CSR報告書 2022

変化する時代の中で。

CSR報告書
2022

contents

01 編集方針、PascoのCSRビジョン

03 トップコミットメント
コロナ禍で再確認した Pascoのあるべき姿

09 特集
私たちがめざすもの

15 **SDGsの取り組み**

17 **豊かな食生活のために**

19 **社会への貢献**

21 **地球環境のために**

23 **ロス・ムダ・コスト削減**

24 **働きがいのある職場づくり**

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

長引くコロナ禍や世界情勢の影響などで社会に閉塞感が漂う今だからこそ、開放的な空間でおいしくパンを召し上がってほしい。今回はそんな想いをイラストに込めました。いつもお客さまに寄り添うパンをお届けするために、Pascoはこれからも挑戦を続けていきます。

※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

CSR報告書2022では、「変化する時代の中で」をテーマとしました。

コロナ禍がもたらした急速な環境変化の中で、社会へ貢献するという想いをもって、変化に対応し挑戦を続けていくという姿勢を表現しています。

トップコミットメントでは、コロナ禍で再確認できたPascoのあるべき姿や目標を、盛田社長と、さらなる活躍が期待される女性社員との座談会を通じて紹介しています。また、SDGsに取り組む意義と必要性が増し、PascoではSDGs各委員会を中心に組織的・計画的な取り組みを進め、取り組みの紹介にあたっては、SDGsの目標と対比し、アイコンを表示しました。

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。

◆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。
◆社員の所属、取り組みなどの掲載内容は、取材当時のものを含みます。

対象期間	2021年9月1日～2022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7社（グループ企業）を対象としています。 ※Panash Limitedを含みます。 また、株式会社イレブンフーズは、事業停止により対象から除外しました。
発行時期	2022年11月 （次回：2023年11月予定、前回：2021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

PascoのCSRビジョン

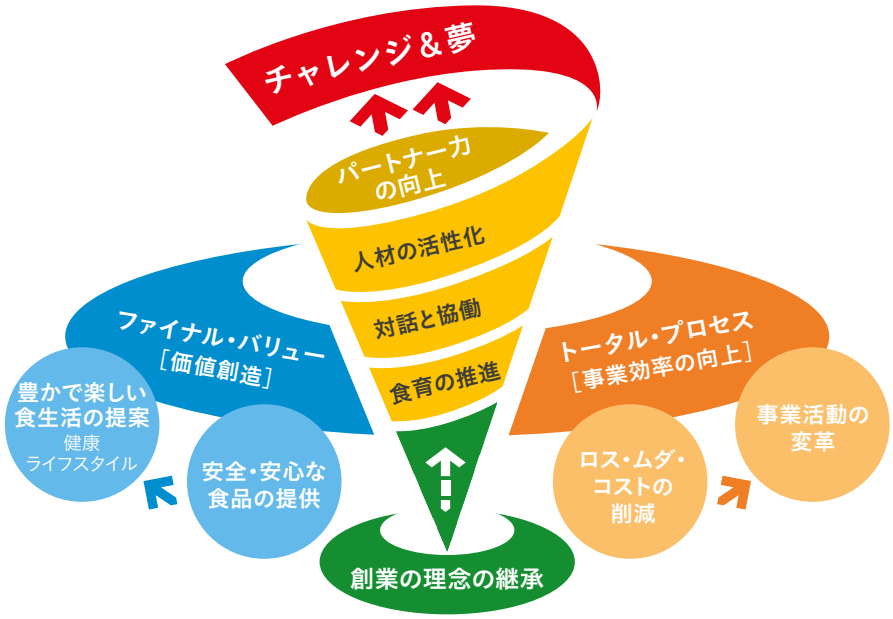
チャレンジ＆夢を実現するための二つのテーマ「ファイナル・バリュー」と「トータル・プロセス」の取り組みを推進させる原動力となるのが「パートナー力」。
Pascoのパートナーとは、お取引先様や協力企業様、お客さま、地域のみなさま、グループ企業、そして社内の各部門、社員一人ひとり。
パートナー力向上のため、お客さまとの対話を大切にし、お取引先様や協力企業様との協働を図ります。

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。



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 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。
P15～24およびホームページにおいて関連性を明示しています。

※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。

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

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

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

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

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

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

Top Commitment

トップコミットメント

コロナ禍で再確認した Pascoのあるべき姿

長引く新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）の影響により、
家庭と職場の両立が求められるなかで、もっとも負担を受けているのは女性だと言われています。
Pascoが激変する社会情勢を乗り越えていくためにすべきことについて、
盛田社長と女性社員が話し合いました。

座談会参加メンバー

Yukiko Fukaya

深谷 由起子

パスコ冷食カンパニー
冷食営業統括部 広域冷食部 部長
（取材当時：同部営業一課 課長）

コンビニエンスストアやカフェに向けて焼成後冷凍パンの営業を担当。Pascoに女性活躍のための制度が整う前から育児をしながら努力を重ね、現在は管理職としてチームをまとめている。

Atsuo Morita

盛田 淳夫

代表取締役社長

創業の理念を受け継ぎ、100周年を迎えた2020年に新たな「経営理念」を発表。4つのSDGs委員会を発足させ、社会課題の解決に向けて積極的に取り組んでいる。

Ayako Odachi

大舘 亜矢子

広域営業本部
CVS統括部 チーフ

営業、販売促進業務を経験し、現在は2児の育児をしながらコンビニエンスストア本部担当として活躍中。商品の回転の早いコンビニチェーンへの提案のため、ほぼ毎週商談を行っている。

Yuki Teramoto

寺本 由季

パスコウエストカンパニー
営業企画グループ

営業を経験したのち、市場分析とそれに基づく販促企画の立案・推進、商談用資料の作成などを担当。2022年からSDGs教育・ジェンダー平等委員会に参加している。

Yuka Onari

男成 祐香

営業DX推進部
営業業務DX推進グループ

東日本地区、西日本地区で営業経験を積んだのち、社内公募に応募し、営業業務DX推進グループに異動。新たな知識や考えを吸収しながら、営業力の強化および効率化に取り組んでいる。

Wakana Koyama

小山 若菜

製品企画部
ライフスタイル・マーケットトレンド
研究グループ

営業経験を積んだのち、マーケティング研究希望により現グループに異動。食やライフスタイルに関するトレンド情報を収集・研究し、全社に向けて情報発信を行っている。

安定的にパンをお届けする重要性に気づかされ、改めて人の食を支えていることを実感しました

小山 若菜

パンデミックの時代を乗り越えるために

盛田 2020年にPascoは創業100周年を迎えました。創業当時は第一次世界大戦の終戦直後で、スペインかぜ[※1]が猛威を振るい、日本では米騒動が起きていた時代です。そんな状況の中で、Pascoは「食糧難を解決し、社会に貢献する」ことをひとつの目標として創業しました。そして100周年にあたる2020年、新型コロナの感染拡大が始まり、わたしたちは創業時の状況を肌感覚で知ることとなりました。今の時代は、社会構造も含め、とても大きな変化が起きようとしています。社会の中ではダイバーシティ・インクルージョン[※2]の考え方が非常に重要になり、コロナ禍もあって、変化のスピードは一層加速し、それに対応するための瞬発力が求められるようになりました。そのような変化をみなさんがどのようにとらえ、取り組んできたのか、話し合っていきましょう。

目の前の変化に対応しながらどんな価値を創造できるか

大舘 コロナ禍が始まった頃、急な感染拡大のために子どもを預けることもできない状況でしたが、すぐに在宅勤務に切り替えられたことで、家で子どもの世話をしながら仕事をすることができ、非常に助かりました。お取引先様も混乱状態で電話もかけられなかったため、企画書と一緒にコトPOP[※3]をつくって郵送するなど、コミュニケーションを維持するために何ができるかを考え行動をしました。また、コロナ禍によってお客さまのニーズも変わりました。お子さんが家で過ごす時間が増えたことで、そのままでも食べられ、アレンジもしやすい複数個入の食卓パンの販売数が増えました。その後、外出できない期間が続き、ストレスを感じている方に向けてはごほうび的なスイーツ、健康を意識する方には低糖質パンを、というように、どんどんお取引先様のご要望もニーズに合わせて変化していきました。その変化にできる限り対応することで、結果としてお客さまのご要望に寄り添えたのではないかと思います。

コトPOP

小山 最初の緊急事態宣言が出されたとき、私は新潟営業所にいました。首都圏では買い占めでスーパーの棚が空っぽになるなどパニック状態でしたが、新潟は感染者が少なく、当初は影響を感じませんでした。そのうち、首都圏の影響で新潟でも商品の確保が難しくなってきて、安定的にパンをお届けする重要性に気づかされました。いつもPascoのパンを選んでくださっているお客さまに、不安な状況だからこそいつもの味を安心して楽しんでいただきたい。その思いでお取引先様への連絡も素早く、誠実にと心がけていました。その時、改めて人の食を支えていることを実感しました。

