



加藤産業株式会社 CSR推進部

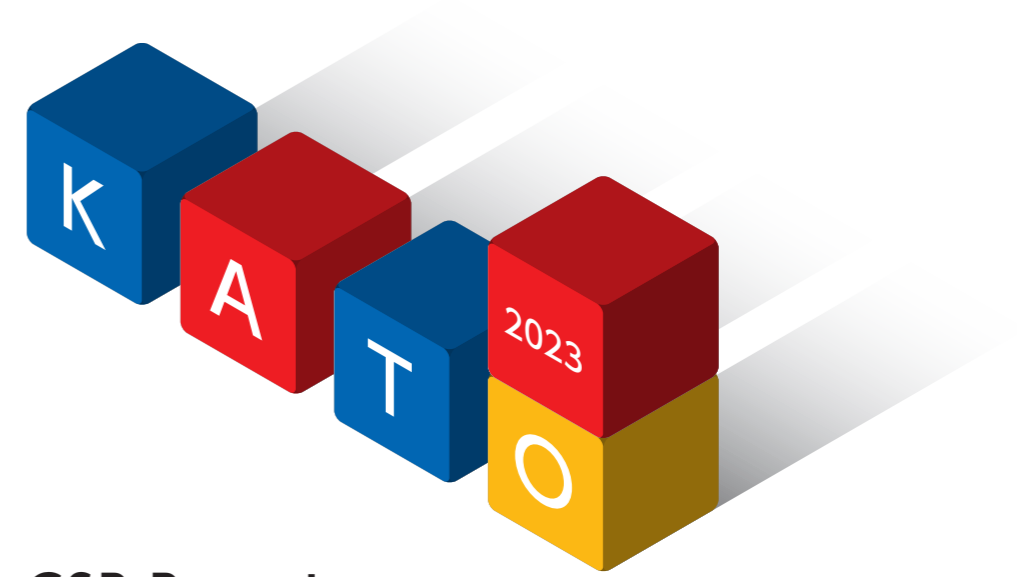
〒662-8543 兵庫県西宮市松原町9番20号
TEL.0798-33-7712 FAX.0798-22-5637
ホームページ <http://www.katosangyo.co.jp>



@katosangyo_csr



- 用 紙：琵琶湖の環境保全活動を支援する寄付金付びわ湖環境ペーパー 責任ある木質資源や再生資源を使用したFSC®認証用紙
- インキ：米ぬか油を使用した植物油インキ
- 印 刷：有害な廃液を排出しない水なし印刷
- 製造、廃棄に発生するCO₂をカーボン・オフセット済
- CO₂排出量：609.3g/部
- この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。



CSR Report
2023

加藤産業株式会社

CONTENTS

はじめに 1

加藤産業グループ指針 2

事業概要 3

グループ概要 5

トップメッセージ 7

加藤産業グループのサステナビリティ 9

4つのマテリアリティ

- 脱炭素 11
- フードロス&ウェスト 13
- 資源循環 15
- 多様な人財の活躍 17

食の安全・安心 19

ステークホルダーの皆さまと 21

コーポレート・ガバナンス 25

コンプライアンス 26

データ集 27

施設の取組み 29

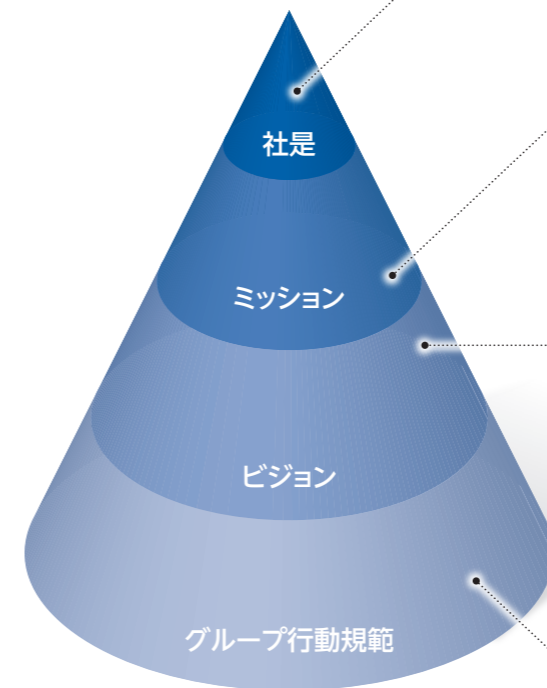
はじめに

本レポートは、加藤産業グループの事業概要や環境、社会への取組みについて、ステークホルダーの皆さまに、よりいっそう理解を深めていただき、幅広いステークホルダーとより良いコミュニケーションを図る目的で作成をしています。また、当社グループのサステナビリティに対する考え方や取組み内容を紹介し、当社グループの取組みについて理解していただけるような内容を目指し、作成をいたしました。

- 対象期間
2021年10月～2022年9月(2022年度)
ただし、必要に応じて、対象期間外の活動内容も含んでいます。
- 対象範囲
加藤産業株式会社および国内の連結子会社などの取組みと活動事例を紹介しています。
データの対象範囲は、個々に対象範囲を記載しています。
- 参考ガイドライン等
 - 環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」
 - GRIサステナビリティ・レポート・スタンダード
 - ISO26000(社会的責任に関する手引き)
- 文中の表記について
加藤産業：加藤産業株式会社に関する情報またはその取組み
加藤産業グループ：加藤産業および国内の連結子会社の情報またはその取組み
- 免責事項
本報告書には、加藤産業および対象範囲となる会社の過去および現在の事実のみでなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予想が含まれています。将来予想については記述時点で入手した情報に基づく仮定ないし判断であり、諸与件の変化により将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆さまにはご了解いただきますようお願いいたします。

加藤産業グループ指針

私たちのミッションは
「豊かな食生活」を提供して
人々の幸せを実現すること。



社 是

能力を啓発し機能を充実し
生販両層にとって最も価値
ある存在として周囲の人々の
生活を豊かに実らせ其處に
社会性を有する企業として
永遠の発展を礎きあげる。

ミッション

当社グループが目指す社会的使命

私たちのミッション(使命)は、
食の生産の源となる自然の恵みを大切に、
誰でも、安全で安心な商品が手頃な価格で手に入り、
季節性・地域性に富んだ多様な食を楽しみ、食文化を継承し、育むことで
家族の団らん・人々の絆を強め、健康で健全な生活に貢献するような
「豊かな食生活」を提供し、人々の幸せを実現することです。

ビジョン

私たちのミッションを達成するための長期ビジョン(未来像)

食のインフラになる	商品、情報、ロジスティクスの総合力を発揮して、生活者の豊かな食生活を支える基盤を作る
食のプロフェッショナルになる	食品流通に携わるプロとして知識を蓄え、スキルを磨き、生活者に豊かな食生活を提供する
食のプロデューサーになる	生活者が豊かな食生活を実現するために、「つなぎ」を実現し、「食」が持つ価値を創造する

グループ行動規範

- 1. 健全な思考と行動
- 2. 素直で謙虚な姿勢
- 3. 変革への挑戦
- 4. 相互発展の精神

事業概要



会社概要

名称	加藤産業株式会社
設立	1947年(昭和22年) 8月22日
本社	兵庫県西宮市 松原町9番20号
東京本部	東京都大田区 大森中1丁目2番28号
代表者	代表取締役社長 加藤 和弥
事業内容	総合食品卸売業、 カンピー製品製造発売元

リテールサポート 小売業の販売支援

小売業さまに寄り添い、
ともに成長を目指します

小売業さまは業態や地域、施策によって、
売場を様々に工夫されています。
当社のリテールサポートでは、小売業さまの
現状・環境を分析・把握し、顧客ニーズに
沿ったMD施策や販促企画の提案を通じて、
売場全体を活性化しながら小売業さまと
ともに成長することを目指しています。



マーチャндаイジング 商品計画・調達

多彩な売場、
食生活の源流を担います

消費者ニーズの多様化に伴い、求められる
商品も多種多様に变化しています。
当社では多くのメーカーさまの商品を取扱うと
同時に、オリジナルブランド商品の製造・販売
を通じて、魅力ある売場づくり、そして豊かな
食生活を支えています。



ロジスティクス 物流システム

生活者の食を支える
流通インフラを担っています

必要な時に必要なモノを必要な量だけ。
当社は食品流通のインフラとして、多種多様
かつ大量な商品を適正に管理するとともに、
全国の物流拠点と物流網を駆使し、小売業
さまの需要に応じてローコストかつ高品質な
物流サービスで商品をお届けいたします。



商品開発

商品起案から、
開発・パッケージデザインまで
一貫して携わっています

自社工場を保有し、製品の製造・販売を行う
メーカー機能を備えています。
食品卸売業という独自の視点から捉えた、
消費者あるいは小売業さまのニーズを反映し、
味・品質・パッケージにまでこだわった、ご満足
いただける商品ラインナップを実現しています。



海外事業

海外現地での食品卸売事業を
展開します

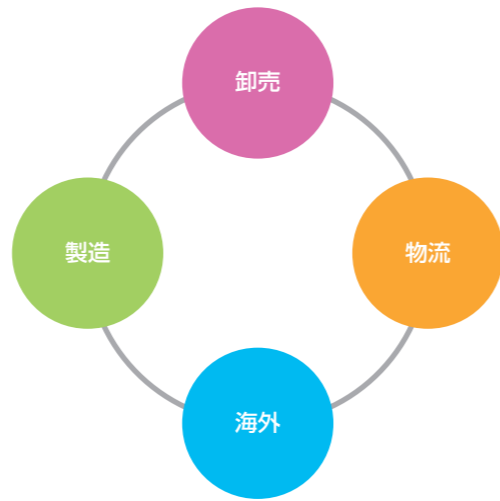
日本、海外現地のお得意さまの問題解決、
リテールサポート実施へ現地スタッフと共に
よい提案、商品供給に努めています。

海外への食品輸出を実施します

海外各地のお得意さまの日本の食品に
対する需要にお応えし、日本国内のお取引先
へ現地情報をフィードバックしています。



加藤産業グループ
だから実現できる
食のトータルソリューション



セグメント別営業収益(売上高)

●常温流通事業

6,564億84百万円



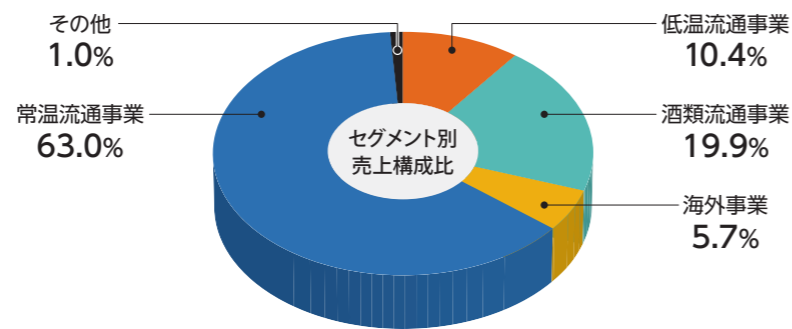
当社は、家庭用食品をはじめとする常温流通事業を主力としています。「店舗に行けば商品がある」といった日常的な風景を通じて、生活者の皆さまに安心感を与えられる企業であり続けるために、お取引先さま、お得意先さまを含めた食品流通が機能するための1つの柱としてその役割を果たしています。

