

2017 エスビー食品 レポート 社会・環境報告書

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>



関連コンテンツは、
こちらから確認できます。



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。



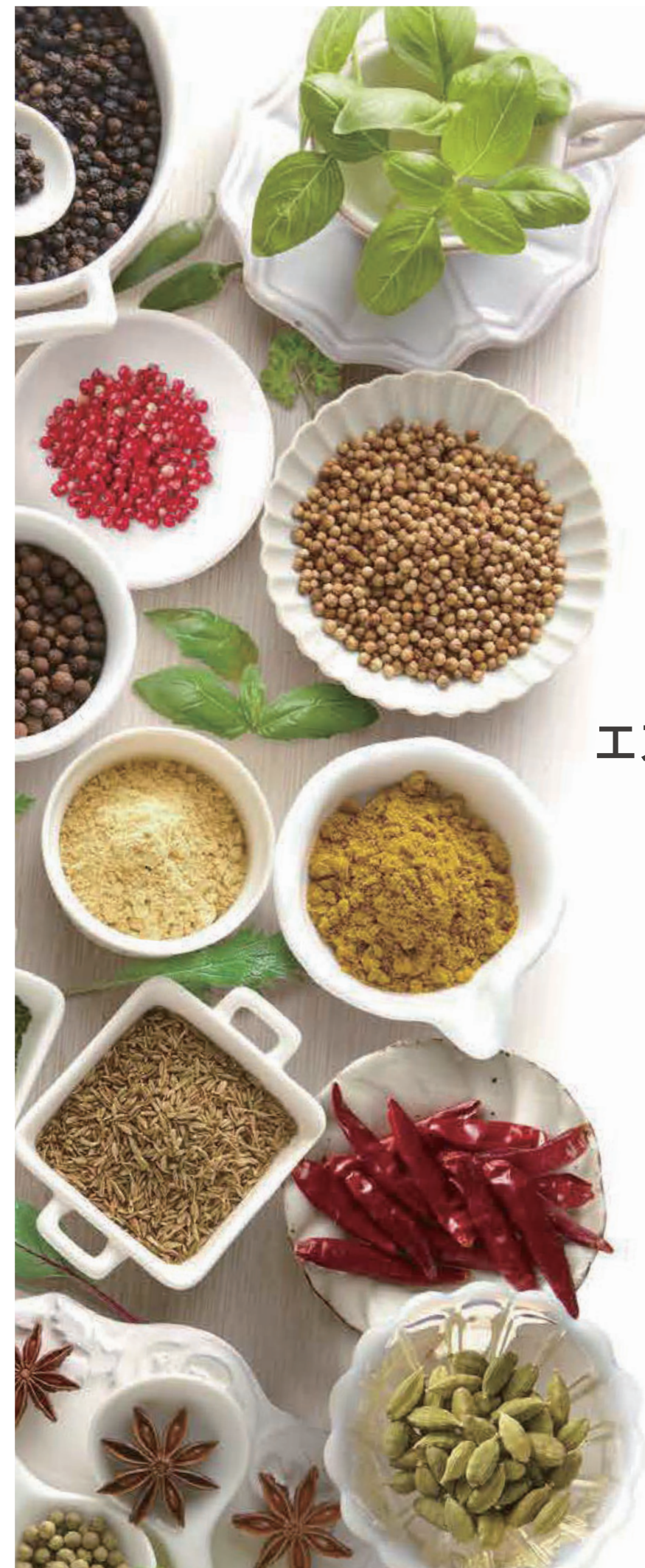
印刷には、環境に配慮した植
物油インキを使用しています。



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。



ユニバーサルデザイン(UD)の
考えに基づいた見やすいデザ
インの文字を採用しています。



理念・ビジョン

私たちエスビー食品グループは、新たな食生活や食文化の創造を通じて、広く皆様のお役に立てる企業を目指しております。



目次

理念・ビジョン	1
目次／編集方針	2
社長メッセージ	3
エスビー食品が歩んできた道	5
特集 1 フレッシュハーブ事業 30 周年	7
特集 2 すべてのお客様のために	11
特集 3 ダイバーシティ目標の設定	12
CSR の考え方	13
エスビー食品のバリューチェーン	15
エスビー食品の事業プロセス	17
商品企画・研究開発	17
原料調達	19
生産管理	23
物流	26
販売	27
コミュニケーション	29

編集方針

本レポートでは、エスビー食品グループが掲げる理念・ビジョン、および CSR 活動推進の礎であるミッションの実現に向け、事業プロセスを通して実施した 2016 年度の社会・環境問題への取り組みをご報告しています。

特集 1 では、30 周年を迎えた「S & B フレッシュハーブ事業」について、お客様からいただく嬉しいお声や、生産者の皆様と協働してきた取り組みについて掲載しています。また、特集 2 では、「アレルギーフリー」や「減塩対策サポート」など、安全・健康のために取り組んでいること、さらに特集 3 として、積極的に推進しているダイバーシティの取り組みをご紹介します。

2016 年度の取り組みについては、「エスビー食品のバリューチェーン」全体でどのように価値を生み出しているのかを、よりわかりやすくご理解いただけるよう事業プロセスごとに具体的な活動をご紹介します。

参照したガイドライン

環境報告ガイドライン（2012 年版）、GRI サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン（第 4 版）

E 環境マネジメント	31
2016 年度の実績	32
株主・投資家の皆様との関わり	33
S 地域社会との関わり	34
社員との関わり	35
G コーポレート・ガバナンス	37
コンプライアンス／リスクマネジメント	38
財務パフォーマンス	39
会社概要	40

E Environment = 環境
S Social = 社会
G Governance = ガバナンス

報告対象組織

- ◎エスビー食品株式会社（本社、八丁堀ハーブテラス、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（エスビーガーリック食品株式会社高田工場、エスビースパイス工業株式会社埼玉工場、株式会社エスビーサンキョーフーズ、株式会社大伸川島工場、株式会社ヒガシヤデリカ東松山工場・北関東工場・岩手工場）

※ P25 の水使用量データは上記に加え、営業拠点、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。

報告対象期間

2016 年 4 月～ 2017 年 3 月
（一部 2017 年度の活動を含みます）

発行時期

報告書発行：2017 年 9 月 次回発行予定：2018 年 9 月
前 回 発 行：2016 年 9 月

社長メッセージ

自然に感謝し、社会に貢献できる企業へ

「地の恵み」を事業の核とする企業として

エスビー食品グループの歴史は、1923年（大正12年）に、創業者・山崎峯次郎が国産初のカレー粉の製造に成功したことから始まりました。それから約1世紀にわたり、スパイスとハーブのパイオニアとして、コショウをはじめとするスパイスやカレー、わさび、フレッシュハーブなど、日本の食卓においしさをお届けしてまいりました。

そして、2016年には企業理念を「食卓に、自然としあわせを。」といたしました。この企業理念には3つの意味が込められていますが、その1つに「常に自然に感謝し、食卓から幸せな生活と豊かな社会づくりに貢献します。」があります。

エスビー食品グループが長年扱ってきたスパイスやハーブは、植物の実や種、葉などの天産物であり、まさに「地の恵み」です。美しく豊かな自然の恵みに感謝し、スパイスやハーブの可能性を引き出す研究や製品開発を通じて、広く社会のお役に立ちたいと考えています。

「地の恵み スパイス＆ハーブ」を事業の核とする企業として、環境への配慮はもちろんのこと、社会的課題への対応や、コーポレート・ガバナンスの強化などを重要な経営課題と考えており、今後も、持続可能な企業を目指して、これらに対する取り組みを積極的に進めてまいります。

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、社会の一員としての役割を果たすために、日々の活動の規範となる「エスビー食品行動規範」を定めています。

品質管理面においては、お客様にとって安全・安心な製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、具体的な施策に取り組んでいます。

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などを通じて、企業活動全般から生じる環境への負荷軽減とともに地域社会への貢献にも努めています。

持続的成長に向けての重要な経営戦略のひとつである「ダイバーシティ・マネジメント」については、女性の活躍推進、フレックスタイム制の導入をはじめとするワークスタイル変革など、さまざまな取り組みを進めており、今後も、在宅勤務制度の活用など、多様な人材が主体性をもって活躍できる環境の整備を積極的に推進してまいります。

コーポレート・ガバナンスについては、経営環境の変化を踏まえ、意思決定のさらなるスピードアップと取締役会の実効性を高めるための取り組みに注力するとともに、グループ全体の内部統制をより一層高めてまいります。

また、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ための情報発信にも積極的に取り組んでいます。ホームページや店頭で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を、五感を通して体験していただく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、すべ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、「地の恵み スパイス＆ハーブ」を核とした事業活動に邁進し、ブランド価値、そして企業価値のさらなる向上に努めてまいります。

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

小形 博行

エスビー食品が歩んできた道

創業者・山崎峯次郎が1923年に日本で初めて国産カレー粉の製造に成功し、エスビー食品の前身となる「日賀志屋」を創業しました。以来94年、エスビー食品は、日本の国民食として普及したカレーをはじめ、「スパイス」「ハーブ」などの海外文化を日本の独自文化に融合・創造し、日本の食文化の発展に貢献してきました。

1923年創業から94年間の歩み



1950
「赤缶カレー粉」
日本のカレー粉の
スタンダード



1959
「モナカカレー」
即席カレー粉をモナカの皮の
中に充填、全国で大ヒット。



1970
「チューブ入り香辛料」
日本初のチューブ入り
香辛料でベストセラーに。



1930
「家庭用ヒドリ印
カレー粉」



1952
「コショウ」
日本人の繊細な嗜好を考え、独自に
黒コショウと白コショウをブレンド。



1966
「ゴールデンカレー」
香り高い本格カレーの誕生



1983
「カレーの王子さま」

1923 1950 1975



1931
ヒドリ印に「太陽=SUN」と
「鳥=BIRD」の頭文字
「S&B」を併記し商標。



1960
「ガーリックパウダー」を発売、
ガーリックカーキャンペーンも展開し話題に。



1954
「エスビーカレー」
本格的な固形即席カレー、「エスビーカレー」を発売。
エスビーキッチンカーによる移動料理教室を開始。
香辛料の正しい調理方法の実演によって普及啓発に努める。



