



## エスビー食品株式会社

本レポートに関するご意見・ご質問は下記までお願いいたします。

エスビー食品株式会社 広報ユニット  
〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町18-6  
TEL (03)6810-9790 FAX (03)3537-2155  
HP <http://www.sbfoods.co.jp>



関連コンテンツを  
チェック!

# 2014 エスビー食品 レポート

～ 社会・環境報告書 ～



印刷工程で有害廃液を排出しない「水なし印刷」を採用しています。



印刷には、環境に配慮した植物油インキを使用しています。



この印刷物に使用している用紙は、森を元気にするための間伐と間伐材の有効利用に役立っています。

## 企業理念

### 真の顧客満足（真のCS）の追求

私達は「真の顧客満足の追求」を唯一の理念として活動します。  
 「真の顧客満足の追求」とは、お客様の声にしっかりと耳を傾け、  
 お客様にとっての価値を知り、それに応え続けることであり、  
 お客様の視点に立った企業活動を取り続けることです。  
 そして、「お客様に満足していただくこと」が私達の何よりの喜びです。

## 3つのCS

### Consumer Satisfaction

エスビー食品の「顧客満足」は、「Consumer Satisfaction」。  
 お得意先様をパートナーとし、お客様の満足を追求しています。

### Communication System

「感動」をキーワードとした社内外のコミュニケーションに努めています。

### Creative & Speedy

物を作り出すメーカーとしての創造力と、お客様のニーズの変化に  
 応えていくための速度と柔軟性を重視しています。

「SPICE&HERB」シリーズ：テレビコマーシャルでは、  
 商品に目玉を付けてキャラクターとして登場しています。



## 2014エスビー食品レポート ～社会・環境報告書～

### CONTENTS

#### 編集方針

本レポートは、2013年度のエスビー食品グループの活動をご報告することにより、ステークホルダーの皆様とのより良いコミュニケーションを図ることを目的としています。

本年度よりタイトルを「エスビー食品レポート」とし、従来の会社案内と社会・環境報告書を統合した当社事業活動の総合案内冊子として制作しています。そのため、より多くの皆様に当社をご理解いただけるよう、事業プロセスを追いながら、当社のさまざまな活動をご紹介します。

なお、本年度は「環境報告ガイドライン(2012年版)」や「GRIサステナビリティレポートガイドライン(第3.1版)」など、レポートニングに関する最新動向を踏まえつつ作成しており、昨年度に引き続きウェブサイトと本レポートとの相互補完の報告体系により、読者の皆様にとってのわかりやすさを追求しています。

#### 報告対象組織

◎エスビー食品株式会社(本社、八丁堀ハープテラス、板橋スパイスセンター、上田工場、東松山工場、宮城工場、首都圏物流センター、関西ロジスティクスセンター)

◎グループ企業(エスビースパイス工業株式会社埼玉工場、エスビーガーリック食品株式会社高田工場、株式会社ヒガシヤデリカ東松山工場・北関東工場、株式会社大伸川島工場・新座工場、株式会社エスビーサンキョーフーズ、大連愛思必食品有限公司)

#### 報告対象期間

2013年4月～2014年3月(一部2014年度の活動を含みます)

#### 発行時期

報告書発行:2014年9月 次回発行予定:2015年9月  
 前回発行:2013年9月



企業理念・目次・編集方針	01	企業理念・目次・編集方針
沿革・商品紹介	03	沿革・商品紹介
社長メッセージ・座談会	07	社長メッセージ・座談会
エスビー食品の事業プロセス	10	エスビー食品の事業プロセス
商品開発	11	商品開発
原料調達	13	原料調達
生産管理	17	生産管理
物流	21	物流
販売	22	販売
コミュニケーション	23	コミュニケーション
地域社会の皆様との関わり	29	地域社会の皆様との関わり
株主・投資家の皆様との関わり	30	株主・投資家の皆様との関わり
社員との関わり	31	社員との関わり
社会・環境マネジメント	33	社会・環境マネジメント
コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス	35	コーポレート・ガバナンス／コンプライアンス
2013年度の実績	36	2013年度の実績
会社概要	38	会社概要

# 沿革

エスビー食品が歩んできた道は、スパイスとハーブを軸とした事業を展開、あくことなく本物を追求し日本に香辛料の文化を広め、お客様の満足を高めてきた歴史です。



ヒドリ印カレー粉

1923-1949



創業者 山崎峯次郎

## カレーのおいしさを多くの方々に

創業者・山崎峯次郎が日本で初めて国産のカレー粉の製造に成功し、日賀志屋を創業。「美味求真」の創業理念のもと、本物のおいしさを追求するエスビー食品の歴史がここから始まりました。



ゴールデンカレー、赤缶カレー粉、テーブルコショウ

1950-1969



ガーリック・カー

## 日本に新たな食文化を

「赤缶カレー粉」や「テーブルコショウ」といった、今日に至るロングセラー商品を発売。1966年には日本のカレーのスタンダード「ゴールデンカレー」を発売しました。また、ガーリックカーキャンペーンは、一大センセーショナルを引き起こしました。



ディナーカレー、ねりチューブ

1970-1979



銀座ネオン塔(現在)

## 食卓に新たな価値を

「ねりわさび」や「ねりからし」など、日本でおなじみの香辛料を、いつでも必要な量だけ手軽に楽しめるチューブ入り香辛料にしてシリーズ化。日本の香辛料文化に大きな変革をもたらしました。また、この時期に、銀座にネオン塔が設置され、今も輝き続けています。



(現行品)

お子様やお母様に愛され続けて30年。安全・安心に配慮した商品設計が高く評価され、カレーの王子さまは2013年、ロングセラー賞を受賞しました。

1980-1989



ちびっ子健康マラソン大会

## 時代が求めるスタイルを

本物の味を求める声にこたえて1987年に「本生シリーズ」を発売。また同年、他社に先駆けて、生鮮ハーブ事業を開始。「SPICE&HERBのエスビー」の土台が築かれました。また、「食と健康」をテーマに、1984年ちびっ子健康マラソン大会が開始、今に至っています。



本生チューブ、フレッシュハーブ、ディナーカレーレトルト



カレー曜日、ごはん、とろけるシチュー

1990-1999



忍野試験農場

## 新たな食文化の創造を

ライフスタイルの変化に応じて、「カレー曜日」「ごはん」といった従来の枠にとらわれない新しい付加価値ある商品を提供。さらに、山梨県に「忍野試験農場」を開設し、わさびをはじめとした各種スパイスやハーブの育種・栽培技術の研究を推進しています。



海外ブランド、予約シリーズ、スパイス&ハーブシリーズ

2000-2009



コーポレートシンボル

## さらなる飛躍を

新たな企業理念「真の顧客満足の追求」を掲げるとともに、「SPICE & HERB」のコーポレートシンボルを制定。2003年に創業80年を迎え、エスビー食品は新たな歩みを始めました。



S&B シーズニング、おひさまキッチン、おかずラー油

2010-



多様なアプローチ

## 真の顧客満足の追求を

消費スタイルの多様化が進む中、WEB活用などさまざまなアプローチを通じて、お客様の深層にある心理を捉え、「価値」を感じていただける提案を実践していきます。

創業一〇〇年、さらには  
次の一〇〇年に向けて

エスビー食品はこれからも本物のおいしさを追求し続けるとともに、お客様の声にしっかりと耳を傾け、お客様にとって価値ある商品・サービスの創造に挑戦していきます。

浅草七軒町にてエスビー食品の前身となる「日賀志屋」を創業しました。

# 商品紹介

スパイスとハーブの世界で培ったノウハウを活かし、さらなるお客様満足をめざして、新たな価値を創造し続けていきます。



## 中華、エスニック

本格中華やエスニックを手軽にお楽しみいただける多彩な商品を幅広くラインナップしています。



## カレー、シチュー、ハヤシ

日本初の国産カレー粉を世に送り出して以来、数々の話題のカレー、時代を代表するカレーを提供、日本における「カレー文化」を常にリードしてきました。さらにはシチュー、ハヤシも含め、味や健康にこだわる声にも応える幅広い商品ラインナップで、お客様満足を追求しています。



## スパイス、香辛調味料

「スパイス&ハーブ」をコーポレートシンボルとして掲げるエスビーのメインカテゴリー。64年の歴史を誇る赤缶カレー粉はじめ、洋風スパイスやねりチューブなど、数多くのお客様に支持いただいています。さらには本格料理が手軽に作れるシーズニングシリーズも好評いただいています。



## インスタントフーズ

おでん、炒飯、ぞうすい、丼などが手軽においしく調理できる各種商品をラインナップしています。



## ごはん

米飯市場に新しいジャンルを築いた「無菌包装米飯」シリーズ。さらにはセット米飯、健康志向製品へと展開、今なお多様なお客様のニーズに応え続けています。



## 海外ブランド

中華調味料の高級ブランド「李錦記」や、フランスの伝統ある「FAUCHON」など、世界を代表する本格的な味を、お届けしています。



## パスタソース

まぜるだけのスパゲッティソースから名店の味を再現したパスタソースまで、さまざまな食シーンに合わせ、幅広く提供。常にパスタソース市場をリードし続けています。



## フレッシュハーブ

人気のペピーリーフ、スイートバジルから、摘みたてのハーブが楽しめる「キッチンハーブ」のような新形態まで、幅広く品揃えしています。基本パックをはじめ、量が必要な時に嬉しい大容量パック、さらにはトライアルユーザーに向けた、使い切りやすい少量パックまで用意、お客様に「香りと潤いのあるハーブ生活」を提案しています。



## 業務用

「食のプロ」の舌や目になかなかなおおいさ、品質を幅広く提案しています。



## 海外用

日本式カレーやねりわさびなどを中心に海外展開しています。「和食」がユネスコ無形文化遺産登録となったことを追い風に、東南アジアを中心に、さらなる広がりをみせています。

## 「真の顧客満足」に向けて

### 皆様にご満足いただける企業へ

エスビー食品グループの歴史は今から遡ること91年前の1923年、創業者山崎峯次郎が日本で初めてカレー粉を製造したことから始まりました。以来、「美味求真」という創業理念を掲げ、カレーやコショウ、フレッシュハーブなど、日本の家庭に新しいおいしさを提供してまいりました。また、創業80年を迎えた2003年には、新たな企業理念として「真の顧客満足の追求」を制定し、「SPICE&HERB」のコーポレートシンボルのもと、スパイスとハーブを核とした事業活動を推進してまいりました。お客様の声に耳を傾け、お客様にとっての価値を知り、それにお応えするという「お客様視点」の企業活動に、これからも引き続き取り組んでまいります。

### 皆様の信頼にお応えするために

エスビー食品グループでは、「真の顧客満足の追求」を実践するにあたり、「エスビー食品行動規範」を定めています。お客様にとって安全・安心で価値ある商品をお届けするために、生産履歴に関する情報システムの充実や、生産現場での作業品質の向上など、品質管理の一層の強化を図っています。また、スパイスとハーブの原料調達においては、現地の自然環境保全措置に加え、フェアトレードによる生産者支援や、その方々への有機栽培技術指導などを通じて、企業活動全般から生じる環境への負荷低減にも努めています。

また、企業の持続的成長に向けた重要な取り組みとして、

ダイバーシティ・マネジメントを、より一層推進してまいります。特に、女性の活躍を推進するための育児支援制度の充実などの環境整備とともに、女性への積極的な機会付与管理職登用を図り、企業活動のさまざまな場面に女性の意見を反映させてまいります。

経営管理面におきましては、執行役員制度を活用し、取締役と執行役員の役割を明確にし、経営全般のスピードアップとコーポレート・ガバナンスの強化を図ることで、経営環境の変化に迅速かつ確実に対応してまいります。また、内部統制システムの運用の徹底を図りますとともに、さらなる充実にも取り組んでまいります。

エスビー食品グループは、「SPICE&HERB」をコーポレートシンボルとして掲げる企業として、より多くの皆様にスパイスとハーブの魅力をお伝えする活動を続けてまいります。具体的にはホームページや店頭において、メニューや使い方などのご提案を行うほか、地域の皆様にスパイスやハーブに直接触れていただける機会をご提供するなど、社員一人ひとりがスパイスとハーブの伝道師となって、主体的に活動してまいります。

これからも、全てのステークホルダーの皆様から信頼され、選ばれる企業を目指して、皆様とのコミュニケーションを大切にしながら、スパイスとハーブを核とした事業活動に邁進してまいります。今後ともご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

エスビー食品株式会社  
代表取締役社長 **山崎 雅也**



## これまでも、そして、これからも エスビー食品のあくなき挑戦はつづく

9年後の2023年には創業100周年を迎えるエスビー食品。  
社長とさまざまな部署の社員が「挑戦」をテーマに、座談会を行いました。



**社長**：当社には「美味求真」という創業理念、「真の顧客満足の追求」という企業理念、そして3つのCS (P1参照) という目標があり、いずれも「挑戦」なくしては実現できないものばかりです。今回は皆さんに会社に入ってから「挑戦」に関するエピソード、さらには9年後の創業100周年に向けての「挑戦」ということをお聞きしたいと思います。よろしくお願いします。

**「理念」があるから一つになれる。  
「理念」があるから妥協はできない。**

**近藤**：私は入社して17年目になりますが、一番印象に残っているのは、商品供給部門で携った洋風スパイス「SPICE&HERB」シリーズの大幅刷新の仕事です。3品4品でも大変なのに、194品目という膨大な商品を新しくする。しかも得意先様ごとに店頭での品揃えが異なるため、どの品目をどのくらい生産したらいいんだと。あの時は商品デザインから機能性にいたるまで数多くの変更が重なり、切り替えスケジュールが極めてタイトとなりました。

