

1

サステナビリティ マネジメント

- 07 サステナビリティストーリー
- 08 サステナビリティ推進体制
- 09 ステークホルダーエンゲージメント
- 12 マテリアリティ
- 17 全社目標および進捗一覧

サステナビリティストーリー

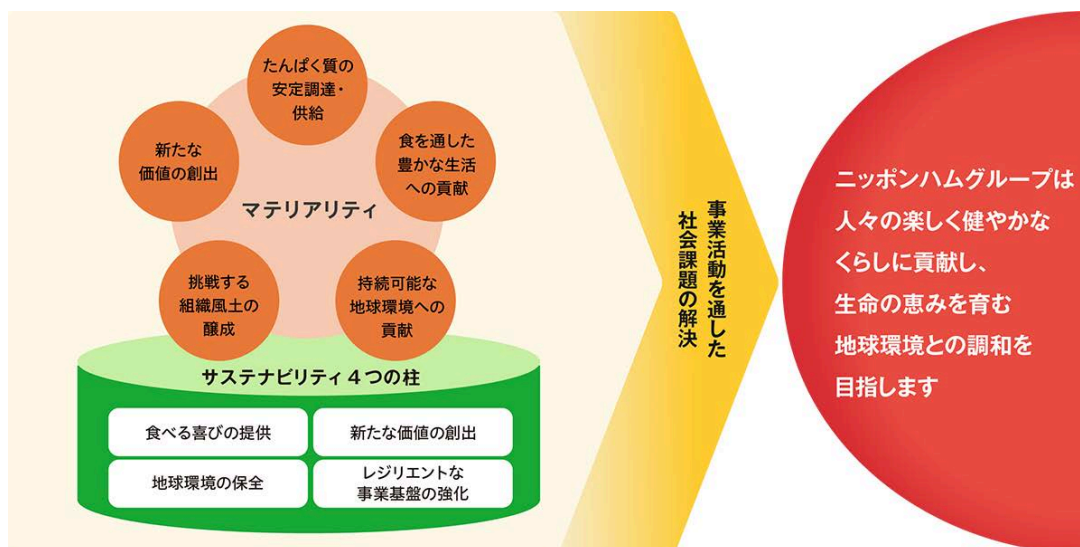
ニッポンハムグループは、「食べる喜び」を企業理念の一つとして掲げています。この理念は、食を通してもたらされる「おいしさの感動」と「健康の喜び」を表し、私たちはこれらの人々の幸せな生活の基盤と考えています。

創業以来、私たちは体の約1/5を構成する重要な栄養素であるたんぱく質を、肉・魚・乳製品などを通して供給してきました。しかし、世界的な人口増加や気候変動の影響により、将来的には食料需要が供給を上回る可能性が指摘されています。特に、体にとって不可欠なたんぱく質の不足が懸念される中、安定供給には多くの課題が存在します。これらの課題に真摯に向き合い、持続可能なたんぱく質の供給を実現するために、4つの柱を基にしたサステナビリティ戦略を定めました。

私たちは事業活動を通して社会課題を解決し、人々の健やかな暮らしへの貢献と、^{いのち}生命の恵みを育む地球環境との調和を目指して挑戦し続けます。



ニッポンハムグループのサステナビリティ戦略



目指す姿

人々の楽しく健やかな暮らしに貢献

^{いのち}生命の恵みを育む地球環境との調和

4つの柱



食べる喜びの提供

体づくりに欠かせないたんぱく質を提供し続けるとともに、多様化するライフスタイルや価値観に応じて、おいしさの感動と健康の喜びをお届けします。



地球環境の保全

たんぱく質の源である^{いのち}生命の恵みを育む地球環境を保全するため、サプライチェーンにおける環境負荷を低減します。



新たな価値の創出

ニッポンハムグループの強みであるたんぱく質を柱に、自由な発想でさまざまなパートナーと共創し、新たな事業の創出に挑戦します。



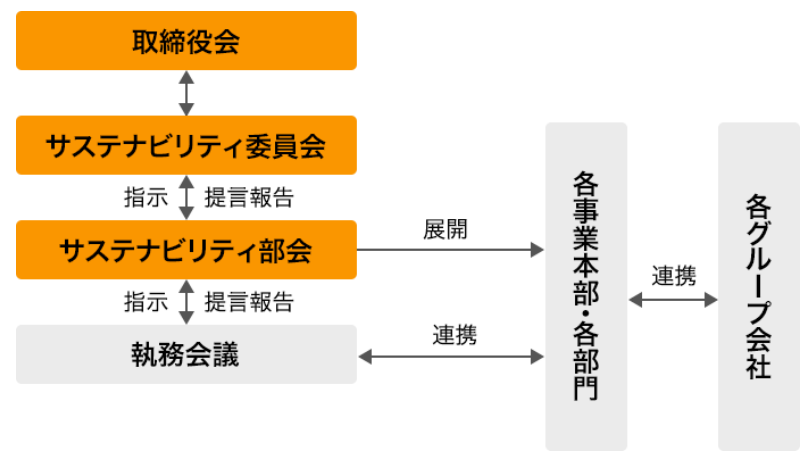
レジリエントな事業基盤の強化

社会の変化に迅速かつ柔軟に対応し、たんぱく質の提供に加えて畜産業特有の課題に取り組み、事業の持続的成長と社会的責任の実現を目指します。

サステナビリティ推進体制

ニッポンハムグループでは、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを強力に推進するため、取締役会直下に「サステナビリティ委員会」を設置しています。

