ul style="list-style-type: none"> ● 2025年までにTCFDに準拠した経営予測を作成する 	1.5 2.1, 2.2	—
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	3.4 9.1 13.1	温度管理の異なる商品を離島に届けるために ▶ P22 問屋 国分ネット卸で介護施設での生活の質向上に寄与 ▶ P22
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	4.4, 4.7 5.1, 5.4, 5.5	国分ビジネスリーダー育成カレッジ ▶ P24
<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	8.1, 8.5 10.2	多様性(ダイバーシティ)マネジメントセミナー ▶ P24

国分グループ×トニーズ社の挑戦

100% 違法な児童労働や強制労働のない チョコレートを日本の市場へ



国分グループは2020年より、オランダの売り上げNo.1^{*1}チョコレートメーカーTony's Chocolonely Nederland B.V.社(以下、トニーズ社)の日本初の正規代理店として、同社のチョコレートを販売しています。私たちはチョコレート業界におけるスレイブフリー(強制労働のないカカオ生産)の実現を目指すトニーズ社とのパートナーシップで、食のサステナビリティを追求します。2022年5月、これまでの活動を振り返り、今後への方向性を共有するため、国分グループの商品開発部のメンバーとトニーズ社による対話で、意識の共有を行いました。

※1 出典: AC Nielsen (2018/10/1 ~ 2019/9/30の売り上げ)

チョコレート業界を取り巻く課題

世界中で何億人もの笑顔を日々生み出しているチョコレート。原材料となるカカオは、ガーナ、コートジボワールといった西アフリカ諸国で世界の生産量の75%を占めています。その生産にあたるのは数百万人のカカオ農家です。彼らから買い取るカカオ豆の価格は常に低く抑えられ、労働に対して十分な賃金を得ることができていません。生産性向上のための知識や設備も得られない中、貧困の連鎖から抜け出すことができないのです。

こうした状況は、収穫量を増やすための森林破壊や、違法な強制労働に直結しています。特に深刻な問題とされるのが児童労働で、今も約156万人^{*2}の子どもたちが西アフリカのカカオ農場で働いています。中には、刃物を使った危険な作業や重い荷物の運搬などを強いられ、家族と離れて暮らし、学校に通うこともできないケースもあります。



子どもたちの過酷な労働から生まれるチョコレートが全世界に届けられ、生活者の笑顔のもとで食べられるという不均衡・不平等の解消こそ、トニーズ社が目指すものです。「5つの調達原則」のもと、カカオ農家・農場との直接取引によって成り立つ同社のブランド「トニーズチョコロンリー」を日本市場に展開することで、国分グループも「自社のチョコレートだけではなく、世界中のチョコレートが違法な労働に関わらないカカオから作られたチョコレートになる社会の実現」という理念に共感し、支援していきます。

5つの調達原則

1. 追跡可能なカカオ豆
2. 買い取り価格を高く設定
3. 農家の地位向上
4. 長期的な関係構築
5. 高い品質と生産性

西アフリカの
カカオ農場で
働く子どもたち

約**156**万人^{※2}

※2 参照: シカゴ大学(2020) [NORC Final Report: Assessing Progress in Reducing Child Labor in Cocoa Production in Cocoa Growing Areas of Côte d'Ivoire and Ghana]

長期的なパートナーシップのもと、市場を変え、業界全体を動かしていく

国分 当社がトニーズチョコロンリーの先行発売を開始したのは2020年11月のことでした。日本でも徐々にフェアトレードへの関心が高まってきていた中で、来店するお客さまはサステナビリティへの感度が高い方が多かったように思います。店頭で並んだパッケージを見て興味を持ったという方でも、カカオ産業の現状や商品コンセプトをご説明すると、共感してくださる方がたくさんいらっしゃいました。翌年11月からは全国販売を始め、トニーズチョコロンリーは現在日本中で購入できるようになりました。



トニーズ社 国分グループの流通網に乗せることで、より多くの生活者にサステナブルなチョコレートをお届け、その心を動かせるのは素晴らしいことです。チョコレート業界にとって日本市場は重要な存在であり、今後アジア展開を進めていく上で大きな足がかりになってくれます。日本進出にあたり国分グループと協業できた意義は大きかったと思います。日本市場のプロフェッショナルであるのはもちろん、当社のブランド価値や理念をよく理解してくれて、その熱意には感銘を受け、長期的なパートナーシップを築いていける信頼感を持つことができました。

国分 サステナブル商品の市場拡大は国分グループでも注力するところで、トニーズ社との協業はその貴重な一歩になったと思います。今年で創業18年目を迎えられるますが、取り組みを続けてきたことでカカオ農家に見られる変化はありますか？