**社長**：全社をあげての一大プロジェクトで、「真の顧客満足の追求」という軸はあるものの、携わる部門によって要求やアプローチ方法も違いますからね。しかも194品目もあったわけですから、本当に大変だったでしょう。

**近藤**：これまでに経験がないくらい苦労しました(笑)。でも、全社一丸となって「挑戦」し、その調整役を果たせたことは、忘れられない貴重な経験となっています。

**木下**：私は入社12年目で、研究開発部門にいます。どんな製法で作るとよりおいしくなるか、どんな形態だとより使いやすくなるか、様々な角度から検討し、商品化を目指して日々「挑戦」しています。中でも一番記憶に残っているのが、アセプティック製



【H10年入社】  
生産統括ユニット  
**近藤 勝也**

法の商品の立ち上げに携ったことです。アセプティック製法というのは食品を無菌状態にしてから容器に充填する製法で、今では周知の技術ですが、当社が初めてカレーに応用しました。ただ実際には商品化するまで、想像を超える苦難の連続でした。試作したものを工場で量産化していくことが思った以上に難しく…。当時は1ヶ月の半分以上は工場に詰めていました。メンバー間で議論を重ね、テストを繰り返し、結果を確認しては、何度もトライしました。

**社長**：メーカーとして新技術を確認させるということは非常に大きなテーマで、まさに「挑戦」のしがいがありますよね。



代表取締役社長  
**山崎 雅也**

**食文化を広め、  
「ブランド価値」を高める。  
「営業」という会社の最前線で。**

**後藤**：私は入社7年目で、今はフレッシュハーブの営業です。その市場自体、私がハーブ部門に来た4年前と比べると、多少変化してきているのかなと。ただ、その変化というのは全国レベルのものではなく、あくまでも首都圏中心なんです。最近広まりつつあるハーブに香菜（パクチー）がありますが、私が担当している首都圏以外のエリアでは、なかなか置いてもらえなくて。でもなんとか香菜の魅力をお伝えしたい、味を知っていただきたいとの想いで、何度も足を運ぶうちに、「じゃあ、並べてみようか」という嬉しいお言葉をいただきました。小さな一歩ではありますが、粘り強く地道に努力することが重要かと思っています。

**社長**：そうですね。そのような一人ひとりの「小さな挑戦」が実り、その積み重ねが「大きな力」となっているわけです。

**後藤**：それと昨年、社内資格である「スパイス&ハーブジュニアマスター」資格を取得しました。スパイスとハーブの魅力や楽しさをお伝えするマスター活動が通常業務にプラスオンとなり大変ですが、これも自身の「挑戦」と捉えています。スパイスやハーブで普段の「食」をもっと楽しんでいただけるように、頑張っています。



【H20年入社】  
ハーブ営業  
ユニット  
後藤 明子

**中井**：私は入社してからずっと家庭用営業で、より良い商品を店頭がたくさん並べること、店頭を通してその良さを伝えていくということを念頭に、日々活動しています。一例を挙げますと、得意先様チェーンの香辛料売場において、約3年かけて全店ベースでの売場変更が実現できたのも、やはり「徹底したお客様視点での商品開発」が評価されたことが一番の理由だと思います。商品が競合メーカー以上にお客様視点で考えられた商品設計になっていて、その商品の優位性を得意先様にしっかり知っていただけたからこそだと思います。

**社長**：マスメディアを通じてブランド価値

を高めていくことも大事ですが、私はこのように幅広く、お客様の立場に立った提案ができる営業メンバーが当社には数多くいるということ自体が、ブランド価値を高めてくれていると思っています。そういった「挑戦」は大切です、ぜひ継続してほしいです。

**創業100周年に向けて、  
当社の「強み」を「さらなる強み」に。**

**社長**：皆さんそれぞれのこれまでの「挑戦」を大変興味深く聞かせていただきましたが、次に9年後の創業100周年に向けて、どのような「挑戦」をしていきたいですか？

**中井**：世の中の人に必要とされる会社であり続け、そして必要とされる商品を持ち続けるべきかと。そのためには当社ならではの得意分野をより強化していくことがとても大事だと考えます。そういう意味ではスパイス&ハーブ社内検定などを活用し、社員一人ひとりの知識の底上げを図っていくことが、とても大切だと思います。しっかりと知識や情報がないと、自信を持ってお伝えできないですから。

**木下**：私は大学では栄養学を専攻し、入社面接の頃より、「美味求真」に加えて健康に関わる商品を作り、提供することで、お客様を元気にしたいと考えてきました。今や日本は4人に1人が高齢者という超高齢社会となってきていますが、「食べる」という行為は、単に身体機能を保つということではありません。老老介護や在宅介護が増えていくと思いますが、でも、エスビーの商品を召しあがると……。

**中井**：元気になる(笑)。

**木下**：そういう商品を作りたいと思っています。あと私は今、2歳の子供がいるんですが、たとえば完全に調理済じゃなくて、ちょっと手を加えればできるという商品をもっと増やしたら面白いかなと。

**社長**：これもまた、「挑戦」しがいのあるテーマですね。高齢者向け、お子様向け、あるいは海外向けというように、これからはそういう「多様性」が重要だと思います。



【H14年入社】  
首都圏神奈川  
ビジネスユニット  
中井 隼人



【H15年入社】  
第2研究開発  
ユニット  
木下 香江子

**先人たちの歴史を受け継ぎ、  
夢と希望を持って「挑戦」を。**

**後藤**：私はやはり、9年後はもっとスパイスとハーブを身近に感じていただけるような世の中になってほしいという願いがあって。そういう意味でもジュニアマスターとして、頑張らねばと思っています。

**社長**：なるほど。それは確かに永遠に続くチャレンジですね。

**後藤**：ただ自分自身の小学生の頃を思い起こせば、パズルなんて全く知りませんでした。今や小学生でもわりと普通に知っているわけで……。それって本当に先人たちの地道な活動が実っているんだと思います。ということで、私も9年後をにらみ、地道に取り組んでいきます。

**近藤**：私は入社面接で志望動機を聞かれた際に「大企業にはない、やりがいが見込めるのではないかと」答えたことを思い出します。それから20年近くが経ち、売上は着実に増えていますが、基本的な当社の「立ち位置」は変わっていないと感じています。まだまだ当社には、さまざまな場面で「挑戦」していくという気概が必要であると思います。私自身の今の立場は、むしろ社内での「挑戦」を冷静に見極め、方針変更やリスクヘッジを考えなければならない役回りではあるんですが(笑)。過去の成功や失敗に必要な以上に引きずられてしまうと、それこそ大企業病の始まりかもしれませんので、これからも「挑戦」する姿勢を大事にしていきます。

**社長**：そうですね。近藤さんのような役回りもないと、それはそれで困ってしまいます(笑)。私が思うに、大企業、中小企業云々ではなく、「創造的な会社かどうか」ということの方が大事だと思います。また、成功・失敗よりも、その間に「課題形成能力」だったり、「コミュニケーション能力」などを培っていくことの方が大切です。次なる「挑戦」のために。これからの9年は日本や世界がものすごく変わる時期で、こういう時が大きなチャンスなんです。何か新しい需要が生まれるわけですから。是非ここに「挑戦」していただきたいです。理念に支えられた夢と希望を持って、「挑戦」し、それを達成することで、日本の食文化も会社も、もっともっと良くなると思います。皆さん、今日はありがとうございました。

# エスビー食品の事業プロセス

商品開発、原料調達から製造・販売を経てお客様とのコミュニケーションに至るまで、それぞれのプロセスにおけるエスビー食品の取り組みをご紹介します。



## エスビー食品の 事業プロセス

企業理念・  
目次編集方針

沿革  
商品紹介

社長メッセージ  
取締役会  
事業プロセス

商品開発

原料調達

生産管理

物流

販売

コミュニケーション

地域社会の  
皆様との関わり

株主投資家の  
皆様との関わり

社員の関わり

社会・環境  
マテリアリティ

コーポレート  
コミュニケーション

2013年度の  
実績

会社概要

# 商品開発

さまざまな視点でリスク分析を行い、安全・安心でおいしい商品を追求しています。また、お客様視点に立ち、現代のニーズを捉え、より良い商品の開発に努めています。

いつもとちょっと違う本格的なカレーが食べたい!!  
でも、食材を揃えるのも、調理も大変そう・・・。

身近な食材とフライパンで簡単調理  
8分でできる本格的なカレーを作ろう!!



フライパンキッチン  
シリーズを商品化  
しました。

忙しい朝もちゃんと野菜を摂りたい!!  
でも、現実には忙しくてなかなか摂れない・・・。

そのままレンジで温めるだけ  
野菜がたくさん摂れるスープを作ろう!!



Vege Bran (ベジブラン)  
シリーズを商品化  
しました。

## 安全・安心な商品の開発

安全・安心な商品を具現化していくのが商品開発部門の役割です。調合・製法による味の追求はもちろん、安全・安心な原料・資材の選定、適切な加工・生産プロセスの決定、さらには容器・パッケージデザインの検討に至るまで、業務内容は多岐にわたります。上記の内容に加え、微生物分析や輸送・保存試験など、各工程で徹底した確認を行います。高度な手法を必要とする各種分析は、商品部「分析センター」が対応します。商品を市場に出すまでの全工程にわたって担当するという点で、おいしくて安全・安心な商品の開発における責任は重大です。



分析作業風景

## お客様視点に立った商品の企画開発

お客様が求める価値ある商品の提供を目指し、より良い商品の開発に取り組んでいます。使いやすい形状やデザイン、わかりやすい表示方法など、お客様の視点に立って最終的な仕様を検討しています。また、モニター調査の活用によりお客様のニーズを知り、それを商品開発・改善に活用しています。

### 担当者の声

「おいしい!」の追求

「予約でいっぱいのお店」シリーズのパスタソース開発にあたっては、シェフのレシピをもとに、原料の選定や処理方法、風味の出し方まで、細部にこだわって作業を進めてきました。シェフの味をいかに商品に具現化してお客様にお届けすることができるかが、開発担当者としての腕の見せ所です。新しく発売した「予約でいっぱいのお店」のラ・ベトラ流ナポリタン」では、シェフがフライパンで具材やソースを炒めたような香ばしい風味の再現に非常に苦労しましたが、シェフのアドバイスをもちにチーム内で何度も試作・試食を重ね、理想の味にたどり着くことができました。予約シリーズのパスタソースをお客様に食べていただき、「おいしい!」と喜んでいただけたらこれ以上嬉しいことはありません。

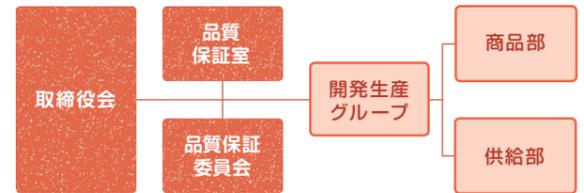


第2商品開発  
ユニット  
岡田 佑輔

## 品質保証体制

すべての商品に、食品関連法規を遵守した適正な表示を行うと共に、お使いいただくお客様にわかりやすい表示になるよう常に心掛けています。また、生産ラインや原料・資材調達先の安全性の確認についても、工場監査などにより製造環境や品質管理体制の調査・指導ならびに、より安全性の高いレベルへの改善提案を行い、その実施状況を確認しています。さらに、お客様からいただいたご意見を関連部門へ連絡し、商品や製造工程の改良・改善につなげています。各工場生産された全商品の抜き取りサンプルを保管・管理し、お客様からの各種お問い合わせに迅速に対応することも「品質保証室」の大きな役割です。

### 品質保証体制図



## 商品開発業務における3Rの推進

新商品の企画・開発段階や、既存品の見直しにおいて、常に環境へ配慮した商品設計と容器包装の適正化に努めるため、商品開発部門では、3R(リデュース、リユース、リサイクル)を推進するプロジェクトチームを組織しています。商品ごとに担当者を決め、3Rに配慮した容器包装の開発・改善に取り組んでいます。



3R推進会議の様子

## 環境配慮事例

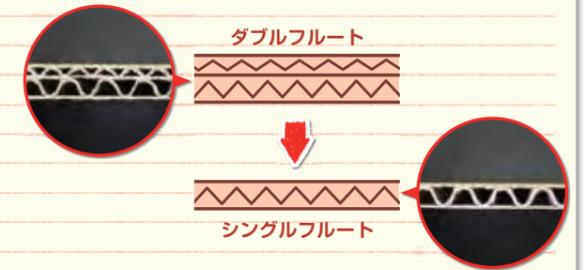
### ①レトルトカレー商品の環境配慮

カレー曜日シリーズ、ディナーカレーレトルトシリーズなどレトルトカレーの Karton を束ねているシュリンクフィルムの包材を約33%薄肉化し、従来品に比べ年間約3.4トンの包装資材を削減しました。また、一部のレトルトカレーのパウチを約10%薄肉化し、年間約1.2トンの樹脂使用量を削減しました。



### ②ラー油シリーズの環境配慮

ラー油、ラー油(唐からし入)ラー油シリーズの段ボールについて、輸送・保管上の検証・確認を行い、従来品よりも薄い材質に見直すことで、年間約16.8トンの包装資材を削減しました。