推進体制



サステナビリティ委員会

当委員会は取締役会長を委員長とし、社内取締役に加え、社外取締役やESGに関する豊富な知見を有する社外有識者によって構成されています。原則として四半期に1回開催し、下部組織であるサステナビリティ部会からの提言を踏まえながら、グループ全体のサステナビリティに関する方針・戦略の策定や取り組みの監督を行い、その内容を取締役に付議・報告しています。

取り組み内容：マテリアリティ施策および進捗、環境マネジメント（環境方針に基づく重点テーマの気候変動対応、プラスチック使用量削減、水リスク対応、水使用量削減、食品ロス削減、廃棄物削減、生物多様性保全）、人権マネジメント、人財戦略、サステナブル調達、アニマルウェルフェア、その他サステナビリティ関連の重要案件

2025年度サステナビリティ委員会の議論内容

テーマ	内容
マテリアリティKPIの進捗評価と事業運動	中期経営計画の進捗と合わせ、マテリアリティに紐づく全社KPIの達成度をモニタリング。特に環境負荷低減や人的資本に関する指標について、財務実績との連動性や施策の実効性を検証し、未達項目に対する対策や資源配分の最適化について議論。
サステナビリティ情報開示（SSBJ）対応準備	SSBJ（サステナビリティ基準委員会）の開示基準適用を見据え、環境データのデジタル集計基盤（見える化）の構築と、全社リスク管理との整合性について議論。また、非財務データと財務指標の連動性を高めるためのロードマップを検討。
TNFDIに基づく自然資本開示の深化	2024年度の初回の評価・分析を基礎に、優先地域（北海道・オーストラリア）における事業と自然の関わりをより詳細に特定・分析し、TNFDレポートを更新。財務影響の可視化について議論を行うとともに、当社グループらしい独自の開示のあり方を検討。
レジリエントな事業基盤とサプライチェーン	家畜疾病対策や安定調達、グローバルでの人権デュー・ディリジェンス（相談窓口の前倒し設置等）など、事業存続に関わるリスク対応力を協議。期末には組織改編（広報・サステナビリティ機能の統合）によるコミュニケーション戦略の刷新についても議論。

サステナビリティ部会

サステナビリティ部会は、サステナビリティ委員会の下部組織として、事業上の重要性や社会からの要請を総合的に考慮し、取り組むべき課題の特定や解決の方向性を議論しています。
また、グループ全体として目指す「あるべき姿」や具体的な施策・ロードマップを策定し、その内容をサステナビリティ委員会へ具申しています。

執務会議

環境対策、サステナブル調達など、サステナビリティ関連情報を共有し、具体的施策の落とし込みや各事業本部との連携、進捗管理を行い推進しています。

ステークホルダーエンゲージメント

ニッポンハムグループは、お客様、地域の方々、お取引先、株主・投資家の皆様をはじめ、従業員を含むさまざまなステークホルダーに支えられ、事業活動を営んでいます。

そのステークホルダーの皆様からの期待や信頼に応えるべく、自覚と誇りをもって社会に対する責任と役割を果たしていきます。



主なステークホルダー

消費者

安全・安心、そして満足・感動の品質をお客様にお届けすることが私たちの責任と考えています。また、お客様の声をもとに「聴く」「知る」「活かす」のコミュニケーションサイクルを回し、お客様満足を目指します。

提供価値

- 「食べる喜び」の提供
- たんぱく質の安定調達・供給
- 安全で高品質な商品とサービスの提供
- 適切な情報の提供
- 健康に寄与する商品の提供



お取引先

調達活動において、「ニッポンハムグループサステナブル調達方針」をもとに、お取引先と信頼関係を構築し、共存・共栄を基本に、連携していきます。

提供価値

- お互いの持続可能な発展に向けたパートナーシップの強化
- 公正・透明で誠実な取引
- 製品の品質維持、安定供給
- 新たな付加価値の共創



行政

国や地域の法令を遵守するとともに、行政と積極的に情報交換し、事業を展開していきます。事故やその恐れがある事実を把握した場合は、関係官庁などへ報告し、調査や原因究明に努めます。

提供価値

- 法令、規制の遵守
- 適切な納税
- 各機関との連携による業界の活性化



株主・投資家

株主・投資家の皆様との信頼関係の構築のため、コミュニケーションを大切にし、頂いたご意見やご要望を企業活動に反映させます。

提供価値

- 企業価値向上
- 適正な利益還元
- 適時、適切な情報開示
- 株主、投資家との建設的な対話の推進



地球環境

いのち生命を育む自然を守り、いのちいのちの恵みを余すことなく大切に活かすため、「ニッポンハムグループ環境方針」を基本に、環境と調和の取れた企業活動を推進します。

提供価値

- 自然資本の有効活用
- 環境負荷低減
- 環境課題解決



従業員

「従業員が真の幸せと働きがいを求める場」となることを目指します。また、従業員の意識・能力開発、ワークライフバランス、ダイバーシティ、こころとからだの健康維持などに取り組みます。

