

株式会社 トーホー

CSR推進部

〒658-0033 神戸市東灘区向洋町西5丁目9番
TEL. 078-845-2456 FAX. 078-845-2473
<http://www.to-ho.co.jp>

ウェブサイトのご紹介 <http://www.to-ho.co.jp>



ウェブサイトでは、トーホーグループの事業や企業活動、CSR(社会的責任活動)についての情報、IR情報などを公開しています。情報の発信・更新頻度を高めて、適時・適切な情報提供に努めています。



「トーホーのCSR」
として、安心・安全
への取り組みや環
境活動、社会・文
化貢献活動を紹介
しています。



トーホーが力を入
れている「食育・
食農活動」につい
ての情報を紹介。
活動の動画配信
もしています。

表紙について

「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと活動するトーホーグループでは、日本で生産された新鮮で美味しい食品を皆様の食卓にお届けするために、地域の生産者と協力し、地産地消や、地場産商品の普及に取り組み、日本の農業・漁業を応援しています。



安心を、未来へつなぐ食料自給率1%アップ運動
FOOD ACTION NIPPON

トーホーグループは「FOOD ACTION NIPPON(フード・アクション・ニッポン)」の推進パートナーです。



印刷用紙は、適切に管理された森林で生産したことを示すFSC森林認証紙を使用しています。印刷には生分解性や脱墨性に優れ、印刷物のリサイクルが容易な大豆インキを使用しています。

2009年4月発行(次回は2010年4月発行予定)

toho

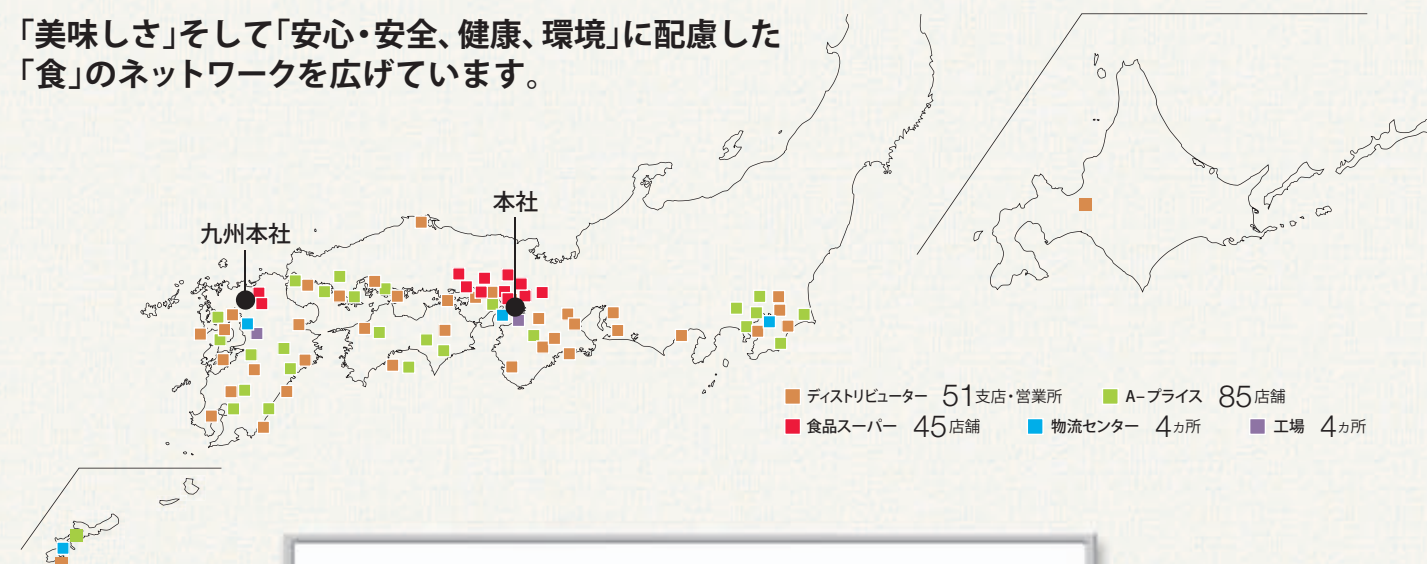
トーホーグループ CSRレポート

2009

食を通して社会に貢献する



「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」に配慮した「食」のネットワークを広げています。



経営理念
食を通して社会に貢献する

企業理念
健康で潤いのある食文化に貢献する

経営のキーワード
「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」

いのちを育む源である「食」を通じて
トーホーグループは社会に貢献していきます



7p 自給率向上への貢献



9p 食品の安全管理



13p 循環型リサイクルと
楽農交流事業



15p 環境と安全に
配慮した配送

トーホーグループ
CSRレポート
2009
目次



23p 展示商談会の開催



25p ワークライフバランス
の推進



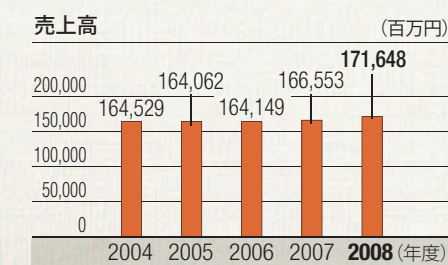
27p フェアトレード認証
コーヒーの普及

3p トップコミットメント
5p トーホーグループのCSRのあゆみ
11p 「安心・安全」「健康」な食の提供
17p 「環境」に配慮した事業活動
28p 「人々」との良好な関係づくり
29p マネジメント
30p 第三者意見

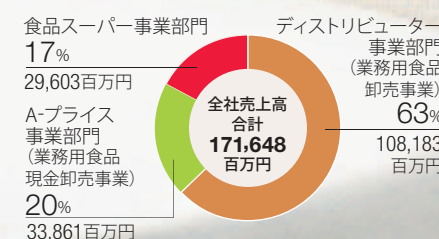
会社概要 (2009年1月31日現在)

創 立 1947(昭和22)年10月
本 社 所 在 地 神戸市東灘区向洋町西5丁目9番
078-845-2400(代表)
資 本 金 53億44百万円
売上高(連結) 1,716億48百万円
従業員数(連結) 1,757名
上記のほか嘱託・パートタイマー等
2,127名

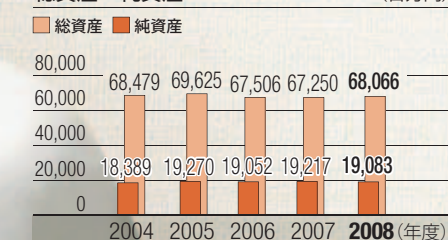
財務データ(連結)



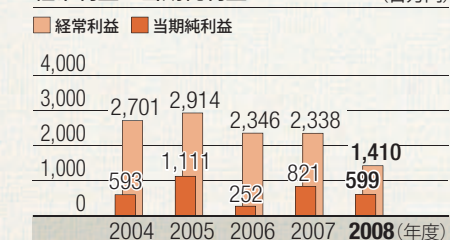
セグメント別売上高構成比



総資産・純資産 (百万円)



経常利益・当期純利益 (百万円)



ステークホルダー重視の経営をグループ全体で推進していきます

持株会社制移行によるコアビジネスの明確化で企業の社会的責任もより明確になりました

私たちは“何のために存在しているのか”“お客様の、社会のどのような役に立てるのか”を常に自問自答し、社会的責任を明らかにし、それを全うしていくこと。それが、お客様から、そして社会から必要とされる企業に求められる根本的な姿勢だと考え、企業の社会的責任を果たすべく、ステークホルダー重視の経営の実践に努めてきました。

2008年8月に持株会社制に移行し、業務用食品卸売事業と一般消費者向けの小売事業という2つのコアビジネスをより明確にしたことは、「企業の社会的責任」を従業員一人ひとりが自ら考え、取り組む姿勢を明確にするものでもあります。また権限委譲を進め、お客様や社会からの要請に迅速に対応可能な体制を敷くとともに、コーポレート・ガバナンスの強化も図ってきました。

さらに持株会社制への移行にともなって、株主・株式事

務、環境マネジメント、地域貢献活動、リスク管理、法務などを統合した「CSR推進部」を新設しました。当社の経営理念「食を通して社会に貢献する」をグループ全体で推進し、また多岐にわたるステークホルダーへの真摯な対応を可能とする実効的な体制を整えることができたと考えます。

「食の安心・安全」に真摯に取り組んできた検査技術が対外的にも認められました

食に関わる企業として、最重要ともいえる社会的責任は、お客様に「安心・安全」な商品をご提供することです。当社グループは約15年前に品質管理室を設置し、「食の安心・安全」に真摯に取り組んできました。2008年度には「品質管理室」を「品質保証部」に改組し強化するとともに外販も開始して、大学の生活協同組合や外食産業、商社の皆様から残留農薬など各種の検査依頼をいただいています。これは、当社グループで培ってきた検査技術が、対外的にも認められるレベルであることを示すものといえるでしょう。

「食の安心・安全」や安定的な供給の確保には、生産者様や取引先様とのパートナーシップが重要です。日本の食料自給率向上という観点からも、生産者様との共存共栄は欠かせません。今後もwin-winの関係となるよう、商品開発や情報提供などにおいて協力して取り組んでいきたいと考えています。

また、株主様と良好な関係を築けるよう、株主総会などを通じた対話を大切にしています。株主様から寄せられた意見をもとに、2008年度は社会貢献型の株主優待制度の導入や、展示商談会での株主見学会を実施しました。

トーホーグループは2008年8月に持株会社制に移行しました



環境負荷の削減による環境保全と食料自給率の向上を目指して取り組んでいます

当社グループが環境に与える負荷として、食品廃棄物と配送車によるCO₂排出が大きな課題として挙げられます。食品廃棄物の削減に向けて、排出量の削減や食物残さのリサイクルに取り組んでいます。配送車に関しては、「エコ安全ドライブ」の実施とともに、天然ガス車の導入を進めてきましたが、燃料供給基地に課題も残ります。さらなる代替エネルギーや新技術の動向を注視し、より良い対応策を模索していきます。

日本全体を見た場合には、食料自給率の低下も大きな問題です。農林水産省が提唱する「FOOD ACTION NIPPON(フード・アクション・ニッポン)」の主旨に賛同し、国産商品の販売や地産地消の積極的な推進、神戸市から借り入れた農地での生産活動、兵庫県の楽農交流事業の一環としての食育・食農活動などを通じて、食料自給率の向上に貢献していきたいと考えています。

コンプライアンスの徹底と風通しの良い企業風土づくりを推進しています

ステークホルダー重視の経営は、私が社長に就任して以来掲げ、実践してきているものですが、なかでも“社員の成長なくして企業の成長なし”との思いから、企業の

礎となる社員・従業員を重要なステークホルダーとして位置付けています。2008年度は、処遇の改善に取り組んだほか、子育て支援制度の拡充や職場復帰支援策の導入などを実施しました。

一方、2008年12月に商品の表示に関して公正取引委員会から再び排除命令を受けたことは、誠に遺憾であり、お客様ならびに関係各位に多大なご迷惑をおかけしたことを心からお詫び申し上げます。このことを真摯に受け止め、コンプライアンスのさらなる徹底と、風通しの良い企業風土づくりを推進していきます。二度とこのようなことを起こさないという決意も新たに、2009年度に臨んでいます。