●低温流通事業

1,086億81百万円



低温事業に特化したケイ低温フーズ(株)では、冷凍食品をはじめ、チルド・日配食品、惣菜部門等の分野で、近畿圏および首都圏にて低温流通サービスを提供しています。生活者のライフスタイル、食に対する安全・安心への意識の変化から、低温食品およびフードサービス分野における中間流通業の役割はますます重要性が増すなか、専門卸売業としてサービスレベルの向上を図っています。



●酒類流通事業

2,075億35百万円



近畿地区を基盤に、ビール・清酒・焼酎・洋酒など全酒類を取り扱う酒類・食品卸売業のヤタニ酒販(株)。「酒のプロフェッショナル」として、常にお客さま目線で、高品質な商品・多様な飲用シーンを提案し続ける三陽物産(株)。両社を両輪として、酒類流通事業を展開しています。

●海外事業

595億73百万円



当社グループの成長戦略の一つとして位置付けている海外事業では、各国の食文化の発展に貢献するため、海外展開・進出を目指す日系メーカーさまとの取組みを積極的に行い、食文化・生活習慣に対応しています。また、日本国内で培った当社グループの強みである提案型営業をはじめとする「日本式卸」を融合させることで、海外における食品流通の高度化と発展を目指しています。

主要グループ会社

会社名		事業内容	本社所在地	会社名		事業内容	本社所在地	
国内	○ ケイ低温フーズ(株)	低温食品卸売業	兵庫県伊丹市	卸売業 海外	○ Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.	食品卸売業	ベトナム	
	○ 三陽物産(株)	酒類・食品卸売業	大阪市北区		○ 上海加産貿易有限公司	食品卸売業	中国	
	○ ヤタニ酒販(株)	酒類・食品卸売業	大阪市中央区		△ 深圳華新創展商貿有限公司	食品卸売業	中国	
	卸売業 国内	○ カトー菓子(株)	菓子卸売業	愛媛県松山市	物流	○ マンナ運輸(株)	運送業	京都府久世郡
		○ 株植嶋	菓子卸売業	和歌山県岩出市		○ カトーロジスティクス(株)	運送業	兵庫県西宮市
	海外	○ Lein Hing Holdings Sdn. Bhd.	食品卸売業	マレーシア	メーカー 国内	○ 和歌山産業(株)	食品製造業	山形県東根市
○ Merison (M) Sdn. Bhd.		食品卸売業	マレーシア	○ 兵庫興農(株)		食品製造業	神戸市北区	
○ Naspac Marketing Pte.Ltd.		食品卸売業	シンガポール	その他	○ (株)アドバンスキッチン	飲食業	兵庫県西宮市	
○ Song Ma Retail Co., Ltd.		食品卸売業	ベトナム		○ 加藤不動産(株)	損害保険代理店業	兵庫県西宮市	
○ Toan Gia Hiep Phuoc Trading Co., Ltd.		食品卸売業	ベトナム		○ 加藤SCアジアインベストメント(株)	海外事業投資業	兵庫県西宮市	

○=連結子会社 ○=持分法適用非連結子会社 △=持分法適用関連会社

海外事業の展開

- 2007年 中国の食品卸売業に進出 (広州華新商貿有限公司に出資)
- 2009年 深圳華新創展商貿有限公司に出資
- 2011年 海外事業推進部を設置
- 2012年 海外食品卸売業に関する投資会社を設立 (加藤SCアジアインベストメント(株))
- 2013年 ベトナムの食品卸売業に進出 (Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.を設立)
- 2015年 シンガポールの食品卸売業に進出 (Naspac Marketing Pte. Ltd.を子会社化)
- 2016年 ベトナムの食品卸売業を子会社化 (Toan Gia Hiep Phuoc Trading and Food Processing, JSC.(TogiCo))
- 2018年 マレーシアの卸売業を子会社化 (Lein Hing Holdings Sdn. Bhd.)
- 2018年 上海加産貿易有限公司を設立
- 2020年 マレーシアの卸売業を子会社化 (Merison (M) Sdn. Bhd.)
- 2021年 ベトナムの食品卸売業を子会社化 (Song Ma Retail Co., Ltd.)





次の世代の人たちに、
良い会社、良い社会を残していこうと
いうことが、今生きている我々が
果たすべき役割です。

加藤産業グループの在り方

当社の社是にある「周囲の人々」とは、株主・従業員とその家族・得意先・仕入先、さらに当社の製品を受用してくださる消費者等、利害関係を共にする全ての人々であると表明しています。中でも、顧客がいなければ会社は成り立たず、従業員がいなければ顧客の創造もできないという意味で、顧客と従業員の両輪が重要であると考えています。

ステークホルダーの方々に、グループミッションにある“豊かな食生活”を送っていただくため、加藤産業グループがどのような存在であるべきかを考えると、企業は「人の集まり」であることから、企業を構成する従業員一人ひとりが正しく生きるとともに、人が正しくあることに親和性をもつ会社である必要があるでしょう。

グループミッションと 4つのマテリアリティのつながり

食品卸売業を中核事業とする会社として、また、「豊かな食生活を提供する」というグループミッションを掲げた会社として、4つのマテリアリティである「脱炭素」「フードロス&ウェイスト」「資源循環」「多様な人財の活躍」は、実施できること、実施するべきことだと思っています。「食」を基盤として捉えているグループミッションを達成するために、これら4つのマテリアリティは必要不可欠なパーツだと言えます。これらの全てにおいて、持続可能性を維持していかなければ、会社としての発展も、社会としての発展も不可能となるでしょう。

「食」の持続可能性を考えると、気候変動の問題は待たなしの状況に来ており、我々の「食」の基盤を脅かしています。「食のインフラ」としての役割を考えたときも、現状のような天災が頻発している状態が続くと、様々なコストが上がっていき、持続可能ではないため「脱炭素」は大きなテーマとして実施しなければいけないと思っています。

「フードロス&ウェイスト」についても「食」の持続可能性を考えると、無駄を出しつづけることは持続可能ではありません。グループミッションとして掲げている以上は、天の恵みである「食」を大事にしていくことは当然のことだと思っています。

「資源循環」も同じように、循環型にすることにより、グループミッションを達成するために我々が掲げている3つのビジョンのうち「食の

インフラになる」は、世の中の循環の方法を変えていける立ち位置にあると思っています。当然我々だけでできることではないですが、卸売業はサプライチェーンの中心で周りを幅広く見える立ち位置であるため、大きなテーマとして捉えています。

「多様な人財の活躍」については、特に日本国内の人口が減っていくなかで、人財をどのように活用していくかは経営の観点からも重要です。価値観は、社会の変化の流れの中で変化するので「良い」という言葉の意味は変わっていくだろうと思いますが、「良い会社、良い社会」というのは、それぞれ自分の役割を果たしながら、それぞれの価値観で働いていけることが重要なことだと思っています。

サステナビリティの 取組みの推進に向けて

20年後の未来に必要とされるものは、今我々が想像するよりも高いレベルのものになるでしょう。生き方は、人それぞれの価値観で決まってくるので、それに伴い世の中のコンセンサスも変わってきています。世代交代も含め、コンセンサスが変わってきていることに我々が感度を持ち、社会の変化と同じスピード感で変われるか、我々のやり方を変えていけるかということがポイントだと思います。社会全体としてもそうでしょうが、社内でも昔の価値観を持つ人はまだまだ多いと思うので、社会の変化に対する感度を高めていかなければいけないと思います。一人ひとりが当事者としての意識を持たないと変わらないことがほとんどです。そのため、一人ひとりが社会の変化を我が事として捉え、個人として、また組織の一員として自分なりにできることを行動に移すことで、グループミッションの達成に近づいていけるでしょう。

当社にとってのサステナビリティは良い会社、良い社会を作っていくことだと思っています。会社としても個人としても次の世代の人たちに、良い会社、良い社会を残していこうということが、今生きている我々が果たすべき役割です。これは当社の経営信条である「蓄積の精神」にもつながります。この気持ちを持って取組みを進めていけば、様々なことがモチベーションとなり、取組む意欲が高まるのではないかと考えています。

代表取締役社長 **加藤和弥**

4つの
マテリアリティ



加藤産業グループのサステナビリティ

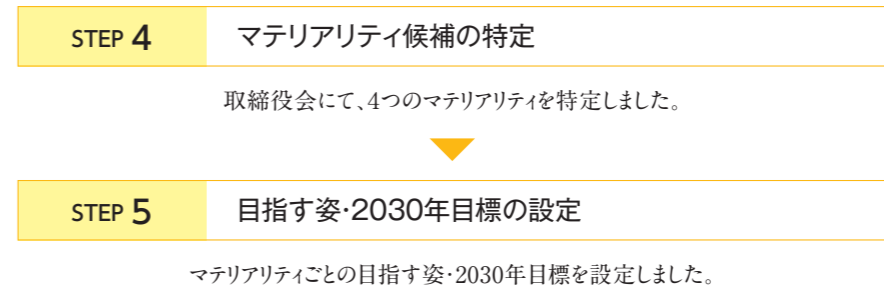
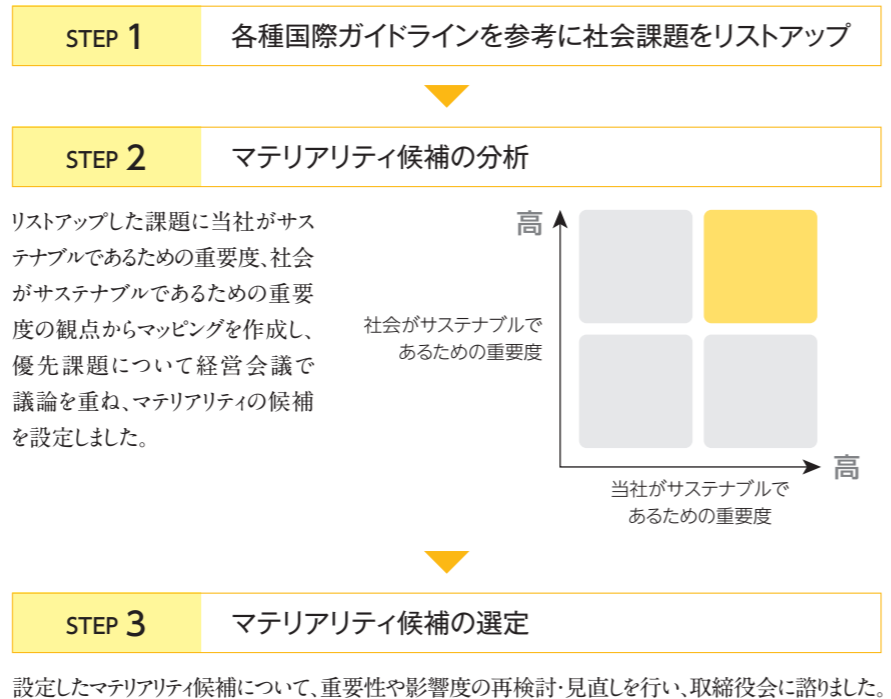
サステナビリティ基本方針

