
消費者志向経営自主宣言 2025年度活動報告

2026年9月
ハウス食品株式会社

【部門横断の改善活動: Q U I C】

「お客様から学ぶ」実務者組織として、改善テーマに取り組んでいます。

「Q U I C」は、Quality Up by Initiative of Customers（お客様主導で進める品質向上活動）の社内呼称です。

● Q U I C 三原則

- 1、お客様に対する**感度**を高めること
- 2、お客様に**説明できる力**を高めること
- 3、お客様に学び、**ハウスのものづくりの力**を高めること

- ・部門横断のチームには、製品・販促企画、R&D、調達、生産管理、調査、品質保証、お客様相談の各マネージャーおよび担当者が参加しています。
- ・お客様からのお申し出への対応や個別製品の改善にとどまらず、ハウス食品のお客様対応およびものづくりの仕組み全体の向上を目指し、具体的なテーマを設定して、経営層とも共有しながら推進しています。
- ・QUIC内の「UCD推進部会」では、2018年よりUCD（ユニバーサルコミュニケーションデザイン）の考え方に基づき、「見やすく・わかりやすく・伝わりやすい」パッケージの提案に取り組んでいます。
2025年度は、UCDAアワード2025※¹において、「ご当地くだものフルーチェ 瀬戸内広島レモン※²」で生活者賞を、また企業総合賞では“ブロンズ”を受賞しました。

※1 UCDAアワード

一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会（UCDA、東京都中央区）が主催。企業や行政が生活者に発信するさまざまな情報媒体を、産業・学術・生活者の集合知により開発した基準を使用して第三者が客観的に評価し、優れたコミュニケーションデザインを表彰するもの。

※2 「ご当地くだものフルーチェ」シリーズの「瀬戸内広島レモン」味は、2026年8月に販売終了いたしました。



【「はじめてクッキング」教室】

幼稚園・保育所・認定こども園等の子どもたちが参加しています。

自分の手で食材にふれて食べ物の大切さを知り、みんなで料理する楽しさや食べる喜びを感じることができる「はじめてクッキング」教室。ハウス食品グループは、子どもたちの健やかな成長を応援するこの活動を大切な食育の活動として取り組んでいます。

※1996年から始まったこの活動は、2026年で30周年を迎えました。

※のべ約1,135万人の子どもたちが、はじめてのカレー作りを体験しました。



https://housefoods-group.com/activity/event/h_cooking/index.html

【ハウス「食と農と環境の体験教室」】

家族で学び、体験していただいています。

2025年度は、お子さまを中心としたご家族に、年2回継続して参加いただきました。

お米や野菜作り、カレーの調理、自然の中の生き物との触れ合いといった体験を通して、食と農と環境のつながりやその大切さを知っていただきたいと思います。

※2009年からはじまり、2025年までに794家族、2,579名の方にご参加いただきました



<https://housefoods-group.com/activity/event/taiken/index.html>

【食品ロス削減の取り組み】

“もっとカレーだからできること” プロジェクト

日本では年間約461万トンの食品ロスが発生し、その48.6%が家庭から発生しています※。当社は、家庭の食品ロス削減の解決策の一つとして、2020年より“もっとカレーだからできること”プロジェクトを始めました。アンケート調査で判明した、食品ロスになりがちな食材を使ったレシピをホームページで紹介。カレーであれば、期限が近づいた食材などもおいしくまとめることができます。食品ロス問題を知るきっかけや、楽しく・おいしく食品ロスを減らすヒントになり、笑顔ある暮らしの実現に役立ちたいという想いで活動しています。

※農林水産省・環境省 令和6年度推計値

<https://housefoods-group.com/tsunagu/foodloss/>

【もっと手軽に、もっと地球にやさしく】

『咖喱屋』シリーズのパウチ&外箱 ～サイズダウンで環境配慮～

「咖喱屋」シリーズは、1999年に誕生して以来進化を続け、レトルトカレー市場24年連続売上No.1※¹のブランドです。「咖喱屋カレー」は2021年のリニューアル時より、レンジで温められる設計に変更し、湯せんで温めるよりも簡単でエコな調理方法を提案してまいりました。

2024年にはシリーズ全9品において、レンジ対応パウチと、外箱および物流時の段ボールのサイズダウンを実現しました。

これにより年間30.9tのプラスチック、135.0tの紙資源※²を削減しています。

※¹ 出典：

(株)インテージ SRI/SRI+ レトルトカレー市場、
SRI期間：2002年1月～2016年12月 累計販売金額、
SRI+期間：2017年1月～2025年12月 累計販売金額

