



SDGs への取り組み

当社は2020年4月に「日本アクセス SDGs 宣言」を行い、「食の安全・安心」「地球環境」「労働環境」「社会貢献」の4つの切り口から、持続可能な社会作りにつながるさまざまな活動を展開してきました。

本章では、それらの多様な活動内容と、数値や受賞などの形となって着実に実を結びつつある活動の成果をご紹介します。

日本アクセス SDGs 宣言

Nippon Access
Sustainability Policy

日本アクセスは、「心に届く、美味しさを“まもる・つなぐ・つくる”ことを通じて、働きがいを高め、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る」ことを企業理念とし、事業を展開しています。

私たちは、この企業理念のもと、2015年に国連において採択されたSDGs（Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標）を重要な目標と捉え、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指すため、本業を通じた社会的課題の解決と新しい価値創造を両立することにより、持続可能な社会の実現に貢献します。

地球のために、私たちができること。



私たちは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています。



持続可能な社会の実現

SDGsが示す社会課題解決へ貢献するために、日本アクセスが注力すべき課題を「食の安全・安心」「地球環境」「労働環境」「社会貢献」の4つの事業活動に整理し、この活動を食のサプライチェーン全体に広げていくことで、豊かな食生活を担います。

日本アクセスグループ環境方針

基本理念

私たち日本アクセスグループは、食品を取り扱う企業として人と自然の恵みを大きく享受し事業活動を行っています。私たちは生命を育む源である地球環境を、より健全な状態で次世代に引き継ぐことを社会的な責務と考え、顧客・社会・社員・株主などステークホルダーとのコミュニケーションを通じて持続可能な社会を築くことに貢献していきます。

行動指針

- 1 省エネ・省資源・廃棄物の削減・リサイクル・排ガス低減など、環境負荷の極小化に取り組みます。
- 2 環境保全に資する商品・サービスの開発を推進します。
- 3 廃棄物の適正処理を通じて環境汚染の未然防止に努めます。
- 4 卸企業のさまざまな活動を通じて「食品ロス」の削減に努めます。
- 5 食の安全・安心の確保に努めます。
- 6 環境法規制など順守のための管理基準を構築し、環境リスク未然防止に取り組みます。
- 7 環境マネジメントシステムの取り組みを通じて環境パフォーマンスの継続的改善を図ります。
- 8 環境保全に貢献できる人材の育成、労働環境の整備に努めます。
- 9 社会貢献活動を積極的に推進することで社会との共生を図ります。
- 10 この環境方針は組織内で周知するとともに社外にも公開します。

ISO14001の認証

当社は1999年に合併会社の一社である西野商事がISO14001認証を取得しており、2007年同社との合併後も認証を継続更新しています。2017年には2015年版14001新規格への移行を果たしました。対象を本社組織とし、マネジメントに関わる諸活動※について目標を設定し、サステナビリティ活動の継続的改善に努めています。

※本社における食品卸売業における商品仕入れ、販売、保管、流通加工、配送、商品開発、事務所業務など



日本アクセスの重要課題／2030年に目指す姿とは

重要課題 SDGs17の目標／

169のターゲットから、 日本アクセスが考えるゴールを選定

日本アクセスの重要課題の中で、何がSDGsの目標・ターゲットに該当するのかを抽出し対応表として整理しました。

日本アクセスが取り組むべき重要課題を
優先順位付けしました。

優先順位Aの課題

- ① 食品ロス削減
- ② 安全・安心な食品の提供
- ③ ダイバーシティ
- ④ 健康経営の推進

↑非常に高い ステークホルダー 関心度 高い↓	△ 海洋プラスチック対策 △ エネルギー使用量削減 △ 再生可能エネルギー活用 △ 環境技術の導入 △ 廃棄物の削減 △ リサイクル推進	△ 食品ロス削減 ○ 安全・安心な食品の提供 □ ダイバーシティ □ 健康経営の推進
	□ ハラスメント防止 ☆ 寄付活動 ☆ 次世代育成、食育活動 ☆ 被災地支援	▽ コンプライアンス徹底 △ 廃棄物の適正処理 ○ 適切な食品表示 □ 働き方改革 ▽ 災害対策プロセス整備
	☆ 地域経済の振興支援 ☆ グリーン購入促進	□ 社員教育の推進 □ 労働安全衛生 □ 適切な人事制度 ▽ 災害対策プロセス整備
←高い 日本アクセスにおける重要度 非常に高い→		

■ 優先順位 A ■ 優先順位 B ■ 優先順位 C
○：食の安全・安心 △：地球環境 □：労働環境 ☆：社会貢献 ▽：その他のリスク

課題／SDGs目標		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
地球環境	食品ロス削減	1.2	2.1										12.3					17.17
	廃棄物の適正処理																	
	エネルギー使用量削減							7.3						13.1				
	再生可能エネルギー活用							7.2										
	環境技術の導入									9.4								17.17
	廃棄物の削減											11.6	12.5					
	リサイクル推進												12.5					17.17
	海洋プラスチック対策														14.1			
	生物資源枯渇への配慮												12.2		14.1	15.a		
	グリーン購入促進												12.7					
	サプライチェーン上の環境汚染防止															15.2		
食の安全・安心	安全・安心な食品の提供			3.9			6.a			9.b			12.4					17.17
	コンプライアンス徹底																16.5	
	適切な食品表示			3.9														
	ハラスメント防止			3.b														
労働環境	ダイバーシティ					5.1 5.4 5.5 5.b			8.5		10.2 10.3							
	健康経営の推進			3.a 3.9 3.d														
	働き方改革								8.8									
	交通事故予防			3.6														
	社員教育の推進												12.8	13.3				
	労働安全衛生								8.8									
	適切な人事制度										10.4						16.b	
	災害対策プロセス整備											11.b						
	寄付活動	1.2	2.1															
社会貢献	次世代育成、食育活動		2.2		4.7				8.6									
	被災地支援											11.b						
	地域経済の振興支援																	