トニーズ社 「5つの調達原則」に則って取引する農家では、確実に強制労働・児童労働が減っていて、それが数字にも表れています。例えば業界平均で46.5%とされる児童労働は5つの調達原則を実践することで、私たちと長年一緒に働いてきたパートナーの間では3.9%に減らすことができました。もちろん0%にすることが目標ですが、当社のモデルを使うことで結果が出てきています。ただ、当社のチョコレートだけがスレイブフリーであればいいのでは決してなく、業界全体を変えていく必要があります。サステナブルなカカオの重要性を呼びかけ、業界のビッグプレイヤーを動かし、協力を得ていくことが不可欠だと思っています。

カカオ農家と消費者をつなぐストーリーを発信

国分 現在、トニーズチョコロンリーの全国展開を進めていく上で課題に感じているのは、いかにブランドの認知度を高めて市場を育てていくかです。店頭では同じ棚に多くのチョコレートと一緒に並ぶため、何も情報がなければ単に「値段の高いチョコレート」として捉えられかねません。トニーズ社のミッションやストーリーをどう発信していくかが問われていると感じています。生活者の皆さんから「このチョコレート知ってる?」という会話が自然に始まり、トニーズチョコロンリーの輪がさらに広がっていくようなレベルを目指さなければと思っています。

トニーズ社 地道に取り組み続けることで、生活者の考え方は徐々に変わっていくと考えています。先行して活動してきた本拠地のオランダや、イギリス、アメリカでは、チョコレートのサステナビリティを意識してトニーズチョコロンリーを選ぶという生活者が増えています。一度食べてもらえば風味の良さを分かってもらえますし、持続可能なカカオ生産にも貢献できる商品と知れば、さらに魅力を感じてもらえるでしょう。日本では小さいチョコレートバーが人気なので、それに合わせた商品開発も必要だと考えています。私たちのチョコレートのブランドを日本の多くの人が目にして、買っていただくことで、私たちが目指すスレイブフリーの世界観を広げていくことができます。それによって、日本の生活者の心を打ち、さらにより多くの人の心に響くことにつながっていくのではないのでしょうか。

国分 将来的には、トニーズチョコロンリーのことを、だれもが当たり前知っている商品に育てていきたいです。国分グループとして目指す大きなゴールは「日本の市場をよりサステナブルに変えること」であり、それはトニーズ社が目指す「世界中のチョコレートを100%スレイブフリーにすること」にもつながっています。時間はかかりますが、多くの人々がトニーズチョコロンリーを知っていて当たり前になるよう、一緒に取り組んでいければと思います。





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

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。

環境方針・体制図はこちら ▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/environmentmanagement/>

貢献する
SDGsターゲット

8.4
12.2, 12.4
14.4
15.4

OUR APPROACH

国分グループは地球の恵みである食品を扱う企業として、地球環境に配慮しながら、事業を継続していきます。近年の地球温暖化による気候危機は、私たちの生活だけでなく、企業活動にも大きな影響をおよぼします。国分グループでは地球環境への影響を最小限にするため、国が定めた2050年までのカーボンニュートラルの実現を目指します。目標として、①2030年までにグループ全体のCO₂排出量を2017年比30%削減すること、②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%とすること、③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こと、④2050年までにすべての国分開発商品*を環境配慮設計とすること、の4つを掲げ、取り組んでいます。

各国や地域の環境規制を順守し、国際条約または法律で禁止されている化学物質にも適切に対応しています。さらに国分グループ環境管理規程に基づき、廃棄物・排気・排水をはじめとする事業活動で発生する有害な環境影響の予防・防止に努め、対策を講じることで、地球環境および職場・生活環境の悪化を防ぎます。

*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)>地球環境はこちら

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

温室効果ガス削減のために

国分グループでは、温室効果ガス排出削減のため、2016年度以降、三温度帯(常温・冷蔵・冷凍)大型センター6カ所に温室効果ガスであるフロンを使用しない自然冷媒を使用しています。自然冷媒はエネルギー効率がが高く、全体の5~10%程度のCO₂排出量改善を見込んでいます。

また、2021年度はLED照明への切り替えを12拠点において実施しました。2022年度も12拠点で実施の予定です。加えて再生可能エネルギーへの切り替え(国分グループ本社の本社ビル、鶴沼研修施設で導入済み)も順次行っています。さらにエアカンパニーおよびカテゴリーカンパニーにおいて、営業車の安全運転、エコドライブによる温室効果ガス削減等の観点から、車両管理システムの導入を2022年度中に完了する予定です。



