

調達

ハウス食品グループは「食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを共に作るグッドパートナーをめざします。」というグループ理念のもと、持続可能な社会の実現に向け、取組を進めています。

お客様に信頼され、ご満足いただける商品・サービスを提供し続けるために、お取引先を大切なパートナーとして尊重し、人権・労働慣行・環境などの社会的責任にも配慮し、公正・透明で適正な取引を行ってまいります。

→ ハウス食品グループ調達方針はこちら
<https://housefoods-group.com/sustainability/policy/csr.html>

持続可能な調達について

ハウス食品グループは2021年12月にSedex※にAB会員(バイヤー・サプライヤー会員)として加入し、「責任ある調達」と「倫理的で持続可能なサプライチェーンの構築」に取り組んでいます。Sedexのツールやサービスの利用を通じて、サプライヤーとともに安全で倫理的、かつ持続可能な事業慣行を維持し、サプライチェーン上で働く人々の労働条件を守ることをめざしています。

2022年度からハウス食品・ハウスウェルネスフーズ・ハウスギャバン・マロニーのすべてのお取引先に対して、人権問題を含むCSRガイドラインの順守状況の確認を進めています。



→ CSRガイドラインはこちら
<https://housefoods-group.com/sustainability/otorihikisaki/pdf/guideline.pdf>

※ Sedex: Sedex(本部:イギリス)は、エシカル取引サービスを提供している世界有数の会員制組織であり、グローバルサプライチェーンにおける労働条件の改善に取り組んでいます。Sedexは、企業が責任ある、持続可能な事業活動を改善し、「責任ある調達」を行うために必要な実践的なツールやサービス、コミュニティネットワークを提供しています。

持続可能なパーム油への取組

生産地の環境(森林保護・生物多様性の保全)や経済、そこで働く人々の人権(強制労働や児童労働の排除)等に配慮した、持続可能なパーム油の生産と利用を促進するという「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO※1)」の趣旨に賛同し、ハウス食品グループでは、2018年1月よりRSPOに加盟しました。2020年1月にはハウス食品のすべての自社工場(関東工場・静岡工場・奈良工場・福岡工場)とハウス食品ブランドのレトルト製品を製造するサンハウス食品においてRSPOサプライチェー

ン認証を取得しました。そして2020年4月より自社工場において購入しているパーム油をRSPO認証パーム油※2へ切り替えを開始し、現在、ルウ製品※3への使用量相当分を調達しています。また、2020年7月よりレトルト製品※4への使用量相当分についても同様に切り替えをしました。

→ 取組の進捗はこちら
<https://rspo.org/members/4-0994-18-000-00/>

※1 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil:持続可能なパーム油のための円卓会議)世界各地で行われているパーム油の生産が、熱帯林の保全や、そこに生息する生物の多様性、森林に依存する人々の暮らしに深刻な悪影響を及ぼすことがないようにするため、「持続可能なパーム油」の生産と利用を促進する非営利組織

※2 MB(マスパランス)認証油の使用を開始

※3 顆粒・ペースト製品を除く

※4 国内のグループ拠点(サンハウス食品)で製造するレトルト製品が対象



TOPICS

調達相場説明会

新型コロナウイルス、ロシア・ウクライナ紛争、異常気象等の影響を受けて、目まぐるしく変化する当社グループの調達環境や、それを踏まえた調達方法についてグループ社員に知ってもらうことを目的に、2023年11月に「調達相場説明会」を開催しました。説明会にはグループ12社約140名が参加し、調達環境の変化による各社製品への影響、スパイスをはじめとする原料や包材の相場情報や、環境変化に対する様々な調達の取組について、調達部より説明を行いました。資材価格の構造や世界で起きている様々な事象と事業のつながりなど、調達に関する理解を深め、VCの川上に目を向ける機会となりました。今後も調達リスクに関する取組や相場情報について、情報発信を継続していきます。