日本アクセスの重要課題／2030年に目指す姿とは

12 つくる責任
つかう責任



地球環境／食品ロス削減

目標：食品廃棄物排出量 2016年度比**50%**削減

2016年

753t

2030年

376t

■ SDGsターゲット12.3：2030年までに一人当たりの食品廃棄物を半減

12 つくる責任
つかう責任



17 パートナリシップで
目標を達成しよう



食の安全・安心／リスクの未然防止

目標：フードチェーン全体の食品重大事故を撲滅

国際標準の規格に適合した『JFS-B』による工場監査の実施

**2030年 精度の高い工場監査により、
食品事故発生リスクを低減**

■ SDGsターゲット12.4：2020年までに、合意された国際的枠組みに従い、製品ライフサイクルを通じた管理を達成しヒトの健康・環境への影響を最小限に留める。

■ SDGsターゲット17.7：さまざまな経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民などのパートナーシップを推進する。

13 気候変動に
具体的な対策を



地球環境／気候変動対策

目標：温室効果ガス排出量 2013年度比**46%**削減

2013年

103,689t-CO₂

(参考)日本の目標：2030年の温室効果ガスの排出を2013年を基準として46%削減

2030年度

55,992t-CO₂

2050年までに排出実質ゼロを目指す

8 働きがいも
経済成長も



労働環境／ダイバーシティ推進

目標：誰もが能力を発揮し、
活躍できる働きがいのある会社を実現する

合併・統合の繰り返しにより、多様な文化を醸成

「心に届く、ダイバーシティ宣言」(2019年4月)

2030年 働きがいをもてる会社へ

■ SDGsターゲット8.5：2030年までに、すべての人の完全かつ生産的な雇用およびディーセントワーク（人間らしい働き方）、同一労働同一賃金を達成する

食品卸のネットワークを活かして 社会・環境への取り組みを加速 2030年を見据えた展開へ



高倍 正浩

日本アクセス
取締役 専務執行役員
総合企画・ICT 管掌
(サステナビリティ推進委員会 委員長)

サステナビリティの潮流と、私たちの使命

近年、世界的に進展してきたESG投資の潮流に対し、米国を中心に「反ESG」の動きも見られるなど、サステナビリティを取り巻く社会情勢は一様ではなくなっています。こうした中で、今後の動向を見通すことは容易ではなく、不透明な部分も多くあります。しかしながら、日本国内では行政や企業活動の中でサステナビリティ推進が失速する兆しは見られず、持続可能な社会の実現に向けた取り組みは、企業経営における重要なテーマとして定着しつつあります。当社においても、サステナビリティを経営の中核に据え、着実に取り組みを進めています。

私たちは、全国約500カ所の物流拠点をもち、約1万社の仕入先と約2,000社の得意先を結ぶ食品卸として、サプライチェーンの中間に位置しています。毎日約7,500台もの車両が商品を確実にお届けするために全国を巡回しており、このスケールとネットワークを活かして、業界全体のサステナビリティ課題の解決に貢献することが私たちの使命であり、目指すべき姿だと考えています。

連携力がもたらした前進の手応え

現在、当社が進めるサステナビリティ活動は、他社や団体との連携によって広がりを見せています。たとえば、認定NPO法人や大手メーカーと連携した「こどもフードアライアンス」では、約3.5万世帯の子育て家庭に76万点を超える物品をお届けすることができました。また、AK研[※]の会員メーカーと連携した食育授業では、これまで2,000名以上の子どもたちに日本の食文化を伝える活動を実施。環境面では、物流センターで使用されるストレッチフィルムの循環型リサイクルシステム構築により、年間約103トンのCO₂排出量削減が期待されています。

こうした取り組みを通じた本年度の進捗として、食品ロス削減の定量目標に対する進捗率は2024年度末時点で96%強と、期限を大幅に繰り上げての達成が見込まれています。一方、CO₂排出量の削減目標については、電力会社変更や組織変更など外部要因の影響で苦戦していますが、エネルギー消費原単位では順調な削減が進んでいます。

グループ全体に視野を広げ、さらなる推進を

一方で、課題も明らかになってきました。これまでは日本アクセス単体で目標・進捗管理を行ってききましたが、グループ全体を俯瞰すると、食品加工など一部業態においては管理が行き届いていない部分もあります。今後は、グループ全体での関与を強化し、より広い視野でのサステナビリティ推進を目指していきます。

SDGsの目標年である2030年まで残り5年。その先を見据えた「ビヨンドSDGs」も各所で取りざたされ始めていますが、気候変動が進む中、現状維持では2050年のカーボンニュートラル実現は難しいでしょう。今までの「当たり前」を疑い、もう一段階上の挑戦をしていかなくはなりません。業界のリーディングカンパニーとしての責任を深く認識し、持続可能な社会の実現に向けて、より効果的な取り組みにチャレンジしていきたいと考えています。

最後に、従業員の皆さん、そして社外のステークホルダーの皆様にお伝えしたいのは、「連携」の可能性です。当社は、これまでも多くのパートナーと連携し、1+1が5にも10にもなるような取り組みを実現してきました。今後も、当社のネットワークやノウハウを活用し、ともに社会課題の解決に取り組んでいけるような新たな連携の機会を、ぜひ一緒に創っていただければ願っています。

[※]アクセス乾物乾麺市場開発研究会。「日本伝統の美味しさを、まもる、つなぐ、つくる」を理念に2019年よりスタートし、現在は乾物乾麺メーカー160社が加盟。



健康経営の推進

「健康宣言」 社員一人ひとりがいきいきと働く喜びを感じることができる会社にするため、2021年3月1日「健康宣言」を行い、社員へのさらなる支援、働く環境づくりや健康増進に取り組んでいます。

健康宣言

一人ひとりがいきいきと働く喜びを感じられる会社に

日本アクセスの財産は、社員一人ひとりです。
その社員がやりがいをもって「働く喜び」を実感できる企業であるために、働きやすい職場環境づくりと社員一人ひとりが健康保持・増進を最重要であると捉えられるように、積極的に支援してまいります。

