



社会的側面への取り組み

地域・社会との関わり

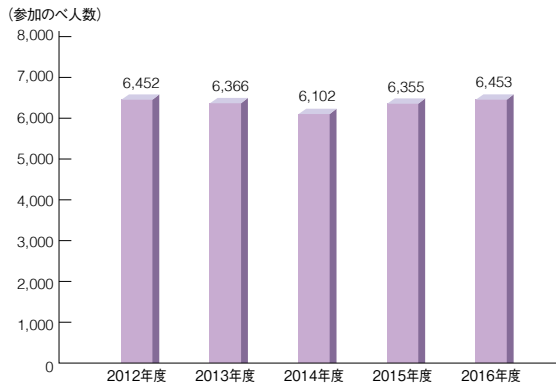
社外清掃活動

当社は、「地球環境にやさしい企業」の実現の一環として、原則、月に1回従業員のボランティアにより全国の事業所周辺の道路など公共エリアの清掃活動を実施しています。清掃活動は地域の方々とのコミュニケーションの場でもあり、地域社会とあゆむ企業として感謝の気持ちを込めて、今後も、社外清掃活動を継続していきます。



▲清掃風景

社外清掃活動参加人数の推移



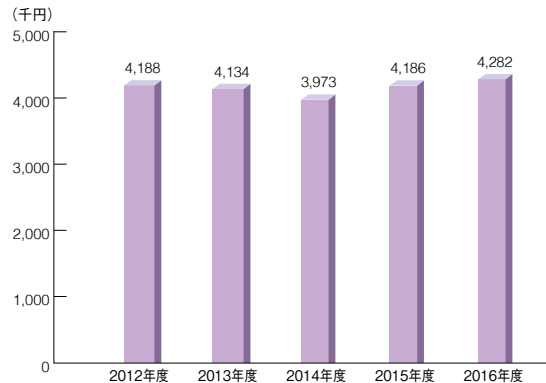
Katoグリーンウッド基金

Katoグリーンウッド基金とは、地域貢献活動(左記社外清掃活動)参加1人あたり500円を会社が拠出し、年間を通して積立しているものです。

〈2016年支援先一覧〉

- 国連WFP協会
- 認定NPO法人 フードバンク関西
- 認定NPO法人 世界の子どもにワクチンを 日本委員会
- 公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)
- 認定NPO法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
- 特定非営利活動法人 児童虐待防止全国ネットワーク オレンジリボン運動
- あしなが育英会
- 日本赤十字社
- 救世軍機恵子寮
- 社会福祉法人 お告げのフランシスコ姉妹会
- 社会福祉法人 嬉泉 こども発達センターわかばの家 (物品寄贈)

Katoグリーンウッド基金寄付金の推移

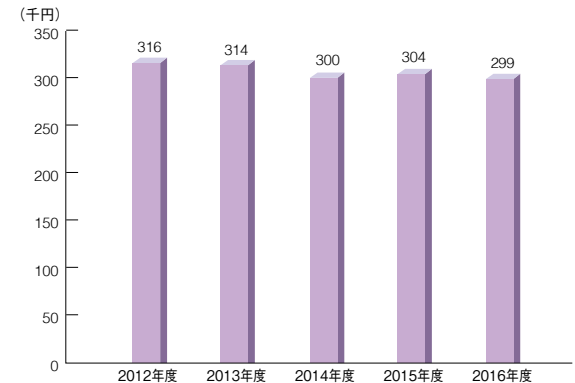


「がんばろう日本」KATOチャリティボウル

東日本大震災以降、1日も早い震災復興を願い、1992年より継続している全従業員によるボウリング大会を「「がんばろう日本」KATOチャリティボウル」と名付け実施しています。この大会では、倒したピンを1ピン1円とし、全従業員が倒した総合計本数分の金額を「公益財団法人 神戸新聞厚生事業団」へ寄付し、すべて東日本大震災の復興のために使用していただいています。



