

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」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。

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27～43ページの「SDGsへの取り組み」で紹介しています。



## 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/](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2021年度（2021年4月1日～2022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

2022年12月

## CONTENTS

イントロダクション	2
社長メッセージ	4
沿革	5
日本アクセスの企業理念	7
第8次中期経営計画	9
Challenge 1. 食品卸としての機能強化	11
Challenge 2. 次世代卸の姿	15
Challenge 3. デジタルイノベーション	19
Challenge 4. インフラ投資	23
SDGsへの取り組み	27
労働環境	33
地球環境	36
社会貢献	41
食の安全・安心	43
ガバナンス	44
会社情報	46
役員体制	47
財務ハイライト	48

# 変化の時代に向き合い、対応し、成長できる日本アクセスであるために



代表取締役社長 社長執行役員

佐々木 淳一

日本アクセスはこれまで、社会的責任を果たすための活動をご紹介します「サステナビリティレポート」を通じて、ステークホルダーの皆様へ情報発信を続けてきました。

このたび発行した「コーポレートレポート」は、従来の内容に加えて当社の事業活動や財務状況なども盛り込み、より幅広い情報で当社の全体像を知っていただけるようにアップデートいたしました。

当社は、2022年3月期（第70期）の業績で、売上高、経常利益ともに過去最高を更新し、食品卸売業界におけるリーディングカンパニーとして成長することができました。また、経済産業省から「サプライチェーンイノベーション大賞2022」、日本食糧新聞社の「食品産業功労賞（流通・情報部門）」を授賞するなど、社会的な評価もいただきました。これらはいずれも社員一人ひとりの努力と、当社の先人たちが積み重ねてきた挑戦の歴史によるものです。またメーカー、ロジスティクスパートナー、お客様である小売業あつての成果でもあります。

この成長を喜ばしく感じる一方で、事業を見渡せば道半ばの分野も少なくありません。慢心することなく新たな挑戦に取り組み、社員自らの手で作り上げた理念を胸に「断ト

ツの食品総合卸企業」として業界をリードしていける存在を目指していきたいと考えています。

現在は「VUCA<sup>※</sup>の時代」と言われています。社会には少子化や高齢化をはじめとするさまざまな課題が山積し、食品産業界では、商習慣の見直しや2024年問題への対応、食料自給率の向上といった大きな課題があります。それら一つ一つにしっかりと向き合い、対応し、成長していける日本アクセスでありたい。本レポートでは、そのための取り組みをご紹介します。

社員の皆さんは、改めて会社の現在の姿と今後の方向性について把握するための媒体としてご活用ください。また社外のステークホルダーの皆様にとっては、当社の活動内容とそれに向き合う姿勢に共感いただき、今後のさらなる成長に期待していただければ幸いです。

私自身もトップとしてこれまで以上に事業活動の推進を図るとともに、同時にすべての社員が働きがいを持って勤められる、家族に誇れる会社づくりに力を注いでいく所存です。どうぞ、よろしく願いいたします。