加藤産業グループは、「豊かな食生活を提供して人々の幸せを実現すること」というミッションを通して、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、自らの持続的な成長を目指します。そのために、4つのマテリアリティ(重要課題)を特定し、これらの解決に取り組むことで、持続的な企業価値の向上を図ってまいります。

マテリアリティ



マテリアリティの特定プロセス



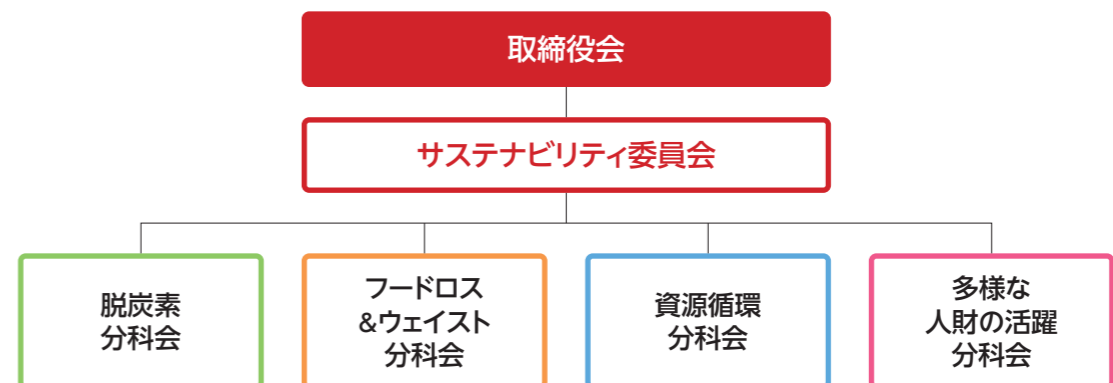
マテリアリティごとの目指す姿と2030年目標

マテリアリティ	目指す姿	2030年目標
脱炭素	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーン全体の脱炭素のために、生産者から消費者までの全体最適を実現する 省エネルギー、創エネルギー、非化石エネルギーの調達、カーボンオフセットの活用により、カーボンニュートラルを達成する 	<ul style="list-style-type: none"> CO₂排出量の削減 2021年度比 30%削減
フードロス & ウェイト	<ul style="list-style-type: none"> 家庭用食品の廃棄量を削減するために、サプライチェーン全体を最適化するプラットフォームを構築する 	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄金額2021年度比 50%削減 返品金額ゼロ
資源循環	<ul style="list-style-type: none"> 環境負荷を低減するために、石油から新たにつくられるプラスチックや、適切に管理されていない森林由来の紙資源を使用しない流通システムを構築する 	<ul style="list-style-type: none"> 物流資材における代替プラスチックへの移行とプラスチック類の再資源化100% すべての自社ブランド商品におけるサステナビリティへの配慮
多様な人財の活躍	<ul style="list-style-type: none"> 多様な能力、価値観を持った人財が、それぞれの立場で活躍できる会社となる 	<ul style="list-style-type: none"> 男女の固定的な役割分担意識や処遇における不平等を解消し、男女ともに安心して働き続けられる職場環境を全員で作り上げる

※「目指す姿」の達成時期は、当社が100周年を迎える2047年を想定しています。

サステナビリティ推進体制

代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しました。さらに、サステナビリティ委員会の下部組織として、マテリアリティごとに4つの分科会を設置し、意思決定できる体制を整えています。



4つの
マテリアリティ



脱炭素

地球温暖化が進むと、気温が上昇するだけでなく地球全体の気候が大きく変動します。既に世界各地では、その様々な影響が現れ始めており、自然環境や人の暮らしにも重大な問題を引き起こしています。こうした問題は、温暖化への対策を十分に行わない場合、さらに深刻化し、このままの経済活動を続けた場合には、100年後には4℃前後気温が上昇すると言われています。

このような状況を踏まえ、2015年に開かれた「国連気候変動枠組条約締結国会議」において、パリ協定が採択され次のような世界共通の長期目標が掲げられています。

- 世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をする
- そのために、できるかぎり早く世界の温室効果ガス排出量をピークアウトし、21世紀後半には、温室効果ガス排出量と吸収量のバランスをとる

また、国内においては2020年10月26日に菅首相(当時)による所信表明演説が行われました。その中で、「2050年にカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指すこと」を宣言されました。その後2021年4月に、2050年のカーボンニュートラルと整合させた野心的な目標として、2030年に温室効果ガスを2013年度から46%削減することを目指すこと、さらに50%の高みに向け挑戦し続けることを表明されました。

このような状況を受けて、当社グループのサステナビリティに関する取組みのマテリアリティの一つとして「脱炭素」を特定しました。

創立100周年である2047年を到達点とした目指す姿として「サプライチェーン全体の脱炭素のために、生産者から消費者までの全体最適を実現する」「省エネルギー、創エネルギー、非化石エネルギーの調達、カーボンオフセットの活用により、カーボンニュートラルを達成する」を設定しました。また、2030年目標として、「CO₂排出量の削減 2021年度比30%削減」を設定しました。対象は加藤産業を含む国内グループ会社とし、排出源はScope1^{※1}およびScope2^{※2}を対象としています。

しかし、東京証券取引所のプライム市場に上場したことにより、TCFD^{※3}提言に沿った開示を進める必要があります。またこの開示の際には、Scope3^{※4}の開示も推奨されていますので、今後は、海外のグループ会社を含めたScope3に関する排出量の管理・削減に努めていきます。

※1 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)

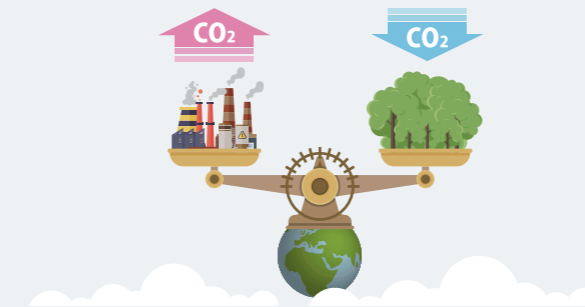
※2 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

※3 Task Force on Climate-related Financial Disclosures (気候関連財務情報開示タスクフォース)

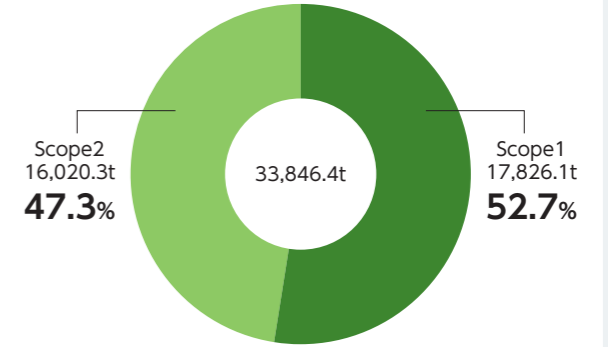
※4 Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)



2030年目標であるCO₂排出量を2021年度比30%削減するために、2025年までは省エネ設備や再生可能エネルギー設備の導入等の自助努力の取組みを中心に脱炭素への取組みを進めていきます。



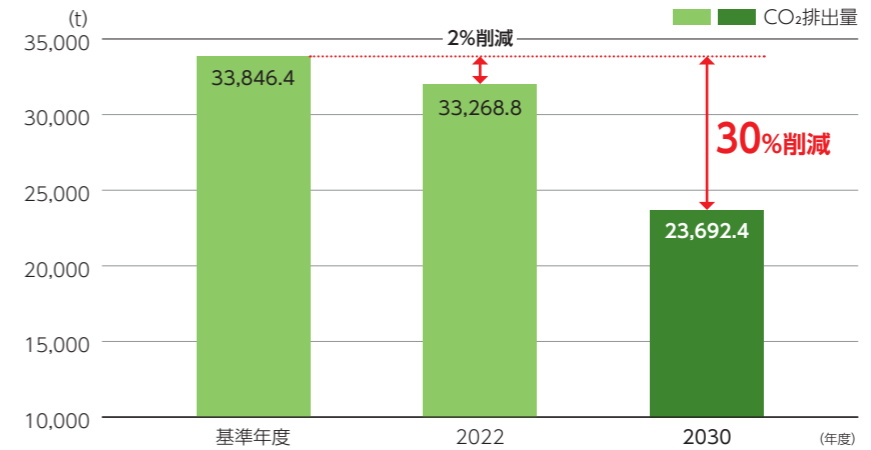
●2021年度(基準年度)CO₂排出源



具体的な取組み項目

2022年度は、取組みの一部を進め始めたことにより、CO₂排出量は2%の削減となりました。2023年度以降は、自助努力の取組みを進展させ、脱炭素に向けて取組んでいきます。

●CO₂排出量削減目標



自社ブランド商品での取組み

2021年3月に発売した「カンピー 大豆ミートミンチ」。まるでお肉のような食感が楽しめる大豆加工食品です。ヘルシーで体に良いだけでなく、環境にも優しい商品です。

地球温暖化に関する問題として、牛のゲップであるメタンガスは、CO₂の約28倍の温室効果があるとされています。

環境にやさしい新たな選択肢として、大豆ミートへの注目はさらに高まると予想されます。



4つの
マテリアリティ



フードロス&ウェイスト

食品ロスは、「食料生産による多量のエネルギーの消費」や「水分の多い食品は、廃棄の際に運搬や焼却で余分なCO₂を排出」等の環境問題および「世界の9人に1人(約8億人)が栄養不足」という食料問題を引き起こしています。

また、2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」のターゲット12.3において「2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる」と食料の損失・廃棄に関する削減目標が設定されました。さらに、2019年8月に「気候変動に関する政府間パネル(IPCC※1)」が公表した「土地関係特別報告書」には、食品ロスおよび廃棄物の削減等を含む食料システム対策が温室効果ガスの低排出シナリオ等を可能とすることが示されました。

日本においては、2020年度の食品ロスの量は約522万トンと推計されています。そのうち、家庭からの排出である家庭系が約247万トン、企業等からの排出である事業系が約275万トンと推計されています。事業系のうち、食品卸売業からの排出は13万トン、全体の約5%と推計されており、大きな排出量ではないように感じますが、卸売業からメーカーへ返品されたものが、メーカーで食品ロスとなっているものと推察されますので、安易なメーカー返品を抑制し、サプライチェーン全体としての食品ロスに取組む必要があります。

