

日本ハムグループ 社会・環境への取り組み

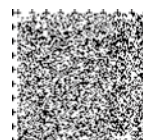
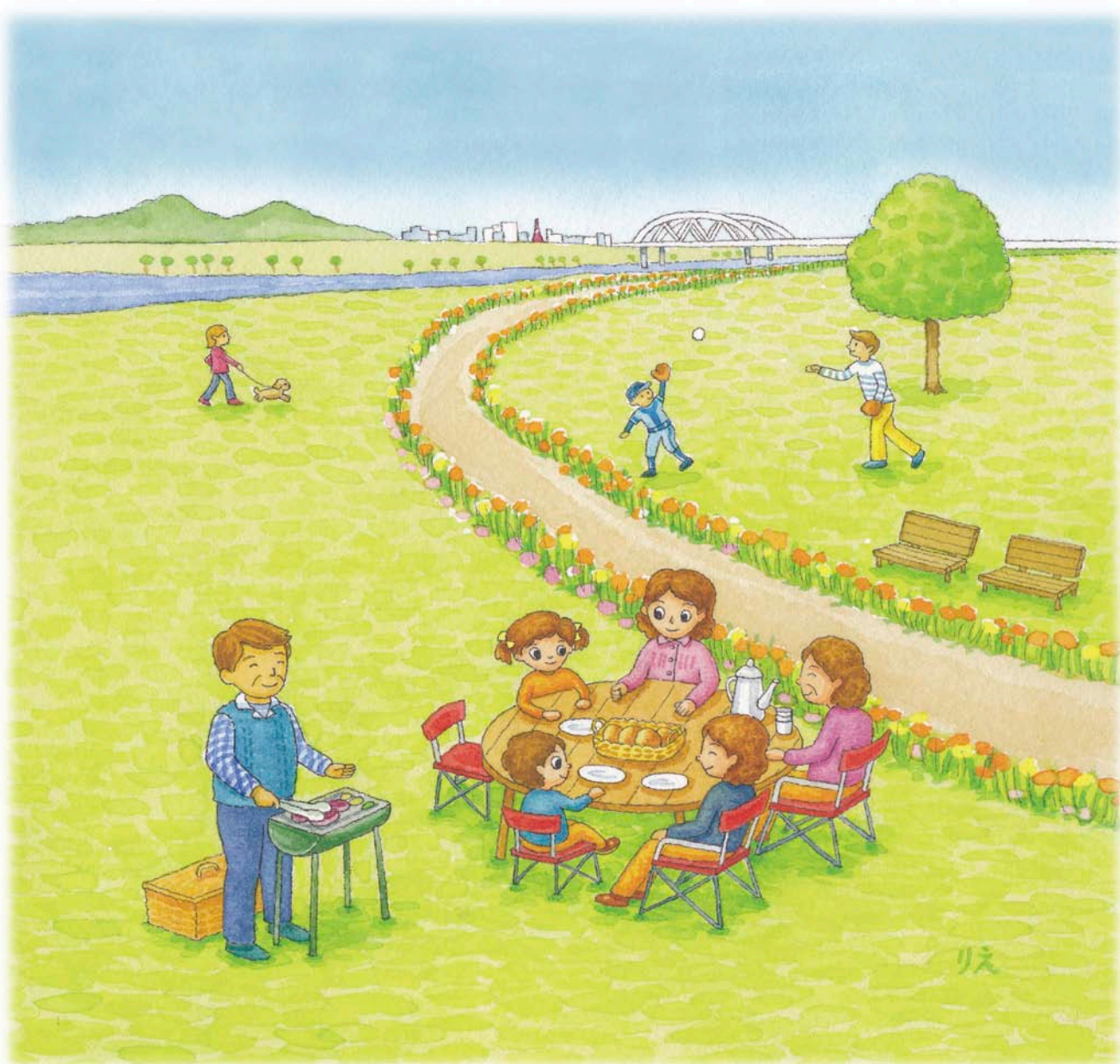
社会・環境レポート

Nippon Ham Group Social and Environmental Activities

2013



人輝く、食の未来



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. 高邁な理想を^{こうまい}かけ、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^{えん}広げ、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。

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して、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



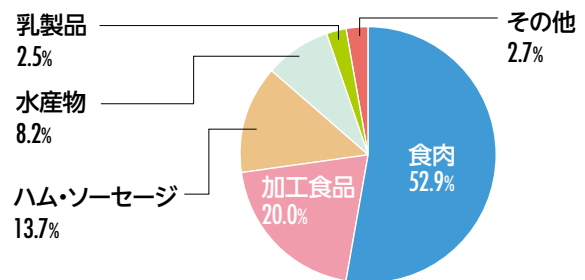
日本ハム(株)と日本ハムグループの概要

会社概要

商号	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	大阪市北区梅田二丁目4番9号
代表者	竹添 昇
従業員	単体: 3,219人 グループ合計: 29,047人 (2013年3月/平均臨時雇用者数含む)
事業所	工場: 86カ所、物流・営業拠点: 367カ所 研究所: 2カ所(2013年4月連結)
資本金	24,166百万円(2013年3月31日現在)

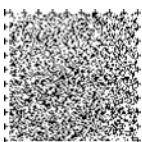
売上高 単体:671,356百万円
連結:1,022,839百万円(2013年3月期)

連結売上構成比(%)



金額ベース(2013年3月期、連結)

SPコード



本レポートには、各ページに文書情報を記録した「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」(右写真)や「スピーチオ」をご用意いただければ、文書情報の概要を知ることができます(「テルミー」や「スピーチオ」は日常生活用具給付対象商品です。給付の手続きについては、各自治体へお問い合わせください)。



もっとくわしく

「日本ハムグループ 社会・環境レポート 2013」 編集方針

日本ハムグループでは、持続可能な社会の実現に向けた企業の社会的責任(CSR)の取り組みについて、ステークホルダーの皆様
に報告するとともに、今後の取り組みのレベルアップに向けて、
ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを図ることを目
的に、情報を開示しています。

報告対象範囲

期間： 2012年4月1日～2013年3月31日の1年間
但し、活動内容については、2013年度の活動を一部含みます。
組織： 日本ハムグループ
分野： 日本ハムグループの社会活動および環境活動

発行日

●2013年6月
(前回報告書発行2012年6月／次回発行予定2014年6月)

参考にしたガイドライン

- 環境省「環境報告ガイドライン(2012年版)」
- GRI (Global Reporting Initiative)
「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン第3.1版」
(GRIガイドラインの対照表は、ウェブサイトに掲載しています)

※本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。

社外からの評価

- SRIインデックスへの組み入れ状況

日本ハム(株)は、世界的なSRIインデックスである
「FTSE4Good Index Series」、
「Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index」
に継続採用されています。(2013年3月31日現在)



FTSE4Good

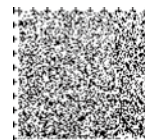


Contents

- 1 企業理念、経営理念
日本ハム(株)と
日本ハムグループの概要
- 3 トップメッセージ
- [対談]
5 人輝く、食の未来へ向けて
竹添 昇 × 向井 亜紀
- [特集]
9 食物アレルギーの取り組み
- 11 研究・開発の取り組み
- 12 副産物の高度利用
- 13 環境への思いやり
- 27 社会とのつながり
- 33 お客様とのコミュニケーション
- 35 株主・投資家の皆様へ
- 37 「人財」の育成・働く環境
- 41 経営の基盤
- 45 品質No.1経営への取り組み
- 49 「食べる喜び」をお届けするために
- 57 第三者からのご意見／編集後記
- 58 「日本ハムグループ 社会・環境
レポート2013」アンケート
- 59 ステークホルダーの皆様から
のご意見と対応
- 60 日本ハムグループの外部認証取得状況



SPコードの位置を示すために、レポートの誌面下にSPコード印刷部分に切り欠きを入れています。切り欠きが一つの場合はその紙の片面、切り欠きが二つの場合は、両面にSPコードが印刷してあることを示しています。



世界で一番の食べる喜びを皆様へ



日本ハム株式会社
代表取締役社長

竹 添 昇

■「人輝く、食の未来」の実現に向けて

「食」は生きる源であり、私たちの生活に欠かせないものです。日本ハムグループは、生命を育み、その恵みを大切に食品として広く皆様に食していただくことで、人の身体にその「生命の恵み」をつなげています。また、この「生命の恵み」を大切に、食料を安定供給する事業を継続することが、社会的に重要であると認識しています。この考え方は、日本ハムグループすべての事業活動の原点となるものです。

これらの企業としての考え方を広く社会に発信するために、2005年にグループブランドステートメント「人輝く、食の未来」を制定しました。

このグループブランドステートメントには、生命の恵みを大切に、品質に妥協せず、新しい食の可能性を追求し、楽しく健やかな暮らしに貢献していくという思いを込めています。

お客様が期待する安心感や満足感を超える商品をご提供してこそ、お客様においしさの感動を感じていただけます。そして、食べることで生きる力が湧き、心と身体の健康づくりにつながります。私たちは、皆様にご満足いただける商品をお届けすることで、人が輝く、明るい未来を実現していきたいと考えております。

現在、日本ハムグループには、国内外約90社が存在します。この中には、ハム・ソーセージ、加工食品、水産、乳製品の生産・販売の会社はもとより、養豚・養鶏事業をはじめ、生命を育む会社もあります。今後はそれぞれの会社の企業ブランド・製品ブランドを有機的につないで、新たな価値を社会に提供していきたいと考えています。

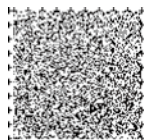




Photo 1



Photo 2



Photo 3



Photo 4

■ 社会との共生を目指して

日本ハムグループでは、企業の社会に対する責任(CSR)を、「企業理念の実現を目指して、一人ひとりが主体的・継続的に行動すること」と定義しています。慈善活動や社会貢献活動にとどまることなく、「食」に携わる企業グループとして何ができるのかを考え、取り組みを進めてまいりました。

中でも、食物アレルギーの研究に基づいて、食物アレルギーに対応した商品の開発、情報の開示や検査技術の確立、特定原材料を持ち込まない製造工場の設立、また、ウェブサイトではレシピの公開などを行っています。これらの活動は、日本ハムグループ事業の一角にとどまらず、食物アレルギーをお持ちの方々、ご家族の皆様など多くの皆様の「食べる喜び」に貢献できるものであると考えています。

「食」を通して社会とのコミュニケーションを図り、「おいしさの感動」と「健康の喜び」をご提供する日本ハムグループが社会に対して果たせる役

割が何であるのかを考え、自覚と誇りを持って実行していきます。

環境への取り組みも同様です。「^{いのち}生命の恵み」を事業の源泉としている日本ハムグループにとって、生命を育む大地である地球環境を守り、次世代、そしてその次の世代へとつなげることは重要な責務であると考えています。日本ハムグループは、事業活動や商品の環境負荷低減への取り組みを進めることによって、環境に配慮した企業活動を行うやさしい企業となることを目指し、持続可能な社会の実現に向けて貢献してまいります。

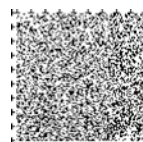
最後になりますが、日本ハムグループはこれからも「グループブランドの約束」の下、商品の品質だけではなく、経営の品質も高め、グループ一体となって事業活動を推進してまいりますので、今後ともご支援賜りますようお願い申し上げます。

Photo 1 食肉加工品「もう切ってますよ」シリーズ商品等の調理例

Photo 2 日本フードパッカー(株)青森工場内の敷地で行っている菜の花畑

Photo 3 2012年より参加している「サンゴ礁再生プログラム」を行っている沖縄県

Photo 4 2002年より活動を開始した「みんなの森林 大成山(兵庫県)」の活動の参加者





たけ ぞえ のぼる
竹添 昇

日本ハム(株)
代表取締役社長



む かい あ き
向井 亜紀

埼玉県さいたま市出身。日本女子大学で生物科学を専攻。タレントとして、また二児の母としての体験を活かしTV・講演などで幅広く活躍。

人輝く、食の未来へ向けて

日本ハムグループは、お客様をはじめとするステークホルダーの皆様との積極的な対話を通じて、社会の期待に応えていくことが重要であると考えています。そこで今回は、子どもたちの心と身体を育成するためのさまざまな活動をされているタレントの向井亜紀さんをお迎えし、日本ハム(株)竹添社長と対談していただきました。

すべての人に「食べる喜び」を ～食物アレルギーへの取り組み～

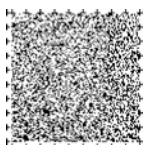
向井 今回の対談に参加するにあたり、「日本ハムグループ 社会・環境レポート」のバックナンバーを拝見させていただきました。

食卓をあずかる主婦として、今日はお話を伺うのをとても楽しみにしてきました。日本ハムさんといえば、まず『シャウエッセン』や『ウイニー』が思い浮かびますが、ピザやお魚、ヨーグルト、チーズなど幅広い商品を提供されているのですね。また、原材料である豚や鶏、牛を飼育することか

ら手がけられていると知り、非常に驚きました。

竹添 日本ハムグループの最大の特徴は、牛・豚・鶏の生産・飼育・製造・販売のすべてを行っていることです。おいしいものを作るためにはフレッシュな原料が必要であり、そのために牛や豚、鶏を育てるところから始めようということで、ファーム事業から手がけています。牛、豚、鶏の3畜種の生産・飼育から、製造・販売まで取り組んでいるのは、世界でも唯一、日本ハムグループだけです。

「食べる喜び」を基本のテーマとし、社会に貢献することは日本ハムグループの企業理念ですが、すべての人々に「食べる喜び」をお届けするため



日本ハムグループの事業紹介 関連P.49-56

に、食物アレルギーへの取り組みにも力を入れています。

向井 食物アレルギーは深刻な問題です。私は、以前PTAの活動で学校の給食風景を見学する機会がありましたが、食物アレルギーを持つお子さんが別メニューになったり、少し離れた席で食べているのを見て、「時には、みんなと同じように食べたいだろうな」と痛感した記憶があります。私自身も、自宅で子どもの誕生会を開く時には、お友だちの食物アレルギーの有無を招待状で確認しています。日本ハムさんは、今のように食物アレルギーが社会問題になる前から取り組みを始められているようですね。

竹添 1996年から17年間、食を提供する企業として、食物アレルギーに関する研究を基礎から行ってきました。それらの研究をもとに検査キットを開発し、製造のノウハウを活用して食物アレルギーに対応した商品「みんなの食卓®」シリーズ※¹ができました。その他、今では食物アレルギーに関する情報をお伝えするウェブサイト「食物アレルギーねっと※²」の運営やお子様やご家族に向けた食物アレルギー教室(P.10)などを展開しています。

向井 先ほどアレルギー検査キットを体験させていただきました。私は理系なので、久しぶりに白衣を着て懐かしい気持ちになりましたが、もっと驚いたのは、食品のほんのひとかけらからア

レルゲンの有無を判定することができたことです。これまで日本ハムさんが食物アレルギーについてさまざまな努力を積み重ねてきたことが、食の安全・安心と消費者からの信頼につながって

いるのですね。それと、「みんなの食卓®」のような商品があれば、子どもたちのホームパーティーでもみんなが同じものを「いただきます!」と一斉に楽しめます。食物アレルギーを持つお子さんはもちろん、そういうお子さんを持つお母さんにとっても、うれしく、心強いことだと思います。

竹添 「みんなの食卓®」は、ウインナーから始まり、ハム、ベーコン、ミートボール、ハンバーグなどへとラインナップが広がり、お弁当のおかずなど毎日の食卓に役立てていただけます。そして、主食となるパンは、米粉100%で開発しました。そのパンの原料となるお米は、食物アレルギー対応食品の専用工場がある山形県酒田市のお米を100%使用しています。

そして、その米粉の一部には、JAの皆様のご協力をいただきながら、日本ハムグループ従業員がお米づくりに参加している「みんなの田んぼ」でとれたお米も使用しています。また、日本ハムグ



※1 「みんなの食卓®」シリーズ

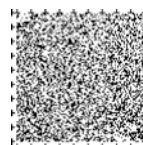
食物アレルギーの特定原材料7品目(乳、卵、小麦、そば、落花生、えび、かに)を一切使用せずに製造したハム、ソーセージ、ハンバーグなどの加工食品。東北日本ハム(株)アレルギーケア工場にて製造しています。

関連P.9

※2 食物アレルギーねっと

日本ハム(株)が提供する食物アレルギーの情報サイトです。食品メーカーの視点から、食物アレルギー物質表示や症状・原因の解説、アレルギー除去食品、季節の安心レシピ(除去食レシピ)等の情報を発信しています。

関連P.10



グループでは食物アレルギーの検査だけでなく、品質に妥協しないという方針のもと、安全審査、安全検査、品質監査など、品質保証を専門に行う従業員を国内外に888名配置しています。

向井 毎日家族の口に入るものですから安全・安心な食べ物を選びたいと思っていても、実際に買い物に行くと、商品の原料を一つひとつ細かくチェックすることは難しいものです。やはり最後はこのメーカーの商品なら安心という企業に対する信頼感で商品を選んでいきます。竹添社長のお話を伺って、「日本ハムの商品への安心感」がさらに増しました。

生命の恵みを余すところなく大切に ～環境問題への取り組み～

向井 3.11の東日本大震災以降、さまざまな価値観が変わる中で、環境に対する意識も高まりました。わが家でも「地球という大きな船を大切にしようね!」と子どもたちと話し合い、節電、節水、ゴミを減らすなど、できることから取り組んでいます。お風呂も間隔を空けずにハイタッチして、次から次へ入るようにしていますよ!(笑)

竹添 日本ハムグループも「環境方針」に基づいて、環境に配慮した商品・サービスの提供、



環境パフォーマンス※1の向上など目標を立てて取り組んでいます。例えば、グループの中の生産・飼育施設で発生する排せつ物はバイオマス発電やボイラー燃

料、肥料として有効活用されています。また、豚や鶏のこれまで十分に活用されていなかった部分から、プラセンタ、コラーゲン、コンドロイチン、エラスチンなど健康食品原料を抽出し、健康な暮らしに役立てる研究開発も行っています。生命の恵みをいただくからこそ、その生命を余すところなく、大切に活かすことに注力しています。

向井 生産・飼育から手がけていらっしゃるから、生命や、その生命が育つ環境に対して深い愛情が持てるのですね。

竹添 お肉の商品に包装材(トレー)を使用しない「meat with eco」シリーズの発売をはじめました。お肉の処理・加工後すぐに真空パックして出荷するもので、衛生面の管理や包装材の削減はもちろん、鮮度の保持による品質の向上も実現しました。

向井 毎日料理をする人の立場からすると、きれいに見栄えよく包装されていることより、簡易包装でも中味がよい商品の方が買ってよかったと納得できますね。

竹添 商品のパッケージに対する取り組みの他にも、「カーボンフットプリント※2」といって商品のライフサイクルで発生するCO₂量を表示したり、「ECOドライブ」システムで日本ハムグループの全車両の走行距離や燃料使用量を管理しています。さらに、日本ハムグループ内で、エコドライブのコンテストを実施しており、燃費効率の良い運転をしている事業所・従業員を表彰しています。

これらの環境データは「ECOハート®※3」というシステムを活用して「見える化」し、「減らす化」に向けて取り組んでいます。また、CO₂の排出量データは、当社のウェブサイトでも月次で公開

※1 環境パフォーマンス

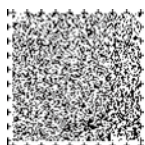
組織の環境側面(活動、製品、サービスなどの要素)における、マネジメントの測定可能な結果のこと。

関連P.13-26

※2 カーボンフットプリント(CFP:Carbon Footprint of Products)

直訳すると「炭素の足跡」といわれ、商品・サービスのライフサイクルの各過程で排出された温室効果ガスの量を二酸化炭素(CO₂)の量に換算し商品のパッケージなどに表示するもの。

関連P.24



しています。

向井 数字や取り組みを「見える化」し、わかりやすく開示してもらえるのはいい取り組みですね。そういった数値を確かめる方法があるとわかり勉強になりました。私たちもできることからもっとエコに取り組んでいこうと思います。



