

# 2019 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》



### お徳用タイプ チューブ入り香辛料シリーズ

エスビー食品では、食品ロスの削減や環境への負荷を低減するという視点から、商品パッケージの改良なども含めた取組みを行っています。

お徳用タイプのチューブ入り香辛料製品では、“二重構造容器”を採用しました。これにより中身が空気に触れにくくなることで、香りや色が長持ちし、従来より賞味期間を2か月延長することを実現しました。

## 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。

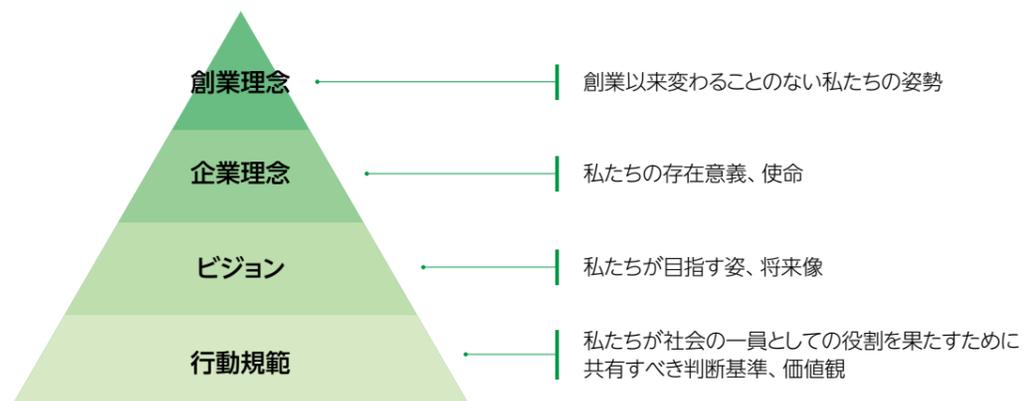


ユニバーサルデザイン(UD)の考えに基づいた見やすいデザインの文字を採用しています。



# 理念・ビジョン

エスビー食品グループでは、日々の活動の拠りどころとして、理念とビジョンを掲げています。この理念・ビジョンのもと、社員一人ひとりが同じ方向に向かって活動していくことで、組織力を高め、いかなる環境においても継続的に成長できる企業を目指しています。



## 創業理念 「美味求真」

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”を追い求めます。

## 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	<p>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われます。「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。</p>
医食同源	<p>フェンネル(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。</p>
私たちの想い	<p>「地の恵み スパイス&amp;ハーブ」を科学的に解明し、おいしさだけでなく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 &amp; 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 &amp; B」のラベルを貼りません。</p>

# 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2018年度の取組みをESGの視点からご報告しています。

特集1では、エスビー食品グループの中長期的な調達方針として制定した、持続可能な調達に関するコミットメントを掲載しています。

また、特集2では、2019年度に35年目を迎えた「S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会」の活動について、これまでの活動実績などをご紹介します。

2018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、よりわ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(持続可能な開発目標)のゴール、E S G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・レポート・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)

## 報告対象期間

2018年4月～2019年3月  
(一部2019年度の活動を含みます)

## 発行時期

報告書発行:2019年9月 次回発行予定:2020年9月  
前回発行:2018年9月

# 目次

理念・ビジョン	1
編集方針／目次	2
トップメッセージ	3
<b>特集1</b>	
持続可能な原料調達	5
<b>特集2</b>	
S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会	7
エスビー食品の価値創造の歩み	9
エスビー食品のサステナビリティ	11
エスビー食品の持続可能なバリューチェーン	13
<b>エスビー食品のバリューチェーン</b>	
商品企画・研究開発	15
原料調達	17
生産管理	19
物流	21
販売	22
コミュニケーション	25
コーポレート・ガバナンス	29
コンプライアンス／リスクマネジメント	30
環境マネジメント	31
社員との関わり	33
株主・投資家の皆様との関わり／地域コミュニティとの関わり	36
データ編 ～目標と実績～	37
データ編 ～非財務パフォーマンス～	38
データ編 ～財務パフォーマンス(連結)～	39
会社概要	40

## トップメッセージ

# エスビー食品グループが目指す価値創造

### 強みを活かした成長戦略

エスビー食品グループは創業から約1世紀にわたり、カレー粉やコショウ、わさび、フレッシュハーブなど、日本の食卓に欠かせない製品の開発と普及に努めてまいりました。太古よりスパイスとハーブは、料理をおいしくするだけでなく、生活に欠かせない活力源や生薬としても重宝されてきました。スパイスとハーブの無限の可能性を引き出し、人々の健やかで豊かな暮らしに貢献することが、リーディングカンパニーとしての私たちの使命であると考えています。そのために、当社グループの強みを活かした研究開発や製品開発、新しい事業領域の開拓にも積極的に取り組んでいます。

2017年度よりスタートした「中期経営計画」については、基本方針と4つの重点施策に主眼を置いて活動を続けています。2018年度は、簡単に本格的な料理を作ることができるシーズニングスパイスや、生鮮食品の日持ちの問題や手間を解消するチューブ製品「きざみシリーズ」のラインアップ強化やプロモーション施策に取り組んでまいりました。また、共働き世帯の増加などによる時短ニーズに対応した「とろっとワンピース」シリーズもご好評をいただくなど、重点施策に基づく取り組みの成果が徐々に形となってきています。引き続き、計画達成に向けて鋭意努力するとともに、より中長期的な目線も持ち合わせて活動してまいります。

#### 中期経営計画(2017年度～2019年度)

##### 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。

### 事業を通じた社会課題への取り組み

世界的な気候変動や国内の人口減少・高齢化など、社会環境が大きく変化を続ける中で、企業や製品に求められるものは、これまで以上に多岐にわたってきています。エスビー食品グループは、事業を通じて社会課題の解決に寄与することを目指しており、ESG(環境・社会・ガバナンス)やSDGs(持続可能な開発目標)の考え方も取り入れながら、さまざまな活動に継続して取り組んでまいります。

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、2018年11月より、国内のカレー業界では初めて、認証パーム油を使用した即席製品の製造を開始しています。このパーム油、そして香辛料・紙の調達に関して、「持続可能な調達に関するコミットメント」を制定しており、全社一丸となって取り組んでまいります。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、サステナビリティに配慮した調達を推進してまいります。

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、さまざまな国や地域のお客様にも当社製品をお召し上がりいただけるよう、ハラール認証製品なども手掛けています。また、スパイスとハーブの機能性に関する研究にも力を入れており、お客様の健康を支える製品の開発を進めていきたいと考えています。

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、ワークスタイル変革などの施策の実施だけでなく、マネジメント層へのサポートによる適切な運用の推進など、さまざまな取り組みを進めています。また、社員の健康維持・増進に向けた支援策にも取り組んでいます。今後も、多様な人材が主体性を持って活躍できる環境整備に注力してまいります。

コーポレート・ガバナンスについては、意思決定と業務執行のスピードアップを図り、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応するとともに、取締役会の実効性を高めるための取り組みを継続して進めてまいります。また、子会社を含めたグループ全体の内部統制システムの充実を図り、さまざまなリスクに対する管理体制の強化にも努めてまいります。

### 健やかで、明るい未来を目指して

これからも、お客様の食卓にしあわせを届け続けるエスビー食品グループであるために、そして、健やかで明るい未来を創っていくために、理念とビジョンの実現を通じて、社会に貢献できる企業となるよう努めてまいります。そして、ステークホルダーの皆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、社員にも幸せな暮らしや生きがいをもたらす。この好循環を続けていくことが理想です。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

# 持続可能な原料調達

## 持続可能な調達に関するコミットメントを制定

企業理念「食卓に、自然としあわせを。」の実現に向け、当社商品における基幹原料である“香辛料”、環境・生態系・人権などの国際的な課題を抱える“パーム油”・“紙”を、持続可能な調達における重要原材料と捉えました。2019年5月にはステークホルダーの皆様へのコミットメントとして、中長期的な調達方針をホームページに公開しました。コミットメントの実現を通じて、国際目標でもある、SDGs(持続可能な開発目標)に積極的に取り組みます。

コミットメント

1

## 持続可能な香辛料調達



主要香辛料\*について、2030年を目標として安全・人権・環境・コンプライアンスに配慮した持続可能な調達を目指します。また、フェアトレード・有機認証香辛料の調達や契約栽培の拡大も引き続き進めていきます。

※主要香辛料:こしょう・唐辛子・マスタード・パセリ・ローレル・オレガノ・わさび



有機JAS・フェアトレード認証付き商品

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有機香辛料を使用した、有機JAS認証\*1付きの「有機スパイス」シリーズを2005年に発売しました(現在は「オーガニックスパイス」シリーズとしてリニューアル)。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。有機香辛料の調達を通じて持続可能な産地・資源の保全に取り組んできました。

また、2009年には同シリーズ内に国際フェアトレード認証\*2付きの商品を展開し、現在は24品をラインアップしています。フェアトレード香辛料の調達を通じて、適正価格での取引や生産者の人権遵守に貢献し、生産者と協同した持続可能な調達を継続しています。今後もフェアトレード・有機認証香辛料の調達に積極的に取り組みます。

### 取組み事例

主要香辛料の持続可能な調達の取組みの一つとして、パセリの事例をご紹介します。パセリは天候などにより、品質や収量が毎年大きく影響を受け、安定的な調達の観点ではリスクが高い原料の一つです。エスビー食品はリスクを軽減するために、複数の地域で、協同関係にある調達先と契約栽培をしており、畑までの追跡ができる適切な条件で栽培された原料調達の取組みを進めています。また定期的に栽培に関する情報を交換し、産地を訪問し、生産者や現地のメーカーとの強固な信頼関係を構築しています。



#### ※1 有機JAS認証

目的	農林水産省が定めた有機JAS規格に基づいて有機栽培されたものであることを保証し、消費者にも有機栽培に基づいた商品であることを明示する
認証主体	農林水産省が認めた登録認証機関
主要ルール	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●認証がなければ「有機」「オーガニック」と表示できない</li> </ul>