2009年度から3カ年の第四次中期経営計画「IMPACT 2011」も新たにスタートしました。掲げた目標の達成に向けてさらなる社内の体質改善を推進し、ステークホルダー重視の経営を基本として、「食を通して社会に貢献する企業」に向けて邁進します。

当社グループのCSRに対する考え方と活動をご理解いただき、忌憚のないご意見を賜れば幸いです。

2009年4月

代表取締役社長

上野 裕一

これまでも、そしてこれからも、「食」に関わる企業としての社会的責任を果たしていきます

創業から60余年、「食を通して社会に貢献する」という変わらぬ経営理念のもと、トーホーグループはお客様のニーズや時代の要請に応じて、さまざまな取り組みを実践してきました。「安心・安全」「健康」を考えた食の提供と、「環境」に配慮した事業活動。今後もこれらを具体的に推進し、「健康で潤いのある食文化に貢献する」ことを「食」に関わる企業の社会的責任であると考えて、お客様をはじめ、株主様、取引先様、地域の皆様、そして従業員との良好な関係づくりに努めていきます。

食の安全	食品の「安心・安全」を守るための取り組み	事業	事業や組織の変化に関する出来事	環境	「環境」保全のための取り組み
従業員関連	従業員が生き生きと働ける職場環境づくり	社会貢献	地域や社会への貢献活動		



コーヒーのご提供にも、「人」に「環境」に配慮していきます



1951年
戦後まもなく、コーヒー豆の輸入取引をスタート



1997年
パッケージに再生紙を採用した「エコロジーギフトシリーズ」発売



2000年
環境に配慮して、ギフトカタログの印刷に大豆油インキを使用



2003年
リサイクル率の高いスチール缶包装にリニューアル



生産国との公平な貿易による「フェアトレード」商品の販売開始



2007年
カフェインを95%以上カットしたレギュラーコーヒーを発売



包装資材について、製造時のCO₂排出量を約3分の2削減できるものを採用





相馬双葉漁業協同組合
事業管理部長 寺島 英明 様

生産者の思いを 消費者に届けたい

流通の仕組みが川下主導になり、生産者の声が消費者に届きにくい現状を打破したいと、「にっぽん地魚紀行」の立ち上げから一緒に活動してきました。自宅にいながら自由に魚を選べることはすごく良いのですが、ネット販売に不安を感じるお客様もいらっしゃるでしょう。浜から直送するメリットを利用して、「浜の声」を直接届け、お客様との信頼関係の構築に努めていきたいと思ひます。そのことが、今後の「にっぽん地魚紀行」の発展につながると思ひます。

海を相手にする天然資源ゆえ、計画的な生産ができませんが、商品の差別化を図りながら、漁業に従事する者として、漁業を魅力あるものにしていければと考えています。

農業で

トーホーが栽培した野菜を販売

トーホーでは、農業生産法人以外の法人でも農地の借り入れができる特定法人貸付事業制度を利用して神戸市から農地を借り入れ、2006年8月から自ら農産物を生産しています。栽培品目は年々増加してきており、2008年度は、キャベツ、白菜、ブロッコリーなど約10種類を栽培し、楽農レストラン「育みの里かんでかんで」の食材として使用したほか、兵庫楽農生活センター内の直売所「きらめき神出」やグループ会社のトーホーストア40店舗で販売しました。

2009年度は、借り入れ農地面積を約85アール増やし、全部で約322アールと拡大する予定です。



トーホーストアで積極的な地産地消

地産地消をお客様に広め、推進するために、一部のトーホーストアでは神戸市西区の自社農園や地元の農家で栽培した野菜の販売コーナーを設けるとともに、専用のPOPなどを設置しています。栽培品目の増加にともなう、販売コーナーも充実してきており、売上げに占める割合も上がってきています。

また、生産者が栽培に集中できるよう、神戸市西区の一部の生産者に対して、当社の物流便を活用していただくなど、物流に関しても生産者を支援しています。



漁業で

日本各地の漁港から産地直送

トーホーフードサービスは、インターネットで新鮮な地魚を販売する「にっぽん地魚紀行」を2006年度から展開しています。産地は、競り市場での品質衛生管理や加工場の衛生管理が充分に行われているか、現地視察をして選定しています。

また、産地をより身近に感じていただけるように、ブログ「にっぽん地魚紀行日記」を開設したり、トップページに商品の画像を掲載できるようにするなど、お客様にわかりやすいウェブサイトへと改善しました。その結果、注文数は、前年に比べて大幅に伸びており、2008年度は1万5,000件を超えました。

2009年度は、さらにお客様にとって「わかりやすい」「注文しやすい」サイトづくりを目指していきます。



トーホーフードサービス
マーケティング統括部
にっぽん地魚紀行担当 向井 智恵

産地と消費者をつなぐ 橋渡し役として

「にっぽん地魚紀行」では、全国の漁協から新鮮な魚を直接お客様へお届けしています。自給率の低下、漁業資源の減少、魚価の低迷、漁業後継者不足などによる日本の水産業の危機を打開するために、相馬双葉漁協の寺島部長をはじめ、全国の漁協の方々と協力して、直接「浜」から発信できる仕組みを作り上げてきました。

食の安心・安全が求められている今、浜から直送する良さ（鮮度・産地保証・水揚げ日保証）を前面にアピールし、浜の声をお客様に配信していきたいと思ひます。産地が求めている消費者の声、お客様が求めている浜の声を私たちが橋渡しできるように、これからもがんばっていきます。



「にっぽん地魚紀行」では
新鮮な地魚を産地直送

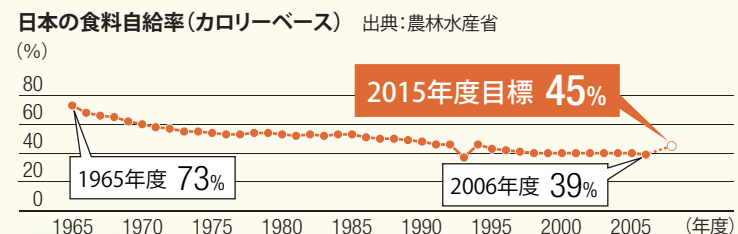
ハイライト① 自給率向上への貢献

国産、地産地消にこだわる

食の安心・安全を守り、さらに日本の低い食料自給率を向上させていくためには、今まで以上に生産者との距離を縮め、絆を強めていくことが大切です。トーホーグループでは、店舗やインターネットを通じて、国産の、そして地域の生産者の顔が見える食品をお客様に提供し、日本の農業・漁業を応援しています。

年々低下する日本の食料自給率

日本の食料自給率は、1965年度の73%から2006年度には39%と低下しています。こうした状況下、2005年に農林水産省は、2015年度の食料自給率目標を45%とする食料・農業・農村基本計画を策定し、自給率の向上に取り組んでいます。



農業を活性化して
食料自給率向上に努める



ステークホルダーとの対話



日本水産株式会社
品質保証室水産・農産品
品質保証課 課長 前田 裕之 様

原材料の安全確保を 重点に置いて

冷凍農産品や調理冷凍食品などで取り引きさせていただいている弊社では、2002年10月に品質保証憲章を制定しました。お客様にご満足いただける安全・安心な商品をお届けするために、トップから担当者に至るまで一人ひとりが、それぞれの責任を全うすることを理念とし、「食の安全確保」に取り組んでいます。

特に、原材料の安全確保には重点を置いています。一貫管理や原料履歴管理の仕組みや体制を整えています。今後も、トーホー様とトーホー様をご利用になるお客様に貢献できるよう、食の安全管理に尽力していきます。

商品の開発・調達段階で

自社開発商品の安心・安全へのこだわり

自社開発商品の製造委託先は、「PB製造委託先選定基準書」に基づき選定しています。また「PB商品規格書・原料規格書」により、アレルギー物質、遺伝子組換原料、食品添加物、細菌・理化学検査結果、トレーサビリティなど、品質の規定を詳細まで管理し、現地工場視察や管理面衛生面の点検を実施した上で、商品を開発・調達しています。



表示関連法規への対応強化

品質保証部では、食品衛生法、JAS法、景品表示法など、表示に関する法令を遵守するための点検管理をしています。特に、お客様に優良誤認を与える可能性のある表現の使用には細心の注意を払い、一般レベルより厳格な当社基準にて作成した「食品表示ガイドライン」に基づいて使用してよいか否かの判断を行い、運用しています。



仕入れ段階で

残留農薬を厳しく検査

卸売業で主力販売している冷凍野菜・冷凍加工品・コーヒー生豆については、中国産を中心に残留農薬検査を行い、基準値内であることを確認しています。また取扱い開始後も品質保証部にて定期的に検査を実施。2008年度に実施した残留農薬一斉検査の検体数は、620体に及んでいます。



保管段階で

多温度帯管理で品質保持

保管庫は原則的には、常温庫、定温庫、冷蔵庫、チルド庫、冷凍庫、超冷凍庫の6温度帯に分けられています。入荷後は、商品の劣化を防ぐため、速やかにそれぞれの商品に応じた保管庫に格納します。また、保管施設の衛生状況の定期検査を実施しています。入出庫に関してはドックシェルターを完備し、外気の進入を防いでいます。



配送段階で

冷凍／常温トラックでお届け

品質保持のため、配送車両を2温度帯に仕切りで分け、トラック前室に冷凍食品、後室に常温・冷蔵品をそれぞれ積み分けて配送しています。そのほか、商品をじか置きしない、冷凍商品と常温商品を同じ箱に詰めないなど、業務手順の指導を徹底しています。

プロのお客様



ハイライト ② 食品の安全管理

卸売業として「食」の安全を確保する

お客様と生産・製造現場を結び、「美味しく」そして「安心・安全」な商品をお客様にお届けすることが、卸売業を営む者の責任です。そのため、トーホーグループでは、調達、仕入れ、保管、配送、さらには自社商品開発のすべての段階で品質管理体制の強化に取り組んでいます。

TOPICS

展示商談会で 品質保証部のブースを設置

展示商談会（P23参照）で品質保証部のブースを設け、パネルによる活動紹介や、実際に実施している品質検査のデモンストレーション、メーカーとのコラボレーションによる「食の安心・安全ミニセミナー」などを実施しました。



ステークホルダーとの対話



トーホーフードサービス
神戸支店 係長 浦野 慎一

安全管理された商品をお客様に

配送兼セールスとしてお客様と日々接するなかで感じるの、お客様の安全への意識の高さです。生産地を聞かれることも多くなりました。お客様に安心していただけるよう、自社ブランドを筆頭に、生産地が明確で、かつ生産過程における安全管理がしっかりしている商品をご案内するようにしています。

また、お客様に商品をお届けするときには、商品ごとの温度管理や、賞味期限、消費期限の確認など、商品表示に基づいた納品を第一にしています。「食の安全」を守ることは、そうした当たり前のルールを守ることであり、これからもお客様を第一とした営業、業務に取り組んでいきます。

