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

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35〜52ページの「SDGsへの取り組み」で紹介しています。



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2025年度（2025年4月1日〜2026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

2026年10月

CONTENTS

イントロダクション …… 2
トップメッセージ …… 4
沿革 …… 9
企業理念 …… 11
第9次中期経営計画 …… 13
Solution 1. マーチャンダイジング・マーケティング … 16
Solution 2. ロジスティクス領域 …… 25
Solution 3. デジタルイノベーション …… 31
SDGsへの取り組み …… 35
地球環境 …… 41
食の安全・安心 …… 46
社会貢献 …… 47
労働環境 …… 49
ガバナンス …… 53
会社情報 …… 56
役員体制 …… 57
財務ハイライト …… 58



社長メッセージ

“ソリューション”の提供で築く、社会と当社のより良い未来

代表取締役社長
社長執行役員CEO
服部 真也

「変革と挑戦」は新たなフェーズに

私が日本アクセスの代表取締役社長 社長執行役員CEOを務めるようになったのは2023年4月のこと。就任時から強く意識してきたのは、当社を取り巻く環境の変化。現場のたゆまぬ努力によって足元の業績は堅調で、昨年度は5期連続で増収を維持し、食品総合卸としてはトップの地位を走っているものの、決して将来を楽観できる状況にはないと考えています。

さまざまな変化が進行していますが、事業の根幹に関わる課題は少子高齢化に伴う国内の人口減少が着実に進行していること。それは、文字通りものを食べる「人の口」が減ることを意味します。今後40年間で30%減・高齢者が40%に達するとの試算もあり、これまで通りの事業・やり方では、現在の成長基調を維持し続けることは難しくなっていく。だからこそ、新たな領域への「変革と挑戦」が必要であるということを繰り返し社内外で発信してきました。

着実に社員の意識は変わりつつありますが、まだ道半ば。それを踏まえて、2025年度スタートした第9次中期経営計画は「変革と挑戦」に「実践」を加え、さらに「ソリューションプロバイダーへの進化」を目指すことを宣言しました。

あらゆるリソースを駆使して課題を解決

環境の変化に直面しているのは、当社だけではありません。お客様である小売業様、取引先であるメーカー様、ともに事業に取り組むパートナー企業様、いずれも多くの課題に直面され、その解決に心血を注いでおられます。さらに、持続可能な環境や社会づくりに向けた意識も年々高まってきています。



ソリューションプロバイダーとは文字通り、そうした「課題」に寄り添う存在。当社の持つあらゆるリソースを駆使して、お困りごとの解決に寄与していきます。

すでに取り組みを進めている施策の中にも、その要素が含まれるものは少なくありません。「チン!するレストラン」や「The乾麺グランプリ」などのイベントや「朝食向上委員会（仮）」のような販売促進の取り組みは、優れた商品と消費者との出会いの場を設けて潜在需要を顕在化させるアプローチ。食品メーカー様の海外進出をサポートする取り組みは、インバウンド需要の先に生まれる「日本で食べた美味しいものを帰国後も食べたい」というニーズに応えて新たな収益源とするアプローチ。他にも、食品以外の取扱商品や消費材の提供という食品卸の枠を越えた事業にも力を入れ始めています。

もちろん、これら既存の取り組みはソリューションプロバイダーへの第一歩に過ぎません。今後、DXを積極的に取り入れ、マーケティングの知見を生かしながら、こうした挑戦を加速させていきます。それを支える強力な基盤となるのが、ロジスティクス領域のノウハウとネットワーク。今後、さらなる強化を図っていく方針です。加えて、伊藤忠グループの一員として、そのネットワークやサプライチェーンも大いに活用していきたい。日本アクセスならではの打ち手がこれだけ揃っている以上、提供できるソリューションの可能性は途方もなく大きなものとなることでしょう。

