湖池屋

商品を消費者との接点に環境や社会課題の解決を



▲湖池屋 SDGs 劇場「サスとテナ」メインビジュアル

湖池屋は持続可能な社会のため、商品を通して消費者と一緒に環境に取り組んでいくことを念頭に置いている。ポテトチップスの開発に情熱を注ぎ、日本で初めてポテトチップスの量産化に成功した創業者小池和夫氏の「食でくらしをゆたかに。」という創業者の思いから、2030年までに達成をめざす「持続可能な開発目標(SDGs)」に賛同し、食を通じた SDGs 活動を積極的に展開する。具体的には、ポテトチップスの原料として日本産生じゃがいもを 100% 使用し、高品質のじゃがいもを安定的に確保し、安全・安心な商品作りに取り組んでいる。また、ポテトチップスを製造する際に発生する CO2 排出量の削減や、食品廃棄物等のリサイクル率 96% 超えの高い水準維持に努めている。

18年には「湖池屋 JAPAN PRIDE プロジェクト」を始動し、日本の誇りである風土・文化やそれらが生み出す素材を「湖池屋プライドポテト」に込めて発信、地域の素材を活かしたポテトチップスという領域を超えて、地域の抱える課題解決に向かい地域の魅力を伝えている。その1つに4年目を迎えた「JAPAN プライドポテト焼のり醤油」は、宗像市が掲げる「Save the Sea」活動を応援、今年から新たに海岸に打ち上げられた漂着ゴミをリサイクルすることを目的としたサステナビリティ推進活動を宗像市・テラサイクル・湖池屋の3社で開始、22年以降ごみの一部をリサイクルし海洋プラスチック製品の制作を予定している。

「ポテトチップスのり塩」誕生から 60 周年を記念して「KOIKEYA THE シリーズ」を 9月に上市、湖池屋初となる紙パッケージを採用し、プラごみが当たり前のように出ていた容器包装から、環境負荷の低い紙包材への第1歩を踏み出した。

09年からふらの農業協同組合との業務提携で「シレラ富良野工場」が稼動したことを機に「ほっかいどう企業の森林づくり」に参加し、南富良野町の町有林において森林保全活動を実施している。名称を「湖池屋の森」としていたが、「じゃがいも心地」は北海道から全国に広がったブランドで親和性が高いという理由から、「じゃがいも心地の森」へ今年から変更し、より積極的な活動を行っていく。

子どもから大人まで世代を超えて SDGs に対する関心が広がり、SDGs を身近なものとして楽しみながら取り組んでもらいたいとの思いから、SDGs をテーマにしたアニメーション、湖池屋 SDGs 劇場「サスとテナ」を制作。その他にも 40年以上に渡って参加しているベルマーク教育助成運動や国連 WFPへの協力など商品を通じた SDGs 推進活動を積極的に進めている。

また、従業員に対しては、独創的でユニークな商品で「おいしさ」と「楽しさ」を提供するため、社員の自主性を尊重し、各自の個性や能力を活かしながら、いきいきとやりがいをもって働ける職場環境作りを目指し、ダイバーシティやワークライフバランスの推進、安全衛生の取り組みにも注力している。