#### ※2 国際フェアトレード認証

目的	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」を国際社会の中で構築する
認証主体	国際フェアトレードラベル機構
主要ルール	<ul style="list-style-type: none"> <li>●適正な価格による継続した取引が保証されていること</li> <li>●生産者・労働者の労働環境が保証されていること</li> </ul>

コミットメント

2

## 持続可能なパーム油の調達

2023年までに  
100%  
RSPO認証に  
切り替え

エスビー食品グループの全製品に使用しているパーム油を2023年までに100%RSPO認証\*3油に切り替えます。

パーム油は、アブラヤシの果肉から採れる油脂で、カレーやシチューのルー製品を製造する上で主要な原材料です。また世界的にも、その原料の有用性から食品や化粧品などに幅広く利用され、植物油の中で最も多く使用されており、その需要は高まっています。昨今、パーム油の生産地では、農園開発のための熱帯林伐採による生態系の破壊や、農園労働者の人権問題など、さまざまな問題が指摘されています。

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に加盟しました。RSPO認証は、適切な管理・製造・流通がなされているパーム油であることを証明するものです。エスビー食品グループは、2018年11月より、認証パーム油の使用を開始しました。対象商品を増やしながら、2023年までに100%の切り替えを目指します。



#### ※3 RSPO認証

目的	持続可能なパーム油の生産と利用を促進すること
認証主体	RSPO: 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(世界自然保護基金)と、パーム油産業に関わるステークホルダー(メーカー、小売、環境団体など)によって設立された非営利の会員組織
主要ルール	<ul style="list-style-type: none"> <li>●プランテーションの運営が原則と基準に沿って行われていること</li> <li>●作られたパーム油が加工、流通の段階で適切に管理されていること</li> </ul>

コミットメント

3

## 持続可能な紙の調達

2023年までに  
100%  
FSC認証紙に  
切り替え

エスビー食品グループのカレーなどのルー製品、レトルトおよびチューブ入り香辛料のパッケージに使用している紙を2023年までに100%FSC認証\*4紙に切り替えます。

森林は食料や資源として恩恵を与えるだけでなく、熱や水循環を生み出し、生態系の基盤を支えています。世界では森林の消失が進んでおり、面積の減少だけでなく、天然林が人工林に変わるなど、森林の質の低下も深刻な課題です。紙は森林を資源としており、紙の利用は森林が抱える課題に直結します。エスビー食品では、製品に使用する紙の資材を適切な森林資源由来であるFSC認証紙に切り替えることにより、環境負荷を低減させ、持続可能な森林資源の利用を積極的に進めます。

#### ※4 FSC認証

目的	経済的にも継続可能な責任ある森林管理を世界に普及させること
認証主体	FSC: 森林管理協議会(Forest Stewardship Council)の略称で、資源を利用する森林や製品、流通過程の評価、認定、監督を行うカナダで設立された国際NGO
主要ルール	<ul style="list-style-type: none"> <li>●森林が、環境・経済・社会的観点から定められたルールに沿って適切に管理されていること</li> <li>●認証された森林からの資源を利用し、不適切な木材資源と混ざらずに加工・流通された製品であること</li> </ul>

# S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会

## 活動のきっかけや狙い

1984年に産声をあげた「S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会」は、2019年で35年目を迎えました。「おいしく食べる、よく運動する、それによって真の健康が得られる」というエスビー食品の「おいさと健康」の理念に基づき、「21世紀を担う人づくり」をテーマに、スポーツを通じて心身ともに健康な子ども達を育成しようと全国各地で開催しており、2018年度は、全国38か所で実施され、45,187人が完走しました。

## これまでの活動実績

全国ほぼすべてのエリアにお住まいの小学生が参加することが可能です。この35年で完走者の累計が150万人を突破する、大きなイベントに発展しています。かつて、ちびっ子健康マラソン大会に参加した小学生で、オリンピックや全国の駅伝大会などにも出場している選手もいます。また、親子2世代に渡って出場している参加者もあり、長きに渡って開催されているマラソン大会です。

### ■ 参加可能エリア



### 累計完走者数の推移



## 参加者の声



**本人** 苦しかったけど楽しく走ることができた。  
**母** 入賞できてとてもうれしい。いつも最後で抜かれていたが、今回最後で抜きかえし入賞できてうれしかった。



**本人** 今回2回目の出場で昨年は4位でした。今回は8位と入賞できなかった。疲れました。  
**母** すごく頑張って完走してくれて良かったです。来年は入賞してほしいです。  
**父** 入賞できるよう、また来年も参加したいです。



**長女** 初めての参加で完走できて良かったです。  
**次女** 最後まで走れて良かった。  
**母** 娘2人が走るの、暑さが心配でしたが完走してくれて良かったです。  
**祖母** 2人とも暑中頑張ってくれました。大きな規模の大会の開催は苦勞があると思います。2人もしっかり走ってくれました。感謝とともに、これからも続けてもらいたいです。

## 今後の展望

最近では食育の観点から、会場でスパイスやハーブに触れるイベントを開催する試みも始めています。7種類のスパイスから各自で調合する「オリジナルカレー粉」づくりやハーブティーの試飲を行い、この活動を通してマラソン大会に参加する方に、スパイスとハーブの魅力を直に体験してもらい、全国各地でスパイスとハーブのファンづくりを広げていきたいと考えています。



イベント開催の様子



# エスビー食品の価値創造の歩み

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。私たちは、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

1950年代~1970年代

1980年代~1990年代

2000年代~

## 創業期

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

## カレー・スパイスを軸に商品基盤を確立

「赤缶カレー粉」や「テーブルコショウ」、香り高い本格即席カレーの「ゴールデンカレー」を発売。1970年には日本初のチューブ入り香辛料を発売し、日本の香辛料文化に大きな変革をもたらしました。

## 食の多様化に応えるさまざまな商品を開発

「カレー曜日」「S & B ごはん」といった従来の枠にとられないさまざまな商品を開発。1987年にはフレッシュハーブ事業を開始し、ライフスタイルや食の多様化に応じた価値を提供してきました。

## 「SPICE&HERB」のエスビー食品へ

「SPICE&HERB」のコーポレートシンボルを制定。2013年に創業90年を迎え、エスビー食品はこれからも日本の食文化の発展に努めていきます。

1950

「赤缶カレー粉」発売  
日本のカレー粉のスタンダード



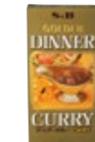
1952

「コショウ」発売  
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



1959

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



1973

「ゴールデンディナーカレー」発売



1982

「ディナーカレーレトルト」発売  
初の高級レトルトカレー

1983

「カレーの王子さま」発売



1990

「S & B ごはん」発売



1990  
「カレー曜日」発売

2001

「とろけるカレー」発売



2003

「スマートスパイス」発売



2006

「SPICE&HERBシリーズ」発売  
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

2005

「有機スパイスシリーズ」発売



2010

「S & B シーズニング」発売



2010

「ぶっかけ! おかずラー油」発売



2011

「濃いシチュー」発売



2012

「本生きざみわさび」発売



2018

「きざみ青じそ」発売



2019

「きざみねぎ塩」発売



### 1923~

1923

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



山崎峯次郎



日賀志屋  
(創業当時)

1931

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



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

### 1950年代~1970年代

1954

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



1960

ガーリックカーキャンペーンを展開し話題に



### 1980年代~1990年代

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



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



### 2000年代~2010年代

2000

新創業の年と位置付け、「SPICE&HERB」を掲げる

2003

コーポレートシンボルを定める



2005

「エスビーハーブセンターつくば」稼働



2007

社員がスパイスやハーブの魅力を開発する「Waプロジェクト」始動

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

2011

「ミールソリューション仕器」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



2015

愛媛大学・石川県立大学と、コリアンダーシードの保健機能に関する共同研究を開始

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(2つ星)

2017

筑波大学とのスパイスとハーブの健康機能性を解明する共同研究を開始

2017

8月2日「ハーブの日」制定



2017

持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO) に加盟

2018

ネットレシピ商品化プロジェクト「レッチャ!」スタート

2019

持続可能な調達に関するコミットメントを制定

# エスビー食品のサステナビリティ

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、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。

社会に価値を提供する企業として永続的に存在し、成長し続けるため、ステークホルダーの皆様のニーズや期待を踏まえ、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。特定したミッションは、外部環境やステークホルダーの声を反映させるため、定期的に見直しを図っていきます。

## 認識する課題

### 外部環境

**E 環境**  
●産地の気候や自然環境の影響

**S 社会**  
●食の安全・安心への関心の高まり  
●物流コストの上昇  
●原材料価格の高騰  
●お客様の要望の多様化

**G ガバナンス**  
●食品に関する法規制の変更  
●各国の法規制への対応  
●ガバナンス強化の要請

### 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

## 企業理念

「食卓に、自然としあわせを。」



## 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。

## SDGsとの関連性

### 持続可能な原料調達に関するコミットメント

#### 1 香辛料

主要香辛料\*について、2030年を目標として安全・人権・環境・コンプライアンスに配慮した持続可能な調達を目指します。また、フェアトレード・有機認証香辛料の調達や契約栽培の拡大も引き続き進めていきます。

\*主要香辛料:こしょう・唐辛子・マスタード・パセリ・ローレル・オレガノ・わさび

#### 2 パーム油

エスビー食品グループの全製品に使用しているパーム油を2023年までに100%RSPO認証油に切り替えます。

#### 3 紙

エスビー食品グループのカレーなどのルウ製品、レトルトおよびチューブ入り香辛料のパッケージに使用している紙を2023年までに100%FSC認証紙に切り替えます。

### 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月期定時8.4%) 2020年15% 2023年20%	新卒採用女性比率 40%以上を継続
------------------------------------	--	----------------------

2019年4月現在  
女性役員…1人任用  
女性管理職比率…15.9%  
新卒採用女性比率…  
2015年度以降40%以上継続

## エスビー食品のサステナビリティ

# エスビー食品の持続可能なバリューチェーン

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。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商品開発、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、そして社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。