竹添 環境問題とは、究極的には「コンプライアンス経営」だと思います。法令遵守はもちろん、企業として倫理的に、誠実に経営していくことが大切だと考えています。

子どもたちに気づきを与える食育に注力～日本ハムグループができること～

向井 日本ハムさんは、食物アレルギーや環境問題の取り組みなど、未来に対する先見力をお持ちですね！今日、竹添社長の経営に対する考え方やさまざまな取り組みを伺い、海外の友人が言っていたある言葉を思い出しました。それは「ドライブ」という言葉です。海外では生き方が素敵な人に対して「あなたのドライブはキレイね」というような言い方をします。ここで言う「ドライブ」というのは、自分がその時どうあるかというよりも、どう運転して進むかという、人生の考え方・運び方ということになるのでしょうか。企業で言えば、未来を見据えた姿勢や責任でしょうか。日本ハムさんは、その企業としてのあり方や未来に向けた経営姿勢が素晴らしく、「ドライブが美しい」という印象を受けました。私たち消

費者は、つい目先の価格や手軽さといったところに目を奪われがちですが、その商品がどういう考え方で作られて、どうやって私たちの元まで来たのかというところをわかるようにしていただけるといいですね！そしてこれからは、子どもたちに対して生命の素晴らしさや環境の尊さ、モノの大切さなどについて、気づきを与えるような機会を設けていただくことを期待します。それは、生産・飼育から手がけ、環境に対しても積極的に取り組みを行っている日本ハムさんだからこそできることだと思います。

竹添 そうですね。今日、向井さんとお話しさせていただき、食品メーカーの役割の一つとして「食育」の大切さを改めて認識しました。私たちは、工場見学（OPENファクトリー）や従業員による体験教室などの食育活動を展開していますが、さらに注力していこうと思います。また、今後は家畜の排せつ物を肥料として活かし、さらにその肥料で家畜の飼料を栽培するといった循環型農業も手がけていきたいと考えています。そして、ブランドステートメントである「人輝く、食の未来」に向けて、貢献してまいります。



対談終了後、向井さんから日本ハムグループに対して、メッセージをいただきました

(2013年4月24日、都内にて)

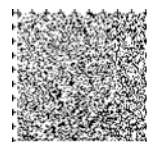
※3 ECOハート®

日本ハムグループの環境情報共有システム。主に国内の全事業所を対象に事業活動における用水、電力、燃料の使用量、生産数量、廃棄物排出量などを集約しています。

関連P.17

工場見学や体験教室に関する内容は、

P.31 をご覧ください。



食物アレルギーの取り組み

日本では乳児の10人に1人、3歳児の20人に1人がいずれかの食物アレルギーを持っているといわれています。日本ハムグループでは、食物アレルギーをお持ちの方に家族や友達と一緒に食べる喜びをお届けするため、食物アレルギーに対応した商品や食品中のアレルゲンを検査する技術の研究・開発を1996年より継続して進めています。

食物アレルギーへの取り組み年表

日本ハムグループの取り組み	
1996年	食物アレルギー対応商品の研究・開発開始
2002年	食物アレルギー検査キット 「FASTKIT エライザ」シリーズ開発・発売
2003年	食物アレルギー迅速検査キット 「FASTKIT イムノクロマト」シリーズ開発・発売
2004年	東北日本ハム(株)「みんなの食卓®」シリーズ の販売開始
2007年	食物アレルギー対応商品の専用工場を東北日本ハム(株)に設立
2009年	食物アレルギー迅速検査キット 「FASTKIT スリム」シリーズ開発・発売 「みんなの食卓®米粉パン」発売
2010年	「みんなの田んぼ」活動開始
2011年	「みんなの食卓®米粉パン」がフード・アクション・ニッポン※1アワード 2010/プロダクト部門優秀賞受賞
2012年	第42回食品産業功労賞※2 「環境・CSR部門」受賞
2013年	やまがた米粉食品コンクール 「山形県知事賞※3」受賞



受賞した米粉パン
「酒田便り」

食物アレルギー検査キット

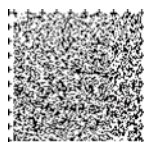


2002年に開発した検査キットは、2005年には、「FASTKIT エライザVer.II」(写真)シリーズとしてリニューアルしました。これらの検査キットは厚生労働省の通知に収載されました。

東北日本ハム(株)「みんなの食卓®」



日本ハムグループでは、ハム・ソーセージ、調理加工品においてわかりやすいアレルギー表示を推進しています。「みんなの食卓®」シリーズのパッケージには食物アレルギーの特定原材料7品目を使用していないことをイラスト付きで表示しています。



※1 フード・アクション・ニッポン

農林水産省が食料自給率向上に向けて推進する国民運動推進事業組織。

※2 第42回食品産業功労賞

食品産業新聞社が主催する第42回食品産業技術功労賞7部門の34件が決定し、東北日本ハム(株)の「みんなの食卓®」が「環境・CSR部門」で受賞。食物アレルギー対応商品の製造販売と地域との連携が評価されたものです。

WEB 日本ハム 食物アレルギーなっと 検索

WEB 日本ハム 食物アレルギー教室 検索

WEB 日本ハム みんなの田んぼ 検索



食物アレルギーなっと

食物アレルギーに関する専門的な情報に加えて、社内外の最新情報を集約してウェブサイトにて公開しています。また、食物アレルギーに対応したメニューレシピは季節・テーマに合わせて紹介しています。なお、当サイトに寄せられるお客様のご意見は商品開発や取り組みの改善に活かしています。



特定原材料を使用せずに作るレシピは、動画で紹介しています。

「みんなの田んぼ」活動

東北日本ハム(株)は、米どころ山形県酒田市を拠点とするメリットを最大限に活用するため、酒田市内の水田(約2ha)を「みんなの田んぼ」と名付けて活動しています。酒田市やJAの皆様と連携しながら、その田んぼで生産された米を原料とした米粉を自社の「米粉パン」に利用しています。



※3 山形県知事賞

当コンクールで出品された55点の中から、米粉パン「酒田便り(プレーン・メープル)」が受賞。米粉100%で商品化した技術力等が評価されたものです。この商品は、株主優待品の選択対象アイテムになっています。

食物アレルギー教室

日本ハムグループでは、日本アレルギー学会指導医の先生方による講演や当社の管理栄養士が講師となって食物アレルギーに対応したメニューを参加者とともに作るなど食の有用な情報を提供しています。また、日頃の食品等に対するお悩みを解決するなど情報交換の場としてもご活用いただいています。



料理教室のメニュー(一例)

- かぼちゃや片栗粉などで卵に見たてたハムエッグ(写真)
- ソースに牛乳を使わず、豆乳で作ったクリームパスタなど

「米粉パン」で広がる食シーン

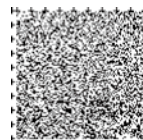
日本ハムグループは、食物アレルギーのお子様を持つご家族のお悩みの一つである『外出時の食事』についても、ファミリーレストランなどの飲食店と協働して、商品やメニューの開発に取り組んでいます。その中でも「お米で作ったまあるいパン」は、全国1,000店舗以上の飲食店※4で食物アレルギー対応のメニューとしてお取り扱いいただいています。今後もみんなで笑顔の食卓が囲める環境づくりに努めていきます。



特定原材料7品目を含まない「ハンバーガー」

※4 全国1,000店舗以上の飲食店

登録いただいている外食チェーン店の店舗数で換算。



研究・開発の取り組み



日本ハムグループの中核研究機関である日本ハム(株)中央研究所では、食品の「安全・安心」を守る研究、健康に役立つ食品・素材の研究開発、おいしく高品質な食肉の生産技術開発などに取り組み、食品の高付加価値化などを通じて、皆様に「食べる喜び」をお届けしたいと願っています。

食の安全・安心を守る取り組みとして精度の高い分析技術の開発に取り組み、食物アレルギー検査キットの開発・販売を行っています。

また、試験を行う能力に関する国際規格である「ISO/IEC 17025」の認定取得を積極的に推進しており、2012年には食品の成分分析に加えて、放射能の分析に関する認定を取得しました。

2013年3月には、検査分析機能に特化した検査棟(写真)を新設し、原料、製品の検査を実施するとともにグループ検査機関の技術向上と人材育成の推進体制を強化していきます。

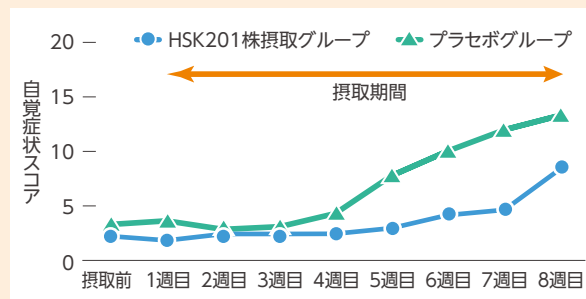
アレルギーの研究

日本におけるアレルギーを持つ方は増加傾向にあり、25%以上の方がスギ花粉症とされています。そこで、日本ハム(株)中央研究所と日本ルナ(株)の共同で2000株以上の乳酸菌を用いた抗アレルギー作用について研究した結果、「Lactobacillus plantarum HSK201株※1」は、高い抗アレルギー効果を持っていることが分かりました。さらに植物性乳酸菌「HSK201株」は、胃液、腸液に対して強い耐性を持ち、生きて腸まで届くことや優れたアレルギー改善作用を有することが確認できました。

右グラフは、花粉症をお持ちの方を対象に「HSK201株」で醗酵させた乳酸菌飲料を摂取した

グループと摂取しなかったグループに分けて検証実験した結果です。摂取したグループでは、花粉が飛散する初期のくしゃみ、鼻水、涙目、目のかゆみ等の症状の改善効果が確認されました。

花粉症の自覚症状



TOPICS

日本ハム(株)中央研究所と共同開発した商品

日本ルナ(株)「乳酸菌のチカラ」

酸に強く生きて腸まで届く植物性乳酸菌「HSK201(L. プランタム)」と腸内のビフィズス菌を増やすオリゴ糖を含んでいます。



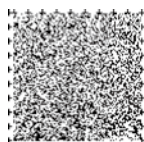
「乳酸菌のチカラ」

日本ハムヘルスクリエイト(株)「セレブの時間」

1本(50ml)に原料換算で10,000mgの「プラセンタ」と人気の美容成分※2をバランス良く含んでいます。



「セレブの時間」



※1 Lactobacillus plantarum HSK201株

ザワークラウト(キャベツの漬物)から単離された、植物性乳酸菌。

※2 美容成分

ヒアルロン酸のほか、セラミド、L-シスチン、コラーゲンペプチド、ビタミンCなどを配合しています。また、カロリーは1本当たり13.6kcalです。

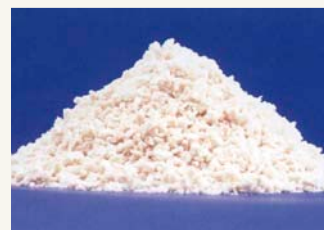
副産物の高度利用

日本ハムグループの持つ豊かな生物資源を活用して、美容に役立つコラーゲンやプラセンタエキス、エラスチンペプチド、疲労軽減に効果のあるイミダゾールジペプチド高含有エキスなど健康に役立つ食品素材を開発・商品化しています。これらの中央研究所で開発された素材は、中央研究所において、安全性・有効性などを科学的に評価しています。

これらは、日本ハムグループの日本ハムヘルスクリエイト(株)など多くの食品会社で利用さ

れ、加工食品や健康食品の原材料として活用されています。

さらに、再生医療領域で利用される極めて高品質なコラーゲンの開発にも成功しており、現在では、これを利用した医療現場での実用化がなされています。



医療用コラーゲン

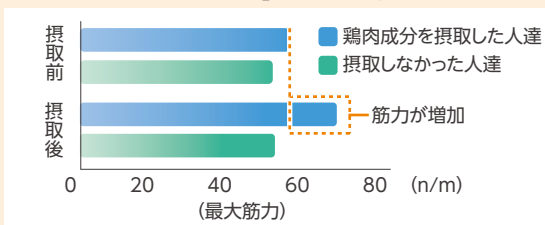


微生物の遺伝子検査

健康長寿の決め手は「お肉」

現在の日本人の平均寿命は、83歳となっており、動物性タンパク質の摂取量の増加とともに寿命が伸びています。そのうち鶏肉には、筋肉づくりに欠かせないタンパク質に加えて「イミダゾールジペプチド」という成分が豊富に含まれています。この「イミダゾールジペプチド」を高齢者の方に1カ月間摂取していただいたところ、特別な運動をしなくても筋力の増加が確認できました(右グラフ参照)。

「イミダゾールジペプチド」による筋力増加



さらには、認知機能(脳の働き)を改善する可能性を見出しており、2012年秋には、国立長寿医療研究センターと日本ハム(株)中央研究所と共同で北米神経科学学会において発表を行いました。

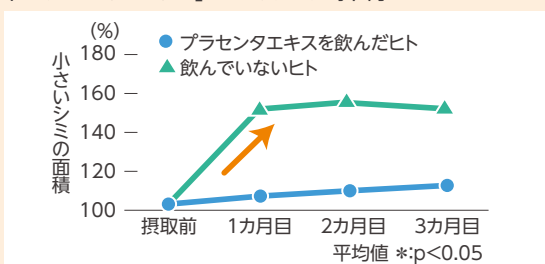
美容と健康で注目される素材

近年、美を追求する女性を中心に注目される「プラセンタ(胎盤)」。

このプラセンタは、ひとつの細胞を生命に育てあげる重要な臓器で豚が出産する際に約1.5～3.0kgが産出されます。これらを抽出・粉末にしたものが、「プラセンタエキス^{※3}」となり、摂取することにより、お肌の小さいシミの増加を抑制するなどの効果が見られました(右グラフ参照)。



「プラセンタエキス」によるシミの抑制



日本ハムグループ
農場の原料を
中心に使用

機能性研究

エキス抽出

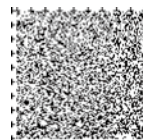
商品製造

販売

トレース可能な国内産の豚の胎盤を使用

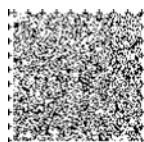
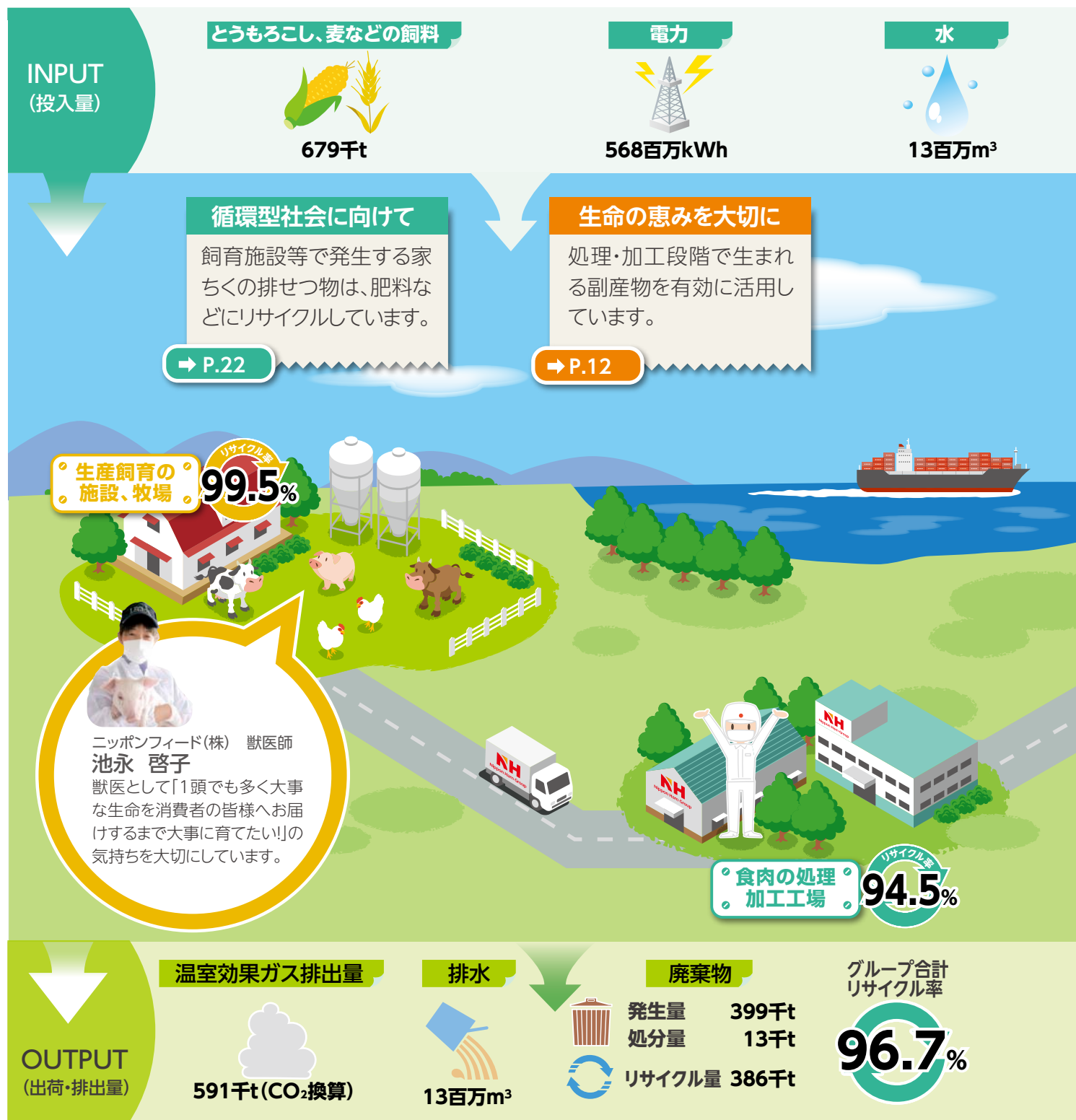
※3 プラセンタエキス

日本ハムグループのプラセンタエキスは、南日本ハム(株)などで製造され、日本ハム(株)中央研究所で健康食品の原材料として販売しています。そのほか、日本ハムヘルスクリエイト(株)の健康食品などに利用されています。



持続可能な社会の実現に向けて

日本ハムグループでは、原材料の調達から商品の製造・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。



ニッポンフィード(株)

全国(北海道・東北・九州)の繁殖農家・肥育農家と契約し、自社で配合設計した独自の飼料を給与することで、安全・安心でおいしい牛肉・豚肉を安定供給しています。

※INPUT(投入量)、OUTPUT(出荷・排出量)の数値は、日本ハムグループ(国内)における2012年度の実績(速報値)です。

燃料(原油換算)



75千kl

車両の燃料



13千kl

製品の原材料



243千t

品質NO.1経営

品質に関する厳格な国内基準を海外事業所に広げています。

→ P.45

資源の有効利用

限りある資源を大切にするため、環境に配慮した商品づくりを目指しています。

→ P.23

「お客様」



「お客様」

お客様とのコミュニケーション

お客様からいただいたご意見を商品・サービスの改善に役立てています。

→ P.33

食品工場 94.3%

営業所 54.3%

日本ルナ(株) 品質管理 四ッ谷 香織

乳酸菌が安定して活動できるように温度管理を徹底しています。生きた乳酸菌は毎日の健康をサポートします。

商品



743千t

容器包装



プラスチック 11,264t

紙 1,318t



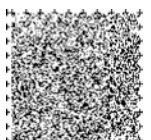
びん 1,330t

PETボトル 0t

日本ルナ(株)

はっ酵乳、乳酸菌飲料、清涼飲料水等、チルドデザート類の製造販売をしています。

関連P.56



美しい地球を次世代に

日本ハムグループの事業活動は、自然や生命の恵み^{いのち}を享受して、成り立っています。その恵みに感謝し、今後も持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいきます。