※VUCA：先行きが不透明で、将来の予測が困難な状態



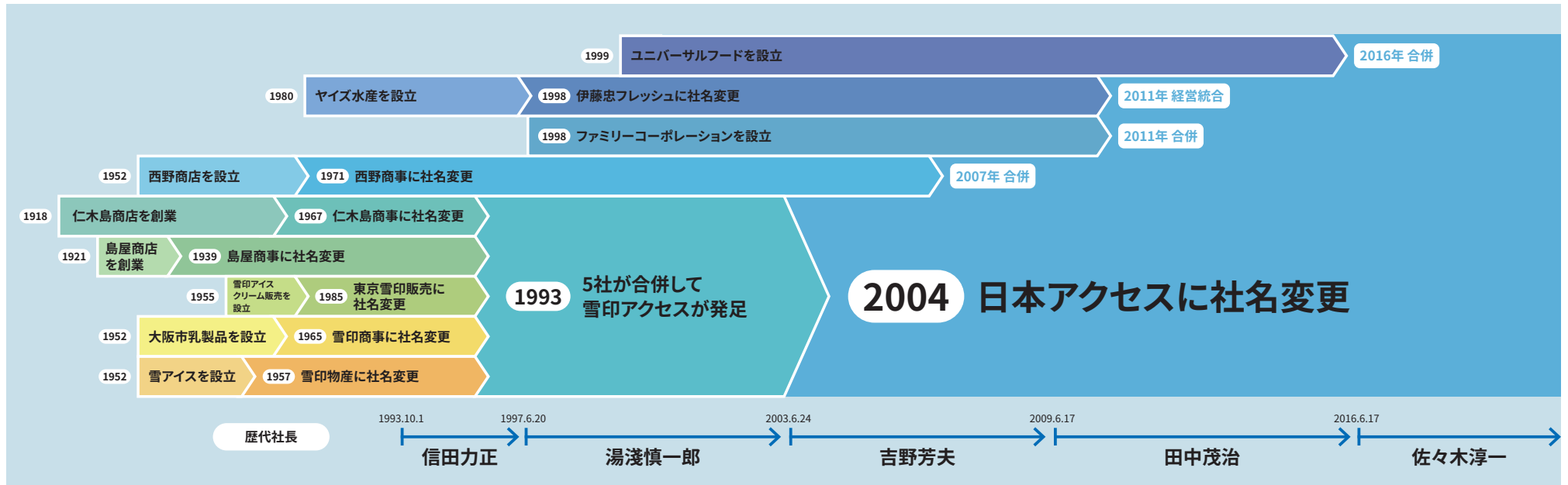
# 沿革

## 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。5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	1921年 10月	1952年 10月	1955年 3月	1980年 10月	1993年 10月	1998年 4月	1999年 3月	2000年 6月	2002年 11月	2004年 4月	2006年 6月	2007年 4月	2010年 3月	2011年 3月	2011年 4月	2013年 4月	2016年 2月	2018年 4月	2019年 7月	2020年 3月	2022年 4月
乳製品卸売業「仁木島商店」東京都港区で創業。 (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)	「(株)雪印アイス」東京都港区に設立。 (1957年「雪印物産(株)」に社名変更)	「(株)雪印アイス クリーム販売」東京都中央区に設立。 (1955年「東京雪印販売(株)」に社名変更)	「(株)西野商店」東京都台東区に設立。 (1971年「西野商事(株)」に社名変更)	「(株)仁木島商店」東京都港区に設立。 (1967年「仁木島商事(株)」に社名変更)	「(株)島屋商店」東京都中央区に設立。 (1939年「島屋商事(株)」に社名変更)	「(株)雪印アイス クリーム販売」東京都中央区に設立。 (1955年「東京雪印販売(株)」に社名変更)	「雪印乳業の食中毒事故が発生」	「第3次中期経営計画」 「Spread2010」をスタート	社名を「(株)日本アクセス」に変更	伊藤忠商事(株)が当社の筆頭株主となる	「ファミリーコーポレーション」を設立	「ユニバーサルフード」を設立	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する	「ファミリーコーポレーション」を合併する

## 沿革

### 価値創造の礎

Oct.1993

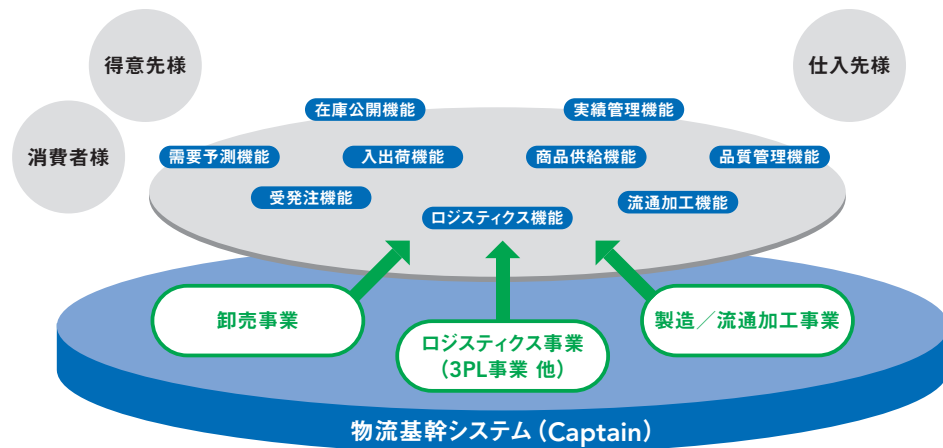
### 新時代のキーワード「アクセス」

#### 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



#### 機関システム

#### 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 (Credit)」を得て、「対話 (Communication)」を深め「協力関係 (Cooperation)」のもと、「自信 (Cooperative)」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)。

## 日本アクセスの企業理念

### 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～



情熱



挑戦



創造



誠実



尊重



感謝

## 日本アクセスの企業理念

### 「樺」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。「樺」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



社内で「企業理念川柳」を募集



企業理念VTRの作成、社内公開