人権

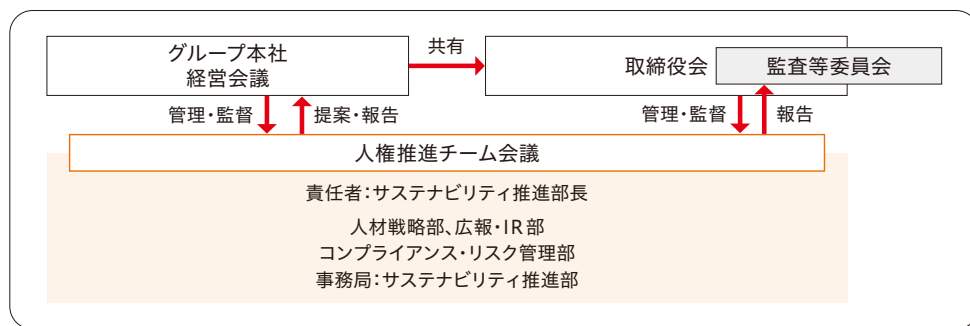
ハウス食品グループは、事業活動のすべての過程で、直接または間接的に人権に影響を及ぼす可能性があることを認識しています。事業活動に関わるすべての人の人権を尊重するために「ハウス食品グループ人権方針」を定めています。本方針に則り、人権尊重の取組をグループ全体で一層推進していきます。

→ ハウス食品グループ人権方針はこちら
<https://housefoods-group.com/sustainability/policy/human.html>

推進体制

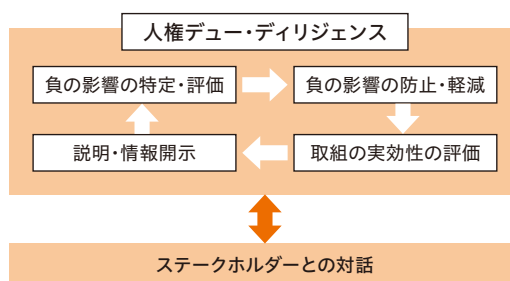
人権課題推進に向けた仕組みや体制の検討、継続的な情報収集機能を「人権推進チーム」が担い、定期的にグループ本社経営会議へ提案・報告を行っており、経営会議で報告された資料や議事録は、社外取締役を含め、全取締役へ共有されています。

また、監査等委員会では定期的にヘルプラインの状況報告がなされているほか、必要に応じて経営会議で報告された人権に関する議題の詳細説明が行われており、監査等委員会での意見は取締役会で報告されるとともに、関連部門へフィードバックされています。



人権デュー・ディリジェンスについて

人権デュー・ディリジェンスは予防手段であり、人権への潜在的な負の影響は常に存在するため、サイクル(負の影響の特定・評価、防止・軽減、取組の実効性の評価、説明・情報開示)を循環し続けることが重要と認識しています。



2024年3月期は、国際的に問題視されている人権リスク情報等を再整理した結果、優先して取り組む重要な人権リスク領域として「1. 日本における技能実習制度・特定技能制度利用外国人」「2. 原材料サプライヤー」の2つの事項を特定し、評価を実施しました。

負の影響の特定・評価		負の影響の防止・軽減
1. 日本における技能実習制度・特定技能制度利用外国人	日本における技能実習制度・特定技能制度利用外国人に対して、第三者機関である経済人コーポレーション日本委員会の立ち会いのもと、人権デュー・ディリジェンスの第一ステップである人権リスクの評価を実施しました。 グループ会社におけるアンケート調査およびヒヤリングを実施した結果、重大な人権問題はみられませんでした。支援機能や労働環境改善等に関する課題・提言を受けました。	第三者機関からの課題・提言を踏まえ、支援機能の見直し、生活環境の一部改善等に取り組みました。引き続き改善策を検討し、安全・安心な職場・生活環境づくりを推進していきます。
2. 原材料 サプライヤー	(1) 社外取引先 2021年にSedexへの加入を行い、2022年には国内グループ会社のサプライヤーを対象としたSedexおよびCSRアンケートに関する説明会を実施しました。 2024年2月現在、Sedex自己評価アンケート*およびCSRアンケートの回答率は約82% (調達金額ベース) となっており、引き続き確認を行っていきます。また、アンケート結果を踏まえ、人権リスクが高い拠点と判断したサプライヤーへの対応を実施しました。 ※Sedex (Supplier Ethical Data Exchange) : グローバル基準のCSR自己評価アンケート	人権リスクが高いと判断したサプライヤーへの個別確認を行い、是正対応がなされていることを確認しました。引き続き、サプライヤーとともに安全で倫理的、かつ持続可能な事業慣行を維持し、サプライチェーン上で働く人々の労働環境を守ることをめざしています。
	(2) 自社製造拠点 サプライヤーでもある国内グループ会社を対象に、Sedex新自己評価アンケート記入の説明会を実施、回答を完了しました(2024年3月)。国内グループ会社14拠点、海外グループ会社1拠点の回答状況から、大きな問題がないことを確認しています。	今後も継続的な対応状況の確認と改善を推進します。

