

2018 エスビー食品 レポート 社会・環境報告書

《表紙のシルエットについて》



「オーガニックスパイス」シリーズ

「地の恵み スパイス&ハーブ」の可能性を追求し続けてきたエスビー食品が、味や香りはもちろん、お客様の安全・安心、さらには健康意識や環境に配慮した“有機JAS”認証スパイスのみを取りそろえた洋風スパイスシリーズです。シリーズ65品中24品が、開発途上国と先進国の格差をなくし、生産者・労働者の生活改善と自立を支援する“フェアトレード認証”を取得しています。また、売上の一部を“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、自然保護活動への貢献の一助を担っています。

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 <https://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。



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。



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。



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います。

創業理念

企業理念

ビジョン

行動規範

お客様に喜んでいただくために、ただひたすら真っすぐに“本物のおいしさ”を追い求めるという、創業以来変わることのない私たちの姿勢です。

私たちの存在意義、使命です。

私たちが目指す姿、将来像です。

私たち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、価値観です。

創業理念

「美味求真」

企業理念

「食卓に、自然としあわせを。」
一）常に研究を怠らず、創意工夫をこらして高い品質と新たな価値を創出します。
二）常にお客様の視点で考え、心から満足していただける製品を追求します。
三）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。

ビジョン

「地の恵み スパイス＆ハーブ」の可能性を追求し、おいしく、健やかで、明るい未来をカタチにします。

悠久の歴史

大航海時代、一握りの胡椒の価値は牛一頭分にもなったといいます。「おいしく食べたい」その情熱から、人々は、スパイスを求め、七つの海へ命を賭けて漕ぎ出してゆきました。アメリカ大陸への到達や、幾多の海洋航路の発見は、後に、世界交易や産業・文化の大きな発展をもたらします。人々の欲求をうながし、歴史をも動かしたスパイスとハーブ。この探求を行って約一世紀。人が真のおいしさを求める限り、私たちの挑戦はこれからも続きます。

医食同源

フェネル(茴香・ウイキョウ)、クローブ(丁子・チョウジ)、シナモン(桂皮・ケイヒ)・・・ヨーロッパのハーブ医療、インドの伝統医学であるアーユルヴェーダ、そして漢方と、太古よりスパイスとハーブは、人間の生活に欠かせない活力源であり、生薬であり、現代医学の礎にもなっています。人々の健やかな暮らしを維持することも、今後のスパイスとハーブの重要な役割であると私たちは考えています。偉大なる先人たちが残した知恵をしっかりと受け継ぎ、次なる一世紀につないでゆきます。

私たちの想い

「地の恵み スパイス＆ハーブ」を科学的に解明し、おいしさだけでない無限の可能性を引き出します。人が日々、おいしく食べて、美しく、健やかに、安心して暮らせる生活のお役に立ちたい。笑顔ある食卓、夢ある暮らしの中に「S & B」がある。それが私たちの願いです。そして、お客様からいただいたブランドへの信頼が、より社会に役立つ研究や製品開発の原動力となり、さらには従業員の幸せな暮らしと生き甲斐につながる事が理想です。お客様の笑顔の向こうには、きっと、今日より明るい未来がある。その想いと誇りを持って働きます。信頼されるものづくり。だから、私たちが納得したものだけにしか「S & B」のラベルを貼りません。

目次

理念・ビジョン	1	コーポレート・ガバナンス	29
目次／編集方針	2	コンプライアンス／リスクマネジメント	30
トップメッセージ	3	環境マネジメント	31
特集1 エスビー食品が歩んできた道	5	社員との関わり	32
特集2 事業を通じたSDGsへの取り組み	9	株主・投資家の皆様との関わり	35
エスビー食品のCSR	11	地域コミュニティとの関わり	35
エスビー食品のバリューチェーン	13	データ集	37
商品企画・研究開発	15	財務パフォーマンス(連結)	39
原料調達	17	会社概要	40
生産管理	21		
物流	23		
販売	24		
コミュニケーション	25		

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“エスビー食品ミッション”の実現に向け、事業プロセスを通して実施した2017年度の取り組みをESG視点でご報告しています。

特集1では95周年を迎えたエスビー食品のこれまでの歩みを、バリューチェーンを構成する各事業プロセスごとに掲載しています。また、特集2では事業を通じたSDGs(持続可能な開発目標)への取り組みを、2017年度のトピックスを例にご紹介しています。

2017年度の事業活動については“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かを、より分かりやすくご理解いただけるように事業プロセスごとに、具体的な事例とともにSDGsのゴール、ESGのアイコンを表記しながらご紹介しています。

参照したガイドライン

環境報告ガイドライン(2018年版)、GRIサステナビリティ・レポーティング・ガイドライン(スタンダード)

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)

※ p.37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を集計しています。

報告対象期間

2017年4月～2018年3月
(一部2018年度の活動を含みます)

発行時期

報告書発行:2018年9月 次回発行予定:2019年9月
前 回 発 行:2017年9月

トップメッセージ

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

1923年(大正12年)の創業から約1世紀、当社グループは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。

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、広く社会に貢献したいと考えています。

持続可能な企業と社会を目指して

当社グループでは、「地の恵み スパイス&ハーブ」を事業の核とする企業として、持続可能な企業と社会を目指してさまざまな活動に継続して取り組んでいます。

研究開発、製品開発においては、お客様の視点に立って安全・安心で価値ある製品の開発を行うとともに、ハラール認証製品なども手掛けるなど、すべてのお客様に心から満足していただける製品作りに努めています。

原料調達については、産地の自然環境保全への配慮やフェアトレードへの取り組みを進めるとともに、「持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)」に加盟し、環境や社会に配慮したパーム油の生産と利用を促進する活動にも取り組んでいます。これからも企業活動全般から生じる環境への負荷低減を進め、持続可能な原料調達を推進してまいります。

品質管理面においては、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、具体的な施策に引き続き取り組んでまいります。

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運用や在宅勤務制度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います。また、健やかな未来をカタチにする企業として、従業員の健康維持、増進の支援にも取り組んでいます。今後も、多様な人材が活躍できる環境の整備を積極的に行ってまいります。

コーポレート・ガバナンスについては、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システムの充実を図ってまいります。

また、皆様とのコミュニケーション強化にも積極的に取り組んでいます。より多くの方にスパイスとハーブの魅力をお伝えするため、店頭やホームページ、SNSでの情報発信や、地域の皆様に向けたイベントの実施、スパイスやハーブを五感で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、主体的に活動を行ってまいります。

これらの一連のバリューチェーンにおける各事業プロセスと国連で採択されたSDGs(Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標)の趣旨は、軌を一にするものであり、今後さらにグローバルな取り組みも参照しながら事業活動を行っていくことで、当社グループの活動が持続可能な社会の実現に貢献すると考えています。

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

1923年創業から95年間の歩み

創業以来、エスビー食品はさまざまな事業プロセスを通じ、日本の国民食として普及したカレーをはじめ、スパイスやハーブなどの海外の食文化を融合・創造し、日本の食文化の発展に努めてきました。私達は、これからもスパイスとハーブの可能性を引き出す研究や商品開発を通じて、広く社会のお役に立ちたいと考えています。

	創業1923～1949年	1950年代	1960年代	1970年代	1980年代	1990年代	2000年代	2010年代							
	創業期	カレー・スパイスを軸に			食の多様化に応えるさまざまな商品			「SPICE&HERB」のエスビー食品へ							
商品企画	1930 「ヒドリ印カレー粉 (家庭用)」発売 	1950 「赤缶カレー粉」発売 	1953 「洋風スパイス14種」 発売 	1959 「即席モナカカレー」発売 即席カレー粉をモナカの皮に 充填、全国で大ヒット 	1966 「ゴールデンカレー」 発売 	1979 「5/8チップ」 発売 	1982 初の高級レトルトカレー 「ディナーカレーレトルト」発売 	1987 「本生シリーズ」 発売 	1990 「カレー曜日」発売 	1990 S & B「ごはん」 発売 	2001 「とろけるカレー」発売 	2005 「有機スパイスシリーズ」発売 	2010 「S & Bシーズニング」発売 	2011 「濃いシチュー」発売 	2017 「きざみパクチー」 発売 
研究開発	1923 山崎峯次郎が 国産初のカレー粉の 製造に成功 	1933 「白缶カレー粉」を 新富町万安楼にて 発売披露 	1952 家庭用「コショウ」発売 	1954 エスビー食品で最初の 本格的な即席カレー 「エスビーカレー」発売 	1970 日本初 「チューブ入り香辛料」 発売 	1983 「カレーの王子さま」発売 	1987 「フレッシュハーブ」発売 	1993 「忍野試験農場」が開設し、 各種ハーブやわさびの 基礎研究の拠点に 	1998 ベトナムでの本わさび 開発輸入事業が本格化 	2003 「スマートスパイス」発売 	2006 「SPICE&HERBシリーズ」発売 グッドデザイン賞受賞 	2010 「ぶっかけ!おかずラー油」発売 	2012 「本生きざみ わさび」発売 	2018 「きざみ青じそ」 発売 	
原料調達															
生産管理		1935 東京都板橋区に工場を建設 (のちの東京工場) 	1935 本店を蔵前に置く 	1973 「上田工場」竣工 	1977 「東松山工場」竣工 	1993 「宮城工場」竣工 									
物流・販売	1923 エスビー食品の前身 「日賀志屋」を 浅草七軒町に創業 	1940 本店を板橋区志村清水町に移転 	1949 本店を中央区日本橋兜町に移転 社名を「エスビー食品株式会社」に変更 	1960 「ガーリックパウダー」の 発売に合わせ、ガーリック カーキャンペーンを展開 	1964 「インド人もビックリ」の キャッチフレーズで 「特製エスビーカレー」が 大人気に 	1996 「首都圏配送センター」を開設 	2000 「関西物流センター」を開設 	2010 「首都圏物流センター」を 川越市に移転 	2011 「ミールソリューション什器」で お客様満足向上へ 	2015 事業所内保育園 「バジリック保育園」開設 					
コミュニケーション				1960 ベルマーク教育助成 運動に初年度から参加 		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 		2000 新創業年と位置づけ 「SPICE&HERB」を 掲げる 	2003 コーポレートシンボル を定める 	2007 社員がスパイスやハーブの魅力を 啓蒙する「Waプロジェクト」始動 	2009 第1回「スパイス&ハーブ 検定」が実施される 	2013 「スパイス& ハーブクラブ」 を設立 	2016 厚生労働省の女性活躍推進法に 基づく「えるぼし」企業に認定(段階2) 	2017 8月2日「ハーブ の日」制定 	

