

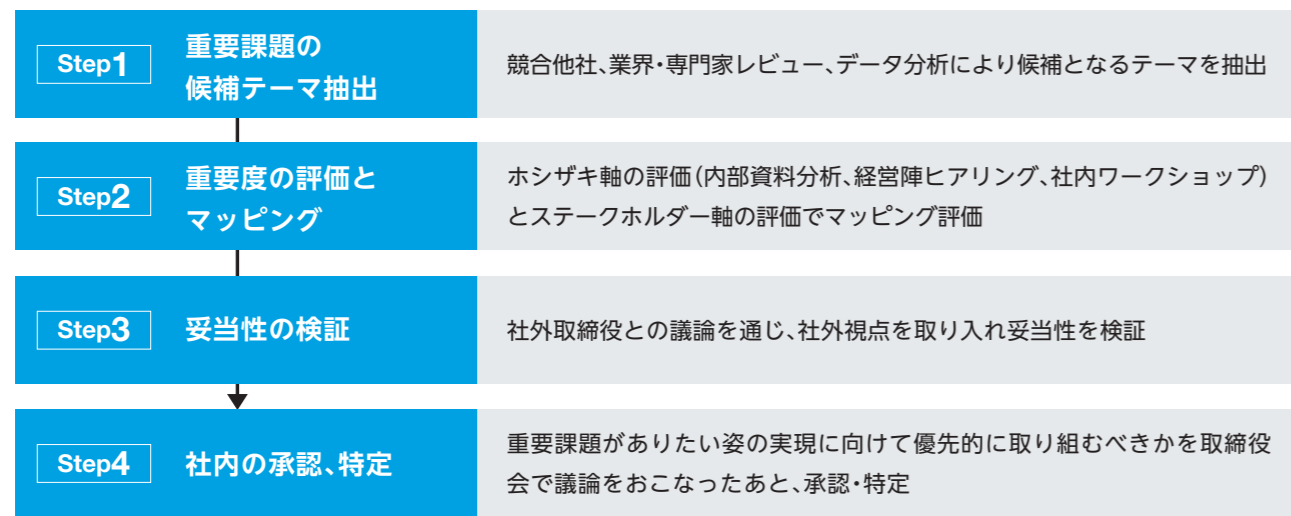
## ありたい姿の実現に向けたマテリアリティ

ホシザキグループは、存在意義(パーパス)の実現のため、5ヵ年経営ビジョンにおいて中長期的な事業環境の変化をにらんでの「長期的にありたい姿」を描いています。その達成のために重要なことは、グローバルな潮流(社会課題)をつかみ、経営資本から未来起点の発想法によりマテリアリティ(重要課題)を特定すること、並びにその解決であると考えています。

今回、ホシザキグループは幅広い社員とともにさまざまな社会課題を議論・検討し、社外視点として社外取締役の意見も踏まえ、6つのマテリアリティを抽出・特定しました。そのうえで、それらが貢献するSDGs目標との関連とあわせ、取締役会での評価、承認を実施しました。

マテリアリティにKPI(重要業績評価指標)を定め、目指すべき姿(アウトカム)をホシザキグループの社員すべてが共有することで、価値創造につなげていきます。KPIは「気候変動への対応」「社員の働きがいの向上」に対して設定しており、順次、ほかのマテリアリティにも広げる考えです。中長期的な事業環境の変化やステークホルダーの皆様とのエンゲージメントなども踏まえて、マテリアリティのブラッシュアップも続けていきます。

### マテリアリティ抽出・特定プロセス



### 6つのマテリアリティと貢献するSDGsゴール、KPI

| マテリアリティ             | ありたい姿との関連性   | 貢献するSDGsゴール  | KPI  | 関連するページ                    |
|---------------------|--|--|--|----------------------------|
| 気候変動への対応            | ● 世界的な気候変動問題に対し、快適な食環境の提供(ビジネス)を通じて、環境課題解決に貢献        | 7 持続可能なエネルギー、13 気候変動対策                               | ● 2030年度に事業活動からのCO <sub>2</sub> 排出量(スコープ1&2)(※)を2014年度比50%削減(2021年度実績:22.7%減) ※対象範囲:ホシザキ(株)本社工場および島根工場 | <a href="#">詳細はp.41</a>    |
| 持続可能なサプライチェーンマネジメント | ● 環境や人権に配慮したサプライチェーンにより、廃棄物を最小限に抑え、健康で安全な労働条件を促進     | 8 豊かになり続ける経済、10 人や組織の多様性を尊重する、12 持続可能な消費と生産、16 平和と公正 | —  | <a href="#">詳細はp.49</a>    |
| 新たな顧客価値の創造          | ● お客様を取り巻く環境変化を迅速にキャッチし、変化へ柔軟に対応したモノづくり、サービスビジネスを創造  | 3 健全な生活、9 産業とイノベーションの振興、12 持続可能な消費と生産                | —  | <a href="#">詳細はp.27</a>    |
| 安心・安全な食環境づくりへの新たな提案 | ● 多様化する食環境の変化に対して、安全、安心な製品やサービスを提供し、人々の豊かな暮らしに貢献     | 2 健全な食生活、3 健全な生活                                     | —  | <a href="#">詳細はp.47</a>    |
| 社員の働きがいの向上          | ● すべての社員が多様な価値観を共有し、互いに尊重しあい、誇りを持って働く、活力あふれる職場風土への進化 | 5 性別平等、8 豊かになり続ける経済                                  | ● 2025年度に女性管理職(課長相当職以上)人数を2020年度比4倍(50名)、女性役職者(係長相当職以上)人数を2020年度比1.5倍(300名)                            | <a href="#">詳細はp.51</a>    |
| 経営基盤の強化             | ● コーポレートガバナンスの強化および徹底したコンプライアンス遵守により、社会から信頼される経営の実践  | 8 豊かになり続ける経済、16 平和と公正                                | —  | <a href="#">詳細はp.57-63</a> |

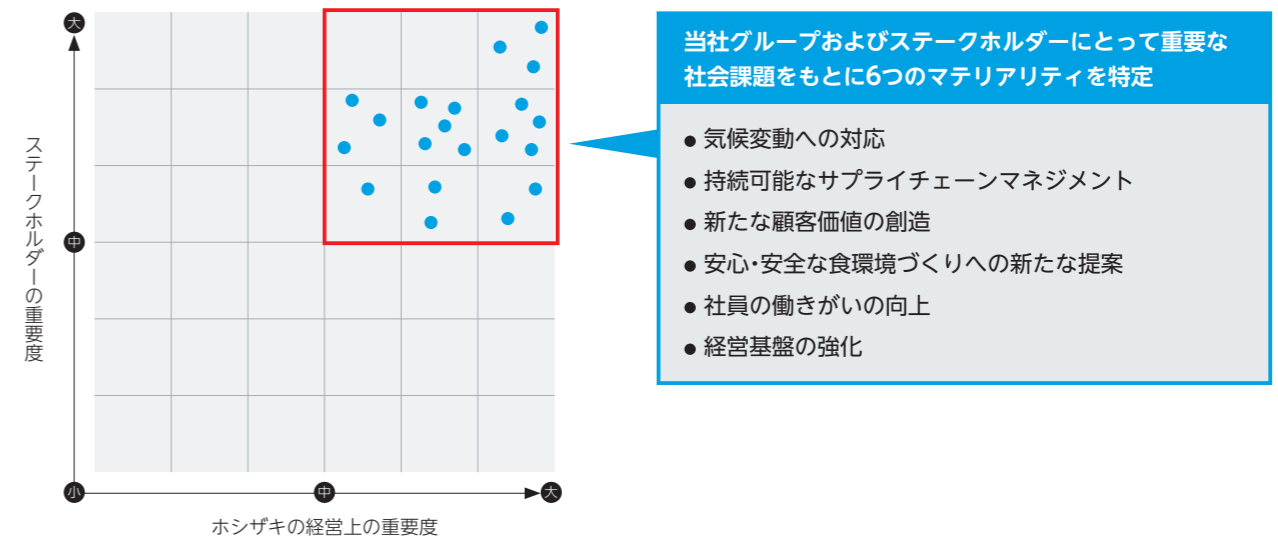
### マテリアリティマップと長期的にありたい姿との関連性

ホシザキグループのマテリアリティにおける特徴は社会課題に関するものが多いことです。ホシザキグループを取り巻く事業環境は世界的にも大きな転換期を迎えており、マテリアリティの前提となる将来の社会課題への対応が遅れば、企業価値の向上は難しいものになりかねません。