### 担当者の声

お客様と環境にやさしい容器包装の開発

商品開発において、包装資材の「環境負荷の低減」は非常に重要なテーマの一つです。商品のデザイン性と内容物の保護、お客様にとっての使いやすさ、工場での生産性を改善しつつ、包装資材の環境負荷の低減を図るため日夜検討を繰り返しています。結果、レトルトパウチや商品の Karton を束ねるシュリンクフィルムの薄肉化を実現しました。薄肉化したシュリンクフィルムを生産ラインに乗せるまでに大変苦労しましたが、より環境にやさしい商品を世に出せた事をうれしく感じています。今後の商品開発においても、環境にやさしく、より高品質の商品をお客様へお届けできるよう、さまざまな視点から改善を進めていきます。



第3研究開発  
ユニット  
鈴木 健司

# 原料調達

「本物のおいしさ」を追求するためには、安全・安心な原料を安定的に調達することが必要不可欠です。そのために、原料調達の段階から社会や産地の自然環境に配慮した責任ある取り組みを行っています。

## スパイス調達

ひとくちにスパイスやハーブといっても、その原料は世界中のさまざまな地域で栽培されています。世界中に張り巡らされた情報ネットワークを駆使し、高品質の原料を安定的に調達してお客様のもとへお届けするために、担当者が世界中を飛び回ります。新たな原料調達先の開拓、安全管理の徹底などその取り組みはさまざまです。



マレーシアのこしょう栽培農家にて

## 原料調達

エスビー食品では「購買基本方針」を策定し、この基本方針に基づいて使用する原料を調達しています。また、調達する原料の基本情報を網羅するために、独自の原料規格書を設定・作成し、各原料毎に内容を確認・精査しています。それら情報は随時追加・更新されデータベース化し、商品の安全・安心のために日々活用しています。

### 購買基本方針

- はじめに  
私たちは当社企業理念である「真の顧客満足の追求」を実践する為、取引先様と協働で安全・安心が確保された原料、資材、製品の購買に努め、また企業の社会的責任を果たすよう努力します。
- 1. 安全・安心  
・品質と安全性の確認を徹底するため、原料基本情報の収集、トレーサビリティシステムの構築を積極的に行い、お客様に安心且つ満足頂ける購買活動を実践します。
- 2. 遵法・購買倫理  
・関連する国内外の法令や規則を遵守し、取引先様との契約を誠実に履行します。  
・取引先様から入手した情報は機密保持に努めます。  
・購買担当者は、取引先様と業務に関連する私的な利益授受は行わず、またそれを強要しません。
- 3. 環境・人権への配慮  
・エスビー食品の掲げる「環境基本方針」に則り、取引先様と協働して環境への負荷と安全性を十分考慮した購買活動に努めます。  
・購買活動において省エネルギー・省資源を推進し、地球環境の保全に積極的に取り組みます。また、基本的人権を尊重し、労働環境に配慮した購買活動に努めます。
- 4. 公正な取引  
・取引先様の選定は、品質・コスト・納期・安定供給・信頼性等の項目を精査し、公正で合理的な基準に基づいた比較、評価により行います。  
・新規の取引においては、原則門戸を広く開放し、選定基準を満たした候補には採用の交渉に公平に参加して頂きます。
- 5. 共存共栄  
・取引先様に対し、「エスビー食品購買基本方針」の趣旨の理解と実現に向けての協力を要請します。  
・取引先様と長期的な信頼関係を構築することで、相互の繁栄・存続を図りながら安定的な購買活動を目指します。

### 原料調達時の確認事項

確認項目	内容
BSE (牛海綿状脳症)	原料使用にあたっては特定部位(脳、せき髄、眼、回腸遠位部、せき柱)を含まない旨の証明書を納入業者より入手し、安全に問題がないことを確認しています。また、必要に応じて原料メーカーへの立ち入り調査を行っています。
アレルギー物質	表示が義務づけられた特定原材料7品目、表示が推奨されている20品目に関して綿密に調査確認しています。
鳥インフルエンザ	官公庁や現地調達先企業などの情報により鳥インフルエンザの発生状況を常に監視し、問題のない鶏肉原料を調達し使用しています。
遺伝子組換え原料	対象農産物と対象加工食品について、遺伝子組み換えに関する情報を収集・確認しています。また、商品の各表示に必要な場合、証明書をとり寄せて、問題がないことを確認しています。
残留農薬	厚生労働省の定める「残留農薬基準」および農林水産省の定める「農薬取締法」、「農薬使用の基準」などの関連法規を遵守した原料を使用しています。



## フェアトレードの取り組み

### 生産者を支援するフェアトレードへの取り組み

エスビー食品は、2009年に「有機スパイス」シリーズのうち、20品目についてフェアトレードの認証を取得しました。現在もスリランカで有機栽培を行う小規模な農業生産者組合から、有機栽培のスパイスを購入しており、エスビー食品が買い取りの際に加算する一定のプレミアムは、有機栽培の啓発活動のほか、水タンクやトイレの設置プロジェクト、農業資材や子供の文具用品の購入、女性の自立支援プログラムなどに使われ、生産者団体の発展や団体メンバーの生活向上に寄与しています。

### 食の安全性と環境への貢献

「有機スパイス」シリーズは、世界各地で栽培された有機JAS<sup>\*1</sup>認定スパイス全64品目をラインナップ。お客様の安全・安心とともに原産地の環境にもやさしい商品です。また、この商品の売り上げの一部を公益財団法人世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)に寄付しています。

\*1 有機JAS：農業や化学肥料などに頼らず、自然の力で生産されたことを示す規格です。

### フェアトレードとは？

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易の仕組み」です。



フェアトレードスパイスの生産者に対する有機肥料の研修の様子

### フェアトレード認証のしくみ



ソージャルプロダクツ・アワード2014にて「有機スパイスシリーズ」が、ソージャルプロダクツ賞を受賞しました。

ソージャルプロダクツ・アワードは、人や地球にやさしい商品・サービスの普及・推進を目的に設けられたもので、「社会性×商品性」というこれまでにない新しい視点で商品・サービスを評価する日本で唯一の表彰(推奨)制度です。『有機スパイスシリーズ』は、有機JAS認定のスパイスをフルラインナップで揃えるとともに、スリランカの農園とのフェアトレード、フェアトレードの支払を通じた農業・女性支援、WWFへの寄付にも取り組み、一般の生活者にとって身近な商品で社会と環境に貢献していることが高く評価され、「ソージャルプロダクツ賞」を受賞しました。

担当者の声

スパイスの調達を通じた社会貢献

スパイスとハーブの原料担当として、社会的に意義の高い、フェアトレード商品や有機商品の原料調達に携われることにやりがいを感じます。しかしながらそれと同時に、より徹底した品質管理、フェアトレードや有機認定のルールに則った細やかな対応が必要とされ、調達業務の難しさも感じています。より多くのお客様にこのシリーズの商品コンセプトと価値に共感していただけるよう、かつ、原料調達を通じて、そこに携わる現地の生産者や企業の方々も恩恵を受けることができるよう、責任を持って原料調達の業務に臨みます。

スパイスコントロールユニット  
山口 善子



事業プロセス

## 原料調達 ~産地との連携について~

安全・安心かつ高品質な原料を安定的に調達するため、産地と連携して原料の生産段階から一貫した管理を行っています。

### 忍野試験農場

山梨県の忍野試験農場では、わさびをはじめとした各種スパイスやハーブの育種・栽培技術の研究を行っています。忍野試験農場で開発した本わさびの種を栽培地のベトナムへ輸出し、現地での栽培・加工技術を確立した結果、種の開発から栽培、収穫、そして加工までを一貫して管理することが可能になりました。忍野試験農場は、ベトナムにおける本わさび栽培の種苗供給基地として、安全・安心で質の高い本わさび原料の安定供給に大きな役割を担っています。



忍野試験農場



農場で栽培しているわさびの様子

### ベトナムのわさび農園

ベトナム・ダラットは標高約1,600mの高地に位置し、年間を通して平均気温が20℃を下回ります。このわさび栽培に適した環境下で、栽培から原料加工まで一貫した管理のもと、品質と安全性を確保した生産体制が構築されています。強い日差しを嫌うわさびは、天然樹木を「庇陰樹\*1」として残した林間地で育ち、樹木の落葉は腐葉土となって、天然の有機肥料としてわさび栽培に役立っています。森林の生態系の中でわさび栽培を行うことで生物多様性を維持し、環境への負荷を最小限に抑えています。以前は農地の確保のために森林が伐採されていた地域の環境も、徐々に元の姿に戻りつつあります。

\*1 庇陰樹：適度な日陰を作るために植えられる樹木のことです。



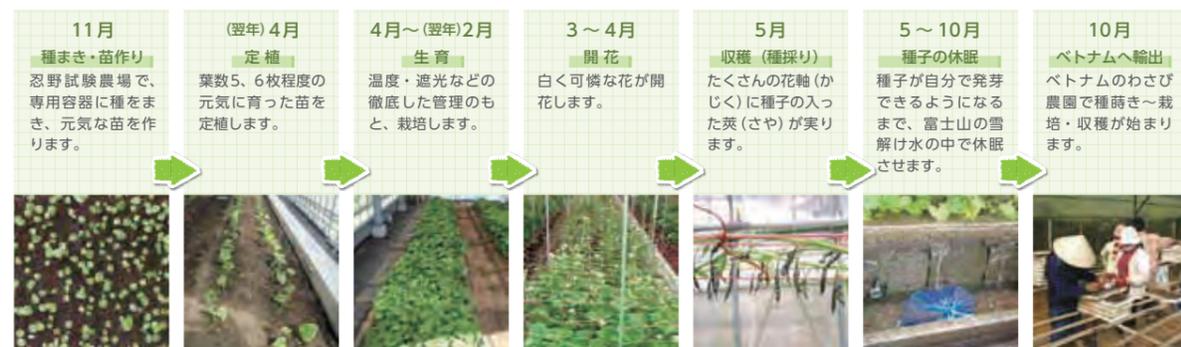
ベトナムのわさび農園



わさび収穫の様子

### 本わさびの種採りの流れ

忍野試験農場の採種栽培（種まき～種採り）のスタートから、ベトナムにたどり着くまで約2年かかります。



#### 担当者の声

わさび・やりがい・苦勞・気を付けていること・・・

忍野試験農場では、種子の確保・品種の確認、育種研究を目的とした栽培を行っています。わさびという植物は、涼しい環境を好みますが、ここ数年の猛暑の影響を受け栽培環境が変化し、種子の確保には非常に苦慮しています。しかし、農場スタッフと協力して、ハウス内の温度を下げるため資材などを日々検討し、情報の共有化を図り栽培環境の改善に努めています。苦勞して採れたわさびの種がベトナムの地で大きく生長してくれることを楽しみに、業務に取り組んでいます。



第1研究開発ユニット  
忍野試験農場担当  
高橋 巧

### エスピーハーブセンターつくば

生鮮ハーブの生産から製品化、出荷までを集中管理運営する当センターは、併設する圃場の管理とともに、ベビーリーフをはじめとする近隣産地、および全国の産地からの原料受け入れの機能を担う中核センターです。また、当社独自の生産システムの開発や品質管理体制の構築とあわせ、生産者および技術者の育成・研修、商品開発ならびに実験圃場としての機能も担っています。



エスピーハーブセンターつくば

ハーブ栽培温室

### JAおきなわエスピーハーブセンター

JAおきなわとの地域に根差したハーブ事業の取り組みは、25年以上になります。その要となる当センターは、国内生鮮ハーブの最大生産地である沖縄県において、近隣の栽培農家より集荷したスイートバジルをはじめとする生鮮ハーブを選別、管理し、商品としてパッキング、出荷までを集中管理しています。



JAおきなわエスピーハーブセンター

選別・パッキング作業風景



### 「第4回 国産野菜の生産・利用拡大優良事業者表彰」 生産局長賞受賞

JAおきなわとハーブ生産農家様とのフレッシュハーブ栽培事業は、1989年にスタートしました。このフレッシュハーブ事業の取り組みに対し、「第4回 国産野菜の生産・利用拡大優良事業者表彰」の生産局長賞を受賞しました。



### フレッシュハーブ事業

- 一年を通じて摘みだての新鮮なハーブを料理で楽しんでいただけるよう、気象条件の異なる全国の産地を連携させ、安定した価格で供給・販売する体制を整えています。
- 摘みだての香りや彩りで、料理をおいしくひきたてるフレッシュハーブ。毎日の食卓を彩る生鮮ハーブへお客様の期待や嗜好の変化、新たなメニュー開発などさまざまなニーズに応えながら、常に摘みだてのおいしさを届けられるよう取り組んでいます。



エスピーハーブセンターつくばのフレッシュ栽培

#### 担当者の声

フレッシュハーブの安定供給への取り組み

フレッシュハーブは茨城県と沖縄県のハーブセンターをはじめ、北海道から沖縄までの全国の生産者の方々と連携で年間安定供給を実現しています。生産者の方々にはエスピー食品のハーブに対する思いを十二分にご理解いただき、日々安全で安心なフレッシュハーブの生産に取り組んでいただいています。四季折々全国の気象条件に合った栽培指導を行うなかで、四季のある日本の自然のすばらしさと、自然の恵みをいただいていることを実感しながら業務に取り組んでいます。



ハーブ供給ユニット  
古瀬 達志

事業プロセス

# 生産管理

安全・安心を満たした商品やサービスを一貫して提供するため、独自の品質保証システム(SQS)を構築し運用しています。

## 広がる品質保証システム

SQSとは、S&B品質保証システム(S&B total Quality assurance System)の頭文字を取ったもので、安全・安心で高品質な商品をお届けするため、商品開発、生産管理、品質保証の各部門が連携して取り組む仕組みです。エスビー食品が、HACCP(ハセップ)<sup>\*1</sup>の理論および品質マネジメントシステム(ISO9001)<sup>\*2</sup>や食品安全マネジメントシステム(ISO22000)<sup>\*3</sup>などを複合的に取り入れ、独自に構築した品質保証システムです。これらの手法や規格は国際的に評価が高く優れていることから、当社の無菌米飯など高度な品質・衛生管理が求められる商品のもとより、その他多くの商品にもその概念や手法を導入しています。今後も信頼性と精度の高い品質保証を行っていきます。