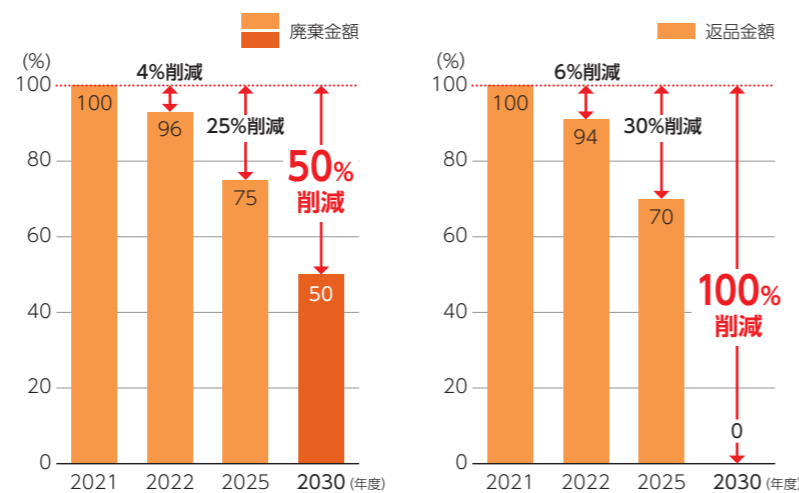
このような状況を受けて、当社グループのサステナビリティに関する取組みのマテリアリティの一つとして「フードロス&ウェイスト」を特定しました。当社の創立100周年である2047年を到達点とした目指す姿として「家庭用食品の廃棄量を削減するために、サプライチェーン全体を最適化するプラットフォームを構築する」を設定しました。また、2030年目標として、「廃棄金額 2021年度比50%削減」および「返品金額 ゼロ」を設定しました。加藤産業を含む国内グループ会社を対象としています。

※1 Intergovernmental Panel on Climate Change

具体的な取組み項目

2030年目標である「廃棄金額 2021年度比50%削減」および「返品金額 ゼロ」を達成するために、フードロスを発生させないための取組みを中心にフードロス&ウェイストへの取組みを進めています。

●廃棄金額と返金金額



フードドライブ

会社としてのフードバンク活動への協力だけでなく、従業員に自ら参加してもらうことで、食品ロスに対する意識の向上を図るために、本社では、年2回フードドライブを実施しています。集まった食品は、フードバンク関西さまに寄贈し、その後、福祉団体や子ども食堂、ひとり親家庭などに無償で配布されています。2021年度から本格的に始動しましたが、従業員の食品ロスに対する意識が徐々に向上していると感じられます。



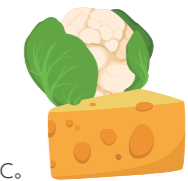
また、当社グループ会社の和歌山産業(株)では、最上広域交流センター「ゆめりあ」にて開催された「もがみエコフェスタ2022」でのフードドライブに食品を寄贈し、地域の方々との交流を深めました。

「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」の「日本プロジェクト」への参加

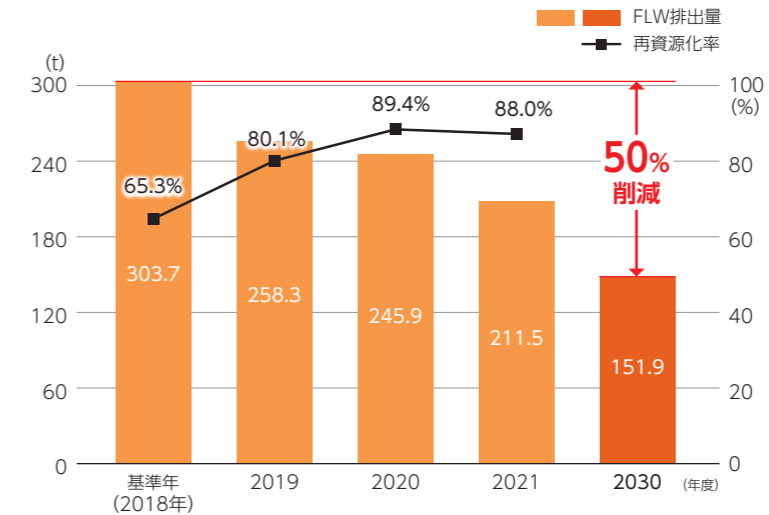
当社は、WRI(World Resources Institute:世界資源研究所)※2が呼びかける「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」の「日本プロジェクト」に参加しています。

「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」とは、世界の大手小売業など10社が、それぞれの20社のサプライヤーとともに、2030年までに主要サプライヤーの食品廃棄物の半減に取組むことを意味します。

※2 地球の環境と開発の問題に関する政策研究と技術的支援を行う独立した機関で、1982年設立。本部はワシントンDC。



●フードロス排出量と再資源化率の推移



日本プロジェクトにおける
当社目標

2018年度(2018年4月~2019年3月)を基準年度として、

2030年に50%削減

2021年度実績

(2021年4月~2022年3月)

排出量 211.5t
基準年比 30.4%削減
再資源化率 88.0%

4つの
マテリアリティ



資源循環

プラスチックは、「可塑性」「軽量性」「分解されない」等の特色から様々な製品に使用され、私たちの生活に必要不可欠なものとなっています。しかし、自然環境では、小さくはなるものの分解されず自然界に長く残り続け、最終的には、直接あるいは河川を通じて海洋へ流出し、「プラスチックごみによる海洋汚染の深刻化」「海の生態系への影響」「人体への影響」等、数々の被害が明らかになってきたことにより、海洋プラスチックが大きな問題となっています。

2018年カナダで開催されたG7では「海洋プラスチック憲章」が採択されました。この憲章の採択に影響を受け、日本では2020年7月からプラスチック製のレジ袋の有料化が義務化されました。

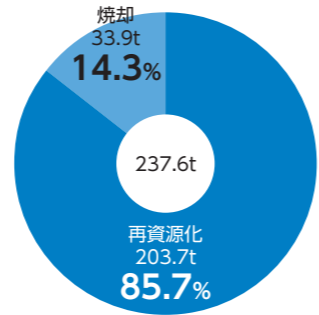
しかしながら、毎年800万トン以上のプラスチックごみが海へ流れ込んでおり、半数近くが容器として使用されているため、海洋プラスチック問題は、プラスチック使用量の削減、代替への転換といった根本的な対策が必要となります。また、2015年の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」のターゲット14.1において「2025年までに、海洋ごみや富栄養化を含む、特に陸上活動による汚染など、あらゆる種類の海洋汚染を防止し、大幅に削減する」と海洋ごみに関する削減目標が設定されました。

このような状況を受けて、当社グループのサステナビリティに関する取組みのマテリアリティの一つとして「資源循環」を特定しました。当社の創立100周年である2047年を到達点とした目指す姿として「環境負荷を低減するために、石油から新たに作られるプラスチックや、適切に管理されていない森林由来の紙資源を使用しない流通システムを構築する」を設定しました。また、2030年目標として、「物流資材における代替プラスチックへの移行とプラスチック類の再資源化率100%」および「すべての自社ブランド商品におけるサステナビリティへの配慮」を設定しました。加藤産業を含む国内グループ会社を対象としています。

再資源化

当社の物流センターで排出される段ボール等の古紙類やストレッチフィルム等の資源プラスチックの再資源化を推進しています。段ボール等の古紙類は100%再資源化しています。資源プラスチックに関しては、再資源化が可能な業者に変更を進め、100%再資源化を目指しています。

プラスチック類の再資源化率



自社ブランド商品への配慮

すべての自社ブランド商品は、資源循環への配慮として「プラスチック容器への環境配慮」に取組んでいます。

また、食品ロス削減への配慮として、「缶詰商品の賞味期限の年月表示」にも取組んでいます。

	総商品数	配慮済数	実施率
プラスチック容器への環境配慮	331	90	27.2%
缶詰商品の年月表示	61	54	88.5%



クローズドリサイクル

当社の物流センターから排出している段ボール等の紙類を、現状は古紙業者に買い取っていただいていたのですが、これからは「サプライチェーンの可視化」「古紙の安定的一元回収」「段ボール価格の安定化」を目指し、製紙メーカーおよび段ボールメーカーと連携し、古紙類を当社の自社ブランド商品の包装材として使用する「クローズドリサイクル」の取組みを進めていきます。

クローズドリサイクリスキーム

① サプライチェーンの可視化

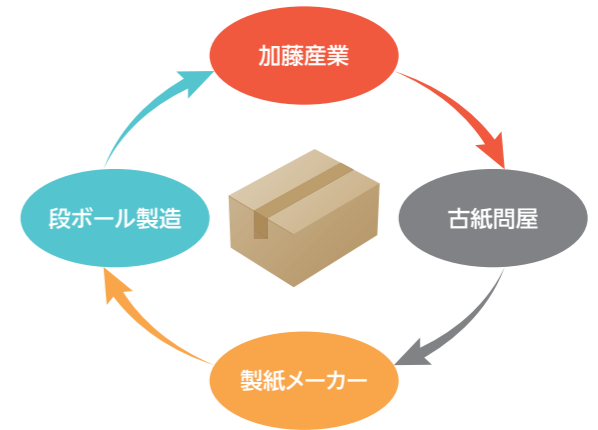
事業活動から排出される古紙をトレースすることにより、「古紙〜段ボールケース」のループを形成します。

② 古紙の安定的一元回収

業界大手とパートナーシップを組むことで、全国一元管理一律価格を設定し、安定して回収できる仕組みを構築します。

③ 段ボール価格の安定化

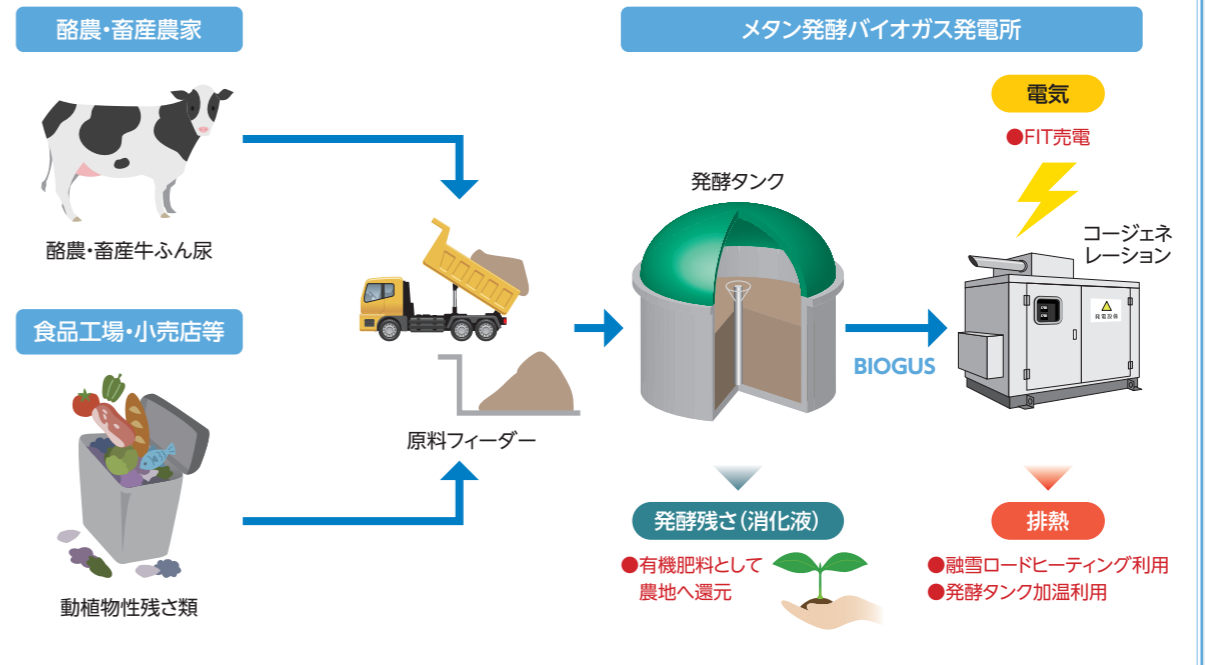
段ボール原紙の価格に関わらず、オフマーケット化することで、安定価格を実現します。