提供価値

- 挑戦の機会、働きがい追及の場の提供
- 成長の機会の提供
- ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン（DE&I）の推進



地域社会

ニッポンハムグループが地域社会の一員として、そして良き企業市民として、地域の持続的な発展に貢献できるように積極的なコミュニケーションを図り、ニッポンハムグループができること、求められていることを考え、ともに歩んでいきます。

提供価値

- 地域活性化に向けた共創
- 地域社会との共生
- 地域環境の保全
- 地域の経済発展



国際社会

国際ルールおよび、さまざまな国と地域の法令・歴史・文化・慣習などを正しく理解し、その遵守と尊重に努めます。

提供価値

- 協働による業界の課題解決
- 人権や環境に配慮した事業活動に向けた建設的な対話や協力



ステークホルダーコミュニケーション

ニッポンハムグループは、ステークホルダーとのコミュニケーションを大切にしながら、サステナビリティ活動を推進しています。

講演

● APEC「アジア太平洋経済協力会議」2025 ワークショップへ登壇

2025年8月に、韓国が議長国を務めるAPEC「アジア太平洋経済協力会議」2025のワークショップにおいて、農林水産省からの依頼でプレゼンテーションとパネルディスカッションを実施しました。
総合食品会社としてのニッポンハムグループの会社概要を説明するとともに、生産・飼育から消費者への配送までバリューチェーン全体を所有している稀有な企業として、農場での取り組み事例や課題、新規事業や研究開発などを紹介しました。
今後もこのような機会を通じてさまざまなステークホルダーに対して、ニッポンハムグループの非財務活動を積極的に発信していきます。



APEC「アジア太平洋経済協力会議」2025での発表風景

● プラスチック問題に関する講演の実施

ニッポンハムグループは、食育活動の一環として、消費者を中心にステークホルダーに対してプラスチック問題や食品ロス削減に関する講演を行っています。
これらの活動を通じて、食の根源にある「生命の恵み」と、地球の「限りある資源」を大切に^{いのち}する心を育んでいます。



プラスチック問題について説明する講演の様子

ダイアログ

● アニマルウェルフェア

畜産事業におけるアニマルウェルフェアへの配慮と諸課題の解決に向けて、社外有識者との意見交換を定期的 to実施しています。いただいた貴重なご意見を、さらなる活動の推進につなげていきたいと考えています。

実施日	2025年11月7日（金）
場所	日本ハム（株）東京支社
社外有識者	認定NPO法人 アニマルライツセンター ・代表理事 岡田 千尋 氏 ・シニアコンサルタント/企業エンゲージメント 北穂 さゆり 氏 日本女子大学 名誉教授 細川 幸一 氏
当社出席者	・グループ会社社長・取締役他（豚・鶏担当）6名 ・食肉事業本部 部長他 4名 他事務局 4名
主な対話内容	国内外のアニマルウェルフェアに関する動向についてお話しいただき、当社の取り組み状況や現場の課題について意見交換を行いました。

バックナンバー [PDF:138KB]

● お客様とのコミュニケーション



コミュニケーションサイクル

消費者志向経営を推進するため、消費者の声を「聴く」「知る」「活かす」のコミュニケーションサイクルを循環させ、消費者の満足度向上と商品サービスの改善につなげます。

聴く知る活かす

マテリアリティ

ニッポンハムグループは、2030年のありたい姿Vision2030「たんぱく質を、もっと自由に。」の実現に向けて「中期経営計画2026」を策定しました。本計画の策定にあたり、中長期的なマクロ環境の変化を踏まえ、新たにサステナビリティ戦略を策定しました。

サステナビリティ戦略は4つの柱を基盤としており、ニッポンハムグループが優先的に取り組むべき重要な課題をマテリアリティとして設定し、目標設定および施策推進の軸としています。

ニッポンハムグループは、持続可能な社会の実現に向けて、マテリアリティに基づく取り組みを継続的に推進し、社会的価値の創出を目指してまいります。



マテリアリティ項目

持続的な価値創出のためのマテリアリティ

マテリアリティ	目指すところ
たんぱく質の安定調達・供給	畜産業が抱える課題に真摯に向きあい、人が生きる上で欠かせないたんぱく質を将来にわたり安定的に提供し続けます。
食を通した豊かな生活への貢献	世の中の変化を的確に捉えて、お客様の期待を超える商品やサービスを提供します。潜在的なニーズを掘り起こし、常識にとらわれない自由な発想で、新たな「食べる喜び」を創出します。
持続可能な地球環境への貢献	自然の恵みや生命の恵みに感謝するとともに、将来世代に豊かな地球環境をつないでいくために、サプライチェーンを通して環境課題の解決に向けて積極的に取り組みます。
新たな価値の創出	前例にとらわれず、さまざまなパートナーとともに、今までにない商品やサービス、体験など新たな価値を創出します。
挑戦する組織風土の醸成	多様な従業員一人ひとりが主体性を持ち、変革に向かって挑戦し続けることのできる組織風土を醸成します。