※1:1918〜1920年にかけて全世界的に流行したH1N1亜型インフルエンザの通称。
※2:多様性を受け入れ、良い部分を認め合う考え方。
※3:商品の説明ではなく、食べ方などの情報を紹介するPOP。

できるだけ柔軟な働き方ができる職場環境を用意して、問題解決につなげていきたいですね

盛田 淳夫

その後、2020年9月に多摩工場の営業に異動したときは、コロナ禍で営業活動が制限される中、お取引先様との関係性をどうやって築くのか、どうコミュニケーションを取れば良いのか悩みました。でも、直接お話しできない分、見ただけで伝わるように資料の説明を詳しくしたり、試食用の商品を送る際には思いが伝わるよう手書きのメモを添え、関係性を築くために工夫しました。こうした新たな営業方法にチャレンジできたことは、良い経験になりました。

男成 食品メーカーとして、必要な方に商品をお届けすることは、私もとても大切だと思います。Pascoではこども食堂やフードバンクなどへの支援を行っていますが、私もこども食堂の食材配布に参加したことがあります。運営の方によると、夏休みに入ると給食がなくなり、痩せてしまう子がいるそうです。コロナ禍になったことで、そういったご家庭へさらにしわ寄せが及んでいるそうです。スーパーに商品を置くことだけでなく、こども食堂などへの支援の取り組みを広げていくことで、Pascoがもっと社会貢献できればいいと思います。

盛田 厚生労働省の調査では子どもの7人に1人が貧困状態にあるとされ[※4]、ひとり親家庭の中でも女性のひとり親家庭が特に貧困状態に陥りやすいそうです。では、なぜそもそも男性より女性の方が低収入かというと、育児と両立するにあたって、就業規則などの壁があり正規雇用では働きづらい状況にあるのだとか。そのような状況が社会全体にあるとすれば、Pascoとしてはできるだけ柔軟な働き方ができる職場環境を用意して、問題解決につなげていきたいですね。企業にはその責任がありますし、それがダイバーシティ・インクルージョンにもつながります。

情報共有の加速による新たな価値創造

寺本 私が所属する営業企画グループでは、営業の社員が使う商談用の資料を作成しています。コロナ禍の影響で社会全体がすごいスピードで変化していて、先行きが不透明な時代になりました。そんな中、お取引先様からは、この先どうしていくべきか教えてほしい、と言われます。半年先も見えない中で根拠に基づいた資料をつくるために、「今何が流行っていて、今後こういう需要が生まれるのでは」と、できる限り市場の変化を細かくとらえることを心がけています。営業の社員を通じて、お取引先様から「提案が客観的で良かった」とか、「Pascoだけがこういう提案をしてくれた」と信頼につながる評価をされ非常にやりがいを感じました。また、提案を通じてお客さまともつながれるのでは、とも思います。

小山 私も変化を素早くとらえて柔軟に対応していくことを意識しています。私の業務は、市場やお客さまの意識を調査し、変化やトレンドを社内にいち早く伝えることです。トレンド情報を集めるときは、知識を得るだけではなく、実際に体

小山さんが発信している「丸の内カワラバン！」

パンを買うことでうれしさや楽しさを感じる。
お客さまにそういう「気分」を提供したいと思いました

深谷 由起子

験して落とし込むことが重要だと感じています。たとえば、私はZ世代について研究していますが、その世代でないとわからないことも多く、Z世代の気持ちを理解するために、TikTokを始めたり、人気YouTuberの動画を見たりすることも（笑）。柔軟性を持って、さまざまな価値観や多様性を意識しながら情報収集をしていきたいです。こうして得たトレンド情報は、「丸の内カワラバン！」という社内向けコンテンツで定期的に配信しています。さまざまな部署の方に、これからも有益な情報を伝えていけるよう、チャレンジしていきたいと思っています。

深谷 まさにそういうトレンド情報を知りたくて、私は先日小山さんに相談したんです。そうしたらすごくたくさんの情報を教えていただけて。本当にいろいろ調査・解析されているから助かりました。

男成 私は営業DX推進部というデジタルトランスフォーメーションを推進する部門にいて、月に2回ほど小売業の実態や各カンパニーで起きていることを、セールスハックという資料にまとめて配信しています。たとえば、購買情報のデータを加えた提案資料を作成しているカンパニーがありましたが、

セールスハック vol.3

他のエリアではまだ作成されていませんでした。こうしたカンパニーごとの情報格差をなくす必要がありますが、エリアを超えた横展開には時間がかかり、世の中の変化への対応に間に合いません。なので本社の営業業務DX推進グループから配信して、情報共有のスピードを加速させています。

寺本 私はウエストカンパニーで働いていて、他のカンパニーの状況や、私たちが配信した情報を営業がどのように生かしているのか、以前はわかりづらかったのですが、「丸の内カワラバン！」や「セールスハック」の配信を見て、参考になる部分が非常に多いと感じています。

Pascoだからできること
自分がすべきことを考える

深谷 以前はちょっと遠くまで買いものに出かけるとかで気分転換するといった行動が、コロナ禍でしづらくなりました。そんな中、Pascoで働く私に何かできることがあるのだろうか、と考えたとき、パンを買うことでうれしさや楽しさを感じたり、

焼成後冷凍パン

おいしくてハッピーな気持ちになったり。お客さまにそういった「気分」を提供したいと思いました。ちょうどコロナ禍が始まった2020年からコンビニエンスストアで焼成後冷凍パンの販売を始めました。全国の店舗で自分が携わった商品が販売され、なかなか会うことのできない遠方に住む友人や親戚などにも買ってもらうことができ、またSNSからも多くの人がその商品によって心を満たしてくださったことを知りました。我々がPascoの商品を通じてお客さまに貢献できることは、ちょっとした心を満たす“何か”を提供することではないかと考えます。食を通じてお客さまの心を豊かにすること、それが我々の使命だと感じています。

※4：2019年「厚生労働省 国民生活基礎調査」。

どの部門でも社会貢献を意識しているというのがPascoらしさであり、強みだと感じています

寺本 由季

盛田 焼成後冷凍パンは、元々はホテルやレストランなどの業務用（BtoB[※5]）として販売を始めました。でもコロナ禍で外食に行く人が減り、BtoBのルートが減っていく状況になり、逆にBtoC[※6]のコンビニエンスストアやスーパーの冷凍食品売場で販売しようと販路を切り変えました。まさにネガティブな状況をポジティブな発想で変えた、良い事例だと思います。また、これからもお客さまにとって意味のある商品をお届けしていくために、Pascoとしてどうすべきか、みなさんの意見を教えてください。

男成 商品の紹介だけでなく、食シーンの提案やPascoの商品で食卓を豊かにするといった、お客さまが購入した後のことまで語る営業は、Pascoならではだと思います。Pascoの商品は、食卓を彩り、食卓を豊かにするという想いに紐づいてつくられたものばかりです。今後はインターネットや、さまざまな販路のチャネルが増えてくると思いますが、その想いを営業がどれだけ伝え続けられるか。ブレない営業活動を続けていく必要があると思います。

レシピ提案

寺本 どの部門でも社会貢献を意識しているというのが、Pascoらしさであり、強みだと感じています。コロナ禍では「食で楽しみを」というのがキーワードになりましたが、それは今までPascoがやってきたレシピの提案や、お客さまに届いた先でどう感じていただけるかということ、会社としてずっと大事にしてきたことだと思います。みなさんに共通するその思いを大切にしていきたいと、改めて強く感じました。

大舘 コロナ禍は多くのマイナス要因をもたらしましたが、そんな状況でもプラスの考え方で挑戦を続けてきたPascoは、今後、別の不測の事態が起きてもこの経験を生かしていけると思います。また、今回お会いしたみなさんがとてもやる

気に満ちあふれていて、刺激を受けました。Pascoは出産や育児というライフステージに直面しても柔軟に働ける制度が充実していると思いますが、さまざまな働き方ができる体制がこれからもっと整うといいと思います。私も仕事と子育ての両立に奮闘の毎日ですし、育休などでは残された人にどうしても負担がかかるという問題もありますが、そういった課題も一緒に考えながら、Pascoで働く全員が活躍し、輝いていければと思います。

深谷 私も今日みなさんとお話しして、コロナ禍の3年間、みなさんがいかにより良い商品をお客さまに届けたいと思いながらそれぞれの業務を進めてきたのかを聞けて、とてもうれしく感じました。冒頭の「変化のスピードが一層加速した」という盛田さんのお話から、その変化に対してみなさんが必死にもがきながらもついていく姿に、みなさんの柔軟性やPascoの変化も感じました。だからこそPascoはコロナ禍にも対応できたのだと思います。今後もさらにPascoを良くしていきたいですし、そのためにはもっと横のつながりを強くしていきたいですね。コロナ禍がこれからどうなるのかわかりませんが、Pascoだからできること、やらなければいけないことがあると思うので、みなさんと力を合わせて頑張っていきたいです。