1923
山崎峯次郎
山崎峯次郎が我が国初めての国産カレー粉の製造に成功、
浅草七軒町にエスビー食品の前身「日賀志屋」を創業。



1949
社名を
「エスビー食品株式会社」
に変更。



1987
「本生シリーズ」



2001
「とろけるカレー」



2006
「SPICE&HERBシリーズ」
機能とデザインが高く評価され、
グッドデザイン賞を受賞。



2010
「S&Bシーズニング」



2012
「本生きざみわさび」



1990
「カレー曜日」



2003
「スマートスパイス」



2010
「ぶっかけ!おかずラー油」



2011
「濃いシチュー」

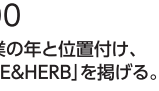
2000



1987
「フレッシュハーブ」販売開始、
“摘みたてのおいしさ”を提供。



2003
コーポレートシンボルを
定める。



2000
新創業の年と位置付け、
「SPICE&HERB」を掲げる。



2009
山崎香辛料振興財団主催の
第1回「スパイス&ハーブ検定」が
実施される。



2015
事業所内保育園
「バジリック保育園」を開設。



1984
第1回「S&B杯ちびっ子健康
マラソン大会」を高知で開催。
現在も毎年全国約50カ所で行
っています。



1993
「忍野試験農場」開設。
各種ハーブやわさびの基礎研究の
拠点に。



2007
新たなコミュニケーションスタイル
「Waプロジェクト」始動。



2011
「ミールソリューション
仕器」でお客様満足
向上へ。

30th
Anniversary

S&Bフレッシュハーブは30周年

エスビー食品では、2017年5月におかげさまでフレッシュハーブ事業30周年を迎えることができました。当初は5品目だったハーブも今では60品目を超え、一年を通じて新鮮なハーブを楽しんでいただけるよう、北海道から沖縄まで多くの生産者の皆様と連携し、安定的にお客様に供給できる体制を整えています。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の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、これからも全国のお客様の食卓へ“摘みたてのおいしさ”をお届けしていきます。



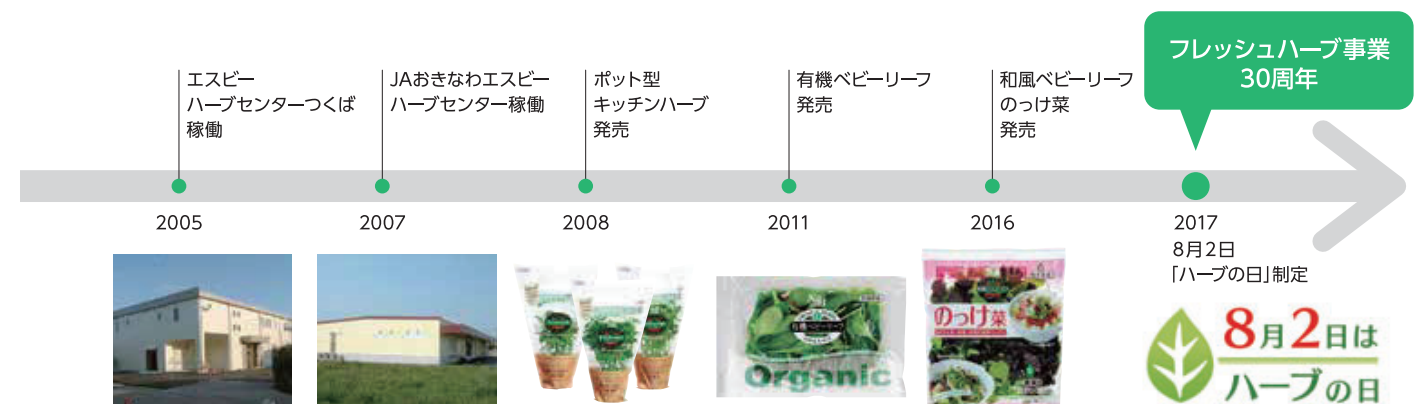
エスビーハーブセンターつくば「スイートバジル」の栽培風景

事業の取り組み

フレッシュハーブ事業を始めた1980年代は、フランス料理ブームにはじまり日本人の食のニーズが多様化、一般家庭にもハーブ文化が浸透していく中で、生のハーブはほとんどお店で売られていませんでした。

エスビー食品では、既に香辛料のシェアを広げていましたが、フレッシュハーブの取り扱いがなく、日本の食卓にも生ならではのハーブの香りを届けるために、フレッシュハーブ事業の取り組みを開始しました。

フレッシュハーブのあゆみ



新鮮さへのこだわり ベビーリーフ「一番摘み」

フレッシュハーブの中でも、ベビーリーフは常に摘みたてのおいしさを楽しんでいただけるよう、初めに摘みとった新芽だけをパックしています。新鮮さへのこだわりに対し、お客様からの嬉しい声も届いています。

ベビーリーフの栽培



お客様からの嬉しい声

ベビーリーフという商品がありますよね。販売している会社を見るとエスビーと書いてあってびっくりしました。カレーのエスビーですよ。エスビーは野菜も販売しているんですね。我が家では朝と晩、これを2袋食べています。家族もみんな気に入っていますよ。新芽の新鮮なものばかりで、野菜を刻むより楽ですね。すごくおいしいです。長く続けてくださいね。



生産者との取り組み

一年を通じてお客様に良質なフレッシュハーブを楽しんでいただけるよう、全国の契約産地の協力のもと、安定的に供給できる体制を整えています。

全国生産者会議

エスビー食品では、良質なフレッシュハーブを安定的に生産するために、全国から生産者の皆様にお集まりいただき、栽培技術や病害虫対策、各ハーブの市場動向、お客様のニーズなどを知るための勉強会を行っています。普段はあまり交流を持つ機会のない生産者の皆様ですが、このような場を設けることで、改めてお客様により安全・安心なフレッシュハーブをお届けするという想いを共有し、取り組んでいただいています。



生産者同士のほ場見学

各産地で栽培状況や気象条件が異なる中、エスビー食品では、品質の揃ったフレッシュハーブをお届けするために、製品に対する一定の規格を設けています。生産者の皆様はそれぞれ独自の栽培テクニックを持っていますが、日々の作業では気に留めていなかったことでも、自分のほ場と比較することで「気付き」を促します。生産者同士で情報交換を行うことで、品質の高いフレッシュハーブ作りに役立てています。



生産者とのコミュニケーション

エスビー食品では、生産者の皆様に単に栽培を委託するのではなく、北海道から沖縄まで全国の契約産地に担当者が付き、栽培から出荷までのフォローを行っています。作物は「生き物」であるため、細やかな管理が必要であり、長期間放っておくこともできません。長年農業を営み、知識・経験豊富な方が多く、担当者が教えていただくことも多いのですが、エスビー食品が持っている技術や情報を伝え、生産者の皆様が栽培に集中できるよう協力しています。



すべてのお客様のために

アレルギーフリー 日本初のお子さま向けカレー

お子さまの安全・安心、健康というコンセプトを原点に、1983年に「カレーの王子さま」が誕生しました。以来、1985年に栄養バランスに配慮したお子さま向けレトルトカレー「カレーの王子さま レトルト」、1999年にはアレルギーに配慮した日本初・お子さま向けカレー「カレーの王子さま 顆粒タイプ」を発売してきました。商品のパッケージではピクトグラム表示を行うことで、お客様に特別な管理を実施しているアレルギーをわかりやすく一覧にしています。

これからもお客様の食卓に安全・安心でおいしい商品をお届けし、お子さまの明るい未来を応援するため、お客様の声に真摯に耳を傾け、誠実さをもって、アレルギーで困っている方にも、そうでない方にも、すべての方に喜んでいただけるよう努力していきます。

食物アレルギーについての取り組み ▶ http://www.sbfoods.co.jp/customer/allergy_products_inquiry.html



減塩対策サポート

1日当たりの食塩摂取量※1

成人男性	成人女性
平均 11.0 g	平均 9.2 g
目標※2 8.0 g未満	目標※2 7.0 g未満

S & B 目標値

今回の減塩料理で目指した目標食塩摂取量は、主菜塩分1.5g以下、副菜塩分0.8g以下。

1日の食塩摂取量が、男女ともに目標値を上回っている日本。塩分をおさえて、その分スパイスやハーブの香りなどで、おいしくて、しかも体にうれしい料理はできないのかという思いで管理栄養士の弥富（いよどみ）秀江先生と一緒においしい減塩料理にチャレンジしました。



香りとスパイスができること PROJECT 減塩料理おいしくしたい! の詳細 ▶ <https://www.sbfoods.co.jp/aroma-spice/index.html>

※1 厚生労働省調べ 国民健康・栄養調査結果の概要 平成27年度より ※2 日本人の食事摂取基準(2015年版)より

ダイバーシティ目標の設定

S & B ポジティブアクション

女性役員の
早期任用

5年以内
(2019年度までの任用)

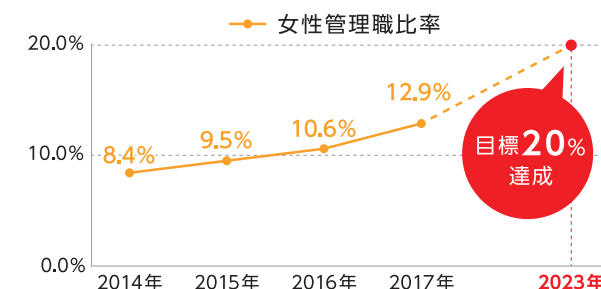
女性管理職比率
(2014年12月制定時 8.4%)

2020年 15%
2023年 20%

新卒採用
女性比率

40%以上
を継続

エスビー食品では、多様な人材の採用や育成、登用を積極的に進めることで企業活動に多様な視点を取り入れ、イノベーションを生み出すことのできる組織を目指しています。その一環として、2014年12月に「S & B ポジティブアクション」を制定し、女性の採用や管理職登用における具体的な数値目標を定めて取り組みを進めています。



2017年4月現在

女性役員…1人任用 女性管理職比率…12.9% 2017年度新卒採用女性比率…42.9%

社外からの評価

女性活躍推進 ～『えるぼし認定』取得～

2016年4月施行の女性活躍推進法に基づき、女性活躍推進に関する2カ年(2016年4月1日～2018年3月31日)の行動計画を策定し、女性社員の構成比拡大や、積極的な登用、また多様な働き方を可能にする環境・風土づくりなどに取り組んでいます。2016年9月には、女性活躍推進への取り組み状況が優良な事業主として、厚生労働大臣による認定『えるぼし認定(2つ星)』を受けました。

両立支援(育児) ～『くるみん認定』取得～

次世代育成支援対策推進法に基づき、従業員の子育て支援に関する行動計画を策定し、その目標に対する実績が認められた企業に、「子育てサポート企業」認定の「証」として、「くるみん」マークが交付されます。エスビー食品は、2012年4月～2014年3月までの第1期、2014年4月～2016年3月までの第2期の取り組みが評価され、「くるみん認定」を2回受けました。