## 事業を通じたSDGsへの取り組み

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。

### SDGs(持続可能な開発目標)

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。



エスビー食品のバリューチェーン						
	商品企画・研究開発	原料調達	生産管理	物流	販売	コミュニケーション
社会からの要請・期待	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会環境の変化に対応した商品や新たな価値のある商品の提供</li> <li>環境負荷の低減(包装資材使用量の削減)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全・安心な原料の調達</li> <li>持続可能な資源の利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安全・安心な商品の製造</li> <li>商品の安定供給</li> <li>環境負荷の低減(CO<sub>2</sub>排出量の削減、3Rの推進、水使用量の削減)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷の低減(CO<sub>2</sub>排出量の削減、モーダルシフト)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様なニーズに対応した商品の販売</li> <li>海外への日本食普及への貢献</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品に関する情報の提供</li> <li>社会課題への取り組み(支援活動、地域社会との取り組み、食に関する課題への取り組み)</li> </ul>
エスビー食品の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様なニーズに対応した商品の開発</li> <li>スパイスの新たな使い方提案</li> <li>3R(リユース、リデュース、リサイクル)に配慮した容器包装の検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料の品質確認</li> <li>購買基本方針に基づいた原料調達</li> <li>持続可能な調達に関するコミットメントの制定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質保証システムの運用</li> <li>[Safety &amp; weB]システムと製造実行システムの活用</li> <li>製造工場における環境負荷低減への取り組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>モーダルシフトの推進</li> <li>積載効率の向上への取り組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企画提案型の営業活動</li> <li>海外向けにアレンジした商品の販売(わさびチューブ商品やカレールー商品)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>お客様相談センターやウェブサイトにおける情報提供</li> <li>フードバンク支援活動や南三陸でのコミュニケーション活動、減塩対策サポート</li> </ul>
エスビー食品が環境・社会に与える影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>特定原材料等27品目不使用商品 <b>9品</b> (S)</li> <li>食品ロス削減に対応した商品[粘体チューブ商品] (E)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持続可能な香辛料調達</li> <li>持続可能なパーム油の調達 2023年までに <b>100%</b> RSPO認証に切り替え (E) (S)</li> <li>持続可能な紙の調達 2023年までに <b>100%</b> FSC認証紙に切り替え (E) (ルウ製品、レトルトおよびチューブ入り香辛料)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宮城工場への太陽光パネル設置 (E)</li> <li>水使用量 <b>866</b>千トン(前年比103%) (E)</li> <li>生産活動におけるCO<sub>2</sub>排出量 <b>36,334</b>トンCO<sub>2</sub>(前年比103%) (E)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品廃棄・ロスの削減や物流効率の向上を目指した、賞味期限の「年月」表示の検討 (E)</li> <li>物流活動におけるCO<sub>2</sub>排出量 <b>5,966</b>トンCO<sub>2</sub>(前年比102%) (E)</li> <li>モーダルシフト率 <b>39.3%</b>(前年比-2.5ポイント) (E)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>オーガニックスパイスの商品数 <b>65品</b> (E) (S)</li> <li>フェアトレード認証商品数 <b>24品</b> (S)</li> <li>海外向けにアレンジした商品 (S)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フードバンク寄贈 2014年からフードバンク活動の支援を継続して実施 (S)</li> <li>減塩レシピ ウェブサイトにてスパイスやハーブを使用した減塩レシピを紹介 (S)</li> </ul>
SDGsへの貢献						



●エスビー食品のバリューチェーン

商品企画・研究開発

原料調達

生産管理

物流

販売

コミュニケーション

## 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、より良い商品の開発に努めています。また、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。

### お客様視点に立った商品づくり S

商品の企画段階では、お客様の多様な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づくりを行っています。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、「使いやすさ」「表示のわかりやすさ」など、お客様の視点で考えて最終的な仕様を決定しています。

商品の開発段階では、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まで、一貫して行っています。商品発売後も、お客様の声やお取引先様からのより良い原料・資材の情報を収集することで、商品の改善・改良、リニューアルの検討を続けています。

### 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-

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。2018年度は、家庭用および業務用の一部製品において、段ボールの薄層化とサイズ変更を行い、年間約24トンの包装資材削減を実現しました。

### 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「保健機能」「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・クミン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。他にも複数の学術機関と共同研究を実施しており、香辛料の保健機能に関する科学的エビデンスの解明を行っています。

研究開発情報 S  
<https://www.sbfods.co.jp/company/rd/>



## 社会環境の変化に対応した商品の開発

### Ⓢ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、材料1つで本格的な手づくりのおいしさに仕上がる、具材入り調味料です。



ワンプロキッチンシリーズ



きざみねぎ塩 きざみゆず

### Ⓢ簡便ニーズに対応した商品

お客様が感じている不便・不満を解消し、「使い勝手の良さ」を追求しました。薬味・下味とさまざまな料理に使えるチューブタイプの商品です。

### Ⓢ洋風スパイスの新たな使い方提案商品

お客様の関心が高まっているスパイスを、身近に感じていただくきっかけづくりとなるよう、飲みやすい形で提供する商品です。



スパイス習慣 セイロンシナモン  
 スパイス習慣 ゴールデンウコン

### Ⓢ食品ロス削減に対応した商品

食品ロスの削減や環境への負荷を低減するという視点から、商品パッケージの改良なども含めた取り組みを行っています。中身が空気に触れにくくなることで、香りや色が長持ちする二重構造容器を採用して、賞味期間2か月延長を実現した商品です。



お徳用 生にんにく  
 お徳用 生しょうが

### Ⓢ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。



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

### Ⓢハラール認証商品

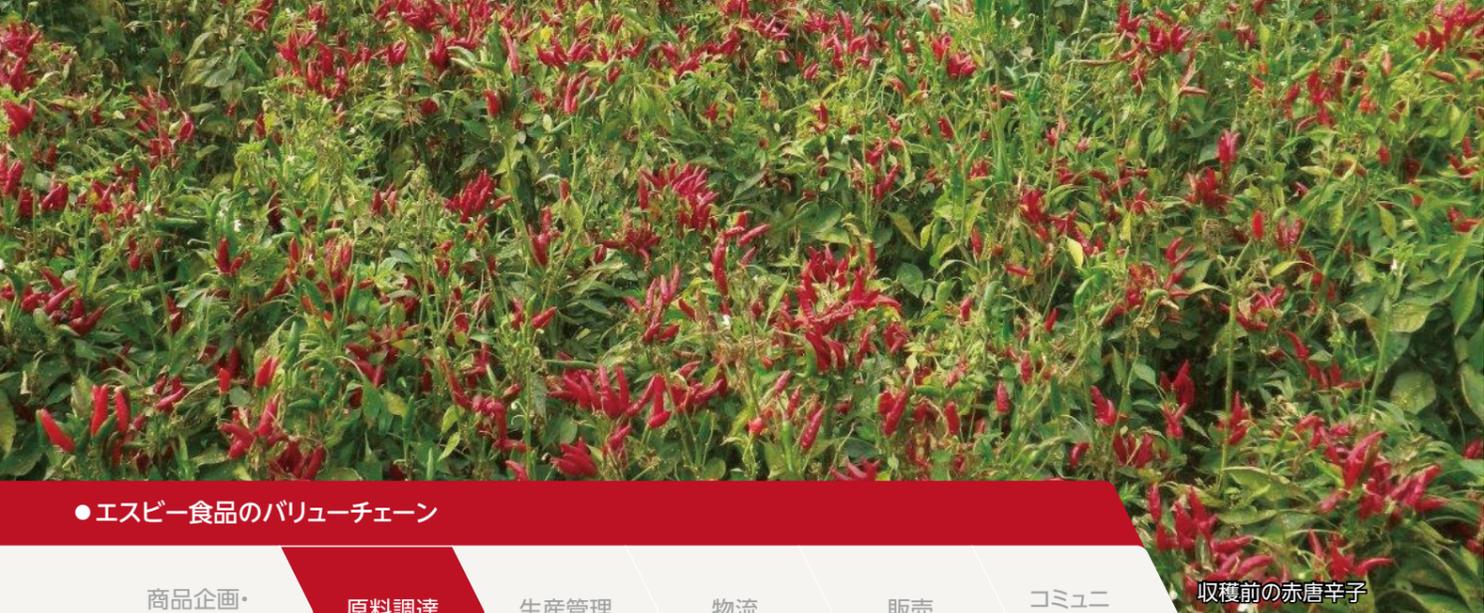
訪日外国人観光客の増加に伴う多様なニーズに対応した、ハラール認証の商品です。 ※すべて業務用商品



小袋ねりわさび 小袋コショウ 小袋七味 小袋国産山椒



ハラール認証 小袋香辛料 (コショウ・七味・国産山椒) 「ハラールフードアワード2018 ソース・調味料部門」最優秀賞受賞



●エスビー食品のバリューチェーン



収穫前の赤唐辛子

## 原料調達

より良い商品づくりのためには、安全・安心・高品質の原料の安定的な調達が必要不可欠です。エスビー食品では「購買基本方針」に基づき、取引先様と協働して安全・安心が確保された原料や資材の調達に努めます。



### 購買基本方針(要旨)

#### ① 安全・安心

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行い、品質と安全性の確認を徹底します。

#### 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。

#### ③ 環境・人権への配慮

購買活動において省エネルギー・省資源を推進します。また、生産者の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

取引先様の選定には、品質・コスト・納期・安定供給・信頼性などの項目を精査し、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。

#### ⑤ 共存共栄

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。

### 安全・安心への取組み 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、データベース化し、定期的に更新を行っています。管理項目は、原料の産地情報、製造工程、添加物、アレルギー、遺伝子組換え情報など多岐にわたります。特にスパイスやハーブは、品質に関わる香り・辛味・色などの項目や、安全・安心に関わる分析項目を定期的に継続して評価をしており、徹底した品質管理を行っています。