創業100周年へ、そしてさらに未来へ

エスビー食品創業者 山崎峯次郎は、お客様に喜んでいただくために、ただひたすら真っすぐに“本物のおいしさ”を追い求めることを意味する「美味求真」という信念に基づき、日本で初めて国産カレー粉の製造に成功しました。

17歳の時に上京し、ソース屋に勤めた山崎は、その頃出会ったカレーライスに衝撃を受け、カレーライスの基本になるカレー粉の製造に没頭するようになります。

しかしそれは、カレー粉の原料すら分からない時代のことで、大変な困難を伴いました。苦労を重ねながらも、一つひとつカレー粉の秘密を解き明かしていき、1923年、ついに初の国産カレー粉の製造に成功。エスビー食品の前身となる「日賀志屋」を創業しました。

創業以来、変わることもない理念に基づき、スパイスとハーブのパイオニアとして、エスビー食品は、コショー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、多くの画期的な商品を創造しながら、常に業界をリードしてきました。

カレー粉開発秘話

◎きっかけは“生薬”

山崎はインドから原料を取り寄せ、古書店で資料を探す中で、生薬のひとつ「ウイキョウ」の説明の中に、「カレーの原料としても使われる」と書いてあったのを見つけ、それがカレー粉の製造方法を解き明かす大きなきっかけとなりました。

◎失敗作からの発見“熟成”

スパイスをただ混ぜ合わせても、カレー粉特有の香りや色を出せず、試作は毎日失敗の連続でした。積み上げられた失敗作を片づけていた際、その中から理想的なカレー粉の香りがするものを見つけ、カレー粉作りには「熟成」が必要だということに気づきました。同時に、この失敗作をもとに、絶妙な比率でスパイスをブレンドした、カレー粉の基礎となる「調合」を作り上げました。

ロゴに込められた「想い」

1930年、家庭用のカレー粉を商品化した山崎は「太陽」と「鳥(鳩)」を図案化した「ヒドリ印」のマークを商標とし、カレー粉のパッケージにもあしらひ、「太陽＝SUN」「鳥＝BIRD」の頭文字をとって、「S & B」としました。このマークには、「社運が日に昇る勢いであるように、また、鳥が自由に大空を駆け巡るように、自社製品が全国津々浦々まで行き渡るように。」という想いが込められています。



エスビー食品 創業者
山崎峯次郎



商標登録された「ヒドリ印」

特集2

事業を通じたSDGsへの取り組み

持続可能な開発目標 (SDGs) とは

SDGsは、2015年9月に国連で採択された17のゴールと169のターゲットからなる国際目標です。途上国の課題解決のみならず、気候変動やエネルギー、健康や雇用といった先進国でも深刻化している課題も取り入れており、その達成のために先進国も途上国も含む各国政府や市民社会、企業など、さまざまな関係者による行動が求められています。

エスビー食品グループは、スパイスとハーブを通じて世界中のサプライヤー、ビジネスパートナーをはじめとする、すべてのステークホルダーの皆様と関わり合いながら、共通価値を創造する企業としてSDGsの達成に寄与していくことを目指しています。



オーガニックスパイス (関連ページ → p.19)

2005年に「有機スパイス」シリーズを発売し、12年を迎えた2017年度に新たに国際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」の売上の一部を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。



ダイバーシティの推進 (関連ページ → p.33)

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%

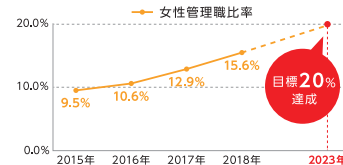
新卒採用
女性比率
40%以上
を継続

S & Bポジティブアクション

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於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。

2018年4月現在

女性役員…1人任用 女性管理職比率…15.6% 新卒採用女性比率…2015年度以降40%以上継続



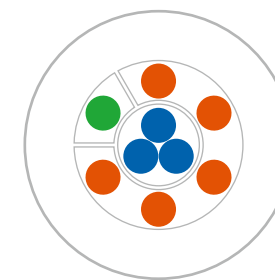
エスビー食品のCSR

私たちは、「地の恵み」を事業の核とする企業として、社会や環境との調和を図り、また理念と行動規範に基づく活動を通じて、すべてのステークホルダーの皆様から信頼を得られるよう努めるとともに、持続可能な社会の実現に貢献します。

エスビー食品グループは、「地の恵み スパイス＆ハーブ」の可能性を追求し、おいしく、健やかで、明るい未来をカタチにすることをビジョンに掲げています。これを実現するためには、エスビー食品が社会に価値を提供する企業として永続的に存在し続ける必要があります。そのためには、不確実性の高い市場環境やお客様ニーズの変化、あるいは長期的な対応が必要となる社会的課題へ柔軟に対応するための、行動の拠り所が必要不可欠です。

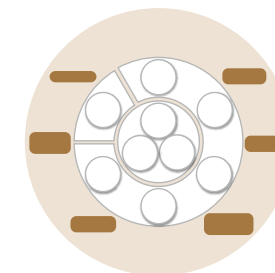
そこで、これまで掲げていた目標に加えて社内外アンケートにより把握したステークホルダーのニーズや課題を考慮して、エスビー食品の全社員が拠り所とすべき“エスビー食品ミッション”を特定しました。今後は、具体的な目標を設定した項目について、定期的に進捗を管理し、改善アクションを通じて、ビジョンの実現に向けて着実に前進していきます。

エスビー食品行動規範とエスビー食品ミッション



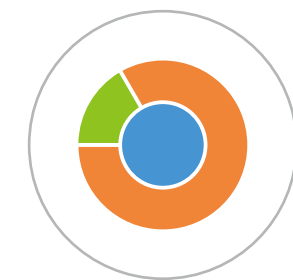
エスビー食品行動規範

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。



エスビー食品ミッション

ステークホルダーの皆様のニーズや期待を踏まえた、エスビー食品が取り組む社会・環境問題の目標。



ESG区分

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

ESG(環境・社会・ガバナンス)とは

ESGとは、環境(Environment)、社会(Social)、ガバナンス(Governance)の頭文字です。昨今、企業の持続的な成長のためには財務的指標のみならず、このESGが示す3つの観点が必要であるという考え方が世界的に広まってきています。

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めます。

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めます。

安全・安心への取組み強化

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、多様な人材が主体性を持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、カレー粉を原点として、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、調合、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年間を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。

エスビー食品のバリューチェーンを構成する各事業プロセスの活動を、エスビー食品ミッションとESGの視点から表現しています。



エスビー食品のバリューチェーン

商品企画・研究開発

容器包装検討の様子

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 S

商品のコンセプト作りから商品が実際に店頭に並ぶまで、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おり、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 S

商品企画部門、商品開発部門は、お客様が求める価値ある商品の提供を目指して、より良い商品作り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良・改善、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 S

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、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への配慮 E

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。2017年度は即席ルウ商品の一部において、トレイ容器を約10%軽量化し、年間約10tの包装資材を削減しました。また、段ボールの薄層化と小容量化によって、年間約13tの包装資材を削減しました。

外部機関との連携 S

お客様への新たな価値創出のため、さまざまな企業・学術機関と共同研究を行っています。中央研究所では、香辛料の「機能性」、「栽培育種」、「分析・評価」をキーワードに外部との共同研究を推進しており、その研究成果の一例として、「パクチーがアレルギー症状を抑制する作用」があることを愛媛大学と共同で見出しました。この研究成果は特許出願するとともに学術発表を行っています。また、昨年より筑波大学と新たに共同研究を開始しており、香辛料の機能性に関する新たな科学的エビデンスの解明を目指しています。

研究開発情報

<https://www.sbfoods.co.jp/company/rd/>


社会環境の変化に対応した商品の開発 S

エスビー食品では、社会環境が変化する中で多様化するニーズに対応した商品の開発を進めています。

●時短ニーズに対応した商品

共働き世帯の増加などによる「時短ニーズ」に対応し、従来の即席ルウ商品よりも煮込み時間を短縮した煮込みメニュー用ルウです。



【とろっとワンプレートシリーズ】

●ハラル認証商品

訪日外国人観光客の増加に伴う多様なニーズに対応した、ハラル認証の商品です。



【インド産ブラックペッパー HL あらびき/パウダー】※業務用商品
【ハラル認証 小袋ねりわさび 2g】※業務用商品

●動物性原材料不使用商品

さまざまな理由で動物性原材料を使用した料理をお召し上がりいただけない方でも、安心してお使いいただける商品です。



【ゴールデンカレー動物性原材料不使用 1kg】※業務用商品
【具材充実 18種類の野菜カレー（動物性原材料不使用） 180g】※業務用商品

●食物アレルギーに配慮した商品

アレルギー特定原材料等27品目を使用していない商品です。（関連ページ→ p.27）



【みんなのとろけるカレー（アレルギー特定原材料等 27品目不使用）】
【カレーの王子さま シリーズ】

エスビー食品のバリューチェーン

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情報収集や研究開発、品質向上に向けた取組みを行っています。