美味しくて安心・安全な商品を提供します

自社商品の開発

お客様のご意見を反映した自社商品の開発

トーホーグループでは、「美味しさ」そして「安心・安全、健康」をコンセプトに、さまざまな自社開発商品を開発し、提供しています。家庭用ブランド「くらしアイ」では各店舗に設置した「お客様ご意見箱」で情報を収集して商品開発に活用。業務用ブランドである「EASTBEE」「スマイルシェフ」の新商品開発では、お得意先様へのモニタリングを実施して商品に反映するようにしています。

また、環境負荷の低い容器・包装・原料を積極的に導入しています（P22も参照）。

TOPICS

「美味しさ」と「環境配慮」の両立のために

環境への配慮から水洗いをしなくても良い無洗米の開発では、「冷めても味が落ちないようにしてほしい」というお客様ニーズに応えるため、試作とモニタリングを繰り返し、ブレンドする米の銘柄、配合にとことんこだわりました。

EASTBEE
無洗米ホテル・レストラン用



2008年度の「安心・安全」「健康」に配慮した開発商品



EASTBEE
ハンバーグステーキ
原料肉に成長ホルモン等の投薬をせず、環境に配慮した肥育施設で育てたタスマニア産ビーフと米国产自然豚を使用



スマイルシェフ
チキンナゲット
環境配慮の観点から、1ケースに入れる商品数を増やし、包材を削減

従業員の安全教育

食品の安全・品質に関する研修を実施

食品安全の徹底を目指して、トーホーグループは従業員教育に注力しています。2008年度は安全・品質に関する研修を計12回実施し、延べ261名が受講しました。

2008年11月には、第1回となる「食の安心ポイントセミナー」を開催しました。外食産業のお客様やメーカー計30社、40名とともに、当社グループ従業員23名が参加しました。今後は年3～4回開催していく予定です。



ISO22000の認証取得

継続的な食品安全管理

六甲アイランド(兵庫県)・鳥栖(佐賀県)の両コーヒー工場では、2007年度に国際的な食品安全マネジメントシステム規格ISO22000を認証取得。原料入荷から商品出荷に至るフードチェーン全体での安全管理の継続的改善に努めています。

2008年度は、原料の残留農薬や製品への異物混入といった生産工程でのリスクの排除、品質保証部に



における残留農薬のダブルチェック、賞味期限マニュアルの見直しを実施しました。また工場内の従業員を対象にした勉強会を25回実施し、延べ451名が参加しました。

炭火焙煎リキッドコーヒーの回収と再発防止策

2004年4月～2008年6月に製造したギフト用「炭火焙煎リキッドコーヒー」にガス焙煎の豆が混入していたことが判明し、出荷を停止するとともに回収、交換を行いました。本件により2008年12月、不当景品類及び不当表示防止法第6条第1項の規定に基づく公正取引委員会の排除命令を受けました。ガス焙煎と炭焼焙煎の原料が混入しないようにコンテナの分別管理、複数の焙煎担当者による相互確認など、生産工程および生産体制の見直しを行い、再発防止に努めています。

適切な品質表示

厳しい自主基準を設定

トーホーグループでは、商品表示について、それ自体がひとつの「品質」であると考えています。

2008年4月からJAS法が改正され、業者間取引においても一部原料原産地表示などが義務化されました。その対応として、完全義務化ではない部分も網羅した「品質表示基準書」を新たに作成し、より厳格な管理体制を構築しています。また自社基準を設け、「より正確」で「誤解を与えない」表現・表示に努めています。

期限管理

定期的なチェックで管理を徹底

トーホーグループでは、商品・原材料の期限管理の徹底に注力しています。

社内物流センターでは、残存賞味期限の基準を外れるものがあった場合には、入出庫できない仕組みを構築しています。また物流センターのアイテム別日付データを、リアルタイムに検索できるよう、管理体制を強化しました。トーホーストアでは、カテゴリごと値引き・撤去基準書売り場担当が常に携行し、基準に即したチェックを徹底しています。



トーホーストアでの商品の期限チェック

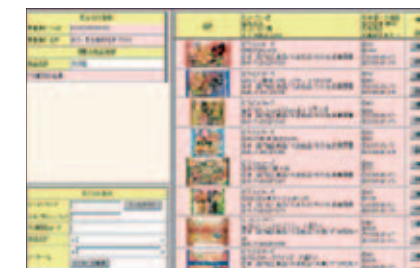
商品情報の標準化

安心できる商品と情報の提供に向けて

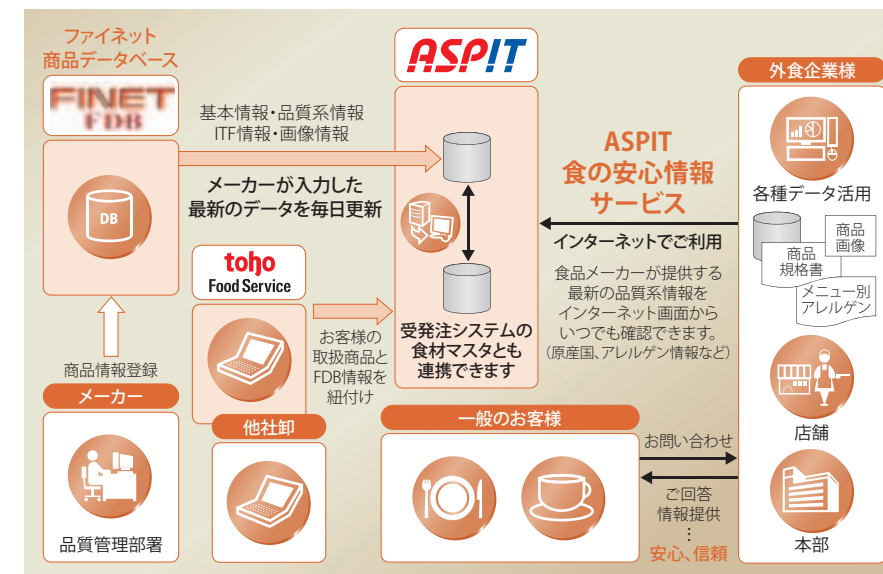
トーホーグループでは、国内の業務用食品卸6社および食品メーカー、外食企業様と協議をしながら、「FDB（ファイネット商品データベース）」を活用した業務用食品業界における商品情報の標準化活動を進めてきました。この活動は、業界をあげての標準化活動として話題を呼び、標準化に向けての動きがさらに加速しています。

また、2009年2月からは食品メー

カーが提供する「FDB」の品質系情報をインターネットで外食産業のお客様に提供する「食の安心情報サービス」を業界に先駆けて開始しました。



商品情報標準化の仕組み



グループ内で広がる安心・安全の取り組み

サンエバー(コーヒー焙煎・コーヒーショップ経営など)では、従来から行っている賞味期限チェックに加えトーホーグループが定める毎月14日の「食の安心・安全の日」に、20店舗と2工場および本社において各従業員の「食の安心・安全」に対する意識向上を図っています。

大辰水産(水産物および水産加工品の製造・卸・販売)では、商品の細菌検査や工場の環境検査、従業員の手指検査などを実施し、安全対策に取り組んでいます。

大辰水産での衛生教育



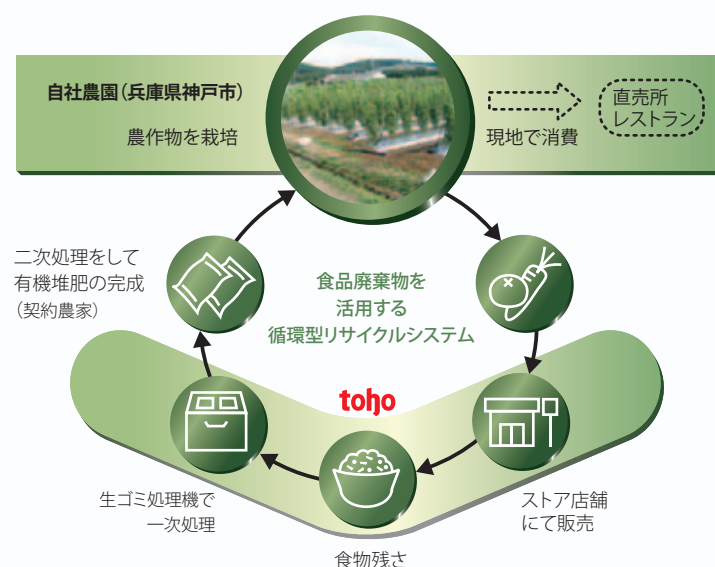
食品廃棄物の循環型リサイクルシステム

食物残さを堆肥化し農場で活用

トーホーグループは、食品廃棄物の循環型リサイクルに努めています。2008年度は、トーホーストア東二見店で食物残さから土壌改良材を作り、自社農園（兵庫県神戸市）で堆肥として約2.6トンを使用しました。

兵庫楽農生活センター内のレストランで生じる食物残さ1日平均約40kgもすべて生ゴミ処理機で処理し、3カ月後に堆肥として取り出し、二次発酵させ兵庫楽農生活センター内の農場に散布しています。2008年度には、兵庫楽農生活センター内にコンポスト製造施設が設置されて、当社がその運用管理を担当しており、畑から出る野菜くずや、きのこ館から出る廃菌床などから堆肥を作って、兵庫楽農生活センター内の農場で使用しています。

循環型リサイクルシステム



ハイライト③ 循環型リサイクルと楽農交流事業

農業に親しみ「環境」と「食」を考える

循環型の農業を志向することや、次代を支える子どもたちに自然の素晴らしさや農業の楽しさ、食の大切さを知ってもらうことも、食に関わる企業の社会的責任。そんな思いから、トーホーグループは食品廃棄物の循環型リサイクルや、「食育・食農」活動を展開しています。



① 里山再生塾

遊ぶ

里山再生塾

間伐などによって里山を再生しながら、間伐材を使った木工教室や、昆虫採集などの自然観察が楽しめます。（2008年度は11回開催、235名参加）

② 生ゴミリサイクル処理機

まわす

生ゴミリサイクル処理機

レストランなどから出る食物残さを堆肥化し、センター内の畑で利用。

コンポスト製造施設

畑から出る野菜のくずやきのこ館から出る廃菌床などを堆肥化。

BDF製造施設

ナタネ油、レストランの廃食用油からBDF（バイオディーゼル燃料）を作り、トラクターの燃料として使用。



③ コンポスト製造施設

「兵庫楽農生活センター」での楽農交流事業

食に関わる企業の社会的責任として、次代を担う子どもたちに食の大切さを伝える食育・食農活動に積極的に取り組んでいます。



食育・食農活動

子どもたち、そして地域の皆様が食と農に親しむ

トーホーでは「食を通した社会貢献」の一環として、(社)兵庫みどり公社が総合的に管理運営する「兵庫楽農生活センター」の「食育・食農活動」に参画し、「野菜栽培体験」や「里山再生塾」など、食の大切さを伝える活動を展開しています。2008年度からは兵庫県内産の食材を使用した「地産地消料理教室」を開始し、18回開催、217名が参加しました。

兵庫楽農生活センターでは、毎年多くの見学や視察を受け入れており、2008年度は延べ175団体・5,300名の見学・視察者を迎えました。

また、2008年9月には、兵庫県が推進する環境体験学習の一環として、神戸市立花谷小学校の3年生118名を受け入れ、循環型リサイクルシステムをはじめとする「農」の“ゼロ・エミッション”の取り組みなどを紹介しました。2009年度は、環境体験学習の受け入れを強化していく予定です。



