

# 2023年度

## エスビー食品株式会社

### 行動目標 1

取り組む課題	食塩（ナトリウム）の過剰摂取
中長期的な目標	カレー商品の食塩相当量を平均5%削減する
行動計画	カレー商品の食塩相当量を2030年度までに2020年度比5%削減する
実施期間	2022年10月～2031年3月
評価指標（KPI）	自社ブランドのカレー商品（即席ルウ・レトルト）の一皿あたり食塩相当量の品目平均値
目標設定時の評価指標に関する数値	[事業戦略に関わる内容のため秘匿化]
評価指標のモニタリング手法	年に一度、商品の栄養成分表示の数値から集計・算出

中長期的な目標 行動計画の背景・理由 現状の課題認識	日本の栄養・食生活と健康に対する課題の一つに位置付けられた「食塩（ナトリウム）の過剰摂取」に対して、当社の主要商品であり、かつお子様からお年寄りまで幅広い年代に召し上がっていただいている日本の国民食ともいえる「カレー製品」の食塩相当量について、スパイスとハーブを活用することでおいしさはそのままに低減していくことを目指す。
----------------------------------	---

### 実績報告

実績報告日	2024年6月19日
取組実施期間	2023年6月～2024年5月（2024年6月時点集計値）
直近の実績（2023年度）	[事業戦略に関わる内容のため秘匿化]
実績等の補足説明	進捗は順調とは言いがたいが、引き続き、おいしさと食塩相当量の両立に取り組んでいきたい。
今後の計画とその理由	-

## 行動目標 2

取り組む課題	食塩（ナトリウム）の過剰摂取
中長期的な目標	スパイス&ハーブを活用した適塩生活を送るための「適塩レシピ」及び「減塩レシピ」を100レシピ掲載する
行動計画	自社webサイトに新たに設ける「適塩サイト」において、「適塩レシピ」及び「減塩レシピ」を2030年度までに100レシピ掲載する。 <u>ブランドサイト/適塩サイト（外部サイト）</u> ※「適塩レシピ」及び「減塩レシピ」は当社による以下の定義に基づく。「適塩レシピ」は、1日あたり、6.5g未満を達成するためのレシピ。「減塩レシピ」は、比較対象から30%以上減塩したレシピ。
実施期間	2022年10月～2031年3月
評価指標（KPI）	自社webサイト「適塩サイト」のレシピ掲載数
目標設定時の評価指標に関する数値	46レシピ（2022年10月）
評価指標のモニタリング手法	年に一度、掲載数を集計
中長期的な目標 行動計画の背景・理由 現状の課題認識	日本の栄養・食生活と健康に対する課題の一つに位置付けられた「食塩（ナトリウム）の過剰摂取」に対して、当社のスパイスとハーブに関する知見を活かし、スパイスとハーブを活用することによって日々の食事での食塩摂取量を楽しくコントロールできることを提案していく。なお、当社では今後本取組を「適塩」として幅広い場面で訴求していく。

## 実績報告

実績報告日	2024年6月19日
取組実施期間	2023年6月～2024年5月（2024年6月時点集計値）
直近の実績（2023年度）	58レシピ掲載
実績等の補足説明	順調に推移しているものと考えております。
今後の計画とその理由	計画通りに実施していきます。

### 行動目標 3

取り組む課題	経済格差に伴う栄養格差
中長期的な目標	栄養訴求商品および価値観・信仰などの要因で食事に制限がある方のための商品拡充
行動計画	2030年度までに栄養訴求商品の品目数を2020年度比3倍、食事に制限がある方のための商品の品目数を同5倍とする
実施期間	2022年10月～2031年3月
評価指標（KPI）	自社ブランドにおける商品上市数 栄養訴求商品：栄養強調表示を行っている商品 価値観・信仰などの要因で食事に制限がある方のための商品：ベジタリアン認証、ヴィーガンJAS、ハラール認証等の外部認証商品
目標設定時の評価指標に関する数値	栄養訴求商品：6品目、価値観・信仰などの要因で食事に制限がある方のための商品：12品目（直近指標：2022年度） 栄養訴求商品：4品目、価値観・信仰などの要因で食事に制限がある方のための商品：5品目（基準年：2020年度）
評価指標のモニタリング手法	年に一度、販売中の商品数を集計
中長期的な目標 行動計画の背景・理由 現状の課題認識	日本の栄養・食生活と健康に対する課題の一つに位置付けられた「経済格差に伴う栄養格差」に対して、食事を通じた健康づくりという食品メーカーの社会的な責任として、幅広い消費者の健康づくりに役立てることができるような商品を拡充する。 高価格帯商品だけでなく一般の消費者が手にしやすい普及価格帯のシリーズも含めて、たんぱく質やビタミン・ミネラルをはじめとする必須栄養素を適切に摂取できる栄養訴求商品（食品表示基準上の栄養強調表示を行っている商品）をラインアップすることによって、栄養格差の改善に貢献することを目指す。また、宗教や価値観等の要因で食事に制限がある消費者に対しても、栄養バランスに配慮した上で、安心して召し上がることができるような認証商品を提供していくことを目指す。
<h2>実績報告</h2>	
実績報告日	2024年6月19日
取組実施期間	2023年6月～2024年5月（2024年6月時点集計値）
直近の実績（2023年度）	栄養訴求商品：10品目、価値観・信仰などの要因で食事に制限がある方のための商品：1品目
実績等の補足説明	今後とも幅広い生活者が安心して召し上がることができる商品の提供を拡大していきたい。
今後の計画とその理由	計画通りに実施していきます。