救済

救済については、社内ヘルプラインおよびサプライヤーヘルプラインを設置しています。

→ 相談・通報制度(ヘルプライン制度)についてはこちら
<https://housefoods-group.com/sustainability/compliance.html>

TOPICS

啓発活動

2023年4月に改訂した「ハウス食品グループ人権方針」をもとに、人権の取組を確実に進めていくため、ハウス食品グループで働くすべての人がより理解を深められるよう、動画視聴による学習を実施しました。多様な人たちへの学習を考え、動画はルビあり版も準備しました。



視聴対象者: 国内ハウス食品グループ会社(役員・全社員)

生産

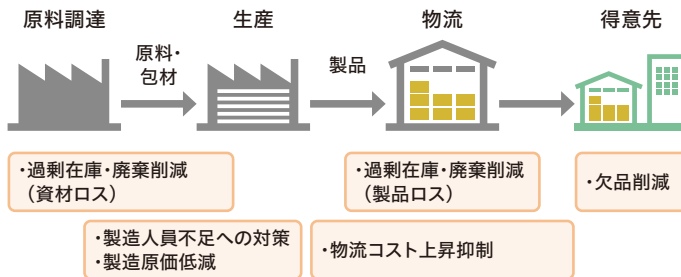
グループの持続的成長を支える“生産・SCM体制の追求”をミッションに、「安全・安心」「高品質」「コスト競争力」を備えた製品を生産し、お客様へお届けできるよう日々の生産活動を行っています。近年は、環境負荷低減につながる生産・物流方式の実現とともに、グループ最適視点での体制構築に取り組んでいます。

需給・生産管理一括システムの活用

ハウス食品、ハウスウェルネスフーズ、サンハウス食品では、需要予測と生産活動を一括管理する3社共通のシステムを導入しています。

AIやビッグデータを活用した需要予測精度向上や、需要変動に迅速に対応する生産計画立案によって、製品在庫の過不足を抑制し、資材や製品の廃棄削減に貢献しています。

■ 需給・生産管理一括システムの仕組み



TOPICS

HPS活動

ハウス食品グループでは、HPS(House Production System)活動としてグループ各社の生産現場における改善活動を推進しています。HPS活動は全員参加を基本としたボトムアップの取組で、人材育成を活動目的とした生産の根源となる取組です。

2023年度で14回目となる「HPS活動全体発表会」では、グループ内の7社10事業所が参加し、それぞれの現場での改善活動について共有を行いました。



物流

ハウス食品グループでは、事業活動に必要な物流の持続的・安定的な確保を経営課題として認識し、生産性の高い物流と働き方改革の実現に向け、お取引先や物流事業者等との相互理解と協力のもとで、物流の改善に取り組んでいます。

また、2019年4月設立のF-LINE(株)※を活用することで、持続可能な物流体制の構築を通じ「物流2024年問題」をはじめとした課題解決にも取り組んでいます。

※F-LINE(株):2015年2月に、加工食品物流における新たなプラットフォームの構築をめざして食品メーカー6社により「F-LINEプロジェクト」が立ち上げられました。その後、2019年4月に、食品メーカー5社、味の素(株)、ハウス食品グループ本社、カゴメ(株)、(株)日清製粉ウェルナ、日清オイリオグループ(株)の出資により誕生した物流会社がF-LINE(株)です。