Pascoの商品は、食卓を彩り、食卓を豊かにする
という想いに紐づいてつくられたものばかりです

男成 祐香

足元と目標を見据えて
多様性をもって成長する

盛田 みなさんしっかりと思いを持って仕事に向き合っていて、非常に頼もしく思いました。コロナ禍の混乱の中で、それぞれの立場でどうあるべきかを考えながら行動をしている。これはまさに、あるべき姿や目標を思い描いて今なすべきことをなすという、バックキャスティングの基本的な考え方に基づいた仕事の進め方です。冒頭でスペインかぜの話をしましたが、創業時はゼロからの出発でした。同じパンデミックの状況ではありますが、今のPascoは4,000人近い正社員

社員がより働きやすくなるために刈谷工場敷地内に設立された
企業主導型保育施設「Pascoかりや保育園」

がいて、営業、生産、他にもさまざまな活動があり、目に見えない経験などの資産も含め、100年前とは比較にならないほど恵まれています。大変な時期ではありますが、こうしたPascoの力を新しい時代に合わせて変化させながら活用していくこと。ポジティブにとらえて歩み続けることが、非常に大事だと思います。たとえば今の時代は、育児だけでなく、

それぞれのサポート読本では、仕事と育児や介護を両立するための
社内外の情報をわかりやすく紹介しています

介護の課題もあります。育児や介護をしながらでも働き続けられるよう、会社の制度を充実させるとともに、理解を得られるよう、周囲の意識も変えていく。そういった職場の風土を醸成していかなければならないと思います。新しい時代に向けて、会社全体として意識改革に取り組んでいくことが、まさにダイバーシティ・インクルージョンであり、激動の時代を乗り越える原動力になると思います。

※5：「Business to Business」の略。企業間で行われる取引。
※6：「Business to Consumer」の略。企業が直接消費者と行う取引。

プラスの考え方で挑戦を続けてきたPascoは、
今後、別の不測の事態が起きても
この経験を生かしていけると思います

大舘 亜矢子

特集

私たちがめざすもの

Pascoで働く社員一人ひとりは、それぞれの部門で
「おいしいパンをお届けする」という一つの目標に向かってチャレンジを続けています。
さまざまな立場で活躍するPasco Peopleが、どんな夢や想いを抱きながら仕事に取り組んでいるのかを聞きました。

01
Pasco People
Izumi Akasaka

赤坂 いづみ あかさか いづみ
パスコ埼玉工場 工場長
（取材当時：同工場総務グループ マネージャー）

1991年に入社し、総務部門でキャリアを重ねる。2016年、埼玉工場へ配属となり、2022年9月にPasco初の女性工場長となる。プライベートではチーズプロフェッショナルの資格を取得、シュヴァリエに叙任。社内クラブや市民向け講座の講師など、多岐にわたり活動している。

学び続けていく姿勢で Pascoの成長に貢献

相手の立場を想像して よりよく変えていきたい

2017年に管理職になり、自分の考え方が大きく変わりました。それまでは自分が認められることを優先してきたように思います。でも、立場が変わり、相手の特性を見出す、のばすといったことをまず考えるようになりました。
小さなことでも、みなさんに喜んでもらえることの積み重ねを大切にしています。
埼玉工場に来た当初、食堂のメニューをより充実させたいと思いました。店長は元々イタリアンをやっていた方で、ご相談すると、食材や盛り付け、包丁の入れ方まで工夫して改善していただき、出張に来られた方にも「埼玉工場の食堂はおいしいね」と言われるようになりました。誰でも自分の工場がほめられるとうれしいですし、自信にもなりますよね。
他にも、地域の方にPascoによい印象を持っていただけるよう、伸びすぎていた植栽を手入れしたり、製造の方がゆっくり

上）埼玉工場の食堂はおいしいと評判。この日は外国人技能実習生の母国フィリピンの献立を再現したメニューでした
下）季節の食材や彩りにもこだわって盛り付けられています

休めるよう休憩室にクッションを置くなど、気づいたことから実践しています。
ただ、相手にとって不要なこともありますので、一方的な押しつけにならないように話し合いながら変えていきたいですね。

樹木の植え替えや剪定を行い、工場の外観がすっきり明るい雰囲気になりました

性別も年齢も関係なく自ら学ぶ気持ちを持って

私が入社した頃は、女性は3年くらいで結婚して退社すると言われていました。女性管理職は珍しく、キャリアアップの研修を男性ばかりが受けることに漠然と不満を抱きながらも、私自身、そういうものだと思っていたところ、東京事業部（現イーストカンパニー）で、当時の上司に「なぜ外部の講習に行かないんだ？」と言われて、目から鱗が落ちました。
採用や給与計算の仕方、法律に関することなど、都内では多くの講習が開催されています。そうした講習に積極的に参加して、たくさん学ばせていただきました。
今は新型コロナの問題もありますが、みなさんにもっと外部の研修などに参加してほしいと思います。考えが凝り固まっておらず、素直さも持ち合わせている若いうちに、いろいろなことに挑戦してほしいですね。
多くの経験と知識をもつことで、イレギュラーな事態にも対応できるようになりますし、自分を楽しむ余裕も生まれます。

趣味で自分の人生を豊かに

大学の同級生に勧められたのがきっかけで、2004年にチーズプロフェッショナルの資格を、2005年にはフランスチーズにかかわるシュヴァリエの称号をいただきました。
資格を取得すると、いろいろな方とチーズの話がしたくなり、同じくチーズ好きの同僚と社内でクラブを発足。経理の方や開発の方など、多分野の方を集めて、歴史や種類を学んだり、料理をつくって試食したりするチーズの勉強会を開催しました。2005年からは本社でも年2回開催し、そのタイミングで、新聞社が運営するカルチャースクールで講師としても活動させていただきました。
みなさんが笑顔で帰られることが一番の喜びでしたが、私自身も成長できました。チーズ協会の集まりでは普通ならお目にかかることのできない著名な方々とお話しする機会をいただきました。講師のための講習では、目を見て話す、視線を中空に漂わせない、自分の思いを次々とぶつけないなど、多く

チーズの勉強会では産地などの知識からしっかりと説明
※現在は新型コロナウイルス感染拡大を考慮して開催していません

を学びました。これらはプレゼンテーションや教育の場など、業務の場面でも役立っています。
人との出会いを含めて、チーズは私の人生を豊かにしてくれたと思います。

管理職になっても学ぶことはたくさん

埼玉工場では、衛生管理者として週1回の工場巡回と、それとは別に土日当番があります。最初は私が工場に入っても何も指導できないのではとか代休を取りづらいとか感じたりもしましたが、現場を見て、作業をする方と話すことで多くの学びがあり、今は工場に入る機会を得られたことをありがたく感じています。工場は夜間も稼働していますので、夜間の巡回も担当できるよう相談しているところです。
「なんでこんなことをするんだろう」とか、「私には無理」という気持ちは、私もよくわかります。でも、一旦拒否感を脇へ置き、やってみることです。知らなければ、おかしいことに気づくこともできません。疑問をもつことやあきらめず挑戦することの大切さを、少しでも伝えていければと思います。学ぶことは働く上でも非常に重要なだけでなく、好きなことも含めて、生活を充実させてくれますよ。

不測の事態にも柔軟に対応できるよう、メンバーの教育に力を入れています

02

Pasco People
Yuka Sugimoto

杉本 由佳 すぎもと ゆか
パスコ冷食カンパニー
冷食営業統括部
広域冷食部営業課 係長

2005年の入社以来、冷食営業や開発に携わり、現在は全国の大手コンビニエンスストアの営業を担当。3度の産休・育休を取得し、子育てと両立をしながら第一線で活躍。SDGs教育・ジェンダー平等委員会にも参加している。

家庭も仕事もあきらめない だから“どうする？”を考える

大変でも頑張れるのは やりがいがあるから

冷凍パンの営業は、冷凍生地を店舗で焼き上げて販売するB toBから、冷凍食品コーナーで販売するB toCの焼成後冷凍パンまで、ここ数年で大きく広がってきました。冷凍パンの分野において、私はコンビニエンスストアを中心に、お取引先様と商品を企画し、販売するまでの一連の流れに携わっています。

お取引先様に試食していただくための焼成後冷凍パンを焼き上げるのも業務の一環です

なかでも大手コンビニチェーンで販売された、焼成後冷凍パンを使ったハード系パンのサンドイッチは、初めてのコンビニ中食[※1]の提案で、苦労も多くありましたが非常に勉強になりました。パンがもっとも劣化しやすいチルド[※2]下でもおいしさを保つために開発部門に相談したり、調理を担当されるお取引先様ともコミュニケーションを取りながら、コンビニエンスストアで求められる瞬発力のある対応を心がけました。また、冷凍食品コーナーで販売される冷凍パンでは、お客さまに直接訴えかけるよう、お取引先様と悩みながらネーミングを工夫するなど、発売にこぎ着けたときは喜びもひとしおでした。