メタン発酵発電活用によるリサイクル

当社グループ会社の和歌山産業株式会社では、山形県より認証された「メタン発酵発電活用によるリサイクルシステム」に事業主体として参加しています。

循環資源として回収した牛ふん尿、動植物性残さ、汚泥等を発酵することにより発生したバイオガスで発電を行うとともに、発電により生じた排熱を融雪システムとして利用し、メタン発酵の過程で生じた発酵残さは有機肥料として再利用する資源循環システムです。



4つの
マテリアリティ



多様な人財の活躍

当社グループは、国籍・信条・性別・社会的身分によって差別することのない公平な雇用を基本としています。

また、卸売業にとって、人財こそが持続的に企業を成長させるうえで、最も重要な資本であると考えています。個人の充実した仕事と生活の両立を実現するために、多様な価値観・ライフスタイルを重視したワーク・ライフ・バランス支援を積極的に推進します。

ワーク・ライフ・バランス

従業員一人ひとりが生き生きと働ける会社を目指し、残業時間の抑制や有給休暇取得の促進を図るとともに、様々な制度を導入し、多様な働き方を支援する職場づくりを進めています。

育児短時間勤務制度

育児休暇

時間単位有休制度

子の看護休暇

介護休暇

雇用に関するデータ

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
正社員 合計	1,036人	1,067人	1,105人	1,124人	1,123人
男性	813人	819人	836人	838人	830人
女性	223人	248人	269人	286人	293人
正社員平均年齢	39.86歳	40.18歳	40.36歳	40.64歳	40.72歳
男性	41.06歳	41.51歳	41.76歳	41.99歳	42.08歳
女性	35.52歳	35.78歳	36.00歳	36.70歳	36.86歳
正社員平均勤続年数	15.62年	15.60年	15.39年	15.42年	15.58年
男性	16.99年	17.28年	17.18年	17.30年	17.45年
女性	10.62年	10.07年	9.86年	9.93年	10.29年
新卒採用数	41人	53人	49人	48人	43人
中途採用数	18人	37人	47人	19人	23人
育児休業者数	14人	19人	16人	20人	31人
介護休業者数	0人	0人	0人	0人	0人
再雇用者数	13人	15人	12人	15人	26人

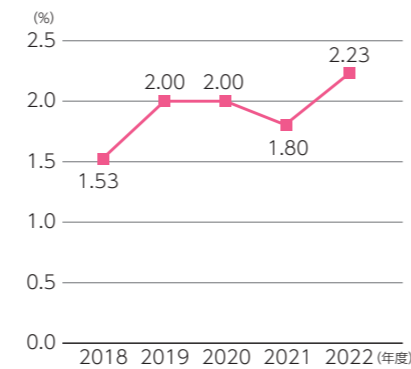
再雇用制度

本人が希望すれば定年退職後も65歳まで働ける再雇用制度を導入しています。再雇用された方は、それぞれのキャリアを活かしながら業務に従事しています。

障がい者雇用率

当社の障がい者雇用率は、2022年9月30日時点で2.23%となっています。

●障がい者雇用率



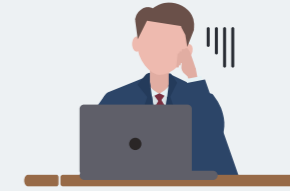
健康診断

労働安全衛生法に基づき、年に1回定期健康診断を実施しています。健康診断結果は、従業員に通知され、異常の所見がある場合は、必要な措置をとっています。



ストレスチェック

労働安全衛生法に基づき、年に1回外部機関によるストレスチェックを実施しており、その結果をもとに組織分析を行っています。



メンタルヘルスケア

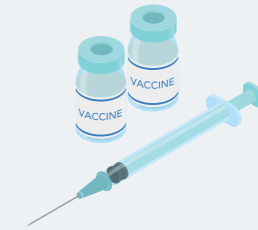
当社グループでは、従業員とその家族の心の健康の保持増進のために、外部にメンタルヘルス相談窓口を設置しています。専門家のカウンセリングにより、メンタルヘルス不調の予防と早期回復を図ります。



コロナワクチン接種の特別休暇の導入

新型コロナウイルスのワクチン接種を希望する従業員が、安心して、かつ円滑に接種を受けられるよう、就業時間内での接種が認められています。

また、接種後の副反応が出た場合の備えとして特別休暇が導入されました。



福利厚生

入社から退職後に至るまでのすべてのライフステージにおいて、従業員が安心して生活できるよう、各種の福利厚生制度を整備しています。

制度の名称	制度の概要
持株会	毎月一定額を給与・賞与から天引きし、加藤産業(株)の株式を購入する制度です。購入金額に応じて奨励金が会社より付与されます。
財形預金	資産形成の目的に応じ一般財形預金・財形住宅預金・財形年金預金から選ぶことができます。残高に応じて奨励金が付与されます。※財形住宅預金と財形年金預金を合わせて、元金合計550万円まで利息は非課税
企業型確定拠出年金	加入者の自己責任にて拠出した資産の運用を指図し、高齢期における資産の確保に係る自主的な努力を支援することを目的としています。
企業年金基金	確定給付企業年金法に基づき、基金の加入者等の老齢、死亡または脱退について給付を行い、加入者およびその遺族の生活の安定と福祉の向上を図ることを目的としています。
ライフプランセミナー	定年後の生活と家計プラン、年金について、社会保険・雇用保険についての項目を中心に理解を深めていただくことを目的としています。
永年勤続者表彰	勤続15年と勤続25年の社員および無期パートタイマーに対して表彰を行っています。
ベネフィット・ステーション	会員制割引サービスの「ベネフィット・ステーション」と法人契約をしています。

食の安全・安心

🍴 品質方針

当社グループは、「食品」に携わる企業として、「安全で良質な食品の安定供給」が重要な社会的責任であると考え、「品質管理基本方針」のもと、品質管理に取り組んでいます。また、当社グループは、食品を扱う卸売業であると同時に食品製造工場を所有している食品メーカーでもあるため、商品の安全性、品質を経営の重要課題と捉え、品質保証部や品質管理部門が、事故の発生防止、適正な食品表示作成に取り組んでいます。

🍴 工場監査

自社工場ならびに製造委託工場では、160項目におよぶ「製造工場点検調査票」に基づき、製造設備、従事者の衛生管理、製造管理、品質管理を自己診断する仕組みを構築しています。さらに、品質保証部を中心とした関係各部門が各工場を訪問し監査しています。その結果、改善が必要な事案が発生した場合は、工場側への指導および対応策を協議し、品質管理レベルの向上を図っています。

新型コロナウイルスの感染が拡大するなか、直接工場を訪問し監査することが困難となったため、2020年度からは、従来の訪問監査に加えて書類による監査と、オンラインによるリモート監査を実施しています。

🍴 お客様相談室

お客様からの、商品の安全性や品質に関するお問い合わせやご要望にお応えするため、お客様相談室を設置しております。



🍴 自社ブランド商品の取組み

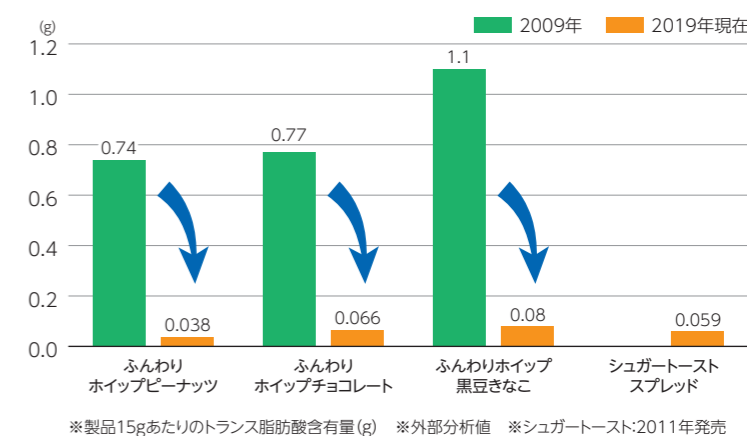
トランス脂肪酸は、過剰摂取により冠動脈疾患のリスクを高めるとされています。そのトランス脂肪酸の低減に向け、「カンピー ふんわりホイップ」シリーズおよび「シュガートーストスプレッド」では、トランス脂肪酸の原因となる「部分水素添加油脂」を使わない商品づくりに取り組んでいます。

2019年より、当社の「カンピージャムサイト」において、トランス脂肪酸に関する基本情報、ならびにトランス脂肪酸低減の取組みを紹介するページを公開しています。

今後とも、消費者の皆さまに「安心」で「おいしい」をお届けできるよう、取組みを継続していきます。



●カンピー「ふんわりホイップシリーズ」・「シュガートーストスプレッド」におけるトランス脂肪酸含有量



🍴 安全・安心な商品をお届けするために



原料選別
適した原料を厳選し、異物や傷んだ果物を排除します



仕込み・濃縮
選別した果物を他の材料と調合して加熱濃縮します



炊上選別
加熱濃縮後にも選別検査を行います



品質検査
全ての商品は、製造過程の複数個所で品質をチェックし、細菌検査や開封検査を出荷前に実施します



充填
完成したジャムを清潔な瓶に充填して殺菌・冷却します



梱包
出来上がった商品をケースに梱包して出荷します

🌱 Kato グリーンウッド基金

2006年度より開始した「Kato グリーンウッド基金」とは、加藤産業グループで実施しているクリーン活動を会社が評価する仕組みです。賛助金を拠出し積立て、年に1度環境保護団体や社会福祉団体等へ寄付をしているものです。

〈過去の実績〉

2022年度:新型コロナウイルス緊急支援金

2021年度:新型コロナウイルス緊急支援金

2020年度:新型コロナウイルス緊急支援金

2019年度:西日本豪雨被災自治体(岡山県倉敷市/広島県安芸郡坂町/愛媛県大洲市)