KATOチャリティボウル寄付金の推移



東日本大震災復興支援商品継続販売

2011年6月より、東日本大震災で被災された方々を支援するための義援金が価格に含まれた「カンピーファミリーサイズジャム」を製造・販売してきました。

被災地のさらなる復興を願い、当初予定より、期間を延長し、支援を継続することにしました。なお、義援金は被災地の義援金窓口を通じて、岩手県・宮城県・福島県の震災孤児等を支援させていただいています。



▲カンピーファミリーサイズジャム

パッケージデザインについては、継続して「がんばろう日本」のロゴがはいっています。



| | |
|-------|--|
| 対象商品 | カンピーファミリーサイズジャム (シリーズ全4品) |
| 商品概要 | 当社オリジナル商品の中でNo.1の売り上げを誇る、1963年発売のロングラン商品 |
| 延長期間 | 2017年9月25日製造分まで |
| 義援金送付 | 被災地各県の義援金窓口を通して被災地に寄付(対象商品1つにつき3円を寄付) |

兵庫県上郡町ふるさと納税お礼品

当社の製造拠点の上郡工場が位置する兵庫県上郡町に、『ふるさと納税』をした場合、上郡町の特産品の中からお礼品が贈呈されます。その贈呈品の中に当社の「手造りジャム」が採用されています。

『ふるさと納税』とは、都道府県、市区町村への「寄附」で、「生まれ育った故郷に貢献できる制度」、「自分の意思で応援したい自治体を選ぶことができる制度」として創設されました。

また、お礼品を通じてあらたな地域の魅力も知ることができ、地域の生産者も喜び、寄附した人もお得になるといった、みんなが幸せになれる制度です。これからも、商品を通じて地域に貢献していきます。



お礼品一部



だれもが使いやすい

ユニバーサルデザイン瓶の採用

「カンピー」ブランドの主力商品、ファミリーサイズジャムを主力消費層である60～70歳代を意識し、瓶の口径を変更するなど開けやすさを追求したユニバーサルデザイン瓶を採用するとともに、糖度も従来の67度から62度に変更し、健康志向にも対応した商品内容に改良しました。また、瓶の軽量化、口径変更により製造及び配送におけるCO₂排出量の削減にも配慮しています。



レンジマーク採用

農産乾物では、乾燥野菜のホウレンソウ、キャベツ、千切りごぼう、太切り大根などをラインナップし、いずれもパッケージにレンジマークを入れ、3～5分で調理できる点をアピールし、時短、産地、使い方を考慮して開発されました。





社会的側面への取り組み

地域・社会との関わり

ベルマーク運動

2016年6月からベルマーク運動への参加を全社(11支社・2製造部門:計13所属)に拡大し、多くのベルマークを回収することが出来ました。回収後は、ベルマーク財団様を経由して、東日本大震災時、津波の被害にあった当社の「仙台臨空センター」近隣の「岩沼小学校」へ寄贈しています。

また当社では、ベルマーク運動を推進させるために、社員のベルマーク運動参加への理解を深めています。月1回、環境管理部がベルマークについての最新情報や対象商品の紹介、社内での収集箱設置のアイデアなどを掲載し「ベルマーク通信」として社内周知しています。



▲ベルマーク通信



寄付先からのお言葉

宮城県岩沼市立岩沼小学校 高橋教頭先生

本校にベルマークを寄付していただき、感謝申し上げます。

貴社より定期的に頂戴したベルマークによって、本校のベルマーク活動にも刺激をいただき、また、ベルマーク寄付枚数が多いことで、学校および児童のために有効に活用できる物品を選択する幅が広がり大変ありがたいと感じています。

購入させて頂き使用している物としては、ドッジボール用ボール、ソフトバレーボール、ドッチビーがあり、ドッジボールやドッチビーは学級用として活用させて頂いています。新しいボールを使って運動ができ、児童はとても喜んでます。

また、校庭でボールを使ってドッジボールやキックベースなどで元気に遊ぶ児童が多くなり、校庭からは毎日楽しそうな声が聞こえ、体育の時間など運動量の確保に役立っています。

