

社会に対する責任

未来の社会と地球のために、私たちが果たすべき責任

当社グループにとって「社会に対する責任」とは、私たちが社会を構成する一員として果たすべき責務であり、あらゆる事業活動の根底にあるものです。とりわけ、未来の世代から預かる地球環境をより良い状態で引き継ぐことは、食品企業として果たすべき重要な使命であり、その実現に向けて誠実かつ着実に取り組んでいます。

第八次中期計画では、「自然の恵みを守り、価値を生み出し続ける独自の循環型モデルの構築」をめざす「ハウス食品グループ長期環境戦略2050」を策定し、「気候変動への対応」と「資源循環社会の実現」を柱に、バリューチェーン全体で環境負荷の低減を進めてきました。この2年間では、省エネルギーの推進や再生可能エネルギーの導入拡大などにより、Scope 1、2の温室効果ガス排出量の削減は着実に進展しており、各拠点で積み重ねてきた改善活動が成果につながっています。

一方で、私たちの事業は、カレーに欠かせないスパイスや野菜をはじめ、多くの原材料を自然の恵みに依存しています。豊かな自然があって初めて、お客様へ安全・安心で価値ある商品をお届けすることができます。だからこそ、自然資本を守り、次世代へ引き継ぐことは、環境活動にとどまらず、事業を持続的に成長させるための重要な経営課題であると考えています。

こうした考えのもと、次期中長期計画では、「気候変動への対応」「資源循環社会の実現」に加え、「生物多様性の保全と回復」を「長期環境戦略2050」の第三の柱として位置づける予定です。持続可能な原料調達の推進や産地における自然環境の保全・回復など、事業活動を通じて自然資本の維持・向上に取り組み、自然と事業がともに持続可能となるバリューチェーンの構築をめざしていきます。また、事業のグローバル化が進むなかでは、Scope 3を含めたバリューチェーン全体での取組や、各国の環境課題への対応を一層強化していく必要があります。一企業だけでは解決できない課題については、多様なステークホルダーとの共創を通じて新たな技術や仕組みの社会実装を進めるとともに、グローバルでの環境ガバナンスを強化し、環境負荷の低減と事業成長の両立を実現していきます。

私たちは、自然の恵みに支えられて事業を営む食品企業として、その恵みを未来へつないでいく責任があります。これからも環境価値と社会価値、経済価値とともに創出し、未来の世代に誇れる企業グループをめざし挑戦を続けてまいります。

ハウス食品グループ本社 取締役
機能性素材系バリューチェーン担当 兼
コーポレートコミュニケーション本部長 兼
デジタル戦略本部担当

佐久間 淳



取組ストーリー

基本となる考え方

グローバルな企業活動で生じる環境負荷は企業の責任として取り組む

【ハウス食品グループ長期環境戦略2050】

- ・2050年カーボンニュートラルへの実行力強化
- ・資源循環をめざし、廃棄物・プラスチック・水使用量の削減
- ・持続可能な未来に向けた貢献

ハウス食品グループ長期環境戦略2050の実現に向けた重要課題

気候変動への対応

2050年カーボンニュートラルをめざし
CO₂排出量削減に取り組む

資源循環社会の実現

「減らす」「活かす」「戻す」の3方向から
限りある資源を有効活用する

中期計画KPIと重要テーマ

項目	25.3期 実績	26.3期 実績	八次中計 (27.3期)目標
Scope 1、2 (総量、2013年度比)	△19.5%	△21.1%	△27%
Scope 3 (取組前比)	△1,775t	△4,766t	△5,000t
廃棄物 (売上原単位、2021年度比)	△21.5%	△18.9%	△25%
副産物 (再資源化率)	99.3%	100%	99.5%
プラスチック (日本国内製品の容器包装、化石資源由来、2018年度比)	△8.2%	△11.5%	△8.5%
水 (対象拠点：生産拠点における“水枯渇リスク地域”)	現地行政機関への ヒアリングの結果、喫緊の 課題となる拠点はなし		現地行政機関への ヒアリングの結果、喫緊の 課題となる拠点はなし 節水対策の実施