制定日：2021年3月1日

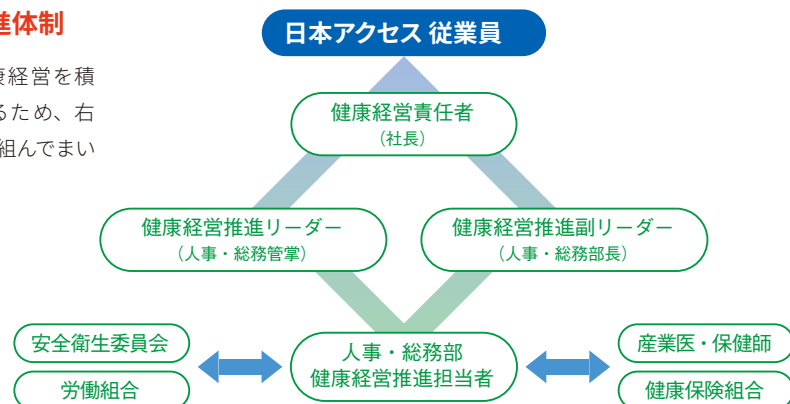
代表取締役社長 社長執行役員 CEO
服部 真也

行動指針

1. 会社は社員の心とからだの健康保持・増進を積極的に支援します。
2. 社員は自らの心とからだの健康に興味をもち、維持・増進に向けた行動変容につなげます。
3. 「健やかな食生活を支える」「豊かな食生活を担う」使命を果たし、食を通じて持続的に広く社会に貢献していきます。

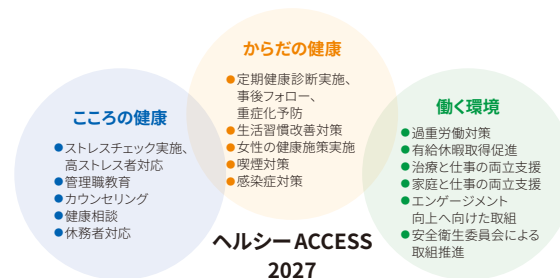
健康経営推進体制

当社は、健康経営を積極的に推進するため、右記の体制で取り組んでまいります。



健康経営施策の推進 (ヘルシー ACCESS 2027の推進)

経年データより課題を抽出し、「からだの健康」「こころの健康」「働く環境」ごとに目標値を定め、健康経営推進施策である「ヘルシー ACCESS 2027」を積極的に推進します。



項 目		2024年度実績	2027年度目標値
生活習慣病予防・重症化予防対策・喫煙対策			
定期健康診断受診率		100%	100%
健康診断	前年度ハイスコアで当該年度は非ハイスコアの割合（糖代謝のみ）	76.5%	100%
事後フォロー	保健指導実施（特定保健指導含む）	89.6%	94.7%
メタボリックシンドローム	非該当者率（全年齢対象）	83.3%	84.2%
肥満	適正体重者率（BMI 25未満）	68.2%	70.1%
睡眠	睡眠で休養が十分とれている	68.7%	69.6%
運動	1回30分以上の軽く汗をかく運動を2回以上/週、1年以上実施	23.8%	26.8%
	日常生活において歩行または同等の身体活動を1日1時間以上実施	41.8%	44.8%
食事	朝食を抜くことが3回未満/週	67.0%	70.0%
行動変容	運動や食生活等の生活習慣を改善に取り組んでいる	23.1%	26.1%
喫煙	非喫煙率	73.6%	76.6%
メンタルヘルス対策			
ストレスチェック受検率		95.9%	-
高ストレス者率		9.8%	-
労働時間の適正化 ワークライフバランスの取組推進			
平均有給休暇取得率（年次有給休暇取得日数÷年次有給休暇付与日数×100）		78.20%	80.0%
残業時間（1人あたり平均時間外労働/月）		20.68h	19.0h
離職の状況（離職率）		2.93%	2.00%
アブゼンティーズム：傷病による休職の状況（1週間以上休業した人数）		114名	90名
労働災害（4日以上休業が発生したもの）		1件	0件
労働生産性に関する指標			
エンゲージメントスコア		53.2（BB）	58.0（A）
プレゼンティーズム：受検者の平均点 OQmethod 使用 パフォーマンス低下度（0:通常→1:低い）		0.3	-

※目標設定は、伊藤忠連合健康保険組合、厚生労働省 国民健康・栄養調査を参考に決定

「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」に認定

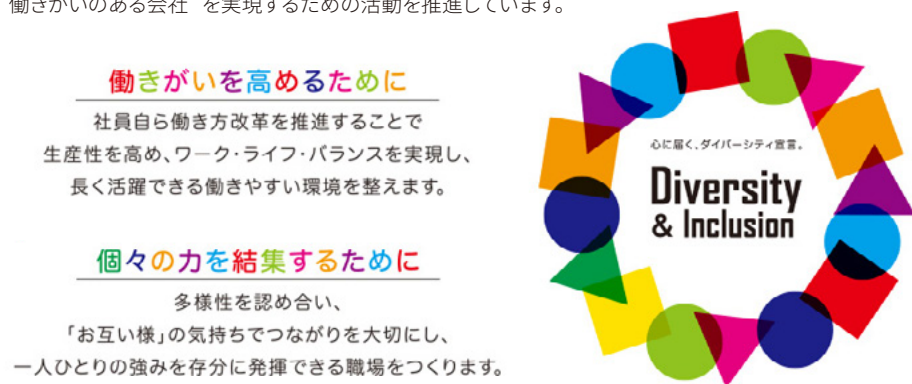
2025年3月10日、経済産業省と日本健康会議が共同で顕彰する「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」に認定されました（4年連続）。今後も健康経営推進施策である「ヘルシー ACCESS2027」を掲げ積極的に推進してまいります。



DE & I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）の推進

「心に届く、ダイバーシティ宣言」

当社は、2019年4月に「心に届く、ダイバーシティ宣言」を発表し、「誰もが能力を発揮し、活躍できる働きがいのある会社」を実現するための活動を推進しています。



各種人事制度の整備・拡充

- ・ 時間単位有給休暇導入
- ・ 所定労働時間の短縮
- ・ メリハリ勤務制度（フレックスタイム制）導入
- ・ 全社員を対象としたテレワーク導入
- ・ ジョブ・リターン制度導入
- ・ 育児短時間勤務、子の看護等休暇を
小学校6年生まで拡充
- ・ 不妊治療休暇の導入