TOPICS

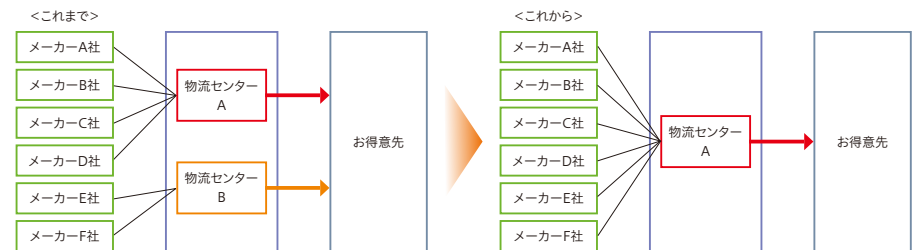
北海道地区の共同配送再構築

食品メーカー6社(味の素、カゴメ、日清オイリオグループ、日清製粉ウェルナ、Mizkan、ハウス食品グループ本社)とF-LINEは、2023年10月に物流効率の改善を目的に、北海道地区における共同配送の仕組みを再構築しました。各社で配送拠点と配送車両を共同利用することで、持続可能な物流体制を構築するとともに、環境面でもCO₂排出量を約16%削減することができます。



この取組では、従来2カ所あった保管・配送拠点を1カ所に集約することで、共同保管・共同配送により車両1台当たりの積載効率を高めるとともに、配送回数を削減することができます。これにより納品先様への配送車両台数が削減され、荷受時の負担軽減も可能にする取組です。

■ 北海道地区における6社共同配送イメージ図



今後も食品メーカー各社、F-LINEとの協働を進め、持続可能な物流体制の構築とさらなる環境負荷低減に取り組んでいきます。

品質保証

安全・安心な商品とサービスをお客様へ提供し続けるために、原材料の調達、商品の企画・設計、栽培・製造、物流、販売までのバリューチェーンすべてにおいて、グループ全社員が一丸となり、品質の維持向上に取り組んでいます。

品質保証の考え方

ハウス食品グループの品質保証の考え方は、各プロセス間で連携して保証する「プロセス保証」です。後工程はお客様と考え、各プロセスで品質をつくりこみ保証しています。

さらに、「現場主義」で交わるという考えのもとに、これまでの失敗や成功も含めた経験に基づく知見や気づきをグループで共有し品質保証に生かしています。

「プロセス保証」の考え方を実践するため、異常を「起こさせない仕組み」と「気づく仕組み」の両立による不良品流出防止を目的として取り組んでいます。

また、ハウス食品グループ各社の品質保証部門と生産部門、および品質保証統括部が連携し、客観的な視点による違いや気づきを現場の改善に役立てる活動も行っています。

ハウス食品グループ品質方針

〈品質理念〉

私たちは、「お客様」の生活に役立ち「お客様」に認めていただける価値ある商品・サービスを提供することで、「お客様」の食生活と健康に貢献していきます。

〈行動指針〉

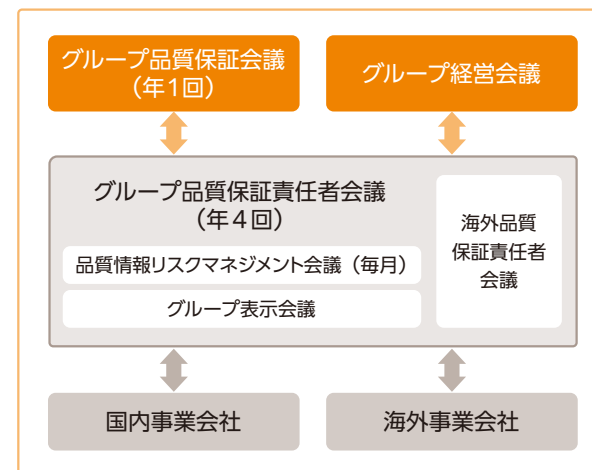
ハウス食品グループの一人ひとりが、以下の行動指針に則って行動していきます。

1. お客様の立場に立って、誠実に行動します。
2. お客様の安全を何よりも優先して徹底します。
3. お客様の声に耳を傾け、お客様起点で商品・サービスの開発と改善を継続します。
4. お客様の信頼に応えるため、正確で分かりやすい情報を提供していきます。