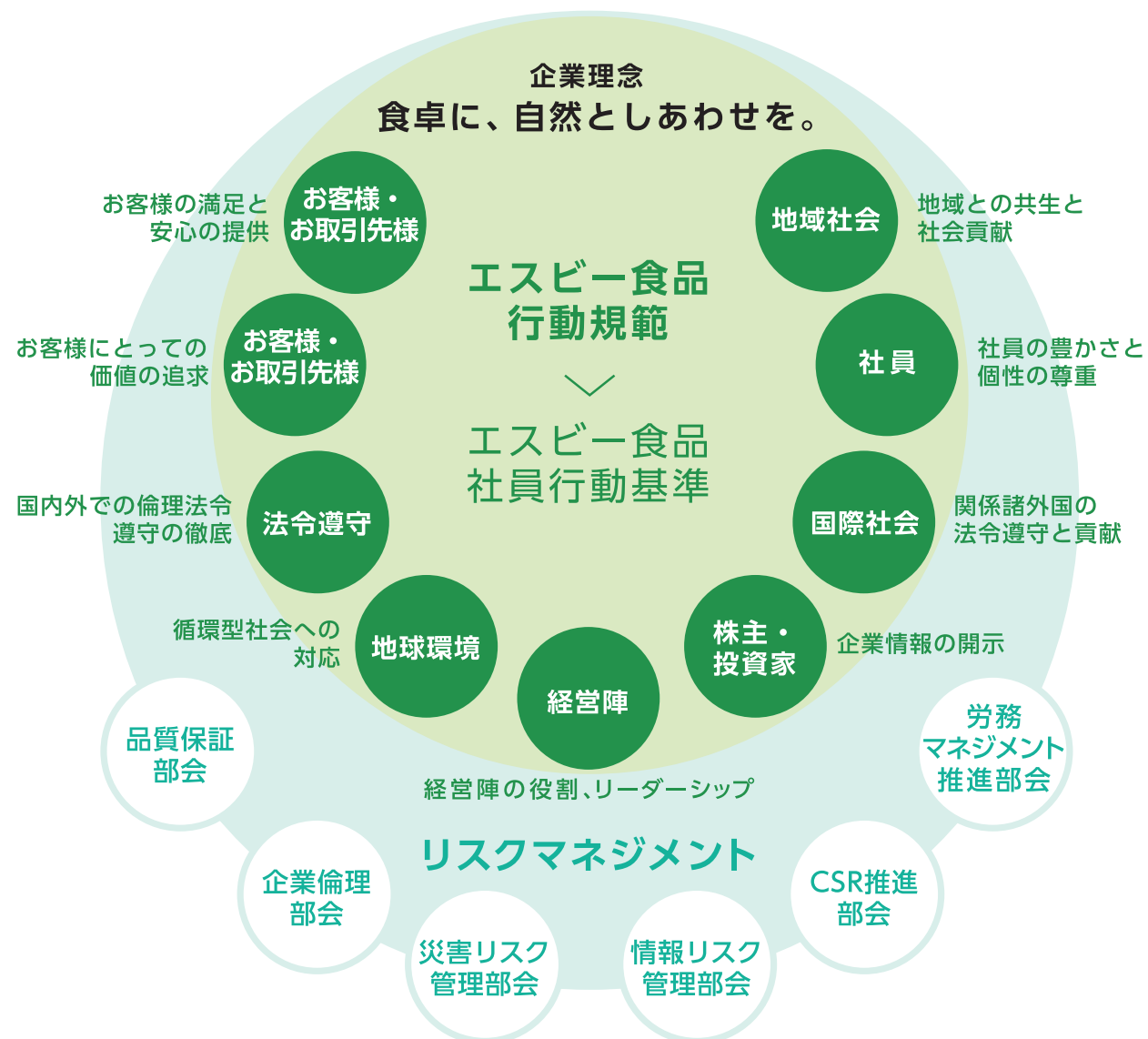
両立支援(介護) ～『トモニンマーク』取得～

エスビー食品では、仕事と介護を両立しながら働き続けられるよう、両立支援制度を利用しやすい職場環境の整備に継続的に取り組んでいます。厚生労働省より「仕事と介護を両立できる職場環境」の整備促進のためのシンボルマーク(愛称:トモニン)を取得しています。



CSRの考え方

エスビー食品では、理念とビジョンの実現に向けて、私達が社会の一員としての役割を果たすために共有すべき判断基準や価値観として、9項目からなる「エスビー食品行動規範」を定めています。この行動規範に則り、私達が実践すべき具体的行動基準として、「エスビー食品社員行動基準」を定めています。



経営と一体となったCSR活動を推進するため、品質保証部会、企業倫理部会、災害リスク管理部会、情報リスク管理部会、CSR推進部会、労務マネジメント推進部会という部門横断型組織を構成し、エスビー食品グループの事業活動にともなうリスクに対して、管理を徹底しています。また、私達が直面している社会的課題の解決に向けた活動についても、ステークホルダーとのコミュニケーションや活動も踏まえながら、積極的に取り組んでいます。

エスビー食品ミッションについて

エスビー食品は、「食卓に、自然としあわせを。」という企業理念のもと、「エスビー食品社員行動基準」に基づいた事業活動を実践しています。そして、環境負荷低減やダイバーシティなどさまざまな社会的課題の解決をエスビー食品グループにとっての経営上の重要な課題として捉え、それらに関わるすべてのステークホルダーの皆様の信頼が得られるように、コーポレート・ガバナンス体制を強化しています。

これまで、お客様、お取引先様、地域社会を含むステークホルダーの皆様とは、さまざまな形でコミュニケーションを実施してきています。例えば、お客様から直接いただくお声にお応えすることや、スパイスやハーブについて知っていただくイベントの開催、生産農家の方々との勉強会の実施、「S&B 杯 ちびっ子健康マラソン大会」の実施などです。このような多くの対話や活動を通してステークホルダーの皆様のニーズや期待を把握し、皆様の思いにお応えできるよう、事業活動に日々取り組んでいます。

エスビー食品では、これまでの実績やステークホルダーの皆様のニーズや期待を踏まえ、6つのミッションを設定し、社会・環境活動の改善に取り組んでいます。

エスビー食品ミッション	
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、廃棄物など最終処分量の低減、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。
グループ全体の社会・環境マネジメント強化	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みます。
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、安全性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、お客様が満足と安心を得られるよう努めます。
地域交流・国際交流の推進	地域社会と密接な連携、協調を図るなど、社会の一員として社会貢献活動に積極的に取り組みます。
ダイバーシティの推進	企業活動に多様な視点を取り入れることを通じ、お客様のご要望に広く深くお応えできるよう、多様な人財が主体性をもって活躍できる環境整備に積極的に取り組みます。

エスビー食品グループを取り巻くさまざまなステークホルダーの皆様との関わりにおいて、常に理念・ビジョン、行動規範に基づいて行動し、信頼関係を構築することによって持続可能な企業であり続けたいと考えています。

エスビー食品のバリューチェーン

各事業プロセスにおいて、社員一人ひとりが自らの役割に責任を持ち、さまざまなステークホルダーの皆様と連携しながら、エスビー食品グループならではの価値を創り出しています。

エスビー食品グループは、純カレーを原点として、創業以来、約1世紀にわたって、スパイスやハーブの調達から品質管理、調査、製造などの技術を磨いてきました。そして、その技術をもとに、即席ルウ、香辛調味料、インスタント食品、フレッシュハーブなどに事業領域を拡大してきました。

これからは、おいしさだけでなく、スパイスやハーブが持つさまざまな可能性を追求し、お客様の健やかな暮らしに役立つ製品を通じて、社会に貢献したいと考えています。そのために、エスビー食品グループの強みをさらに伸ばすとともに、新しい事業領域の開拓にも積極的にチャレンジし、さらなる企業価値の向上に努めていきます。

そして、この考えのもと、2017年度から2019年度までの3年間で計画期間とする中期経営計画の基本方針と重点施策を、以下の通り定めています。

中期経営計画の基本方針

「地の恵み スパイス＆ハーブ」の可能性を追求し、コアコンピタンスの進化を図る。

重点施策

- ・スパイスとハーブに関する事業をさらに強化し、売上高と利益を拡大させる。
- ・お客様のニーズに合った製品や将来の柱となる製品の開発・生産・販売を進めるための体制を強化する。
- ・新しい事業領域の開拓に積極的にチャレンジし、成長分野への投資を行う。
- ・製造部門における生産性を高めるとともに、原価低減と全社的な経費管理の徹底を引き続き進める。

一連のバリューチェーンにおけるそれぞれのプロセスでは、お客様視点の研究開発や製品開発、マーケティング活動の強化、生産性向上などに日々取り組み、これらの活動を通じて、お客様はもとより、株主、お取引先様、地域社会、そして従業員を含めたすべ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いきます。

エスビー食品のステークホルダー



エスビー食品のステークホルダー



商品企画・研究開発

安全・安心な商品作りを追求するのはもちろんのこと、スパイスとハーブを核とした暮らしに役立つ商品の企画・開発やさまざまな視点でのリスク分析を行っています。また、外部研究機関と連携しながら、香辛料独自の可能性を活かすための研究活動にも取り組んでいます。

原料調達

香辛料の調達においては、「オーガニックスパイス」シリーズを通じた自然環境保全やフェアトレードを通じ地域社会への貢献にも取り組んでいます。また、フレッシュハーブについては日本全国に契約産地を広げ、新鮮なハーブを安定的に出荷できる体制を構築しています。

生産管理

独自の品質保証システムの構築や生産履歴に関する情報システムの充実、生産工場での作業効率の向上など、品質管理の強化に努めています。また、タイムリーな商品供給や在庫最適化の取り組みにも力を入れています。

物流

工場からお客様まで商品を安全にお届けするため、安全な職場環境の整備や商品トレーサビリティシステムの強化を進めています。また、物流事業者様との連携により、モーダルシフトの推進など環境負荷の低減に向けて積極的に取り組んでいます。

販売

商品や原材料に関する豊富な知識をもとに、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ています。小売店や外食チェーン、海外ユーザーなどのお得意先様と密なコミュニケーションを積極的に取ることで、ともに成長することを目指しています。

