

環境レポート 2005



にんにくの花

豊かな食生活を未来の子どもたちへ。

「おいしさやすらぎを」お届けするために――。

豊かな恵みをもたらしてくれる大地を守り、育てていくことは、
ハウス食品の社会的使命です。

人と地球の幸せに責任のある企業として、

私たちは環境・社会貢献活動にこれからも取り組んでまいります。



カナダ・アルバータ州の
イエローマスタード畑
カナダの「からし」は、6月下旬から7月
中旬にかけて開花し、8月中旬頃に収
穫されます。
この広大な自然の中で育てられたから
しは、ハウス食品の「特選からし」で使
用しています。

もくじ

- 3 社長メッセージ
- 5 トピックス2004
- 7 六甲工場の取り組み
- 9 環境目標と実績
- 11 環境教育・会計
- 12 グループ企業の取り組み
- 13 製品の環境配慮
- 15 工場での取り組み
- 17 物流での取り組み
- 19 営業・オフィスでの取り組み
- 21 製品の安全と安心
- 23 お客さま満足の推進
- 25 社会性報告
- 28 会社概要



ハウス食品では、2003年に1冊目の「環境レポート」を発行し、本レポートで3冊目となります。

内容については、環境活動報告、社会性報告を中心に掲載しています。専門的な用語には、「ひとくち解説」を設けるなど、「読みやすさ、わかりやすさ」を心がけて制作しました。

主な内容の報告対象期間は2004年4月から2005年3月までですが、継続している活動を中心に、一部それ以外の内容も含まれています。

なお、本レポートは、環境省の「環境報告書ガイドライン(2003年度版)」を参考に制作しています。

対象範囲

〈対象期間〉2004年4月から2005年3月

〈事業所の範囲〉ハウス食品(株)、サンハウス食品(株)、ハウス物流サービス(株)、(株)デリカシェフ、ハウスフーズアメリカコーポレーション

「おいしさとやすらぎを」お届けするため 環境保全の取り組みをさらに進めます

社会とのつながりを 大切にしています

Q 企業が果たすべき役割について
どのように考えていますか

小瀬：私は、自然の中で過ごす時間が大好きです。生まれは京都ですが、仕事の都合で東京に住んでいるため、現在は奥多摩や高尾山でよく登山をしています。山の中に身を置いていると、森や木、澄んだ空気など、地球環境の大切さを実感できます。

ハウス食品は、創業90周年を機に、2004年、「食を通じて、家庭の幸せに役立つ」を企業理念に位置づけました。これを果たすためには、事業活動によりお客さまの食生活と健康に貢献することはもちろんですが、環境保全や社会貢献を果たすことで、社会から真に必要とされる企業になることも大切であると強く感じています。

社内のいくつかの事業所では、社員が自発的に地域のクリーンアップイベントに参加したり、事業所周辺の定期清掃を行っています。自らが清掃活動に参加することにより、地域社会とのつながりを感じるとともに、自然を大切に思う心を新たにしないでしょうか。

Q ISO14001統合認証の取得について聞かせてください

小瀬：ハウス食品では、環境マネジメントシステムISO14001の認証をすでに全工場を受けていますが、3年前から生産部門以外でも環境活動を開始しました。既存の組織の枠組みを越えた商品、生産、営業、物流、オフィスなど7つの環境部会の設置や環境活動推進室を設けることなどにより、生産部門以外でも取り組みを積極的に行っております。環境保全活動をさらに進めるため、2005年12月には、東京・大阪両本社、ソマテックセンター*1を加えたISO14001の統合認証を目指して取り組んでおります。

2005年6月
ハウス食品株式会社
代表取締役社長

小瀬 昉



子どもたちのために 環境教育をともに考えます

Q 「こうべ森の小学校
～六甲のおいしい森づくり～」
の活動について聞かせてください

小瀬：六甲山は、私たちにたくさんの恵みをもたらしてくれます。ハウス食品では、1983年に日本ではじめて家庭用ナチュラルミネラルウォーターとして、「六甲のおいしい水」を発売しました。このおいしい水を育む緑豊かな森を守るため、ハウス食品ができることを模索していたところ、神戸市を中心に行われている子どもたちへの環境教育ボランティア「こうべ森の小学校」*2の活動を知り、2004年11月から活動の支援を開始しました。

六甲山系の再度公園で献身的に活

動を進めている市民の皆さんや子どもたちが、下草刈りや枝打ち、落ち葉集めにいきいきと取り組む姿を目にしたとき、企業としてお役に立てる喜びを実感いたしました。

目標の確実な実行と達成で 自らの役割を担います

Q 京都議定書が発効しました。企業としての取り組みを教えてください

小瀬：京都議定書の正式発効を受け、日本は国際的な約束である温室効果ガス6%削減(1990年度比)に取り組まなければなりません。企業としてハウス食品は担うべき役割を確実に果たしていきたいと考えております。

生産部門は、10%のCO₂をすでに削減済みですが、知恵と工夫でさらなる削減も可能だと思います。オフィ

ハウス食品は、価値ある製品を提供して
 お客さまの食生活と健康に貢献するだけでなく、社会の一員として、
 環境活動や社会貢献活動にも幅広く取り組んでまいります。

ス部門においても、CO₂排出量の詳しいデータを把握・分析し、ハウス食品全体での排出量削減を進めていきます。

2005年度は、3年間にわたり取り組む環境活動の「中期目標」最終年度です。社員の環境に対する意識も徐々に浸透してきました。今後はさらに活動を前進させるため、3年間の活動成果を評価し、次期中期目標の計画立案をしていきたいと考えております。

食の安心・安全をリードし 皆さまのお役に立ちます

Q 食を取り巻く現状を
 どのように感じていますか

小瀬: 安心・安全への取り組みは、食品業界だけでなく、すべての事業活動においてとても大切です。食品に限って申しあげると、認可されていない「遺伝子組み換え原料」や「添加物」などが製品に使われることがないように細心の注意を払わなければなりません。お客さまが感じる安心や安全と企業が取り組む活動との温度差をなくすよう努めてまいります。

ハウス食品では創業以来、長年にわたり培ってきた食品の分析技術を、自社だけでなく、食の安心・安全のために広く社会のご要望におこたえできるように、2004年に「ハウス食品分析テクノサービス」を設立しました*³。食品業界を中心に、お客さまの信頼向上にご利用いただきたいと考えております。

ハウス食品は、これからも環境保全や社会貢献の取り組みを積極的に行っていきます。引き続き、ご指導・ご支援を賜れば幸いです。

*1: ハウス食品の研究開発部門です。
 *2: P.27をご覧ください。
 *3: P.22をご覧ください。

企業理念

食を通じて、家庭の幸せに役立つ

コーポレートメッセージ

『おいしさとやすらぎを』

環境方針

環境理念

私たちは、おいしさと品質と安全にこだわり
 安心できる食品づくりに努めるとともに、
 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ます。

行動指針

1. 事業活動全般（調達・生産・物流・販売）について、省エネルギー、省資源、廃棄物の削減・再資源化及び地球温暖化物質等の排出抑制に努め、汚染の予防を推進します。
2. 原料調達から消費に至るまで、各段階で環境に配慮した商品開発に努めます。
3. 環境に関わる法律を順守するとともに、自主基準を設定し事業活動を行います。
4. 環境目的・目標を定め定期的に見直すことにより、環境活動の継続的改善を図ります。
5. 環境教育を通して環境意識の向上を図り、社員全員が環境活動に積極的に取り組みます。
6. 社内外に必要な環境情報を公開します。

2002年11月26日制定

ライフサイクルでの環境影響を把握し 着実な改善を進めていきます

原材料調達から消費まで、お客さまに製品をお届けする流れに沿って地球への環境負荷を把握し、軽減に努めています。環境活動の中期目標の最終年度である2005年度に向け、2004年度もさまざまな環境保全活動を実施しました。

全員参加の環境活動により 社員の意識が向上しています

2003年4月、従来から取り組んできた工場に加え、グループ企業も含めたハウス食品グループ全体での環境活動を本格的にスタートさせました。

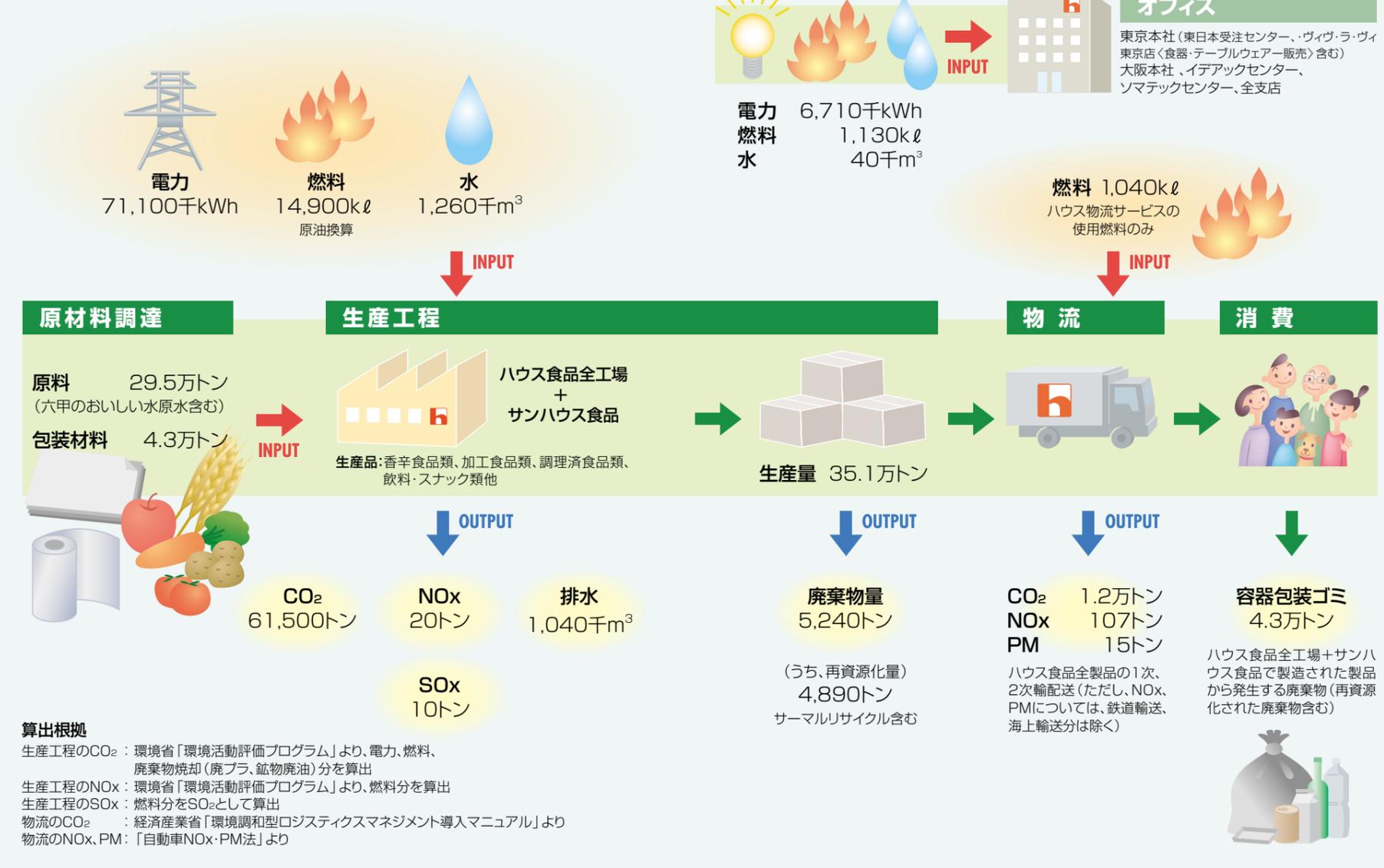
取り組み当初は、慣れない活動に社員は戸惑いを隠せませんでした。しかし、全員参加で推進してきた結果、今では環境活動が全社的な広がりとなり、社員1人ひとりが業務の中で着実に取り組み、この2年間で環境活動に対する社員の意識はめざましく向上してきています。

