



ハウス食品グループ
CSRレポート
2016



食を通じて人とつながり、
笑顔ある暮らしを共につくる
グッドパートナーをめざします。

〈副文〉

時代によって食のカタチが変化しても、変わらない食のチカラがあります。

食のチカラは、人を育み、人をつなぎ、人を笑顔にします。

私たちハウス食品グループは、食を通じておいしさと健康をお届けし、

人とつながり、人と人をつなげたい。

絆やぬくもりを大切にして、すべてのステークホルダーと共に笑顔ある暮らしをつくりたい。

常に新しい価値を創造しながら。

家庭の食卓はもちろん、外での食事、さらに世界でも。

食に関わるすべてのシーンへ。

お客さまの笑顔を、社員とその家族の笑顔を、そして笑顔あふれる社会を

共につくるグッドパートナーをめざします。

Contents

ハウス食品グループ グループ理念、CSR方針…… P.1

トップメッセージ「グッドパートナーをめざして」…… P.3

特集1:「株式会社壺番屋」のCSR活動…………… P.5

特集2:地域密着型の価値提供拠点“スマイルデイズ”… P.7

◀ CSR方針 ▶

私たちは本業を通じて、健全な社会とすこやかな暮らしに貢献するため、
3つの責任を果たします。

3つの責任の 取り組み

お客様と ともに

- 安全・安心で価値ある商品・サービスを提供し続け、心身ともに健康で豊かな暮らしに貢献します。

社員と その家族と ともに

- 雇用を生み出し、社員の基本的人権、多様性を尊重します。また、人としての成長をうながし、社員とその家族の生活を豊かにします。

社会と ともに

- 健全な経営と事業活動により、自らの価値向上に努め、社会の発展に寄与します。
- 責任ある社会の一員として、法令順守はもとより、道徳観、倫理観を持って行動します。
- 環境に配慮した企業活動を行い、恵み豊かな地球の存続に貢献します。

◀ 2020年のめざす姿 ▶

「食で健康」— クオリティ企業への変革 —

■第五次中期計画 基本的な考え方

国内コア事業／海外コア育成事業に加え、国内成熟市場で新しい価値を提供するビジネスモデル(新規事業)を立ち上げる

- 国内既存事業のブランド力をさらに強化、グループの収益基盤を支える
- グループの知恵を海外展開することで、グループの成長を牽引
- バリューチェーン型事業と連携を図り、国内で新価値提供する事業を立ち上げる

「3つの責任」を追求して、社会における存在意義を高める

- 企業市民として果たすべき「3つの責任」にもとづく企業活動を展開し、グループ理念の実現をめざす

機能と計画を廻す力のさらなる強化

- グループPDCA機能 ●R&D機能 ●コスト競争力

ROA向上により、めざすROEとのギャップを縮小

グループ理念を具現化するための"3つの責任".....	P.9	全員参加のCSR.....	P.17
お客様とともに ~「はじめてクッキング」教室~.....	P.11	ハウス食品グループネットワーク.....	P.19
社員とその家族とともに ~新興国チャレンジ・地方創生チャレンジ~.....	P.13	編集方針 / 会社概要.....	P.21
社会とともに ~ハウス食品グループの環境への取り組み~.....	P.15	第三者意見 / 第三者意見を受けて.....	P.22



グッドパートナーをめざして

ハウス食品グループ本社株式会社
代表取締役社長

浦上 博史

私は、社内ではよく「会社には2つの顔がある。」と話しています。1つは、社員一人一人の働く場・成長の機会を与える場としての「会社」。もう一つは、社会の中において一つの個性として存在する「会社」です。そして、この2つの顔の各々に呼応して、私たちは「社是社訓」と「グループ理念」という2つの「道しるべ」を持っています。

私たちの「社是社訓」は「ハウスの意（こころ）」と呼んでいます。これは「誠意 創意 熱意を持とう」という社是と、「ハウス十論」という社訓の2つからなりますが、その中には「社会に役立つ」という利他のミッションを内包しています。一方で、私たちの「グループ理念」は、創業百周年の2013年に「持株会社体制」に移行した際、新たに策定したのですが（それまでの「企業理念」は、事業会社のハウス食品に引き継がれています）、その中では一企業市民として果たすべき「3つの責任」を内包しています。

『食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを共につくる グッドパートナーをめざします。』

ここで云う「3つの責任」とは、お客様に対して、社員とその家族に対して、社会に対して、の3つを指しますが、これはP.F.ドラッカー氏の著書『企業とは何か』の内容を咀嚼する中で導き出されたものです。昨年には「CSR方針」も改訂いたしました。これにより「グループ理念」との一体感をより持たせると共に、「3つの責任」の具体的な方向性についても明確に示す内容に改めました。

「少子高齢化」「食の外部化」といった大きなうねりの中で成熟化が進む今の日本に於いて、様々なステークホルダーの方々に対して今まで以上に「グッドパートナー」であるために、私たちに「変革」が求められています。このため、2015年4月よりスタートした第五次中期計画の中では、中期計画2個分の2020年に目指す姿として、「『食で健康』クオリティ企業への変革」をテーマに掲げ、自分達で価値を創出する力をもっともっと強化していくことに、試行錯誤しながら注力して参ります。

5年前に発刊された「CSRレポート2011」において、私の方から「『CSR』って何だろう」というメッセージを掲載させていただきました。その後、色々な取り組みを進めて参りましたが、今でもこの「禅問答」は私たちにに対して新鮮なインスピレーションを与えてくれていると感じています。これからも本業を通じて、この「禅問答」に向き合って参ります。

グループ理念

食を通じて人とつながり、
笑顔ある暮らしを共につくる
グッドパートナーをめざします。

〈副文〉

時代によって食のカタチが変化しても、変わらない食のチカラがあります。
食のチカラは、人を育み、人をつなぎ、人を笑顔にします。

私たちハウス食品グループは、食を通じておいしさと健康をお届けし、人とつながり、人と人をつなげたい。絆やぬくもりを大切にして、すべてのステークホルダーと共に笑顔ある暮らしをつくりたい。

常に新しい価値を創造しながら。

家庭の食卓はもちろん、外での食事、さらに世界でも。食に関わるすべてのシーンへ。

お客さまの笑顔、社員とその家族の笑顔、そして笑顔あふれる社会を共につくるグッドパートナーをめざします。

ハウスの意

社是

誠意 創意 熱意 を持とう。

ハウス十論

- 一、自分自身を知ろう
- 一、謙虚な自信と誇りを持つ
- 一、創意ある仕事こそ尊い
- 一、ハウスの発展は我々一人一人の進歩にある
- 一、ハウスの力は我々一人一人の総合力である
- 一、給与とは社会に役立つ事によって得られる報酬である
- 一、世にあって有用な社員たるべし、又社たるべし
- 一、有用な社員は事業目的遂行の為の良きパートナーである
- 一、社会にとって有用な社である為には利潤が必要である
- 一、我々一人一人の社に対する広く深い熱意がハウスの運命を決める

ハウス食品グループに新加入 「株式会社壺番屋」の CSR活動

2015年、ハウス食品グループは、カレー専門店「カレーハウス CoCo壺番屋」を運営する株式会社壺番屋(以下 壺番屋)をグループに迎えました。

壺番屋は地域社会の一員として、企業の社会的責任(CSR)を果たすべく、環境保全や社会貢献におけるさまざまな課題に取り組んでいます。

その主な取り組みについてご紹介します。

壺番屋の企業理念

壺番屋は、「社是」「ミッション」「経営目的」の三つを企業理念として掲げています。

- **社 是** ニコニコ・キビキビ・ハキハキ
- **ミ ッ シ ョ ン** 経営を通じ人々に感動を与え続け、地域・社会に必要とされる存在となること
- **経 営 目 的** 会社にかかわるすべての人々と幸福感を共有すること