日本ハムグループ環境方針

日本ハムグループは、自然の恵みに感謝し、持続可能な社会の実現に向けて、環境と調和のとれた企業活動を推進します。

- 1. 商品・サービスへの環境配慮**
環境に配慮した商品の開発とサービスの提供に努めます。
- 2. 環境パフォーマンスの向上**
省エネ・省資源・環境負荷低減に努めます。
- 3. 継続的改善**
環境マネジメントシステムを適切に運用し、継続的改善に取り組みます。
- 4. 法令の遵守**
関連する法令を遵守するとともに、必要に応じて自主基準を定め、環境保全水準の向上に努めます。
- 5. 社会との連携**
地域社会とのコミュニケーションを図り、連携して環境活動を実施します。

「サンゴ礁再生プログラム」への参加



日本ハム 沖縄サンゴ礁

検索

日本ハムグループは、世界中のサンゴ※¹の約30%、約360種が生息すると言われる沖縄県において、NPO法人が行うサンゴ礁の再生活動に2012年より参加しています。

この活動には、地域の皆様、沖縄県内の日本ハ

ムグループ従業員※²のほか、1979年より沖縄県でキャンプを行う北海道日本ハムファイターズの選手が参加し、サンゴの苗の植え付けやサンゴの成長を願うメッセージを寄せるなど、サンゴ礁の大切さを再認識する機会としています。

活動内容

サンゴ苗の植え付け作業

2月

3月

4月

サンゴの苗を育成

5月

6月

サンゴの苗を海底へ移植

7月



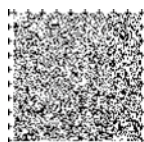
ファイターズの選手と幼稚園児などによるサンゴの苗の植え付け

サンゴの成長を願うメッセージを寄せました



サンゴの苗が一定の大きさになるまで陸上の水槽で育成します

海底に移植したサンゴの苗は、定期的に観察し成長を見守ります



※1 サンゴ

クラゲなどと同じ刺胞動物と呼ばれる「動物」。口、胃がありエサを食べ、卵も産む。ポリプと呼ばれる本体と石灰質の骨格の部分でつくられ、サンゴの体の中には褐虫藻という植物プランクトンが多く存在する。

※2 日本ハムグループ従業員

西日本フード(株)、日本ハム西販売(株)、マリンフーズ(株)。そのうち、マリンフーズ(株)は海の幸であるマグロ、サーモンやエビ、イカなどの水産加工品等を取り扱っています。



日本ハムグループ「みんなの森林」活動

WEB

日本ハム みんなの森林

検索

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」と名付けた森林保全活動を全国3カ所で開催しています。

「みんなの森林」活動では、林野庁 森林管理局など専門家によるご指導をいただき、自然や環境への理解を深めています。

- 関西地区
兵庫県たつの市
おおなるやま
「大成山」
(5.26ha)



遊歩道の整備



植樹(保護ネットの取り付け)

- 関東地区
茨城県桜川市
つくばさん
「筑波山」
(6.54ha)



巣箱の制作・設置



ネイチャーゲーム

- 中部地区
愛知県瀬戸市
せとじょうこうじ
「瀬戸定光寺」
(4.71ha)

その他、美化清掃や生態系の観察を行うなど、グループ従業員および家族と親睦を図っています。



「とくしま協働の森づくり事業」に参加

ー日本ハムファクトリー(株)徳島工場ー

日本ハムグループ発祥の地である徳島県において、「とくしま協働の森づくり事業」に2010年より参加しています。自らの事業活動で排出するCO₂を徳島県内の森林整備で相殺しようというカーボン・オフセット制度の一環です。

2013年3月には、吉野川市鴨島町において、徳島県森林組合様のご指導をいただき、従業員がヒノキの間伐や下刈りなどの森林保全活動を行いました。



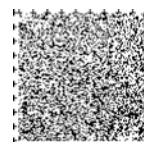
間伐作業



Question

日本ハムグループと森林との関係は？

こたえは、P.53へ



環境情報の「見える化」

日本ハムグループでは、事業活動や商品のライフサイクルを通じて、環境に影響を及ぼす環境負荷の把握と削減を継続的・計画的に推進しています。

環境情報共有システムの活用

日本ハムグループの国内全事業所の環境情報は、「ECOハート®※1」システムによって月ごとに集約しています。さらに、一部の海外事業所の環境情報の集約を始めています。

それらの環境情報は、イントラネットなどを通じて、グループ従業員に開示し、削減に向けた取り組みに活かしています。

エネルギー使用実績(月次)

事業所名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
分 類	単位	4月	5月	6月	7月	8月	9月
燃料							
A重油	kg	1,879,519	2,219,837	2,281,875	2,309,081	2,786,286	2,780,490
B重油	kg	0	0	0	0	0	0
C重油	kg	0	0	0	0	0	0
灯油	kg	1,428,750	1,077,872	764,240	251,250	407,220	402,197
都市ガス	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282
LPG	kg	9,352,374	498,571	461,513	445,559	445,782	438,358
電気	kWh	0	0	0	0	0	0
燃料 小計(重油換算)	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
燃料 小計	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
ガス	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282
都市ガス	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282
LPG	m3	0	0	0	0	0	0
ガス 小計	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282
燃料 小計(重油換算)	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
燃料 小計	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
ガス 小計	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282
燃料 小計(重油換算)	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
燃料 小計	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
ガス 小計	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282
燃料 小計(重油換算)	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
燃料 小計	kg	3,308,269	3,297,709	3,743,618	3,560,334	3,233,456	3,212,640
ガス 小計	m3	1,782,292	1,949,452	1,987,791	1,751,783	1,752,391	1,873,282

「ECOハート®」システム画面

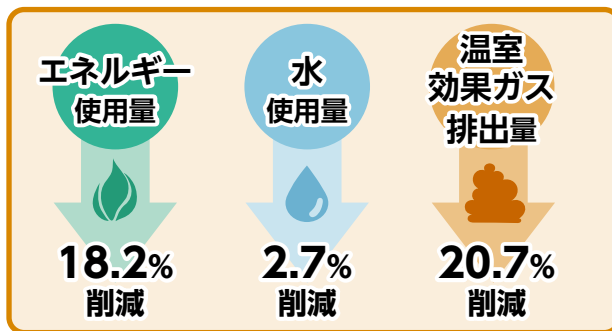
CO₂の見える化

日本ハムグループの国内全事業所におけるCO₂排出量のデータは、2009年4月より、日本ハム(株)のウェブサイトで情報開示しています。このデータは、「ECOハート®」システムにより定量化し削減につなげています。



環境パフォーマンスの向上

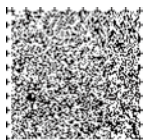
「ECOハート®」システムを導入した2005年度と2012年度における日本ハムグループの商品1トンあたりの製造にかかる環境負荷量(原単位※2)を比較した結果、以下の通り、環境パフォーマンスの向上が見られました。



第三者検証の受審

日本ハムグループでは、本レポートやウェブサイトで報告するデータと算出方法の信頼性を確保するため第三者に検証を依頼しています。

2012年度の日本ハムグループの国内全事業所の温室効果ガス排出量および算定方法については、SGSジャパン(株)による第三者検証を受審しました。



※1 ECOハート®

日本ハムグループ独自の環境情報共有システム。主に国内の全事業所を対象に事業活動における用水、電力、燃料の使用量、生産数量、廃棄物排出量などを集約しています。

※2 原単位

商品を生産する時に使用したエネルギー・水や排出される温室効果ガスの量。

CO₂削減の取り組み

日本ハムグループは、事業活動から発生する温室効果ガス※3の排出量の削減に向けて、環境負荷を見える化することで低炭素社会の実現に向けた取り組みを進めています。

新中期経営計画パートⅣ

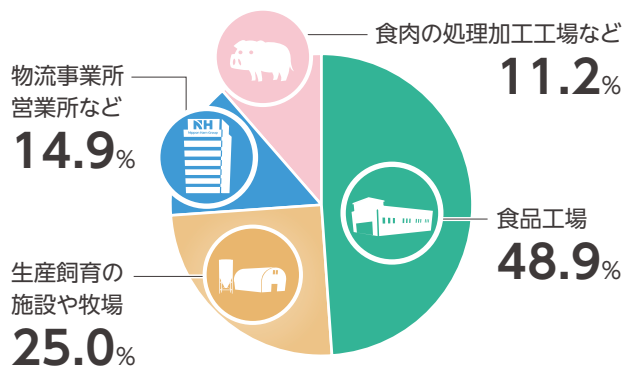
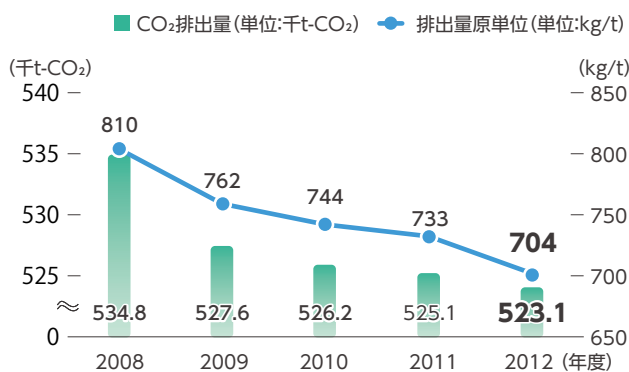
目標値

CO₂排出量の削減(原単位)**12.5% 削減** (2005年度から2010年度の平均値)

速報値

CO₂排出量(原単位)**13.8% 削減**CO₂排出量・原単位の推移 対象:日本ハムグループ(国内)

温室効果ガス排出量の割合 対象:日本ハムグループ(国内)



燃料転換によるCO₂の削減

—日本ハムファクトリー(株)茨城工場—

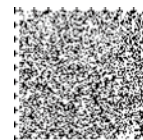
日本ハムファクトリー(株)茨城工場は、「シャウエッセン」「ウイニー」「彩りキッチン ロースハム」など日本ハムの代表的な商品を生産するアジア最大級のハム・ソーセージ生産工場です。2011年度より、商品製造に使用する燃料を重油から天然ガスに順次転換しており、2012年度のCO₂削減効果は、約2,100t-CO₂となりました(2011年度比)。



天然ガスを使用した自家発電設備

※3 温室効果ガス(Greenhouse Gas)

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いくのを防ぐ性質がある大気中のガスのこと。京都議定書では、CO₂、メタン、一酸化二窒素、代替フロン類(HFC類、PFC類、SF₆類)などの6種類のガスが指定されている。



電力の有効利用

日本ハムグループでは、電力の有効利用の促進に向けて、省エネキャンペーン※1を実施しています。「クールビズ」「ウォームビズ」の推進と従業員が工夫を凝らした省エネ活動を推進しています。

日本ハムグループ省エネキャンペーン「電力使用量削減効果」

対象:日本ハムグループ国内の非製造事業所



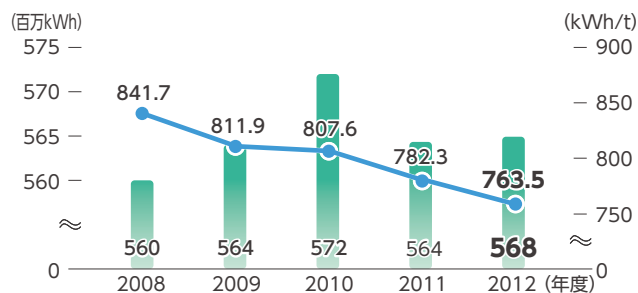
目標 **3.0%**
結果 **4.9%** 削減
期間:5月1日～10月31日



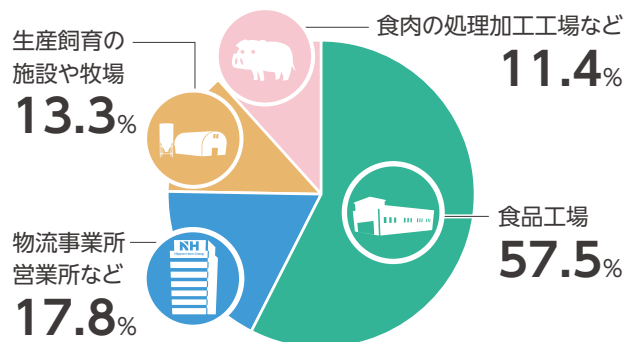
目標 **5.0%**
結果 **5.8%** 削減
期間:12月1日～3月31日

電力使用量・原単位の推移 対象:日本ハムグループ(国内)

■ 電力使用量(百万kWh) ● 電力原単位(kWh/t)



電力使用量の割合 対象:日本ハムグループ(国内)



電力使用量の見える化

—マリンフーズ(株)—

マリンフーズ(株)の営業拠点では、電力使用量をリアルタイムで把握するモニター(写真右上)を設置し、ピークカットと節電に取り組んでいます。また併設した時計型のモニターは、電力使用量が既定値に近付くと色の変化で警告を知らせるため、無駄な照明の消灯や空調温度の設定など、従業員の節電意識の向上につながっています。モニター設置後は、年間で約10%の電力使用量の削減ができた事業所もあり、今後も「見える化」の推進と節電に取り組んでいきます。



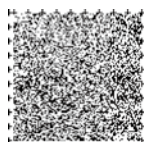
マリンフーズ

検索

～海の幸、食べる喜びをお届けする事業内容をご確認いただけます～



時計の色が変化します



※1 省エネキャンペーン

日本ハムグループ国内の非製造事業所を対象として、年2回に分けて実施。2012年度のキャンペーン(通期)では、電力使用量は5.2%の削減、CO₂排出量では約1,500トン、電力料金では、約650万円の削減効果となりました。

水資源の有効利用

日本ハムグループは、生産活動において使用する水資源の有効利用と、排水の水質管理を行っています。限りある水資源を無駄なく活用し、環境負荷の低減に努めています。

新中期経営計画パートⅣ



目標値 用水使用量の削減(原単位※2)

6.0% 削減 (2005年度から2010年度の平均値)

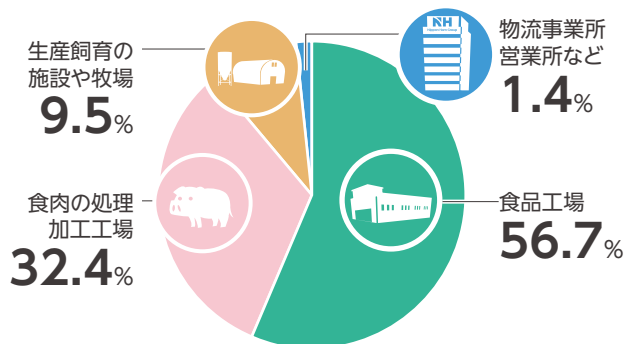
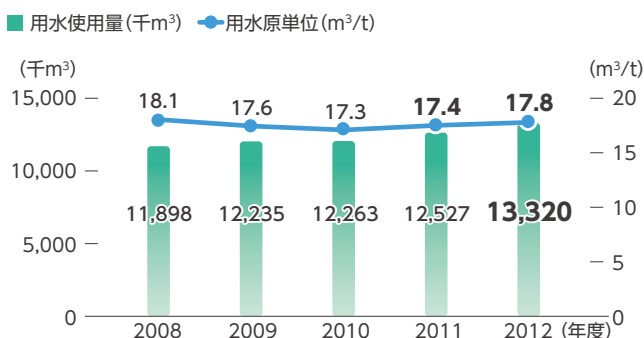


速報値 用水使用量(原単位)

0.6% 削減

用水使用量・原単位の推移 対象:日本ハムグループ(国内)

用水使用量の割合 対象:日本ハムグループ(国内)



タイマー設備導入による水の適正管理

—(株)鎌倉ハム富岡商会—

ハムやウインナーの製造段階では、加熱やスモークなどの工程を行った後、冷水シャワーをかけて、製品を一定の温度まで冷却します。冷水シャワー時間を管理するタイマー設備を導入し、水量の適正管理と削減に努めています。また、これらの製造機械を洗浄するホースの口径も見直し、水の適正利用に努めています。



ハムやウインナーの冷却工程



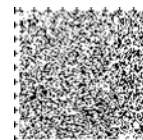
鎌倉ハム富岡商会

検索

～110年以上にわたり、語り継がれるおいしさをご確認いただけます～

※2 原単位

商品を1t作る時に使用する水の量。



車両燃費改善の取り組み

日本ハムグループの国内全車両は、「ECOドライブ」システムによって、燃料使用量、走行距離を月ごとに管理し、燃費改善度を把握するなど常に効率化を進めています。

新中期経営計画パートⅣ

目標値

車両燃費の改善

3.0% 向上 (2010年度比3%向上)

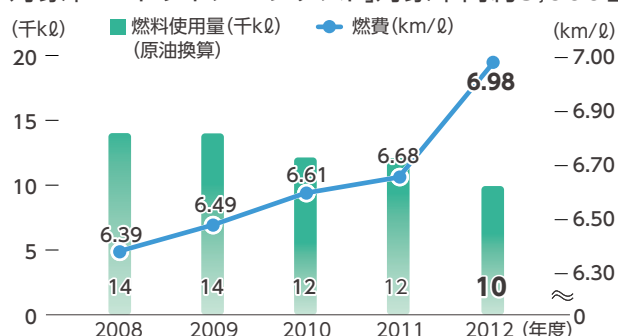
速報値

車両燃費

5.6% 向上 (実績6.98km/ℓ)

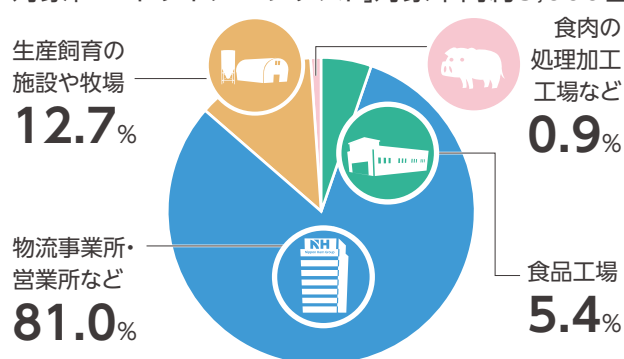
燃料使用量・燃費改善度の推移

対象:「エコドライブ・コンテスト」対象車両約3,800台



車両構成の割合

対象:「エコドライブ・コンテスト」対象車両約3,800台



● 「エコドライブ・コンテスト」の実施

日本ハムグループの国内車両約3,800台を対象に、配送車、乗用車の2部門に分類したコンテストです。車両の燃費改善度の上位者は、コンテスト実行委員長である日本ハム(株)代表取締役社長によって表彰されます。

● メールマガジン「エコドライブ通信」

日本ハムグループの「ECOドライブ」システムで集約した燃費改善度等のデータはイントラネットを活用して、グループ従業員に配信しています。毎月、各自の車両の効果を測定するなど意識の向上につながっています。



ハイブリッド冷凍車による燃費改善

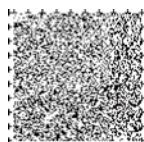
—マリンフーズ(株)—

マリンフーズ(株)では、2013年1月より、アイドリングストップ対応^{※1}のハイブリッド車のテスト導入を始めました。テスト中のデータを従来の車両と比較すると、燃費は約20%向上し、燃料使用量の抑制に伴うCO₂排出量は、年間で約5トンの削減が見込めます。今後は、ハイブリッド車の効果検証と併せて、エコドライブを積極的に進めていきます。



※1 アイドリングストップ対応

車が信号待ちなどで停止した際、自動的にエンジンを切り、発進する時にエンジンを再始動するシステム。



廃棄物削減の取り組み

日本ハムグループでは、限りある資源を継続的に利用するため、「3R^{※2}」活動などを積極的に推進し、循環型社会の実現に向けて取り組んでいます。

新中期経営計画パートⅣ

目標値

廃棄物発生量の削減

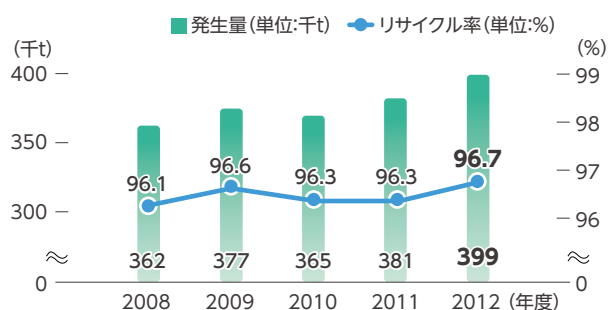
3.0% 削減 (2006年度から2011年度の平均値)

