

気候変動への取り組み

ハウス食品グループは、食を通じておいしさ与健康をお届けする企業として、食品バリューチェーンを持続可能にし、限りある食資源を価値に繋げることのできる循環型モデルの構築をめざしています。

私たちの事業は、スパイスをはじめ原材料の多くを自然の恵みに頼っており、地球の健康なくしては成り立たないものです。気候変動は世界規模で影響を与える問題であり、国内外で事業展開している当グループにとって重要な課題と認識しています。

当グループは、全ての活動の柱となる考え方としてグループ CSR 方針を制定しており、その中で企業市民として果たすべき「3つの責任（お客様、社員とその家族、社会）」を位置づけています。そして、「社会への責任」の重点テーマの一つとして「循環型モデルの構築」を設定しました。2018年度より中期計画に本テーマを織り込み、その中の取り組みとして気候変動対応を進めています。

取り組みを進めるなかで、様々なステークホルダーにとっての「グッドパートナー」により近づくため、第八次中期計画では「社会への責任」に関する取り組みをさらに加速させたいと考えました。2050年までの長期プランで実現したい姿を明確化すべく、2050年を見据えて当グループが解決すべき重要課題を特定し、「バリューチェーン全体で考えて、自社の企業活動に伴う外部不経済を解決していく」という考え方を大事にしながら議論を重ね、2024年4月に「ハウス食品グループ長期環境戦略 2050」を策定しました。ハウス食品グループは、気候変動への対応として 2050年カーボンニュートラル、持続可能な社会の実現に向けて、ステークホルダーとの共創を進め、グループ全体での環境活動に取り組んでいきます。

TCFD 提言に基づく情報の開示

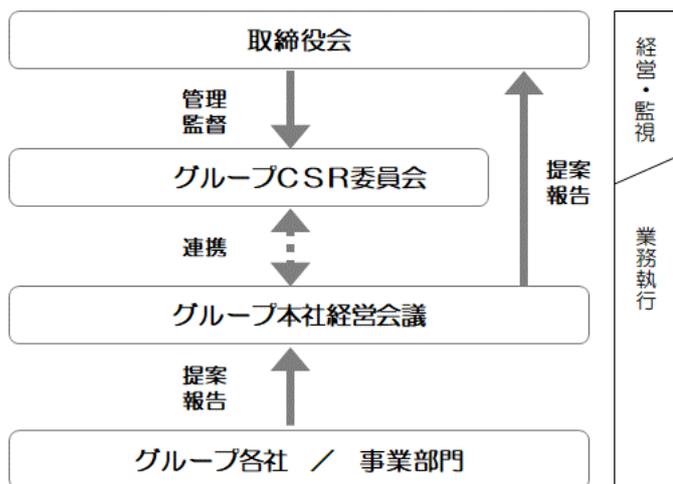
2021年5月に、G20金融安定理事会（FSB）が設置した「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同を表明し、TCFD コンソーシアムに加盟しました。そして、2022年度より気候変動問題の主管部門であるサステナビリティ推進部を中心に、TCFD 提言に沿った気候変動対応に関する検討を行っています。

■ガバナンス

ハウス食品グループでは、バリューチェーン全体での環境負荷低減をグループの重要課題と位置づけ、CO₂削減を中期計画に織り込み推進しています。中期計画の取り組み項目および目標は、グループ本社経営会議で議論した上で、グループ本社取締役会で承認、最終的な意思決定をしています。

また、設定した取り組み項目および目標の進捗確認は、取締役を中心に構成するグループ CSR 委員会で行い、経営に対する監督・指導を行うとともに、グループ内の連携強化を図っています。

気候変動対応の推進体制は以下の通りです。



会議体		開催頻度	気候変動関連の役割
監視・監督	グループ本社取締役会	1回/月	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対応を含め、グループCSR方針に基づく3つの責任に関する取り組みの戦略決議
監督・指導	グループCSR委員会	1回/年	<ul style="list-style-type: none"> グループ全体の気候変動対応を含むCSR活動に対する監督 グループ全体の気候変動対応に関する取り組みの効果的、効率的な推進および連携強化のための指導
執行	グループ本社経営会議	2回/月	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対応を含む戦略および目標を織り込んだ中期計画の検討、取締役会への答申 中期計画に基づく具体策の遂行責任