品質保証体制

ハウス食品グループでは、グループ本社役員や事業会社社長、社外有識者などで構成する「グループ品質保証会議」において、品質保証に関する重要課題について討議を行い、継続的な品質保証活動を進めています。

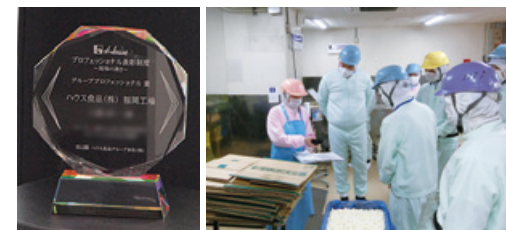
グループ本社の品質保証統括部と事業会社の品質保証部門長による「グループ品質保証責任者会議」では事業会社と連携し、グループ共通の課題や事業会社の課題について、俯瞰的な視点と各社の「現場の実情」の両面から討議しています。また、「品質情報リスクマネジメント会議」や「グループ表示会議」などの専門会議を通じて、法改正情報の収集を行い、法改正に向けた対応を進め、品質保証力の向上に取り組んでいます。



TOPICS

プロフェッショナル表彰制度

生産の現場では日々、「ヒト・設備・原料・方法」などの様々な変化があるなか、多くの創意・工夫によって安全・安心な製品の実現につながっています。安全・安心な品質を維持し続けるためには、現場の地道な活動の継続が大切であるとの思いから「プロフェッショナル表彰制度」を2018年に開始しました。事業所ごとに他薦で選出を行い、受賞者への感謝の気持ちを伝えるとともに、受賞者の想いやこだわりと同僚や上司が感じる受賞者の凄さをグループ内で共有し、品質を重視する風土醸成に取り組んでいます。



受賞者と役員のコミュニケーションの様子

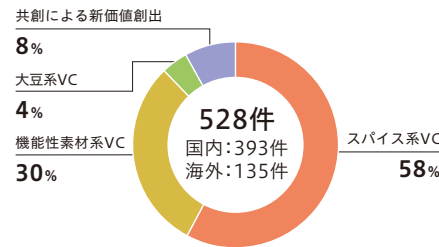
知的財産戦略

当社グループは、知的財産を重要な経営資本の一つと位置づけ、事業・研究開発と一体となり、バリューチェーン(VC)の視点およびグローバルな視点で知的財産を保護し活用することを知的財産戦略の基本方針としています。

戦略的な特許の取得による競争優位

当社グループでは、VCごとに事業戦略に沿って戦略的に特許を取得しています。

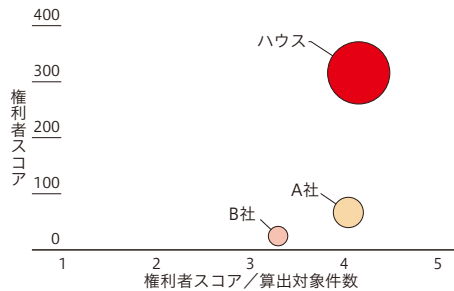
■ 保有特許の内訳(2024年3月末)



主要事業分野における特許競争力

ルウカレー製品やレトルト製品は、絶え間のない研究開発を通じて生まれ続ける技術の特許として適切に保護しており、その結果が特許保有数だけでなく特許競争力にも表れています。