「未来のホシザキ」達成のためには、経済価値の向上を目指すのはもちろんのこと、社会と環境価値の向上も必要となります。多様な価値観を共有し、活力あふれる職場風土づくりは、社員の働きがいの向上につながるだけでなく、中長期での企業価値向上につながります。気候変動への対応をより意識した事業活動とともに、CO<sub>2</sub>削減やお客様のカーボンニュートラルに貢献する製品開発も重要となっています。

KPIの設定についてはまず、トップインタビューの通り、女性役職者の比率を上げることは多様性の向上につながり、今後のホシザキグループの成長、経営ビジョン達成にプラス貢献すると考えています。また事業活動からのCO<sub>2</sub>排出量(スコープ1&2)にも積極的に取り組み、お客様へは環境負荷低減を実現する製品・サービスの提供を推進してまいります。

### マテリアリティ分析





## 環境に対する取り組み

### 環境負荷低減への取り組み

ホシザキグループは温室効果ガスの排出抑制を自社の課題として認識し、各国の環境規制を遵守しながら、事業にともない発生するエネルギー起源のCO<sub>2</sub>を削減するため、省エネ設備の導入や設備の運用改善、業務の効率化などに取り組んでいます。また、お客様に対しては製品の省エネ性能向上やノンフロン化など環境配慮型製品の開発および販売を積極化しています。

2021年度のホシザキのCO<sub>2</sub>排出量(スコープ1+2)は上記の取り組みをおこないましたが、生産量の増加があったため10,622t-CO<sub>2</sub>(2020年度比1%増)となりました。ただし、売上高の原単位ベースは4.2%減と削減が加速しました。なお、ホシザキグループ各工場では、欧州の2社が再生可能電力を使用しており、環境負荷低減の取り組みを推進しています。

### 環境性能を高めた製品開発の取り組み

ホシザキグループは環境性能を高めた製品の開発を積極化しており、温室効果ガスの削減と消費電力削減、製品に含まれる有害物質削減から冷媒や発泡剤のノンフロン化に取り組んでいます。日本ではフードサービス機器の一部が省エネ基準を各機器においてエネルギー消費効率が現在商品化されている製品のうち、最も優れている機器の性能以上にする“トップランナー基準”の指定がありますが、ホシザキはこの基準を超える省エネ性や目標年度に先駆けた販売を実現しています。

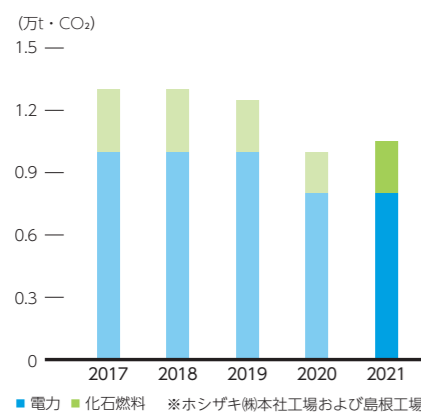
米州では、ホシザキアメリカが温室効果ガスの排出を抑制した環境配慮型の業務用冷蔵庫Steelheartシリーズ、消費電力を抑制した省エネ性の高い製氷機KMEge Xシリーズのラインナップ拡充や地域社会への積極的な環境保護活動等により、[Partner of the Year – Product Brand Owner]を10年連続で受賞しています。

さらに、これを複数年受賞した企業から選出される最高位の[Partner of the Year – SUSTAINED EXCELLENCE AWARD]も7年連続で受賞しています。欧州では、Fガス規制やノンフロン需要の高まりを受けて、自然冷媒のプロパン(R290)などを採用したノンフロン製品のラインナップ拡充を進めております。2021年には自然冷媒(プロパン)を採用したネタケースを販売しました。

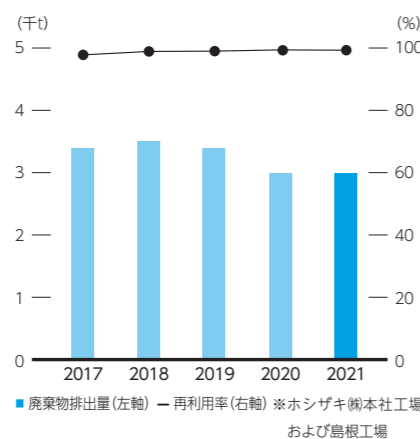
### 廃棄物の発生抑制や水資源保護への取り組み

廃棄物の発生抑制では、金属作業屑やプラスチック材料作業屑などの歩留まり向上、製造工程での不良品削減活動、在庫管理の徹底、3R(Reduce・Reuse・Recycle)を実施しており、本社工場と島根工場では再利用率の促進で99.0%以上を達成しました。水資源も使用量は限られますが、水道水・工業用水・地下水を適時使用するなど、使用量の限られる水資源においても保護に努めています。

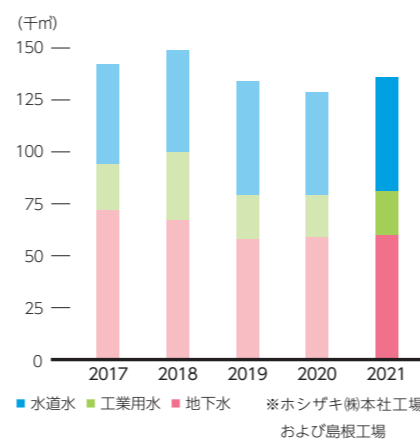
電力・化石燃料のCO<sub>2</sub>排出量の推移



廃棄物排出量の推移



水使用量の推移



## 気候変動への対応



主に貢献するSDGs

### TCFDフレームワークに基づいた情報開示



気候変動が社会に与える影響は大きく、ホシザキグループとしても取り組むべき重要な社会課題だと捉えています。パリ協定の目指す脱炭素社会の実現に向け、ホシザキは2030年の中間目標として事業活動からの二酸化炭素排出量(スコープ1&2)の50%削減(2014年実績比)の実現を目指します。さらに2050年のカーボンニュートラルに向けて環境負荷低減を実現する製品・サービスの提供、環境技術の開発を推進しています。2022年2月にはTCFD提言への賛同を表明、株主・投資家をはじめとするさまざまなステークホルダーとの良好なコミュニケーションのため、TCFDフレームワークに基づく情報開示を進めています。

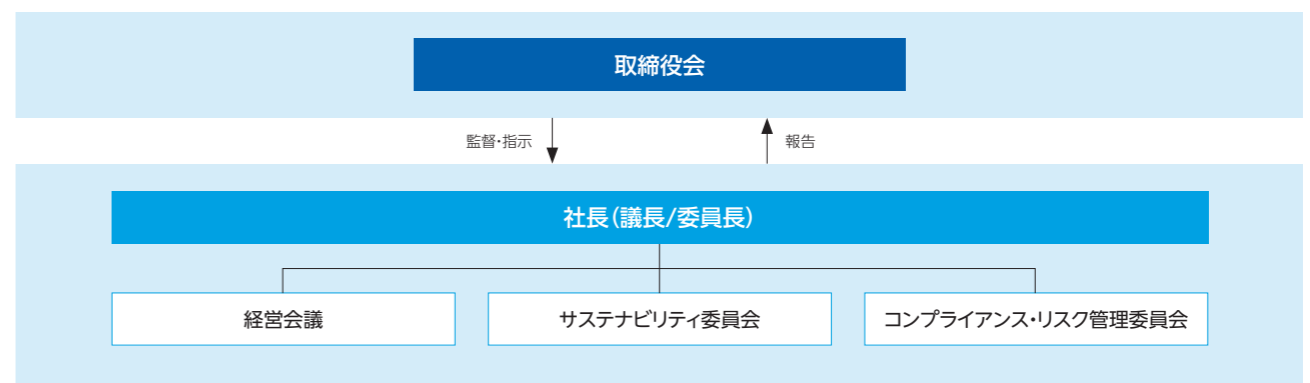
#### TCFD推奨4項目への取り組み状況(2022年6月末現在)

| ホシザキの取り組み |   |
|-----------|---|
| ガバナンス     | <ul style="list-style-type: none"> <li>代表取締役社長を委員長としたサステナビリティ委員会の設置による気候変動問題の経営レベルでの管理</li> <li>脱炭素関連の投資判断の審議</li> <li>サステナビリティ委員会が立案した重点施策、行動計画を全社的に推進するとともに進捗状況を取締役に報告</li> </ul>   |
| 戦略        | <ul style="list-style-type: none"> <li>脱炭素への対応を含む社会課題への対応を明確にした5カ年経営ビジョンの策定</li> <li>2℃および4℃シナリオを考慮したシナリオ分析によるリスクと機会の特定</li> <li>リスクと機会が与える事業・財務への影響を分析</li> </ul>  |
| リスク管理     | <ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ委員会を設置して業績への影響が大きいリスクを経営重点リスクとして管理</li> <li>コンプライアンス・リスク管理委員会とリスク情報を共有し全社的なリスク管理の観点から適切な対応を決定</li> </ul>   |
| 指標と目標     | <ul style="list-style-type: none"> <li>ホシザキ株式会社のCO<sub>2</sub>排出量の検証(スコープ1&amp;2)</li> <li>2030年の中間目標の設定と行動計画の策定</li> <li>&lt;2021年実績&gt; • CO<sub>2</sub>排出量(スコープ1&amp;2): 10,622t-CO<sub>2</sub></li> <li>&lt;2030年目標&gt; • CO<sub>2</sub>排出量(スコープ1&amp;2): 6,874t-CO<sub>2</sub> (2014年比50%削減)</li> <li>&lt;2050年目標&gt; • 事業活動からのCO<sub>2</sub>排出量(スコープ1&amp;2)実質ゼロを目指す</li> </ul> |