### 安定調達への取組み S

#### スパイス・ハーブ

創業当時から、スパイスとハーブにこだわった商品づくりは、エスビー食品の最大の強みです。

スパイスとハーブを調達する専門の部署があり、メンバーは世界中の産地をターゲットに、日々、現地の天候や栽培状況、政治情勢を収集しながら、より良い原料の調達に奮闘しています。産地の気候によってその品質や収量は影響を受けやすく、エスビー食品の品質基準に合った原料を毎年安定的に調達する苦労は少なくありません。産地を分散させたり、契約栽培を進めたりと、さまざまな工夫をしながら安定的な調達に努めています。今後も産地を定期的に訪

問し、生産者・現地加工メーカーとの信頼関係の強化を図りながら、より良い原料調達の取組みを継続していきます。



収穫前の山椒

### フレッシュハーブ

年間を通じて新鮮なフレッシュハーブをお届けするために、北海道から沖縄までの複数の産地と契約し、新鮮なハーブの安定調達に努めています。

一部の産地ではJGAP\*認証を2018年に取得し、食の安全や環境に配慮した生産工程のもと、高い栽培基準を設けて、安全・安心なフレッシュハーブづくりを実践しています。

\*JGAP: Japan Good Agricultural Practiceの略称。農林水産省が導入を奨励しており、食の安全や環境保全に取り組み農場に与えられる認証制度です。農薬・肥料の管理など、食の安全や環境保全に関する多くの基準が定められています。

### スパイス&ハーブの追究 S

富士山麓忍野八海で知られる山梨県忍野村に試験農場を設置し、湧水や冷涼な自然環境を活かして、より良いスパイスとハーブの原料調達のために栽培研究を行っています。

16棟の温室では、ワサビ、唐辛子、バジル、マスタード、各種ハーブなどのより最適な栽培方法の検証、品種の維持や保存を行っています。スパイスとハーブの先駆者として、今後も品質のさらなる向上を目指して追究していきます。



バジル試験栽培の様子

### フレッシュハーブへのこだわり S

フレッシュハーブの新鮮さを保持したまま、生産地から店頭にお届けするためのさまざまな取組みを行っています。特に収穫から店頭に並ぶまでの品温管理の徹底が重要であるため、パック詰めまで行う生産地での管理を徹底しています。例えば、国内におけるフレッシュハーブの最大の産地である沖縄県では、JAおきなわとの取組みとして2007年にJAおきなわエスビーハーブセンターを設立し、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。

### ベビーリーフの魅力

1999年にベビーリーフの発売を開始し、今年で20周年を迎えました。幼葉の栄養と、多彩な食べ方をお伝えする新パッケージにリニューアルし、ラインアップも広げています。一番最初に摘み取った「一番摘み」のふんわりとした幼葉にこだわって、これからもおいしいベビーリーフをお届けします。





●エスビー食品のバリューチェーン



## 生産管理

独自の品質保証システムを運用することで品質を最優先とした安全な商品づくりを前提とし、さらに管理体制の整備拡充を進め、生産性の向上にも取り組んでいます。



### 品質保証システムの運用 **S**

高品質で安全・安心な商品を生産し、お客様にお届けするために、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<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たS & B 品質保証システム (SQS: S & B total Quality assurance System) を構築し運用しています。自社・関連7工場においては国際的に評価の高い食品安全マネジメントシステム FSSC22000も併せて運用しています。

※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 ISO9001: 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。

### 徹底した製品検査 **S**

生産ライン上において、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>なども積極的に導入し、不適合品の徹底した排除に取り組んでいます。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、高品質で安全・安心な商品の生産に努めています。

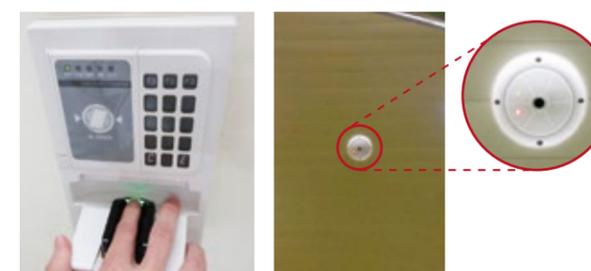
※3 ISO22000: HACCPの食品衛生管理手法をもとに、顧客・消費者へ安全な食品提供を可能にする食品安全マネジメントシステムの国際認証規格です。また、このISO22000と、一般衛生管理を強化させたISO/TS22002-1および追加要求事項を統合したものが、国際食品安全イニシアチブ (GFSI) の承認した認証規格のFSSC22000です。

※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やセキュリティの強化を進めています。工場においては敷地・建物へは関係者以外の立ち入りを防止するために、出入口にはカメラを設置し、ICカードやタグで入場を管理しています。生産ラインでは、モニタリングカメラを設置して作業や工程の異常を確認できるようにし、従業員は工場内へ私物を持ち込まないために、ポケットのない衛生服を着用しています。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。

従業員に対しては定期的に食品安全に関する教育を実施してレベルアップを図るとともに、職場内のコミュニケーションを円滑にすることで、良好な職場風土づくりにも努めています。



工場の静脈認証リーダー モニタリングカメラ

### 社内コミュニケーション **S**

生産に関わるメンバーが個々に自律性を保ち活動しつつも、お互いの状況を理解し、安全・安心な商品づくりを進化させていくことが必要です。そのためにも社内コミュニケーションを活発に行い、各部門の連携を図っています。品質保証の観点からは、本品質保証部門と各工場の品質管理の担当者が一堂に会する「品質保証協議会」を定期的に開催しています。お客様からのご指摘内容や、各工場での安全・安心に関する取り組みの紹介などの情報を共有し、さまざまな課題に対して意見交換を行っています。



品質保証協議会の様子

### 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・安心な商品づくりに活用しています。

### 製造実行システムの導入 **S**

製造実行システム<sup>※5</sup>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。生産管理システム (「Safety & weB」システム) と連動することで、生産実績を正確に記録することができ、生産履歴を迅速に追跡することが可能です。また、手入力作業の廃止や情報管理の一元化により、作業効率の向上にもつながっています。

※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



●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、商品トレーサビリティの充実を図るとともに、物流の効率化や環境負荷の低減にも取り組んでいます。



### 安全・安心を運ぶ「物流」

工場から店頭までの商品の輸送を担う物流において、商品を破損することなく確実に運ぶことが不可欠です。実際の商品の輸送を想定したテストを行いつつながらその安全性を検証しています。また、商品を運ぶ段ボール資材についても強度テストを行い、輸送時・保管時の安全性の確認をしながら、適切な厚みとデザインになるような設計をしています。

商品を一時保管して各拠点に配荷する物流センターでは、商品の品質劣化および段ボールの強度低下のリスクを抑えるために、特に夏場の温度・湿度の管理を徹底しています。また、センター内での保管環境を整備し、トラックへの積み込み時には特に留意した作業を徹底することにより、安心して商品を出荷できる体制を構築しています。

トレーサビリティ管理においては、専用のシステムで保管する商品の検品や入出荷の情報管理を行っており、商品ごとにロット単位での出荷履歴の確認が可能です。

### 物流における環境負荷低減に向けた取組み

#### モーダルシフトの推進と物流効率化

物流におけるCO<sub>2</sub>排出削減のために、車を利用した陸上輸送から、より環境負荷の低い鉄道や船舶輸送への転換（モーダルシフト）を進めています。また、商品配送の積載効率の向上、原料・資材の工場への効率的な納品などを進め、ドライバー不足といった物流を取り巻く厳しい環境にも対応できるよう、取組みをしています。

### 資材軽量化によるCO<sub>2</sub>削減

CO<sub>2</sub>排出量の抑制を目的に、製品に使用する段ボールの軽量化を進めています。2018年度は同じ製品と比較して前年度対比で年間約24トンの軽量化を達成し、資材製造時におけるCO<sub>2</sub>排出量の削減と、配送の効率化に貢献できました。

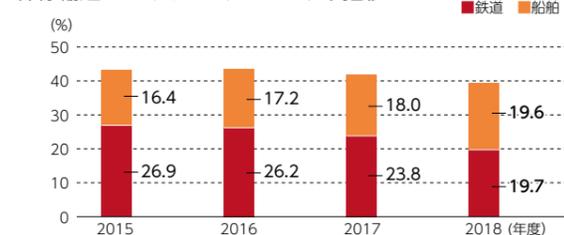
軽量化に際し、最大の課題は強度の確保です。圧縮強度試験や、保管試験を実施し、その安全性を確認しています。2019年度は他の製品にも対象を広げて軽量化を進め、物流における環境に配慮した取組みを継続していきます。

#### CO<sub>2</sub>排出量と輸送トンキロの推移



2018年度は販売数の増加に伴い、輸送距離は2017年度より増加しましたが、それに対してCO<sub>2</sub>排出量はさまざまな取組みにより、その増加幅を最小限に抑えることができました。

#### 幹線輸送におけるモーダルシフト率推移



2018年度は、地震・豪雨・台風の影響で鉄道や海上輸送の利用に制約が生じたため、幹線輸送におけるモーダルシフト率は低下しました。都市部の消費の割合が高まる傾向があり、生産工場との位置関係から鉄道・海上輸送への転換が難しいことも一因ですが、改善に向けて取組みを継続します。



●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や加工業者、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

香辛料、カレー、パスタソースなど自社商品から李錦記、MAILLE、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。特に近年は、お客様の嗜好が大きく変化しており、お客様が感じる「不満」や「不便」を解消し、食卓場面を新たに創出するような提案が必要となっています。

#### VOICE

##### 家庭用営業のやりがい

家庭用営業のやりがいは「お得意先様の実績に直結する提案と着地」です。お客様のニーズ・トレンドに応え、潜在需要を引き出すための提案が実施された時に実績に直結していき、また、それがお得意先様への信頼につながると考えています。担当しているお得意先様で、2018年3月に発売となった「きざみ青じそ」に関して素麺や納豆などの薬味だけではなく、肉・魚・野菜のメニュー提案を実施しました。その結果、お得意先様の実績拡大に大きく貢献でき、「きざみ青じそは成功事例のひとつ」との嬉しい言葉をいただきました。