DE & I 浸透施策の展開

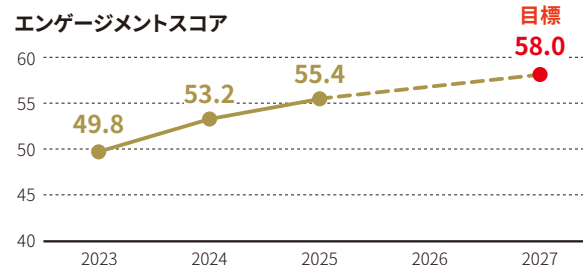
- ・ 「イクボス企業同盟」加入
- ・ 全社エンゲージメント調査の導入
- ・ 経営層と社員の意見交換会開催
- ・ 体験型ワークショップ開催
- ・ ダイバーシティに関する講演会の定期開催
- ・ 介護に関するセミナー、常設相談窓口設置
- ・ 育児取得者を対象としたワークショップ開催
- ・ さまざまなテーマによるロールモデル紹介

社員一人ひとりがDE & Iの推進者に

エンゲージメント向上への取り組み

2023年度より、全社員を対象としたエンゲージメントサーベイを実施しています。

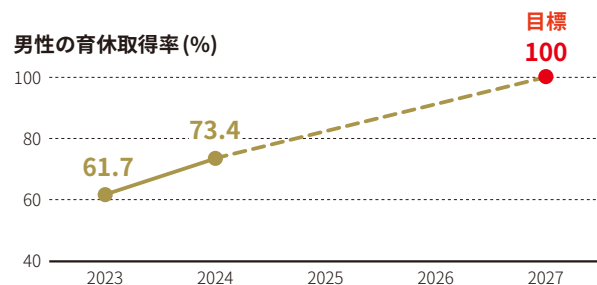
会社・仕事・上司・職場に関する設問をもとに、社員の会社に対する共感度合い（＝エンゲージメント）を数値化することで、立場や価値観によるギャップを洗い出し、会社全体および職場単位での改善活動に取り組んでいます。当社で働く社員が、その立場や価値観に関わらず仕事へのやりがいを感じられ、自分の意志を尊重し、熱意をもって仕事に取り組むことができるような風土醸成につなげていきます。



男性の育休取得推奨

当社で働きながら育児参画するイメージを持ち、男性社員でも育休を取得しやすい風土を醸成することを目的として、実際の取得者をロールモデルとして紹介したり、社長メッセージを紹介したりして、取得の後押しを行っています。

取得人数および取得日数は年々増加しており、2027年度には取得率100%を目標として掲げています。



「学びのプラットフォーム」の構築

アクセスアカデミー

社員一人ひとりの成長が会社の永続的な成長と発展につながると考えています。会社指定の階層別研修とは別に、社員一人ひとりがさまざまなことに挑戦できるよう、公平な学ぶ機会を提供し社員の自己啓発を支援しています。学ぶ時期や内容、方法はさまざまで、業務に紐づくスキルから自分の幅を広げる非スキルまで、幅広くチャレンジできるように提供しています。

学ぶ形式	学ぶ対象は パート・契約社員～新卒～中堅～部長・支店長～役員まで誰でも！
対面・オンラインなどの 研修、講座、 ワークショップ	階層別系
	新入社員研修、3年目社員研修、新任組織長研修など
	ビジネス系自己啓発
	コミュニケーション、PDCA、ロジカルシンキング、 キャリアデザイン、未来構想力向上、マネジメント基礎など
	ワークライフ・バランス
	語学研修、flier、Schoo など
課題提出型通信教育	約200コースの中から講座を選択



業務に生きる資格取得を支援

人材の競争力向上を図るために、全社員を対象として資格取得支援を行っております。

特に、2021年度から惣菜管理士資格取得に対する補助を全額会社負担とし、さらに強化を図っています。

資格者 DATA

社内の資格保有者数（2024年度）

惣菜管理士数
(1級～3級累計)

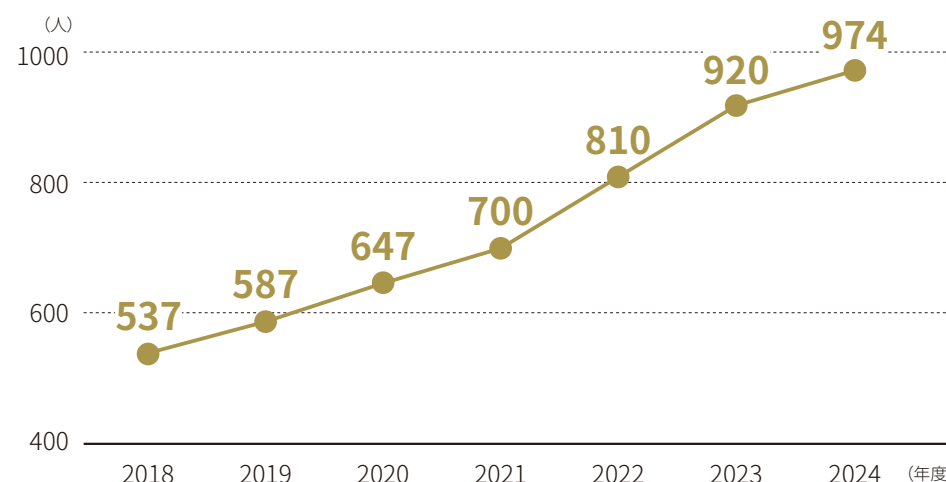
974名

管理栄養士
(2024年9月時点)

45名

食品卸業界 No.1!