2021年5月稼働 沖縄浦添流通センター
温室効果ガスであるフロンを使用しない自然冷媒を採用

プラスチック廃棄物削減と水質汚濁の防止

国分グループは食品を扱う企業として、自然の恵みから原料を調達しています。海洋プラスチックやマイクロプラスチック問題は私たちの事業に多大な影響を与えることから、プラスチック廃棄物削減およびマテリアルリサイクルに積極的に取り組んでいます。商談現場では可能な限り、試食用プラスチック容器を紙製容器に切り替え、分別の徹底も行います。また、物流センターにおいて繰り返し使う食品用コンテナ洗浄の際、アルカリイオン水を使用し、洗剤を使用しないことで水量の削減と水質汚濁防止に努めています。



スーパーマーケットトレードショーでは100%紙容器を使用

Voice

月3万枚のビニール袋削減を実現

物流センターでは、これまで「短いリードタイム」に対応するため、缶飲料を中心に事前の「袋詰め作業(小分け加工)」を行っていました。専担者が必要になる上、小分け加工に使用したビニール袋が店舗に到着すると捨てられてしまい、環境に良くないことが長年の悩みでした。そこでサービスロボットメーカーのTHK株式会社様と共同で、6缶まとめてピックアップができるロボットを共に開発。小分け加工に使っていたビニール袋を使用する必要がなくなったことで、年間で36万枚のビニール袋を削減することができました。少人数で安定的に運営することで持続可能な体制を構築し、従業員の働き方改革にもつながる取り組みとなっています。今後は別のセンターへの導入・展開だけでなく、同じ悩みを抱える他の卸売業にも紹介していきます。



国分グループ本社株式会社
物流統括部

日名子 遥



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

私たちが扱う「食」の資源は無限ではありません。限りある食糧資源や食糧生産を持続可能なものとするには、調達時に原料が持続的に確保できるよう考慮することが大切です。また、食糧生産時において、取り扱う商品が環境に与える影響や関わる人々の労働環境に配慮する必要があります。国分グループは、卸売業として食品流通に関わるだけでなく、可能な限り自然保護、環境保全や労働環境などに配慮した商品を取り扱うことを重視しています。また日本における第1次産業の担い手不足も深刻な問題です。生産者が健康で誇りを持って働くことで地域やそこで暮らす人々も元気になると考え、特徴ある地域の食材や原料を活用し、生産者の顔が見えるような形で多くの人に商品を届けることができるよう、挑戦を続けていきます。

サステナビリティ>私たちの重要事項(マテリアリティ)>食糧生産はこちら

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

社会・環境に配慮した商品を増やす

国分グループは、ジビエなどの未利用資源、森林支援の寄付付きの果物缶詰や焼酎、倫理的な労働や環境に配慮した認証オーガニックワインなどの取り扱いを行っています。社会や環境に配慮した商品をサステナブルカテゴリー※と定義づけました。これら商品の取り扱いを増やしていくことで生活者の意識や行動を変えていきたいと考え、販売促進用のPOPで周知を促すなどの取り組みを行っています。2021年末時点ではサステナブルカテゴリー商品2,152アイテムで、50億1,300万円を売り上げ、2020年度比106.5%を達成しています。

※サステナブルカテゴリー：「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。



サステナブルカテゴリーの販売促進用POP



森林支援の寄付付き「にっぽんの果実」シリーズ

特徴ある地域の食材使用と生産者の顔が見える取り組みを推進

国分グループでは、地域創生の取り組みの一つとしてmyProduct株式会社との協業を実施しています。国分東北では、三陸エリアの自然の恵みを生かした魅力的な商品をグループ本社で運営するクラウドファンディングサイトで販売したり、サステナブルな食の体験ツアーの実証実験を行っています。ASC認証※を日本で初めて取得した牡蠣養殖の生産者に、持続可能な牡蠣の生産についてお話を伺ったり、地元食材や間伐材を使ったワークショップを行うなど、生産者の顔が見え、楽しみながら食を理解することが、地域共創につながると考え取り組んでいます。南三陸のエリアに限らず、他にも、活用されていなかった食材を利用することで食品ロス削減につながる取り組みなども行っています。今後は全国エリアでの展開を進めていきます。

※ASC認証：水産養殖管理協議会 (Aquaculture Stewardship Council) が管理運営する養殖に関する国際認証制度で、自然環境の汚染や資源の過剰利用の防止に加え、労働者や地域住民との誠実な関係構築を求めています。