- ※1 HACCP(ハセップ)：原料の入荷から製造・出荷までのすべての工程において、予測される危害を防止するための重要管理点を特定してそのポイントを継続的に監視・記録するシステムです。異常が認められたらすぐに対策を取り、解決することで不良製品の出荷を未然に防ぐことができます。
- ※2 ISO9001：国際標準化機構が発行した品質マネジメントシステムの国際規格です。
- ※3 ISO22000：HACCPの食品衛生管理手法をもとに、顧客・消費者へ安全な食品提供を可能にする食品安全マネジメントシステムの国際規格です。また、このISO22000と、一般衛生管理を強化させたISO/TS22002-1を統合したものが、国際食品安全イニシアチブ(GFSI)の制定した認証規格のFSSC22000です。



## 徹底した「製品検査」

製品を製造する過程でもさまざまな安全・安心への取り組みを行っています。従来の目視検査や定期抜き取り検査に加えて、カメラ検査機による全数画像検査や、包装時の噛み込み検知システム<sup>\*4</sup>などにも積極的に取り組み、不適合品の徹底した排除に努めています。また、従来の金属異物検査機に加え、非破壊検査で不適合品の検出・除去が可能なX線異物検査機も積極的に導入しています。

※4 噛み込み検知システム：レトルトパウチの密封シール時などに具材などの噛み込みを検知し、排出するシステムです。



## 生産履歴に関する情報管理

原料調達・生産・流通の各段階において食品の安全性を確保するため、製品に関するトレーサビリティの充実を目的とした情報管理システムを稼働させています。また、現在はさらなる品質保証プロセス強化に対応していくため、作業ミスの撲滅などを目的とした、製造現場実行システムの確立および工場展開を進めています。

### 担当者の声

#### SQSの取り組みについて

SQSの取り組みとしては、安全・安心への社会的な要請・要望に対する企業としての責任を明確にし、時流に即した、統一され、かつ国際的な視点を持った品質保証概念を構築し、その概念に基づいた具体的手法の導入を進めてきました。各部門から選任された担当者が、部門を横断して意見を出し合い構築しましたので、自社・関連の工場を含めたエスビー食品として整合性のある、効果的で国際基準に準じた仕組みができたことと自負しています。今後はしっかりとPDCAサイクルを回し、より実効性のあるシステムへ進化させ、安心し信頼していただける品質保証の構築を図りたいと考えています。



管理体制の整備・充実を進めるとともに、地域貢献にも努めています。

## 工場紹介

エスビー食品の3つの自社工場、上田工場(長野県)、東松山工場(埼玉県)、宮城工場(宮城県)をご紹介します。

### 上田工場

千曲川水系の豊富な水、年降水量が少なく乾燥した空気、活断層の無い安定した地盤などの恵まれた環境に立地しており、今年で創業43年を迎えました。「粘体(チューブ)製品」、「即席(カレー、シチュー、ハヤシ)製品」、「フレーク・固形ルウ製品」、「顆粒製品」、「レトルト製品」など約100アイテム強の製品を生産している物流機能を備えたエスビー食品の主力工場です。品質マネジメントシステムISO9001をベースに、HACCPシステムを応用し、食品安全マネジメントシステムFSSC22000の認証と運用により、安全と安心を提供しています。上田市の地元小学校の校外学習の一環として、小学3年生の工場見学は通算10,000人を超え、構内緑化活動として工場内にハーブ園を造営しています。また、地域貢献活動として「ホタル水路整備」、「R18(国道18号)ゴミゼロ運動」、「上田西高校D-プロジェクト」なども実施し、地域住民の皆様との交流を続けています。



### 東松山工場

埼玉県のほぼ真ん中にある東松山市に位置する東松山工場は、比企丘陵の豊かな自然に恵まれた東松山工業団地内にあります。1977年スナック菓子生産工場として創業して以来、現在ではエスビー食品の香辛料製品の基幹工場として、香辛料・香辛調味料製品と中間品約2,000アイテムを製造しています。ISO9001、FSSC22000の認証工場としてお客様に安全で安心な商品をご提供できるよう、品質および食品安全管理に力を注ぎながら、日々活動をしています。社員は積極的に工場周辺の地域美化活動を実施しています。また、東松山市内のガス展にて「オリジナル七味作り」体験会を実施し、毎年250名程度の方々に参加していただいています。今後も地域住民の皆様とのコミュニケーションを図っていきます。



### 宮城工場

宮城県の北東部の登米市にある宮城工場は、宮城米「ササニシキ、ひとめぼれ」の主産地として有名な地域に位置し、県東部を流れる北上川の豊富な水は工場にとっても大事な水源となっています。創業は1993年、無菌パックごはんの生産工場です。無菌パックという高度な生産技術と衛生管理のもと、ISO9001、OHSAS18001<sup>\*5</sup>の認証工場として、安全かつ安心な製品提供に努めています。登米市主催による産業フェスティバルに初回から毎年参加しています。9回目となる昨年には、「SBごはん」を展示し、エスビー食品と宮城工場の活動を800名以上の地域の皆様にご紹介しました。地元のお祭りへの協賛活動や、地域防災活動の非常食としての「SBごはん」の紹介、また、東日本大震災以降は宮城県内の避難所や仮設住宅への支援活動に参加するなど、数多くの地域イベントや地域貢献活動を通じて周辺住民の皆様との交流を図っています。

※5 OHSAS18001：BSI(イギリス規格協会)が発行した労働安全衛生マネジメントシステムの国際規格です。



- 企業理念・目次編集方針
- 沿革・商品紹介
- 社長メッセージ・座談会
- エスビー食品の事業プロセス
- 商品開発
- 原料調達
- 生産管理
- 物流
- 販売
- コミュニケーション
- 地域社会の関わり
- 株主投資家の関わり
- 社員との関わり
- 社会・環境
- コーポレート・ガバナンス
- 2013年度の業績
- 会社概要

# 生産管理 ~環境にやさしい企業を目指して~

製品の生産から生じる環境への影響を認識し、地球環境の保全や資源循環型の持続可能な社会形成への寄与に努めています。

## 食品リサイクル法への対応

改正食品リサイクル法に対応し、食品廃棄物の再生利用等実施率を年平均1ポイントずつ改善することを目指しています。2013年度の再生利用等実施率は、エスビー食品では57.1%でしたが、エスビースパイス工業では96.4%、ヒガシヤデリカでは100%になり、食品製造業としての目標である85%<sup>\*1</sup>を達成しています。今後も引き続き、食品廃棄物の再生利用等実施率の改善を推進していきます。

<sup>\*1</sup> 改正食品リサイクル法において、2013年までに達成すべき目標値として、業種別に再生利用等の実施率が設定されています。

食品廃棄物の再生利用等実施率の推移



## 廃棄物削減・リサイクルの推進

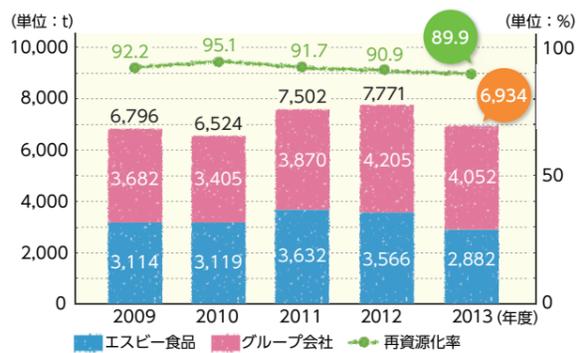
2013年度の廃棄物等総排出量<sup>\*2</sup>は2012年度比で約10.8%減少し、再資源化率<sup>\*3</sup>は1.0ポイント減少の89.9%になりましたが、エスビー食品グループの全15事業所のうち、エスビー食品の3工場、3事業所、2物流センター、グループ企業5工場の13事業所で引き続きゼロエミッション<sup>\*4</sup>を達成しました。今後も廃棄物の排出量削減と再資源化率の向上を推進していきます。

<sup>\*2</sup> 廃棄物等総排出量：事業者がその敷地外に、排出・搬出したもの（製品・サービスなどの提供に伴い出荷したものを除く）。

<sup>\*3</sup> 再資源化率：廃棄物等総排出量のうち、再利用、再生利用および熱回収量（サーマルリサイクル）の占める比率です。

<sup>\*4</sup> ゼロエミッション：ゼロエミッション率98%以上と定義  
ゼロエミッション率 (%) = (1 - 廃棄物最終処分量 / 廃棄物等総排出量) × 100

廃棄物等総排出量・再資源化率の推移



## 基本集計範囲

### 【エスビー食品】

本社、八丁堀ハーベラス、板橋スパイスセンター、上田工場、東松山工場、宮城工場、首都圏物流センター、関西ロジスティクスセンター

### 【グループ企業】

エスビースパイス工業埼玉工場、エスビーガーリック食品高田工場、ヒガシヤデリカ東松山工場・北関東工場、大伸川島工場・新座工場、エスビーサンキョーフーズ

### ●エネルギー使用量

左記基本集計範囲に加え、2012年度からは大連愛思必食品でも集計しています。

### ●水使用量

左記基本集計範囲に加え、2011年度からはビジネスユニット (BU)、忍野試験農場、エスビーハーブセンターつくばでも集計しています。

## エネルギー使用量の削減

エスビー食品グループは、製造時のCO<sub>2</sub>排出量を削減するため、高効率ボイラーなどの設備導入に加え、空圧機器の改善や受電電力デマンド監視装置を用いて、省エネルギー化を進めています。2013年度は、宮城工場において、各種照明器具のLED化や、ボイラー室給湯系ポンプ運転見直しなどに取り組み、CO<sub>2</sub>排出量は前年度比で約4% (1,466t-CO<sub>2</sub>) の削減となりましたが、エネルギー使用量原単位は4.1%、CO<sub>2</sub>排出量原単位は0.3%増加しました。

2014年度も、企業の社会的責任として、環境負荷低減のための節電への取り組みを継続的に進めています。2014年6月1日～9月30日を対象として節電目標を掲げ、室温の28℃設定や照明の間引き、OA機器の電源管理など、さらなる消費エネルギーの削減に努めていきます。

CO<sub>2</sub>排出量の推移



## 水使用量の削減

エスビー食品グループでは、製造工程の見直しや設備投資などを通じ、計画的に水使用量の削減を図っています。その結果、2013年度は、前年度比約2%減少しました。

水使用量の推移



## 大気汚染の防止

エスビー食品グループは大気汚染を防止するため、燃焼設備の適切な運転管理に努め、設備の定期点検・メンテナンスを行っています。各工場の取り組みにより、NOx、SOxの排出量は引き続き低い水準を保っており、特に大連愛思必食品（中国大連）のLPGボイラーへの更新により、NOx排出量は前年比で約80%削減することができました。

## 水質汚濁の防止

工場排水は、排水処理施設で処理を行い、水質汚濁物質の濃度が法定基準以下であることを確認し、公共用水域または下水道へ排出しています。工場排水の管理状況については、毎月所轄の自治体へ報告するとともに、継続して汚染の予防に努めていきます。

## 緑化推進

グループ全体で緑化を推進し、敷地内外の環境改善に努めています。宮城工場では、工場敷地内のハーブ園の整備を行い、ミントやセージなどハーブの定植を行うなど2013年度も緑化に向けて積極的に取り組みました。



ハーブ園 (宮城工場)

## 担当者の声

### ハーブ園での活動

宮城工場では、ハーブ委員会のメンバーを中心にチャイブやラベンダーなど、身近なハーブを16種類育てています。植えたハーブは収穫して、そのまま食べたり、料理に加えてみたりと実際に育てたハーブを使うことで、委員会内でのハーブに関する話題も広がります。工場敷地内にある「ラベンダー通り」は、2株のラベンダーから育てはじめ、今では通りの端まで広がり、毎年きれいに紫色の花を咲かせています。見て、食べて、楽しんでと工場のみんがが集まってくるようなハーブ園を目指し、これからも活動していきます。



宮城工場  
千葉 智恵  
沼倉 智栄子

# 物流

工場からお客様まで商品を安全にお届けするため、商品のトレーサビリティの充実を目的とした情報管理システムを稼働させ、流通段階における安全性の確保に努めています。

## 安全・安心を運ぶ「物流」

輸送時の商品の破損（つぶれ、フィルムのはがれ、中身の漏れなど）のないことを実際の輸送を想定したテストを行うことにより確認します。さらに、外箱の強度テストを行い、輸送時・保管時の安全性の確認を行います。夏場の温度・湿度の上昇は、商品の品質劣化および外箱の強度低下の原因になります。「物流センター」では、商品への影響に配慮して、定期的な温度・湿度チェックと換気を行い、倉庫環境に気を付けています。また、お客様の納品先日付ロットと出荷履歴を商品ごとにシステムで管理し、在庫や出荷などの商品情報の追跡を可能にしています。

入荷作業



### 担当者の声

### 環境保全は一人ひとりの意識向上から

首都圏物流センターでは、CO<sub>2</sub>の削減を目的として大量輸送機関を活用するなど、輸送トラックの台数削減に努めています。しかし、昨今のドライバー不足により車両台数が逼迫し、大量輸送機関の代表格である鉄道コンテナや海上輸送への需要が急激に増えています。いわば大きな変革期を迎えている訳ですが以前からの取引関係が奏功して現時点では比較的安定した台数を確保できています。さて、環境保全の面からもう一点。安全で働きやすいクリーンなセンター運営を実現するためにアイドリングストップにも力を入れています。かつては遵守していただけないドライバーも散見されましたが、最近では週一回の安全衛生パトロールの実施もあり格段に実施率が上がってきています。小さな積み重ねですが、環境保全のため、地道に「声掛け」を続けていきたいと思っております。

