CSR報告書 2019

豊かな食生活のための挑戦を、これからも。

Pasco

CSR報告書 2019

contents

01 編集方針、PascoのCSRビジョン

03 トップコミットメント
創業者から理念を受け継ぎ 現代の課題解決に取り組んでいく。

05 特集1
Pasco 100年ストーリー

07 特集2
Pascoを支える人たち

15 **豊かな食生活のために**

17 **ロス・ムダ・コスト削減**

19 **地球環境のために**

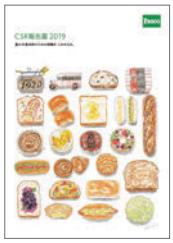
21 **働きがいのある職場づくり**

23 **社会への貢献**

25 会社概要

26 第三者評価、第三者評価を受けて

表紙について



敷島製パン(株)は1920年に創業しました。100年の間に数多くのパンがうまれ、今なお愛され続けている商品もあります。今回のイラストでは、その一部をご紹介。あなたの思い出のパンは見つかりましたか?

※表紙のイラストレーター　秋山洋子さんのプロフィールをPascoのホームページで紹介しています。

編集方針

Pascoは2020年に創業100周年を迎えます。これを見据えた本報告書は「豊かな食生活のための挑戦を、これからも。」をテーマとしました。
豊かな食生活を支えるためにイノベーションに挑戦し、さまざまな商品を生み出してきた100年の歴史があること。そして、その挑戦をこれからも続けていく、というPascoの姿勢と取り組みについてお伝えしています。
昨年に引き続き、掲載した取り組みをSDGs※の目標と対比しました。特集「Pascoを支える人たち」では社員の活動紹介に合わせ、4つのSDGsの目標およびターゲットをピックアップし、その関連性についてお伝えしています。
是非、この報告書をお読みいただき、みなさまからご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いです。

※持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals):持続可能な開発のための17のグローバル目標からなる、国連の開発目標。

◆報告書内に掲載(写真を含む)している商品の中には発行時期によっては取り扱っていないものがございます。あらかじめご了承ください。
◆社員は取材時の所属名を記載しています。

対象期間	2018年9月1日～2019年8月31日の実績を中心に掲載しています。一部にこの期間前後の取り組み内容を含みます。
対象範囲	敷島製パン株式会社(Pasco)および連結子会社・持分法適用会社のうち主要な8社(グループ企業)を対象としています。 ※第一食品株式会社は、事業停止により対象から除外しました。
発行時期	2019年11月 (次回:2020年11月予定、前回:2018年11月)
参照ガイドライン	GRIスタンダード

ホームページでは、
本報告書の内容をはじめ、
各種データやガイドラインとの対比表、
過去の報告内容などを掲載しています。

https://www.pasconet.co.jp/csr

創業の理念

金儲けは結果であり、目的ではない。
食糧難の解決が開業の第一の意義であり、
事業は社会に貢献するところがあればこそ発展する。

PascoのCSRビジョン

チャレンジ&夢を実現するための二つのテーマ「ファイナル・バリュー」と「トータル・プロセス」の取り組みを推進させる原動力となるのが「パートナー力」。
Pascoのパートナーとは、お取引先様や協力企業様、お客さま、地域のみなさま、グループ企業、そして社内の各部門、社員一人ひとり。
パートナー力向上のため、お客さまとの対話を大切にし、お取引先様や協力企業様との協働を図ります。

ファイナル・バリュー
～価値創造の取り組み～

- 安全・安心な商品、豊かで楽しい食生活に貢献できる商品の提供など、お客さまにとって「価値のある商品」の実現。

トータル・プロセス
～事業効率の向上の取り組み～

- あらゆる部門でのロス・ムダ・コスト削減。
- 社外のパートナーとの対話・協働による効率性の向上。
- 環境負荷の少ない持続可能な社会の実現。

Pasco CSR報告書におけるSDGsの位置づけ

Pascoは以下の7つの目標への貢献に取り組んでいます。この報告書の特集「Pascoを支える人たち」では、その中の4つの目標およびターゲットをピックアップし、関連性を見開きの右下において示しています。また、P15～24およびホームページにおいては、さらに3つの目標を加え、関連性を明示しています。

今回特集で紹介するSDGs目標とターゲット

2 飢餓をゼロに
飢餓に終止符を打ち、食料の安全確保と栄養状態の改善を達成するとともに、持続可能な農業を推進する

Pascoの取り組みに該当するターゲット | 2.4

2030年までに、生産性を向上させ、生産量を増やし、生態系を維持し、気候変動や極端な気象現象、干ばつ、洪水及びその他の災害に対する適応能力を向上させ、漸進的に土地と土壌の質を改善させるような、持続可能な食料生産システムを確保し、強靭(レジリエント)な農業を実践する。

3 すべての人に健康と福祉を
あらゆる年齢のすべての人の健康的な生活を確保し、福祉を推進する

Pascoの取り組みに該当するターゲット | 3.d

すべての国々、特に開発途上国の国家・世界規模な健康リスクの早期警告、リスク緩和およびリスク管理のための能力を強化する。

9 産業と技術革新の基盤をつくろう
強靭なインフラを整備し、包摂的で持続可能な産業化を推進するとともに、技術革新の拡大を図る

Pascoの取り組みに該当するターゲット | 9.4

2030年までに、資源利用効率の向上とクリーン技術及び環境に配慮した技術・産業プロセスの導入拡大を通じたインフラ改良や産業改善により、持続可能性を向上させる。全ての国々は各国の能力に応じた取り組みを行う。

12 つくる責任 つかう責任
持続可能な消費と生産のパターンを確保する

Pascoの取り組みに該当するターゲット | 12.3

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品ロスを減少させる。

P15～24で紹介するSDGs目標

4 質の高い教育をみんなに
すべての人に包摂的かつ公正で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する

5 ジェンダー平等を実現しよう
ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る

17 パートナーシップで目標を達成しよう
持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

The Top Commitment

創業者から理念を受け継ぎ現代の課題解決に取り組んでいく。

Pascoは2020年に創業100周年を迎えます。1920年にPascoは創業者・盛田善平により「金儲けは結果であり、目的ではない。食糧難の解決が開業の第一の意義であり、事業は社会に貢献するところがあればこそ発展する。」という理念のもとに創業しました。

創業の理念は100年後の現代においても全く色あせることなく、むしろより一層重みを増していると考えています。

今、世界的に国連による持続可能な開発目標SDGs（Sustainable Development Goals）への関心が高まっています。2030年に向けて17の目標が定められていますが、これはすべての国、すべての企業、すべての人のための目標であり、Pascoにも貢献できる目標がいくつか含まれています。今回のCSR報告書でも、SDGsに関連したPascoの取り組みを紹介しています。

私たちは「企業は社会に貢献することによって社会から支持され、生かされている存在である」ことを強く意識し、パンづくりに取り組んでいきます。

持続可能な社会に向けたPascoの取り組み

食料自給率向上のために

食料の安定確保と栄養状態の改善、持続可能な農業の促進に貢献する

国産小麦“ゆめちから”のパンづくりの取り組みは、創業の理念にもとづきPascoに何ができるかを考えて始めました。
製パン会社は製粉会社を通じて小麦粉を仕入れており、以前は国内の小麦生産者と直接会う機会がありませんでした。北海道でパンづくりに適した国産小麦“ゆめちから”が開発されたことをきっかけに、私たちは初めて生産者と直接話をすることができました。
当初、生産者には「1年かけて栽培しても、本当に小麦を買ってもらえるのだろうか」という不安があり、私たちは「みなさんが育てた小麦でPascoがパンをつくり、魅力ある商品になればお客さまは評価してくれます」と説明を重ね、納得して生産していただけるようになりました。
世界的な流れとして、原材料の産地や生産方法にも消費者が注目するようになっており、“ゆめちから”のブランド価値を高めることは、生産者にとってもメリットになります。
この取り組みが日本の農業の持続的な発展に少しでも資することになれば、Pascoとしての社会貢献にもなると考えています。

変化に対応するためのイノベーション

持続可能な生産と消費をつなぐ

Pascoがこだわる“余計なものを入れない”パンづくりでは、お客さまのニーズに向き合い、パンのつくり方、生産設備まで変える必要がありました。それらのイノベーションに加え、行動そのものもシンプルにし、スピーディーに動くことが色々なロスを減らしていくと考え、システム改善などにも工夫を重ねています。
社会課題の1つである食品ロスを減らしていくことはPascoだけでは解決できない課題ですが、1つの取り組みとして、単身世帯でも食べきれるハーフサイズの商品を用意しています。また、焼成後冷凍技術を用いた「焼成後冷凍パン」にも力を入れています。冷凍なのでそのまま長期保管できますし、必要なときに必要な量だけ食べられるので廃棄量を減らせます。

食生活をもっと豊かにもっと楽しく

人々の健康的な生活の確保に向けて

創業当時は米騒動が起きるなど、深刻な食糧難の時代でした。私たちがパンづくりに取り組んだのは、単に米の代わりにパンを提供するだけでなく、食生活の質の改善にも貢献したいという想いからでした。
現代も、日本人すべての食生活が豊かかというと、必ずしもそうではありません。食生活がおろそかにされていくのは、非常に危機的問題だと思います。
忙しさ、家族の生活の多様化など、さまざまな事情に対し、パンは簡便な主食として取り入れていただけます。理想の食生活を楽しんでいただくため、商品を豊富に取り揃えて提供すること、食べ方やメニューをお伝えすることで、バランスのよい食生活を提案していくこともPascoの役割だと考えています。
その中で、全粒粉やライ麦などを使用した「バラエティブレッド」のニーズが高まっています。健康を意識する方が増えたこともありますが、お客さまにとって少しでも食べやすい商品にしようと研究を重ねたことが評価につながったと感じています。
同様に、糖質制限をしている方向けの「低糖質」シリーズも、おいしさと健康を両立する商品開発を意識しています。

これからもめざしていくこと

私は、SDGsの「誰一人取り残さない（No one will be left behind）」という理念に感銘を受けました。この理念は、みなさんに豊かな食生活が行き渡るようにする、というPascoの存在意義と通じると考えています。今回の特集では、PascoでSDGsに関連した取り組みに携わる4人の社員を紹介しています。
私たちは、広く食関連分野での社会要請に応えるパンづくりで、社会が直面する課題解決に進んで取り組んでいきます。安全・安心を最優先に、健康で豊かな食生活の実現に向けた企業努力を積み重ね、社会の現状に常に関心を払い、社会の発展、環境保全に貢献する企業活動を推進・展開していく所存です。忌憚のないご意見・ご批評をいただければ幸いです。