※ Scope 1、2 (総量、2013年度比)：30.3期目標は△38%

社会に対する責任

■ ハウス食品グループの環境取組マップ

当社グループは長期環境戦略2050を掲げ、「気候変動への対応」「資源循環社会の実現」をめざして、事業活動の各段階で様々な環境取組を進めています。環境取組をグループ全体で推進することで、人と地球の健康の実現に向けた貢献をしています。



社会に対する責任

■ 気候変動への対応



具体的な取組

Scope 1、2、Scope 3

Scope 1：自社による温室効果ガスの直接排出(ガス、ガソリンなどの燃焼)

Scope 2：他社から供給された電気、蒸気を自社で使用することに伴う間接排出

Scope 3：企業活動に関連する他社の排出(Scope 1、Scope 2以外)

■ ハウス食品福岡工場の環境取組

ハウス食品福岡工場では、ガスコージェネレーションシステムや太陽光発電パネルの導入、CO₂フリー電力の調達、J-クレジットによるオフセットにより、2024年12月にエネルギー由来CO₂排出量実質ゼロ化※を達成しました。

さらに、当社グループが掲げる「循環型モデルの構築」をめざして、生産設備の更新・改良による廃棄物の発生抑制や発生した食品廃棄物の一部をメタン発酵させ、再生可能エネルギーとして活用する取組など再資源化を推進しています。



※ ソコテック・サーティフィケーション・ジャパン(株)による第三者保証報告書を受け信頼性の向上を図っています。

■ 多拠点一括エネルギーネットワークサービスの運用

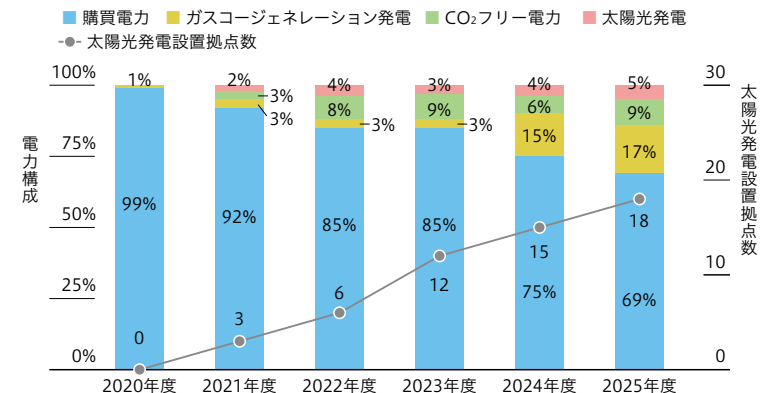
2050年カーボンニュートラル実現に向け、多拠点一括エネルギーネットワークサービスの運用を2024年4月に開始しました。本サービスは、複数の拠点をつなぎ、エネルギーを融通することで全社規模でCO₂削減・コスト削減に貢献するエネルギーサービスです。当社グループの生産拠点に大型のガスコージェネレーションシステムを設置し、そこで生み出された熱エネルギーの効率的な利用と、同時に生み出される電気エネルギーをグループ9社18拠点へ融通し、対象拠点におけるCO₂排出量を大きく削減できる取組です。



■ 再生可能エネルギーの調達推進

太陽光などの再生可能エネルギーの利用は、温室効果ガス(GHG)排出量の削減につながります。当社グループは、積極的な再生可能エネルギーの活用を進めることで、「気候変動対策の推進」に取り組んでいます。

再生可能エネルギー導入の推移



社会に対する責任

■ Scope 3の取組

当社グループは2021年度から「Scope 3」の考え方を導入し、バリューチェーン全体で環境取組を推進しています。第八次中期計画では、排出量の多いカテゴリを中心にテーマを掲げて、3カ年で取組前比5,000トンのCO₂削減をめざしています。