児童の役に立つために本校でも行っている活動ですが、貴社のおかげで、より一層収集活動にも力が入り、より充実した活動となっています。

誠にありがとうございました。



ECOキャップ運動

2011年度より、「誰でもすぐに始めることができる社会貢献活動」としてペットボトルのキャップ回収を全社にて開始しました。回収したキャップは再資源化業者、JCV(世界の子どもにワクチンを 日本委員会)を経由しワクチン代となり、国境をこえて世界の必要とされる子供たちに届けられます。

また、回収したキャップは、再資源化を促進することにより、廃棄物とCO₂の発生抑制に役立てられます。

今後も、キャップの回収を通じた社会貢献活動に取り組んでいきます。



▲ECOキャップ回収BOX



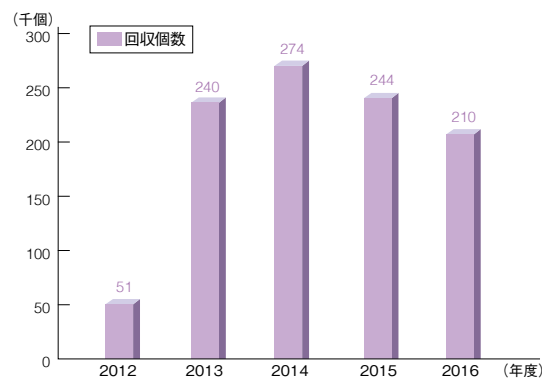
▲回収作業の様子(本社)

●社会貢献活動について

<http://www.katosangyo.co.jp/csr/contribution/>

ECOキャップ回収実績の推移

※2013年度より、全社にて回収スタート



工場見学受け入れ

上郡工場・乾物部では、毎年近隣の小学校や地方団体の工場見学を受け入れ、地域の皆さまに食品製造についての理解を深めていただいています。

上郡工場では、地方団体の方や近隣の小学生に、仕込みから包装、品質管理に至るまでのジャムの製造工程を見学いただきました。

一方乾物部では、近隣の小学生に工場見学とともに環境学習を実施し、児童のみなさんには工場見学をされたことを示す「証明書」をお渡ししています。また、尼崎経営者協会および尼崎雇用対策協議会が主催する事業所見学に協力し、地域の高校生20名を対象に、当社および乾物部の概要説明や工場見学を行いました。実際の製造ラインに入り、見学してもらう事で、働くという事、当社や卸売業への理解を深めていただけたと思います。

今後も地域の方々との関わりを大切に、積極的に取り組んでいきます。

工場見学受け入れ状況

| 日時 | 事業所 | 団体 | 人数 | 実施内容 |
|------------|------|----------|----------|------------------|
| 2016.6.7 | 上郡工場 | 地方団体 | 10名 | ジャムの製造工程見学 |
| 2016.10.18 | 乾物部 | 西宮浜小学校 | 24名 | 海苔・椎茸加工工程見学 |
| 2016.10.25 | 上郡工場 | 上郡小学校 | 31名 | ジャムの製造工程見学 |
| 2016.12.16 | 乾物部 | 阪神地域の高校生 | 20名+引率5名 | 海苔・椎茸加工工程見学、企業説明 |



▲手洗い風景

衛生管理の徹底!



▲説明風景

事業所見学を終えて



尼崎経営者協会
佐本 隆彦 様

当事業所見学で貴社を選定させて頂いた理由は、優良事業所であることは勿論ですが、近隣は阪神工業地帯ということで、金属加工、鉄鋼、機械・電気器具等の製造業は多数ありますが、食品の卸売・製造業といった事業所は少なく、高校生にとって良い勉強・経験になると思い選定しました。

実際に工場内を見学しながら説明を受け、生活の中で身近な製品が見学でき、目を光らせて見ている生徒の姿が印象に残っています。また、徹底された衛生管理に驚いていました。その他にも、清掃活動を通じた社会貢献にも高校生と社会人の違いを感じたようです。