※SDGsについてはP02で説明しています。

Pasco 100年ストーリー

1920 日本にパンを普及　1955 お客さま視点でのパンづくりへ　1980 パスコイノベー

想い・出来事

- **1920年** 敷島製パン(株)創業
- **1923年** 関東大震災においてパンを提供（パンは「保存が利き持ち運びに便利」と普及に繋がる）
- **1964年** 名神高速道路の開通に合わせて関西進出。その翌年に大阪豊中工場完成
- **1965年** 社内で消費者モニター制度を開始
- **1969年** 「Pan Shikishima Company」の頭文字をとった「Pasco」として東京へ進出。海外のパンを取り入れた差別化ブランドとして展開
- **1985年** 財団法人シキシマ学術文化振興財団を設立。地域経済・社会・文化の研究を助成

● 創業の理念

「金儲けは結果であり、目的ではない。食糧難の解決が開業の第一の意義であり、事業は社会に貢献するところがあればこそ発展する。」

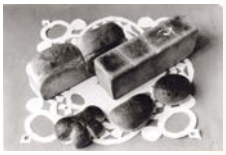
創業者 盛田善平

技術

- **1920年** ドイツ人製パン技師としてハインリッヒ・フロインドリーブ氏を迎える
- **1929年** 和菓子類の製造開始
- **1955年** A・D・M・I製パン法を完成、大量生産が可能に
- **1985年** 氷温発酵技術※の実用化に成功

商品

- **1950年頃の商品**



- **1957年発売 なごやん** 発売時は「金鯱まんじゅう」

- **1963年発売 ハイカロ** 十分な栄養分確保のため、油脂が多く配合されたパン

- **1965年頃発売 厚ぎり食パン** 「外はカリッと、中はふんわりしたトーストが食べたい」という関西のお客さまのニーズに応えた商品

- **1969年発売 イングリッシュマフィン** アメリカの企業から製法を学び開発

- **1970年発売 スナックパン** 当時ブームだったボウリングのピンをイメージしたパン

- **1975年頃発売 サンドロール小倉＆ネオマーガリン**

- **1982年発売 ローマンミール** 米国ローマンミール社と製造販売契約を締結し、全粒粉を使ったパンを発売

多岐にわたる技術を日本に導入

- **1984年発売 マイハート** サンフランシスコのみで受け継がれていた「サンフランシスコ乳酸菌」を日本でも実用化して開発

- **1986年発売 パスコデリカートルシア** スウェーデンのデリカート社との技術提携
- **1987年発売 ピコリーナ** パネトーネ乳酸菌の実用化に成功

社会背景

- **1919年** 米騒動が全国に広がる
- **1945年** 終戦の影響で食生活が困窮
- **1947年** 学校給食が再開される
- **1955年～** 三種の神器の普及（冷蔵庫、テレビ、洗濯機）
- **1964年** 東京オリンピック
- **1971年** 国内初のコンビニエンスストアがオープン
- **1985年** 男女雇用機会均等法制定
- **1991年～** バブル崩壊の影響で内食が増加

Pascoには、豊かな食生活のためにさまざまなイノベーションに挑戦し、バリエーション豊富な商品を生み出してきた100年の歴史があります。時代が変化しても、その想いと挑戦を続けていく姿勢は変わりません。100周年を迎えるPascoの歴史をふり返ります。

100周年

2000 2020

ションの確立

ニーズの多様化に対応

- **1988年**
  神戸冷食プラント操業開始
  日本で初めての
  冷凍生地専門工場
  販路を直営店だけでなく
  全国のリテイルベーカリーへ

- **1990年**
  本社部門と
  研究開発部門を
  集約した
  新本社ビル
  「テクノコア」完成

- **1995年**
  阪神・淡路大震災
  にて支援物資を提供
  神戸冷食プラント・
  大阪豊中工場も被災

関東大震災から
始まった
災害支援を継続

- **2003年**
  シキシマ、Pascoの
  2ブランド制から
  「Pasco」にブランド統合

- **2011年**
  東日本大震災にて支援物資を提供

- **2012年**
  帯広畜産大学と
  包括連携協定を締結
  関連ページ P07-08

- **2015年**
  SPS（スマート・パスコ・システム）稼動
  関連ページ P13-14

- **2017年**
  本格的な欧風パンの量産を可能にした
  アルチザンブレッドライン竣工

- **2018年**
  10月1日を
  「超熟の日」に制定

- **1997年**
  製造工程全体を管理する
  食品衛生管理の手法
  「HACCP手法」を
  業界で初めて導入

- **2008年**
  ISO22000の認証を
  国内全工場と
  製品開発部門に拡大

- **2015年**
  FSSC22000の認証を
  国内全工場で取得

- **1995年発売**
  PASCO SPECIAL SELECTION
  原材料や製法にこだわったシリーズ
  店舗限定でお届けしている

- **1992年発売**
  そのまんまトースト
  油脂を混ぜ込んであるので
  トーストするだけで
  そのまま食べられる

- **1995年発売**
  吟撰
  氷温発酵技術※を
  活用した食パン

- **1998年発売**
  超熟
  量産化が難しかった
  「湯種製法」を
  取り入れた
  「超熟製法」を開発

- **2008年発売**
  超熟
  イングリッシュ
  マフィン

- **1999年発売**
  十勝バター
  スティック

- **1999年発売**
  超熟ロール

- **2013年発売**
  超熟ライ麦入り

食料自給率向上への
貢献に向け国産小麦を活用

- **2012年発売**
  ゆめちから入り
  食パン
  （1ヵ月限定発売）
  関連ページ P07-08

- **2015年発売**
  超熟
  国産小麦

- **2015年発売**
  ゆめちから入り
  塩バターパン

- **2016年発売**
  くるみブレッド
  関連ページ P09-10

- **2017年発売**
  「低糖質」
  シリーズ

- **2017年発売**
  焼成後冷凍パン
  （パノラマコレクション）
  関連ページ P11-12

- **2018年発売**
  超熟
  フォカッチャ

- **1996年**
  腸管出血性大腸菌
  O157の食中毒が大発生
  消費者の環境や安全に対する意識向上

- **1996年**
  「成人病」→「生活習慣病」
  への名称変更
  健康への関心高まる

- **1997年**
  共働き世帯の割合が専業主婦世帯を上回る
  女性の社会進出が増加
  「簡単」な冷凍食品やレトルト・ファストフード利用増

- **2003年**
  食品安全基本法が成立

- **2014年頃～**
  SNSの普及
  舌より目で食を楽しむ時代に

※氷温発酵技術：パン生地を−3℃で72時間熟成させる独自の技術。（商品画像は発売当時のものですが、一部発売時期と異なる画像があります。）

特集2

Pascoを支える人たち

Pascoでは、お客さまにおいしいパンをお届けするために、
さまざまな部門でたくさんの人たちが働いています。
つくる・届けるだけでなく、パンをよりたのしんでいただくこと、
食品ロスをなくすことなど、Pasco Peopleが取り組んでいることを紹介します。

Pasco People 01

山田 大樹 やまだ だいじゅ

研究開発部
基礎研究グループ マネージャー

2002年入社。パスコ東京多摩工場にて食パン製造を担当したのち品質保証の仕事に従事。「ゆめちから入り食パン」に携わったことをきっかけに、帯広畜産大学大学院に留学。現在は基礎研究を行うほか、同大学との共同研究を進めている。

食料自給率の向上をめざして 国産小麦“ゆめちから”の研究開発

関連する目標

国産小麦“ゆめちから”との出会い

2012年6月にPascoで初めて国産小麦の小麦粉を使用した食パンとして「ゆめちから入り食パン」が期間限定で発売されたとき、私は多摩工場で品質保証の仕事に携わっていました。工場での試作に立ち会ったときに、これまでの外国産小麦とは異なり、“ゆめちから”はいつまでこねるんだろうと思うほど生地を長時間こねていましたが、予想以上にきれいなパンに仕上がったので、「面白い小麦だな」と、興味を持ったのです。その年の秋、帯広畜産大学大学院への留学の社内公募がありました。“ゆめちから”の研究・開発の第一人者である山内宏昭教授に教わるチャンスとあり、「ぜひ研究してみたい」と応募。一期生として2年間留学し、おもに“湯種”の基礎研究に取り組みました。

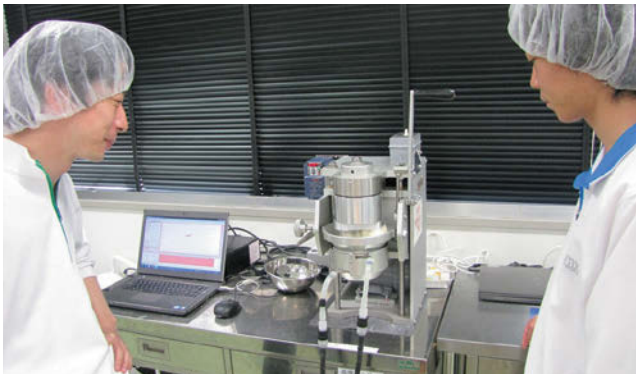
“ゆめちから”に興味をもつきっかけとなった「ゆめちから入り食パン」

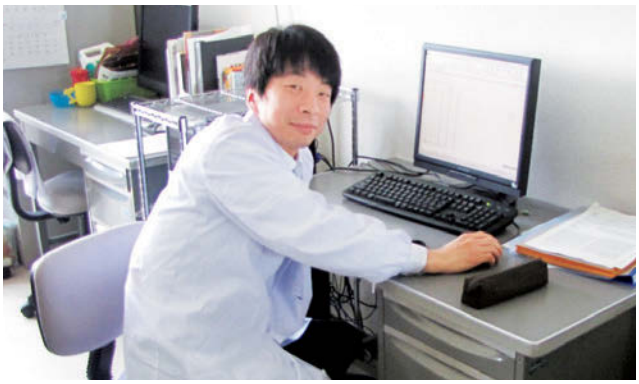
帯広畜産大学大学院での研究と指導

Pascoと帯広畜産大学とは包括連携協定を結んでおり、私は大学院生として学ぶだけではなく、共同研究や開発を行うほか、学生へ製パンに関する指導を行うこともありました。教授は理論的なお話を、私の方は実際に起こっている現象を話し、なぜ乖離が生じるのかを時間をかけてディスカッションしたりもしました。一期生だったので決まったメソッドがなく、ゼロから共同研究の形をつくっていくのは大変でしたが、それがベースとなり現在の継続したPasco社員の留学につながっています。
帯広畜産大学とは、実用化を見据えた共同研究を継続して行っています。2018年には「ゆめちから乳酸菌®」という優れた菌株を取得し、商品化も実現しました。この研究は“ゆめちから”という国産小麦の価値を上げていきたいという想いから始まっています。

