

## 食を通じた社会的価値の創造

今年の報告書の特長は、トーホーグループの理念・歴史を背景とした価値創造の道筋が、分かりやすくまとめられていることです。厳しさを増す市場環境の中で、持続的成長を維持するには、既存事業の強化と新事業開発のバランスを取ることが欠かせません。社会環境や業績に左右されず、「食を通じた社会的価値の創造」を目指す姿勢は、「70年の歴史を引き継ぎ、持続的成長を実現します」という古賀社長の言葉と安定した財務基盤に示されていると感じます。

サステナブル(持続可能な)社会の姿を象徴するSDGsは、従来のビジネスモデルのみに固執せず、さまざまな課題の中から新たなビジネスオポチュニティ(機会)を見出していく経営姿勢を持つことを求めています。「価値創造の道筋」と「IMPACT 2020」には、社会課題の中からビジネスオポチュニティを見出そうとする、貴社の強い意欲を読み取ることができました。長期的価値創造の道筋とゴール(OUTCOME)が分かりやすく示され、また、CSRのテーマとSDGsの関係がビジュアル化されていることは、ESG投資家にとって大いに役立つといえましょう。

SDGsの中でも目標12・13は、持続可能性をターゲットにした重要な課題です。「食の安心・安全推進」、「食品廃棄物の削減」、「地球温暖化の防止」という本業と深

く結びついた取り組みを通してSDGsに貢献する姿勢は、企業理念を具現化する地に足がついたCSR活動といえましょう。本業を支える人材活用では、女性の活躍推進のパロメーターとなるKPIが設定され、着実に取り組みが進んでいることも確認できました。

今後の課題は、SDGsの目標17で示されたパートナーシップの推進です。社会課題は企業単体で解決できる水準を超えています。社外の多様な主体とのパートナーシップを通じて、社会のリスクを軽減し、ビジネスオポチュニティを広げていただくことを期待します。



法政大学 人間環境学部 教授  
長谷川 直哉 様

## 第三者意見をいただいて

「食を通して社会に貢献する」という経営理念を掲げ、あらゆる食のシーンを支える食材をご提供し続けて、トーホーグループは昨年創業70周年を迎えることができました。お客様をはじめ、支えていただいた皆様に厚く御礼申し上げます。

近年、企業に求められるものは長谷川先生のご意見にもございますように、社会的な課題を常に意識し、事業を通して総合的に課題に取り組み、社会と企業の持続的成長を実現していくことだと思えます。簡単なことではありませんが、国連で採択された世界共通の持続可能な開発目標(SDGs)などを基本にして、社会に貢献することと企業価値を向上させることを実現したいと考えています。また、機関投資家による投資基準でも、環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)などの課題に対しての企業の取り組みが重要視されていますが、当社は1999年に環境に関する取り組みとして国際規格であるISO14001(環境マネジメントシステム)の認証を取得したこと、2003年に

コーヒーの生産国を支えるフェアトレードコーヒーの販売を開始したことなど、環境や社会に関する課題に早くから取り組んでいます。ガバナンスに関しても2003年に社外取締役2名の就任、2014年に相談役等の廃止などを実現し、透明性の高い経営を目指してきました。今後もESG課題に積極的に取り組む所存ですので、長谷川先生はじめ、皆様のご指導、ご鞭撻をお願いいたします。



取締役(CSR担当)  
奥村 一人