## ガバナンス

### サステナビリティ推進体制

気候変動対応を含む社会・環境全般に関わる課題対処を推進する機関としてサステナビリティ委員会を設置しました。サステナビリティ委員会では、議論するテーマに応じて事業部門の責任者も加えて、サステナビリティ課題を横断的に検討・議論していく体制を整えています。



サステナビリティ委員会は四半期に1回開催します。気候変動に関する事業リスクはコンプライアンス・リスク管理委員会と共有しており、適宜必要に応じて取締役会上申されます。

気候変動への対応

戦略

気候変動に対するシナリオ分析

ホシザキでは、将来における気温上昇のシナリオとして、2℃と4℃の温度帯を想定し、2030年および2050年に向けたシナリオ分析を実施しています。

参照文献/シナリオ

- World Bank “State and Trends of Carbon Pricing 2021”
- IEA “World Energy Outlook 2020”・STEPS(現行政策シナリオ)・SDS(持続可能な開発シナリオ)
- IPCC AR5・RCP2.6(2℃シナリオ)・RCP8.5(4℃シナリオ)

2℃/4℃シナリオにおける気候変動関連リスク・機会

シナリオ分析に基づいた気候変動リスク・機会の財務への影響度評価は以下の通りです。

|                           | リスク                                    | 財務への影響 | 機会   | 財務への影響 |
|---------------------------|--|--------|--|--------|
| 2℃シナリオ<br>(低炭素化が進む想定)     | 原材料調達コストの上昇                            | 大      | 自然冷媒、脱炭素製品への入れ替え需要拡大                             | 大      |
|                           | 冷媒規制の強化対応、製品の脱炭素向上のための研究開発費・設備投資額負担の増加 | 中      | 気温上昇による食品冷蔵、食用や業務用の氷の需要の増加                       | 中      |
|                           | 再生エネルギー・代替燃料調達コストの上昇                   | 小      | 省エネ製品の需要増  | 中      |
| 4℃シナリオ<br>(低炭素化が推進されない想定) |  |        | 可燃性自然冷媒を使用しているため、客先における可燃性ガスの漏洩モニタリング、点検サービスの需要増 | 小      |
|                           | 猛暑、感染症拡大による外食市場の縮小                     | 中      | 気温上昇による食品冷蔵、食用や業務用の氷の需要の増加                       | 大      |
|                           | サプライチェーン寸断による原材料調達コストの上昇               | 小      | 衛生製品の需要増   | 中      |
|                           | BCP対策費用の増加                             | 小      | 猛暑による厨房環境悪化・人手不足による厨房自動化、リモート操作サポート需要の増加         | 中      |
|                           |  |        | 災害等による製品メンテナンス需要増                                | 中      |

財務への影響度はリスク・機会の顕在化の可能性と期間収益へのインパクトにより大・中・小の3段階で評価しています。

冷媒規制の強化への対応と脱温暖化ガス製品の開発

温暖化ガス(GHG)を排出する冷媒や発泡剤への規制が強化されつつあります。欧州では2022年に代替フロン冷媒(地球温暖化係数150以上)を使用する商業用冷凍冷蔵庫の販売が禁止され、同時に代替フロンガスの総量規制が導入されています。今後、国内においてもノンフロン製品への需要が高まるものと考えています。

ホシザキグループでは、2009年より業務用では世界初となる自然冷媒のプロパン(R290)を用いた製氷機の製造・販売を開始しており、欧州での規制強化にいち早く対応しています。今後もさらに技術開発を進め脱温暖化ガス製品のラインナップを拡充していきます。

ホシザキの冷媒・発泡剤製品ラインナップ(2021年12月現在)

| 種別    | 名称       | オゾン層 | 温暖化係数(GWP) | 規制     | 冷媒(国内) | 冷媒(海外) | 発泡剤(国内) | 発泡剤(海外) |
|-------|----------|------|------------|--------|--------|--------|---------|---------|
| 特定フロン | CFC      | 破壊 大 | 高い         | 全面禁止   |        |        |         |         |
| 特定フロン | HCFC     | 破壊 中 | 高い         | 原則禁止   |        |        |         |         |
| 代替フロン | HFC      | 影響なし | 高い         | 海外では規制 | ○      | ○      | ○       | ○       |
| ノンフロン | HFO      | 影響なし | 非常に低い      |        |        |        | ○       | ○       |
| ノンフロン | シクロペンタン  | 影響なし | 非常に低い      |        |        |        | ○       | ○       |
| ノンフロン | 自然冷媒(HC) | 影響なし | 非常に低い      |        | ○      | ○      |         |         |

自然冷媒とは、自然界に存在する物質をそのまま冷媒として使用するもので、オゾン層破壊係数はゼロ、地球温暖化係数も極めて低いため、そのまま大気に放出されても環境に影響を及ぼさないとされています。一方、自然冷媒の中でもHCと呼ばれる冷媒種は可燃性を有しており、冷媒漏れなどによる燃焼・爆発の恐れがあり、安全性の確保が要求されます。

ホシザキが使用するHC冷媒:インブタン(R600a)、プロパン(R290)

リスク管理

気候変動に関する企画・立案、管理については、サステナビリティ委員会がこれをおこない、全社的な気候変動への対応を推進しています。サステナビリティ委員会は、気候変動に関する自社への影響を評価・識別し、その影響を管理しています。また、特定した気候変動への影響については、必要に応じてコンプライアンス・リスク管理委員会と情報共有することで、気候変動の影響を全社リスクに統合する役割を担っています。

サステナビリティ委員会は、気候変動の影響と対応について審議をおこない、評価します。さらに気候変動を含むサステナビリティリスクの最小化に向けた対応方針の設定、重点施策および目標の立案、行動計画などを策定します。

コンプライアンス・リスク管理委員会は定期的に開催され、報告・提言された内容を評価、全社的なリスク管理の観点から適切な対応を決定します。

取締役会は、サステナビリティ委員会とコンプライアンス・リスク管理委員会から気候変動に関するリスク管理の状況と対応について報告を受け、監督をおこないます。

指標と目標

ホシザキグループは、事業活動からのCO<sub>2</sub>排出量(スコープ1&2)を2050年までに実質ゼロとする目標を掲げ、徹底した省エネ活動や再生エネルギーの積極的な利活用を推進しています。

CO<sub>2</sub>排出量の推移(2013~2021年、t-CO<sub>2</sub>)

