

2020 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》



輸出専用 家庭用ゴールデンカレー

エスビー食品グループは、持続可能な原料調達を目指す取組みの一環として、全製品に使用しているパーム油を2023年までに100%RSPO認証[※]油に切り替えるコミットメントを制定しました。それに先駆け、2017年10月よりルウカレー業界としては国内で初めて「RSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)」に加盟、2018年11月より輸出専用家庭用ゴールデンカレーへの「認証パーム油」の使用を開始しました。今後も引き続き、持続可能な原料調達の取組みを強化し、企業理念「食卓に、自然としあわせを。」の実現を目指していきます。

※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

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・IR室
〒104-0032 東京都中央区八丁堀 1-3-2
八丁堀ハープテラス

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。



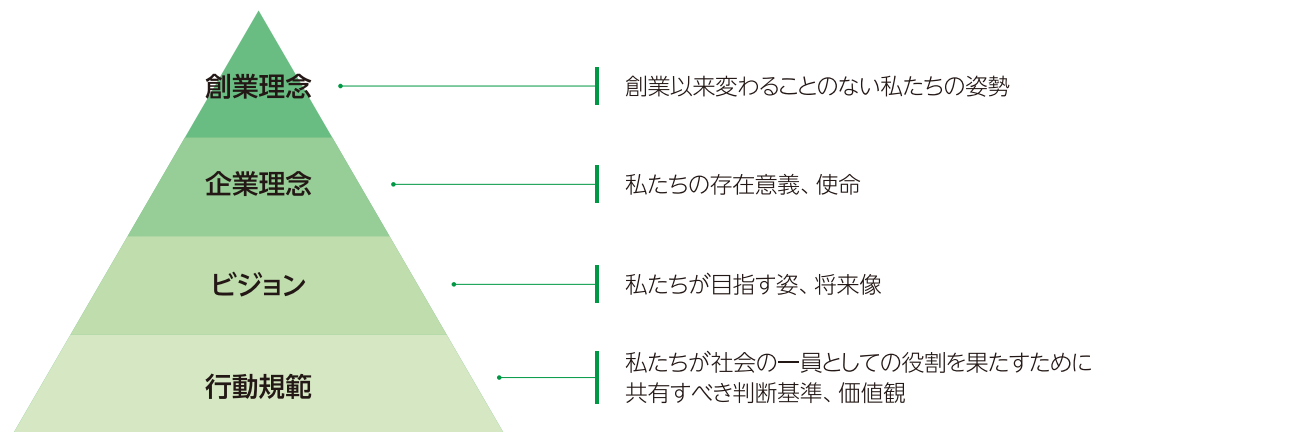
印刷には、環境に配慮した植物油インキを使用しています。



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。この理念とビジョンのもと、従業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し、社会に貢献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

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ています。「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。

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、およびサステナビリティ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2019年度の取組みを、ESG(環境・社会・ガバナンス)の視点からご報告しています。

トップメッセージでは、2020年3月期までの第1次中期経営計画について振り返っています。また、2020年4月より開始しました第2次中期経営計画については、スパイスとハーブに関する事業を通じて、お客様の豊かで健やかな暮らしに貢献するとともに、「地の恵み」を事業の核とする企業として、社会課題の解決へ向けた非財務目標を新たに重点施策として掲げた点もまとめています。

2019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、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)(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)、エスビースパイス工業(株)、(株)エスビーサンキョーフーズ、(株)大伸、(株)ヒガシヤデリカ)

報告対象期間

2019年4月～2020年3月
(一部2020年度の活動を含みます)

発行時期

報告書発行：2020年9月 次回発行予定：2021年9月
前回発行：2019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
特集	
S & B 赤缶カレー粉 発売70周年を迎えて	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
エスビー食品のバリューチェーン	
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

健やかでしあわせな 暮らしに貢献する企業へ



エスビー食品株式会社
代表取締役社長

小形 博行

創業者・山崎峯次郎が国産初のカレー粉の製造に成功してから約1世紀にわたり、エスビー食品グループは、スパイスやカレー、わさび、フレッシュハーブなど、日本の食卓を彩るさまざまな製品をお届けしてまいりました。

多様化・グローバル化の影響などによって、食に対するニーズは複雑になりつつあり、また、高齢化が進むなかで、健康に寄与する食品への関心も高まっています。社会環境が変化し続ける今日において、コアコンピタンスである「地の恵み スパイス&ハーブ」を常に

進化させ、人々の健やかでしあわせな暮らしに貢献していくことが、香辛料のトップメーカーとしての私たちの使命であると考えています。長年培ってきた技術力と開発力、そして、太古より生薬としても重宝されてきたスパイスとハーブに関する知見は、当社グループならではの強みです。それらを活かして、おいしさはもちろんのこと、より社会に役立つ研究開発や製品開発に取り組み、高い品質と新たな価値の創出を目指してまいります。

2019年度と第1次中期経営計画の振り返り

2019年度は、身近な素材で食卓のメニューの幅を広げるシーズニングスパイスや、「きざみ青じそ」「きざみねぎ塩」を中心としたチューブ入り香辛調味料「きざみ」シリーズの魅力をお客様に幅広くお伝えするため、TVCMや動画配信、店頭やSNSなどで、積極的な提案をしてまいりました。また、主力ブランドの「ゴールデンカレー」に加え、「ディナーカレー」についてもTVCMやキャンペーンの実施などの施策に継続して取り組んでまいりました。

生産部門においては、製品の安全・安心対策や生産性向上および供給体制の強化を目的として、当社の上田工場およびグループ会社のエスビースパイス工業(株) 埼玉工場、(株) エスビーサンキョーフーズにおいて、最新鋭の設備を導入した新棟を竣工し、稼働を開始しました。

また、新型コロナウイルス感染症への対応を目的として対策本部を設置し、感染予防・拡大防止に向け対策を徹底し、従業員の安全確保を最優先とした対応を進めるとともに、生産・物流の現場においては、衛生管理と感染リスクの対策を徹底の上、製品の安定的な生産・供給に努めてまいりました。

2017年度から2019年度までの第1次中期経営計画においては、基本方針と4つの重点施策を掲げ、スパイスとハーブに関する事業の拡大や、将来の柱となる製品の開発・生産・販売体制の強化などに取り組んでまいりました。ヒット商品となった「きざみ」シリーズの発売や、機能性表示食品の発売、工場的大型設備投資など、重点施策について概ね実行に移し、ほぼ予定通りの結果を出すことができたと考えています。

■ 第1次中期経営計画(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。

トップメッセージ

第2次中期経営計画

2020年度よりスタートした第2次中期経営計画においては、第1次中期経営計画で強化に取り組んできたスパイスとハーブに関する事業を通じて、お客様の豊かで健やかな暮らしに貢献することを目指してまいりま

す。また、「地の恵み」を事業の核とする企業として、さまざまな社会課題の解決にも取り組んでまいります。

基本方針『地の恵み スパイス&ハーブ』をコアコンピタンスとした事業を推進するとともに、持続可能な企業と

社会の実現を目指す。』のもと、「お客様のしあわせ」「従業員のしあわせ」「未来の人々のしあわせ」の3つを実現するべく、それぞれに重点戦略と重点施策を設定しています。

まず、「お客様のしあわせ」については、「価値ある製品の提供」として、スパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大や、健康訴求型製品・高付加価値製品の強化に取り組むとともに、海外事業の拡大や、EC事業などの新規チャネルの開拓といった「成長分野への投資」を進めてまいります。

2つ目の「従業員のしあわせ」については、「生産性の向上」として、新技術の活用による業務の効率化や、成長分野への人材の再配置を行うとともに、ダイバーシティの推進や従業員の健康推進など、「働きがいの

ある職場づくり」への取り組みを進めることで、多様な人材が主体的な理想を持って活躍できる環境を作ることを目指してまいります。

3つ目の「未来の人々のしあわせ」については、持続可能な調達の推進や環境負荷の低減といった「地球環境保全への取り組み」に加え、「事業を通じた社会貢献」を行うなど、未来の人々がしあわせに暮らせる社会と環境づくりに努めるとともに、SDGs（持続可能な開発目標）の達成にも寄与することを目指してまいります。

そして、「従業員のしあわせ」と「未来の人々のしあわせ」の重点施策に対して、今回新たに非財務目標を設定しました。財務目標、非財務目標ともに、その達成に向けて、グループ一丸となって取り組んでまいります。

持続可能な企業と社会の実現に向けて

当社グループは、社会に価値を提供する企業として永続的に存在し、成長し続けるために取り組む社会課題の目標を「エスビー食品ミッション」として掲げています。この「エスビー食品ミッション」のもと、ESG（環境・社会・ガバナンス）やSDGsの考え方も取り入れながら、事業を通じて社会課題の解決に寄与することを目指し、さまざまな活動に継続して取り組んでまいります。

当社グループではバリューチェーンの各段階において、社会貢献や環境負荷低減に配慮した企業活動を推進しています。原料調達においては、産地の自然環境保全やフェアトレードを推進するとともに、2019年5月に制定した、香辛料・パーム油・紙の調達についての「持続可能な調達に関するコミットメント」の実現に向けて、グループ一丸となって取り組んでまいります。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、包装資材の改良による賞味期間の延長など、環境と社会に配慮した製品の開発も進めています。