国産小麦の生産拡大をめざして

“ゆめちから”に関しては、盛田社長が先頭に立ってPasco全体で取り組んでいます。盛田社長が毎年北海道を訪問し、対話を続けることで、生産者の方々とお互いに顔の見える関係を築いてきました。「国産小麦でパンをつくりたい」という私たちの想いに生産者が応えてくださり、“ゆめちから”が地元で根付き、全国へ広がることは、研究に携わる者として大きなやりがいを感じます。生産者の尽力に応え、より国産小麦の良さを引き出す研究を続けること、そして食料自給率の向上に貢献することが、私の目標です。生産者や研究者の方々と一緒に、進歩し続けていきたいです。





帯広畜産大学大学院 研究室にて

2019年、さらなる研究成果の創出をめざし、帯広畜産大学との共同研究講座「Pasco未来パン共同研究講座」を開設しました
（写真左／盛田社長、右／帯広畜産大学奥田学長）

“ゆめちから”普及への取り組み

「ゆめちから乳酸菌®」の発酵種を使った「パネトーネ」

「ゆめちから乳酸菌®」とは

“ゆめちから”の小麦粉から調製した発酵種より分離し、その中から“製パン・製菓に有用なオリジナル乳酸菌”として選定された菌株。この菌株からつくった発酵種を使用すると、マイルドな酸味としっとりやわらかな食感のパンの製造が可能に。

“ゆめちから”について詳しくはコチラから

“ゆめちから”の取り組みが貢献するSDGs目標のターゲット解説

目標2：ターゲット 2.4

目標2のターゲット2.4は、2030年までに持続可能な食料生産システムの確保をめざし、気候変動や災害に対応する農業の普及を促すもの。
Pascoは国産小麦の小麦粉の使用比率を上げることで、国産小麦の生産拡大への貢献に取り組んでいます。

※ターゲットの原文はP02に掲載しています。

Pasco People

02

亀谷 実央 かめや みお

東日本支社営業三部営業課
（取材当時）

2011年に入社以来、営業職に携わる。現在江東区・台東区・墨田区の量販店を担当。日々担当店舗を巡り、新商品の提案や試食販売を実施するほか、食パンやイングリッシュマフィンといった定番商品の売場づくりを積極的に進めている。

お客さまが求めるものを常に考え生活者視点で商品提案

関連する目標

3 すべての人に健康と福祉を

お取引先様との信頼関係づくり

私が大切にしているのは、お取引先様とのコミュニケーションです。どういったお客さまが多くて、どんな商品が売れているのかといった売場の情報はお店の方が一番知っています。そうした情報を教えていただけるように、お取引先様との関係づくりを大切にしています。パンのこと以外もいろいろな話をしたり、商品を置いていただいた後のアフターフォローも確実に行っています。たとえば、提案した商品を並べた数日後、次は1週間後とお店に足を運び、自分で販売状況を確認します。また、お店に行くときは時間帯を変えて売場に行くようにしています。時間帯ごとに商品の売れ行きは違いますし、こうした情報を私が確認して伝えることでお取引先様との信頼関係が築けると考えています。こうして売れ行きを自分の目で確かめたり、社内システムでデータを分析することで、それぞれのお店に合った品揃えを提案しています。

店頭での試食販売も自ら提案して実施

● バラエティブレッドのラインアップ

バラエティブレッドとは

全粒粉や雑穀、フルーツなどの素材が入った食パンです。健康感がありながら食べやすいものや、素材のおいしさを味わえるものなど、上記のラインナップをそろえており、健康志向の方や、いつもとちょっと違った朝食を楽しみたい方におすすめです。

生活者視点で提案すること

商品を提案する際は、自分も生活者視点で「売場にこんな商品があったら」と感じたことを提案するように心がけています。自分自身がどうしたら楽しく買い物ができるか考えると、商品の種類が豊富で、選んで買える品揃えがあることが大切だと思います。また、地域によってお客さまの年代、嗜好がかなり異なるので、それぞれのお店に合った商品を提案するようにしています。年配の方や若い家族が多い地域では、量が多いと食べ切れないのでハーフサイズがよいとか、外国の方が多い地域ではライ麦や全粒粉のパンのコーナーを広げるなど、さまざまです。こちらが売りたいものを押し付けるのではなく、お客さまの求める商品を提案することがお店にとってもプラスになると考えています。

店頭で食べ方提案

定番商品のコーナーには、おすすめのレシピを紹介するリーフレットを設置。

催事ではPOPで商品や食べ方を提案

食べ方提案で選択肢を広げる

最近は健康志向の方が増えています。Pascoには全粒粉やライ麦の入った「バラエティブレッド」シリーズがありますが、いつもと違うものに少し抵抗があったり、食べ方がわからないといったお客さまのために、試食販売で味や食べ方を伝えています。特に「くるみブレッド」は、くるみの栄養価が注目されていることもあって人気があります。一口食べれば必ずくるみにあたるほど、たっぷりくるみが入っていて個人的にもおすすめです。健康を気にする方は多くても、わざわざ食事に何かをプラスするのは時間的にも難しい。「バラエティブレッド」は特別なものではなく、そのままでも食感や味を楽しめますし、健康感のあるものをいつもの食生活に取り入れて、ちょっとした贅沢を楽しめるということを提案し、お客さまの食卓の選択肢を広げていけたらうれしいです。

バラエティブレッドが貢献するSDGs目標のターゲット解説

目標3：ターゲット 3.d

目標3のターゲット3.dは、開発途上国を含め、世界中で健康リスクの緩和や管理の強化を意図しています。Pascoは健康志向に対応した食の選択肢の提供、食べ方提案で、お客さまそれぞれの健康づくりへの貢献に取り組んでいます。

Pasco People

03

お取引先様の課題やニーズに応える焼成後冷凍パンを広めたい

関連する目標

12 つくる責任 つかう責任

園田 貴久子 そのだ きくこ

中部冷食部営業一課 係長

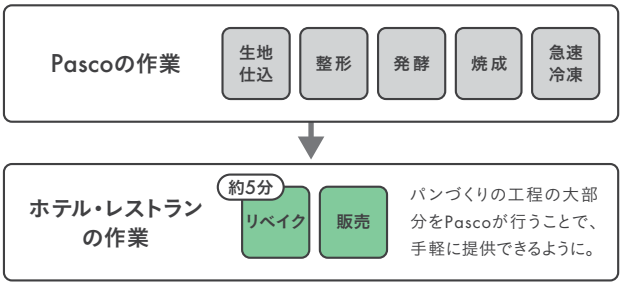
2004年入社。中部冷食部にて営業を担当。2回の産休・育休を経て、時短勤務を利用しながら営業に復帰。愛知県内、特に名古屋市内のホテルやレストラン、問屋を中心に担当。

Pascoの焼成後冷凍パン

私は入社以来、冷食部門で営業に携わっていて、近年は業務用の焼成後冷凍パン（パノラマコレクション）の提案に力を入れています。焼成後冷凍パンは、工場で焼き上げたパンを急速冷凍し、店頭でリベイク（温め直し）するだけで焼きたての味が楽しめるパンのこと。手軽に本格的な味の焼きたてパンが提供できるので、ホテル、レストラン、問屋といったお取引先様に提案しています。

たとえばホテルでは、何百人というお客さまが集まるパーティーなどでパンを出す場合、パンを均等にスライスするだけでも大変だということで、スライス済みのバゲットやカンパーニュをご利用いただいています。リベイクするだけなので、スタッフの方が入れ替わっても、同じ品質で焼き上げることができます。すぐに具材をはさめるよう、パンにスリット（切り込み）の入ったものなど、Pascoの焼成後冷凍パンはバラエティが豊富なので、それぞれのご要望に応じた商品提案をするよう心がけています。味や品質の高さが求められる業界のお取引先様から、Pascoの焼成後冷凍パンを認めていただいているのはうれしいですね。

● 焼成後冷凍パンの作業軽減のしくみ



必要な時に必要な分だけ、焼きたてのパンを提供する

お取引先様からよく聞くお悩みは、人手不足の問題です。焼成後冷凍パンは、そうしたお悩みに対応できる商品としてご提案しています。焼成後冷凍パンなら5分リベイクするだけで焼きたてパンとして提供できるので、スタッフが少ない朝一番の商品の品ぞろえや、夕方にお客さまが増える時間帯などにも、便利に使っていただいています。

必要な時に必要な分だけ使えるという利点も大きいと思います。冷凍でストックしてあるパンを1個単位で、あるいはスライスされた1枚単位で必要な分だけ焼き上げて使っていただけるので、廃棄の削減につながっていくことにも期待しています。

焼成後冷凍パンという選択肢があることで、こうした課題を解消するお手伝いができればと考えています。

焼成後冷凍パンへの期待

Pascoの焼成後冷凍パンは、バゲットやカンパーニュといったハード系のパンが多くそろっています。パンは朝食というイメージが根強いですが、夕食や、お酒のつまみになるようなものもあるので、お取引先様にはさまざまな提案をしています。食べ方提案はその一つ。レシピの考案から、社内での試作・試食、写真撮影まで自分でアイデアを出して行っています。苦労をして提案したメニューが実際に商品化されると、やりがいを感じます。

また、お取引先様からPascoの焼成後冷凍のフレンチトーストについて「小倉あんをのせて、名古屋風にアレンジしている」「乾燥しにくいので、ビュッフェにも向いていた」といったフィードバックを受けて新たな活用法を知ることもあります。

営業活動をしていると、価格面でのご要望であったり、アレルギーや糖質制限、高齢化への対応など、さまざまなご要望をいただきます。そうした声を社内にフィードバックしながらお応えして、焼成後冷凍パンを広めていきたいです。

メニュー提案のために、試作を繰り返し行っています

● 焼成後冷凍パンの一例

スライスやスリットを入れた商品もラインナップ。

ルヴァン
バゲットスライス

カンパーニュ
スライス

フラットバゲット

厚ぎりフレンチ

Pascoオンラインショップ限定 焼成後冷凍パン 「L'Oven(ル・オーブン)」

焼成後冷凍パンは業務用だけではありません。ご家庭用としてはオンラインショップ「L'Oven(ル・オーブン)」を展開。急速冷凍した風味豊かなパンをご家庭に直送しています。オーブントースターでリベイクをするだけで、焼きたてのおいしさをお楽しみいただけます。

