

## 工東正彦

ハウス食品株式会社 代表取締役社長  
ハウス食品グループ本社 専務取締役

プロフィール くどう まさひこ

1953年3月、東京都生まれ。武蔵大学経済学部卒。  
75年ハウス食品に入社。秘書室長、執行役員香辛  
食品部長、常務執行役員、取締役常務執行役員マ  
ーケティング本部長、ハウス食品グループ本社(株)  
常務取締役・ハウス食品(株)代表取締役社長を歴  
任、2017年4月より現職。

聞き手  
ACAP理事長  
島谷克史

1963年発売の「パーモントカレー」をはじめ、長く、多くの人に愛される商品を世に送り出しているハウス食品株式会社の工東正彦代表取締役社長を訪ねました。「お客様から学ぼう」を合言葉にした品質向上活動のQUIC、食育活動、社会貢献活動に積極的に取り組まれ、4月には消費者志向自主宣言をされました。消費者の生活とダイレクトにつながる食に携わる企業として、お客様の声を大切に、企業の社会性も重要視されています。(2017年11月13日収録)

### 企業理念に込められた「食の力」

**島谷理事長** 私自身、幼い時から御社のカレーの大ファンです。長く人々に愛される魅力的な商品を開発されておられる、そのベースとなる企業理念についてお聞かせいただけますか。

**工東代表取締役社長** ハウス食品グループは、創業100周年を機に持株会社体制に移行しました。次の節目に向けた歩みを進めるに当たり、「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。」としたグループ理念を制定しました。時代によって食の形が変化しても、食を通じて、人を育み、人をつなぎ、人を笑顔にする。私たちは「食のチカラ」は普遍的なものであると考えています。

事業会社である弊社は、「食を通じて、家庭の幸せに役立つ」を企業理念としています。この理念はハウス食品創業90周年の2003年に制定しました。時代とともに家庭の在り方は変化し、時代に合ったさまざまな家庭の場面に役立つ食品の提供が使命であることを示しています。家庭での食事だけではなく、外食の場合でも業務用製品の提供という形で家庭の幸せに役立てるものと考えています。両社の理念の表現こそ異なりますが、それぞれの意味するところは大きく変わりません。

**島谷** 「食のチカラ」、食の大事さ・力強さを表した素敵な言葉だと感じました。これらの理念を実践されていくための取り組みはございますか。

### 3つの責任と「The HOUSE WAY BOOK」

**工東** CSRの取り組みをご説明します。ハウス食品グループのCSRは、「Creating Smiles & Relationships」の



お客様から学ぶ大切さを語る工東社長

略と考え、「笑顔」と「つながり」をつくり、未来につなげることの追求と捉えています。本業を通じて、健全な社会、健やかな暮らしに貢献するため、果たすべき3つの責任を定めています。**島谷** どのような内容でしょうか。

**工東** 「お客様とともに」、「社員とその家族とともに」、「社会とともに」の3つです。安全・安心で価値ある商品・サービスを提供し続けることや社員とその家族の生活を豊かにすること、社会の発展や環境に配慮した企業活動を行うことなど、企業市民としての責任や役割を明示しています。持株会社体制に移行し、複数の事業会社をグループに迎え入れました。企業文化や業務内容も異なります。多様性は尊重しつつ、グループとして共有すべきものを次世代につなぐために、「The HOUSE WAY BOOK」という冊子を2016年に社員向けに発行しました。グループ理念や創業理念、社是を記載するとともに、会社とは何か、何のために働くのかといった問いかけにも自問自答できるようにしています。これにより息の長い草の根的な活動ではありますが、共通認識を持つて前に進めるものと思っています。

### 安全であることが大前提

**島谷** グループとしての考えや目指す姿がよく分かりました。事業会社として何が重要とお考えでしょうか。

**工東** やはり品質への信頼が大事だと思います。品質の管理には特に慎重に取り組んでいます。食品企業ですから、製品が安全であることは当然であり、大前提です。弊社では、「設計品質」、「生産品質」、「マーケティング品質」の3つの品質にこだわっています。お客様の生活に役立ち、お客様に認めていただける価値ある製品を提供することが使命だからです。安心につながる情報の発信にも務め、信頼いただける企業活動を積み上げていくことが大切です。

### お客様から学ぶ品質向上活動「QUIC」

**島谷** 品質、そして信頼に関わる取り組みで重視されていることを教えてください。

**工東** 何よりお客様の声です。ハウス食品の取締役会議でも、ハウス食品グループ本社の経営会議でも、お客様に関する情報を常に一番目の議題としています。会議はいつもお客様からいただいたご意見やお叱り、そこからスタートします。お客様の声を次の安全、次の安心につなげていく。お客様の声をそのような観点からも捉え、具体的な活動に結び付けていく、これが重要です。