環境体験学習の様子



地産地消料理教室



兵庫楽農生活センターの見学・視察者受け入れ

作る

野菜栽培体験

種まきから苗の定植・育成・収穫まで、野菜栽培に必要な知識を楽しく習得。（2008年度は年12回開催、382名参加）



④ きのこと館

きのこと館

菌床によるきのこを栽培。



⑤ 野菜栽培体験

食べる

楽農レストラン

「育みの里かんでかんで」

食育をテーマにした自然派レストラン。センター内でとれた野菜や地元でとれた新鮮野菜などを使った50種類以上の和洋創作料理が楽しめます。

⑥ 楽農レストラン「かんでかんで」



参加者・来店者からの ご意見・ご感想

「真夏に汗だくになりながら雑草取りをして、農家の大変さを実感し、感謝の気持ちを持つようになりました」
(野菜栽培体験者)

「今日で5回目の参加になります。子どもは、最初は嫌がっていましたが、最近では楽しみになってきて、家でもプランター栽培を親子で一緒にするようになりました」
(野菜栽培体験者)

「自然の中で、普段できない体験や遊びができて楽しい」
(「里山再生塾」参加者)

「里山について勉強するのも良いが、せっかく参加したからには何か社会に役立つことがしたい!」
(「里山再生塾」参加者)

「地元野菜を使った新鮮な野菜料理をお腹いっぱい食べられ、いつも満足しています」
(楽農レストラン「かんでかんで」利用者)



エコ安全ドライブの解説 DVD 画面

環境への配慮と従業員の安全を両立させる

車両ごとに給油チェックをして、さらに省エネルギーに

トーホーフードサービスでは、2006年度から「急発進、急加速、急ブレーキをしない」「適切な車間距離をとる」などを実践する「エコ安全ドライブ」の徹底に努めています。「エコ安全ドライブ」はCO₂削減だけでなく、安全運転にも役立っています。2008年度には、各事業所において指導的立場にある安全運転管理者に対し「エコ安全ドライブ実技研修」を実施しました。また、2007年度に自社で作成したDVD「エコ安全ドライブのための配送車操作方法」を、再度各事業所に配布し、周知徹底を図りました。

2008年度も引き続き、車両ごとの給油チェックを行いました。今後さらに燃料使用量の管理を強化し、省エネルギーを心がけた運転を行っていきます。



環境負荷の少ない
天然ガス自動車も導入

ハイライト④ 環境と安全に配慮した配送

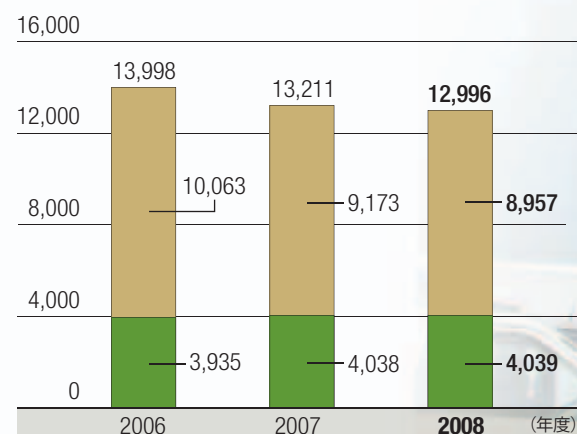
「エコ安全ドライブ」で 商品を確実にお届けする

外食産業のお客様へ商品を配送している車両は、事業活動を支える重要な役割を担うと同時に、企業の「顔」でもあります。トーホーグループは、お客様のもとに商品を安全にお届けし、かつ物流にともなう環境負荷をできる限り軽減できるよう努めています。

車両からのCO₂排出量

(t-CO₂)

■トーホーグループ ■外部委託分



エコ安全ドライブ実技研修



エコ安全ドライブ研修

エコ安全ドライブの5か条

- 1 急発進・急加速をしない
- 2 早めのアクセルオフ
- 3 交通状況に応じた定速走行
- 4 ゆとりの車間距離
- 5 乗車前の点検整備

社有車のダッシュボード等に貼付してください。

株式会社トーホー

エコ安全ドライブステッカー



エコ安全ドライブ実技研修

トーホーフードサービス福岡支店で



福岡支店 課長補佐 岩元 友宏

交通事故の件数も激減

配送トラック・営業車、合計55台を所有するトーホーフードサービス福岡支店では、約2年前からエコ安全ドライブに取り組んできました。エコ安全ドライブのDVDを営業社員全員で視聴し、一人ひとりが環境汚染問題や経費削減を意識し、そして最も大事な交通事故防止に大きくつながっていることを自覚し、皆が実践するようになりました。実際、交通事故の件数も激減し、お客様や周りの方々からも「運転がやさしくなったね」との声もいただきました。

現在、強化推進していることは、「原点に戻り、車の清掃（特に車内・運転席の整理）を徹底する」です。今後も朝礼などでエコ安全ドライブ指導を続け、同時に交通事故撲滅に努めます。

トーホーフードサービス神戸支店で



神戸支店 係長 庭平 昌彦

品質と環境の両方を考えて

トーホーフードサービス神戸支店では、積み込み終了後出発までの間エンジンをかけ、ある程度冷凍庫の温度が下がった時点でエンジンを止めたり、冷凍機のケーブルが付いている車両はエンジンではなくケーブルで冷凍機を作動させることで、アイドリングストップを心がけました。また、配送時に溶けやすい商品などは、発泡スチロールなどに入れてこまめにエンジンを切るようにしました。

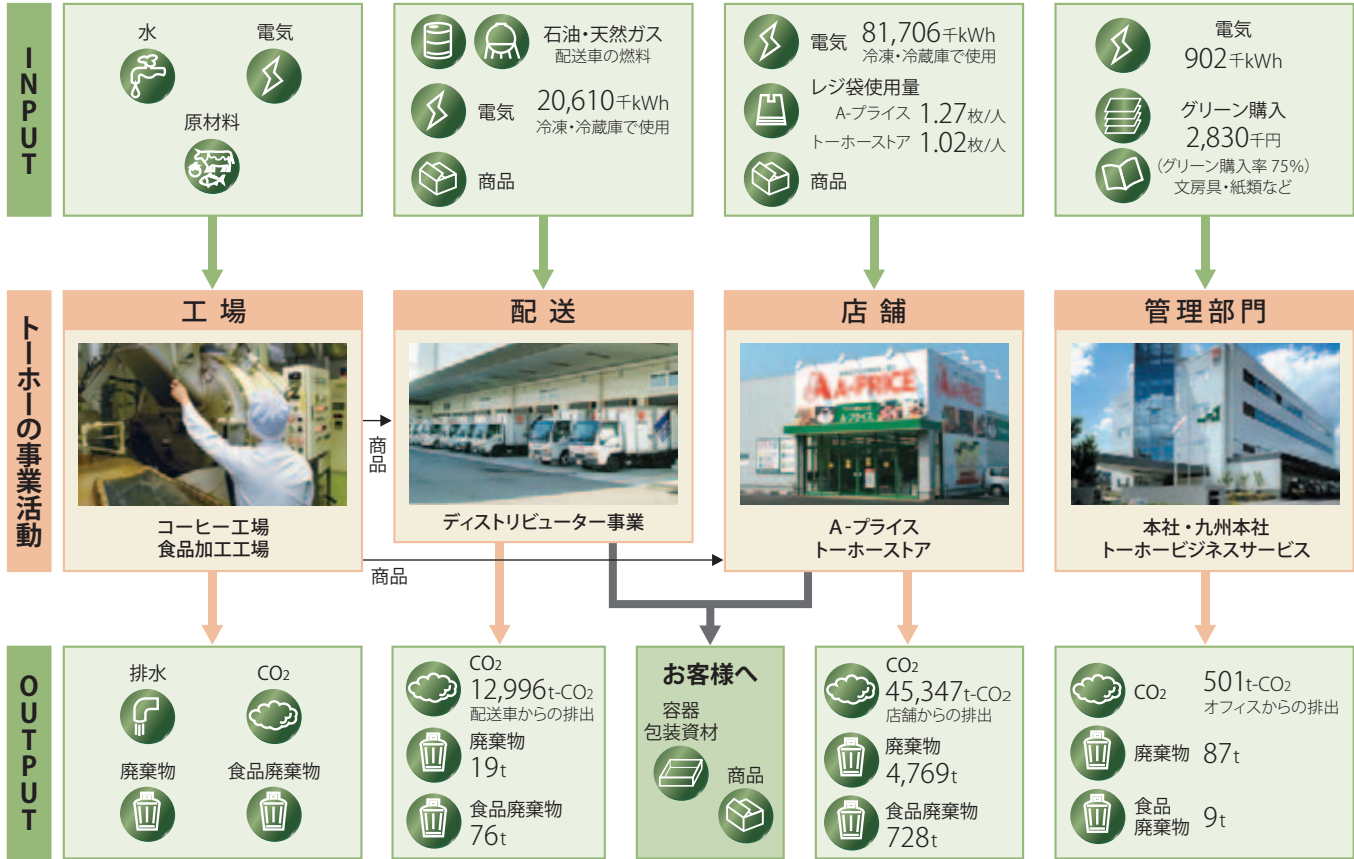
2008年2月からは、毎朝のラジオ体操時に「エコ安全ドライブ5か条」を唱和してみんなの意識を高めたところ交通事故が激減しました。入社1・2年目の従業員にはエコ安全ドライブ教習で習得したことを同乗指導しています。



毎朝の「エコ安全ドライブ5か条」唱和

事業に関わる環境負荷低減に努めています

トーホーグループの事業活動が環境に及ぼす影響



注) 電気使用量のCO₂排出量は換算係数0.555kg-CO₂/kWhを使用して算出

環境会計

分 類		具体的な取り組み	2008年度		2007年度	
			投資額	費用額	投資額	費用額
事業 エリア内 コスト	公害防止コスト	グリストラップシステム維持・管理費用、浄化槽点検費用、 室外機移設費用、室外機フェンス設置費用	28,535	5,140	11,846	5,200
	地球環境保全コスト	廃棄フロン回収・処理費用、蛍光灯適正処理	0	21,363	0	21,075
	資源循環コスト	廃食油リサイクル、産業廃棄物リサイクル費用、段ボール・紙類リサイクル、 建築廃材等回収・処理、産業廃棄物回収・処理、一般廃棄物回収・処理	0	173,972	0	196,672
上・下流コスト		容器包装リサイクル法商品化委託契約、店頭回収ボックス購入、 スタンプカード制度の推進	0	32,091	0	49,617
管理活動コスト		内部環境監査・外部監査費用、人件費、CSRレポート作成費、 セミナー参加、認証証明書、植栽剪定	0	39,140	0	29,679
研究活動コスト		農業顧問料	0	360	0	600
社会活動コスト		フェアトレード(対アメリカ相場との差額)コスト	0	26,562	0	13,455
総 合 計			28,535	298,628	11,846	316,298