私には3人の子どもがいて、短時間勤務をしながらもこうしたやりがいのある仕事に携われることに感謝しています。

※1 中食：調理済み食品。
※2 チルド：低温（10度前後）に冷却された状態。

チームメンバーとの面談が自分のためにもなっている

2021年9月から係長になったのですが、その際に新任係長を対象とした研修を受けました。そこで「やはり直接話すことが一番大事」と再認識しました。もちろんメンバーとは普段から話をしていますが、私が短時間勤務で帰ったあと、仕事が落ち着いたときの職場での雑談のなかに本音が表れることもあると思います。私がきちんと聞けていない部分があるとすれば、直接話す時間をもらいたい。そう思って、月に1回30分程度の面談を実施することにしました。

忙しい業務中に面談の時間を取るのが初めは心配でしたが、本音で話せる良い時間に

メンバーの頑張りを、人事考課者としてきちんと知って認めたい。また、面談の時間を設けることで、より相手を知ろうと思えるようになり、どこを伸ばしてあげればいいのか、私自身の視座も少し高められたように感じます。

会社の制度を活用して両立しながら働いていく

今の職場に来て11年、その間に1年2か月程度の産休・育休を3回取得し、現在も短時間勤務をしています。上司はどの方も非常に理解があり、職場には両立しながら働くことを認める風土が醸成されています。それでもどこかで、私には「周囲に迷惑をかけながら働かせてもらっている」という気持ちがありました。

でも、女性を対象としたキャリアアップ研修で子育てを経て管理職として活躍されている方のお話を聞いたとき、私も10年、20年後に社会に貢献できるよう、今できることを精一杯やろうという前向きな気持ちになりました。時短で働いている分、移動中の短い時間でも調べものをするなど、少しでも効率を上げることを常に考えています。

コロナ禍でリモートワークが一気に浸透したことで、私も週に2回ほどリモートワークをしています。通勤時間がない分、家族との時間も増え、子どもに淋しい思いをさせているのではないかという罪悪感が少し和らいだ気がします。「子どもの将来のため」ということも働く理由の一つと考えます。だからこそ家庭を犠牲にせずに、納得できる仕事のパフォーマンスも発揮したい。そのバランスは難しく、これからも悩みながら働いていくのかもしれません。

次世代の幸せを育むお手伝いをしたい

現在、「SDGs教育・ジェンダー平等委員会」の活動も行っています。女性管理職比率を30%に上げること、食を通じた教育活動で10万人に影響を与えること、という2つの目標達成に向けて、Pascoとしてできることを話し合っています。

私は子どもの孤食や朝食欠食率が気になっていて、みんなで食べることで食事をおいしく感じられ、食事をすること＝生きること、大切なことだと伝えたいと思っています。それをどのように委員会活動に絡めるか、検討しています。

その施策のひとつとして考えているのが、「親子参加型の工場見学プログラム」。まずは工場で働いている社員のお子さんを対象に、親がパンをつくっていることを誇りに思い、みんなが幸せになれるプログラムができるといいなと思っています。Pascoは国産小麦に力を入れているので、小麦がどう実り、どうやって小麦粉になるのか。体験しながら学べて、焼きたてのパンを試食できるようなプログラムにしたいですね。

こうした活動も含め、母親としての感覚を生かして、安全・安心かつ不足しがちな栄養を子どももおいしくとれるような商品をつくっていければと思っています。

03
Pasco People
Yuki Okawa

大川 祐季 おおかわ ゆうき
研究開発部
パン研究開発グループ

2016年入社。東日本営業三部営業課で営業を担当した後、同部営業管理グループで営業サポートとお客さま対応業務に従事。開発業務をしたい、と自ら研究開発部への異動を希望。現在、本社の開発本部で新商品の開発業務を行うとともに、「未来食Labo」にも参加している。

3部門の経験を生かして チャレンジし続けたい

営業から開発へ 未経験での挑戦

営業の社員が、自工場の製造ラインを生かして商品開発する「CFT※」という取り組みがあります。営業職だった頃に私もこの企画に携わり、利根工場の開発の方に協力していただきながら「スフレブラウニー」を考案、発売しました。そのとき感じた“つくる楽しさ”が忘れられず、「開発業務をしてみたい」という気持ちが強くなっていきました。

その後、営業のサポート部門である営業管理グループの業務に従事した際、開発部門への社内公募があったのですが、製パン経験がない私には自信がなく、まずは第一歩としてパンづくりを学ぶ社内研修「パスコアカデミー」への参加を迷っていました。そのとき、3人の子どもを育てながらフルタイムで働いていらっしゃる隣の席の先輩が「やりたいことは挑戦をした方がいい！」と、背中を押してくれました。先輩はいつも私を気にかけてくれ、褒めてくれたことが自信になりました。私はそれぞれのステージで、本当にいろいろな方に支えられてきました。「パスコアカデミー」でお世話になった開発部門の部長（当時）には、食の未来を考えるプロジェクトである「未来食Labo」に推薦していただきました。研修期間の1か月間は、私の業務を職場のみなさんが分担してくれましたし、現在の部署ではコンテストのレシピ開発や試作に、先輩が連日付き合ってくれました。こうした支えのおかげで挑戦してこられたと思っています。

「未来食Labo」では未来の食糧不安に備え、食用に養殖された昆虫のパウダーを使用した製品を研究開発しています

※「Cross-functional　Team」の略。複数の部門（製造、営業など）から選出されたメンバーによって構成されるチーム。

得がたい経験になった 社内研修とコンテスト

「パスコアカデミー」は、製造系の座学や実技がメインの研

修で、異分野から参加した私にとってはチャレンジの連続でした。実際、参加者は製造部門から選ばれてきたメンバーが多く、製造ラインの名称や原材料すら知らなかった私は、非常に苦労しましたが、苦労の甲斐あって、2020年に念願の研究開発部へと異動。そこで上司から、ニュージーランド産グラスフェッドバターを使ったコンテスト「フォンテラグランプリ2020」への出場を勧められました。開発経験が浅く、コンテストの応募が初めてだった私は、コンテストの応募経験のある先輩に相談しながら試作を重ね、ニュージーランドの名物アイス「ホーキーポーキー」をアレンジした、「ホーキーポーキーブリオッシュ」で審査に臨みました。コンテストのおかげで実践的に素材の活かし方や商品開発について学べた上、「フォンテラ賞」を受賞でき、とても良い経験になりました。

左）受賞作品の「ホーキーポーキーブリオッシュ」
中）2022年3月に商品化（現在は販売終了）
右）「フォンテラグランプリ2020」ブレッド部門フォンテラ賞の賞状

自分が開発した商品を手に取ってもらえる喜び

研究開発部に異動して約2年。特に思い入れのあるパンが2つあります。

大川さんが初めて開発を担当した「くるみ×栗デニッシュ」（現在は販売終了）

1つは、私が初めて担当し、2021年9月に発売された「くるみ×栗デニッシュ」です。Pascoでは毎年、秋にさつまいもを使った渦巻き型のデニッシュを発売してきましたが、「さらにブラッシュアップを」との営業部の声を受け、試行錯誤した結果、渦巻きを2つにしたメガネ型に変更。味についても、甘すぎず飽きのこない配合を工夫し、営業部だけでなくお客さまからもSNSなどで良いコメントを多くいただきました。

もう1つは、「ホーキーポーキーブリオッシュ」の商品化です。生産ラインに落としこむために、容器や重量、原材料などをコンテスト作品から見直し、それにより焼き時間も再検討しました。

こうしてつくり上げた商品を、友人や家族が「店頭で見たよ」「食べたよ」と言ってくれるととてもうれしいですし、お客さまの「おいしい」という声も励みになっています。

「パスコアカデミー」とは

主に製パンの講義や実技指導を通じて、技術の伝承と人材の育成に取り組む、社内教育機関。
新入社員研修や、製造ライン監督者対象の研修、国家資格「製パン技能士二級」取得を目指す5週間の研修など、多様な教育研修を実施。

試作品のパンを評価している様子

お客さま、お取引先様、営業みんなの架け橋になりたい

私のように営業、営業管理、開発と、3つの部門を経験している社員は、あまり多くはないと思います。パンはおいしいことが一番ですが、おいしくてもお店に並んでいないとお客さまには届きません。お取引先様に売りたいと思っていただき、お取り扱いいただけるか。そしてお客さまが手に取り、おいしいと感じていただけるか。3部門の経験を生かして、そこまでを一連の流れとして考えたいと常に思っています。

だから商品を開発するときには、ニーズを同期や先輩にヒアリングし、営業に売り込みをお願いし、発売後のヒアリングも行い、売上に貢献することをめざしています。

もうすぐ産休・育休に入りますが、復帰後はさらに成長していきたいと思っています。これまでどの部門でも後輩の立場でしたが、これからは少しでもよい影響を生み出し、お世話になった人たちに恩返ししていきたいです。

SDGsの取り組み

Pascoでは2ページに記載した7つのSDGs目標への貢献に取り組んでいます。
SDGsを社内へ浸透するための重層的な取り組みから、
実践的にSDGs目標に対して取り組む4つのSDGs委員会の新たなチャレンジを紹介します。