コミュニケーション

お客様相談センターでは、お客様からいただいた声を社内でも共有し、商品の改良・改善や商品開発に役立てています。また、「スパイス＆ハーブマスター」制度や社内検定制度を通じ、スパイスとハーブの魅力について、積極的に情報発信を行っています。

| エスビー食品の事業プロセス

商品企画・研究開発

お客様に心から満足していただける商品を作るため、お客様視点で考え、さらにさまざまな視点でリスク分析を行うことで、安全・安心で価値のある商品を追求しています。

より良い商品を生み出す商品企画

商品のコンセプト作りから商品が実際に店頭で並ぶまで、あらゆるプロセスに携わるのが商品企画部門です。商品カテゴリーごとに担当者が分かれていて、お客様のニーズや声に応えられるよう、市場の変化やトレンドに常にアンテナを張り、各種の調査・分析結果などをもとに商品のコンセプト作りを行っています。実際の商品化においては、商品開発部門と試作を繰り返して味や商品仕様を決定し、デザインやプロモーションについて関係部門と検討しています。

お客様視点に立った商品作り

商品企画部門は、お客様が求める価値ある商品の提供を目指して、より良い商品の開発に取り組んでいます。「使いやすさ」「表示のわかりやすさ」など、お客様の視点に立って最終的な仕様を決定しています。お客様ニーズを知るために社内外におけるモニター調査の活用やお客様相談センターとの連携も日々重ねています。また、より良い原料・資材の情報をお取引先様から収集することで、商品発売後も商品の改善・改良、リフレッシュの検討を続けています。



安全・安心な商品の研究開発

安全・安心な商品を生み出していくのが商品開発部門の役割です。調査・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、仕事内容は多岐にわたります。生産ラインおよび原料調達先の安全性確認は、品質保証室が主体になり、生産工場への立ち入り検査による現場環境、管理体制の徹底した調査と改善提案を行い、事故などの未然防止に努めています。また、総合的な安全性を確保するために関連する部門で横断的に「品質保証部会」を組織し、監視チェックと安全性への意識をより高める活動を行っています。

商品開発業務における環境配慮

新商品の企画・研究開発段階や、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を図るため、商品開発部門では、3R(リユース、リデュース、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。商品カテゴリーごとに担当者を

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。2016年度は即席ルウ商品の一部において、カートン容器を約13%軽量化し、年間約26tの包装資材を削減しました。また、レトルトパウチ商品の一部において、パウチ容器を約2~13%薄肉化し、年間約13tの包装資材を削減しました。

外部機関との連携

中央研究所・商品開発部門では、さまざまな企業や学術機関と共同研究・開発を行うことによって、迅速に商品を実現化するとともに、お客様への新たな価値の創出につなげています。2015年度から愛媛大学・石川県立大学との共同研究を行い、コリアンダーシードの保健機能の一つ、免疫賦活活性※の解明を行いました。この研究成果は、特許出願をし、国際学会でも研究発表を行いました。

研究開発情報 ▶ <https://www.sbf foods.co.jp/company/corp/rd/index.html>

※ 免疫賦活活性：体の免疫を活性化すること。人の体が病気の原因になる細菌やウイルスに接触した際、それに対抗する機能(自然免疫)を活性化させ、抵抗力を増強します。

｜エスビー食品の事業プロセス

原料調達

おいしく、安心して召し上がっていただける商品を作り続けるために、原料調達の段階から社会や産地の自然環境に配慮する取り組みを行っています。

「地の恵み」スパイスとハーブ

スパイスとハーブは、まさに自然と大地の恵み、農作物ですので、世界各国に広がる産地の気候や自然環境に密接に関係しています。安定的に高品質なスパイスやハーブを調達するためには、産地での生態系や持続可能な栽培サイクルの維持にも気を配ることが不可欠です。お客様においしく、安心して召し上がっていただける商品をお届けするため、調達部門を中心に国内外の産地に足を運び、栽培の様子や作柄に関する情報収集を行っています。蓄積されたノウハウとさまざまな情報網を駆使し、新たな調達先の開拓や、安全管理の徹底などさまざまな取り組みを行っています。

購買基本方針

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材料を調達しています。安全・安心が確保された原料、資材、製品の購買を継続して行う上では、お取引先様との協働およびルールに基づいた信頼関係の構築が必要不可欠と考えています。
購買基本方針 ▶ <https://www.sbfoods.co.jp/company/corp/purchase/index.html>

安全・安心の取り組み

エスビー食品では、使用するすべての原材料について原料基本情報の収集を行い、残留農薬分析や微生物試験などさまざまな検査を通じて、安全性の確認を行っています。

また、スパイスやハーブの品質を左右する大切な指標である香りや辛みを分析し、産地や収穫時期による変化を評価し品質管理に役立てています。

安全安心の取り組み ▶ <http://www.sbfoods.co.jp/company/corp/safety/index.html>

原料情報の一元化

お取引先様からの情報収集により得られた使用原料の産地情報、添加物情報、アレルギー情報、遺伝子組換え情報、残留農薬情報などをデータベース化し、変更に応じて追加、更新を行っています。これらの情報の社内での閲覧体制を整備し、安全・安心な生産体制の構築につなげています。

ベトナムのわさび農園での取り組み

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。

※1 庇陰樹（ひいんじゅ）：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

JAおきなわエスビーハーブセンター

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、近隣の生産者より集荷したフレッシュハーブを選別、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。

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。忍野試験農場で得られた成果を産地栽培に応用することにより、質の高い原料の安定供給を可能にしています。ベトナムのわさび栽培においても、忍野試験農場で採種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、栽培から加工までを一貫して管理することが可能となっています。

安定供給への取り組み

エスビー食品では、世界的な気候変動や需給バランス、作柄、国際相場などさまざまな調達リスクや市場の変化に素早く対応できるよう、原料により産地を分散化し安定的に調達できるよう努めています。

また、フレッシュハーブの栽培については、全国に産地を広げ新鮮なハーブを安定的に出荷できる体制を構築するとともに、厳しい栽培基準である独自の GAP※2 システムを導入し、安全・安心なフレッシュハーブ作りを実践しています。

※2 GAP：Good Agricultural Practice の略

エスビ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、併設するほ場の管理とともに、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、原料受け入れの機能を担う中核センターです。また、エスビー食品独自の生産システムの開発や品質管理体制の構築と合わせ、生産者および技術者の育成・研修、商品開発ならびに実験ほ場としての機能も担っています。



エスビーハーブセンターつくば

エスビーハーブセンターつくば ハーブ生産責任者 坂入 伸子さん

エスビーハーブセンターつくばでは、ほ場で収穫したフレッシュハーブを検品し、一つひとつ丁寧にパッキングしています。お客様のニーズに合わせて、たくさんの品種・形態の製品を扱っているので、管理が非常に大変ですが、私達が生産したフレッシュハーブがお客様の手元に届き、食卓に彩りをもたらしていること、喜ばれていることにやりがいを感じます。いつでもフレッシュな香りをお届けするため、ほとんど一年を通して稼働しています。ハーブの良い香りに囲まれ、お客様の笑顔を想像しながら、これからも良質な製品をお届けしていきます。

エスビー食品とオーガニックスパイス



オーガニックスパイスに込めたこだわり

自然との調和と多様な生物との共生を重視する有機栽培は、化学肥料や農薬に頼らない生産地への環境負荷の少ない農法です。有機栽培に信念を持ち、産地の環境保全と自然との共生を目指した農業を実践している生産者との継続した取り組みは、エスビー食品のこだわりでもあります。2005年に「有機スパイス」シリーズを発売し、12年目を迎えた今年、新た

に有機フェアトレード認証を取得した3品を追加し、全65品をラインナップした「オーガニックスパイス」シリーズとしてリニューアルしました。

また、「オーガニックスパイス」の売り上げの一部をWWFジャパン(公益財団法人世界自然保護基金ジャパン)に寄付しています。

オーガニックとは？

国際的に有機(オーガニック)農業の推進活動を行っているIFOAM(国際有機農業運動連盟)は、有機農業の原則として以下の4つを掲げています。

健康の原理	有機農業は、土・植物・動物・人・そして地球の健康を個々別々に分けては考えられないものと認識し、これを維持し、助長すべきである。
生態的原理	有機農業は、生態系とその循環に基づくものであり、それらと共に働き、学び合い、それらの維持を助けるものであるべきである。
公正の原理	有機農業は、共有環境と生存の機会に関して、公正さを確かなものとする相互関係を構築すべきである。
配慮の原理	有機農業は、現世代と次世代の健康・幸福・環境を守るため、予防的かつ責任ある方法で管理されるべきである。

フェアトレードの取り組み

エスビー食品は、あらゆるお取引先様と持続可能な信頼関係を構築する上で、環境や人権への配慮が不可欠と考えています。「有機スパイス」シリーズに2009年からフェアトレード認証を取り入れ、産地の生態系と生産者をサポートする取り組みを続けてきました。エスビー食品のフェアトレードの取り組みについてご紹介します。

フェアトレードとは？

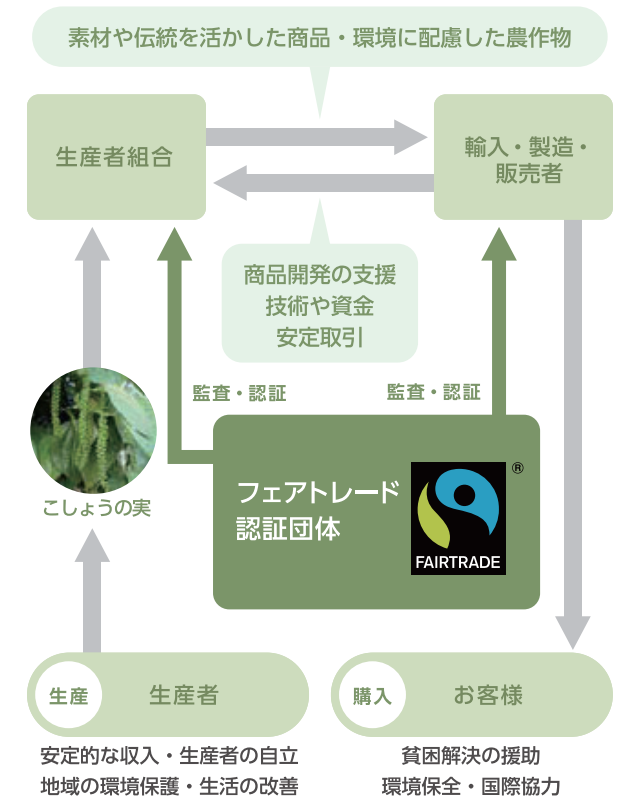
開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易の仕組み」です。