南三陸の持続可能な漁業について学習

Voice

サステナブル商品の開発や調達について

企業のサステナビリティへの取り組みは不可欠となっていますが、商品開発の担当者として、本質的な真の「持続可能性」を追求することが重要であると考えています。南アフリカのKWVワインは、創業当初から環境・労働問題に真摯に取り組んでいましたし、K&K「にっぽんの果実」では食糧資源の不安定要素は気候変動であると考え、2016年度から森林再生への寄付に取り組んでいます。また、トニーズチョコロニーのカカオなどの原料は、フェアトレード認証を取得しており、現代奴隷制を排除した商品として、市場や教育現場から大きな注目を集めています。未来の地球のため、未来の子どもたちのため、今できることは真摯に対応し、商品開発にもしっかりと生かしていきたいと思えます。



国分グループ本社株式会社
マーケティング・商品統括部
織田 啓介



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

国分グループのサプライチェーンは多岐にわたります。取り扱い商品は約60万アイテム、物流拠点数は国内313拠点、海外へは60カ国に輸出しているため、サプライチェーンの取り組みが環境や社会に及ぼす影響を最小限にとどめる必要があると考えています。私たちはこれまでの慣習やスタイルにとらわれることなく、流通に関わるエネルギー使用量の効率化・改善と、食品のロスおよび食品以外の廃棄物削減に向け、挑戦を続けていきます。異業種を含め共同配送・共同倉庫を私たちが主体となって拡大していくとともに、さまざまな施策により食品廃棄物量を2030年までに2017年比で50%削減するという目標を掲げ取り組みを進めています。

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

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

配送効率化の取り組み

働き方改革関連法によって労働時間に上限が設定されることで生じるドライバー不足などの諸問題（物流の2024年問題）は、物流を担う私たち卸売業にとって、解決しなければならない課題と認識しています。国分グループでは、流通に関わるエネルギー使用量の効率化・改善のために業務の見える化をし、ムリ・ムダ・ムラ等を把握し、改善することで、物流の効率化に取り組んでいます。また同業卸売会社の物流責任者との情報共有・現状確認を定期的に行い、共同配送や共同倉庫などの協業による取り組みの拡大を図っていきます。



納品リードタイム問題についてメーカー・卸間の取り組みを発表（2021年フードディストリビューションにて）

サプライチェーンとともに取り組む 食品ロスの削減

国分グループでは、食品ロス削減のため、お取引先とともにさまざまな取り組みを行っています。

賞味期限の短いチルド商品をメーカーから冷凍で仕入れ、物流センターで解凍、小分け、賞味期限の打刻といったフローズンチルド機能の提供により、必要な量のみを店舗に納品することで、廃棄ロスを削減しています。また国分フレッシュリンクでは、生鮮野菜の小分け・袋詰め等を行うことで、売り場での売れ残りや非可食部分の廃棄をなくすなどの取り組みをしています。

そのほか、物流センターではAIを活用した需要予測の実証実験、また、さまざまな理由で通常の流通に乗りにくい果実などを使用した商品の開発などにも取り組んでいます。



トマトの袋詰めをする様子（川崎青果プロセスセンター）

Voice

食品ロス削減にAIの力を

食品卸売業における食品ロスは、需給調整の中での商品の入れ替えや規格が変更されたために店頭から撤去された商品・過剰在庫発生、賞味・消費期限切れなど、さまざまな理由により発生しています。食品ロス対策の一環として、株式会社DATAFLUCTとの協業により、AIを活用した適正在庫実現のための需要予測モデル構築の実証実験を行いました。予測モデルを活用し、一部拠点で運用をスタート、効果検証をしている段階です。効果検証が終わり次第、全国に拡大したいと考えています。現在は、サプライチェーンのうち、卸（川中）の目線での取り組みが中心ですが、メーカー様（川上）、小売業様（川下）との連携や共用できるデータの活用のほか、食品リサイクル専門会社など新たなプレイヤーとの連携も視野に入れていきます。



国分グループ本社株式会社
サプライチェーン統括部

目加田 雄亮



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」を運び、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くらしを実現します。

貢献する
SDGsターゲット

8.3, 8.9
12.3, 12.8

OUR APPROACH

国分グループでは、生産、加工、輸送、販売だけでなく、消費や廃棄に至るまでのすべての過程における課題を見つけ出し、解決を図るためのさまざまな活動を行っています。社会における課題を掘り起こすための地域との対話を重要な資産と考え、AIによるマッチング等も実験段階にあります。