事業継続のための基盤

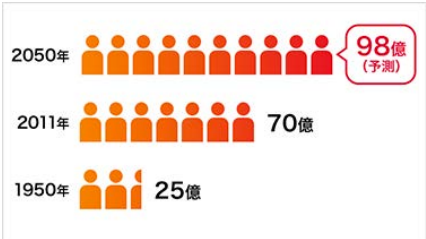
● コーポレート・ガバナンス ● 品質保証 ● 地域との共創共栄

施策と目指す姿

たんぱく質の安定調達・供給



世界的な人口増加による食料需要の増加に伴いたんぱく質不足が懸念される中、日本の畜産業界には人財確保や飼育員の後継者育成、労働環境の改善、家畜疾病などのさまざまな課題があります。このような不安定な環境の中でも、安定的にたんぱく質をお届けするために、ニッポンハムグループは「持続可能な日本の畜産業」と「豊かな食生活を支える」ビジネスモデルに挑戦します。



課題	施策	目指す姿	達成年度
畜肉の安定調達・供給	● 畜肉の安定した供給量の拡大 ● 疾病発生の未然防止への継続的取り組み	国内産畜肉の販売数量伸長率 2023年度比104%	2026年度
持続可能な畜産の実現	● 農家への支援・共創 － PIG LABO®、鶏生産事業における技術指導 － スマート畜産などの新たな技術の開発と活用		

食を通した豊かな生活への貢献

ライフスタイルや価値観の多様化により、「孤食」や「個食」など食事のスタイルも変化しています。また、「美味しいものを食べたい」「安全で健康によいものを食べたい」「手軽に食べたい」など食に求めることも人によって異なります。

多くの人に「食べる喜び」を感じていただけるように、食の課題を解決するとともに、多様な価値観に対応する製品の開発と提供を行っていきます。



課題	施策	目指す姿	達成年度
多様化するライフスタイルや価値観への対応	- 多様なニーズに合わせた商品の開発、提供 - 笑顔あふれる食体験の提供 - 日本で培った知見を各国・地域に浸透	ハムソーセージ、加工食品の主要コンシューマー商品のうち、Mealin'Good対象製品を50%	2026年度
食課題解決への貢献	健やかなからだづくりに貢献する商品の開発、提供	海外加工品事業売上伸長率2023年度比 200%	2026年度

※ 「Mealin'Good」はフィーリンググッドにミールを掛け合わせ「人も地球も心地よく、より良い毎日へ。」という想いを込めた当社のブランドです。さまざまな倫理観や価値観に対し選択肢を増やしていくこと、今までの取り組みを大切にしながら、もっと人と地球によいものを提供することを目指しています。

Mealin'Good（ミーリンググッド）

持続可能な地球環境への貢献

地球温暖化による異常気象の多発、干ばつの拡大、マイクロプラスチックによる海洋汚染など、環境問題は年々深刻さを増しています。ニッポンハムグループの事業の源泉は、地球という大きな自然の恵みと、さまざまな生命の恵みです。世界的な環境課題とされる「気候変動」と「プラスチック問題」の課題解決に貢献することを目指し、取り組みを進めています。



課題	施策	目指す姿	達成年度
気候変動への対応	化石燃料由来CO₂削減(Scope1, Scope2)	国内 2013年度比 29%削減	2026年度
		国内 2013年度比 46%削減	2030年度
		海外 2021年度比 17%削減	2026年度
		海外 2021年度比 24%削減	2030年度
	- 家畜由来温室効果ガス削減 - 自社農場での施策展開	-	-
省資源の推進	プラスチック使用量削減 ※ 対象範囲：容器包装リサイクル法対象商品のうち、化石燃料由来の包装資材	国内 2013年度比 17%削減	2026年度
		国内 2013年度比 20%削減	2030年度

新たな価値の創出

1942年の創業から今日まで、食に対するさまざまなニーズや課題に応じて、たんぱく質を豊富に含む多様な商品を提供してきました。将来の事業成長のためには、食の領域での当社の強みを生かしつつ、新たな事業領域への挑戦が必要です。さまざまなパートナーと協働し、新たな価値の創出を目指していきます。



課題	施策	目指す姿	達成年度
食とスポーツによる新たな価値の提供	● 北海道ボールパークFビレッジにおける、食品事業とスポーツ事業を核とした街づくりへの取り組み	Fビレッジ内の施設・サービスの充実による来場者数及び定住人口の増加 ※ 来場者数：1月～12月で計算 ※ 定住人口：2030年度北広島市（2023年10月比）	2030年度
たんぱく質の可能性を広げる事業の創造	● R&D強化による価値創造 ● さまざまなたんぱく質の可能性の探索	事業立ち上げと収益化	2030年度
		商品化に向けての技術確立	2030年度

挑戦する組織風土の醸成

企業理念である「わが社は、従業員が真の幸せと生き甲斐を求める場として存在する。」の実現に向けて、人的資本経営の施策と個々の成長を支援する施策を推進します。また、多様性を尊重した働きやすい環境の構築に取り組んでいきます。