首都圏物流センター  
佐久間 譲二



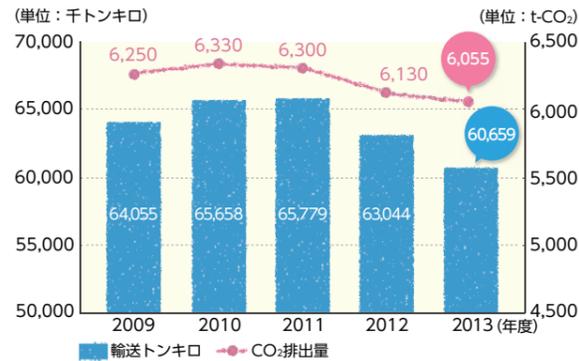
## 物流における環境負荷低減

地球温暖化防止に向け、物流におけるCO<sub>2</sub>排出削減に取り組んでいます。2013年度は、輸送トンキロ<sup>※1</sup>で2012年度比3.8%、CO<sub>2</sub>排出量は1.2%の減少となりました。幹線輸送におけるモーダルシフト率<sup>※2</sup>は、鉄道、船舶ともに減少し、トータルでも2.6ポイント減少しました。今後も環境負荷の低いモーダルシフトの推進など、より一層の取り組みを進めていきます。

※1 トンキロ：貨物輸送量を表す単位で、貨物重量（トン）に輸送距離（キロメートル）を乗じたものです。

※2 モーダルシフト率：輸送量に占める鉄道と船舶の割合です。

CO<sub>2</sub>排出量と輸送トンキロの推移



幹線輸送におけるモーダルシフト率推移



# 販売

商品の拡販においては常にお客様の視点に立った企画提案型の営業活動を推進し、量販店や外食チェーンなどのお得意先様とともに成長していくことを目指しています。

## 家庭用営業

店頭で目にする各種スパイスやハーブ、カレーパウダーなどの商品を取り扱っているのが家庭用営業です。家庭用の商品は一般には卸売店を経由して量販店に届けられますが、「真の顧客満足の追求」を目指すエスビー食品の営業担当者は、常にお客様視点を意識しながら、店頭での販促活動に注力しています。量販店様などに対して新商品の紹介や販促キャンペーンの企画提案を行い、各店舗にも頻りに足を運んで、店舗の立地や顧客特性に合わせたきめ細かな品揃えや売場作りの提案に力を注いでいます。

商談風景



## 業務用営業

外食、中食、他の食品メーカーなどの取引先様が使用される、食材や原料を担当するのが業務用営業です。取引先様のメニューや、商品の品質向上を目指して、新たなメニューレシピや新規原料の提案を行ったり、さらには取引先様の細かなご要望に合わせたプライベートブランド商品を開発提案することもあります。営業活動において、原料事情・自社インフラ（生産物流など）・商品仕様（衛生規格や包材、荷姿など）・関連法令（食品衛生法、JAS法など）などの幅広い知識をもとに、常に取引先様の求めるニーズを的確に捉え、課題解決に向けた提案ができるよう心がけています。

## ハーブ営業

スイートバジルやルッコラ、香菜（パクチー）、ペパーリーフなど生鮮食品としてのフレッシュハーブ商品を取り扱っています。ご家庭の食卓から外食産業、中食のお得意先様向けに、さまざまなチャネルを通して安定した品質、量の生鮮ハーブの供給・販売を行っています。幅広いお客様、多様化するお得意先様のニーズに応じていく商品作り、メニュー提案などに日々取り組んでいます。

## 海外営業

海外で商品の拡販を担当する「海外ビジネスユニット」では、アメリカや中国・アジア、中近東、ヨーロッパなど各地の卸売業者や食料品店、レストランなどと商談を行っています。地域特性や市場ニーズに沿った商品展開や販売ルートの開拓に取り組むことで商品の魅力を広く世界のお客様に紹介しています。取り扱う商品は「カレー」や「わさび」を中心に輸出専用品約100アイテムと国内商品と合わせて年間約500アイテムを輸出しており、商品と同時に日本の食文化を広く世界に届けています。



## お届けサイト

- 直営のショッピングサイト「お届けサイト」では、エスビー食品の主要商品やご要望の多い業務用商品の一部を、一個から販売しています。ご愛顧いただいていた商品やTV・雑誌などで見かけた商品が近隣のお店で見つからない場合にも、ご活用いただいています。

<http://www.sbotodoke.com/>



事業プロセス

# コミュニケーション ~コミュニケーションシステム~

お客様相談センターやウェブサイト、店頭での活動を通して、より多くのお客様の声を受け止めて、商品に反映し、ご満足いただける商品をお届けできるように努めています。

## お客様相談センター

「お客様相談センター」では、お客様とのダイレクトなコミュニケーション活動の充実を図っています。お電話・お手紙・メールなどによるお客様からのさまざまなお問い合わせに対し迅速かつ正確にお応えしています。また、お客様からいただいた貴重な声は社内でも共有し、商品の改良・改善や商品開発に役立てています。



## エスビー食品が考えるCRM

エスビー食品が考えるCRM (Customer Relationship Management: 顧客関係管理) とは、「お客様の声」を大切なものとして受け止め、お客様にとっての価値を知り、それに応え続ける企業を目指すことです。そして、お客様に満足していただくとともに、お客様とのより高い信頼関係を構築することを目的としています。

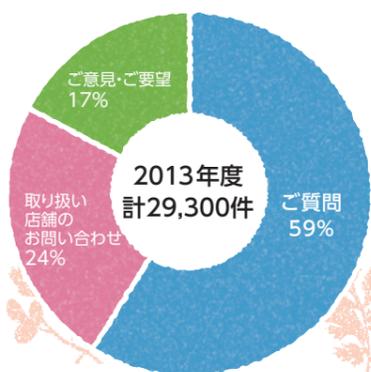
### CRM推進のイメージ



※1 CRM-CTI (Computer Telephony Integration) システム: 電話とコンピュータを統合するシステムのことです。

お客様相談センター ☎ 0120-120-671

### お客様の声 (2013年度)



### お客様の声にお応えして さらに使いやすく

■ S&Bフレッシュハーブ小袋シリーズ **ココを改良!**

おすすめレシピを掲載し使用方法をわかりやすくしました。

**お客様の声**  
何に使ったらいいかわからないので教えてください。

**改良後のお客様の声**  
以前のものより明るくなって売り場で映えますね。

ハーブは使い方がわかりにくいものだと思うので、簡単な料理レシピがのっているものがあると思ったので、とても助かっています。

**お客様の声**  
少し使ったんですけど使い切れなくて。なにか良い使用方法はありませんか？

**改良後のお客様の声**  
カラフルなパッケージがかわいい。手に取ってみました。

**ココを改良!**  
手軽な楽しみ方を掲載し、使い方のヒントをご紹介します。

**ココを改良!**  
メニュー提案を強化しているので、このようにパッケージに使い方のヒントがのっているのはいいですね。

## ウェブサイトの活用

### サポートデスク

スパイスやハーブに関するお問い合わせ専門サイトです。基本的な使い方から、ちょっとした疑問まで、さまざまなお問い合わせに、スパイス&ハーブマスターがメールで回答しています。毎月お問い合わせ事例をご紹介します、お客様とのコミュニケーションサイトとして、より身近に感じていただけるようなページ作りを目指しています。

URL <http://www.sbfoods.co.jp/recipe/supportdesk/>



### スパイス&ハーブ総合研究所

スパイスとハーブに関する情報をまとめたサイト「スパイス&ハーブ総合研究所」はスパイスやハーブのプロフィールから豆知識まで、さまざまな情報のライブラリーとなっています。また、科学的な切り口で魅力を解説した「サイエンス情報室」や世界各国での食文化など、奥深いスパイスとハーブの世界をご紹介します。

URL <http://www.sbfoods.co.jp/sbsoken/>



## 店頭での活動

量販店やスーパーの店頭で、お客様にオリジナルのカレー粉やハーブソルト作りを体験していただくイベントを行っており、「実際にいろいろなスパイスに触れることで、その香りや種類の多さに感動した」などの感想をいただいています。年1回など定期的な実施している活動も多く、毎年楽しみにして下さっているお客様もいらっしゃいます。また、レシपीフレットなどではスパイスやハーブを使った手軽なレシピや意外な活用法なども紹介し、お客様にスパイスやハーブを身近に感じていただけるような情報提供を行っています。



### 担当者の声

スパイスとハーブの魅力を店頭でも!

店頭でお客様にハーブソルト作りを体験していただきました。「スパイスは使い方がわからない」、「ブラックペッパーくらいしか使わない」というお客様もいらっしゃいましたが、体験後には「いい香り!」、「今日から使ってみる!」など、嬉しいお声をいただきました。また料理別にスパイスの使い方、レシピをご紹介しますことで、さらにお客様に興味を持っていただくことができました。これからも、店頭での活動を通して積極的にスパイスとハーブの魅力を伝えていきたいと思えます。





事業プロセス

# コミュニケーション ～スパイス&ハーブを広める活動～

スパイスやハーブに関する専門的な情報や奥深い魅力をより多くのお客様にお届けできるように努めています。

## ～スパイスやハーブの素晴らしさを皆様に～ スパイスとハーブの伝道師「スパイス&ハーブマスター」

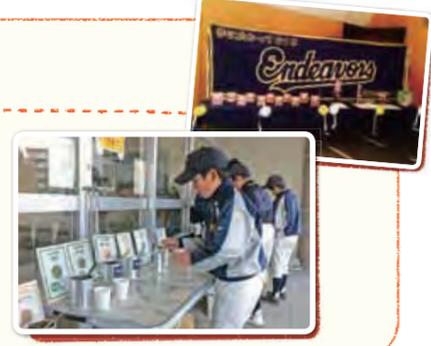
エスピー食品は2003年、「よりお客様の視点に立ち、スパイスやハーブを通じた活動を行えるスペシャリスト」の育成を図るべく、「スパイス&ハーブマスター」社内資格制度を創設しました。スパイス&ハーブマスターは、知識や技能、スペシャリストとしての意識も厳しく問われる認定試験に合格した者のみが、その資格を与えられます。2014年3月現在では14名が認定されています。活動内容はセミナー、イベント、あるいは教育機関での講師活動をはじめ、ホームページやSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を介した情報提供、各種雑誌などへの取材協力やコラムの掲載など、多岐にわたります。また、Waプロジェクトにおける情報発信の監修をはじめ、社員一人ひとりがお客様とのコミュニケーション活動に積極的に取り組めるような支援も行うなど、エスピー食品とお客様とのコミュニケーションの牽引役として日々精力的に活動しています。



国内外の産地研修など、体験を重視した研修を実施  
(左：インドネシアでのこしょう収穫 右：山梨県でのわさび収穫)  
オリジナルレシピ開発とウェブでの発信  
「セミナー・イベント、料理教室」での講師活動

## Waプロジェクト

社員の身近な方々に、さまざまな体験を通じてスパイスやハーブの素晴らしさをお伝えする活動を「Waプロジェクト」と名付け、社員一人ひとりが自ら取り組んでいます。2007年に始動した「Waプロジェクト」は、これまでに延べ64万人以上のお客様とのダイレクトコミュニケーションを実施する大きな活動となっています。これからも、スパイスとハーブをきっかけに、感動のあるコミュニケーションをより多くのお客様と図っていきます。



### 実施者の声

### 卒団記念でWa!

少年野球の卒団を前にみんなで何か思い出作りができないかと企画しました。たくさんのスパイスを前にみなさん興味津々、にぎやかな雰囲気の中で実施することができ、参加した団員、保護者、指導者にとって、良い思い出になったと思います。オリジナルラベルも「すごく素敵！」の声が多く、後日行われた卒団式での記念品としても非常に好評でした。卒団生、在団生が楽しそうにスパイスをミックスしている姿を見て、子どもたちの成長を実感するとともに、スパイスやハーブを通じた心の繋がり（Wa）を再確認いたしました。



広域ユーザー  
ビジネスユニット  
玉田 彰宏

## スパイス&ハーブクラブ

### スパイス&ハーブクラブとは？

「スパイス&ハーブクラブ」は、スパイスやハーブの楽しみや魅力を広げ、深めていくためのメンバー制クラブで、2013年8月2日の“ハーブの日”にスタートしました。スパイス&ハーブマスターが、その魅力をお伝えすべく「伝道師」として、セミナーやイベントを担当しています。それらを通じて、メンバーの皆様と一緒に、実際に試したり、研究したりしながら、スパイスやハーブの新たな魅力を探っています。また、メンバーの皆様へは、メールマガジンも定期的にお届けし、さまざまな形でのコミュニケーションを図っています。

<http://www.sbfoods.co.jp/sbclub/>

### セミナーの様子

実際にスパイスやハーブにふれながら学び・楽しんでいただけます。



セミナーの様子  
スパイス&ハーブをたしかめよう  
スパイス&ハーブで楽しむ  
シヨクラ・ショー  
フレッシュハーブを  
使ってみよう

### イベントの様子

季節に合ったイベントなども実施しています。



オープニングイベント

**参加された皆様の声**

- ポイントさえつかめれば手軽に覚えて、おいしい料理にすることがわかりました。
- セミナーに参加を重ねるたびに、スパイスやハーブで食事が楽しくなり、素晴らしいと感じています。
- スパイス&ハーブマスターが親しみやすく、知識も豊富でとても勉強になりました。
- 入手しにくいスパイスやハーブの実物を見たり、味わったりできました。
- セミナーで得た知識を、自分の開催する料理教室で紹介できて役立ちます。