安全・安心への取り組み強化については、生産履歴

に関する情報管理システムの充実や、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。

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の推進などにより、多様な人材が活躍できる環境の整備に努めてまいります。また、おいしさとともに健康をお届けする企業として、「健康経営優良法人認定制度」において、「健康経営優良法人2020」（大規模法人部門）の認定を受けるなど、従業員の健康維持・増進に向けたさまざまな支援策にも取り組んでいます。

コーポレート・ガバナンスについては、執行役員制度のもと、取締役と執行役員の役割を明確にすることで、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、当社グループ全体の内部統制の充実を図るとともに、さまざまなリスクに対する管理体制を強化してまいります。

さらなる企業価値の向上を目指して

これからも、ビジョンにある「おいしく、健やかで、明るい未来をカタチにする」ことを目指し、新たにスタートした第2次中期経営計画を柱として、事業を通じて社会に貢献できる企業となれるよう努めてまいります。そして、お客様視点での研究開発や製品開発、マーケ

ティング活動の強化に積極的に取り組むとともに、当社グループの強みをさらに伸ばし、ブランド価値を高めていくなかで、さらなる企業価値の向上を目指してまいります。今後ともご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

第2次中期経営計画（2020～2022年度）



S & B 赤缶カレー粉 発売70周年を迎えて

エスビー食品の主要事業所である板橋スパイスセンターは、かつてカレー粉などを作っていた主力工場でした。1947～48年頃、敷地内に国会議事堂を模した工場を竣工。以来、「板橋の国会議事堂」と呼ばれ親しまれていました。「S & B 赤缶カレー粉」の缶には、国会議事堂をあしらったイラストがレイアウトされており、その名残を感じさせます。そんな「S & B 赤缶カレー粉」は2020年に発売70周年を迎え、今でもその当時に確立された秘伝の製法をベースに製造され日本中の食卓で愛され続けています。



赤缶をつくった人

エスビー食品 創業者
山崎峯次郎



山崎峯次郎

1903年（明治36年）、埼玉県北葛飾郡金杉村に生まれました。17歳で上京し、ソース屋に勤務。この頃に初めて食べたカレーライスの味に深く感動した山崎は、自らの手でカレー粉の製造をすることを決意します。当時は外国製のカレー粉が一般的で、その製法は全く知られていませんでした。山崎は原料一つひとつを確かめながら調査を繰り返す日々を送り、その焙煎方法や焙煎する道具に至るまで、独自で開発を続けました。そしてついに、日本で初めての純国産カレー粉の製造に成功。エスビー食品の前身「日賀志屋」を創業したのです。

1950

1933

1930

1923

赤缶誕生までの道のり

1950年（昭和25年）
赤缶カレー粉 発売
戦時中、終戦後の原料や物資不足を乗り越え、創業以来培ってきたノウハウの集大成として「赤缶カレー粉」が誕生しました。



1933年（昭和8年）
白缶カレー粉 発売
著名な料理家の推薦状を商品に添付することで、料理人たちの売込みに成功。また、当時では珍しい景品キャンペーンなどによるカレー文化の啓蒙にも貢献しました。



1930年（昭和5年）
ヒドリ印カレー粉 発売
初の家庭用カレー粉を発売。「ヒドリ印」は、社運や製品への願いを込めた「太陽」と「鳥（鳩）」がモチーフになっています。



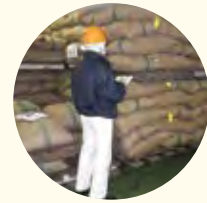
1923年（大正12年）
日本初の純国産カレー粉誕生
業務用（1ポンド缶・1円10銭にて純国産カレー粉の販売がスタートしました。



スパイスやハーブへのこだわり

① スパイスやハーブを見極める専門家たち

天産物であるスパイスやハーブは、気候による香り、色、辛みなどの品質の変化を厳密にチェックする必要があります。それらの官能評価や分析結果を見極めるのがスパイスやハーブの専門家・スパイスコントロールユニットの仕事です。



② スパイスやハーブの産地への情熱

海外の産地には調達や品質管理担当者が足を運び、栽培から輸出までの情報収集と指導を行っています。収穫後の乾燥や一次選別は、原料の品質や輸出時の規格を決める重要な工程です。品質の良いスパイスやハーブの産地が10年、20年後も良い産地であるかは不透明なため、グローバルな視点で常に新しい産地の開拓に努めています。



③ 原料の安全性を守る厳密な分析検査

輸入農産品の残留農薬基準として、日本ではポジティブリスト制度を導入しています。エスビー食品では産地の農薬使用状況の把握、現地出荷前の分析結果の入手、および輸入後の自主検査の実施といった手段を適宜組み合わせ、安全・安心を守る厳しい検査体制を整えています。



持続可能な香辛料調達のために

カレー粉には多くのハーブ類が使用されており、トルコ産ローレルはその代表格です。

そのほとんどが地元農家の方々の手で野生（山）から採取されたもので、一度採取した土地では、次の採取まで最低3年空ける厳密な管理により、継続的な採取を可能にしています。しかしトルコでも高齢化や離農に伴う人手不足の問題などが始まっており、産地とともに持続可能な調達体制を構築・維持していくことがスパイスコントロールユニットに求められています。

異文化のパートナーとの協働は苦勞も多いですが、至る所に学びや驚きがあり、やりがいを感じながら日々業務にあたっています。

スパイスコントロールユニット
小野木 伸也

赤缶ができるまで

赤缶1個1個に、エスビー食品が受け継いできた技術とノウハウ、そして私たち一人ひとりの“想い”が詰まっています。

1 製粉

スパイスやハーブを粉にする工程です。粉にするときの熱の発生と組織の破壊が最小限におさえられ、スパイスやハーブの香りを生かすことができる「スタンプミル」という機械にこだわっています。

2 計量・投入・混合

粉にしたスパイスやハーブをはかりで計量し、機械に投入して混ぜ合わせます。調合のバランスは、エスビー食品が昔からほとんど変えずに守ってきたものです。

3 焙煎・貯蔵・熟成

スパイスやハーブの中に残っている水分を飛ばして、焦げない程度に熱を加えてじっくり煎っていくと、カレー粉らしい香りが生まれます。焙煎したカレー粉はタンクの中で寝かせて熟成させ、バラバラだったそれぞれのスパイスやハーブの香りをひとつにまとめます。

4 製品仕上げ

底が空いた缶の中に空気を吹き付けてゴミが入らないようにしてからカレー粉を入れます。缶にフタ（底）をのせ、ふちを丸く巻き込んで、ぴったりと密封して仕上げます。

5 保管・出荷

すべての工程を終えてできあがった赤缶は、倉庫に保管された後、皆様が住む町に運ばれ、店頭で並べられます。エスビー食品が受け継いできたさまざまな技術とノウハウ、そして私たち一人ひとりの“想い”が詰まっている赤缶が、皆様のご家庭に届きます。



エスビー食品の香り高いカレー粉を世界に

日本国内のカレー粉シェアトップメーカーとして、エスビー食品では日本のカレーを世界に伝播する活動だけではなく、現地食文化を研究してより多くの人に日本のカレーを知っていただくため、さまざまな活動を行っています。2014年1月には、海外のお客様の嗜好に合わせた輸出専用「カレーパウダー」を発売、2017年3月には、エスビー食品が誇る「S & B 赤缶カレー粉」の赤基調のデザインを受継いで同商品をリニューアルしています。海外でもさまざまなカレー粉が販売されていますが、エスビー食品の香り高いカレー粉を世界に広めていけるよう今後も営業活動に積極的に取り組みます。2019年度は40か国に輸出しました（エスビー食品出荷ベース）。



フランスの小売店で販売される輸出専用「カレーパウダー」

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

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。

1950年代～1970年代

カレー・スパイスを軸に商品基盤を確立

「赤缶カレー粉」や「テーブルコショー」、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。

1980年代～1990年代

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。

2000年代～

「SPICE&HERB」のエスビー食品へ

「地の恵み スパイス&ハーブ」をコアコンピタンスとした事業を推進し、お客様の豊かで健やかな暮らしに貢献するとともに、持続可能な企業と社会の実現を目指します。

1950

「赤缶カレー粉」発売
日本のカレー粉のスタンダード



1952

「コショー」発売
日本人の繊細な嗜好を考え、独自に黒コショーと白コショーをブレンド



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



1930

「家庭用ヒドリ印カレー粉」発売

1954

「エスビーカレー」発売
本格的な固形即席カレー



1970

「チューブ入り香辛料」発売
日本初のチューブ入り香辛料でベストセラーに



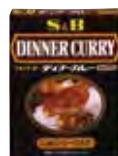
1983

「カレーの王子さま」発売



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



1987

「本生シリーズ」発売



1987

「フレッシュハーブ」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



2005

「有機スパイスシリーズ」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



2010

「ぶっかけ! おかずラー油」発売



2010

「S & B シーズニング」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

2019
機能性表示食品
「有機ケール青汁」発売



2020

「本挽きカレー」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啓蒙する「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「バジリッコ保育園」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

持続可能なパーム油のための円卓会議(RSPO)に加盟

2017

8月2日「ハーブの日」制定



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

2020

「健康経営優良法人2020」に認定



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。

持続可能な社会の実現に貢献 企業価値の向上

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

ESG区分

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

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。

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

※エスビー食品単体

女性管理職比率 (2014年12月制定時8.4%)	女性採用比率 (総合職)	平均総実労働時間 (2019年度 1,868時間)
2023年 20%	40%以上 を継続	2023年 1,800時間

