

食でつなぐ、人と笑顔を。



ハウス食品グループ

ハウス食品グループ

ソーシャルローン・フレームワーク

2024年11月



1. はじめに

ハウス食品グループ本社株式会社（以下、「当社」）は、2021年4月から2024年3月までの第七次中期計画において、「4系列バリューチェーン（以下、「VC」）へのチャレンジ」を掲げ、「スパイス系VC」「機能性素材系VC」「大豆系VC」「付加価値野菜系VC」の4つを当社の提供価値である「食で健康」をお届けする領域と定め、4系列VCによる成長実現に向けて取組や投資を進めてきました。2024年4月からスタートした第八次中期計画においては、「グローバルなVC構築で成長をめざす」を掲げ、これらのVCをつなぎ新たな価値を創りグローバルに「食で健康」をお届けするべく、経営資源を「VC最適」で意思決定できる組織へ順次移行を進めていくことで持続可能な成長をめざしています。

大豆系VCにおいては、1983年より米国にて豆腐事業を展開していますが、アジア系市場を中心に堅調に成長を続け、近年では健康意識の高まりに加え、地球環境保護などの観点から植物性由来食品（Plant-Based Food）（以下、「PBF」）の潮流にも支えられ、米系市場への販売が拡大しています。事業会社として豆腐事業を手掛けるハウスフーズアメリカ社は、豆腐事業の成長拡大へ設備投資を行う一方、米系市場への更なる展開を目的とし、事業領域拡大へ向けた検討を行ってきました。そのような中、ハウスフーズアメリカ社を含む米国子会社を統括する持株会社であるハウスフーズホールディングUSA社（以下、「HFUSA社」）は、大豆系VCの更なる成長に向けた戦略的パートナーとして、キーストーンナチュラルホールディングス社（以下、「キーストーン社」）を買収し¹、本持分取得に充当する資金調達として、ソーシャルローンを検討するに至りました。

今回のソーシャルローンを通じて、当社のグループ理念実現に向けた成長戦略及びコミットメントをステークホルダーの皆様により一層の理解を深めていただくことを目的に、本持分取得を適格プロジェクトとするソーシャルローン・フレームワーク（以下、「本フレームワーク」）を策定しました。本フレームワークは、Loan Market Association（以下、「LMA」）等が定める「ソーシャルローン原則（SLP）」及び金融庁が定める「ソーシャルボンドガイドライン（SBGLs）2021年版」への適合性に対するセカンド・パーティ・オピニオンを株式会社格付投資情報センター（R&I）より取得しています。

1.1 会社概要

当社は、ハウス食品株式会社、ハウスギャバン株式会社、ハウスウェルネスフーズ株式会社、ハウスフーズホールディング USA 社、ハウス食品（中国）投資社、ハウスオソサファフーズ社、株式会社壱番屋等によって構成されるハウス食品グループの持株会社です。東京及び大阪の2拠点に本社を置き、日本及び北米、東アジア、東南アジア地域を中心に、祖業より培った「スパイス系 VC」を主力として、「機能性素材系 VC」「大豆系 VC」「付加価値野菜系 VC」の4系列 VC で事業を展開しています。

¹ 当社プレスリリース (https://housefoods-group.com/newsrelease/pdf/220916_osirase.pdf)