SDGs取り組みの経緯

PascoはSDGコンパスに則り、2019年からSDGsの社内への理解浸透をめざした3つの取り組み（SDGs100年委員会、SDGs更なる貢献ワークショップ、SDGs理解浸透策）を推進するとともに、SDGs100年委員会のもとに4つのSDGs委員会を発足させ、理解浸透から実践の段階へ組織的な取り組みを進めています。

SDGコンパスとは：企業がSDGsを活用するための行動指針

- 第1ステップ　SDGsを理解する
- 第2ステップ　優先課題を決定する
- 第3ステップ　目標を設定する
- 第4ステップ　経営を統合する
- 第5ステップ　報告とコミュニケーションを行う

3つの取り組み

- SDGs100年委員会
- SDGs理解浸透策
- SDGs更なる貢献ワークショップ

4つのSDGs委員会

- SDGs飢餓ゼロ・健康委員会
- SDGs教育・ジェンダー平等委員会
- SDGs技術革新委員会
- SDGsつくる責任つかう責任委員会

SDGs100年委員会

SDGsの取り組みの意義や必要性を議論し、SDGs活動の舵取りを担う場。

対象 経営層　実施 2022年2月14日、2022年8月8日

SDGsの取り組みの本格化にあたり、100年先を見据えてSDGsの取り組みの意義や必要性を経営層が議論する場として、2019年に設置しました。
2022年に開催された委員会では、（株）日本総合研究所によるサステナブルに関する特別講演と、SDGsに関する取り組みの進捗報告が行われました。

（株）日本総合研究所 足達英一郎理事による特別講演の様子

SDGs更なる貢献ワークショップ

SDGsの取り組みに必要なバックキャスティングの思考を学ぶ。

対象 将来を担う若手社員 32名
実施 2022年2月～6月

公募と推薦で集まった若手メンバーが、2030年の社会変化を思い描き、Pascoの特徴を生かした新しい取り組みをバックキャスティングで考えるワークショップを実施しました。

自社の強み・特徴、できていないことを考える
2030年頃の「食と暮らし」新たな社会課題を考える
→ 2030年頃の社会課題の解決策を検討
→ 取り組み案をプレゼンテーション

SDGs理解浸透策

社員一人ひとりが自身の業務とSDGsとの関わりを理解する。

対象 全社員

「誰一人取り残さない活動」として社員一人ひとりがSDGsを自分ごととしてとらえることを目標として、SDGs職場教育を実施しています。
教育後には「Do my SDGs」カードを配布し「私の目標」を記入し、実践につなげています。その取り組み内容については、『「Do my SDGs」私の目標リレー』と題し、社内SNSや電子掲示板他で社員同士リレーをしながら紹介しています。

SDGs飢餓ゼロ・健康委員会

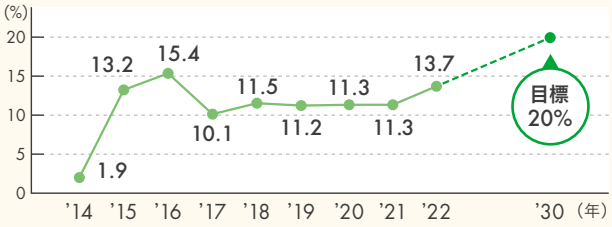
未来を見据えた持続的な食糧の安定供給や、生活者の健康づくりへの貢献に向けて取り組みます。

SDGs目標

目標
1. 国産小麦の社内使用比率を2030年までに20%へ引き上げ
2. 生活者の健康づくりに役立つ製品比率の引き上げ
3. 食糧不安に備えた未来視点での製品開発

主な取り組み 国産小麦の積極的な活用を推進

日本の食料自給率向上へ貢献するため、2030年までに国産小麦の使用比率20%をめざして、引き続き国産小麦を使用した商品ラインアップの充実、既存商品への利用拡充を進めています（詳細は17ページ「豊かな食生活のために」で紹介しています）。



※2014～2021年は1月から12月末までの年間実績値、2022年は1月から8月末までの速報値です。※「CSR報告書2021年版」に掲載の2021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。

SDGs教育・ジェンダー平等委員会

経営理念にもある「機会平等の職場づくり」に基づいたジェンダー平等の推進と、「食」による教育支援を通じた社会貢献に取り組みます。

SDGs目標

目標
1. ワークライフバランス、ダイバーシティ・インクルージョンの推進
2. 食を通じた教育活動

主な取り組み フェムテック※1サービス導入による女性の健康課題解決と社員の意識改革

Pascoでは月経症状に悩む女性社員の健康課題解決のため、フェムテックサービス「ルナルナ オフィス」を導入しました。オンライン診療で低用量ピルの処方が受けられ、PMSや月経随伴症状の改善が期待できます。2022年9月には女性特有の健康課題に関するセミナーを実施。女性はもちろん、男性社員へも月経に関する理解を促し、“女性の健康課題の解消”と“多様な視点・価値観を受け入れる職場風土の醸成”をめざします。

※1：FemaleとTechnologyをかけ合わせた造語で、女性が抱える健康課題をテクノロジーで解決する製品やサービスなどのこと。

SDGs技術革新委員会

2030年にCO_2排出量50%削減、労働生産性2倍を達成するために、現状調査とともに社外から情報を幅広く収集し、問題解決に取り組みます。

SDGs目標

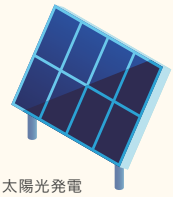
目標
1. 温室効果ガス排出量削減による地球温暖化防止
2. AI・ロボット化などの技術革新への取り組み

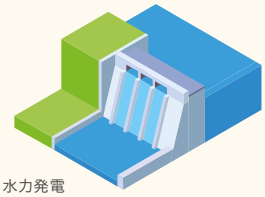
主な取り組み CO_2フリー電力※2を導入し電気使用におけるCO_2が実質ゼロに

「当社事業活動における温室効果ガス（CO_2）排出量を、2013年度比50%削減」の委員会目標達成と、再生エネルギー利用促進のため、CO_2フリー電力契約を締結しました。これにより、電気使用におけるCO_2排出量が実質ゼロになります（詳細は21-22ページ「地球環境のために」で紹介しています）。

※2：発電する際に二酸化炭素を排出しない電力のこと。

CO_2フリー電力の例


太陽光発電


水力発電

SDGsつくる責任つかう責任委員会

すべての廃棄物量の削減、持続可能な天然資源の利用向上、食品ロス・食品廃棄物の削減に取り組みます。

SDGs目標

目標
1. 地球環境のためにすべての廃棄物量の削減
2. 持続可能な天然資源の利用向上
3. 食品ロス・食品廃棄物の削減

主な取り組み 「クロワッサン4個入」におけるプラスチックトレーの削減

石油由来プラスチックの使用量削減活動の一つとして、「クロワッサン4個入」に使用していたプラスチックトレーの使用を廃止しました。プラスチックトレーは家庭でかさばるゴミになってしまうため、トレーをなくしても商品を包装・出荷することが可能であることを確認した上で使用を廃止。これにより年間24トンのプラスチック廃棄物を削減できます。

「クロワッサン4個入」

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。

未来の食糧不安に備えた昆虫食の開発・研究の取り組み

SDGs飢餓ゼロ・健康委員会

世界の人口増加による未来の食糧不安に備え、注目されている昆虫食。食用昆虫はタンパク質が豊富で生産効率が良く、温室効果ガスの排出量が少ないサステナブルな食糧と言われています。Pascoでは2020年12月に食用コオロギパウダーを使用した「Korogi Cafe（コオロギカフェ）」シリーズ、2022年1月に食用蚕パウダーを使った「まゆの便り」シリーズを発売。これらのシリーズを通じて、これまでの食生活や未来の食を考えるきっかけになればと考えています。

また、「おいしい！たのしい！コオロギパン自由研究コンテスト2022」の開催などを通じて、将来を担う小学生に未来の食を考えるきっかけを提供。「Korogi Cafe」シリーズの取り組みは、「第51回食品産業技術功労賞」を受賞しました。

「おいしい！たのしい！コオロギパン自由研究コンテスト2022」では「コオロギの食育パンキット」を活用した自由研究作品を募集し、リーフレットやオンラインイベントなどで食用のコオロギが注目される背景などについて情報発信しました

「Korogi Cafe（コオロギカフェ）」シリーズ

「まゆの便り」シリーズ

「第51回 食品産業技術功労賞」にて環境・CSR部門を受賞

「超熟」「超熟 山型」の国産小麦使用比率を変更

SDGs飢餓ゼロ・健康委員会

2022年1月末の「超熟」「超熟　山型」のリニューアルでは、国産小麦の小麦粉を13%使用（小麦粉中）に変更しました。主力商品における国産小麦の利用拡充により、2022年の国産小麦使用比率は大きく増加しました。