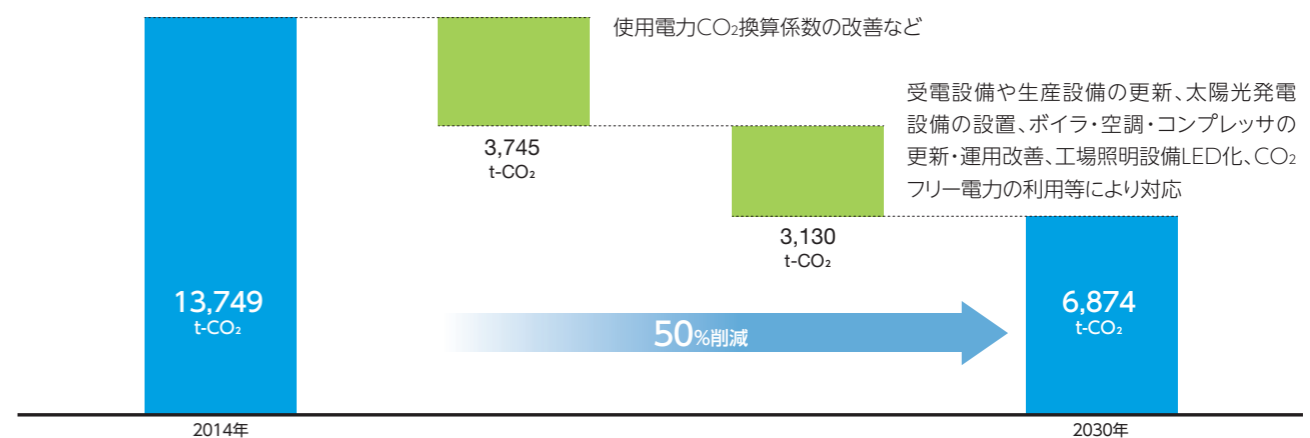
|         | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   |
|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| スコープ1   | 2,819  | 2,855  | 2,776  | 2,644  | 2,691  | 2,688  | 2,566  | 2,250  | 2,543  |
| スコープ2   | 9,702  | 10,894 | 10,693 | 10,584 | 10,820 | 10,757 | 9,738  | 8,260  | 8,079  |
| スコープ1&2 | 12,521 | 13,749 | 13,469 | 13,228 | 13,511 | 13,445 | 12,304 | 10,510 | 10,622 |

CO<sub>2</sub>排出量(スコープ1&2)  
削減中間(2030年)目標

2030年CO<sub>2</sub>排出量 **6,874t-CO<sub>2</sub>** (2014年比50%削減)

<検証対象:ホシザキ株式会社、本社工場および島根工場>

目標達成に向けたロードマップ



# ホシザキグループのサステナビリティ

## 豊かな社会づくりをステークホルダーとともに

ホシザキグループは、多様化する「食」に対するニーズの変化に対応し、お客様のみならず社会に貢献できる「進化する企業」であることを目指しています。変化する社会の期待に応え、明るく豊かな未来に率先して貢献するため、多様な人材が生き生きと活躍できる環境を実現し、イノベーションの創出を促進します。また、バリューチェーン全体を通じた人権の尊重や公正な事業慣行の徹底をおこなって、すべてのステークホルダーの皆様とともに社会の持続的な発展の実現に取り組んでいます。

### お客様満足の追求



先進国では、モノ中心の経済・社会からサービスや情報が中心の経済・社会に大きく変わろうとしています。お客様が望む価値を確実に提供し続け、お客様との関係をより長期的かつ強固なものにすることで顧客満足を獲得し、ホシザキグループは成長を持続することが可能となります。お客様満足の追求のためには、お客様の立場になって考え、一人ひとりの声に耳を傾けることが大切です。

ホシザキグループは、全国15の販売会社とその傘下に434の営業拠点、約5,850名のスタッフにより、厨房の設計・施工・メンテナンスからメニュー提案、HACCP導入の支援まで、お客様のさまざまなニーズにお応えしています。また、海外34社のネットワークと連携し、国内大手外食チェーンの海外出店のサポートもおこなっています。

### 営業活動における基本方針

#### お客様第一主義

単に製品を売るだけでなく、良きアドバイザーとして、常にお客様の立場にたった営業を目指しています。そのために日々の営業活動では、何よりも対話を大切に、小さな声にもしっかり耳を傾けます。

#### 快適環境のトータル提案

店舗のレイアウトからメニュー構成まで、お客様のご要望に応じたプランで、快適な環境をトータルにご提案しています。

### 販売体制

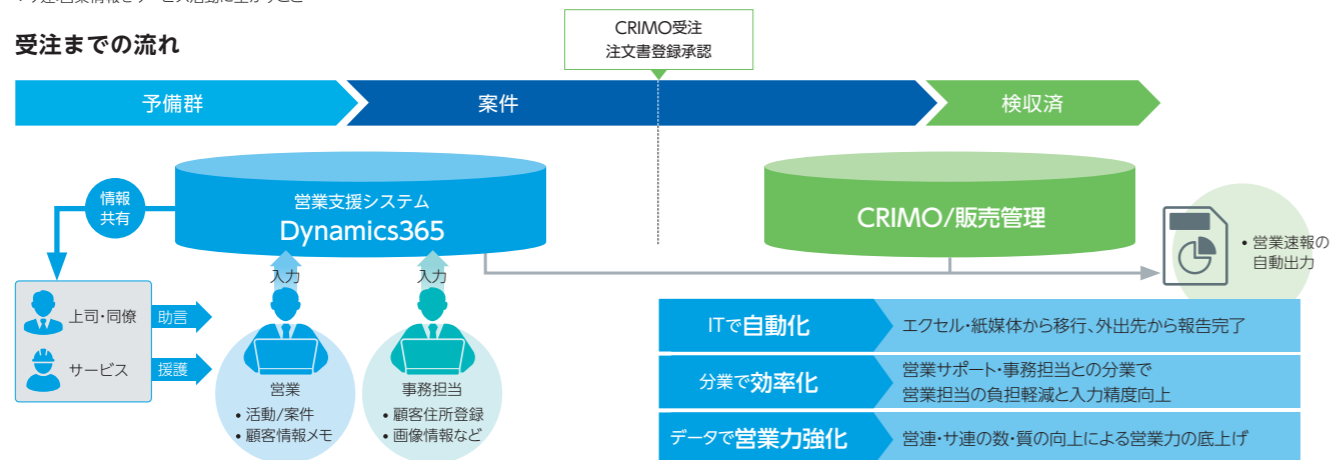
全国15の販売会社とその傘下に434の営業拠点による充実したネットワークを活用し、地域に密着した提案型営業と迅速できめ細やかなメンテナンス体制を実現しています。当社グループの大きな特徴は、製品の開発・製造を担うホシザキと販売・アフターサービスを担う販売会社の連携による製販一体のビジネスモデルです。販売会社では営業とサービススタッフがペアになって活動することで、お客様のニーズによりマッチした製品やサービスの提供が可能となっています。

#### 営業支援システム「Dynamics 365」によるお客様情報の一元化

ホシザキグループにおける営業活動の統一した情報プラットフォームとして営業支援システム「Dynamics 365」が2020年12月に導入されました。従来から稼働しているCRIMO（営業管理システム）と連結することで、潜在的なお客様も含めて営業情報を一元管理できるようになり、迅速かつ緊密なお客様対応（営連・サ連\*）の深化を実現しています。

\*営連:修理や保守点検を通じて得たお客様情報を次の営業活動につなぐこと  
\*サ連:営業情報をサービス活動に生かすこと

#### 受注までの流れ



### サービス・サポート体制

全国約2,700名のサービススタッフが、当社製品のみでなく他社仕入商品も含め、お客様の厨房に納品したすべての製品のメンテナンスをおこない、修理データなどを蓄積して、お客様のコスト削減や最適な設備更新時期の提案につなげています。また、多くのお客様がご加入する保守契約の定期訪問を通じて、お客様が使用している機器の状態を撮影・リスト化するとともに、使用方法などをアドバイスし、故障の未然防止や計画的な更新をサポートします。

サービススタッフが訪問時にいただくお客様の声は、販売や製品開発スタッフにフィードバックし、今後の製品提案や製品開発に反映させています。一方、特定のお客様に対する機器のメンテナンス・修理の窓口としてコールセンターを設置し、365日24時間受付・即日対応のサービス体制を構築しています。

### 厨房の設計・施工

全国に約150名の設計スタッフが、年間18,000件を超える厨房のプランニングをおこなっています。当社製品と他社仕入商品を組み合わせるなど、付加価値の高い厨房プランを直感的に理解しやすい3Dイメージで提案することで外資系五つ星ホテル、1,000床超の病院、社員食堂、日本初上陸の外資系チェーンなど、年間約5,300件の厨房一式施工の実績を上げています。また、厨房だけでなく、食品加工工場の加工室、食品倉庫のクリーンルーム・冷蔵庫、青果市場の冷蔵庫などコールドチェーンを支える大型施設の設計・施工も手掛けています。

### 充実したお客様サポートメニュー

お客様の生産性向上やフードロス低減、さらにHACCP（食品衛生管理のグローバル基準）の導入に向けた支援を積極的におこなっています。600名以上のHACCP関連有資格者が、衛生診断、HACCP認証取得支援、HACCP実践に適した厨房設計支援を実施、さまざまな衛生管理機器の提供も含めてお客様のHACCP実践をソフト・ハード両面からサポートしています。