また従来取り扱いをしていた常温商品に加え、近年取り扱いが増えている冷凍・冷蔵商品や生鮮品にも力を入れています。「食」という、生活に不可欠な商品を取り扱う私たちにとって、生産者の顔が見える安全・安心な食品を安定的に供給することが使命であると考えています。

さらに食を楽しみながら理解することで食を大切に思い、ロスを出さない意識を高めることを目的とした食の体験学習などの啓蒙活動も行っています。

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/>

地域の課題解決とおいしさを両立

国分グループではノルウェー産の塩サバを取り扱っています。従来、ノルウェーでは、獲ったサバを一旦冷凍し、中国やベトナムに輸出し加工作業をしていました。その加工作業をノルウェーで行うことで国内の雇用を確保するとともに、端材を養殖サーモンの餌にすることで食品廃棄物を削減し、資源循環に貢献しています。また加工後に冷凍することで、見た目のフレッシュ感だけでなく、雑味なく、ジューシーなサバに仕上がります。おいしさを追求するだけでなく、現地での雇用増や資源循環のために、今後もさまざまなプレイヤーと協業し、課題解決を図っていきます。



雇用促進と美味しさの向上にもつながる現地での加工

未来を担う子どもたちに 食の大切さと楽しさの学びの場を

私たちは食品卸売業として、生活者へ食にまつわる情報を正しく伝え、理解を深めていただくことが責務であると考えています。2021年12月、大阪市西淀川区にて、株式会社セブン-イレブン・ジャパンと共同で、公益財団法人日本財団の助成による「こどもスマイリング・プロジェクト」を実施しました。今回が2回目となる「こどもフードエシカルマスター講座」は、子ども食堂に通う子どもたちを対象とした、エシカル消費を通じた職業体験プログラムであり、体験学習を通して、食品流通のしくみや食品ロス、エシカル消費について学ぶものです。コンビニの店員さんになりきり、商品陳列の体験をしたり、食品流通や栄養バランスに関するワークシートに挑戦したりと、食に関するさまざまなプログラムを体験してもらいました。終了後、子どもたちが体験学習の感想だけでなく、次に起こすべきアクションを宣言する様子が印象的でした。



食品流通や栄養バランスに関するワークシートに挑戦する子どもたち

Voice

過疎の島での課題に向き合う ～養殖マグロの餌を供給～

長崎県の対馬は、人口3万人の過疎化が進む島です。新型コロナウイルス感染症拡大により観光産業が大きな打撃を受けました。そんな中、国分九州 対馬事業所のお客さまであるJF長崎県漁業協同組合連合会様よりご相談を受け、近年の漁獲量の減少でマグロ養殖用の餌が不足していることを聞きました。過疎の島の物流網不足を補うことが当社にできるのではないかと考え、調べたところ、国分グループには全国の産地ネットワークを利用した加工用原料のサバやイワシの調達ルートがあったことから、餌用原料の供給が可能という情報を担当部門から入手しました。商流・物流のフローまでご支援した結果、餌用原料1,000トンの取引をすることができました。今後は対馬から養殖魚の仕入れ・販売も考えています。これからもお客さまのお困りごとを聞きながら、地域課題の解決に寄与していきたいと考えています。



国分グループ本社株式会社
低温フレッシュデリカ統括部
亀岡 徳久



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はありません。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

国分グループは、食を通じて世界の人々が心から笑顔になり、幸せになる。そんな社会を創っていくことが使命と考えています。現在の日本における社会課題の一つとなっている「買い物難民」。離島・山間部など、物理的なアクセスが困難な場合と、病気や子育てなどの理由により都会においても買い物に出られない生活者など、平常時における「買い物難民」は多く存在します。また地震、風水害による大規模災害やパンデミックによる外出制限などの非常時でも、食のインフラ維持が難しくなります。国分グループでは強靱なサプライチェーンを構築し、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」という使命があります。さらなる予防措置として気候変動を織り込んだ経営計画を検討するとともに、食にアクセスすることが困難な「買い物難民」への対応の両輪で取り組んでいきます。

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/>

温度管理の異なる商品を離島に届けるために

長崎県の五島列島は大小150余りの島々からなり、小ロットで冷凍・冷蔵・常温と温度管理の異なる商品のお届けに課題がありました。これまで小学校の給食用のパンを常温で納入していましたが、冷凍食品や冷蔵品のニーズの高まりから、宅配便事業者との協業により、3つの異なる温度帯商品の物流網を構築したことで、給食センターから多くのご注文をいただくことが可能となりました。今後も同様に協業などで可能性を広げ、介護施設など新たなパートナーも視野に入れ、豊かな食へのアクセスを推進していきます。



