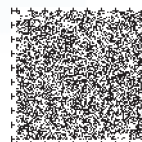


社会・環境レポート 2009

Nippon Ham Group Social and Environmental Activities

日本ハムグループ 社会・環境への取り組み



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

企業理念

1. わが社は、「食べる喜び」を基本のテーマとし、時代を画する文化を創造し、社会に貢献する。
2. 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。

経営理念

1. 高^{こう}邁^{まい}な理想をかかげ、その実現への不退転の意志をもって行動する。
2. 人に学び、人を育て、人によって育てられる。
3. 時代の要請に応じて時代をつくる。
4. 品質・サービスを通して、縁を拡げ、縁あるすべての人々に対する責任を果たす。
5. 高度に機能的な有機体をめざす。

環境憲章

環境理念

日本ハムグループは、自然の恵みに感謝し、
美しい地球を次世代に残すことは私たちの責任であると考え、
企業活動のあらゆる面で継続的に環境保全に取り組みます。

グループブランドの約束

おいしさの感動と健康の喜びを
世界の人々と分かち合いたい

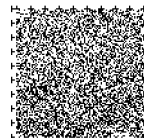
私たちは
いのち
生命の恵みを大切に、品質に妥協することなく
「食べる喜び」を心を込めて提供する

そして、時代に先駆け食の新たな可能性を切り拓き
楽しく健やかなくらしに貢献する



SPコードについて

この社会・環境レポートには、各ページに文書データを記録した「SPコード」を印刷しています。「SPコード」の読み上げ装置「テルミー」や「スピーチオ」をご用意いただければ、目の不自由な方も音声で概要を知ることができます。（「テルミー」は日常生活用具給付対象商品です。給付の手続きなどについては、各自治体へお問い合わせください。）



社会・環境レポートの発行にあたって

日本ハムグループでは、2001年の「環境レポート2001」発行以来、今回で9回目の発行となりました。発行当初は、弊社グループの「環境への取り組み」を中心とした環境情報にとどまっておりましたが、レポートをコミュニケーションのツールと考えた場合、環境面だけではなく、社会面での取り組みや、食の安全への取り組みなど、より多くの情報を盛り込むことが必要であると考えました。「社会・環境レポート2008」からは、より多くのステークホルダーの方々にご覧いただくため、読みやすさや記事の内容、また、弊社グループの商品を通じてさまざまな活動をお伝えできないかと検討を加えてきました。これらの検討作業や記事の制作は、自分たちの言葉で自分たちの活動をお伝えするため、弊社グループの従業員が自ら行っています。私たち日本ハムグループの従業員が作りあげたこの「社会・環境レポート2009」。ご一読いただき、巻末のアンケートにてご意見をお寄せいただければ幸いに存じます。

編集方針

■対象範囲

期間：2008年4月1日～2009年3月31日の1年間。但し、活動内容については、2009年度の活動を一部含みます。
組織：日本ハムグループの事業所
分野：日本ハムグループの社会活動及び環境活動

■参考にしたガイドライン

・環境報告ガイドライン
～持続可能な社会を目指して～
(2007年版)
・サステナビリティ レポーティング
ガイドライン(第3版)

※この社会・環境レポートの記載事項(数量・金額など)は概数によるものがあり、今後、変更される場合があります。



活字文書読み上げ装置
テルミー

Contents

ごあいさつ

P 3 トップメッセージ

日本ハムグループの概要

P 5 経営データと事業内容

経営の基盤

P 7 コーポレート・ガバナンス

P 9 コンプライアンスへの取り組み

「食べる喜び」をお届けするために

P 11 地域に溶け込む営業活動

P 13 森の薫り「おいしさ」の理由

P 15 石窯工房マルゲリータ「おいしさ」の理由

P 17 お肉「おいしさ」と「安心」の理由

P 19 チーズ「おいしさ」の理由

P 21 海外で活躍する従業員

環境への取り組み

P 23 環境憲章

P 24 環境マネジメントシステム

P 25 事業活動における環境への取り組み(図解)

P 29 ライフサイクルアセスメントへの取り組み

P 31 容器包装への取り組み

P 33 グリーン購入、環境教育

P 34 「みんなの森林」活動

P 35 環境目標・結果

P 36 環境会計

品質保証、お客様とのつながり

P 37 安心・満足・感動の品質を目指して

P 38 安全審査

P 39 品質監査

P 40 安全検査

P 42 品質向上活動

P 43 食物アレルギーへの取り組み

P 45 お客様との対話を大切に

「人財」育成・働く環境

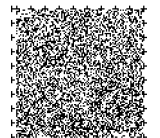
P 51 人財の育成と職場環境づくり

社会活動

P 53 北海道日本ハムファイターズ

P 55 社会・地域活動

P 57 コミュニケーションのために





情勢の変化にも果敢にチャレンジし、 皆様の健やかな暮らしと、 環境保全に貢献していきます

日本ハム株式会社 代表取締役社長 小林 浩

持続的な社会の発展^{※1}を目指して

経済情勢の激変、地球温暖化問題、食料資源の争奪など、私たちは過去に類を見ない状況下におり、過去の経験だけでは変化に対応できず、乗り切ることはできません。

そのような中で、日本ハムグループが変化に即応し、社会とともに持続的に発展するためには、果敢に変化し続ける組織として、事業活動を進めていく必要があります。

日本ハムグループの「企業理念」「経営理念」は事業を進めていくための基軸です。

「企業理念」にある「食べる喜び」とは、人々に「食」を通しておいしさの感動と健康の喜びをもたらすことであり、このことは人々の生活の原点です。

お客様のニーズに合った「安全・安心」で品質の高い商品を提供し、楽しく健やかな暮らしに

貢献することが私たちの使命であり、私たちは実現に向けチャレンジし続ける企業です。

実現するためには、従業員一人一人が日本ハムグループの「あるべき姿」を共有し、目標に向うことが大切だと考えています。

日本ハムグループは、食料の安定供給を図るという社会的に重要な役割を事業としており、さらなる発展を目指すために時代を先取りし、お客様視点による「食シーンの提案や食文化の創造」、スポーツを通じた健康づくりの応援など、食品を中心とした事業に積極的に取り組んでいます。

品質No. 1 経営の定着と進化

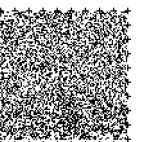
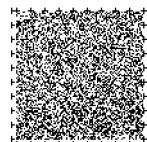
「食の安全・安心」に対する生活者の皆様の関心は、過去にたく高まっています。日本ハムグループは、これまで、「OPEN品質」のテーマの下に5つの品質方針と日本ハムグループ品質保証規程24項目を制定し、安全・安心をベースとし、満足・感動をお届けするための「品質バリューチェーン」の構築を進めてきました。

新中期経営計画パートⅢでは、「品質No. 1 経営の定着と進化」を経営方針に掲げ、日本ハムグループが一体となって安全の確保と品質の維持向上活動を展開していきます。商品やサービスの改善活動は食品メーカーとして当然のこととしてとらえ、お客様とのコミュニケーションを深め、お客様が日本ハムグループに求められる価値を把握し、従業員一人一人が主体性を持って品質の向上に取り組んでいます。

美しい地球を次世代に

私たち日本ハムグループは、生命を育み、その自然の恵みに感謝の気持ちを忘れずに食品にすることで事業を行っています。これらの源となる地球環境を守り、効率的な事業活動に取り組むことは、次世代に対する私たちの重要な役割であると考えています。

事業活動により発生する環境負荷を削減するため、2011年度の目標達成を目指し、新たに環境目標を設定し、活動を開始しました。さらに、CO₂排出量を大幅に削減した「エコ事業所」や「エコ製造ライン」の実現を通して、地球温暖化防止に対する責任を果たすとともに、商品の容器包装への取り組みを進め、さらなる環境負荷低減に取り組んでいます。



「食」を通して、 楽しく健やかな暮らしに貢献したい

ハム・食肉の製造・販売から健康食品の開発、スポーツまで、日本ハムグループの事業は「食」を中心に多彩な分野に広がっています。私たちが目指すのは、さまざまな場面で、多くの方と「おいしさの感動と健康の喜び」を分かち合うことです。



日本ハム(株)とグループの概要

【組織名称】

日本ハム株式会社

NIPPON MEAT PACKERS,INC.

【設立年月日】

1949年5月30日

【本社所在地】

大阪市中央区南本町三丁目6番14号

【代表者】

代表取締役社長 小林 浩

【資本金】

24,166百万円(2009年3月31日現在)

【従業員数】

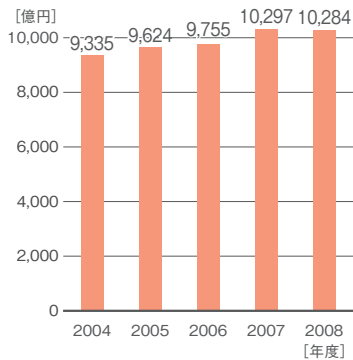
28,637名(2009年3月)

※グループ合計、臨時雇用者の平均在籍数を含む

【事業所】

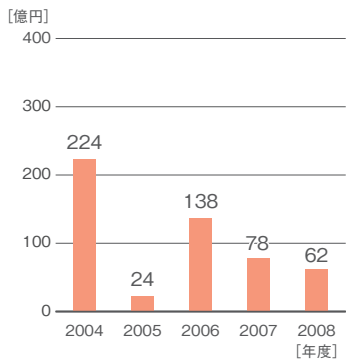
工場:95カ所、営業拠点:331カ所、研究所:2カ所(2008年9月現在、グループ合計)

連結売上高

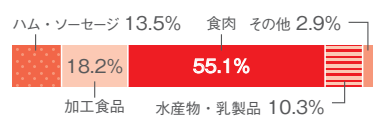


※2009年3月第3四半期に非継続となった事業に関しては、2009年3月期及び2008年3月期以前の数値を一部組み替えて表示しております。

連結税引前利益



品種別売上高の構成比(%)



国内外売上高の構成比(%)



※外部顧客に対する売上高より算出しています。

暮らしのいろいろなシーンで皆様を支える、日本ハムグループ。



生産飼育

日本ホワイトファーム(株)
インターファーム(株)
ニッポンフィード(株)
OAKLEY HOLDINGS PTY.LTD.(AUS)
TEXAS FARM,LLC.(USA)



ハム・ソーセージの製造

日本ハム(株) / 東北日本ハム(株)
静岡日本ハム(株) / 長崎日本ハム(株)
日本ハム北海道ファクトリー(株)
南日本ハム(株) / (株)函館カール・レイモン
(株)鎌倉ハム富岡商会
トーチクハム(株) / 協同食品(株)
(株)ジャバス / REDONDO'S, LLC(USA)
天津龍泰食品有限公司(CHN)



食肉の処理・加工

日本フードパッカー(株)
日本フードパッカー鹿児島(株)
日本フードパッカー四国(株)
日本ビュアフード(株) / 宮崎食品(株)
三川[食材(株) / 宮崎ビーフセンター(株)
OAKLEY ABATTOIR PTY.LTD.(AUS)
WINGHAM BEEF EXPORT PTY.LTD.(AUS)
THOMAS BORTHWICK & SONS PTY.LTD.(AUS)



加工食品の製造

日本ハム(株) / 日本ハム食品(株)
日本ハム惣菜(株) / NIPPON SHOKUJIN
MEXICANA S.A.DE C.V.(MEX)
威海日都食品有限公司(CHN)
山東日龍食品有限公司(CHN)
THAI NIPPON FOODS CO.,LTD.(THA)
THAI NIPPON VEGETABLE CO.,LTD.(THA)



食肉の販売

日本ハム(株)
東日本フード(株)
関東日本フード(株)
中日本フード(株)
西日本フード(株) / 南日本フレッシュフード(株)
DAY-LEE FOODS,INC.(USA)
BEEF PRODUCERS AUSTRALIA PTY.LTD.(AUS)
AUSTRALIAN PREMIUM BRANDS, INC.(USA)
日邦食品(上海)有限公司(CHN)



ハム・ソーセージ、加工食品の販売

日本ハム(株)
南日本ハム(株)
トーチクハム(株)
日本ハム北海道販売(株)
日本ハム東販売(株)
日本ハム西販売(株)
日本ハムカスタマー・コミュニケーション(株)



水産加工品の製造・販売

マリンフーズ(株) / (株)宝幸
(株)コーベ・フーズ / 真鱈(株)
NMP(CHILE)Y COMPANIA LIMITADA(CHI)
烟台宝昌食品有限公司(CHN)



発酵乳・乳製品(チーズ)の製造・販売

日本ルナ(株)
(株)宝幸(ROLF事業部)



天然系調味料の製造・販売

日本ビュアフード(株)



フリーズドライ・冷凍食品の製造・販売

日本ドライフーズ(株)
日本ハムデリニユーズ(株)



健康食品の開発・販売

日本ハム(株)
日本ハムヘルスクリエイト(株)



外食

(株)スエヒロレストランシステム



スポーツ

(株)北海道日本ハムファイターズ



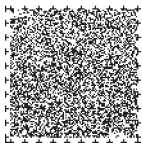
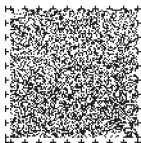
IT関連・サービス・その他

日本ハムビジネスエキスパート(株)
日本ハムライフサービス(株)
日本ハムキャリアコンサルティング(株)
日本ハム設計(株) / 日向農産加工(株)
(株)マイン



物流および商社

日本チルド物流(株)
日本物流センター(株) / 日本ハム物流(株)
日本ルートサービス(株)
ジャパンフード(株) / ビー・ケー・ケー(株)
NMP AUSTRALIA PTY.LTD.(AUS)
DAY-LEE FOODS,INC.(USA)
THAI NIPPON COLD STORAGE CO., LTD.(THA)
NMP(CHILE)Y COMPANIA LIMITADA(CHI)
NMP SINGAPORE PTE. LTD.(SIN)
NMP U.K. LTD.GBR / NMP(TAIWAN)INC.(TPE)
THAI NIPPON MEAT PACKERS CO.,LTD.(THA)



信頼を育み、総合力を高めるため、責任と権限を明確化し、内部統制の強化を図っています

日本ハムグループは、各事業部、関係会社がそれぞれの市場に最適な組織体制・事業戦略で運営され、その強みを発揮し、その上で、総合力を生かすグループ経営を目指しています。そのためにも、経営基盤としてコンプライアンス※2経営の徹底とコーポレート・ガバナンス※3の強化が不可欠です。

コーポレート・ガバナンスをしっかり機能させ、「お客様」「株主の皆様」「お取引先様」「従業員」などの各ステークホルダー※4に対する説明責任を確実に果たしていきたいと考えております。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

日本ハムグループにおけるコーポレート・ガバナンスの基本は、取締役の「経営監視機能」と執行役員の「業務執行機能」において責任と権限を明確化することです。経営監視機能を担う取締役の員数は、迅速かつ適切な意思決定および取締役会が負う責務の範囲を考慮して12名以下とし、取締役会をサポートする本社部門、委員会の充実を図っています。

また、取締役会の意思決定妥当性を高めるため、原則として取締役のうち複数名は社外取締役としています。取締役の任期については、年度ごとの経営責任を明確にする上でも1年としています。さらに経営監視機能を担う取締役の

役割は重要であると考え、取締役会により取締役の職務の執行を監督することを定款に明記しています。

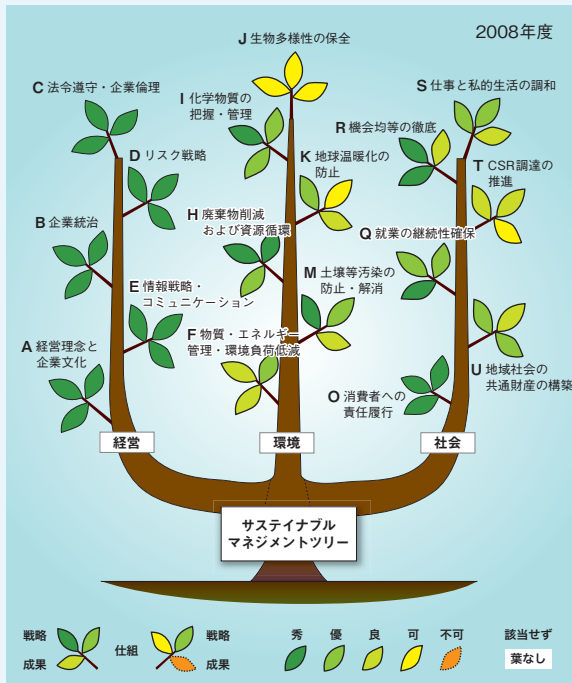
また、監査役および監査役会による経営監視体制も構築しています。監査役の員数は、取締役会に対する監視機能を十分に果たすために5名とし、3名以上の社外監査役を選任することを基本としています。

さらにコーポレート・ガバナンスの強化は、経営体制だけでなく、職場からの積み上げも重要との認識から、事業所やグループ会社の内部統制機能の強化も図っております。

サステナブル※5 経営格付ツリー

日本ハムグループは、環境経営格付機構による「サステナブル経営格付2008」の評価を受けました。結果を第三者からの評価として、掲載します。

日本ハム(株)は、ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・アジアパシフィック・インデックス(DJSI Asia Pacific)の構成銘柄に選定されました。このインデックスは、アジア太平洋地域の主要600社を対象に、経済、環境、社会の3分野においてサステナビリティを評価し、上位約20%にあたる122社を選定したものです。