全国約120名以上の食のトータルアドバイザーや、一流ホテルでの勤務経験を持つコーポレートシェフが、全国約60のテストキッチンで、食のセミナー開催、レシピ開発の支援、衛生管理のサポートをおこなっています。テストキッチンからは、高齢化など社会課題に対応した**えんげしよく**（えんげしよく）、ソフト食、ゼリー食などのソリューションも生まれており、こうした事例を全国の販売会社で共有・水平展開し、各地のお客様のお困りごとに対応しています。

### 展示会への出展

ホシザキグループでは新たなお客様との接点拡大のため、感染対策に万全を期しながら4回の総合展示会に出展、ホシザキの食の技術やサービスについて新たな提案をおこないました。

#### 総合展示会への出展実績（2021年）

| 展示会名            | 対象業種              | 開催時期     | 開催場所     | ホシザキの出展コンセプト               | ホシザキブースの来場者数 |
|-----------------|-------------------|----------|----------|----------------------------|--------------|
| 国際ホテル・レストラン・ショー | 一般飲食、ホテル、給食、病院関係者 | 2021年2月  | 東京ビッグサイト | “モノ売り”でない“ソリューションパートナー”になる | 2,040名       |
| FOOMA JAPAN     | 食品関連機械ユーザー        | 2021年6月  | 愛知県国際展示場 | 食品製造・加工業界に「伴走力」という新たな価値を   | 1,218名       |
| フードテック ジャパン     | 食品メーカー、飲食店        | 2021年10月 | 幕張メッセ    | 技術力&伴走力                    | 1,934名       |
| ファベックス関西        | 中食・外食小売業界         | 2021年10月 | インテックス大阪 | コロナ禍で求められる衛生対策機器           | 728名         |

## ホシザキグループのサステナビリティ

### 取引先様とのパートナーシップ



ホシザキグループは、サプライチェーン全体においても社会的責任を果たすため、世界各地の取引先様とともに責任ある調達に取り組んでいます。原材料や部品などの取引先様を重要なパートナーであると捉え、オープンで公正・公平な取引を通じた信頼関係の構築に努めるとともに、グローバル企業としての信頼を獲得するため、取引先様を含めたサプライチェーンにおいても責任ある調達を進めています。

### 責任ある調達

当社グループでは、取引先様との取引開始にあたって、当社グループの購買方針を理解いただくとともに、一定の評価基準を用いて評価しています。また、統一した基準で調達をおこなうため、取引先様に対してISO規定に基づく「取引先チェックリスト」を活用し、品質、安定供給、経営の健全性などに関する評価に基づき取引先様を選定しています。

#### <ホシザキ購買方針>

ホシザキグループは、取引先様を重要なパートナーであると考え、公正・公平な取引を通じ信頼関係の構築に努めます。グローバル企業として社会からの信頼を獲得するため、サプライチェーンにおいて責任ある調達を推進します。

| 人権・労働   | コンプライアンス   | 環境保全  |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 差別の撲滅</li> <li>● 強制労働・児童労働の禁止</li> <li>● 非人道的行為やハラスメント防止</li> <li>● 適正な労働時間と賃金支払い</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 優越的地位の濫用禁止</li> <li>● 公正な競争</li> <li>● 反社会的勢力との関係根絶</li> <li>● 知的財産の保護</li> <li>● 責任ある調達</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境活動の実践</li> <li>● エネルギーの効率的な利用</li> <li>● 3Rの推進と廃棄物処理</li> <li>● 大気・水・土壌等の環境汚染防止</li> </ul> |

### 取引先様とのコミュニケーション

当社グループの購買方針の理解と浸透に努めており、ホシザキでは定期的に取引先様向けの工場方針説明会を開催しています。また、取引開始後においても「取引先様チェックリスト」に基づいて定期的に再評価し、要求品質に満たない取引先様に対しては是正処置を依頼しています。安定的な調達をおこなうため、調査には一次取引先様に加えて二次取引先様までを含め、必要項目を確認しています。

ホシザキアメリカなどの海外グループ会社では、原則として実地による取引先様の監査を定期的実施しています。監査項目には、品質方針や工程管理に加え、行動規範、労働安全性、環境保全などの項目も含まれており、取引先様と連携したサステナビリティ調達が進んでいます。

#### 工場方針説明会の開催と参加企業数 (2019-2022年)

| 開催時期      | 参加企業数 |      |
|-----------|-------|------|
|           | 本社工場  | 島根工場 |
| 2019年1・2月 | 91社   | 38社  |
| 2020年2月   | 82社   | 48社  |
| 2022年2月   | 34社   | 20社  |

・2021年は新型コロナウイルス感染症のため方針説明会は非開催とし、133社(本社工場84社、島根工場49社)に方針説明資料を配布しました。  
 ・2022年は同様の理由でウェブでの方針説明会を開催するとともに、125社(本社工場80社、島根工場45社)へ方針説明会資料を配布しました。

### 地域社会との共生



「企業は世の中をよくするために存在するもの」との創業者の想いから、ホシザキは1961年より地域に根ざした社会貢献活動を本格化させてきました。

### ホシザキの社会貢献活動

#### ホシザキ社会貢献活動の歩み



#### ホシザキチャリティクラブ(HCC)

ホシザキチャリティクラブでは、会員が給与および賞与の100円未満を拠出し、社会福祉や自然環境保護、災害復興などの支援団体に寄付をおこなっています。現在、国内グループ会社の社員の約75%が会員となっています。

#### HCCの主な支援先

- 2018年: スペシャルオリンピックス日本(※) (以下、SON)の愛知、島根、ほか5県の地区組織、豪雨被害を受けた自治体など19団体
  - 2019年: 台風被害を受けた自治体、首里城火災復旧・復興に取り組む沖縄県、自然環境保護団体、SON・5県の地区組織など25団体
  - 2020年: 子ども食堂、豪雨被害を受けた自治体、SON・島根など14団体
  - 2021年: 自然環境保護活動、障がい者や困窮児童支援団体、豪雨や地震被害を受けた自治体、SON・島根など18団体
- ※スペシャルオリンピックス日本:知的障害のある人たちにさまざまなスポーツトレーニングとその成果の場である競技会を提供している国際的なスポーツ組織です。スペシャルオリンピックスは非営利活動で、運営は「ボランティアと善意の寄付」によっておこなわれます。

### 地域社会との共生

#### 公益財団法人ホシザキグリーン財団による環境保護活動の応援

ホシザキグリーン財団は、故郷の自然を継承したいという創業者の想いから、1990年に設立された財団(※)です。

財団の活動拠点は、島根県松江市と出雲市にまたがる宍道湖の西岸にあります。

同財団は、複数の施設(右図イラスト参照)の運営、管理に取り組み、野生動植物の保護繁殖のための環境整備や調査研究・啓発活動をおこなっています。

※設立者である創業者から遺贈されたホシザキ株式会社、現会長(現財団理事長)坂本精志夫妻から寄与された坂本ドネーション・ファウンデーション株式が基本財産。

#### 障がい者自立支援活動への支援

地域の障がい者の自立支援活動をおこなうNPO法人や民間団体を支援しています。

一例として、ホシザキ本社工場では、地元豊明市の障がい者の就労継続支援事業所「むぎの花」の手作りパンや豊明市社会福祉協議会のキッチンカーの出張販売を受け入れています。障がい者の社会参加の一助となる協力を継続しています。

当社は、同財団の自然環境保護活動への参加や協力を通じて、同財団を応援しております。



#### 工場見学・職場体験の実施

地域の学校の工場見学や職場体験を継続的に実施しています。2021年はウェブ見学会も含めて5校から生徒の皆様をお迎えしました。工場見学や職場体験を通じて、製品をつくる工程や社員の働く姿を見ていただき、そこから「モノの大切さ」「働くことの大変さ」を感じてもらい、未来世代の成長に寄与できればと考えています。

## 人材育成と社員の働きがいの向上



事業を通じてお客様・社会に貢献し、会社と社員がともに進化・成長し続けるには、社員の働きがいの向上が不可欠です。当社グループでは、活力あふれる社員がポテンシャルを最大限に発揮できる会社であり続けるために、「一人ひとりの成長に向けた機会づくり」「活力ある職場風土づくり」を通じ、社員の働きがいの向上に取り組んでいます。

### 一人ひとりの成長に向けた機会づくり

グループ統一の人材育成プログラムを実施するため、2010年に「人材教育部(現在は人事部人材・組織開発課)」を設けて教育制度を構築し、次世代経営者の育成と社員教育の充実に努めています。教育・研修は、階層別研修、選抜型能力開発研修、ニーズ対応型研修の3つを軸として、製造販売それぞれの実情に即した教育プログラムを展開しています。