原材料のCO₂見える化や、製品輸送時の物流効率改善、家庭内調理時の排出量削減など、ステークホルダーの皆様と協力して、バリューチェーン全体のCO₂排出量削減に取り組んでいます。



全社展開テーマ

全カテゴリ：廃棄物削減、コピー用紙削減、有給休暇取得、テレワーク推進など

カテゴリ1：購入した原材料、仕入商品、サービスなどの製品が製造されるまでの活動に伴う排出

カテゴリ4：原材料等自社への物流、卸店などまでの製品物流に伴う排出

カテゴリ11：消費者・事業者による製品の使用に伴う排出

カテゴリ14：フランチャイズ店舗からの排出

< Scope 3集計対象 >

国内：ハウス食品グループ本社、ハウス食品、サンハウス食品、サンサプライ、ハウスウェルネスフーズ、ハウスビジネスパートナーズ、ハウス食品分析テクノサービス、ハウス物流サービス、ハウスあいファクトリー、朝岡スパイス、デリカシェフ®、壺番屋、ハウスギャバン、マロニー、ヴォークス・トレーディング、パッチワークキルト

海外：ハウスフーズホールディングUSA社、ハウスフーズアメリカ社、ハウス食品（中国）投資社、上海ハウス食品社、大連ハウス食品社、浙江ハウス食品社、ギャバン スパイス マニュファクチャリング社、ジャワアグリテック社、ティムフード社

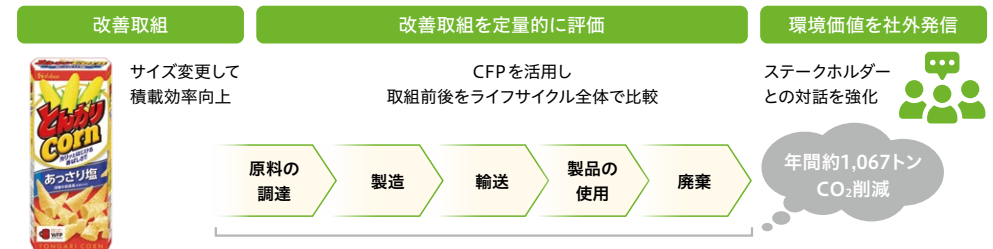
※2026年1月に株式を譲渡し、連結の範囲から除外。

■ カーボンフットプリントの活用

当社グループは、製品のライフサイクル全体のCO₂排出量を算定するカーボンフットプリント(CFP)を、製品単位のCO₂見える化にとどめず、改善効果を定量的に評価するためのツールとして活用しています。

「とんがりコーン」では、製品サイズの見直しによる輸送・保管時の積載効率向上に取り組んでいます。本取組について、リニューアル前後のCFPを算定し、サプライチェーン全体で年間約1,067トンのCO₂削減効果*を確認しました。

当取組の概要と当社グループのCFP活用の考え方



今後もCFP活用を段階的に拡大していくことで、事業活動と環境価値を結びつけながら主要製品の改善を推進するとともに、Scope 3削減の実効性向上につなげていきます。

*「68gとんがりコーンあっさり塩」「62gとんがりコーンあっさり塩」製品1個当たりの原料調達～廃棄に伴い発生するCO₂排出量(CFP)および、2025年度の「とんがりコーン」(箱入りタイプ)のハウス食品販売数量より試算

Focus グローバルなステークホルダーコミュニケーション

2025年8月に、韓国が議長国を務めるAPEC(アジア太平洋経済協力、Asia-Pacific Economic Cooperation)のワークショップにおいて、農林水産省からの依頼でプレゼンテーションとパネルディスカッションを実施しました。

当社グループはScope 3対応を中心に、持続可能な食品供給網や顧客連携によるイノベーション事例を紹介し、他国の代表や政府関係者と政策形成に向けた対話を行いました。