詳しくは
コチラから

焼成後冷凍パンが貢献する SDGs目標のターゲット解説

目標12:ターゲット 12.3

目標12のターゲット12.3は、サプライチェーン全体を見据えて食品ロスの削減に取り組むもの。
業務用の焼成後冷凍パンの開発・提供により、お取引先様での食品ロスの削減や人手不足解消への貢献に取り組んでいます。

Pasco People

04

小松 雅一 こまつ まさかず

SPS推進部 部長（取材当時）

1994年入社。技術職を経験した後、SPS推進部の前身である業務改革部へ異動。SPSの立ち上げにおいて製造領域のシステム構築に携わり、2018年にSPS推進部長に。システム改善でさらなる業務効率化をめざしている。

業務効率化と意識改革をめざして全社をつなぐ新システムを構築

関連する目標

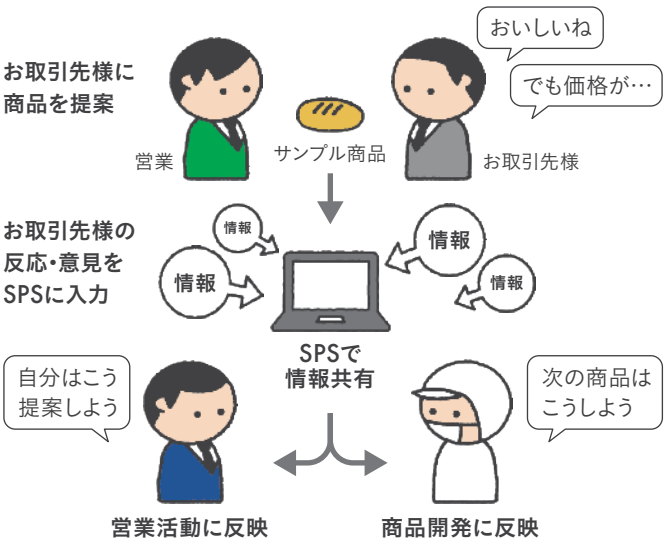
SPSとは　スマート・パスコ・システムの略。企画、開発、製造、販売、物流をはじめとするPascoのあらゆる業務を支える基盤システム。

ゼロからの構築でシステムを一新

新システムであるSPS（スマート・パスコ・システム）の構築は、約4年半をかけた一大プロジェクトでした。以前は関東・中部・関西の各拠点でシステムが管理されていたため業務の重複作業も多く、システム間の連携を図るにも手間がかかり、効率が悪いものでした。また、これまで売上を重視する考え方でやってきていましたが、そもそもの仕組みや考え方を大きく変えて、売上重視から売上を伴う利益重視へと方針を転換しました。ゼロベースで新しいシステムを構築するため、このプロジェクトがトップダウンで始まったのです。

● SPSでの情報共有の流れ（一部事例）

目的…お取引先様の商品への評価・ご意見を開発担当者に共有する仕組みを活用し、お客さまに支持される商品開発へつなげていく。



気軽にミーティングができる環境の中でイノベーションにつながるアイデアが生まれる

SPS導入による意識変化

こうして誕生したのがSPSです。工場では、衛生管理や品質管理といった業務のPDCAをSPSが担うようになりました。これまで紙で管理していた稟議書は電子回覧になり、紙の削減・意思決定までの時間削減など、業務効率化が進んでいます。

営業では、モバイルパソコンやスマートフォンを全員に配備し、SPSを活用した働き方改革にも取り組んでいます。画面上で即座に取引条件を確認したり、店頭での販促事例やお取引先様から聞いたお客さまの声を商品の評価として共有するなど、データ活用することで業務を効率化しています。それらの情報は開発部門にも共有され、お客さまの声を反映した商品開発につながっています。

SPSを社内に普及させていくのには苦労しました。何度か説明会を実施するものの、当初は新しいシステムへの抵抗感や、関心の低さが少なからずありましたから。それでも、トップダウンで業務の効率化と意識改革という指針を明確に打ち出したことに加え、運用を進めるにつれ効果が目に見えて現れてきたことで、社員に意識変化が生まれてきました。業務の最適化、見える化、コストダウンが必要であるという意識が高まったのは、大きな成果だと思います。

SPSがめざすこと

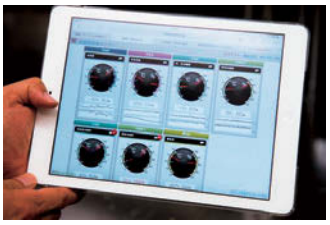
生産活動におけるロス削減や働き方改革など、取り組むべき課題はまだ多くあるので、SPSのさらなる改善や新しい取り組みを続けています。

新しいシステムを開発しても、それを活用するのは人です。創業100周年を迎えるにあたり、Pascoの原点を各自で理解し、組織カルチャーを変えること、将来のPascoを担う人材を育成することも重要だと感じています。これまで以上にお客さま視点での商品提供を行い、社会へ貢献するために、社員一人ひとりの行動を支援する「相棒」としてSPSを活用してほしいと考えています。

製造現場でもSPSが活躍

原材料の管理や製造工程、稼動時間の管理などもSPSが担っています。工場内ではタブレット端末も活用されています。

取り組み事例 **冷蔵庫の温湿度管理**



IoT化し、
冷蔵庫の
温湿度データを
自動収集

こんな効果が！

- チェック工数の削減
- 記入ミス・漏れの防止
- 異常時はアラートメールで即時発見
- 24時間365日測定可能

SPSが貢献するSDGs目標のターゲット解説

目標9：ターゲット 9.4

目標9のターゲット9.4は、2030年までに業務工程でのエネルギー・資源の効率的利用を拡大し、持続可能な産業化へのイノベーションを求めるもの。SPSは、そのような技術革新を実現するための社内のインフラといえます。

豊かな食生活のために

より広くおいしさを届け、豊かな食生活を支え続けます。

10月1日を「超熟の日」に制定

2018年10月、「超熟」が発売20周年を迎えたことを機に、日本記念日協会より10月1日が「超熟の日」に制定されました。「超熟の日」にはイベントなどを行うことで、より多くの人に「超熟」の小麦本来のおいしさを知っていただき、豊かで楽しい食生活をお届けする機会としていきます。

2018年10月1日、東京ミッドタウンにおいて「超熟の日」制定イベントおよびキッチンカーによる試食イベントを実施。延べ1,700食を提供しました

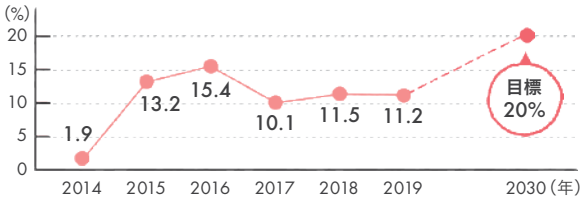
国産小麦の積極的な使用

Pascoは日本の食料自給率向上へ貢献するため、国産小麦“ゆめちから”の小麦粉を使用した商品ラインナップの充実を進めています。

これまで、2020年までに国産小麦の小麦粉使用比率を20%に引き上げることをめざして取り組みを続けてきましたが、産地の天候不順などにより、国産小麦の収穫量の面において目標達成が厳しい状況です。目標達成のための調達量の確保は中長期で取り組む必要があるため、目標の達成期限を2030年とし、国産小麦の生産者をはじめとする関係者のみなさまと協力しながら、継続して取り組みを続けていきます。

Pascoの国産小麦の小麦粉使用比率の推移

Pascoでは年間の小麦粉調達量に対する、国産小麦の小麦粉調達量の比率を算出しています。



※2014～2018年は1月から12月末までの年間実績値、
2019年は1月から8月末までの速報値です。
※「CSR報告書2018年版」に掲載の2018年の数値は1月から8月末までの速報値です。
※国産小麦の生産状況などにより、使用比率が減少する場合もあります。

九州地区に初進出し、商品供給を開始

Pascoは、九州地区での物流拠点の確保に目処が立ったことから、福岡県内に営業所を開設。2019年7月より、九州に共同配送センターを有するお取引先様の九州北部エリア内の店舗に「超熟」シリーズを中心にバラエティブレッド、国産小麦シリーズなどの商品供給を開始しました。今後は店舗配送での商品供給も視野に入れ、お客さまに安心しておいしく召し上がっていただける商品をより広い地域へ提供できるよう努めていきます。

九州地区の店頭に並ぶ商品には、こちらのシールを貼付しました

Pascoの新たな取り組みとして商品の輸出をスタート

海外では日本食ブームの国も多く、日本を訪れたことがある海外の方が自国で日本の食品を買い求めるケースも増えています。こうした背景を踏まえ、Pascoでは日本で製造した商品を輸出し、海外で販売する取り組みをスタートしました。台湾では、「中秋節」や「春節」に合わせて、焼菓子「なごやん」「種子島スイート安納いも」を販売。国内外の展示会にも出展し、海外のバイヤーの方々との商談も進めています。複数の国からお取引のご要望を受けており、今後は社内の体制も強化しながら海外へPascoの商品をお届けしていきます。

香港で開催されたアジア最大規模の食品見本市に出展

オンラインショップをリニューアル

2018年11月、Pascoのオンラインショップを全面リニューアルしました。商品カテゴリーを整理し、従来の「なごやん」店と「ロングライフブレッド」店に、焼成後冷凍パン・菓子の新店舗「L'Oven(ル・オーブン)」店を追加した3店舗体制に生まれ変わりました。

●「なごやん」店

名古屋銘菓として、発売から60年以上愛され続けているPascoのロングセラー商品「なごやん」をお届けします。季節のご挨拶やご進物、お供えなどにもおすすめです。

「焼印入りなごやん」の取り扱いスタート

オンラインショップ限定で、「ありがとう」や「祝」など心が伝わるメッセージが入った「焼印入りなごやん」の取り扱いが始まりました。オリジナルのメッセージを入れることもできます。

●「ロングライフブレッド」店

「ロングライフブレッド」店は、常温でも日持ちがする「ロングライフブレッド」シリーズをお届けします。このシリーズは、長時間熟成発酵させたパネトーネ種を生地に使用しているため、風味がよく、しっとりしたおいしさが長持ちします。賞味期間が長いので、買い置きして手軽にお楽しみいただけます。

●「L'Oven(ル・オーブン)」店

ご家庭でも「最高においしいパンを、最良の状態で食べていただきたい」という想いから生まれた焼成後冷凍パン・菓子の新店舗。風味豊かなパンを急速冷凍し、お客さまのご自宅に直送します。L'Ovenのパンと相性がよいチーズやローストビーフなどの食材も、厳選してお届けしています。

VOICE

通販オリジナル商品の販売とともに新たなパン食文化も広めたい

マーケティング部
SNSマーケティング
コミュニケーショングループ
水谷 栄(後列右)

今回のリニューアルでは、「通販でしか購入できない、オリジナルで付加価値があること」にこだわり、商品を揃えました。「焼印入りなごやん」は名前やメッセージが入れられるので、結婚式や敬老の日、母の日など、さまざまなイベントでお使いいただきたいですね。「L'Oven(ル・オーブン)」は「焼成後冷凍パン」という一般的な認知はまだ低いカテゴリーですが、冷凍だからこそ焼きたてのようなおいしさをご家庭でも味わえることをより多くの方に知っていただきたいです。オンラインショップでは商品を販売するだけでなく、食の楽しさや豊かさを伝え、新たなパン食文化を普及させていきたいです。

私のおススメ商品

超熟フォカッチャ 4個入

スープやおかずをプラスするだけできちんとした食事が完成!