2004年度は、社の重点テーマである廃棄物削減・CO₂等の排出削減・環境コミュニケーション・グリーン調達において、さらに深く取り組みました。特に廃棄物削減においては、日常的な活動に加え、ゴミゼロ*活動を6事業所で開始しました。リサイクル先の選定など苦労もありましたが、継続可能な体制を整えることができました。今後は「混ぜればゴミ、分ければ資源」のゴミゼロ活動を他事業所へも展開していきます。

さらに、2004年度はISO14001の統合認証に向けた取り組みも開始しました。今までは工場だけで取得していましたが、範囲を広げ統合認証とすることにより、各部署の目標・役割が明確になり、社全体での環境活動をより効果的に進めることができると考えています。

2005年度には中期目標が達成できるよう、これらの活動を社員全員で取り組み、企業としての社会的責任を果たしたいと考えています。

事業活動にかかわる主な環境影響



*: ハウス食品のゴミゼロの定義は、リサイクル率98%以上、最終処分率1%未満の条件を満たすこと。



常務取締役 / 環境活動担当 **山本正典**

2004年6月

ハウス物流サービス 「グリーン経営認証」を取得

ハウス食品の物流部門を担うハウス物流サービスでは、「グリーン経営認証」を取得し、環境活動に取り組んでいます。地域の排ガス規制に対応した低公害車の導入、エコドライブの推進や環境教育の実施などを行っています。



現場と事務局が一体となり認証を取得しました

▶ P.18

2004年11月

ISO14001統合認証の 取り組み開始

1998年の静岡工場から始まった環境マネジメントシステムISO14001認証取得の取り組みは、2005年12月の統合認証へ向けた全社的な活動として展開中です。



ISO14001統合認証に向けた説明会を行いました

▶ P.10

2004年11月

こうべ森の小学校 支援スタート

六甲の森を舞台に、子どもたちの環境学習を行う「こうべ森の小学校」(神戸市)への支援を開始しました。経済的支援やイベントへの参画など、今後も継続して取り組みます。



神戸市から感謝状が贈られました

▶ P.27

六甲工場の取り組み

緑豊かな六甲山系の地に クリーンな工場が誕生しました

ハウス食品では、「六甲のおいしい水」(2ℓ専用)の工場を、採水地である六甲山系に建設しました。花崗岩に磨かれたおいしい水を、安全・安心にお客さまにお届けする体制作りを行いました。新工場では、省エネ対応やPETボトルのリサイクルなど、環境影響を抑える活動にも力を入れています。

*:「六甲のおいしい水(2ℓ)」を7,500万本/年生産で換算しています。

六甲工場概要



工場名：ハウス食品六甲工場
所在地：兵庫県神戸市西区井吹台東町7丁目5番1
竣工日：2004年10月28日
敷地面積：20,000m²
建築面積：6,935m² (延床面積 18,711m²)
年間生産能力：六甲のおいしい水(2ℓ) 約1,800万ケース/年

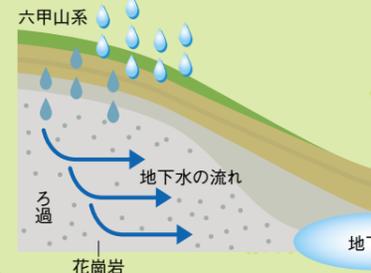
ECO ボトル重量の軽量化



従来より軽いボトルを採用し、4.4gの軽量化を実現しました。

削減 ②
CO₂ 1,004 トン/年*
NOx 1.6 トン/年*

ECO 採水地パック



採水地でボトルに詰めるため、原料水の輸送(六甲～奈良工場)負荷が低減しました。

削減 ③
CO₂ 1,087 トン/年*
NOx 7.9 トン/年*

ECO 風力発電灯の設置



常時、風力エネルギーで発電を行うと同時に、日中の太陽光エネルギーでも発電を行っています。電力は蓄電され、夜間の照明に利用されています。駆動音も静かです。

現場の声

六甲工場では、省エネ効果の高い受電設備や機械の導入、出入りが少ない場所への人感センサーの設置による照明の自動点滅など、工場をあげてエネルギー使用量の削減を図っています。

また、2005年1月の稼働と同時に、ISO14001統合認証の取り組みも開始。電気・水・廃棄物などのデータを収集し、工場特有の環境負荷を把握して将来の負荷低減手法を検討しています。六甲工場は、ミネラルウォーター専用工場です。廃棄物に原料は付着しません。工程ロスは積極的にリサイクルを行い、最先端のゴミゼロ工場を目指します。

六甲工場 製造課長 小寺賢志



ECO プリフォーム購入



PETボトルの原型であるプリフォームを購入することで、空ボトルの輸送による環境負荷を低減しました。

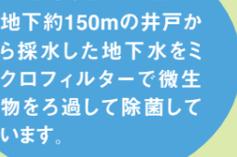
削減 ①
CO₂ 9 トン/年*
NOx 0.05 トン/年*

ボトル成型工程



自社でプリフォームからPETボトルを日本最高水準のスピードで成型しています。

原水処理工程



地下約150mの井戸から採水した地下水をマイクロフィルターで微生物をろ過して除菌しています。

ECO 森林382ha分のCO₂吸収量



「六甲のおいしい水(2ℓ)」の生産工程において削減されるCO₂排出量は、森林382haの吸収量に相当します。なお、計算式はIPCC(気候変動に関する政府間パネル)への日本政府の報告に使用した式を用いています。

削減 (①②③の合計)
CO₂ 2,100 トン/年*

品質管理

■品質検査項目
微生物、pH、ミネラル成分、水道法水質基準、硬度などを検査し、安全を確認して出荷しています。

■工程内検査項目
空ボトル形状、ボトル充填量、製品外観、ボトル・ケース印字、ケース重量などを計8カ所で確認しています。

ボトル洗浄

無菌水で洗浄殺菌

■クリーンルーム
手術室や新生児室と同じレベルの無菌状態です。

無菌充填



充填ルームで自動充填

キャップ締め



包装工程



出荷



お客さま

ECO 省エネ対応



- 「高断熱仕様の防水屋根」工法採用
- 全ガラスに遮光処理(一部ペアガラスも採用)
- 西日遮へい対策にひさし設置

リサイクル



再生木(木くず・使用済みキャップ樹脂)で作られたウッドデッキを採用(右)

再生プラスチック(カレー容器打ち抜きクズ)を使用した庭園灯(7台)を採用(左)

PETボトルリサイクル工場



消費者 → PETボトル回収 → 粉碎 → シート化 → 玉子パック化 → 工程ロスのPETボトル、キャップ、フィルムを粉碎し、リサイクル事業者に出しています。委託先で比重分離され、卵のパックなどの再生品として加工されています。

地域との共生

六甲工場では、地域の自治会の方々を招き、工場見学会などを行っています。また、近隣にある公園での桜の植樹会や清掃活動に社員が参加しています。今後も、地域の工業会を通じて積極的に地域での社会貢献活動に取り組んでいきます。

- 地域の景観に配慮した工場配置、外観、外構の設計
- 兵庫県木「くすのき」を植栽に採用



飲んだあとはリサイクル!



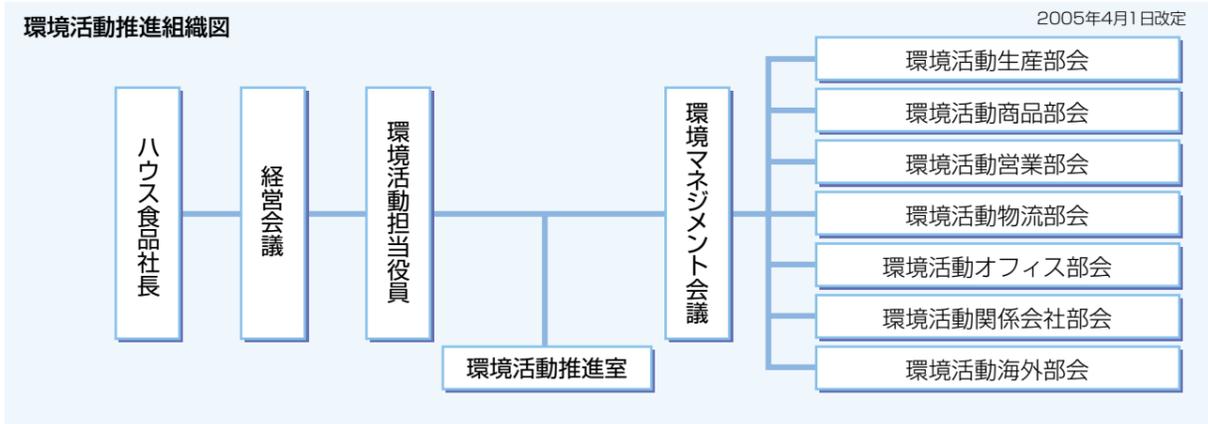
ECO <ボディ> つぶしやすく、捨てやすい、新デザインです。

ECO <ラベル> 粘着力の弱いのりを使用しているのでボトルのりが残りやすく、環境にやさしい水性インクも使っています。

環境目標と実績

全社的な推進体制で 環境活動をさらに充実させていきます

2003年に環境マネジメント体制を改め、部署横断的な部会による環境活動を開始しました。
取り組みのさらなる充実を図るため、
2005年12月のISO14001統合認証に向けた活動を現在進めています。



ISO14001統合認証

ISO14001統合認証による環境マネジメントシステムのさらなる充実を図っていきます。すでに工場では個別認証していますが、環境活動をより効率的に実施するために、工場に加え、東京・大阪両本社、ソマテックセンターまで認証の範囲を拡大し、2005年12月の統合認証を目指して2004年秋から取り組みを進めています。

ISO14001認証範囲



中期目標、2004年度目標・実績 (ハウス食品)