国産小麦の小麦粉を13%使用（小麦粉中）

Pascoは国産小麦を通じて、食料自給率の向上に貢献したいと考えています。

「超熟」

スナックパンシリーズから栄養素訴求商品を発売

SDGs飢餓ゼロ・健康委員会

1袋当たり牛乳230ml分のカルシウム272mgが含まれた「スナックパンバナナミルク」をスナックパンシリーズの拡張品として発売しました。バナナはお子さまに人気の果物でよく食べられていることから、お子さまに積極的にとってほしい栄養素の一つであるカルシウムと組み合わせました。

「スナックパンバナナミルク」

家庭用焼成後冷凍パン・菓子シリーズのラインナップを拡充

家庭で手軽に食べられる焼成後冷凍パン・菓子シリーズ「とっておきSELECTION」は、独自の冷凍技術でおいしさを閉じ込めているため、保存性・簡便性に優れています。新型コロナの影響などによる日持ち・買いだめ需要の高まりを受け、多彩な商品を発売しました。レンジ調理でも硬くならず、素材の香りが豊かに香る「レンジでふわっと香る」シリーズの他、「フローズンPanスイーツ」は温めて、または冷凍のままなど、商品ごとに最適な食べ方を提案。おうち時間の充実にピッタリなスイーツとして、おいしさを追求しています。

レンジでふわっと香る
「ほうじ茶＆柚子のパン」

冷凍のまま食べる
「ホイップメロンパン」

温めると中のクリームがとろける
「フォンダンショコラパン」

VOICE

大屋 純子
冷食カンパニー
製品企画グループ
チーフ

「フローズンPanスイーツ」の開発について

「フローズンPanスイーツ」は、コロナ禍で冷凍食品の需要が拡大してきたことや、スイーツを自宅で召し上がる方が増加していることから、在宅ワークやカフェタイムのお供にスイーツ感覚で召し上がっていただきたい、という思いで開発しました。冷凍食品ならではの商品をめざして、凍ったままでもおいしく食べられる食感や口どけ、パンとクリームのバランスを追求。また、スーパーなどの縦型冷凍ケースに陳列された際にもお客さまの目に留まりやすいよう、パッケージはかわいくて明るいデザインにこだわりました。
冷凍パンは冷凍食品の中ではまだあまり認知されていないカテゴリーですが、お客さまの選択肢の一つとして定着するよう、これからも魅力的な商品を開発していきたいと考えています。

バラエティブレッドと食材を組み合わせる「オールインワン朝食」を提案

SDGs飢餓ゼロ・健康委員会

栄養バランスがとれた簡単な朝食として“オールインワン朝食”を提案しています。全粒粉、ライ麦、発芽玄米など素材にこだわった「バラエティブレッド」に、朝にとりたい栄養素（タンパク質＋ビタミン・ミネラル）を含んだ食材をのせたトーストレシピを開発。管理栄養士の監修の下、「長く意欲的に動き続けたい方に」「美容も健康も気にかけたい方に」といったタイプ別に紹介しました。
また、コロナ禍における健康志向の高まりを受け、「雑穀系」のバラエティブレッド「発芽玄米入り食パン」がラインナップに加わりました。

バラエティブレッドシリーズ

惣菜パン「ヤンニョムチキンパン」を学習院大学の学生と共同開発

「ヤンニョムチキンパン」は甘辛いソースで味付けされた韓国のフライドチキンの一種「ヤンニョムチキン」をトッピングした惣菜パンです。学習院大学経済学部の学生が、市場調査や細密な顧客像の仮説などをもとにゼミ内で企画した案を採用し、共同で開発。「しっかり辛みを感じられるようにしたい」「辛さを押し出すためにパッケージは赤色ベースで」「韓国料理だと伝わりやすいように韓国語を使用したい」といった学生の想いと情熱を具現化しました。

「ヤンニョムチキンパン」
（現在は終売）

学習院大学経済学部青木ゼミの学生のみなさん

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。

貧困に苦しむ子どもたちや学生のため余剰製品の提供など幅広い支援を実施

SDGs飢餓ゼロ・健康委員会　SDGs教育・ジェンダー平等委員会

長引くコロナ禍や食品価格高騰の影響で貧困に苦しむ子どもたちや、生活に困窮する学生に安心して教育を受けてもらうため、Pascoでは幅広い支援活動を行っています。余剰製品を教育支援団体やこども食堂、フードバンクなどに定期的に提供。これは余剰製品の廃棄ロス削減にもつながります。また、生活困窮学生に向けて、栄養バランスのとれたバラエティブレッド「麦のめぐみ」シリーズを提供しました。経済的に困難な状況におかれた、子どものいる家庭に食品を無償提供する「セーブ・ザ・チルドレン」への寄付も実施。こども食堂のボランティアなどにもPasco社員が積極的に参加しています。

余剰製品提供の取り組み

実施事業所	提供先	開始時期
刈谷工場	特定非営利活動法人フードバンク愛知	2021年9月～
大阪豊中工場	豊中市社会福祉協議会	2021年11月～

その他の取り組み

実施事業所	提供先
パスコイーストカンパニー	NPO法人グッドネーバーズ・ジャパンを通じ、ひとり親困窮家庭に余剰製品を提供
パスコイーストカンパニー	駒澤大学・東洋大学・日本体育大学・國學院大學・専修大学・東京農業大学の生活困窮学生に「麦のめぐみ」シリーズ商品を提供
パスコ埼玉工場	NPO法人フードバンクよしみ・かわじまに商品を提供
本社	NPO法人セカンドハーベスト名古屋に備蓄食料の提供

NPO法人グッドネーバーズ・ジャパンへの余剰製品提供

大学での商品提供の様子（写真提供：東京農業大学）

第63次南極地域観測隊へ輸出対象商品を寄贈

2021年9月29日、「冷凍超熟食パン」をはじめとする輸出対象商品を、第63次南極地域観測隊へ寄贈しました。Pascoの輸出対象商品は、冷凍状態で長期の賞味期限があり、半年間におよぶ南極での調査期間に楽しんでいただけるよう、冷凍超熟シリーズをはじめ、焼菓子、ロングライフブレッドなど、豊富なラインナップを届けました。同年秋に日本を出発した観測隊は、3月末に帰国。南極の地で「なごやん」をはじめとする商品を楽しんでいただけたとのことです。Pascoはこれからも南極地域観測隊の活動を応援していきます。

寄贈の様子

昭和基地で「なごやん」を食べる南極地域観測隊のみなさん（写真提供：国立極地研究所）

チャリティーイベント「かぐらクロスチャレンジ」への支援

東日本大震災をきっかけに始まった「かぐらクロスチャレンジ」は、スノーボードやスキーなどの競技会を通じて、災害支援や気候変動対策にも取り組むチャリティーイベントです。新潟県にある会場はアスリート社員であるスノーボードクロスの高原選手のホームゲレンデで、高原選手はデモンストレーションやコース造成などのサポートの他、個人的にも寄付を続けてきました。第12回となる今回は、Pascoもイベント趣旨に賛同し、募金への協力などの支援を行いました。

なお、高原選手は福井県警と小学生見守りや特殊詐欺防止の活動、各種講演活動なども行っています。

未来を担う大学生と環境課題を研究する「かがやけ☆あいちサスティナ研究所」に参画

「かがやけ☆あいちサスティナ研究所」は、持続可能な未来の担い手を育成することを目的に愛知県が立ち上げたプロジェクトです。Pascoはパートナー企業として参画し、「国産小麦の消費を拡大し、食料自給率向上につながる情報発信策を企画せよ」という本業に通じる環境課題を提示。生活者の食料自給率に対する理解を促し、Pascoの国産小麦の取り組みの後押しとなるような柔軟なアイデアが出てくることを期待しています。学生の研究成果は12月中旬の成果発表会で発表される予定です。

学生研究員のみなさんと経営企画部SDGs経営推進グループのメンバー

VOICE

高原 宜希
人事部長付（アスリート職）
Pasco Shikishima Ski Club所属

今回は選手が着用するゼッケンをPascoが製作した他、社員からの募金にも協力いただきました。寄付金は、被災地の子どもたちの支援や気候変動教育に取り組む団体へ寄付します。子どもたちがキラキラした目で滑りを見てくれたこともうれしかったです。これからも社会に対して少しでも貢献することを目標に取り組んでいきます。

「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）」の正会員に登録

SDGsつくる責任つかう責任委員会

世界的なパーム油の需要増加により、熱帯雨林の消失や劣悪な環境での労働などが社会問題となっています。「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）」は、これらの問題に対し、管理された環境で製造された認証パーム油の使用を推進しています。PascoもSDGsの観点からRSPO正会員に登録しました。

「ジブリパーク」のオフィシャルパートナーとして参画

11月1日に愛知県の愛・地球博記念公園内に開園した「ジブリパーク」。Pascoは“自然の叡智”をテーマに2005年に開催された愛知万博（愛・地球博）のメッセージを継承した基本方針や、「100年後も愛されるジブリパークを創ろう。」というスローガンに共感し、同じ愛知県に本社を置く企業として、共に考え、協力し合うことで、さらに輝いた未来を共に創り上げることができるとの思いから、オフィシャルパートナーとして参画しました。子どもから大人まで幅広い来園者や地域に愛されながら成長し、持続可能な社会に貢献することを目指す「ジブリパーク」と手を取り合い、未来に向かって共に進んでまいります。