速報値

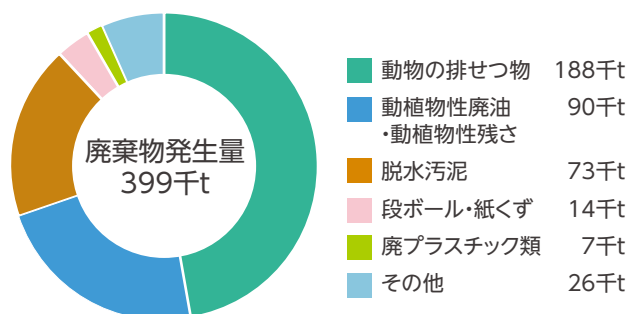
廃棄物発生量

8.3% 増加

廃棄物発生量とリサイクル率の推移
対象：日本ハムグループ(国内)



廃棄物発生量の種類別内訳(2012年度)
対象：日本ハムグループ(国内)



● 廃棄物発生量の算定方法変更の報告

1. 廃棄物発生量のうち、「動物の排せつ物」は牛・豚・鶏の尿・ふんを合計としておりましたが、豚の尿については、排水処理施設にて浄化後、排水として排出しているため、廃棄物発生量から除外し、排水量として計上することとしました。
2. 算定方法変更後の過年度分実績は上記左グラフのとおりです。
3. 新中期経営計画パートⅣにおける廃棄物発生量の「目標発生量」を変更しました(関連P.26)。なお、目標削減率については、従来どおり3%削減としております。



バイオマス^{※3}の取り組み

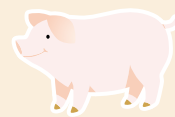
日本ホワイトファーム(株)

鶏の雌は、26週齢から65週齢にかけて、1羽あたり180個以上の種卵を産みます。その飼育段階で発生する「卵の殻」は、粉末状に加工され、肥料などにリサイクルされています。



インターファーム(株)

飼育時に発生する豚のふんを、数カ月かけて発酵分解を行い堆肥や肥料にリサイクルしています。養分バランスに優れた堆肥や肥料は、農家の皆様にお役立ていただいています。



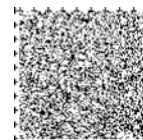
WEB 日本ハム国内生産
～安全なお肉づくりの活動を確認いただけます～

※2 3R

リデュース(Reduce:発生抑制)、リユース(Reuse:再使用)、リサイクル(Recycle:再利用)の3つの頭文字「R」から取っています。

※3 バイオマス

排せつ物や木材、生ゴミなど、生物由来の資源のこと。



商品・販促物等に関する環境配慮

日本ハムグループでは、商品の設計・開発段階から販売促進活動にいたるまで環境負荷の低減をさらに推進するため、「商品・販促物等に関する環境配慮の考え方」を策定しました。

商品の環境配慮事例

国産鶏肉「桜姫^{※1}」は、北海道、青森県、宮崎県の日本ホワイトファーム(株)の農場で徹底した飼育管理のもと一羽一羽、大切に育てています。なお、日本ホワイトファーム(株)宮崎食品工場では、環境面にも配慮し、「桜姫」のノントレーコンシューマーパック商品を開発しました。このパック形態により、商品の出荷から販売に至るまでに使用するパッケージ重量を従来品比約15%^{*}削減しました。

^{*}鶏肉300gをパックする際に使用するトレイ、ラップ、工場における通常包材の袋の総重量と比較した場合



販促物の環境配慮事例

日本ハム(株)では、食の広がりをお客様にお伝えするため、流通企業様の店頭などからデジタルフォトフレームを通じて情報発信しています。これまで季節や商品ごとに作成していたSDカードやDVDは、PAPシステム^{※2}の導入によって、使用量を大幅に削減できました。これからも環境に配慮し、省資源化に向けて取り組んでいきます。



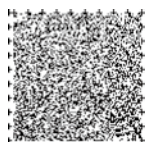
PAPシステム

環境コミュニケーションの実施

日本ハムグループでは、環境イベントなどのさまざまな機会を通じて、事業活動における環境・社会の取り組みをテーマにステークホルダーの皆様とコミュニケーションを図っています。生産・飼育施設、工場から発生する不用物などの再資源化、地球温暖化防止に向けた取り組みなどをスライドやクイズなどを活用して、わかりやすくお伝えしています。



日本ハムファクトリー(株)兵庫工場で開催した環境講座



※1 桜姫

日本ハムグループの農場で大切に育てた透明感あるピンクの肉色と白上がりの脂肪が特長の鶏肉です。通常の鶏肉より、3〜5倍以上のビタミンEを含んでいます。五訂日本食品標準成分表数。

※2 PAPシステム

Photoframe Advance Promotionの略。デジタルフォトフレームに日本ハムのメインPCから静止画像・文字・音声などのコンテンツが配信できるため、DVDディスクなどが不要のシステム。



WEB

森の薫り 環境

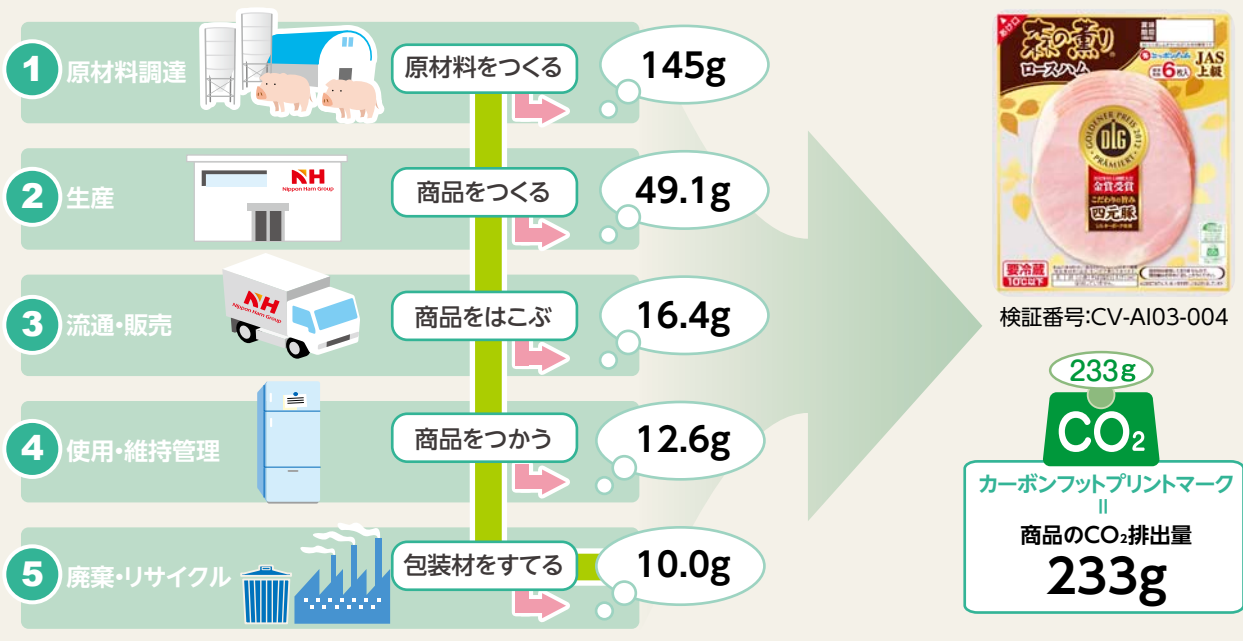
検索

商品におけるCO₂の見える化

商品の容器包装は、お客様が商品をお召し上がりいただくまで、中身の品質を保持する大切な役割を担っています。日本ハムグループは、商品の品質と安全性を確保した上で、商品における環境負荷の定量化とともに資源の有効利用に努めています。

カーボンフットプリントの取り組み ～「森の薫り ロースハム(60g)」の場合～

カーボンフットプリント(CFP:Carbon Footprint of Products)は、直訳すると『炭素の足跡』です。商品・サービスのライフサイクル(下図①～⑤)の各過程で排出された「温室効果ガス」の量をCO₂の量に換算し、商品のパッケージなどに表示するものです。



商品を通じた環境への取り組み

日本ハム(株)「森の薫り」シリーズは、パッケージ資材の軽量化やカーボンフットプリントを算定するなど、環境に配慮した商品づくりを心がけてきました。また、お客様、お得意先様と一体になって、「緑の募金^{※3}」などの自然環境保全に向けて取り組んでいます。本レポートの16ページで紹介している「みんなの森林^{もり}」活動は、この商品がきっかけで始まった取り組みです。



新あらびき
ウインナー



ハーフベーコン



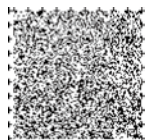
ももハム



あらびきミニステーキ

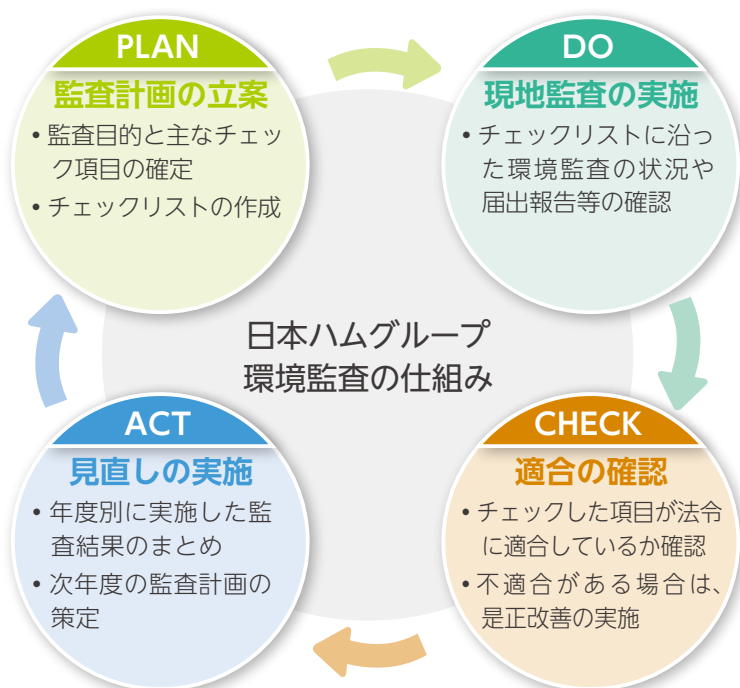
※3 緑の募金

「緑の募金による森林整備等の推進に関する法律」に基づき行われる募金。森林の整備、緑化の推進などに活用され、(公社)国土緑化推進機構と都道府県知事の指定を受けた都道府県緑化推進委員会が推進しています。



環境監査

日本ハムグループでは、「ISO14001※1」を参考に構築した環境管理システムのPDCAサイクルが、適切に運用されているかなどを環境監査で確認しています。



チェックリストの効果的運用

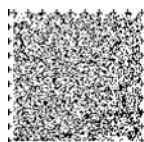
ー日本ホワイトファーム(株)
東北生産部ー

わたしたちの事業所内では、日本ハムグループの環境監査のチェックリストに加えて、社外からの指摘事項を一覧表にまとめ、事業活動に確実に反映させています。また、焼却炉の年1回のダイオキシン測定と実施記録や実施予定日についても一目で分かるように管理を行っています。

環境法令の遵守状況について

2012年度は、環境に重大な影響を与える事故の発生はありませんでしたが、下記の2件につき、適切に対応しました。

発生事業所名	事故の内容	対策
日本ハム株式会社	2011年度に岩手県環境生活部より、同県内での不法投棄現場において日本ハム(株)の商品に使用している包装フィルムが含まれているとの連絡を受けました。2011年度から2012年度にかけて、廃棄物処理委託状況についての詳細な調査の依頼がありました。(2012年8月27日)	行政の指示に従い、調査、報告を行った結果、当該包装フィルムは産業廃棄物処理委託先により不法投棄されたことが判明しました。排出者としての責任を果たすべく、岩手県に対して自主撤去の申出を行い、受理されました。当該包装フィルムは現在、撤去済みとなっています。
日本ドライフーズ株式会社 本社工場	工場にて発生する汚水を処理する施設のうち、沈殿槽にて汚泥と上澄み水の分離を行っています。汚水処理施設への汚水流入量が増加したため、処理が間に合わず、近隣の河川に上澄み水とともに汚泥が流出しました。(2012年11月6日)	至急、汚水流入量の調整を行うとともに、沈殿槽・河川の清掃作業を実施しました。なお、汚泥流出については、行政へ届出書・報告書を提出し、受理されました。以後、同様の状況は発生しておりません。



※1 ISO14001

国際標準化機構が1996年に制定した「環境」に関する国際規格。企業の組織活動が環境に及ぼす影響を最小限に抑えることを目的としています。 **関連P.60**

新中期経営計画パートⅣにおける環境目標

日本ハムグループは、事業活動における環境負荷の低減に向けて、中期的な目標を3年単位で策定しています。2012年度は、2014年度を目標達成年度とする環境目標の初年度でした。

2012年度においては、設定した環境目標のうち3項目については順調に推移しているものの、4項目については、今後の取り組み強化が求められる結果となりました。特に廃棄物については、発生量の削減とともに、より有効的な活用方法がないかなどの検討を進めていきます。

新中期経営計画パートⅣ

😊 目標達成 😊 おおむね達成 ☹ 目標未達成

テーマ	目標値	2012年度実績	達成度評価
CO ₂ 排出量の削減 (エネルギー起源)	2005年度から2010年度の平均値より原単位12.5%削減 (目標原単位:714.1kg-CO ₂ /t)	13.8%削減	😊
廃棄物発生量の削減	2006年度から2011年度の平均値より総量3%削減 (目標発生量:357,506t/年)	8.3%増加	☹
廃棄物リサイクル率の向上	99%以上	96.7%	☹
食品リサイクル率の向上	93%以上(ファームを除く)	94.0%	😊
用水使用量の削減	2005年度から2010年度の平均値より原単位6%削減 (目標原単位:16.8m ³ /t)	0.6%削減	☹
グリーン購入率の向上	90%以上	74.7%	☹
車両燃費の改善	2010年度比 3%向上	5.6%向上	😊

容器包装の再商品化※2実施委託のご報告

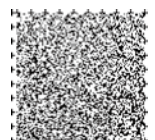
日本ハムグループは、公益財団法人日本容器包装リサイクル協会と再商品化委託契約を締結し、製造・販売数量に応じた再商品化実施委託料金の支払いを行っています。

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・拠出金					
2011年度	374	424	50	10,420	958	1,908	1	2009年度
2012年度	412	475	63	11,556	1,001	1,807	1	2010年度
2013年度	—	390	—	11,264	1,318	1,330	0	2011年度

※再商品化実施委託料金のうち「支払い料金」は、当該年度に確定した精算金・拠出金を加減算しています。

※2 容器包装の再商品化

容器包装を製造・利用する企業には、容器包装リサイクル法により再商品化の義務が課せられています。



次世代とのコミュニケーション

日本ハムグループは、地域の学校から要請をいただいた職場体験学習、職場訪問を通じて次世代を担う皆様に「職業観」、「将来像」を養っていただける機会を創出しています。

職場体験学習の実施

(株)宝幸

(株)宝幸では、工場がある神奈川県大和市内の中学生を中心に職場体験学習を受け入れています。職場体験学習では、冷凍食品を製造する大和工場やチーズを製造するロルフ大和工場で見学や商品包装・箱詰め作業の体験、お客様満足(CS)や環境についての講義、商品開発の業務などを3日間にわたり、学習していただきました。

参加した生徒の皆さんからは、「コミュニケーションの大切さを学ぶことができました」、「速く作業することよりも正確に作業することが大切であることを学びました」などの感想が聞かれ、働くことの意義を実感していただける機会となりました。



箱詰め作業の様子 ロルフ大和工場

産学連携の取り組み

日本ハム(株)

日本ハム(株)中央研究所は、包括的研究協力を行う広島大学大学院生物圏科学研究科と連携して、スーパーサイエンスハイスクール※1である広島県立西条農業高等学校の生徒の皆さんを対象においしさの科学的評価法を指導しました。生徒の皆さんには、講義と実験を通じた科学的実験に基づき、「豚肉」に関する科学的評価法を学んでいただきました。この評価法は、西条農業高校が生産するブランド豚の評価にも活用されています。



お肉の保水性などを評価

VOICE

豚肉のおいしさを証明する「科学的評価法」を学んで

日本ハムさんに豚肉のおいしさを証明する科学的評価法をご指導いただいたから、生徒たちは、「豚を成長させる」ことだけでなく「数字」に強い関心を持つようになりました。データを解析しては、「その結果に何か意味があるのではないか?」と考え、目を輝かせて私に報告してくれます。これらの経験をもとに、私たちは「科学的視点」で豚を育て、自信を持ってその品質をアピールしてまいります。



広島県立
西条農業高等学校 教諭

石井 朝子

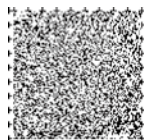
※1 スーパーサイエンスハイスクール

将来の国際的な科学技術系人材を育成することを目指し、理数教育に重点を置いた研究開発を行う学校として、文部科学省が認定する。西条農業高校は、農業高校として全国初のスーパーサイエンスハイスクールに認定されています。

WEB

日本ハム 社会・環境活動

検索



職場訪問の受け入れ

日本ハム(株)

日本ハム(株)では、東京支社において東京都品川区立大崎中学校の職場訪問を受け入れました。これは、中学校の社会学習の一環で、地域の企業を訪問し、交流を図ることにより、自分の将来の夢や進路、職業に対する関心や理解を深めることを目的としています。当日は、日本ハムグループの事業活動の紹介や生徒の皆さんからの質問への回答、生徒の皆さんによるグループワークの発表などを行いました。

この職場訪問で得られた成果を今後に活かしていただくことを願っています。



日本ハムグループの特長をスライドで紹介

職場訪問実施後に使用された学習発表会の資料。日本ハムグループの取り組みを図解※2で表現していただいています。

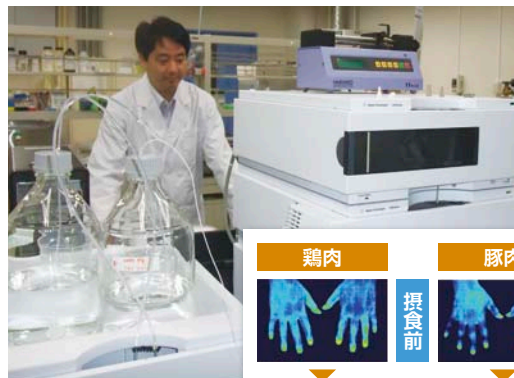


大学との連携

日本ハム(株)

日本ハム(株)中央研究所は、北海道大学大学院農学研究院の食肉科学研究室と共同で食肉が人体に及ぼす効果について研究しています。

その中で最近、鶏肉や羊肉には食事誘発性体熱産生能力が高いことが明らかになってきました。これは、甲状腺ホルモンの分泌を促進してエネルギー代謝を高めることで体が温められる効果(右図参照)です。これらのお肉を食べて体が温まると免疫力が強くなり、ダイエットへの効果も期待されています。これからも北海道大学大学院の皆さんと連携を図りながら、食肉を科学していきます。



鶏肉、豚肉を食べた後の「手」の体温変化の様子(青→黄に変化)



専門学校との取り組み

協同食品(株)

協同食品(株)は、2012年4月、創立50周年を機に、香川県内のデザイン専門学校の生徒の皆さんに当社ロゴマークのデザインを依頼しました。約40通の応募をいただき、その中から選ばれたロゴマーク(右図参照)には、協同食品の頭文字「K」と「2本の箸」、ハムを食べるイメージ、右側の扇型には、ハムを食べる子どものイメージと末広がり表現されています。

当社は、このロゴマークに込められた思いとともに、今後も食の可能性を追求し「食べる喜び」を提供していきます。

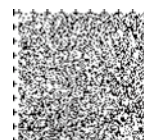


※2 図解(：パーティカル・インテグレーション・システム)