■リスク管理

ハウス食品グループでは気候変動を重要な経営リスクと位置付け、「社会への責任」におけるグループの重要課題として取り組んでいます。気候変動対応の主管部署であるサステナビリティ推進部を中心にリスクと機会の評価を行い、その中で優先度の高いリスク機会項目の対応策を検討しています。検討した対応策はハウス食品グループ長期環境戦略 2050 および全社戦略に織り込み、グループ本社経営会議に答申後、グループ本社取締役会にて意思決定を行っています。

対応策の進捗管理については、各社・各拠点の環境責任者が参加するグループ環境全体会議（事務局：サステナビリティ推進部）を通して進捗確認し、グループCSR委員会への報告を行っています。

■戦略

ハウス食品グループは自社の生産活動におけるCO₂削減だけでなく、バリューチェーン全体の気候変動対応を意識した環境活動を展開しています。

2021年度からスタートした第七次中期計画ではCO₂排出量削減の加速と取り組み領域の拡大をめざし、グローバルの視点かつサプライチェーンの視点で、お取引先さまとの協働・社内の組織活動のあらゆる面から削減対応を進めました。

2022年度は、当グループの中核事業であるスパイスバリューチェーンを担うハウス食品単体を対象に、シナリオ分析を実施し、気候関連リスクと機会の特定とその対応策の検討を行いました。

2023年度は、2050年までの長期スパンで実現したい姿を明確化するため、当グループが解決すべき重要課題を特定し、ハウス食品グループ長期環境戦略 2050 の策定、およびそれに基づく第八次中期計画の策定を行いました。

ハウス食品グループ長期環境戦略2050

気候変動への対応

～持続可能な食の提供を脅かす気候変動への対応として、
カーボンニュートラルを目指し、事業や社会の基盤を守ります。～



<具体的な取組み>

Scope1,2

Scope3

<p>Scope1 : 自社による温室効果ガスの直接排出 (ガス、ガソリンなどの燃焼)</p> <p>Scope2 : 他社から供給された電気、蒸気を自社 で使用することに伴う間接排出</p> <p>Scope3 : 企業活動に関連する他社の排出 (Scope1、Scope2以外)</p>	<p>2050年カーボンニュートラル宣言</p> <p>ステークホルダーと協力し、サプライチェ ーン全体のCO₂排出削減に取り組む</p>
--	--

【想定される重要なリスク機会項目抜粋】

■1.5℃シナリオ

移行リスク	調達品に関する規制
	消費者の意識の変容
	排出量に関するコスト増
	排出量の開示・削減等の義務化
移行機会	エネルギー効率の改善
	脱炭素社会に対応した製品開発

■4℃シナリオ

物理リスク	気候変動に起因する災害リスク (サプライチェーン)
	気候変動に起因する災害リスク (自社)
	気象現象の激甚化等による消費動向の変化
	製品設計・管理条件の見直しの必要
物理機会	労働環境整備等による評判の向上
	気候変動に対応する製品開発による売上増

シナリオ分析により特定した重要なリスクと機会については、優先的に対応策を検討し、事業計画および中期計画へ反映しております。今後はシナリオ分析の対象範囲の拡大および精度向上に取り組み、気候変動に対するレジリエンスを高めてまいります。

■指標と目標

シナリオ分析の結果、CO₂排出量を削減することが当グループのリスク低減・機会の増大となることが改めて確認できたため、グループとして設定しているCO₂削減目標に継続して取り組んでいます。2023年度は、長期環境戦略で2050年カーボンニュートラルを目指すことを踏まえ、2024年4月から始まる第八次中期計画に向けて、新たな指標と目標の設定を検討しました。