### メンバー登録について

スパイス&ハーブクラブはメンバー登録制となっています。ご登録は下記ホームページより随時、受け付けていますので、皆様のメンバー登録をお待ちしています。セミナーやイベントなどの新着情報もこちらのホームページにて随時お知らせしています。

<http://www.sbfoods.co.jp/sbclub/>

### お問い合わせ

スパイス&ハーブクラブへのお問い合わせは、下記のメールアドレスにて承ります。

スパイス&ハーブクラブ事務局  
✉ [sbclub@sbfoods.co.jp](mailto:sbclub@sbfoods.co.jp)



### 担当者の声

### メンバーの皆様とともに！

「スパイス&ハーブクラブ」の準備、立ち上げから運営全般にわたり携わってきています。セミナー、イベント、さらにはメルマガなども通じて、多くのメンバーの皆様とダイレクトコミュニケーションできることに、大きなやりがいと責任も感じています。メンバーの皆様から教えていただくことも多々あり、スパイスとハーブの世界の奥深さを日々感じています。これからも「スパイスとハーブはエスピー」をお伝えしていく活動に、地道に取り組んでいきます。



広報ユニット  
上田 俊一

- 企業理念・目次 編集方針
- 沿革 商品紹介
- 社長メッセージ 座談会
- エスピー食品の事業プロセス
- 商品開発
- 原料調達
- 生産管理
- 物流
- 販売
- コミュニケーション 地域社会の関わり  
皆様の関わり  
株主投資家の関わり  
社員の関わり  
社会・環境  
マネジメント
- コーポレート  
ガバナンス  
コンプライアンス
- 2013年度の実績
- 会社概要



事業プロセス

## コミュニケーション ~お客様とのふれあい~

さまざまなイベントを通じて、全国の皆様とのより良いコミュニケーションを図っています。

### ハーブ園などでの活動

エスピー食品は、各地のハーブ園や植物園で開催される催しに協力しています。神戸市の「神戸布引ハーブ園」では季節に合わせたハーブの楽しみ方をお伝えする講習会を、年間通して開催しています。また、2013年10月に開催された「ハーブ&スパイスカーニバル2013」ではスパイスとハーブを使ったゲームコーナーなど5つのアトラクションを展開しました。他の会場においても、その土地や季節に合った講習を展開し、お客様がスパイスやハーブにより親しんでいただくきっかけとなるよう取り組んでいます。



神戸布引ハーブ園でのイベント



スパイス展示中

### 「スパイス&ハーブキッズ わくわくチャレンジ」

エスピー食品では、毎年地域の小学生と保護者の方を対象としたイベント「スパイス&ハーブキッズわくわくチャレンジ」を開催しています。6回目となる2013年度は初めて板橋スパイスセンターを飛び出し、板橋区立文化会館での開催となりました。厳しい暑さの中、午前・午後合わせて155名のお客様が来場され、カレー粉作りや、試食体験などのさまざまなイベントを通じて、スパイスやハーブを五感で感じていただきました。



スパイス&ハーブキッズわくわくチャレンジ



### 東北エリアでのコミュニケーション活動

エスピー食品では、東日本大震災直後、被災地に対して義援金や白飯、レトルト食品などの支援物資を提供しました。また、2011年4月以降は、宮城県内の避難所、仮設住宅、イベント会場においてカレーの提供や、スパイスやハーブを使ったゲームや体験イベントなど、食と心をつなぐコミュニケーション活動を実施しています。



東北エリアでのイベント

### 参加者の声



オリジナルスパイスミックス、ハーブソルト作り

前回作った七味唐辛子は、朝に納豆を食べる時や味噌汁を食べる時に使ってるよ。今回作ったハーブソルトも、ゆで卵にかけるね。

セロリの匂いいいわね、私大好き。でも、パセリの匂いもいいからどっちにしようかなー。

### お守りサシェ作り

パセリのグリーンが、とても鮮やかで綺麗ね~

親戚の分まで作っていいいいかね

### 香り当てクイズ

アイスクリームの匂いは、バニラの香りなんだねえ。

シナモンは特徴ある香りだから、すぐわかるわ~ (笑)

### 香辛料研究への貢献

エスピー食品の創業者山崎峯次郎とともに、香辛料の普及・研究に邁進してきた山崎春栄の志を受けて、1983年に(財)山崎香辛料振興財団\*1が設立されました。香辛料研究の学術的発展に寄与することを目指し、香辛料ならびに関連分野の研究・調査に対する助成を行っています。また、スパイスやハーブの正しい知識を知っていただき、より豊かな食生活や暮らしの発展に貢献する目的で、2009年より年1回「スパイス&ハーブ検定」を実施しています。第5回目の開催となった2013年度は、東京・神戸にて1級、2級、3級試験を実施しました。

\*1 2011年4月に公益財団法人に移行しました。

スパイス&ハーブ検定の案内



### 教育機関での活動

「スパイス&ハーブを通じて、『食』を体験し、学ぼう!」をテーマに、地域(板橋区)の小学校で特別授業に取り組んでいます。授業は、香り体験やクイズを通じて基礎や歴史を学んだり、カレー粉作りから行うドライカレーの調理実習など、子ども達が楽しめる内容としています。他にも、専門学校や大学の生涯学習講座など、さまざまな教育機関を通じて、「食」を豊かに彩るスパイスやハーブの知識についてお伝えしています。



教育機関でのイベント



イベントの様子



### 担当者の声

より多くの方にスパイスとハーブの魅力をお伝えしたい

教育機関におけるスパイス&ハーブマスターの活動は、スパイスとハーブの魅力に触れた子ども達、保護者の皆さんの喜び、驚き、その豊かな発想に触れることができる、大変貴重な機会です。一つひとつのふれあい得たものを原動力として、より多くの方にスパイスとハーブの魅力をお伝えし、日々の生活の中でお役立ていただけるような活動を目指していきたいと考えています。



第1研究開発ユニット  
スパイス&ハーブマスター  
田口 裕基

企業理念・目次・編集方針  
沿革・商品紹介  
社長メッセージ  
エスピー食品の事業プロセス  
商品開発  
原料調達  
生産管理  
物流  
販売  
コミュニケーション  
地域社会の皆様との関わり  
株主投資家の皆様との関わり  
社員との関わり  
社会・環境  
マネジメント  
コーポレート・ガバナンス  
2013年度の実績  
会社概要

## 地域社会の皆様との関わり

スポーツのイベントを通じて、事業所の周辺地域をはじめ、全国の皆様とのより良いコミュニケーションを図っています。

### S&B ちびっ子健康マラソン大会

「S & B ちびっ子健康マラソン大会」は、スポーツを通じて心身ともに健康な子ども達を育成するため、1984年に誕生しました。「食と健康」、「21世紀を担う人づくり」をテーマとして、小学生を対象に全国各地で開催しています。2013年度は42回開催し、約4万8千人の子ども達が参加しました。31年間の累計は126万人以上になりました。



#### 子ども達のコメント /

今回は、上位に入れませんでした。来年は10位を目指したいです。(小3男子)  
最初から結構辛かったけれど、最後まで頑張って走れたので良かったです。(小6男子)

#### 保護者の方のコメント /

初めて参加しました。子ども達が頑張ってくれたので、来年も楽しみにしています。(父)

#### 子ども達のコメント /

最後のエスピーの大会で9分台を目指していましたが、結果が10分台で悔しいです。中学生では、9分台を目指して頑張りたいです。(小6男子)

#### 保護者の方のコメント /

最後の大会でタイムが出せずに悔しがっていましたが、最後まで走り切れてたので良かったです。(父)



#### 子ども達のコメント /

みんなで走るのが楽しかったです。(小1女子)  
疲れたけど、優勝できたので嬉しかったです。(小4女子)

#### 保護者の方のコメント /

子供達が一生懸命走ってくれて感動しました。来年も是非参加したいです。(母)  
上の子(小4女子)が大会で優勝できて良かったです。(父)

#### 担当者の声

子ども達が元気に育ちますように！

ちびっ子健康マラソンは、年間約4万8千人のちびっ子が完走しています。どの大会に行ってもそうですが、ちびっ子達は元気いっぱいに走ってくれます。その走りを毎回目の当たりにし、私達も元気をもらっています。このマラソン大会を通じ家族の絆を深めてもらえる、そんな大会を作りたいと思っています。大会終了後には、是非お土産のカレーで食卓を囲んでいただくと嬉しいです。ちびっ子達の大きな成長を楽しみにしています。



営業統括ユニット  
ちびっ子健康マラソン  
大会担当  
島村 清孝

### フードバンク活動の支援

エスピー食品では2014年3月よりセカンドハーベスト・ジャパン様の「フードバンク」活動を支援しています。賞味期限内ではあるものの出荷期限切れとなった商品の一部をフードバンク団体へ寄贈しており、それらの寄贈品は児童養護施設や生活に困窮した方々に届けられています。



SECOND  
HARVEST  
セカンドハーベスト ジャパン

## 株主・投資家の皆様との関わり

株主・投資家の皆様との信頼関係を築くため、継続的な利益還元に努めるとともに適切なタイミングで情報を開示することで、積極的なコミュニケーションを図っています。

### 配当政策

エスピー食品では、今後の事業展開に備え長期にわたる堅実な経営基盤の確保に努めるとともに、株主の皆様への利益還元としては、安定的な配当の維持を基本方針としています。2014年3月期は、年間配当金42円となりました。

#### 1株当たりの当期純利益と年間配当額の推移

(単位：%)



2013年10月1日付けで5株につき1株の割合で株式併合を実施いたしました。

#### 株主数の推移

(単位：人)



### 株主優待制度

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、エスピー食品の事業内容をより一層ご理解いただけるよう、株主優待制度を実施しています。毎年3月31日と9月30日現在の株主名簿に記載された1単元以上所有の株主の皆様へ、新商品さらには季節に合わせた自社商品も含めた詰め合わせを贈呈しています。

2014年5月のご優待品には、商品と一緒にレシピブックを同梱して、さまざまなカレーメニューをご紹介します。

### IR情報開示

エスピー食品では、株主・投資家の皆様へ適切なタイミングで情報開示することをIR活動の基本としています。決算情報は、内容が確定した段階で、速やかに東京証券取引所において開示するとともに、株主の皆様へ年2回お届けしている「事業のご報告」などとあわせて、ホームページでも公開しています。



情報サイト

[IR・財務情報]

<http://www.sbfoods.co.jp/company/ir/>



2013年11月の株主優待品

2014年5月の株主優待品

## 社員との関わり

社員一人ひとりが個性を活かし、  
活き活きと力を発揮できる職場を目指しています。



### 人権尊重

エスピー食品では、「社員行動基準」において人権を尊重することを定めています。

人権を尊重し、公平な処遇を行うとともに安全で働きやすい職場環境を確保することで、社員のゆとりと豊かさを実現し、社員の個性や自主性を尊重した活力ある企業を築いていきます。

### ダイバーシティ

エスピー食品では、企業の持続的成長に向けた取り組みとして、ダイバーシティを推進し、企業活動に多様な視点を取り入れることで、多様化するお客様のご要望にお応えしていくことが重要であると考えています。性別、年齢、国籍や障害の有無に関わらず、全ての社員が活き活きと力を発揮できる環境の整備を進め、ワークライフバランスを考慮した雇用制度も充実させています。特に、当社商品を利用されるお客様の多くが女性であることから、女性の視点や感性を大切に商品やサービスによって多くのお客様にご満足いただける様、女性が活躍できる環境整備と積極的な機会付与を進め、組織の活性化と企業価値の向上につなげたいと考えています。

### 公正な採用選考

エスピー食品は、企業理念「真の顧客満足の追求」に共感を持ち、個性を大切にしながらチームワークで創造性を発揮できる人材であることを重視しています。採用選考にあたっては、オープンに情報を提供し、できる限り対等な立場でのコミュニケーションを通して相互理解に努めています。

### セクシュアルハラスメント防止

エスピー食品では、就業規則に「セクシュアルハラスメントの禁止」を明確に定めるとともに、相談窓口の設置により社員の相談に迅速に対応できる環境を整え、セクシュアルハラスメントやジェンダーハラスメントのない企業風土づくりに取り組んでいます。

#### 育児制度 利用者の声

育児休業から復職しました！

約1年間の育児休業後に復職しました。休業中は、試験的に会社と同じ環境で社内ネットワークにアクセスできるパソコンを貸与いただき、上司や同僚とメールで連絡を取ったり、復職後に引き続き担当予定の業務進捗に関連する書類を確認したり、全社向けのお知らせ連絡の内容を確認したりと、リアルタイムに状況を把握することができたので、復職に向けて大きな安心感がありました。実際復職時には、周囲のサポートのおかげでスムーズに仕事の感覚を取り戻すことができました。今後は、仕事をしばらく離れていたことで感じた一生活者としての気持ちや新たな意欲を大切にしながら、仕事に取り組んでいきたいと思っています。



コミュニケーション企画室  
濱田 啓子

### 育児支援制度

社員一人ひとりが、個々の価値観や家族の状況に応じて家庭生活と仕事のバランスをとり、活き活きと能力を発揮できるように、各種制度の整備に取り組んでいます。育児を抱える社員が安心して働ける環境づくりはもとより、育児などの事情により退職した社員が復職できる制度も用意しています。なお、2013年度における育児休業後の復職率は100%でした。