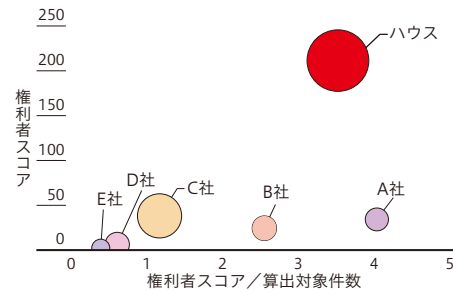
■ ルウカレー製品の特許競争力*



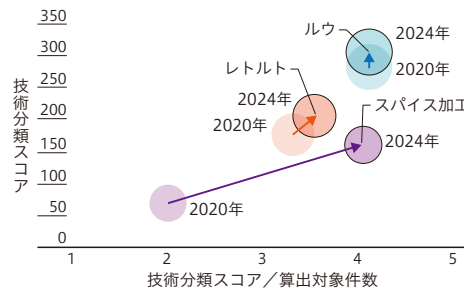
近年はさらに新たな価値の創出に向けた取組にも注力しています。七次中計では、特に川上におけるスパイス加工の技術開発が進み、その結果がスコアマップにも表れています。八次中計では、こうした川上の新たな強みをVC構築につなげていきます。

また、機能性素材系VCでは、グローバルな
※(株)パテント・リザルトのBiz Cruncher®を利用し、当社作成。スコアは特許取得の注力度や競合他社からの注目を点数化して算出

■ レトルト製品の特許競争力*



■ 主要事業分野と新価値領域(スパイス加工)スコアの推移*

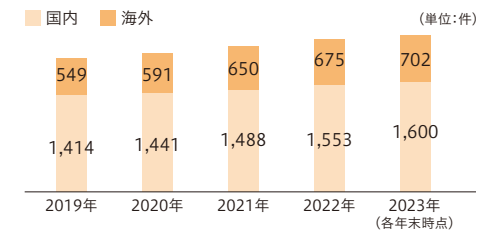


事業展開を推進するために東南アジアや欧米での特許取得に取り組んでいます。大豆系VCでは、今後のPBF市場の拡大および対競合戦略を見据えて知的財産の創出・取得に取り組めます。また、付加価値野菜系VCを含む新価値創出領域についても、技術を保護しながらも、積極的にオープンに活用することで価値共創を推進していきます。

ブランド個性に寄り添う商標戦略

各VCそれぞれのブランド個性に合わせた戦略的な商標権の取得を通じ、国内外を問わず、各地域でブランドを保護するとともに、認知度を高め、グローバルで愛されるブランドの育成・価値向上に努めています。

■ 国内外における登録商標数推移



海外で広がる「バーモントカレー」

発売から60年を越えて愛される「バーモントカレー」の象徴である黄色のパッケージとリボンの組み合わせは、複数の国・地域で商標登録され、ブランド価値向上と模倣品の排除にも貢献しています。



TOPICS

スパイス加工技術: 塩処理乾燥技術の活用例

生に近い色と香りを保持したドライスパイス・ハーブをお客様にお届けするため、塩処理乾燥技術を開発しました。その活用例が、新鮮な生胡椒が持つきれいな緑色と青く爽やかな香りを残した「ソルティグリーンペッパー」です。

生胡椒は収穫後に色が緑から黒に変わり、青く爽やかな香りも失われてしまいます。そこで、インドネシアの農家と協力して育てた生胡椒を、収穫後すぐに自社工場塩処理乾燥技術により加工することで、色と香りを保持した独自の製品として、VOXSPICEブランドから販売しています。これは、技術を核に、農家をはじめとするステークホルダーと構築してきたバリューチェーンをつなぐことで可能となりました。今後も、自然の恵みであるスパイスの魅力を技術で引き出し、お客様につなぐことで、新しい価値を提案していきます。



R&D

VCの川上から川下をつないで新たな価値を創り、グローバルで「食で健康」を届けるクオリティ企業となるために、R&Dが中心的な役割を果たしていきます。特にスパイス系VCの構築においては、R&Dだけでなく調達・生産・事業との連携により、VCの統合と顧客接点の拡大に向け、技術開発、アプリケーション開発を推進します。機能性素材系VC、大豆系VC、付加価値野菜系VCにおいても、競争力・事業基盤強化につながる技術開発や素材研究を進めていきます。また、新たな技術シーズの発掘と新規事業化に向けて、グループ内外との共創のリーディングにも注力していきます。