●●● 壺番屋の各店舗で展開する清掃活動

壺番屋の各店舗では日々、店舗内の清掃だけでなく地域の方々への感謝の気持ちを込めて、近隣の駐車場や車道・歩道の掃除やゴミ拾いも行っています。

さらには、定期的に社員が集まって近隣地域の清掃や公園の花壇整備などの活動を実施しており、「ゴミゼロ運動」や「年末大掃除」として社員100名以上が集まる大規模な清掃活動も年に数回行っています。

それぞれの清掃活動を通じて集めた空き缶やペットボトルは、リサイクルされ、資源の循環にも寄与しています。



全国約1,300店舗で実施

●●● 福祉施設でのカレー提供・イベントの開催

壺番屋本社の社員が中心となり、愛知県西尾張地域周辺の福祉施設への給食サービスや、バザーなどへの出張販売でカレーを提供しています。出張販売による収益金は全額施設へ寄付しています。

また、カレーの提供とは別に、児童養護施設子ども達を招いてのカレー鍋パーティー、野外バーベキューなどのイベントを企画実施しています。



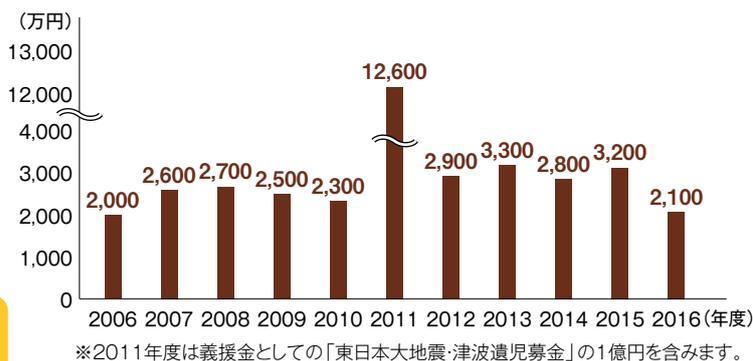
年間約30回開催

「あしなが育英会*」への寄付

壱番屋では、前年度利益の1%程度を目処に寄付予算を策定しています。創業者自身が学生時代に苦労したことから、「あしなが育英会」に継続的な支援を行っており、毎年2~3千万円程度の寄付を行っています。それ以外にも直営店の店頭にも「あしなが育英会」の募金箱を設置し、お客様や店舗従業員にも募金を呼びかけています。

累計**3億9,000万円**を寄付

あしなが育英会への寄付金の推移



* あしなが育英会：病気や災害、自死(自殺)などで親を亡くした子ども達や、親が重度後遺障害で働けない家庭の子ども達を物心両面で支える民間非営利団体です。国などからの補助金・助成金は受けず、すべて寄付金で運営しています。

災害時の復旧支援活動

災害時の復旧支援活動も積極的に行っており、電気、ガス等のインフラが整うまでの間、現地周辺に拠点を構えて、被災地域の方々に対して、炊き出しで支援しています。また社内で義援金を募り、日本赤十字社を中心とした被災地域の団体への寄付を行っています。

東日本大震災では、食糧支援としてレトルトカレーを提供すると共に、宮城県名取市、岩沼市周辺の避難所等ののべ77カ所で35,795食のカレーライスを炊き出しで提供しました。また、「あしなが東日本大地震・津波遺児募金」には1億円の義援金を寄付しています。

のべ**77カ所**で**35,795食**を提供



食品ロス*低減の取り組み

壱番屋では食品ロス低減の取り組みとして、テスト生産品やメニュー切り替え時などの在庫品が発生した場合、安全性を確認のうえ、食材をフードバンク等を通じて食べ物に困っている施設や人々にお届けしています。また社員食堂の食材や社員向け販売などにも利用し、食品ロスの低減に取り組んでいます。

* 食品ロス：まだ食べられるのに捨てられている食べ物

>>> 地域に貢献する店舗独自のメニュー開発

カレーハウス CoCo壱番屋の一部の店舗では、それぞれの店舗が独自のメニューを開発し、お客様へ提供しています。滋賀県の店舗では、地域の害獣である「ニホンジカ」の肉を使用したカレーを開発しました。滋賀県では、ニホンジカが農作物を荒らして農業・林業に多大な被害が発生し、また捕獲された鹿の処理にもコストがかかるという課題がありました。そこで鹿肉を食材に取り入れたカレー開発に着手。その過程には試行錯誤もありましたが、開発されたメニューは小学校の給食にも採用されるなど評価が高く、獣害対策の一助となっています。

未来をより良くするために 地域密着型の価値提供拠点 “スマイルデイズ”

DATAで見る社会課題

人口が減る一方で、高齢者の割合は増加

○ 日本の人口と高齢化率（見通し）

2025年 人口 約1億2,065万人
高齢者数 約3,657万人

約30%

2060年 人口 約8,673万人
高齢者数 約3,464万人

約40%



独り暮らしの高齢者が増加

○ 独り暮らしの高齢者数



○ 高齢者の子どもとの同居率



出典:「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」等(国立社会保障・人口問題研究所)
(<http://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/newest04/sh2401top.html>)等を加工して作成

「食場」を通じて人と人をつなげる

日本の高齢化率は年々上昇しており、2025年には全人口の30%、2060年には40%に達すると予想されています。さらに、少子化や核家族化もあり、独り暮らしの高齢者の割合も増加しています。独り暮らしの高齢者の食に対する課題を解決するため、2012年、ハウス食品グループはケアフードを起点とした超高齢社会向けのプロジェクトを立ち上げ、2014年からは新しい「食」ソリューションビジネスの確立に取り組んでいます。

2014年7月に千葉県八千代市の村上団地内の中央商店街に飲食店「スマイルデイズ八千代村上店」をオープンしました。住民の高齢化と商店街の衰退が懸念される地域で「健康的な食事」と、食を通じて地域とつながるだけでなく、地域の人と人をつなげる楽しい「食場」を創出しています。さらに2015年4月には、同市に衛星店「道の駅やちよ店」をオープンしています。

「食」を起点に、QOL*向上を包括的に考える

「八千代村上店」では、高齢者にも適した「健康的で安全な食事の提供」をコンセプトに、栄養バランスの良いメニュー提供やお弁当の宅配、総菜販売を行っています。それだけでなく生活に役立つ講座やカルチャー教室、介護や医療の現場に携わる方々との共同イベント等を開催し、高齢者のQOL向上に努めています。

持続的かつ広範なQOL向上のためには、地域そのものを活性化させることが必要です。そこで「道の駅やちよ店」では、飲食店の業務だけでなく、地域団体や行政と連携し、農業の活性化、観光エリアの活性化、子どもから大人までの食育活動など、より良い地域づくりのための活動を行っています。

こうした活動が地域における「スマイルデイズ」のプレゼンスを高めると考え、地道に地域の活性化をサポートしながら、企業価値の向上を図っています。



* QOL : Quality of Lifeの略語で、「生活の質」と訳され、人間らしく、満足して生活しているかを評価する考え方です。

●●● 心も体もあたたまる、あなたの街のダイニング



スマイルデイズ



テイクアウト・宅配



豊富なメニュー(道の駅やちよ店)



栄養&生活相談

TOPICS.1 さらなる地域活性化のための取り組み

「子どもお弁当料理教室」

ハウス食品グループでは『弁当の日*』応援プロジェクトに協賛しており、その活動の一環として「道の駅やちよ店」では「子どもお弁当料理教室」を定期的で開催しています。

この教室では、プロのシェフ指導のもと子ども達が実際にたまご焼きやハンバーグなどを調理し、自分と保護者の方のお弁当を作ります。普段は作ってもらっているお弁当を、自分だけでなく保護者の方のために作ることを通して「作ってもらうことへの感謝」を再認識するきっかけとなっています。