2. ハウス食品グループの基本理念とサステナビリティについての考え方

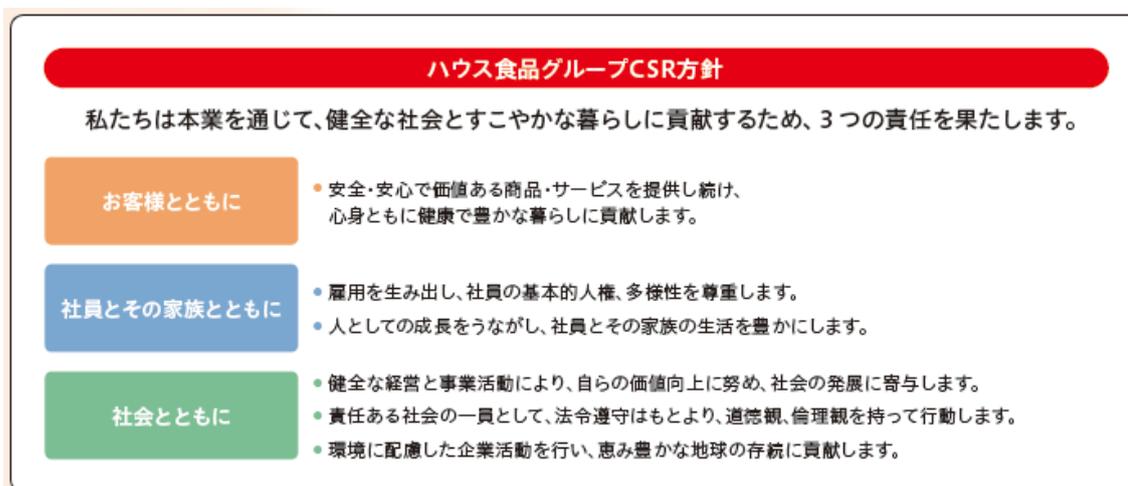
2.1 グループ理念、3つの責任

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つくるグッドパートナーをめざします」というグループ理念を掲げています。このグループ理念は、企業市民として「お客様への責任」「社員とその家族への責任」「社会への責任」という「3つの責任」を念頭において制定したものです。「3つの責任」を果たし、全てのステークホルダーの方々にとって「グッドパートナー」になることをめざして行くという考え方がすべての活動の根幹になっています。

グループ理念実現に向け、「3つの責任」全てを果たしていくことがサステナビリティの推進につながると考えております。

2.2 CSRの取り組み

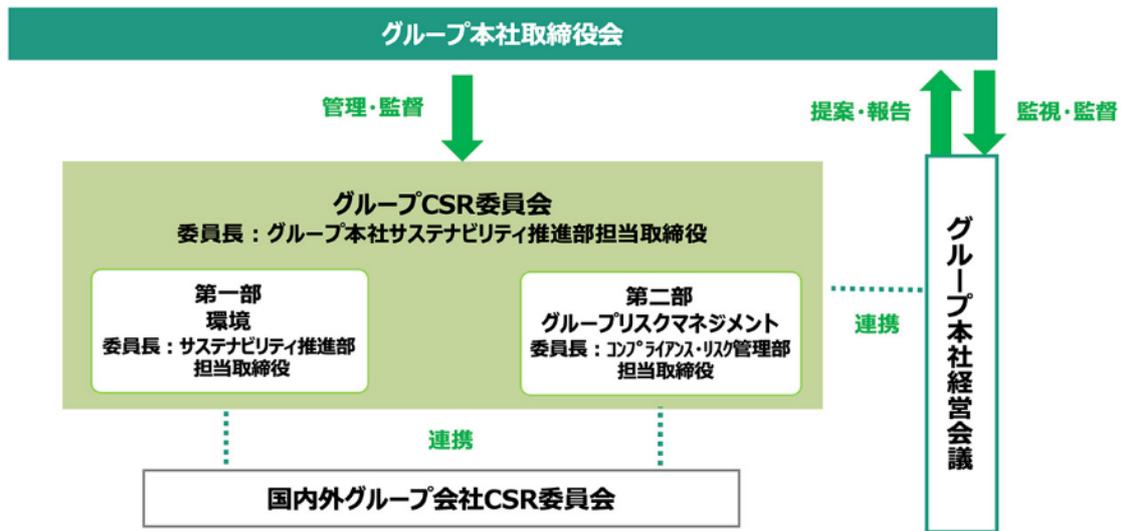
2.2.1 CSR方針、3つの責任



「3つの責任」とは、企業として、様々なステークホルダーにとっての「グッドパートナーでありたい」という想いを表したものです。ハウス食品グループは、時代を超えて、社会のお役に立てる企業としてあり続けるために、この「3つの責任」をすべての活動の根幹とし、グループCSR方針や中期計画に組み込んでいます。