(写真左から2人目)ハウス食品グループ本社 サステナビリティ推進部

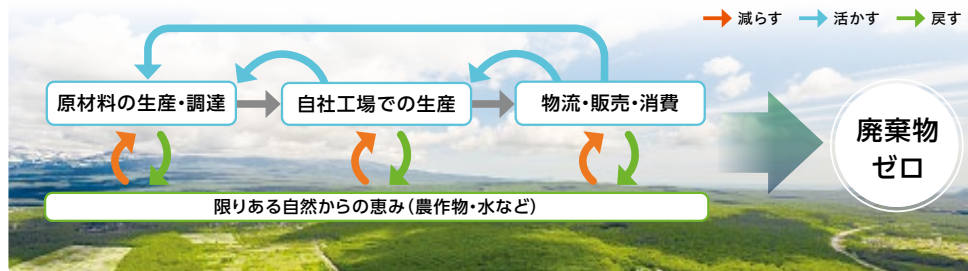
出口 昌義



社会に対する責任

資源循環社会の実現

ステークホルダーの皆様と協力して、廃棄物・副産物・プラスチック、水を対象に、地球上の限りある資源を「減らす」「活かす」「戻す」ことで循環させる仕組みを構築することにより、バリューチェーンを持続可能にします。



減らす	限りある資源を効率的に活用し、資源消費を最小限に抑える	対象：廃棄物、プラスチック、水 例：容器包装の削減、節水
活かす	出てしまったものは価値あるものにし、外部不経済を低減する	対象：廃棄物・副産物、プラスチック 例：アップサイクル、堆肥化、バイオプラスチック、紙化
戻す	使った資源は、各国の法律や地域の仕組みに準じてきれいな状態にして自然環境に戻す	対象：水 例：排水処理し河川や下水へ放流

外部不経済の体内化

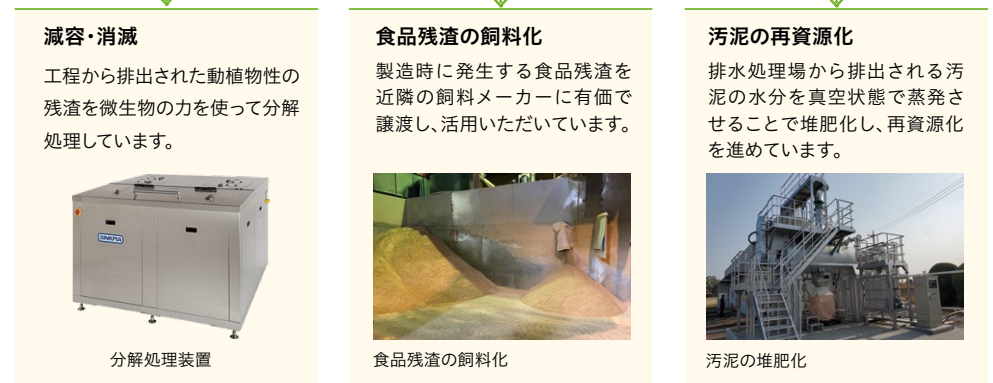
「社会に対する責任」において、企業活動で生じる環境負荷は企業の責任で解決するという考えのもとに、外部不経済の体内化の取組を推進しています。



廃棄物の発生抑制と有価物化

まずは発生抑制に努め、それでも発生してしまうものは、価値あるもの(有価物化)にして社会へ還す取組を推進しています(外部不経済の体内化)。

ハウス食品グループの廃棄物への取組と考え方(外部不経済の体内化)



価値あるものにして外部不経済を解消する

当社グループは、食を通じておいしさと健康をお届けする企業として、資源循環社会の実現をめざし、食品ロス削減推進法や食品リサイクル法に準拠し、食品ロスの削減およびリサイクルに取り組んでいます。

社会に対する責任

■ プラスチック廃棄量抑制の取組

プラスチックの使用から製造、使用後まで、すべてのプロセスで資源循環できる状態をめざしています。また、プラスチックごみの発生を抑制することで、資源・環境両面における課題解決をめざします。

<商品包装での取組>

バイオマストレイ採用

植物由来の原料を一部使用したトレイを新たに開発し、採用しました。従来トレイよりも薄くなっていますが、樹脂配合により物流適性や生産ライン適性などの容器品質は従来品と同等のレベルを維持しています。