家庭用営業部 関東・信越支店 新潟営業所 加藤 奨啓

#### 家庭用営業部として取り組んでいること

2017年3月に発売した「きざみパクチー」は、パクチーの魅力である、香り・食感を活かし、店頭でのきざみ系のチューブ製品の拡大につながりました。2018年3月に発売した「きざみ青じそ」は、生鮮のしそは日持ちしないため使い切れず無駄になってしまうといったお客様が感じる「不便」をチューブタイプにすることで一気に解消できた画期的な商品です。調理シーンにおいて、いつでも・あらゆるメニューに使えるという点から、発売以来好調に推移しています。また、2018年9月には「きざみゆず」を、2019年3月には「きざみねぎ塩」を発売し、家庭内での香辛料の使用シーンを拡大させる提案を行っています。

#### 「きざみシリーズ」累計販売本数



## 業務用営業 ⑤

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、ホテルなどの一般外食店まで幅広い業態におよびます。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供をすべく、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活かすことで、スパイスとハーブの啓発活動につながっていきます。

### VOICE

#### 業務用営業のやりがい

外食や給食など、多くの業態からなるお得意先様に出会うことができ、商品提案やメニュー提案などさまざまな案件を経験できる面白い職場です。お得意先様が抱えている課題は多種多様ですので大変なことも多いですが、それだけに課題を一緒に解決できたときの喜びはとて大きいです。最近では、アレルギーを持つお客様やインバウンドのお客様に配慮した商品も発売されており、活動の幅が広がっていることを実感しています。今まで以上にいろいろなことができるようになっていくのが、とても楽しみです。

業務用営業部 首都圏広域食材ユニット  
坂本 将次



## 海外営業 ⑤

世界各国のお客様に商品を使っていただけるよう現地に赴き、各エリアの代理店と協力しながら、「カレー」「わさび」などの輸出専用用品を中心に販売営業活動を行っています。世界中で「和食」が注目される中、「JAPANESE CURRY」=「S & B」と認知していただけるような提案や試食を中心としたプロモーションを企画し、販売促進を図っています。販売拠点を置く米国・シンガポールでは、海外進出した日系外食向けのきめ細かいフォロー営業や、現地の食文化に対する商品提案など、より現地に密着した営業活動を行っています。

### VOICE

#### 海外営業のやりがい

数年前、韓国で試食販売員向け勉強会を開きました。当社の歴史や商品へのこだわりなど伝えましたが、韓国は既にカレーが普及している国。自己流レシピを貴きたい参加者とよく対話しながら、実食してもらおうと、「カレーってこんなにおいしいの?」と驚いている様子。試食当日も販売員皆さんの活躍で、お客様から大好評でした。食文化・商文化の違いや法規制など困難は多いですが、「おいしい!」の一言はいつも私たちに力を与えてくれます。

海外事業部 海外ビジネスユニット  
汲田 和紀



### 業務用営業部として取り組んでいること

#### 1 スパイスとハーブの啓発

幅広い品揃えの単品スパイスだけでなく、本格メニューを容易なオペレーションで提供できるよう、各種シーズニングを取り揃えています。また、スパイスとハーブの販売だけでなく、お得意先様のさまざまな疑問にお答えし、お使いいただく上でのアドバイスになるような「スパイスとハーブの基礎知識」や、「メニューバリエーション」などの勉強会を行っています。



展示会の様子

#### 2 メニューや食材の提案

各業態のお得意先様へのメニュー提案はもろんのこと、展示会を通じてトレンドに即した新製品を幅広くご案内するなど、おいしく、健やかな食の創造に貢献する活動を行っています。

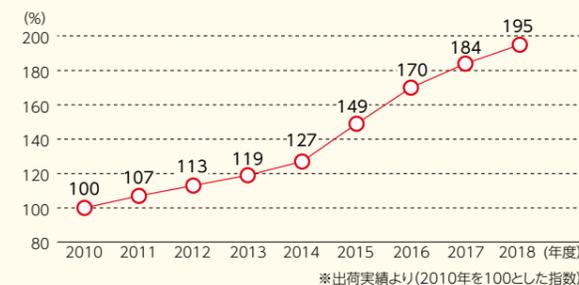
近年では多様化する食のニーズにお応えすべく、「アレルギー特定原材料等27品目不使用」商品や、「動物性原材料不使用」商品、「ハラル認証」商品を発売するなど、幅広いお客様に安心してご使用していただける商品を提供しています。



提案会の様子

セレクトスパイス

#### 業務用スパイス売上伸長率



試食販売員向け勉強会にて



試食プロモーションの様子

## ハーブ営業 ⑤

バジルやパクチー、ペ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。近年では、インバウンド需要の拡大などもあり、これまで以上にフレッシュハーブに対する意識の高まりが感じられます。多様化するお得意先様のニーズに応えていくために、魅力ある商品づくり、食べ方提案によるエスビー食品のフレッシュハーブのファンづくりに取り組んでいます。

### VOICE

#### ハーブ営業のやりがい

全国の農家の方々が作られたハーブが青果市場に運ばれ、仲卸を通じて小売店や外食・中食の加工業者に卸され、お客様に届く。そうした一連の流れを直に感じることができるのがハーブ営業ならではのやりがいであり、面白さだと考えます。拡大の可能性は大いにありますので、自分なりの食べ方や売り方を考え、お客様にフレッシュハーブの魅力を伝えていけるように、日々提案を続けています。

ハーブ事業部 ハーブ営業ユニット  
吉野 千秋



イベントでのハーブティーづくりの様子



フレッシュハーブ売場の様子



●エスビー食品のバリューチェーン

- 商品企画・研究開発
- 原料調達
- 生産管理
- 物流
- 販売
- コミュニケーション

## 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

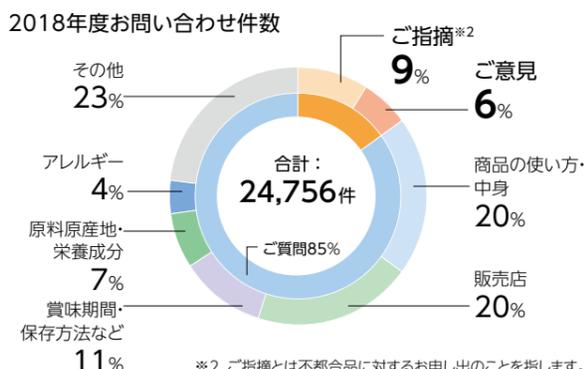
エスビー食品では、お客様の視点に立って、安全・安心で価値ある商品・サービスをご提供するため、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。

「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おり、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。2018年度は、年間で24,756件のお問い合わせをいただきました。

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※1により、関連部門に伝えていきます。関連部門ではこの情報をもとにより良い商品づくりを目指し、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めています。

※1 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。



## お客様の声を活かした商品群

**お客様の声**

「きざみ青じそ」について  
生の青じそは保存がきかないし、多すぎるので、ちょっとだけ必要な時に、**気軽に使える青じそのチューブがほしい**です。

**開発!** あこの料理にもこの料理にも！  
利用シーンが広がっています。

2018年春  
新発売

**お客様の声**

「ペビーリーフ」について  
身体に良さそうなのでペビーリーフを買いました。**どんな栄養素が含まれているのか知りたい**のですが…

**改良!** 含有される栄養素を  
わかりやすく表示しました。

2019年春～  
パッケージ  
変更

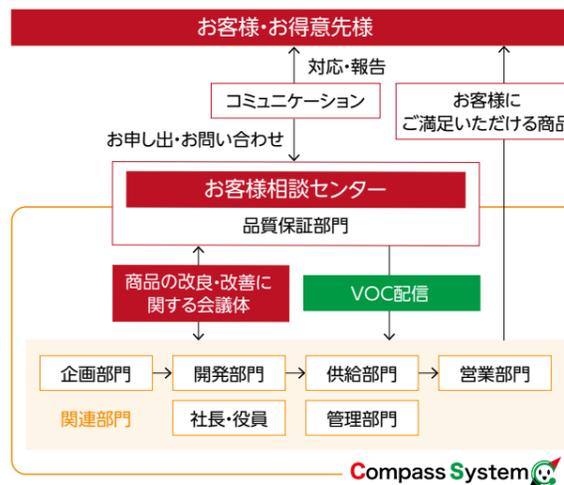
### お客様の声を反映する取組み S

2018年10月に、お客様からいただいたお問い合わせ内容、調査結果などのデータベースであるお客様対応システムを変更しました。

「お客様の声を、エスビー食品の進むべき方向を示すコンパスとして、お客様に満足いただける商品づくりに活かしていく」という思いを込め、「Compass System」と名付けました。従来のお客様情報の蓄積だけではなく、工場や原料・資材メーカーへの調査、営業部門を通じたご指摘連絡や商品情報に関するお取引先様からのお問い合わせも、すべて「Compass System」にて一元管理することによって、お客様満足に向けた、より一層の全社活動の強化につなげています。

お客様視点に立ち、品質改善に向けた取組みの向上を目指すため、お客様相談センターに寄せられたお客様の声の中から、品質・工程管理に関するお問い合わせやご指摘、声援の情報を、トピックスとしてまとめたポスターを作成し、自社・関連工場に掲示しています。さらに、実際のお客様の声を音声にて、自社・関連工場の従業員に共有する報告会を実施し、日々の品質管理の重要性を再確認し、意識を高める機会を設けています。

### システムを活用したお客様対応の流れ



工場内掲示用ポスター



自社・関連工場でのお客様の声 共有会

## 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」<sup>S</sup>

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、今後のスパイスと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&ハーブマスターの声

#### 資格制度17年目を迎えて

私が活動を始めた10数年前に比べると、お客様にとってスパイス&ハーブはかなり身近な存在になっているのを感じます。私たちも時代とともに提案の幅を広げることが必須。今もさまざまな情報や体験、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。