2.2.2 CSR推進体制

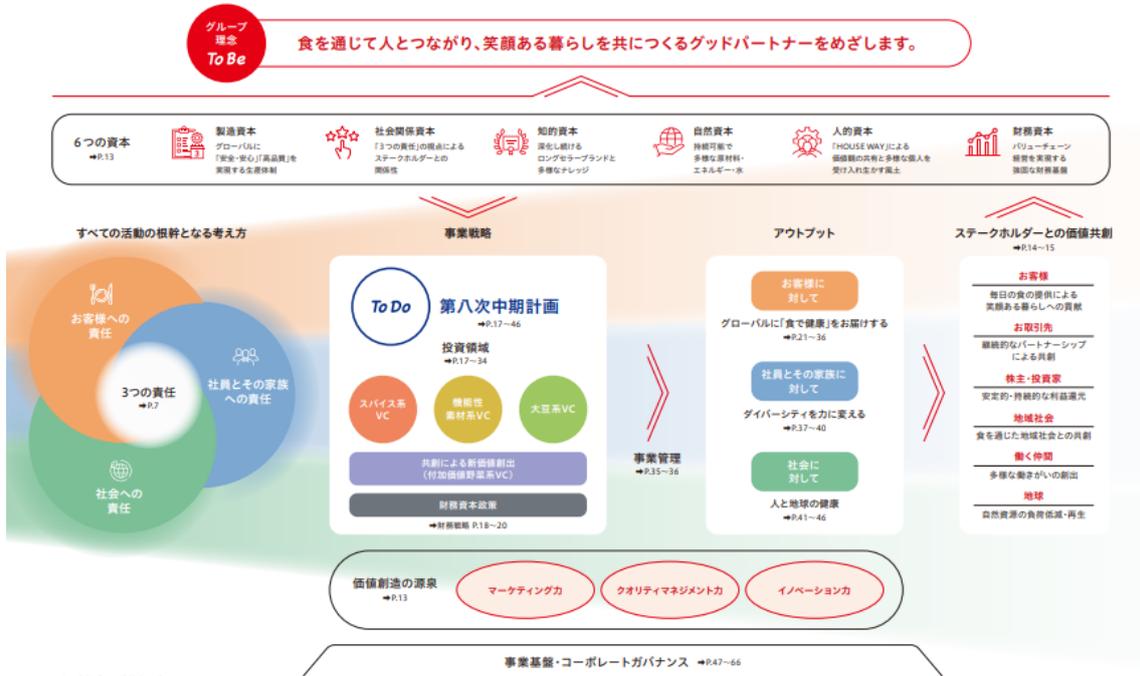
ハウス食品グループは、CSR方針に基づき、グループ全体の効果的・効率的なCSR活動を推進するため、グループ各社各部会の活動並びにその他CSR関連活動を監督・指導すると共にグループ全体のCSR連携強化を図る役割としてグループCSR委員会を設けております。現在は環境とリスクマネジメントにフォーカスしたテーマでの運営を行っています。



2.3 価値創造プロセス

ハウス食品グループは、すべての活動の根幹である「3つの責任」をベースに4つのバリューチェーンを大きく育成することで、グローバルな成長を実現し、すべてのステークホルダーのグッドパートナーとして、持続的な価値創出に取り組んでいます。

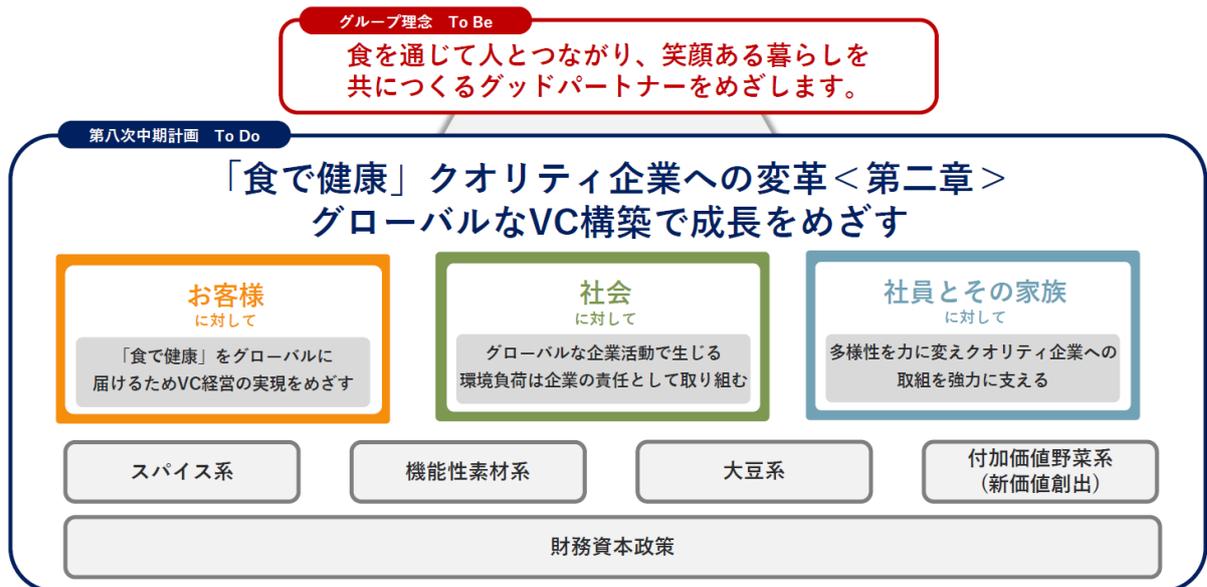
価値創造プロセス ハウス食品グループは、すべての活動の根幹である「3つの責任」をベースに4つのバリューチェーンを大きく育成することで、グローバルな成長を実現し、すべてのステークホルダーのグッドパートナーとして、持続的な価値創出に取り組んでいます。