生産者へのメリット

- ・最低買取価格(市場相場より高い)が保証されている。
- ・小規模農家でも生産者組合に所属でき、組合員は奨励金により学校教材や農具の資金を得られる。
- ・さまざまな作物栽培が推奨され、農家の収入の安定化につながる。
- ・生産者は農業指導を受けることができ、技術と品質の向上につながる。

持続可能な農業のために

雑木林のような森にこしょう、ナツメグ、クローブ、カルダモンなど、多種多様な植物を栽培し、生態系のバランスが保たれ、害虫や病原菌が大量発生しない仕組みによって有機栽培が可能になっている。また、降雨による土砂の浸食を防ぐため、斜面にある栽培圃場に溝を掘って土砂の流出を防いでいる。



| エスビー食品の事業プロセス

生産管理

管理体制の整備・拡充を進め、独自の品質保証システム (SQS) を構築することで、安全・安心な商品作りと生産体制の効率化に活用しています。

広がる品質保証システム

安全・安心で高品質な商品をお届けするために、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として、HACCP※1の理論および品質マネジメントシステム (ISO 9001)※2や食品安全マネジメントシステム (ISO 22000)※3などを複合的に取り入れています。また、安全・安心で高品質な商品をお届けするため、各部門が連携して取り組むS & B品質保証システム (SQS: S & B total Quality assurance System) を構築し、商品やサービスの品質を高めていきます。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、多くの商品にもその概念や手法を導入しています。

※1 HACCP: 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。

※2 ISO 9001: 製造の品質に対する顧客・消費者の信頼を高め、品質の向上と継続的な業務改善の推進によって顧客・消費者の満足度を高めることを目指した品質マネジメントシステムの国際認証規格です。

※3 ISO 22000: 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認証規格です。また、このISO 22000と、一般衛生管理を強化させたISO/TS 22002-1を統合したものが、国際食品安全イニシアチブ (GFSI) の認可した認証規格のFSSC 22000です。

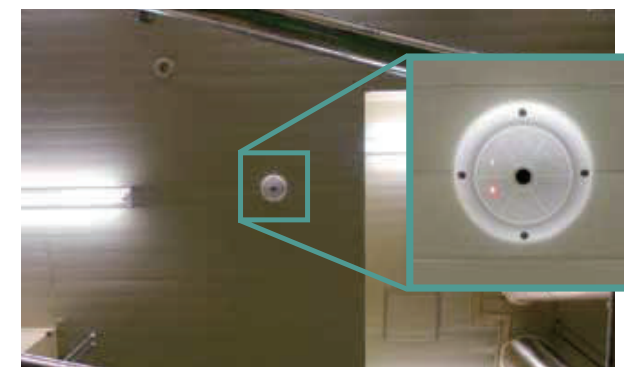
徹底した「製品検査」

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。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※4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、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に、内容物などがシール部分に挟まる現象などを検知するシステムです。

異物混入防止への対策

社会的な食の安全・安心への関心の高まりから、意図的な異物混入などに対する対策について、生産工場や物流現場において強化を進めています。生産部門では、生産ラインのモニタリングカメラの設置、ラインへのアクセス制限、原料資材の識別管理の徹底に取り組んでいます。また、物流部門についても、作業場所にカメラを設置し、異物混入防止の徹底を図っています。

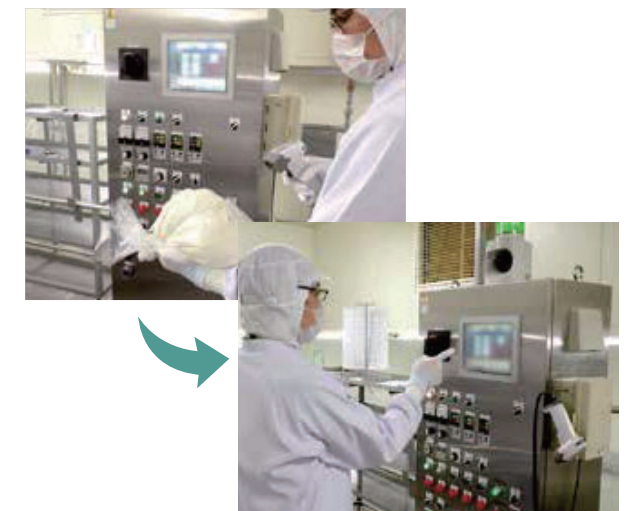


生産工場の天井に設置したモニタリングカメラ

製造実行システムの導入

製造実行システム※5を活用することにより人為的なミスをなくし、お客様へ安全・安心な商品をお届けできるよう製造現場での管理徹底を行っています。

※5 製造実行システム: 原料受入時から二次元バーコードで識別管理し、計量・調合・製造時にコードを読み取ることで、使用する原料や製造手順に間違いがないことを確認するシステム



使用原料・手順が正しいことを画面上で確認

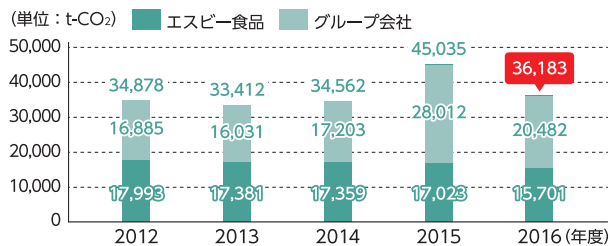
生産履歴に関する情報管理

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、タイムリーな商品供給や在庫適正化、商品トレースを可能にする「Safety & weB」システムを構築し、開発・生産体制の効率化と安全・安心な商品作りに活用しています。

工場・生産工程における環境効率の向上

エネルギー使用量の削減

エスビー食品グループは、企業活動によるCO₂排出量を削減するため、工場など各事業所の照明をLED化・人感センサー化するなどの対策を進めてきたほか、空調や冷凍・冷蔵機の計画的な更新を順次行い、省エネルギー化を進めています。2016年度は、老朽化設備のオーバーホールや更新により、エネルギー消費の削減に努めたほか、生産品目群の見直しや生産工場の再編を推し進めた結果、前年度比でCO₂排出量が約20% (8,852 t-CO₂) 削減でき、原単位ベースについてもエネルギー使用量、CO₂排出量ともに約21%減少しました。

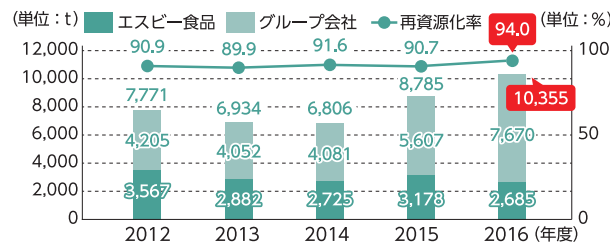
CO₂ 排出量の推移

廃棄物処理・リサイクルへの推進

2016年度の廃棄物など総排出量※1は2015年度比で約18%増加しましたが、再資源化率※2は94%と、高い水準を保っています。エスビー食品グループの全14事業所のすべてにおいて、ゼロエミッション※3を達成しました。

※1 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）。
 ※2 再資源化率：廃棄物等総排出量のうち、再使用、再生利用および熱回収量（サマールリサイクル）の占める比率です。
 ※3 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

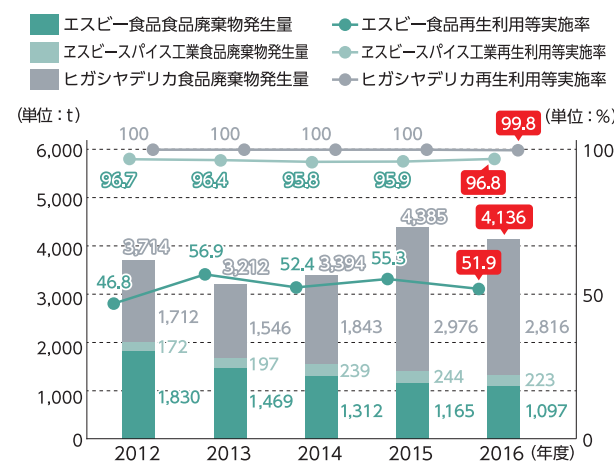


食品リサイクル法への対応

食品リサイクル法に対応し、食品廃棄物の再生利用など実施率を年平均1ポイントずつ改善することを目指しています。2016年度の再生利用実施率は、エスビー食品では51.9%※4になりました。エスビースパイス工業では96.8%と改善し、ヒガシヤデリカでは99.8%になり、それぞれ食品製造業としての目標である95%を達成しています。また、ヒガシヤデリカにおいては、2015年度より岩手工場稼働開始のため、食品廃棄物量が増加しています。

※4 2016年度から、再生利用などの実施率の集計方法を改めました。

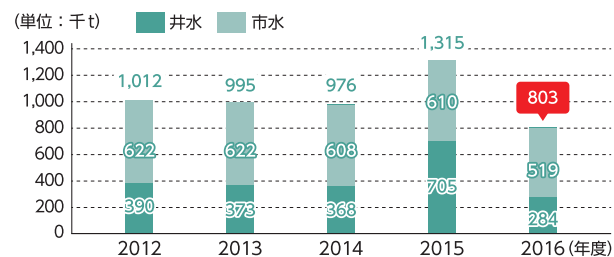
食品廃棄物の再生利用等実施率の推移



水使用量の削減

エスビー食品グループとして、生産品目群の整理や工場の再編を進め、2016年度も継続して製造工程の見直しや設備投資などを行ってきました。その結果、2016年度の水使用量は、前年度比で39%の削減ができました。

水使用量の推移



エスビー食品の事業プロセス

物流

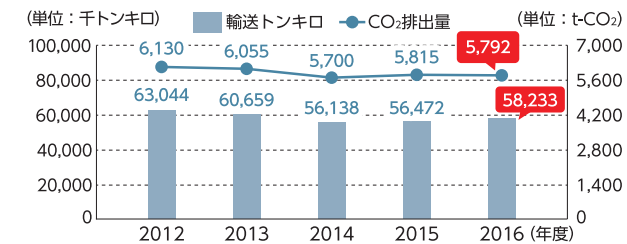
工場からお客様のもとへ商品を安全にお届けするため、職場環境整備や商品トレーサビリティの充実を図るとともに、物流委託先との連携により環境負荷の低減にも取り組んでいます。