スパイス&ハーブマスター 磯部 友美



## スパイス&ハーブクラブ<sup>S</sup>

「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」が、セミナーやイベントの講師となり、

香りや風味の体験を通して、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。

## Topics 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

### コーポレートサイト

2018年8月、エスビー食品コーポレートサイトは多様化するお客様のライフスタイルや閲覧環境の変化に対応することを目的にサイトの全面リニューアルを行いました。スマートフォン、タブレット等での閲覧を想定し、いずれの端末でも目的の情報にスムーズに辿り着けるよう使いやすさを強化し、より見やすく整備しました。その他、ステークホルダーに合わせた情報の最適化を目指し、企業情報の内容を整備して「企業情報サイト」を設けるなどしています。海外向けであるグローバルサイトは、従来の英語に加え、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）の4言語に対応。各国の消費者向けの情報発信力強化を目指しました。

コーポレートサイト<sup>ⓐ</sup>  
<https://www.sbfoods.co.jp/>



### 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用サイトです。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。

サポートデスク<sup>ⓑ</sup>  
<https://www.sbfoods.co.jp/sbsoken/supportdesk/>



### お届けサイト

直営のオンラインショップ「お届けサイト」では、店頭で販売されているエスビー食品の主要商品はもちろんのこと、お客様からのご要望の多い商品や業務用商品、海外ブランド商品なども幅広く取り揃え、一個から購入することができます。

お届けサイト<sup>Ⓒ</sup>  
<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



LINE



Twitter



YouTube



## 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<sup>S</sup>

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。2018年度は、レトルト食品を寄贈させていただきました。

### 南三陸での取組み<sup>S</sup>

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、その後はスパイスと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。2019年は、宮城県南三陸町「志津川湾ほやほたてまつり福興市」に参加し、スパイスとハーブを使った「ほや」の新たなメニュー提案を通じて、地域支援活動を行いました。

### 岩手オリジナルブランド「サヴァ缶」との コラボレーション<sup>S</sup>

東日本における復興の一助として、岩手県で作られている洋風のさば缶「Ça va (サヴァ) 缶」とコラボしたパスタソース商品「サヴァ缶とオリーブオイルのパスタソース」「サヴァ缶とレモンバジルのパスタソース」を2019年3月に発売しました。売上の一部は、東北地方における復興支援の取組みに役立てます。



に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組み<sup>ⓐ</sup>

[https://www.sbfoods.co.jp/customer/allergy\\_products\\_inquiry.html](https://www.sbfoods.co.jp/customer/allergy_products_inquiry.html)



### 減塩対策サポート<sup>S</sup>

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<sup>※1</sup>

成人男性	成人女性
平均 11.0g	平均 9.2g
目標 <sup>※2</sup> 8.0g未満	目標 <sup>※2</sup> 7.0g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。

<sup>※1</sup> 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  
<sup>※2</sup> 日本人の食事摂取基準(2015年版)より



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<sup>ⓐ</sup>

<https://www.sbfoods.co.jp/aroma-spice/>



## G 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。

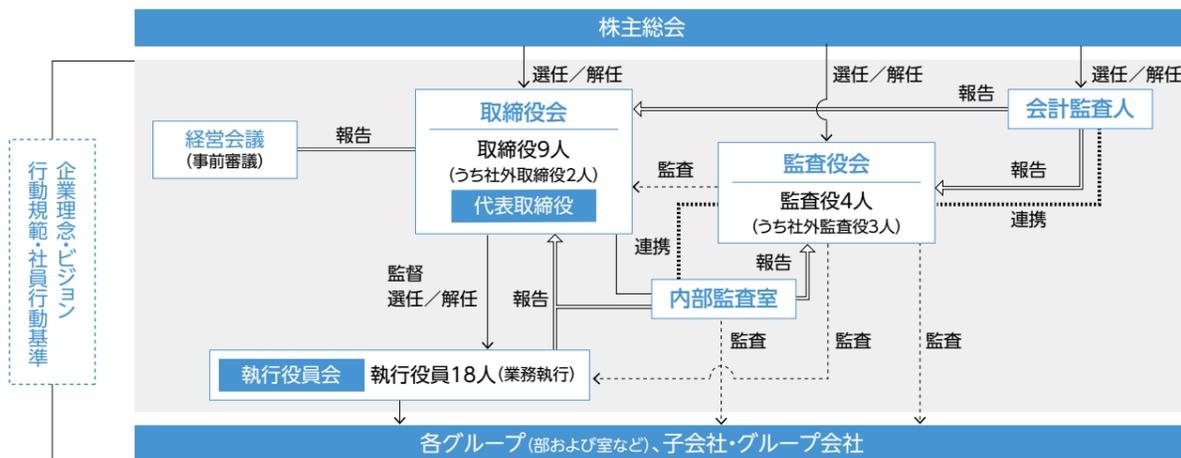
### 取締役会の構成

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9人の取締役で構成され、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を述べています。また、社外監査役3人を含む4人の監査役も出席し、必要に応じて意見を述べています。

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。

## G 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」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

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。

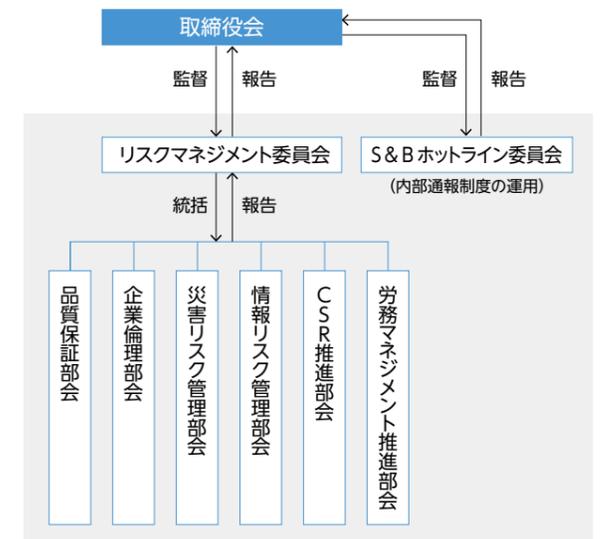


### リスクに対する取組み

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



# E 環境マネジメント



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。

環境基本方針	
1	国内外法規制遵守
2	環境目的・目標の設定
3	環境負荷の低減
4	商品開発
5	環境教育
6	地域との共生

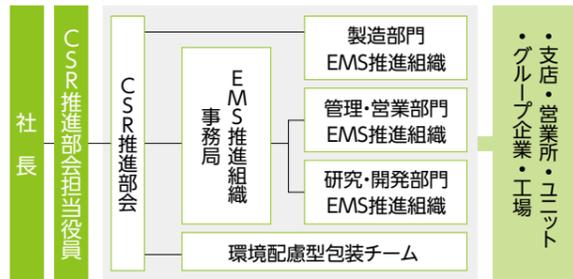
環境基本方針 <https://www.sbfoods.co.jp/company/sustainability/environment/policy.html>

## 環境マネジメントシステム

エスビー食品グループでは、環境基本方針に基づいた環境マネジメント組織を作り、環境負荷低減活動を推進しています。工場、管理・営業部門の各事業所にて、ISO14001<sup>\*1</sup>に準拠した環境マネジメントシステム(EMS)を運用しながら、省エネルギー、廃棄物の抑制といった各職場の環境負荷の低減を目的とした改善活動に取り組んでいます。

\*1 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。

## 環境マネジメント組織



## 環境会計

エスビー食品では、環境保全活動に関するコストを集計し、可視化することにより、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公開しています。

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

## 工場での取り組み事例

### 地域の環境保全活動

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。2018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に参加しました。

### ボイラー切り替えによる省エネ化

上田工場では、2018年8月より高性能のボイラーへの切り替えを進めました。運転制御システムの効率化、熱回収システムの導入が可能となり、既存のボイラーと比較してCO<sub>2</sub>排出量を削減する効果があります。既存のボイラーと比較してCO<sub>2</sub>排出量を年間約135トン削減できました。

### 太陽光パネルの設置

宮城工場では、2019年6月に、屋上に1,650枚の太陽光パネルを設置しました。発電した電力により、工場で使用する12%相当分の電力を賄うことができます。これにより、年間で約250トンのCO<sub>2</sub>排出量の削減が可能となる見込みです。



太陽光パネル(宮城工場)

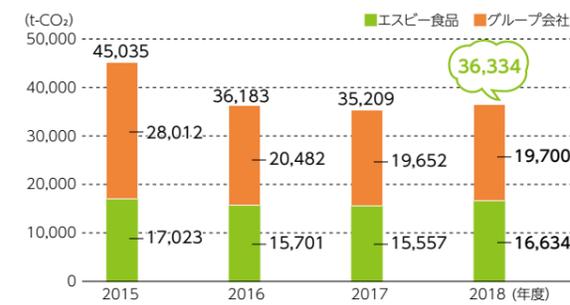
### 自然冷媒の使用

上田工場では、2019年7月より自然冷媒式冷却設備の導入を進めています。フロンを使用しない自然冷媒を使用した高効率の冷却設備により、オゾン層破壊や地球温暖化などの環境課題解決、CO<sub>2</sub>排出量削減に取り組んでいます。

## CO<sub>2</sub>排出量の削減

エスビー食品グループでは、業務活動によるCO<sub>2</sub>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ました。また、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。工場での生産増加に伴い、CO<sub>2</sub>排出量は増加しましたが、その増加幅は最小限に抑えることができました。

### CO<sub>2</sub>排出量の推移



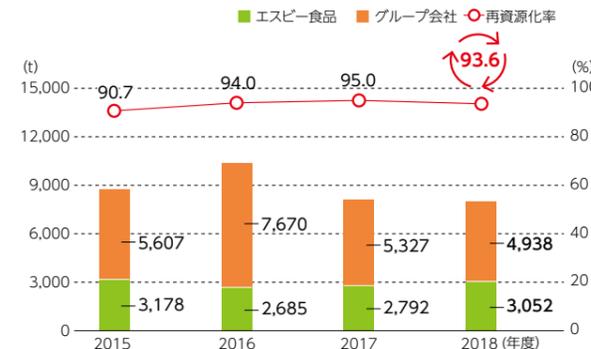
## 廃棄物の削減とリサイクルの推進

エスビー食品グループ全体で、2018年度の廃棄物等の総排出量<sup>\*2</sup>は2017年度対比で約1.6%(130トン)減らすことができ、再資源化率<sup>\*3</sup>も93.6%と高水準を維持しました。