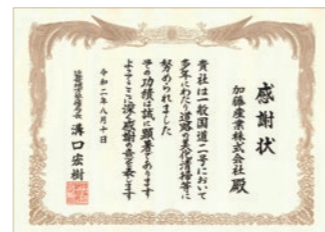
2018年度:本社(兵庫県西宮市)・東北支社(宮城県仙台市)周辺地域の団体

なお、2006年の基金設立からの寄付金の累計は **累計約5,860万円**となります。

🌱 クリーン活動(社外清掃活動)

原則、月に1回、従業員のボランティアにより、全国の事業所周辺の道路など公共エリアの清掃活動を実施しています。中でも、本社周辺の清掃活動に関しては、国土交通省 近畿地方整備局 兵庫国道事務所と「ボランティア・サポート・プログラム」に関する協定を2010年1月28日に締結しています。そして、2020年8月には「多年にわたる歩道清掃活動への功績」として感謝状を授与しました。

コロナ禍による中止期間をはさみながら、現在も継続して取り組んでいます。



🌱 各種回収活動

★エコキャップ運動

当社グループでは、「誰でも手軽に始めることができる社会貢献活動」として、ペットボトルのキャップの売却益で発展途上国の子供たちにワクチンを贈る「エコキャップ運動」を推進しています。

★ベルマーク運動

継続的に取り組める社会貢献活動の一環として、2015年6月よりベルマーク運動に参加し、集めたベルマークは、西宮市立用海小学校に寄贈しています。

★巻心ECOプロジェクト

2011年度よりニチバン(株)さま主催の「巻心ECOプロジェクト」に参加しています。この取り組みは、使い終わったテープの芯を集め「再資源化すること」で廃棄物やCO₂を削減するとともに、その回収益をマンゴローブの植樹に役立てるといふものです。



🌱 読書手帳

子供たちの本に触れ合う機会を増やし、読書を通じた豊かな時間をもつ一助として、2020年より西宮市立の小学校(全41校)に通われている小学生に、西宮市教育委員会さまと当社が協力して企画・作成した「みやっこ 読書手帳」を読書の記録と振り返りのために配布をしています。



西宮教育委員会さまや小学校の先生方より

読書の楽しさが児童たちに広がり、読書の可能性が拡大しています。

Q. 読書手帳は、教室でどのように利用されていますでしょうか

A. 児童が読んだ本の題名や感想を書き溜めていく、読書の「足跡」として活用しています。記録をしていくことで、読書をすればするほど読んだ本の数が増えていくのが目に見えてわかり、読書意欲の向上につながっています。児童が記録をもとに読み終えた本の内容を振り返り、友達と面白かった本について交流し、友達に薦めたい本を見つけるなど、学習や本を紹介したコミュニケーションにも役立っています。

Q. 読書手帳の利用に関して、児童の方々からの感想をお聞かせ願います。

A. 感想が書けるからいいなと思った。(1・2年)読書手帳があることで感想を書けて、「この本はこんなお話だったから次はこんな本に挑戦してみよう。」とたくさんの本に挑戦することができた。(3年)題名など書くところがわかりやすい。何冊目などわかりやすい。自分で本の評価ができるのがいい。下に問題が書いているのがおもしろい。(4年)面白かった本の良さを友達と共有できるのがいい。(5年)自分が一度読んだ本を「メモ」を見て、もう一度読みたいと思えたり感じられたりする。(6年)

🌱 「がんばろう日本」復興支援商品

2011年6月より、東日本大震災をはじめとする災害で被災された方々を支援するための義援金が価格に含まれた「カンピー 780gジャム(シリーズ5品)」を製造・販売してきました。

2022年より、災害時の医療救護や被災者支援活動などの活動資金として、日本赤十字社の活動支援を通じて寄付しています。



🌱 MBSベースボールパーク

2022年6月、阪神甲子園球場で開催された阪神対西武戦でのMBSベースボールパーク5月度月間MVP賞の表彰式にて、昨年に引き続き、当社代表取締役社長がCMスポンサー代表プレゼンターとして参加しました。受賞者の近本光司選手には、賞金と副賞の「カンピー商品詰め合わせセット(1年分)」を贈呈しました。



新ブランド「カンピー ザ・プレミアム」発売 「パンのフェス2023春」出展

「Kanpy」ブランドから、『食卓が華やぐ、最上級の商品を提供する』新しいブランドメッセージを含め、「日常の中のちょっとした贅沢」をコンセプトにしたカンピー最上級ブランドである「Kanpy THE PREMIUM (カンピー ザ・プレミアム)」をリリースしました。



そこで、食パン文化の発祥の地である横浜エリア「赤レンガ倉庫 イベント広場」にて2023年3月3日より3日間開催された「パンのフェス2023」に、「カンピー ザ・プレミアム専用ブース」として初日に出展しました。多くの方々にお立ち寄りいただき、「果実の贅沢」「とろける贅沢」の4アイテムの試食と販売を行いました。

人気動画メディア「TASTEMADE」との共同プロジェクト

ライフスタイル動画メディア「TASTEMADE (テイストメイド)」との共同プロジェクトとして、これまで当社の「手造りジャム」を使用したジャム大福やスコーンのレシピ動画が公開されていましたが、2022年4月1日より新たに「ダッチベイビー」のレシピ動画が当社およびTASTEMADEの公式SNSにて公開されました。ふわもち食感のドイツ風パンケーキ「ダッチベイビー」を気軽においしく作れるレシピとなっており、「手造りジャム」特有の果実のごろっと感と自然な甘みでダッチベイビーを華やかに彩ります。



よしもと芸人エハラマサヒロYouTubeチャンネルにてカンピージャムの紹介動画公開

2022年11月に、吉本興業の人気芸人エハラマサヒロさんのYouTubeチャンネル「エハラ家チャンネル」にて、カンピージャムで作るおやつメニューを紹介した動画が公開されました。動画では、カンピー780gジャムをたっぷり使用したおやつ作りに家族で挑戦し、3つのメニューが紹介されています。



HP・SNSを通じた発信

商品を通じたより良いコミュニケーションのために、当社のホームページには自社ブランドの「商品情報」ページを設け、商品情報をブランド別・カテゴリ別により検索を容易にしています。

「Kanpyジャム」のウェブサイトでは、当社商品を使用する料理のレシピ紹介や、カテゴリ別に商品に関するQ&Aもご用意しています。

また、「カンピー」ブランドでは、「Instagram」に公式アカウントを開設しています。当社商品の紹介記事や、アレンジメニューの提案など、より多くの方々に「カンピー」ブランドの魅力を知っていただけるよう情報を発信して参りますので、ぜひご覧ください。

海外教育支援

当社グループの三陽物産(株)では、「公益財団法人School Aid Japan^{※1}」の「世界の一人でも多くの子どもたちに教育の機会と教育環境を提供する」ことを目的とした教育支援・就労支援に賛同し、2002年より支援活動に参加しています。

主な支援活動として、カンボジアでの教育関連施設(学校)の建設資金援助を行っています。今後もより多くの子どもたちの夢の実現に向け、支援を継続していきます。

※1 2001年、特定非営利活動法人(NPO法人)として活動を始め、開発途上国の子どもたちのために、様々な活動を行っている団体です。



WFPウォーク・ザ・ワールド大阪への協賛

WFP^{※2}ウォーク・ザ・ワールドに協賛をいたしました。ウォーク・ザ・ワールドは途上国の子どもたちの飢餓をなくすために、国連WFPが開催するチャリティーウォークです。

2022年度は、3会場合わせて4,543人が参加し、4百万円を超える寄付が集まり、およそ13万6千人の子どもたちに栄養たっぷりの給食を届けることができました。

※2 World Food Programme: 国連世界食糧計画



「冬休み 子どもの食 応援ボックス」を支援

子ども支援の国際NGO「セーブ・ザ・チルドレン」は、経済的に困難な状況にあるご家庭に支援物資をお届けする活動を行っています。

当社も活動の趣旨に賛同し、2022年12月にお届けされた「冬休み 子どもの食 応援ボックス」には、お米やレトルト食品のほか、子ども向けのジュースやお菓子などの中に当社ブランド商品も梱包していただきました。



ステークホルダーの皆さまと

⚖ 基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスを「株主・取引先・従業員・社会に対する継続的な企業価値の増大を図るための経営統治機能」と位置づけています。ステークホルダーのための利益を追求すると同時に、社会の構成員として法令・社会規範を遵守しつつ、適切な経営活動を推進する統治体制の確立に取り組んでおり、そのため取締役の任期を1年とするともに、社外取締役を設置しています。

また、取締役の業務執行を厳正に監視するため、監査役についても半数以上を社外監査役としています。

⚖ コーポレート・ガバナンスの概要

代表取締役社長加藤和弥を議長とする取締役会は取締役9名および社外取締役3名の計12名で構成され、経営に関する決定機能と業務執行機能を分離し、意思決定の迅速化と取締役の責任の明確化を図るための執行役員制度を採用することで、環境の変化に即応することができる経営体制を構築しています。また、取締役会の機能の独立性および客観性と説明責任を強化し、当社のコーポレート・ガバナンスの充実を図ることを目的として、取締役会の任意の諮問機関として独立社外役員が過半数を占めるガバナンス委員会を設置し、取締役会の諮問に応じて、主に代表取締役の選解任と取締役および監査役候補の指名方針や選解任に関する事項、ならびに、取締役の報酬等の決定方針や内容について審議し、取締役会に対して答申を行っています。本委員会は、取締役管理本部長次家成典を委員長とし、代表取締役社長加藤和弥、常勤監査役中島嘉幸、独立社外取締役八川祐輔、海保理子、青木英彦の3名および独立社外監査役山村幸治、森内茂之の2名を委員とする計8名で構成しています。なお、本委員会の委員長は代表取締役を除く委員の中から本委員会の決議によって選定しています。

そして、コンプライアンス担当取締役である取締役管理本部長次家成典を委員長とするコンプライアンス委員会が、関連部署と連携して法令等遵守の強化を図っています。さらに、業務の有効性および効率性、財務報告の信頼性、事業活動に関わる法令等の遵守ならびに資産の保全を図るため、取締役管理本部長次家成典を委員長とする内部統制委員会を設置し、その整備・運用状況をチェックし、内部統制を推進しています。自然災害や食品事故等の経営リスク管理については、専務取締役営業本部長山中謙一を委員長とする危機管理委員会にて体制の整備・運用状況を確認しています。そして、代表取締役社長加藤和弥を委員長とするCSR・ERM委員会がこれらの活動状況を確認し、横断的な意思決定・改善指示を行う体制を構築しています。