集計方法

対象範囲：(株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、
(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス
対象期間：2008年度
(2008年2月1日から2009年1月31日まで)

環境保全コストの計上基準

複合コスト：環境保全に寄与する部分を差額または按分によって算出し
ています。
人 件 費：CSR推進部専任者のみ計上しました。
環境マネジメント委員会の人件費については、
(単価)×(所要時間)で算出しています。

2008年度環境保全活動の目標と実績

対象部署		全社目的	2008年度 部署目標	2008年度 実績	評価	
(株)トーホーフードサービス	ディストリ ビュター 事業	地球温暖化防止	自社配送におけるCO ₂ 排出量2005年度比10%削減	2005年度比19.8%削減	○	
			電気使用量2005年度比5%削減	2005年度比8.7%削減	○	
		廃棄物削減	食品廃棄物量2007年度比20%削減	2007年度比15.7%削減	△	
			廃棄物量2007年度比14%削減	2007年度比36%削減	○	
	A-プライス事業	省資源 (レジ袋使用量削減)	エコポイント付与率(ポイント付与数 / 客数) 全店合計15%	全店合計13.5%	△	
			各店別目標達成	85店舗中32店舗達成	—	
		廃棄物削減	廃棄商品の削減(廃棄金額) 全店平均4万円以内	全店平均62,801円	×	
			廃棄商品の削減(廃棄金額) 各店4万円以内	85店舗中24店舗達成	—	
		法規制の遵守	教育年2回実施	1回実施(1月に副店長・売場実務者を対象)	—	
		統括部 マーケティング	地球温暖化防止	社内物流に関する使用エネルギー量の把握 (重量と距離の把握)	12,987,892t-km	○
環境にやさしい商品の 開発・導入	自社開発商品5アイテム開発・導入 環境配慮型商品10アイテム導入		5アイテム開発・導入 11アイテム導入	○ ○		
(株)トーホーストア	食品スー パー事業	廃棄物削減	ゴミ廃棄物量実績値1,014t維持	991.871t	○	
			食品廃棄物リサイクル率23%維持	19.53%	△	
		省資源 (レジ袋使用量削減)	辞退率(スタンプカード回収枚数 / 客数) 15.00%	14.4%	×	
			地球温暖化防止	電気使用量の抑制 実数値の把握(kWh)	全店舗合計30,490,616kWh	○
(株)トーホービジネスサービス	人事総務部	社会貢献活動	清掃活動・ボランティア実施	本社周辺・通勤経路清掃活動月1回実施 須磨海岸清掃ボランティア参加	○	
		地球温暖化防止	電気使用量2007年度使用量維持	645,851kWh(2007年度比1%増加)	×	
		廃棄物削減	ゴミ廃棄物量2007年度廃棄量維持	21,379kg(2007年度比24.8%増加)	×	
		環境にやさしい商品の購入	事務用品グリーン購入率70%以上	75.4%(金額ベース) / 80.9%(数量ベース)	○	
	九州管理部	社会貢献活動	清掃活動・ボランティア実施	延べ385名参加	○	
		地球温暖化防止	電気使用量2007年度比1%削減	2007年度比33.5%削減	○	
		廃棄物削減	ゴミ廃棄物量2007年度比3%削減	2007年度比50.1%削減	○	
		ユニフォームのリサイクル推進	マテリアルリサイクル・ケミカルリサイクル※継続実施	マテリアルリサイクル 323枚 / ケミカルリサイクル 47枚	○	
		環境にやさしい商品の購入	事務用品グリーン購入促進	取扱いアイテム417品目中343品目	△	
		(株)TSK	法規制の遵守	騒音基準の遵守	新規2店舗(ストア) / 改装6店舗(A-プライス)・1店舗 (ストア) すべて基準値内	○
フロン回収破壊法の遵守	改装6店舗(A-プライス) / 閉鎖5店舗(A-プライス)・ 2店舗(ストア)適正処理実施			○		
環境コミュニケーションの充実	環境保全コスト算出・集計		閉鎖店・改装店の廃棄物処理費用 (改装7店舗 閉鎖7店舗) 39,891,800円	○		
(株)トーホー	CSR推進部	社会貢献活動	楽農生活センター 露地野菜体験12回開催	12回開催終了	○	
			楽農生活センター 里山再生塾12回開催	11回開催終了(1回雨天のため中止)	○	
			楽農レストランかんでかんで 料理教室12回開催	18回開催終了	○	
			楽農生活センター 他イベント随時企画	きのこ館体験学習23回開催(延べ611名参加) / 楽農レストラン かんでかんでにて「音楽と兵庫の食を楽しむタベ」4回開催	○	
			楽農生活センター活動をホームページに月1回以上掲載	月1回以上掲載(年間42回掲載)	○	
			改正容器包装リサイクル法 定期報告 / 再商品化委託義務料支払い	6月定期報告済み 2月再商品化委託義務料支払い済み	○	
	CSR推進部	法規制の遵守	改正食品リサイクル法 廃棄物量把握	食品廃棄物量計測実施	△	
			改正省エネルギー法 定期報告	6月定期報告済み	○	
			環境コミュニケーションの充実	2009年版に向けてCSRレポートの情報収集と検証、 月1回の整理	月1回整理 収集情報合計476件	○
				CSRレポート2008年版の配布先を月1回管理	配布部数4,578部	○
		内部監査の充実 内部監査書式の標準化		監査チェックリスト改訂 環境帳票のweb申請システムを4月から運用開始	○	
		「かわら版しーえすあーる」2ヶ月に1回発行(年6回発行)		4回発行	△	

* マテリアルリサイクル・ケミカルリサイクル:P20完全循環型リサイクルユニフォーム参照。
注) 2008年8月1日より持株会社制へ移行のため、対象部署は移行後の部署名で表記。

CO₂や廃棄物の排出削減に取り組んでいます

地球温暖化の防止

電気使用量削減の取り組みを各社で実施

トーホーグループでは、地球温暖化の防止のために、配送車両のCO₂排出量の削減(P15-16参照)や電気使用量の削減に、グループトータルで取り組んでいます。

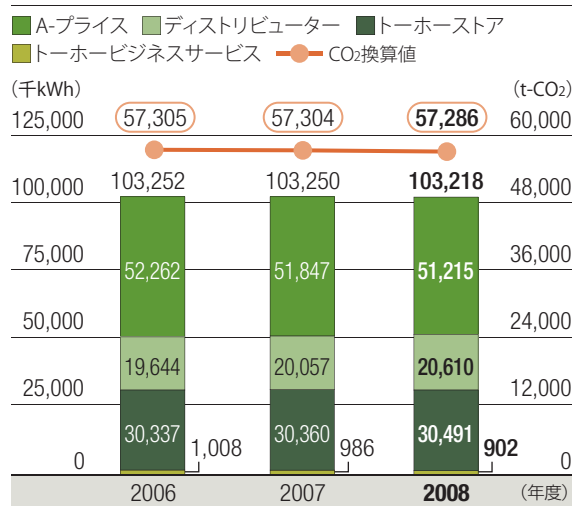
電気使用量の削減のために、トーホーグループではクールビズを実施しています。トーホーフードサービス各支店・営業所では冷凍・冷蔵庫の温度が許容範囲内で稼働しているか毎日チェックして、無駄な電力の使用量削減に取り組んでいます。またA-プライス店舗では設定した電力量を超えないように電気使用状況を常時監視するデマンド監視装置を導入したり、トーホーストア店舗ではオープンケースの照明を部分消灯するなどの取り組みを一部の店舗で実施しました。

2009年度は、2010年から事業者単位での定期報告が義務化される「改正省エネ法」に対応し、グループ全体のエネルギー使用量データのより正確な把握に努めていきます。



冷蔵庫の節電を促すPOP (A-プライス店舗)

電気使用量



注) 電気使用量のCO₂排出量は換算係数0.555kg-CO₂/kWhを使用して算出

グループ内で広がるエコ活動

サンエバー（コーヒー焙煎・コーヒーショップ経営など）では、本社の空調3台のうち1台を休止し、午前と午後で設定温度を変えて節電を図っています。

2009年度は、創業55周年記念としてエコバッグの作成・販売を検討しています。



空調の温度設定での節電

トーホー・パワーラクス（全酒類、生鮮・加工食品、業務用食品などの店舗販売）では、世田谷店（東京都）に回収ボックスを設置し、今後は他の店舗でも取り組みを拡大していく予定です。

従業員を対象にしたペットボトルのキャップ回収活動も展開しています。



回収ボックスを設置

大辰水産（水産物および水産加工品の製造・卸・販売）では、グループ全体で取り組んでいる空き缶のプルタブ回収活動(P28参照)に積極的に参加しています。

今後は、ゴミ分別活動や東部水産組合の発泡スチロール再利用活動に参加し、廃棄物削減に努めていきます。



空き缶のプルタブ回収

食品廃棄物削減の取り組み

廃棄商品の削減とリサイクルを推進

トーホーストア店舗や、トーホーフードサービス各支店・営業所、本社食堂など、食品廃棄物が発生するすべての場面で、その削減に取り組んでいます。

トーホーストア店舗では、継続して廃棄ロス率を管理することで食品廃棄物の発生を抑制するとともに、発生してしまった食物残さのリサイクルに取り組んでいます。2008年度は、魚のアラの回収を、新たに1店舗（太宰府店）で開始し



トーホーフードサービス各支店・営業所での食品廃棄物の計量

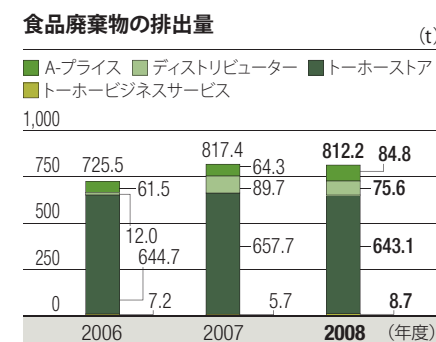
て、計33店舗で実施。また、生ゴミ処理機を計2店舗、オイルリフレッシュャーを計44店舗で導入しています。

トーホーフードサービス各支店・営業所では、賞味期限のチェックや在庫管理の徹底による廃棄商品の削減に取り組んでいます。2006年度から食品廃棄物の排出量の測定を開始。2008年度は、各支店・営業所の食品廃棄物量前年度比20%削減という目標のもと、各支店・営業所の食品廃棄物の排出量を記録して、進捗状況を意識した活動を実践しました。