「地の恵み」スパイスとハーブ **E S**

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重要です。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。知見や情報網を駆使し、新たな調達先や産地の開拓、品質向上に向けた取組みを行っています。

購買基本方針 **S**

エスビー食品では「購買基本方針」を策定し、これに基づき原料や資材を調達しています。安全・安心を保証した商品作りには、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不可欠です。

1. 安全・安心
2. 遵法・購買倫理
3. 環境・人権への配慮
4. 公正な取引
5. 共存共栄

購買基本方針

<https://www.sbf foods.co.jp/company/sustainability/society/procurement/policy.html>

安全・安心の取組み **S**

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・安心の取組み

<https://www.sbf foods.co.jp/company/safety/quality/safety/>

原料情報の一元化 **S**

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、定期的に更新を行っています。これらの情報について、社内の関係部署で確認体制を整備し、安全・安心な生産体制を構築しています。

国産からし種の栽培の取組み **S**

安全・安心であることはもちろん、お客様のご期待に応えるために、国産の香辛料を使用した商品を開発しており、その一つが「名匠にっぽんのからし」です。北海道産のからし種をこだわって使用しています。

日本での栽培の知見がない中で、産地や品種の選定に始まり、試験農場での病虫害防除のための農薬使用、異物除去方法の検証を重ね、2010年の商品発売までに5年を要しました。

現在は、栽培から収穫・選別・保管・使用まで品質と安全性を確保すべく、一貫した管理体制が構築されています。近年は、気候変動の影響も受けて降雨量が増加傾向にあり、安定的な栽培や良質なからし種の十分な収量確保には苦労も少なくありません。継続的な安定調達と品質のさらなる向上に向けて担当者は産地を定期的に訪問し、生産者と一緒に奮闘しています。

北海道からし種栽培の様子

安定供給への取組み **S**

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すべて国産で、北海道から沖縄まで全国の契約産地の協力のもと、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。当社では独自のGAPシステム※を導入し、高い栽培基準を設け、安全・安心なフレッシュハーブ作りを実践しています。

※ GAP : Good Agricultural Practice の略。農業において、食品安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組みのことです。

エスビーハーブセンターつくば **S**

エスビーハーブセンターつくばは併設したほ場で栽培するフレッシュハーブの管理とともに、全国の契約産地からベビーリーフ・フレッシュハーブの原料を受け入れ、商品への仕上げ、出荷までを行うハーブ事業の中核センターです。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併せ、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。

国産フレッシュハーブの加工食品への利用 **S**

フレッシュならではの香り・彩りは、小売店の青果売り場のみならず、自社の加工食品までその利用・チャネルは多岐にわたります。管理された国内の契約産地で生産したフレッシュハーブを、自社商品の原料素材としても利用しており、年間を通じて家庭で簡単に楽しめる商品提案にも取り組んでいます。

JAおきなわエスビーハーブセンター **S**

JAおきなわとの地域に根差したフレッシュハーブ事業の取組みは30年になり、エスビー食品においては、沖縄県は国内におけるフレッシュハーブの最大生産地です。その要となるJAおきなわエスビーハーブセンターは、適正な温度管理と衛生的な環境下で、近隣の生産者が収穫したフレッシュハーブ原料の受け入れから選別、袋やパック詰め商品への仕上げ、出荷までの一連の業務を担っています。



エスビー食品のフレッシュハーブロゴを模したマークを表示



【まぜるだけのスパゲッティソース バジル】

フレッシュハーブ生産者の声

JAおきなわエスビーハーブセンター ハーブ生産責任者 上原 広生さん

JAおきなわエスビーハーブセンターでは、沖縄県南部の広域に点在する契約農家様が収穫したフレッシュハーブ原料を集約し、検品してパッキング、出荷までを担っています。

周年栽培が可能ですが、夏は台風が襲来するため、台風対策を重点的にを行い被害を軽減し、安定供給に努めています。また、沖縄は離島県であり航空輸送となりますが、全国のお客様に良質な商品をお届けするために、季節に合わせた収穫時間帯の統一や、収穫時・収穫後の品温管理を徹底することで、高品質なフレッシュハーブをお客様にお届けできるよう努力しています。



持続可能な原料調達

人口増加、気候変動、食生活の多様化…世界の食糧を取り巻く環境は大きく変化しています。安全・安心な商品作りを続けていくためには、現地の関係者と協働した持続可能な原料調達が必要不可欠です。エスビー食品のさまざまな取組みについてご紹介します。



有機ペパーミント畑

オーガニックスパイスに込めたこだわり E S

エスビー食品は、農薬や化学肥料などの化学物質を使用せず、自然の力で栽培された安全・安心、かつ品質にこだわりのあるスパイスを使用した「オーガニックスパイス」シリーズをお客様にお届けしています。有機栽培は、生産地の土壌や水、生態系への負荷が少ない農法です。有機栽培を推進するお取引先様との信頼関係に基づいた調達を継続して行うことにより、持続可能な産地の保全に貢献します。

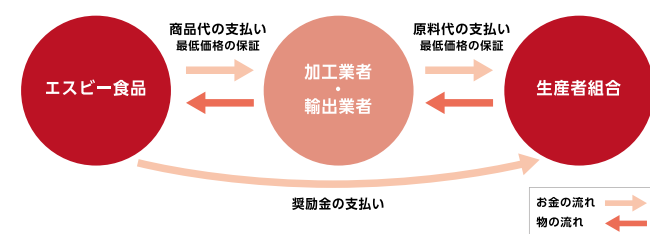
2005年に「有機スパイス」シリーズを発売し、2017年には「オーガニックスパイス」シリーズとしてパッケージもリニューアルし、全65品をラインナップしています。売上の一部はWWFジャパン(公益財団法人世界自然保護基金ジャパン)に寄付されており、自然保護活動への貢献の一助となっています。

フェアトレードへの取組み S

エスビー食品は、輸入者、販売業者として国際フェアトレード認証を取得し、2009年から「有機スパイス」シリーズの一部に、認証付きの商品を展開し、現在は「オーガニックスパイス」シリーズのうち、24品をラインナップしています。

フェアトレードとは？

フェアトレード＝「公平・公正な貿易」。つまり、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、開発途上国の生産者・労働者の生活改善と自立を促し、経済格差をなくす「貿易のしくみ」のことです。



エスビー食品は、市場より高い価格での購入を保証するとともに、原料の購入数量に応じて、生産者組合に直接フェアトレード・プレミアム(奨励金)を支払います。奨励金は各生産者グループに分配され、グループごとに話し合いで用途を決定します。これらは農機具や子どもの教材、共同の水タンクの設置など生活向上のために使われています。

有機JAS認証



仕組みの目的	<ul style="list-style-type: none"> ●有機JAS規格に基づき適切に栽培されたものであることを保証する ●消費者に有機栽培に基づいた商品であることを明示する
認証者	農林水産省が認めた登録認証機関
ルール	JAS法に基づく有機JAS規格
主要ルール	<ul style="list-style-type: none"> ●2年以上農薬・化学肥料を使用しない畑で栽培された農産物であること ●認証がなければ「有機」「オーガニック」と表示できない
当社商品数	65品

国際フェアトレード認証



仕組みの目的	<ul style="list-style-type: none"> ●公正な取引により、開発途上国と先進国の経済格差をなくす ●生産者・労働者の生活改善と自立を支援する
制度運用団体	フェアトレードラベル機構
ルール	国際フェアトレード基準
主要ルール	<ul style="list-style-type: none"> ●適正な価格による継続した取引が保証されていること ●生産者・労働者の労働環境が保証されていること
当社商品数	24品

持続可能な香辛料調達ビジネスモデル S

香辛料の生産者の中には、売り先を確保できずに市場や中間業者に販売することも少なくありません。エスビー食品は、中間業者を介さずに、生産者から直接買い付けを行うお取引先様(加工・輸出業者)から香辛料を調達するビジネスモデルの構築を進めています。

生産者と取引先にとっては、利用者に直接販売することにより、安定的な売り先を継続的に確保できるため、持続可能な生産や販売につながります。

エスビー食品にとっては、トレーサビリティが強化された高品質な香辛料の安定的な調達が可能となります。顔の見える継続した取引引きは、お取引先様との信頼関係を強化するとともに、産地全体の品質向上や地域社会の雇用創出にも貢献しています。



ナツメグ

持続可能なパーム油調達の取組み E S

昨今パーム油の生産地では、農園拡大を目的とした熱帯林の伐採、それによる森林火災の発生や土壌流出などの環境破壊が問題となっています。また、移民労働者や児童労働など労使問題も指摘されています。このような社会的問題を背景に、持続可能なパーム油の生産と利用が主流となる市場形成を目的としてRSPO※が発足しました。

エスビー食品は、持続可能な原料調達を目指す取組みの一環として、2017年10月にRSPOの正会員メンバーとなりました。今後、パーム油使用商品について、RSPO認証パーム油への切り替えを検討していきます。