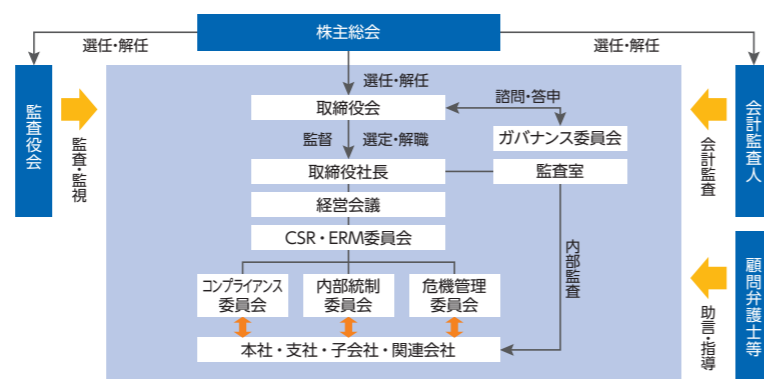
また、当社は監査役制度を採用しており、常勤監査役中島嘉幸を議長とする監査役会の機能が十分に発揮されることが重要であると考え、社外監査役2名を招聘し計3名で構成しています。

監査役は取締役会およびその他重要会議に出席し、客観的な視点で取締役の職務執行を監査しています。取締役社長管轄の監査室は、経理処理の正確性を検証し、各部門の業務と財産の実態を把握するとともに、不正・誤謬・脱漏等を発見、防止し、堅実経営の推進に努めています。

顧問弁護士には法律上の判断を必要とする場合に適時指導を受けています。

なお、会計監査人として監査法人と監査契約を締結し、会社法監査および金融商品取引法監査を受けています。

●コーポレート・ガバナンス体制図



⚖ コンプライアンスの取組み

コンプライアンス推進体制の強化と法令その他の社会規範および社内ルールを遵守した適正な業務運営のため、コンプライアンス委員会において決定した基本方針に基づき、グループ会社を含めた全従業員に対して各種取組みを実施しています。

⚖ 啓発活動

★コンプライアンス研修

従業員を対象とした研修において、コンプライアンスに関するカリキュラムを実施し、継続したコンプライアンス教育に取り組んでいます。

★コンプライアンス情報発信室

イントラネット上で、ハラスメントや情報管理をはじめ、様々なコンプライアンスに関する情報を定期的に発信しています。



イントラネットでの情報開示

★コンプライアンスメールマガジン

月1回メールの発信を行っています。企業を取り巻く法律を、事例を通して解説し、コンプライアンスの重要性を周知しています。

★ポスター配布

年2回、全事業所にコンプライアンスに関するポスターを配布し、掲示することで啓発活動を行っています。



⚖ 従業員とともに

★コンプライアンス意識調査の実施

当社グループでは、全従業員に対する「コンプライアンス意識調査」を当社独自の調査方法で年1回実施しており、従業員のコンプライアンス意識、会社の取組みへの評価等を確認し、現状の課題を抽出してその改善にあたっています。また、意識調査結果は従業員に開示しています。

★コンプライアンス推進週間の実施

1月、4月、7月、10月に「コンプライアンス推進週間」を設け、重点的かつ集中的に取り組むを行うことで、コンプライアンス意識のさらなる向上を図っています。

★内部者通報制度

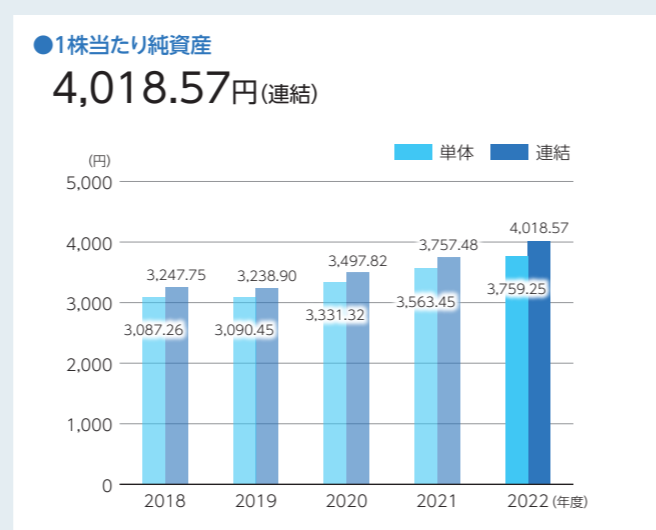
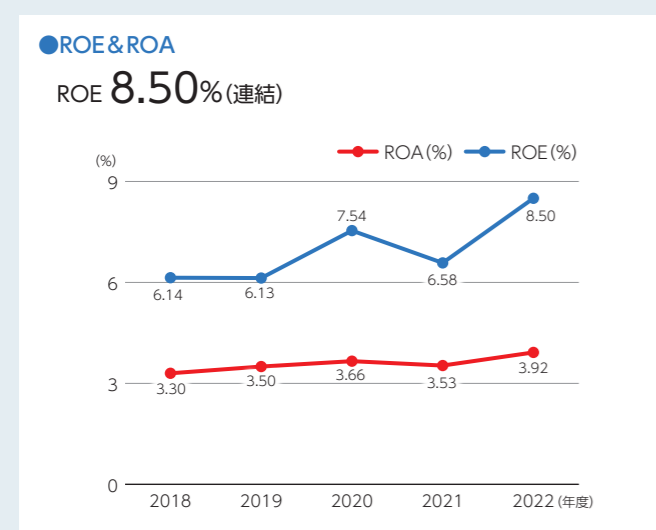
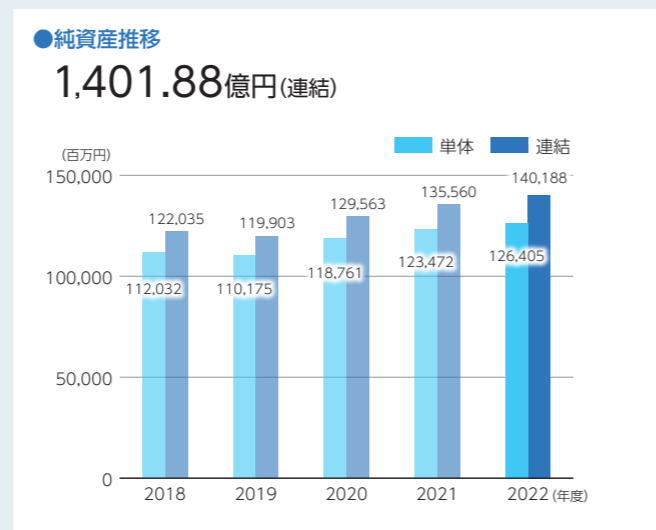
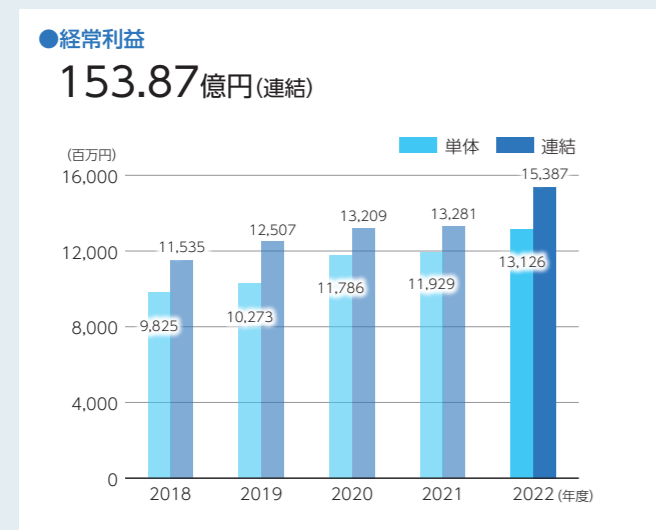
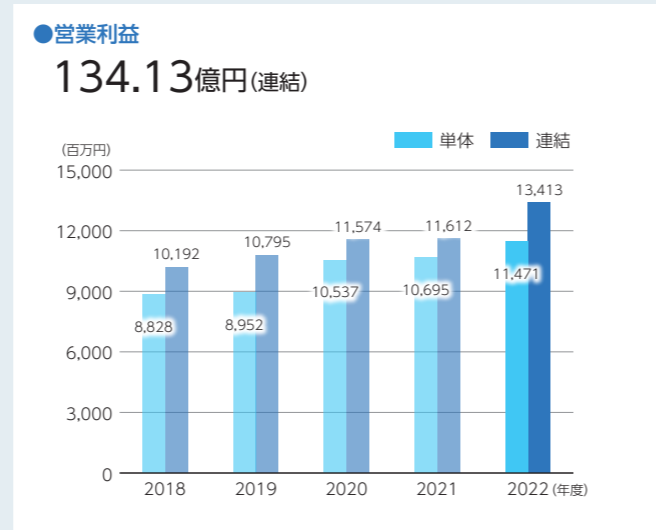
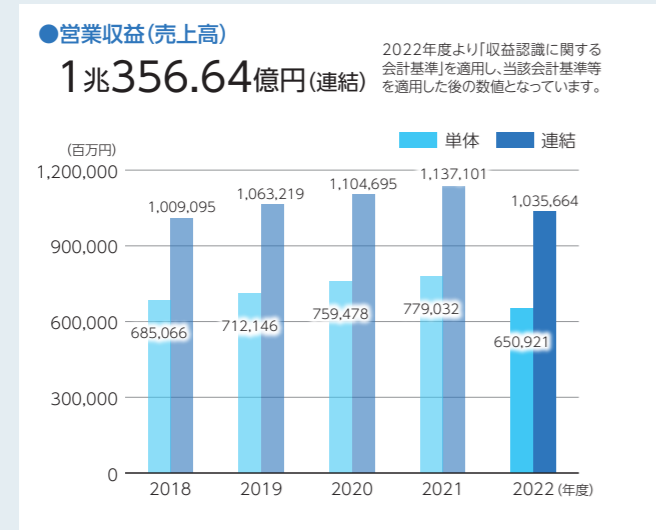
法令違反その他コンプライアンスに関する問題の早期発見と是正を図るため、内部者通報制度「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。

また、グループ会社を含めた全事業所に啓発ポスターを掲示し、社内外の相談窓口を活用できるよう社内風土の醸成に努めるとともに、通報者の保護を徹底し、通報したことによって不利益を被らないよう保証しています。