内部統制機能の強化

日本ハムグループでは、「日本ハムグループ行動基準」にコンプライアンスの基本原則を設け、法令遵守はもとより、企業人・社会人として求められる倫理観・価値観に基づき、公正かつ適切な経営の実現と市民社会との調和を図っています。また、会社法に沿って「内部統制システム構築の基本方針」を定め、グループ全体で取り組むコンプライアンス、並びに内部統制を基軸としたリスク管理方針を定めています。

経営の透明性を高め、経営判断の妥当性を確保するために、ガバナンス会議・投融資会議・経営戦略会議にて、経営施策に伴うリスクを多面的に検討、審議を行うとともに、各種委員会を設けています。

「コンプライアンス委員会」は、コンプライアンスの浸透状況や具体的な課題などを検討し、その結果について取締役会または経営戦略会議に提言または報告を行います。また、「コンプライアンス部」ではグループ全体におけるコ

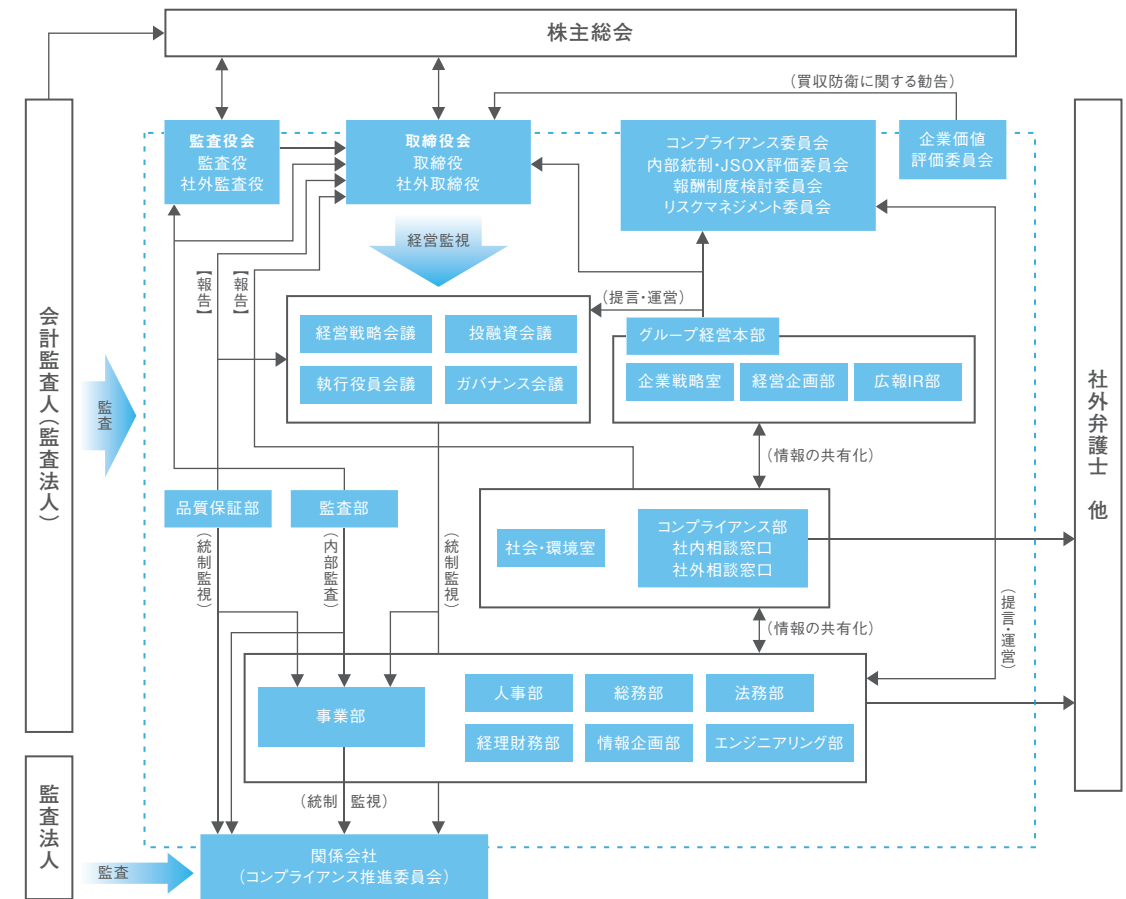
ンプライアンスの取り組みを横断的に統括しています。

「報酬制度検討委員会」は役員の業績を公正に評価する制度等、役員報酬に関する諸制度を検討することを目的としています。

「リスクマネジメント※6委員会」は、グループにおけるリスクマネジメントの推進に関する議題・対応策を協議し、検討事項およびその結果について取締役会または経営戦略会議に報告します。グループ全体のリスク管理は、総務部の管轄する「リスク管理チーム」が統括的に行います。このチームでは、「コンプライアンス部」や関係部署と連携し、グループの「リスクマネジメント規程」に基づき、想定されるリスクに応じた適切な対応と緊急体制の整備を推進します。

監査部では、グループ各社の業務を所管する事業部と連携して、グループ各社に対する内部監査を実施しています。

日本ハムグループ「コーポレート・ガバナンスの仕組み」



公正かつ誠実な企業活動を行い、 社会に対する責任を積極的に果たしていきます

日本ハムグループは、コンプライアンス※2を経営の基軸に据え、従業員一人一人の主体的な活動によるコンプライアンス浸透に取り組んでいます。

海外グループ会社にもコンプライアンス推進委員会を設置

日本ハムグループの全ての従業員にコンプライアンス精神の浸透を図るため、海外のグループ各社においてもコンプライアンス態勢の構築を進めました。

2008年12月までに海外グループ会社25社を対象に、10の「コンプライアンス推進委員会」を設置し、日本人駐在員(マネージャー層など)にコンプライアンス勉強会を実施するとともに、コンプライアンス推進計画について検討しました。今後、国内各社・各部門のコンプライアンス推進委員会同様、誠実で透明性の高い企業を目指し、各国の法令や慣習、事業の業種・業態に合致したコンプライアンス施策の立案と実行を進めていく予定です。



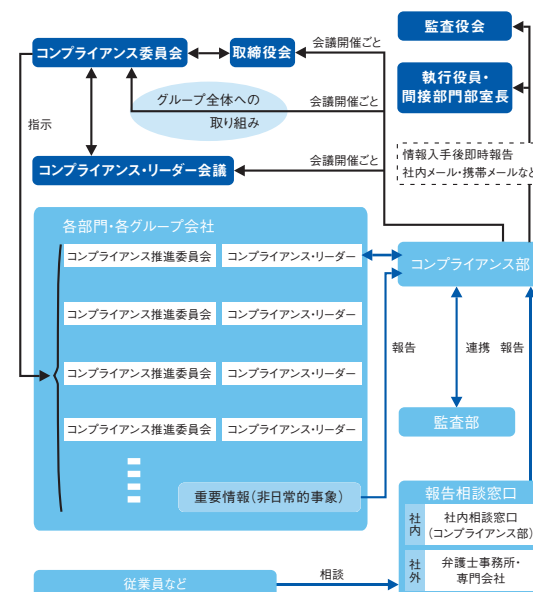
日本ハムグループのコンプライアンス態勢

推進組織の連携

グループ全体のコンプライアンス状況の確認と方針を検討する「コンプライアンス委員会」、各社・各部門で取り組みを進める「コンプライアンス推進委員会」、各コンプライアンス推進委員会の代表が具体策を検討する「コンプライアンス・リーダー会議」が相互に連携を図っています。

情報の一元管理

マイナス情報はコンプライアンス部で一元管理され、監査役、執行役員、部室長へは情報入手後即時報告され、取締役会やコンプライアンス委員会へも会議開催ごとに報告されます。



日本ハムグループのコンプライアンス・システム

日本ハムグループでは、コンプライアンスの浸透を図るために、①コンプライアンス経営の方針を策定し、その達成のために②周知活動を実施し、③適切に運用されているかを確認するモニタリングを実施しています。このPDCAのサイクルを繰り返し実施し、よりよいコンプライアンス経営の徹底に取り組めます。

1 コンプライアンス経営の方針策定

独自の行動基準や中期経営方針を策定し、これに則した行動をとっています。

日本ハムグループ行動基準

日本ハムグループを構成する全従業員の行動のあり方を示したものです。



日本ハムグループ 行動基準ハンドブック

「日本ハムグループ行動基準」を簡潔な文章とイラストでわかりやすく表現したものです。



各社行動基準マニュアル

「日本ハムグループ行動基準」を各グループ会社の業態や業種により合致させるために作成した、各社独自の行動基準です。



「日本ハムグループ行動基準」について詳しくは

<http://www.nipponham.co.jp/group/compliance/basis/>

2 周知活動の実施

コンプライアンスの更なる浸透のため、全従業員が理解を深め、コンプライアンスの重要性を再確認する周知活動を行っています。



グループ各社(国内)社長
コンプライアンス研修

コンプライアンス研修

階層ごとに、知識の習得や事例研究をもとにしたグループ討議などのコンプライアンス研修を実施しています。



日本フードバックカー(株)
道東工場勉強会

事業所勉強会

事業所単位あるいは近隣の事業所共催で社会に対する責任などをテーマにグループ討議を中心とした勉強会を行っています。



マリンフーズ(株)
コンプライアンス大会(福岡会場)

コンプライアンス大会

事業所勉強会など、職場単位での小集団活動を行い、コンプライアンス大会で活動・成果の共有化を図っています。

3 モニタリング

周知活動の成果・課題を確認するとともに、具体的な意見・要望を聞き取ることを目的にモニタリングし、情報として活用しています。

コンプライアンスアンケート (従業員の意識調査)

毎年、全従業員を対象としたコンプライアンスに関するアンケートを実施しています。組織風土とコンプライアンス違反の関係を数値で捉え、具体的な活動に展開しています。

会社情報管理規則

日本ハムグループの中で起こった非日常的な事象(業務上の損害や事故、トラブルなど)に関する情報は「会社情報管理規則」に則り、コンプライアンス部に集約され、重要情報として管理されます。マイナス情報を共有化することによって、素早い対応と類似の事柄の再発防止に役立てています。

相談制度

日本ハムグループの全従業員が組織に制約されずに自由に苦情や職場実態を通報・相談できる窓口を設置しています(社内に2カ所、社外に2カ所)。2009年4月より、仕事の悩みを相談しやすい態勢にするため、調査を前提としない相談窓口を社内に新設し、2カ所としました。



「食べる喜び」をお届けするために

営業、開発、製造…。日本ハムグループすべての部門がお客様視点で発想し、一つ一つの商品にたくさんのこだわりを込めて各地の皆様へ。

おいしい笑顔の世界に広げるため 部門や商品ごとに多くの工夫を凝らして



私たちは世界の方々と「食べる喜び」を分かち合えるよう、確かな品質の多彩な商品を作り、お届けしています。そして、安全・安心やおいしさなどの品質をもっと高め、より多くの方々に味わっていただけるよう、さまざまな工夫を重ねています。

お客様へ信頼を深めるセールスに努め、 いつも鮮度の高い味わいを。

日本ハムグループでは、食肉やハム・ソーセージをはじめとした多種多様な商品を、国内はもとより海外まで各地のお得意先様にお届けするため、多くの営業拠点を持ち、それぞれの地域に密着したセールスを行っています。

営業担当者はお得意先様を定期的に訪問しながら、そのニーズを敏感につかむコミュニケーションに努め、商品の配達はもちろん、次々と生まれる新商品や売れ筋商品の情報などもお伝えしています。また、お得意先様をバックアップする販売促進活動にも積極的に取り組み、商品を使った新しいメニューやお客様の目にとまる陳列方法のご提案なども行っています。

そのほか、お得意先様の店舗に常に必要な数の商品がそろい、欠品が発生することのないよう、受注量を早めに予測して確保する、日々の在庫管理に力を注いでいます。また、徹底した品質管理を実現したバーチャル・インテグレーション・システム※7の川下を守るため、賞味期限や保存温度のチェックを厳しく行い、鮮度の高い商品をお客様に召し上がっていただけるよう力を尽くしています。

信頼を結ぶこだわり

営業担当が語る

『笑顔と元気』をモットーに、お客様の
『楽しい食卓・食事』をサポートしたい。



日本ハム東販売(株)
富士営業所
田島 健作

私は、約100店舗を展開する量販店チェーンの担当です。市場状況が厳しい中であって、お得意先様とのコミュニケーションを大切にしつつ、「笑顔と元気」をモットーにして明るく営業活動に取り組んでいます。具体的には、日々の発注確認、お得意先様への商談、フィールド活動などが主な仕事です。

お客様の「楽しい食卓・食事」をサポートできるよう、保存温度のチェックなど商品の品質管理に目を配り、お得意先様と力を合わせて開発した新しいメニューのご提案も行っています。今後も、「環境(自然)」と「命の恵み」への配慮を忘れず、お客様視点に立った「顧客満足」を念頭に置いて、お得意先様とともに歩む「取り組み営業」にも力を注いでいきます。

営業担当が語る

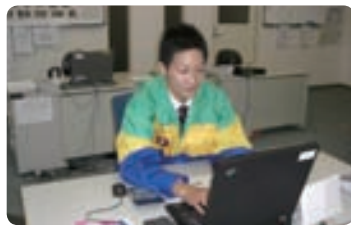


関東日本フード(株)
西関東事業部 甲府営業部
大越 一也

お得意先様と喜びを分かち合えることが、
何よりの励みになります。

私は、食肉販売のルートセールスを担当し、毎日お得意先様を訪問しています。そして、翌日の注文確認をはじめ、先を見越した商談、新アイテムや売れ筋商品の紹介といった業務を行っています。

一番やりがいを感じるのは、ご紹介した商品が売り上げアップに大きく貢献し、お得意先様の笑顔が見られるときです。そうして喜びを分かち合っていくことが、私の成長につながっています。また、営業の主幹としての立場からは、全員が足並みをそろえて取り組んでいくことが何より大切だと思っています。そのため、日ごろから部下との「会話」の機会を持ち、ときには課題解決のために一緒に行動してサポートしています。



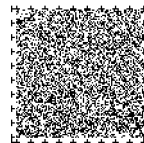
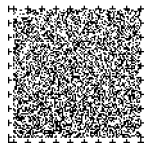
見積もり作成などデスクワークも大切な仕事



鮮度を保つための冷却温度管理



エコドライブを忘れずにお得意先様へ





厳しい品質基準をクリアして生まれた本格的な「おいしさ」

うま味とコクがたっぷりの豚ロース肉を塩漬熟成し、やわらかスモークで仕上げたロースハム「森の薫り」。本格的なおいしさは、JAS上級規格※8にこだわった厳しい基準をクリアした証拠。徹底した温度管理や、やわらかスモークといった多くの工夫が、その「鮮度」と「おいしさ」を維持しています。

「おいしさ」へのこだわり

おいしさ、安全をお届けするため、徹底した衛生・鮮度管理を実施

もっとおいしく、もっと安全に、そしてもっと安心して召し上がっていただくために。日本ハムでは、原料肉が商品となってお客様のもとに届くまで、厳しい品質基準を設定し、トータルな衛生・鮮度管理を実施しています。

また、より衛生的で迅速な製造・包装・配送ラインの確立に努めることで、森の薫りシリーズは全品、保存料を使わずにより出来たてに近いおいしい状態でのお届けを実現しています。さらにこのシリーズは、特定原材料(乳、卵、小麦、そば、落花生)を使用せずに*、製造しています。

*本品の製造ラインでは乳、卵を使用した製品も製造しています。

開発者が語る



日本ハム(株)
ハム・ソーセージ事業部 商品部
井上 善文

『おいしい』だけでなく、『環境にやさしい』商品を作りたい、との思いから、森の薫りが生まれました。

森の薫りは、地球環境の中で大切な森林資源である広葉樹のチップを使用して、スモークする「やわらかスモーク」をコンセプトに開発した商品です。JAS上級規格の厳しい基準をクリアしたおいしさ、5大アレルゲンの原材料を使用しない安全性、また保存料を使用しないといった素材や製法のこだわりから、安全・安心をお届けできる商品が生まれました。この森の薫りシリーズは、樹脂の使用量を削減した包装フィルムを使用することによって、包装フィルムのCO₂を削減しています。これからも、「環境」にもやさしい商品開発を進めていきます。