「挑戦」と「変革」を重要なテーマに掲げ、市場環境や世間の変化をしっかりと捉え、これまでの「あたりまえ」に挑み、新たな価値を生み出す挑戦に取り組み、組織全体の活気と成長を促進していきます。



課題	施策	目指す姿	達成年度
変革型経営人財の育成、獲得	● 役員評価項目を見直し、経営者サクセッションプランの強化	変革、挑戦、従業員エンゲージメントの取り組み進捗	2030年度
多様な人財の活躍推進	● 一人ひとりの挑戦を促し認める仕組みの強化、浸透 ● 多様な個が尊重され、生き生きと活躍できる環境づくり	重点管理項目の進捗	2030年度

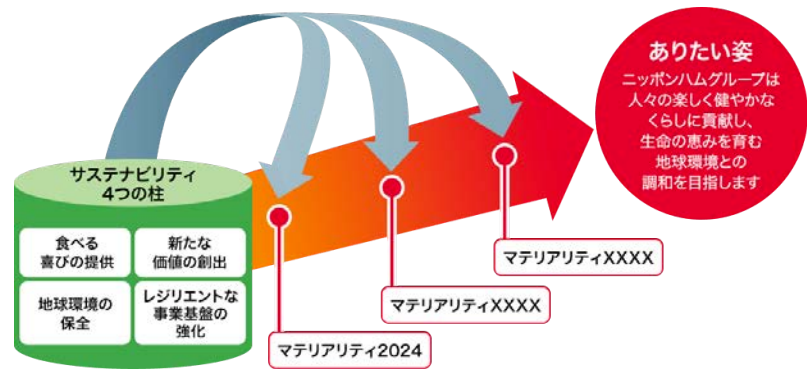
目標および進捗

マテリアリティに関する目標および進捗は、以下をご覧ください。

マテリアリティ 目標および進捗 [PDF:435KB]

サステナビリティ戦略とマテリアリティ

サステナビリティ4つの柱を基盤に、事業環境や社会環境の変化を考慮しマテリアリティを見直ししながら、目標達成を繰り返すことで、ありたい姿を目指していきます。



マテリアリティの特定プロセス

マテリアリティの見直しおよび再特定にあたっては、国際的な動向やイニシアチブなどの社会からの要請、ニッポンハムグループを取り巻く事業環境や社会情勢を考慮するとともに、中期経営計画2026の課題を踏まえ、ステークホルダーの視点と当社の視点の両面から評価・検討を行いました。

STEP1 ESG課題の網羅的な把握

GRI、ISO26000、SDGs、業種固有課題（SASB、SBT FLAG）、国内外の社会課題、畜産業特有の課題、当社課題などからESG課題を網羅的に把握。

STEP2 課題をテーマ別に分類

STEP1で把握した課題をテーマ別に分類し整理。

STEP3 重要性評価の実施

STEP2で分類・整理したESG課題に関し、サステナビリティ委員会の委員にヒアリングを実施。また、サステナビリティ委員会の下部機関であるES部会※にて重要性評価を実施。また、2021年に特定したマテリアリティに関する運用課題なども抽出し、重要性評価の結果と併せて見直しが必要な点を検討。

重要性評価に際しては、以下視点を考慮

当社

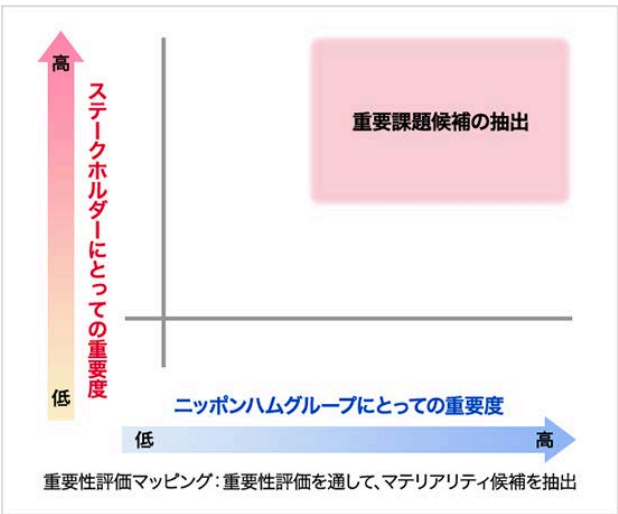
利益、コスト、評判、コンプライアンス、事業戦略との整合性

ステークホルダー

消費者、お得意先、お取引先、行政、株主・投資家、地球環境、従業員、地域社会、国際社会

※ 2024年4月にサステナビリティ部会に改編

マテリアリティ・マトリックス



STEP4 妥当性の確認

重要性評価をもとに特定したマテリアリティについて、サステナビリティ委員会や執行役員で構成される会議体などで妥当性を確認し、最終的に取締役会にて承認を取得。

外部有識者とのダイアログ

さまざまな立場の有識者の方に、ニッポンハムグループの「マテリアリティ」についてご意見を伺いました。マテリアリティの設定に留まらず、今後への期待など幅広い見地からご意見をいただきました。



青山社中株式会社
筆頭代表CEO
朝比奈一郎氏

全体

事業との整合性を意識したバランスの良いマテリアリティになっている。たんぱく質素材の開発を通じてサステナブル社会実現を目指す企業が増える中、植物由来たんぱく質商品の提供や新たなたんぱく質の研究・開発がさらに進むことを期待する。