温度管理の異なる商品の配送に課題があった長崎県・五島列島

問屋 国分ネット卸で介護施設での生活の質向上に寄与

「買い物難民」は、山間部や離島に住む方だけでなく、都会にも高齢や身体に不調があるなどといったさまざまな理由で存在します。国分グループはそういった皆さまにも豊かな食を届けるため、「問屋 国分ネット卸」(<https://netton.kokubu.jp/>)を展開しています。アイテム数が豊富かつ小ロットでも日本各地への配送が可能で、離島や介護施設向けに食品を届けています。介護施設では介護用品といった必需品以外に、おやつなどの需要が高くなっています。豊かな食は生活の質を向上させるものであるという認識のもと、今後もお客さまのニーズに応じていきます。



小ロットでも配達可能な会員制仕入れサイト「問屋 国分ネット卸」

Voice

ダイハツ工業株式会社との協業で買い物難民支援

「地域密着 全国卸」を標榜する国分グループでは、高齢者の「買い物難民」における課題解決を検討する中で、スマートシティ構想を掲げる経済産業省からダイハツ工業様をご紹介いただきました。同社では、人手不足が顕著な介護業界において、通所介護施設の送迎業務の負担が大きい点に着目し、その課題解決として『ゴイッショ』という地域一体の共同送迎サービスを推進しています。

この活動の“地域を豊かにする”という想いに共感。2021年末より2カ月間、香川県三豊市で車両空き時間を活用し介護施設を通じて冷凍弁当を利用者の方へ販売、お届けし、送迎時にお持ち帰りいただける付加価値サービスを提供しました。

今後も両社で地域貢献につながる取り組みにしていきたいと考えています。



国分グループ本社株式会社
経営企画部兼サプライチェーン統括部
廣瀬 勇人 (写真左)

国分グループ本社株式会社
フードサービス統括部
幅田 光祐 (写真右)



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
やりがい企業が企業の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

食を通じて、世界中の人々が心から笑顔になり、幸せになる。そんな社会を創っていくためには、国分グループで働く従業員が幸せを感じていることが重要です。「会社は社員を大切に、社員は会社を大きく育てる」という国分グループ人事理念のもと、次世代リーダーの育成、働きやすい環境の整備、多様な価値観を持つ人材を育成し、ダイバーシティの定着を推進します。従業員一人ひとりが誇りとやりがいを持ち、人生が豊かになる会社であるためには、すべての従業員が“ワクワク”しながら能力を発揮することが必要です。上級職に占める女性の割合を高める活動として、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、働きがいを感じられる環境を整えていきます。先人が紡いだ310年間の商いを次世代につなげていくために、イノベーションの源泉である人材はまさに国分グループの財産であると考えています。

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/>

多様性 (ダイバーシティ) マネジメントセミナー

国分グループでは2021年秋に多様性 (ダイバーシティ) の意味を理解し、SDGsの根底にある「誰一人取り残さない」という考え方の包摂 (インクルージョン) する社内風土を醸成することを目的に、グループ各社の管理職を対象とした「多様性 (ダイバーシティ) マネジメントセミナー」を開催しました。400名を超える管理職が聴講し、「ダイバーシティの本来の意味に気づいた」「インクルージョンの効果性を理解できた」という声が聞かれました。今後ダイバーシティやジェンダーへの取り組みを進めるにあたって、組織風土の改革に大きな影響を持つ、管理職一人ひとりの理解を深める機会となりました。

国分ビジネスリーダー育成カレッジ

次世代を担う人材を計画的に育成するため、国分ビジネスリーダー育成カレッジを2018年度よりスタートしました。若手・中堅社員に成長の機会を与え、組織の活性化を図るため、自ら手を挙げる公募型の研修として行っています。半年間かけてビジネスの基礎を学んだ後、国分グループの具体的な経営課題に取り組み、練り込んだ課題解決プランを重要意思決定機関である経営会議にて発表するという実践的なプログラムです。承認された解決プランは担当部門が引き継いで、実際のアクションへ落とし込まれます。現在は第4期生15名が切磋琢磨しながら、イノベーションを起こす活動を行っています。