R&Dの機能・活動範囲について

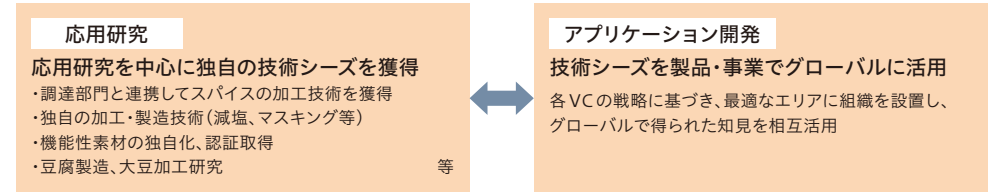
グループ各社のBtoCの商品開発はもちろんのこと、バリューチェーンの川上の育種や栽培技術、食品原料として提供するための一次加工技術から川下のBtoBや外食提供にまつわる技術まで、お客様に喜びを届けるため、様々な課題に科学的なアプローチでの解決に取り組んでいます。



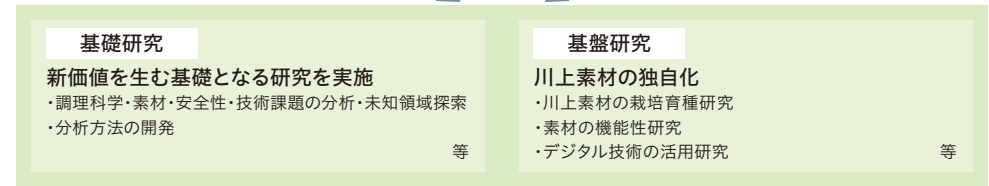
グローバルなVCに適した組織構築について

独自の技術シーズの起点は、既存の業務のなかや日常業務から生まれてきます。そこで、アプリケーション開発だけでなく、応用研究、基盤研究、基礎研究においても独自価値をつくっていきます。また、応用研究とアプリケーション開発をVC単位で取り組むことでVC内の連携を促進します。さらに、得られた成果をVC間やグローバルでも活用することで、独自価値の最大化をめざしていきます。

VC単位



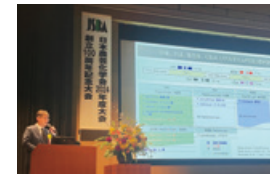
VC横断



TOPICS

食物アレルギーの分析技術

食物アレルギーに関する正確な情報を提供してお客様の食の選択肢を広げることができるよう、食物アレルギーの分析技術の研究に取り組んでいます。これまでに、日本で義務表示である特定原材料8品目のうちPCR確認検査の対象全6品目「小麦・そば・落花生・えび・かに・くるみ」の検査法を開発しました。これらの技術開発により、従来できなかった「えびとかにの区別」や「加工度の高い食品中の微量な小麦の検出」などを可能としました。いずれの検査法も、日本の公定法として消費者庁通知に収載されるとともに、広く世の中で活用できるようライセンス先の(株)ファスマックから試薬キットとして販売されています。これらの取組に対して、2024年3月に日本農芸化学会から農芸化学技術賞を受賞しました。今後も、特定原材料に追加検討中のカシューナッツの検査法開発、アレルギーの濃度を測定できる液体クロマトグラム質量分析を活用した技術開発など、世の中の変化に対応した研究を進めます。



➔ 食で豊かな人生を！ハウス食品グループが取り組む食物アレルギー研究【前編】
<https://housefoods-group.com/activity/andhouse/magazine/08/index.html>

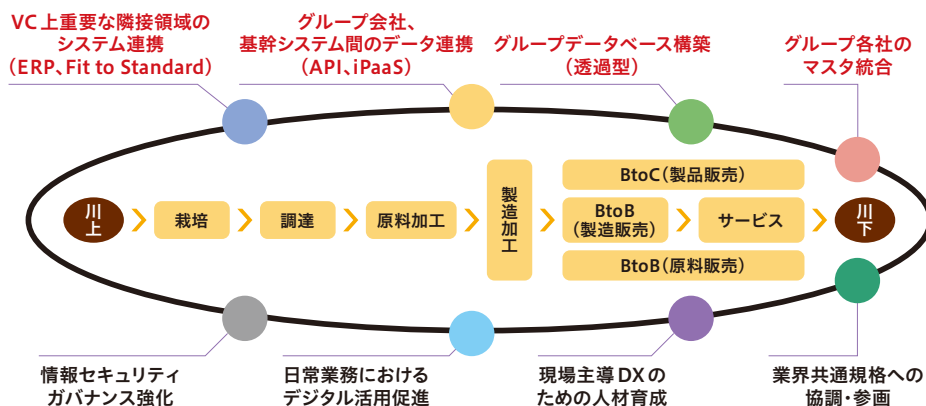
➔ あらゆる人の食を豊かに—食物アレルギー分析技術がもたらす社会貢献【後編】
<https://housefoods-group.com/activity/andhouse/magazine/09/index.html>