国産牛肉・豚肉・鶏肉、輸入牛肉の生産飼育から、処理、加工、物流、販売までのすべてを日本ハムグループで一貫して行う仕組み。

WEB 日本ハム 食肉事業

検索



食とスポーツの取り組み



日本ハムグループは、「食とスポーツで健康を育てよう。」をテーマに、次世代のスポーツの支援からプロスポーツに至るまで、スポーツ文化の振興と普及に寄与しています。

北海道日本ハムファイターズの取り組み

WEB 北海道日本ハムファイターズ

検索

北海道に本拠地を移転して10年目を迎えた北海道日本ハムファイターズは、ファンの皆様に支えられ、4度のパシフィックリーグ優勝と2006年には、日本一となることができました。

その感謝の意を込めて、北海道内すべての市町村ごとに任命されたファイターズの選手が「応援大使※1」となり、それぞれの地域振興(町おこし)を目的に活動します。選手は、ファンに支えられてプレーできていることを再認識できる重要な機会となっています。



ファイターズベースボールアカデミー

子どもの頃の夢を実現した元プロ野球選手が、野球の技術指導の他、夢を持った挑戦、自分の目標へ一生懸命に向かう姿勢、人とのふ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ています。



WEB 日本ハム ベースボールアカデミー

検索



ファイターズダンスアカデミー

北海道日本ハムファイターズの試合を盛り上げるファイターズガールやその卒業生が、女性や子どもたちにダンスの基本からリズム感や表現力を養うレッスンの他、チームワークや礼儀などを丁寧に指導しています。



WEB 日本ハム ダンスアカデミー

検索



セレッソ大阪の取り組み

WEB セレッソ大阪

検索

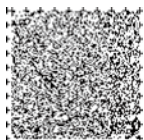
日本ハム(株)は、Jリーグ「セレッソ大阪」のパートナーカンパニーとして、チーム運営に参画しています。

セレッソ大阪は、市民スポーツの振興と地域社会への貢献を目指しており、地域のイベント等に積極的に参加しています。また、大阪市・大阪法務局・大阪第一人権擁護委員協議会と連携・協力し、「いじめ」のない社会を実現するため、Jリーグの一部公式戦で人権啓発活動を行っています。



セレッソ大阪 サッカー教室の実施

日本ハムグループは、「セレッソ大阪」の設立当初より、地域の皆様やご得意先様等と協働で教室を開催しています。元Jリーガーなどがコーチとなって、サッカー技術の向上と楽しさをお伝えしています。そして次世代の豊かな心の成長を支援していきます。



※1 応援大使

北海道日本ハムファイターズの選手たちが「179市町村応援大使」として、北海道内の全市町村で地域住民の皆様と交流を図りながら、全力でまちづくり・まちおこしに寄与していくプロジェクト。2013年より10年間をかけて北海道および市町村と協働で実施する。

管理栄養士による栄養サポート

WEB 日本ハム スポーツ食育 検索

日本ハム(株)中央研究所の管理栄養士※2が、北海道日本ハムファイターズ、セレッソ大阪の育成組織の選手に対して、栄養サポートを行っています。科学的知見に基づき、選手一人ひとりとのカウンセリングをはじめとする栄養教育、食環境整備、毎朝の体重・脈拍測定や身体組成の測定といったアセスメントを実施しています。また、選手だけでなく、選手の家族にも栄養情報とレシピが掲載された「栄養レター」を定期的にお届けし、サポートを行っています。

これらの栄養サポートで得られた知見をもとに、おもにスポーツを楽しむお子様とご家族、指導者の皆様にスポーツ教室における食育セミナーなどを通じて食事の大切さやポイントをお伝えしています。



セレッソ大阪選手への個人指導

北海道日本ハムファイターズでの講習会



野球教室での下敷き(写真右)を用いた食育セミナーの様子



スポーツを通して食と健康を応援

WEB 日本ハム スポーツコミュニケーション 検索

さまざまなスポーツを通して、次世代の夢や希望を応援しています。

日本ハム旗 関東学童 軟式野球大会



関東1都7県の約6,000チームが参加する小学生の新人戦を関東軟式野球連盟連合会とともに主催しています。

日本ハムカップ 関西少年サッカー大会



近畿2府4県の566チームが参加する小学生の大会です。予選を勝ち抜いた24チームによる決勝トーナメントに2007年より協賛しています。

日本ハムグループカップ 東海ユースサッカー大会



東海4県の11歳・12歳以下の小学生による8人制のサッカーチームが8チームずつ(計16チーム)が参加し、決勝トーナメントを行います。

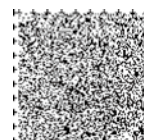
ユニセフカップ マラソン大会



兵庫県(西宮市、神戸市、芦屋市)で行われるユニセフカップのマラソン3大会に1999年より協賛しています。

※2 管理栄養士

栄養士法に基づいて、栄養士を指導し給食管理などの業務を行う者。



食育の取り組み

日本ハムグループは、「食べる喜び」をすべてのお客様にお届けするために、五感体験を通した食育活動を積極的に推進しています。

体験学習の実施「学びの種まき隊」※1

南日本ハム(株)

南日本ハム(株)の本社がある宮崎県日向市内の小中学生を対象とした体験学習(工場見学・ソーセージ手作り体験)を実施しました。体験学習の事前と事後には、当社従業員が各学校に出向いて、理解の促進に努めています。「食」にたずさわる私^{いのち}たちと交流することで、『世の中の仕組み』『仕事』『ものづくり』『生命』『環境活動』について、子どもたちに気づきや考えるきっかけにしていただけるよう努めています。



工場見学と体験教室の実施

日本ハムファクトリー(株) 茨城工場・小野工場

日本ハム(株)は、2006年より、NPO法人企業教育研究会と連携し、全国各地の小学校などで「ウインナーの手作り体験教室」を実施しています。2012年度は、全国で2,146名のご参加をいただきました。

さらに、日本ハムファクトリー(株)茨城工場と兵庫工場がある市内の小学校を対象に、「工場見学」と「ウインナーの手作り体験教室」をセットにしたプログラムを始めています。これは、各市の教育委員会を通じて実現したもので、食品の製造工程を見学した後、実際に食べ物を作る楽しさや大変さを肌で感じていただく機会を提供しています。この授業を通して、子どもたちには、「食べることの大切さ・楽しさ」「食べ物を大切にする気持ち」を育んでもらえるよう努めています。



工場見学「OPENファクトリー」の実施 (日本ハムファクトリー(株)小野工場の例)

日本ハムグループでは、お客様に商品の「安全・安心」と「おいしさ」を体験していただける工場見学を全国各地で実施しています。



1.「ハムリンズ」※2の登場するDVDで会社や製造工場を紹介



2.工場内では、ウインナーなどの製造ラインを見学



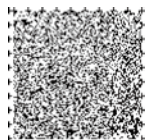
3.できたての「シャウエッセン」の試食、質問コーナー(関連P.53)

WEB 日本ハム 工場見学

検索

WEB ハムリンズ

検索



※1 学びの種まき隊

子どもたちの学習目的に応じた教科との連動や成長段階を考慮して行う南日本ハム(株)オリジナルの教育支援プログラム。日向市教育委員会の企業による出前教室事業に参画。2012年5月～2013年2月の期間計で宮崎県日向市内小中学生のべ1,111名が参加。

※2 ハムリンズ

ハム・ソーセージの魅力を楽しく、分かりやすくお伝えする、日本ハムのキャラクター。ハムソー星から宇宙船に乗ってやってきた「ソーセージータ」、「ハミュー」、「ペーコロン」、「ヤキペータ」の4人の子どもたち。

食育スローガン

食たべるとは楽たしもう！

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。

飾り切り教室の実施

日本ハム(株)

日本ハム(株)は、「食べる喜び」をお伝えするため、ハムやウインナー等を使った飾り切り教室を全国各地のイベントなどで実施しています。この飾り切りの技術を持った日本ハム(株)の従業員は、「飾り切り職人」と呼ばれ、ハムを使った「花」やウインナーを使った「動物・乗り物」など毎日の食卓やお弁当を華やかにするお手伝いをしています。

なお、これらの飾り切りの作り方は、ウェブサイトにおいても季節やシーン別に動画を交えて紹介しています。

WEB

日本ハム 飾り切り

検索



料理教室の実施

日本ハム(株)

日本ハム(株)が実施する料理教室は、簡単なセミナーやクイズを交えながら、さまざまなお客様に合わせた内容で実施しています。

視覚障がいをお持ちの方には、点字や配色に配慮したレシピの活用、高齢男性の方には、日本ハムグループの商品を使って、簡単で見栄えのするメニューを提案するなど、参加者の皆様に作る楽しさ、食べる楽しさをお伝えしています。



視覚障がい者の方を対象にした料理教室



高齢男性を対象にした料理教室

ウインナー手作り体験工房 「下館工房(茨城県)」「長崎浪漫工房(長崎県:写真)」

自分のお好みの長さや味付けでウインナーのできるまでを楽しみながら学べます。



よく混ぜた新鮮な豚肉を羊腸に詰めます



ウインナーの形にした後、木のチップでスモーク



完成したウインナーは、お土産としてご家庭でお楽しみください



WEB

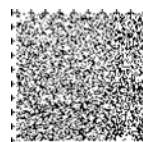
日本ハム 手作り体験

検索

(手作り体験には、事前のご予約と、参加費用が必要となります。)



©2005 NIPPON HAM/BEST PROJECT



お客様とのコミュニケーション

日本ハムグループは、お客様からいただいたご意見やお問い合わせを関係部署と共有することにより、商品・サービスの改善や開発につなげています。

お客様の声をさまざまなシーンでいただいています

店頭・イベント

店頭や料理教室などのイベントで、直接お客様からいただく声を収集・分析し、関係部署と情報を共有しています。



奥様重役会(モニター制度)

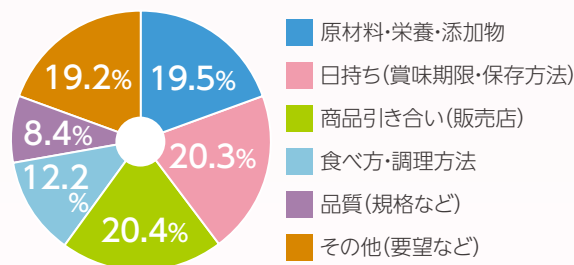
1969年9月、お客様の声を商品開発に活かすために始まりました。主に発売前の商品や企業活動に対するご意見を伺っています。



電話・メール

お客様の声をしっかりと聴き、背景にある真意、お客様の期待と満足を感じ取り、その内容をデータベース化し、分析・発信しています。

● お問い合わせ内容の内訳 ● 2012年4月1日～2013年3月31日



日本ハムファミリー会

1969年11月、奥様重役会の卒業生により自主的に組織されました。約800名が在籍され、消費者の代表としてさまざまなご意見をいただいています。

[WEB](#) [日本ハム 奥様重役会](#) [検索](#)

[WEB](#) [日本ハム ファミリー会](#) [検索](#)

お客様の声をさまざまな調査手法で把握しています

定性調査※1

グループインタビューや商品検討会などの定性調査を実施し、言葉や行動といった数値化できないお客様の実態や潜在的なニーズを調査・分析し、活用します。

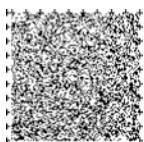


定量調査※2

日本ハムファミリー会会員の方などを対象に、郵送やFAX、ウェブサイトでアンケート調査を実施。お客様の声を収集・分析し、商品・サービスの改善・開発に活かしています。



Q&A冊子の案内 [ーウェブサイトからダウンロードできます!ー](#) [WEB](#) [日本ハム Q&Aブック](#) [検索](#)



※1 定性調査

調査対象者から得られる言葉や行動、あるいは観察者が見たままの印象など、数値化できないデータの収集を目的とした調査。

※2 定量調査

アンケート調査などの数値化できる多量のデータ収集を目的とした調査。

お客様の声を商品・サービスに活かしています

WEB

日本ハム 改善事例

検索

お客様のご意見を反映した商品作り① 日本ハム(株)

調理時に包丁などの調理器具を使わずに召し上げられる焼豚やテリーヌ、手で切り離せる切れ目入りのピザを作りました。洗い物も抑えられ、環境にも心配りができる商品です。



お客様のご意見を反映した商品作り② マリンフーズ(株)

調理の難しさや時間がかかる点などから、若い世代の魚離れが進んでいます。「おいしい煮魚を簡単に楽しんでもらいたい」という思いで「煮魚シリーズ」を作りました。レンジ調理の簡単さや、ほどよいボリュームが評価され、「ファストフィッシュ※3」商品として水産庁の認定を受けています。



実践的な勉強会で従業員のスキルアップを進めています

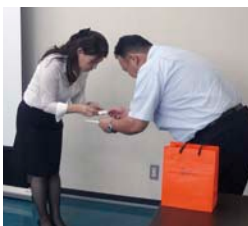
電話対応研修

お客様視点に立った電話対応を心掛け、日本ハムグループの代表として、お客様にご満足いただける電話対応を身に付けます。



訪問対応研修

お客様への商談ではなく、個人のお客様への訪問はどうすればよいのかを、ロールプレイングを通して身につけます。



「電話対応技能検定※4」受検

電話対応のエキスパートとして、お客様対応の品質向上に努めています。日本ハム(株)では『指導者級』取得者を輩出し、グループへの広がりを目指していきます。

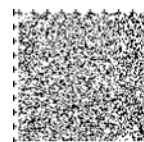


※3 ファストフィッシュ(Fast Fish)

手軽・気軽においしく水産物を食べること、および、それを可能にする商品や食べ方のこと。水産庁が日本人の魚離れを食い止めるために立ち上げた「魚の国のしあわせプロジェクト」の一環としてスタートしたもので、手軽・気軽に食べられる魚の商品をファストフィッシュ商品として認定しています。

※4 電話対応技能検定

2009年にスタートした「電話対応技能検定(もしもし検定)」は、「お客様に喜ばれるビジネス電話対応」の実現と、電話対応のエキスパートとして即戦力になり得る社内の指導者の育成を目的とした検定制度です。



株主・投資家の皆様へ

日本ハム(株)は、株主・投資家の皆様との直接・間接的な対話・交流活動を通じて得られるご意見やご要望を企業活動に反映させています。

個人投資家向け会社説明会

日本ハムグループの事業領域の広さやその活動内容、今後の事業展開、さらには当社株式の魅力等をご理解いただけるよう、個人投資家の皆様を対象とした会社説明会を全国各地で開催しています。

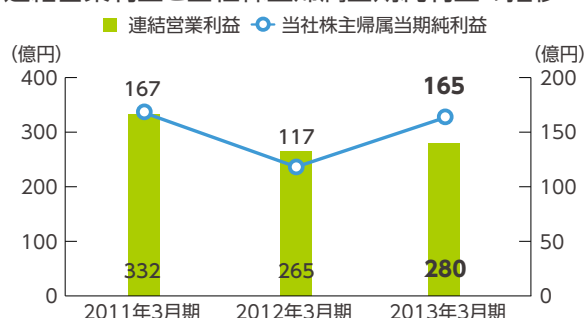


剰余金の配当等の決定に関する方針

当社の剰余金の配当について、当社は長期的発展の礎となる企業体質強化のための内部留保の充実と安定配当を基本として、業績に対応した配当を実施してまいりたいと考えております。内部留保金は、将来にわたっての競争力を維持成長させるための投資資金として有効に活用してまいります。配当については、連結業績に応じた利益配分を基本に連結配当性向30%を目安として、安定的かつ継続的な配当成長を目指してまいります。当分の間は配当金の下限を1株当たり16円とする予定です。

自己株式の取得については、成長への投資や財務体質を勘案しつつ、1株当たりの株主価値とROEの向上を目的として機動的に実施してまいります。

連結営業利益と当社株主帰属当期純利益の推移



「株主フォーラム」の開催

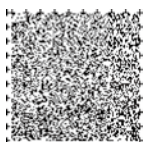
2012年8月、東京で開催の「株主フォーラム」では、日本ハム(株)の株主様から当社の経営やグループ商品・サービスなどに関するご意見をいただきました。フォーラム当日は、毎年6月に大阪で開催の「株主総会」のご報告会と当社役員との懇談会を実施し、多くの皆様との交流の機会をもっています。



ご報告会



懇談会



株主様へのご優待内容

株主優待品のご案内

毎年6月、株主様にお送りしています「選べるご優待品カタログ」掲載の11品から一つお選びいただけます。天海祐希さん出演のテレビCMでおなじみの「美ノ国」ハムギフト(右写真)など、日本ハムグループの商品等やファイターズ観戦チケットなど多彩な商品を取り揃えています。

また、2012年度より、世界で飢餓と貧困に苦しむ人々に食糧支援を行うことを目的に、「国連WFP」へのご寄附もお選びいただけるようになっています。

*毎年3月末日現在1,000株以上保有の株主様が対象です。



商品展示会へのご招待

毎年1月に開催する展示会に株主様をご招待し、日本ハムグループ商品のご紹介をはじめ、事業活動を説明するなど、従業員とのコミュニケーションを深めていただけるよう努めています。会場では、日本ハムグループならではのイベントとして、北海道日本ハムファイターズやセレッソ大阪の選手等との交流機会を設けています。

*毎年3月末日現在1,000株以上保有の株主様が対象です。



日本ハムグループ商品展示会でご来場者に配付した「社会・環境レポート2012」8,000部の制作・印刷などによって発生した温室効果ガス排出量(約6t-CO₂)をカーボンオフセット※しました。

日本ハムグループの循環型農業における青果物

日本ハムグループでは、さまざまな事業活動を通して、環境との調和をめざしています。日本ハムグループのファームで飼育する家畜の排せつ物は、近隣のグループ企業内で処理を行った後、貴重な資源(=堆肥)として活用しています。

この堆肥は、その地域の豊かな土地を育み、安全でおいしい農産物を生産する循環型農業で役立てていただいています。

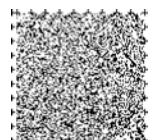
なお、これらの農産物(玉ねぎ、かぼちゃ等)は、2013年度の株主優待品となっており、カタログからお選びいただけます(数量限定のご提供となります)。



野菜には、インターファーム(株)で処理した堆肥を使用しています。

※ カーボンオフセット

北海道の4町が森林を適切に管理し、森林の健全化を確保することで得られたCO₂吸収量を日本ハム(株)が購入しました。



「人財」の育成・働く環境

日本ハムグループは、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ために、基本的人権の尊重や能力を最大限に発揮できるような組織風土を大切にしています。

従業員が安全に働くための環境整備

日本ハムグループでは、従業員が安全に働くことができるよう、職場環境の改善に取り組んでいます。製造工場を対象に「労働安全衛生マネジメントシステム」を導入しています。リスクアセスメントやヒヤリハット、危険予知訓練(KYT)^{※1}等の安全活動が事業所において自主的かつ継続的に行われるよう、取り組んでいます。

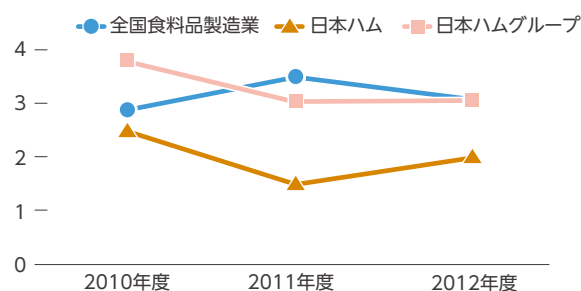


安全巡視

さらに安全の活動がしっかりと取り組めているか監査を実施し、活動のレベルアップに努めています。

また、専門家による工場巡視を実施し、外部の厳しい目で指摘をしていただき、職場の改善に活かしています。

災害度数率^{※2}推移



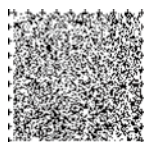
いきいきと健康に働ける職場を目指して

従業員がいきいきと働ける職場を目指して、健康管理、特にメンタルヘルスの取り組みに注力しています。階層別でのセルフケア・ラインケア研修において早期発見・早期対応の重要性を教育しています。また、悩みを相談できる社外の電話相談窓口やメンタルヘルスカウンセリングの体制を整備し、従業員が健康に働けるようバックアップしています。