2.4 ソーシャルローン・フレームワーク策定の目的及び背景

2.4.1 キーストーン社買収の意義

ハウス食品グループは、第七次～第八次中期計画のめざす姿として、「食で健康」クオリティ企業への変革(第二章)」を掲げ、第七次中期計画(2021年4月～2024年3月)では「4系列バリューチェーンへのチャレンジ」、第八次中期計画(2024年4月～2027年3月)では「グローバルなVC構築で成長をめざす」のテーマのもと、持続的に価値を提供する企業として存続するために必要な「3つの責任」に対応する重点テーマを設定し、事業活動を行っています。



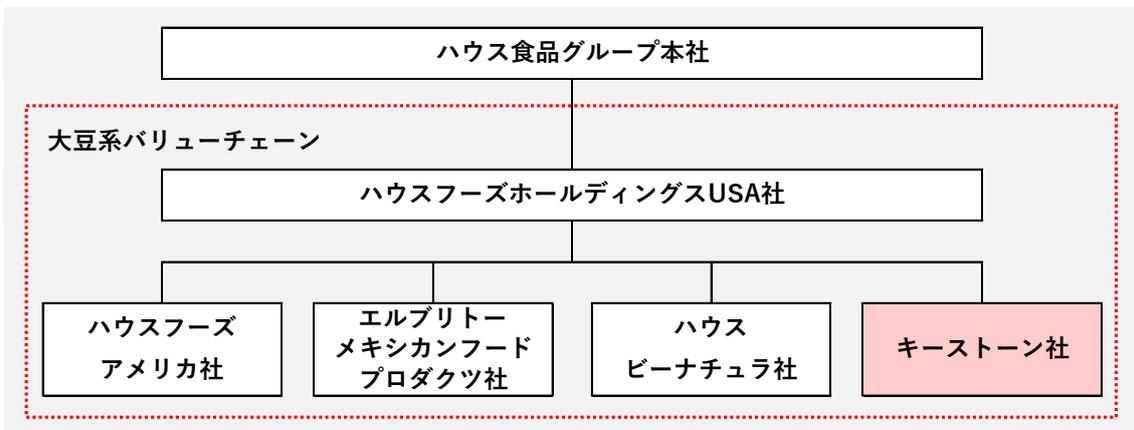
「社会に対して」の領域では、企業責任への意識変化(社会的課題の解決に向けた企業取組の推進)、健康意識の高まり、地球環境問題の深刻化といったニューノーマル(外的要因)を受けて、「気候変動への対応」と「資源循環社会の実現」を通じて持続可能な食品バリューチェーンを構築し、本業を通じた「人と地球の健康」の実現をめざしています。

また、4系列VCの一つである「大豆系VC」では、「クリーンで機能的な価値提供により、ヘルシーでフレキシブルな食生活をサポートするグローバルPBF企業」を長期ビジョンとし、TOFUをはじめとしたPBF事業は、世界の人口増加に伴う「タンパク質不足問題」や「食生活改善、未病対策」といったソリューションとなる可能性を有し、地球規模の環境課題や食課題の解決に寄与するものと考えています。

そのような中、HFUSA社は、米国豆腐事業をコアとしてPBF領域の拡充を図り、世界で健康価値創出の取組を加速していく目的で、製品の展開領域や米国内の販売エリア・顧客基盤など相互補完性が強く、将来の成長へ向けた戦略的パートナーとしての適合性が高いと考え、キーストーン社をグループ化するに至りました。

