旭食品

各拠点で CSR 活動 新たな事業機会に

▲竹内孝久社長

「各地拠点の CSR 活動は、私の予測を超えるスピード感と広がりを見せている。地域行政や教育機関との連携、地域の生産者やメーカーとの商品開発、複数拠点でのフードバンク活動など従来にない多様性をつくり出している」と竹内孝久社長は語る。特に四国や中国など少子高齢化と過疎化が進む地域では「こうした危機感をバネに、突破口を見いだす方策」として CSR に注目しているという。「社会課題の解決は、重要な事業機会のきっかけだ。その意識が現場にも確実に浸透し始めた」と手応えを得ている。

今年 3 月、九州中央支店宮崎営業所は宮崎県都城市と包括連携協定を結んだ。災害対策や貧困支援、6 次産業の推進を柱としたものだ。昨年、連携協定を結んだ松山支店と東温市は、地元産品の販路拡大や備蓄商品の納入などを進めている。

▲都城市と連携協定

手を組むのは行政だけではない。名古屋支店は県立高校の生徒と地元特産のレンコンを使った乾麺を共同開発。商品が店頭に並んだ今年 4 月には生徒と店頭で販促活動を行った。次の新たな商品の企画も進めている。グループのデリカサラダボーイはコロナ禍で苦労する生産者を助けようと、地域の食材を利用した商品を開発。山口工場や愛媛工場で製造し「ご当地おにぎり」として販売した。同様の考えで、松山支店は地元の食品メーカーや放送局など 6 社と共同で茶碗蒸しを開発しシリーズ化。地元のスーパーで販売し好評だった。

以前から一部の拠点で実施していたフードバンクへの寄贈活動は、世間でフードロス削減への意識が高まるとともに全国へと広がった。大阪支店は門真市と協定を締結し、継続的に食品を寄贈。「支援を必要とする家庭と市のこども政策課がつながる一助になっている」と市の担当者は感謝する。食品ロスの削減へ向けてデリカサラダボーイは今年から MAP（ガス置換）商品の製造を始めた。保存料などを使わず食品の劣化を減らし消費期限を延長するもので、コロナ禍でまとめ買いの増えた消費ニーズにも対応する。看板商品の「ゆずづくし」は発売から 30 周年を迎えた。ゆず資源のさらなる活用を目指し、16 年には搾汁後の果皮からゆず精油を抽出する土佐山ファクトリーの事業を設立。グループの旭フレッシュが、抽出したゆず精油を仕入れて香料メーカーへ販売するビジネスモデルが稼働している。