※RSPOとは？

持続可能なパーム油のための円卓会議(Roundtable on Sustainable Palm Oil)の略称で、WWFと、パーム油産業をめぐる7つのステークホルダー(生産業、搾油・貿易業、消費者製品製造業、小売業、銀行・投資会社、環境NGO、社会・開発系NGO)によって構成されています。持続可能なパーム油の生産と利用を促進することを目的とし、国際的な認証基準を策定し、運用を行っています。3,900以上の団体が加盟しています(2018年7月末時点)。



RSPO認証パーム農園

エスビー食品のバリューチェーン

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 S

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た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 : 製品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および追加要求事項を統合したものが、国際食品安全イニシアチブ (GFSI) の承認した認証規格のFSSC 22000です。

徹底した「製品検査」 S

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線異物検査機も導入し、安全・安心への取り組みに努めています。

※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。

フードディフェンスへの取り組み S

社会的な食の安全・安心への関心の高まりから、意図的な異物混入も含めたフードディフェンスについて、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、フードディフェンスの強化を図っています。

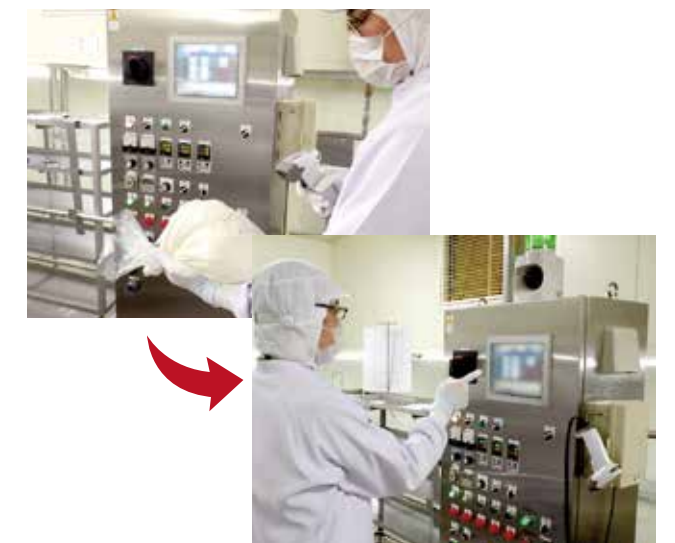


生産工場の天井に設置したモニタリングカメラ

製造実行システムの導入 S

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です。



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 S

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に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。

エスビー食品のバリューチェーン

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、物流委託先様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 E

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対応を進めています。

2017年度は、輸送トンキロで2016年度比1.3%減に対して、CO₂排出量は1.4%の増加に転じました。幹線輸送におけるモーダルシフト率※は、販売エリアの構成の変化からトラック輸送の構成比が相対的に高まったため、1.6ポイント低下しました。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ていますが、物流効率のさらなる向上と環境負荷低減に努めます。

※ 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。

安全・安心を運ぶ「物流」 S

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っており、商品ごとに日付ロット単位での出荷履歴の確認・追跡が可能です。

物流委託先様の声

カトーレック株式会社 埼玉営業所 佐藤 雅徳さん

カトーレック株式会社は、経営理念として「常に時代の変化に対応し、お客様のパートナーとして高い志をもち、信頼され、愛される企業をめざし続けます」を掲げ、物流の発展に貢献しております。全国26か所の倉庫、40以上の物流拠点、約800台の車両を保有し、お客様のニーズにお応えできる物流チェーンを構築しています。当営業所では、Gマーク「安全性優良事業所」と、グリーン経営認証を取得しており、安全性と環境に配慮した物流に取り組んでいます。今後も安全と品質の向上を目指し、エスビー食品様とともに取り組んでまいります。



エスビー食品のバリューチェーン

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。

家庭用営業 S

香辛料、カレー、パスタソースなどの自社商品から、李錦記、MAILEE、AGNESI、FAUCHON、ボンヌママンの海外ブランド商品まで、家庭用営業では幅広い商品を取り扱っています。小売店に対して新商品の紹介や販促キャンペーンの提案、店舗の立地や顧客特性に合わせた提案に力を注ぎ、1つでも多くの商品をお客様に召し上がっていただけるよう、常にお客様視点に立つことを意識しています。

家庭用営業部 東京支店 西部営業所 野上 慶祐

お得意先様・お客様のニーズを組み込んだ売場提案をし、その提案が採用され、結果的にお得意先様の売上拡大につながった際に大きなやりがいを感じます。また、「提案が良かった!」「もっと提案が欲しい!」と言われた際には大きな喜びを感じるとともにそれが次の営業活動への活力となります。

海外営業 S

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、わさびやカレーなどの輸出専用商品の販売営業活動を行っています。世界中で日本食が注目される中、各国の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の立案などを行い、販売促進を図っています。

海外事業部 海外ビジネスユニット 浅賀 由介

世界70か国以上で販売していますが、食文化が国によって異なるため商品を導入するための提案方法も多種多様。法規制を調べる必要があり、導入までは長い道のりですが、実際に小売店で自社商品を手に取っていただけたら、レストランでおいしいと言ってくれたらと苦労を忘れる程の喜びを感じます。

業務用営業 S

業務用営業のお得意先様は、社員食堂をはじめとする事業所給食から、レストラン、居酒屋、ホテル等の一般外食店まで幅広い業態に及びます。お得意先様の悩み・課題を解決できるようなメニューや食材の提案をすべく、自社商品の特徴に加えて、食のトレンドや専門知識の習得も必要とされます。積み重ねた知識から、香辛料を使用したメニュー提案に生かすことで、スパイス&ハーブの啓蒙活動につなげています。

業務用営業部 西日本食材ユニット近畿 桃田 翼

自分の提案が実績だけでなく、メニューとして表れることにやりがいを感じます。カレーショップを出店したい方に会い、そのチャレンジに一緒に携わって、最終的に店がオープンしたことは印象に残っています。今では繁盛店として雑誌に掲載されていることが、自分の事のように嬉しく感じています。

ハーブ営業 S

バジルやパクチー、ベビーリーフなどのフレッシュハーブ商品を取り扱っています。全国の契約農家の方々と協力し、小売店、外食、中食や加工業者など多岐にわたるお得意先様向けに、主に青果市場を通して安定した品質の商品供給・販売を行っています。多様化するお得意先様のニーズに応えていくための商品作り、食べ方提案によるフレッシュハーブのファン作りに取り組んでいます。

ハーブ事業部 ハーブ営業ユニット 吉岡 孝司

青果や惣菜売場でフレッシュハーブを見かける機会が増えました。日本の食卓にも少しずつ浸透してきたと感じますが、「使い方、食べ方がわからない」という方に実際に食べ方を提案し、「こんな風に使うんですね!おいしい」と感動の言葉を聞けた時は、とても嬉しい気持ちになります。



エスビー食品のバリューチェーン

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、社内資格「スパイス & ハーブマスター」制度を設け、スパイスとハーブに関する専門的な情報や奥深い魅力をお届けしています。

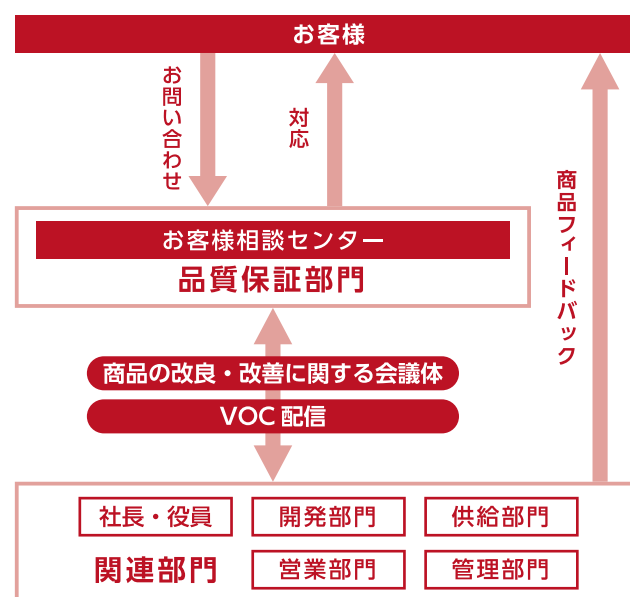
お客様との関わり

お客様相談センター S

「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。

12 つくる責任
つかう責任

商品フィードバック

お客様の声を
活かした商品例

【おろし 生しょうが】についてのお客様の声

- ・最後まできれいにすることができません。もっと出しやすくなりませんか？
- ・しょうがは使っていくうちにだんだんと色が黒っぽくなっていく感じがするのですが…

ここを改良！

- 香辛料初の“二重構造容器”※を採用したことで、素材のおいしさが長持ちします。また、最後まで絞り出しやすくなるように改良しました。

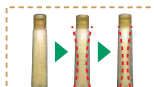
※ 中身の絞り出しに合わせて内袋がしぼんでいく構造

- 中身がやわらかい商品は、中身を出した後に、栓が閉じて空気が戻りにくい構造に改良しました。



中身の絞り出しに合わせて内袋がしぼんでいく構造を採用

- 1 内袋だけがしぼんでいくので、中身が空気に触れにくく開封後も素材のおいしさが長持ち！



- 2 底がつぶしやすい形になったので、最後まで絞り出しやすくなりました！

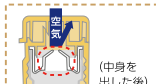


空気が入りにくいキャップに改良

- 1 2か所でカチッと閉まるキャップ。空気が入りにくい構造へ



- 2 中身がやわらかい商品は出した後に栓が閉じて空気が戻りにくい構造へ（中身のやわらかさに応じて2種類のキャップで対応）



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」 S

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」という社内資格制度を制定し、活動しています。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 S