持続性のある地域活性化のためには、地域社会全体で子ども達の成長をあたたかく見守り、促す取り組みが重要と考え、今後も継続して実施していきます。

* 弁当の日：親の手伝いなしで、子ども自身が献立作り・買い出し・調理・弁当詰め・片づけまですべてを行う取り組みです。



TOPICS.2 高齢者のQOL向上のための取り組み

東京大学産学ネットワーク「ジェロントロジー*」

高齢者のQOLの向上のための新たな事業・サービスを検討・展開していくために、東京大学が主催する産学ネットワーク「ジェロントロジー」の趣旨に賛同し参加しています。学問の分野・業界を超えた知の普及・開示・交換を行い、社員が講師として登壇するなど、高齢者の社会課題解決に関する研究および情報の収集に努めており、超高齢社会のニーズへの対応を図っています。



全体会で社員が講演しました

* ジェロントロジー：「老年学」「加齢学」のことで、高齢者を取巻くさまざまな課題を、医学・生理学・心理学・経済学・政治学等のさまざまな自然科学・社会科学を統合した観点から解決していくことを目的とした学問です。

食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを共につくる
グッドパートナーをめざします。

を具現化するための"3つの責任"

お客様と ともに

- 安全・安心で価値ある商品・サービスを提供し続け、心身ともに健康で豊かな暮らしに貢献します。

特定原材料
7品目不使用
シリーズを展開



社員と その家族と ともに

- 雇用を生み出し、社員の基本的な人権、多様性を尊重します。また、人としての成長をうながし、社員とその家族の生活を豊かにします。

外国人社員数

2,298人
(約36%)



社会と ともに

- 健全な経営と事業活動により、自らの価値向上に努め、社会の発展に寄与します。
- 責任ある社会の一員として、法令順守はもとより、道徳観、倫理観を持って行動します。
- 環境に配慮した企業活動を行い、恵み豊かな地球の存続に貢献します。

工場見学

約7,800人

(ハウス食品、ハウスウェルネスフーズの国内工場)



ハウス食品グループは、「お客様」「社員とその家族」「社会」に対して"3つの責任"を果たすことで、それぞれにとってのグッドパートナーをめざしています。3つの責任の取り組みの中でも特徴的な活動をご紹介します。

お客様の声を活かした改善 (QUIC)

44 件

(2011~2015年度)

QUIC:(Quality Up by Initiative of Customers:お客様主導で進める品質向上活動)の略で、グループ一体となって、お客様のご要望・お問い合わせを製品の設計、パッケージ表示、品質管理等に反映させています。(ホームページの「HOUSEヒント」もQUICから生まれました)

中国でカレーを人民食に!
百夢多カレー年間販売数

約 1 億 食

(2015年末)

百夢多カレー(バーモントカレー)は年間約 1 億食が販売されています。またカレーレストラン「CoCo壱番屋」は 51 店舗で約 860 万人のお客様にご来店いただきました。

ハウス食品グループ
LINE公式アカウントお友だち

約 850 万人

(2016年8月時点)



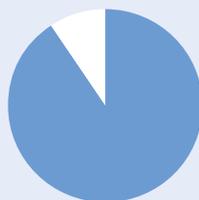
障がい者雇用率

2.13 %



定年退職者再雇用率

90.7 %



(対象:ハウス食品)

ファミリーツアー参加者

979 家族
3,684 人

(1993年度~累計)

社員とその家族を対象に、職場の見学や企業参加している東京ディズニーリゾート®に招待しています。

日本赤十字社

「私たちは、
忘れない。」
キャンペーンに参加

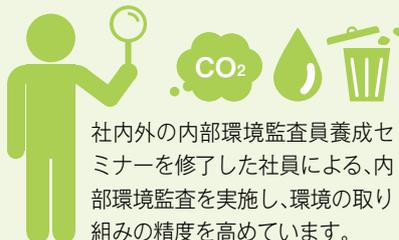


私たちは、忘れない。
Forever remembered.

東日本大震災から今年で5年。ハウス食品グループは、日本赤十字社主催の「私たちは、忘れない。」キャンペーンに賛同し、社員全員に「忘れない」を呼びかけました。

内部環境監査員

701 人



社内外の内部環境監査員養成セミナーを修了した社員による、内部環境監査を実施し、環境の取り組みの精度を高めています。

知って、作って、食べて、つながって!
食と農と環境の体験教室を開催

の 418 家族
1,258 人が参加

社員とその家族による
ボランティア 230 人
(2015年度)

お客様と ともに

ハウス食品グループでは、
お客様との“食”を通じたコミュニケーションを深めています。
その一つとして、幼稚園・保育園の児童を対象に、
初めてのカレー作りを通して、作って食べることの楽しさと大切さを伝え、
子ども達の健やかな成長を応援する「はじめてクッキング」教室を
1996年から実施しています。

子ども達に作って

食べることの楽しさ、大切さを伝える

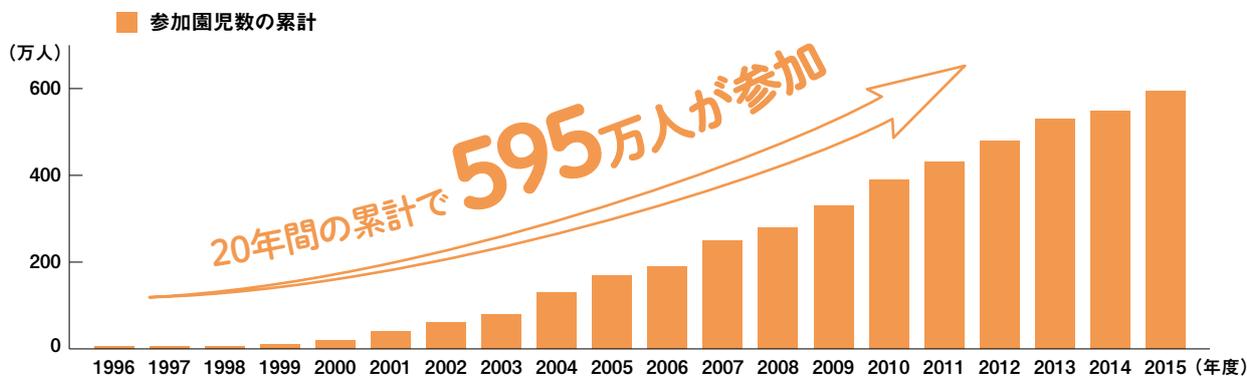
20年目を
迎えた

「はじめてクッキング」教室

▶ 595万人以上の子ども達がカレー作りにチャレンジ!

ハウス食品グループでは、保育関連会社の株式会社メイト様と共に子ども達のクッキング活動が「食育」の一環として最適であると考え、「自分で作って食べる」ことを体験し、食への興味をもっと広げてほしいという願いから「はじめてクッキング」教室を実施しています。

1996年から始まったこの活動は年々参加園児数を増やし、2015年には20年目を迎え、全国で約5,000園・50万人の子ども達が参加しました。のべ595万人以上の子ども達が、幼稚園・保育園で初めてのカレー作りにチャレンジしており、年間の保育・食育計画に取り入れている園も多くあります。



\\ 開始から20年、うれしいお言葉をいただきました。 //

これまでの「はじめてクッキング」教室の参加者の中には、幼稚園の先生となり、「はじめてクッキング」教室にかかわることになった方もいらっしゃいます。先生として子ども達の体験にかかわることで、自分が子どもの頃に参加して楽しかったことを思い出すと共に、ご自身が子どものころには分からなかった先生達の苦勞も感じられているとか。将来は、自分の子どもにもぜひ「はじめてクッキング」教室に参加させたい、とうれしいお言葉をいただきました。



料理する楽しさや食べる喜びを体感

子ども達は、野菜の皮むきから、具材を包丁で切ること、火を使って炒め煮る作業を自分たちの手で行います。もちろん包丁を握ったことがない子どもも多く、慣れない作業ですが、目を輝かせながら五感を使って、一生懸命取り組んでいます。また、園でのクッキング体験を通じて、家庭でのお手伝いや親子クッキングを実施するためのパーメントカレーやリーフレットを配布しています。参加された園やご家庭からは「お手伝いをするようになった」「料理をする親の大変さを理解できるようになった」という声もいただいています。

実施園レポート

ジャガイモの
いい香りがしたよ



みんなで作った
おいしいカレー
いっぱいおかわり
したよ!