従業員の健康推進

※エスビー食品単体

メタボリックシンドローム非該当者率…**85% (2023年までに)**
非喫煙率…**81% (2023年までに)**

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。

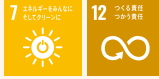
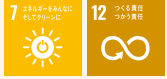
事業を通じたSDGsへの取り組み

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	- 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 - 環境負荷の低減(包装資材使用量の削減)	- 安全・安心な原料の調達 - 持続可能な資源の利用	- 安全・安心な製品の製造 - 製品の安定供給 - 環境負荷の低減(CO₂排出量の削減、3Rの推進、水使用量の削減)	環境負荷の低減(CO₂排出量の削減、モーダルシフト)	- 多様なニーズに対応した商品の販売 - 海外への日本食普及への貢献	- 商品に関する情報の提供 - 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)
エスビー食品の取り組み	- 多様なニーズに対応した商品の開発 - スパイスの新たな使い方提案 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	- 原料の品質確認 - 購買基本方針に基づいた原料調達 - 持続可能な調達に関するコミットメントの制定	- 品質保証システムの運用 「Safety & weB」システムと製造実行システムの活用 - 製造工場における環境負荷低減への取り組み	- モーダルシフトの推進 - 積載効率の向上への取り組み	- 企画提案型の営業活動 - 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ウ商品)	- お客様相談センターやウェブサイトにおける情報提供 - 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
エスビー食品が環境・社会に与える影響	- 食シーンや世帯構造の変化に対応した商品 S  - 食品ロス削減に対応した商品[粘体チューブ商品] E 	- 持続可能な香辛料調達 - 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 E S - 持続可能な紙の調達 2023年までに 100% 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)	- 上田工場 スマートファクトリー化のためのIoTを導入 S  - 水使用量 938千トン(前年比108%) E - 生産活動におけるCO₂排出量 40,447t-CO₂(前年比111%) E	- 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 - 物流活動におけるCO₂排出量 6,141t-CO₂(前年比103%) E - モーダルシフト率 42.0%(前年比+2.7%) E	- オーガニックスパイスの商品数 65品 E S - フェアトレード認証商品数 24品 S - 海外向けにアレンジした商品 S 	- 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 - 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 「無理せず、いっしょに。」プロジェクト 2020年5月から開始 これから始まる新しい日常への食提案を実施 S
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。

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、ローズマリーにストレスを抑制する作用があることを筑波大学と共同で見出

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。2019年度は、家庭用および業務用の一部商品において、段ボールの薄層化やサイズ変更、一部家庭用レトルト商品において内袋やパッケージのサイズ変更などを実施し、年間約24トンの包装資材削減を実現しました。

しました。この研究成果は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 i
<https://www.sbfoods.co.jp/company/rd/>



社会環境の変化に対応した商品の開発

①健康ニーズに対応した商品

手軽に健康維持・生活習慣病対策を行いたいというニーズに対応し、機能性表示食品として機能性を明示した商品です。



有機ケール粒タイプ
(通販限定)



NEOSパイス
ブラックジンジャー
(通販限定)

④食シーンや世帯構造の変化に対応した商品



本挽きカレー 中辛

小麦粉を使用せず、油脂量控えめのパウダールウに仕上げることで、時短・簡便ニーズに対応するとともに、小分けタイプで使い勝手の良さを実現した商品です。

⑤ハラル認証商品

訪日外国人観光客などの多様なニーズに対応した、ハラル認証の商品です。※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

⑥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28品目を使用していない商品です。
※一部商品のパッケージ表示については今後対応を行っていきます。



みんなのとうけるカレー
(アレルギー特定原材料等
28品目不使用)



カレーの王子さま
シリーズ



アレルギーフリー
(28品目不使用)
カレーフレークN1kg
※業務用商品



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180g
(動物性原材料不使用)
※業務用商品

⑦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
おろし生しょうが

⑧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、安心しておいしくいただける商品です。

おいしさも、使いやすさも魅力のカレールウをつくるために



「親世代のお客様からも愛される味わいのカレーが作りたい」という想いから、本挽きカレーの開発を始めました。たくさんのお店に伺ってトレンドを調査し、試作と議論を重ねながら求められる味わいをとことん模索しました。試行錯誤を繰り返した結果、従来のカレールウとは一線を画した、小麦粉を使用しない軽い口当たり、また、油脂の使用を抑えることですっきりしているのに、味わい豊かで満足感のある本挽きカレーが完成しました。また、お客様の多様な使用シーンにあわせて溶けやすいパウダールウに仕上げ、使いやすい小分け包装でお届けしています。お客様に商品を使用していただき、おいしいと喜んでいただけるまでが私たちの仕事だと思っています。今後も、新しい価値を求めるお客様に対して、商品を通じて驚きや感動が届けられるよう努めていきます。

第2商品開発ユニット 杉村 理恵



ナツメグ

●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

原料調達

より良い商品を作り続けるためには、安全・安心で高品質の原料を安定的に調達することが必要不可欠です。そのために、原料調達の段階から産地の自然環境や社会に配慮した責任ある取り組みを行っています。

購買基本方針 E 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づくりには、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。

購買基本方針

- 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 E S

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



安全・安心への取り組み 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、遺伝子組み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・色・辛みなどの項目や、残留農薬などの安全・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。

安定調達への取り組み S

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実現を継続していきます。

持続可能な調達に関するコミットメント E S

企業理念「食卓に、自然としあわせを。」の実現に向け、エスビー食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月にはステーキ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^{※1}・有機認証^{※2}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。

2019年度についてはサプライヤーの約40%に対して購買基本方針の5項目に基づいた書面による予備的な調査を実施しました。

今後は調査結果に対するフォローアップ、現地監査などを通じて、サプライヤーと協働して「持続可能な調達」の取り組みを進めていきます。

※ 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

※1 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	●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



※2 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	●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



有機JAS・フェアトレード認証付き商品

コミットメント2 持続可能なパーム油の調達

エスビー食品グループ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。

RSPO認証油の比率は2020年3月現在10.8%となっています。

※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キホルダー(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	●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 ●つく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



コミットメント3 持続可能な紙の調達

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^{※4}紙に切り替えます。

FSC認証紙の使用率は対象製品の品目数ベースで2020年5月現在13.8%となっています。

※4 FSC認証

目的	経済的にも持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	●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 ●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



FSC認証紙使用商品



●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

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製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・安心な製品を生産し、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^{※1}の理論および品質マネジメントシステム (ISO9001^{※2}) や食品安全マネジメントシステム (ISO22000^{※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^{※4}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。

※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。

※4 FSSC22000: ISO22000を追加要求事項で補強した食品安全マネジメントシステムの国際認証規格です。国際食品安全イニシアチブGFSI (Global Food Safety Initiative) によって、ベンチマーク規格の一つとして承認されています。

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^{※5}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・安心な製品の生産に努めています。

※5 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、品質保証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



品質保証カメラ

製造実行システムの導入 **S**

製造実行システム^{※6}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・安心な製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。

※6 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

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・安心な製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、本社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

スマートファクトリー化のためのIoT導入 **S**

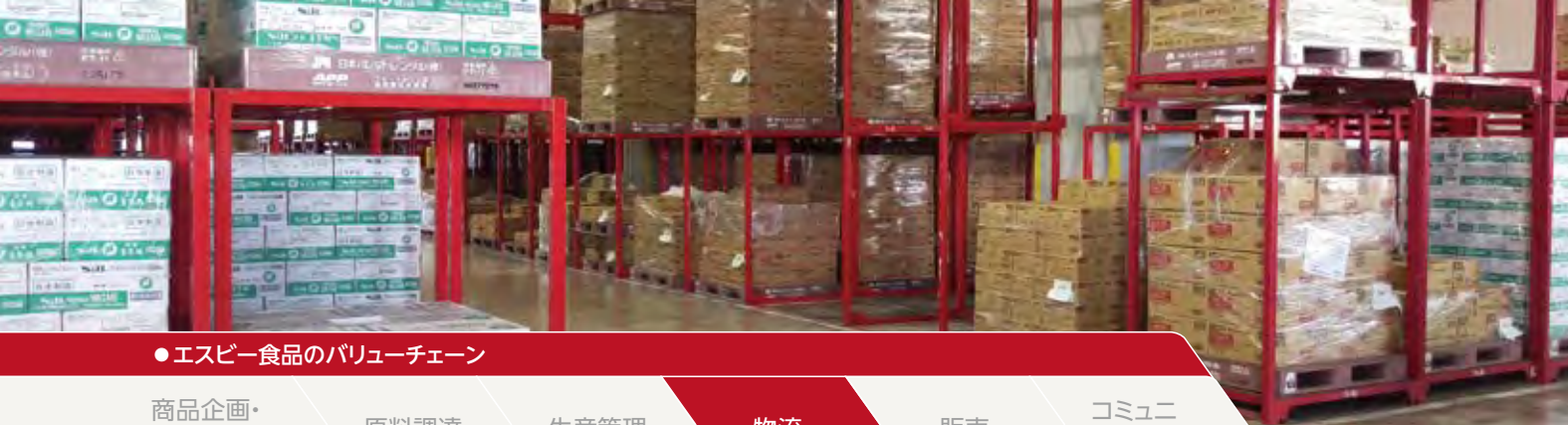
設備稼働状況監視管理システムを導入し、稼働中の設備から各種データを収集しています。蓄積されたデータの解析により設備トラブルの予兆を検知し、未然に設備単位の改善策を講じることで、稼働率向上や安定稼働を図り生産性向上につなげられるよう取り組みを進めています。