森の薫りができるまで

1 原料処理



豚肉から小骨やスジなどを人の手で丁寧に取り除きます。

2 塩 漬



原料処理を終えた豚肉に、食塩や調味料などを混ぜ合わせた「ピクル液」を肉の内部に注入します。

ピクル液の注入が終わった豚肉は、低温の冷蔵庫で一定期間じっくり熟成され、ピクル液をすみずみまで浸透させます。

3 充 填



熟成された豚肉は、丸い形のハムにするために、ケーシングという袋状の入れ物に専用の充填機で詰められます。

4 くん煙・加熱・冷却



充填された肉は、広葉樹のチップでじっくりとスモークし、加熱殺菌の後、素早く10℃以下まで冷却します。

5 包装・梱包



クリーンルームで同じ厚みになるように1枚ずつスライスし、人の目と機械でチェックされた後、包装し箱に詰められ、出荷します。

皆で取り組めるECOアイデアを紹介

「森の薫り」のウェブサイトでは、キッチンや食卓でできる簡単なエコを紹介しています。

- ・食材はまるごと使い切りましょう。
- ・調理でエコははじめませんか？
- ・家族で一緒に食べれば楽しくエコ！
- ・旬の食材でエコしましょう！
- ・冷蔵庫の残り物を一掃しよう。 etc

web 「ecoへの取り組み」について詳しくは
http://www.nipponham.co.jp/mori_kaori/products/

環境に配慮した包装材を使用

包装材の樹脂使用量を削減し、包装材製造時のCO₂排出量をロースハム、ボンレスハムは16%、うす皮ポークウィンナー、ベーコンは10%（従来比*）削減しています。



*包装パッケージ単位面積(1㎡)あたりの資源使用量を算出して、包装パッケージ製造時に排出されるCO₂量を従来品と比較しています。

29 ページも合わせてご覧ください



本場のピザを日本の食卓に！ 日本一愛されるピザを目指して開発

「焼きたての感動!!を食卓へ」をテーマに、自家製生地・製法と素材にこだわった石窯工房シリーズ。2009年で発売5周年を迎える石窯工房 マルゲリータは、2009年1月に、日経POSランキングでチルドピザ部門売り上げNo. 1を達成しました。これからもご満足いただける商品作りに励んでいきます。

「おいしさ」へのこだわり

本場イタリアの味と同じ食材を厳選

ピザの本場イタリアの製法を研究し、イタリア塩と天然酵母を使って焼き上げたクリスピー生地は、ローマ風のサクツとした食感が特徴。トッピングには完熟トマトソース、ナチュラルチーズ、100%エキストラバージンのオリーブオイルを使用したバジルオイル。すべての食材に徹底した安全管理を実施しています。

素材の持ち味を引き出す製造技術を採用
チーズは風味を損なわないようにジャスト・イン・タイムでカットして使用。トマトソースやバジルオイルは炊き上げ後に急速冷却し、おいしさと鮮度を保持しています。気温や湿度などに左右される天然酵母は、品質を安定させるため、製造工程をFT-CCP※9で管理し、本場の味に仕上がっています。

開発者が語る



日本ハム(株)
デリ商品事業部 商品企画室
商品企画課
小野 悟嗣

日本に本場のピザを届けたい、との思いで開発。
石窯工房が『チルドピザ市場』を開拓しました。

新入社員の頃から、この石窯工房の商品開発に携わってきました。イタリアで伝統の味を伝えるピッツェリアのように、息長くお客様に愛され続ける商品を開発したいという一心で、本場の味を求めてイタリアに出向き、小麦粉・チーズ・トマトなどの素材や製法を徹底的に研究しました。お陰様で、お客様のご支持をいただき、「チルドピザ」という新しい市場を創造し、多くの人気商品を生み出すことができました。これからも安全・安心には細心の注意を払い、確かな品質をお届けしていきます。

石窯工房 マルゲリータができるまで

1 生地練り



小麦粉、水、食塩などを大型のミキサーで練り上げます。練り時間や練り上がり温度は、生地の食感や風味に影響します。

2 成型



練り上げた生地を一度休ませ、ピザの形にします。厚みや大きさがばらつかないように優しく薄く伸ばします。

発酵

伸ばした生地を発酵させます。気温や天候に影響されやすくFT-CCP※9で管理しています。

3 焼き上げ



高温の連続オーブンで、短時間で香ばしく焼き上げます。温度や時間はFT-CCPで管理しています。

4 トッピング



鮮度とおいしさを大切にした完熟トマトソースと、カットしたのチーズを丁寧にトッピングします。

5 包装



衛生管理されたクリーンルームでバジルオイルを乗せて包装します。

CO₂を削減するために、ボイラー燃料を都市ガスに転換
ピザやチキンナゲットなどの商品を製造している日本ハム食品(株)関東プラントは、温室効果ガスのひとつであるCO₂の削減を目指して、ボイラー燃料をLPGから都市ガスへと転換しました。年間約3,000tのCO₂排出量削減を見込んでいます。

東京都品川区、江戸川区主催の環境イベントに出展

日本ハム(株)は、2008年5月に開催された品川区主催の「エコフェスティバル」、6月に開催された江戸川区主催の「環境フェア」に出展しました。江戸川区で開催された「環境フェア」では、日本ハムグループのクッキングアドバイザーが江戸川区発祥の小松菜を利用した酢豚やピザの作り方を紹介し、地元の食材を利用する良さをご来場の皆様にお伝えしました。





徹底した衛生管理と健やかな飼育で「おいしさ」と「安心」を追求

日本ハムグループでは、優秀な種豚を導入し、品質改良を重ねることによって、より高品質な豚肉を生産しています。また、飼育から加工までを自社グループで運営管理できる体制を確立することで、安心と鮮度を追求。食卓にスピーディーに、おいしいお肉をお届けしています。

「おいしさ」へのこだわり

資質のよい豚を、健康を最優先に考えた環境で育成
おいしい豚肉を作るために、健康で資質のよい母豚づくりから着手。質のよい親から生まれた豚は、厳選された飼料のみを与えられ、ゆとりある飼育環境のなかでストレスなく健康に育てられます。約90日間の育成期間を経て生体重約110kg・180日前後まで飼育されます。

安心をお届けするために、食品安全規格SQFを導入
豚の生産や豚肉の加工を行う事業所では、食の安全確保・品質保証のシステムとして、SQFプログラムを導入。危害分析による危害の低減や、作業の標準化による品質の安定と高品質の実現などを行うこのシステムを維持・改善することで、安全・安心な商品の提供に努めています。

📖 SQF 認証の取得状況は、**39** ページへ

生産者が語る



インターファーム(株)
東北事業所 三戸農場
中島 淳志

最高の豚肉作りのために、豚の気持ちになって快適な生活環境づくりに取り組んでいます。

母豚に種付けをする交配部門と、出生後の子豚を育てる分娩部門の統括責任者をしています。豚は繊細な生き物なので、日々の気候や気温に影響を受けやすく、常に細心の注意が必要ですが、その点が難しくもあり、楽しさを感じる点です。現在、国際認証規格SQF1000※10の運用を行うチームも担当していますが、さらに徹底した安全・衛生管理で、インターファームの豚肉は最高!!といわれるようなものを作りたいです。

お肉がお店に並ぶまで

1 繁殖・育成



母親の親の代にあたる豚から自社内で飼育・交配して繁殖。品質改良を重ね、質のよい豚を育成しています。

2 肥 育



豚の成長や健康状態に合わせた飼料を与えて育てます。農場では、入場する際には人も車も必ず洗浄し、衛生管理を徹底しています。



快適な環境で育った豚は、農場から近くの工場まで、自社の専任家畜運搬車でダイレクトに運ばれます。



到着した豚は、ストレスを減らすため、一定期間休養させ、その後、洗浄され、健康状態や疫病などのチェックを受けます。

3 処理・加工



加工処理工場に運ばれた豚は、徹底した温度管理・衛生管理のもと、スピーディーに処理され、鮮度のよいカット肉になります。

4 出荷・輸送



加工された豚肉は、スピーディーに全国の販売拠点を通じて、お取引先の各店頭へ運ばれます。

「安全・安心」をお届けできるよう、**食肉の生産履歴を開示**
日本ハムグループのインテグレーション※11で生産・加工するお肉について、「どこで生まれ・誰が育て・どんな飼料を与えたか」などの生産履歴を管理するトレーサビリティシステム※12を確立。インターネット上で情報を開示しています。

お問合せ番号
(EAN128対応済)



「お問合せ番号」を利用して、
生産情報の照会が可能。



生産者情報

飼料情報

予防プログラム

ここに掲載しているものは、サンプルです。

Web 「トレーサビリティシステム」について詳しくは
<http://www.nipponham.co.jp/nicot/>



ロルフの「こだわりと歴史」が詰まったプロセスデンマークはこうして創られる!!

1964年にチーズの品質管理が厳しいことで知られるデンマークのJ.HANSEN社と技術提携を行い、日本でのチーズの生産、販売を開始しました。本年、原点に立ち返りデンマーク産チーズを主原料に「安全とおいしさ」を追求したプロセスチーズを創りあげました。

「おいしさ」へのこだわり

独自の製法で創りあげた、ロルフの歴史とプライドがこもった一品
デンマーク産チーズのコクと旨味を商品に最大限に生かすために、国産チーズの使い方に工夫を凝らし、ロルフ独自の乳化方法で「本当においしいプロセスチーズ」を創りあげました。

チーズの硬さの見極め方を標準化し、均質な食感を維持
製品の硬さは食感と加工する際の作業性に大きく関わります。出来上がりの熱いチーズの状態ではへらなどにかかる重量感で見極めます。技術の伝承が難しいため、プロ化はもとより標準化を推し進めながら、均質な物づくりに努めています。



開発者が語る



(株)宝幸
商品開発部
小金澤 裕之

お客様に感動をお届けするため、おいしさを追求しています。

チーズ製品の研究や開発を行う業務を担当しています。チーズ製品は、使用する原料や製法の違いによって、出来上がる商品の物性や風味がさまざまに変化します。お客様の嗜好やニーズにあった商品を作るため、試作を繰り返しながら商品の完成度を高めていきます。その後も、工場の製造ラインで安定的に商品を製造するために、原材料の配合や製法などの見直しを行っています。このような取り組みを重ねて出来上がった商品が、常にお客様においしさの感動を提供できるものでありたいと考え、商品の研究や開発を進めています。

チーズができるまで

1 原料処理



デンマークより輸入されたチーズや国産チーズを粉碎し、配合します。

2 乳 化



特殊な機械で熱をかけ乳化します。水分・pH等を測定し工程で異常がないかチェックします。

3 充 填



10kgの大きな型に充填し、冷却します。

4 加 工



裁断機を使い規定の大きさにカットします。

5 包 装



金属探知機や重量チェックをした商品を包装します。官能検査・細菌検査などを実施し商品の安全性を最終チェックしています。

6 出 荷



検査を通過した安全な商品を出荷します。

生産過程で生まれる残渣を畜産飼料として再利用

工場の生産工程で出てしまう動植物残渣は、以前は廃棄処理されていましたが、処理業者によって適切に加工処理され、畜産(豚など)の飼料として再利用しています。人から家畜へ、家畜から人へ戻るといった循環型の食品資源として自然環境に配慮した方法を確認しました。

独自の基準に基づいた安全管理

乳化後に水分・pHを測定し基準内であることを確認し、乳化工程までを管理しています。また、充填・冷却後に硬度を測定し、加工適正の指標にすると共に、製品では官能検査※13、細菌検査などで、二重三重のチェックを実施しています。

(株)宝幸のチーズ製品(一例)



海外で品質の高い食品を作り、日本で親しまれるおいしさを世界の食卓へ

日本ハムグループは、国内はもとより海外にも生産、販売、原料調達などの拠点を所有し、グローバルに事業を展開。「食べる喜び」を分かち合うために世界12の国と地域で働く従業員の中から、今回は英国、中国、タイからのメッセージをご紹介します。

イギリス
英国日本ハム

中国

日本ハム上海事務所
威海日都食品有限公司
山東日龍食品有限公司
烟台宝昌食品有限公司
日邦食品(上海・青島)有限公司
天津龍泰食品有限公司

タイ

タイ日本ハム
タイ日本フーズ
タイ日本ベジタブル
タイ日本コールドストレージ



私たちの使命は、英国でも日本ハムグループの知名度を上げることです。



英国日本ハム(株)
三村 康治

EU(欧州連合)各国から日本、韓国、中国へさまざまな食肉の三国間貿易を行っています。いまの主な担当は日本ハムグループへのフローズンポークの仕入れと販売です。営業一筋だった私にとって、こちらで経理、労務、貿易実務といった仕事にも携われることはとても貴重な経験で、スキルアップにつなげていきたいと思っています。

やりがいを感じるのは、商談がまとまってサプライヤーから「日本ハムグループと付き合ってたよかった」と言われたときです。英国ではまだ浸透していない日本ハムグループの名を、日本のように広く知らしめることが私たちの使命だと思っています。また、自分が日本ハムグループの代表であることを胸に刻み、魅力ある人間となれるよう努めています。



中国で開発したオリジナル商品が、日本でもヒットすることを願っています。



山東日龍食品有限公司
下屋 章

私は中国の方に喜んでいただける商品の拡大販売に努め、日系企業を中心にアプローチしています。会社対会社というイメージが強い日本での仕事と違い、中国では個人的なつながりがとても大事です。一人のバイヤーさんを知っているだけで、商談がスムーズに進むことが多くありますからね。お得意先様に日本で学んだご提案手法や商品を喜んでいただき、「謝謝」という言葉をいただけたときが何よりうれしいです。また、日本ハムグループの商品が中国のお客様にも選ばれているシーンを見ると、熱心にセールスをしたかいがあったと思えます。今後も目標達成のために励み、いつかは山東日龍食品のオリジナル商品が、日本でもヒットする日が来ることを願っています。



タイで新しい経験を積んで、視野が広がり、自信にもつながりました。



タイ日本ハム(株)
竹内 康彦

マリルフーズ(株)など日本ハムグループの仕入担当者をサポートするのが、私の主な業務です。具体的には、仕入担当者に代わって現地の協力工場への生産指導、商品開発、価格交渉などを行っています。また、タイ国内への水産物の販売や三国間貿易のお手伝いもしています。東南アジアは日本に比べて大規模な会社が少なく、交渉相手のほとんどが経営者であることが多いのです。そのため、日本で仕事をしていたら会えないような方々から貴重なお話を伺うことができます。また、海外では多くのことにチャレンジする機会も与えられます。そうしたいろいろな経験を積むことで、自分の視野が広がり、自信にもつながりました。



環境への取り組み

美しい地球を次世代に残すため、日本ハムグループは、これまでの活動に加え、新たな取り組みにも着手していきます。

環境理念を基本姿勢として、地球を守るための取り組みを実施

日本ハムグループでは、1998年に環境活動の基本的な方針として「環境憲章」を制定。従業員一人一人が「環境憲章」を基本として、さまざまな活動に積極的に取り組み、その活動領域を広げています。

環境憲章

環境理念

日本ハムグループは、自然の恵みに感謝し、美しい地球を次世代に残すことは私たちの責任であると考え、企業活動のあらゆる面で継続的に環境保全に取り組みます。

環境行動指針

我々は、環境問題への理解を深め、一人一人の業務において、環境へのやさしさを実践します。

- 環境・安全に配慮した商品・サービスの開発に努めます。
- 省エネ・省資源・環境負荷低減に努めます。
- 推進体制の整備や意識向上をはかり、環境管理システムの充実に努めます。
- 法規制の遵守はもとより必要に応じて自主基準を設定し、環境保全水準の向上に努めます。
- 環境保護活動を通して、地域社会との協調・融和に努めます。

環境年表

1998	・「環境宣言」を行い、「環境憲章」を制定 ・環境室を設置
1999	・日本ハム(株)小野工場にてISO14001認証を取得(ハム・ソーセージ業界初) 
2000	・グループを横断した環境対策委員会を設置
2001	・ウェブサイトに「環境への取り組み」を掲載開始 ・容器包装識別表示を開始 ・「環境レポート2001」を発行 ・「みんなの森林」第一号を林野庁と契約(兵庫県大成山) 
2004	・日本ハム(株)のハム・ソーセージ・加工食品製造工場全工場でのISO14001認証取得が完了 ・みやざきバイオマス発電に参加(鶏糞を燃料とした発電)
2005	・「環境配慮」を盛り込んだ購買基本方針公表 ・チームマイナス6%に参加し、「クールビズ」と「ウォームビズ」を全グループで実施 ・オーキーホールディングス社ワイアラ牧場ISO14001認証を取得(初の海外事業での取得)
2006	・日本ハム(株)中部圏営業グループISO14001認証を取得(初の営業部門での取得) ・日本ハム食品(株)、日本ハム惣菜(株)全7工場でのISO14001認証取得が完了 ・北海道にてバイオディーゼル燃料の使用を開始
2007	・日本ルナ(株)全工場でのISO14001認証取得が完了 ・ワイアラ牧場エコビーフが食品で初めて環境ラベル「エコリーフ」の認証を取得  No.CP-07-001
2008	・日本ハムグループの全車両を対象とした「エコドライブ」コンテストを開始 ・NPO法人ごみじゃぱんが主催するごみ減装実験に参画 ・事業所ごとのCO ₂ 排出量、車両ごとの燃費・燃費改善度の情報を各月ごとに公開を開始



将来にわたって持続できる社会づくりのため環境保全の仕組みを構築

工場と営業部門で取得していた環境管理に関する国際規格「ISO14001※16」。さらに2009年には北海道日本ハムファイターズでも認証を取得し、グループ全体で、環境保全に取り組む仕組みづくりをすすめています。

ISO14001認証事業所(2009年3月現在)