DX戦略

グローバルなVC構築による成長を支えるため、デジタル戦略の強化に取り組んでいます。そのためには、成長の原資となる現事業領域の競争力をデジタル戦略でさらに高めること、そして川上起点の柔軟なVC経営を実現するため、グループ間を「つなぐ」ことで、モノ、カネ、情報の見える化を進めることが重要です。これらを実現するために、グループ情報基盤構築の取組を進めています。また、お客様への提供価値の向上や、デジタルスキルの活用・習得による働きがいのある職場づくり、環境課題解決にも貢献していきます。八次中計は、VC構築に向けた重要な「仕込み」の期間と捉え、「攻め」のDX(デジタルトランスフォーメーション)として、VC視点で業務のやり方を変えていくこと(業務改善・省力化)、また「守り」のDXとして、情報セキュリティやガバナンスの強化に注力していきます。そして、事業変革とデジタル戦略を支える人的資源と技術獲得を、「攻め」と「守り」の両面から進めます。

VC経営の実現に向けて

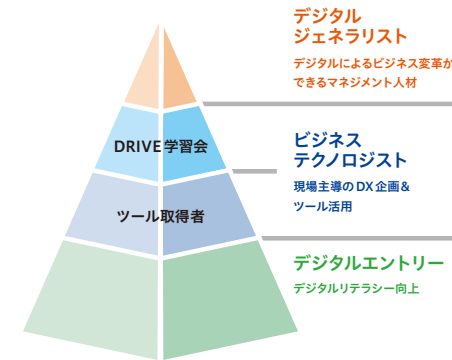
VC経営の実現に向けて、VCを支えるグループ各社・業務におけるERP統合や、システム間をつなぐためのデータ連携、グループ間のマスタ統合などの技術獲得に向けた仕込みをしていく必要があります。また、グループ連携により高まる情報セキュリティリスクへの対応として、セキュリティ評価および、評価結果に対する技術・運用に関する対応計画の策定なども重要なテーマです。業界の共通規格への参画も含め、総合的な視点で取り組んでいきます。



人材育成

現場主導DXを支える人材育成について

急速なデジタル化の波が押し寄せるなかで、IT部門だけではなく、最も業務を理解している現場の社員が自らデジタルスキルを活用してこそ、変革につながると考えています。そのためにも、「現場主導のDXを支える人材育成」を、デジタル戦略部門と人材戦略部門が連携して実施しています。e-ラーニングや生成AIの活用推進など、全社員のリテラシーを向上することで裾野を広げ、さらに視座を高めるために、現場の課題を設定して変革に導くためのスキルや、実際の解決手段となるデジタルスキルを身につけるための各種学習機会を提供しています。



TOPICS

学習プログラム「DRIVE」の実施

「現場主導のDXを支える人材育成」の取組の一つとして、主体的にビジネス変革につながる業務課題を設定でき、DX施策を立案し推し進められる人材の育成を目的とした学習プログラム「DRIVE」を実施しています。このプログラムは、実際の業務課題からテーマを選定し、DXアイデアの創出から、課題の深掘り、解決策の効果検討を実施し、DX企画書(PoC計画書)の作成まで落とし込むところまで行います。課題が大きいほど、業務領域をまたいだ取組が必要となってくるため、部門・会社間を超えた協力による新たな業務変革テーマが生まれてくることが期待できます。また、このプログラムを終えた社員が、現場に戻り、デジタル変革の中心的役割を担うことも狙いの一つです。