設備稼働状況監視管理システムを導入したライン

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、タイムリーな製品供給や在庫適正化、製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・安心な製品づくりに活用しています。



●エスビー食品のバリューチェーン

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

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」⑤

工場から店頭までに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 ⑥

モーダルシフトの推進と物流効率化

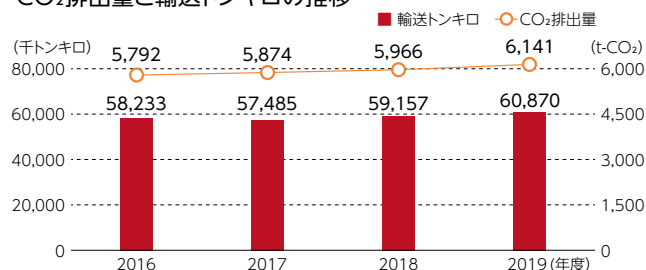
物流におけるCO₂排出量削減のために、車を利用した陸上輸送から、より環境負荷の低い鉄道や船舶輸送への転換(モーダルシフト)を進めています。また、商品配送の積載効率の向上、原料・資材の工場への効率的な納品などを進め、ドライバー不足といった物流を取り巻く厳しい環境にも対応できるよう取り組んでいます。

資材軽量化によるCO₂排出量削減

CO₂排出量の抑制を目的に、商品に使用する段ボールの軽量化を進めています。2019年度は同じ商品で比較して前年度対比で年間12トンの軽量化を達成し、資材製造時におけるCO₂排出量の削減と、配送の効率化に貢献できました。

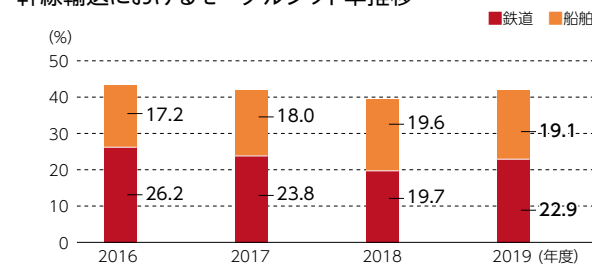
軽量化に際し、最大の課題は強度の確保です。圧縮強度試験や、保管試験を実施し、その安全性を確認しています。2020年度は他の商品にも対象を広げて軽量化を進め、物流における環境に配慮した取組みを継続していきます。

CO₂排出量と輸送トンキロの推移



2019年度は販売量の増加に伴い、輸送トンキロは2018年度より増加しましたが、それに対してCO₂排出量の増加はさまざまな取組みにより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



2019年度は、幹線輸送におけるモーダルシフト率を2017年度同等レベルまで戻すことができました。依然として都市部の消費の割合が高まる傾向があり、生産地との関係から鉄道輸送・海上輸送へ転換し難い状況ですが、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

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

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 ⑤

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。直近では、お客様の購買シーンや調理シーン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

家庭用営業としてのやりがいは、お得意先様の一つひとつの課題に寄り添い、解決策を具現化できた時に感じます。消費者のニーズは日々変化しており、直近では「簡便・時短」の商品が拡大している一方で、香辛料・中華基礎調味料といったアイテム群も大きく伸びています。お得意先様との商談の中で「シーズニング」の売り方・展開方法について話が挙がり、市場動向、展開事例、各種販促物などを提示して擦り合わせた結果、新店にて新しい売場ができました。実績も好調に推移して、成功事例として他店舗にご案内をさせていただいています。お得意先様から「次もよろしく」と嬉しいお言葉をいただいたことが自身の財産となっています。

中部支店 中部第1営業所
長田 治展



家庭用営業として取り組んでいること

毎年継続して伸長しているシーズニング市場は2019年度で50億円を超え、そのうちの約7割のシェアがあり、エスビー食品の強みである商品群です。シーズニングの特徴は「少ない材料」で「時短・簡単調理」ながらも「素敵な仕上がり」になることです。そして汎用性があるマジックソルトや、メニュー提案型のSPICE&HERBシーズニング、菜館シーズニング、華やかさのあるFAUCHONシーズニングなど、豊富なラインアップがあるため、国別や素材別といったあらゆる場面に合わせた提案を行うことができます。社会環境の変化により、内食需要の拡大に合わせシーズニングの売上が大きく拡大しており、多くのお客様に手に取っていただけていると実感しています。あるお得意先様では、新たに写真のような展開をしたことで月を追うごとに売上が拡大しています。これからもお得意先様の悩みやご要望に応えながら、より良い売場づくりを目指します。



「シーズニング」売上伸長率



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、ホテルなどの一般外食店、中食、加工メーカー、ベーカリー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。

社会環境が変わり、メニュー価値の向上や、簡易オペレーションへの対応、衛生面に配慮した小袋商品など、より多様化する個々のニーズに対し、積み重ねた知識を活かしたスパイスとハーブの営業活動を行います。

VOICE

業務用営業のやりがい

業態も規模も異なる多種多様なお得意先様に向けた、さまざまな提案業務を経験できることが業務用営業の魅力の一つです。濃淡はあれど、カタチになった案件一つひとつにストーリーがあり、その先のお客様の反応がまたひとつ大きな活力になります。食のニーズの多様化に際し、「アレルギー特定原材料不使用」など特徴ある商品が増えたことで、提案の幅は一層広がっています。直近では社会環境の変化を受け、お得意先様より新しい課題も耳にするようになりました。衛生面への配慮やテイクアウト需要に対して「小袋香辛料」のご案内を強化したり、外出自粛による外食欲求の高まりや、在宅勤務の定着による内食・中食率の高止まりを見越したご提案を考えたり、健康に関するメディア情報にもこれまで以上の意識を向けたりして、日々、個々の案件と向き合っています。

北海道・東北業務用営業所 北海道担当

森田 和樹



業務用営業として取り組んでいること

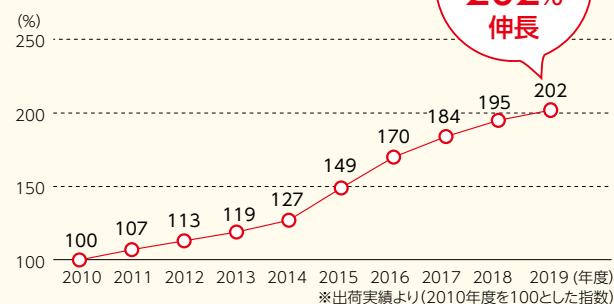
1 スパイスとハーブの啓発

幅広い品揃えの単品スパイスだけでなく、本格メニューを簡易なオペレーションで提供できる各種シーズニング商品も取り揃えており、トレンドや多様化するニーズに対応した新商品の提案も積極的に行っています。また、スパイスとハーブの販売だけでなく、基礎知識・使用方法に関するアドバイスや、お得意先様からの多様な疑問にお応えできる場として、「スパイスとハーブの基礎知識」や「スパイスを使用した減塩メニュー」などの勉強会を実施しています。

2 食材やメニューの提案

お得意先様への提案に加え、多数のユーザー様へ直接商品案内を行える展示会などの機会を利用し、おいしく、健やかな、食の創造に貢献する食材やメニューの提案を行っています。直近ではアレルギー表示推奨品目に追加されたアーモンドにも考慮した「アレルギー特定原材料不使用」商品のリニューアルや、衛生面にも配慮した小袋香辛料のラインアップ強化など、多様化する食のニーズに対応した提案活動も実施しています。また、社会環境の変化を受け、お得意先様との対面商談以外のコミュニケーション手段として、レシピなどの提案書を定期的に配信し、「消費者ニーズを捉えた対応」の一助となるような提案も行っています。

業務用スパイス(セレクトスパイス) 売上伸長率



展示会の様子



提案会の様子

セレクトスパイス

海外営業 S

世界各国のお客様に商品を使っていただけるよう、各国・エリアの代理店と協力しながら「カレー」「わさび」などの輸出専用品を中心に営業活動を行っています。また、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販売促進活動を進めています。

販売拠点を置く米国・シンガポールでは、現地に進出した日系外食企業向けのきめ細かいフォロー営業や、現地の食文化と融合したメニュー提案など、より現地に密着した営業活動を行っています。現在は渡航制限により例年通りの営業活動はできていませんが、より細かなフォローを心掛け、新しいニーズに合った提案をしています。



オーストリアのワークショップの様子

VOICE

海外営業のやりがい

オーストリアでは年に1回、和風スパイスの使い方を啓蒙するワークショップを実施しています。ヨーロッパでは「和食」=「お寿司やラーメン」というイメージがまだまだ強いですが、現地の人にも気軽に日本の味を楽しんでいただけるよう、現地の食材とうまく組み合わせた食べ方を現地シェフに考案していただき、提案をしています。日本の味が食文化の全く異なる方々にも受け入れられるのか少し不安に感じる中、料理を一口食べたお客様からいただく「おいしい!」や「お家でも試してみたい!」の言葉は何よりも嬉しいです。日頃の営業活動が、日本から遠く離れた地でも着実に花を咲かせていることを実感できる瞬間です。