物流における環境負荷低減に向けた取り組み

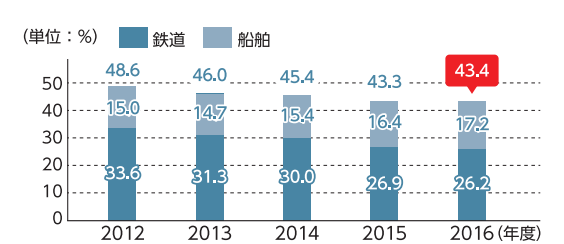
地球温暖化防止に向け、物流におけるCO₂排出削減に取り組み、環境負荷の低いモーダルシフトの推進、輸配送車両の積載効率の向上などの取り組みを進めています。2016年度は、輸送トンキロ※1で2015年度比3.0%増に対して、CO₂排出量は0.4%の削減になりました。幹線輸送におけるモーダルシフト率※2は、販売商品と販売エリアの構成の変化から海上輸送の構成比が相対的に高まったため、0.1%向上しました。ドライバー不足など物流を取り巻く環境は厳しさを増しますが、物流効率のさらなる向上と環境負荷低減に努めます。

※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。

CO₂ 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



労働安全衛生マネジメント

首都圏物流センターでは、2015年6月にOHSAS 18001の認証を取得しました。基本理念として「仕事に関わるすべての人の安全と健康が、企業活動の最重要課題の一つであると捉え、全員が生き活きと働くことのできる、より良い職場環境の実現を目指す」を掲げ、より安全で健康的な職場環境づくりを体系的に構築・運用しています。

本年は、新たに労働安全衛生目標として「全員参加で安全衛生活動を推進する」を掲げ、構内の事故防止と災害発生時の被害極小化に取り組んでいます。

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ています。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っています。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、倉庫内での保管環境、およびトラックへの積み込み時には特に留意した作業運用をしています。また、専用のシステムにて保管する商品の検品や入出荷の情報管理を行い、商品ごとに日付ロット単位での出荷履歴の確認・追跡が可能になっています。



東京ロジファクトリー株式会社 エスビー川越事業所 菅野 忠夫さん

TSTグループ東京ロジファクトリーは、基本理念「誠実」と「信頼」を掲げ、エスビー食品様の物流を担っています。当物流センター内では、OHSAS 18001の認証を受け、より安全で健康的な職場環境づくりを行っています。また、ISO 9001に基づく安定した品質の良い業務を行うだけでなく、環境に配慮した物流にも取り組んでいます。エスビー食品様との毎月の物流定例会では、安全と品質ならびに生産性を考慮した取り組みについて話し合い、従業員一丸となって取り組んでいます。これから効率的な物流手段を積極的に提案し、エスビー食品様とともに取り組んでいきたいと考えています。

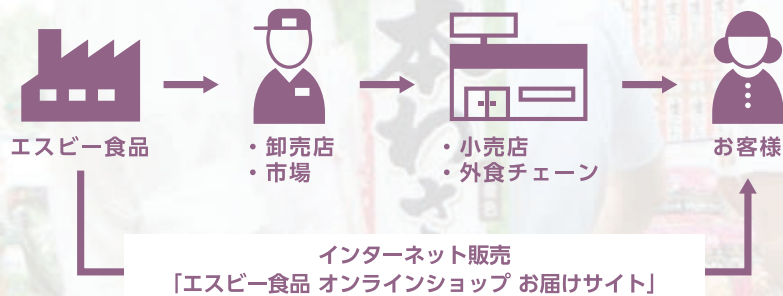
エスビー食品の事業プロセス

販売

商品の販売においては、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、小売店や外食チェーン、海外ユーザーなどのお得意先様とともに成長することを目指しています。

基本の食品流通の流れ

さまざまなお得意先様を通じ、商品はお客様のもとへ届けられます。



家庭用営業

香辛料、カレー、シチュー、パスタソースなどの自社商品から、李錦記、MAILLE、AGNESI、FAUCHON、ボンヌママンの海外ブランド商品まで、幅広い商品を取り扱っているのが家庭用営業です。家庭用商品は、一般的には卸売店を経由して小売店に届けられます。家庭用営業担当者は、小売店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、小売店にも足を運んで、店舗ごとの立地や顧客特性に合わせたきめ細かな提案に力を注いでいます。一つでも多くの商品をお客様に手に取っていただき、召し上がっていただけるよう、常にお客様視点に立った提案を意識しています。

家庭用営業部 北海道支店 札幌営業所 岩松 亮輔

担当するお得意先様ごとに、商品の品揃えや考え方が異なっているため、そのお得意先様の方針に沿った提案が必要です。「自分で」考え、それに基づいて商談を実施し、提案内容が売場で具現化された結果が、数字としてはっきり目に見える点が、家庭用営業の魅力です。

業務用営業

外食、中食、食品メーカーなどのお得意先様へ商品や原料の提案を行うのが業務用営業です。お得意先様の商品の品質向上、新たなメニューに向けた原料の提案を行っています。お得意先様は「食のプロフェッショナル」であるため、提案には密なコミュニケーションと豊富な知識が必要不可欠です。原料事情、衛生規格や包材などの商品仕様、食品衛生法をはじめとする関連法令などの幅広い知識を持って、常にお得意先様の視点に立ち、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掛けています。

業務用営業部 首都圏広域食材ユニット 佐藤 太一

外食店などに提案を行うため、自社商品を使ったメニューができた際は実際に食べに行き、使用状況を確認します。試行錯誤して考えた提案が採用され、また、何よりお客様がおいしそうに召し上がり、楽しい時間を過ごされている姿を見て、自分が役に立っていると実感でき、喜びを感じます。

ハーブ営業

バジルやルッコラ、話題のパクチー、人気のベビーリーフ、摘みたてのハーブが楽しめる「キッチンハーブ」まで、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。全国各地の契約生産者の皆様と協力して、小売店、外食、中食、および加工業者など多岐にわたるお得意先様向けに、青果市場のほか、さまざまなチャネルを通して安定した品質、物量のフレッシュハーブの供給・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えていくため、日々生産者と連動しながら商品作り、売り方の提案などに取り組んでいます。

ハーブ事業部 ハーブ営業ユニット 石崎 和嘉

フレッシュハーブは生鮮野菜であり、季節だけでなく、天候によっても日々状況が変化しますが、生産・販売が合致し、お得意先様の要望に、品質面、供給面で応えられた時には達成感を感じます。また、外食などでエスビー食品のハーブが料理に添えられて出てきたりするとやはり嬉しいです。

海外営業

海外において「輸出専用品」を中心に商品の販売を担当する「海外ビジネスユニット」では、アメリカ、ヨーロッパ、アジア、中近東など各地の小売店やレストランなどに一品でも多くの商品を取り扱っていただけるよう、出張で現地に赴き、各エリアの販売代理店と協力しながら営業活動を行っています。世界的に日本食が注目される中、「わさび」や「カレー」製品を中心に販売し、各国の市場特性に沿ったレシピ提案や試食販売を中心とした販促プロモーション立案など、営業活動は多岐にわたります。

海外事業部 海外ビジネスユニット 伊賀 啓祐

世界70以上の国や地域で販売していますが、商習慣や食文化は多種多様。各国の食品規制対応や食文化の理解など、困難は多くありますが、店頭でエスビー食品の商品を購入するお客様を見た瞬間や、実際に「おいしい」と言っていただいた時には、何ものにも代え難い喜びが湧いてきます。

エスビー食品の事業プロセス

コミュニケーション

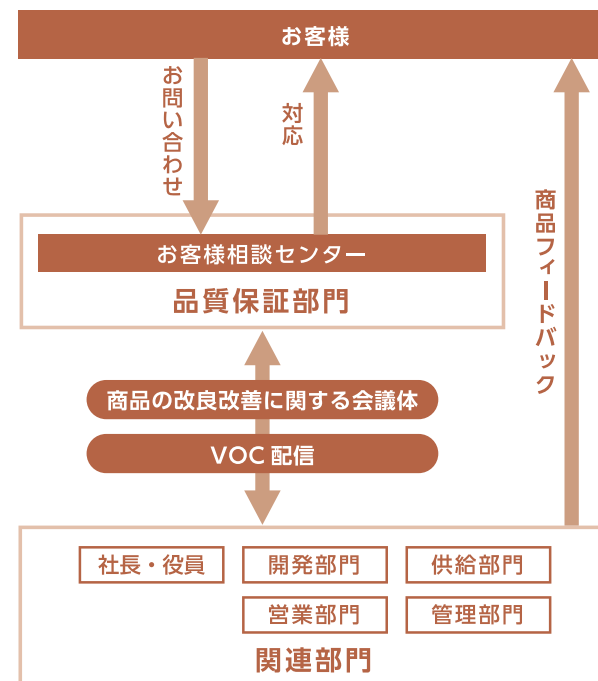
お客様相談センターやウェブサイトを通じ、より多くのお客様の声を商品やサービスに活かせるよう努めています。また、「スパイス&ハーブマスター」制度や社内検定制を通じスパイスとハーブに関するあらゆる情報発信を行っています。

お客様相談センター

「お客様相談センター」は、お客様とエスビー食品をダイレクトにつなぐ重要な役割を担っています。

お電話、お手紙、インターネットなどによるお客様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。お客様からいただいた一つひとつの貴重な声は、会議体での報告や VOC (Voice Of Customer) 配信※により、関連部門に伝えます。関連部門では、この情報をもとにより良い商品作りを目指し、商品の改良改善や開発を行い、お客様に満足していただける商品提供ができるよう努力しています。

※ VOC 配信：お客様からの声を、電話とコンピューターを統合する仕組みを利用して、1日1回情報配信するシステムです。



インターネットを通じたコミュニケーション

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。



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

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、1個から販売しています。



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

SNSでの情報発信

エスビー食品では、SNSを介したお客様とのコミュニケーションにも力を入れています。フェイスブックやツイッター、インスタグラムなどのソーシャルメディアを通じて、商品の紹介やそれらを使ったレシピ、イベントなど、さまざまな情報を発信しながら、エスビー食品を楽しく知っていただけるような公式アカウントを運営しています。



エスビー食品の事業プロセス

スパイスとハーブの魅力をお伝えする「スパイス&ハーブマスター」

スパイスやハーブを取り扱う上でよく聞かれるのが、「使い方がわからない」「なかなか使いきれない」といったお客様の声です。エスビー食品では、スパイスやハーブの使い方や楽しみ方をお伝えしていくことが、今後の「スパイス&ハーブ」の可能性を広げることにつながると考え、2003年から「スパイス&ハーブマスター」という社内資格を制定し、活動をしています。一定期間のカリキュラムを習得し、さまざまな知識と経験を身につけた後、試験に合格した者がマスターとして認定されます。個々の経験やパーソナリティーも活かしながら、常にお客様視点に立ち、幅広い活動を通じて、ブランド価値の向上につなげています。