重点テーマ	部会	中期目標 (2003~2005年度)	2004年度目標	2004年度実績	評価	2005年度目標	関連ページ	
廃棄物の削減及びリサイクルの推進	商品	「環境に配慮した容器包装設計指針」の全面運用	「環境に配慮した容器包装設計指針」運用の改善	環境対応確認票の書式修正。業務フロー一部修正	★★	「環境に配慮した容器包装設計指針」の全面運用	13	
		包装材料の省資源化1,300トン削減*	包装材料の省資源化400トン削減	473トン削減	★★★	包装材料の省資源化400トン削減	14	
	生産	環境に配慮した包装材料の改善50件以上 (2003年度から2005年度までのトータル件数)	環境に配慮した包装材料の改善20件以上	17件	★★	環境に配慮した包装材料の改善15件以上	14	
		廃棄物量原単位17.8%削減 (2001年度生産金額比)*	廃棄物量原単位14.5%削減 (2001年度生産金額比)	16.4%削減	★★★	廃棄物量原単位17.8%削減 (2001年度生産金額比)	16	
	営業	最終処分率0.5%*	最終処分率0.8%	0.55%	★★★	最終処分率0.5%	16	
		リサイクル率98%*	リサイクル率94%	95.7%	★★★	リサイクル率98%	19	
	オフィス	返品率0.45%以内*	返品率削減0.45%以内	0.5%	★★	返品率削減0.45%以内	19	
		新製品廃棄の削減	新製品販売目標達成	54品中13品達成	★	新製品廃棄率を2004年度比50%以内	19	
	CO ₂ 等排出物質の削減	生産	販促物廃棄ゼロ	販促物廃棄ゼロ	319.8kg発生	★	販促物廃棄ゼロ	20
			廃棄物量24%削減 (2002年度比)*	廃棄物量18%削減 (2002年度比)	25.8%削減	★★★	廃棄物量24%削減 (2002年度比)	20
物流		リサイクル率75%*	リサイクル率60%	70.2%	★★★	リサイクル率75%	16	
		CO ₂ 排出量原単位5%削減 (2001年度生産金額比)*	CO ₂ 排出量原単位2.7%削減 (2001年度生産金額比)	4.8%削減	★★★	CO ₂ 排出量原単位5%削減 (2001年度生産金額比)	16	
営業		プラント設計ガイドライン運用	プラント設計ガイドライン案作成	作成済み	★★★	プラント設計ガイドライン運用	—	
		水使用量原単位10%削減 (2001年度生産金額比)*	水使用量原単位7.4%削減 (2001年度生産金額比)	7.4%削減	★★★	水使用量原単位10%削減 (2001年度生産金額比)	16	
オフィス		エコドライブの習慣化	駐車中のアイドリングストップ	全支店の所課会議でメンバーに啓発	★★	駐車中のアイドリングストップ。大阪支店で全営業担当者が大阪府学習会に参加し、エコドライブを推進し、燃費を把握する	19	
		CO ₂ 排出量2.3%削減 (2002年度比)	CO ₂ 排出量2.0%削減 (2002年度比)	4.7%増加	★(※)	CO ₂ 排出量2.3%削減 (2002年度比)	17	
物流		モーダルシフト率34%以上*	モーダルシフト率34%	31.0%	★★	モーダルシフト率34%以上	18	
		NOx排出量5%削減 (2002年度比)*	NOx排出量3%削減 (2002年度比)	4.3%増加	★(※)	NOx排出量5%削減 (2002年度比)	18	
オフィス	PM排出量10%削減 (2002年度比)*	PM排出量3%削減 (2002年度比)	4.1%増加	★(※)	PM排出量10%削減 (2002年度比)	18		
	燃費効率2.9%向上 (2002年度比)*	燃費効率を2002年度レベルまで向上	2002年度比3.7%向上	★★★	燃費効率2.9%向上 (2002年度比)	19		
環境コミュニケーション	生産	規制対応車両への規制地区切替率100%	規制対応車両への規制地区切替率100%	100%	★★★	規制対応車両への規制地区切替率100%	20	
		規制対応車両切替率90%*	規制対応車両切替率37%	規制対応車両切替率54.1%	★★★	規制対応車両切替率90%	19	
	営業	電力使用量6.5%削減 (2002年度比)*	電力使用量5.3%削減 (2002年度比)	6.4%削減	★★★	電力使用量6.5%削減 (2002年度比)	26	
		営業車等の低排出ガス車導入率70%	営業車等の低排出ガス車導入率50%	62.7%	★★★	営業車等の低排出ガス車導入率70%	19	
	環境活動推進室	社会貢献の充実	社会貢献の充実	各工場において社会貢献活動実施	★★★	社会貢献の充実	19	
		お得意先様環境対応への協力	お得意先様の環境対応情報の入手。各部署月1件以上	全支店で年間108件入手	★★★	お得意先様の環境活動への協力をを行う。各支店半期に1件以上	26-27	
	グリーン調達	社会貢献の充実	環境保護団体への支援実施	実施 (大阪本社周辺の清掃活動、こうべ森の小学校)	★★★	社会貢献の充実	12	
		環境報告書の掲載範囲をグループ企業に拡大	環境報告書の掲載範囲をグループ企業に拡大 (4グループ企業掲載)	4グループ企業掲載	★★★	環境報告書の掲載範囲をグループ企業に拡大	11	
	商品	環境会計導入をグループ企業に拡大	環境会計導入をグループ企業に拡大	グループ企業1社へ拡大	★	環境会計導入をグループ企業に拡大	14	
		全社員への環境教育システム構築	全社員への環境教育システム案作成	支店を除いた環境教育システム構築完了	★★	全社員への環境教育システム構築	20	
オフィス	「グリーン調達基本方針」を基準とした原材料お取引先様への環境対応推進	「グリーン調達基本方針 (案)」作成	「グリーン調達基本方針」作成	★★★	「グリーン調達基本方針」を基準とした原材料お取引先様への環境対応推進	20		
	すべての文房具類についてグリーン商品の購入推進	対象品目を10品以上に拡大。「オフィスにおけるグリーン購入ガイドライン」の制定	11月よりすべての文房具類を対象品目へ拡大。「オフィスにおけるグリーン購入ガイドライン」制定	★★★	グリーン購入率算出体制の確立	—		

*: 2004年度の結果から、2005年度の目標を一部変更しています。(※)は、2004年度より結果が悪化しているものです。

全社的な取り組みを進めていきます

環境教育・啓発

2003年度から、社内を中心に環境活動の浸透に全社をあげて取り組んできました。環境部会ごとに、啓発活動を進めるほか、新入社員への環境教育も充実させており、さまざまな機会を捉えて、社員の意識啓発を進めています。

また、グループ企業への環境活動の普及に取り組むとともに、各社ごとに環境目標を決めて活動を展開しています。

2004年度の主な活動は以下のとおりです。

- 新入社員への環境教育
- 海外赴任者への環境教育
- 事業所訪問による啓発活動
(関東工場、関東支店、広島支店、高松支店、デリカシェフ)
- イン트라ネット、社内報による環境情報提供

環境意識調査の実施

全社的な環境マネジメント体制で環境活動がスタートして2年目となりました。この間、社員の意識がどのように変化しているかを知るため、アンケートを実施しました。社内各部署の206人から回答がよせられました。

■環境への意識が高まっています

「環境に関するニュース・情報を気にかけるようになった」と回答した社員が全体の89%にのびりました。

■社員の98%が分別廃棄しています

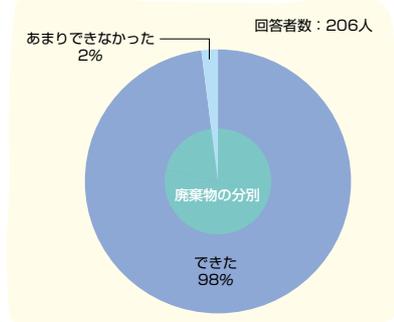
社員1人ひとりが主体的に取り組む、着実に習慣化されてきています。

■省エネに積極的に参加しています

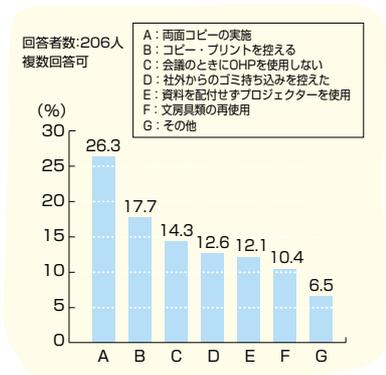
【具体的事例】

- 照明不使用場所の消灯
- 長時間離席時のパソコン電源オフ
- エレベータを使用せず階段を利用
- 空調温度管理 など

〈社員アンケート(廃棄物の分別)〉



〈社員アンケート(廃棄物削減の実施例)〉



2004年度の環境会計

集計範囲：ハウス食品全事業所

(単位：千円)

環境保全コスト		投資額	費用
1. 事業エリア内コスト		140,252	489,411
内訳	①公害防止コスト	41,040	229,918
	②地球環境保全コスト	54,164	6,509
	③資源循環コスト	45,048	252,984
2. 上・下流コスト		692	202,734
3. 管理活動コスト		42,252	69,122
内訳	①環境教育のためのコスト	—	605
	②環境マネジメントシステム構築、運用、認証取得コスト	—	52,117
	③環境負荷監視・測定コスト	—	6,206
	④環境情報の開示、環境広告のためのコスト	—	4,722
	⑤事業所及び事業所周辺の緑化、美化のためのコスト	42,252	5,472
4. 社会活動コスト		—	4,771
内訳	①事業所及び事業所周辺を除く緑化、美化のためのコスト	—	490
	②環境保全を行う団体等への寄付、支援	—	4,059
	③各種社会的取り組みのためのコスト	—	222
コスト合計		183,196	766,038

環境会計

ハウス食品の環境会計は2000年度から環境省「環境会計ガイドライン」を基準に導入が始まりました。生産部門から取り組みを進め、2002年度はソマテックセンターへ、2004年度からは東京・大阪両本社と9つの全支店を含む全社に対象範囲を拡大しています。

2003年度と比較して、費用が57,066千円増加した理由は2004年度から集計事業所が拡大したこと、2005年12月のISO14001統合認証に向けて2004年度から準備を開始し、その人件費などが加算されたためです。

主な投資は六甲工場の環境に関する投資です。

2005年度は対象範囲をグループ企業に拡大してハウス食品グループとして効果的な活動ができるように実態を把握していきます。



確実な目標達成を目指しています

グループ企業の目標と実績

2003年度から本格的にスタートしたハウス食品グループ企業の取り組みは、下記4社を中心にそれぞれ環境目標を設定し、活動を進めています。

サンハウス食品

廃棄物の削減については目標を大幅にクリアしました。電力・重油・水使用量削減もほぼ目標を達成できました。工場排水が河川を經由して伊勢湾に排出されるため、第5次水質総量規制に対応できるよう、チッ素・リンを毎時測定して厳しく管理しています。



＜事業内容＞加工食料品、殺菌食料品の製造・販売など

ハウス物流サービス

排ガス規制などへの対応を確実に順守しつつ、積極的な環境対策として4トントラックのハイブリッド車を導入しました。また、トラック全車にデジタルタコグラフを装着し、ソフト・ハード両面からエコドライブを推進していきます。



＜事業内容＞貨物自動車運送・取扱、駐車場の経営など

ハウスフーズアメリカ

本格的な活動を2004年から始めるにあたり、まず廃プラスチック類の削減に注力しました。材料購入時の過剰包装の排除により約21%削減しました。レストラン事業部も各店舗からビンを回収し、リサイクルを推進するなど工場以外の活動も展開しました。



＜事業内容＞アメリカでの豆腐及び大豆関連製品の製造・販売など

デリカシェフ

省エネ活動に取り組みましたが、猛暑と生産アイテムの変化などにより電気・ガス使用量削減は目標未達でした。動植物性残さについては、千葉事業部で飼料化100%が可能となり、埼玉事業部では減容化装置の導入を予定しています。



＜事業内容＞惣菜・焼成パン・デザートなどの製造

2004年度目標・実績（ハウス食品グループ企業）

※上尾工場＝㊤、戸田工場＝㊦、大宮工場＝㊧、習志野工場＝㊨（すべてデリカシェフ）

	2004年度目標	2004年度実績	2005年度目標
サンハウス食品	廃棄物量原単位10.6%削減(2001年度生産袋数比)	25.2%削減	廃棄物量原単位24.5%削減(2001年度生産袋数比)
	サンサプライ原料肉段ボール廃棄物量35%削減(2001年度比)	48%削減	サンサプライ原料肉段ボール廃棄物量50%削減(2001年度比)
	電力使用量8.6%削減(2001年度生産袋数比)	7.7%削減	電力使用量6.1%削減(2001年度生産袋数比)
	重油使用量6.6%削減(2001年度生産袋数比)	6.8%削減	重油使用量7.4%削減(2001年度生産袋数比)
	水使用量7.2%削減(2001年度生産袋数比)	9.7%削減	水使用量16.4%削減(2001年度生産袋数比)
	グリーン購入推進1アイテム追加	1アイテム追加	グリーン購入推進1アイテム追加
ハウス物流サービス	CO ₂ 排出量原単位2.0%削減(2002年度比)	4.7%増加	2.3%削減
	モーダルシフト率34%	31%	34%以上
	燃費効率を2002年度レベルまで向上(2.4%削減)	3.7%向上	2.9%向上
	規制地区への規制対応車両切替率100%	100%	規制地区への規制対応車両切替率100%
	エコドライブキャンペーン2回/年実施	3回実施	エコドライブキャンペーン2回/年実施
ハウスフーズアメリカ	廃プラスチック10%削減(2003年12月比)	21%削減	廃プラスチック量5%削減(2004年比)
	紙くず5%削減(2003年12月比)	6.9%削減	コピー用紙使用量5%削減(2004年比)
	水道使用量3%削減	10.2%削減	水道使用量3%削減(2004年比)
デリカシェフ (上尾工場・戸田工場・大宮工場・習志野工場)	(4工場)ガス使用量0.5%削減	㊤0.4%削減、㊦2.1%増加、㊧4.9%削減、㊨4.1%削減	(4工場)ガス使用量1%削減
	(4工場)電力使用量0.5%削減	㊤31%増加、㊦26.6%増加、㊧4.2%増加、㊨0.2%増加	(4工場)電力使用量1%削減
	㊤㊦㊧動植物性残さ量3%削減(2002年度原単位比)	㊤2.3%増加、㊦10.8%削減、㊧28%増加	㊤㊦㊧動植物性残さ量3%削減*
	㊨動植物性残さ量2%削減(2002年度原単位比)	㊨2.1%削減	㊨動植物性残さ量2%削減
	グリーン商品購入促進。購入率3%	11%	購入率30%以上達成