海外事業部 海外ビジネスユニット 松原 安奈



わさびとラー油を使ったディップ

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。直近では社会環境の変化により、内食需要が増え、小売店の店頭でのフレッシュハーブは大きく拡大し、家庭でハーブを使った料理を楽しんでいただける機会が増えていると感じられます。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。



青果売場での展開の様子

VOICE

ハーブ営業のやりがい

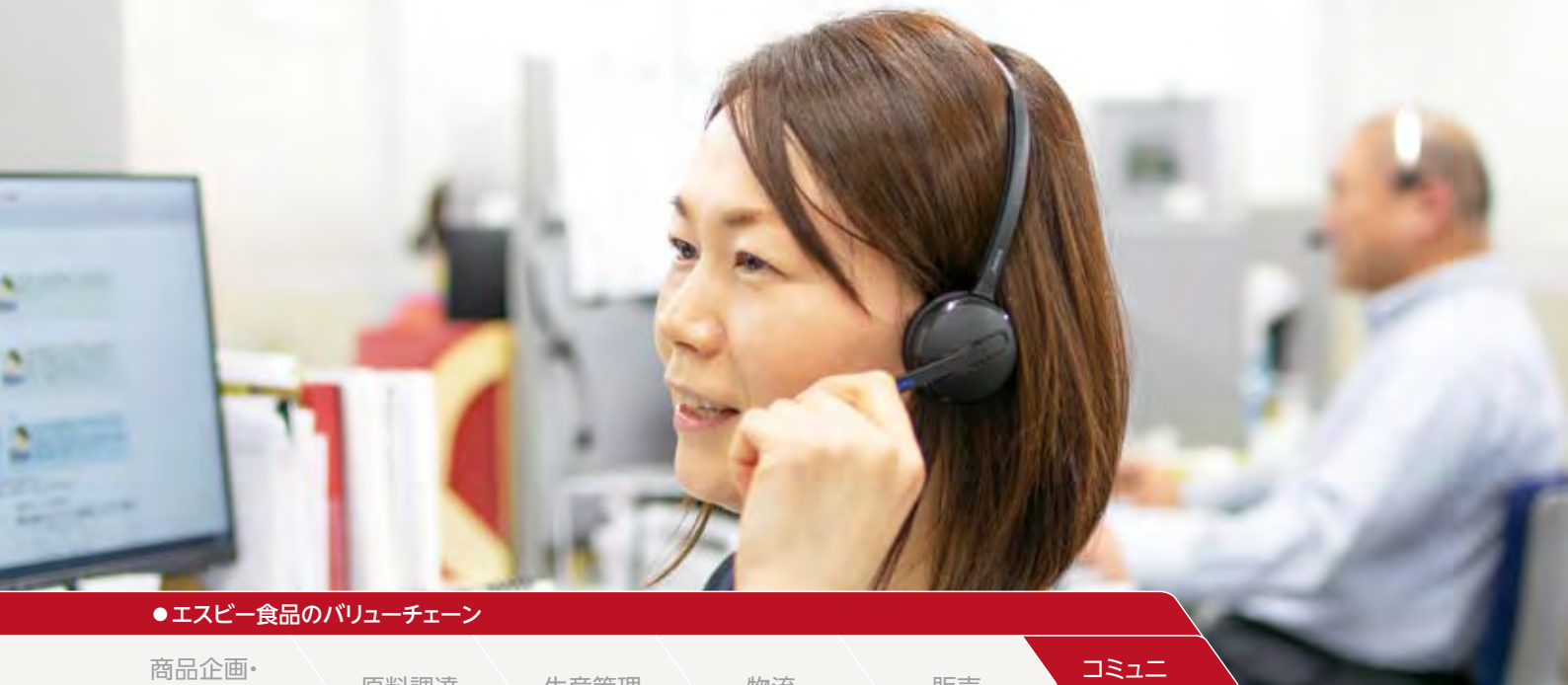
企業理念である「食卓に、自然としあわせを。」の「自然」という点において、フレッシュハーブを食卓に届けることがハーブ事業部の使命であり、やりがいにつながっていると感じます。食シーンが変化するなか、フレッシュハーブを使った彩り豊かな食事は、おうちごはんをより楽しくしてくれるはずです。フレッシュハーブだからこそお届けできる価値を、今後もお客様にお伝えしていきます。

ハーブ事業部 ハーブ営業ユニット

江部 理菜子



展示会でのドリンク提案



●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に努めています。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

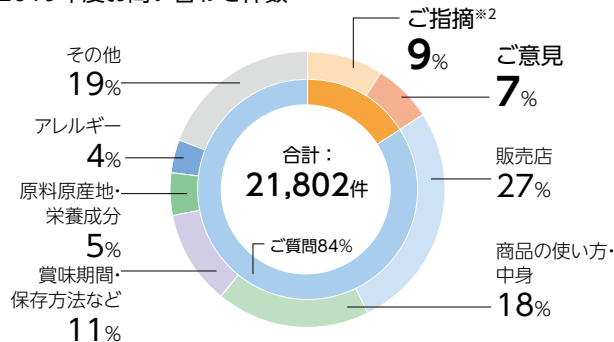
エスビー食品では、お客様の視点に立って、安全・安心で価値ある商品・サービスをご提供するため、お客様とのコミュニケーションを大切にしています。

「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。2019年度は年間21,802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。

2019年度お問い合わせ件数



※2 ご指摘とは不都合品に対するお申し出のことを指します。

お問い合わせのうち「おいしい」とのお声を1,209件いただきました

【おいしいのお声 上位3品目】

- 1位 発酵ぬか漬けの素クリップ付
- 2位 ゴールデンカレーバリ辛(ルウ)
- 3位 ゴールデンカレー中辛(ルウ)



お客様の声を活かした商品群

お客様の声

「赤缶カレー粉」について
火をとおさなくても
そのまま使えるのかしら？

改良!

缶に記載が
入りました。

●加熱しなくても召し上がれます。
栄養成分表示 10gあたり
エネルギー:42kcal たんぱく質:
1.3g 脂質:1.3g 炭水化物:6.2g

お客様の声

「レトルト商品」について
パウチに入ったまま
レンジで温められると便利だよね。

改良!

パウチのままレンジアップできる
商品のラインアップを
充実させています。

レンジ対応商品

お客様の声を反映する取組み S

ホームページリニューアル

お客様の利便性向上を目的とし、2020年3月にホームページ内の「お問い合わせ」に関するコンテンツをリニューアルしました。お客様に必要な情報を届けられるよう内容の充実に努めています。

- 「お客様相談センター」タブを設置し、「Q&A」や「受付窓口」をわかりやすく配置することで、情報を見やすくしました。
- エスビー食品を身近に感じていただけるよう、情報発信の場として「お客様相談センターたより」を新設しました。



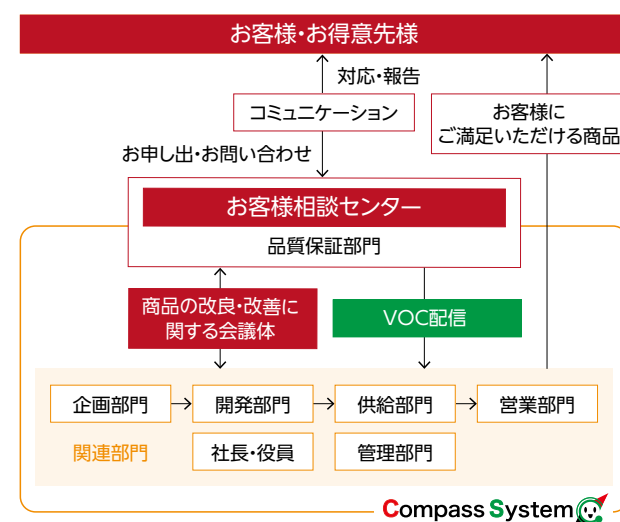
お客様相談センター ホームページ

システムを利用したお客様とのコミュニケーション

エスビー食品では、お客様情報やお問い合わせ内容はもとより、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得意先様からのお問い合わせも、すべて「Compass System」^{※3}で管理しています。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。

※3 「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。

「Compass System」活用の流れ



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

勉強会や料理教室を通して

私は、主にスーパーなどの小売店様に向けた勉強会や共催の料理教室を通じて、スパイス&ハーブの楽しさを広めています。実際に手に取り触れていただくことで、スパイス&ハーブの世界を広げていただくきっかけになればと思っています。

変わりゆく時代とともに私たちも学び続けることが大切だと感じます。日々新しい情報を取り入れながら、お客様のニーズに合わせた勉強会や料理教室を提案していきます。

スパイス&ハーブマスター 山田 彩香



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さや魅力を広げ、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2,800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じて、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じて、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

エスビー食品コーポレートサイトは、約7,000のレシピの中から、食材や調理方法のみでなく、スパイスやハーブの種類からも探せる人気のレシピページをはじめ、スパイスやハーブを「知る・学ぶ」コンテンツも豊富にご用意しています。また、「ステイホーム」が推奨される状況の中、ご自宅で過ごす時間が増えた方々へ向けた少し手の込んだ「週末レシピ」の特集を行い、多くの方にご利用いただきました。その他、さまざまなステーキホルダーへ向けた最適な情報提供を行えるよう、企業情報を網羅した「企業情報サイト」や、海外のユーザーに向けた「グローバルサイト」を用意し、英語、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）の4言語に対応した情報発信を行っています。また、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できるよう、スマートフォン、タブレットなど、いずれの端末でも目的の情報にスムーズに辿り着けるサイトを目指しています。

