

日本アクセスの約束

「いただきます」を つないでいく。

いつでも、どこへでも、
あたたかい食卓がもたらす幸せを
つないでいきたい。
私たちは「心に届く、美味しさを」
“まもる・つなぐ・つくる” ことで、
豊かな食を絶やさないことを使命に、
流通改革に挑み続けます。
美味しいごはんがいつでも
「あたりまえ」にあるために。



日本アクセスが皆様に届ける価値、その歩みと成果

編集方針

日本アクセスのこれまでの歩みとこれからのビジョンを踏まえ、「今」に主眼を置いた活動をレポート。主要な取り組みの内容と成果を、担当役員の言葉を交えて語っていきます。多様なステークホルダーが目を通すことを踏まえ、見やすさ・読みやすさにこだわった構成を目指します。

WEBサイト

- 日本アクセス
<https://www.nippon-access.co.jp/>
- 日本アクセス「サステナビリティ」
<https://www.nippon-access.co.jp/corporate/sustainability/>
- 日本アクセス「経営計画」
<https://www.nippon-access.co.jp/keieikeikaku/>
- 日本アクセス「財務/電子公告/決算」
https://www.nippon-access.co.jp/corporate/financial_top/

報告対象範囲

日本アクセスグループ全体の活動

報告対象期間

財務情報は2023年度（2023年4月1日～2024年3月31日）。
ただし、その他の活動内容についてはそれ以降の情報も報告しています。

発行年月

2024年9月

CONTENTS

イントロダクション	2
トップメッセージ	4
沿革	6
日本アクセスの企業理念	8
第8次中期経営計画	10
Challenge 1. 食品卸としての機能強化	14
Challenge 2. 次世代卸の姿	18
Challenge 3. デジタルイノベーション	22
Challenge 4. インフラ投資	26
SDGsへの取り組み	31
労働環境	37
地球環境	40
社会貢献	45
食の安全・安心	47
ガバナンス	48
会社情報	51
役員体制	52
財務ハイライト	53

日本アクセスは2020年4月1日に「SDGs宣言」を行い、組織全体で共通の課題を認識し、持続可能な社会の実現を目指してさまざまな活動を展開しています。詳細は、本レポート31～47ページの「SDGsへの取り組み」で紹介しています。



次の30年～さらに次へ、持続的成長と社会課題解決を



代表取締役会長

佐々木 淳一

日本アクセスは2023年10月に設立30周年の節目を迎えました。

当社は1993年、全温度帯をカバーするフルライン物流の広域ネットワークを構築すべく、サプライチェーンをつなぐ「アクセス」を名前の由来に「雪印アクセス」として誕生しました。以降複数の合併や統合を経て30年超、時代の環境変化や顧客ニーズを先取りし、強みを活かした商流・物流の機能提案を行い続けることで、今や売上・利益とも食品流通業界No.1の企業に成長し、直近の2024年3月期でもその位置を維持することができました。

2023年度には服部真也に代表取締役社長を交代し、新体制にて新たな船出をしました。私は代表取締役会長として引き続き会社の成長を見守っていますが、直近の1年数カ月の短い期間を見ても新型コロナウイルス感染症の5類移行による人流回復、インバウンド消費の増加、各種コストや物価の上昇、円安、物流2024年問題など、当社の事業をとりまく環境の変化は目まぐるしいものがあります。食品流通業界の中でもCVS、スーパーマーケット、ドラッグストア、外食産業など我々の得意先様の業態ごとに状況や課題も全く異なり、今後もルーティーンの業務に満足することなく、それぞれの変化に対応した商品や物流のサービスを提供し続けなければなりません。

他方、激しい環境変化と同時にさまざまな社会課題が発生しています。具体的には、食品ロス削減、物価上昇で拡大す

る特に子育て家庭の生活困窮問題、物流2024年問題による物流需給の逼迫^{ひっばく}などがあります。当社は業界における規模や影響力を鑑み、これらの課題に取り組んで行く社会的責任があると考え、さまざまな取り組みを進めております。食品ロス削減については「第10回食品産業もったいない大賞」など数々の賞を受賞、子育て家庭の生活困窮問題には「こどもフードアライアンスの推進」、物流2024年問題はフローズンマザー物流センターや各拠点で得意先様や物流パートナー様との取り組みが進み、直近の「サプライチェーンイノベーション大賞2024」にて優秀賞を受賞しました。さらにドライバーの手積み、手降ろし負荷軽減を目指し、パレチゼーションの取り組みを強化しています。