*：上尾工場ではこの目標に加え、発生物の30%以上減量、本社の紙くず50%リサイクルを目標にしています。

※上記のほかに、サンサプライ、エイチ・アイ・イー、エスバック、ハイネットのグループ企業4社も、それぞれ環境目標を立てて活動しています。

環境負荷を抑えた製品設計に取り組んでいます

製品設計における環境配慮

1980年から、開発担当部署の代表者らによるHPI委員会を設置しました(1998年HTI委員会*に改称)。アルミ包装材料をはじめ、各種容器の薄肉化など、包装材料の省資源化に継続的に取り組んでいます。素材類はできる限り、環境負荷が低いものに切り替えを進めています。

〈包装材料の購入量の推移〉



2003年度からは、2005年度を目標年度とした中期目標を設定し、さらなる取り組みの推進を図っています。

*HTI委員会：包装材料、原料、物流の適正化を検討(House Total Improvement)

エコガイドの運用

環境に配慮した容器包装設計では、製品の保護機能性、製品ロスを出さないようにする機械適性、無駄を省いたうえでの外観・デザイン性などの課題をクリアしなければなりません。さらに、ユニバーサルデザインへの配慮も重要な要素です。

ハウス食品では、環境活動商品部会を中心に、環境に配慮した製品設計に取り組んできました。2002年度からは包装材料改善の指針「エコガイド(環境に配慮した容器包装設計指針)」を制定・導入し、安全衛生、コストダウンとあわせて、環境負荷の

低い包装設計を進めています。

【エコガイドの運用事例】

- 地中海野菜ときのこのカレー
アルミレスパウチの採用によりパウチ製造時に使用するエネルギー量の削減に寄与しました。また、消費後のリサイクル化を促進しています。
- クッキングスライスシリーズ
キャップ部分を3ピースから1ピースに変更し、包装材料使用量を削減しました。



安全衛生にも配慮された環境負荷の低い「地中海野菜ときのこのカレー」のパウチ

「環境に配慮した容器包装設計指針」の基本的な項目

1. 人体・環境に悪影響を及ぼす恐れがある材料は使用しない
 - 中身と印刷インクが接触しない工夫をする
 - ダイオキシン類を発生する可能性のある塩素系化合物を用いない
2. 省資源
 - 簡易包装の検討
 - 使用材料の減量化、薄肉化並びに包装の小型化を図る
3. 繰り返し使用
 - 詰め替え商品の提供
4. 再資源化
 - リサイクル率の高い材料の優先使用
 - 単一素材の利用など消費後の分別・再生考慮
5. 廃棄性の向上
 - 消費後廃棄時の減容・解体しやすい材質・構造の検討
6. その他考慮点
 - 工程ロスの低減など生産性の向上考慮
 - 寸法・形状・材質などの統一による廃棄の減少を図る

お客様の消費後に廃棄物となる包装材料を社会に排出している企業として、包装材料の省資源化、グリーン調達基本方針の制定など、地球環境に配慮した使いやすい製品設計に努めています。

包装材料の省資源化

2004年度は、400トン削減の目標に対し、473トンの削減を達成しました。

環境に配慮した包装材料の改善

2004年度は、20件の包装材料の改善の目標に対し、17件の実施となりました。

2005年度は、中期目標の最終年度として、取り組みをいっそう図っていきます。

【リサイクル対応のための包装材料の改善】

- ①紙入り複合フィルムをプラスチック単体フィルムに変更
 - グラタンシリーズのソースミクス
 - ハンバーグヘルパーのソースミクス
- ②フィルム層を5層から2層へ削減
 - とんがりコーン(袋入り)
- ③キャップの1ピース化
 - クッキングスパイスシリーズ

グリーン調達基本方針の制定

2004年度、全お取引先様を対象とした「グリーン調達基本方針」を作成し、2005年度から運用を開始します。

原材料お取引先様への環境対応啓発

2003年度から、原材料お取引先様への環境対応啓発を行っており、2004年度は、お取引先様7社に環境対応課題の提案及びお取引先様での実施を依頼しました。半期ごとにそれぞれのテーマで会議を実施し、進捗状況を確認しています。

【具体的な成果】

- 環境負荷の少ない納入荷姿の選定
 - ・一斗缶で納入される粉末原料(香料、調味料など20品目)を段ボール(内側にポリ袋を敷いたもの)に変えました。
- 繰り返し使用する包装材料のリユース化
 - ・スタンディングパウチの納入用段ボールを通い箱に変えました。
 - ・「六甲のおいしい水(2ℓ)」ボトル原型の納入用コンテナを通い箱に変えました。
 - ・「六甲のおいしい水(2ℓ)」ラベル納入用のコンテナを通い箱に変えました。

包装材料の省資源化の主な事例

製品名	削減内容	年間削減効果(トン)
マカロニグラタン	ソースミクスフィルム薄肉化	16
シチューミクス	外箱坪量削減	25
オーザック	袋サイズ縮小	13
ルウカレー	外箱坪量削減	10
ねりスパイス	外箱坪量削減	43
おでんの素	段ボール寸法縮小	4
ピュアインクッキー	外箱寸法縮小	6

黒豆ココアが 適正包装賞受賞

「黒豆ココア」が、(社)日本包装技術協会から、グッドパッケージング賞適正包装賞を受けました。

包装の機能的な要件を満たしている点、省資源化・省力化に優れている点、紙製容器によるリサイクル可能な点などが評価されました。



「黒豆ココア」の容器はすべて紙でできているため、リサイクルが容易(左)。間伐材を使用した製品を表すマーク(全国森林組合連合会/右)

Voice

人と地球にやさしいユニバーサルボトル

社員の声

品質を損ねることなく、環境にやさしいボトルを開発する——。「六甲のおいしい水」の新ボトルは、軽量・薄肉化しながら、持ちやすさ・注ぎやすさなどの使い勝手を損ねないことが開発のカギとなりました。

できあがったボトルは、従来より軽く、薄くてつぶしやすい構造です。廃棄性が向上したことで、環境にやさしいの

はもちろんですが、注ぐときに多くの人が持ちやすい大きさや形状の「ユニバーサルグリップ」にもなっています。

製品の環境対応は、設計段階がもっとも肝心です。機能性、コスト面とともに、環境配慮も具備すべき重要な品質の1つとして、今後も高品質な包装材料を開発していきます。



ソマテックセンター
容器包装開発部
グループ長
橋本政明

ゴミゼロ工場の達成と拡大を いっそう進めていきます

ISO14001の運用

1998年6月の静岡工場を皮切りに、2000年3月までに、全工場ISO14001を認証取得し、環境マネジメントシステムを運用しています。

2003年度からは、2002年度までの工場ごとの目的・目標体制を改め、かつ対象範囲も拡大して環境活動生産部会共通の目標設定によるマネジメント体制を推進しています。

緊急事態対応訓練

自然災害や事故の発生などに備えて各工場では毎年、緊急事態対応訓練を行っています。

2004年度も、ISO14001の要求事項に基づき、事前に作成した手順に従って実施しました。迅速な対応と確実な処理の大切さを再認識するとともに、危険物警報点検や機器作動点検等の日頃からの取り組みの重要性を、訓練参加者が改めて自覚することができました。



緊急事態対応訓練（関東工場）



ISO14001

ISO（国際標準化機構）により制定された環境マネジメントシステムです。事業者が事業活動にともなう環境負荷低減の改善を継続的に実施していくためのものです。

内部環境監査状況

内部環境監査を年1～2回実施しています。また外部環境監査は、毎年1回審査機関から受けており、2004年度は軽度不適合が1件、観察事項が6件という結果でした。なお、2004年度末の内部環境監査員資格取得人数は、187人です。

環境関連法順守等の状況

2004年度中に報告対象範囲のグループ企業生産拠点での違法行為はありませんでした。工場近隣の方から寄せられたご意見は、それぞれ調査・対策を実施し、ご了解をいただいています。また、ISO14001の規格要求事項の変更にともない、順守の評価ルールの見直しを行っています。

PCB保有量

関東工場、奈良工場、東大阪工場、サンハウス食品で、PCBを下記のとおり保有しています。

蛍光灯安定器が昨年の15台から増えています。これは、旧型蛍光灯の撤去・更新での管理台数増加のためです。

今後も「PCB廃棄物特別措置法」に基づき管理し、明確な処分方法が確立されるまで安全に保管します。

- PCBオイル：28ℓ
- 高圧コンデンサ：38台
- 蛍光灯安定器：106台

【主な緊急事態対応訓練】

- 関東工場……配管からの重油漏れによる流出拡散防止処置訓練
- 静岡工場……タンク倒壊によるラード流出の防止訓練。LPG施設のガス漏れに対するエンジンポンプでの散水訓練
- 奈良工場……食油タンクの倒壊による排水路への流出防止と緩和処置の模擬テスト
- 東大阪工場……火災発生時の被害拡大防止などの訓練を本社、HIE、エスパック、ハウス物流サービス東大阪営業所と合同で実施
- 福岡工場……ボイラー室火災による緊急停止と応急処置訓練
- サンハウス食品……重油タンクの防油堤破損時の土嚢の積み方の訓練

Voice

社員の声



静岡工場
業務課 総務チーム
大川 隆

カレーフタフィルムをハンガー素材に再利用

静岡工場では、専門企業の協力を得て、廃棄物のマテリアルリサイクルに取り組んでいます。委託先企業の選定では自社基準を設定し、廃棄物の行き先確認の容易性なども考慮しています。

排出されるカレーフタフィルムなどの端材は、紳士服店のハンガー素材や建設補助材料の一部など、さまざまな用途で用いられています。ま

た、工場からは廃棄物を再生原料としてリサイクル事業者が使いやすいように、含有する樹脂の種類などお知らせしています。

生産現場からの廃棄物排出量を減らすことは、会社の環境活動に大きな効果をもたらすことになります。今後も社内で協力しながら、会社全体として廃棄物量を減らしていきたいと考えています。

周辺地域からの苦情と対応

工場名	内容	原因と対策	発生日月
関東工場	騒音	原料空気輸送用ブロアーについて排気音がするという連絡を受けたため調査した結果、規制値内でしたが屋外排気から屋内排気へ変更し、消音ボックスも増設して了解を得ました。	2004年9月 9日
奈良工場	臭気	近隣の方から、カレーの臭いがするという連絡を受けたため、機器点検、臭気測定を実施したところ問題はありませんでした。その旨を説明して了解を得ました。	2004年7月19日
奈良工場	電波	近隣の方から、テレビの映りが悪いという連絡を受けたため調査した結果、地上波デジタル放送の影響でした。対策機器を取付実施して了解を得ました。	2005年1月18日

2工場でのゴミゼロ達成と他工場への拡大、CO₂排出量の削減などを中心に取り組みを実施しています。工場から始まったISO14001認証取得については、全社的な活動へと広がりを見せています。

廃棄物の削減とリサイクル推進

循環型社会の構築に向けて各工場では、廃棄物の削減とリサイクルの推進に取り組み、廃棄物量を16.4%（2001年度比）削減しました。

ゴミゼロ達成工場

関東工場は、2004年8月から連続してゴミゼロを達成中です。また、年間をとおしてリサイクル率98.1%、最終処分率0.5%を達成しました。

東大阪工場は、2005年1月にゴミゼロを達成し、今後も継続できる体制を構築しました。

ゴミゼロ工場達成に重要なことは、徹底した分別作業です。各工場では、すべての廃棄物処理委託先での監査を定期的に行うことで、適正な処理が行われているかを確認しています。

廃棄物を削減するために、関東工場では、一部製品の納入梱包用段ボールを廃止しました。

奈良工場では、「六甲のおいしい水」の段ボール納入荷姿の見直しによる包装材料の削減を行いました。

マテリアルリサイクルの推進

静岡工場では、廃棄物となるカーフィルムなどの端材を工場内で粉碎後、マテリアルリサイクルの専門企業に委託、プラスチックの原料として再生利用されています。

CO₂排出量の削減について

CO₂排出量の削減について、2.7%（2001年度生産金額比）の削減を目標に省エネルギー活動を実施しました。各工場では、社員から提案されたアイデアを積極的に取り入れ、4.8%削減しました。2005年度は、5%（2001年度生産金額比）削減を目標に、省エネルギー活動に取り組みます。

電気使用合理化で最優秀工場表彰

関東工場が、「関東地区電気合理化委員会委員長賞」を受賞しました。同工場の「省エネ推進研究会」を中心に電力の有効的な活用や環境負荷改善などを進め、審査ではほぼ満点の成績でした。