九州本社では、2000年度から乾燥型ゴミ処理機を導入し、各部署で使用するコーヒークス、社員食堂から出る食物残さなどを土壌改良剤としてリサイクルしています。

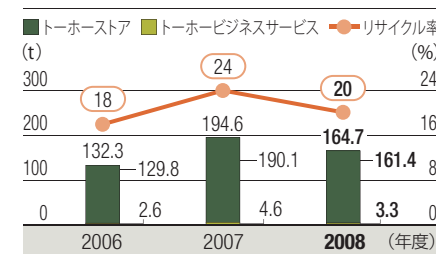


トーホーストアでは、食物残さを分別してリサイクル



注) ディストリビューターの集計範囲は、2006年度は2支店のみ、2007年度以降は全支店・営業所

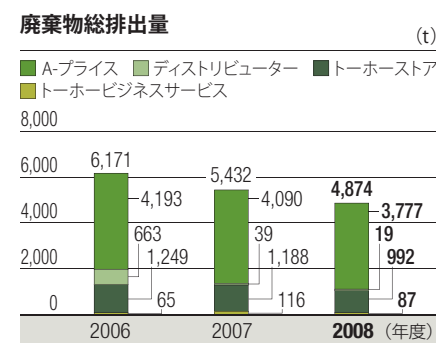
食品廃棄物リサイクル量



食品以外の廃棄物削減

紙類などの分別やリサイクルを徹底

トーホーグループでは食品以外の廃棄物についても、紙類の使用量削減や分別を徹底したり、配送に使用した段ボールを再資源化したりすることで、発生抑制やリサイクルに努めています。



完全循環型リサイクルユニフォーム

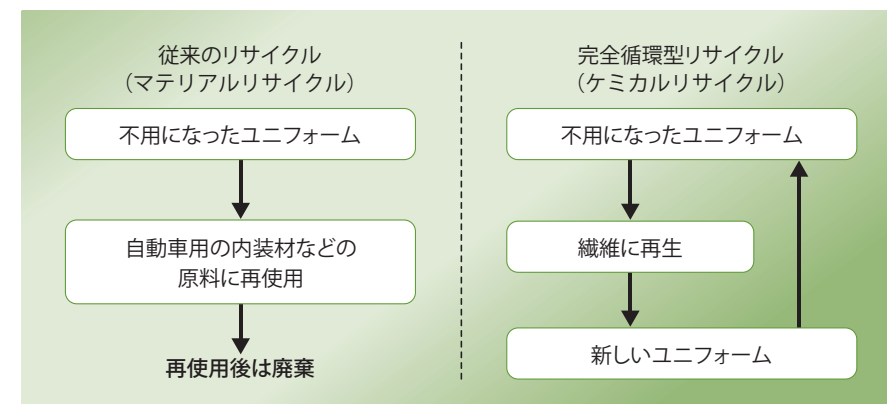
不用ユニフォームから作る再生ユニフォーム

トーホーグループでは従来から、不用になった従業員のユニフォームを専門業者を通じて自動車用内装材などの原料へリサイクルしています。2006年度からは、何度でも繊維に再

生できる完全循環型リサイクルユニフォームも導入しました。

2008年度は370枚のユニフォームをリサイクルし、そのうち47枚は完全循環型でした。

ユニフォームのリサイクル

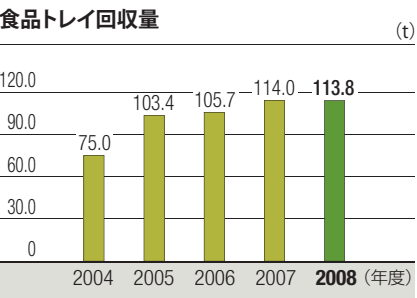


お客様や外部機関とともに取り組んでいます

店舗での資源ゴミ回収

資源ゴミの削減と再資源化の促進に向けて

トーホーストア店舗では、店頭に空缶・牛乳パック・ペットボトル・食品トレイなどの分別回収ボックスを設置するとともに、回収を呼びかけるポスターを掲示し、お客様のご家庭で発生する資源ゴミの削減と再資源化の促進に努めています。

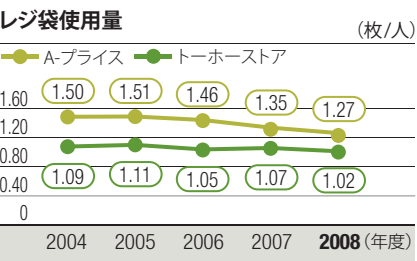


レジ袋の削減

特典付与でマイバッグを推進

マイバッグ推進のため、レジ袋を必要とされないお客様に対して、A-ブライス店舗ではエコポイントの付与、トーホーストア店舗ではスタンプの押印(スタンプ20個で100円のお買物と交換)をしたり、レジにマイバッグ推進を呼びかける案内のポスターを貼るなどして周知に心がけています。

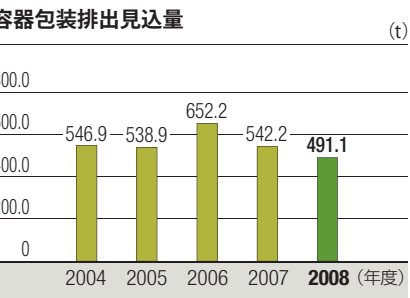
また地域ごとに、市民や行政と協働したレジ袋削減活動に取り組んでいます(右表参照)。



容器・包装の削減

トレイの軽量化を推進

2007年度にトレイの軽量化に最大限に取り組みました。2008年度の再商品化委託料は前年度に比べて約22%減額しましたが、これはトレイの軽量化をはじめとする包装資材の見直しを行った結果です。今後もさらなる包装資材の見直しをしていく予定です。



注) 排出見込量は(財)日本容器包装リサイクル協会への報告値に基づく

レジ袋削減のための活動	
レジ袋削減活動	実施店舗
福岡市におけるレジ袋の削減に関する協定	A-ブライス(竹下駅前・薬院・香椎・西福岡店) トーホーストア(舞鶴・唐人・紅葉店)
佐賀県マイバッグ・ノーレジ袋推進店への登録	A-ブライス(佐賀・唐津・武雄店)
“レジ袋減らし隊”への活動協力	A-ブライス(佐世保店)
ゴミ減量化・再資源化推進宣言の店への登録	A-ブライス(伊丹店)
九州統一マイバッグキャンペーン	A-ブライス(九州に所在する34店舗)
姫路市におけるレジ袋削減に向けた取り組みに関する協定	トーホーストア(大塩店)
三木市レジ袋削減協定	トーホーストア(志染駅前・緑が丘店)

TOPICS

トーホーストアでレジ袋の無料配布中止を開始

トーホーストア大塩店(兵庫県)では、姫路市と消費者協会との三者協定によって2008年11月からレジ袋の無料配布を中止しました。無料配布中止を実施以降のレジ袋辞退率は87.7%と、従来の16.4%に比べて大幅に向上しました。

2009年3月からは、緑が丘店、志染駅前店(兵庫県)でも三木市との協定によって、レジ袋の無料配布中止を予定しています。



環境配慮型製品の開発

環境に配慮した容器・包装を採用

トーホーグループでは、容器・包装、原料などの面で環境に配慮した商品の開発・導入を進めています。

2008年度は、自社開発商品の業務用ラップの包装容器を紙製からダンボール製に変更しました。



環境に配慮した業務用ラップ

環境の内部監査・外部監査

指摘事項と改善策を報告

環境マネジメントに関する内部監査と外部監査を毎年実施しています。内部監査・外部監査での指摘事項に関しては、改善を図り、環境マネジメント委員会を通して是正処置の水平展開に努めています。

また内部監査員の養成セミナーを毎年実施しており、2008年度は新たに1名が資格取得し、内部監査員は合計113名となりました。

2008年度の内部監査・外部監査結果と改善例

	監査結果	指摘事項例	指摘事項に対してとった改善策
内部監査	108サイトで実施 不適合件数: 39件 観察事項件数: 114件	最新版環境文書の管理ができていない事例があった。	一年間、内部環境監査時に指導を兼ねた教育を行い、周知徹底を図った。
外部監査	23サイトで実施 軽微な不適合件数: 5件 観察事項件数: 17件 改善の機会件数: 24件 特筆すべき活動件数: 4件	冷凍・冷蔵庫の温度チェックにおいて、手順書に定められた内容と運用管理基準の内容が異なっていた。	手順書の運用を再教育した後、改めて冷凍・冷蔵庫の許容温度帯を見直した結果、電気使用量の削減にもつながった。

ISO14001認証取得状況

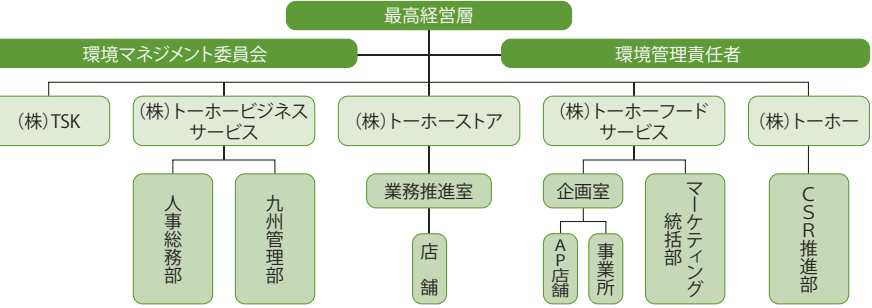
環境情報報告書を電子化しイントラネットに掲載

2009年1月末現在、トーホーグループでは計95カ所で、環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得しています。

環境マネジメントの推進のため、現場担当者と管理責任者との情報

交換に活用していた「環境情報報告書」を、情報の即時性や共有化を図る目的で2008年4月から電子化し、イントラネットへの掲載を開始しました。2008年度は、47件の環境情報を受け付けました。

トーホーグループの環境マネジメント体制図



環境教育

環境目標の達成と環境意識の向上を目指して

トーホーグループでは、従業員の環境意識向上のために、毎年3回の環境教育を実施しています。2008年度は、2月に「2008年度環境目的・目標の周知および運用管理手順書の理解度アップ」、6月に「運用管理手順書の理解度アップ」、10月に「環境問題について～今日からエコライフを始めましょう」をテーマにそれぞれ実施しました。

2009年度は、内部監査・外部監査で指摘された環境方針の周知や環境側面の監視などを環境教育のテーマとして取り上げていく予定です。

また、環境問題に関する幅広い知識を養うため、環境社会検定試験(eco検定)の受験を従業員に奨励しており、2009年2月時点で計39名が合格しています。



環境教育

「展示商談会」を毎年開催

こだわりの食材やメニューを提案

外食産業のお客様のお役に立つ情報を提供するため、展示商談会を毎年春と秋に開催しています。2008年度は、国産食品への関心の高まりを受けて、産地限定品や栽培方法・製造方法に特色のあるこだわりの国産素材にスポットを当てました。また「提案コーナー」において、春は「ひと手間・ひと工夫で美味しく仕上がる食材」、秋は「専門性の高い食材を用いたイタリア料理のメニュー」を紹介しました。また秋には、首都圏で初めてとなる東京（五反田）でも開催し、ご好評をいただきました。

春・秋それぞれ4会場（計8会場）で、季節に合わせたメニューや食材を提案し、約20,000名のお客様にご来場いただきました。

「外食セミナー」での料理講習会と講演会

理論と実践の双方から外食産業のお客様を支援

トーホーフードサービスでは、外食産業のお客様向けに「外食セミナー」を定期的に開催しています。2008年度は3会場で実施し、374名のお客様にご来場いただきました。

「外食セミナー」では、一流シェフをお招きしての料理講習会を実施するとともに、外食産業をリードする講師による講演会も開催。「激動する外食市場の勝ち組の条件」と題して行われた講演は、少子化、高齢化、物価上昇、世界の食料事情など、外食産業を取り巻く環境について整理するとともに、今後の方向性を示唆する内容で、多くの来場者の共感を呼びました。