日本ハム(株)では、2009年度からストレス調査を実施し、従業員が自分自身でストレスに気づく機会を設けています。2013年度はグループ会社全体でストレス調査を実施できるよう、取り組みを進めています。今後もグループを含めて、従業員が健康に働ける職場作りを進めていきます。



セルフケア・ラインケア研修



※1 KYT

Kiken Yochi Trainingの頭文字。製造工場などでの事故・災害を防ぐため、作業上の危険を未然に感じ取り、回避行動を取るためのトレーニング。

※2 災害度数率

100万延実労働時間当たりの労働災害による死傷者数で、災害発生 の頻度を表す。

$$\text{算出方法} = \frac{\text{労働災害による死傷者数}}{\text{延実労働時間数}} \times 1,000,000$$

女性が活躍できる職場環境作りのために

男女ともに活躍できる職場環境作りに向けて取り組みを進める中、日本ハムグループでは、2020年までに指導的立場に占める女性の割合を30%にすることを新たな目標としています。女性が活躍するためのキーマンになるのは職場の上司であると考え、日本ハム(株)では、2013年4月に「女性従業員が継続して活躍できる職場環境作り」をテーマに管理職対象のセミナーをパネルディスカッション形式で行いました。パネラーには、日本ハム(株)および食品企業3社より、女性を部下に持つ管理職の方が登壇しました。

ディスカッションでは、女性が活躍できる職場環境

作りを行うことのメリットやそれを実現するための考え方、実践方法について意見交換がなされました。職場づくりのキーマンとなる管理職が課題やあるべき姿を共有し、今後のヒントになると好評でした。

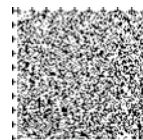
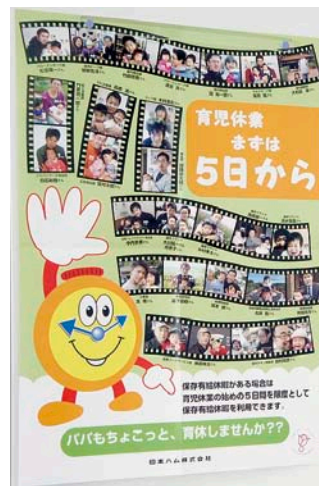


管理職を対象としたセミナー

仕事と家庭の両立をバックアップ

多様な人財が活躍できる企業グループであるため、男女とも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。日本ハム(株)では「従業員ひとり一人の働き方を見直し、どのようなライフステージにおいても能力を発揮し活躍できる職場作り」を実現するために次世代行動計画を策定し、啓発セミナーの実施や制度浸透のためのポスター配布、アンケートの実施、制度利用者へのバックアップなどさまざまな取り組みを行っています。

その結果、2012年に3回目の次世代認定マークを取得し、現在は4回目の次世代認定マーク取得に向けて取り組みを行っています。



Close Up



中国で「日本ハムグループリージョナル研修」を開催

日本ハムグループの海外事業拠点強化に向けた人財育成施策の一環として、2013年1月に「日本ハムグループリージョナル研修」を開催しました。海外拠点の重要性が増している中、日本ハムグループの理念やグループブランド、方針、活動を共有し、各職場への浸透を図ることを目的に、中国を拠点とするグループ会社7社の従業員が出席し実施しました。



山東日龍食品有限公司にて



開催場所

烟台宝昌食品有限公司

天津龍泰食品有限公司

山東日龍食品有限公司

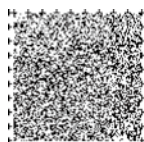
山東未来食品有限公司

威海日都食品有限公司
威海品質保証センター

日邦食品(上海)有限公司

ディスカッション

2日目



日本ハムグループの労働安全衛生の取り組みについて

社外講師による「安全衛生」と「品質管理推進による生産性向上」についての講義

1日目



中国各拠点の概要説明
各拠点の事業内容を発表し、「相互理解」と「連帯感」を強めました



研修を通じて参加者同士が情報共有を図ることで、地域の人財ネットワークの構築や一体感の醸成にもつながりました。さらに近年、中国国内において職場の安全や生産性向上が重要視されてきていることから、「地域テーマ研修」として中国での現場運営における取り組み事例を取り上げました。国内グループ工場や他企業の事例紹介を通じて、参加

者による活発な意見交換が行われました。

今後も研修内容や研修体制を充実させ、海外グループ従業員のさらなる相互理解や具体的な改善施策の推進を図っていきます。海外を含めたグループ従業員の一体感醸成への取り組みを進めていきます。



参加者の声

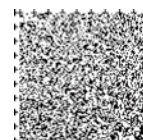
- 日本ハムグループの企業理念や方針について理解が深まった。
- 日本ハムグループの歴史、規模について理解が深まった。
- 日本ハムグループの一員であるということの自覚が持てた。
- 多くの知識や考え方、理論を学び、実際の業務に活かせる内容もあった。
- 自分たちの役割、業務内容の大切さを理解した。
- 他拠点との交流や情報交換の場として非常に有意義な時間を過ごし、業務上の改善点や成功事例などの交換が可能になった。



品質保証部の活動について



企業理念・グループブランドについて



経営の基盤

日本ハムグループには、多くの会社や部署があり、信頼を生み、総合力を高めるために役員や従業員の「責任範囲」と「きまり」を明確化し、それに基づいて会社を運営しています。正しく効率よく業務を行い、ステークホルダーの皆様の期待にお応えしています。

日本ハムグループのコーポレート・ガバナンス

日本ハムグループのコーポレート・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、権限と責任を明確化しています。取締役会は、取締役10名で構成され、グループの重要な事項について意思決定を行うとともに、グループ全体の経営を監督する役割を担っています。取締役会の意思決定の妥当性を高めるため、取締役の内、2名を独立性のある社外取締役としています。(取締役会の員数は、2012年6月現在のものです)

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、経営戦略会議・投融資会議・ガバナンス会議にて、経営施策に伴うリスクを多面的に検討、審議を行っています。

また執行役員制度を導入しており、迅速な意思決定と業務執行を推進する体制としています。さらには、取締役会の意思決定をサポートする本社部門、委員会の充実を図っています。

経営を監視する体制

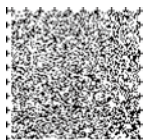
監査役および監査役会による経営監視体制を構築しています。監査役の員数は、取締役会に対する監視機能を十分に果たすために5名とし、うち3名の独立性のある社外監査役を選任しています。(2012年6月現在)

監査役会では、取締役の職務執行、取締役会の意思決定や監督業務を監査しています。

この他、社外監査法人による会計監査、監査部による内部監査、品質保証部による品質監査、社会・環境室による環境監査、コンプライアンス部によるモニタリングを通じて、業務の適正性を確保するように努めています。

内部統制の強化

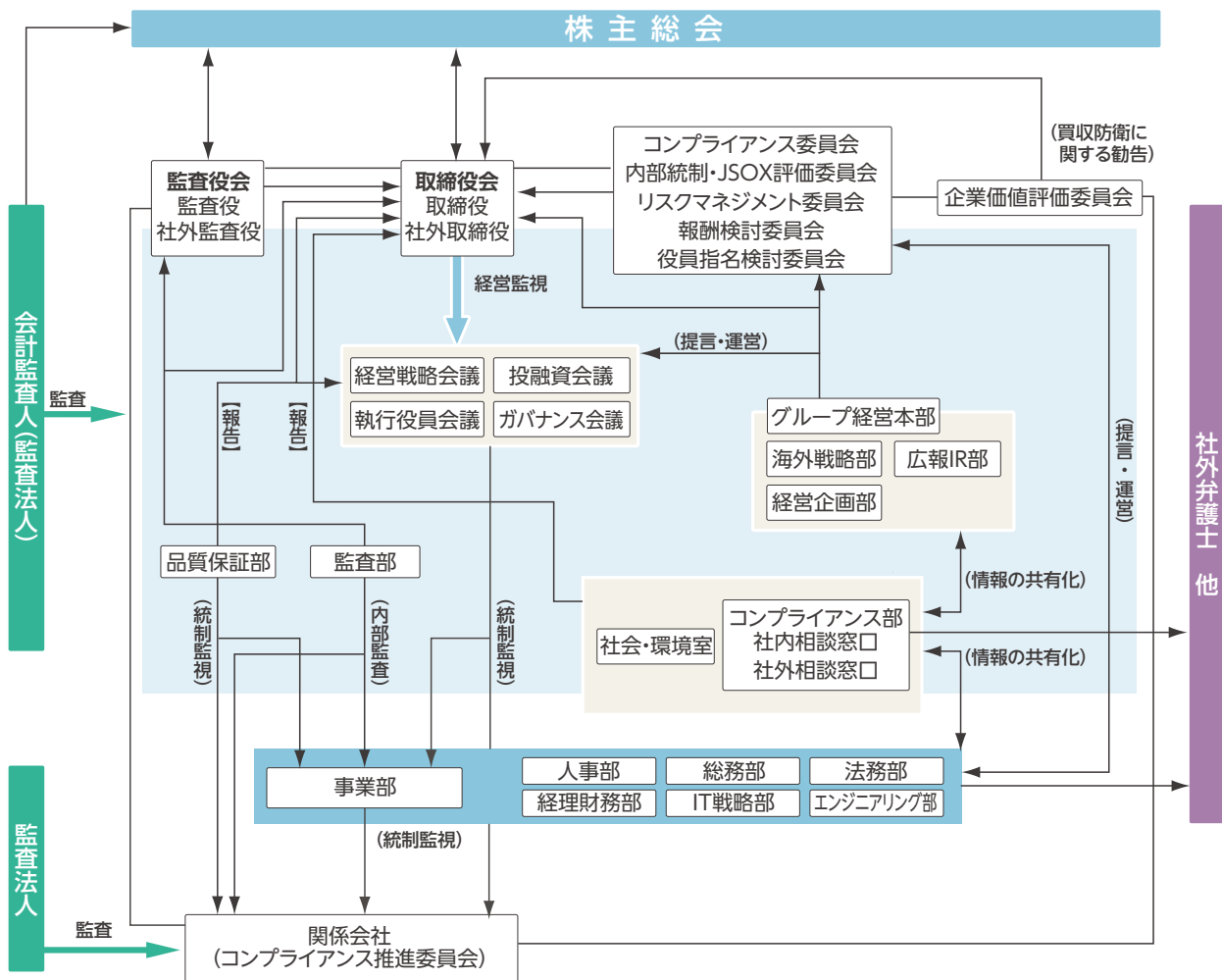
日本ハムグループの経営は、取締役会が中心になって行っていますが、取締役会をサポートする委員会が5つあります。役員報酬について検討する「報酬検討委員会」、役員候補者について検討する「役員指名検討委員会」、コンプライアンス※を浸透させるための「コンプライアンス委員会」、日本ハムグループのリスク管理を行う「リスクマネジメント委員会」、内部統制の評価・報告に関する重要事項について協議決定する「内部統制・JSOX評価委員会」があり、日々の活動を通じて、役員会をサポートしています。



※ コンプライアンス

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。

日本ハムグループ「コーポレート・ガバナンスの仕組み」



VOICE

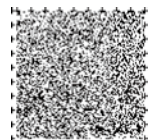
社会になくてはならない存在であり続けるために

グローバル化が進むなか、現代の経済社会は常に目まぐるしく変化し人々の価値観も多様化してきています。こうしたなかであって、日本ハムグループが継続的、永続的に利益をあげ、株主をはじめとする社会のさまざまなステークホルダーの皆さんから信頼され、社会になくてはならない存在であり続けるためには、企業活動のあらゆる場面で、公正にものごとを律していけるシステム、すなわちコーポレート・ガバナンスがきちんと機能していることが重要です。

未来に向けて企業価値を高め続けるために、役員・従業員のみならず、力を合わせ、このシステムをしっかりと機能させていきたいと思っています。



日本ハム(株)
社外取締役
片山 登志子



日本ハムグループのコンプライアンス態勢



日本ハム コンプライアンス 検索

役割・活動内容

コンプライアンス委員会

グループ全体のコンプライアンス状況の確認と推進体制の整備、方針の策定などを総合的に検討します。

コンプライアンス浸透に関する施策を立案し、取締役会などの経営会議に諮っています。

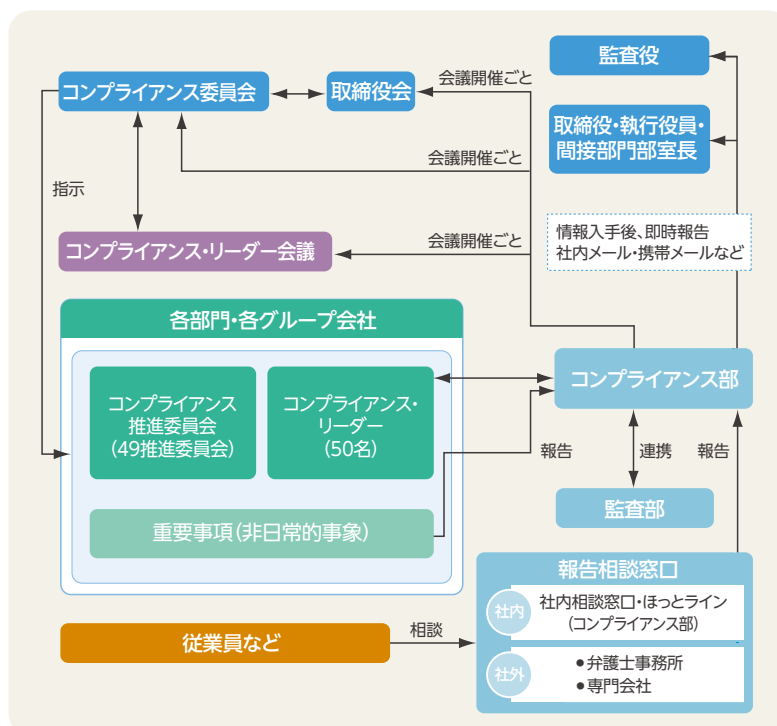
コンプライアンス・リーダー会議

コンプライアンス推進委員会から、1名ずつコンプライアンス・リーダーを選出。全国より定期的に集まり、情報の共有化を図っています。

コンプライアンスの浸透に向けた具体策の企画・立案を実施。各コンプライアンス推進委員会における活動に反映しています。

コンプライアンス推進委員会

グループ内の各社長・各部門長を推進委員長とし、それぞれの事業に応じたコンプライアンス推進活動を展開しています。各推進委員会で具体策を策定し、組織的に活動することでコンプライアンスの浸透を図ります。



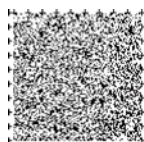
情報の一元管理

ネガティブ情報はコンプライアンス部で一元管理しており、情報入手後、取締役、監査役、執行役員、間接部門部長に即時報告されます。その情報は、取締役会やコンプライアンス委員会への会議開催ごとに報告されます。

コンプライアンス巡回の実施

これまでは「問題発生型」の事業所面談・個人ヒアリングを中心に行っていましたが、2013年度より定期的な事業所巡回によるヒアリングを実施しています。

「潜在的リスク」を抽出し、より積極的なリスク回避、予防につなげていくことを目的とし、巡回後のフィードバックにより当該会社と課題を共有し、共同して職場改善を図っていきます。



コンプライアンス浸透の取り組み ～日本で一番「誠実」と言われる企業グループを目指す～

コンプライアンス経営の方針策定 コンプライアンス活動の周知徹底 モニタリングの実施

- 行動基準
- 中期経営計画方針



日本ハムグループ
行動基準

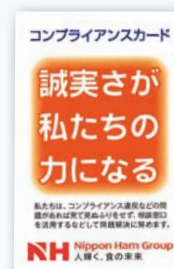
- 階層別コンプライアンス研修
- コンプライアンス大会
- 事業所勉強会
- 社内報



事業所勉強会

- コンプライアンス相談窓口・相談受付
- 従業員アンケート
- 重要事項報告情報
- ヒアリング

相談窓口などを
記載した
コンプライアンス
カード



コンプライアンス強化月間

日本ハムグループでは、毎年8月をコンプライアンス強化月間として定め、さらなる意識の向上を図っています。その期間中は、全従業員からコンプライアンスに関する標語を募集しています。2012年度は、10,434通(前年度比142%)の応募があり、選出された標語は、ポスターになって、事業所に掲示しています。



VOICE

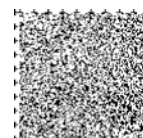
明るく風通しのよい職場づくりに向けて

協同食品(株)では、社長が中心となり、全18名の従業員でコンプライアンス推進委員会を構成しています。

委員会は、各部門混合のメンバーでグループ編成することにより、交流を図りながら、さまざまな角度から討議・発表を行うことで活発な意見交換ができています。

2012年度は、外部講師を招いてメンタルヘルスの勉強会を実施したところ、従業員に好評で、関心の高さと重要性を改めて認識する機会となりました。

協同食品(株)
総務部
草薙 一外



品質NO.1経営への取り組み

日本ハムグループでは、安全で安心な商品をお届けすることが社会的責任と考えています。そのために、安全審査・品質監査・安全検査・人財育成の4つの機能を有機的に連携させ、安全を確保するためのシステムとして、グループ全社で取り組んでいます。



品質監査

商品が適切な環境で製造されているかの確認と評価

継続的な改善による製造環境の向上

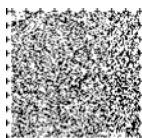
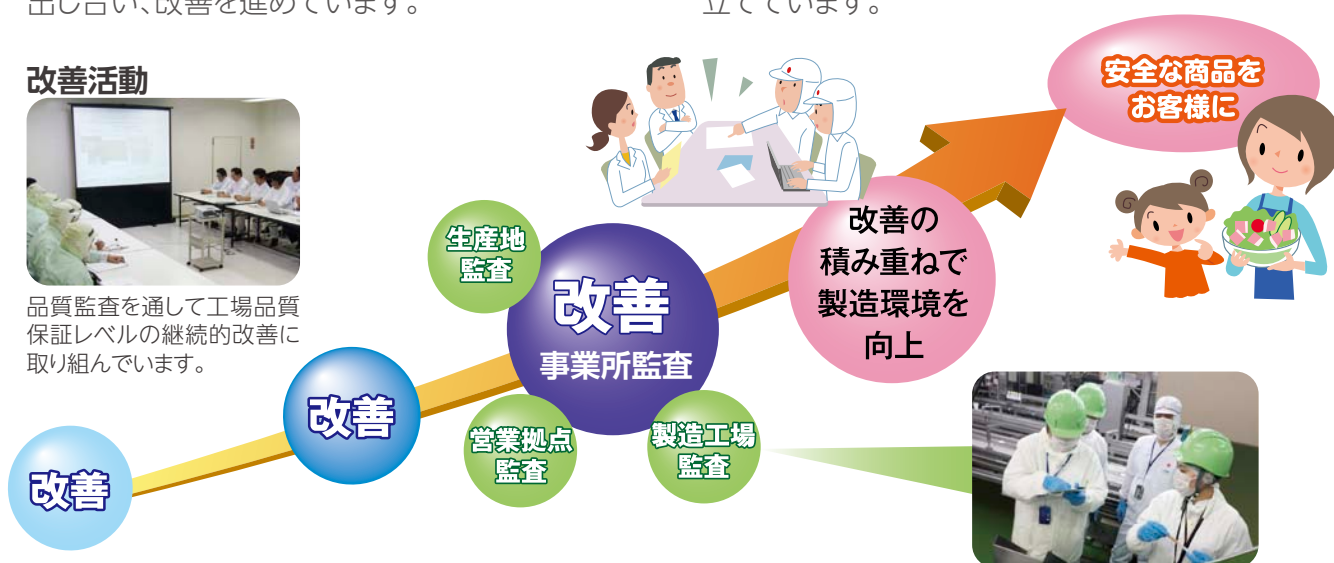
製造環境を継続的に向上させることで、お客様に安全な商品を提供しています。製造環境を向上させるためにコミュニケーションを取って知恵を出し合い、改善を進めています。