惣菜管理士資格保有者数の推移（1～3級の合計値）





食品ロスを抑制する4つのフェーズ

当社では、食品ロス削減策を以下の4つのフェーズに分け、「自社で減らす」観点、川上の食品メーカーや川下の小売業者、消費者などに削減してもらう「サプライチェーンに広げる観点」で課題を整理し、対策を行っています。

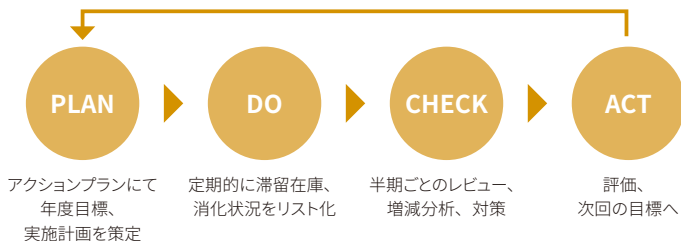
1 ロスを出さない

まずは、「ロスを出さない」ことが最も重要です。需要予測精度向上、的確な発注・管理や、期限の長い商品・長期保存可能な包材採用など、商品開発を通じた対策があります。

的確な発注管理

ISO14001を活用した継続的改善

(営業部門
物流統括部署の事例)



食品ロス削減につながる

日本の伝統食材「乾物」の普及活動

乾物は、素材の味が凝縮され栄養価が高いだけでなく、常温で長期保存可能なことから食品ロス削減に貢献できる優れた食材です。その普及に向けて、2019年より「日本伝統の美味しさを、まもる、つなぐ、つくる」アクセス乾物乾麺市場開発研究会 (AK 研) を発足。現在は乾物乾麺メーカー 160社 (2025年3月時点) が加盟し、売り場提案・販促企画の立案、食育・啓蒙、輸出促進、デリカメニュー開発、新たな技術開発などに取り組んでいます。



「にっぽんのおいしさをここから」をコンセプトにした乾物や乾麺中心のプライベートブランド

2 売り切る

商品滞留化、納品期限オーバーとなってしまった場合、多様なチャネルとの連携を活かし、いかに「売り切る」か、を考えます。

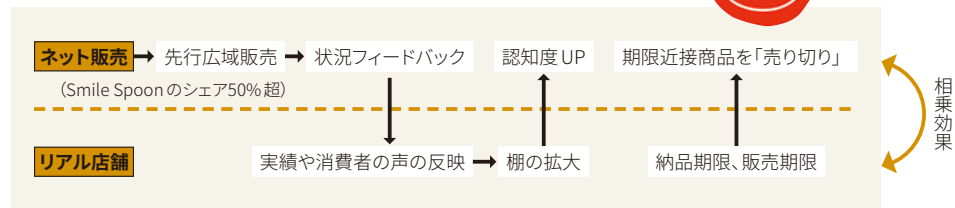
当社のEC店舗「Smile Spoon」の活用 —Amazon、楽天、Yahoo! ショッピングなどを通じ消費者に直接販売—

PB商品の「ネット」と「リアル」包括的な取り組み⇒商品の良さを説明し作り手の思いを届けることでブランド力・付加価値UP⇒「食品ロス削減」を実現



「あんしん」が届く、「おいしい」が続く

当社の健康志向商品PB「からだスマイルプロジェクト」の事例



ブランド力・付加価値UPにより「限りなく廃棄0」を実現!