それぞれができることに参加し、
自分たちで作ったカレーを
みんなで食べました。

初めて
包丁を使ったよ



社員参加企画

2016年度はハウス食品グループの社員が幼稚園・保育園にお伺いして紙芝居やカレークイズを行い、一緒に「はじめてクッキング」教室を盛り上げていく「社員参加企画」を開催しています!



社員とその家族 とともに

ハウス食品グループでは社員の成長を促すさまざまな学習プログラムを設定しています。次世代リーダー育成のための「新興国チャレンジ」「地方創生チャレンジ」は、社員を現地に派遣し、自身の知識・経験・スキルを頼りに、派遣された地域の社会課題の抽出から解決まで取り組む、筋骨きなしのユニークなプログラムとなっています。

新興国チャレンジ

トライ&エラー。チャレンジによって気付いたことは、人とのつながり、信頼、そしてありのままに働くことの大切さ。

プログラム参加メンバー

ハウス食品グループ本社株式会社
国際事業本部 国際事業開発部

加藤 大貴

▶ 社会と企業の共存を求めて

「新興国チャレンジ」は、会社に籍を置きながら新興国に6カ月間滞在し、現地の社会課題を解決するプログラムです。私は国内の営業職でしたが、将来は海外事業にかかわる仕事がしたいという想いがありました。海外事業を考えるうえで必要となる語学力や、グローバルな観点での社会課題に対する理解や見識を深めるよい機会を得られると期待し、プログラムに参加しました。



▶ 現地での試行錯誤の日々



赴任したのは、インドネシアの平均年齢25歳、2013年に創業したばかりのチョコレートメーカーでした。この企業は、高品質なカカオの調達にあたり、貧しい農家への生育指導・直接買取を行っており、農家の地位向上も目指しています。言葉や文化・生活面の違いはあれどできそうなことはやってみる、チャンスに積極的にアプローチすることを貫き活動。高級ホテルへのオリジナル商品の提案販売、現地スーパーとの商談、イベントへの出店などの営業活動から、未経験の輸出にも取り組みました。本を読んだり、現地で知り合った方に手続を教わるなど試行錯誤した結果、日本国内の販売店や小売店を見つけることができました。

▶ それぞれがありのままの個性を大切にする

これらの活動から、語学や輸出の知識よりもっと大切な気づきを得ました。それは、ありのままに働くことの大切さです。赴任した企業は、社員それぞれが個性を大切に、主体性を持ち、性別や年齢に関係なく意見交換がされ、新しい発想が湧きやすい環境でした。そうして一人ひとりがリーダーシップを発揮して仕事に取り組むのは見習いたいところです。そして、ゼロから1を生み出すためにはとにかくトライ&エラー。創業者の働きぶりを見て、新規事業には試行錯誤の積み重ねが必要ということに気づきました。さらに社会貢献は、会社にとっても非常に有益だということも実感しました。社会性が高いと支援者も投資家も集まりやすい。社会性は企業の強みになり得ると確信できました。

▶ 積極的にチャレンジに参加してほしい

帰国した今、私はこのプログラムで得たものをもっと社内に発信して行きたいと思っています。そして、ゼロを1にした体験を活かして、まだハウス食品グループの商品をお届けできていない地域に人脈を作って、届けていきたい。その先には、簡単においしく栄養を摂ることのできるハウスの商品で、恵まれない子ども達にも豊かになってもらいたいという想いがあります。社員の方にも、新興国チャレンジに積極的に参加してほしいと思います。



地方創生チャレンジ

地域が抱える課題に対して個人・チームとしてできることは何か。

地域に本当に必要なものは何かを考え、失敗を恐れずにチャレンジ。

プログラム参加メンバー

ハウスウェルネスフーズ株式会社
機能性事業本部 ビタミン事業開発部 **新谷 良子**

ハウス食品株式会社
営業本部 営業企画推進部 **三宅 勇緒**

ハウス食品グループ本社株式会社
新規事業開発部 **渡邊 裕大**

▶ 若手社員による地域課題解決の取り組み

今回のプログラムでは、岩手県で海産物加工・卸売を営む企業へ、製品開発、営業企画、新規事業開発と異なる分野の3名が約1ヵ月ずつ順番で訪問し、地域の課題解決に取り組みました。

この地域にはどういった課題があり、自分たちの資産、資源で何ができるのか。現地の大学の学長、企業の社長、住民の方など、さまざまな方々にお話を伺う中で、個々で感じている問題が一つの大きな課題としてとらえられず、対策が講じられていないことが分かってきました。



▶ 地域における社会的課題への対応

明らかになってきた課題のうち、塩分摂取率が高く人々の健康に影響が出ているという課題に取り組みました。

料理に出汁をあまり使わず塩を多用する慣習に対し、ハウス食品グループのスパイスという資源と地域の未利用の素材を組合せ、塩の代替となる「出汁スパイス」の製品化を検討しました。

現地企業に協力いただき、味作り、未利用素材の原料化等、試行錯誤の繰り返しで3ヵ月はあっという間に経過しました。期間内で製品化には至りませんでしたが、「出汁スパイス」のアイデアに共感いただいた現地企業が活動を引き継ぎたいと言ってくださり、私たちの思いが多少なりとも現地の役に立つことができたことと実感できました。

▶ 持続可能な取り組みにするために

もう一つの取り組みとして、地域の方々に「出汁スパイス」を利用した減塩の考え方や今まで使っていなかった地域食材に慣れ親しんでいただくため、現地企業や大学などの協力を得て食育イベントを開催したり、これらの取り組みが継続できるようフォーラムを開催しました。

特に印象に残ったのは高校生を対象にした地域活性化フォーラムです。将来、地域にどうかかわるかという問いに対し、地域課題と将来の可能性について地域発の起業家、教育関係者などがパネル討論する場を設けました。身近だからこそ気付かない地域の良さを私たちが伝え、また地元の方が夢を語ることで「生徒の眼の色が変わった」と校長先生から高い評価を得ることができました。



▶ 自分自身を見直し社会や会社に貢献

本当に地域のためになることは何かを第一に考え続け、多くの人とかかわる中で、たくさんのことを学びました。例えば他人に協力を依頼するには何が必要か。熱い気持ち、それぞれの考え方や立場を考慮した話し方など、信頼関係の構築は今後のリーダーシップ形成において非常に役立つはず。社会に対して何ができるか、自分たちにどんな資源があるか、それでどんな価値を社会に提供できるか。これらを皆が自然に考えるようになれば、企業としてより発展できるのではないのでしょうか。私たちは、今回学んだことをこれからもどんどん社内へ発信していきたいと思っています。

ハウス食品グループは、地球環境の大切さを十分認識し、環境に配慮した企業活動を通して恵み豊かな地球の存続に貢献しています。事業活動全般において、省エネルギー、省資源、廃棄物の削減・再資源化および地球温暖化物質等の排出抑制に努め、環境に配慮した製品・サービスの提供を行っています。また、環境にかかわる法律を順守し、全社的に環境目標を設定して継続的な改善を図るほか、環境教育を通して社員の意識向上にも取り組んでいます。