「パーモントカレー」大箱

包材使用量削減

レンジ対応パウチの蒸気口の位置や形状を調整し、新たなパウチを開発したことでレトルトパウチの薄層化、サイズダウンを実現。また、パッケージ(紙箱)や物流時の段ボールの包材使用量も削減し、サステナブルな取組につなげています。



「咖喱屋カレー」シリーズ

■ 水枯渇リスク調査結果と対応

世界資源研究所(WRI)が公開する世界の水リスクを緯度・経度から評価するツールである「AQUEDUCT」の評価指標であるWater Stressにて、グループ事業会社の工場所在地における水枯渇リスクを調査しました。確認の結果、アメリカ/カリフォルニア州、中国/大連市が高リスク地域となりました。

2050年 水ストレスリスク	国/地域
80%超(非常に高い)	アメリカ(カリフォルニア)、中国(大連)
40-80%(高い)	アメリカ(ニュージャージー)、中国(上海、浙江)、タイ(バンコク)、インドネシア(スマラン)
20-40%(中)	日本、アメリカ(ペンシルベニア)、ベトナム(ドンナイ)
10%未満(低い)	マレーシア(ペナン島)

現地工場や工場所在地の行政機関に対するヒアリングを継続してきた結果、適切な対応が図られ、いずれも事業継続に問題がない旨の確認を導き出すことができました。ただし、水枯渇リスクが完全に解消されたわけではないことから、将来的に取水制限が発令された場合に備えて、事業継続の観点からも節水対策に引き続き取り組んでいます。

具体的な取組の一つとして、ハウスフーズアメリカ社カリフォルニア工場では、大量の散水が必要となる芝生から多肉植物(サボテン)に変更したほか、敷地内の地下に雨水を貯蔵するタンクを設置しました。灌漑水にも併用することで、水道水の節水に貢献しています。

さらに、生産工程における取組として、ハウスフーズアメリカ社カリフォルニアおよびニュージャージーの両工場において、豆腐製造時に大豆を水に漬ける「浸漬工程」に着目しました。日々大量の水を消費する同工程の水使用量を見直すことで、日常的な製造プロセスにおける着実な節水を実現しています。

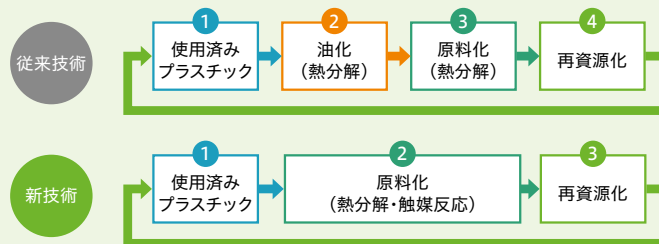


芝生から多肉植物(サボテン)に変更

Focus 使用済みプラスチックの再資源化に向けた取組

プラスチック課題解決に貢献すべく、2024年11月に使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む共同出資会社「株式会社アールプラスジャパン」に資本参加しました。

本共同出資事業への参画により、化石資源由来プラスチック削減のみならず、使用済みプラスチックの再資源化を推進し、バリューチェーンの一員として持続可能な社会の実現に向けて貢献していきます。



社会に対する責任

■ 生物多様性の保全と回復

■ 認証油の調達

当社グループでは、カレールウやレトルトカレーをはじめ、多くの製品にパーム油を使用しています。一方、パーム油の生産拡大は、森林破壊による生物多様性の損失や、強制労働・児童労働などの人権問題との関連が指摘されています。こうした課題に対応するため、当社グループは2018年にRSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)に加盟し、環境保全や人権に配慮した持続可能なパーム油の調達を推進しています。