本当の「仕事」をする集団を目指して

こうした変革の主役となるのはもちろん、当社の現場で働く社員一人ひとりです。日々さまざまなステークホルダーに接し、その声を聞いている人こそが

「課題」を見つけ、その解決方法を考案できる。そこに真剣に挑む中で、未来の当社の軸となる事業も生まれてくることでしょう。私自身も何度か経験して実感していますが、新たな事業を立ち上げるのは実に刺激的で心躍る経験です。必ずしもスケールの大きなものでなくてもいいし、失敗をしてもかまわない。挑戦し、小さな成功体験を重ねていく――そんな経験を、ぜひ多くの社員に味わってほしいと考えています。

それに取り組む時間を確保するには、業務を棚卸しし、常識を疑いながら、現場のムダ・ムラ・ムリを省いていく必要があります。改善を重ね、そこに生まれた時間を使って日々の「作業」を本当の「仕事」に昇華させていくことができれば、当社はさらに魅力的な職場になるに違いありません。

より良い日本アクセスを残すために

冒頭で申し上げたとおり、国内の人口が30%減少し高齢者が40%に達するまで、あと40年とされています。これは今年度に入社した新入社員が当社でキャリアを積み、定年まで勤め上げた場合の年月とほぼ同じ。社会は大きく変わっていくはずですが、そうなったとき、彼ら彼女らが卒業していくこの会社が、今よりも見劣りする会社になっているような事態にはしたくない。今がまさにその未来を左右する分水嶺であり、第9次中期経営計画なのだと思っています。達成に向け社員一同取り組んでまいりますので、ご期待のほど、どうぞよろしくお願いいたします。

このコーポレートレポートは、そうした状況にある当社の「今」をステークホルダーの皆様にご紹介する媒体として発行しています。企業理念や前述の中期経営計画の概要をはじめ、事業活動を通じたソリューションについて「マーチャンダイジング・マーケティング」「ロジスティクス領域」「デジタルイノベーション」の3軸で取り上げ、各領域の担当役員のメッセージも掲載。サステナビリティについても「地球環境」「食の安全・安心」「社会貢献」「労働環境」それぞれの取り組みをピックアップしました。活動へのご理解とご支援をいただくきっかけとなれば、これに勝る喜びはありません。



副社長メッセージ

物流を取り巻く社内外の課題に向き合い、「選ばれる企業」を目指していく



代表取締役副社長
副社長執行役員
宇佐美 文俊

代表取締役副社長として

私は昨年代表取締役副社長に就任しました。長年ロジスティクス領域を担当してきた私として、この人事は、食品卸の事業の根幹を支える物流機能が経営にとって極めて重要であることを表しており、自社のみならず業界が直面する課題の解決に当社が臨む姿勢の表れと捉えています。

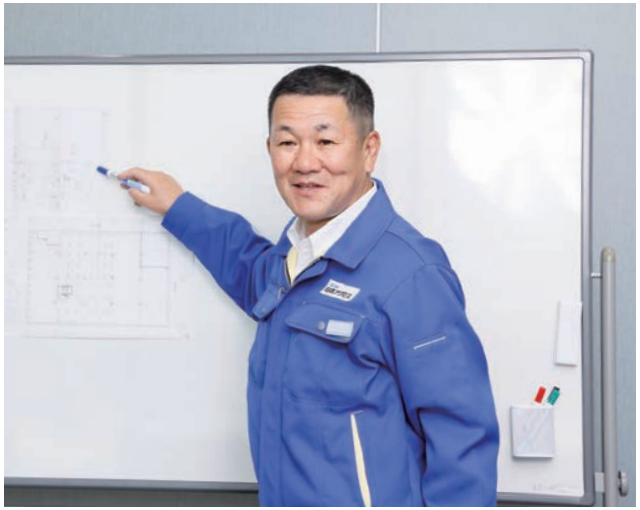
いわゆる「物流2024年問題※1」は未だ解消されることなく、このまま推移すれば2030年には約34%もの輸送能力が不足すると予測されています。これはすなわち、従来のような物流機能が維持できなくなるということ。そうした事態を回避するためには、早急にドライバーの労働条件・賃金水準の改善を進めるとともに、物流の現場であらゆる効率化に取り組んでいく必要があります。