全社を挙げた食品ロス削減②

社内外に「配る」ことで廃棄抑制を図り、リサイクルによってロスのない未来実現へ。



3 配る

商品売り切れの見込みがなくなったら、フードバンクなどへの寄付や社内配布などによりできるだけ廃棄を抑制します。

フードバンクへの 寄贈拡大

全国でフードバンクの活用を助け、食品廃棄物の削減に努めています。

Aセンター（中四国エリア）食品廃棄52%削減！

Bセンター（九州エリア）食品廃棄63%削減！

※いずれも2024年度実績（2023年度比）



フードドライブの実施

「消費者」としての食品ロス削減、意識付けの一環として行っています。労働組合と会社の共同実施など年々規模を拡大し、年2回ペースで実施しています。

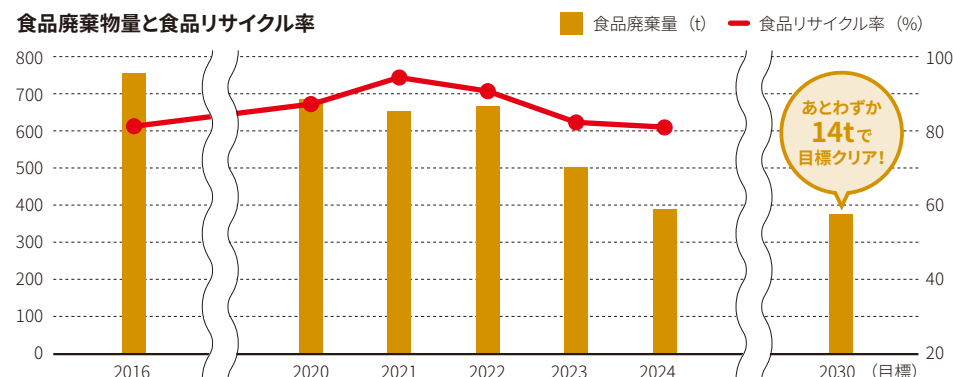


4 リサイクルする

廃棄となった場合には、できる限りリサイクルをします。近隣にリサイクル業者があるか探索し、必ず訪問し信頼できる業者であることを確認した上で委託します。

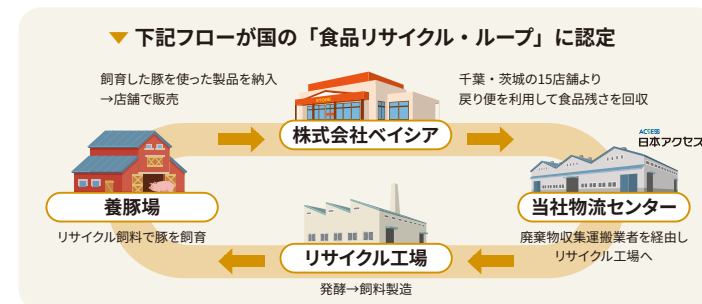
食品リサイクルの推進

食品廃棄物は、飼料・肥料化などのリサイクル処理業者に優先委託し、2013年度以降毎年70%以上のリサイクル率を達成。（2018年の災害要因除く）



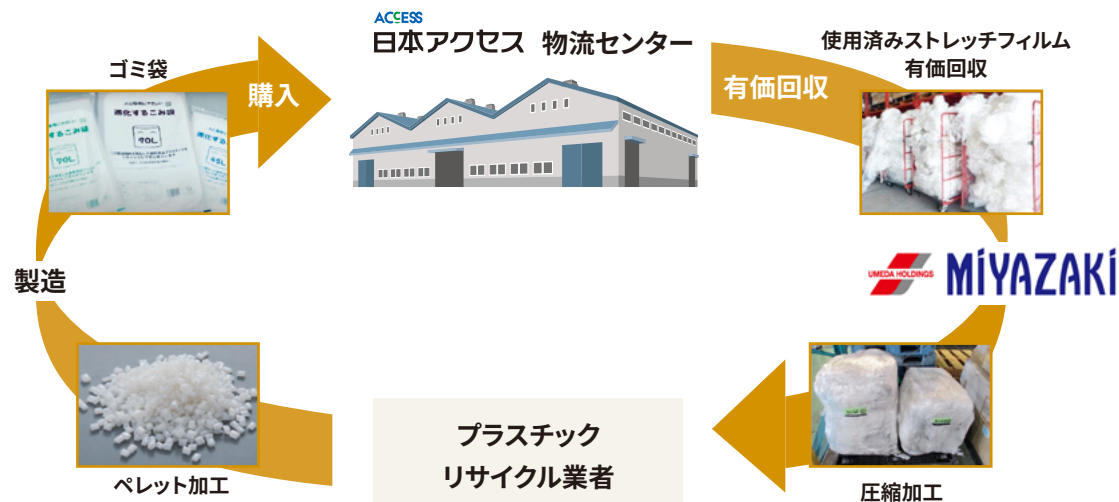
食品リサイクル・ループの取り組み

株式会社ベイシアの一部店舗と連携し配送の戻り便を活用して「食品残さ」を回収、家畜の飼料工程へ回し、その畜肉製品を店舗で販売しています。



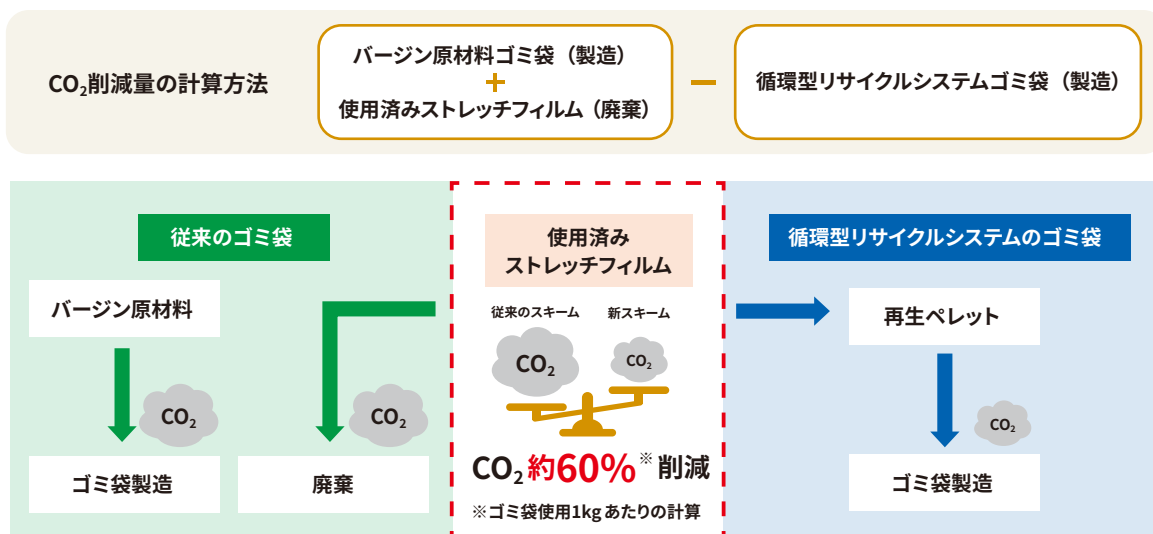
「使用済みストレッチフィルム」を ゴミ袋にアップサイクル

日本アクセスの物流センターで排出される「使用済みストレッチフィルム」を株式会社宮崎が回収し、提携するリサイクル業者にてリサイクル材料へとペレット加工。製造された「ゴミ袋」を物流センターが購入して再利用する循環型リサイクルシステムです。これにより、石油由来のプラスチック原料の使用量削減や、「使用済みストレッチフィルム」の焼却処分に伴うCO₂排出量の削減が可能となり、環境負荷低減に貢献することができます。



本リサイクルシステムによって 期待できる効果

従来のバージン原材料を使用したゴミ袋から、循環型リサイクルシステムのゴミ袋を使用に切り替えることで削減できるCO₂排出量は、ゴミ袋1kgあたり約60%。年間で約103t-CO₂の削減を期待できます。



気候変動対策、電気使用量の実績

照明機器のLED化と 太陽光発電システムの導入

物流センターにおける照明機器のLED化をほぼ完了し、現在は次世代LEDへの更新を行っています。

また、2025年4月現在、25の拠点において太陽光発電システムを導入、3,000トン以上のCO₂を削減しています。



社有車のハイブリッド化と テレマティクスシステム導入

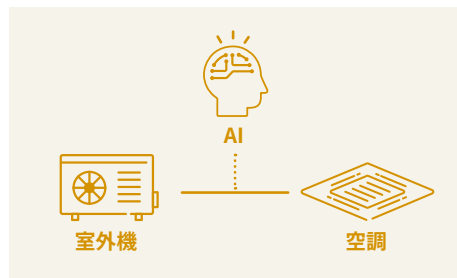
全国の拠点で使用する社有車の一部にハイブリッドカーを導入しています。また、テレマティクスシステム導入を順次拡大し、アイドリング、急発進などの抑制をはかり、事故の防止だけでなくCO₂も削減しています。ハイブリッドカーの導入では年間約58トン（推定値）CO₂削減となっています。