#### 人材の育成



#### 3つの教育・研修体系

|   |   |   |
|---|---|---|
| <b>階層別研修</b><br>職位に応じた能力開発研修  | <b>選抜型能力開発研修</b><br>特定スキル・意識向上を目指す研修  | <b>ニーズ対応型研修</b><br>グループ会社・部署の独自企画に基づいて実施  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新任管理職研修</li> <li>● 360度評価研修</li> <li>● 新卒・中途社員研修 (入社3年目まで呼戻し研修)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 次世代経営者育成研修</li> <li>● グローバル人材育成プログラム</li> <li>● 女性役職者育成研修</li> <li>● 女性活躍推進研修</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● アンコンシャスパイアス</li> <li>● マーケティング</li> <li>● 教え方の技術</li> <li>● アンガーマネジメント</li> <li>● キャリアデザイン</li> <li>● モチベーションアップ</li> <li>● コミュニケーション</li> </ul> |

#### 主な研修内容

##### 次世代経営者育成研修

ホシザキおよび国内販売会社では、将来経営に携わる人材の育成に積極的に取り組んでいます。幹部および幹部候補から優秀なメンバーを選抜し、論理的思考・問題解決力を徹底的に鍛えるべくビジネスケースや自社課題に取り組み、戦略構想力・戦略立案力を強化しています。

##### グローバル人材育成プログラム

当社は加速するグローバル化に対応するため、海外で活躍できる人材育成の強化をしております。このプログラムでは、主に能力向上のための論理的思考力強化研修、海外マネジメント研修、英語の自主学習支援等が組み込まれています。

##### サービス研修(新卒・中途社員対象)

グループの強みであるサービス・サポート体制を支える社員の知識と技術力向上を目的としています。製品の基本となる電気研修や冷凍研修に加えて、実際の厨房環境を再現した研修ブースで、現場を想定したロールプレイング研修も多く取り入れています。

## 活力ある職場風土づくり

### 社員満足度(ES)調査

ホシザキグループは、経営理念である「働きやすい職場環境の実現」「議論のできる経営の実践」「社会と社員から信頼される会社づくり」の実現に向け、社員満足度調査(以下、「ES調査」)を毎年実施しています。ES向上委員会は、その調査結果を分析、社員の生の声である自由意見から課題をモニタリ

ングし、経営課題として把握・特定、解決に向けた改革を続けています。2021年度調査の回答率は100%(対象者8,566名)となっており、5,632件の自由意見が寄せられました。こうした取り組みはESスコアの着実な改善に反映されています。

**ES向上委員会** 委員長 取締役常務執行役員 矢口 教(管理部門担当)  
事務局 人事部人材・組織開発課

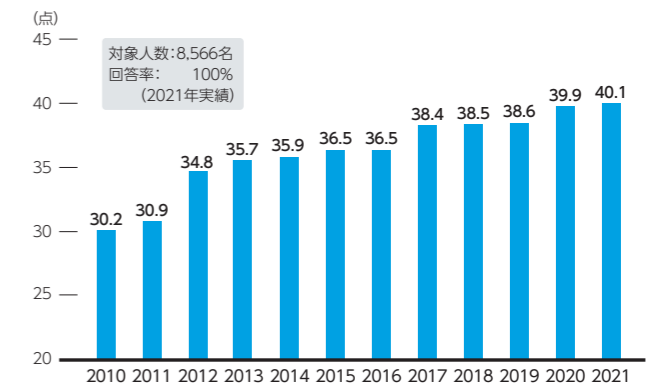
#### ES調査回答率・自由意見数の推移 (調査対象:国内グループ18社)

| 調査年度  | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 設問数   | 54     | 54     | 54     | 59     | 59     |
| 対象人数  | 8,190名 | 8,302名 | 8,462名 | 8,614名 | 8,566名 |
| 回答人数  | 7,949名 | 8,233名 | 8,372名 | 8,611名 | 8,566名 |
| 回答率   | 97.1%  | 99.2%  | 98.9%  | 99.9%  | 100%   |
| 自由意見数 | 5,923  | 5,819  | 5,678  | 5,964  | 5,632  |

#### ES調査における主な設問項目

- 会社全体について(会社の姿勢、安心して働ける会社か)
- 組織について(組織、社員の役割分担、役割の満足度)
- 職場環境について(職場の雰囲気や協力度、育休・退社時間の状況、規範の遵守状況)
- 上司について(上司としての役割の適切性、部下への対応)
- 仕事について(能力を発揮できる仕事についているか、仕事に対する満足度)
- 活動目標と評価について(活動目標に対する評価、人事評価・異動・昇格に対する評価)

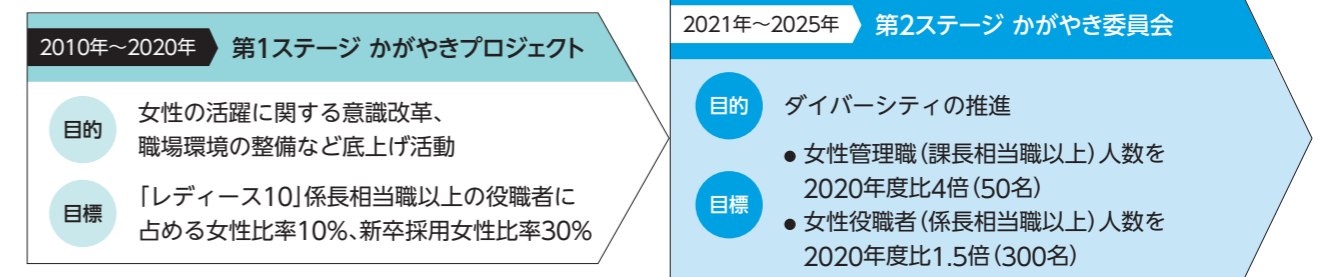
#### ES調査結果の推移(55点満点)



#### 女性活躍推進「かがやき委員会」の発足

ホシザキおよび国内販売会社では、2010年度から「男性・女性にかかわらず優秀な社員が働きやすく活躍できる会社を目指す」ことをビジョンに、「かがやきプロジェクト」を推進してきました。係長相当職以上の役職者に占める女性比率10%を目指す「レディース10」を掲げ、女性のキャリアアップ支援をおこなうとともに働きやすい環境づくりに取り組みました。

また、2021年からはその活動を「かがやき委員会」に移行し、10年間にわたる「かがやきプロジェクト」の成果と課題を検証するとともに、女性活躍推進の新たな目標を設定し、2025年の達成を目指しています。

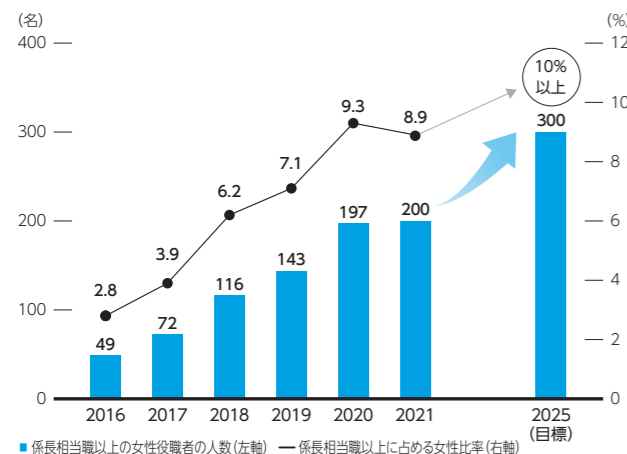


## 人材育成と社員の働きがいの向上

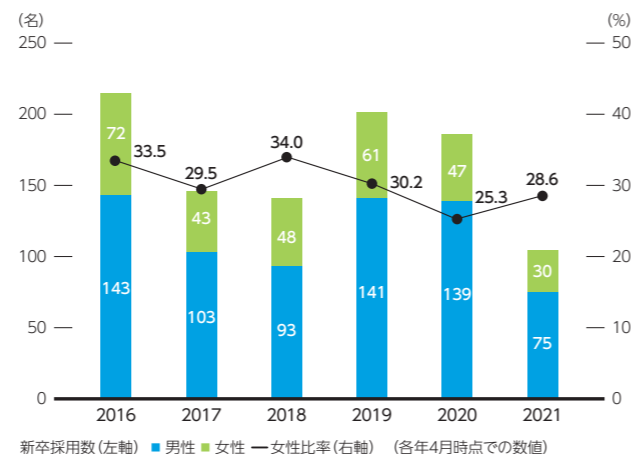
かがやき  
委員会

委員長 取締役常務執行役員 矢口 教(管理部門担当)  
副委員長 取締役常務執行役員 丸山 暁(国内営業部門担当)  
事務局 人事部人材・組織開発課

## 係長相当職以上の女性役職者の人数と割合



## 新卒社員における女性の採用数と割合



## 職位別女性管理職比率

| 職位  | 女性人数 | 男性人数  | 合計人数  | 比率    |
|-----|------|-------|-------|-------|
| 部長級 | 3    | 135   | 138   | 2.2%  |
| 課長級 | 11   | 576   | 587   | 1.9%  |
| 係長級 | 186  | 1,333 | 1,519 | 12.2% |
| 計   | 200  | 2,044 | 2,244 | 8.9%  |