食品量販店向けの営業をする中で、特に共働きの女性を意識した提案をしています。「超熟フォカッチャ」はスープなど1〜2品用意すればきちんとした食事になるので、働く女性の味方です。数ヵ所切り込みを入れてから、ソースやピザチーズをのせてピザ風にアレンジしてもおいしいですよ。

東日本支社
営業二部 営業二課
江口 真衣

ロス・ムダ・コスト削減

12 つくる責任 つかう責任

品質の安定化とロス削減のため「TPM活動※」を継続しています。

※ TPM(トータル・プロダクティブ・メンテナンス/マネジメント)活動：あらゆるロス・ムダ・コストを削減し、品質と生産性を高める改善活動。

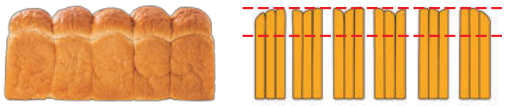
パスコ東京多摩工場

「超熟 国産小麦(3枚入)」機械停止削減の取り組み

パスコ東京多摩工場
製造一課のメンバー

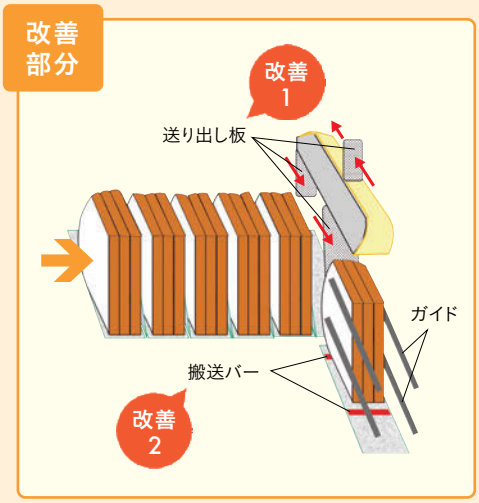
取り組みの背景

山型食パンは形状が一定でないため、包装工程で搬送不良による機械停止が多発していました。特に多かった2ヵ所での取り組みを紹介します。



山型食パンの上部は、同じ形状がない。

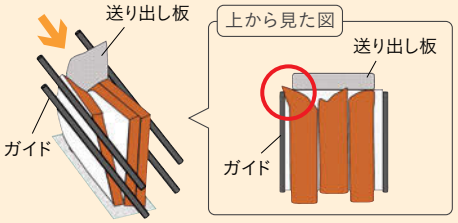
改善部分



改善1

発生状況

3枚にスライスされたパンを包装工程に押し出すとき、1枚引っかかってしまうことがある。

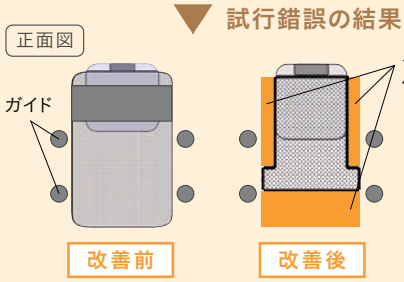


パンを送り出す時に引っかかってしまう。

▼

送り出し板部分で対策を検討。

▼ 試行錯誤の結果…

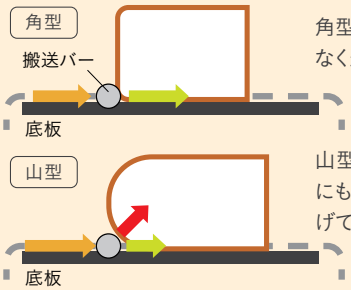


パンを押し出す送り出し板の形状を改良し、送り出し部での機械停止がゼロに！

改善2

発生状況

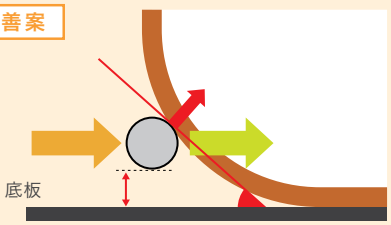
山型は上部が丸いため、搬送バーに乗り上げやすく、パンが送られないことがある。



角型は搬送バーでパンを問題なく送り出すことができるが、

山型はパンを押す力が上方向にもかかり、搬送バーに乗り上げてしまう。

改善案



搬送バーを若干高くして、力の伝達方向を調整。

▼

この工程での機械停止がゼロになり、品質も安定化

パスコ
埼玉工場

「ミルケーク」生地ロス改善 &品質安定化の取り組み

パスコ埼玉工場 製造二課のメンバー

取り組みの背景

従来は切り落としていた「端生地」のロスをなくすため開発された「ミルケーク」。発売前に生地ロスを減らし、品質を安定化する取り組みを行いました。

これまでの商品は両端をカット

ロールケーキ類の場合

生地の端が
ロスになってしまう。

従来の商品イメージ

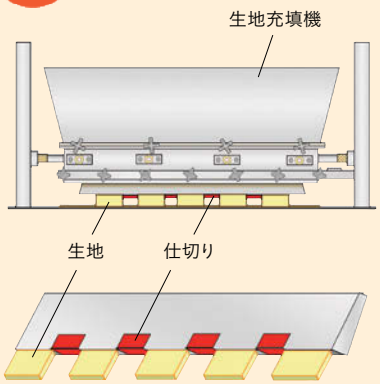
従来のスポンジケーキは
端をカットしていた。

ミルケークの構造

生地の端をカットしないまま
スポンジを重ねてクレープを巻く。

生地ロスを改善！

改善1 生地5列流し

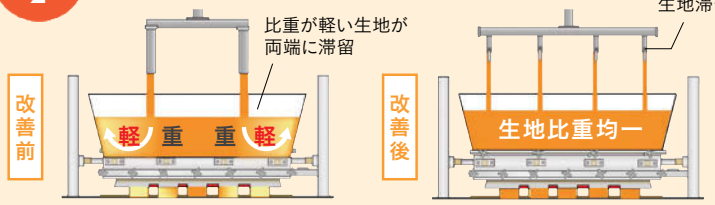


従来の設備では生地を流すのは4列までだったのを、5列で流せるよう仕切りを改良。

生産性アップ！

改善2

課題 2列分岐ノズルでは生地の比重にバラつきが出て、食感・生地ボリュームなどの品質に影響してしまう。

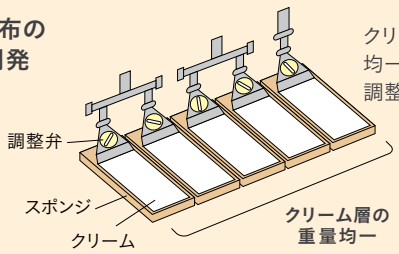


2列分岐ノズルだと生地が滞留し
比重がバラつく。

生地の滞留を防ぎ、
品質を安定化。

改善3 クリーム塗布の調整弁を開発

クリームの層が
均一でない



クリーム層を
均一にするための
調整弁を開発。

品質の安定化

私の
おススメ
商品

あらびきソーセージ

学生時代からお世話になった商品を今は工場でつくっています

パンがほんのり甘くてふわふわなので、噛むとソーセージの塩味とマスタードの粒々感が合わさり、うま味となって広がります。以前は包装を担当していましたが、現在は仕込み工程の担当をしています。良い状態のパンをお客さまに届けられるような生地づくりを心がけ、包装工程までチェックしています。