今後、次の30年、さらに次へ持続的に成長し続けるためには「本業を通じた社会的課題解決」に取り組み、社会に必要なとされる企業であり続けることが重要と考えております。本「コーポレートレポート」では、前項で紹介した社会的課題解決の取り組み、成長戦略、財務情報などをバランスよく紹介しています。「会社の全体像」をご理解いただき、皆様から当社の活動に対して「共感」と「期待」を持ってもらえる機会になれば幸いと考えております。今後も日本アクセスは常に新しい価値を提供し続け、業界のリーディングカンパニーとしてステークホルダーの皆様から愛される食品卸であり続けてまいります。

「変革と挑戦×スピード」 当社ならではの新しいビジネスモデルを



代表取締役社長
社長執行役員 CEO

服部 真也

2023年4月1日に代表取締役社長 社長執行役員CEOを拝命し、同年10月には会社設立30周年を迎え、2023年度は私個人、会社にとって共に大きな節目の年となりました。この1年、新型コロナウイルス感染症5類移行による人流の回復、インバウンドや商品単価上昇などの追い風もありましたが、商品のフルライン化や次世代ビジネスの拡大、物流効率化などが進捗し好調な決算で終わることができ、ステークホルダーの皆様にご心より感謝申し上げます。

2024年度は第8次中期経営計画の総仕上げに加え、次期中期経営計画に向けた仕掛けの1年としたいと考えております。外部環境も引き続き大きく変化することが見込まれ、円安、物流2024年問題に代表される人手不足による需給逼迫^{ひっばく}、エネルギーコスト増、さらに長期的に確実に訪れるさらなる日本の高齢化、人口減少問題などの課題も沢山あります。今までと同じ仕事をしていては将来はなく、消費者の求める価値や購買行動の変化を的確にとらえる「マーケットインの発想」で、「変革と挑戦」をスピード感を持って実行し、「今までにない、他社にはできない、日本アクセスならではの新しいビジネスモデル」を組み立てていきます。

『コーポレートレポート2024』では、①商品開発強化、フルライン卸、海外事業で進める「食品卸としての機能強化」、②情報卸、次世代ビジネスで進める「次世代卸の姿」、③「攻め」と「守り」のDXで進める「デジタルイノベーション」、④物流課題を解決するフローズンマザーセンター、物流拠点整備計画などで進める「インフラ投資」について、具体的な活動を紹介していますので、今後の成長に期待していただきたいと思います。

かつての雪印グループ流通5社合併で誕生し、その後も統合や再編を繰り返してきた多様なルーツを持つ当社が、仲間の心を一つにするための共通の価値観として社員自らの手で作り上げた企業理念、その企業理念を基に2020年に行ったSDGs宣言、食品ロス削減、食の安全・安心、ダイバーシティ、健康経営の推進といった具体的なサステナビリティ活動も多数紹介しておりますので、共感いただけると嬉しいです。

年に1回のコーポレートレポートは、ステークホルダーの皆様との大切なコミュニケーションツールと考えており、当社の活動をご理解いただく機会になれば幸いに存じます。今後もさらに皆様から信頼される企業となれるよう取り組んでまいります。