\*2 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)。

\*3 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。

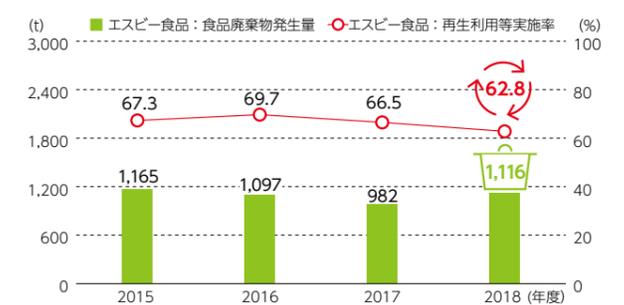
### 廃棄物等総排出量・再資源化率



## 食品廃棄物の削減

エスビー食品では、食品廃棄物の再生利用等実施率を向上させることを目指して取り組んでいます。2018年度の再生利用等実施率は、エスビー食品では62.8%<sup>\*4</sup>にとどまりました。廃棄物発生量の抑制と併せて、改善に向けた更なる取り組みが必要です。

### 食品廃棄物の再生利用等実施率

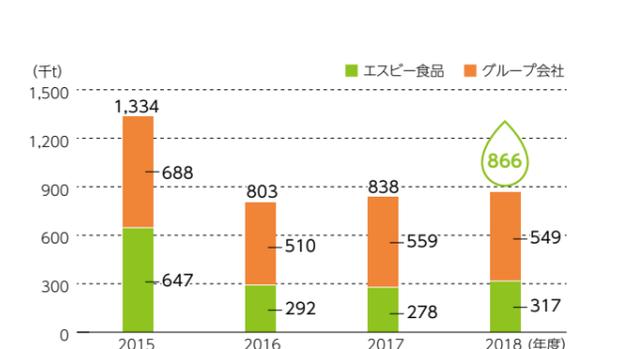


\*4 2017年度から、再生利用などの実施率の集計方法を改めました。

## 水使用量の削減

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。2018年度も2017年度と同様に、水使用量を抑えた生産活動を行うことができました。

### 水使用量の推移



## S 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

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。

年齢、国籍や障がいの有無、性別および性的指向や性自認などを問わず、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。

#### 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」の考え方にに基づき、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)	次世代グローアッププログラム	
	新任マネージャー研修 キャリアデザイン研修 (メンター教育制度) フォローアップ研修 (エルダー教育制度) 新入社員研修 内定者コミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>●女性活躍推進</li> <li>●各種マネージャー対象</li> <li>●通年入社対象</li> <li>●正社員転換者対象</li> <li>●各種部門内勉強会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●通信教育</li> <li>●eラーニング</li> <li>●ビデオライブラリー</li> </ul>
低		など	など
基本教育			
	●スパイス&ハーブ社内検定	●理念倫理教育	

#### 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、処遇に結びつけるとともに、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。



## 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ひとつと考えています。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/>



### 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おける具体的な数値目標を以下の通り定めて取組みを進めています。



2019年4月現在  
 女性役員…1人任用  
 女性管理職比率…15.9%  
 新卒採用女性比率…2015年度以降40%以上継続



## 人権の尊重

### 公正な選考と雇用

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

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、あらゆるハラスメントの禁止を明確に定めるとともに、社員が気軽に相談できる受付窓口として、「S & B ホットライン」を設置しています。年齢、国籍、性別、性的指向や性自認などを問わず、多様な社員が安心して働ける企業風土づくりに取り組んでいます。

### 柔軟な働き方の支援

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、個性や能力を発揮できる環境整備にも取り組んでいます。具体的には、フレックスタイム制度や在宅勤務制度の運用により、時間や場所にとらわれない柔軟な働き方を支援しています。また、全社総実労働時間の低減を目標として、年次有給休暇の連続取得を促進するとともに、最短1時間単位でも取得できる環境を整えています。

### テレワーク・デイズ2019への参加

エスビー食品では、テレワーク・デイズ2019に、特別協力団体として参加し、在宅勤務制度の更なる利活用等に向けた検証を行いました。

※政府が東京都や関係団体と連携して展開する働き方改革の国民運動



テレワーク・デイズ2019イベントの様子

## 事業所内保育園「バジリック保育園」

2015年4月に板橋スパイスセンター内に、従業員向け保育施設「バジリック保育園」を開設以降、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。



バジリック保育園の様子

## 健康への取組み

### 基本的な考え方

エスビー食品では、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。」のもと、おいしさとともに健康をお届けする企業として、社員一人ひとりが健やかであることをその基盤と考えています。社員がよりいきいきと活躍できるよう、就業環境の整備を進めるとともに、さまざまな健康への取組みを推し進めています。

### 健康推進体制の整備

エスビー食品では、社員一人ひとりがいきいきと健やかでいられるよう、社員の健康支援体制を整えています。その中心となるのが「健康推進局」で、社員の健康管理や長期休業者の復帰支援、健康に関する情報発信のほか、各事業所・職場の保健衛生活動の支援などを行っています。また、2018年度より常勤の保健師による社員全員との個人面談を実施し、定期健診結果に応じた生活指導や個別の健康相談を行うなど、社員一人ひとりと向き合いながら企業全体の健康度の向上に取り組んでいます。

### 社員の自主的な取組みを支援

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、生活習慣目標チェック、定期健診結果に応じたアドバイスのフィードバックなどにより、社員自身の健康状態の把握や日々の継続的な取組みを支援しています。

## 子の1歳誕生祝いギフト・特別休暇

社員の子の健やかな成長をお祝いしたいという趣旨から、2019年4月に「子の1歳誕生祝い制度」を導入しました。自社商品の“カレーの王子さまギフトセット”を社員の自宅に送付するほか、1歳の誕生日前後に取得可能な特別休暇も導入し、家族での素敵な思い出づくりを応援しています。



カレーの王子さまギフトセット

### メンタルヘルスケア

エスビー食品では外部のメンタルヘルスサイトを活用し、毎年実施しているストレスチェック以外にいつでも自己のストレスの状態を確認できる仕組みを導入しています。さらに新入社員、2年目社員に対してはメンタルヘルス研修を通じたセルフケア支援を行うとともに、管理職にはメンタルヘルス、ハラスメント防止の観点からラインケアを支援する研修を実施しています。また、外部の専門スタッフによるメンタルヘルス相談窓口を設置して、職場のメンタルヘルス環境の向上に努めています。

### 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、本社などの大規模事業所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。その他、在籍10名未満の規模の事業所も含めた全営業拠点、物流センターでは衛生推進者を選任しており、すべての職場を網羅した安全衛生に取り組む組織を構築しています。

## S 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、継続的な利益還元を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。2019年3月期は、中間配当金1株当たり40円、期末配当金1株当たり20円になりました。

(注) 2018年12月1日付で、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。そのため、株式分割前に換算すると期末配当額は40円、年間配当額は80円になります。

### 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を対象に、自社商品の詰め合わせを贈呈しています。なお、2020年5月送付分より、右表の通り、継続保有期間に応じた株主優待制度に変更します。詳細は以下ホームページをご覧ください。

株主優待制度

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



### 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。

IR・財務情報

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



[現行]

継続保有期間	優待内容
—	1,500円相当の当社製品



[変更後]

継続保有期間	優待内容
3年未満	1,000円相当の当社製品
3年以上*	2,000円相当の当社製品

※継続保有期間が3年以上とは、毎年3月31日および9月30日現在の株主名簿に、同一の株主番号で7回以上連続して記載または記録されていることとなります。

## S 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できるよう取り組んでいます。

### わくわくチャレンジ

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。2018年度は11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385人のお客様が来場され、オリジナルカレー粉づくりや、ハーブウォーターの試飲などのコーナーで、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。



2018年度実施の様子

# データ編 ～目標と実績～

確認項目	内容	2018年度 目標	2018年度 実績	評価	2019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	<b>65.3%</b> (エスビー食品単体)	<b>62.8%</b> (エスビー食品単体)		<b>66.3%</b> (エスビー食品単体)	環境マネジメント (P31)
	廃棄物等の最終処分量	2017年度比 <b>2%削減</b>	2017年度比 <b>1.6%削減</b>		2018年度比 <b>2%削減</b>	環境マネジメント (P31)
	温室効果ガス(CO <sub>2</sub> )の発生	CO <sub>2</sub> 排出量原単位で2017年度比 <b>2%削減</b>	CO <sub>2</sub> 排出量原単位で2017年度比 <b>1.3%増加</b>		CO <sub>2</sub> 排出量原単位で2018年度比 <b>2%削減</b>	環境マネジメント (P31)
	エネルギー使用量	エネルギー使用量原単位(原油換算)で2017年度比 <b>3%減</b>	エネルギー使用量原単位(原油換算)で2017年度比 <b>3.7%増加</b>		エネルギー使用量原単位(原油換算)で2018年度比 <b>3%減</b>	環境マネジメント (P31)
	水使用量	水使用量原単位で2017年度比 <b>2%削減</b>	水使用量原単位で2017年度比 <b>8.4%増加</b>		水使用量原単位で2018年度比 <b>2%削減</b>	環境マネジメント (P31)
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>香辛料商品の一部においてシュリンクフィルムを薄層化</li> <li>レトルトパウチ商品の一部において段ボールの薄層化</li> </ul>		省資源・リサイクル化に配慮した容器包装の開発推進	商品企画・研究開発 (P15)
グループ会社・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の実施		省エネ活動に向けた教育プログラムの実施	環境マネジメント (P31)
安全・安心への取組み強化	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7工場		品質保証体制の強化	生産管理 (P19)
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>清掃活動、環境活動を年間<b>35回</b>以上実施</li> <li>学校・地域団体の工場見学会を年間<b>15回</b>以上実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>清掃活動、環境活動を年間<b>18回</b>実施</li> <li>学校・地域団体の工場見学会を年間<b>11回</b>実施</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>清掃活動、環境活動を年間<b>24回</b>以上実施</li> <li>学校・地域団体の工場見学会を年間<b>12回</b>以上実施</li> </ul>	環境マネジメント (P31)
ダイバーシティの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性の活躍推進</li> <li>ワークスタイル変革</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性の活躍推進</li> <li>ワークスタイル変革</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2019年度新卒採用女性比率46.4%</li> <li>在宅勤務制度本運用開始</li> <li>フレックスタイム制正式導入</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>多様な人材の活躍推進</li> <li>ワークスタイル変革</li> </ul>	社員との関わり (P33)