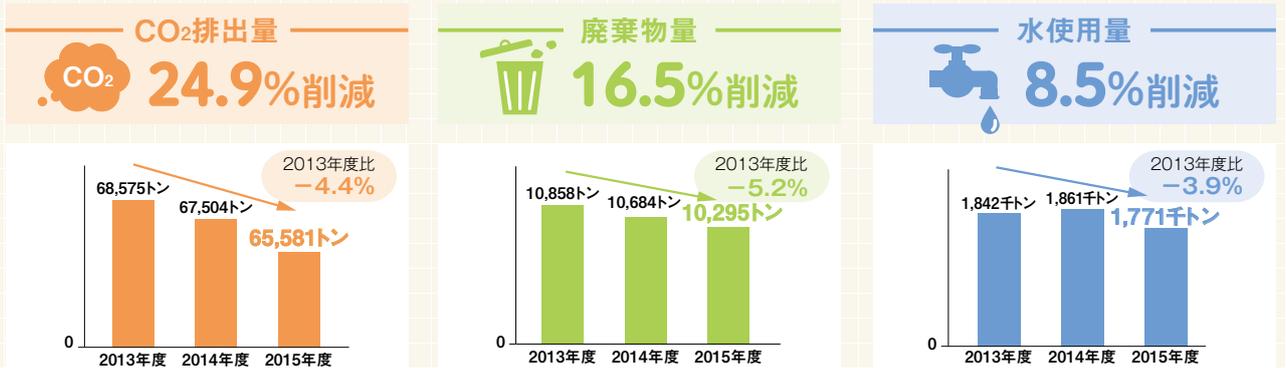
恵み豊かな地球の存続のために

ハウス食品グループの環境への取り組み

▶ 2030年度を見据えた長期環境目標を設定！

ハウス食品グループではCSR方針で環境に配慮した企業活動を行い、恵み豊かな地球の存続に貢献していくことを宣言しています。2015年度は、グループ全体でより積極的に環境課題に取り組んでいくため、CO₂排出量、廃棄物量、水使用量について、2013年度を基準年とする2030年度までの長期の環境目標を設定しました。

■ 2030年度までの長期目標と直近3年間の進捗 (2013年度を基準年とする)



【対象】ハウス食品グループ本社、ハウス食品、ハウスウェルネスフーズ、サンハウス食品、サンサプライ、ハウス物流サービス、デリカシェフ、ハウスあいファクトリー、ハウス食品分析テクニクスサービス、ハウスビジネスパートナーズ
 ※水使用量については ハウス食品の工場、ハウスウェルネスフーズの工場、サンハウス食品、デリカシェフが対象

▶ 事業活動のマテリアルバランス



▶ 環境に配慮した製品

ハウス食品グループではお客様の使いやすさの向上と環境負荷の低減を図り、継続的な製品改良に取り組んでいます。

チューブ入りねりスパイス

1973年にアルミチューブ入りねりスパイスを発売して以来、継続的なパッケージの改良に取り組んできました。

2015年度は、以下の改良を行いました。パッケージの省資源化だけでなく、お客様が製品を使用されるシーンにおいても使い残しによる無駄が出ないよう工夫しています。

- キャップ重量を従来品から30%低減
- チューブ成形端材を全量工程内リサイクルし、廃棄物を削減
- チューブをなで肩にし、絞り出しやすく改良し、使い切りやすく



プライムカレーシリーズ、ヘルシーオカレー

プライムカレーシリーズ、ヘルシーオカレーでは、パッケージの一部に植物由来の原料を使用したバイオマテックPETフィルムを使用しています。

このフィルムを使用することで、従来の石油由来のプラスチックフィルムと比較して、以下の点で環境への負荷を低減しています。

- 石油使用量を削減
- 温室効果ガスをライフサイクル全体で約10%削減



バイオマス
No.110028
バイオマスマーク
(一社)日本有機資源協会
(主管:農林水産省、環境省)



▶ 社員への環境教育

環境経営の推進には、それにかかわる「ひと」の知識や意識、行動が大きく影響すると考え、社員の環境意識を高めるためのさまざまな取り組みを行っています。

例えば、目まぐるしく変化する環境法に関するタイムリーな情報提供や、環境関連学習ツールの提供、教育研修の実施など、教育・啓発とコミュニケーションを継続的に実施することで、「環境活動に積極的に取り組む体制づくり」を推進しています。

また、2016年度は、ISO14001:2015年度版への移行に合わせ、環境マネジメントシステムを支える内部環境監査員の知識・技能を習得する学習会を計画しています。



全員参加のCSR

国内・海外のハウス食品グループのメンバーから、CSRに対する想いについてメッセージをお届けします。

「お客様に安全・安心を提供したい」
中国では、食の安全・安心に関して、ますます注目されています。日系企業として、お客様からの信頼も高いので、その期待に応えられるよう、食品衛生法厳守やハウス食品グループの協力を得ながら、日々改善を行い、多くのお客様に安全・安心を提供していきます。

ハウスレストラン
管理(北京)社
趙 究治



地球に優しいものづくり、
未来の子ども達に勧められる
商品づくりを心がけています。

私達の仕事は、コンビニ様向け商品を製造・出荷する事です。私の考えるお客様とは、実際に「購入頂くお客様」又「発注を頂くお店様」です。そのお客様の為に様々な検証を行い安全・安心な商品を送り出す事を、常日頃心がけております。

株式会社デリカシェフ
小黑 利裕



ハウスウェルネスフーズ株式会社
道下 拓毅

法令順守はもちろんの事、社内の諸ルールも厳守するよう心がけています。また、社内外の皆様と笑顔で明るく仕事ができるよう、職場の雰囲気作りにも心を配っています。

ハウスビジネスパートナーズ株式会社
清水 宙子



Bring happiness
to consumer
when used
our product!
(製品を通じてお客様に
幸せをお届けします!)

道徳のある社会人として、オン
オフともにルールを尊重した生活
を基本にしています。そして
愛する家庭と仕事をそれぞれ大
切にし、ルールを守って頑張っ
ています。

「仕事で現状に満足せずに、勉強し続けて自分自身を充実させる!」
現状に満足すると足踏みになってしまいます。我々は社員であり、社会人でもあり、自分自身を充実させれば、会社と社会の貢献にも繋がります。



台湾ハウス食品社
王 維蓉

私が業務の中で心掛けている事は「報・連・相」です。報告が早いほど早期対応となり、製品の安全性をより高められるからです。これからもお客様に安心して食べて頂ける製品を作るよう「報・連・相」を大切にします。

サンハウス食品株式会社
大坪 優花



ハウスフーズベトナム社
NGUYEN THI YEN TRINH



ハウスあいファクトリー
株式会社
藤本 剛

お客さまの笑顔のため、商品と商品に込められた大切な思いと一緒に届ける事を意識して、業務の品質向上に努めています。

ハウス物流サービス
株式会社
板垣 祐輝



社員の方々に理解・協力してもらえよう、自ら積極的に行動するようにしています!

株式会社
ウォークス・トレーディング
三浦 正義



Turning off the light from the restroom and an office when no one is inside, is a way to contribute to make the difference everyday by reducing the environmental cost of energy (Electricity). By doing this I'm helping the planet in some way. I want to make the world a better place for myself and others.