犬山工場
製造二課
木ノ元 隆之

地球環境のために

事業活動における影響を把握し、さまざまな保全活動を継続しています。

● 環境保全に関する目標と実績

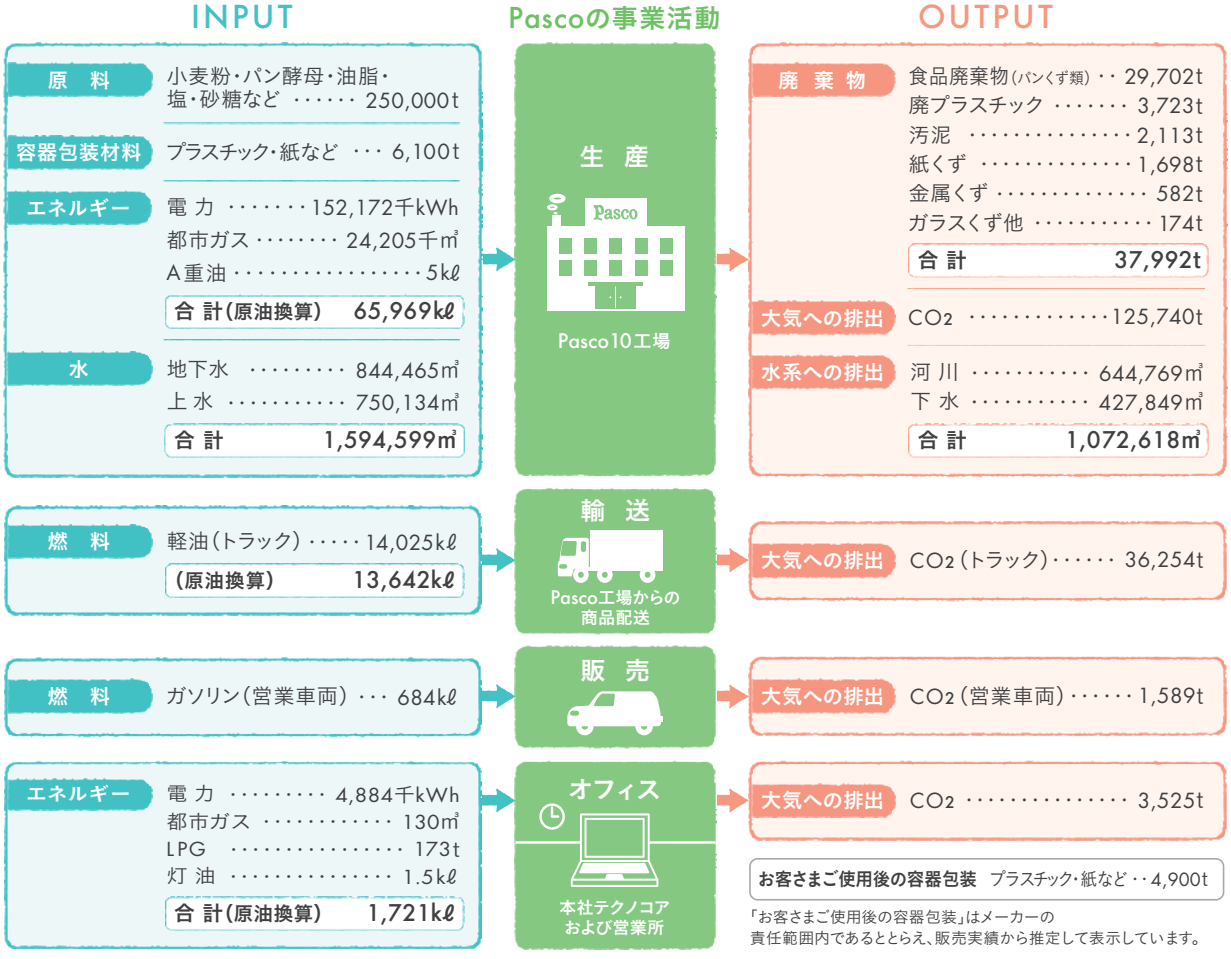
項目		環境目標	2017年度実績	2018年度実績	自己評価
エネルギー	生産・オフィス	生産・オフィスに係るエネルギー使用原単位※(原油換算kℓ/標準卸金額)を、中長期的にみて**年平均1%以上削減**	0.4256kℓ/百万円	0.4318kℓ/百万円(1.5%増加)	☂
エネルギー	輸送	輸送に係るエネルギー使用原単位(原油換算kℓ/売上高)を、改正省エネ法に基づき**年平均1%以上削減**	0.0770kℓ/百万円	0.0772kℓ/百万円(0.3%増加)	☂
食品廃棄物		食品廃棄物発生原単位(食品廃棄物発生量/売上高)を、**194kg/百万円以下に削減**	185kg/百万円	189kg/百万円	☀
廃棄物全体のリサイクル		廃棄物全体のリサイクル率を、**90%を維持しさらに向上させる**	93.0%	91.4%	☂
食品廃棄物のリサイクル		食品廃棄物のリサイクル率を、**95%を維持し100%に近づける**	99.1%	99.8%	☀

自己評価：☀ 当該年度の実績が目標値を上回りました。☁ 当該年度の実績が目標値を下回りましたが、前年度より改善されました。☂ 当該年度の実績が前年度より改善されませんでした。

※原単位とは、一定量の商品を生産するために必要な原材料やエネルギーなどの量を表す単位。

● 事業活動の全体像

対象期間 2018年4月～2019年3月(2018年度)



「お客さまご使用後の容器包装」はメーカーの責任範囲内であるととらえ、販売実績から推定して表示しています。

各種環境データの詳細については、ホームページに掲載しています。 https://www.pasconet.co.jp/csr/data

INPUT［エネルギー使用量の削減］

生産・オフィスに係るエネルギー使用原単位（原油換算kℓ/標準卸金額）は、老朽化した冷凍機・空調機の更新や照明のLED化を進め、エネルギー使用量削減を図りましたが、刈谷工場新ライン立ち上げなどの影響により前年より使用量が1.8%、使用原単位が1.5%の増加となりました。
輸送に係るエネルギー使用原単位（原油換算kℓ/売上高）は、配送業者の働き方改革推進による労務改善で配送コースが細分化され、配送車両数が増加したこともあり、前年より0.3%増加となりました。

OUTPUT［リサイクル率の推移］

廃棄物全体のリサイクル率は91.4%で目標の90%を達成したものの、前年より1.6ポイントダウンしました。使用済プラスチックの輸出規制、廃棄物固形燃料化施設の飽和状態などによるプラスチックのリサイクル率低下、および廃プラスチック量の増加がおもな要因です。新たなリサイクル業者と契約するなど廃プラスチック類のリサイクル化を推進します。
食品廃棄物においては発生原単位189kg/百万円と、2018年度におけるパン製造業の目標値である194kg/百万円以下に抑えることができましたが、食品廃棄物発生量が前年より2.8%増加しました。2019年度よりパン製造業の目標値が166kg/百万円に引き下げられることもあり、今後もより一層食品廃棄物発生量の低減に取り組みます。

原材料の輸送距離を抑制し CO_2排出量を削減

地球環境に配慮し、CO_2排出量削減に取り組み続けています。2017年7月、購入先と協力して原材料の一部（蔗糖型液糖）の輸送距離の抑制を図り、年間24t のCO_2排出量を削減しました。

容器包装の省資源化の取り組みを推進

Pascoは商品の包装材料の省資源化の取り組みを継続しています。「国産小麦」シリーズの菓子パン・菓子に関しては2018年9月から、食卓ロール類に関しては2019年2月から包装材料薄肉化を実施。どちらも商品1包装当り約12.5%削減できました。

工場における省エネ教育の実施

パスコ埼玉工場にて外部講師による省エネ教育を実施しました。事前に工場のエネルギー使用状況を確認し省エネの可能性について診断したうえで、工場全社員を対象にエネルギー利用に関する正しい知識、情報、考え方を身につけることを目的に教育を実施しました。2019年は5回の講演を実施。講演後はトラックバックシート（アンケート）を記入してもらい、次回の講演に繋げています。特にエネルギーを多く使用する製造現場での課題認識、対策を行うことが、会社全体の省エネにとってより有効となります。持続可能な環境づくりに向け、継続して取り組める仕組み・体制づくりをめざします。

私のおススメ商品

ルヴァンバゲット
※この商品は業務用のため、市販されておりません。

ホテルやレストランで認められるよういつも同じ品質を心がけています

この商品は、ホテルやレストランで扱っていただく焼成後冷凍パンです。石窯オーブンで直焼きしているので、遠赤外線効果で表面がパンッと張ったふっくらとした焼き上がりに。他のバゲット商品と比べても酸味があり、私は一番好きなパンです。チーズフォンデュで食べると、ワインにもよく合います。

刈谷工場
製造七課
金原 友加里

働きがいのある職場づくり

多様な社員がより安心して働ける職場環境づくりを推進しています。

「Pasco すくすくネット」で産休・育休中の社員への情報発信や職場復帰を支援

2017年9月より産休・育休中の社員を対象にしたSNS「Pasco すくすくネット」をスタートし、各エリアの両立支援担当者と対象社員のコミュニケーションツールとして活用しています。長期にわたる休業期間中の会社情報の発信や、育児への不安などの相談の場としても利用。より充実した子育て支援、スムーズな職場復帰の実現に向け、サポートしています。

VOICE

SNSで時間を気にせず連絡でき助かっています

神戸冷食プラント 総務グループ
廣澤 友美(両立支援担当)

以前は連絡手段が電話しかなく、電話中にお子さんの泣き声が聞こえてきた時は申し訳なく思い、手紙で対応することもありました。今はお互いに時間を気にせず連絡が取れて助かっています。SNSの活用をより広めたいです。

自分のタイミングで返信でき見返せるのも便利です

神戸冷食プラント 製造課
石倉 潮理(育休中)

SNSは子どもを寝かしつけながらでも気がねなく連絡や相談ができます。トークは特定の人しか見られないので安心ですし、文字に残るから内容を見返すこともできます。画像付きの新商品情報など、簡単にPascoの情報をチェックできるのも便利です。

スライドワーク(時差出勤)を導入

スライドワークとは、1日の所定労働時間はそのままで事前申請のうえ始業時間を15分単位で繰り上げ・繰り下げできる制度です。Pascoはよりフレキシブルな職場環境を整えることで業務効率の向上と個人の労働意欲向上を図ることを目的に、2019年4月1日より本社勤務者を対象に導入しました。育児や介護による都合だけでなく、早めに出勤してからスポーツジムへ行くなど自己研鑽目的の利用も可能で、在宅勤務の工場への適用範囲拡大もあわせ、より個人のライフスタイルに合わせた働き方の拡充を推進しています。また、毎年社員アンケートを実施し職場環境改善にも努めています。

「名古屋市ワーク・ライフ・バランス推進企業」に認証

Pascoはワーク・ライフ・バランスの取り組みについて一定以上の基準を満たす企業として、名古屋市より「ワーク・ライフ・バランス推進企業」の認証を受けました。2019年1月25日、名古屋市役所正庁で行われた認定書授与式で、市長より認定証が授与されました。今後も「働きやすい、働きがいのある職場環境」「個々のライフの充実」「イノベーションの創出」の3つを目標に活動を推進していきます。

作業者の負担を軽減し
みんなにやさしい環境づくりを推進

大阪昭和工場製造三課ではTPM活動※として、作業者の年齢や体格を問わずみんなにやさしい職場環境づくりに取り組み、重筋作業軽減を図りました。まず作業を見直した結果、生地が入ったボックスを持ち上げる動作が特に腰への負担になっていたことがわかりました。改善策として人に代わってボックスを持ち上げるリフターを導入し、安全な作業方法を学ぶ教育用の動画も制作。導入・稼動前に全員が動画を見て学びました。動画には日本語と英語のテロップを入れ、外国人技能実習生にも対応しています。今後も、誰もが安全に作業できる働く人にやさしい職場づくりを継続していきます。