1 日本ハム北海道ファクトリー(株) 北海道旭川市 2002.6.24

2 (株)北海道日本ハムファイターズ 北海道札幌市 2009.2.5

3 日本ハム惣菜(株)北海道工場 北海道江別市 2006.3.24

4 (株)ジャバス 青森プラント 青森県おいらせ町 2009.3.3

5 東北日本ハム(株)山形工場 三川食材(株) 山形県酒田市 2002.11.1

6 日本ハム惣菜(株)新潟工場 新潟県三条市 2006.3.24

7 日本ハム(株)茨城工場 茨城県筑西市 2001.8.7

8 日本ハム食品(株)関東プラント 茨城県常総市 2006.10.20

9 日本ルナ(株)関東工場 群馬県高崎市 2007.9.19

10 静岡日本ハム(株) 静岡県吉田町 2003.2.4

11 日本ハム(株)中部圏営業グループ 愛知・三重・岐阜・長野・石川・富山・福井・静岡の20拠点 2006.3.27

12 日本ハム食品(株)桑名プラント 三重県木曽岬町 2005.4.28

13 日本ルナ(株)本社・京都工場 京都府八幡市 2007.9.19

14 日本ハム食品(株)関西プラント 兵庫県小野市 2006.1.10

15 日本ハム(株)小野工場 兵庫県小野市 1999.11.22

16 日本ハム(株)兵庫工場 兵庫県加古川市 2001.10.3

17 日本ハム(株)徳島工場 徳島県石井町 2001.10.12

18 長崎日本ハム(株) 長崎県川棚町 2002.6.3

19 日本ハム(株)諫早プラント 長崎県諫早市 2004.4.1

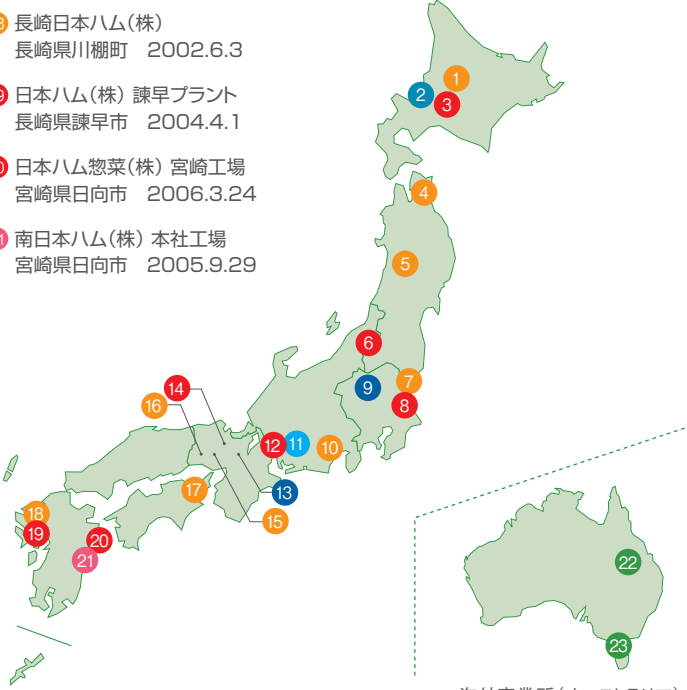
20 日本ハム惣菜(株)宮崎工場 宮崎県日向市 2006.3.24

21 南日本ハム(株)本社工場 宮崎県日向市 2005.9.29

22 オーキーホールディングス社 ワイアラ牧場 クイーンズランド州 2005.5.10

23 オーキーホールディングス社 キングアイランド シーライト農場 タスマニア州 2005.8.25

※年月日は、各事業所のISO14001認証取得日です。



海外事業所(オーストラリア)

●:ハム・ソーセージ製造工場 ●:加工食品製造工場 ●:ヨーグルト製造工場 ●:畜産農場 ●:食肉総合工場 ●:営業部門 ●:スポーツ

日本ハムグループからのご報告

2008年12月12日に日本ハム(株)茨城工場から排出した排水の生物化学的酸素要求量(BOD)が、基準値(15ppm)を2.8ppm超過していました。原因は、調味液などが一時的に大量に発生し、排水処理施設の処理能力を超えた状態であったためと思われます。発生した事故に対して、再発防止のため、次の対策をとりました。

1)調味液等の濃度の高い液体は、貯水槽等に一旦貯留したのち、流量を調整し、処理することとしました。

2)排水処理施設の処理能力を高める改修工事を実施しました。

上記の再発防止策を実施し、継続的に排水濃度を測定していますが、基準値の超過は発生しておりません。

本文中の※印の用語については巻末(P58～P59)に解説を記載しています。

経営の基盤

「食べる喜び」をお届けするために

環境への取り組み

品質保証、お客様とのつながり

「人材」育成・働く環境

社会活動

経営の基盤

「食べる喜び」をお届けするために

環境への取り組み

品質保証、お客様とのつながり

「人材」育成・働く環境

社会活動

23

24

原料の調達から製造、商品の配送に至るすべての段階で環境への負荷を減らせるよう、さまざまな取り組みを推進しています。



商品の環境負荷をとらえて、環境にやさしい商品づくりを

日本ハムグループでは、2007年度に行った「オーストラリア産牛肉」のエコリーフ認証に引き続き、2008年度には、カーボンフットプリントの算定を実施しました。こうして積み重ねた経験を生かし、商品の環境負荷の低減に向けて検討を始めました。

商品のライフサイクルアセスメント(LCA)とは？

商品が皆様のご家庭に届き、お召し上がりいただくまでには、お肉や小麦といった原料の育成・加工や包装フィルムの製造から始まり、工場での商品への加工、店頭への輸送、店頭での展示、パッケージの廃棄など、多く

の段階があります。これらの段階ごとに、どれだけの環境負荷が発生しているのかを計算し、評価していく手法がライフサイクルアセスメントです。



商品が環境に与える影響をCO₂重量で表示する「カーボンフットプリント」。

カーボンフットプリントとは？

商品やサービスの原材料の調達から製造、廃棄、リサイクルまで。商品のライフサイクル(生涯)を通じて排出する温室効果ガス※17について、わかりやすいようにCO₂の重量に換算し、その数値を商品のラベルなどに表示する仕組みのことです。カーボンフットプリントによって、それぞれの商品やサービスが環境に与える影響を数値で知ることができます。

CO₂の重量を算定する方法は？

原材料の生産や輸送をはじめ、商品の製造から輸送、小売店での陳列、パッケージの廃棄まで。それぞれの段階で使われる電気などのエネルギーはもちろんパッケージの廃棄処理に至るまで、すべての環境負荷をCO₂の重量に換算して、算定しています。

商品の環境負荷を表示する仕組み～カーボンフットプリント～

2008年度、日本ハム(株)は「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」に参加しました。研究会の活動の中で、当社は、森の薫り「あらびきウインナー」と「ロースハム」、石窯工房「マルゲリータピザ」について、カーボンフットプリントの算定を実施しました。

カーボンフットプリントは、商品のライフサイクル全般でどれだけのCO₂やメタンガスなどの温室効果ガスが発生したのかを表示するものです。商品のカーボンフットプリントを削減するために、どのような方法があるのかなど、今後も継続して検討を進めていきます。



※このCO₂表示(カーボンフットプリント)は、2008年度に行われた「カーボンフットプリント制度の実用化・普及推進研究会」での暫定ルールに基づく算定であり、今後、算定ルールの変更により数値が変更となる場合があります。

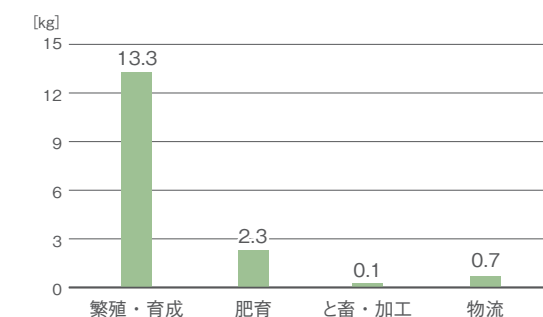
商品の環境負荷を表示する仕組み～エコリーフ※14～

2007年度には、オーストラリア産牛肉を対象としてライフサイクルアセスメントを実施し、エコリーフの認証を取得しました。エコリーフは、カーボンフットプリントと同じく、商品のライフサイクル全般の環境負荷を算定し、評価するものです。その違いは、環境負荷を算定する

範囲として、エネルギーの使用量や硫酸酸化物の排出量なども含まれ、カーボンフットプリントよりも幅広い評価が可能なことにあります。牛肉について算定した結果、温暖化負荷のうち約86%が牛の反すう(げっぶ)により発生したことがわかりました。



各ステージの温暖化負荷CO₂換算値
(オーストラリア産牛肉1kgあたり)



環境への負荷を減らすために 容器包装の見直しに着手

商品の安全や鮮度を保つためには、適切なパッケージは欠かせません。しかし、商品のパッケージは、お召し上がりいただいた後、ゴミとなります。日本ハムグループでは、これら商品の容器包装を軽量化する取り組みを進めています。

商品の容器包装簡易化への取り組みを推進。

商品の容器包装には、型くずれを防止するためのトレイや、商品の鮮度・味を保つための包装(パッケージ)などを使用しています。商品の鮮度・味を保ちつつ、容器包装をどのように削減できるかなど、日本ハムグループでは商品の容器包装簡易化への取り組みを進めています。容器包装簡易化への取り組みの一例として、炭火焼ハンバーグの事例をご紹介します。

容器包装を
32%削減
しました

この削減率は、容器包装(トレイ、包装フィルムなど)の重量をハンバーグ1個当りで従来品と比較し、算定したものです。



炭火焼ハンバーグ
デミグラスソース

炭火焼ハンバーグ
和風おろしソース

炭火焼ハンバーグ
バーベキューソース

容器包装の再商品化実施委託状況のご報告。

容器包装リサイクル法では、特定の企業に対して容器包装の再商品化義務を課しています。日本ハムグループは、(財)日本容器包装リサイクル協会に再商品化を委託し、製造・販売した商品の数量に応じた再商品化実施委託料金を支払っています。

契約年度	再商品化実施委託料金(百万円)			対象容器包装の排出見込量(t)				契約の根拠となる排出見込量の実績算定年度
	支払い料金	内 訳		プラスチック 容器包装	紙容器包装	びん	PETボトル	
		契約料金	精算金額					
2007年度	464	584	120	9,555	952	1,810	—	2005年度
2008年度	352	573	221	10,268	1,222	1,158	11	2006年度
2009年度	—	512	—	10,063	1,211	1,598	3	2007年度

*「対象容器包装の排出見込量」は、契約年度の前々年度の製造・販売実績から算出しています。

*再商品化実施委託料金は、精算金額が確定した年度にその金額を反映させています(2009年度の精算金額は2009年7月頃確定される見込みです)。

*政令改正により、2008年度契約からドレッシング等に使用する容器の区分を「プラスチック容器」から「PETボトル」へ変更しています。

へらそう ごみ減装実験2008に参加しました。

日本ハム(株)は、特定非営利活動(NPO)法人ごみじゃぱんの主催する「ごみ減装実験2008」に参加しました。この実験は、ごみの発生抑制を目指して、「容器包装が簡易化されたごみの少ない商品を選ぶ」新しい買い物スタイルを提案するものです。実験の結果、容器包装が簡易化されたことが、情報として適切に伝われば、多くのお客様が、容器包装が簡易化された商品を購入されることが分かりました。「無理なくごみを減らす社会づくり」という目標の達成に向けて、私たちができることをこれからも続けていきます。



へらそう
ごみ減装実験のロゴマーク

生活者も巻き込んで、容器包装ごみ削減に向けた取り組みを

我が国では、容器包装のリサイクルは着実に進み、平成18年度でリサイクル率は19.6%に達し、埋め立て量は10年間で約半減しています。しかし、平成15年度には産業界は約400億円、自治体は約4,200億円と巨額の費用を使っています。容器包装は、製品コストの数%程度の費用と安価な割に、商品をアピールする効果が高く、内容物の保護に必要な以上に、目立つ包装が採用される傾向があります。生活者が商品を選ぶ際にごみ問題やリサイクルの費用に気がつけば、より簡易な包装の商品を積極的に選ぶことがごみじゃぱんの社会実験(ごみ減装実験2008)で証明されています。容器包装ごみを社会全体で減らすためには、包装を設計している産業界だけではなく、商品を選ぶ生活者、情報を提供するNPO等社会全体での取り組みが重要です。



神戸大学大学院
経済研究科 教授
特定非営利活動法人
ごみじゃぱん 代表
石川 雅紀 氏

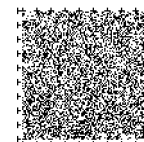
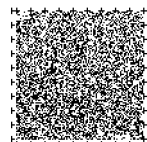
麗澤大学と協同で販売実験を実施しました。

日本ハム(株)は、麗澤大学と協同で簡易包装商品の販売実験を実施しました。この販売実験では、簡易包装商品のコンセプトについて、説明員をつけた場合、説明員をつけて説明資料を掲示した場合、説明資料のみを掲示した場合の3つに分けて、お客様がどちらの商品を選ばれるかについて確認しました。結果、説明員と説明資料を掲示した情報量の多い状態の時に、簡易包装の商品を選ばれるお客様が多いことがわかりました。お客様へ商品のコンセプトをどのようにお伝えしていくか、これからも検討を続けていきます。



販売実験で展示した説明資料

※簡易包装のシャウエッセンは、販売実験用の商品として企画・製造したものです。



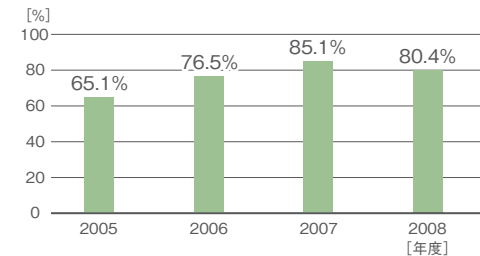
従業員一人一人が、環境を意識して日々の業務に取り組む土壌づくりを

日本ハムグループでは従業員の環境意識を高めるため、教育の充実にも力を入れています。さまざまな部門の従業員が、それぞれ工夫を凝らしながら環境負荷の軽減に取り組んでいます。

環境に配慮した用品を積極的に購入する「グリーン購入」※18を実施。

私たちの事業活動で使用する物品も、環境への負荷がより少ないものを利用するため、日本ハムグループでは、「グリーン購入ガイドライン」を定め、イントラネットを活用したグリーン購入を実施しています。2008年度は、環境表示の見直しの影響もあり、前年度よりグリーン購入率が低下する結果となりました。

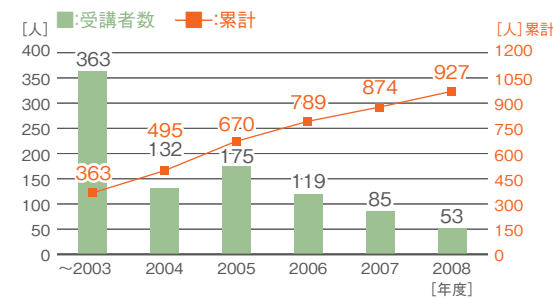
グリーン購入率の推移



定期的な環境監査と研修で、従業員の環境意識を向上。

日本ハムグループでは、環境マネジメントシステムを有効に機能させるため、定期的に内部環境監査を実施しています。内部環境監査では、事業所の従業員が監査員となり監査を実施します。監査員の能力を高めるためのリフレッシュ研修や新規に監査員を養成するための研修も継続的に実施しています。

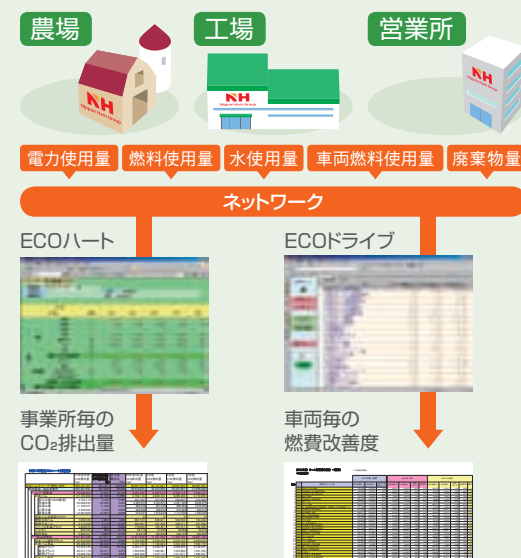
環境内部監査人教育の受講者推移



環境負荷の「見える化」から次の改善活動へ

2008年4月より、日本ハムグループの事業所毎のCO₂排出量、営業活動や配送に使用している全車両の燃費情報などをイントラネットやメールマガジンを利用し、月毎に公開しています。

「私の運転した車の燃費はよかったのかな?」「この営業所からはどれくらいのCO₂が出ているのかな?」など、見える化をすることによって、日々の活動の成果を把握し、次の改善活動に繋がる仕組みづくりを進めています。



「みんなの森林」活動を通じて、森林の保護・育成に貢献

雨水を地中に貯水したり、大気中のCO₂を減少させる働きのある森林。日本ハムグループは、国有林の一部を借り受け、「みんなの森林」と名付け、従業員、一般の方々、お取引先にも参加いただき、森林の保護・育成に努めています。



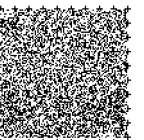
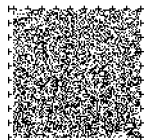
植樹や下草刈りといった森林保護活動に加えて、一般の方々をお招きしたウォークラリーも開催しました。ウォークラリーでは、NPO法人さとやま塾の皆さんから山の大切さについての環境講演や竹細工作りの指導を受けながら、親子で自然と触れ合いの中、楽しいひとときを過ごしていただきました。