(誰もいない部屋は消灯して環境負荷を減らすなど、少しでも地球のために良いことをしています。自分のため、他人のためにより良い世界を作りたいです。)



エルプリート・メキシカンフードプロダクト社
Maria Cardenas

相手に言葉がどのように響くのか、常に意識しています。お客様目線で店舗の衛生管理を見つめて違和感を伝える仕事ですが、従事者目線を軌道修正するためにはどんな言葉が必要か、日々模索しています。

株式会社巻番屋
松井 亜紀



ハウス食品(中国)投資社
王 定景

マーケティングを通じ、お客様に製品価値を認めていただけるサービスを提供しています。また娘にとっても私の仕事が誇りとなるように頑張っています。親子カレー教室などを通じ、もっと多くの家庭に喜びを届けられるように努めます。

職場では、食品の持つ栄養的価値や安全・安心に関する試験結果を、正しくお伝えできるように、分析及び検査を行っています。また自宅では、アフリカに住む6歳の女の子のコミュニティを微力ですが、支援しています。



株式会社ハウス食品
分析テクノサービス
小倉 かな

サンサプライでの勤続年数は23年目を迎えました。これからも自分の健康に気をつけて、少しでも長く家族・地域・会社へ貢献したいと思います。



サンサプライ株式会社
南壽 幸子

Outside of work I volunteer in a ministry that focuses on spending time with kids in diverse cultural communities. I believe that being present in kids' lives and caring for their joys, triumphs, heartaches and setbacks can impact their life in profound ways and influence the choices they make today, and their future decisions about their careers, marriages, families, etc. Change begins when someone reaches out to them and influences their lives for a better society.

(プライベートで子ども達と過ごすボランティアをしています。子ども達に手を差し伸べ、人生に働きかけることが、より良い社会の実現につながると思います。)



ハウスフーズアメリカ社
Nelly Kapen

以前114号事件でハウス食品の対応(裏取引に応じなかった)の話を知りました。そのような社風を持ったハウス食品グループの一員として、清廉潔白な日々の生活、業務活動を心がけています。



ハイネット株式会社
田中 克

私は今までの結果に満足せず、この先10年、20年のために、様々な仕組みや制度などを考えています。そして私は社員に満足してもらい、この会社で働いていることが自慢でき、社員の家族に誇れる会社・職場を作りたいと考えています。



台湾カレーハウスレストラン社
林 國慶

深圳・広州の老番屋店舗で店長をしております。店舗では笑顔ときびきびした動きを常に意識して仕事をしています。これからもカレーハウス CoCo老番屋のモットーである「ニコ・キビ・ハキ」を意識しながら、安全・安心でおいしいカレーをお客様へ提供致します。

ハウスレストラン管理(広州)社
張海濤



ハウス食品株式会社
大井 明子

お客様の食事の安全の為、我々の役割をしっかり念頭に置きながら、ご家庭の幸せに役立つように引き続き貢献していきます。

上海ハウス食品社
魯 萍



韓国カレーハウス社
キム・ジョンウン

会社が社員と共に責任を守るとは社員一人一人の最大の成果に繋がり、お客様にいいサービスや美味しいカレーを提供する源泉になると思います。こんな力を発展させ、最終的には社会に寄与できる組織を目指しています。

インドネシアのお客様に「あたらしい、うれしい」をご提供することで、会社とスタッフがともに成長していけるよう日々活動しています。

ハウス&ウォークス インドネシア社
甲田 哲文



入社7年目、(職場)結婚や出産を経て復帰しました。家族や仲間や会社への感謝の気持ちは言葉にして伝えることが一番です。みなさん、ありがとうございます!

ハウスレストラン管理(上海)社
郭 麗娟



家族に誇れるような仕事ができるように社員全員が責任感と正義感をもって行動するよう伝えております。また、お互いを尊重し合い日々笑顔溢れる楽しい職場環境を作るように心がけています。