新たな価値の創出

すでにFビレッジの街づくりなど、食のエンタメ性の追求や、新たな食文化の創造など食品メーカーの強みを活かした展開をしていて素晴らしい。さらに日本各地で地域と連携し、上流・中流からさらに下流も意識した「食の出口戦略（食のエンタメパークなど）」考えることもできるのではないかな。

挑戦する組織風土の醸成

リーダーシップを指導力ととらえる人が多いが（他人をリード）、本当の訳は「始動力」であるべき（自分をリード）。一人ひとりがこの意識で行動すれば、挑戦する組織風土の醸成や多様な人材活躍につながる。また、ベンチャー企業との共創・連携なども、挑戦する組織風土の醸成の促進につながると考える。



三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
フェロー（サステナビリティ）
吉高まり氏

全体

リスクと機会をとらえ、日本ハムの強みを活かしたストーリーを打ち出していいただきたい。

たんぱく質の安定調達・供給

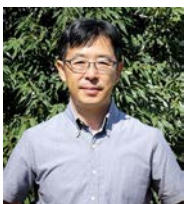
就労者の高齢化や減少など畜産業のさまざまな課題がある中、農家への支援・競争を課題に設定したことは非常に良いことである。海外・国内調達の具体的課題への取り組みについても、重点施策や各種レポートなどで開示できるとさらに良くなるのではないかな。

新たな価値の創出

Fビレッジの街づくりも、エンターテインメントの提供に加えて、日本ハムの強みである「食の力」も活かした街づくりへの貢献などがあると、重要課題としての説得力があがると感じる。

挑戦する組織風土の醸成

一人ひとりの挑戦や多様性を尊重した結果として、目指したい姿や達成したいことを意識しながら取り組みを進めていただきたい。



国立大学法人信州大学 学術研究院（農学系）
教授
竹田謙一氏

たんぱく質の安定調達・供給

畜肉のたんぱく質供給の価値を見直すことで、畜肉だからこそ提供できる良質な栄養素など、今以上に提供価値を高めることはできるのではないかな。また今後も食品メーカーとして食育を行っていくこともお願いしたい。

持続可能な地球環境への貢献

家畜由来GHGの削減研究はしっかり進められている。畜産から排出される糞尿のさらなる活用など、循環型畜産という視点で取り組み推進も期待する。

新たな価値の創出

新たな価値の目指す方向性をもう少し具体的に示せると、ステークホルダーの理解も深まるのではないかな。またFビレッジの街づくりだけでなく、さまざまな地域拠点において競争の輪を広げていくことを期待する。

全社目標および進捗

ニッポンハムグループでは、事業における重要な課題をマテリアリティとして特定し、それに基づいて目標を設定し、積極的に取り組みを進めています。各事業部門における主要課題についても、全社的な目標を設定し、これらを一元的に管理しています。目標に対する施策の進捗状況や達成度については、定期的にサステナビリティ委員会で確認し、その結果を取締役会に報告することで、実効性のある管理体制を確立しています。

このプロセスにより、ニッポンハムグループは持続可能な成長を目指し、社会的責任を果たすために効果的に施策を推進していきます。



全社目標および進捗一覧

以下の項目について、目標および進捗をまとめており、詳細は以下をご覧ください。

一括ダウンロード

全社目標および進捗 [PDF:679KB]

分割ダウンロード

マテリアリティ [PDF:432KB]

中長期環境目標 [PDF:463KB]

人財・アニマルウェルフェア・
サプライチェーンマネジメント・東京栄養サミット2021
[PDF:472KB]