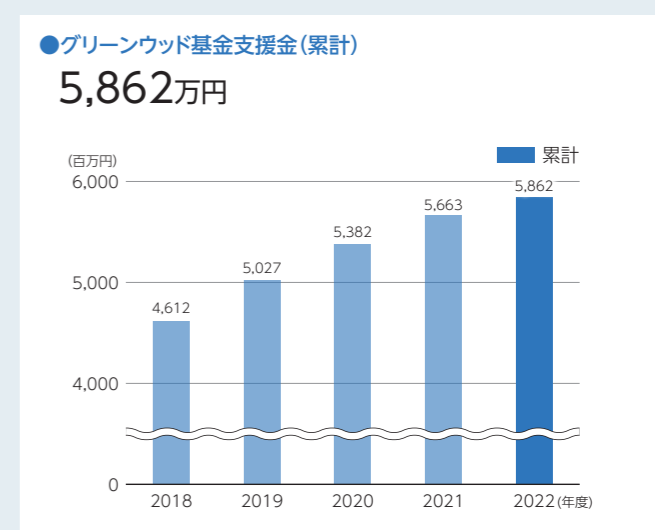
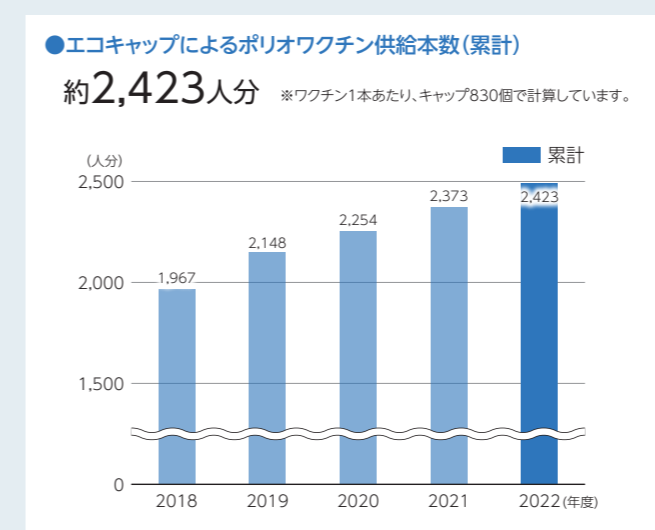
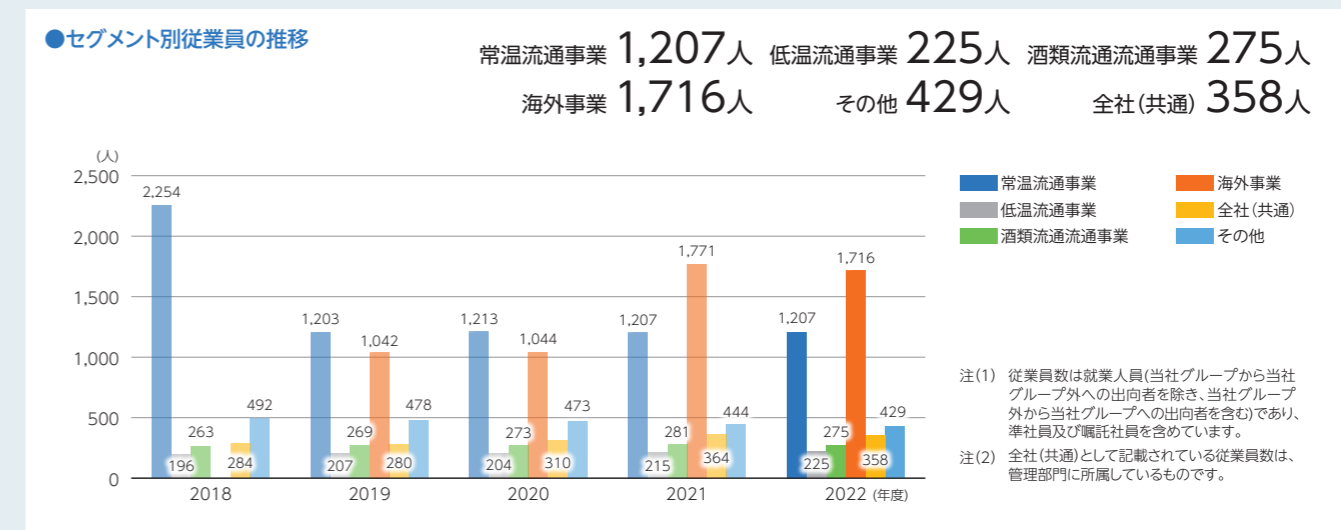
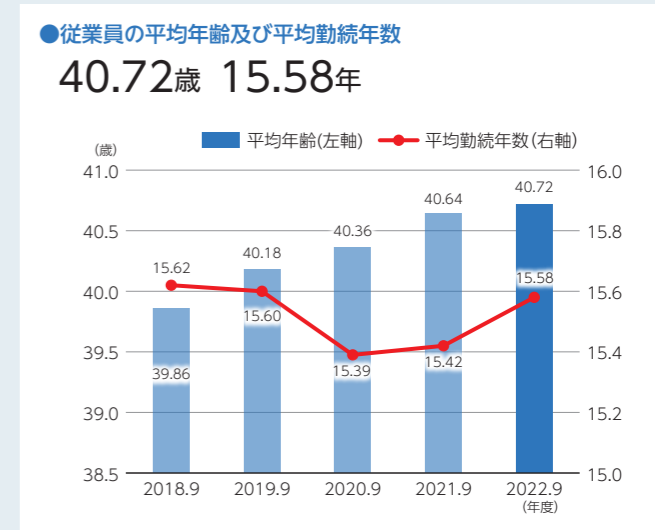
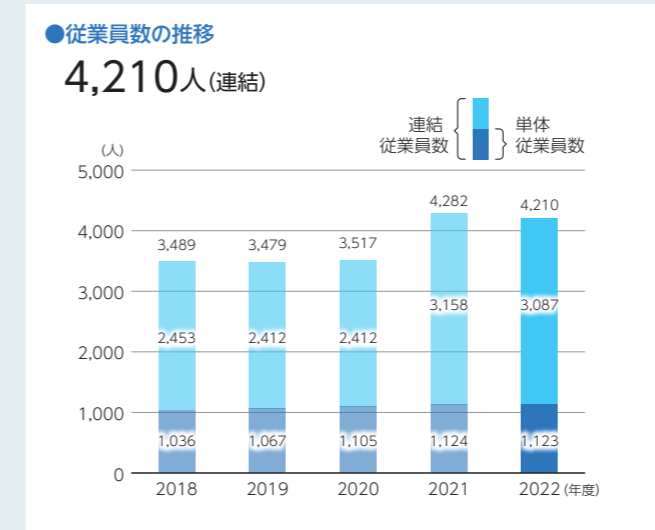


データ集

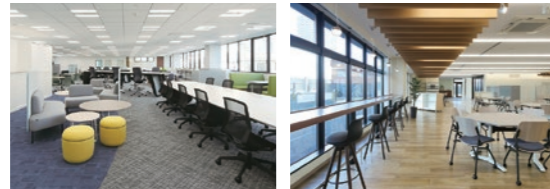
財務



非財務



施設の取組み



本社南館 新社屋が完成!

2022年9月に無事竣工を迎え、新しいオフィスで業務が開始されました。4層の新しいオフィスは、働きやすい環境を整備し、単に働きやすいだけでなく、ワークスタイルの変革とコミュニケーションを活性化させるための働き方の発信拠点とすることを目的に、新しい生活様式におけるオフィスの在り方を追及しています。そのためのオフィス機能のコンセプトとして、以下のような具体的なフォーカスをもって、設計されています。

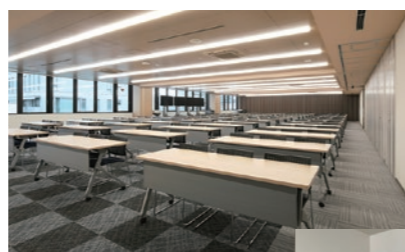
- 企業理念や価値観の共有ができる場所
- コミュニケーションの促進・信頼関係の構築ができる場所
- 知的生産性が向上できる場所
- 仕事に集中できる場所

太陽光発電システムの最適活用

太陽光発電設備の特徴は、緊急時における本社機能維持を視野に、当社の経験を取り入れた最適な施設を設置しています。発電システムは、平常時と緊急時での運用について、昼間と夜間をそれぞれ想定して構築がされており、設計時点では動力と電力の各系統に対し、48枚ずつのソーラーパネルが設置されています。

平常時の昼間は太陽光の電力を負荷に供給し、余った電力を蓄電池に充電しています。夜間は蓄電池の電力を負荷に供給し、足りない電力は電力会社から購入しています。

停電時の昼間は太陽光の電力を特定回路に供給し、余った電力は蓄電池に充電しています。太陽光の電力が不足する場合は、蓄電池の電力で補って特定回路に供給します。また、災害対応などで通常の電力供給が困難な状況に対応するために、必要な外部の発電機の電力を館内に容易に供給接続するようになっています。



EV車への対応

★電気自動車充電対応駐車場装置の設置

電気自動車充電対応の駐車装置は、立体駐車装置内で安全かつ快適に電気自動車の充電が可能なシステムです。



環境評価への対応

施設としての環境性能の向上にも取り組んでいます。その結果として、建築物の省エネルギー性能の評価であるBELS※1の最高評価の5つ星ランクの評価を受けています。



※1 建築物の省エネルギー性能表示制度の略称で、エネルギー消費量に基づいて、評価機関が5段階で評価し、省エネルギー性能を表示する制度

省エネルギーに対応

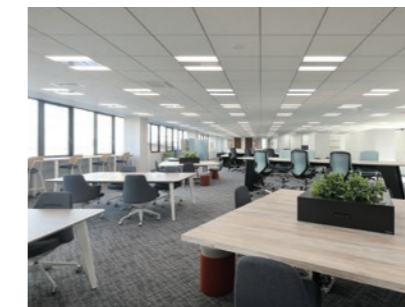
★外壁は高断熱材を使用

建物の外皮性能を上げ、建物から逃げ出す熱量を抑えた省エネルギー建築物です。外壁は「断熱パネル」を、ガラス部は「Low-Eペアガラス」を採用しています。



★執務エリアでの照明調光自動制御機能

省エネルギー効果の向上のために、オフィスの執務エリアでは、LED照明の調光が自動制御される仕組みを導入しています。室内の明るさを一定に保ち、自動制御で最適な照度を維持します。



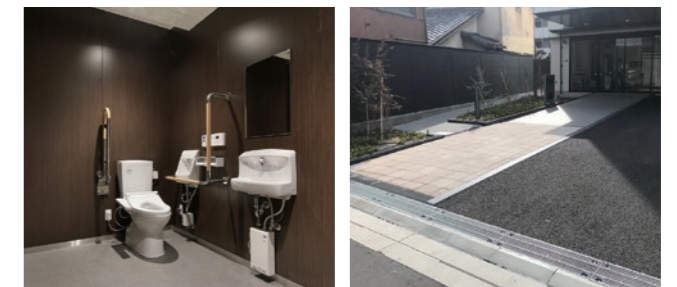
★調湿外気処理機の設置

各フロアに調湿外気処理機を設置することで、外気を快適な湿度に整えて室内に循環させて、快適性を持続させます。



職場のバリアフリー化の徹底

仕事の内容や目的に合わせて、場所を選択して働くことを可能にするワークプレイスとしてABW (Activity Based Working)※2のコンセプトを取り入れた設計がされており、その視点からも様々な活動シーンでのバリアフリーを徹底しています。



※2 社員が自律的に業務内容や気分に合わせて、時間と場所を自由に選択するという働き方