大連ハウス食品社
張 華

タイの人々の身体的な健康だけではなく、心も健康にできるよう、相手の気持ちを考えた行動を心がけています。



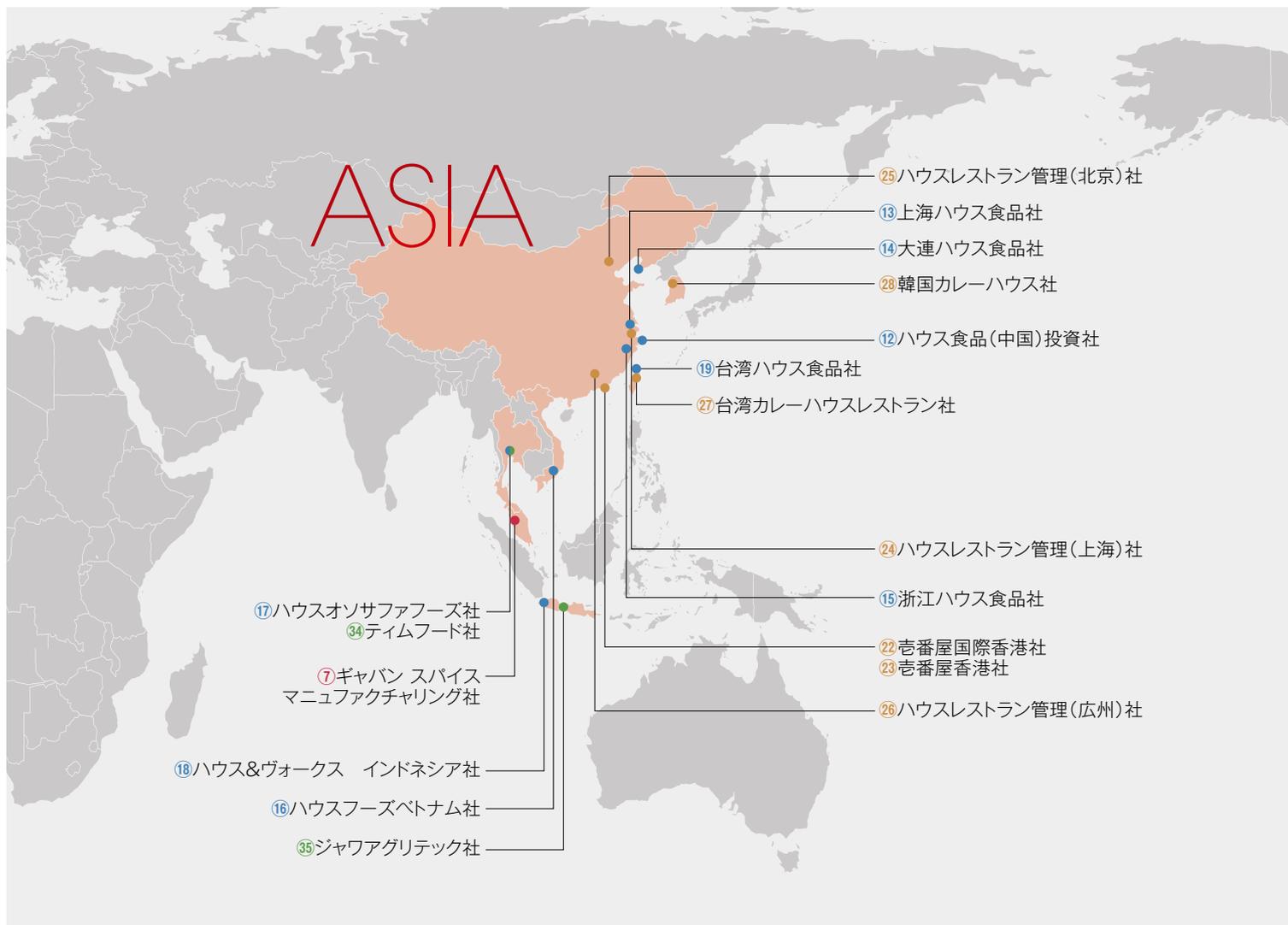
ハウスオソサファーズ社
Nilawan Thirayuwat



世界中のお客様に、ハウス製品を自信をもってご提案できるような情報発信を心がけています。

ハウス食品グループ本社株式会社
吉川 愛里

ハウス食品グループネットワーク



🌶️ 香辛・調味加工食品事業

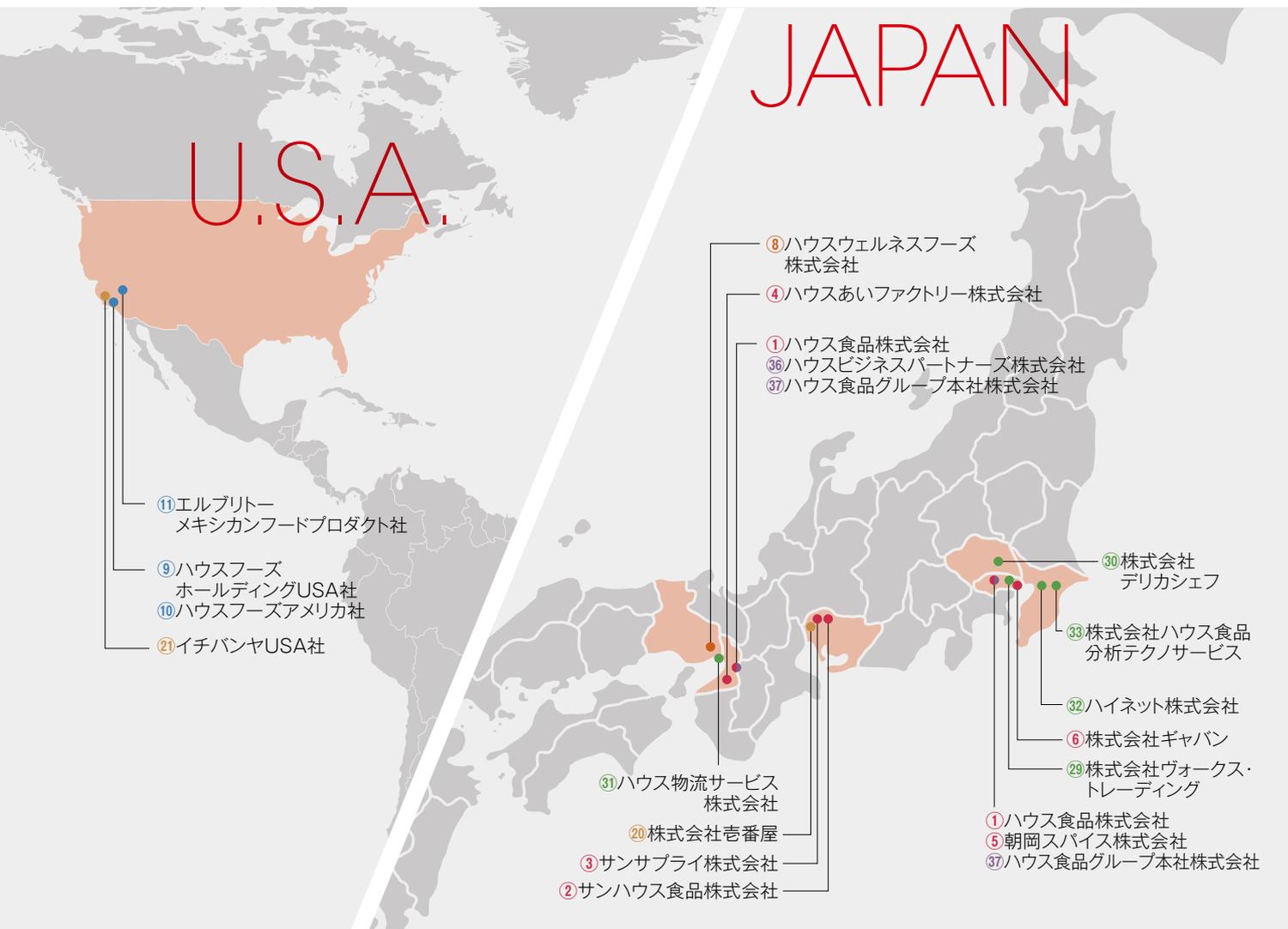
- ① **ハウス食品株式会社**
カレー、シチュー、スパイス、業務用製品などの製造・販売
- ② **サンハウス食品株式会社**
家庭用ならびに業務用レトルト製品等の製造
- ③ **サンサプライ株式会社**
レトルト製品の具材を提供する食肉加工
- ④ **ハウスあいファクトリー株式会社**
スパイス製品などの製造加工ならびに特別仕様製品などの包装加工
- ⑤ **朝岡スパイス株式会社**
スパイス製品の販売
- ⑥ **株式会社ギャバン**
香辛料の輸入・製造販売および輸入食品の販売
- ⑦ **ギャバン スパイス マニュファクチャリング社**
マレーシアにおける香辛料の製造・販売

🍷 健康食品事業

- ⑧ **ハウスウェルネスフーズ株式会社**
健康食品、飲料などの製造・販売

🌐 海外食品事業

- ⑨ **ハウスフーズホールディングUSA社**
米国子会社を統括する持株会社
- ⑩ **ハウスフーズアメリカ社**
米国における大豆加工食品等の製造・販売、カレーレストランの経営およびハウス製品の輸入販売
- ⑪ **エルプリトーメキシカンフードプロダクト社**
米国における大豆関連製品の製造・販売
- ⑫ **ハウス食品(中国)投資社**
中国における香辛調味食品の販売・当社グループ製品の輸入販売および中国事業の統括
- ⑬ **上海ハウス食品社**
中国における香辛調味食品の製造・販売
- ⑭ **大連ハウス食品社**
中国における食料品の製造販売および輸出入販売
- ⑮ **浙江ハウス食品社**
中国における香辛調味食品の製造・販売
- ⑯ **ハウスフーズベトナム社**
ベトナムにおける加工食品の製造・販売
- ⑰ **ハウスオソサファフーズ社**
タイにおける加工食品・飲料の販売
- ⑱ **ハウス&ヴォークス インドネシア社**
インドネシアにおける食料品、香辛調味食品等の輸出入および販売
- ⑲ **台湾ハウス食品社**
台湾における香辛調味食品の輸入販売



🍴 外食事業

- ⑳ **株式会社 壱番屋**
カレーレストランチェーンの経営
- ㉑ **イチバンヤUSA社**
米国におけるカレーレストランの経営
- ㉒ **壱番屋国際香港社**
東南アジアにおけるフランチャイズ本部業務
- ㉓ **壱番屋香港社**
香港におけるカレーレストランの経営
- ㉔ **ハウスレストラン管理(上海)社**
中国におけるカレーレストランの経営
- ㉕ **ハウスレストラン管理(北京)社**
中国におけるカレーレストランの経営
- ㉖ **ハウスレストラン管理(広州)社**
中国におけるカレーレストランの経営
- ㉗ **台湾カレーハウスレストラン社**
台湾におけるカレーレストランの経営
- ㉘ **韓国カレーハウス社**
韓国におけるカレーレストランの経営

🍱 その他食品関連事業

- ㉙ **株式会社ヴォークス・トレーディング**
農産物、食品などの輸出入・販売
- ㉚ **株式会社 デリカシェフ**
コンビニエンスストア向けデリカテッセン(総菜)、焼成パン、デザート製品等の製造
- ㉛ **ハウス物流サービス株式会社**
ハウス食品グループの物流機能を担う運送・倉庫業
- ㉜ **ハイネット株式会社**
デリカシェフが製造するコンビニエンスストア向け焼成パンの配送などを担う運送・保管業
- ㉝ **株式会社ハウス食品分析テクノサービス**
食品および食品素材の試験分析ならびに品質管理に関するコンサルティング業務
- ㉞ **ティムフード社**
タイにおける冷凍野菜、辛子精油、加工食品などの製造・販売
- ㉟ **ジャワアグリテック社**
インドネシアにおける農場経営および農産物などの加工・販売

🤝 グループ支援

- ㉞ **ハウスビジネスパートナーズ株式会社**
保険代理店業および人事、経理、情報システム、総務業務の受託
- ㉟ **ハウス食品グループ本社株式会社**
ハウス食品グループの国内および海外子会社の統括