国分ビジネスリーダー育成カレッジ第4期生

Voice

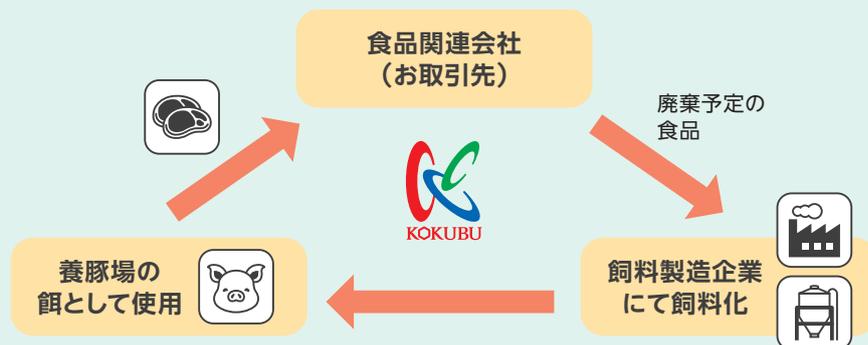
国分ビジネスリーダー育成カレッジを受講して

私は会社や所属する部署・チームの課題を自分ごととして考えられる力を身に付けたいと思い、第3期生として国分ビジネスリーダー育成カレッジを受講しました。本プログラムでは、経営課題を洗い出し、経営会議の場でその解決策を提案することができます。フードロス削減の解決プラン策定にあたって、主管部署の管理職の方や各課のメンバー、サステナビリティ推進課、お取引先など、各方面の方々にヒアリングを行った上で課題を洗い出し、解決策を提案しました。プログラム終了後も学んだことを生かし、フードロス削減のプロジェクトメンバーとして取り組みを進めています。



国分グループ本社株式会社
フードサービス統括部

勝 俊介



解決案の一つとして提案した
食品リサイクルループ

基本的な考え方

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って、差別などの個人の尊厳を傷つける行為をし

ない企業風土を育むことに努めています。

日本の国別行動計画「ビジネスと人権に関する行動計画(National Action Plan : NAP)」に明記されているように、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、取り組みを強化していきます。

体制

サステナビリティ委員会を推進主体とし、運用の責任を担う担当役員を明確にすることで、実効性を担保します。

人権に関する問題が起きた場合、迅速に情報収集ができるよう、お取引先およびグループ従業員を対象とした

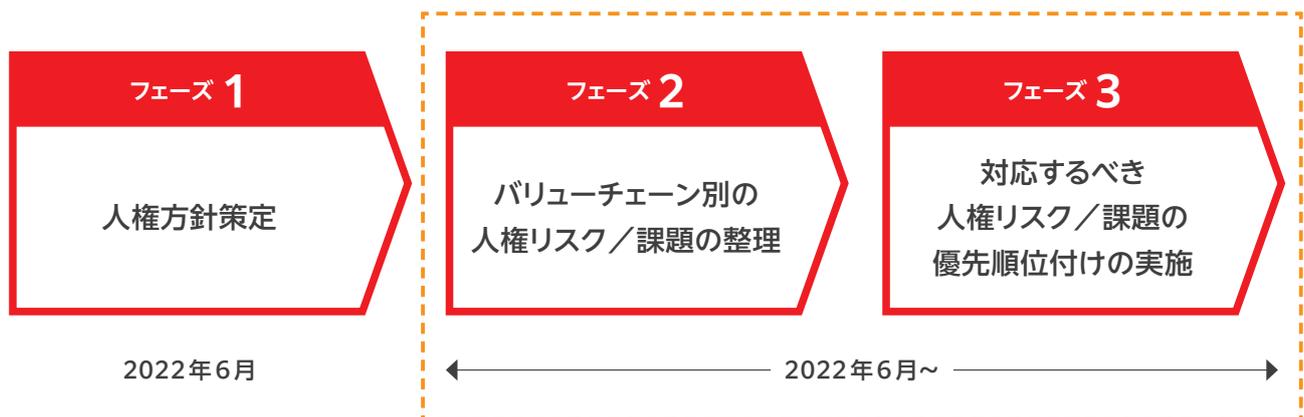
「コンプライアンスホットライン」を設けています。今後は対象をサプライチェーンに関わるすべての人へ拡大し、人権に関する相談・通報を受け付けていることを周知していく予定です。

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、生活者等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、状況を把握するとともに、課題に対応していきます。

人権リスク／課題対応のフェーズ



人権方針の策定

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」にうたわれており、また、私たちの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、従業員はもとより、事業活動に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、人権尊重の取り組みを推進していきます。

人権方針 (項目のみ抜粋)

人権方針全文はこちら ▶ <https://www.kokubu.co.jp/sustainability/tree/>

- | | |
|----------------|-----------------|
| 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 |