(2021年度末時点)

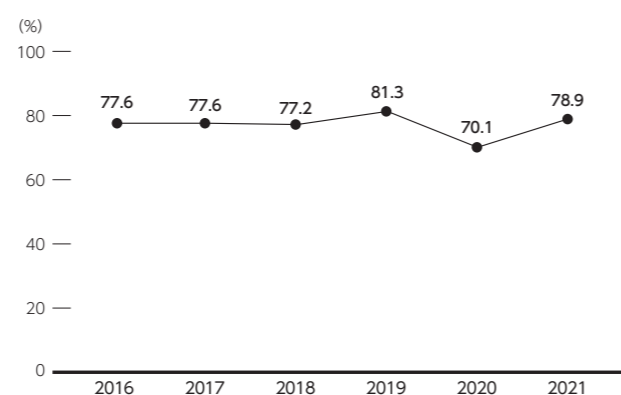
## ワーク・ライフ・バランスの推進

## 労働時間の適正化

ホシザキは社員の健康を守り、安心して働ける職場環境の実現を目指すため、施策の1つとして労働時間の適正化に取り組んでいます。時間外労働が一定基準を超えた場合、上司に対して注意喚起をおこなうなど適正な労働時間管理に努めています。その結果、2021年度の月平均残業時間は1人当たり13.5時間となっています。

また、有給休暇を取得しやすい環境を醸成するため、研修やイントラネットを用いて、有給休暇制度の浸透と理解を促し、取得の促進につなげています。2021年度の有給休暇取得率は78.9%、平均取得日数は14.4日となっています。

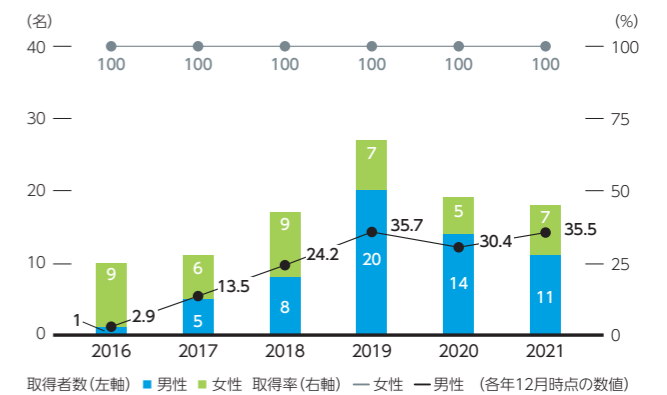
## 有給休暇取得率推移



## 育児・介護支援

ホシザキは、育児や介護のためのさまざまな制度を導入するとともに、取得しやすい環境を整備し、家庭と仕事の両立を積極的に支援しています。女性社員の育児休業からスムーズな復職に向けて、休業前、復職前、復職後に今後のキャリアについて部門長との面談を実施、育児休業中に自宅で利用できる育児支援やスキルアップのためのオンライン講座を導入しています。近年は男性の育児休業の取得も増加傾向にあり、2021年度は男性の平均取得日数が32.3日となっています。今後も継続して制度の充実を図り、社員のワーク・ライフ・バランスをサポートしていきます。

## 育児休業取得者数と割合



## 介護支援制度の概要

## 介護休業

要介護状態にある家族の介護が必要な人が休暇を取得できる制度。介護休業の期間は、対象家族1人につき原則として通算93日間を限度とし、分割回数に制限はありません。

## 介護休暇

要介護状態にある家族の介護や必要な世話をする場合、当該家族1人につき年間5日間の介護休暇を取得することができます。

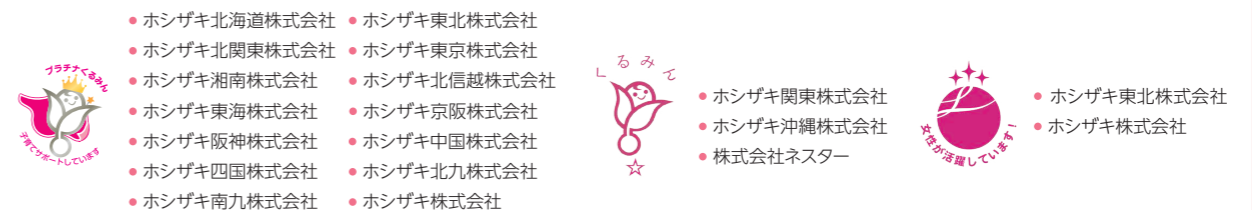
## 介護勤務

2週間以上にわたり要介護状態にある家族の介護が必要な人は、利用開始日より3年間、労働時間を短縮(4時間以上/日)することができます。

## 法律に基づく優良企業認定

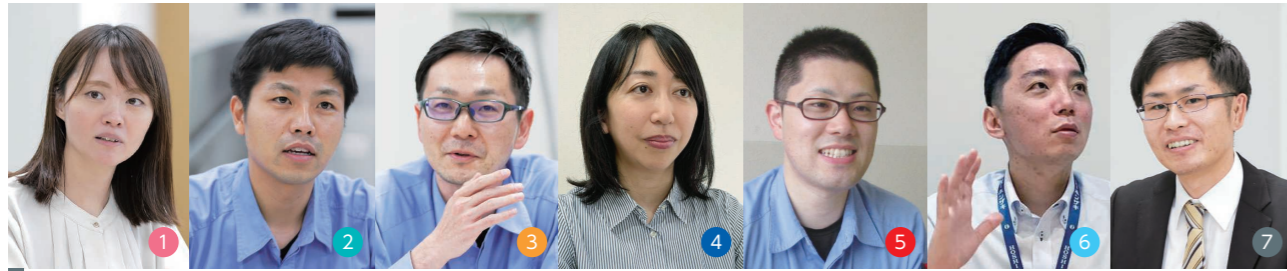
ホシザキグループは、次世代育成支援対策推進法に基づく「子育てサポート企業」(愛称：プラチナくるみん、くるみん)、女性活躍推進法に基づく「女性活躍推進企業」(愛称：えるぼし)の認定を国内グループ全社で目指しています。

## プラチナくるみん、くるみん、えるぼし認定状況(2021年12月31日時点)





## 若手社員座談会



### 座談会参加者

- ① 富江 優 情報システム部  
 ② 谷野 俊介 本社工場 生産技術部  
 ③ 小野 啓太 中央研究所 第三設計部  
 ④ 宮地 乃里子 中央研究所 開発部  
 ⑤ 嘉本 潤 島根品質保証部  
 ⑥ 東 龍吾 ホシザキシンガポール  
 ⑦ 久保田 大地 人事部(司会進行役)
- ※当座談会は、コロナ禍でもあり3名がオンライン参加しました。

ホシザキグループは、社員一人ひとりが働きがいを感じる事がサステナビリティであり、持続的成長のカギであると考  
 えます。次世代のホシザキを担う7名の若手社員が集まり、仕事と家庭の両立や働きがいについて話し合いました。

実施日 2022年3月16日 開催場所 本社研修センター

**久保田** 2021年4月にキャリア採用でホシザキに入社、人事  
 部で海外人事を主に担当しています。本日はよろしくお願  
 いいたします。はじめに自己紹介をお願いします。

**富江** ● 2008年の入社で、情報システム部で社内システムの  
 開発を担当しています。2度の育児休業を経験し、現在も時短  
 勤務で働いています。

**谷野** ● 2012年に入社以来、生産技術部で生産設備の企画や  
 開発に携わっています。係長としてチームのサポートや進捗  
 管理もおこなっています。

**小野** ● 自動車部品メーカー勤務を経て2014年に入社しま  
 した。自分が設計した製品を市場に出したいという想いが転  
 職の動機でした。プロジェクトリーダーとして携わった製品  
 が今年から量産化され、目標が1つ達成できました。