育児支援制度	
育児休業制度	社員が子どもを養育する場合、満1歳6ヵ月に達するまでもしくは1歳を超えて最初の4月末までを限度として休業できる制度です。
育児短時間勤務制度	社員が子どもを養育する場合、申出により所定労働時間の短縮が受けられる制度です。小学校4年生に進級するまでの子どもが対象になります。
特定事由退職者再雇用制度	育児などの事情により退職した社員が、再び働ける環境になった時、改めてエスピー食品で経験を活かして働くことができる制度です。

#### ■ 育児休業取得者数

2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
6人	11人	9人	9人	12人

#### ■ 新卒採用数(総合職系)

		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
総合職系 地域限定中心	男	15人	14人	12人	12人	12人
	女	6人	5人	6人	6人	7人
	女性比率	28.6%	26.3%	33.3%	33.3%	36.8%

#### ■ 正社員の平均勤続年数

男	20.9年	女	16.5年
---	-------	---	-------

### 労働安全衛生

エスピー食品の各工場では、安全衛生委員会を設置し、食品製造工場として、より安全・安心な労働環境づくりを目指しています。また、本社・八丁堀ハーブテラス・板橋スパイスセンターでは、社員が働きやすいオフィス環境の整備・安全衛生・防災活動などを目的としてオフィス環境委員会を設置しています。委員会では毎月打ち合わせを実施し、安全で快適な職場環境の維持、改善に積極的に取り組んでいます。



※1 度数率：100万延実労働時間あたりの労働災害による死傷者数で、災害の発生頻度を表します。

※2 強度率：1,000延実労働時間あたりの労働損失日数で、災害の重さの程度を表します。

### 評価制度

エスピー食品では、社員の能力の発揮度合いと成果を正しく捉え、公正に評価し、処遇に結び付けるとともに、個々の成長と企業の成長をとらぬことを目的とした評価制度を運用しています。社員一人ひとりの自律性や創造性、チームワークといった能力をしっかりと評価することで、それぞれが自分の強みや弱みを把握し、今後の能力開発につなげています。

### 同好会

エスピー食品では、社員同士の交流を深めるスポーツや文化活動を奨励し、同好会活動を支援しています。



茶道部

バレーボール部

## 自己啓発支援制度

エスピー食品は、社員の自律性を尊重しています。主体的に自己啓発に取り組む社員を支援するさまざまな制度を用意することで、社員が自分の個性や知識、技能を高め、十分に発揮できるような環境づくりを行っています。

#### ■ 通信教育受講者数



#### ■ SBスパイス&ハーブ社内検定資格取得率推移



#### ■ 教育制度体系

##### 通信教育 援助制度

ビジネス関連の講座を中心に、約300コースの通信教育をパンフレットにより紹介し、社員一人ひとりのニーズに合わせて受講できる制度です。受講にあたっては受講料の40～50%を会社が援助しています。また、e-ラーニングについても約60コースを取り揃えており、比較的短時間で手軽にいろいろなテーマについて学習することが可能です。

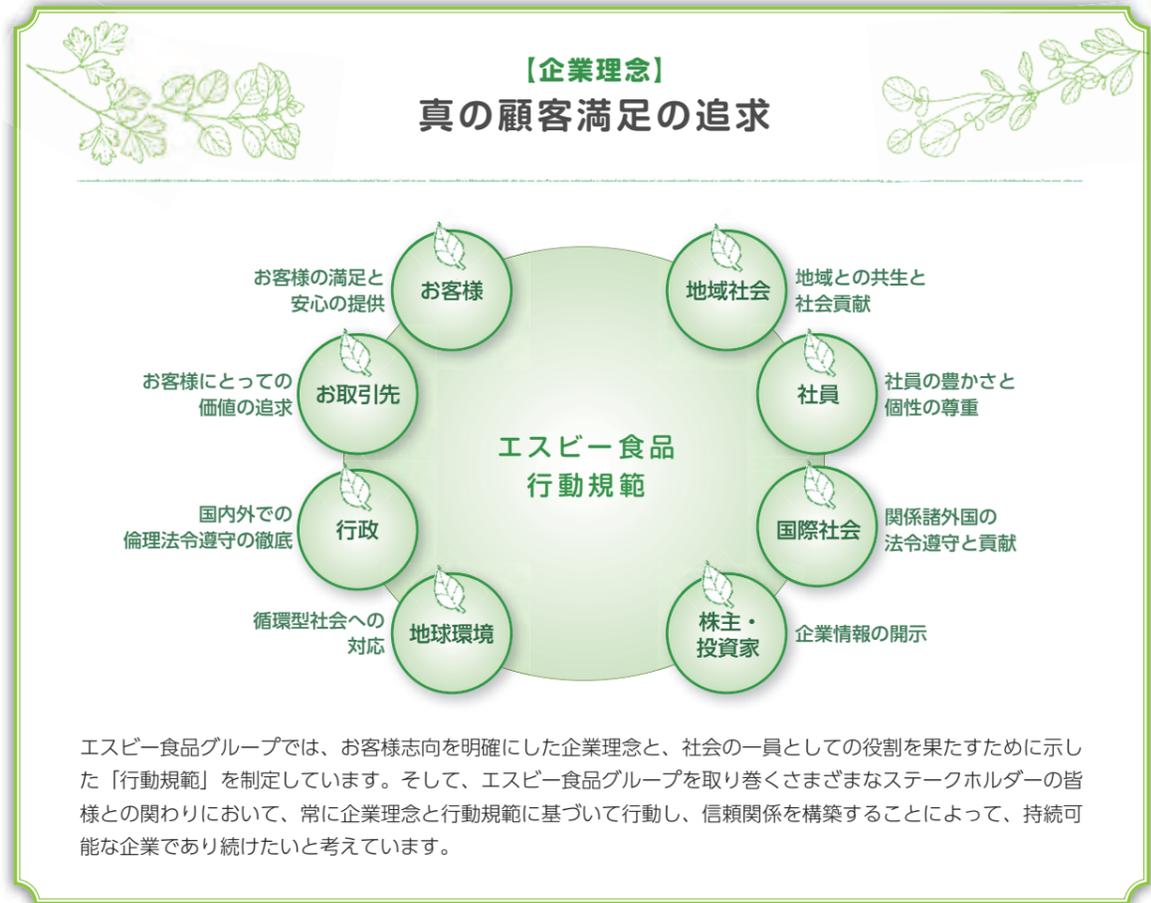
##### SB スパイス &ハーブ 社内検定

社員一人ひとりがスパイスとハーブの正しい知識を身に付け、その素晴らしさをより多くのお客様に直接お伝えしていくためにSBスパイス&ハーブ社内検定を実施しています。検定は3級、2級、1級の3つの級で構成されています。社員は自発的に知識習得に努め、既に5割以上の社員が資格を取得するとともに、さらに上位級を目指して取り組んでいます。



# 社会・環境マネジメント

企業理念『真の顧客満足の追求』を実践するにあたり、8項目からなる「エスビー食品行動規範」を定めています。また、環境保全活動を重要課題の一つと認識し、「環境基本方針」に基づき企業活動全般から生じる環境への負荷の低減に努めています。



## チャレンジ目標 2016

エスビー食品グループでは、行動規範に基づき、これまでの実績とステークホルダーのニーズを踏まえ、5つのチャレンジ目標を設定し、社会・環境活動の改善に継続的に取り組んでいます。

- 環境負荷の低減**  
食品廃棄物の再生利用などの実施率の向上、廃棄物最終処分量の低減、ゼロエミッション、温室効果ガスの抑制、水使用量の削減に関する定量的な目標を設定し、達成に向けて取り組みます。
- 社会・環境に配慮した商品の提供**  
開発・調達・生産・物流の各段階で、社会と環境に配慮した商品の提供に取り組みます。
- グループ社会・環境マネジメントの強化**  
社会貢献や環境負荷低減に向けた活動や、それらを実践するための社員教育のさらなる推進により、グループ全体の社会・環境意識向上に取り組めます。

- 安全・安心への取り組み強化**  
商品の開発・調達・生産において、さらなる安全性の向上に取り組むとともに、正確な商品情報をよりわかりやすくお伝えし、お客様の満足と安心が得られるよう努めます。
- 地域交流・国際交流の推進**  
スパイスとハーブを核とした事業活動を通じ、地域社会および国際社会との調和のとれた活動の推進に取り組めます。

## 環境基本方針

- 1 国内外法規制遵守**  
国内外の環境関連の法規制を遵守するとともに、自主管理基準を設定し、環境保全のさらなる向上を図ります。
- 2 環境目的・目標の設定**  
環境目的・目標を設定し、その達成状況を確認するとともに、環境保全活動の継続的改善を図ります。
- 3 環境負荷の低減**  
省エネルギー・省資源、廃棄物の減量化・再資源化により、環境負荷の低減に努めます。
- 4 商品開発**  
環境負荷と安全性を十分考慮した商品開発に努めます。
- 5 環境教育**  
環境教育により、全社員に環境方針の理解と環境問題に対する意識向上を図ります。
- 6 地域との共生**  
地域社会とのコミュニケーションを図り、地域の環境保全活動に積極的に参加します。

## 環境マネジメントシステム

エスビー食品グループでは、環境基本方針に沿って、環境マネジメント組織により環境負荷低減活動を推進しています。製造部門（工場）、管理・営業部門ともに各事業所にて、ISO14001<sup>\*1</sup>に準拠した環境マネジメントシステムを運用し、省エネルギー、廃棄物の抑制などに向けてPDCAサイクル<sup>\*2</sup>により継続的改善に取り組んでいます。本社・営業部門のEMS推進組織は、社員全員が輪番制で環境活動の担当者として各職場の環境活動に取り組んでいます。

<sup>\*1</sup> ISO14001：国際標準化機構が発行した、環境マネジメントシステムの国際規格です。  
<sup>\*2</sup> PDCAサイクル：Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）のプロセスを実施することです。

### 環境マネジメント組織



## 環境教育の実施

エスビー食品グループでは、社員への環境教育などの実施のほか、環境関連の特定業務に関する教育や関連する外部講習会などへの参加を奨励しています。2013年度は、内部監査員養成講座の受講や、各工場におけるお取引先も含めた継続的な環境教育を実施しました。

### 担当者の声

### 節電意識の継続に向けて

日々節電に向けたさまざまな取り組みを行っています。省エネタイプの設備の導入やデマンド監視による電力ピークカット、節電啓発ポスターの配布などを行っていますが、特に力を入れているのが「EMS推進活動実行報告書」の配布です。全国の事業所などに報告用紙を配布し、毎日どのような節電活動を行ったかチェックしてもらい、毎月確認をしています。それを見ると、どの事業所もその地域に合った節電活動を工夫して、取りまとめる例として、とても嬉しく感じています。しかし、東日本大震災より約3年半が経ち、節電に対する意識が徐々に低下してきているようにも感じます。せっかく啓発された節電意識を、このまま低下させず、今後も節電意識を持ち続けられるような活動を継続していきたいと思っています。



総務ユニット  
EMS推進組織  
事務局担当  
佐山 隆仁

## 環境会計

エスビー食品では、環境保全コストと効果の把握を通じて効率的な環境保全活動の推進に役立てています。環境会計の集計結果は、下記ウェブサイトに開示しています。

### 【エスビー食品環境会計】

<http://www.sbfoods.co.jp/company/corp/environment/accounting.html>

## 緊急時対応訓練

環境汚染などの事故を未然に防ぐため、緊急事態への対応訓練を行っています。グループ各工場では排水処理設備の異常対応訓練や消防訓練などを実施しています。



フロンガス漏洩時訓練（上田工場）

煙中体験訓練（埼玉工場）

## 環境に関する法令遵守

報告対象期間中の環境に関連する法令違反の指摘などはありませんでした。

# コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス

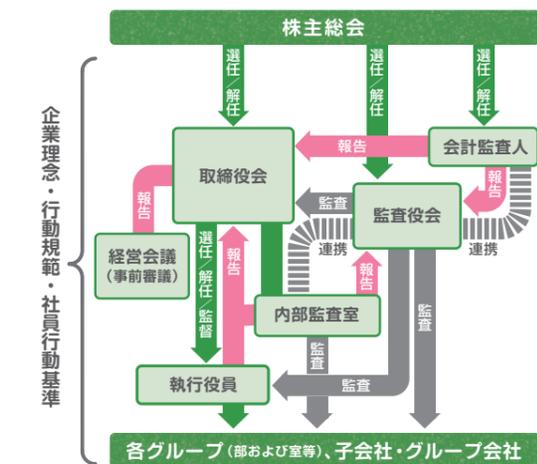
効率性の高い経営に努めるとともに、  
経営の透明性の確保や法令の遵守を徹底しています。

## コーポレート・ガバナンス体制

エスビー食品では、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応し、経営全般のスピードアップを図るために、執行役員制度を導入し、取締役と執行役員の役割を明確に定めるなど、効率的な経営管理体制を常に追求しています。また、社外監査役3人を含む監査役会との連携のもと、内部監査室を中心に内部統制システムの充実強化に取り組むなど、コーポレート・ガバナンス<sup>\*1</sup>の強化を図っています。