近い将来、社会人になる高校生にとって良い刺激・貴重な経験になったと確信しています。

当事業の目的の一つに地元企業への就職促進がございますので今後とも、引き続きご協力の程よろしくお願い申し上げます。



▲椎茸加工工程見学



社会的側面への取り組み

地域・社会との関わり

インターンシップ受け入れ

目に見えにくい卸売業界の認知度をあげるとともに、卸売業の魅力伝えるため、大学3年生を対象に短期および長期インターンシップ生として受け入れています。2016年度は、短期・長期合わせて15名の受け入れを実施いたしました。

インターンシップ中に理解を深めていただいた、当社の業務内容をもとに、長期インターンシップの最終日には、「どのようにすれば当社の売り上げが伸びるか」あるいは「どのようなオリジナル商品を開発すれば良いか」について、提案・発表を行っていただきました。

インターンシップを通して、仕事の楽しさや意義、社会の仕組みを学んでいただけるよう、今後も継続して行きます。

インターンシップ受け入れ状況

【短期インターンシップ】

■本社 / 期間：9月6日(火)～17日(土)の10日間
人数：8大学8名
内容：業界について、物流研修、営業同行、総合食品展示会研修、提案書の作成

■東京 / 期間：8月19日(金)～25日(木)の5日間
人数：5大学5名
内容：業界について、物流研修、グループワーク

【長期インターンシップ】

■本社 / 期間：9月1日(木)～11月30日(水)の3か月間
人数：甲南大学から2名
内容：短期と同内容、
本社各部署での講義、上郡工場研修、PB試食アンケート、市場調査、支社での仕入研修、営業同行

インターンシップを終えて



長期インターンシップ生
甲南大学
橘 和花さん

私が3ヶ月間の長期インターンシップで最も印象に残ったことは、南近畿支社で行った2日間の商品仕入の研修です。

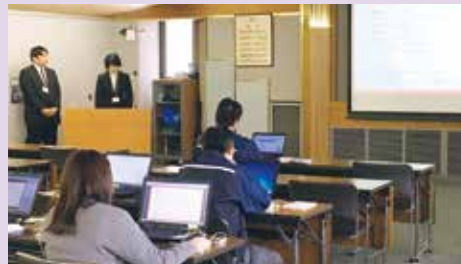
主な内容としては、お得意先さまからの発注について電話での確認業務やメーカーさまへのファックス送信、JANコードからの商品情報の検索

などを行い、食品卸売業ならではの業務を体験することができました。また、この業務を社員の方々と同じ空間で行った事が私にとっては大変貴重な時間でした。現場と同じ空気を体感することで、仕事に対する緊張感や時間の流れの速さを身にしみて感じ、「働く」ということがとてもリアルになりました。

さらに、学生に伝えたい社会人からのアドバイスなどをお聞きする機会もあり、とても充実した2日間でした。

これらの経験から、より自分の将来をきちんと考え、今後の学生生活を送ろうと思うきっかけとなりました。

本当にありがとうございました。



インターンシップの目的と今後の抱負



総務部 専任課長
長谷部 進

インターンシップ生受け入れの目的としては、実社会での就業体験によって、「働く」ことについて現実的に考える機会を提供することだと考えています。

採用を目的としたものではなく、若年層への教育の一端を担うために企業として貢献できることはないかと考えて

実施しています。社会人としての心構えや中間流通業としての当社の役割・存在意義、当社のオリジナル商品についてなど伝えたいことは多々ありますが、一番は働く社員の姿を見て、働くことを身近に感じてもらえればと思っています。

誠実に業務に取り組み、多くの質問をしてくれるインターンシップ生から私たちも学ぶことは多く、自分たちの日々の仕事を見直す機会にもなっています。

内容については、幅広い年代の社会人と接しながら、限られた時間の中で「成長ができた」と学生が実感できるようなカリキュラムを継続して考えていきたいと思っています。

インターンシップは企業にとっても学生にとってもお互いが学び合う場ということを念頭に、今後もインターンシップに取り組んでまいります。