2008年度は、従業員とその家族に加えて、日本ハムファミリー会や(財)日本鳥類保護連盟の皆さんにも参加いただき、活動を行いました。子ども達が自分たちの手作りで巣箱をつくり、木に設置しました。以前、設置した巣箱には巣作りのあとがあり、今回の巣箱も鳥たちの巣になることを期待しています。



以前から続けている瀬戸定光寺の清掃活動やウォークラリーに加え、従業員とその家族が自然の中で一緒に活動する機会をつくりました。子ども達が、お母さんと一緒に火おこしをしたり、自然の素材を使って木工クラフトを作るなど、経験する機会の少ない体験が森林という自然の中で行えました。



経営の基盤

経営の基盤

「食べる喜び」をお届けするために

「食べる喜び」をお届けするために

環境への取り組み

環境への取り組み

品質保証、お客様とのつながり

品質保証、お客様とのつながり

「人財」育成・働く環境

「人財」育成・働く環境

社会活動

社会活動

2008年度の結果を踏まえ、次なる一步を

2008年度は、3年間にわたる中期経営計画パートⅡ最後の年でした。目標未達成となる項目がありましたが、これらの実績をふまえて、2009年度からはじまる中期経営計画パートⅢの目標達成に向けて、より一層の努力を続けていきます。

中期経営計画パートⅡの目標と結果

日々の改善活動の結果、CO₂排出量の削減をはじめとして、6項目の目標のうち3項目は達成することができました。しかしながら、水使用量の削減、リサイクル化の推進など3項目については、目標を下回る結果となりました。

環境目標と2008年度の結果

取り組みテーマ	2008年度の目標値	2008年度の結果	まとめ
CO ₂ 排出量の削減 (原単位 ^{*19})	2005年度比 4.5%削減	6.7%削減	☺ 燃料転換や製造効率向上などの結果、削減することができました。
水使用量の削減 (原単位)	2005年度比 4.5%削減	2.6%削減	☹ 使用量は約1%の削減であったものの、目標未達成となりました。
廃棄物発生量の削減	2005年度比 6.0%削減	8.0%削減	☺ 農場・製造工場の改善活動が効果を上げ、削減できました。
リサイクル化の推進	リサイクル率 95%以上 (工場部門、発生量比)	93.6%	☹ 処分先変更等の影響により、一部でリサイクル率が低下しました。
グリーン購入 ^{*18} の推進	グリーン購入率 75%以上 (事務用品、紙類)	80.4%	☺ 事務用品集中購買システムを活用し、大幅に向上しました。
低排出ガス車 ^{*20} の導入推進	60%以上 (低排出ガス車導入率)	44.7%	☹ 車両の新規導入時に、順次、更新を進めています。

中期経営計画パートⅢの目標

2011年度の目標達成を目指して、2009年度から新たな目標を設定し、活動をスタートしました。今回の目標設定では、食にかかわる日本ハムグループにとって食品廃棄物などの発生量抑制や有効活用は重要な課題であると考え、目標に組み入れています。地球温暖化対策や水資源の有効的な活用など、事業活動の中で、効率的に取り組みを進めていきます。

中期経営計画パートⅢの目標

目標	目標	基準値及び参考値
CO ₂ 排出量の削減 (エネルギー起源)	原単位 3%削減 (目標原単位：834.5kg-CO ₂ /t)	2005年度～2007年度 平均値 860.4kg-CO ₂ /t
廃棄物発生量の削減	総量 3%削減 (目標発生量：749,508t/年)	2005年度～2007年度 平均値 772,689t/年
廃棄物リサイクル率の向上	99%	参考：2005年度～2007年度 平均実績 97.8%
食品リサイクル率の向上	87% (ファームを除く)	参考：2007年度 実績 83.6%
用水使用量の削減	原単位 3%削減 (目標原単位：17.6m ³ /t)	2005年度～2007年度 平均値 18.2m ³ /t
グリーン購入率の向上	90%	参考：2005年度～2007年度 平均実績 80.8%
車両燃費の改善	5%向上 (2008年度比)	参考：2007年度 6.44km/ℓ

2008年度 環境会計^{*21}

環境活動で必要になった費用とその効果を項目別に集計したものが「環境会計」です。これらの数値を改善活動の成果を客観的に判断する材料の一つとして活用しています。

環境保全コスト(単位：百万円)

	項目	投資	費用
Ⅰ. 事業エリア内コスト	①公害防止のためのコスト	134	772
	②地球環境保全のためのコスト	29	24
	③資源循環のためのコスト	79	795
	小 計	242	1,592
Ⅱ. 上・下流コスト	①グリーン購入・調達のためのコスト	0	0
	②容器包装再商品化委託費用	0	325
	小 計	0	325
Ⅲ. 管理活動コスト	①社員環境教育・啓発のためのコスト	0	2
	②ISO14001認証取得・維持コスト	0	18
	③環境負荷監視のためのコスト	0	43
	④環境保全に関わる人件費	0	115
	小 計	0	177
Ⅳ. 社会活動コスト	①環境改善及び住民対話のためのコスト	10	46
	②環境保全団体への支援	0	0
	小 計	10	46
Ⅴ. 環境損傷コスト	小 計	0	3
総 計		251	2,144

●集計対象(31工場)
日本ハム(株)5工場、静岡日本ハム(株)、長崎日本ハム(株)、日本ハム北海道ファクトリー(株)、協同食品(株)、(株)ジャパス1工場、東北日本ハム(株)1工場、南日本ハム(株)1工場、(株)函館カール・レイモン1工場、日本ハム食品(株)3工場、日本ハム惣菜(株)4工場、日本フードパッカー(株)5工場、日本フードパッカー四国(株)、日本フードパッカー鹿児島(株)、日本ビュアフード(株)1工場、日本ドライフーズ(株)1工場、マリンフーズ(株)1工場、(株)宝幸1工場

環境保全効果(環境負荷の削減量効果)

分類項目	効果(削減)量	昨年比
1.廃棄物再資源化率	91.20%	0.1%減
2.廃棄物処分量(t)	224減	3.0%減
原単位効果	0.001減	4.0%減
3.燃料使用量(kℓ)	3,456減	7.4%減
原単位効果	0.009減	8.3%減
4.電力使用量(千kW)	5,114減	1.7%減
原単位効果	0.018減	2.6%減
5. CO ₂ 排出量(t)	12,942減	4.5%減
原単位効果	0.035減	5.4%減
6.水使用量(m ³)	20,240減	0.3%減
原単位効果	0.219減	1.2%減

環境負荷の削減に伴う経済効果(単位：百万円)

	分類項目	金額
費用削減	省エネによるエネルギーコスト削減	171
	廃棄物削減による処理コスト削減	△3
収入	有価物売却による売却益	222
合計		391

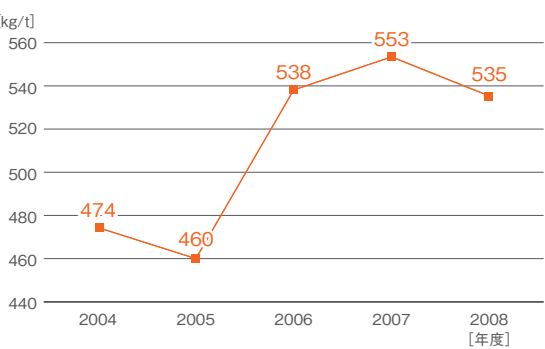
●算定方法
*算定は、環境会計ガイドライン(環境省)を参考としています。
*環境保全以外の目的が含まれるコストは、支出目的に応じて差額方式または按分方式で算出しています。
*算定期間内に取得した固定資産はその金額を投資額として計上しています。
●対象期間
2008年4月～2009年3月

総括

製造工程の効率化やボイラーの燃料転換などの施策を実施し、エネルギー使用量やCO₂排出量を大幅に削減し、製造高原単位も削減できました。廃棄物は、発生量を約5%削減したものの、焼却・埋立処分となる廃棄物の削減量が3%であったため、再資源化率は悪化することとなりました。今年度以降も、継続的に環境負荷の低減、及び環境パフォーマンス^{*22}の向上に努めます。

CO₂排出量原単位の推移

2008年度も重油から都市ガス等への燃料転換を実施しました。製造数量は若干の減少であったものの、製造効率向上の要因もあり、CO₂排出量原単位は改善されました。
(集計対象：26工場)



※2006年度CO₂排出量実績値より、「地球温暖化対策の推進に関する法律施行令」で定められた排出係数を使用し算定しています。

品質保証、お客様とのつながり

子どもたちや家族、大切なだれかのことを考えながら食品を選ぶ人たちの想いに応えるために、日本ハムグループは、すべての事業活動において「OPEN品質」を目指しています。開かれた食品づくりを実現するために、「5つの品質方針」をもとに、独自の品質保証体制を推進しています。

安心・満足・感動の品質を目指して



日本ハムグループの品質バリューチェーン						
農場	原料処理	加工	製造	流通配送	店頭	テーブル

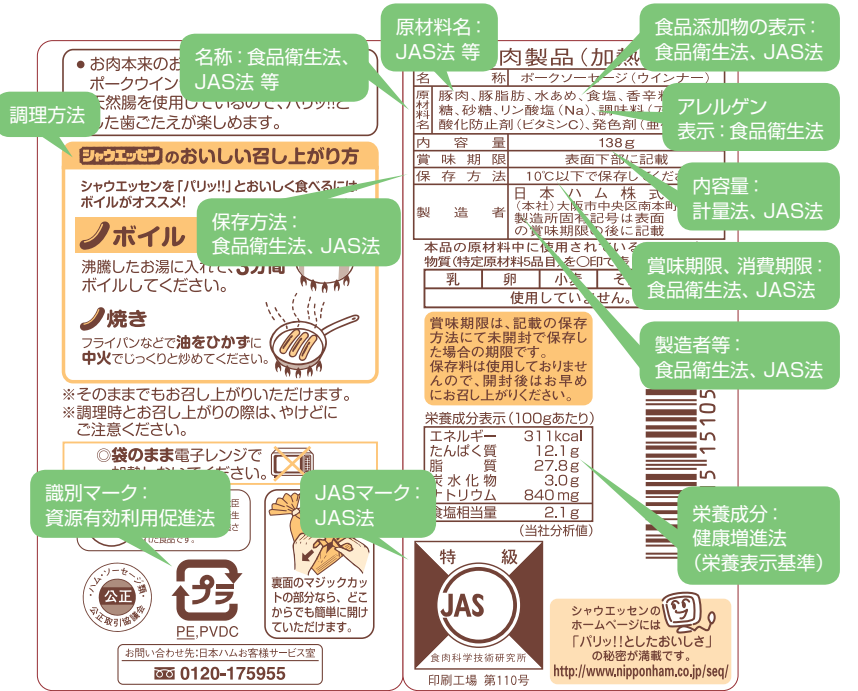
安全審査

商品の安全性を確保するため、商品の規格・表示の適正を審査しています

日本ハムグループでは、原材料の安全性、表示・規格が法令に適合しているかのほか、お客様に安全・安心をお伝えできる表示かどうかを審査しています。また、原材料から商品までの規格や情報、検査データ等を一元管理して、安全・安心な商品をお届けするよう努めています。

複数の法律で規定されている、複雑な食品表示

食品を規定する法律は、食品衛生法、JAS法※8、公正競争規約、各種ガイドライン、薬事法、都道府県別の条例など、数多くあります。日本ハムグループでは、こうした状況下で各法律に適合し、お客様にわかりやすい表示の確認体制を築いています。



安心・安全をお届けするため、3重のチェック体制を整備

原材料の安全性、商品の規格・表示の適正さを確認するために、独自のチェック項目を設け、開発・製造部門、事業部・グループ各社の品質保証室、日本ハムの品質保証部が3重のチェック体制で確認しています。

安全審査の主なチェック項目

- ☐ 原材料メーカー記入の規格書、各種証明書、検査成績書による安全性、規格内容の確認。
- ☐ 法令に合致した一括表示になっているか？
- ☐ パッケージデザインに優良誤認はないか？お客様視点のわかりやすい表示か？
- ☐ ダンボールには、必要な情報が正確に表示されているか？
- ☐ アレルゲン検査結果は適正か？検査項目に不足はないか？
- ☐ 栄養成分の分析結果、計算方法は適切か？
- ☐ 包装資材の規格・表示は適切か？
- ☐ 微生物検査結果、検査項目は適切か？
- ☐ 保存検査・賞味期限の設定は妥当か？
- ☐ お得意先様に求められる日持ちが保証できるか？
- ☐ 商品規格に適した製造か？製造工程上問題がないか？
- ☐ こだわりのある原材料の証明はあるか？その内容は妥当か？
- ☐ 商品情報記載内容は適切か？
- ☐ 商品仕様書の規格、情報は適切か？
- ☐ 商品カルテは適切か？

商品発売

承認

【担当】**3次チェック**
日本ハム：品質保証部
さらに客観的な視点で安全審査チェック項目を判断し、承認します。

【担当】**2次チェック**
事業部・グループ会社：品質保証室
商品製造部門として、商品全体の確認をします。

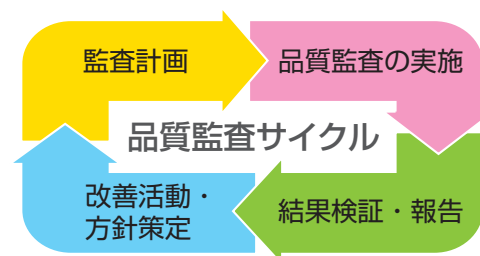
【担当】**1次チェック**
製造部門：開発担当
工場：品質保証課
原材料・商品の規格を正確に作成し確認します。

3重チェック体制

品質監査

工場で適切な環境で商品が製造されているか、客観的に確認、評価しています

お客様に安全・安心な商品をお届けできるよう、品質保証部門では「監査計画」→「品質監査の実施」→「結果検証・報告」→「改善活動・方針策定」の品質監査サイクルを繰り返すことで、製造環境を向上させています。



品質監査の実施

システム監査

工場トップへの品質方針の確認やトレーサビリティテストなどを行います。

インタビュー

品質方針が適切に設定され、周知されているかを経営者や事務所のトップに確認し、工場で実施される各種安全検査の結果を確認します。



タイの食肉加工工場にて

トレーサビリティテスト

製品から原材料の特定、またはその逆、原材料から製品の特定が可能かを確認します。



国内工場トレーサビリティテストの様子

現場監査

製造環境の衛生度や、作業が適切に行われているかを確認します。

現場での確認

作業日報類を確認し、「作業が指示通り適切に実施されているか?」などを確認します。



現場での確認

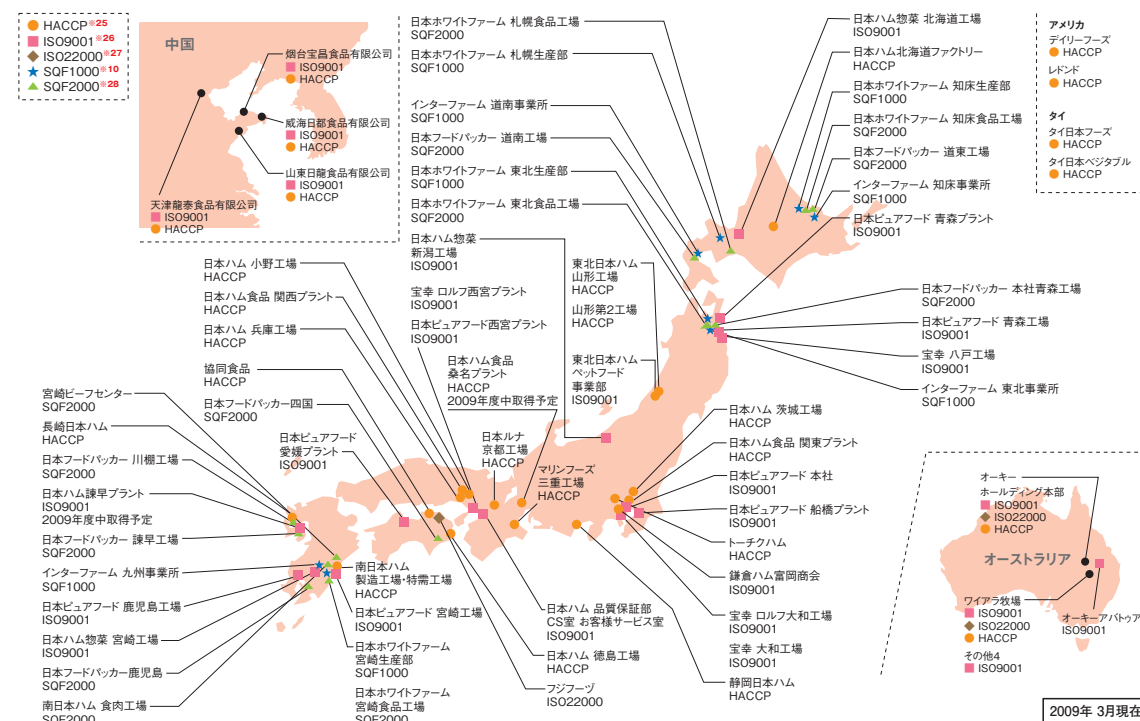
海外生産地の確認

中国の農場・養殖場では、肥育栽培管理状況などの調査を行います。



中国の魚養殖場での監査

品質保証に関する外部認証取得



安全検査

商品や原材料に対する理化学的品質検査を実施し、商品の安全確保に努めています

日本ハムグループでは原材料や商品の定期検査を実施し、検査結果から課題が見つかった場合、農場や製造工場に連絡、改善します。さらに改善状況を確認する検査も実施。この検査⇔改善の繰り返しにより、安全・安心な商品を作り上げています。