「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、累計2,300人以上の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 S

「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。

インターネットを通じたコミュニケーションページのURL紹介 S

サポートデスク

<https://www.sbfoods.co.jp/sbsoken/supportdesk/>



お届けサイト

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



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。FacebookやTwitter、YouTube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。



Facebook

<https://www.facebook.com/sbfoods.inc/>



Twitter

https://twitter.com/sbfoods_jp



YouTube

<https://www.youtube.com/user/sbfoodsJP>



事業を通じた社会との関わり

フードバンク支援を通じて S

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。

2017年度は、レトルト食品を寄贈させていただきました。

アレルギーフリー

日本初のお子さま向けカレー S

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、特別な管理を実施しているアレルギーをお客様に分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組み

https://www.sbfoods.co.jp/customer/allergy_products_inquiry.html



南三陸での取組み S

エスビー食品は、東日本大震災後、避難所への食の支援を行い、その後は「スパイス＆ハーブ」を通じた心のふ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います。2018年は、宮城県南三陸町「志津川湾夏まつり福興市」に参加し、「スパイス＆ハーブ」を使った特産品のホヤの新たなメニュー提案などを通じて、地域支援活動を行いました。

減塩対策サポート S

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。

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 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



減塩料理への
挑戦に密着した
ドキュメンタリー動画

スパイスとハーブの香りで
おいしい減塩レシピ



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/>



海外とのコミュニケーション

海外向けに商品をアレンジ S

世界各国において日本食への注目度が高まる中、エスビー食品は単に「おいしさ」を求めるだけではなく、各国の食品安全規制に合致した「安全・安心」な商品の輸出販売を実施し、さらに輸出専用商品の開発・販売を強化しています。また、グルテンフリーの輸出専用商品「EXねりわさび」や、海外で人気の日本食メニューになりつつあるカツカレーをパッケージシズルに使用した欧州向け専用商品「EXゴールデンカレー」をリニューアル発売するなど、海外のより多くのお客様に手に取っていただけるような商品作りに努めています。



海外消費者向けの取組み S

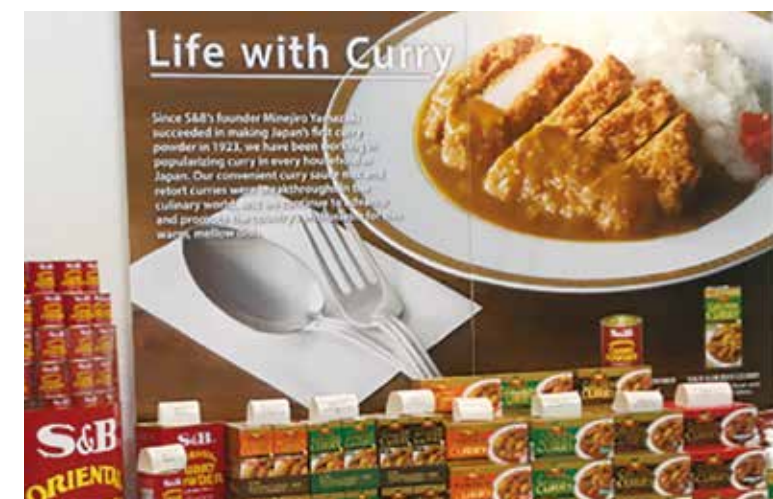
エスビー食品は1人でも多くの海外のお客様に「S & B」ブランドを認知していただくために、小売店における店頭試食や調理レシピの配布だけではなく、日本で開催される輸出を対象とした展示会への出展や、海外で開催される FOOD EXPO、日本の食文化を広める現地イベントなどにも参加し、売場以外のさまざまな場面でのPR活動を推進しています。また、英語・中国語(簡体字/繁体字)・韓国語での海外版ウェブサイトを公開し、商品の基本的な調理方法から、使用場面の提案までさまざまな情報発信を行っています。



S&B INTERNATIONAL
CORPORATION
小泉 菜津子

海外現地法人の活動 S

エスビー食品は米国(ロサンゼルス・ニュージャージー)に販売会社としての現地法人を設け、北米・南米の市場に向けて、さまざまな販売促進活動を行っています。現地に密着することで、日本食に使用していただくだけではなく、多くのお客様の現地食文化の1シーンに自社商品を愛用していただけることを目指して日々活動しています。



コーポレート・ガバナンス



基本的な考え方 G

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。

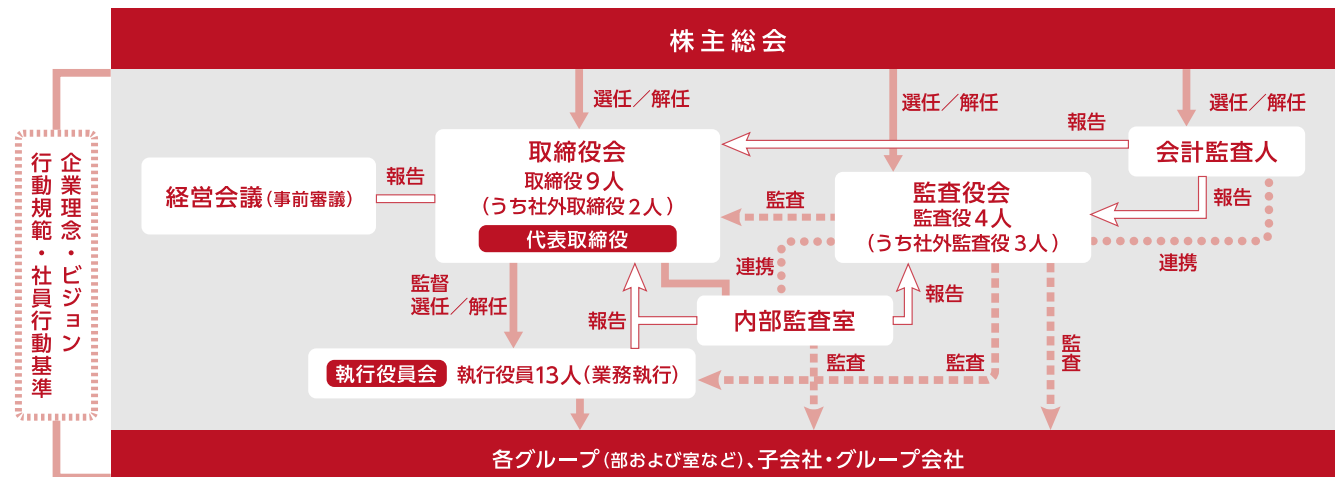
取締役会の構成 G

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9人の取締役と、社外監査役3人を含む4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 G

「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 G

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めます。

コンプライアンス／リスクマネジメント



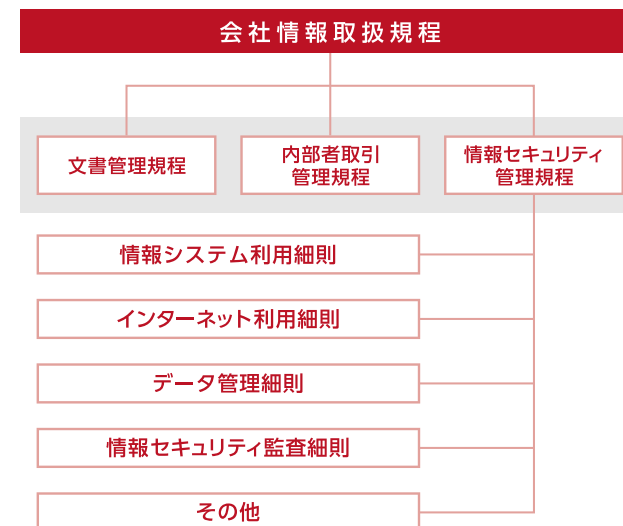
コンプライアンスの徹底 G

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、新入社員研修やポスターの掲示、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。

情報の適切な取扱い G

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り周知徹底を図り、情報セキュリティの確保に努めています。

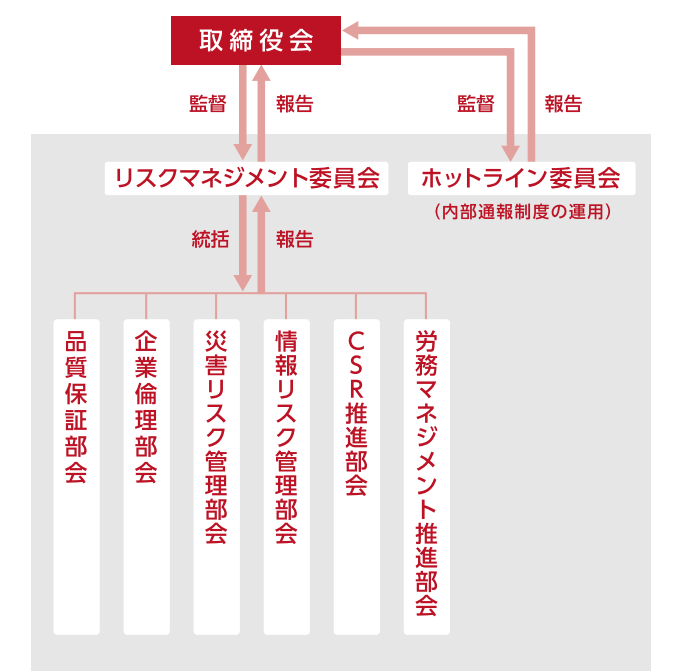


リスクに対する取組み G

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するなど、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させています。

リスクマネジメント体制図



環境マネジメント



基本的な考え方 E

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、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ます。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：