コーポレートサイト

<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門サイトです。基本的な使い方からちょっとした疑問まで、さまざまなお問い合わせに「スパイス&ハーブマスター」がメールで回答しています。

サポートデスク

<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。

2020年2月には全面リニューアルを実施、スマートフォン、タブレットからもお買い物しやすくなりました。

お届けサイト

<https://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



note



Twitter



YouTube



Instagram

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。2019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^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10月には、宮城県南三陸町「志津川湾鮭いくらまつり福興市」に参加し、スパイスとハーブを使った「鮭」と「いくら」の新たなメニュー提案を通じて、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^S

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、「サヴァ缶とパプリカチリトマトのパスタソース」を2020年2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。



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ゲンをお客様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

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



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。

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/genen/>



スパイスやハーブを使用した 機能性表示食品の開発^{E S}

科学的根拠に基づいて機能性や安全性を評価し消費者庁に届け出た「機能性表示食品」として、脂肪の消費をサポートする「NEOスパイス ブラックジンジャー」と、高めの血圧を下げる「有機ケール青汁」を2019年9月に、「有機ケール粒タイプ」を2020年4月に発売しました。これら有機ケール製品は、愛媛県の耕作放棄地を再生した圃場で有機栽培されたケールを使用しており、環境にも配慮した商品です。今後もお客様の毎日の健康づくりに「地の恵み スパイス&ハーブ」を役立てていただけるよう、研究開発を続けていきます。

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。

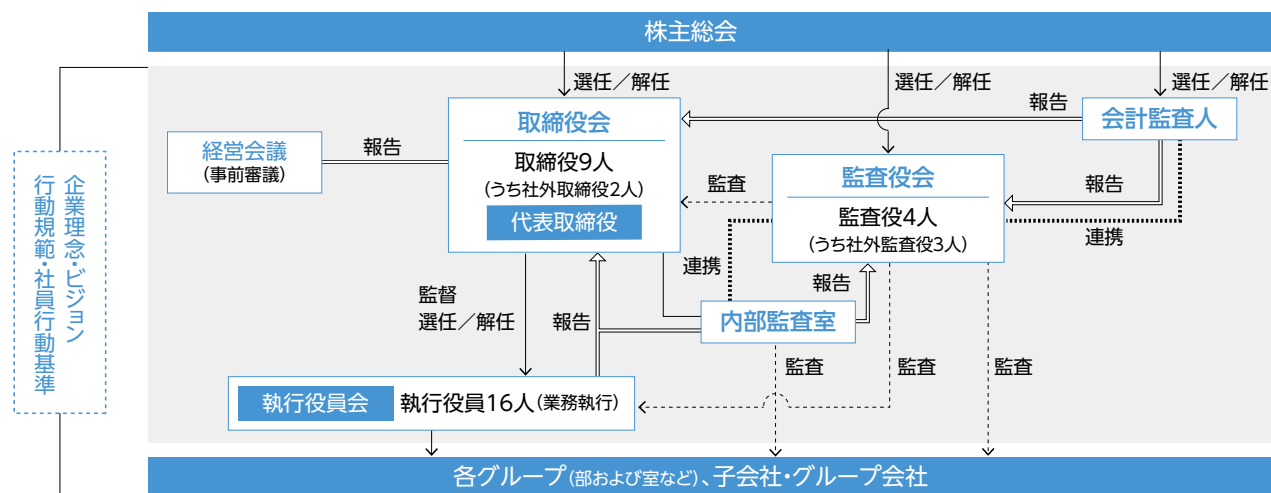
取締役会の構成

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などを述べています。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

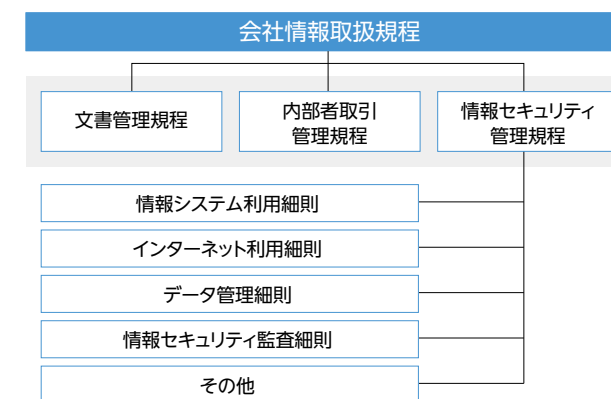
エスビー食品では、社員が遵守すべき健全かつ倫理的な行動を「社員行動基準」において明確に定めています。これにより、社員一人ひとりにコンプライアンスの徹底を図り、組織の自浄能力を高めることで、社会から信頼される企業であり続けることを目指しています。

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「コンプライアンス部会」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。

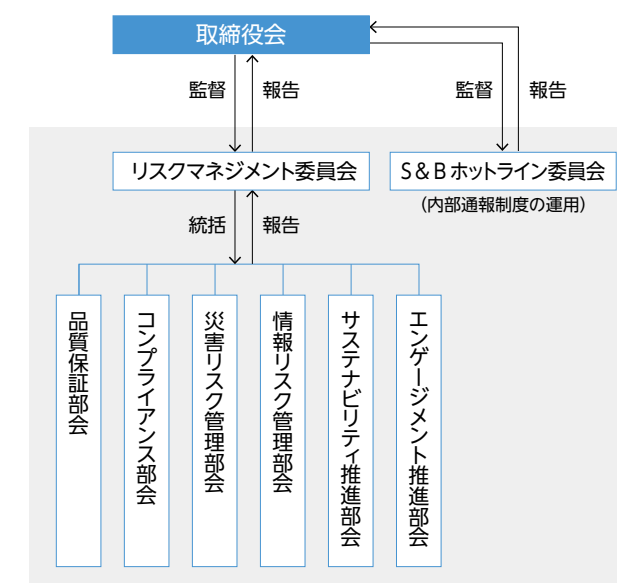


リスクに対する取組み

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、「リスクマネジメント基本規程」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 ①

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

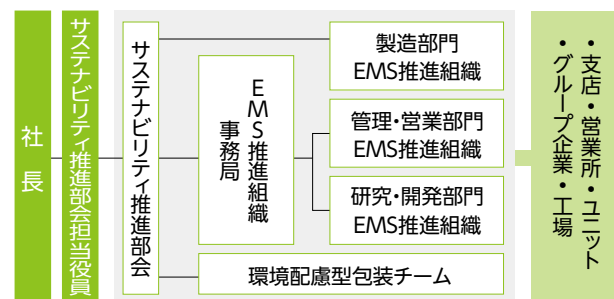


環境マネジメントシステム

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^{*1}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} 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。

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、下記ウェブサイト公開しています。

環境会計 ②

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



自然冷媒の使用

上田工場では、2019年12月より自然冷媒式冷却設備の稼働を開始しました。また、エスビーガーリック食品(株)高田工場では、2020年1月よりフロン冷媒式冷却装置から自然冷媒式冷却装置へ切り替えを行うことで2020年1月～3月でCO₂排出量を26.35t削減することができました。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、CO₂排出量削減に取り組んでいます。

環境保全活動への取り組み

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。2019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。

麻袋のリサイクル

エスビー食品グループにとっての基幹原料であるスパイスとハーブの原料の一部は、世界中の産地から「麻袋」に入れられて工場に運ばれてきます。この「麻袋」を廃棄するのではなく、粉碎し、その繊維を漉き込んだ紙としてよみがえらせることで、「麻」をリサイクルしています。出来上がった紙は2019年より名刺に使用しています。



麻袋に入れて運ばれたスパイスとハーブ

粉碎した麻袋

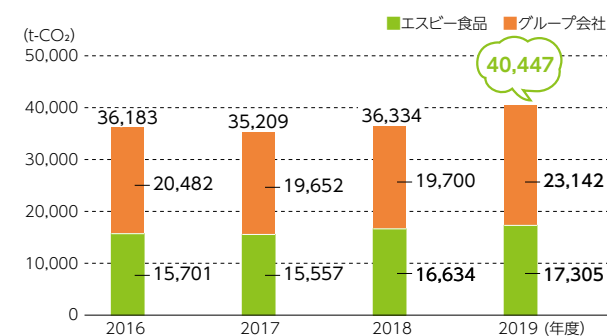


「麻」の繊維を漉き込ませた名刺

CO₂排出量の削減

エスビー食品グループは、業務活動によるCO₂排出量を削減するため、工場など各事業所の照明をLED化・人感センサー化するなどの対策を進めてきました。また、老朽設備の更新、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、CO₂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。

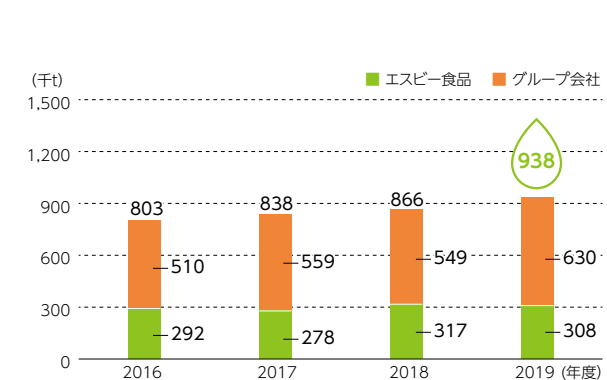
CO₂排出量の推移



水使用量の削減

エスビー食品グループでは、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。2019年度については、工場での生産増加に伴い、水使用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。