日本ハムグループの検査分析組織

国内外の検査分析組織が安全検査を実施しています。



中央研究所 安全試験室
茨城県つくば市



商品開発研究所
茨城県常総市



威海品質保証センター
中国 山東省威海市

ISO17025:2005
「試験所および校正機関の能力に関する規格」認定



天津龍泰分室
天津武清区

検査分析内容

食品、及び原材料の安全性を確認するために、3つの検査を実施しています。

農薬等残留検査

農薬及び動物用医薬品(メタミドホス、ジクロルボス等の有機リン系農薬を含む)

この検査結果は商品情報総合管理システム【誠実くん2】※29を通して、事業部・グループ各社で共有化しています。

添加物等検査

サイクラミン酸、スーダンレッド等添加物の他、メラミンにも対応

アレルゲン検査

乳・卵・小麦・そば・落花生・甲殻類・大豆



工場での品質チェック

工場では日々、衛生確認、おいしさ確認を行っています。

衛生確認

微生物検査

- ・食中毒菌
- ・一般生菌数
- サルモネラ
- ・大腸菌群
- 黄色ブドウ球菌
- ・真菌 等
- クロストリジア

毎年、内部検証及び外部検証（日水サーベイ等）により、検査精度の確認を行っています。

賞味期限の確認検査

保存検査、虐待検査等で賞味期限が適切か、科学的な検証を行っています。



工程検査

ふき取検査により、製造工程の衛生度を確認しています。



おいしさ確認



成分検査

- ・水分
- ・食塩
- ・たん白質
- ・脂肪
- ・亜硝酸根 等

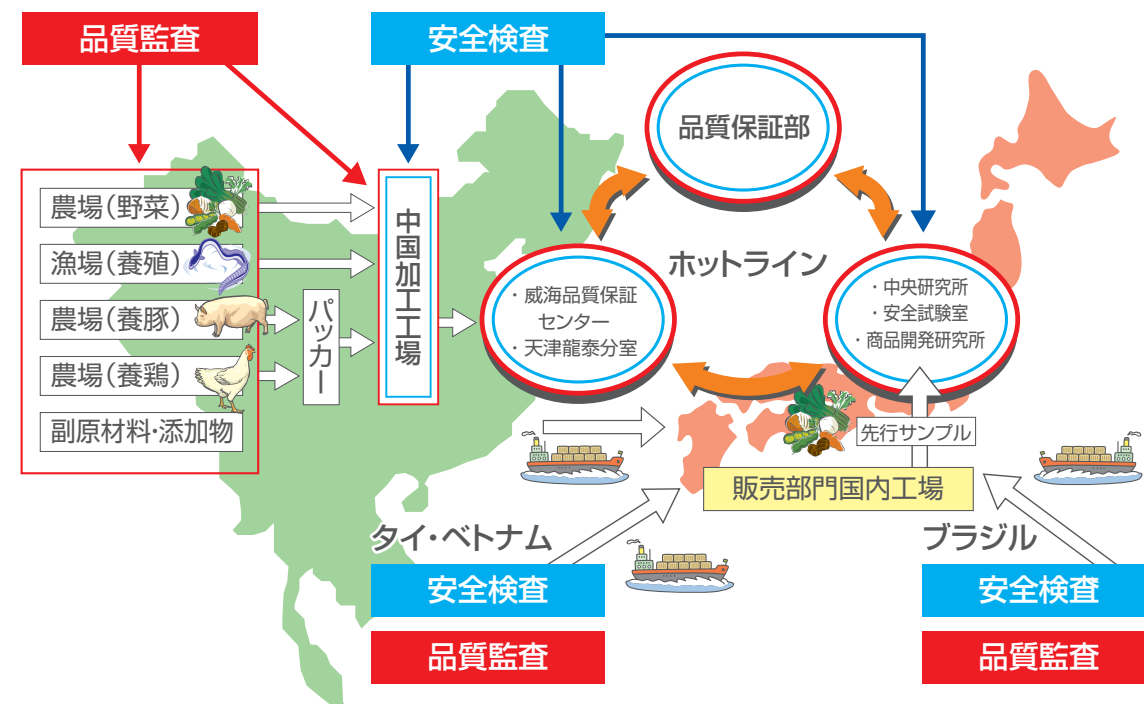


官能検査

- ・外観
- ・色沢
- ・肉質
- ・香味 等

グローバル対応の品質保証体制

日本ハムグループの品質保証体制は、中国、タイ、ベトナム、ブラジルなど、海外、国内双方に渡って展開しています。



品質向上活動

経営方針「品質No.1経営の推進」のひとつとして、品質向上活動に取り組んでいます

経営者を含め、開発・加工・販売に携わる全部門の一人一人が、おいしさや品質のポイントを把握し、「よりおいしく・より新鮮な品質をつくる」活動に取り組んでいます。

全ての従業員が品質づくりに参画

2008年度は、個々の役割を果たす組織の活動へ展開。一つ一つの活動が定着し、品質をつくりあげる体制が整ってきました。全ての従業員が参画し、終わりのなきおいしさの追求が行われています。



社内キャンペーンポスター vol.5



全員が共通認識

全ての従業員が品質No.1活動の主役として取り組んでいます。



QCサークル活動※30

品質向上活動と連動し、全員参加で改善に取り組んでいます。



活動成果をフィードバック

活動成果は、工場全体で共有し、次の活動へ展開します。



製造ライン担当者による官能評価

全ての業務担当で官能評価。様々な観点から課題の発見と解決を行っています。



CS観点での品質評価

おいしさだけでなく、見た目やパッケージまで、お客様視点で検討を続けています。



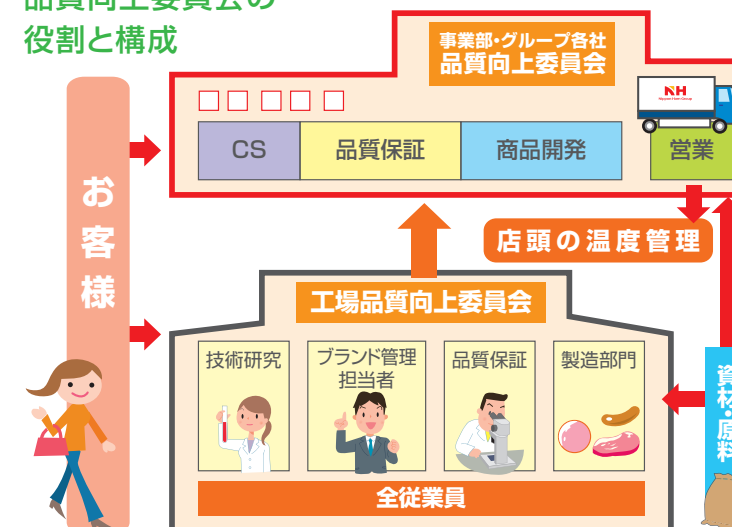
オープンファクトリー

お客様の生の声を直接聞いて、品質向上に取り入れます。

品質向上活動の基幹を担う、品質向上委員会

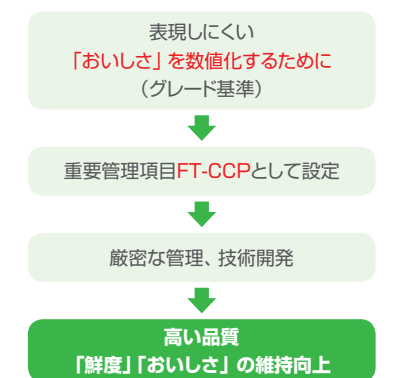
各社・各工場に設置されている品質向上委員会では、商品のあらゆる品質に関する検討が行われ、担当部門を超えて、ご指摘対応、商品開発など、多くの課題に全員参加で取り組んでいます。

品質向上委員会の役割と構成



品質向上活動から生まれたFT-CCP※9

品質向上活動の一環として、品質とおいしさグレードを守る厳しい基準(FT-CCP)を設定しています。



アレルギーの方とご家族の毎日、 確かな安心で包み、おいしさ膨らませたい

日本ハムグループでは、1996年から「食物アレルギー対応食品の開発」を開始。「アレルギー※³¹検査技術の開発」と「情報提供や啓発活動」も合わせた3本柱をベースに、誰もが安心できるおいしさを広げるため、積極的に取り組んでいます。

「食べても大丈夫」から一歩進んで、「症状を和らげる」食品開発へ。

私たちの願いは、食物アレルギーの方はもちろん、ご家族もいっしょに安心しておいしい食事を楽しんでいただくことです。食肉製品として初めて厚生労働省にアレルゲン除去食品（乳・卵）の表示を許可された「アピライトシリーズ」をはじめ、アレルギー対応食品専用工場で特定原材料（卵、牛乳、小麦、そば、落花生）を使わずに作る「みんなの食卓シリーズ」

もお届けしています。さらに2008年、花粉症などのアレルギー症状への効果が確認された植物性乳酸菌HSK201を使った「ビッグシーリーズ」も発売。「食物アレルギーの方が召し上がっても安心な食品」ととどまらず、「アレルギー症状を和らげる食品」の研究開発にも力を注いでいます。



アピライトシリーズ



みんなの食卓シリーズ



乳酸菌飲料「ビッグシーリーズ」

web 各商品について詳しくは

- ・アピライトシリーズ <http://www.food-allergy.jp/use/apilight.html>
- ・みんなの食卓シリーズ <http://www.food-allergy.jp/use/shokutaku.html>
- ・ビッグシーリーズ http://www.nipponluna.co.jp/products/lact_drink/biggy.html

原材料から完成品まで、用途に合ったアレルゲン検査キットを開発。

食物アレルギーの方に安心いただける食品をお届けするためには、品質のチェックを重ねることが重要です。

そのため、用途に合わせて特定原材料の検出ができる検査キットを開発しました。原材料や製造工程用など生産工場での日常的な使用に適した簡易検査キット「FASTKITイムノクロマトシリーズ」、そして最終製品での高精度な検出が可能な検査キット「FASTKITエライザVer.Ⅱシリーズ」を発売。日本ハムグループはもちろん、多くの食品メーカーや行政機関での検査にも使用されています。



FASTKITイムノクロマトシリーズ



FASTKITエライザVer.Ⅱシリーズ

アレルギーへの取り組み 3つの柱

ご家族の声

安全でおいしい食品を食べたい。

原材料を正しく管理してほしい。

正しい情報、コミュニケーションの場が欲しい。

日本ハムグループのアレルギーに対する取り組み

食物アレルゲン除去食品の開発

食物アレルゲン検査技術の研究開発

食物アレルギー教室やホームページでの交流

社会の理解を深め、料理の幅を広げ、交流の機会をつくるために。

食物アレルギーの方やそのご家族が安心して楽しく生活するためには、周囲の方々はもとより社会全体が食物アレルギーをより身近なものとしてとらえ、理解を深めていただくことが必要です。そのため、食物アレルギーの基礎から取りまく環境までをご説明する「食物アレルギー講座」を開催しています。特に、食物アレルギーでお悩みの方が多い、小さなお子様がいらっしゃるご家族向けの「食物アレルギー講座」も行い、よりきめ細かな情報提供ができるよう努めています。さらに、「アレルギー対応食のレパートリーを広げたい」といったご要望にお応えするため、食物アレルギーに関することを学ぶだけでなく、その場で調理して食物アレルギーをお持ちのお子様と一緒に試食いただける「食物アレルギー教室～学んで、作って、おいしい笑顔～」を開催。食物アレルギーについての不安や悩みを少しでも減らせるよう、ご家族同士が語り合える懇談会も併せて行っています。



食物アレルギー教室で調理されたお弁当



食物アレルギー教室ご参加の方々の調理風景

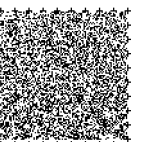
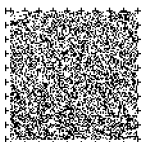
最新情報や除去食レシピ、いつでもお手軽にネットを通して。

食物アレルギーに関する研究開発を進める中で、信頼できる情報が少ないために食物アレルギーの方やご家族が困っていらっしゃるごことがわかりました。そこで2003年に、食物アレルギーについて正確な情報を多くの方にご提供するために、ウェブサイト「食物アレルギーねっと」を開設しました。最新ニュースの紹介をはじめ、アレルゲンを除去したメニュー提案など暮らしに役立つさまざまな情報を発信。インターネットを通して、お知りになりたい情報をいつでも手軽に入手いただけます。



ウェブサイト「食物アレルギーねっと」

web 「食物アレルギーねっと」について詳しくは <http://www.food-allergy.jp/>



お客様一人一人の声に耳を傾け、 開発・改善に活かし、より多くの感動へ



お客様サービス室には、毎日、たくさんの方が寄せられます。お客様に「おいしく召し上がっていただきたい」という思いを込めて、1件1件、大切に对应しています。「日本ハムに電話してよかった」と、心から感じていただけるように。

「お客様との対話を大切に」

1本の電話が、お客様と私たちの出会いです。困っていらっしゃる、ご心配なこと、ご要望、ご意見を、しっかりお聴きし、お客様の立場に立って、考え、お答えしています。



お探しの商品の販売店を確認し、お客様に、ご案内しています。



調理のワンポイントアドバイスも。



お客様対応の研修も行っています。

お客様との対話力向上を目指し、お客様サービス室のメンバーが講師となって、グループ内で、対応研修をしています。2008年度は、日本ハムグループ各社において、19回実施しました。



お客様サービス室 担当者の声

時には、厳しいご意見をいただき、落ち込んでしまうこともあります。「ありがとう」や「おいしかったよ!」と、温かいお言葉をいただくと、そんな気持ちも吹き飛びますね。お客様の声、明日への力になります。



日本ハムグループのCS※32方針

日本ハムグループは、経営者及び従業員一人一人がお客様視点の行動を何よりも優先し、お客様が満足し感動できる商品・サービスを開発し続けます。

「見えてきたお客様の变化」

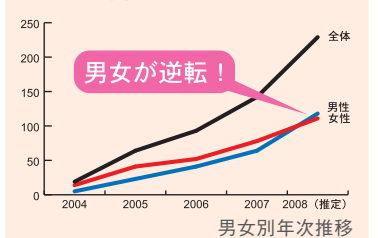
2004年から2008年の5年間に、お客様サービス室に寄せられた『お問い合わせ』を分析した結果、お客様の变化が見えてきました。

増加! 初めて料理をするご年配の男性から、 基本的な調理の仕方についてのお問い合わせ

お家で、初めてごはんを作ろうとしたお父さん。はて、ベーコンはそのまま食べられるのかな? レンジの使い方って? キッチンに立ってとまどう、男性からのお問い合わせが増加中です。

77歳で、料理なんか全くしたことないですよ。餃子は、レンジでチンできないんだね。焼かなきゃいけないんだ。焼くのは難しいな…、できるかなあ。
福岡県・70代・男性

60代以上の方からの調理方法に関するお問い合わせ

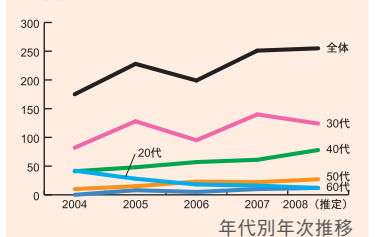


増加! アレルギーをもつお子様のお母さんから、 原材料や表示についてのお問い合わせ

卵、牛乳、小麦…。アレルギーをもつお子様のお母さんは、原材料に敏感にならざるをえません。だって、からだに直接、影響するものだから。

アレルゲン※31表示の卵の欄に○がなければ、入ってませんよね。日本ハムの製品にはきちんと表示があるので、本当に助かっています。卵の入っていないハムなんて、なかなかないですね。
奈良県・30代・女性

食物アレルギーに関するお問い合わせ

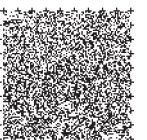
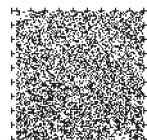
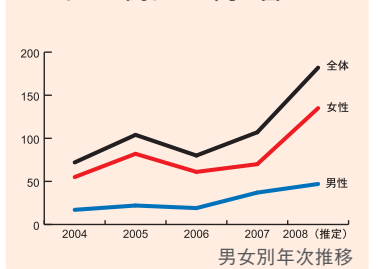


増加! カロリーを気にされている方から、 栄養成分や低カロリー商品についてのお問い合わせ

「カロリー計算しているのよ」。この言葉、よく耳にするようになりました。ダイエットにメタボリック症候群、カロリーコントロールは、現代人ならではの問題なのかもしれません。

めしあがレンジ、こんなにカロリーが低くて、味も大満足の商品があることに正直、驚きました! ダイエットに最適で一人暮らしの生活にもってこいです。
東京・20代・女性