2024年7月時点で、ハウス食品の全自社工場(関東・静岡・奈良・福岡)およびハウス食品ブランドのレトルト製品を製造するサンハウス食品において、RSPOサプライチェーン認証を取得しています。また、2025年度にはマレーシアのパーム油生産地を訪問し、RSPO認証に基づく森林保護や土壌・水質保全など、生物多様性保全に関する取組状況を確認しました。



パーム油生産地視察

■ 山椒の「産地形成プロジェクト」

ハウス食品グループ本社、ヴォークス・トレーディングは、(株)杉本商店、南九州大学、山椒生産者と共同で、宮崎県の高千穂郷・熊本県の奥阿蘇※にて、山椒の「産地形成プロジェクト」を2025年4月より本格始動しました。この活動により、山椒の価値を最大限に引き出すことで、日本の食文化の保全と拡大、地域の魅力発信、農業分野の担い手創出などへの貢献をめざしています。耕作放棄地に日本原産である山椒を定植し、栽培管理していくことは、日本の食文化の保全と拡大につながるものであり、生物多様性にも寄与できると考えています。

※高千穂郷は宮崎県高千穂町・五ヶ瀬町・美郷町・椎葉村・諸塚村・日之影町、奥阿蘇は熊本県山都町・高森町のことを指しています。



現地で生育している山椒の木

■ 「スマイルボール」 みえるらべる認証

農産物の生産に伴う環境負荷の低減は、生物多様性の保全につながります。当社グループが開発したタマネギ「スマイルボール」は、栽培段階の温室効果ガス排出量が地域の標準的な栽培方法と比べて20%以上削減されていることが認定され、農林水産省の「みえるらべる」で最高等級の星3つを取得しました。



■ 地域との共生

当社グループでは、周辺の環境美化と地域貢献を目的に全国の事業所で周辺地域の清掃活動を実施しています。ハウス食品グループ東京本社では「千代田区一斉清掃」に参加、マロニーでは「神崎川畔クリーンアップ作戦」に参加するなど、地域の皆様と一緒にいる清掃活動を通じたコミュニケーションを大切にしています。



ハウス食品グループ東京本社周辺での清掃活動



ハウス食品奈良工場周辺での清掃活動



マロニー従業員による神崎川畔の清掃活動



千葉研究センター社員による四街道市の「クリーン大作戦ウィーク」活動

VOICE

地域を彩る環境保全と交流活動

ハウス食品奈良工場が参加している「大和郡山市クリーンキャンペーン」は、自分の住む地域のごみを拾う活動を通じて、ごみの削減、分別、リサイクルの推進などの環境意識を高め、地域コミュニティを形成し、明るく住みよい街にすることを目的としています。年2回開催されており、工場敷地周辺において、社員による清掃活動を実施しています。

当工場は今年で操業60周年を迎えます。工場は様々な企業が集まる昭和工業団地の最南西に位置し、南側・西側には多くの住宅が広がっており、地域住民の皆様の温かいご理解とご協力をいただきながら、日々生産活動を行っています。地域の自治会や各種団体が開催される祭りなどのイベントにも、ハウス食品の製品を協賛・提供するなど、積極的に関わることで良好な関係を築いています。クリーン活動に取り組んでいる際も、地域住民の皆様から「いつもありがとうございます。助かっています。」とお声をいただいております。こうした温かい声を励みに、今後も地球環境を意識した活動を継続していきます。



ハウス食品
奈良工場 業務課

山藤 美広

社会に対する責任

環境課題は、1社・1拠点だけでは解決できない重要な経営課題です。当社グループは、多様な事業会社・拠点を有する強みを生かし、グループ横断で課題解決に取り組んでいます。

■ 環境戦略実行推進会議：グループ事業会社ごとに年2回開催

2024年度より、グループ横断で環境戦略を着実に実行するためのマネジメント体制を構築し、推進してきました。各社の環境目標や施策の進捗確認、課題への対応策の議論、他社事例や新技術、制度動向などの外部情報を共有し、各社取組の高度化やグループ横断施策の検討など、将来に向けた重要課題の整理につなげています。