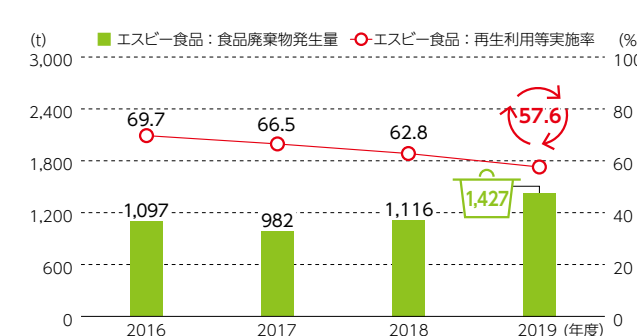
水使用量の推移



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。2019年度の再生利用等実施率は、57.6%^{*2}に留まりました。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



^{*2} 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。

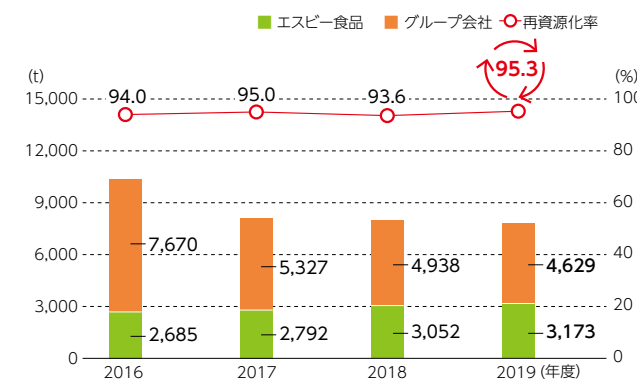
廃棄物の削減とリサイクルの促進

エスビー食品グループ全体で、2019年度の廃棄物等の総排出量^{*3}は2018年度対比で約2.3% (188t) 減らすことができ、再資源化率^{*4}も95.3%と高水準を維持しました。

^{*3} 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)。

^{*4} 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



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、活き活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・施策」「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・施策	テーマ別研修	自己啓発支援
高 ↑ ↓ 低	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	●女性活躍推進 ●各種マネージャー対象 ●通年入社対象 ●正社員転換者対象 ●各種部門内勉強会 など	●通信教育 ●eラーニング ●ビデオライブラリー など
	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		
基本教育	●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

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。

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。社員一人ひとりに期待する職務行動と成果をしっかりと評価・フィードバックすることで、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。

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。

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、取り組みを進めています。



ダイバーシティの推進 ①

<https://www.sbf foods.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、2014年12月に「S & B ポジティブアクション」を制定し、女性の採用や管理職登用における具体的な数値目標を定めて取り組みを進めています。2019年度を達成時期として設定していた「女性役員任用」について目標達成したことから、2020年に改めて「S & B ポジティブアクション」を見直し「平均総実労働時間※」についても全社目標に追加して取り組んでいます。

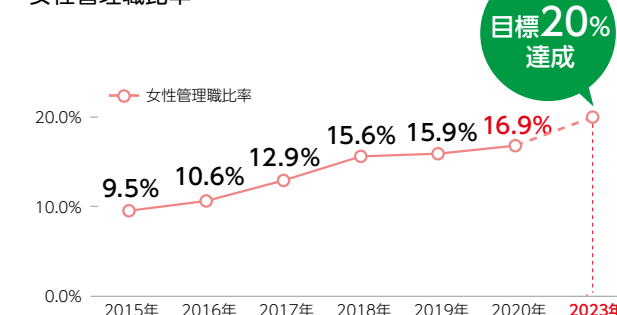
※平均総実労働時間：取得した休暇分を除く実際に働いた時間の合計で、その一人当たりの平均値



2020年4月現在

女性役員…**2人任用**（2019年度 目標達成）
女性管理職比率…**16.9%**
女性採用比率（総合職）…**新卒・中途採用含め40%以上継続**

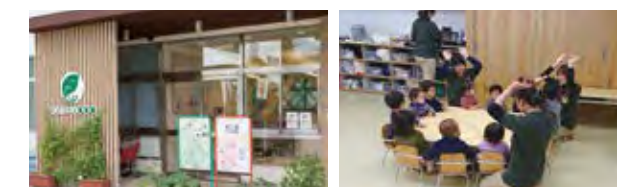
女性管理職比率



事業所内保育園「バジリッコ保育園」

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



バジリッコ保育園の様子

健康に関する取組み

健康推進方針

エスビー食品のビジョン「『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が基盤と考え、社員がより生き活きと活躍できるよう健康管理を推し進めます。

健康推進体制

エスビー食品では、社員一人ひとりが生き活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。その他にも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。また、中期経営計画の非財務目標として「従業員の健康推進」掲げ、「メタボリックシンドローム非該当者率」などの関係数値目標の進捗確認を行っています。

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、社員自身で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。

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の向上に努めています。

労働安全衛生

エスビー食品では、働きやすい環境の整備に向けて労使間で定期的な協議の場を設けていますが、労働安全衛生に関しても適宜テーマを設定し、さまざまな活動を行っています。運営組織としては、各工場で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。その他の在籍10人未満の規模の事業所も含めた全拠点では衛生推進者を選任し、すべての職場を網羅した安全衛生に取り組んでいます。

外部からの評価～「健康経営優良法人2020」(大規模法人部門)～

エスビー食品は、経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人認定制度」において、2020年3月に「健康経営優良法人2020」(大規模法人部門)に認定されました。エスビー食品では、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康で生き活きと活躍できる「健康企業」を目指し、実質的健康度の向上に向けた取組みを進めています。

健康経営優良法人認定制度について

健康増進の取組みなどについて、特に優良な健康経営を実践している法人を日本健康会議(経済産業省が設立)が毎年顕彰、認定する制度です。健康への取組み方針の発信や定期健診の受診状況、労働時間の適正化、メンタルヘルス不調者への支援など25の項目について、一定レベル以上での実践が認定基準となっています。



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、継続的な利益還元に努めるとともに適切なタイミングで情報を開示することで、積極的なコミュニケーションを図っています。

配当政策

エスビー食品では、今後の事業展開に向けた投資のための内部留保の充実を図りつつ、経営体質の一層の強化と堅実な経営基盤の確保に努めるとともに、業績に裏付けられた成果を、安定的な配当として維持・継続することを基本方針としています。2020年3月期は、中間配当金1株当たり22円、期末配当金1株当たり22円になりました。

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、保有期間に応じた当社商品の詰め合わせを贈呈しています。

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

※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。

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、株主の皆様には年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/>



2020年5月 送付商品



1,000円相当株主優待品



2,000円相当株主優待品

株主優待制度

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



S 地域コミュニティとの関わり

スポーツを通じて次世代を担う子ども達の健康を支援するとともに、事業所の周辺地域をはじめ、全国の皆様とのより良いコミュニケーションを図っています。

S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会

「S & B 杯ちびっ子健康マラソン大会」は、スポーツを通じて心身ともに健康な子ども達を育成するため、1984年に誕生しました。「食と健康」「21世紀を担う人づくり」をテーマとして、小学生を対象に全国各地で開催しています。2019年度は、全国31か所で実施され、37,547人が完走しました。累計完走者数は153万人を超えました。



データ編 ～目標と実績～

確認項目	内容	2019年度 目標	2019年度 実績	評価	2020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	66.3% (エスビー食品単体)	57.6% (エスビー食品単体)		67.3% (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	2018年度比 2%削減	2018年度比 2.3%削減		2019年度比 2%削減	環境 マネジメント (P31)
	温室効果ガス(CO ₂)の発生	CO ₂ 排出量原単位で2018年度比 2%削減	CO ₂ 排出量原単位で2018年度比 1.6%削減		CO ₂ 排出量原単位で2019年度比 2%削減	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2018年度比 3%減	エネルギー使用量原単位(原油換算)で2018年度比 0.5%増加		エネルギー使用量原単位(原油換算)で2019年度比 3%減	環境 マネジメント (P31)
	水使用量	水使用量原単位で2018年度比 2%削減	水使用量原単位で2018年度比 5.2%増加		水使用量原単位で2019年度比 2%削減	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	・インスタント商品の一部においてシュリンクフィルムを薄層化 ・レトルトパウチ商品の一部においてパッケージのダウンサイズ化		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	取引先への環境姿勢調査、廃棄物処理委託施設の視察、従業員への定期的な教育などの実施		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・安心への取り組み強化	安全性の向上と正確な商品情報の提供	品質保証体制の強化	自社関連工場におけるFSSC 22000取得運用7工場		自社関連工場におけるFSSC 22000取得運用7工場	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	・清掃活動、環境活動を年間 24回 以上実施 ・学校・地域団体の工場見学会を年間 12回 以上実施	・清掃活動、環境活動を年間 11回 実施 ・学校・地域団体の工場見学会を年間 18回 実施		・清掃活動、環境活動を年間 15回 以上実施	環境 マネジメント (P31)
ダイバーシティの推進	・女性の活躍推進 ・ワークスタイル変革	・多様な人材の活躍推進 ・ワークスタイル変革	・女性執行役員 1名 任用 ・2020年度新卒採用女性比率 48.9% ・シニア層の更なる活躍推進に向けた制度改定 ・在宅勤務制度の運用拡大準備		・多様な人材の活躍推進 ・ワークスタイル変革推進	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り組み評価『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)