カロリーに関するお問い合わせ





店頭で、お電話で、ホームページやアンケート調査で、**モニター制度**で。

お客様と直接対話できる多くの
接点づくりを行うとともに、携帯
メールやパソコンによるネット
ワークを活用し、スピーディーな
情報の収集・活用をしています。



「クッキングアドバイザー」が商品をご説明



お客様の声を大切に伺う「お客様サービス室」

「商品・サービスの開発・改善」

いただいたお客様の声は、商品・サービスの開発・改善に活かされています。



お客様の声を生かすための
「商品・サービス検討会」

商品の改善事例 日本ハム・パッケージの改善

『HOT DELI SAND』を1
パックずつに切り分けたら、
**調理時間が分かりづらく
なってしまって…。**



パッケージを改善し、調理方法を分かりやすくしました。



サービスの開発事例 日本ハム・ウインナーの飾り切りレシピのケータイ動画スタート

子どものお弁当にウイン
ナーの飾り切りを入れてあ
げたいんだけど、**動画で紹
介してくれないかしら？**



パソコンの他、携帯電話でも動画を見られるようにしました。

店頭やパソコンのウェブサ
イトで配布していたウイン
ナーの飾り切りレシピを、
パソコンのサイトに動画で
紹介。(2004年10月)

ケータイ動画サイトを
スタート。2008
年6月から携帯電話
にも動画配信を始
めました。



商品の改善事例 日本ルナ・賞味期限の位置変更

開封してアルミのフタを取
ってしまったら、**賞味期限
がわからなくなってしまう。**



開封後も日持ちの目安として賞味期限がわかるよう、表示
位置を変更しました。

従来は、アルミ
のフタの部分に
ボトルの賞味期
限を印字してい
ました。



ボトルの部分に
賞味期限を印
字するように変
更しました。



日本ハムグループでは、40年以上前から、独自のモニター制度
である「奥様重役※33」を続けています。また、奥様重役の任期を終
えられた方々の集まりである「日本ハムファミリー会※35」には、東
京・大阪で750名を超える会員が在籍され、日本ハムとの継続した
関係を保っています。

「ともに歩んで40年」

1969年に始まった「奥様重役」は、2009年で40周年を迎えました。日本ハムグループの商品・
サービス改善の歴史は、皆様とのつながりに支えられています。

奥様重役とは

1969年(昭和44年)、日本ハム独自のモニター制度として始まっ
た「奥様重役」。主婦の皆様の中から選ばれた奥様重役と当社スタッ
プで、毎月一回定例会議を実施し、発売前の商品に対して、お一人
お一人のご意見をじっくりお聴きしています。またその声は、日本ハ
ムグループの商品・サービスの改善・開発に広く活かされています。



奥様重役定例会議

日本ハムファミリー会とは

奥様重役の任期終了後も、「そこで学んだ知識を生活に活かしたい」
などの目的で誕生した『日本ハムファミリー会』は、今年で結成40年
を迎えます。結成以来、食に関する勉強会などを自主的に行い、その
活動を日本ハムがバックアップしています。近年では、募金活動など
の社会貢献活動にも取り組み、日本ハムグループが行う森林の保護・
育成活動「みんなの森林」にも参加いただいています。さらに、商品
はもとより企業活動に対するご意見を定期的に伺っています。



商品検討会



みんなの森林活動



卸売市場見学会

日本ハムファミリー会の主な活動内容

- ・食に関する研究会・講習会などの実施
- ・日本ハムグループの商品・サービスに対して、生活者視点での
情報提供
- ・社会貢献活動の実施
- ・会員相互の親睦をはかるための同好会などの実施

日本ハムファミリー会の食育活動「手作り研究会」

ソーセージ、ヨーグルト、豆腐、チーズなどの「手づくり」を実
際に体験することで、「手作り品」と「市販品」それぞれの理解
を深めていくことを目的に活動しています。またその活動は、
日本ハムのホームページで公開しています。



日本ハムグループの食育※34活動

日本ハムグループでは、「食べること、楽しもう!」をスローガンに、五感を活かした体験とさまざまな食の知識を発信しています。お子様から高齢の方々まで、より多くの皆様が豊かな食生活を送れるよう、今後も食育活動を推進していきます。



食育活動方針

- 1 正しく食べることを通して、心と体の元気を応援します。
- 2 食べることを楽しみ、食べることを好きになる機会を提供します。
- 3 「生命(いのち)の恵み」に感謝し、食べ物を大切にする姿勢を育みます。

セミナー

ファイターズキッズサマーキャンプと食育セミナー

北海道日本ハムファイターズの選手を対象に行っている栄養指導・食事管理の内容をもとに、少年野球教室で「食べることの大切さ」を伝える活動を展開しています。夏休み期間に2泊3日の野球合宿で実施しました。



グランマと現役ママの今昔子育て座談会

人生の先輩である『グランマ(グランドマザー)世代』から、子育て真っ最中の『現役ママ』世代へ、そして『お孫さん』世代へ、食べることの大切さや喜びなどを伝え、「食」を大切にする心を育てていきたいという思いを込め、世代を超えた食育活動として開催しています。グランマ側は、日本ハムファミリー会※35の有志の方にご参加いただき、実施しています。



いばらきのくすり展【こども理科教室】

「子どもたちに食の科学の楽しさを伝えたい」。そんな思いから、2008年より身近な食品を実験材料として、食の科学を体験できる授業やセミナーを行っています。いばらきのくすり展では「こども理科教室」を開催し、炭酸スポーツ飲料を一人一人が手作りました。また、それを飲みながら、簡単な化学反応の説明やスポーツをする時に水分をとる大切さについて説明しました。



料理教室

出前ウインナー手作り体験教室

「食べること、楽しもう!」を体感してもらうため、出前による『ウインナーの手作り体験教室』を、約3,000人(約50校)を対象に実施しました。学校教育の場と企業をつなぐNPO法人と連携し、全国の学校から申込みを受付けています。講義も行い、食べ物を大切にする姿勢を育んでいます。



視覚障がい者料理教室

「目の不自由な方にも、もっと食べることを楽しんでいただきたい」。そんな思いで、2005年からスタート。日本ハムグループの加工食品を使って、簡単においしく調理していただき、デザートには日本ルナのヨーグルトも楽しんでいただきました。食べる喜びとともに、作る喜びも体験していただいています。



国産&輸入豚肉の正しい知識と体験学習

仙台市民団体の皆さんと連携し、勉強会を実施。宮城県産黒豚、青森県産一般豚、アメリカ産とうもろこし豚を食材にして、五感を駆使した比較検討会や、「店頭での見分け方」や「おいしい調理方法」などについて勉強し、輸入豚肉の良さについても体験していただきました。



出前 握り寿司体験教室

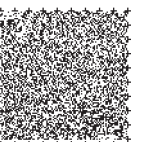
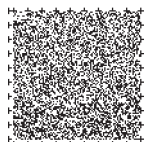
マリノフーズ(株)では、子どもの魚離れが進む中、子ども達が大好きなお寿司を通じて魚介類への興味を持ってもらうため、小学校に出向き、生徒と保護者に出張授業を行いました。お寿司の歴史や水産加工品の工夫を伝え、クイズをした後、握り寿司や軍艦寿司を作る体験もしてもらいました。



イベント

「おおさか食育フェスタ」でのウインナー飾り切り教室

大阪府の食育推進計画の一環で開催された「おおさか食育フェスタ2008」に出展し、『ウインナーの飾り切り教室』を行いました。子どもたちに食の楽しさを伝え、食に関心を持ってもらえるように、身近な食品であるウインナーの飾り切りを実演。会場に訪れた親子のコミュニケーションも応援できました。



「人財」育成・働く環境

事業を支えているのは従業員一人一人。日本ハムグループは、人財育成の充実と、従業員がいきいきと働ける職場環境づくりに努めています。

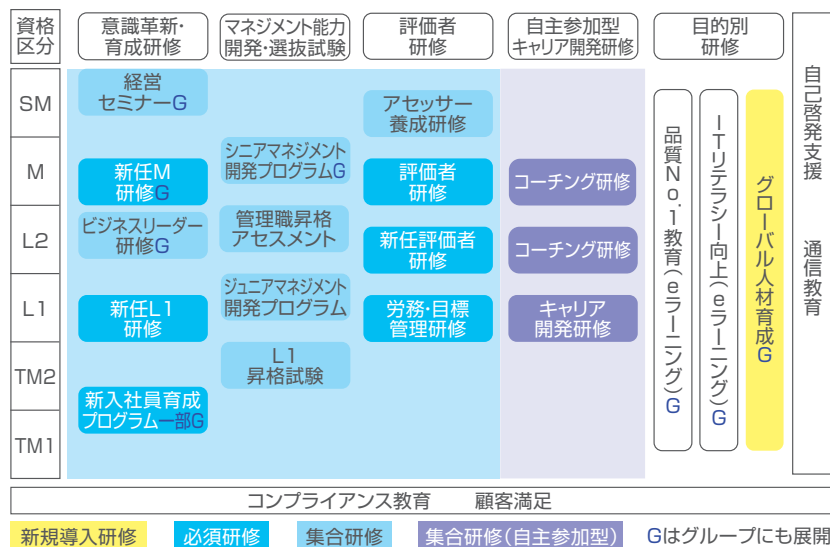
一人一人が力を発揮できる職場環境づくり！

環境変化に対応できる「人財」を育成。

日本ハムグループが、お客様や社会にとって価値ある企業であり続けられるかどうかは、従業員一人一人の能力・やる気にかかっています。企業の競争力の根源は「人」であり、中でも「時代の要請に応えて時代をつくる」人財の育成に努めています。

業務を通して先輩から後輩へと日本ハムスピリッツや技術・技能を伝えるOJTはもとより、経営セミナー、ビジネスリーダー研修、階層別研修、品質No.1教育、ITリテラシー研修、営業力強化・育成など、さまざまな教育を実施しています。

2009年度日本ハムグループ研修体系



次世代経営者・リーダー育成

部長クラスを対象とした「経営セミナー」や、中堅社員を対象とした「ビジネスリーダー研修」を導入し、次世代経営者の育成や職場の核となるリーダーの育成に努めています。「経営セミナー」は、経営者の「想い」や企業理念をプログラムに組み込んでおり、アクションラーニングでは自社の課題解決に取り組むなど、より実践的な経営感覚を持つ人財育成を目指しています。「ビジネスリーダー研修」でも、知識・スキルの習得に加え、各人が策定したプロジェクトを現場で実践し、成果につなげます。



経営セミナー

グローバル従業員研修

「グローバル経営体制の構築」を推進する人財を育成するために「グローバル従業員研修」を実施しています。対象者は、海外グループ会社で働く幹部従業員を中心とし、日本ハムグループの経営方針が発表される幹部会への出席、品質保証等の講義受講、工場見学、ディスカッションなどを行っています。文化や価値観の相違はあるものの、事業や国を超えてコミュニケーションや情報共有を図っています。これからも海外で働く従業員育成のため、研修内容を充実させると共に、将来的には人財交流や適正配置へと展開していきます。



グローバル従業員研修参加者

多様な「人財」の活躍のために。

多様な人財が活躍できる企業グループであるために、障害者の雇用促進や定年退職者の再雇用制度の定着を図ると共に、男女共に仕事と家庭が両立できる職場環境作りを目指しています。

特に、仕事と家庭の両立などワークライフバランスの取れた働き方を実現するために、従業員の意識啓発セミナーの実施や、所定外労働時間の削減に向けて定期的な労働時間の現状把握や問題解決への取り組みを行っています。あわせて、次世代支援制度の充実や、関係法令や情報の発信を工夫し活用を促進しています。

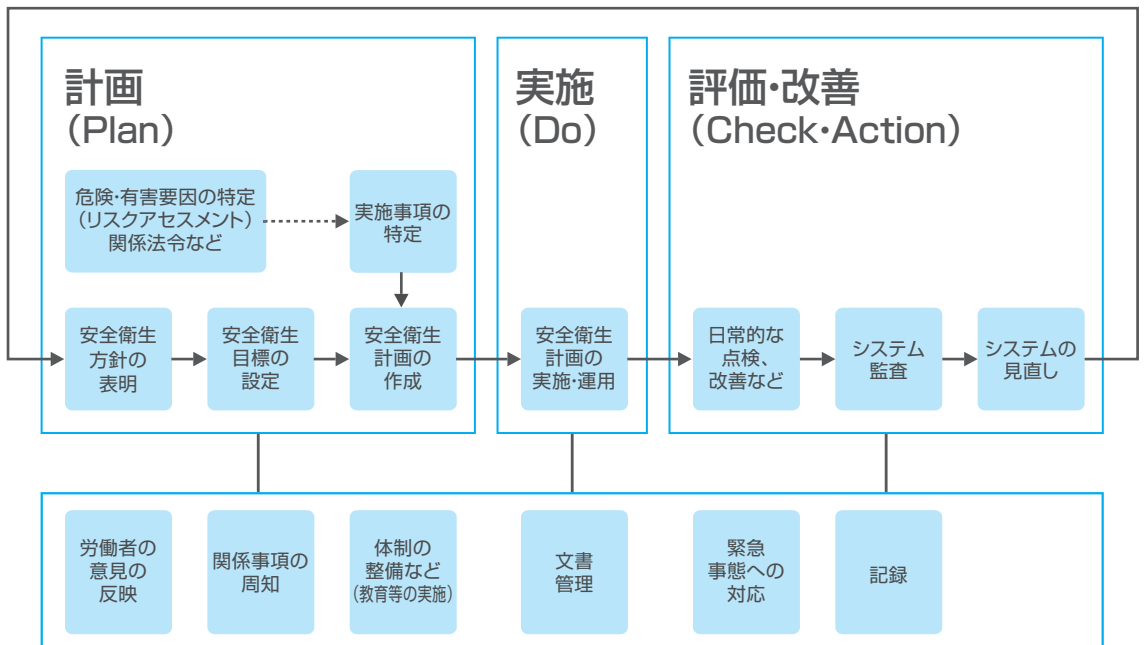


より健康で安心して働ける職場づくりを。

日本ハムグループでは、心身共に健康で働き続けられるために、メンタル面で悩みを持つ従業員が相談できる電話窓口の設置や医師への相談体制、長期休業者の復職プログラムを整備するなど、個々の状況に応じた取り組みを行っています。また、グループ全製造工場では従業員が安心して働ける職場環境を実現するため、厚生労働省「労働安全衛生マネジメントシステム」への取り組みを進めています。労働安全衛生マ

ネジメントシステムとは、労働災害や従業員の健康を阻害することを未然に防ぐため、『計画【Plan】－実施【Do】－評価【Check】－改善【Action】』サイクルを繰り返し循環させ、自主的な安全衛生活動を促進していくことにより、安全衛生管理の水準を高めていく仕組みです。各工場には、安全衛生の専任者として「安全インスペクター」を適宜配置し、職場ごとの安全教育や労働安全衛生マネジメントシステムの浸透・定着に注力しています。

労働安全衛生マネジメントシステムのフロー



社会活動

より豊かな社会、地域づくりに貢献するために、
スポーツ振興をはじめ、さまざまな取り組みを行っています。

北海道日本ハムファイターズが、 地域から必要とされる球団を目指して始動

北海道に根ざす球団として「Sports Community」を球団理念に掲げている北海道日本ハムファイターズが、環境活動に長期的な視点で継続的に取り組んでいくため、「FIGHTERS ECO PROJECT(ファイターズ・エコプロジェクト)」を立ち上げました。環境への取り組みは企業の責任であると考え、企業活動のあらゆる面で環境保全に積極的に取り組んでいきます。

「FIGHTERS ECO PROJECT(ファイターズ・エコプロジェクト)」

北海道という地域の一員として、新たな環境活動への挑戦を一つ一つ積み重ねて参ります。



「みんなで止めよう温暖化 1人1日1kgCO₂削減デー」の開催

「みんなで止めよう温暖化 1人1日1kg CO₂削減デー」と銘打ち、ファイターズに関わるすべての人が地球温暖化防止を考え、CO₂削減に貢献するイベントとして実施。
◎札幌ドーム内設定温度を通常より2℃下げる(22℃を20℃)や札幌ドーム内空調機材を通常の稼働台数より減らすことでCO₂削減に貢献。この取り組みにより、1試合で約2トンのCO₂削減に貢献できました。

「ISO 14001」の認証を取得

自主的に取り組んできた環境活動を、より長期的な視点で、継続的に環境活動に取り組んでいくため、環境マネジメントシステムを導入し、2009年2月5日に、球界として初めて、ISO 14001^{※16}の認証を取得。環境法令の遵守はもちろん、地域社会活動や環境負荷の低減に向けた活動を全従業員一人一人が主体性を持って推進していきます。



「エコロジーボット」を配付

生活の中にも自然が創出されますようにと願いを込めて、2008年9月26日のシーズン最終シリーズに、5000名の皆様に紙鉢スタイルのハーブ種をプレゼントしました。

「B☆Bの森」と名づけ、植林活動に着手

2004年の台風18号で甚大な倒木被害を受けた千歳と支笏湖を結ぶ国有林野約9,000ヘクタール(札幌市中央区の約2.2倍の面積)のうち、約18.5ヘクタールで植林活動に着手。
この地をファイターズのマスコットキャラクターにちなみ「B☆Bの森」と名づけ、潤いある緑豊かな森になることを目指しています。
2008年10月3日に第1回目の活動を行い、約1ヘクタールの土地に、1,000本の植樹を行いました。



ファンとのふれあい

試合を観戦いただくだけではなく、球場内外でファイターズファンの皆様と、さまざまなふれあいの機会をもっています。



ファンフェスティバル

選手とファンと一緒にゲーム大会などで触れ合うファンフェスティバルを開催。



ぼくたちのボールパーク

公式戦の試合運営に子どもたちが参加。場内アナウンスやテレビカメラの操作を担当。

ファイターズまつり

札幌ドーム全体がお祭り広場、球団職員も総出で運営し、ファンの方との交流を楽しみます。



心と身体の健康をはぐくむコミュニティの実現を!