<https://www.sbfoods.co.jp/company/sustainability/environment/policy.html>



環境マネジメントシステム E

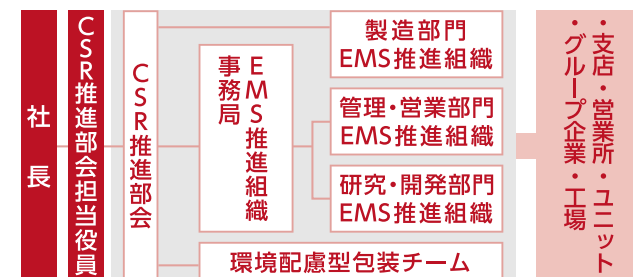
エスビー食品グループでは、環境基本方針に沿って、環境マネジメント組織により環境負荷低減活動を推進しています。

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(EMS)を運用し、省エネルギー、廃棄物の抑制などの推進のために、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



環境会計 E

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、下記ウェブサイトを開示しています。

環境会計

<https://www.sbfoods.co.jp/company/sustainability/environment/management/accounting.html>



環境保全活動への取り組み E

グループ各工場では、地域の環境保全活動や地域社会との共生を目的として、工場周辺の環境美化活動を推進しています。2017年度は、各工場周辺のゴミ拾いや草取りなどの定期的な清掃活動やホタル水路整備の活動に参加しました。



ホタル水路整備(長野県上田市)

緊急時対応訓練 S

災害などの緊急事態に備え、社員の教育に力を入れて取り組んでいます。特にグループ各工場では、災害や環境汚染の事故に備えて訓練などを行っています。2017年度は防災・消火訓練や研修会を実施し、また、公害防止に関する講習会に参加しました。

CO₂削減への取り組み事例 E

●事業所

空調機の省エネ化

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のものに切り替えを進めています(2018年8月現在の実施率は92.6%)。これまでの切り替えにより、CO₂排出量を年間約112.3t削減しました。

●工場

ボイラー切り替えによる省エネ化

上田工場では、高性能のボイラーへの切り替えを進めています(2018年8月より)。運転制御システムの効率化、熱回収システムの導入によって、既存のボイラーと比較してCO₂排出量が年間約23.4%(61t)を削減できる見込みです。

社員との関わり



エスビー食品は、活力ある企業であり続けるために、公正かつ透明な環境の中で社員一人ひとりが個性を発揮し、いきいきとやりがいをもって働けることが重要と考え、「一人ひとりの個性を尊重し強みを活かすこと」「成果に正しく報いること」「自己実現に向けて努力する社員を支援すること」を基本方針として、さまざまな仕組みを取り入れています。

多様な人材の採用と成長支援

採用の考え方 S

エスビー食品の人材採用においては、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。性別や年齢、国籍または障がいの有無、LGBTなどを問わない多様な人材が主体性をもって活躍できる環境づくりを、人材採用の面からも進めています。

評価制度 S

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、処遇に結びつけるとともに、個々の成長と企業の成長をと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。

成長支援プログラム S

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」の考え方に基づき、ベースとなる基本教育のほか、「階層別研修」「テーマ別研修」「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。

プログラム一覧

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)		
	新任マネージャー研修	・女性活躍推進	・通信教育
	キャリアデザイン研修	・各種マネージャー対象	・eラーニング
	フォローアップ研修(1年目・2年目)	・通年入社対象	・ビデオライブラリー
	(エルダー教育制度)	・正社員転換者対象	
低	新入社員研修	・各種部門内勉強会	
		など	など
基本教育	・S&Bスパイス&ハーブ社内検定	・理念倫理教育	

人権の尊重

公正な選考と雇用 S

エスビー食品の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各種制度も充実させています。

ハラスメント防止 S

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、「WEB相談箱」を設置しています。社員が気軽に相談できる体制を整え、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。

ダイバーシティの推進

ダイバーシティ推進 5つの柱 S

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、取組みを進めています。

ダイバーシティの推進：<https://www.sbfoods.co.jp/company/sustainability/society/diversity/>



柔軟な働き方の支援 S

エスビー食品では、「ワークスタイル変革」として生産性向上に向けた働き方改革を推進する一方、社員一人ひとりが成長し、個々の持つ個性や能力を発揮できる環境整備にも取り組んでいます。

エスビー食品の柔軟な働き方を支援する制度

フレックスタイム制度 (コアタイム 11:00～15:00)	一定時間の中で、自律的に始業・終業の時刻を決められる制度。1か月のなかで、業務の繁忙や、個別事情等に合わせたメリハリのある働き方が可能。
在宅勤務制度	育児・介護事由や個別事情がある社員を対象に運用。制度利用条件を満たし、会社が認めた場合、週2日まで自宅で勤務することができる制度。
時間単位年休制度	年40時間の範囲で、1時間単位から有給休暇を取得可能。

事業所内保育園「バジリッコ保育園」 S

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。



健康への取組み

健康推進体制の整備 S

エスビー食品では、社員一人ひとりが心身ともに健康で、よりいきいきと活躍できる環境整備の一環として、健康に関する専門担当窓口「健康推進局」を設置しています。健康推進局は、定期健康診断やストレスチェックの運営、「健康推進局通信」を通じた健康に関する情報発信や、各事業所・職場の保健衛生活動の支援など、さまざまな取組みを行っています。健康推進局には常勤保健師が在籍し、社員の健康を専門的な見地から管理、支援するとともに、個人の相談にも随時応じたり、社員との個別面談も実施しています。

また、社員の自主的な健康維持・増進の取組みに対しポイントを付与する制度として「S & B 健やかマイレージ」を導入しています。定期的な社内ウォーキング大会の実施や生活習慣の目標チェックなどを通じて、社員自身の健康状態の把握や、日々の継続的な取組みにつながっています。

「健康推進局」サイト



「S & B 健やかマイレージ」サイト



社外認定の取得状況 S

《女性活躍》



女性活躍推進への
優良な取組み評価
『えるばし認定(2つ星)』取得

《両立支援(育児)》



「子育てサポート企業」の証
『くるみん認定』2回取得

《両立支援(介護)》



仕事と介護の両立支援
仕事と介護を両立できる
環境整備への取組み
『トモニマーク』取得

メンタルヘルスケア S

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員を対象として「ストレスチェック」を実施しています。

労働安全衛生 S

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。

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 S

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。2018年3月期は、年間配当金80円になりました。

株主優待制度 S

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 S

エスビー食品では、株主・投資家の皆様に必要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。

IR・財務情報

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



2017年11月の株主優待品



2018年5月の株主優待品

地域コミュニティとの関わり

スパイスやハーブに関するイベントを通じて食の知識の大切さ、楽しさをお客様にお伝えするとともに、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活動に取り組んでいます。

わくわくチャレンジ S

毎年地域の小学生とその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。2017年度は10回目の実施となり、東京都板橋区立熱帯環境植物館にて開催しました。1日で358人のお客様が来場され、オリジナルカレー粉作りや、スパイスの香り当てクイズなどのコーナーで、五感を通してスパイスやハーブを体験していただきました。



2017年度実施の様子



S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会 S

「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。2017年度は、全国39か所で実施され、43,895人が完走しました。累計延べ人数は144万人を超えました。



次女

最後の大会だったので、いつもより頑張りたいと思って走りました。昨年より順位が1つ上がったので良かったです。

三女

去年より上手く走れなかったから、来年は頑張りたいです。

父

今年の走りを帰ってから反省し、練習にいかし、来年良い成果を出してほしいです。

母

毎年参加させていただき、子ども達の成長が見ることができ、とても良かったです。

長女

2人とも頑張っていました！



姉

トロフィーがほしいです。来年も出たいです。

妹

楽しかったです。来年も頑張りたいです。

父

普段たいして運動していないので、良い機会だと思い、参加しました。2人とも思ったより頑張って走ってくれました。

母

運動不足気味で、走れるか不安でしたが、最後まで走ってくれて良かったです。



兄

ペースが落ちずに完走できたのが、良かったです。

弟

きつかったけど、楽しかったです。

父

普段頑張っている姿をなかなか見られないのですが、今日見られたので、また機会があれば参加したいです。

母

記録や順位よりも楽しんで走ってもらえたようなので、来年も参加したいです。



データ集

食品リサイクル法への対応 E

エスビー食品では、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平成19年度(当時実施率54.3%)を基準として、年平均1ポイントずつ改善することを目指して取り組んでいます。2017年度の再生利用等実施率は66.5%※となり、食品廃棄物発生量の削減、再利用率の改善に向けて取り組みを継続しています。

※ 2017年度から、再生利用等実施率の集計方法を改めました。

廃棄物処理・リサイクルの推進 E

エスビー食品グループ全体で、2017年度の廃棄物等総排出量※1は2016年度対比で約1.7%(172t)減少し、再資源化率※2も95.0%と、2016年度から1ポイント改善しています。

※1 廃棄物等総排出量：事業者がその敷地外に、排出・搬出したものの重量です(製品・サービス等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(サーマルリサイクル)の占める比率です。