Pascoは ジブリパーク を応援しています。
©Studio Ghibli

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	2020年度実績	2021年度実績	達成度
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**	0.4228kℓ/百万円	0.4047kℓ/百万円	☀
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**	0.0843kℓ/百万円	0.0824kℓ/百万円	☀
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、**166kg/百万円以下に削減**	194kg/百万円	190kg/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**	91.4%	91.0%	☀
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**	98.1%	98.8%	☀
二酸化炭素排出量		当社事業活動における温室効果ガス(CO_2)排出量を**2030年までに2013年度比50%削減**	90.5%	88.9%	—

生産・オフィスに係るエネルギー使用原単位は前年比95.7%となり、1%削減の目標を達成できました。全社の照明のLED化やエネルギーロスの徹底排除を推進、電力が逼迫する夏期・冬期には全社で省エネ特化活動を展開しています。また、二酸化炭素排出量は、目標が2013年度比50%削減のところ、2021年度実績は88.9%でした。排出量削減をめざし、2022年9月より全工場、本社、各カンパニー事務所に、CO_2フリー電力を導入しました。引き続き、取り組みを進めていきます。

達成度:
- ☀ 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。
- ☂ 当該年度の実績が目標値を下回り、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。

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。

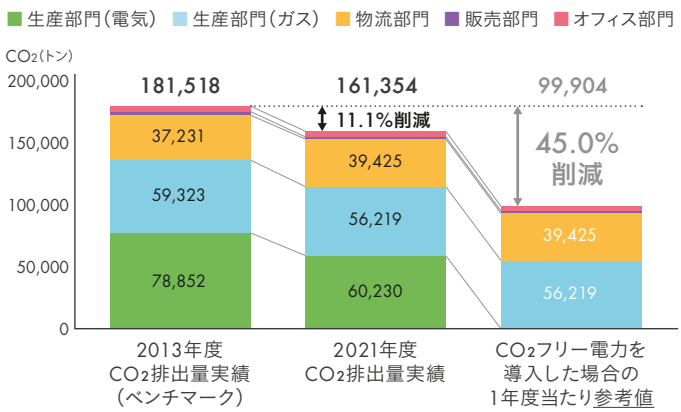
https://www.pasconet.co.jp/csr/data

SDGs 技術革新委員会

CO_2フリー電力を導入

2022年9月より、全工場、本社、各カンパニー事務所にCO_2排出量が実質ゼロとなるCO_2フリー電力を導入しました。CO_2フリー電力は、水力、太陽光など発電する際にCO_2を排出しない電力で、CO_2排出量の削減を図るとともに再生エネルギー利用を促進できます。CO_2フリー電力の導入により、電力使用におけるCO_2排出量をゼロにし、2013年度のCO_2排出量実績に対して45%の削減となります。

CO_2フリー電力導入時のCO_2排出量比較



廃プラスチックの処理方法をマテリアルリサイクルに変更

SDGsつくる責任つかう責任委員会

大阪昭和工場では資源の有効活用のため、これまで焼却処分していた廃プラスチックを、ペレットというプラスチック原料に変えるマテリアルリサイクルに変更しました。

実績 **2021年4月～2022年3月**

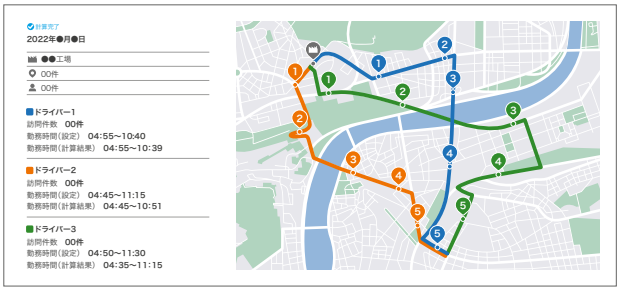
当該工場のプラスチック総排出量の50.6%をマテリアルリサイクル（ペレット化）

※汚れのついた廃プラスチックは工場で洗浄の後、リサイクル化しています。

配送ルート最適化システム「Loogia」によるCO₂排出量削減

SDGs技術革新委員会

従来Pascoでは日々10,000件以上のお取引先様への商品配送ルートを、人の手で作成していました。配送先の追加や削除があった際は個別に変更をしており、それによって配送効率に差が出ていました。そこで、名古屋大学発のスタートアップ企業「株式会社オプティマインド」が開発した配送ルート最適化システム「Loogia（ルージア）」を導入。最適配送ルートの検証を行った結果、トラックの配送ルート効率が改善したことにより、愛知県豊田エリアでは配送距離を10.5%、トラックの走行時間を10.3%削減し、トラックからのCO_2排出量を削減することができました。



※イラストはイメージです。

フィルムシートのサイズ見直しによるプラスチック使用重量の削減

SDGsつくる責任つかう責任委員会

パスコ埼玉工場では、製造途中の商品や原材料への異物混入防止に使用するフィルムシートのサイズを見直しました。フィルムシートを適正サイズに変更することで、プラスチックの使用重量が1枚当たり約47%削減できました。現在は、各工場で製造時に発生するプラスチック包材についても、一つひとつの使用目的に合ったサイズへ見直しを行い、廃棄物削減に向けての活動を推進しています。

「十勝バタースティック」シリーズのプラスチック使用量を削減

SDGsつくる責任つかう責任委員会

石油由来プラスチック使用量削減の取り組みの一つとして、「十勝バタースティック」シリーズの包装形態を見直しました。従来使用していたクロージャー（包装を閉じるための留め具）をなくし、代わりに再封用シールを用いることにより包装紙サイズを縮小しました。加えて、包装紙フィルムの厚みを薄肉化することで、商品に使用されるプラスチックの低減化を実施しました。

変更前　変更後

食堂で発生する残飯などの残渣（ざんさ）の削減

SDGsつくる責任つかう責任委員会

食堂で発生した残飯などの残渣は、外部委託により処分していました。パスコ東京多摩工場では廃棄物削減の取り組みとして「食品残渣発酵分解装置」を導入し、肥料向けの原料にリサイクルしています。動植物性残渣を発酵物として変換することで重量を約10分の1に削減でき、資源の有効活用にもつながります。今後は他工場へも横展開することで、会社全体の活動として推進していきます。

「食品残渣発酵分解装置」

ロス・ムダ・コスト削減

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 埼玉工場

「ウエハースサンド」の端生地削減による原材料費削減の取り組み

取り組みの背景

スポンジ生地を敷紙に充填する際、生地が柔らかいために横方向へ広がってしまいます。その広がってしまった部分の端生地がロスになってしまうことが課題でした。

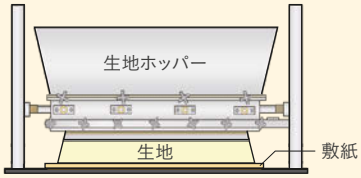
クリームをぬったウエハースでスポンジをはさんだ商品

パスコ埼玉工場ロールケーキラインのメンバー

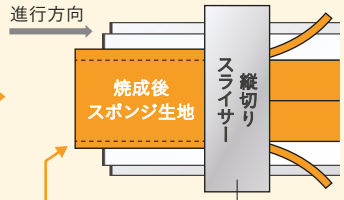
課題 スポンジ生地が横方向へ広がり、商品に使用できない端生地ができてしまう

スポンジの製造工程

正面図 敷紙への生地充填



上面図 焼成後生地のカット



ここで端生地をカット

商品に使用できない部分(端生地)をカット

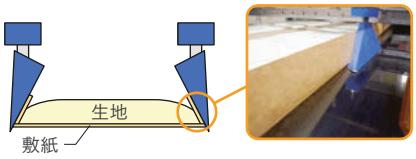
端生地の発生要因

敷紙に生地を充填する際横方向へ広がってしまう

川の土手が改善のヒントに!

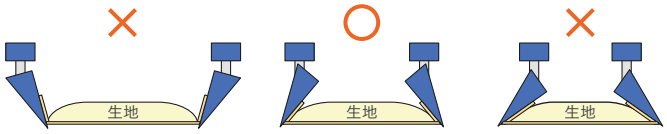
改善 敷紙に生地の広がりを抑える形状をつくる

❶ 生地の広がりを抑える敷紙折り機を作成



敷紙の両端に敷紙折り機を設置

❷ 生地の広がりを抑える敷紙の形状を検証



生地の広がりを抑えるには角度が足りない

生地の広がりを抑えられ、生地剥がれも良好

敷紙と生地の付着面が多く、生地剥がれが悪い

Before 焼成後生地上面

端生地×2＝56mm

After 焼成後生地上面

端生地×2＝24mm

改善により廃棄生地を削減したことで、原材料費と食品廃棄物(ロス)の削減に!