本株式取得は、「大豆系VC」で掲げる長期ビジョンに合致するものであり、食を通じた「人と地球の健康」の実現に向けた取組として、第七次～第八次中期計画の重要テーマ・目指す姿と合致します。また、クリーンな原材料やおいしさに拘り、多くのお客さまに健康的な食生活を提供するというビジョンを掲げるキーストーン社の考え方は当社がめざす方向性とも合致しています。

【大豆系バリューチェーンの組織体制】



2.4.2 ハウスフーズホールディングUSA社概要

ハウスフーズホールディングUSA社は、米国事業統括の為に2003年に設立された地域持株会社です。傘下の子会社の事業を統括すると共に、大豆系VCのヘッドクォーターとして事業成長の為に戦略立案機能を有しております。

2.4.3 ハウスフーズアメリカ社、エルプリトーメキシカンフードプロダクツ社概要

ハウスフーズアメリカ社は、1983年に前身であるハウスフーズ&ヤマウチ社として創業し、米国にいる日本人を含むアジア系のお客様を中心に、「豆腐を美味しく食べてほしい」という想いで豆腐ビジネスを展開してきました。1993年にハウスフーズアメリカ社が誕生し、2012年にはメキシコ料理系肉代替品などの大豆関連製品の製造・販売を行うエルプリトーメキシカンフードプロダクツ社をHFUSA社の傘下に加え、現在はロサンゼルス工場、ニュージャージー工場、エルプリトー工場の3拠点の生産体制のもと、豆腐を中心とした大豆関連製品の製造・販売及び当社グループ製品の輸入販売を行っています。

2.4.4 キーストーン社概要

キーストーン社は米国ペンシルベニア州に本拠を置き、米国、カナダにおける豆腐及び肉代替製品などのPBF製品の製造販売を行っている企業です。プラントベースハンバーガー等プラントベースミート製品を主力製品として、3ブランドでそれぞれ展開を行っています。“to build an Authentic, Health-Conscious, and Innovative food platform on a national scale”をビジョンに掲げ、主に米国、カナダの人々の健康に貢献してきました。

2.4.5 今次買収におけるシナジー

今後、キーストーン社が保有する製品開発力やハウスフーズアメリカ社及び当社グループが保有する技術との連携により、付加価値型の豆腐、PBF等のポートフォリオ拡充を実現し、米系市場への展開を加速していきます。今回のグループ化により、キーストーン社が持つ5拠点が加わり、大豆系VCとして計8か所の生産拠点を有することになりますが、最適な生産供給、販売体制を構築し、より多くのお客様へのサービス提供をめざします。また、大豆系VCのヘッドクォーターを担うべくHFUSA社のマネジメント機能を強化し、キーストーン社とのPMI推進及び競争力確保を企画した生産体制の構築など、各事業会社の強みを融合し、欧州など米国内に留まらず世界規模での顧客接点拡大をめざしていきます。

キーストーン社のグループ化により、米国豆腐事業の中長期的な成長を企図するとともに、グローバル化をより一層進め、人と地球の健康に貢献できるグッドパートナー、サステナブルな社会構築をめざしていきます。

2.4.6 ソーシャルローン調達の意義

当社及びHFUSA社はソーシャルローンの調達を、社会と共に持続的な成長を続けていくための資金調達として位置付けており、ステークホルダーの皆様に対して、改めて当社の取り組みを発信する契機となるものと考えています。

2.4.7 大豆系VCの欧州展開について

PBFへのニーズが高い欧州では2022年より、現地ニーズの把握を目的としてHFUSA社傘下で駐在員事務所を開設しマーケティング活動を行ってきました。2024年5月には、ビジネス実践フェーズへ移行するために現地販売法人であるハウスビーナチュラ社（ドイツ）を設立しました。今後、ドイツをはじめ欧州のお客様へ付加価値のある商品提供を行うことにより、大豆系VCの欧州進出第一歩を踏み出していきます。

3. ソーシャルローン・フレームワーク

3.1 調達資金の用途

3.1.1 調達資金の用途

本フレームワークに基づいて調達された資金は、HFUSA社を借入人とし、以下の適格プロジェクトに対して充当した手元資金のリファイナンスに使用される予定です。

事業カテゴリー	適格プロジェクト	関連するSDGs
<ul style="list-style-type: none"> ■ 食料の安全保障と持続可能な食料システム - 食料必要要件を満たす、安全で栄養価の高い十分な食品への物理的、社会的、経済的なアクセス - 食生活改善・未病対策 	HFUSA社によるキーストーン社の持分取得	 