【CO₂削減目標】

■Scope1、2

自社から排出されるCO₂について、2050年に向けてカーボンニュートラル達成を目標としていることから、指標を原単位から総量に変更し、2030年目標を総量▲38%、第八次中期計画の目標を総量▲27%（ともに2013年度比）と設定しています。

■Scope3

自社からのCO₂削減だけでなく、サプライチェーン全体のCO₂を削減するため、第八次中期計画の目標を▲5,000t（取組前比）と設定し、ステークホルダーの皆様と協力しながら削減をめざしています。

CO₂削減目標

取組み	マネジメント	中長期目標		
		2026年度 (第八次中期計画)	2030年	2050年
Scope 1, 2	CO ₂ 排出総量削減率 (基準年2013年度比)	27%	38%	カーボンニュートラル
Scope 3	排出削減量 (t) (取組前比)	5,000		

CO₂排出量実績

2023年度 Scope1,2削減の主な取り組み：積極的な環境投資の実施（太陽光発電システムの導入、燃料転換）

Scope3削減の主な取り組み：製品の調理時間の短縮（Scope3カテゴリー11の削減）

指標	2013年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
Scope1,2排出量 (t-CO ₂)	130,411	121,439	117,868	116,353	112,803	109,649
(排出量2013年度比)	—	▲6.9%	▲9.6%	▲10.8%	▲13.5%	▲15.9%
Scope3排出量 (t-CO ₂)	—	—	1,509,292	1,291,454	1,205,576	1,175,096

【集計対象】

CO₂排出・エネルギー使用、廃棄物等総排出量

国内：ハウス食品グループ本社、ハウス食品、サンハウス食品、サンサプライ、ハウスウェルネスフーズ、ハウスビジネスパートナーズ、ハウス物流サービス、ハウスあいファクトリー、朝岡スパイス、デリカシェフ、壱番屋、ハウスギャバン、マロニー、ヴォークス・トレーディング
 海外：ハウスフーズアメリカ社、上海ハウス食品社、大連ハウス食品社、浙江ハウス食品社、ギャバンスパイスマニファクチャリング社、ジャワアグリテック社、ティムフード社
 （2023年度より集計対象に追加）ハウスフーズベトナム社、エルプリトーメキシカンフードプロダクツ社、キーストーンナチュラルホールディングス社
 ※壱番屋のフランチャイズ店舗は対象外としています。（壱番屋のフランチャイズ店舗のCO₂排出はScope3で算定対象としています。）
 ※基準年度（2013年度）にグループ会社でなかった壱番屋、ギャバン、マロニー、ギャバンスパイスマニファクチャリング社、ジャワアグリテック社、大連ハウス食品社、浙江ハウス食品社の各データについても算定範囲としています。
 ※国内生産拠点の廃棄物等総排出量は以下を対象としています。
 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、サンサプライ、あいファクトリー、デリカシェフ、ハウスギャバン、マロニー、壱番屋の工場
 ※一部は把握出来ている年度の実績を使用して推計しています。

●環境データ（別ウィンドウヘリンク）

■TCFD 提言に基づくシナリオ分析結果

ハウス食品グループは「スパイス系」、「機能性素材系」、「大豆系」、「付加価値野菜系」の4つのバリューチェーンを自ら価値提供する領域と定め、この領域で「食で健康」をお届けしていきます。そのなかでもグループの中核である「スパイス系バリューチェーン」を担うハウス食品を対象に、2025年時点（短期）、2030年時点（中期）、2050年時点（長期）の気候変動による影響についてシナリオ分析を実施しました。

IEA、IPCC のレポートに基づき、2つのシナリオ（1.5°Cシナリオ：IEA WEO_NZE2050、4°Cシナリオ：IPCC AR6_SSP5-8.5、SSP3-7.0）を設定しました。100以上のリスクと機会を網羅的に抽出した上で、事業に与える影響が大きいと評価した項目は以下の通りです。