弊社では「お客様から学ぼう」を合言葉にした活動、

QUIC (Quality Up by Initiative of Customers)を展開しています。お客様主導で進める品質向上活動として、単にお客様からの問い合わせに対応するだけに留まらず、製品の仕様や表示のルール、ものづくりの在り方全体の見直し、また、時代の要請にスピード感を持って対応することを目的としています。QUICは一部門で取り組めるものではありません。毎月、品質向上のためにお客様相談部や生産関連部門、開発部門など各部門が参加し、お客様の声への対応を決定しています。さらに重要テーマについては、経営層へのレビューが行われます。これにより全社的な連携が図れるとともに、経営の視点も加わり、会社の推進力となっています。

**島谷** QUICについてはACAP会員である岩井理事より伺い、その三原則は素晴らしいと思っています。

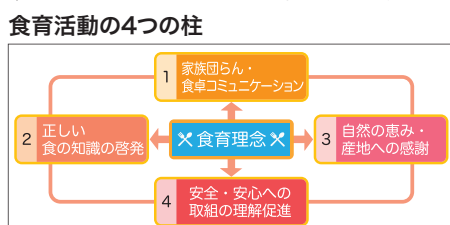
**工東** 三原則とは、「お客様に対する感度を高めること」、「お客様に説明できる力を高めること」、「お客様に学び、ハウスの“ものづくりの力”を高めること」です。これらの原則がQUICの源であり、お客様の声からしっかり勉強し、品質向上につなげるよう取り組んでいます。

## 4つの柱から行う食育活動

**島谷** 食育活動にも積極的に取り組まれていると伺っています。

**工東** 食育活動は「より良く食べる力」を理念としています。これは「食を選ぶ力、食べる力を前提とした、食に対する包括的な知識を含めた力」と定義しています。この理念を実現するために4つの柱を立てています(図参照)。これらの柱から、家族のいきいきとした幸せな生活を願

い、食べるこ  
との大切さ、  
作ることの楽  
しさを伝えて  
いきたいと思  
います。



**島谷** 具体的にはどのような活動をされているのですか。

**工東** 例えば、1996年から子どもたちにカレークッキングを体験してもらう「はじめてクッキング教室」を実施しています。食材に触れて食べ物大切さを知り、みんなで料理する楽しさや食べる喜びを感じていただいております。この20年間で、参加者数は延べ695万人に達しており、子どもたちの健やかな成長を応援する活動と位置付けています。



延べ695万人が参加した「はじめてクッキング教室」

## 社会貢献活動は継続していくことが大事

**島谷** 国際協力、フードバンク活動への参加など、社会貢献活動にも熱心に取り組まれています。

**工東** 最近、企業の社会性への注目度が高まっています。企業活動では利益をどう上げるかが重要ですが、同時に、社会の中での企業の在り方、社会の一員としての企業



消費者志向経営について語り合った  
工東社長と島谷理事長

という意識は、常に高く持っていないてはならない。国際社会、地域社会との調和を図りながら、ステークホルダーとの信頼関係を十分に構築し、より良い社会となるように貢献しなければなりません。特に食に携わる産業は、社会性が非常に重要です。食はまさに生活に密着したものであり、単に商品を売るだけでなく、お客様にどう提案をしていくのかということも重要になってきます。そこで、食を育む活動の支援、地域に根ざした活動、フードバンク活動の支援などに取り組んでいます。

活動は継続していくことが大事です。「食と農と環境の体験教室」では、子どもを中心とした家族に年3回、参加していただき、稲や野菜の生長を体感し、育てた米や野菜を収穫したその場で調理して食べるという体験により、食の大切さや自然環境への配慮などを学んでいただいています。

## 自主宣言によって消費者志向をより明確に

**島谷** 4月に消費者志向自主宣言をされました。

**工東** 私どもの理念、そしてQUIC、食育活動、社会貢献活動が、消費者庁の消費者志向経営の位置付けと一致していると考え、消費者志向自主宣言をいたしました。消費者の思いを強く感じながら経営していくというのは当然のことですが、宣言をすることで、それがより明確になりました。消費者志向経営の広がりの中で、企業同士のつながり、あるいは、行政、消費者との結び付きなども得られるでしょうし、さまざまな場面で学ばせていただく機会が増えると思っています。

## お客様から学び続けることが大事

**島谷** 最後にACAPへの期待と工東社長が考える消費者志向経営についてお聞かせください。

**工東** ACAPは消費者、行政、企業のかげ橋として活動されています。特に消費者志向経営の推進は、ACAPの活動の柱です。業界を超えた情報交換や交流の場を提供いただきながら、弊社も含めた会員企業が共に消費者志向経営に取り組めるようリードしていただきたい。私はこれからもお客様から学び続け、社会性をもって企業活動を行うことが、ハウス食品の消費者志向経営であると考えています。お客様の声を製品の開発などに活かし、新しい価値を生み出してまいります。