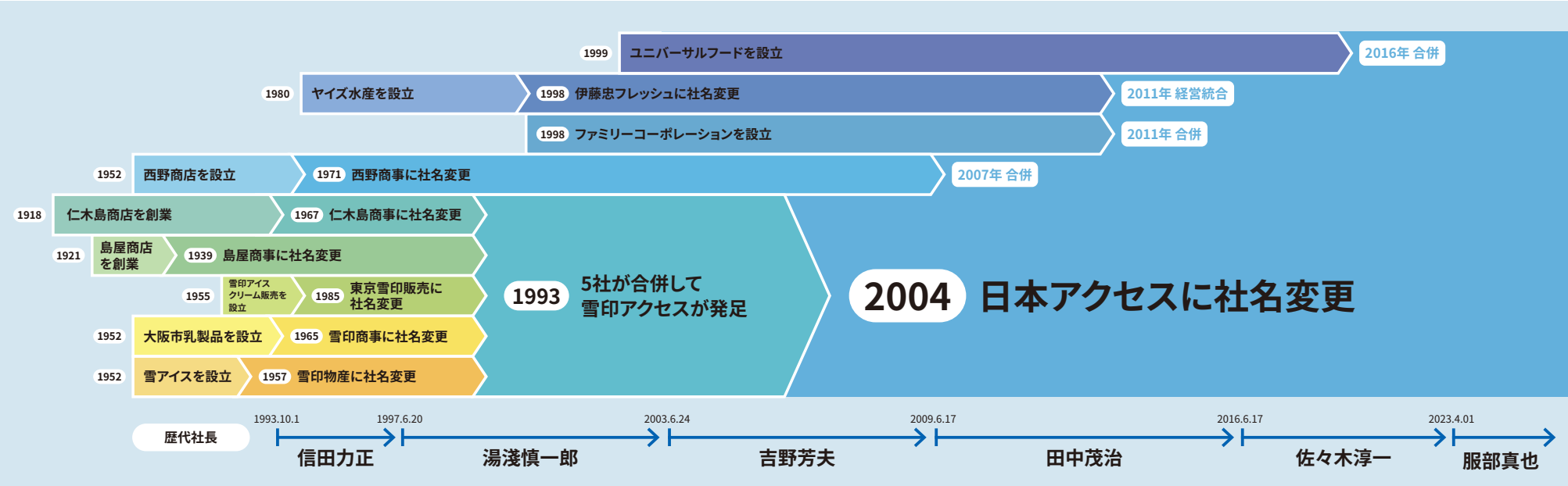
沿革

日本アクセスの歩み

日本アクセスが誕生してから今日までの歩みと、その過程で築き上げられた価値創造の礎たちをご紹介します。

当社のルーツは、それぞれに異なる歴史と強みを持つ5つの企業。それらが対等合併し、総合流通サービス業の担い手として歩み出したのは1993年のことでした。

以降、西野商事との合併、ファミリーコーポレーションとの合併、伊藤忠フレッシュとの経営統合、ユニバーサルフードとの合併などを経て事業規模を着実に拡大。6人の社長のもとで、その時代に応じた改革と挑戦を行いながら、今日の日本アクセスを築き上げてきました。



1918年	1921年	1952年	1955年	1980年	1993年	1998年	1999年	2000年	2002年	2004年	2006年	2007年	2010年	2011年	2013年	2016年	2018年	2019年	2020年	2022年
6月	10月	10月	3月	10月	10月	4月	3月	6月	11月	4月	6月	4月	3月	3月	4月	2月	4月	3月	4月	4月
乳製品卸売業「仁木島商店」を創業。 (1967年「島屋商事(株)」に社名変更)	バター専門卸「島屋商店」大阪府大阪市(現「中央区」で創業。 (1939年「島屋商事(株)」に社名変更)	大阪府大阪市(現「中央区」に設立。 (1966年「雪印商事(株)」に社名変更) (1969年「雪印商事(株)」に社名変更) (1957年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印アイス(株)東京都港区に設立。 (1985年「東京雪印販売(株)」に社名変更)	アイス水産(株)静岡県浜州市に設立。 (1998年「伊藤忠・レックス(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)	雪印商事(株)東京都港区に設立。 (1993年「雪印物産(株)」に社名変更) (1998年「雪印物産(株)」に社名変更)