対象範囲はニッポンハムグループ全体。一部異なる箇所については、その都度、対象範囲を明記しています。

➤マテリアリティに関する目標と進捗

マテリアリティ	課題	施策	目指す姿	達成年度	進捗		
					2023 年度結果	2024 年度結果	2025 年度結果
たんばく質の 安定調達・供給	畜肉の安定調達・供給	・畜肉の安定した供給量の拡大 ・疾病発生 の未然防止への継続的取り組み	国内産畜肉の販売数量伸長率 2023年度比 104%	2026年度	2024年度新設	103.0%	103.1%
	持続可能な畜産の実現	農家への支援・共創 -PIG LABO®、鶏生産事業における技術指導 -スマート畜産などの新たな技術の開発と活用					
食を通じた豊かな生活への貢 献	多様化するライフスタイルや 価値観への対応	・多様なニーズに合わせた商品の開発、提供 ・笑顔あふれる食体験の提供 ・日本で培った知見を各国・地域に浸透	ハムソーセージ、加工食品の 主要コンシューマ-商品のうち、 Mealín' Good対象製品を50%	2026年度	2024年度新設	19.5%	19.4%
	食課題解決への貢献	健やかなからだづくりに貢献する商品の開発、提 供	海外加工品事業売上伸長率 2023年度比 200%	2026年度	2024年度新設	112.8%	133.8%
持続可能な 地球環境への貢献	気候変動への対応	化石燃料由来CO ₂ 排出量削減 (Scope1、Scope2)	国内 2013年度比 29%削減	2026年度	21.3%減	24.1%減	32.4%減
			国内 2013年度比 46%削減	2030年度			
			海外 2021年度比 17%削減	2026年度	8.4%減	5.7%減	5.9%減
			海外 2021年度比 24%削減	2030年度			
		家畜由来温室効果ガス削減 自社農場での施策展開	定性情報	-	大学との共同で研究実施	共同研究推進	共同研究推進中
	省資源の推進	プラスチック使用量削減 ※対象範囲:容器包装リサイクル法対象商品のう ち、化石燃料由来の包装資材	国内 2013年度比 17%削減	2026年度	2024年度新設	34.2%減	38.1%減
			国内 2013年度比 20%削減	2030年度			
新たな価値の創出	食とスポーツによる新たな価 値の提供	北海道ボールパークFビレッジにおける、食品事業 とスポーツ事業を核とした街づくりへの取り組み	Fビレッジ内の施設・サービスの充 実による来場者数及び定住人口の 増加	2030年度	2024年度新設	来場者数 約419万人	来場者数 約459万人
			※来場者数:1月～12月で計算 ※定住人口:2030年度北広島市 (2023年10月比)		2024年度新設	定住人口 -	定住人口 -
	たんばく質の可能性を広げる 事業の創造	R&D強化による価値創造 さまざまなたんばく質の可能性の探索	事業立ち上げと収益化	2030年度	2024年度新設	事業戦略と紐づいた全 社R&D戦略を策定	R&D戦略に基づき、全 社注力テーマを選定、事 業化促進支援を実行
			商品化に向けての技術確立	2030年度	2024年度新設	鶏たんばく質や細胞性食 品の研究を進める	鶏たんばく質や細胞性食 品の研究を進める／ 畜産由来素材を原料に 医療機器を開発するス タートアップ1件に出資
挑戦する 組織風土の醸成	変革型経営人財の育成、獲得	役員評価項目を見直し、経営者サクセッションプ ランの強化	変革、挑戦、従業員エンゲージメント の取り組み進捗	2030年度	2024年度新設	1. 戦略的な採用・選抜・ 育成 ・母集団形成 ・選抜・育成の仕組み強 化	1. 戦略的な人財獲得・育 成 ・母集団形成 ・海外拠点研修実施
	多様な人財の活躍推進	一人ひとりの挑戦を促し認める仕組みの強化、浸 透 多様な個が尊重され、生き生きと活躍できる環境 づくり	重点管理項目の進捗	2030年度		2. 個の成長促進 ・成果に応じた適正評 価・処遇 ・キャリア自律・キャリア 充実 ・海外人事制度の一部改 定	2. 挑戦する組織風土醸 成への取り組み深化 ・成果に応じた適正評 価・処遇 ・新表彰制度「チャレンジ 賞」の実施

▶中長期環境目標と進捗

重点項目	施策	目指す姿(目標)		達成年度	進捗		
					2023 年度結果	2024 年度結果	2025 年度結果
温室効果ガス	エネルギーの脱炭素化推進 家畜由来温室効果ガスの削減 共創による脱炭素削減策の創出	化石燃料由来CO ₂ 排出量削減 (Scope1、Scope2)	国内 2013年度比 29%削減	2026年度	21.3%減	24.1%減	32.4%減
			国内 2013年度比 46%削減	2030年度			
			海外 2021年度比 17%削減	2026年度	8.4%減	5.7%減	5.9%減
			海外 2021年度比 24%削減	2030年度			
		家畜由来温室効果ガス削減 自社農場での施策展開		2030年度	大学との共同で研究実施	共同研究推進	共同研究推進中
		サプライチェーン排出量(Scope3)削減 国内目標設定		2026年度	2025年度新設	2025年度新設	目標設定検討中
		カーボンニュートラルを目指す		2050年度	2025年度新設	2025年度新設	施策推進中
プラスチック	3R(リデュース、リユース、リサイクル)+Renewable(持続可能資源の利用)の取り組み推進 共創による廃棄プラスチック削減	石油由来の容器包装プラスチック使用量の削減 (容器包装リサイクル法対象商品)	国内 2013年度比 17%削減	2026年度	2024年度新設	34.2%減	38.1%減
			国内 2013年度比 20%削減	2030年度			
		サプライチェーンを通じた石油由来プラスチック最小化		2050年度	2025年度新設	2025年度新設	産官学連携検討中
水	水使用量の最小化 水ストレス地域でのリスク低減	用水使用量原単位削減	国内 2019年度比 5%削減	2026年度	0.7%減	0.7%減	0.3%増
			海外 2021年度比 5%削減	2030年度	2.4%減	15.6%減	24.7%減
		水ストレス地域での水リスク低減策実施		2030年度	2025年度新設	2025年度新設	モニタリングの継続
		水使用量の最小化及び水ストレス地域でのリスク低減		2050年度	2025年度新設	2025年度新設	検討に着手
		主要なサプライチェーンでの水リスクへの対応		2050年度	2025年度新設	2025年度新設	検討に着手
食品ロス	培った食品ロスを発生させない技術のさらなる向上 共創による食品ロス削減策の創出	食品ロス削減	国内 2020年度比 20%削減	2030年度	2025年度新設	2025年度新設	18.3%減
		サプライチェーンを通じた食品ロス最小化		2050年度	2025年度新設	2025年度新設	戦略検討中
廃棄物	資源投入と最終処分抑制 地域での循環モデルの創出	資源リサイクル率向上	国内 98%以上	2030年度	2025年度新設	2025年度新設	98.5%
		地域での連携による循環利用の持続可能な発展		2050年度	2025年度新設	2025年度新設	戦略検討中

