

2024年8月30日

ハウス食品グループイノベーション 2号ファンド、 株式会社ビー・ケースへの出資に関するお知らせ

ハウス食品グループ本社株式会社（本社：大阪府東大阪市、代表取締役社長：浦上 博史、以下「ハウス食品グループ」）は、SBIホールディングス株式会社（本社：東京都港区、代表取締役会長兼社長：北尾 吉孝）の100%子会社であるSBIインベストメント株式会社（本社：東京都港区、代表取締役執行役員会長兼社長：北尾 吉孝）と2023年1月に共同で設立したコーポレートベンチャーキャピタル（CVC）ファンド「ハウス食品グループイノベーション2号ファンド」を通じて、株式会社ビー・ケース（本社：神奈川県川崎市、代表取締役：今 哲昭、以下「ビー・ケース」）への出資を行うと共に、業務提携について合意致しました。

【「ビー・ケース」について】

企業概要

名称	株式会社ビー・ケース
所在地	神奈川県川崎市高津区坂戸 3-2-1 かながわサイエンスパーク内
代表取締役	今 哲昭
設立年月日	2022年6月
事業内容	アレルギー専門医の指導のもと、離乳食補助食品の開発・製造・販売
URL	https://bcase.co.jp/

ハウス食品グループは、今期より開始した第八次中期計画において、“「食で健康」クオリティ企業への変革＜第二章＞グローバルなバリューチェーン構築で成長をめざす”をテーマに掲げ、更なる成長を目指しております。中期計画では「共創による新価値創出」の中で、社内外パートナーとの共創によりビジネスモデル構築に向けた取り組みを推進しており、その一環として「ハウス食品グループイノベーション 2号ファンド」を活用した社外との連携を進めております。

本件は、当該ファンドからの出資4号案件で、「食で健康」クオリティ企業への変革の一環として、誰もが安心して食を楽しめる世界を実現することを目指し、出資を決定致しました。

かつては、食物アレルギーの発症を心配して、食物アレルギーの原因食品を含む離乳食の開始時期を遅らせる指導がなされ、また食物アレルギーの原因食品を与えてはいけないと思われていました。しかし、近年の研究により、食物アレルギーの原因食品の摂取を遅らせても食物アレルギー予防の科学的根拠はないことが分かってきました。ビー・ケースでは、乳幼児のアレルギー研究を推進する高度専門医療機関である国立研究開発法人 国立成育医療研究センターと連携し、“ご家庭で食物アレルギーの原因食品を離乳食として摂取する際や、「食べられる範囲」までの摂取”を支援する製品を企画開発し、医師の指導のもと調剤薬局や専用 EC サイトにて販売しております。

この度の業務提携により、近年の食物アレルギー食事指導の考え方の認知拡大を共に進め、医師との連携による安全安心な製品の開発・普及を行うビー・ケースを応援してまいります。

【参考】

■ 食物アレルギー食事指導の考え方の変遷について

日本では、2001年に食物アレルギー表示制度が定められました。表示制度が浸透した現在では、表示を確認することにより、特定原材料（食物アレルギー原因食品のうち、表示が義務化されているもの）を回避することが可能となっています。一方で、**食物アレルギー患者への食事指導は、2010年頃から「必要最小限の除去」指導へと変遷**しており、**食物アレルギーのある方でも、医師の指導の下で発症しない量までであれば摂取することが推奨されています**。また、食物アレルギー予防においても、**特定の食物の摂取開始を遅らせても、食物アレルギーの予防効果があるという科学的根拠はない**ことから、厚生労働省の「授乳・離乳の支援ガイド」2019年改訂版では、卵の摂取時期が前倒しされました。

■ ハウス食品グループの食物アレルギーへの取組み

ハウス食品グループではグループ理念「食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを共に作るグッドパートナーをめざします。」のもと、食物アレルギーに対して幅広い取組みを推進してまいりました。

1) 食物アレルギー配慮製品の販売

ハウス食品では、カレー・シチュー・ハヤシライスのトップメーカーとして、食物アレルギーの有無にかかわらず家族みんなで同じメニューを食べる幸せをお届けできるよう、食物アレルギー配慮製品「特定原材料 7 品目不使用シリーズ※」を2014年から販売開始。工場では専用ラインを使用し、厳重な管理体制で生産しています。（※食物アレルギーの義務表示対象品目に「くるみ」が追加されたことを受け、2024年8月12日よりシリーズ名を「特定原材料 8 品目不使用シリーズ」へと変更し、「くるみ」のアイコンを追加するパッケージ変更を行い販売しております。）

2) 食物アレルギー配慮製品以外での、食物アレルギー患者に寄り添った製品開発・リニューアル

既存製品は「製品リニューアル時にアレルゲンを増やさない」、既存ブランドを使用して新たな製品を発売する場合は「同一ブランド製品のアレルゲンを統一」という開発方針により、食物アレルギー患者の誤食や製品選択の幅を狭めることがないように努めています。

3) 食物アレルギー協同取り組み「プロジェクト A」への参画

2018年9月に発足した「プロジェクト A」に参画し、食品会社 6 社（エスエスケイフーズ、オタフクソース、ケンミン食品、永谷園、日本ハム、ハウス食品）協同で、食物アレルギーに関する啓発活動・食物アレルギー配慮製品の普及活動やレシピ提案などを実施しています。

4) 診療現場へのアレルゲン情報提供

診療現場で行われている「必要最小限の原因食物の除去」に基づく食事指導のために、医師向けの「加工食品のアレルゲン含有量早見表」に当社製品のアレルゲン量を情報提供しています。

5) 検査法開発

原料や製品の安全性検証のための「アレルゲン検査法」の開発や、ハウス食品分析テクノサービス株式会社にて食物アレルギー検査を受託しています。

今後も、「時代に合った食物アレルギーの食事指導」に寄り添い、誰もが安心して食を楽しめる世界の実現に向けた取組みを推進してまいります。

【「ハウス食品グループイノベーション2号ファンド」について】

「ハウス食品グループイノベーション 2 号ファンド」では国内外の優れたベンチャー企業を投資対象としており、ハウス食品グループとベンチャー企業が保有する技術・ビジネスモデル等を組み合わせることで、「食で健康」領域において新たな価値基盤を創出し、人と笑顔をつなぐ、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。