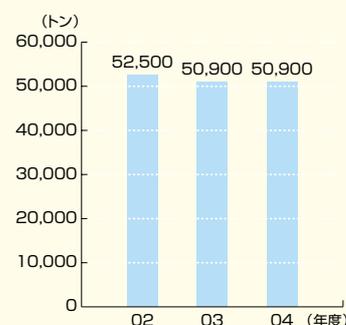
社員からの提案による工場での省エネ活動と実績

工場名	内容	効果(年)
関東工場	ボイラー室蒸気バルブ保温(重油量削減)	8.2kℓ
奈良工場	照明スイッチ系統見直し(電気量削減)	12,000kWh
奈良工場	コンプレッサー系統見直し(電気量削減)	82,000kWh
東大阪工場	ボイラー運転方法見直し(軽油量削減)	11kℓ
福岡工場	カレー工場配合室空調機更新(電気量削減)	146,655kWh

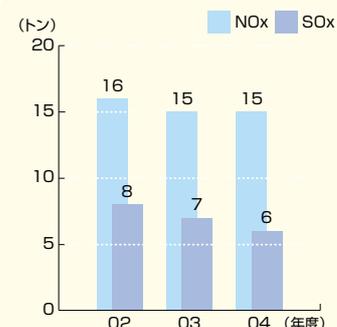
マテリアルリサイクルの推進(静岡工場)



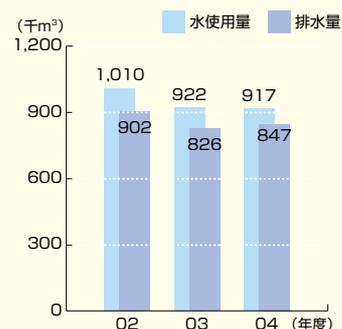
＜CO₂排出量の推移＞



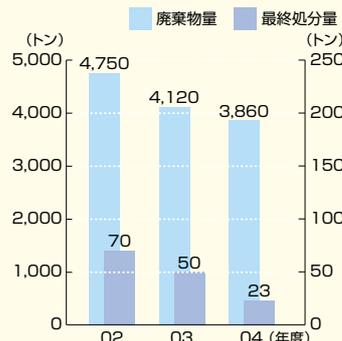
＜NOx、SOx排出量の推移＞



＜水使用量と排水量の推移＞



＜廃棄物量及び最終処分量の推移＞

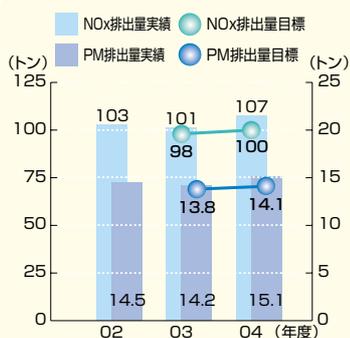


製品輸送における環境配慮を進めています

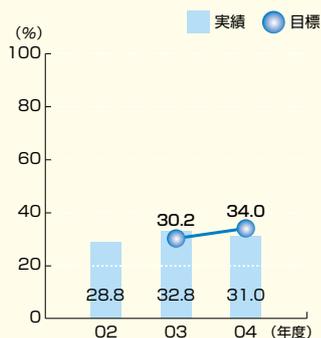
＜CO₂排出量の推移と目標＞



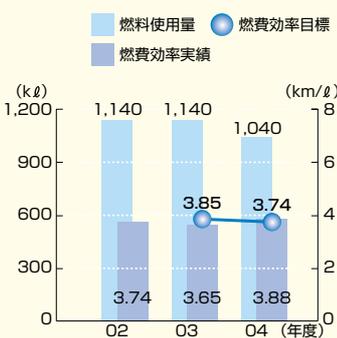
＜NOx、PM排出量の推移と目標＞



＜モーダルシフト率の推移と目標＞



＜自社便燃料使用量と燃費効率の推移と目標＞



CO₂排出量の削減に向けた取り組み

輸送時に排出されるCO₂の排出量削減については、対2002年度比2%削減を目標に掲げ、船舶や鉄道によるモーダルシフトの推進、エコドライブの推進による燃費効率の向上に取り組まれました。

2004年度は台風など輸送障害もたびたびあり、鉄道コンテナルートを急遽トラック輸送に切り替えるなどの措置を行うことで、CO₂削減にブレーキがかかることもありました。

これらを調整した結果、CO₂排出量は2002年度と比べて4.7%の増加となりました。



モーダルシフト

トラックによる貨物輸送から、幹線輸送を大量輸送が可能な鉄道や海運に転換し、トラックとの複合一貫輸送を推進すること。メリットとしては、エネルギーの節約、環境保全、交通渋滞の緩和などがあります。



大型鉄道コンテナの活用

トラック輸送から鉄道輸送に切り替えることで、CO₂の排出量削減に取り組んでいます。

国土交通省が主催する「環境負荷低減プロジェクト」で認定された活動として、2003年11月から、ヤマト運輸(株)様と共同で福岡エリアから関東エリア間において31フィートコンテナ4台の運用を開始しました。2004年2月から9月までの8カ月間で144台を使用し、323トンのCO₂を削減し、国土交通省に報告しました。

さらに、2005年1月から新たに稼働を始めた六甲工場から東京エリアまで「六甲のおいしい水」を輸送する際、新たに31フィートコンテナ3台を用意し、毎日1便利用しています。2005年度は、六甲工場と東京エリア間で482台を使用する予定です。これにより、削減できるCO₂排出量は年間781トンになる見込みです。CO₂削減を推進するため、鉄道コンテナの利用を今後も進めていきます。



六甲工場から出る鉄道コンテナ

船舶輸送の利用

2004年度の船舶利用は、主に海上コンテナによる「六甲のおいしい水」の輸送で行いました。関西エリアから沖縄エリア間で514台、関西エリアから札幌エリア間で239台使用しました。また、関東工場・静岡工場から札幌エリアへは、関西からトラックで輸送する場合と同様に、途中からフェリーを利用することで、乗務員の休養とCO₂の削減に寄与しています。

ハウス物流サービスへの「環境に配慮した輸送」の要請

環境活動物流部会では、ハウス食品グループとして環境に配慮した輸送を推進するため、CO₂排出量削減へ向けた対応を、ハウス物流サービスと協同で進めています。

ハウス食品の要請に基づく活動とハウス物流サービス独自の取り組みを進めることにより、グループとしてお客さま、行政、業界からさらに評価が得られるように活動を展開していきます。

大型鉄道コンテナの積極的な導入、船舶輸送の活用、規制対応車両への切り替えやエコドライブの推進、グループ企業への指導など、輸送時に発生するCO₂の削減に向けた継続的な取り組みを進めています。

ハウス物流サービスの取り組み

グリーン経営認証制度に基づく活動

ハウス物流サービスでは、2004年6月に「グリーン経営認証」を取得し、グリーン経営推進マニュアルに基づいた活動を進めています。



グリーン経営認証

国土交通省の協力により、エコモ財団が認証機関となり、グリーン経営推進マニュアル及びチェックリストに基づき、一定レベル以上の環境保全に取り組んでいる運送事業者に対して認証・登録を行うものです。

【チェックリストによる活動内容】

- ①環境保全のための仕組み、体制の整備（環境方針、推進体制、環境教育）
- ②エコドライブの推進
- ③低公害車の導入
- ④自動車の点検整備
- ⑤廃車・廃棄物の排出抑制、適正処理及びリサイクルの推進

環境教育の実施

営業所単位でドライバーへの教育訓練を実施しました。

主な内容は、以下のとおりです。

- ①「省エネ運転推進マニュアル」「エコドライブ推進マニュアル」の読み合わせ
- ②「環境に悪い車両状態と整備・点検について」の指導説明
- ③「省エネ運転講習会(トラック協会主催)」
- ④「法定速度の順守とアイドリングストップの状況」

エコドライブの推進

2004年度にすべての保有トラックにデジタルタコグラフ(運行記録のための電子式車載機器システム)を装備し、設備面からエコドライブ推進を支援しています。

評価内容は、急ブレーキ、急発進、アイドリングストップ状況などです。

一方、運行管理者は、帰社時にドライバーに安全・経済運転の指導をしました。

デジタルタコグラフを導入した結果、1ℓあたりの走行距離が、10%改善しました。

あわせて、社内で安全運転ランキングの公開も行っており、4カ月で評価Aドライバーが、73%から96%に増加しました。今後も長期間安定的に高得点が得られるように指導体制を維持していきます。



トラックに装備されているデジタルタコグラフ

低公害車の導入

地域における排ガス規制への対応を推進しています。

所有するトラック58台のうち、法令に基づき、新車登録後7年を経過した15トン車4台にPM除去装置を設置しました。2005年度も新たに対象となる4台に設置する予定です。

また、ハイブリッドトラック4トン車を3台新たに購入しました。近距離での製品輸送を目的に、名古屋・埼玉営業所で導入しました。導入したハイ

ブリッド車のCO₂排出量は、現行車と比較して理論上17%の削減となり、PM排出量は、平成15・16年排出ガス規制値の85%以上、NOx排出量は50%以上の低減となります。

ハイブリッド車は、クリーンディーゼルエンジンとモーター併用による国内最高レベルの低公害の環境配慮車両です。



超低PM排出ディーゼルのハイブリッド車



排ガス規制

「自動車NOx(窒素酸化物)・PM(粒子状物質)法」や各自治体による「環境条例」などが主に当てはまります。前者は、特定の地域でNOx、PMを排出する自動車の保有を禁止するものです。後者は、代表的なものとして「東京都環境確保条例」があり、2003年10月から、PMの排出基準を満たさないディーゼル車両は都内への乗り入れが禁止されています。

Voice

社員の声



ハウス物流サービス株式会社 取締役

友安 等

着実な実行と教育でレベルアップを図る

グリーン経営認証取得の取り組み当初は、活動を進める事務局と現場に意識の差がありました。

しかし、事務局がクリアすべきチェック項目を少しずつ解釈しながら、環境方針や推進体制を作りあげ、現場に足を運び、説明・指導を繰り返していく中で、徐々に社員が主体的に活動に向き合うようになっていきました。その結

果、5カ月という短期間で、認証を取得することができました。

現在、認証はされましたが、まだ実務として完全に定着したとはいえません。まずは、決めた内容を実行し続けることに重きを置きながら、機会を捉えて社内で環境教育を進め、活動のレベルアップを図っていきたいと考えています。

全社一体となった環境活動体制を構築しています

〈返品率の推移と目標〉



〈製品廃棄物量の推移〉



〈低排出ガス車の導入率の推移と目標〉



製品廃棄の削減

ハウス食品では、製品廃棄の削減を重要視しています。2003年度から、新製品販売目標の達成と返品率削減を目標に掲げ、活動を推進しています。

返品率削減は、目標0.45%以内に対し、0.5%とわずかながら目標をクリアできませんでした。

2005年度は、中期目標の最終年度として、取り組みのいっそうの推進を行います。

販促物への対応

2003年度から、未使用販促物の廃棄ゼロを目標に取り組みを進めています。

2004年度、各支店では以下の活動を実施しました。

- 販促物倉庫のレイアウト変更により、在庫確認を容易にして廃棄ゼロ推進の実施(札幌支店)
- 同一支店内の営業所間で在庫移動による過不足調整(名古屋支店)
- 未使用余剰在庫販促物を支店間移動で活用(高松支店)
- 販促物担当者が月に1度在庫状況を把握し、営業担当者に早期有効活用をメールで喚起(福岡支店)

支店イントラネットに環境ページ

支店社員に環境活動の重要性を啓発するため、関東、名古屋、大阪、広島、高松、福岡の6支店では、イントラネット内において環境への取り組みに関するページを開設しています。

営業車などの環境配慮

営業部門では、CO₂等排出物質の削減を推進するため、営業車等の低排出ガス車2005年度導入率70% (2004年度目標：50%)を目指し、活動しています。2004年度末の低排出ガス車導入率は、62.7%になりました。また、エコドライブ習慣化の取り組みも継続的に行っています。