➤人財に関する目標と進捗 ※1

—	—	施策	測定指標	達成年度	進捗		
					2023 年度結果	2024 年度結果	2025 年度結果
個の成長		挑戦する組織風土醸成※2	従業員サーベイ好意的回答率 80%以上	2030年度	66.5%	68.8%	58.0%
		働きがい向上※3	従業員サーベイ好意的回答率 80%以上	2030年度	66.7%	66.9%	59.0%
組織の成長		戦略的な採用	キャリア採用比率 25%以上※4	2030年度	8.9%	26.5%	20.3%
DE&I		女性活躍の推進	女性管理職比率 20%以上	2030年度	10.7%	12.0%	12.7%
			女性監督職以上比率 35%以上	2030年度	24.1%	25.2%	26.5%
		障がい者雇用の推進	障がい者雇用率 2.7%以上	2030年度	2.6%	2.6%	2.9%
		総労働時間の削減	総労働時間 1,870時間以内	2030年度	1,968時間	1,948時間	1,944時間
			時間外労働時間 200時間以内	2030年度	225時間	204時間	200時間
		こころとからだの健康	健康診断再検査実施率 100%	2030年度	83.5%	80.1%	80.1%
			喫煙率 12%以下	2030年度	25.6%	22.6%	23.4%

※1 日本ハム㈱が対象

※2 2025年度より名称を変更(挑戦できる仕組みづくり→挑戦する組織風土醸成)。また対象を正規従業員から全従業員に拡大。

※3 2025年度より名称を変更(やりがい向上の仕組みづくり→働きがい向上)。また対象を正規従業員から全従業員に拡大。

※4 2024年度に達成基準を上回ったため、2025年度4月から変更(15%以上→25%以上)

➤アニマルウェルフェアに関する目標と進捗

—	—	—	施策・目標	達成年度	進捗		
					2023 年度結果	2024 年度結果	2025 年度結果
			国内全農場※の妊娠ストールの廃止(豚) 100%	2030年度	9.5%	23.7%	25.7%
			国内全農場・処理場※への環境品質カメラの設置	2024年度	牛・豚100% 鶏94%	100% (達成)	100% (達成)
			国内全処理場内の係留所※への飲水設備の設置(牛・豚)	2023年度	牛100% 豚100%	100% (達成)	100% (達成)

※ニッポンハムグループが資本を過半数保有する企業が対象

➤サプライチェーンマネジメントに関する目標と進捗

—	—	—	施策・目標	達成年度	進捗		
					2023 年度結果	2024 年度結果	2025 年度結果
			重要な一次サプライヤー※1への方針周知とSAQ実施率100%	2030年度	対象51社 実施率100% ※1	対象463社 実施率100% ※2	-
			追加調査実施企業数※3	-	0社	0社	0社
			重要な二次サプライヤーへの方針周知とSAQ実施	2030年度	2026年以降に実施		実施検討中
			調理等に使用するパーム油を持続可能なパーム油へ100%切り替え※4	2030年度	戦略策定	26.4%※5	26.1%※5

※1 重要なサプライヤー:取引金額量が大きく、代替不能原材料、包装資材、家畜、飼料などを納入していただくサプライヤーと定義。2022年度および2023年度に分けて、対象サプライヤーへ調査を実施。

※2 重要なサプライヤー:取引金額量が大きいサプライヤーと定義し、2024年度に対象サプライヤーへ調査を実施。

※3 SAQにて追加実施が必要と判断された場合の件数

※4 「100%切り替え」には、RSPOの認証モデルであるブックアンドクレーム方式によるクレジット購入を含む

※5 ブックアンドクレームにて購入

▶東京栄養サミット2021に関する目標と進捗

項目	－	施策	目指す姿(目標)	達成年度	進捗		
					2023 年度結果	2024 年度結果	2025 年度結果
食物アレルギー関連		関連商品の出荷金額拡大	出荷金額40億円	2030年度	14.0億円	27.3億円	28.5億円
		新たに表示が義務化される項目の検査キット発売	新項目の検査キット発売	2030年度	開発中	開発中	開発完了
たんぱく質摂取における選択肢の拡大		植物由来のたんぱく質商品の拡充拡販	出荷金額100億円	2030年度	20.4億円	20.2億円	2.8億円
		新たな代替たんぱく質の研究	新たなたんぱく質の研究を商品化(アイテム数)	2030年度	106億円 97アイテム	18アイテム	21アイテム
超高齢社会における健康寿命延伸商品の開発と普及		認知機能を改善する素材(特許取得済)の商品化	年間300万食相当の供給	2026年度	194万食相当	247万食相当	83万食相当