当社は「3つの責任」のうちの「社会に対して」の重要テーマに「人と地球の健康」を掲げ、持続可能な食品バリューチェーンの構築を目指しています。「大豆系VC」におけるTOFUをはじめとしたPBF事業は、世界の人口増加に伴う「タンパク質不足問題」のソリューションとなる可能性を有し、地球規模の環境課題や食課題の解決に寄与するものと考えています。本フレームワークにおける適格プロジェクトを通じて、幅広い国・地域・年齢層のお客様へ健康的で環境負荷が少ないPBF製品の提供や、販売・流通の拡大につながり、地球規模での社会課題の解決に貢献するとともに、以下に例示した「対象となる人々」に対してポジティブな社会的効果が期待されると考えています。

社会課題	対象となる人々
食生活改善、未病対策【短～中期】	欧米で健康リスクを抱える人々
世界の人口増加によるタンパク質不足【中～長期】	栄養不足等で悩む世界の貧困層

3.1.2 社会リスク・環境リスクを低減するためのプロセス

事業の実施にあたって、当社及びHFUSA社はプロジェクトの実行及び事業期間の全てにおいて環境関連法令及び当該地域との協定を順守するほか、社会倫理に適合した誠実な行動を取るために、「ハウス食品グループコンプライアンス方針」に従います。また、適格プロジェクトに関連するESG関連の論争が生じた場合、適切に対処し、開示する予定です。

また、適格プロジェクト固有のリスクについては、デューデリジェンスの際に各種リスク項目の抽出を行い、適切な対応・手続きを実施しています。

3.2 プロジェクトの評価と選定プロセス

3.2.1 プロジェクトの選定プロセス

HFUSA 社の経営企画担当部門が当社と協議のうえ、上記 3.1 にて定めた適格プロジェクトを選定し、適格プロジェクトを資金使途とするソーシャルローンの調達に当社/HFUSA 社の取締役会が最終決定を行います。

3.2.2 充当可能額の評価

HFUSA 社は下記のプロセスを通じて適格プロジェクトにおける充当可能額の検証を行っています。ソーシャル性の検証に際しては、SLP、SBGLsに基づき、「社会課題及びソーシャルプロジェクトの特定」「ソーシャルプロジェクトの対象となる人々」等の特定を行っています。

なお、本フレームワークに基づくソーシャルローンの調達額は充当可能額を踏まえて決定しています。充当可能額については、第三者評価機関によって適切な検討プロセスとして評価を得ています。

3.3 調達資金の管理

本フレームワークに基づいて調達された資金は、適格プロジェクトに即時全額充当される予定であり、全額が償還されるまで、HFUSA 社の財務担当部門が内部管理システムを用いて調達資金の充当状況を適切に管理のうえ、当社に対して適宜報告します。調達資金の全額充当後、大きな変更が生じる等の重要な事象が生じた場合は適時に開示します。

なお、未充当資金が生じた場合には、調達資金は、現金又は現金同等物にて適切に管理します。

3.4 レポートニング

3.4.1 資金充当状況レポートニング

HFUSA 社は、本フレームワークに基づいて調達された資金が適格プロジェクトに全額充当されるまでの間、以下の項目について年次で当社ウェブサイトを通じて公表します。初回のレポートニングは、資金調達後の翌年度に公表予定です。

- プロジェクトの概要
- 調達資金の充当状況（充当額および未充当額）
- リファイナンスの金額または割合

3.4.2 インパクトレポートニング

HFUSA 社は本フレームワークに基づいて調達された資金が償還されるまでの間、本ソーシャルローンを通じた社会的便益・効果等について、年次で当社ウェブサイトを通じて公表します。初回のレポートニングは、資金調達後の翌年度に公表予定です。

レポートニング指標については、今後のキーストーン社との事業展開に応じて、守秘義務の範囲且つ実務上可能な範囲で以下の内容を報告します。

適格プロジェクト	アウトプット (プロジェクトの成果)	アウトカム (アウトプットの結果として期待される効果)	インパクト (アウトカムから発現する効果及び最終目標)
キーストーン社 の 持分取得	製品展開 (新製品 等)	販売エリアの拡大等	すべての人のヘルシーで フレキシブルな食生活を サポートする

以上