未来への大きな夢を持つ子どもたちとの触れ合いの場を積極的に創出していこうと2003年からフィールドクラブを立ち上げ、全道の子もたち、ご父兄、指導者の皆様と野球を通して積極的にコミュニケーションしてきました。夢を実現した元プロ野球選手が、自分の目標へ一生懸命に向かう姿勢、人との触れ合いの大切さなどを、それぞれの経験をもとに子どもたちに伝え、一人でも多くの子どもたちが大きな夢に向かって挑戦してくれることを応援しています。



中学生を対象にした野球塾(札幌・旭川で開催)



養護学校で野球教室を開催

地域の皆様とともに もっと豊かな社会づくりを目指して

未来を担う子どもたちが進路に夢を描き、健やかに成長できる環境をつくるために。そして、地域の皆様から食の安全・安心に対して信頼いただけるように。さまざまな交流を通じて、企業市民としての活動に力を注いでいます。

東北エリアで、環境保全や進路の夢がふくらむ話を小学生へ。

職業教育「夢講話」で仕事内容を紹介

日本ホワイトファーム(株)本社と東北事業所の近隣にある横浜町立南部小学校では、夢と希望を育む職業教育の一環として「夢講話」を実施しています。今回、「将来、日本ホワイトファームで仕事をしてみたい」という小学生の声にお応えるため、会社概要のご紹介などとともに、質問や疑問に分かりやすく回答。ご両親が当社で働くお子さんから「お父さんお母さんが仕事で頑張っていることを知り、これからは家のお手伝いをしたい」という声をいただくこともできました。



プロジェクターも活用して分かりやすく説明

環境に配慮した排水の浄化法を説明

網走中央小学校で行われた、仕事を体験する授業「12歳のハローワーク」に、日本ホワイトファーム(株)知床食品工場がご協力しました。今回のテーマは「環境」のため、微生物による工場排水の浄化方法などをご説明しました。顕微鏡で微生物を観察した子どもたちは、「あんなに小さい生き物がたくさんのゴミを食べるのはすごい!」などと驚きの声を上げていました。



微生物による浄化の方法を説明



顕微鏡で微生物を観察する子どもたち

食の安全・安心への取り組みをご覧ください、皆様と意見を交換しました。

食品の安全・安心の確保に関する情報共有と相互理解を目的にした「長崎県央地区『食の安全・安心リスクコミュニケーション』」が、日本フードパッカー(株)諫早工場で開催され、消費者・生産者・行政関係者による工場見学などの後、意見交換会が行われました。また、日本



豚肉のトレーサビリティ(履歴管理)対応についてご説明



牛や豚の検査体制について解説した後、意見を交換



衛生管理の徹底についてご説明



小学生が砂浜を走る駅伝に協賛し、地域スポーツの振興をお手伝い。

日本で唯一、車が走れる砂浜「千里浜なぎさドライブウェイ」(石川県)を舞台に、日本ハム(株)が協賛する「ニッポンハムカップ千里浜ちびっこ駅伝」が開催されました。第21回となる今年は65チームが出走。「ハムリンズ食育クイズ館」を出展し、食育のアニメやクイズラリーも楽しんでいただきました。そして駅伝終了後は、海風で丘が上がってしまった砂を波打ち際に戻す「ひとり砂運動」が行われました。



「ニッポンハムカップ千里浜ちびっこ駅伝」のスタート風景

国内はもとより、海外でも日本ハムグループの活動が評価されています。

ZEROシリーズが食品産業技術功労賞を受賞

糖質0(ゼロ)でおいしく仕上げた日本ハム(株)の「新鮮生活ZEROシリーズ」が、第38回食品産業技術功労賞(技術・アイデア部門)を受賞しました。食品産業新聞社が創設したこの賞は、食品産業の発展と食文化の向上に寄与した商品、技術、マーケティングなどに贈られます。



食品産業技術功労賞の他に食品ヒット大賞も受賞しました



新鮮生活ZEROシリーズ

ワクチンの効果検証結果が評価

日本獣医学会学術集会で、日本ハム(株)中央研究所の発表が微生物学部門のベストプレゼンテーション賞を受賞しました。この発表は、養豚業界に被害をもたらしているサーコウイルスに対する治験用ワクチン(インターベット社製)の効果を、インターファーム(株)と共同で検証したもので、農場における精密な科学的データを示したことが評価されました。



使用したポスターの前で受賞者が記念写真

ベトナムで水産業振興功労賞を受賞

シンガポール日本ハム(株)は、ベトナム事務所を設立した2002年以来、この地ですしネタや刺身商材の商品開発や生産・販売に、マリノフーズ(株)とともに歩んできました。そして2008年、3名の現地人スタッフも働くベトナム事務所が、ベトナムの水産業振興に貢献した会社として、ベトナム水産協会から表彰されました。



表彰トロフィーを笑顔で囲むスタッフ

IR※36・企業情報、いろいろなメディアでお伝えしています。

お客様はもちろん、お取引先様、株主・投資家の皆様、地域社会の皆様まで。日本ハムグループとつながりを持っていただいたり、身近に感じてくださる大切なステークホルダー※4の皆様が必要とされる情報を、的確にお伝えできるように企業情報の公開に努めています。

IR情報



年次報告書
「アニュアルレポート2008」



各種財務指標などのデータ集
「Fact Book」

企業情報



日本ハムグループ会社案内
「日本ハムグループのご案内」



広報誌
「ROTARY」

未掲載事項のご説明

- 1.25ページ～28ページに掲載の環境負荷データは、国内事業所を対象とした2007年度の実績です。2008年度の環境負荷データは、2009年7月頃に当社ウェブサイトにて公開します。
- 2.36ページには、CO₂排出量(原単位)推移のベンチマークのみ掲載しておりますが、水使用量及び廃棄物発生量等のベンチマークについても、2009年7月頃に当社ウェブサイトにて公開します。

編集後記

一年間の業務を振り返り、力を合わせて制作しています。

本レポートをご覧いただいた皆様、並びに、制作に携わった皆様に、深く感謝申し上げます。
この社会・環境レポートは、日本ハムグループのさまざまな取り組みをお伝えしたいとの思いから、グループの従業員が自ら原稿を執筆し、制作したものです。もっと分かりやすい表現はないだろうか、また、この一年間で私たちはどれだけの成果を生み出したのだろうかなど、私たち自身の業務を振り返りながら執筆しています。これからの誌面を考える上で、皆様から忌憚なきご意見、ご感想をいただければ幸いです。

日本ハム株式会社 社会・環境室 河崎 律宏

表紙のイラスト
絵本作家 くぼ・りえさん

- ・1974年生まれ
- ・大阪府枚方市在住
- ・成安造形短期大学卒業
- ・社会福祉法人ブロップ・ステーションのパーチャル工房リーダー
- ・生後6カ月にウェルドニヒ・ホフマン病とわかりました。全身の筋力がほとんどないため、全介護が必要で車椅子での生活をしています。



著作：絵本「バースデーケーキができたよ!」(ひさかたチャイルド社／東京都文京区)

社会福祉法人ブロップ・ステーションについて詳しくは…
<http://www.prop.or.jp/>

お問い合わせ先

日本ハム株式会社 社会・環境室
〒141-6014
東京都品川区大崎2丁目1番1号
ThinkPark Tower
TEL：03-6748-8084
FAX：03-6748-8179



用語解説

※1 持続的な社会の発展(P3)
いまの世代が、将来の世代の利益や要求を損なうことのない範囲で環境を利用し、開発を行い、人類の活動が将来にわたって持続できる社会をいいます。

※2 コンプライアンス(P7、9)
法令遵守と訳されることが多々ありますが、日本ハムグループでは、単に法令に違反しないだけでなく、社会通念上の常識や倫理に照らし合わせて、企業が正しい経営を行うことであると認識しています。

※3 コーポレート・ガバナンス(P7)
一般に「企業統治」と訳されます。企業における意思決定の仕組みのことを指し、不正行為を防止する機能などがあります。

※4 ステークホルダー(P7、57)
企業活動によって、直接・間接に影響を受ける人々や団体などの利害関係者のことをいいます。具体的には、お客様、株主の皆様、従業員、お取引先、地域の方々などを指します。

※5 サステナブル(P7)
持続可能な社会の構築に貢献するため、環境と経済が両立する事業を行い、社会から信頼される経営のことです。

※6 リスクマネジメント(P8)
リスク及び経営危機に対して、全体的な視点で合理的かつ最適な手法で管理することにより、事業目標達成の支援及び損害の拡大防止・復旧に貢献する経営管理手法のことをいいます。

※7 パーチャル・インテグレーション・システム(P12)
お客様に安全・安心な食肉をお届けするため、畜産物の生産・飼育から処理、加工、物流、販売までを、自社グループで一貫して管理・運営するシ

ステムです。日本ハムグループならではのシステム構築によって、徹底した品質管理や食肉の履歴情報管理などが可能になりました。

※8 JAS規格、JAS法(P13、38)
JAS法の正式名称は「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」といい、飲食料品等が一定の品質や特別な生産方法でつくられていることを保証する「JAS規格制度(任意の制度)」と、原材料、原産地など品質に関する一定の表示を義務付ける「品質表示基準制度」からなっています。

※9 FT-CCP(P15、16、42)
FT-CCP(Fresh&Tasty Critical Control Point)とは、鮮度とおいしさの重点管理項目という意味です。日本ハムグループ独自の考え方で、「よりおいしく、より新鮮で、より便利な品質」をつくるために取り組む「品質No.1活動」の一環として設定され、運用されています。

※10 SQF1000(P17、39)
国際的な食品安全規格「SQF(Safe Quality Food)」における、第一次生産者用の品質規格です。

※11 インテグレーション(P18)
商品がお客様に届くまでの過程に加えて、商品開発や安全試験などを含めた日本ハムグループの事業活動を統合したものです。

※12 トレーサビリティシステム(P18)
トレース(Trace=追跡する)とアビリティ(Ability=できること)の合成語。食品の場合、農畜産物の生産者や生産過程などに関する情報を添付して、その履歴をさかのぼって確認可能なものにすることを意味します。日本ハムグループでは、食肉についての生産履歴情報をインターネットで誰もが確認できるよう

に開示するトレーサビリティシステム「NICOT」を構築しました。

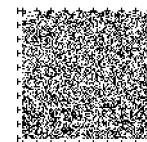
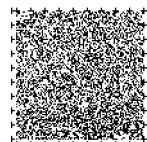
※13 官能検査(P20)
視覚・聴覚・味覚・嗅覚など、人間の感覚を用いて、食品などの特性を、一定の手法に基づいて評価したり測定したりする検査のことです。

※14 エコリーフ(P23、30)
社団法人産業環境管理協会(JEMAI)が推進する環境ラベル。製品の製造・使用・廃棄などすべての段階で、環境に与える影響が定量的にわかるよう広く開示することが求められます。日本ハムグループでは、「ワイアラ牧場エコビーフ」が食品として初めてのエコリーフを取得しました。

※15 エコドライブ(P23)
車から排出されるCO₂の量をできるだけ少なく抑えるために、やさしいアクセル操作や少ない加減速などの、環境に配慮した運転をすることです。

※16 ISO14001(P24、53)
ISO(国際標準化機構)が制定した、環境管理に関する国際規格です。環境保全及び汚染を予防するために、継続的な改善活動を行うための仕組みです。

※17 温室効果ガス(P29)
太陽からの日射エネルギーを通過させ、さらに地表から放射する熱(赤外線)を吸収し、熱が地球の外に出て行くのを防ぐ性質がある大気中のガスをいいます。京都議定書では、CO₂、メタン、一酸化二窒素、代替フロンなどの6種類のガスが温室効果ガスとして指定されています。



※18 グリーン購入(P33、35)

環境負荷ができるだけ少ない商品やサービスを、優先的に購入したり、利用することです。

※19 原単位(P35)

生産活動あるいは営業活動に投入したエネルギーや水の使用量を、生産数量などによって除算することにより算出されるものです。原単位の増加・低減度合いによって改善の状態を把握することができます。

※20 低排出ガス車(P35)

ガソリン車やディーゼル車のうち、粒子状物質や窒素酸化物など大気汚染物質の排出量が少なく、環境への負荷が小さい自動車をいいます。なお、本集計には低公害車を含みます。

※21 環境会計(P36)

事業活動において、環境保全のためのコストとその活動によって得られた効果を認識し、可能な限り定量的(貨幣単位または物量単位)に測定し、評価する仕組みのことです。

※22 環境パフォーマンス(P36)

環境などに配慮した事業活動を行った結果、環境負荷が変化した度合いを示す指標です。汚染物質の削減や省エネルギー、資源の節約などの程度で示されます。

※23 ポジティブリスト制度(P37)

食品中に残留する農薬、飼料添加物や動物用医薬品について、一定の量をを超えて残留した商品の販売などを原則禁止する制度です。

※24 テキストマイニング(P37)

お客様の声などの膨大な情報を単語やフレーズに分解し、出現頻度

や相関関係などを分析することによって、役立つ情報を抽出するシステム・手法です。

※25 HACCP(P37、39)

Hazard Analysis and Critical Control Pointの略で、総合衛生管理製造過程と訳されます。食品の製造工程において危害を起こす要因を分析し、最も効率よく管理できる部分を連続的に監視することで、食品の安全を確保する手法です。

※26 ISO9001(P39)

ISO(国際標準化機構)が制定した品質管理・品質保証に関する国際規格です。品質保証システムを構築することによって、お客様に満足していただくことを目的としています。

※27 ISO22000(P39)

ISO(国際標準化機構)が制定した、食品安全に関する国際規格です。安全な食品を生産・流通・販売するための活動を、継続的に改善する仕組みづくりが要求されます。

※28 SQF2000(P39)

国際的な食品安全規格「SQF(Safe Quality Food)」における、食品製造業・流通業の品質規格です。

※29 誠実くん2(P37、40)

原料、品質検査、商品仕様書・カルテなどの情報が一元管理できる、コンピュータによるネットワークシステムです。

※30 QCサークル活動(P42)

QCとはQuality Controlの略。従業員による小グループが現場段階で品質管理活動を組織的に行うことをいいます。

※31 アレルゲン(P43、46)

食物から花粉やホルムアルデヒドまでアレルギー反応を引き起こす原因になるものです。

※32 CS(P37、46)

Customer Satisfaction(顧客満足)の略語。顧客の声や市場情報を収集・分析・発信し、競合企業との差別化を図るとともに、商品・サービスの改善や開発を促し、顧客満足度向上を目指すものです。

※33 奥様重役(P48)

日本ハムグループが、より生活者の視点に立った商品やサービスを開発するため、主婦の方々からご意見を直接伺う場として設けたもので、毎月1回、東京と大阪で会議を開催しています。

※34 食育(P49)

「食育基本法」では、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置付け、さまざまな経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てるものとしています。

※35 日本ハムファミリー会(P48、49)

奥様重役会議で半年間の任期を終えた方々で組織された会です。消費者の代表として、商品やサービスに関する調査などにご協力いただいています。

※36 IR(P57)

インベスター・リレーションズ(Investor Relations=投資家関係)の略語。企業が株主などの投資家に向け、経営・財務状況などの情報を提供する広報活動のことです。

※37 FSC認証紙(裏表紙)

非営利団体の認証機関「FSC(Forest Stewardship Council)」によって、森林保護につながる、適切に管理された森林から切り出された木材でつくられたことが認証された紙です。

新しい情報をさらに詳しく、ウェブサイトで発信

日本ハムグループのウェブサイトでは、環境と品質への取り組みはもちろん、新商品やキャンペーンなど最新のお知らせ、バーチャル工場見学といった多彩な情報を発信しています。本レポートと併せてご覧ください。



日本ハムグループ トップページ
<http://www.nipponham.co.jp/>



環境への取り組み
<http://www.nipponham.co.jp/group/ecology/>



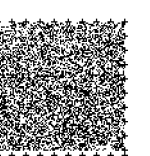
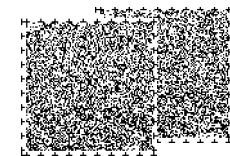
品質への取り組み
<http://www.nipponham.co.jp/quality/action/>

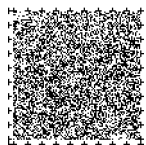


食育への取り組み
<http://www.nipponham.co.jp/group/shokuiku/>



食物アレルギーへの取り組み
<http://www.nipponham.co.jp/quality/allergy/>





この社会・環境レポートは、FSC認証紙^{*37}を使用し、インキは大気汚染の原因になるVOC成分を含まない、植物油100%の大豆油インキを使用しています。また印刷についても、有害廃液を出さない水なし印刷を行っています。