**宮地** ● 2012年より開発部で電子回路の設計部門やソフト  
 ウェアの開発を担当してきました。現在は産前休業中ですが、  
 職場復帰後は仕事の幅を広げて成長していきたいです。

**嘉本** ● 島根品質保証部で完成品の検査を経験し、今はお客様対  
 応を担当しています。お客様の声を製造や設計にフィードバックし、  
 品質や性能の向上に貢献しています。中学生のときに島根工場の  
 職場体験イベントに参加し、ご縁もあって2011年に入社しました。

**東** ● 学生の頃から海外志向が強かったので、海外市場で成  
 長しているホシザキに2016年に入社しました。海外事業部  
 で海外グループ会社の支援業務などを経験し、今はシンガ  
 ポール法人で日系飲食企業向け営業を担当しています。

**久保田** 仕事と家庭の両立など、ホシザキの働きやすさをどう  
 感じておられるか、ご意見をいただけますか。

**宮地** ● 開発部は比較的女性比率が高いこともあり、産前産  
 後・育児休業の取得には理解があります。

**富江** ● 育児休業を2度経験していますが、育児中の支援ポ

グラムはとてもよかったです。休業中に上司と定期的に対話  
 ができ、復帰前には業務内容や働き方などを話し合うことが  
 できたのでスムーズに職場に戻れました。

**谷野** ● 最近は、男性の育児休業の利用も増えていますね。私  
 の場合も子供が生まれることを上司に報告すると、育休取得  
 を奨められました。事前に業務の引継ぎを済ませ、1カ月間夫  
 婦で育児に専念できました。育児の大変さは想像以上で、とて  
 も貴重な体験でした。

**嘉本** ● 3年前に2人目の子供が生まれましたが、島根では同  
 居の祖父母などが育児を手伝える環境の家庭も少なくないか  
 らか、当時はまだ育休取得の雰囲気も今ほどはなく、取得しよ  
 うとは考えなかったですね。ただ、島根もここ1、2年で男性社  
 員の育休取得が増えてきたので、今後、より普及していくと思  
 います。

**小野** ● 私も上司から育休取得の打診がありましたが、プロ  
 ジェクトの繁忙期と重なり断念しました。今は周囲の理解も  
 深まり、事前調整もできて設計部でも男性の育休取得事例が  
 増えています。

**富江** ● 男性の育休取得は増えていますが、取得期間が短い  
 ように感じます。半年間とか数ヶ月を何回かに分けて取れる  
 とよいですね。周囲への気兼ねや仕事から離れることへの不  
 安は理解できますが、職場から一定期間離れることで、仕事に  
 対してより意欲的になれるという側面もあります。

**谷野** ● 長期間職場を離れることで周囲に迷惑をかけてしま  
 うという気兼ねは確かにあります。長期間取得の前例がない  
 ことも心理的な障壁となっている気がします。

**宮地** ● 夫婦ともにホシザキの場合、2人で長期の育休を取  
 るとサポっていると思われるかもなどと考えてしまっ、特に  
 男性は長期の育休を取りづらいのではと思いました(笑)。復  
 帰前には業務の内容や働き方を上司に相談できるので特に不

安はないのですが、今回は2人目なので復帰後しばらくは時  
 間的制約が多そうだと感じることはありますね。

**富江** ● 女性がフルに取得し、男性は短期間というのはちょ  
 っとアンバランスな気がします。男性が長期間取得して女性  
 が早めに復帰するという選択肢があっても良いと思います。

**久保田** 男性社員の育児休業取得は、取得しやすい雰囲気の醸  
 成という第一段階にあります。男性、女性ともにワーク・ライ  
 フ・バランスの促進をする意味でも、次のステップに進めるよ  
 うさらなる意識改革が必要だと考えます。

**東** ● ホシザキのリモートワークは感染対策として実施され  
 ていますが、ポストコロナにおいて働き方の選択肢として定  
 着させることが必要ではないでしょうか。現在、ホシザキシン  
 ガポールでは20名程社員がいますが、リモートワークを積極  
 的に取り入れ、オフィスに2、3人しかいない日もあります。ハ  
 イブリッドな働き方ができると人材獲得においても優位性が  
 高まると思います。

**小野** ● 設計業務でのリモートワークに関しては、現状では生  
 産性が落ちてしまう部分もあって、なかなか難しいのが実情で  
 す。今後、ICT機材のスペックが上がって遠隔で機械操作がで  
 きるようになると、その活用の可能性が広がると思います。

**久保田** リモートワークの生産性は職種や個人によって格差  
 がありますが、ワーク・ライフ・バランスの観点から働きやす  
 い制度にしていく必要があると感じています。次にホシザキ  
 での働きがいについてお聞きしたいと思います。

**東** ● ホシザキは世界で事業を展開しています。フィールド  
 が広がれば、成長の機会も大きいと感じています。ホシザキが  
 “海外人材育成プログラム”として実施している語学や論理的  
 思考研修も役立ちました。一方で、受講前後に受けたテスト結  
 果の変化から自分なりの振り返りはできるものの、受講後の  
 個人別のフィードバックまではもらえなかったため、受講生  
 全員のモチベーション向上に寄与したかどうかは少し疑問に  
 感じるところです。

**富江** ● 研修コンテンツは素晴らしいのですが、研修目標が  
 あいまいで受講後の評価も無いのももったいない気がしま  
 す。目標設定と適切な評価・助言があると研修前後で自分がど  
 う変わったのか実感できそうです。

**谷野** ●モチベーションの向上には、適切な目標設定と公平  
 な評価に加えて、評価内容を的確に伝えることが必要です。  
 私の上司は「自分に求められていること、できたこと、できな  
 かったこと」をきちんと説明してくれました。私も部下に対し  
 て実践できるよう心がけています。ホシザキには若手に仕事  
 を任せる風土はあるものの、見合った評価ができていないか  
 という点では課題も残ります。最近の人事制度改定により昇進・

昇格基準が見直され、業績評価に応じた処遇がやすくなった  
 ので一步前進だと感じています。

**小野** ● 新米の係長として、チームのモチベーションを向上  
 させる難しさを実感しています(笑)。前職の経験があるから  
 言えるのですが、ホシザキは「挑戦できる会社」です。やりたい  
 ことを上司や同僚にも言え、その実現に向けて試行錯誤が許  
 容される風土は、社員のモチベーション向上に欠かせないと思  
 います。

**富江** ● 上司の方々もチャレンジされてきた経験をお持ちな  
 ので、異論も含めて発言しやすい雰囲気は感じます。将来のキ  
 ャリアやそれに見合ったスキルの向上を考え、次のステップ  
 として「これをやりたい」と発信すれば、上司にきちんと向き  
 合ってもらえるという安心感がありますね。「信頼と挑戦」は  
 ホシザキのカルチャーだと言えます。

**嘉本** ● 品質保証ではお客様から厳しいご指摘を受けること  
 もあるのですが、チーム全員で問題解決に当たる一体感や上  
 司の声かけで「やる気」が出ます。職場の信頼感は働きがいの  
 重要な部分ではないでしょうか。

**富江** ● 役職ではなく名前を「さん」付けで呼ぶ習慣もオー  
 プンな雰囲気の醸成につながっていると思います。

**宮地** ● 女性活躍推進プロジェクトに参加しましたが、販売  
 会社の積極的な女性営業職の方々と交流して刺激を受けまし  
 た。女性管理職を増やすには、継続的な意識改革や女性社員の  
 採用数を増やすことも重要です。一方、昇進や昇格に当たって  
 は性別を問わない公平さも大切だと思います。

**久保田** 最後にホシザキが「優秀な人材に選ばれる会社」にな  
 れているか、また課題についてご意見ををお願いします。

**東** ● 新卒採用では優秀な人材に選ばれていると思います。  
 世界的なブランド力や採用活動をしている社員や役員の人柄  
 が決め手ですね。学生にとってこの人と一緒に働きたいと感じ  
 させてくれる人の存在は大きいです。

**富江** ● 同感ですね。ホシザキには温かみがあり人間的魅力  
 にあふれる人が多いので、その良さをもっと発信できるとよ  
 いと思います。課題としては、最近はフレックスやリモート  
 ワークなど柔軟な働き方を重視する傾向が強くなっているの  
 で、選択肢があることを示すことも重要だと思います。今後も  
 働き方は多様化すると思うので、人材の獲得や保持にはそう  
 したニーズに対応することも必要だと感じます。

**久保田** 貴重なご意見ありがとうございました。引き続き働き  
 やすい環境を整え、働きがいの向上を通じて、社員一人ひと  
 りに「ホシザキで働けて良かった」と思ってもらえるような人事  
 制度の企画に努めてまいります。