業界が一体となり「全体最適」を目指して

こうした状況には政府も危機感を抱いており、「物流関連2法※2」をはじめ改革を後押しする法改正を実施。当社はそれに真摯に向き合い、対応にあたっています。物流業界の中でも、特に改善の余地が大きいと見なされているのが私たち食品卸業界。賞味

副社長メッセージ

期限の3分の1を過ぎると納品できなくなる「3分の1ルール」や、発注から納品までのリードタイムを短く設定せざるを得ない業界構造など、さまざまな要素が「課題」として挙げられますが、いずれも長年の商習慣と深く結びついたものであり、一つの企業だけで解決を図ることは極めて困難です。メーカー様や小売業様に広く呼びかけ、競合である他の食品卸様とも力を合わせて、業界が一体となって「全体最適」を目指していかなくてはなりません。それを主導するのは、サプライチェーンの川上から川下までをつなぐ企業の役割。当社は食品卸No.1企業として、積極的にその役割を担っていきます。



幸い、物流環境の未来に対して「このままではいけない」「変えていかなくては」という意識は確実に広がりつつあります。小売業様においては、2023年３月に「首都圏SM物流研究会」が設立され、現在は24社が参加する組織へと成長しています。本研究会の活動は全国規模へと発展しており、物流課題の解決に向けた業界全体での取り組みが広がっています。私もその前身組織の会で一度オブザーバーとしてお招きいただき、卸としての意見を述べさせていただきました。今後も健全な危機感を共有し、より良い未来に向けて変革の推進につなげていければ幸いです。

物流パートナー様とともに、現場の生産性向上を

当社は配送や配送センター内における実務の多くを、物流パートナー企業様に担っていただいています。その関係をさらに深め、より良いものにしていくことも忘れてはなりません。当社物流担当者に必要なのは、感謝の心を持って協働に励むとともに、その業務の実態を把握し、改善に取り組む姿勢。ムダ・ムラ・ムリを解消し、デジタルツールによる分析も活用しながら、効率よく働ける環境づくりに取り組んでいきます。

現在、インフレによりあらゆるモノの値段が上がってきており、物流原価も増加しています。仕方のないことではありますが、そうした状況が利益を圧迫していることは意識すべきでしょう。だからこそ、当社と物流パートナー様、そして配送ドライバー様がいずれもコスト意識を持ち、それぞれの立場から「いかに生産性を高めるか」を考えて実践していく必要がある。それができれば、当社の物流体制はより強固なものとなり、さらなる成長に向けた基盤となるはずです。

今後は物流担当者だけでなく全社一丸となって、さらに多くのステークホルダーの皆様に選んでいただける会社を目指し取り組みを加速してまいります。私も業界全体最適のため、社内外へメッセージを発信することに努めていく所存ですので、ご理解とご協力のほど、どうぞよろしくお願いいたします。

※1　物流2024年問題：2024年4月からトラックドライバーの時間外労働の上限規制が厳格化されたことによって発生する輸送力不足をはじめとするさまざまな問題の総称。