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。

育児や介護に関する制度の整備と社員間の他者理解を深める取り組み

Pascoでは仕事と育児・介護の両立を支援するため、会社の制度を整えています。また、両立する上では、社員同士の理解と配慮が大事です。そのため、社内報でライフイベントと仕事の両立に関する内容を積極的に取り上げ、社員間の他者理解を深めるきっかけをつくっています。

社内報「広がれ！パパのワ！」育休取得時の思いや工夫を紹介しています

育児に関する制度の例

- **出産フォロー面談**：子どもが誕生する全社員が対象。
- **育児休業者専用サイト**：会社情報の発信や育児などの相談の場。
- **法定を上回る制度の整備**：育児のための短時間勤務制度は、法定では子が3歳まで利用可のところ、小学校6年生終了まで利用可。

新任管理職に向けてアンコンシャス・バイアス教育を実施

SDGs教育・ジェンダー平等委員会

ダイバーシティ・インクルージョンの推進における取り組みの一つとして、新任管理職向けのカリキュラムを新しく導入しました。動画による講義と実践につなげる課題を通して、性別などの属性に対する無意識の思い込み（=アンコンシャス・バイアス）に気づき、属性に関係なく多様な社員が活躍できる企業文化の醸成をめざします。講師からのフィードバックは受講者から評判も良く、今後は対象者の拡大を検討しています。

（株）Woomax　青柳未央氏を講師に招いた「アンコンシャス・バイアス」についての配信プログラム

リモート環境を生かした勉強会の実施

コロナ禍によりオンラインツールを活用した働き方がスタンダードになったことから、オンラインツールを活用した社内勉強会を開催しています。新たな知識共有が進むとともに、部門や職種を超えたコミュニケーションの活性化につながっています。

全社員を対象に「心理的安全性」についての教育を実施

Pascoでは、自分の考えや気持ちを誰に対しても安心して発言できる「心理的安全性」の高い職場を確保するための基本的な知識、望ましい行動や控えるべき行動の具体例をまとめた教育資料を用い、全社員教育を実施しました。

● 人事・労務に関する主なデータ

Pascoは男性育休支援のための取り組みを進めています。配偶者が出産する男性社員とその上司に向けた出産フォロー面談の必須化や、育児に関する制度などの情報を集めた「仕事と育児のための両立サポート読本」の掲示で、育休の取得しやすい環境づくりを推進。近年、男性育休の取得率は上昇してきており、2021年は29.0%となりました。

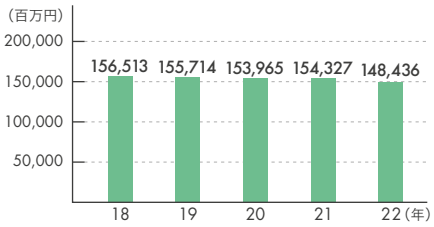
人事・労務に関するデータの詳細については、ホームページに掲載しています。

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

					2019年度	2020年度	2021年度
社員数（パートナー社員含む）				男性	3,671人	3,608人	3,560人
				女性	1,883人	1,753人	1,720人
育児関連	休業・休暇	子どもが産まれた社員数		男性	66人	68人	62人
				女性	34人	44人	35人
		育児休業	取得者数	男性	10人	7人	18人
				女性	34人	44人	35人
			取得率	男性	15.2%	10.3%	29.0%
				女性	100.0%	100.0%	100.0%
			平均取得日数	男性	14.5日	21.1日	23.7日
	短時間勤務利用者数		利用者数	男性	0人	0人	1人
				女性	140人	155人	171人
介護関連	休業	介護休業	取得者数	男性	0人	1人	1人
				女性	3人	2人	1人
	短時間勤務利用者数		利用者数	男性	0人	0人	1人
				女性	0人	0人	0人

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 ／ 148,436百万円
社 員 数 ／ 3,849人
工 場 数 ／ 国内に12工場
（グループ企業2工場含む）
事業所数 ／ 国内40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



◆ 各数値は2022年8月末現在あるいは2022年8月期
◆ 2022年の売上高は「収益認識に関する会計基準」などを適用後の数値

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商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。

業務用冷凍パンのビジネスサイト「パンたす」
https://www.pasconet.co.jp/frozen
家庭用通販サイト「L'Oven」
https://www.pascoshop.com/loven

海外事業

香港・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。

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
山梨営業所
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
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

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］

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］

中国　上海頂盛食品工業有限公司
［パン・菓子類の製造・販売］

インドネシア　PT. Nippon Indosari Corpindo, Tbk.
［パン・菓子類の製造・販売］

第三者評価

おきな ゆり
翁 百合様

東京都生まれ。1984年慶應義塾大学院修士課程修了。同年日本銀行入行。1992年に日本総合研究所に移り主席研究員などを経て、2018年より同研究所理事長。金融システムや経済政策の研究に携わる。京都大学博士（経済学）。この間、金融審議会、規制改革会議などの委員を歴任した他、2021年より「新しい資本主義実現会議」構成員もつとめる。現在、株式会社ブリヂストンなどの社外取締役。［著書］「不安定化する国際金融システム」（NTT出版）など。

2020年からのコロナ禍、そして2022年に入ってからの世界情勢の変化は、日本社会に多大な影響を与えています。このような時代の変化の中で、今回の報告書では、Pascoがダイバーシティを生かし、一貫して社会に貢献しようとする姿勢を読み取ることができました。

まず、女性社員の方々と盛田社長の対談の企画が、読み応えがありました。さまざまな部門の女性社員の方々が、コロナ禍という想定外の困難な状況の中で、今までの慣習にとらわれず素早い発想の転換で課題解決をされてきた思いが伝わってきました。盛田社長のご発言でスペインかぜ、米騒動の食糧難の時にスタートした企業であったことを知り、そういうDNAが社員に根付いていることに加え、このような変化の時代に、女性や若い社員の柔軟な発想や活躍によってPascoが進化しているというダイバーシティの価値を感じ取ることができました。

また、女性工場長や家庭と仕事の両立に取り組んでいる女性管理職の方々のお話も印象深かったです。工場の食堂のメニュー改革にまず取り組んだ狙いに加えて、学び続けることや、プライベートな活動の充実の重要性の指摘は大事だと思いましたし、柔軟な働き方ができる環境や、自身が成長している実感を持つことによって、社員の能力が一層発揮できることを示唆していると感じました。この冊子を手に取る社員の方の参考になるだけでなく、現在、日本企業に必要な「人への投資」とは何かを考えている内外の企業経営に携わる方々へのヒントにもなると思います。引き続きPascoがダイバーシティ・インクルージョンへの取り組みや、人への投資に正面から向き合うことは、良い人材を惹きつけ、社員のモチベーション向上につながるはずで、さらなる発展を期待しております。

昨年の報告書を拝読してSDGsの委員会活動の進捗を知りたいと思っていましたが、15ページにはその成果が紹介され、17ページからは、地域貢献などのさまざまな個別の取り組みも項目ごとに報告され、その積極的な取り組みを理解できました。今後、委員会も含めた活動の全体の目標、個々の取り組み、そして成果について、整理して体系的に示していただけると、一層SDGsに向けた活動の全体像や進捗状況がわかり、自己評価もしやすいのでは、と感じました。

地政学リスクの高まりや物価上昇、人々のライフスタイルの多様化など、変化の時代は続きます。一層の創造力を働かせてしなやかな強靭性を保ち、社会課題解決と企業価値向上の両立をめざしていただきたいと願っております。

第三者評価を受けて

家田 茂
敷島製パン株式会社
代表取締役 専務

翁様におかれましては昨年に引き続き、PascoのCSR活動に対し貴重なご意見とご評価を賜り、感謝申し上げます。

Pascoは2020年に創業100周年を迎え、それを機に経営理念を一新しました。新しい経営理念には「性別・国籍に関係なく、向上心に燃える社員一人ひとりの自己実現の場を公平に提供」「充実した仕事と生活の両立を追求」といったダイバーシティ・インクルージョンの視点が盛り込まれており、この理念に沿う形で取り組みを進めています。

本誌面では、コロナ禍により生じた社内外の大きな変化にどのように対応し社会に貢献してきたかを女性社員と盛田社長の座談会で紹介するとともに、女性工場長や女性管理職にスポットをあて、それぞれが変化に対応しながら挑戦を続けている姿を掲載しています。今回第三者評価にて、Pascoのダイバーシティ・インクルージョンへの取り組みに関して、日本企業に必要な「人への投資」とは何かと考えている方々へのヒントにもなるとの評価をいただき、大変嬉しく感じています。今後も社内の意識改革を進め、社員一人ひとりの能力が遺憾なく発揮できるよう会社全体として取り組みを進めていく所存です。

また、SDGsの取り組みに関して、委員会も含めた活動の全体目標、個々の取り組み、成果を整理して体系的に示すべきとのご提言も踏まえ、次回以降の報告書作成に活かしてまいります。

翁様には、改めて感謝申し上げますとともに、今後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

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。

2022.11