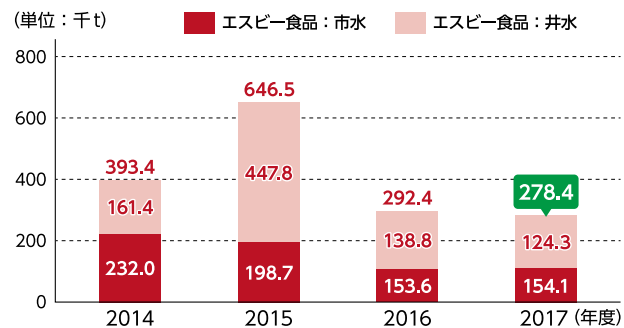
CO₂ 排出量の削減 E

エスビー食品グループでは、業務活動によるCO₂ 排出量を削減するため、工場、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他、老朽化設備の更新、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。また生産品目群の見直しや生産工場の再編を推し進め、結果的に2016年度対比でCO₂ 排出量を約2.7%(974t-CO₂)削減しました。

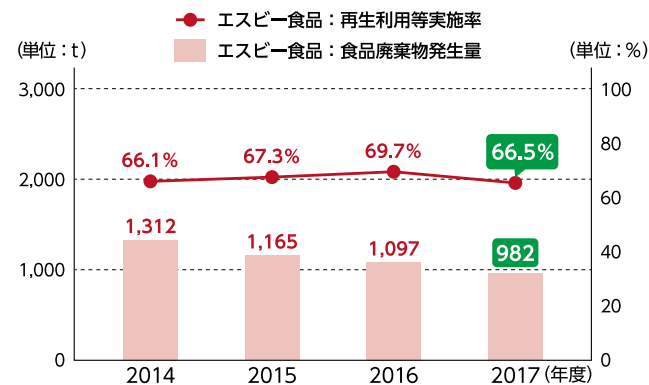
水使用量の削減 E

エスビー食品グループでは、水使用量を削減するために、生産品目群の整理、製造工程の見直しや工場の再編を進めています。2017年度も、2016年度から継続して水使用量を抑えた生産活動を行うことができました。

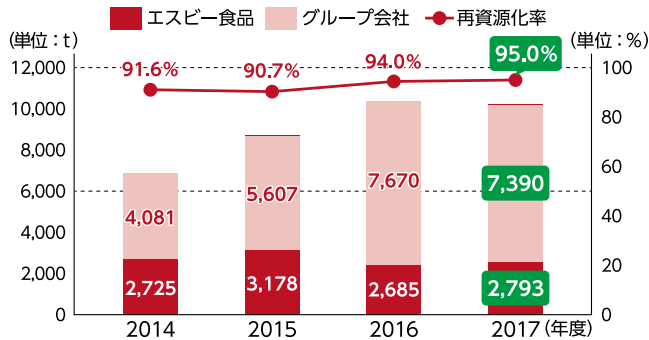
エスビー食品の水使用量の推移



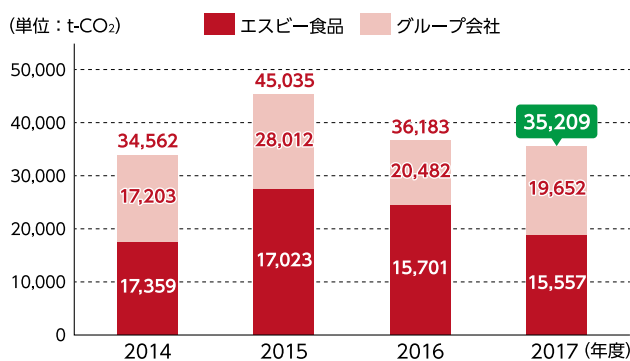
食品廃棄物の再生利用等実施率



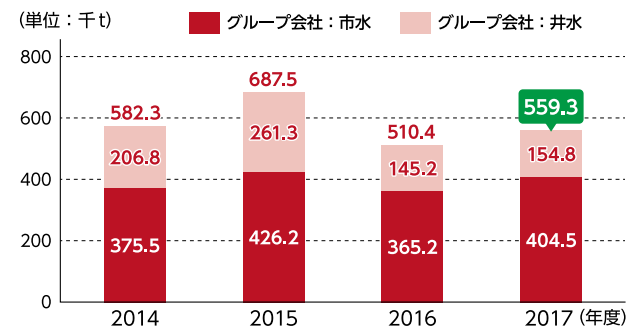
廃棄物等総排出量・再資源化率



CO₂ 排出量の推移



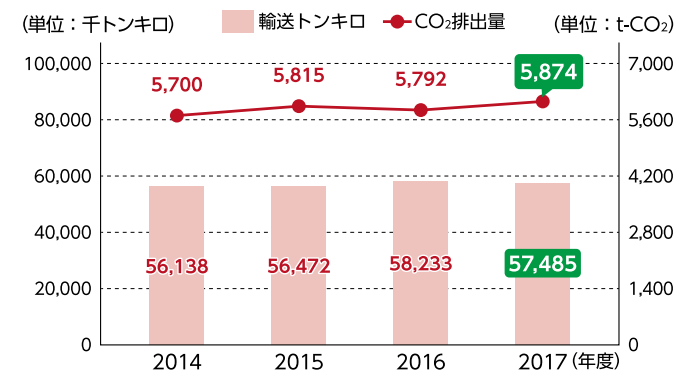
グループ会社の水使用量の推移



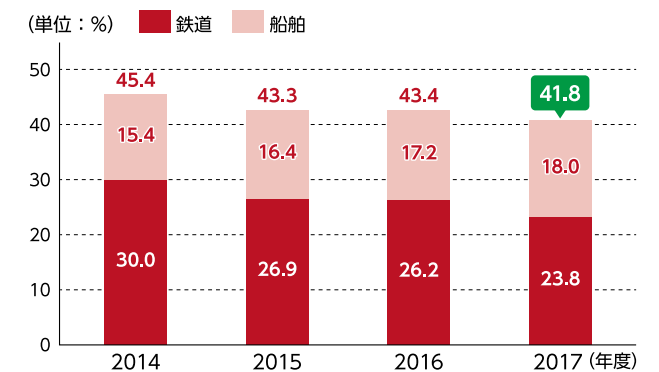
物流における取組み E

2017年度は、輸送トンキロで2016年度比1.3%減に対して、CO₂ 排出量は1.4%の増加に転じました。幹線輸送におけるモーダルシフト率は、販売エリアの構成の変化からトラック輸送の構成比が相対的に高まったため、1.6ポイント低下しました。

物流活動におけるCO₂ 排出量推移



幹線輸送におけるモーダルシフト率推移

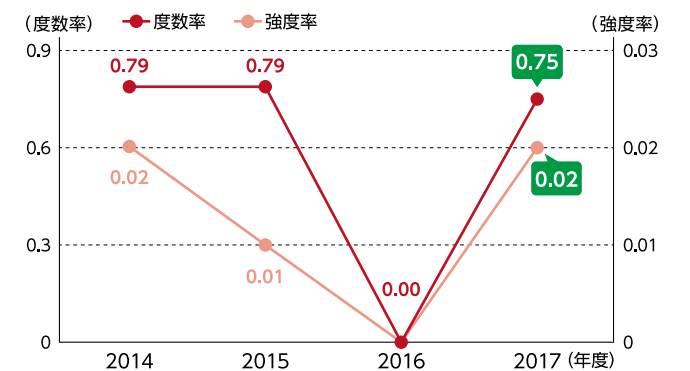


労働安全衛生 S

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。2017年度は工場で事故が発生しましたが、再発防止に向け、各工場でのリスクの再評価や事故の原因究明、従業員教育を実施し、事故発生ゼロの労働環境づくりに尽力しています。

※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、災害の発生の頻度を表します。
※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。

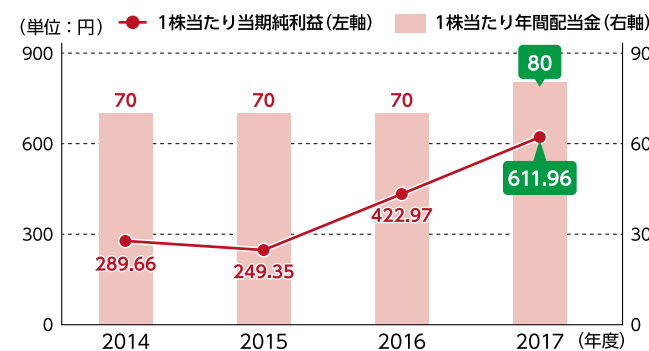
度数率※1 と 強度率※2



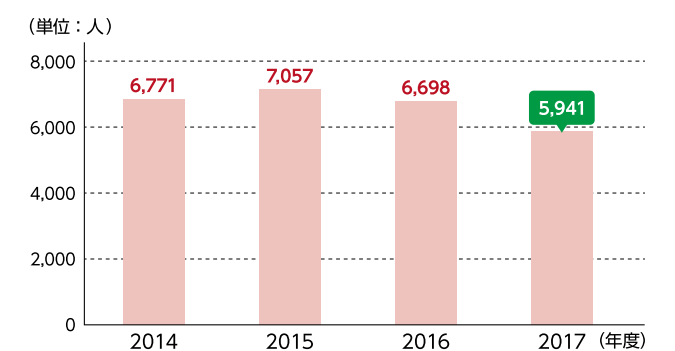
株式指標 S

基本方針である安定的な配当の維持に基づき、2018年3月期の年間配当金は1株当たり80円になりました。また、株主数は2018年3月31日時点で5,941人になりました。

1株当たりの当期純利益と年間配当金の推移



株主数の推移



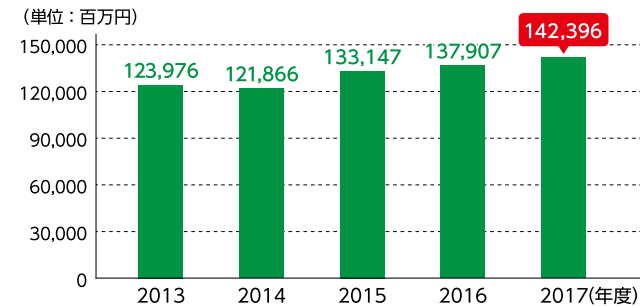
2017年度の社会・環境の側面における目標と管理指標、実績などを下記のウェブサイトにて開示しています。