トーホーフードサービス 神戸支店で



神戸支店 課長 蓑毛 隆行

地元食材の安定供給を求める声にこたえて

「せっかく神戸に来たのだから兵庫県の食材を食べたい」というお客様（エンドユーザー）からのご要望が多いと聞き、「兵庫県産食材展示商談会」と銘打ったミニ展示商談会を開催し、当社のネットワークを活かした調達なら地元の食材を安定的にご提供できるということをアピールしました。

外食産業のお客様からは、「継続的に地元の食材を調達できることがわかり、新たに地産地消のメニューに取り組んでみたい」という声をいただきました。2009年度も引き続き開催したいと考えています。

トーホーフードサービス 飯塚営業所で



飯塚営業所 所長 小森 朋也

高齢者にも安心して美味しい食品を提案

老人ホームや老人介護施設が多いエリアであることから、「病院給食・老人介護施設向け」のミニ展示商談会を開催しました。食べやすさに配慮した食品として日本介護食品協会が定めたユニバーサルデザインフードや、介護食用寒天などを提案しました。

管理栄養士や栄養士、調理師の方を中心に、「患者さんに食べる喜びを提供できる」「カロリー設定が配慮されていて良い」など、ご好評をいただきました。2009年度の上期にも同テーマで開催する予定です。



A-プライス 岡山店で



A-プライス岡山店 店長 中嶋 竜司

お客様との直接対話で信頼関係を強化

日頃、お客様から「定番商品の試食や調理方法、盛りつけ方法を教えてほしい」というご要望を多くいただいております。そこで、2008年10月「秋冬向けメニュー提案」をテーマに、鍋・オードブル・水産素材を中心としたミニ展示商談会を開催しました。ご来店いただいた331名のお客様から「商品の安全性を再確認できた」「お客様（エンドユーザー）に自信を持っておすすめできる」との声をいただきました。

2009年度は、春・秋の展示商談会に合わせた開催を検討しています。

ハイライト⑤ 展示商談会の開催

創意工夫でメニュー提案

トーホーグループの商品特性についてもっとよく知っていただき、ご活用いただくために、トーホーグループでは外食産業のお客様に食材に関する情報提供や、季節に合わせたメニュー提案などを行っています。今後も「顧客・現場視点」で、外食産業のお客様への提案活動を積極的に行っていきます。

TOPICS

お客様に役立つ情報を学ぶセールス研修

お客様に有益な情報を提供するためには、セールスマンが自社商品の特性や調理に精通していることが求められます。そこで、2008年度からセールス研修として、一流シェフを講師に迎えた「食材販売攻略セミナー」を全国3会場で開催し、顧客・現場視点の徹底を図っています。



各拠点で「ミニ展示商談会」を実施

季節や地域特性に即したメニューを提案

春・秋の大規模な展示商談会だけでなく、各拠点でもテーマ別に「ミニ展示商談会」を実施しています。

2008年度はフードサービス支店・営業所で48回、A-プライス店舗で2回実施しました。旬の素材を活かしたメニューや、「病院給食・老人介護施設向け」のメニューを提案するなど、専門性の高い情報を提供しました。





トーホーフードサービス
コーヒー製造部 朱雀 永子

家族や職場の理解に感謝

仕事復帰して約半年になります。予想以上に仕事と育児の両立は大変で忙しい毎日です。復帰した最初の頃は慣れない仕事や息子の発熱などで、週の後半になると寝不足と疲れでフラフラでした。しかし、以前とは違う充実感があり、視野も広がり、仕事復帰して良かったと実感しています。そう思えるのも家族や職場、周囲の方々の理解や協力があるからで、とても感謝しています。

また、会社の子育て支援制度も本当に助かっています。特に有休が時間単位で取得できる制度はよく活用しています。息子はまもなく1歳半。日々成長する息子とともに、私自身も社会人として、母親として成長していきたいと思っています。

女性の活躍支援

女性が長く働き続けられる環境を整備

女性従業員のさらなる活躍推進を目的に、2005年度から3ヵ年計画で取り組んできた「TPA(トーホー・ポジティブ・アクション)推進プロジェクト」の成果の一環として、2008年度に子育て支援制度を拡充し、育児休業制度を改正したほか、結婚、出産などで退社した従業員を再雇用するJOBリターン制度を新設しました。

2008年10月には、「こうべ男女共同参画推進月間」(神戸市主催)の「ワークライフバランスの推進への取り組み」をテーマにした「企業セミナー」で、トーホーグループの取り組みを発表するとともに、パネラーとして参加しました。



トーホービジネスサービス社長がセミナーで講演

多様な雇用

多様な人材の適正な雇用と処遇を実施

すべての従業員が個性や能力を活かしながら「生き活き」と働ける職場環境の整備を進めており、多様な人材を採用し、適正な処遇に努めています。

2009年1月末現在の非正規社員の割合は約66%となっており、今後もそれぞれの役割を明確にしたうえで、適正な雇用・配置を推進していきます。障害者雇用率は1.9%(43名)で、法定基準を超えています。

定年退職者の再雇用も積極的に進めており、2008年度は8名の定年退職者のうち、6名の雇用を延長しました。

パート従業員の能力開発

基本知識の習得とお客様対応力の向上に向けて

パート従業員が「お店の顔」として「生き活き」と働けるように、トーホースタアでは毎月2回、「フレンドリー・接客研修」を実施しています。これは、従業員として必要な基本知識の習得と、お客様対応力の向上という両面から、接客技術の完全習得を目的としたものです。

2008年度は、新規出店や店舗改装の時にも「フレンドリー・接客研修」を改めて実施し、計323名のパート従業員が受講しました。



従業員の処遇・評価制度

働きがいを感じられる人事給与制度を構築

従業員が働きがいを感じられる人事制度の構築を目指して、2006年度から3ヵ年計画で「処遇・評価」「人生プラン支援」「パート人事」に関する制度を見直しています。

2008年度は、地域手当の新設といった給与水準の改定や、評価項目の改定および処遇反映配点ウエイトの改定、賞与制度の改定などを実施しました。また、従業員との年2回の面接にフィードバック面接を取り入れるとともに、新任考課者を対象とした年2回の考課者訓練を実施する等、人事考課の精度向上を図っています。

現在、実績・貢献度を重視した、わかりやすく、メリハリのある人事給与制度の構築や、社内外の環境に応じた手当の支給と最適化に向けて検討中です。



トーホースタア東二見店
一般嘱託・レジ担当 山田 恵美子

研修を活かして いつも笑顔を忘れずに

レジを担当して20年になります。レジはお客様と唯一直接、接する「お店の顔」だと思います。レジに立つ時は明るい笑顔と大きな声を心がけています。挨拶するとお客様もそれに答えてくれます。「いつも元気が良いね」「テキパキとして気持ちが良いね」とお褒めの言葉もいただきます。

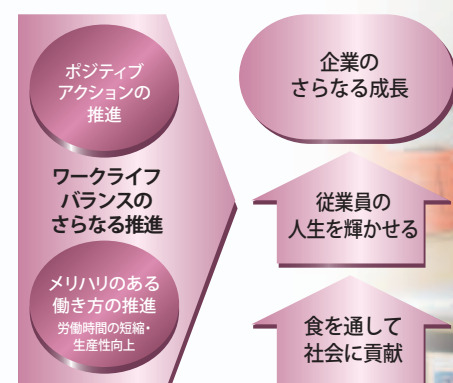
今回、「フレンドリー・接客研修」を受講しました。日常業務に慣れて初心を忘れていた部分があることに気付かされたり、他のトーホースタアの従業員と会って刺激を受けたり、大変勉強になりました。研修で学んだことを活かし、お客様から信頼される活気ある店にしていけるよう、これからも笑顔でがんばりたいと思います。

ハイライト⑥ ワークライフバランスの推進

「生き活き」と働ける職場づくり

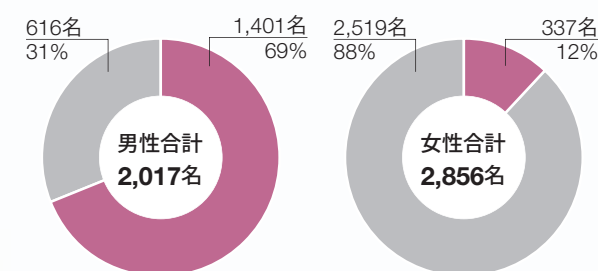
トーホーグループは、すべての従業員が「生き活き」と自分の能力を発揮し、「お客様」と「会社」と「自分の人生」に対して価値を提供していくことができる企業を目指しています。また、優秀な人材の確保や、さまざまな消費者への柔軟な対応のために、多様な雇用に取り組んでいます。

ワークライフバランスへの考え



2008年度の従業員の内訳(連結)

■ 正社員 ■ 嘱託・パートタイマーなど(アルバイトを除く)



TOPICS

次世代認定マーク「くるみん」の取得

子育て支援制度や、地域社会と共存しながら企業活動を進める具体的な行動計画の策定・推進が評価され、2008年6月に兵庫労働局長より基準適合一般事業主として認定され、次世代認定マーク「くるみん」を取得しました。



フェアトレード認証コーヒー

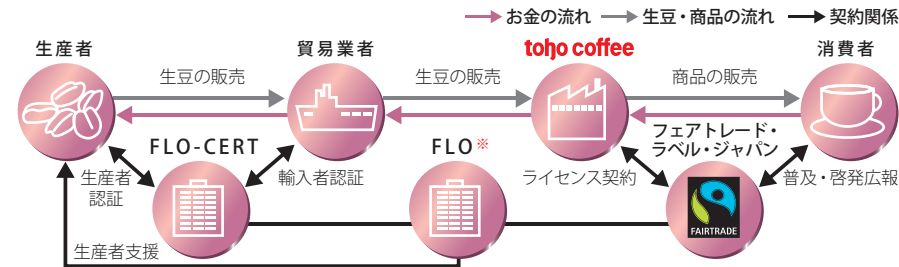
身近な国際協力と呼びかけ国内トップクラスの販売量

コーヒーの小規模生産者に対して最低買入価格を保証し、中間業者を通さない直接取引や一定期間の買入保証など、公正な取引引きによって生産者の権利を保障するフェアトレードの主旨に賛同し、トーホーグループでは2003年からフェアトレード認証コーヒーの取り扱いを開始しました。2008年度には、前年度より3アイテム増やし30アイテムを販売しており、年間販売量は国内トップクラスです。

A-プライス、トーホースタア店舗では、試飲販売をしたり、フェアトレードについて紹介するパネルを設置。さらに、展示商談会で「美味しさにこだわった有機コーヒー+フェアトレードで身近な国際協力」をご紹介するコーナーを設けてお客様に紹介しています。

フェアトレードの流れ

100% フェアトレード認証原料を使用することでフェアトレード認証ラベルを使用することができます。



※FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) : 1997年に、世界各国にあるフェアトレードラベル運動組織がひとつにまとまり、グローバルスタンダードの確立を目指し、設立された国際ネットワーク組織。FLO-CERTは、FLOによって2004年に創立されたフェアトレード認証機関。