アイドリングストップの励行

営業用全車両にアイドリングストップのステッカーを貼り、駐車中のアイドリングストップ活動を継続しています。

エコドライブテクニックの習得

大阪支店では、「大阪府エコドライブ推進事業所」にエントリーし、体験講習会に参加しました。支店内の営業担当者5人が実践確認をしたところ、平均燃費率が23.1%向上したため、今後、大阪支店の全営業担当者に展開を計画中です。

お客さまとのコミュニケーション

さまざまなお客さまとの窓口である支店のテーマに環境コミュニケーションをあげ、活動を実施しています。

通常の営業活動の中で、お得意先様の環境情報に関する話し合いを進めながら、環境レポート入手を心がけました。

今後も、流通、消費者の皆さまの要望にこたえた環境活動を推進していきます。

ゴミゼロ達成後も分別徹底の継続を

2004年度、東京本社ではゴミゼロ事業所達成を目指し、環境活動に取り組みました。個人のゴミ箱を廃止してフロアごとの共有化の実施、分別徹底を図るための表示の工夫や意識啓発の推進、また、社員食堂から出る生ゴミについては、外部委託企業を選定してコンポスト化を行いました。これらの活動と社員の環境活動への積極的な協

力の結果、12月にゴミゼロ事業所を達成するとともに、廃棄物適性処理により、「千代田区長表彰状」も受けました。

しかし、活動を通して社内での分別に対する理解の促進と徹底の難しさを実感しました。ISO14001統合認証取得という全社的な目標を達成するため、2005年度も環境活動への継続的な呼びかけをしていきたいと思っています。

Voice

社員の声



東京本社 業務室
チームマネージャー
市村浩子

東京・大阪両本社、ソマテックセンター、各支店が一体となり、環境活動を進めています。
 ゴミゼロ体制の確立、再生PETユニフォーム購入、未使用販促物の廃棄ゼロ、営業車両での
 エコドライブなど、日常業務の中での環境活動を体系的に構築し、取り組みを加速させていきます。

廃棄物の削減・リサイクル推進

廃棄物量については、18%(2002年度比)の削減目標を掲げ、25.8%削減しました。

リサイクル率については、60%の削減率を掲げ、70.2%を達成しました。

〈廃棄物量の推移と目標〉



省エネルギー

オフィス部門の電力使用量は、5.3%削減(2002年度比)を目標に取り組みました。不使用時の消灯の徹底、エアコンの設定温度調整(冷房時:26℃)などを全社的にやり、6.4%を削減しました。

〈電力使用量の推移と目標〉



ため、目標設定及び活動評価に必要な「グリーン購入率」を算出する仕組み作りを進めています。

再生PETユニフォーム購入

ソマテックセンターでは、再生PETを使ったユニフォームの購入を1999年から進めています。1着あたりの再生PET使用量は以下のとおりです。2004年度は312着購入しました。

- 男子パンツ(200g/着)……六甲のおいしい水*のボトル約4本分
 - 女子ジャケット(180g/着)……六甲のおいしい水のボトル約4本分
 - 女子ベスト(250g/着)……六甲のおいしい水のボトル約5本分
- *:六甲のおいしい水は、2ℓボトル1本あたり45gで換算。

4事業所がゴミゼロ達成

東京・大阪両本社では、ゴミゼロ達成を2004年度の目標として取り組んできました。目標達成に向け、各部署の環境委員が他部署へ出向いてお互いのゴミ分別状況をチェックする「環境パトロール」を実施するなど、社員への活動に対する理解促進に努めました。

それらの効果もあり、大阪本社・大阪支店は2004年9月に、東京本社・東京支店は2004年12月にそれぞれゴミゼロを達成し、継続中です。



環境パトロールによりゴミの分別が進みました

グリーン購入ガイドラインを制定

製品やサービスを購入する際に環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで買い入れを行う「グリーン購入」を推進しています。

2004年度は、2003年度の5品目から対象品目を「すべての文房具類」に拡大しました。また、「オフィスにおけるグリーン購入ガイドライン」を制定し、2005年4月から運用を開始しました。

今後の具体的な活動の推進を図る

東京本社の受賞について

社員食堂から出る生ゴミを処理業者に委託して堆肥化するなど、ゴミゼロ活動に取り組んできた東京本社が、「千代田区長表彰状」を受けました。

オフィスにおけるグリーン購入ガイドライン

購入の基準

- (1) エコマーク・グリーンマーク等の環境ラベルが表示された商品、グリーン購入法適合商品、GPNデータブック掲載商品を優先的に購入する。
- (2) 「定番品目リスト(エコ商品を掲載)」を参考に購入する。
- (3) 文房具においては、「購入の基準(1)」の条件を満たすものを購入する。但し、エコ対応商品がないものについては、対象外とする。

範囲

オフィスで使用する備品・消耗品

2005年3月24日制定

品質保証体制をさらに強化していきます

食の安全・安心の提供

お客さまに安全・安心な製品を提供していくため、品質検証部を中心に、品質保証にかかわる部署において、日常業務の見直しと改善を進めています。

品質マネジメントシステム

2003年11月に品質パフォーマンスのいっそうの向上を図るため、技術4部門(ソマテックセンター・技術部・資材部・生産本部)を統合する形で、ISO9001・2000年版の品質マネジメントシステムを取得しました。設計・開発から生産まで、部門間での役割が明確になり、異常を発生させないための体制作りが固まりました。

ハウス食品の品質保証体制では、改善のテーマを見つけるため、チェックする3つの仕組みにより品質システムのさらなる向上を図っています。

【チェックする3つの仕組み】

- ① 自部門の内部品質監査
- ② 役割の異なる部門間の内部品質監査
- ③ 外部審査機関が行う監査

トレーサビリティ体制の強化

お客さまの製品に対する安全・安心の要求にこたえるため、ハウス食品では、トレーサビリティの取り組みを強化しています。

「安全性の高い原材料の使用」「信頼性の高い生産」「わかりやすい表示」「正確な配送」を重視し、安全な製品をお客さまにお届けしています。また、(1) 予期せぬ問題が発生した時の原因追及及び問題の製品の範囲特定 (2) お問い合わせに対する迅速な情報提供を目指し、トレーサビリティ体制の強化を図っています。

■工程と物流での取り組み

2004年度から順次、製品1点1点

のパッケージに製造時刻記号を印字し、製造履歴の管理を行っています。これにより、お客さま、行政などからのお問い合わせに際して、情報精度を向上させるとともに、品質保証システムの継続的改善につなげていきます。

■製品表示での取り組み

2004年度、製品の表示作成全体を管理するシステムの構築が完了しました。コンピューターに一元化させることで、過去の製品も含めた検索性をもたせ、部署を横断する製品表示作成を統一した業務ソフトで確実に管理しています。これにより、トレーサビリティに関するお問い合わせに迅速に対応できるようになりました。



品質マネジメントシステム (QMS)

品質に関して組織を指揮し、管理するためのマネジメントシステムで、1987年に国際標準化機構により制定されたISO9001がその国際規格です。



トレーサビリティ

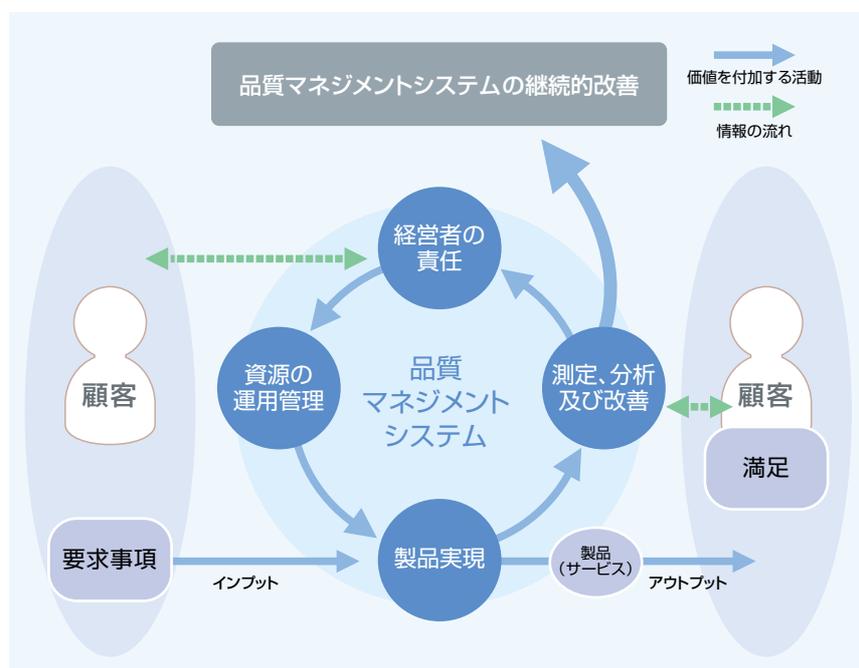
対象とする製品の履歴(原料情報、生産情報、経路など)と流通上の所在を追跡できる仕組みの事です。

品質方針

- 変化する社会にあって、お客様に安心して使っていただけ、買って良かったと喜んでいただける食品を提供し続ける。
- 技術4部門品質マネジメントシステムを定着させ、継続的改善を実施することと、部門間の連携を深め、より高品質な食品を提供する。

技術4部門の役割と責任

- ソマテックセンター
設計品質の設定と達成。
- 技術部
安定した製造品質を確保するために最適な設備の導入。
- 資材部
要求する品質の原材料を調達する。
- 生産本部
設計品質に即した安定した品質の製品を製造する。



安全・安心な食品をお客さまにお届けするため、ハウス食品では、ISO9001を中心に、品質管理体制の継続的な改善に取り組んでいます。さらに、分析部門を独立させることにより、第三者機関として客観的に製品の安全性確保に貢献していきます。

食の安全・安心をお届けする新会社を設立

ハウス食品分析テクノサービス

培ってきた技術を用いて 食の社会貢献に取り組む

輸入野菜の残留農薬、食物アレルギー物質・未承認の遺伝子組み換え作物の混入……。近年、「食」を取り巻く多くの問題が起きており、食品への安全・安心に対するお客さまの関心は、かつてないほどに高まっています。

ハウス食品では、お客さまに安全・安心な食品をお届けするため、食品分析技術や食品製造技術、品質管理技術などの向上に長年にわたり努めてきました。培ってきたこれらの技術により広く社会のお役に立つため、2004年9月、ソマテックセンターから分析部門が独立、新会社「ハウス食品分析テクノサービス」を設立しました。

お客さまの食に関する さまざまなニーズに対応

輸入、国産を問わず、お取り扱いの生鮮野菜、青果物の残留農薬が心配なとき。お客さまから異物混入のクレームを受けたが、混入物と原因を知りたいとき。食中毒が気になる時期に、バックヤードが衛生上問題ないことを証明するデータがほしいとき。加工食品の栄養成分が知りたいとき……。安全・安心へのさまざまなニーズに、ハウス食品分析テクノサービスがおこたえます。

主な業務内容は、「食品の安全・衛生に関する試験分析」「栄養成分分析」「クレーム品の原因究明」です。具体的には、残留農薬の検査、食物アレルギー物質検査、残留抗生物質・合成抗菌剤・ホルモン剤の検査、カビ毒の検査、食品添加物の検査、大腸菌・病原微生物等

の微生物検査、たんぱく質・脂質・ビタミン・ミネラルなどの栄養成分の測定、混入異物の検査、異物の混入原因・混入時期の推定、昆虫の特定などです。

その他、製品の製造ラインや納入原料で発生する工程トラブルについて、担当者が直接お客さまのもとに伺い、トラブルの原因究明調査と解決に向けたアドバイスを「問題解決コンサルテーション」業務も行っていきます。

第三者機関として ハウス食品の製品を検査

ハウス食品は、使用原料や製品の検査を自ら担い、安全性の高い製品を市場に送り出してきました。創業以来、蓄積した検査技術を、今後はハウス食品分析テクノサービスの業務をととして、製品の品質向上に役立てていきたいと考えています。

ハウス食品分析テクノサービスでは、「確かな分析技術と豊富な経験」により、ハウス食品の製品の信頼性の維持・向上に貢献し、社会から求められる食の安全・安心に寄与していきます。