スパイス&ハーブクラブ

「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年にスタートし、2,000人を超えるメンバーの皆様にお集まりいただいています。「スパイス&ハーブマスター」は、セミナーやイベントの講師として、香りや風味を体験していただき、お互いに意見や情報を交わしながら、スパイスやハーブの新たな魅力を、皆様とともに発掘しています。また、メールマガジンなどを通して、全国のメンバーの皆様とさまざまな形でコミュニケーションを図っています。

専門的な知識を活かした活動

「スパイス&ハーブマスター」は大学や専門学校などでも講義や実習講師を行うほか、管理栄養士などの資格を持つ方や料理教室講師の方など、食の専門家向けのセミナー講師も務めています。こうした活動では基礎から専門性の高い話まで、幅広い内容に対応する必要があります。そのため、マスター一同、日々新たな知識を取り入れたり、さまざまな実践を積み重ねたりしています。意欲に満ちた皆様に刺激を受けながら、スパイスとハーブのすばらしさを伝え、皆様のお役に立てるよう、日々活動を続けています。

スパイス&ハーブマスター 磯部 友美

マスターに認定されて早9年。活動を始めた頃と比べると、お客様にとってスパイスやハーブはかなり身近な存在になっているのを感じます。だからこそ、私達も提案の幅を広げることが必須。今もさまざまな情報やお客様とのコミュニ

ケーションを通じて、日々学んでいます。レシピや食材の情報が簡単に手に入る時代だからこそ、エスビー食品ならではの信頼感ある情報提供と、細やかな対応を心掛けています。

環境マネジメント

基本的な考え方

エスビー食品グループでは、「食卓に、自然としあわせを。」という企業理念のもと地球環境保全を経営上の重要な課題の一つとして認識し、企業活動から生じる環境負荷の低減および循環型社会への貢献を目指し、環境保全活動を積極的に推進するため、環境基本方針を定め、環境マネジメントを行っています。

環境基本方針 ▶ <http://www.sbfoods.co.jp/company/corp/environment/management.html>

環境マネジメントシステム

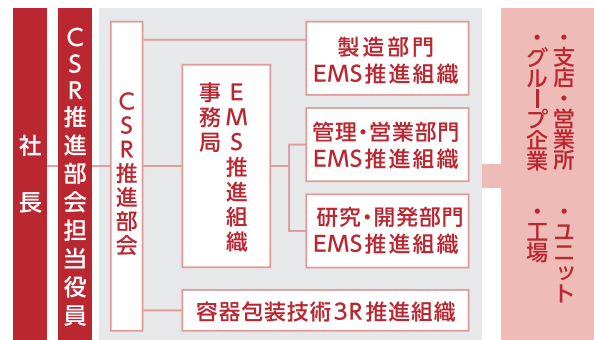
エスビー食品グループでは、環境基本方針に沿って、環境マネジメント組織により環境負荷低減活動を推進しています。

製造部門（工場）、管理・営業部門ともに各事業所にて、ISO 14001 ※1 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 ※2 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。

※1 ISO 14001：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。

※2 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



環境への取り組みの紹介

事業所内照明のLED化

2014年9月から板橋スパイスセンター内主要エリアの蛍光灯をLED照明へ変更する作業を実施し、2017年8月現在の実施率は61.0%です。2018年9月までにすべての切り替えを完了予定です。

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。



環境教育

エスビー食品グループでは、社員への環境教育のほか、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。2016年度は廃棄物処理委託施設の視察や、産業廃棄物技術などの特定業務研修を実施しました。

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て開示しています。

環境会計 ▶ <http://www.sbfoods.co.jp/company/corp/environment/accounting.html>

空調機器の省エネ化

2015年6月から板橋スパイスセンター内主要エリアの空調機を省エネタイプに変更する作業を実施し、2017年8月現在の実施率は88.2%です。2018年3月までにすべての切り替えを完了予定です。

2016年度の実績

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。2016年度より、再生利用などの実施率の集計方法を改めたため、目標値に達していませんが、次年度以降は改善する見込みです。今後も継続して廃棄物やエネルギー使用量の削減に努めていきます。

確認項目	内 容	2016年度 目標	2016年度 実績	評 価	2017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	63.3% (エスビー食品単体)	51.9% (エスビー食品単体)		64.3% (エスビー食品単体)	25 ページ
	廃棄物等の最終処分量	2015年度比 2%削減	2015年度比 15.5%削減		2016年度比 2%削減	25 ページ
	温室効果ガス(CO ₂)の発生	CO ₂ 排出量原単位で2015年度比 2%削減	CO ₂ 排出量原単位で2015年度比 11.5%削減		CO ₂ 排出量原単位で2016年度比 2%削減	25 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2015年度比 3%削減	エネルギー使用量原単位(原油換算)で2015年度比 9.7%削減		エネルギー使用量原単位(原油換算)で2016年度比 3%削減	25 ページ
	水使用量	水使用量原単位で2015年度比 2%削減	水使用量原単位で2015年度比 39%削減		水使用量原単位で2016年度比 2%削減	25 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	●即席ルウ商品の一部においてトレー容器を薄肉化 ●レトルトパウチ商品の一部においてパウチ容器を薄肉化		省資源・リサイクル化に配慮した容器包装の開発推進	18 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	廃棄物処理委託施設の視察、異動者への教育など実施		省エネ活動に向けた教育プログラムの実施	31 ページ
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	自社関連工場におけるFSSC 22000取得運用8工場中7工場		品質保証体制の強化	23 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	●清掃活動、環境活動を年間30回実施 ●学校・地域団体の工場見学会を年間16回実施		●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	34 ページ
ダイバーシティの推進	多様な人材が活躍できる環境の整備	●女性の活躍推進 ●ワークスタイル変革推進	●2017年度新卒採用女性比率42.9% ●フレックスタイム制の順次導入 ●部門考課へのワークスタイル変革項目設定		●女性の活躍推進 ●ワークスタイル変革推進	12,35 ページ

・評価の見方 : 目標達成率 100% 以上 : 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2ページを参照（食品廃棄物の再生利用率等実施率については、エスビー食品単体のみ対象としています。）

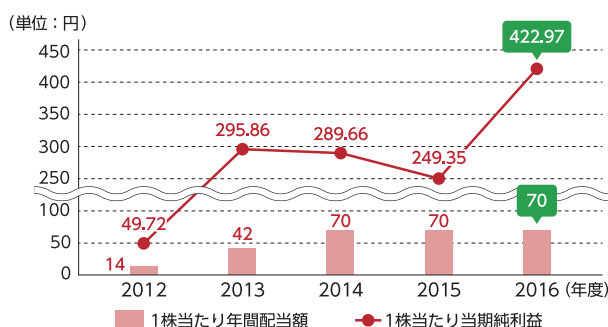
株主・投資家の皆様との関わり

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

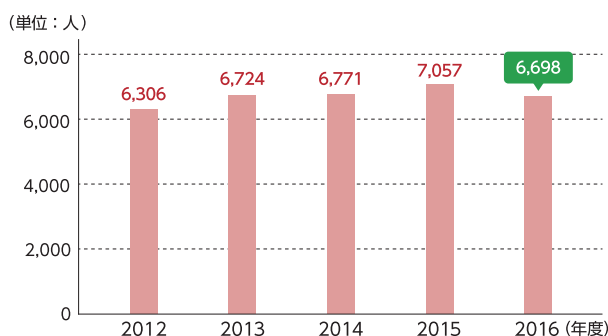
エスビー食品では、今後の事業展開に備え長期にわたる堅実な経営基盤の確保に努めるとともに、株主の皆様への利益還元としては、安定的な配当の維持を基本方針としています。2017年3月期は、年間配当金70円になりました。

1株当たりの当期純利益と年間配当額の推移



※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しました。

株主数の推移



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、エスビ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、新商品や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。ご優待品には、商品と一緒にレシピブックなどを同梱して、メニューや商品のご紹介をしています。

IR情報開示

エスビー食品では、株主・投資家の皆様に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、ウェブサイトでも公開しています。

事業のご報告



IR・財務情報 ▶ <http://www.sbfoods.co.jp/company/ir/index.html>



2016年11月の株主優待品

2017年5月の株主優待品

地域社会との関わり

スポーツを通じて次世代を担う子ども達の健康を支援するとともに、社会や食文化の発展につながる活動に取り組んでいます。

S & B杯ちびっ子健康マラソン大会

「S & B杯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。2016年度は、全国39カ所で実施され、45,353人が完走しました。累計延べ人数は140万人を超えました。また、2016年度は1大会当たりの完走者数が過去最高(1,163人)を記録しました。

4年生

いつもより、みんな速かった。次は、もう少し工夫して走れるようにしたい。

母／兄が毎年参加して、タイムが上がっていくのが楽しみです。

1年生

楽しく走れた。

父／毎年1回、子ども達が頑張る姿を近くで見られるいい機会です。

2年生

最後まで走り切れて楽しかった。

母／目標を持って、やり遂げたことが一番良かった。終了後にお土産をもらい、みんなで楽しく過ごせました。

3年生

長くてきつかったですが、最後まで頑張りました。

5年生

初めから焦ってしまい飛ばし過ぎてしまいました。最後トラックできつくなってしまったので次回は飛ばし過ぎないように走りたいです。

父／この大会は、規模も大きくレベルが高く上位に入るのは難しいですが、子ども達が一生懸命走ってくれて非常に楽しみにしています。今後も続けていってほしいです。

フードバンク支援を通じて

エスビー食品では2014年3月よりセカンドハーベスト・ジャパンの「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寄贈していて、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。

2016年度は、カレールウを寄贈させていただきました。

南三陸での取り組み

エスビー食品は、東日本大震災後、宮城県登米市の南方仮設住宅集会所にて、カレーやおでんの提供を通じ、心の触れ合いを目指したコミュニケーション活動を毎年実施してきました。7年目を迎えた2017年は、「【さんさん商店街オープン記念】志津川湾牡蠣わかめまつり福興市」に参加し、スパイスやハーブを使った特産品のメニュー提案などの地域支援活動を行いました。

社員との関わり

ダイバーシティの推進

ダイバーシティ推進 5つの柱

エスビー食品では、「ダイバーシティ・マネジメント」を、企業の持続的成長に向けての重要な経営戦略の一つと考えています。目指す姿は「個性のミックススパイス」。多様な“個性”を持つスパイスとハーブから創り出されるカレー粉のように、一人ひとりの持つ、“個性”のブレンドによる“ハーモニー”によってパワーが生み出される会社を目指し、5つのテーマを柱として、取り組みを進めています。