また、すべての監査報告は経営層に対して報告されており、現場と経営層の問題意識を共有し、投資の必要性の検討や次期方針の策定に役立てています。

改善活動



品質監査を通して工場品質保証レベルの継続的改善に取り組んでいます。



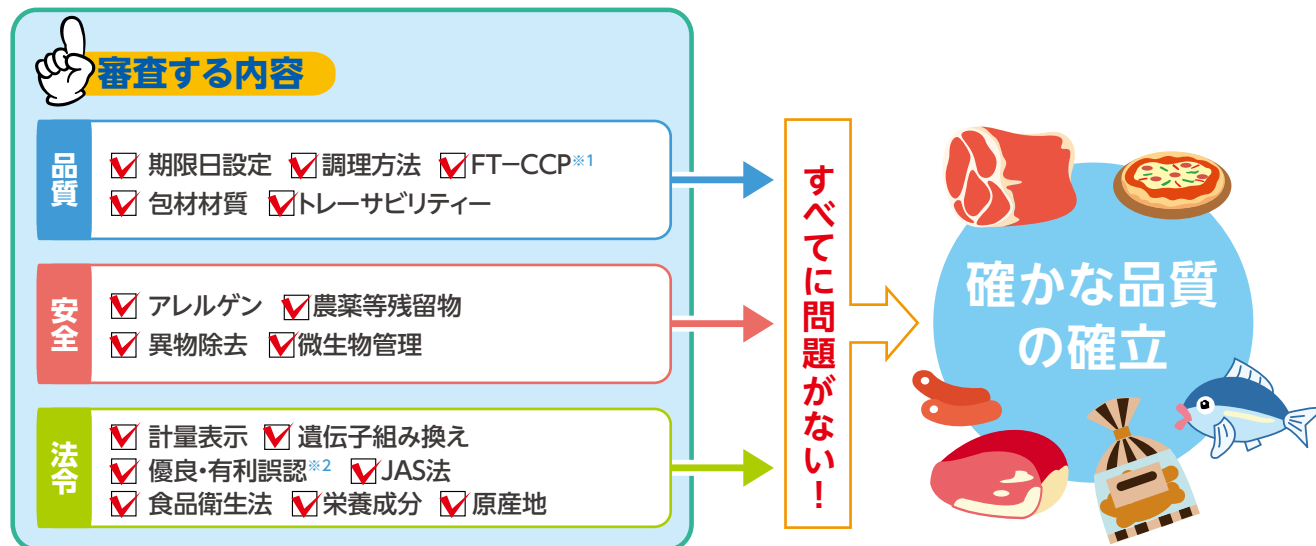
※1 FT-CCP

日本ハムグループの品質向上活動から生まれたおいしさを実現するためのノウハウ。鮮度とおいしさの重要管理項目。Fresh & Tasty Critical Control Pointの略。

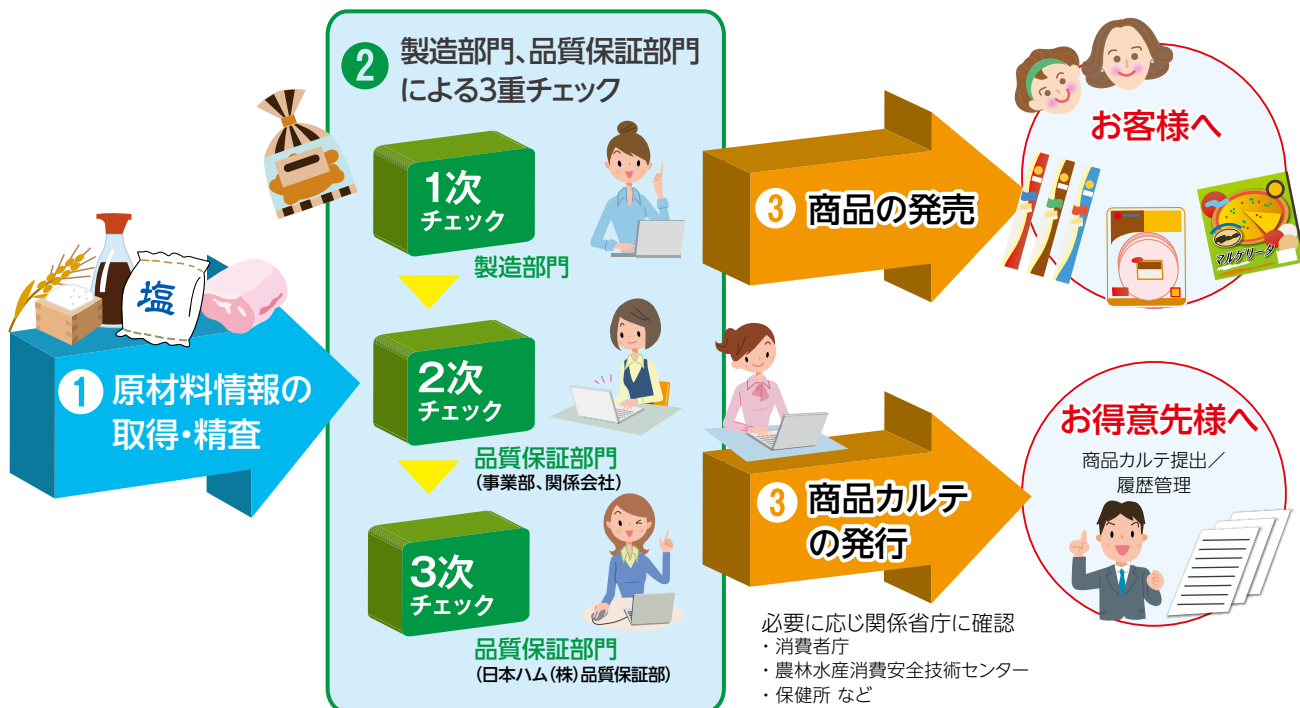
品質・安全・法令に基づく項目を審査

日本ハムグループでは、品質・安全・法令に基づく項目の審査を行い、確かな品質の商品を作り上げ、お客様へ安心を提供できるよう努めています。

また、安全審査を担当する人材は、常に変化する法令について対応する必要があるため、法令研修を通して適正な人材を育成しています。



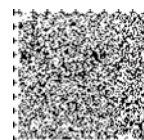
3重チェックによる確実な審査



※2 優良・有利誤認

優良誤認とは商品・サービスの品質を、実際よりも優れていると偽って宣伝したり、競争業者が販売する商品・サービスよりも特に優れているわけではないのに、あたかも優れているかのように偽って宣伝する行為。

有利誤認とは商品・サービスの取引条件について、実際よりも有利であると偽って宣伝したり、競争業者が販売する商品・サービスよりも特に安いわけでもないのに、あたかも特別安いのかのように偽って宣伝する行為。



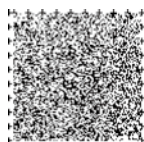
安全 検査

商品や原材料に対する検査体制

安全検査ネットワークの拡大

日本ハムグループでは、国内・海外の検査研究部門が連携して検査を行うことで、安全・安心な商品をお客様に提供しています。検査担当者は定期的に技能試験を行っており、一定の基準を満たした人材が検査を実施します。

日本ハム(株)中央研究所と威海品質保証センターは、「ISO/IEC 17025:2005」の試験所認定を取得しており、提供するデータは、国際的にその信頼性が評価されています。



※ ISO/IEC 17025:2005

試験を行う能力に関する要求事項を規定した国際規格。

日本ハム(株)中央研究所では、栄養成分5項目やトランス脂肪酸等に加え、2012年9月に食品中の放射性物質検査においても「ISO/IEC 17025」の認定を取得しました。ISO/IEC 17025は厚生労働省による食品中の放射性物質の基準値および農林水産省の放射性物質検査を行う機関に求められる「信頼できる分析要件」を満たしており、日本ハムグループのグローバルな事業展開に活用していきます。

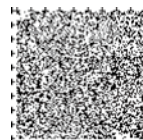
確かな品質をつくるための人財育成

品質保証技術向上のための人財育成

人財育成は、eラーニングで知識を習得し、海外を含むグループ全社で均一な教材を提供しています。そして基礎集合研修で基礎技術を確認し、その専門性が認められた者が専門技術研修を受けられます。専門技術者研修で合格し、認定された専門技術者は、各事業所の技術指導および教育を行い、後進の育成のため、研修時に社内講師を行っています。

2012年度より、専門家認定者は日本ハム(株)代表取締役社長から表彰され、各人のモチベーションにもつながっています。2012年度は4名の専門家が誕生し、合計26名となりました。

今後は品質保証技術向上のための人財育成に加えて、海外での人財育成に着手し強化していきます。



「食」を通して、楽しく健やかな

食肉事業

■ 生産飼育

- 日本ホワイトファーム(株)
- ニイプロ(株)
- TEXAS FARM,LLC.(USA)

- インターファーム(株)
- ニッポンフィード(株)
- OAKEY HOLDINGS PTY.LTD.(AUS)

■ 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四国(株)
- 宮崎食品(株)
- OAKEY ABATTOIR PTY.LTD.(AUS)
- THOMAS BORTHWICK & SONS PTY.LTD.(AUS)

- 日本フードパッカー鹿児島(株)
- 日本ピュアフード(株)
- 宮崎ビーフセンター(株)
- WINGHAM BEEF EXPORTS PTY.LTD.(AUS)

■ 食肉エキス加工

- 日本ピュアフード(株)

■ 食肉の販売

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

■ 食肉の物流および輸出・輸入

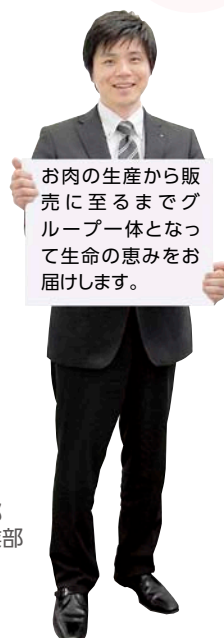
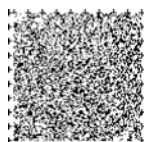
- 日本物流センター(株)
- ジャパンフード(株)
- THAI NIPPON COLD STORAGE CO., LTD.(THA)
- DAY-LEE FOODS,INC.(USA)
- NIPPON MEAT PACKERS AUSTRALIA PTY.LTD.(AUS)
- NIPPON MEAT PACKERS(CHILE) Y COMPANIA LIMITADA(CHI)
- NIPPON MEAT PACKERS SINGAPORE PTE.LTD.(SIN)
- NIPPON MEAT PACKERS U.K.LTD.(GBR)
- NIPPON MEAT PACKERS(TAIWAN)INC.(TPE)
- THAI NIPPON MEAT PACKERS CO., LTD.(THA)
- 日本チルド物流(株)



水産事業

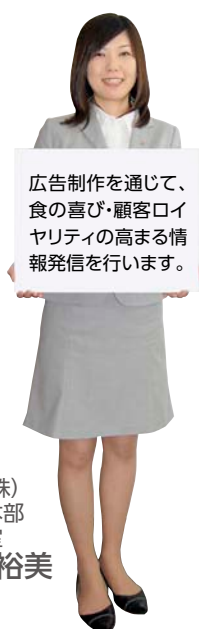
■ 水産加工品の製造・販売

- マリンフーズ(株)
- (株)宝幸
- 宇和海マリンファーム(株)
- 烟台宝昌食品有限公司(CHN)
- NIPPON MEAT PACKERS INC.(Chile) Y COMPANIA LIMITADA(CHI)



お肉の生産から販売に至るまでグループ体となって生命の恵みをお届けします。

日本ハム(株)
食肉事業本部
国内食肉事業部
松田 康伯



広告制作を通じて、食の喜び・顧客ロイヤリティの高まる情報発信を行います。

日本ハム(株)
加工事業本部
広告宣伝室
比恵島 裕美

くらしに貢献していきます。

加工事業

■ ハム・ソーセージの製造

- 日本ハムファクトリー(株)
- 南日本ハム(株)
- (株)函館カール・レイモン
- トーチクハム(株)
- (株)ジャパス
- REDONDO'S, LLC(USA)
- NIPPON GOLDEN PIG JOINT STOCK COMPANY(VIE)
- 日本ハム北海道ファクトリー(株)
- 東北日本ハム(株)
- (株)鎌倉ハム富岡商会
- 協同食品(株)
- 高松ハム(株)
- 天津龍泰食品有限公司(CHN)

■ 加工食品の製造

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

■ ハム・ソーセージ、加工食品の販売

- 日本ハム(株)
- 日本ハム東販売(株)
- 日本ハムデリニュース(株)
- 日本ハム北海道販売(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)

■ ハム・ソーセージ、加工食品の物流

- 日本ルートサービス(株)
- 日本デیلیーネット(株)

国と地域の略号

USA …… アメリカ
GBR …… イギリス
AUS …… オーストラリア
SIN …… シンガポール
THA …… タイ
TPE …… 台湾
CHN …… 中国
CHI …… チリ
VIE …… ベトナム
MEX …… メキシコ

その他の事業

■ 健康食品の開発・販売

- 日本ハムヘルスクリエイト(株)

■ フリーズドライ食品の製造

- 日本ドライフーズ(株)
- 山東未来食品有限公司(CHN)

■ IT関連・サービス

- 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)

■ スポーツ

- (株)北海道日本ハムファイターズ
- 大阪サッカークラブ(株)
- セレッソ大阪(持分)

乳製品事業

■ 乳製品の製造・販売

- 日本ルナ(株)
- (株)宝幸

水産素材のおいしさを活かした商品で皆様の笑顔あふれる食卓を応援します。

(株)宝幸
関東支社
冷凍食品販売部
中島 まどか

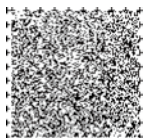
豊かな自然の中で育ったおいしい本マグロを大切にお届けしています。

宇和海マリンファーム(株)
原 伸一

高品質な商品を手軽に食卓に提供するために、物流品質向上に向けて取り組んでいます。

日本デیلیーネット(株)
川崎 さや

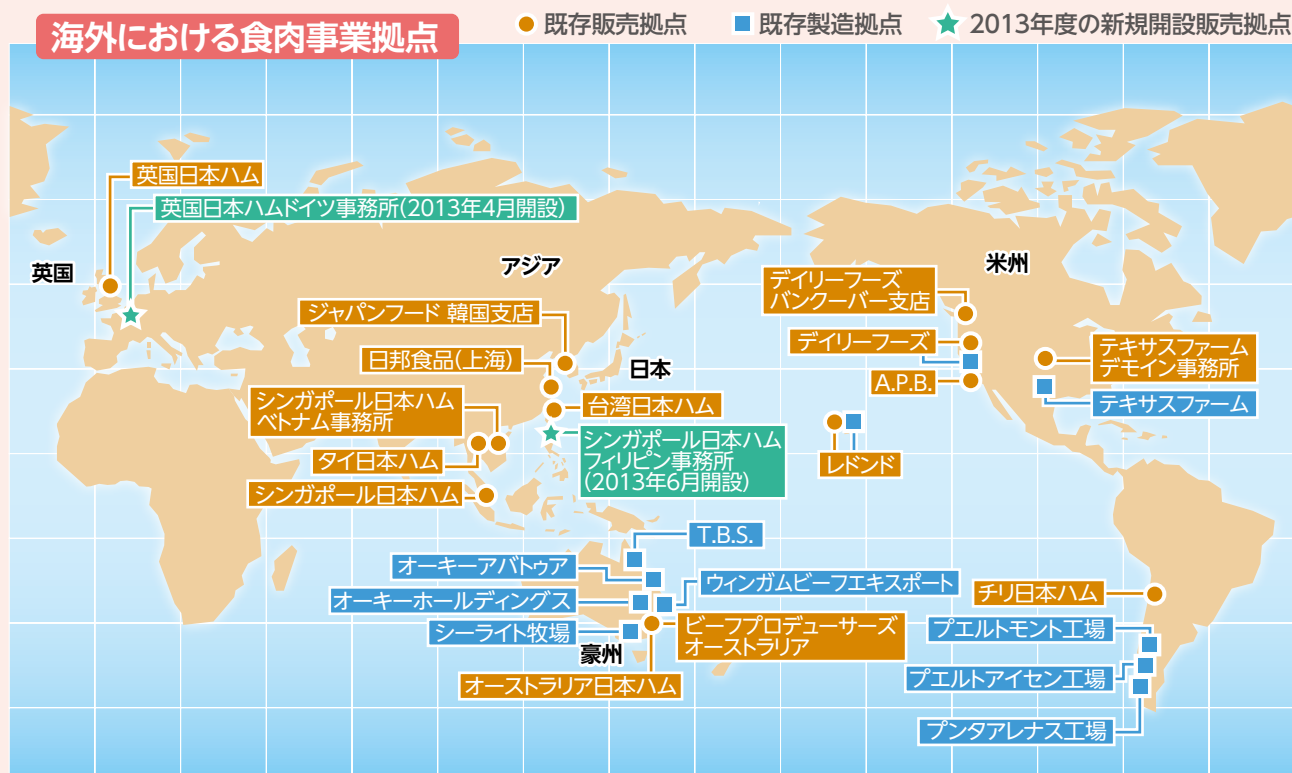
「食べる喜び」をお届けするために



「食べる喜び」を世界の皆様に

日本ハムグループは、連結売上高における海外事業の売上高比率10%以上を目指しています。約6,800名※1の従業員が世界12カ国、約60拠点で活躍しており、北米、中国、ASEANを中心にグローバルな事業活動を推進しています。

今回は日本ハムグループ食肉事業の海外展開をご紹介します。



日本ハムグループのアジア展開

日本ハムグループは、70年以上にわたり日本で培ってきたノウハウを最大限に活かし、アジア市場における事業活動や三国間貿易※2を積極的に推進しています。

また、2013年6月、シンガポール日本ハムはフィリピンに駐在事務所を開設し、同国内市場において日本ハムグループ商品の販売等を進めていきます。

アジアの市場背景

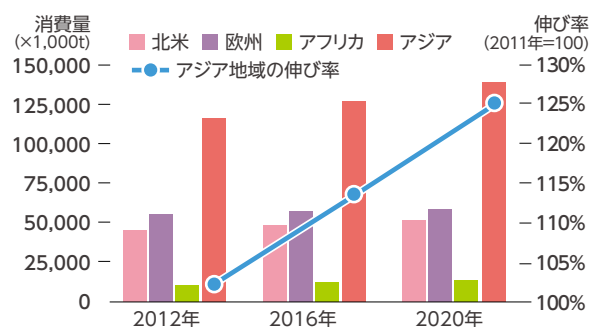
【人口】

アジア地域は世界の人口の約6割を占める巨大な人口を有しています。国連によるとアジアの人口は2011年から約10%増加し、2020年には、約45億人を超えると予想されています。

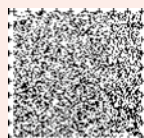
【人口比率】

アジア地域は他の地域と比べて年齢層が若く、労働人口が豊富です。また、私たち日本ハムグループが提供する動物性たんぱく消費量の増加が見込まれています(右グラフ参照)。

畜肉の地域別消費量とアジア地域の伸び率



出典:OECD-FAO Agricultural Outlook



※1 約6,800名

海外で働く日本ハムグループの従業員数
アジア:3,306人、米州:1,817人、豪州:1,759人、
英国:6人(2013年4月1日現在)

※2 三国間貿易

日本企業が海外の輸入者と商品売買契約を結び、物品が海外の業者から海外の輸入者に直接輸出される仕組み。

日本ハムグループでは、オーストラリア クィーンズランド州にある広大な自社牧場（総面積約6,000ha）で牛肉事業を展開しています。

そして、オーストラリア国内のオーキアバトゥア社、T.B.S.社、ウィンガムビーフエクスポート社

合わせて年間約48万頭※3の牛を処理しています。オーストラリアからのすぐれた品質の牛肉は、日本をはじめ米国・アジアなど世界の国々にお届けしています。

オーストラリアにおける生産・飼育・処理・加工

「牛」への思いやり

●「肥育面積」

牛一頭あたり15m²とオーストラリアの標準より2割広い面積で育てています。

●「肥育設備」

肥育場の中は、牛を紫外線や暑さから守るため、シェード（日よけ）を設置。牛のストレスを軽減しています。

●「肥育飼料」

牛の胃腸に負担をかけないよう、穀物をスチームで蒸し、フレーク状にしたえさを与えています。また牛の口に入る水、えさ等すべてを検査しています。



「環境」への思いやり

● リサイクル率100%を目指して

牧場で排出される糞尿は、醗酵させて有機肥料として牧場内外の畑に還元します。廃棄物を一切出さない循環型農業を運営しています。牛にも環境にもやさしい肥育場です。



品質管理

「ISO9001」を取得

健康な牛を育てるため科学的な管理方法を用いています。

環境管理

「ISO14001」を取得

牛にも環境にもやさしい飼養管理を目指しています。

食品安全

「ISO22000」を取得

お客様へ安全・安心な食品提供を可能にしています。

関連P.60

環境影響の見える化

オーストラリアの環境に配慮したワイアラ牧場で育てられ、日本に届けられる牛肉は、2008年1月に食品で始めて、環境ラベル「エコリーフ※4」を取得しました。牛が生まれてから、日本のお店に牛肉となって届くまでの過程で環境に与える影響を定量的に把握して公開するものです。



ワイアラ牧場「エコビーフ」



オーストラリアの環境に配慮したワイアラ牧場で育てられたブランドの総称です。

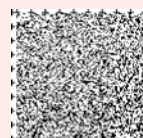


※3 年間約48万頭

日本の年間牛処理頭数の約半分に相当する数です。

※4 環境ラベル「エコリーフ」

一般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。



パリッ!! としたおいしさ!!