さらに、第三者としての立場から、より客観的にハウス食品の製品の安全性確保に貢献していきたいと考えています。

コーポレートメッセージ

確かな分析技術と豊富な経験で
食の安全と安心にお応えします



温度と酸素濃度を一定に保つ「嫌気性インキュベーター」は、酸素を嫌う細菌の培養に使用されており、衛生性に関する試験で用いられています



食品に含まれるナトリウム、カルシウム、カリウムなどミネラルの量を「高周波プラズマ発光分析装置」により量り、栄養成分の分析を行います



異物の表面や内部の微細構造などについて「電子顕微鏡」で観察し、異物の特定・混入原因の推定などに取り組んでいます

会社概要

社名 株式会社ハウス食品分析テクノサービス
所在地 〒284-0033 千葉県四街道市鷹の台1-4
電話番号 043-237-5676

お客さまのご意見を 製品に活かしています

お客さま対応

ハウス食品では、「お客様起点の企業活動」を行動規範の基本的考え方として、お客さまの立場に立った考えと行動を実行しています。

お客さまから頂いた貴重なご意見、ご要望、お問い合わせ、また、厳しいご叱声などは、迅速・的確に誠意をもって対応することにより、皆さまの信頼を得られるように努めています。皆さまから頂いた声は、製品の改良や新製品の開発において積極的に反映させています。

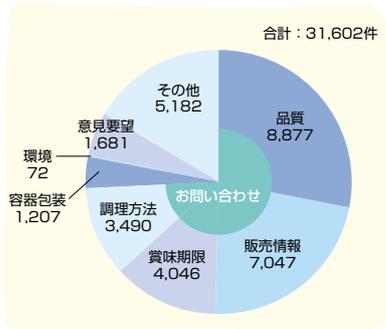
お客さま対応モットー

迅速

的確

誠意

〈2004年度お問い合わせ実績〉



お客さまの声を 反映した製品

お客さまから、「カレーの外箱表示がわかりにくい」というご意見を頂いたため、「バーモントカレー」の外箱の表示をわかりやすく改善するとともに、リサイクル推進のための工夫も行いました。

今後、他のカレー・シチュー製品にも展開していきます。

【バーモントカレー外箱表示の改善】

- ①お問い合わせ先の窓口・電話番号などを1つにまとめ、わかりやすくしました。
- ②地色を白色にして文字を見やすくしました。
- ③材質識別表示を開け口の近くの面に移動し、見やすくしました。

害虫忌避効果がある外箱

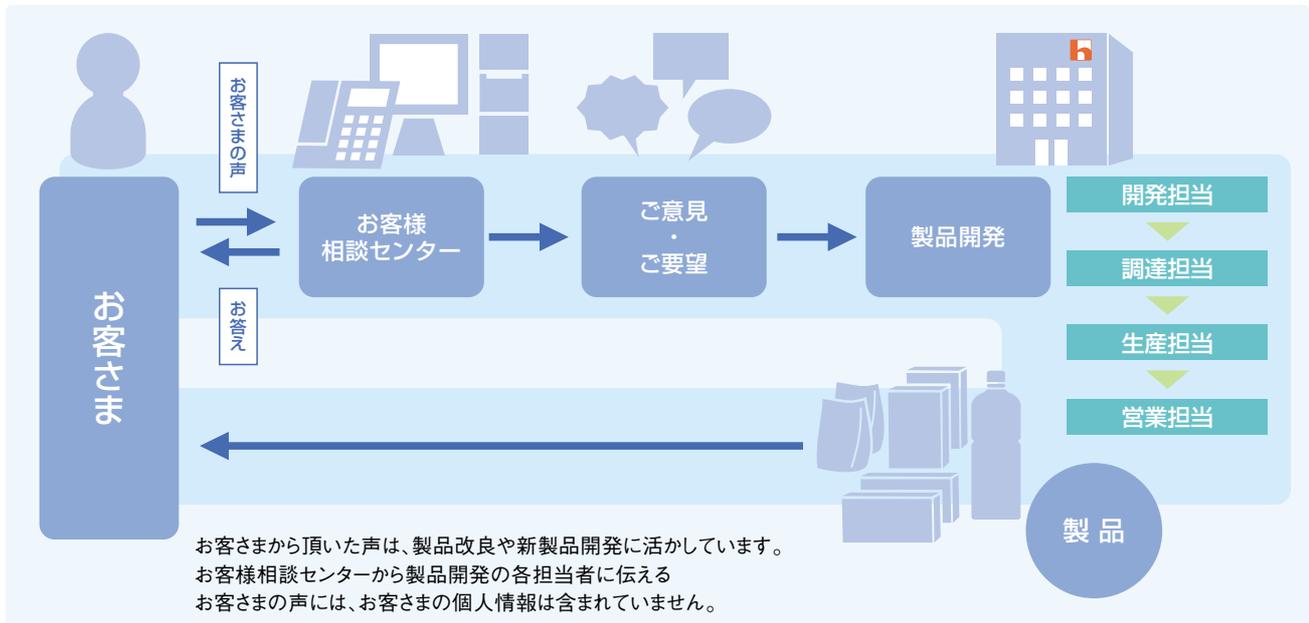
「シチューミクスクリーム(190g)」で、高い害虫忌避効果をもつ食品外箱を開発しました。中身と接触しない外箱に、害虫が嫌う天然植物オイルを塗布。忌避剤*1は、安全かつ衛生的であることに最大限に配慮し、選定しました。本製品により、包装の合理化・改善・向上に優れた業績をあげたものに贈られる「木下賞」「2004日本パッケージングコンテスト」(ともに〈社〉日本包装技術協会主催)で表彰されました。また、害虫混入のお問い合わせ件数は30%減り、このことは包装専門月刊誌「包装技術」に論文で掲載されました。

*1: 害虫をよせつけない作用をもつもの。殺虫剤ではないため、致死効果はありません。



「2004日本パッケージングコンテスト」で「ジャパンスター賞 〈社〉日本マーケティング協会会長賞」を受賞しました

お客さま対応体制



お客さまから頂いた声は、製品改良や新製品開発に活かしています。
お客様相談センターから製品開発の各担当者に伝える
お客さまの声には、お客さまの個人情報には含まれていません。

さらなる「おいしさとやすらぎを」お客さまにお届けするため、ハウス食品ではお寄せいただいた声を事業に活かしています。より多くの方にご利用いただくため、ユニバーサルデザインの考え方も積極的に製品に取り入れています。

ユニバーサルデザイン

2003年4月にマーケティング本部長を総責任者とする「ユニバーサルデザイン検討チーム」を設立しました。当社の方針であるお客さま起点の考え方のいっそうの推進を図っています。検討チームでは「お客さまの購入・使用・廃棄」の3つの視点から評価を行い、課題を抽出、製品の改善に取り組んでいます。

開発を進めました。それにより、国内ではじめてPETボトルに点字で「みず」の文字を浮き立たせました。さらに、中途視覚障害者や弱視者の方にも確認しやすいように肩口部分に、「水」をデザイン化した立体文字を2カ所入れました。

*2：視覚障害者を対象に点字図書・録音図書の貸し出し・制作・出版などを行っています。



ユニバーサルデザイン

年齢、体格、身体的能力の違いにかかわらずできるだけ多くの方が利用でき、使いやすいように製品等をデザインすること。

六甲のおいしい水の取り組み

2005年1月から販売されている「六甲のおいしい水」新ボトルでは、(社)日本点字図書館*2理事長の田中徹二氏らのアドバイスを受けながら、

ユニバーサルデザイン方針

ハウス食品は、「お客さま起点の考え方」から、安全・安心に加え、快適にお使いいただける製品づくりを行ってまいります。

1. 誰にでも作りやすく、使いやすい製品を目指します。
2. 誰にでもわかりやすい表示を目指します。
3. 誰にでも分別廃棄しやすい容器を目指します。

ユニバーサルデザインによる製品開発

触ってわかる立体文字の普及を

スーパーマーケットやコンビニエンスストアには、水やジュースなど、たくさんの飲料用PETボトルが並んでいます。しかし、形が似ているものが多く、視覚障害者には、中身の区別が付きません。購入後も、似たデザインのボトルが冷蔵庫の中に並んでいると、区別が付きにくく、水を飲みたくてもボトルが冷蔵庫の中のどれかわからなくなることがあります。

今回、ハウス食品が開発したボトルには、漢字の「水」が立体文字で表されています。これなら、指で触ればはっきりと文字を読むことができます。視覚障害者だけでなく、誰もがわかりやすい印をつけることは、非常に大事なことです。

すでにハウス食品やいろいろな企業が、わかりやすさに配慮した製品をいくつか作っていますが、もっと増やしてほしいですね。企業が積極的に取り組み、ユニバーサルデザインがより普及していくことが理想だと思います。



(社)日本点字図書館理事長
田中徹二氏

UD BF 「水」の立体文字
肩口にある「水」の文字が、0.3mm 浮き上がっています。触ればミネラルウォーターとわかる仕組みです。

ECO やさしいボトル

UD BF くびれグリップ
中央部にくびれを作りました。持ちやすく、水が飛び出しにくいグリップです(2ℓのみ)。

ECO エコラベル
ラベルには弱粘りを使用しています。はがしやすくリサイクル性にすぐれています。ラベルには、水性インクを採用しています。

ECO 省資源化の徹底
環境配慮のため、PETボトルの樹脂の使用量を減らし、省資源化を実現しました(2ℓのみ)。

UD ECO リサイクルに配慮
必要な強度を保ちつつ、つぶしやすく、捨てやすい新デザインのボトルです(2ℓのみ)。

UD BF 点字表示
底面に、「みず」の点字を入れました。PETボトルでは日本初です(500mlは肩口に表示)。

UD ユニバーサルデザイン **BF** バリアフリー **ECO** エコロジー

働きがいと働きやすさを追求しています

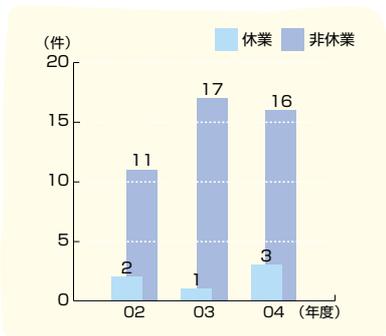
人事関連制度

ハウス食品では、「〈自立〉〈変革〉」の意識を持ったチャレンジングな組織「自己実現できる魅力的な職場」を目指して、社員の「働きがいと働きやすさ」を追求しています。

安全衛生・健康管理

事業活動の健全な推進を図るため、社員が快適に働ける職場環境作りに取り組んでいます。2004年度も、全事業所で定期的に安全衛生委員会を開催し、職場での安全衛生に関する啓発活動に努めています。

＜労働災害件数の推移＞



主な制度

分野	項目	概要
健康管理	メンタルヘルスケア	労使共同でメンタルヘルスケアのための学習会を実施しています。外部の専門機関と契約し、電話や面接によるカウンセリングが受けられる体制にしています。
	歯のクリニック	年1回、各事業所で専門の歯科衛生士による歯の検査、衛生指導を受けることができる制度を設けています。
	人間ドック	社員及び配偶者に対して、人間ドックの受診補助を行う制度を設けています。
	健康診断	定期健康診断の実施、産業医による健康相談に加えて、外部専門機関と契約し、24時間体制で電話による健康相談を実施しています。
休暇	リフレッシュ休暇制度	勤続年数満10年、15年、20年に達した社員を対象に有休を使用し、連続した休暇を取得する制度です。休暇取得時には一時金も支給しています。
	ボランティア休暇制度	社会貢献の一環として、社員の自発的なボランティア活動への参加を支援する制度です。1回のボランティア活動につき20日以内の休暇を付与しています。
セクシャルハラスメント対応	セクシャルハラスメントの防止	セクハラ防止ガイドブックの作成をはじめ、さまざまな形で社内の啓発活動を実施しています。また、各事業所に労使の相談窓口を設置するとともに、イントラネットにも相談窓口を開設しています。
育児・介護関連	育児援助制度	社員が子どもを養育する場合、満2歳の誕生日までを限度として休業できる制度です。その他、子どもが小学3年生まで、短時間勤務ができる育児勤務制度もあります。
	介護援助制度	介護すべき家族を持つ社員が勤務を継続しながら介護を行うための休職制度です。期間は、7カ月を限度とした連続期間です。その他、短時間勤務ができる介護勤務制度もあります。
	育児休業者の職場復帰支援プログラム	出産・育児がキャリア開発の妨げにならないよう、休業中の教育支援プログラムを導入しています。スムーズな業務復帰への支援体制をさらに強化していきます。