・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。)

## 社外認定の取得状況

### 女性活躍

女性活躍推進への優良な取組み評価『えるぼし認定(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)

仕事と介護を両立できる環境整備への取組み『トモニマーク』取得



# データ編 ～非財務パフォーマンス～

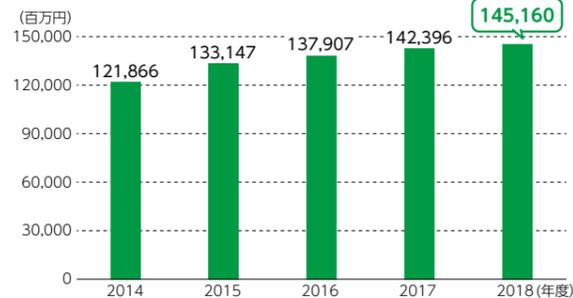
※は年度末時点

	単位	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	
従業員数*	合計	人	1,234	1,268	1,322	1,403
	男性	人	913	922	948	978
	女性	人	321	346	374	425
連結従業員数*	合計	人	1,752	1,795	1,850	1,979
平均年齢*	合計	歳	43.0	42.6	42.1	41.8
	男性	歳	44.5	44.2	43.7	43.3
	女性	歳	38.5	38.3	38.1	38.6
勤続年数*	合計	年	17.1	16.6	16.0	15.2
	男性	年	19.0	18.4	17.6	17.1
	女性	年	11.8	11.6	11.6	10.7
平均年間給与	円	5,792,577	5,687,210	5,646,919	5,614,956	
外国人従業員数*	人	3	4	6	6	
新卒採用 (工場の現業職含む)	合計	人	31	42	49	41
	男性	人	19	25	29	24
	女性	人	12	17	20	17
中途採用* (工場の現業職除く、非正規から正社員への登用を含む)	合計	人	13	24	33	38
	男性	人	6	14	21	22
	女性	人	7	10	12	16
離職者数* (役員就任退職を含む)	合計	人	14	25	22	26
	男性	人	12	20	16	17
	女性	人	2	5	6	9
離職率(各年度4/1時点)	%	データなし	2.2	1.6	2.2	
新卒入社者の定着状況 (各年4月新卒入社者のうち3年後の4月在籍者)	合計	人	19	17	19	28
	男性	人	12	10	12	17
	女性	人	7	7	7	11
管理職*	合計	人	87	88	86	89
	男性	人	78	77	73	76
	女性	人	9	11	13	13
うち部長職以上*	合計	人	16	15	21	18
	男性	人	16	15	21	17
	女性	人	0	0	0	1
役員*	合計	人	23	25	26	24
	男性	人	23	24	25	23
	女性	人	0	1	1	1
女性管理職比率(各年度4/1時点)	%	9.5	10.6	12.9	15.6	
障がい者雇用:実人数*	人	19	18	20	21	
障がい者雇用率*	%	1.63	1.43	1.52	1.44	
産休取得者数	人	12	18	13	13	
育休取得者数	合計	人	14	22	14	20
	男性	人	5	3	3	4
	女性	人	9	19	11	16
育児休業復職率	%	100	87.5	100	100	
介護休業取得者数	人	0	0	0	0	
有給休暇取得率	%	59.5	57.3	57.7	62.1	
労働災害度数率		0.79	0.00	0.75	0.00	
労働災害強度率		0.01	0.00	0.02	0.00	
メンタルヘルス休職者数	人	4	4	2	4	

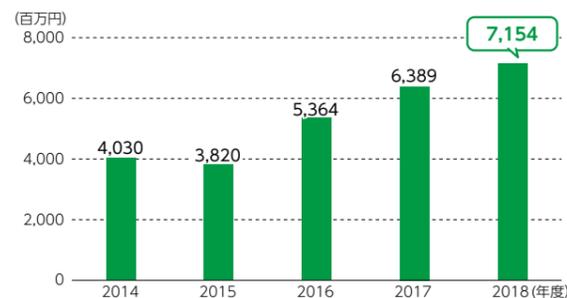
エスビー食品単体のみ対象としています。

# データ編 ~財務パフォーマンス(連結)~

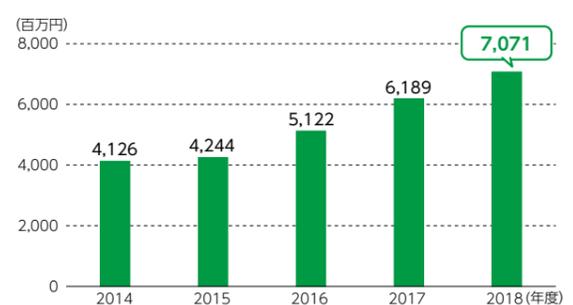
## 売上高



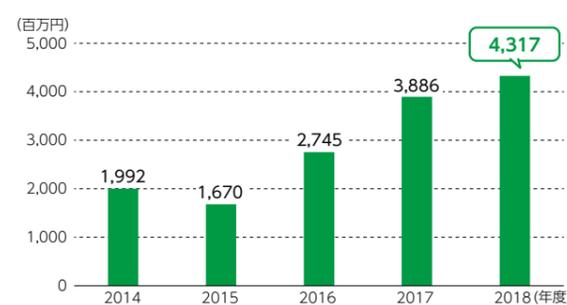
## 営業利益



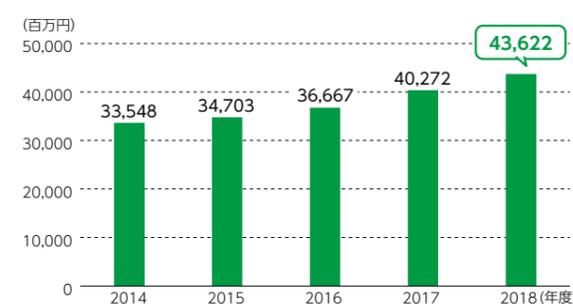
## 経常利益



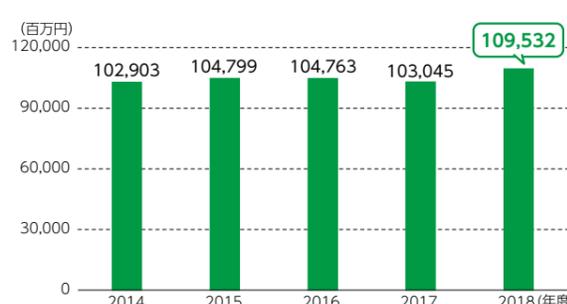
## 当期純利益



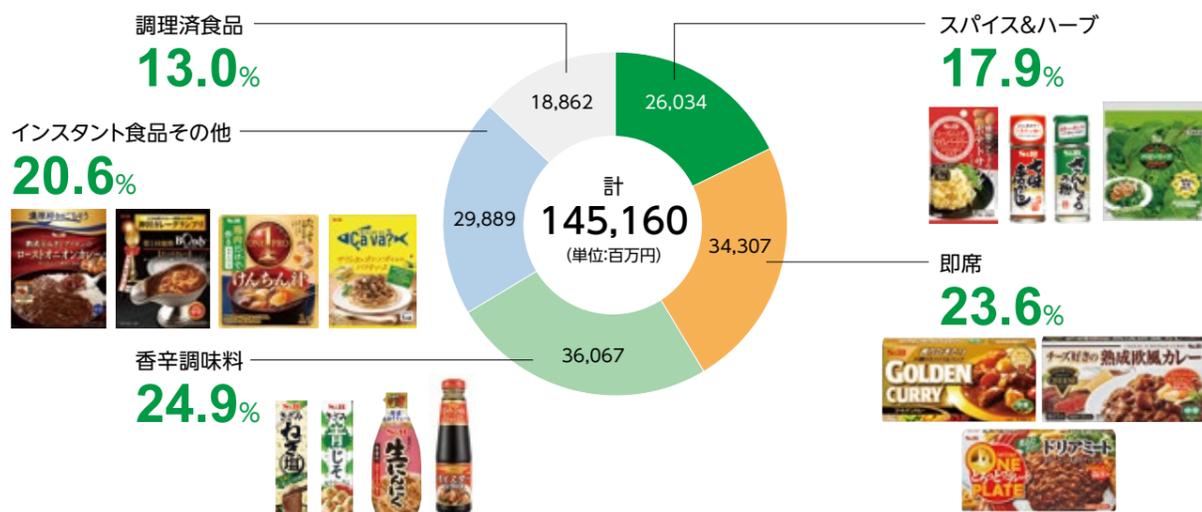
## 純資産



## 総資産



## 売上構成比(2018年度)



# 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
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)	145,160百万円(2019年3月期)
営業利益(連結)	7,154百万円(2019年3月期)
従業員数(連結)	1,979人(2019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 デイナーカレー、とろけるカレー、濃いシチューなど)、香辛調味料(本生 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)
- 八丁堀ハーブテラス(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(東京都中央区)

### 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)

### 研究施設

- 忍野試験農場(山梨県南都留郡忍野村)

### 関連工場

- エスピーガーリック食品 高田工場(新潟県上越市)
- エスピースパイス工業 埼玉工場(埼玉県北葛飾郡松伏町)
- エスピーサンキョーフーズ(静岡県焼津市)
- 大伸 川島工場(埼玉県比企郡川島町)
- 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 東松山工場(埼玉県東松山市)

### その他

- エスピーハーブセンターつくば(茨城県常総市)
- JAおきなわエスピーハーブセンター(沖縄県豊見城市)