人権方針策定のステップ



今後の取り組み

サプライチェーン上で、人権を侵害するリスクのあるものを洗い出し、各ステークホルダーにおける人権課題の整理を行います。

その後、優先的に取り組む課題について、社外のス

テークホルダーとの対話も検討し、絞り込んでいきます。

また社内勉強会を実施し、より一層の理解を深めることで、さらなる取り組み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、グループ不変の経営哲学、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しているほか、「ハラスメント対策基本方針」を定めるなど、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、定期的に確認しています。2022年度からは第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チェック項目のブラッシュアップを行い、さらなる改善に向けた取り組みを行っています。

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	部署	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)	<ul style="list-style-type: none"> 主管部署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	本社主管部署 (グループ本社・管理部門・統括系部門)	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 現場と主管部署との橋渡し・連携強化対応

研修・教育

グループ従業員が法令を把握し、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・掲示等により周知徹底するとともに、定期的な研修等を行っています。

年に一度、全従業員を対象にコンプライアンスの理解促進のための研修を行うほか、現場の業務に関連した法律など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毎月一度発信し、理解度の確認も行っています。2021年度に行ったeラーニングでは、受講率90%と、前回76%を上回る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していくといった「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、行っています。



行動規範について解説した「平成の帳目」

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加えて新たに改定し、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、およびグループ各社で就業する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、気づいたとき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。これらの仕組みは、イントラネット上で周知するとともに、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。2年に一度、グループ各社にリスクに関する洗い出しを実施し、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、対応しています。

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、リスク情報の収集・把握、分析、対応策の検討、報告、是正・モニタリング等の活動を推進しています。また、リスク管理会議を年2回開催し、グループ全体の関連する部門や担当者と情報を共有し、リスクマネジメント計画を策定しています。

グループリスク管理体制



取り組み

2016年より2年周期で行っているリスクマネジメント活動において、以下の対応を行っています。

第1期活動 (2017年4月～2019年3月)

- 1) 労働時間管理
- 2) インターネット上のサイト・SNS等被害への対応
- 3) 個人情報保護対応
- 4) 商標・著作権等の知的財産保護
- 5) 酒税法・販売規制への対応
- 6) リスク情報の共有・一元管理

第2期活動 (2019年4月～2021年3月)

- 1) 労働基準法改正・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) 首都圏以外での地震、(全社)風水害対策
- 4) 環境法令対応

第3期活動 (2021年4月～2023年3月)

〈継続対応リスク〉

- 1) 長時間労働・ハラスメント
- 2) 災害対策
- 3) 情報管理

〈事業戦略に伴うリスク〉

- 4) ITサービスのシステム外販に伴うリスク
- 5) 海外輸出入取引に伴うリスク
- 6) 物流事業の庫腹活用に伴うリスク

危機管理委員会によるBCP (事業継続計画)

いつ起こるか分からない自然災害、大火災、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	5,168名(連結：2021年12月31日現在)

役員

代表取締役	國分 勘兵衛	國分 晃		
取締役	國分 泰孝	杉野 直起	山崎 佳介	
	相澤 正邦	物井 敦	鈴木 嘉一	
	山本 栄二	柄 秀典	小木曾 泰治	
	荻野 司			
常勤監査役	奥村 恆弘	秋山 隆司		
監査役	國分 達夫	右近 順一		

グローバルネットワーク

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
- ③0 上海恒孚物流有限公司

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

国分グループの卸機能とは？

01 マーチャンダイジング機能 食の“目利き”国分

全国各地、世界各国から「売れる商品」「売れる仕掛け」をお得意先に提案



02 マーケティング機能 「食のマーケティングカンパニー」 の実現に向けて

「望遠鏡的視点」「顕微鏡的視点」「X線の視点」の3つの視点でマーケットを立体的に「見える化」し、お客さまそれぞれの最適解を提案



03 物流機能 欲しい商品を欲しい時に 全国、そして海外へお届け

小売店や外食店等のさまざまな業態のお得意先のニーズにお応えするために、全国各地に200以上の物流センターを設け、最適物流を構築・提案



04 情報システム機能 国分の“攻めのIT”とは？

「マーケティングPDCAプラットフォーム」の構築を進め、国分を取り巻くすべてのお客さまに対し最新のIT技術を通じて安全・安心の情報インフラを提供



05 品質管理機能 食の安全・安心に向けて

食品流通に携わる企業として「信用第一」「顧客本位」で品質管理に取り組む



06 海外機能 海外機能をさらに強化し、 基幹事業化を推進

日本食の世界各国への輸出、中国・ASEANエリアでは現地で卸・物流機能を提供することで、海外における食の流通の最適化に取り組む



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・セレクション
- 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>