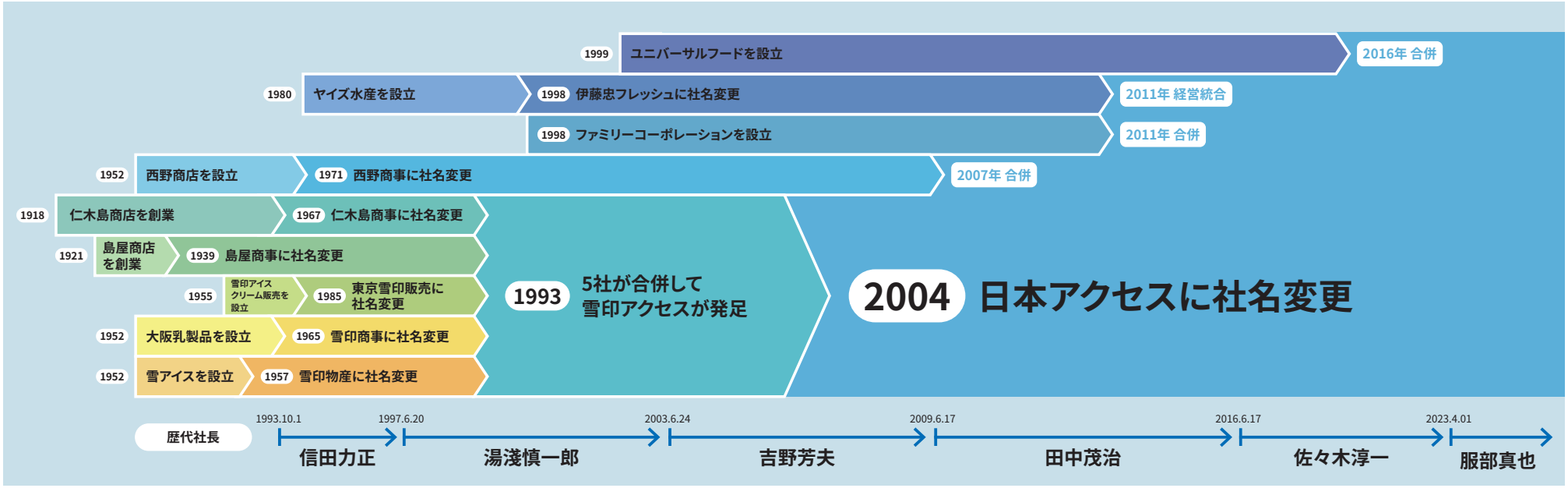
※2　物流関連2法：物流総合効率化法と貨物自動車運送事業法の2つ。いずれも物流業界の環境変化を受け、持続可能な物流システムを構築することを目指して法改正がなされた。

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 6月
乳製品卸売業「仁木島商店」東京都港区で創業（1967年「仁木島商事」に社名変更）

1921年 10月
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㈱」に社名変更）

1952年 10月
㈱雪アイス」東京都港区に設立（1957年「雪印物産㈱」に社名変更）
「大阪乳製品㈱」大阪府大阪市（現）中央区に設立（1965年「雪印商事㈱」に社名変更）
㈱西野商店」東京都台東区に設立（1971年「西野商事㈱」に社名変更）

1955年 3月
「雪印アイスクリーム販売㈱」東京都中央区に設立（1985年「東京雪印販売㈱」に社名変更）

1980年 10月
「ヤイズ水産㈱」静岡県焼津市に設立（1998年「伊藤忠フレッシュ㈱」に社名変更）

1993年 10月
仁木島商事㈱、島屋商事㈱、雪印物産㈱、雪印商事㈱、東京雪印販売㈱の5社が対等合併して、新会社（㈱）雪印アクセス」が発足、本社を東京都新宿区四谷に置く

1998年 4月
「ファミリーコーポレーション㈱」東京都台東区に設立

1999年 3月
「ユニバーサルフード㈱」東京都千代田区に設立

2000年 6月
雪印乳業の食中毒事故が発生

2002年 11月
伊藤忠商事㈱が当社の筆頭株主となる

2004年 4月
社名を「㈱日本アクセス」に変更
第3次中期経営計画「Spread2010」をスタート

2006年 6月
伊藤忠商事㈱による当社株式公開買付けが成立し、親会社となる

2007年 4月
西野商事㈱と合併し、同時にみのわ商事㈱、㈱新晃、㈱ドルチェ、エヌアイエスフーズサービス㈱を子会社とする本社を東京都世田谷区池尻に移転

2010年 3月
㈱あらた、アルフレッサホールディングス㈱、シーエス薬品㈱、丹平中田㈱、当社の5社で業務提携契約

2011年 3月
ファミリーコーポレーション㈱を合併する同時にユニバーサルフード㈱の株式を取得し連結子会社とする
東日本大震災の復興に向けた継続的な支援活動を開始