沿革

価値創造の礎

Oct.1993

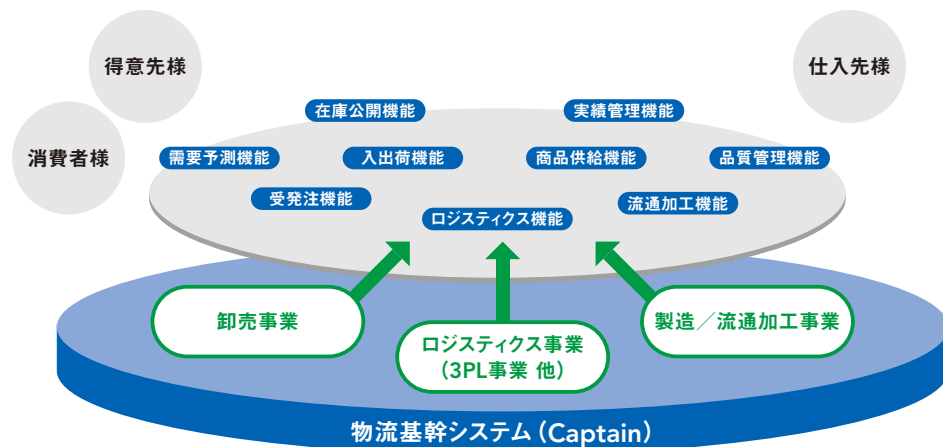
新時代のキーワード「アクセス」

5社統合により雪印アクセスが誕生

社名の「アクセス」には、①豊かな生活に貢献し、消費生活に「アクセス＝密着」する ②メーカーと小売業の架け橋をつくり、消費と生産の効率的な「アクセス＝手段」を提供する ③情報を高度に活用し、タイムリーに「アクセス＝接続」できるシステムを提供する という3つの決意を込めました。



Jun.2003 強固な基幹システム



基幹システム

Captain 開発始動

当社の事業を支える物流基幹システム、Captain。「需要予測」「受発注」「入出荷」「品質管理」「ロジスティクス」「流通加工」などの機能があり、お客様の多様なニーズに対応するとともに、新たなビジネスにも柔軟に対応する基盤となっています。

Apr.2004

常に心に 6つの「C」

ACCESS

日本アクセス

日本アクセスに 社名変更、 ロゴマーク制定

宙に浮いた小さな「C」と、それを抱きしめるように隣り合う大きな「C」。「顧客 (Customer)」や「消費者 (Consumer)」から「信用 (Credence)」を得て、「対話 (Communication)」を深め「協力関係 (Cooperation)」のもと、「自信 (Confidence)」を持って進み、日本の食文化の発展に寄与していくという6つの「C」を表しています。

Jul.2010 機会創出の場



フード コンベンション 開催

お客様とメーカー様をつなぐ食の展示商談会「フードコンベンション」。2010年からスタートし、今や業界最大級の展示会として東日本・西日本の2会場で年2回開催しています。当社の戦略事業や機能、企画提案、地域商品の発掘なども行い、熱気あふれる商談イベントです (各エリア展示会も同時開催)。

多様なルーツの 仲間の心を 一つにするための 「共通の価値観」

食品卸5社をルーツに持ち、統合や再編を繰り返してきた当社。異なる会社でそれぞれの理念の下働いてきた社員全員が一丸となって取り組んでいくため、共通の価値観として設定されたのが企業スローガン「心に届く、美味しさを」をはじめとする理念体系でした。

ミッションとしては最も重要な品質・美味しさを「まもる」ことを第一優先とし、商品を顧客へいつでも、どこへでも「つなぐ」こと、そして美味しさの価値を「つくる」こと。そして判断に迷ったときや悩んだときに心の拠り所となる、6つのバリューを設定しています。

構築は 社員自らの手で

現在の企業理念が作り上げられたのは2012年から2013年にかけて。全社員のベクトルを合わせるため、各拠点の若手社員を中心としたメンバー19名が企業理念構築プロジェクト「櫛（たすき）」を立ち上げました。議論を重ね、思いを込めて、全社員が共有できる価値観を練り上げていきました。

企業スローガン

心に届く、美味しさを



ミッション

～私たちの使命～

まもる。つなぐ。つくる。

私たち日本アクセスは、
『まもる・つなぐ・つくる』ことを通じて働きがい高め、
個々の力を結集することで、
人と食の未来への架け橋となります。

ビジョン

～私たちの目指す姿～

バリュー

～私たちの基本となる価値観～



情熱



挑戦



創造



誠実



尊重



感謝

日本アクセスの企業理念

「樗」から「L ∞ P」へ、 活動を継続

企業理念浸透プロジェクト「L ∞ P」

理念として制定された後は、その浸透を図るための社内横断プロジェクト「L ∞ P」が始動。「樗」の思いを引き継ぎ、①当社の活動が社会貢献へつながることが見える化できる仕組みづくり、②当社の存在意義を社会に発信する新たな取り組みの創造、をテーマに活動しています。



活動事例

展示会家族招待



企業理念VTRの作成、社内公開



東日本フードコンベンション



西日本フードコンベンション



九州エリア展示商談会



東北エリア提案商談会