2017年度の実績：<https://www.sbfoods.co.jp/company/sustainability/performance/>

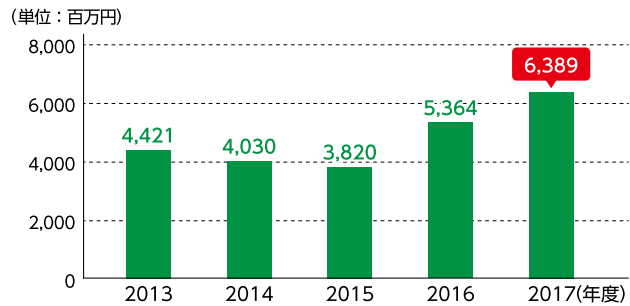


財務パフォーマンス（連結）

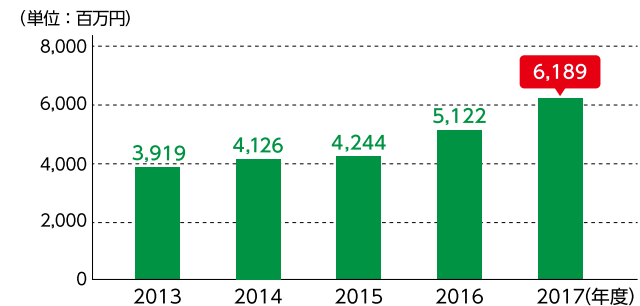
売上高



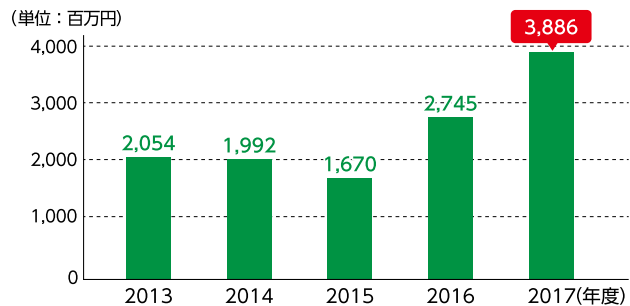
営業利益



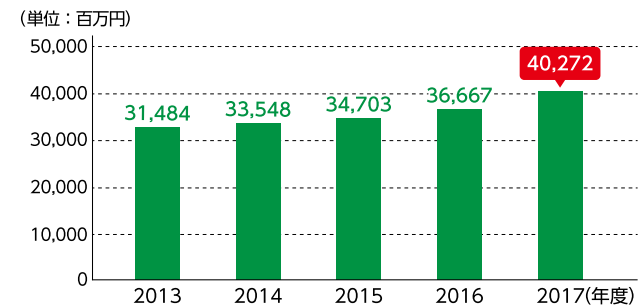
経常利益



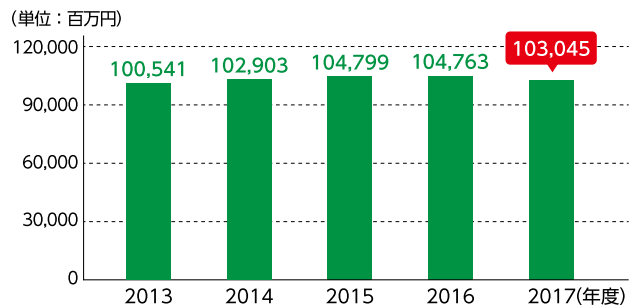
当期純利益



純資産



総資産

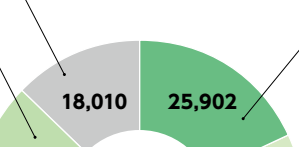


売上構成比（2017 年度）

インスタント食品その他 **21.0%**



調理済食品 **12.6%**



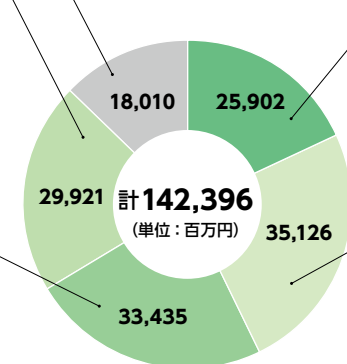
スパイス&ハーブ **18.2%**



香辛調味料 **23.5%**



即席 **24.7%**

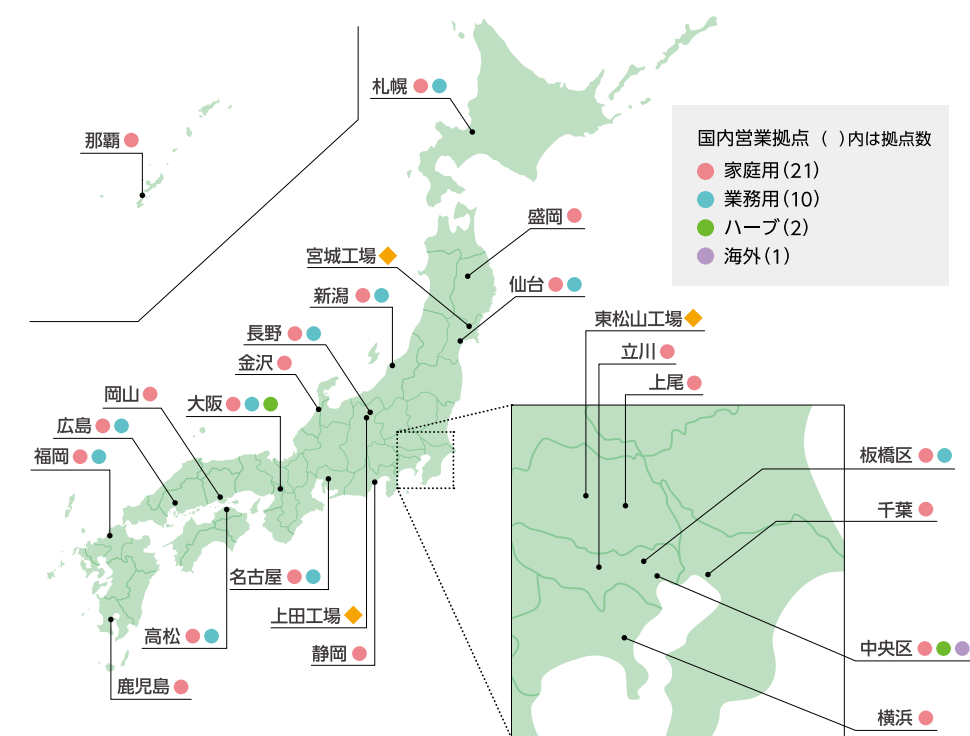


会社概要

会 社 名	エスビー食品株式会社
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	代表取締役社長 小形 博行 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)	142,396 百万円 (2018 年 3 月期)
営業利益 (連結)	6,389 百万円 (2018 年 3 月期)
従業員数 (連結)	1,850 人 (2018 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、フォン・ド・ボー ディナーカレー、とろけるカレー、濃いシチューなど)、香辛調味料 (生本わさび、おろし生しょうが、中華など)、インスタント食品その他 (おでんの素、レトルトカレー、パスタソースなど) の製造販売



事業所所在地

- 本社関係事業所**
- 本社 (東京都中央区)
 - ハ丁堀ハーブテラス (東京都中央区)
 - 板橋スパイスセンター (東京都板橋区)

営業拠点

- 北海道支店
札幌営業所 (札幌市)
- 東北支店
北東北営業所 (盛岡市)
南東北営業所 (仙台市)
- 東京支店
東部営業所 (千葉市)
中央営業所 (板橋区)
西部営業所 (立川市)
神奈川営業所 (横浜市)
- 関東・信越支店
関東営業所 (上尾市)
新潟営業所 (新潟市)
長野営業所 (長野市)
- 中部支店
静岡営業所 (静岡市)
中部第1・第2営業所 (名古屋市)
北陸営業所 (金沢市)
- 関西支店
関西第1・第2・第3営業所 (大阪市)
- 中四国支店
中国第1営業所 (広島市)
中国第2営業所 (岡山市)
四国営業所 (高松市)
- 九州支店
九州第1・第2営業所 (福岡市)
鹿児島営業所 (鹿児島市)
沖縄営業所 (那覇市)
- 広域第1・第2・第3営業ユニット (中央区)

工場

- 上田工場 (長野県上田市)
- 東松山工場 (埼玉県東松山市)
- 宮城工場 (宮城県登米市)

配送センター

- 首都圏物流センター (埼玉県川越市)
- 関西ロジスティクスセンター (兵庫県西宮市)

その他

- 忍野試験農場 (山梨県南都留郡忍野村)
- エスビーハーブセンターつくば (茨城県常総市)
- JA おきなわエスビーハーブセンター (沖縄県豊見城市)

関係会社

- エスビーガーリック食品 高田工場 (新潟県上越市)
- エスビースパイス工業 埼玉工場 (埼玉県北葛飾郡松伏町)
- エスビーサンキョーフーズ (静岡県焼津市)
- 大仲 川島工場 (埼玉県比企郡川島町)
- ヒガシヤデリカ 東松山工場 (埼玉県東松山市)
- ヒガシヤデリカ 北関東工場 (群馬県太田市)
- ヒガシヤデリカ 岩手工場 (岩手県北上市)