仕事と介護を両立できる環境整備への取り組み『トモニマーク』取得



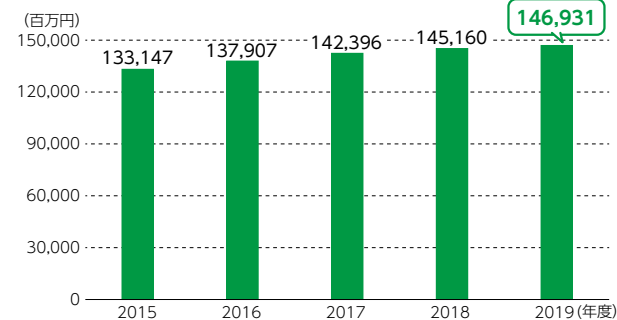
データ編 ～非財務パフォーマンス～

※は年度末時点						
		単位	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
従業員数 [*] (正社員・契約社員)	合計	人	1,268	1,322	1,403	1,431
	男性	人	922	948	978	980
	女性	人	346	374	425	451
連結従業員数 [*]	合計	人	1,795	1,850	1,979	2,015
平均年齢 [*] (正社員・契約社員)	合計	歳	42.6	42.1	41.8	41.6
	男性	歳	44.2	43.7	43.3	43.0
	女性	歳	38.3	38.1	38.6	38.6
勤続年数 [*] (正社員・契約社員)	合計	年	16.6	16.0	15.2	14.9
	男性	年	18.4	17.6	17.1	16.9
	女性	年	11.6	11.6	10.7	10.8
外国人従業員数 [*]		人	4	6	6	4
新卒採用 (工場の現業職含む)	合計	人	42	49	41	49
	男性	人	25	29	24	26
	女性	人	17	20	17	23
中途採用 [*] (非正規から正社員への登用を含む)	合計	人	24	33	38	32
	男性	人	14	21	22	14
	女性	人	10	12	16	18
離職者数 [*] (正社員の退職者)	合計	人	20	16	23	18
	男性	人	16	10	14	10
	女性	人	4	6	9	8
離職率(各年度4/1時点)		%	2.1	1.6	2.2	1.5
新卒入社者の3年後の定着状況 (各年4月新卒入社者のうち3年後の4月在籍者)	合計	%	81.0	86.4	90.3	97.6
	男性	%	83.3	80.0	89.5	100.0
	女性	%	77.8	100.0	91.7	94.1
管理職 [*]	合計	人	88	86	89	84
	男性	人	77	73	76	71
	女性	人	11	13	13	13
うち部長職以上 [*]	合計	人	15	21	18	18
	男性	人	15	21	17	17
	女性	人	0	0	1	1
役員 [*]	合計	人	25	26	24	29
	男性	人	24	25	23	27
	女性	人	1	1	1	2
女性管理職比率(各年度4/1時点)		%	10.6	12.9	15.6	15.9
障がい者雇用:実人数 [*]		人	18	20	21	36
障がい者雇用率 [*]		%	1.43	1.52	1.44	2.51
産休取得者数		人	18	13	13	22
育休取得者数	合計	人	22	14	20	30
	男性	人	3	3	4	10
	女性	人	19	11	16	20
育児休業復職率		%	87.5	100.0	100.0	93.3
介護休業取得者数		人	0	0	0	0
有給休暇取得率		%	57.3	57.7	62.1	83.0
労働災害度数率			0.00	0.75	0.00	1.06
労働災害強度率			0.00	0.02	0.00	0.03
メンタルヘルス休職者数		人	4	2	4	7

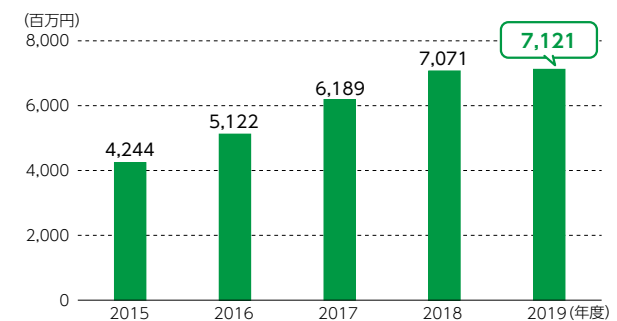
エスビー食品単体のみ対象としています。

データ編 ～財務パフォーマンス(連結)～

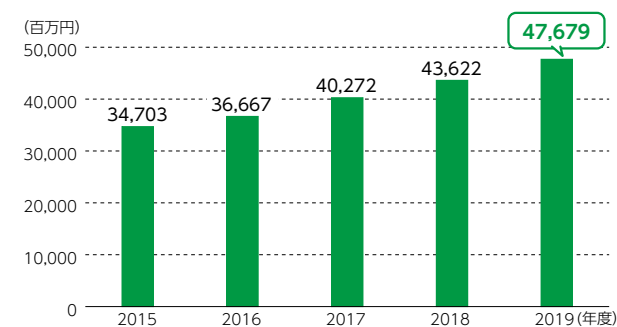
売上高



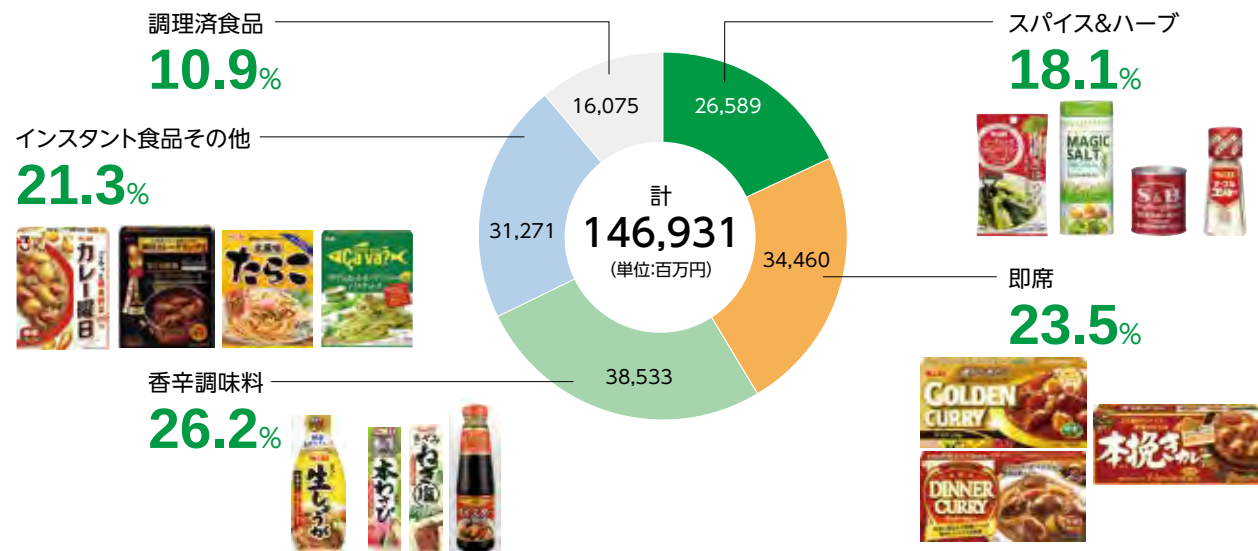
経常利益



純資産



売上構成比(2019年度)



※財務パフォーマンスについてはエスビー食品および連結子会社を対象としています。

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)	146,931百万円(2020年3月期)
営業利益(連結)	7,239百万円(2020年3月期)
従業員数(連結)	2,015人(2020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、シーズニングスパイスなど)、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(本生 本わさび、おろししょうが、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(北海道札幌市)
- 東北支店
北東北営業所(岩手県盛岡市)
南東北営業所(宮城県仙台市)
- 東京支店
東部営業所(千葉県千葉市)
中央営業所(東京都板橋区)
西部営業所(東京都立川市)
神奈川営業所(神奈川県横浜市)
- 関東・信越支店
関東営業所(埼玉県上尾市)
新潟営業所(新潟県新潟市)
長野営業所(長野県長野市)
- 中部支店
静岡営業所(静岡県静岡市)
中部第1・第2営業所(愛知県名古屋市中区)
北陸営業所(石川県金沢市)
- 関西支店
関西第1・第2・第3営業所(大阪府大阪市)
- 中国支店
中国第1営業所(広島県広島市)
中国第2営業所(岡山県岡山市)
四国営業所(香川県高松市)
- 九州支店
九州第1・第2営業所(福岡県福岡市)
鹿児島営業所(鹿児島県鹿児島市)
沖縄営業所(沖縄県那覇市)
- 広域営業部
(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)

関係会社

- エスビーガーリック食品(株)
(栃木県足利市)
- エスビースパイス工業(株)
(東京都文京区)
- (株)エスビー興産
(東京都中央区)
- (株)エスビーサンキョーフーズ
(静岡県焼津市)
- (株)大伸
(埼玉県比企郡川島町)
- (株)ヒガシヤデリカ
(東京都板橋区)
- S & B INTERNATIONAL CORPORATION
(アメリカ合衆国カリフォルニア州)

その他

- 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)

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)