事業用空調機器設備向けの 節電制御装置の導入

空調機に取り付けるだけでAIが空調の運転を最適化し、省エネを実現。

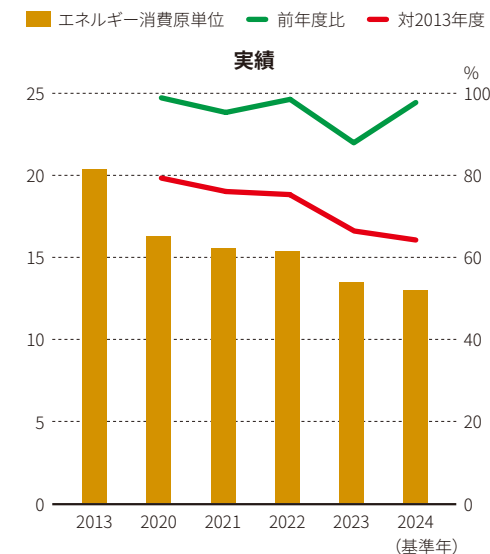
2024年度までに、13センター計69台設置し、約404t-CO₂の削減に貢献しています。今後も順次導入推進していきます。



全拠点の5年間のエネルギー推移

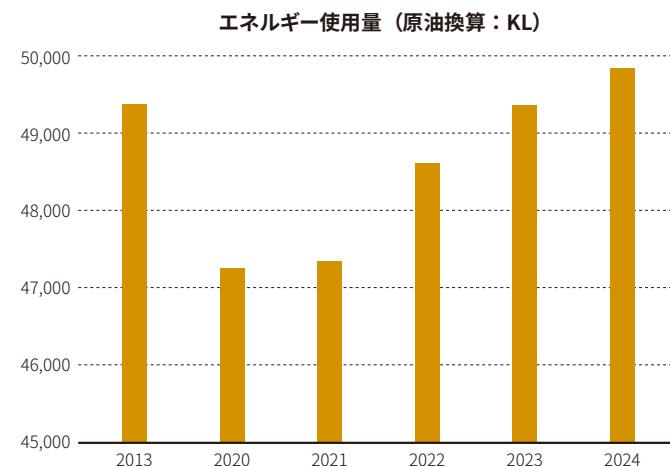
当社の使用エネルギーは主に電気ですが、使用量・原単位ともに順調に減少傾向を続けています。2021年度以降は業容拡大により使用量が増加していますが、エネルギー消費原単位は削減できています。

$$\text{エネルギー消費原単位} = \frac{\text{エネルギー使用量の原油換算 (KL)}}{\text{売り上げ (百億円)} \times \text{その年の平均気温 (°C)}}$$



省エネ評価10年連続 「S評価」を獲得

省エネルギー法定期報告に基づいて行われる事業者別クラス分け評価制度において、当社はS・A・B・C評価で2015年度から2024年度提出分まで10年連続Sランクを獲得しました。





輸送時における作業軽減、CO₂排出削減

物流合理化・ 効率化の推進 (統一クレート導入)

作業時間の分析を行ったところ、クレート整理作業や売り場への搬送作業により納品に時間がかかっていました。統一クレートを導入することでドライバーの店舗およびセンター内での整理作業負担を軽減しました。

※ 経済産業省「サプライチェーンイノベーション大賞2022」において、当社が株式会社東急ストアと協力して上記の取り組みをしたことが評価され、『優秀賞』を受賞しました。

取り組み前

クレート：約120種類



取り組み後

クレート：約60種類

※約60種類を統一クレートに切り替え



配送業務の 見える化と効率化

配送業務の「見える化」のため、動態管理サービス「MOVO Fleet」を導入しています。GPSによる自動記録データを活用し、配送効率化の取り組みを行うことにより、CO₂排出量削減にもつながっています。



改善例



全社の MOVO Fleet 導入効果

2024年度
2.4億円の導入効果
4トントラック252台分相当の改善



約770t-CO₂/年



他の方法も含め、
荷主物流の省エネ
(現在約18万t-CO₂)への
貢献追求

食育活動

地域貢献や次世代育成、食文化の継承を目的として、小学校での食育活動を推進しています。

伝統食材である「乾物」をテーマにメーカー様と連携しながら、食の大切さや楽しさを幅広く伝える取り組みを展開。子どもたちが食材の魅力にふれながら、心と体の健やかな成長を育むことを目指しています。

2024年度末までに、累計で2,000名を超える子どもたちが参加しました。



食育授業の風景

離島振興・地方創生の取り組み

一般社団法人 離島振興地方創生協会の「“離島振興”と“地方創生”をめざし、日本を豊かな“食列島”にする」という活動に賛同し、「離島や地方における生産者の育成と商品開発援助」ならびに「都市量販店への卸機能」を担う取り組みを行っています。

2025年より離島に加え地方創生へも範囲を広げ、地域特性やその特産品を活かした当社PB品の開発や、EC向けの生鮮産直商品の取り組みなどを実施しています。



「ご当地!絶品うまいもん甲子園」への支援

高校生の夢を応援する食企画「ご当地!絶品うまいもん甲子園」をパートナー企業として支援しています。

この大会では「夢の舞台を創造」「人材育成」「地域活性化」をコンセプトとして掲げ、食を通じて農林漁業の大切さを伝え、夢を応援し、地域を盛り上げ日本を元気にすることを目的として、2012年より開催されています。大会をさらに盛り上げるべく、高校生に向けた食の勉強会の実施や、高校生発案の新商品開発にも一緒に取り組んでいます。



「こどもフードアライアンス」の取り組みを継続

認定NPO 法人フローレンスと連携し、全国のこども宅食実施団体や困難を抱える子育て家庭への食支援「こどもフードアライアンス」を実施しています。

2024年度末までに食品メーカーおよび日用品卸の36社様にご協力いただき、240*の福祉団体を通じて、約3.5万世帯の子育て家庭に合計約76万点超の物品をお届けしました。

※ユニーク数での算出



国連WFPへの支援

社員募金の実施や、ウォーク・ザ・ワールド（横浜・名古屋・大阪）のイベント参加を通じ、飢餓のない世界の実現を目標に活動する世界最大の人道支援機関、国連WFPの「学校給食支援」を応援しています。