2011年 4月
第4次中期経営計画「Make ACCESS VALUE」をスタート

2011年 8月
本社を東京都品川区大崎に移転
アクセス業務用市場開発研究会設立

2013年 4月
第5次中期経営計画「Make ACCESS VALUE 2015 "創発"」をスタート

2016年 2月
ジャパンフードサプライ㈱を設立

2016年 7月
新プライベートブランド"Delcy"と"miwabi"誕生

2016年 10月
ユニバーサルフード㈱を合併する

2018年 4月
第7次中期経営計画「NewACCESS Way2020～進化・創造へ～」をスタート

2018年 7月
本社を東京都品川区西品川に移転

2019年 3月
伊藤忠商事㈱の100%子会社となる

2020年 4月
㈱ワンダーテルディアを設立

2022年 4月
第8次中期経営計画「構造改革2024」をスタート

2025年 4月
第9次中期経営計画「変革と挑戦×実践～ソリューションプロバイダーへの進化～」をスタート

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。

Apr.2004

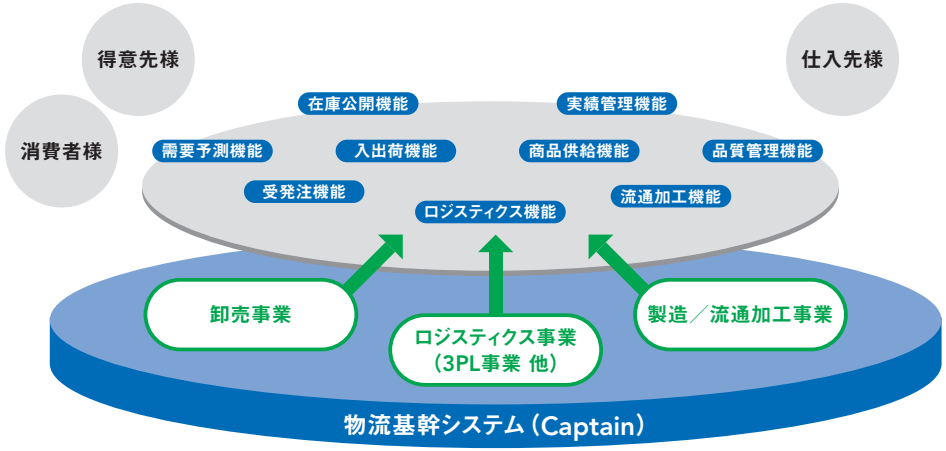
常に心に6つの「C」

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。

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。

Jul.2010 機会創出の場



フードコンベンション開催

お得意先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日本アクセス。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現在の企業理念です。

「心に届く、美味しさを」を企業スローガンに、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」ことをミッションとしています。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

2013年の設立20周年に向け企業理念構築プロジェクト「襷（たすき）」が立ち上げられました。若手社員を中心としたメンバー19名が議論を重ね、言葉のセレクトや並び順にまで思いを込めて、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～



「欅（けやき）」の思いを引き継いだ企業理念浸透プロジェクト「L∞P（ループ）」

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。「欅」の思いを引き継ぎ活動を継続しています。

展示会への招待や、小学生を対象に保護者が働く会社について楽しく学ぶ「キッズスクール」などの企画を通じて、社員にとってもっとも身近な理解者であり応援者であるご家族に、会社への理解と共感を深めていただく取り組みも行っています。

キッズスクール



社員との名刺交換



濡らしたタオルが瞬く間に凍る
フローズンセンター倉庫内での冷凍体験

展示会家族招待



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



東北エリア提案商談会



中部エリア展示商談会



中四国エリア展示商談会



九州エリア展示商談会