● 編集方針

ハウス食品グループのCSR活動をステークホルダーの皆様にご理解いただき、よりコミュニケーションを深めるためにCSRレポートを作成しています。

今年度は、新たにハウス食品グループに加入した壺番屋の取り組みと、超高齢社会を背景にした新規事業の取り組みを特集としてご紹介しています。

また2015年度の具体的な活動として、CSR方針の3つの責任「お客様とともに」「社員とその家族とともに」「社会とともに」に沿った特徴的な活動をピックアップしてご報告しています。

● ハウス食品グループCSRレポート2016

冊子とWebそれぞれのメディア特性を生かした役割分担を行い、構成しています。

本誌「CSRレポート2016」はダイジェスト版の位置付けとし、Webは、冊子に掲載していない情報を網羅的に報告し、継続中の活動についても詳しい内容を掲載しています。

ハウス食品グループ本社ホームページ/CSR
<http://housefoods-group.com/csr/index.html>

● 対象組織

ハウス食品グループ本社株式会社、ハウス食品株式会社、ハウスウェルネスフーズ株式会社、株式会社壺番屋、サンハウス食品株式会社、サンサプライ株式会社、ハウスあいファクトリー株式会社、朝岡スパイス株式会社、株式会社ヴォークス・トレーディング、株式会社デリカシェフ、ハウス物流サービス株式会社、ハイネット株式会社、株式会社ハウス食品分析テクノサービス、株式会社堀江大和屋、ハウスビジネスパートナーズ株式会社、ハウスフーズホールディング USA Inc.、ハウスフーズアメリカCorp.、エルプリトメキシカンフードプロダクトCorp.、イチバンヤUSA Inc.、ハウス食品(中国)投資有限会社、上海ハウス食品有限会社、大連堀江大和屋食品有限会社、ハウスレストラン管理(上海)有限会社、ハウス美家レストラン管理(北京)有限会社、ハウスレストラン管理(広州)有限会社、ハウスフーズベトナム有限会社、ハウスオソサファフーズ株式会社、ティムフード株式会社、株式会社ヴォークス・トレーディングインドネシア、株式会社ジャワアグリテック、台湾ハウス食品有限会社、台湾カレーハウスレストラン株式会社、韓国カレーハウス株式会社、壺番屋国際香港有限会社、壺番屋香港有限会社 (2016年3月31日時点)

● 報告対象期間

2015年4月1日～2016年3月31日。一部の活動は2016年度の内容も含まれます。

● 参考ガイドライン

本報告書の作成にあたっては、環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」、「ISO26000(社会的責任に関する手引)」を参考にしました。また、GRI「Sustainability Reporting Guideline」の標準開示項目の情報が記載されています。

● 会社概要

● 会社概要(2016年3月31日現在)

会社名：ハウス食品グループ本社株式会社

本社所在地：東京本社 〒102-8560

東京都千代田区紀尾井町6番3号

TEL 03-3264-1231(大代表)

大阪本社 〒577-8520

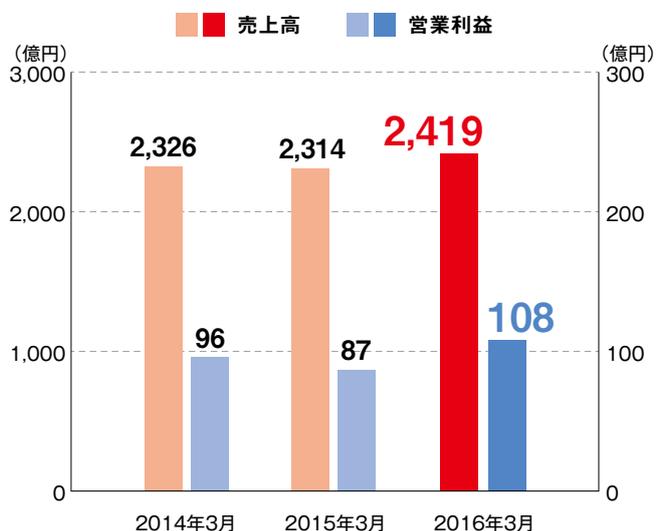
大阪府東大阪市御厨栄町1丁目5番7号

TEL 06-6788-1231(大代表)

創業年月日：1913(大正2)年11月11日

設立年月日：1947(昭和22)年6月7日

従業員数：246名(連結 6,376名)



第三者意見

ハウス食品グループのCSR活動には、他社と一線を画した特長がある。それはすべてのCSR活動が、本業である「食」を通じて、「お客様」、「社員とその家族」、「社会」とかわり、それぞれの課題の解決を支援し、同時に企業価値の向上を図っている点である。

「お客様」との関係では、たとえば幼稚園・保育園児を対象とした「はじめてクッキング」教室を約20年間続けており、累計で595万人以上が参加したそうである。この活動は幼児の食育の課題解決をサポートしているが、同時に子供たちのファン・シンパシーを増やしている。筆者が教鞭を執っている大学でも、「はじめてクッキング」に参加した学生がおり、今ではハウス食品のファンだと話してくれた。「社会」との関係では、たとえば特集②で紹介している「スマイルデイズ」は、高齢化社会におけるQuality of Lifeの課題を「食場」の創出を通じてサポートし、地域でのプレゼンスを高め、同時に企業価値の向上を図っている。「社員」との関係では、たとえば「新興国チャレンジ」、「地方創生チャレンジ」などのプログラムを通じて、地域社会の課題解決を支援することで、自らも成長する機会を得ている。社員の成長は企業価値の向上に帰結する。

このようにハウス食品グループは、その本業である「食」を通じて、社会的課題を改善しながら、みずからの競争力を高め、共通価値の創造を図っている。

そのハウス食品グループに、新たに「壺番屋」が加わっ

た。同社が運営する「カレーハウス CoCo壺番屋」は知名度が高く、ハウス食品グループの企業価値の向上に寄与することと思われる。

今年の同社グループCSRレポートの特徴は、「全員参加のCSR」(17-18ページ)であろう。ハウス食品グループで働く数多くの社員のみなさんが、笑顔とともにCSRへの思いを語り、これを紹介している。とても多様な社員のみなさんが、明るく、前向きに、CSRへの思いを語っているページは、同社グループの「誠実」で「あたたかい」社風の一端を感じることができ、好感が持てる。

これからも、食品会社の本業に根差し、「お客様」「社員とその家族」「社会」とともに共通価値の創造を目指す経営を続けて頂きたいと願っている。網羅性を目指すのではなく、合目的なCSR活動を継続的に行う同社の経営は多くの企業のお手本になるのではないだろうか。



関西大学
社会安全学部・大学院社会安全研究科
教授・博士(法学)

日本経営倫理学会 理事
日本経営倫理士協会 理事

経営倫理実践研究センター
首席研究員

高野 一彦
Kazuhiko Takano

第三者意見を受けて

今回のCSRレポートは、ハウス食品グループとして取り組んでいるCSR活動を、多岐にわたって報告しております。また、新たにグループに迎えた「壺番屋」の取り組みも紹介させていただきました。グループとして拡がっているバリューチェーンと、一人ひとりが行っているCSR活動が深くつながり、持続的な社会課題の解決になることを目指しております。

高野先生からいただきました御意見にもとづき、これからも「お客様」「社員とその家族」「社会」のグッドパートナーとして、ハウス食品グループらしい社会的責任ある活動を推進してまいります。

ハウス食品グループ本社株式会社 CSR部長 大塚邦生



本誌に関するお問い合わせ

ハウス食品グループ本社株式会社 CSR部
〒102-8560 東京都千代田区紀尾井町6番3号
TEL.03-5211-6036 FAX.03-5211-6029

発行 2016年9月



ミックス
責任ある木質資源を
使用した証
FSC® C005531