©WFP/Par Tim



子ども食堂・フードバンクへの食品寄贈

全国のフードバンク団体や地域の子ども食堂ネットワークを通じて食の支援を継続的に行っています。賞味期限のまだ残っている食品などを提供することで、社会貢献だけでなく食品ロス削減にもつながっています。



ベルマーク・使用済み切手の寄贈

収集活動で集まったベルマークを近隣の小学校や特別支援学校へ、使用済み切手を「飢餓のない世界」を目指して活動する認定NPO法人に寄贈しています。



食の安全・安心

食の安全性確保のためのリスク未然防止

産地から食卓まで、サプライチェーンのリスク低減に取り組みます。



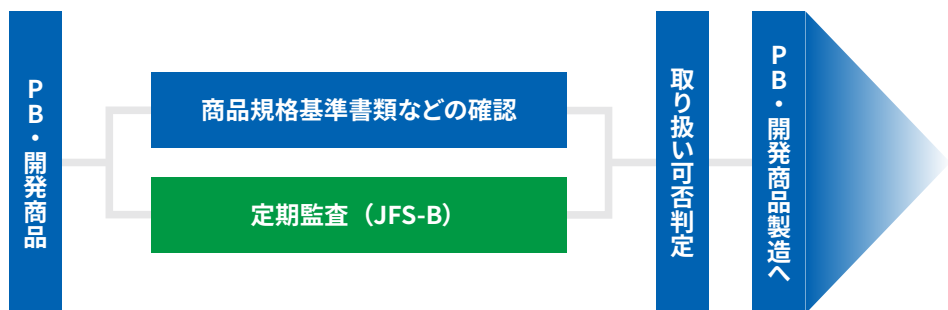
商品規格書、表示の管理

当社PB・開発商品の規格書やパッケージ文言を社内有資格者が確認し、法律違反や表示ミスの未然防止に努めています。

主な確認項目

- 名称
- 栄養成分
- 微生物規格
- 原材料名
- 強調表示
- 理化学規格
- 原料原産地
- 効能効果
- 製造工程
- 添加物
- 容器包装
- トレーサビリティ
- アレルゲン
- 期限根拠確認
- 各自治体条例

開発から製造に至る流れ



工場監査の実施

当社のPB・開発商品を製造委託している工場に対し、日本発の食品安全規格JFS-B※を用いて工場監査を定期実施し、国際水準での安全管理体制を確認しています。

※ JFS-B：一般社団法人食品安全マネジメント協会（JFSM）が作成した日本発の食品安全規格



食品安全ハンドブックを全社員に配布

安全な商品を取り扱うために、全社員が自ら考え、適切に判断し、食品事故を予見・回避できる行動を自然に実践できる「食品安全文化」の醸成に向けて周知・浸透を図っています。



得意先様、取引先様向けオンライン勉強会の開催

食品関連事業者の食品安全知識向上および商品回収未然防止を目的に、全国の得意先様、取引先様向けに勉強会を開催しています。



働きがいを高め、 さらなる成長と社会貢献を



西川 大輔

取締役 執行役員
人事・総務管掌

社員一人ひとりの力を成長につなげる、人事制度改革

前ページまでにご紹介してきた内容から、日本アクセスがさまざまな形で労働環境の整備に取り組んでいることはご理解いただけたかと思います。こうした取り組みを強化しているのは、社員一人ひとりを会社の成長に欠かせない重要なステークホルダーだと捉えているからです。健康経営や人財育成などの施策を積極的に推し進めることで、全社員が自身の力を存分に発揮できるようにしています。また、DE&I 推進の観点から、多様な価値観・新たな視点を取り入れるこ

とも重視し、キャリア採用者や女性社員の活躍の場も着実に広がりつつあります。

こうした方針のもと、さらに取り組みを前進させていくべく、人事制度の見直しにも着手しました。本格的な刷新は来年度を予定しています。仕事のやりがいと働きやすさをさらに高めるべく準備を進めるとともに、新制度の理解を広げるため、各オフィス・支店を訪問して現場と直接コミュニケーションを取り合っています。新たな人事制度を活用して会社を変えていく主役は、現場で働く全ての社員たちです。現場からは前向きな意見や、未来への期待の声も多く寄せられており、大変心強く感じています。

エンゲージメント調査から見えるもの

ここでもう一つ触れておきたいのが、41ページでも紹介しているエンゲージメント調査です。2023年から開始し、今年で3回目の実施となりますが、年々着実に調査結果の数値は向上しています。その要因は、職場の状況を可視化できたことにあると私は考えています。もともと、現状を把握して課題を洗い出し、それをクリアしていく姿勢は当社の強みの一つです。調査によって明らかになった課題をどのように改善していけばいいか、各現場で自発的かつ積極的に対策を話し合っ

かに大きな効果を発揮します。今後も継続的に調査を続け、日本アクセスを高みに導く原動力にしていきたいと思っています。

変化する時代の中で、新たなステージへと進むために

当社は1993年の5社統合以来、企業理念「心に届く、美味しさを。」の元に全社一丸となって走り続けてきた企業です。心を一つにして成果を出し、成長し、ついには総合食品卸 No.1の座を獲得しました。これは間違いなく大きな成果であると言えるでしょう。

一方で、人口減少や物価上昇など、私たちを取り巻く環境は大きく変わりつつあります。こうした中で、従来の延長線上でビジネスをしていても、成長を続けていくことは難しいでしょう。これからは、同じ方向を向くこと以上に、多様な考え方を取り入れて、新たな進化の方向を模索していく必要があります。

前述の人事制度改革は、そのための施策でもあります。エンゲージメント調査も活用して社員の働きがいを高め、新たなステージへと踏み出す原動力としていきたいと考えています。今後も「人」に対するアプローチを通じて、社員一人ひとりのポテンシャルを最大限引き出し、さらなる成長・変革に挑戦し、今以上の社会貢献を実現していきます。ぜひ、これからの日本アクセスにご期待ください。