メンタルヘルス学習会

2004年度、東京・大阪両本社、ソマテックセンター、支店、工場において、全社員を対象に、メンタルヘルスケアの学習会を開催しました。



「ストレスとの上手なつきあい方」を主題に、講師を招き具体的な講義が行われました

雇用環境の整備

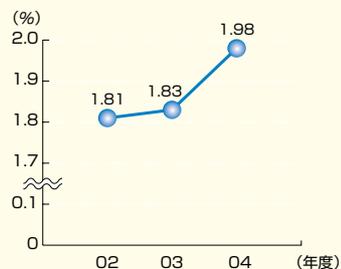
社員が仕事と家庭を両立し、安心して仕事に取り組むことができるよう支援する制度を多数導入しています。

障害者雇用率は、「障害者雇用促進法」の法定雇用率1.8%を最低限の水準と考え、法定雇用率の達成と維持に努めています。

【2004年度育児制度の取得者数】

- 育児休業取得者……25人
- 育児休業者の職場復帰支援プログラム活用者……10人

＜障害者雇用率の推移＞



※障害者雇用率は、毎年6月1日現在のものです。

サンハウス食品の取り組み

愛知県では、「ファミリー・フレンドリー認証企業」制度を2002年度から実施しています。県内に本社を置き、仕事と家庭の両立に十分配慮した企業を対象となります。育児休業や短時間勤務など、多様で柔軟な労働環境かどうかを2度にわたり審査し、認証するものです。

2004年度、サンハウス食品が認証を受け、表彰されました。

社会貢献活動に取り組んでいます

社会貢献活動

ハウス食品では、地域での環境保全や文化・スポーツ・芸術への支援など、幅広い社会貢献活動に取り組んでいます。

はじめてクッキングの実施

1996年から、園児が対象の料理教室「はじめてクッキング」を実施しています。幼稚園にハウス食品から専用キット（調理用バーモントカレーなど）を送付し、保育園の先生と子どもたちがビデオを見ながら一緒に料理に取り組みます。はじめて包丁を持つ園児も多く、調理をとおして友達や親と楽しくコミュニケーションを図るきっかけになっています。食育の一環として採用している幼稚園も増えています。2004年は30万人以上の園児が参加してくれました。



先生と子どもたちで作る「はじめてクッキング」

ファミリーウォークに協賛

「バーモントファミリーウォーク」に協賛しています。自然の中を自分のペースで歩くイベントです。全国9カ所で行われ、6,300人のお客さまに楽しんでいただきました。



「バーモントファミリーウォーク」

バーモントカップに特別協賛

「第14回バーモントカップ全日本少年フットサル大会」に特別協賛しました。小学生を対象に、全国47都道府県で地方大会を実施。約3,800チーム、6万人が参加しました。



「バーモントカップ」

大東ダイナミックプロジェクトに参画

元気高齢者を増やして医療費抑制を目指す「健康サービス産業創出支援事業」（経済産業省）の1つ「大東ダイナミックプロジェクト」に、2004年から参画しています。

(1) カレーフォーラム

「笑って食べて健康長寿！」をテーマに丁宗鐵（タイムネテツ）先生（順天堂大学客員助教）によるカレーの健康効果検証の講演・試食会を行い好評を博しました。

(2) 料理教室

料理教室「いっしょに作ろうYa」が開催され、製品を提供し、社員が講師を務めました。



「カレーフォーラム」でのパネルディスカッション（大阪産業大学）



「いっしょに作ろうYa」（大阪桐蔭高校）

周辺地域の清掃活動

工場や本社、支店を中心に、イベントでのボランティア清掃や周辺地域の清掃などを継続的に行っています。

【イベントでの主な清掃活動】

- ふくろい遠州の花火清掃（静岡工場）
- クリーンアップなら（奈良工場、東大阪工場、大阪本社）
- ビーチクリーンアップ須磨（奈良工場、大阪本社）

【主な定期清掃活動】

- 工業団地内の一斉清掃（関東工場）
- 工場周辺の清掃（静岡工場）
- 最寄り駅までの清掃（奈良工場）
- 青柳川清掃ボランティア（福岡工場）
- 本社周辺の清掃（大阪本社）
- 支店周辺の清掃（高松支店）
- 施設周辺の清掃（アイデアックセンター）



青柳川清掃ボランティア（福岡工場）

環境情報が読みやすいホームページ

ハウス食品の情報をわかりやすくお知らせするため、2005年4月から、ホームページを全面的にリニューアルしました。環境レポートをパソコンの画面上でより快適に読めるように変更するなど、閲覧がしやすくなっています。その他の情報も随時更新しています。ぜひ一度ご覧ください。



読みやすくなった新しい環境活動のホームページ
<http://housefoods.jp/>

子どもたちといっしょに 森を育てる活動を始めました



ハウス食品が贈った記念のプレート

こうべ森の小学校 ～六甲のおいしい森づくり～

五感で自然を感じる森林環境学習

「こうべ森の小学校」は、六甲の森を舞台に神戸市の子どもたちに、五感で自然を感じてもらうための活動として、1997年に神戸市が始めました。

六甲山の自然をみんなで守る

六甲山系の花崗岩に磨かれた「六甲のおいしい水」は、1983年の発売から22年間、たくさんのお客さまに親しまれてきました。

2004年から、ハウス食品はおいしい水を育む緑豊かな六甲の自然を守るため、こうべ森の小学校の活動に協力を始めました。これを記念して11月28日に再度山で行われた贈呈式「森の文化祭」には、小学生や保護者、神戸市の職員、ボランティアの方々400人に参加していただきました。

ハウス食品では、今後もこうべ森の小学校への経済的支援を続けると同時に、年10回程度の活動をとおして地域の皆さまとの交流を積極的に進めていきます。



(上)たくさんの子どもたちが参加してくれました。(下)神戸市長から感謝状を頂きました

六甲のおいしい森づくり START!



ハウス食品が提供したカレーは、間伐材の薪や枯木などを使って作りました

楽しいランチタイム



自然のプランコで元気に遊ぶ子どもたちの姿も



「六甲のおいしい水」を当てるきき水大会。順番待ちの行列ができるほど、好評でした

FINISH!



草木染めや丸太切り競争など、寒さも忘れる楽しいひとときでした

おいしい水は
どれかな?

こうべ森の小学校 2005年度 活動スケジュール

教えて こうべ森の小学校

1902年から本格的な植林がスタートし、以来100年。緑化事業が継続されてきた六甲山を、これからも引き継いでいくために始まったのが、こうべ森の小学校です。六甲山系の再度公園やおらが山などで、年10回程度、地元の小学生らがさまざまな森林環境学習に取り組んでいます。

	開催月	テーマ	料理
春の活動	4月	明るい森ってなに	桜餅、よもぎだんご
	6月	下草刈りピクニック	水ようかん・ゼリー
夏の活動	7月	涼しい場所をつくろう	辛いカレー
	11月	森のリサイクルを感じてみよう	未定
秋の活動	11月	ドングリピクニック	未定
	3月	火の力を感じよう	未定
冬の活動	3月	植樹ピクニック	未定

ハウス食品環境年表

1980年	HPI委員会活動開始
1992年	10月 第1次環境委員会発足
1994年	4月 環境理念、行動方針制定
1996年	7月 第1次環境委員会解散
	8月 第2次環境委員会発足
1997年	全工場で省エネルギー活動開始
1998年	1月 HPI委員会をHTI委員会に改称
	6月 静岡工場ISO14001認証取得
	8月 塩ビ系包装材料全廃
	12月 福岡工場ボイラー燃料、 重油から都市ガスに転換
1999年	11月 関東工場ISO14001認証取得
	12月 福岡工場ISO14001認証取得
2000年	1月 奈良工場ISO14001認証取得
	2月 奈良工場ボイラー燃料、 重油から都市ガスに転換
	3月 東大阪工場ISO14001認証取得
	10月 5工場環境会計集計開始
2001年	4月 全社環境タスク発足
2002年	3月 東大阪工場焼却炉撤去
	7月 環境活動推進室設置
	11月 環境宣言、新環境方針、 環境活動推進組織発表
	12月 福岡工場焼却炉撤去
2003年	1月 静岡工場焼却炉撤去
	3月 関東、奈良工場焼却炉撤去
	3月 「資源の有効な利用の促進に関する法律」 に基づき容器包装識別表示完了
	4月 全社環境活動開始
	8月 「環境レポート」をはじめて発行
2004年	1月 環境活動海外部会設置
	4月 全社で環境会計の集計開始
	11月 ISO14001統合認証の取り組み開始
	11月 「こうべ森の小学校 ～六甲のおいしい森づくり～」への支援開始

編集後記

昨今の厳しい経済環境下にもかかわらず、地球環境への関心はますます高まっています。

3回目になります「環境レポート2005」を発行させていただきましたことになりましたが、多くの方々のご理解とご協力の賜と感謝しております。

今回も活動事実をできるだけわかりやすくお伝えしたいと考えました。数値化できるものはできるだけ具体的に提示しました。また、直接活動に携わった社員が登場し、活動のイメージが湧くよう「Voice」などのコーナーで紹介しました。弊社の環境に関する考えと、活動をいろいろな角度から感じてください。

このレポートを手にした時「盛りだくさん」という感想をお持ちになるかもしれません。「もっともっとお伝えしたい」という気持ちが強く、小さな文字で、28ページというボリュームになりました。少し読みにくいかもかもしれませんが、ご容赦いただくとともに、率直なご意見やご要望をお願いいたします。

皆さまの貴重なご提案は今後の活動に真摯に反映したいと考えています。

環境活動推進室長 越智清浩

会社概要

社名	ハウス食品株式会社
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
	大阪本社：〒577-8520 大阪府東大阪市御厨栄町1丁目5番7号
工場	関東、静岡、奈良、六甲、東大阪、福岡
支店	札幌、仙台、関東、東京、名古屋、大阪、高松、広島、福岡
その他	ソマテックセンター(研究開発部門)、 アイデアックセンター(研修所)
創業	1913年(大正2年)11月11日
資本金	9,948百万円(2005年3月31日現在)
売上高	158,263百万円(2004年度)
社員数	2,435名(2005年3月31日現在)
事業内容	食品製造加工並びに販売、その他
主要な製品	[香辛食品類] パーモントカレー、特選生わかび 等 [加工食品類] 北海道シチュー、うまかつちゃん 等 [調理済食品類] スープスパゲティ 等 [飲料、スナック類他] 六甲のおいしい水、とんがりコーン 等

主なグループ企業概要

社名	サンハウス食品(株)
所在地	〒483-8085 愛知県江南市高屋町西里77
資本金	200百万円
社名	ハウス物流サービス(株)
所在地	〒577-0801 大阪府東大阪市小阪1-9-1小阪第一近鉄ビル3階
資本金	80百万円
社名	(株)デリカシェフ
所在地	〒362-0021 埼玉県上尾市原市324番地1
資本金	402百万円
社名	House Foods America Corporation
所在地	7351 Orangewood Ave, Garden Grove, California 92841, U.S.A
資本金	2,350千USドル
社名	サンサプライ(株)
所在地	〒483-8305 愛知県江南市宮田町生原8
資本金	50百万円
社名	(株)エスパック
所在地	〒577-0036 大阪府東大阪市御厨栄町1-5-7
資本金	40百万円
社名	(株)エイチ・アイ・イー
所在地	〒577-0036 大阪府東大阪市御厨栄町1-5-7
資本金	10百万円
社名	ハイネット(株)
所在地	〒275-0001 千葉県習志野市東習志野7-4-32
資本金	20百万円

業績の推移



ハウス食品



〈表紙の解説〉 にんにくの花

にんにく(garlic)は、世界中のさまざまな料理に欠かせないスパイスです。

古くは、紀元前のエジプトでピラミッド建設に従事した労働者のスタミナ源として利用されていたほか、食品の腐敗防止や抗菌・消毒などにも使われてきました。

環境レポートに関するお問い合わせ

ハウス食品株式会社 環境活動推進室
〒577-0801 大阪府東大阪市小阪2丁目2番28号
TEL.06-6788-1289 FAX.06-6783-3110
e-mail:eco@housefoods.co.jp

発行 2005年6月