ハイライト⑦ フェアトレード認証コーヒーの普及

公正取引で生産地の権利を守る

高品質なコーヒー豆を公正な価格で取引することは、生産者を支援し、その競争力を高め、さらに品質向上へとつながります。トーホーグループの輸入コーヒー豆の取引実績は50年以上。この先も、美味しく、安心・安全なコーヒーをお客様に提供するために、トーホーグループはフェアトレードの輪を広げていきます。



コーヒーの実



2008年度に発売した
グアテマラ(高地産)100%
有機珈琲



ポスターや看板で、フェアトレード認証
コーヒーを紹介

「人々」との良好な関係づくり

地域貢献活動や積極的な情報開示に努めます

地域社会の皆様と

「健康で潤いのある食文化に貢献する」ために

トーホーグループでは、企業理念「健康で潤いのある食文化に貢献する」に基づいて、地域への貢献活動に取り組んでいます。コーヒーの美味しい入れ方をご紹介します「コーヒー講座」を継続的に実施しており、2008年度からはウェブサイト上でコーヒー工場見学の案内も始めました。

また、「神戸ルミナリエ」や「佐賀インターナショナルバルーンフェスタ」などの地域イベントに協賛しているほか、1998年からは阪神・淡路大震災により崩壊し、その後復元された国の重要文化財「旧居留地十五番館」の保存のお手伝いをするためにレストラン経営をしています。



阪神・淡路大震災により崩壊し、その後復元された
「旧居留地十五番館」



阪神・淡路大震災による鎮魂と神戸の復興・再生を
願う「神戸ルミナリエ」に1995年から協賛



佐賀県を代表するスポーツ・文化活動「佐賀インター
ナショナルバルーンフェスタ」に1984年から協賛



2008年度は14回開催され、計562名にご参加いた
だいた「コーヒー講座」

TOPICS

福岡市に車椅子を寄贈

空き缶のプルタブ（リングプル）と車椅子を交換する活動に賛同し、2006年から「プルタブを集めて車椅子プレゼント作戦」をグループ全体で展開しています。2008年までに1,043kgのプルタブを回収し、第1号の車椅子を福岡市に寄贈しました。



株主・投資家の皆様と

適正な利益配分と積極的な情報開示を実施

上場会社として、トーホーグループが株主の皆様に対して果たすべき責任は、約束した経営目標を達成し、利益として還元することだと考えています。配当性向は原則として連結ベースで40%以上としており、自社株取得で株主の皆様へ利益を還元することが適切な場合には機動的に実施する方針です。さらに株主優待制度を変更し、買い物割引券を寄付金に変えることができる社会貢献型優待制度を導入しました。

また、財務情報の適時開示や開示情報の充実にも努めており、半期ごとに株主通信「tohoway」を送付

し、月次の売上状況などをウェブサイトの「トーホーフラッシュ (toho FLASH)」で掲載しています。2008年10月には、株主の皆様から「業務用食品卸売事業の事業内容がわかりづらい」というご意見を受けて、展示商談会への見学会を初めて実施し、好評を得ました。2009年度も継続して実施していく予定です。



展示商談会への株主見学会

社会から信頼される企業であり続けます

コーポレート・ガバナンス

内部統制の評価、是正の早期実現に向けて

トーホーグループは、経営監視の強化、健全な企業活動、法令遵守の徹底、企業価値の継続的向上を目的に、コーポレート・ガバナンス(企業統治)の充実を図っています。2008年8月からの持株会社制への移行は、戦略立案・監督と執行の役割が明確になり、ガバナンス体制の強化にもつながるものです。

2007年度に「内部統制システム構築プロジェクト」を発足し、2008年度は全社的な内部統制の評価、是正の早期実施に向けて、内部統制の有効性の評価を記録するシステム構築や、業務プロセスの文書化を推進しました。

リスク管理

全社的な品質保証体制を確立・強化

全社リスク管理を行う「リスク管理委員会」のもと、各分科会をグループ横断組織として設置しています。2008年度は、リスクの洗い出しを行い、リスクマップを作成し始めたほか、労務リスクの軽減のために、勤務時間の適正化に向けて就業時間を把握する勤怠システムを導入しました。

また、品質保証体制の全社的な確立・強化を目的として、2008年2月に「品質保証部」を設置しました。自社開発商品や対外発行物に関する表示・表現のコンプライアンス監査の実施をはじめ、監査室との連携によるグループ各社の事業所・店舗の衛生点検を実施しています。

CSRマネジメント

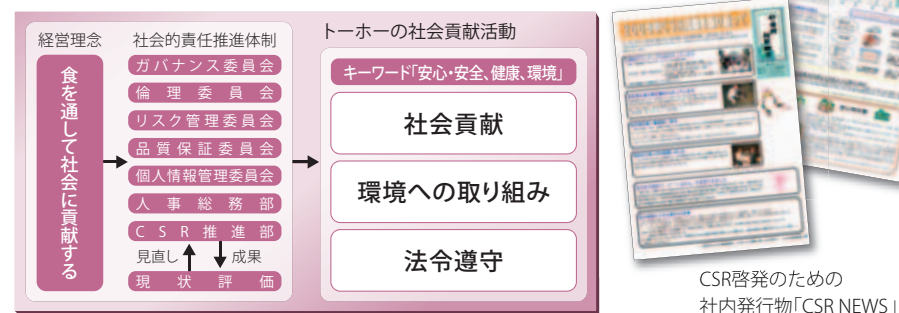
組織横断的にCSRを推進する実効的な体制へ

トーホーグループは「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと、食に携わる企業としての責任を果たし、お客様をはじめ、株主様、お取引先様、地域社会の皆様や従業員との良好な関係づくりに努めています。

2008年度には、より実効的な体制

として、株主・株式事務、環境マネジメント、地域貢献活動、リスク管理、法務、お客様相談室などを統合した「CSR推進部」を新設。従業員へのCSR啓発活動として、社内発行物(「倫理道場」や「CSR NEWS」)を定期発行しました。

CSRへの取り組みの基本的な考え方



法令遵守

全従業員にコンプライアンスを徹底

グループ横断組織の「倫理委員会」のほか、各職場に「生き生き職場委員会」を設置し、グループ全従業員でコンプライアンスに取り組んでいます。コンプライアンス意識を高めるために昇格者研修において「労務管理」や「企業倫理」に関する講座を設けています。2008年度は3回開催し、67名が受講しました。

また、コンプライアンス向上のため、「グッドカンパニーを目指して」というハンドブックを全従業員に配布し啓蒙活動に努めています。



研修によるコンプライアンス意識の啓発

個人情報保護

個人情報保護意識のさらなる向上のために

A-プライスの会員情報やインターネット通販のお客様情報など、お預かりする個人情報については、細心の注意を払い、その保護・管理に努めています。

2008年度にはプライバシーマークを更新し、新JIS規格に対応して個人情報保護体制をいっそう強化しました。また、従業員への教育後にテストを実施し、さらなる意識向上に努めました。

CSRレポート2009への第三者意見



神戸大学大学院農学研究科助教
特定非営利活動法人「食と農の研究所」
理事

中塚 雅也氏

「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと、トーホーのCSRへの取り組みは年々進化がみられます。この一年の活動の特徴は、第一に自給率向上への貢献を目標にあげて、「国産・地産地消」を進めているところにあります。食に関する企業のCSRとして、生産地・生産者をサポートすることは、食品の安全・安心の確保とならび、最も基礎的で重要なことといえます。次に注目したいのは、環境への取り組みの充実です。これまでの食育・食農活動の継続的な展開もさることながら、事業全体にわたる環境負荷の低減、CO₂や廃棄物の削減を、具体的な目標を設定して進める体制は高く評価されます。また、

ワークライフバランスの推進を掲げ、女性の活躍支援、パート従業員の能力開発に努めていることは、昨今改めて問われている雇用や労働に対する企業の責任という側面からも評価される点であり、今後も充実が求められるテーマといえます。

一方で、CSRのさらなる発展のために期待したいこともあります。一つは「本業を通じたCSR活動」の展開です。「国産・地産地消」の取り組みは、まさにその萌芽といえますが、追加的な支援活動となるだけでは不十分です。本業である食品卸売事業や小売事業そのものにおいて貢献し同時にその本業の発展を目指すことが求められます。もう一つの期待は「CSRマネジメント」の充実です。トーホーでは、既に組織横断的なCSR推進部が新設され体制は整っています。ステークホルダーとの対話を通してCSRの重点課題や活動指標の設定、進捗確認や改善指導などが進むことが期待されます。

世界的な経済状況の悪化は、CSR活動の展開においてマイナスとも言われますが、そうではありません。厳しい環境下において企業発展を続けるには、CSRはますます重要となってきます。この状況をチャンスとして活かすことにより、トーホーがさらに輝く企業となることを期待します。

第三者意見をいただいて



株式会社トーホー
取締役 専務 CSR推進部担当
中溝 武夫

私たちは、事業領域である食の分野でCSR活動をすることが、私たちの本分であると考えております。

食料自給率向上のため「国産・地産地消」の拡大というテーマに取り組んでおり、農場を拡大して、トーホーストアへ「安心・安全」な野菜の供給量を増やしたいと考えております。「国産・地産地消」はフード

マイレージ(食料の輸送距離＝食料の重量×距離)という観点から、CO₂排出量の削減につながります。また、農林水産省が提唱する「FOOD ACTION NIPPON」へ参加することで、活動の幅を広げました。

環境問題については、グループ各社が事業特性に応じた活動に取り組む一方、(株)トーホーでは管理状態を従来よりも迅速に、かつ、正確に掌握し、「グループ総体としての目標取組・改善」を強化したいと考えております。また、社会貢献活動との組み合わせによる活動も強化していきます。

ステークホルダーとの関係につきましても、網羅性の原則に基づいて問題点や課題を抽出して、目標設定・管理に着手したいと考えております。

CSR活動をさまざまな観点から取り組むことにより、企業価値を高めて、企業として持続的に成長したいと考えております。

編集方針

トーホーは、2002年から「環境報告書」を、2005年から「環境・社会報告書」を発行。2008年からは「CSRレポート」に改称して、当社の経営理念である「食を通して社会に貢献する」活動について報告してきました。

今回の報告書では、食に関わる企業としてトーホーが特に重視している活動を読者の皆様に理解していただきやすいように、7つのハイライトとして重点的にご紹介しました。また、引き続きトーホーと関わりのある皆様からのご意見とそれらに対する従業員の回答を掲載するとともに、活動に取り組む従業員のコメントをできる限り多く掲載することで「顔」の見える報告書を目指しました。

報告対象組織

トーホーグループ(株式会社トーホー、株式会社トーホーフードサービス、株式会社トーホーストア、株式会社トーホービジネスサービスの4社を中心に、その他のグループ会社についても一部報告しました)

報告対象期間

2008年度(2008年2月1日から2009年1月31日まで)

免責事項：本報告書にはトーホーグループの過去と現在の実事だけでなく、発行日時点における予想・予測・計画も含まれております。これらには記述した時点で入手できた情報に基づく仮定や判断が含まれており、諸条件の変化によって、本冊子に記載した予想・予測・計画とは異なる可能性があります。読者の皆様には、このような点をご了承くださいますようお願い申し上げます。