※ TPM(トータル・プロダクティブ・メンテナンス/マネジメント)活動:あらゆるロス・ムダ・コストを削減し、品質と生産性を高める改善活動。

リフター

リフターで生地が入ったボックスを持ち上げられるように

VOICE

働きやすい職場づくりが会社への貢献につながる

人事部ダイバーシティ推進室
(大阪昭和工場駐在)
ダンゴル チバ

TPM活動を行うにあたり、ライン作業者全員から意見を聞きました。持つ物が重く、女性を中心に「腰への負担が大きい」という意見が多くあり、これを改善できないかと考えました。男性作業者と女性作業者とでは体力差、体格差があるという点を理解してもらいながら活動を進めました。

TPM活動の成果発表会では他工場の社員とも交流でき、環境を改善していくことで会社に貢献できると強く感じました。

現在は外国人技能実習生を対象にした日本語教育や、仕事・プライベートの相談も受けています。実習生が仕事にも日本の文化にも少しずつなじめるように、これからも橋渡し役をしていきます。

● 人事・労務に関するおもなデータ

より働きやすく働きがいのある職場づくりをめざして、各種制度を充実させています。

	法定基準	Pascoの規定		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
パートナー社員を含む社員数			男性	3,961人	3,898人	3,952人	3,681人	3,730人
			女性	1,648人	1,604人	1,744人	1,847人	1,891人
育児休業取得者	原則として子が1歳に達するまで(ただし保育所に入所できないなどの特別な事情がある場合は2歳に達するまで)		男性	0人	3人	2人	1人	5人
			女性	44人	47人	42人	44人	42人
介護休業取得者	被介護者一人につき通算93日まで・3回を上限	被介護者一人につき通算365日・3回を上限	男性	0人	0人	0人	1人	2人
			女性	1人	2人	3人	1人	1人
短時間勤務利用者(育児)	3歳未満	小学校6年生終了まで	男性	1人	0人	0人	0人	0人
			女性	76人	72人	115人	127人	140人

※データは、敷島製パン株式会社の値を示しています。 ※育児休業、介護休業、短時間勤務とも、対象は正社員、パートナー社員を含みます。
※社員数は各年8月時点、その他は各年9月～8月までの値を示しています。

私のおススメ商品

片手でおいしい!
クロワッサンダマンド 3本入

サックリ食感が長持ちするよう工夫を重ねて開発しました

私は「クロワッサンダマンド」のサックリ食感が好きで、購入した翌日もサクサク感が続く商品をめざしました。開発の際には製造ラインでのテストがなかなかうまくいかず苦労しましたが、サックリ感が長持ちする商品が完成しました。夏は冷凍していただくと、パリッとした新食感が楽しめますよ。

製品開発部
製品企画開発グループ
伊藤 和美

社会への貢献

地域との交流を大切にしながら豊かな社会づくりに貢献し続けます。

食への関心を高める「ゆめちから栽培研究プログラム」を実施

Pascoは㈱リバネスと協働で「ゆめちから栽培研究プログラム」に取り組んでいます。このプログラムは、学生たちが自ら国産小麦“ゆめちから”について肥料の与え方と収穫量の関係をテーマに、生育状況の観察、データの分析、実験を行い、最適な栽培方法を研究していくものです。また、栽培した小麦を使用してパンをつくり食べることを通して、日頃食べているものがどこから来て、誰によって、どのようにつくられたのかを意識し、人との繋がりの中に生きている自分を発見することを目的としています。
2012年から続いており、2018年度は関東地区の中学校・高校3校を課題研究校に任命し、第7期の活動が行われました。約1年をかけて栽培研究をする他、Pasco社員によるパンづくり教室や工場見学、公益社団法人日本フィランソロピー協会による「食料自給率を考えるワークショップ」などを開催しました。
プログラムでの体験を通して、次世代を担う中高生が作物の栽培や研究に興味を持ち、日本の「食」への関心が全国で高まっていくことをめざし、これからも活動を継続していきます。

北海道江別市の小学校で「パンの出前授業」開催

北海道江別市にある小学校で、Pasco社員による親子向け出前授業を行いました。
「自分たちが暮らす江別で採れた野菜や小麦、乳製品が、おいしいパンになるところを勉強して江別をもっと好きになってもらう」ことをテーマに、38名の生徒に参加いただきました。DVDによるパン工場の紹介や、江別産の小麦について勉強したあと、北海道限定発売の「超熟」を使ったミニクッキングを実施。チョコホイップを絞ったり、ジャムを塗ったりと、親子で楽しんでいただきました。最後は「超熟マン」も登場し、大いに盛り上がりました。

「チア ジャッキーズ！」との協働展開で保育園に絵本を寄贈

Pascoでは、人気絵本シリーズ「くまのがっこう」の社会貢献活動「チア ジャッキーズ！」との協働展開として、2016年9月より全国の私立保育園に絵本を寄贈する活動を行っています。
2019年6月29日（土）には、栃木県・群馬県・茨城県の私立保育園1,248園に、1,740冊を寄贈しました。
栃木県宇都宮市にて開催した寄贈イベントでは、園児親子で参加するミニコンサートや体操を行い、パンができるまでを紹介した他、パンづくりのワークショップも実施。園児たちが国産小麦“ゆめちから”やパン生地に触れ、小麦粉の粉ひき体験をするなど、パンづくりを楽しく学ぶお手伝いをしました。

「名古屋ウィメンズマラソン2019」に協賛
「マラソンEXPO」に出展

「名古屋ウィメンズマラソン2019」大会オフィシャルブレッドのスポンサーとして、ランナーの栄養補給やラストスパートをサポート、完走されたランナーにパンを提供しました。
また、スタート地点のナゴヤドームで行われる「マラソンEXPO」にブースを出展。超熟シリーズ、国産小麦シリーズの展示やおすすめ商品のサンプルの配布を行いました。
当日はPascoオリジナルカプセルトイを販売。カプセルトイの売上は、中日新聞社会事業団を通じ、東日本大震災復興支援金として寄付しました。

「健康未来EXPO2019」に協賛

「ひろくひとびとの健康と美に貢献します」というPascoの経営理念をメッセージとして伝えていく取り組みとして、ポートメッセなごや（名古屋市国際展示場）で開催された、みて・ふれて・まなぶ医のテーマパーク「第30回 日本医学会総会 2019 中部市民展示『健康未来EXPO 2019』」にブース出展しました。
「食と健康」をテーマとしたパネル展示を行い、「超熟」のつくり方を紹介するコーナーや、クイズラリーを実施しました。クイズラリーではPascoオリジナルカプセルトイを景品としてプレゼント。また、「ブランスティック 5種のフルーツ&グラノーラ」のサンプルの配布や、焼成後冷凍パン「L'Oven（ル・オーブン）」のフォトスポットを設置しました。

私の
おススメ
商品

ゆめちから小麦と
米粉のロール 6個入

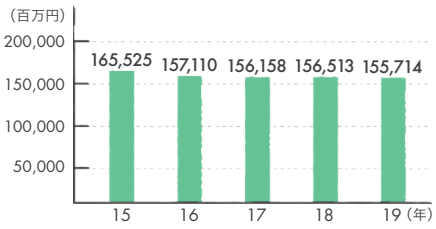
焼くとお餅みたいにもっちもち！磯辺餅風の食べ方が好きです

北海道産小麦“ゆめちから”の小麦粉と新潟県産米の米粉を入れたロールパンで、もっちり感がたまりません。トーストするとお餅みたいにもっちもちになります。和のお総菜とも相性がよく、じつはごはん派の私も大好きな商品です。おすすめは磯辺餅風の食べ方で、しょうゆをたらし、トーストして海苔を巻けばできあがりです。

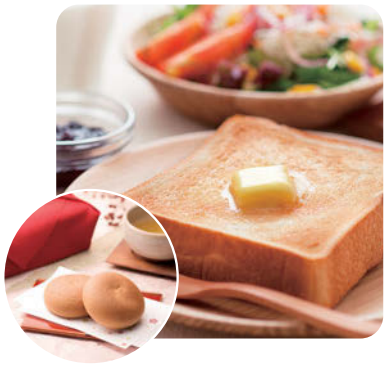
西日本支社
営業一部 京都営業所
荒川 和也

名　　称 ／ 敷島製パン株式会社
本社所在地 ／ 〒461-8721
名古屋市東区白壁五丁目3番地
事業内容 ／ パン、和洋菓子の製造、販売
創　　業 ／ 1920年6月(大正9年6月)
資 本 金 ／ 1,799百万円
売 上 高 ／ 155,714百万円
社 員 数 ／ 4,081人
工 場 数 ／ 国内に13工場
(グループ企業3工場含む)
事業所数 ／ 国内41事業所
取引銀行 ／ (株)みずほ銀行・
(株)三菱UFJ銀行

売上高の推移



製パン・製菓事業



1920年(大正9年)の創業以来、製パン分野は事業の中心的役割を果たしてきました。長い伝統に培われた技術力と、常に新しい価値づくりを指向するチャレンジ精神は、数々のロングセラー商品を生み、食事用パン市場で「超熟」シリーズがNo.1のシェアを獲得するなど、トップメーカーの自負と誇りをもって事業を展開しています。また、国産小麦"ゆめちから"の小麦粉を使用した「超熟 国産小麦」を発売するなど、食料自給率向上に向け取り組んでいます。製菓分野においては、創業まもない1922年(大正11年)から製菓市場に進出し、おいしさや品質の向上を追求してきました。そのなかでも「なごやん」は名古屋を代表する銘菓として親しまれています。

冷食事業

高品質な冷凍生地や焼成後冷凍製品を全国各地のベーカリーや外食産業などへ広く供給しています。また、業務用や家庭向けの通販サイトを通じて、手軽に購入いただけるよう対応しています。

業務用サイト
https://www.pasconet.co.jp/frozen
家庭用サイト
https://www.pascoshop.com

海外事業

香港・台湾・インドネシア・中国へ進出し、製パンホールセール事業、リテールベーカリー事業を展開。Pascoで培った技術やノウハウ、想いを伝え、それぞれの国の食生活にも貢献しています。「世界に羽ばたくPasco」をスローガンにPascoブランドを世界に広めるべく活動しています。