NO.	リスク機会項目			時間軸	影響度	
					1.5℃	4℃
1	移行	リスク	調達品に関する規制	短期	大	小
2			消費者の意識の変容	短期	大	小
3			排出量に関するコスト増	中期	大	小
4			排出量の開示・削減等の義務化	中期	中	小
5	機会	機会	エネルギー効率の改善	短期	大	小
6			脱炭素社会に対応した製品開発	中期	大	小
7	物理	リスク	気候変動に起因する災害リスク（サプライチェーン）	中期	小	大
8			気候変動に起因する災害リスク（自社）	中期	小	大
9			気象現象の激甚化等による消費動向の変化	長期	小	大
10			製品設計・管理条件の見直しの必要	長期	小	大
11		機会	機会	労働環境整備等による評判の向上	中期	小
12	気候変動に対応する製品開発による売上増			中期	小	中

時間軸が手前かつ重要度の大きいリスク機会項目への検討を優先的にを行い、以下の対策を進めています。

No.	バリューチェーン	リスク機会		具体的内容	想定される対応策
1	上流	リスク	調達品に関する規制	低排出なサプライヤーからの原材料調達や調達品に対する課税などにより、調達コストが上昇する。	◎環境負荷の少ない原材料を活用した製品開発 ◎包材の軽薄短小による省資源化 ・原材料の集約、調達元で加工して仕掛品化することで、調達・配送コストの低減
3	自社	リスク	排出量に関するコスト増	政府の環境に対する政策変更への対応、省エネ設備の導入コスト、代替エネルギーの調達コストなどが発生する。	◎環境投資による再生可能エネルギーの導入（太陽光パネルの導入など） ・製法改善による省エネへの取り組み ・製品仕様の変更によるエネルギー使用量の削減
5		機会	エネルギー効率の改善	省エネ設備の導入や製造工程の効率化により、エネルギー費用の削減を図る。	
2	下流	リスク	消費者の意識の変容	消費者の購買行動が変化し、低炭素化を促す製品（レンジ加熱対応パウチ化など）の開発が求められる。	◎環境配慮製品に対応したマーケティング施策の実施（レンジ加熱対応パウチ化など） ◎環境配慮製品の開発（過剰包装の見直し、容器包装の軽量化、代替肉の使用など）
6		機会	脱炭素社会に対応した製品開発	脱炭素社会に貢献する製品の開発などにより新たな顧客を取り込む。	

上記表中の想定される対応策「◎」項目については、既に取り組みを推進しています。

【CO₂削減のための主な取り組み】

■多拠点一括エネルギーネットワークサービス

本サービスは、JFE エンジニアリング株式会社様との協働の取組で、ハウス食品の静岡工場で発電した電力を、ハウス食品グループの国内関係会社・事業所に融通するものです（2024年4月開始）。本サービスの導入に当たり今回新設された大型のガスコージェネレーションシステムは、約12,000世帯相当（※）の発電能力を有し、同様のシステムを活用した同一企業グループ8社18拠点への電力融通は、拠点数として国内最多となります。本取り組みにより、対象となる拠点のCO₂排出量を16.3%（2022年度比）、静岡工場のエネルギー使用量を21.5%（2020年度比）削減できる見込みです。



(※) 一般家庭の世帯当たり年間電気消費量 4,175kWh（環境省データ）にもとづきハウス食品グループ本社にて算出

環境省データ

URL : <https://www.env.go.jp/earth/ondanka/kateico2tokei/energy/detail/O1/#gsc.tab=0>

■ インターナルカーボンプライシング（ICP）制度の導入

自助努力によるCO₂削減を加速するため、2024年3月に自社の環境投資判断基準を刷新してICP制度を導入いたしました。将来的にかかると予想される費用（証書購入、炭素税）から価格を設定し、CO₂削減量をコスト化して投資判断に活用することで、環境投資設備の促進を目指しています。

- 社内炭素価格：6,000 円/t -CO₂
- 対象：CO₂(Scope1,2)排出量の削減を伴う設備投資

取り組み詳細については以下をご覧ください。

- [製品における環境配慮](#)（別ウィンドウへリンク）
- [気候変動への対応](#)（別ウィンドウへリンク）

以上