<sup>\*1</sup> コーポレート・ガバナンス：企業の内部統制の仕組みや不正行為を防止する機能のことです。

### ■ コーポレート・ガバナンス体制



## コンプライアンスの徹底

エスビー食品では、社員が遵守すべき健全かつ倫理的な行動を「社員行動基準」において明確に定めています。これにより、社員一人ひとりにコンプライアンス<sup>\*2</sup>の徹底を図り、組織の自浄能力を高めることで、社会から信頼される企業であり続けることを目指しています。具体的な取り組みとして、「社員行動基準」のさらなる理解・浸透を目的とした社員向けのe-ラーニングを定期的実施し、全社的なコンプライアンスの向上に努めています。また、内部通報窓口として「S&Bホットライン」を設置しています。これは、個々の社員間やそれぞれの職場の中で是正を図ることが困難と思われる、法令違反ならびに企業倫理に反する行為などの不正行為が生じた場合に、社員からの通報・相談を受け付け、いち早く把握し、是正を図ることを目的としたものです。

<sup>\*2</sup> コンプライアンス：法律や規則、社会規範などを守って企業活動を行うことを指します。

## リスクに対する取り組み

危機発生時に事業への影響を最小限にとどめるために、また、速やかに企業活動を回復できるように、平時よりリスク管理の充実に取り組んでいます。東日本大震災など過去の被災や、その後のさまざまな事象を教訓とし、「防災マニュアル」の整備や、いざという時の行動を手助けする「サバイバルカード」の見直しなども行いました。防災訓練や防災e-ラーニングなどを定期的実施し、組織・社員の防災力向上を図っています。また、モバイルや携帯電話などによる休日の安否訓練を行い、緊急時の連絡手段の確保に努めています。その他、新型インフルエンザなど、社会生活を脅かすようなリスクに対し、エスビー食品は生活基盤である「食」を支える企業として、リスクに対応する活動を継続していきます。

## 情報の適切な取り扱い

エスビー食品では、情報の開示と保護、そして社内における情報資産の有効活用を目的として、「会社情報取扱規程」をはじめとした各種社内規程を制定し、また、個人情報保護方針やソーシャルメディアポリシーを策定するなど、情報を適切に取り扱うためのルールと仕組みを整備しています。これらの社内ルールは、社員教育によって周知徹底を図り、情報セキュリティの確保に努めています。

### ■ 会社情報取扱規程体系



# 2013年度の実績(社会・環境)

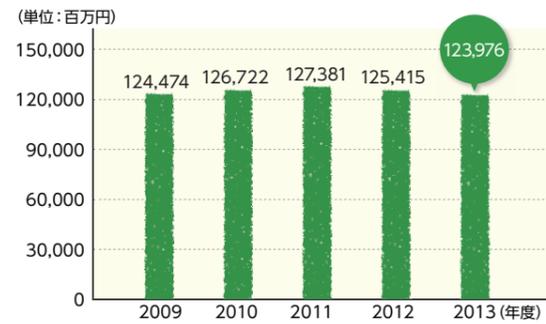
社会・環境の側面における目標と管理指標を定め、  
継続的改善に向けてグループで取り組みを進めています。

確認項目	内容	2013年度目標	2013年度実績	評価	2014年度目標	関連ページ
環境負荷の低減	食品廃棄物の再生利用等実施率	60.3% (エスビー食品単体)	57.1% (エスビー食品単体)	🍃	61.3% (エスビー食品単体)	19ページ
	廃棄物等最終処分量	2012年度比 2%削減	2012年度比 16.5%削減	🍃🍃	2013年度比 2%削減	19ページ
	温室効果ガス(CO <sub>2</sub> )の発生	CO <sub>2</sub> 排出量原単位で 2012年度比 3%削減	CO <sub>2</sub> 排出量原単位で 2012年度比 0.3%増加	🍃	CO <sub>2</sub> 排出量原単位で 2013年度比 2%削減	20ページ
	エネルギー使用量	エネルギー使用量原単位(原油換算)で 2012年度比 3%削減	エネルギー使用量原単位(原油換算)で 2012年度比 4.1%増加	🍃	エネルギー使用量原単位(原油換算)で 2013年度比 3%削減	20ページ
	水使用量	水使用量原単位で 2012年度比 4%削減	水使用量原単位で 2012年度比 2.1%減少	🍃	水使用量原単位で 2013年度比 2%削減	20ページ
社会・環境に配慮した商品の提供	社会・環境に配慮した商品の提供	省資源・リサイクル化に配慮した容器包装の開発推進	レトルトカレー包装フィルム、ラー油包装ダンボールの軽量化	🍃🍃	省資源・リサイクル化に配慮した容器包装の開発推進	12ページ
グループ社会環境マネジメントの強化	環境教育の推進	省エネ活動に向けた教育プログラムの実施	物流業者への入門ルール説明と教育	🍃🍃	省エネ活動に向けた教育プログラムの実施	34ページ
食品の安全・安心への取り組み強化	安全性の向上と正確な商品情報の提供	品質保証体制の強化	作業ミス撲滅のためのシステム導入、対象工場拡大	🍃🍃	品質保証体制の強化	12ページ
地域交流・国際交流の推進	地域社会とのコミュニケーション深化	●清掃活動、環境活動を年間35回以上実施 ●学校・地域団体の工場見学会を年間15回以上実施 ●スパイスとハーブを通じた地域および国際交流の推進のための検討	●清掃活動、環境活動を年間26回実施 ●学校・地域団体の工場見学会を年間16回実施 ●スパイスとハーブを通じた、Waプロジェクト、地域および国際交流活動開催	🍃	●清掃活動、環境活動を年間35回以上実施 ●学校・地域団体の工場見学会を年間15回以上実施	24～29ページ

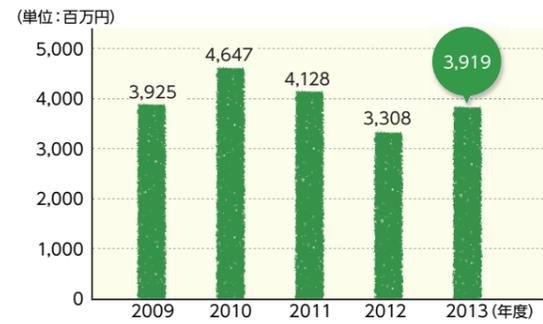
● 評価の見方 🍃🍃🍃: 目標達成率100% 🍃🍃: 目標達成率80%以上100%未満 🍃: 目標達成率80%未満  
● 基本集計範囲はP19を参照

# 2013年度の実績(経済性)

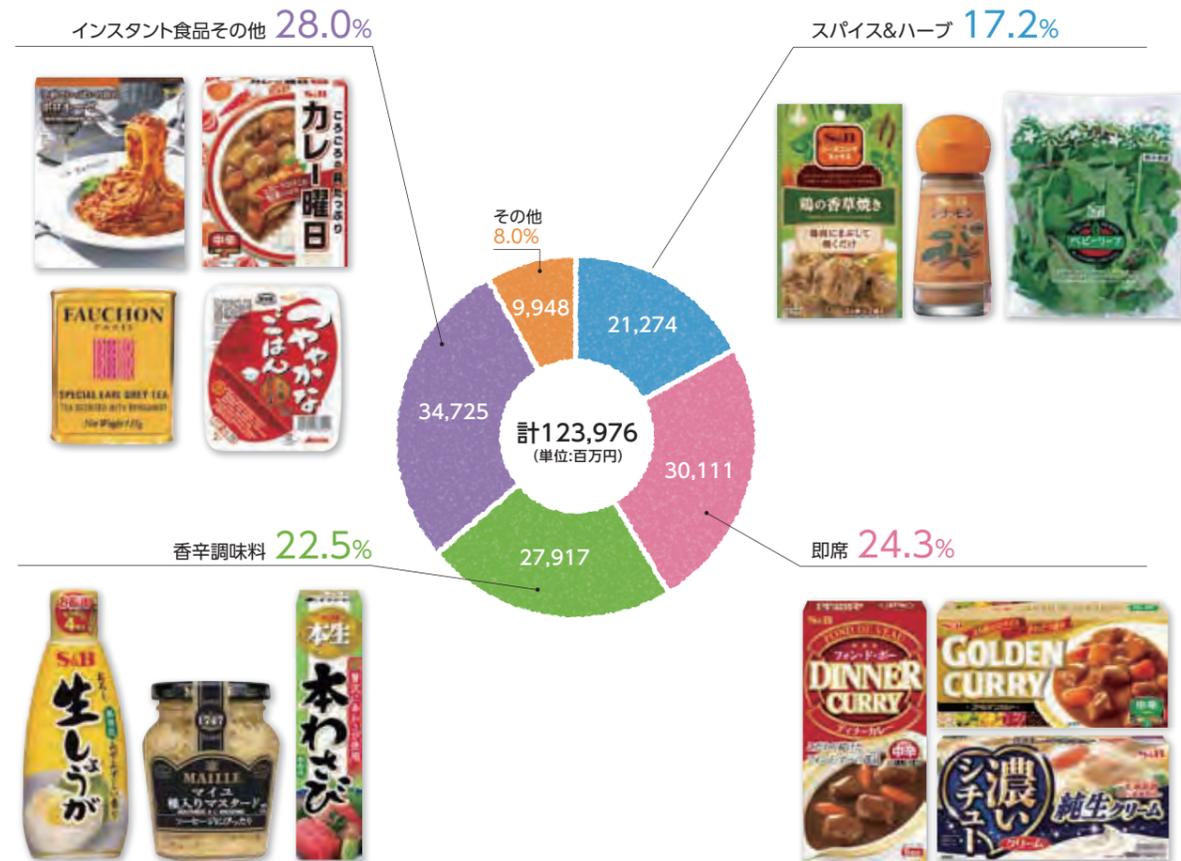
## 売上高の推移(連結)



## 経常利益の推移(連結)



## 売上構成比(2013年度)



## 会社概要

**会社名** エスピー食品株式会社  
**創業** 1923(大正12)年4月5日  
**設立** 1940(昭和15)年4月5日  
**代表者** 代表取締役会長 山崎 明裕  
 代表取締役社長 山崎 雅也  
 代表取締役 荻原 敏明  
**本社** 〒103-0026  
 東京都中央区日本橋  
 兜町18番6号  
**資本金** 1,744百万円  
**売上高(連結)** 123,976百万円  
 (2014年3月期)  
**経常利益(連結)** 3,919百万円  
 (2014年3月期)  
**従業員数(連結)** 1,605人  
 (2014年3月31日現在)

### 【主要な事業内容】

スパイス&ハーブ(カレー粉、コショウ、洋風スパイスなど)、即席(ゴールデンカレー、ディナーカレー、とろけるカレー、とろけるシチューなど)、香辛調味料(本生本わさび、おろし生しょうが、ねりからしなど)、インスタント食品その他(おでんの素、レトルトカレー、パスタソース、無菌包装米飯など)の製造販売

### 事業所所在地

- | 本社関係事業所   | 工場   |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本社(東京都中央区)</li> <li>● 八丁堀ハーブテラス(東京都中央区)</li> <li>● 板橋スパイスセンター(東京都板橋区)</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 上田工場(長野県上田市)</li> <li>● 東松山工場(埼玉県東松山市)</li> <li>● 宮城工場(宮城県登米市)</li> </ul>   |
| 営業拠点(ビジネスユニット)  | 配送センター   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 北海道BU(札幌市)</li> <li>● 北東北BU(盛岡市)</li> <li>● 南東北BU(仙台市)</li> <li>● 首都圏北部BU(上尾市)</li> <li>● 首都圏東部BU(千葉市)</li> <li>● 首都圏中央BU(板橋区)</li> <li>● 首都圏西部BU(立川市)</li> <li>● 首都圏神奈川BU(横浜市)</li> <li>● 新潟BU(新潟市)</li> <li>● 長野BU(長野市)</li> <li>● 静岡BU(静岡市)</li> <li>● 中部BU(名古屋)</li> <li>● 北陸BU(金沢市)</li> <li>● 関西BU(大阪市)</li> <li>● 四国BU(坂出市)</li> <li>● 中国BU(広島市)</li> <li>● 九州BU(福岡市)</li> <li>● 沖縄BU(那覇市)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 首都圏物流センター(埼玉県川越市)</li> <li>● 関西ロジスティクスセンター(兵庫県西宮市)</li> </ul>   |
| その他   | 関係会社   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 忍野試験農場(山梨県南都留郡忍野村)</li> <li>● エスピーハーブセンターつくば(茨城県常総市)</li> <li>● JAおきなわエスピーハーブセンター(沖縄県豊見城市)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● エスピーガーリック食品 高田工場(新潟県上越市)</li> <li>● エスピースパイス工業 埼玉工場(埼玉県北葛飾郡松伏町)</li> <li>● ヒガシヤデリカ 東松山工場(埼玉県東松山市)</li> <li>● ヒガシヤデリカ 北関東工場(群馬県太田市)</li> <li>● 大伸 川島工場(埼玉県比企郡川島町)</li> <li>● 大伸 新座工場(埼玉県新座市)</li> <li>● エスピーサンキョーフーズ(静岡県焼津市)</li> <li>● 大連愛思必食品(中国大連)</li> </ul> |

## 編集後記

巻頭の編集方針の通り、本年度よりタイトルを「エスピー食品レポート」と刷新いたしました。従来の「社会・環境報告書」に、会社案内の要素も付加し、当社事業活動の総合案内冊子とすることで、一人でも多くの皆様に当社を知り、身近に感じ、ご理解いただけるツールにしていきたいと思っただ次第です。構成面では事業プロセス順とすることで、一貫した流れを創り出し、よりご理解いただけるよう工夫いたしました。また、社長と社員との「座談会」を掲載し、フランクかつフラットな雰囲気から発せられる「さまざまな生の声」からも当社を感じていただければと存じます。今後におきましても引き続き、より分かりやすく、親しみやすい冊子作りにも努めてまいりますので、引き続きご支援賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



エスピー食品株式会社  
社会・環境報告書制作プロジェクト