※²：2023年度の咖喱屋シリーズハウス食品販売数量より試算。



☑️ 屋カレー＜中辛＞

【気候変動への対応】

ハウス食品 福岡工場 エネルギー由来のCO₂排出量実質ゼロ化を実現

当社福岡工場では、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。

さらにハウス食品グループが掲げる「循環型モデルの構築」を目指して、生産設備の更新・改良による廃棄物の発生抑制や食品廃棄物の一部を再生可能エネルギーとして活用する廃棄物の再資源化など、「気候変動への対応」「資源循環社会の実現」の双方から環境配慮を進めています。

※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。

福岡工場で生産されている主な商品



「バーモントカレー」



「こくまるカレー」



「うまかっちゃん」



【「ハウスウェイ」の共有促進】

グループ理念の実現とグループ・個人の成長を目指して

「ハウスウェイ」は、グループ理念の実現と、ひとりひとりの成長のために、私たちが「ハウスのひと」として、どう判断し、どう行動すべきかの道標として2016年に制定されました。

ハウス食品グループの各社・各人がシナジーを発揮し成長し続けるために「ハウスウェイとの重なり（共通する価値観）に気づくとともに、個性を理解し、認め合える」状態を目指すべく、ワークショップなどを展開しています。



【「3つの責任」による価値創造】

中期経営計画において、「お客様への責任」、「社員とその家族への責任」、「社会への責任」について具体的テーマを設定して進めています。

ハウス食品グループは、グループ理念「食を通じて人とつながり、笑顔ある暮らしを共に作るグッドパートナーをめざします。」のベースの考え方として、「3つの責任」（「お客様への責任」「社員とその家族への責任」「社会への責任」）を一企業市民として果たすことをすべての活動の根幹としており、グループCSR方針や中期計画に組み込んで具体的な活動に反映しています。「3つの責任」に対して真摯に取り組むことが「持続可能な社会の構築」に貢献することにつながると考えています。

3つの責任

https://housefoods-group.com/company/three_responsibilities.html

【経営・関係部署へのお客様情報共有】

“お客様の声”分析による気づきを、スピーディーに共有。取り組み改善、業務変革に活かしています。

ハウス食品では、経営会議の冒頭に、“お客様の声”の報告と、そこから得られた気づきの共有を行っています。

“お客様の声”には、企業活動の活性化や製品・サービスの向上、マーケティング施策の改善につながる、さまざまなヒントが含まれています。お客様の声から得られたヒントは、経営層で確認のうえ、直ちに関係部門への指示事項として伝達され、改善・改革に取り組んでいます。改善事例については、弊社ホームページにてご紹介しております。

<https://housefoods.jp/inquiry/usersvoice/index.html>

また、2023年よりお客様の「感動の声」を社内イントラで発信しています。お客様が笑顔になられた瞬間を社員一人ひとりが感じ取り、お客様と共創することで、自分たちも笑顔になることを実感しています。

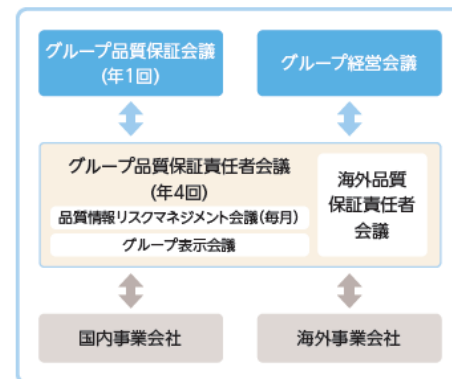


【グループ品質保証体制】

ハウス食品グループでは、グループ本社役員や事業会社社長、社外有識者などで構成する「グループ品質保証会議」において、品質保証に関する重要課題について討議を行い、継続的な品質保証活動を進めています。

グループ本社の品質保証統括部と事業会社の品質保証部門長による「品質保証責任者会議」では、事業会社と連携し、グループ共通の課題や事業会社の課題について、俯瞰的な視点と各社の「現場の実情」の両面から討議しています。また「品質情報リスクマネジメント会議」や「グループ表示会議」などの専門会議を通じて法改正情報の収集を行い、法改正に向けた対応を進め、品質保証力の向上に取り組んでいます。

これらの取り組みと連動して、各事業者で食品安全規格であるFSSC22000※および同等の認証取得に取り組んでいます。



※FSSC22000：食品安全に関する品質マネジメントシステム

【品質重視の組織風土の醸成】

現場の力に光を当てる

「プロフェッショナル表彰制度～現場の凄さ～」を実施。

内容を、グループ全体に発信しています。

生産の現場では、日々、「ヒト・設備・原料・方法」などの様々な変化があるなか、多くの創意・工夫によって安全・安心な製品の実現につなげています。安全・安心な品質を維持し続けるためには、現場の地道な活動の継続が大切であるとの思いから「プロフェッショナル表彰制度」を2018年に開始しました。

事業所ごとに他薦で選出を行い、受賞者の凄さをグループ報などでグループ内共有を行い、品質を重視する風土醸成に取り組んでいます。



食でつなく、人と笑顔を。