※各数値は2019年8月末現在あるいは2019年8月期

事業所

本社・カンパニー
本社テクノコア
パスコイーストカンパニー
パスコウエストカンパニー
パスコ冷食カンパニー

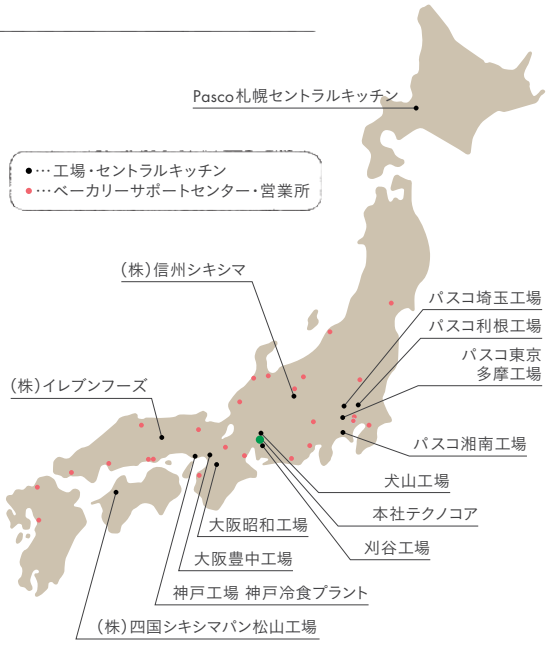
ベーカリーサポートセンター
仙台ベーカリーサポートセンター
渋谷ベーカリーサポートセンター
岡山ベーカリーサポートセンター
熊本ベーカリーサポートセンター

工　場
パスコ利根工場
パスコ東京多摩工場
パスコ湘南工場
パスコ埼玉工場
刈谷工場
犬山工場
大阪豊中工場
大阪昭和工場
神戸工場
神戸冷食プラント

営 業 所
北関東営業所
千葉営業所
目黒営業所
新潟営業所
甲府営業所
富山営業所
金沢営業所
福井営業所
長野営業所
松本営業所
浜松営業所
静岡営業所
津営業所
京都営業所
福知山営業所
和歌山営業所
山陰営業所
岡山営業所
広島営業所
山口営業所
福岡営業所
Pasco札幌事業所

セントラルキッチン
Pasco札幌セントラルキッチン

海外駐在員事務所
パリ事務所



グループ企業

株式会社 四国シキシマパン
[パン・菓子類の製造・販売]
株式会社 信州シキシマ
[パン・菓子類の製造]
株式会社 イレブンフーズ
[パン・菓子類の製造]
愛知ミタカ運輸 株式会社
[パン・菓子類の輸送・配送]
株式会社 パスコ・エクスプレス
[パン・菓子類の輸送・配送]
パスコ・ロジスティクス 株式会社
[パン・菓子類の輸送・配送]
株式会社
レアールパスコベーカリーズ
[ベーカリーショップの運営]

海外拠点・合弁会社

香港　Panash Limited
[ベーカリーショップの運営]
台湾　Nisshi Chain co., Ltd.
[ベーカリーショップの運営]
インドネシア　PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
[パン・菓子類の製造・販売]
中国　上海頂盛食品工業有限公司
[パン・菓子類の製造・販売]

第三者評価

村木 厚子様
むらき あつこ

1955年高知県生まれ。1978年高知大学卒業。同年労働省（現厚生労働省）入省。女性政策、障がい者政策などに携わり、2008年雇用均等・児童家庭局長、2012年社会・援護局長などを歴任。2013年7月から2015年9月まで厚生労働事務次官。
現在は、津田塾大学客員教授、伊藤忠商事（株）社外取締役など
［著書］『日本型組織の病を考える』（角川新書）など

最近、お目にかかる多くの方が、胸にSDGsの17の色が入ったバッジをつけていて、SDGsへの関心が大きく高まっていることを実感します。SDGsはもちろん社会課題解決のための目標ではありますが、投資家の関心が高まる中、企業にとっては、ESG投資の拡大などにも表れているように、ビジネスそのものの中心的課題の一つとなっています。

こうした中で、本年度のCSR報告書では、昨年度の自社の取り組みがSDGsのどの目標に該当するかというマッピングから大きく1歩進んで、自社のSDGsへの取り組みをいくつものストーリーとしてしっかりと描きだしてくれました。例えば、SDGsの目標2「飢餓をゼロに」に関連して、帯広畜産大学と共同して、国産小麦“ゆめちから”を開発・栽培し、食料の安定確保と持続可能な農業の促進に貢献をしているストーリーが語られました。また、焼成後冷凍技術を用いた「焼成後冷凍パン」の開発では、SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」に関連して、サプライチェーン全体を通じて食品ロスを減らし持続可能な生産と消費のかたちの確保に貢献しています。

ところで、SDGsの17ある目標の第17はパートナーシップです。上述の“ゆめちから”については、帯広畜産大学への継続した社員留学も含め、大学との共同研究を進めるとともに、他企業と協働して中学校・高校向けの教育プログラムも開発しています。さらには盛田社長自ら毎年北海道の生産農家を訪問して顔の見える関係づくりを行うなど、多くのパートナーとの協働作業で進めています。また「焼成後冷凍パン」については、業務用のみならず、家庭用の販売を行うことで、レストランなどの飲食産業はもとより、一人ひとりの市民が食品ロスの削減に取り組むことにも貢献しています。

永く愛され続けるパンづくりという本業そのもので、しっかりとSDGsに貢献し、それを多様な主体とともに推進していること、また、それをPascoの創業の理念にもつながるストーリーとして報告書にまとめたことを高く評価したいと思います。
さて、ここまで進化してきたPascoのCSRの次なるステージは何でしょうか。社員一人ひとりが自分自身の仕事に取り組む中で、社会的価値の創造について、主体的に、高い視点、広い視野で考えることによって、次のステージは創り出されるように思います。社員一人ひとりの問題意識と挑戦に支えられた次なる進化を心から期待します。

第三者評価を受けて

家田 茂
敷島製パン株式会社
常務取締役

村木様におかれましては昨年に引き続き、PascoのCSR活動に対し示唆に富んだ評価を賜り、感謝申し上げます。

PascoにとってSDGsは、人々の生活の質の向上への貢献をめざす際の指針となり、事業の価値を客観的に評価する基準にもなると考えます。

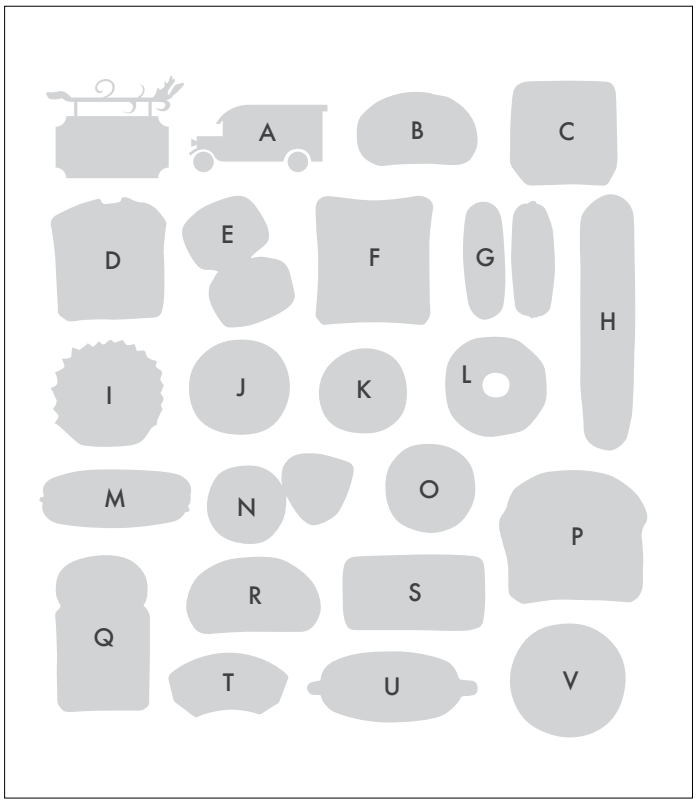
村木様のお言葉にあるように、事業を通じて社会に貢献することがPascoのストーリーといえます。社会からの要望にお応えし、Pascoのパンが人々の生活の一部として受け入れられてこそ、私たちのストーリーは続いていきます。

そのためにPascoは、社員一人ひとりが社会からの要望を理解し、自身の仕事を通じて社会に貢献していくためのチャレンジを続ける組織でありたいと考えています。今年はSDGsを推進する部署も新たに設置しました。社員一人ひとりが自身のストーリーを語る力を備えていくことも重要と捉え、推進していきます。

今取り組んでいることに誇りを持ちながら、Pascoは“次のステージ”に向けて、社内で議論を重ねてまいります。

村木様には深く感謝申し上げますとともに、今後ともご支援ご鞭撻を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。
この報告書をお読みいただいたみなさまにおかれましては、忌憚のないご意見、ご感想をお寄せいただくとともに、引き続きお力添えを賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

敷島製パン株式会社
Pasco Shikishima Corporation



表紙のイラストについて

1920年の創業から現在まで、
Pascoがお届けしてきたパンの数々です。

A ：創業当時のトラック
B ：「窯焼きパスコ 国産小麦のカンパーニュ くるみレーズン」
C ：「厚ぎり食パン」(1965年頃発売当時)
D ：「くるみブレッド」のアップルシナモントースト
E ：「ゆめちから入り塩バターパン」
F ：「超熟」のバタートースト
G ：「ゆめちから小麦と米粉のロール」の玉子サンド
H ：「窯焼きパスコ 国産小麦のバゲット」
I ：「シナモンロール」
J ：「超熟イングリッシュマフィン」のエッグベネディクト
K ：「なごやん」(1957年発売当時)
L ：「My Bagel」のフルーツオープンサンド
M ：「超熟ロール」のホットドッグ
N ：「三角帽のクロワッサン」
O ：「フロランタンみたいなケーキ」
P ：「シードブラウン食パン」
Q ：「超熟 国産小麦」のブルーベリートースト
R ：「パン・ド・カンパーニュ」のオープンサンド
S ：「超熟フォカッチャ」
T ：「厚切りバウム」
U ：「あらびきソーセージ」
V ：「国産小麦のクラウンメロンパン」

お問合せ先
敷島製パン株式会社 総務部 CSR事務局
〒461-8721 名古屋市東区白壁五丁目3番地
Tel.052-933-2111　Fax.052-933-9601　https://www.pasconet.co.jp

森の町内会 間伐に寄与する紙 www.mori-cho.org
この印刷物に使用している用紙は、森を元気にするための間伐と間伐材の有効活用に役立ちます。

FSC www.fsc.org ミックス 責任ある木質資源を使用した紙 FSC® C004803
Forest Stewardship Council®(森林管理協議会)の基準に基づき認証された、責任ある管理がされた森林からの原料を含むFSC認証紙を使用しています。

VEGETABLE OIL INK
地球環境保護のために、このパンフレットには植物油インキを使用しています。

2019.11