ダイバーシティの推進 ▶ <http://www.sbfoods.co.jp/company/diversity/index.html>



ワークスタイル変革推進

2015年より、全国の営業所・事業所にて、部署単位でのダイバーシティ勉強会を実施しています。ダイバーシティ推進に関する意識啓発や社内制度の周知のほか、業務棚卸の実施や業務課題の共有化を行い、生産性の向上に取り組んでいます。また、2016年10月より、部門考課にワークスタイル変革項目を設定し、部門・部署・個人単位での確実なワークスタイル変革を進めています。

事業所内保育園「バジリッコ保育園」

2015年4月に板橋スパイスセンター内に開設した、従業員向け保育施設「バジリッコ保育園」は、開設以降、一時保育も含め、さまざまなニーズに対応しています。

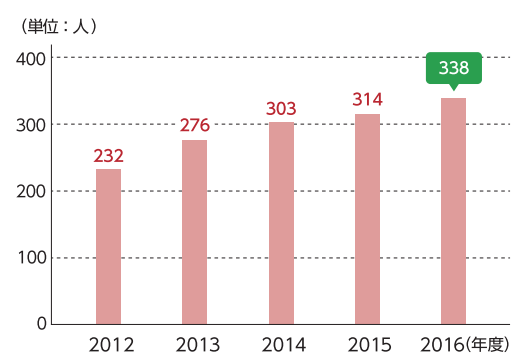
※ 2016年8月より、定員の一部を“地域枠”として板橋区に開放し、地域の園児も受け入れています。

成長支援プログラム

エスビー食品では、社員の「自律的な成長意欲に対する支援」を基本方針として、ベースとなる基本教育のほか、「階層別」「テーマ別」「自己啓発支援」など、目的に応じた人材育成体系を整備しています。

年齢	階層別研修	テーマ別研修	自己啓発支援
高	(ライフプランセミナー)	・女性活躍推進関係	
	新任マネージャー研修	・各種マネージャー対象	
	キャリアデザイン研修	・通年入社者対象	・通信教育
	フォローアップ研修(1年目・2年目)	・正社員転換者対象	・eラーニング
	(エルダー教育制度)	・各種部門内勉強会	・ビデオライブラリー
低	新入社員研修	等	等
基本教育	・S & Bスパイス&ハーブ社内検定 ・理念倫理教育		

通信教育受講者数



東松山工場 深村 華子

自己啓発の一環として、継続的に通信教育を受講しています。実業務に関する講座だけに絞って受講するのではなく、自身が携わる機会がなかった分野やビジネススキルが学べる講座を積極的に受講し、新たな知識の習得の場として、通信教育を活用しています。実業務に直結した内容でなくとも新

たな知識を得ることは、自身の引き出しが多くなりこれまでは思いもつかなかった、新しい気づきを得られる良い機会となっています。今後も通信教育を通じて新しい知識を習得するとともに、学んだ知識をその場限りのものとせず、継続して活かすことで自身の力につなげていきたいと思います。

人権尊重

エスビー食品では、「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。

公正な選考と雇用

エスビー食品は、理念やビジョンに共感し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。また、多様な社員が働きやすい職場づくりに向けて、ワークライフバランスを考慮した諸制度も充実させています。

評価制度

エスビー食品では、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もに図る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。

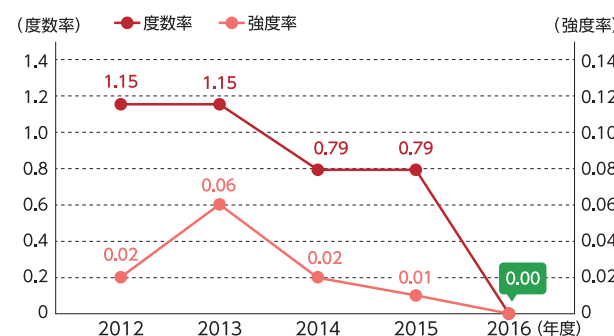
メンタルヘルスケア

エスビー食品では、電話やメールで外部の専門スタッフにつながる相談窓口を開設し、悩みやストレスを相談できる体制を整えています。また、各部署のマネージャーに対して「メンタルヘルス研修」を実施しています。法改正により、従業員が50人以上いる事業所では、毎年1回「ストレスチェック」を実施することが義務付けられていますが、エスビー食品では、50人未満の事業所も含む全社を対象として「ストレスチェック」を実施しています。

労働安全衛生

エスビ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。

度数率※1・強度率※2



※1 度数率：100万延べ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延べ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。

ハラスメント防止

エスビー食品では、就業規則などにセクシュアルハラスメントをはじめとする、ハラスメント全般の禁止を明確に定めるとともに、社員の声を広く拾い上げる仕組みとして、ウェブサイトを活用した相談窓口を設置しています。これにより社員の相談に迅速に対応できる環境を整え、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。

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

エスビー食品は、いかなる経営環境にあっても企業理念の実現に向けて永続的に発展できる企業を目指すため、経営環境の変化に対応した、最も効率的な経営管理体制を常に模索しています。経営の効率化が図られ企業コンプライアンスに寄与するとともに、エスビー食品の企業活動に関わるすべてのステークホルダーの皆様から信頼が得られるようなコーポレート・ガバナンス体制の整備に努めています。

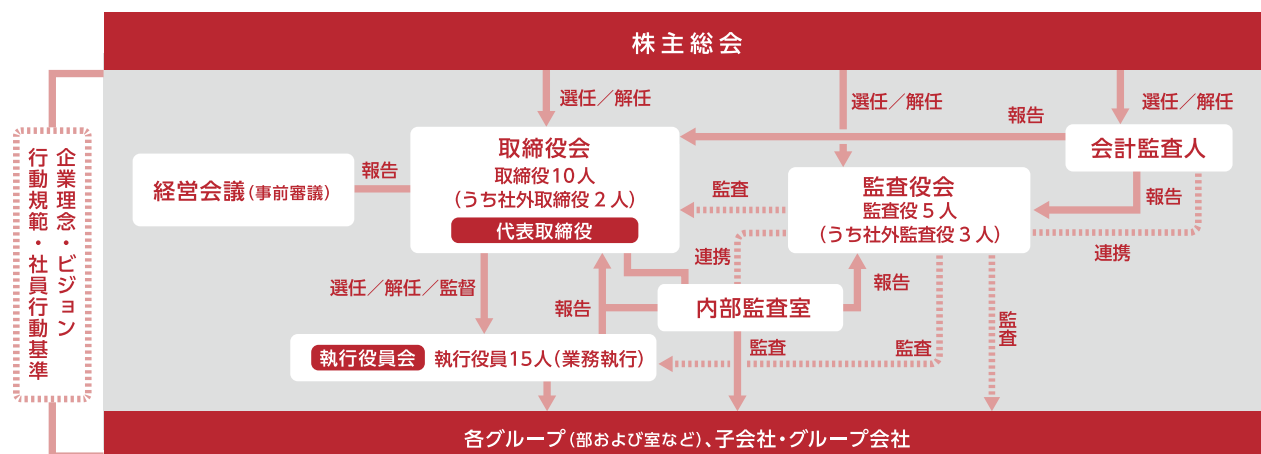
取締役会の構成

取締役会の構成は、社外取締役も含め、事業規模や事業領域を勘案して、特定の専門分野に偏ることなく、また、個々の経験や能力を踏まえてバランスを考慮し、その中で、国籍や性別は問わないこととしています。

現在は、社外取締役2人を含む10人の取締役と、社外監査役3人を含む5人の監査役で構成され、定例取締役会の他、必要に応じて臨時取締役会を開催し、経営における基本戦略の策定や法令で定められた重要事項の決定とともに、執行役員が担う業務執行についての報告体制を確立し、業務執行状況の監督に専念しています。

社外取締役は、エスビー食品の独立性判断基準に基づく「独立社外取締役」であり、取締役会において、各々の経験や知見に基づき独立した立場から意見などを述べています。

コーポレート・ガバナンス体制図



コーポレート・ガバナンス体制

「経営の意思決定および監督機能」と「業務執行機能」を分離するため、執行役員制度を導入し、取締役会は「経営の意思決定および監督機能」、執行役員は「業務執行機能」を、それぞれ担っています。このような体制により、経営と業務執行に関わる意思決定と業務執行のスピードアップを図るとともに、監督機能を強化し、取締役会および執行役員の権限と責任を明確化しています。

内部統制システム

エスビー食品は、「企業理念」「ビジョン」および「行動規範」を精神的支柱として、これらをエスビー食品グループのすべての役員や従業員に周知徹底させることが、企業倫理や法令遵守、あるいは企業の社会的責任の観点で重要であると考えています。

- エスビー食品グループの内部統制システムは、
 - ・事業経営の有効性と効率性を高めること。
 - ・財務報告の信頼性を確保すること。
 - ・事業経営に関わる法令や定款および企業倫理を遵守すること。
 - ・企業財産の保全が図られる企業体制を作ること。
- を目的として構築されています。

また、いかなる経営環境にあってもエスビー食品が持続可能な企業であり続けるために、内部統制システムの継続的な見直しや改定に取り組みます。

コンプライアンス／リスクマネジメント

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。エスビー食品グループ全体としてコンプライアンス意識の向上を図るために、部門横断的な組織として設置された「企業倫理部会」が主体となり、新入社員研修や社員向けeラーニングなどさまざまな啓発策を実施しています。また、社員からの通報・相談・質問を受け付ける仕組みとして「S & Bホットライン」や「WEB相談箱」（ウェブサイトによる相談窓口）を設置し、万が一、不正行為が生じた場合には、早期の把握と是正、ならびに通報者の保護を図っています。

情報の適切な取り扱い

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」をはじめとする各種社内規程を制定しています。

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。これらの規程やルールは、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。



リスクに対する取り組み

エスビー食品では、社会的責任を果たすため、企業活動を取り巻くさまざまなリスクに備えた体制を整備しています。エスビー食品の経営に重大な影響を及ぼすおそれのあるリスクの回避、または軽減を図るため、「リスク管理規程」や各種マニュアルを制定・作成しています。

部門横断的な対応が求められるリスクに関しては、リスクの種類に応じて設置された専門部会が、それぞれ主体的にリスク対策を構築しています。また、専門部会を統括する組織を設置し、適宜各部会からの報告を受けるとともに、取締役会への定期的な報告によりリスクマネジメント体制の適切な運営に努めています。専門部会は、リスクの発生を想定した訓練や社員向けのeラーニングを定期的実施し、不測の事態が発生した時に、迅速かつ適切に対応できるよう、平時からの備えを充実しています。

リスクマネジメント体制図