■ グループ環境全体会議：年1回

事業会社の環境管理責任者・事務局が一堂に会し、グループ全体の環境目標の進捗や次年度方針を共有するとともに、優良事例や環境異常対策の水平展開を図っています。



グループ環境全体会議の様子

これらの会議を通じて、グループ全体で知見や課題を共有し、環境戦略の継続的な実行力の向上と取組のレベルアップを図っています。

VOICE

長期環境戦略2050のさらなる進展に向けて

「ハウス食品グループ長期環境戦略2050」は、第八次中期計画とともに歩み始めて3年目を迎えました。重要課題として掲げている ①気候変動への対応 ②資源循環社会の実現に向け、グループ各社と環境戦略実行推進会議やグループ環境全体会議で議論を重ね、CO₂削減や廃棄物の削減・有価物化の取組など、一丸となって高い目標に挑戦し、着実に前進させてきました。

グループ各社で取り巻く事業環境・課題は様々です。しかし、それぞれの状況を踏まえながらも、一企業市民として社会への責任を果たしていくことが重要だと考えています。これまでの取組で一定の成果が出てきたと感じていますが、私たちにはまだできることがあります。食品事業者である当社グループは、自然の恵みによって事業が支えられています。次期中長期計画においては、生物多様性の保全と回復(ネイチャーポジティブ)を重要課題として補完し、さらに厚みのある循環型モデルの構築に取り組んでいきます。



ハウス食品グループ本社
サステナビリティ推進部

南 泉希

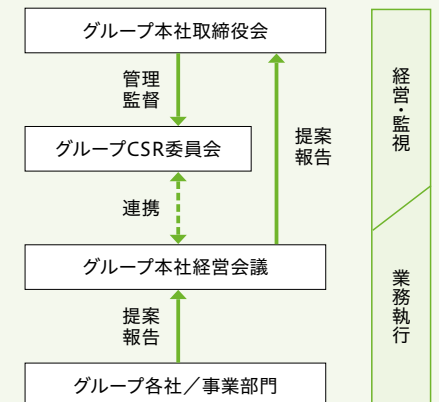
TCFDに基づく情報の開示

当社グループは、2021年5月に「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言への賛同を表明し、TCFDコンソーシアムに加盟しました。そして、2022年度より気候変動問題の主管部署であるサステナビリティ推進部を中心に、TCFD提言に沿った気候変動対応に関する検討を行い、開示しています。

■ ガバナンス

バリューチェーン全体での環境負荷低減をグループの重要課題と位置づけ、CO₂削減の戦略および目標を中期計画に織り込み、推進しています。中期計画の取組項目および目標は、グループ本社経営会議で議論したうえで、グループ本社取締役会で承認、最終的な意思決定をしています。また、設定した取組項目および目標の進捗確認は、各社・各拠点の環境責任者が参加するグループ環境全体会議を通して進捗確認し、グループ本社取締役会、取締役を中心に構成するグループCSR委員会において、経営に対する監督・指導を行うとともに、グループ内の連携強化を図っています。

気候変動対応の推進体制



■ リスク管理

気候変動を重要な経営リスクと位置づけ、「社会に対する責任」におけるグループの重要課題として取り組んでいます。気候変動対応については、取締役コーポレートコミュニケーション本部長(サステナビリティ推進部含む)の責任のもと、主管部署であるサステナビリティ推進部を中心にリスクと機会の評価を行い、そのなかで優先度の高い項目の対応策を検討しています。検討した対応策は「ハウス食品グループ長期環境戦略2050」および全社戦略に織り込み、グループ本社経営会議に答申後、グループ本社取締役会にて意思決定を行っています。対応策の進捗管理については、各社・各拠点の環境責任者が参加するグループ環境全体会議(事務局:サステナビリティ推進部)を通して進捗確認し、グループ本社取締役会、グループCSR委員会への報告を行っています。

なお、戦略および指標と目標については下記詳細開示内容を参照ください。

▶ 詳細開示内容はこちら <https://housefoods-group.com/sustainability/report/esg/pdf/tcfcd.pdf>