—日本ハム(株)—

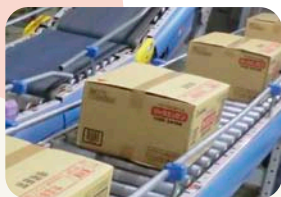
「シャウエッセン」は、日本で一番売れているウインナー※1であり、日本ハム(株)の代表的な商品の一つです。

2010年には、「ロングセラー賞※2」を受賞し、おかげさまで2013年には、発売29周年を迎えました。



お客様に鮮度とおいしさを届けたい 安全・安心の取り組み

「シャウエッセン」は、製造工場から得意先様まで10℃以下の低温度で管理を徹底する独自の衛生管理システムの導入により、『保存料』を使用せずにお届けしています。また、『着色料』も使用していません。これからも、安全・安心な商品をお届けしていきます。



「シャウエッセン」をもっと知ってほしいから シャウエッセン WEBサイト

シャウエッセンを使って、300kcal以内で出来るヘルシーメニューや世界の料理とシャウエッセンのコラボレシピを紹介しています。その他、キャンペーンやプレゼント情報も常に掲載しています。

WEB シャウエッセン 検索



掲載サイトへはこちら

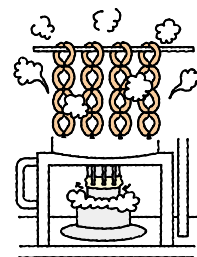


もっとおいしさにふれる機会を 「パリッ!との日」の制定

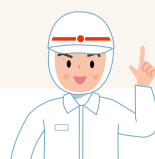
2013年5月8日より、毎月8～10日を「パリッ!との日」と制定しました。メインディッシュとしても使える「シャウエッセン」のパリッとしたおいしさを堪能できるメニューを、さまざまな接点を通して店頭からご提案させていただきます。



「シャウエッセン」のおいしさのヒミツは 「スモーク」



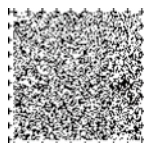
「シャウエッセン」は、羊の腸に詰めたお肉を広葉樹(ナラ、カシの木など)のチップを使ってスモークします。これは、商品においしい香り、つやのある色を付けるだけでなく、商品の保存性を高める効果があるのです。



※1 日本で一番売れているウインナー
インテージ(株)SCIウインナー市場2012年1月～
2012年12月購入金額シェアより算出。

※2 ロングセラー賞

1982年「日本食糧新聞」創刊40周年を記念して設けられ、全国112社のモニター企業からの推薦により選考。食品ヒット大賞の中の「ロングセラー賞」は、10年以上にわたる長期間、その分野で売上上位の商品に授与されます。「シャウエッセン」は、2010年に「第28回ヒット大賞」を受賞しました。



焼きたての感動をご家庭で！

ー日本ハム(株)ー

石窯工房®は、ピザ職人の技を再現し、発酵と焼きにこだわった自家製生地、バラエティーに富んだ具やソースをトッピングしました。焼きたてアツアツのピザをご家庭で手軽に楽しめる、ピザシリーズです。おかげさまでチルドピザNo.1※3のご支持をいただいています。



商品へのこだわり

自社工場※4において、ピザ生地に使う小麦粉のブレンドからトッピング・包装まで、一貫したラインで製造しています。発酵と焼きにこだわって、FT-CCP※5を設定・管理し、ピザ職人の技を製造現場で再現しました。

環境への取り組み

品質を守る役割のトレーを約9%軽量化し、環境に配慮しました。さらに手で簡単に割れるように加工することで、ゴミとして廃棄する際の容積低減を図りました。



表示への取り組み

どなたにも読みやすいように、「ユニバーサルデザインフォント」を採用しました。調理器具ごとの加熱時間を一覧表で表示し、見やすさ、わかりやすさを追求しました。

召し上がり方

- 1. ピザをとり出す**
袋を開封し、トレイからピザを取り出してください。
- 2. 焼く用意をする**
① 1枚をそのまま焼く場合
アルミホイルを敷かず、焼くとパリッと仕上がります。
② 半分に切って焼く場合
チーズがとけて落ちないように切り口にアルミホイルを敷き焼いてください。
注意
ピザの下に製氷用紙が入っていますのでトレイごと水皿を切らないでください。
お好みで別添バジルオイルをかけてください。
- 3. 焼く**

オーブントースター (1000W)	① 約1分予熱します。 ② 4~6分 焼きます。 ※2分ごとに5分ずつ焼いていただくように焼かれます。
オーブンレンジ (オープン機能)	① 250℃に予熱します。 ② 6~8分 焼きます。
ガスオーブン	① 250℃に予熱します。 ② 4~5分 焼きます。
電子レンジ	❌ ご使用できません。

調理時間は機種により多少異なりますので調理状況によりご判断ください。
- 4. できあがり**
フチの部分がキツネ色にサクッとこんがり焼きあがり、チーズにこげ目がつきはじめたら出来あがりです。

※生地のラインで製造しております。環境にも配慮し、内ラップ包装はしてありません。

WEB 石窯工房

検索

※3 チルドピザNo.1

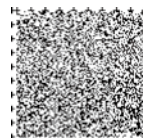
インターン(株)が全国12,008世帯の2人以上世帯から収集した購買データ チルドピザカテゴリー2011年1月~12月 購入金額シェアより算出。

※4 自社工場

日本ハムグループの工場のことです。

※5 FT-CCP

日本ハムグループの品質向上活動から生まれたおいしさを実現するためのノウハウ。鮮度とおいしさの重要管理項目。Fresh & Tasty Critical Control Pointの略。



本鮪「宇和丸」のこだわり

＝マリンフーズ(株)、宇和海マリンファーム(株)＝



マリンフーズ(株)では、愛媛県宇和島市の生産者とともに宇和海マリンファーム(株)において、本まぐろの養殖事業に取り組んでいます。

養殖本鮪「宇和丸」の大きな特徴は、きめが細かく、口の中で溶けていくような脂身とコクのある赤身です。

1 マグロ養殖には抜群の環境を選んでいます

宇和海は愛媛県の西南部に位置し、関サバで名高い豊後水道に面した潮流の変化が大きいことで有名な海域です。太平洋から注ぎ込む黒潮分流と、リアス式海岸の地形が生み出す複雑な海流の中でマグロは一生懸命泳ぐため、きめの細かい脂身に育ちます。



2 “餌”にこだわり大切に育てています

アジ、サバ、イカなどの天然の生餌を、その日の鮪の体調や海の状態に合わせて種類や量を調整しながら、給餌します。そして大切に、のびのびと育てることで味や脂のりなどが向上していきます。抗生物質、サプリメント等は一切使用していません。



3 うまさと鮮度にこだわっています

マリンフーズ(株)では現地にスタッフが常駐し、生産者の皆さんと一緒に、本鮪「宇和丸」の育成から出荷まで一貫した管理体制を敷いています。出荷の際は、マグロ本来のうまさ・鮮度を失わないように、生簀から取り上げた後は素早く処理を行い、冷凍は一切行わず、冷蔵にて輸送しています。



いけす
生簀より取り上げ、その場で内臓等を処理します



氷締めで鮮度を保持し港へ運びます



宇和島港で水揚げします



現地の加工場で梱包され冷蔵で出荷します

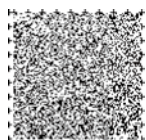


全国の量販店・外食店へお届けします



宇和丸 マグロ

検索



愛されて20年、おいしさの秘密

—日本ルナ(株)—

おいしさにときめき
Luna



日本ルナ(株)はヨーグルトを通して、「おいしさ」と「健康」、「感動」をお客様にお届けしてまいりました。その思いが、日本で初めての「のむヨーグルト」や「バニラヨーグルト」、「脂肪0%ヨーグルト」など、オンリーワンの商品を誕生させてきました。

発売20年を迎えた「バニラヨーグルト」は通常のヨーグルトの約3倍となる16時間をかけて、じっくり丁寧に「はっ酵」させることで、きめ細やかな生地ができあがります。さらに生クリームを加えることにより、口当たりなめらかなヨーグルトに仕上がっています。



おいしさを守る包材

2012年には、容器に使用するフィルムを遮光タイプに変更。これにより光による味覚の微妙な変化を防止し、できあがりのおいしさを維持することが可能になりました。



「エコ京都21マイスター」取得

2012年8月、日本ルナ(株)本社・京都工場は日頃の地球温暖化防止の取り組みが評価され、京都府より京都の環境を守り育てる企業として「エコ京都21マイスター」の認定を受けました。



WEB 日本ルナ バニラヨーグルト

検索

「食べる喜び」をお届けするために

とびきりのおいしさで、とびきりの笑顔を

—(株)宝幸—

(株)宝幸から、チーズ本来のおいしさを多くの皆様に届けるため、チーズ専門ブランド「ロルフ」※が生まれました。1964年から今日まで50年近くにわたって、味にこだわり、おいしさに磨きをかけてきた結果、数多くの食のプロから業務用チーズのトップブランドに認められました。

「ロルフ」のチーズは、街のベーカリー店、製パン・製菓などの素材として愛されています。さらに、ロルフのおいしさを身近に感じていただけるよう市販用の商品もラインナップを充実させています。チーズがもたらすおいしさで、一人でも多くの方に喜びと感動を味わっていただきたい。それが私たちのチーズづくりの信念です。



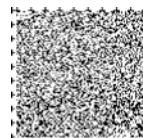
パンなどにも使われる業務用チーズ各種

WEB 宝幸 ロルフ

検索

※ ロルフ

「ロルフ」の名前は、北欧デンマークの伝説的パイキング「キャプテン・ロルフ」にちなんで名付けました。このブランドロゴには、より多くの人においてチーズを届け、とびきりの笑顔を増やしたい、という想いを込めています。



第三者からのご意見 ～「日本ハムグループ 社会・環境レポート2013」を読んで～

私たちが生きるためには、食べ物が欠かせませんが、食べ物を得るということは自然からの収奪にほかなりません。これからの持続可能な食料生産のためには自然から奪うだけでなく、自然・環境を守る努力が必要です。このレポートを読んで、そのためのさまざまな活動が、食品企業として真摯に行われていると感じました。そのうち、カーボンフットプリントは、生産飼育の原点から事業を行っている御社だからこそできる貴重な取り組みです。

食物アレルギーへの取り組みについては、かねがね大変結構なことと思ってありがたく見ているのですが、実際に「みんなの食卓®シリーズ」を愛用しているお子さんか親御さんの生の声も紹介して欲しかったと思います。それに加えて、アレルギー対応商品単独の製造・販売事業の収支はどのようなのか、社会福祉貢献事業と捉えざるを得ない

のかを懸念しています。

今回、改めて「日本ハムグループ 社会・環境レポート」の2011年から2013年まで3年分のバックナンバーを比べて読んでみました。年々、より読みやすく分かりやすくなっていると思います。制作・編集に関わられた従業員の皆さんの努力が誌面から感じ取れます。今後とも、環境への思いやりとともに食の安全を確保し、「食べる喜び」を私たちに届けてくれることを期待しています。

一般財団法人 消費科学センター
代表理事

大木 美智子

畜産振興審議会、JAS調査会、
関税率審議会等の委員を歴任。
現在は農業環境技術研究所評
価会委員、簡易裁判所判事選
考委員を務める。



編集後記

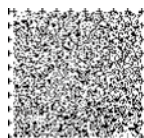
「日本ハムグループ 社会・環境レポート2013」をご覧いただき、ありがとうございます。また、本レポートの制作・編集にご協力いただきましたすべての皆様に心より御礼申し上げます。今回もステークホルダーの皆様からいただいたご意見やアンケートでご指摘いただいた項目について、可能な限り編集方針に取り入れて改善を図りました。

そして、本レポートでは、原点に立ち返り、日本ハムグループの「環境面」「社会面」にウェイトを置いた構成としました。そのうち、生命の恵みを最後まで大切にする「環境への取り組み」や皆様に食べる喜びを提供する「食物アレルギーの取り組み」などをクローズアップして紹介しています。なお、各ページのくわしい情報や追加情報は、ウェブサイトでご確認いただけるよう、検索の案内を表記しました。「環境会計」「GRIガイドライン対照表」「地域イベント活動」など、本レポートと併せてウェブサイトをご覧くださいましたら幸いです。(WEBが目印です)

これからもステークホルダーの皆様とのコミュニケーションツールの一つとして、十分な機能を果たせるレポートを目指していきますので、率直なご意見・ご感想をお寄せいただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

日本ハム(株) 社会・環境室
稲野辺 健一

日本ハムグループ
と皆さんの架け橋
となるように制作
しました。



お問い合わせ先
日本ハム(株) 社会・環境室
〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1
TEL(03)4555-8084 FAX(03)4555-8179

日本ハムグループ「社会・環境レポート2013」アンケート

本レポートをお読みいただきありがとうございました。皆様の率直なご意見・ご感想をお寄せください。

FAX:03-4555-8179 日本ハム株式会社 社会・環境室 宛

Q1. 本レポートで、日本ハムグループの社会・環境活動についてどのようにお感じになりますか？
該当する項目に✓をつけてください。

☐ 評価する

☐ 普通

☐ 評価しない

Q2. 本レポートについての評価をお聞かせください。

1. 全体内容

☐ 充実している

☐ 普通

☐ 不足している

2. わかりやすさ

☐ わかりやすい

☐ 普通

☐ わかりにくい

3. 表紙デザイン

☐ 良い

☐ 普通

☐ 悪い

4. ページデザイン

☐ 良い

☐ 普通

☐ 悪い

5. ページ数

☐ 多い

☐ 適当

☐ 少ない

Q3. 本レポートで興味を持たれたものに✓をつけてください。(2つまでお選びください)

☐ トップメッセージ

☐ 対談

☐ 特集「食物アレルギーの取り組み」

☐ 特集「研究・開発の取り組み」

☐ 特集「副産物の高度利用」

☐ 環境への思いやり

☐ 社会とのつながり

☐ お客様とのコミュニケーション

☐ 株主・投資家の皆様へ

☐ 「人財」の育成・働く環境

☐ 経営の基盤

☐ 品質No.1経営への取り組み

☐ 日本ハムグループの事業紹介

☐ 「食べる喜び」をお届けするために

☐ その他()

もっとも印象に残ったページを教えてください。(例:P.00) ()

Q4. 本レポートをどのような立場からお読みになりましたか？

☐ お客様

☐ お取引先様

☐ 株主様・投資家様

☐ 企業・団体のご担当者様(部署:)

☐ 日本ハムグループの事業所近隣にお住まいの方

☐ 政府関係者

☐ 研究・教育機関

☐ 報道関係

☐ 金融・投資機関

☐ NPO・NGO

☐ 学生

☐ 日本ハムグループの従業員または家族

☐ その他()

Q5. お差し支えなければ下記にもお答えください。

年齢 ☐ 10代

☐ 20代

☐ 30代

☐ 40代

☐ 50代

☐ 60代以上

性別 ☐ 男性

☐ 女性

お住まいの都道府県()

Q6. 本レポートをどのように入手されましたか？

☐ 日本ハムグループウェブサイト

☐ エコほっとライン

☐ 日本ハムグループの営業担当者

☐ 新聞・雑誌

☐ 大学などの就職課

☐ その他()

Q7. 本レポートや日本ハムグループに対してご意見・ご感想がありましたら、お書きください。
(例: 今後、掲載して欲しい内容等含めて)

.....
.....
.....
.....
.....
.....

このアンケートは
ウェブサイトからも
ご回答いただけます。



ご協力ありがとうございました。

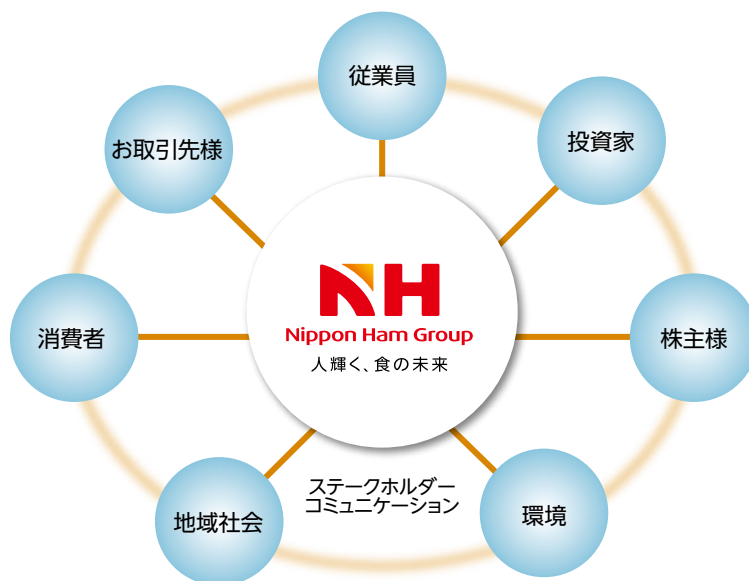
<https://www.nipponham.co.jp/csr/report/opinion/>



ステークホルダーの皆様からのご意見と対応

日本ハムグループでは、社会に対する責任(CSR)として企業理念の実現を目指し、一人一人が業務の中で具体的に行動することとしています。

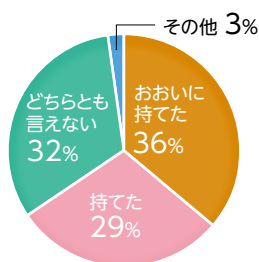
私たちは、コンプライアンス経営を重要課題の一つと位置づけ、「日本で一番『誠実』と言われる企業グループを目指す」を合言葉に企業風土を改革し、遵法意識の高揚と定着に取り組むと同時に、私たちを取り巻くステークホルダーからご意見・ご要望をいただき、広く社会の要請に応えることとしています。



「日本ハムグループ 社会・環境レポート2012」アンケート結果

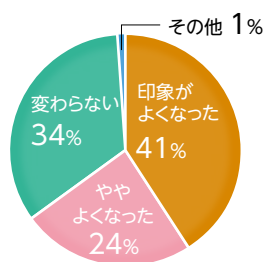
Q1.

このレポートで、日本ハムグループの社会・環境活動について関心が持てましたか？



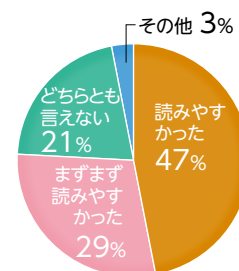
Q2.

このレポートで、日本ハムグループに対しての印象に変化がありましたか？



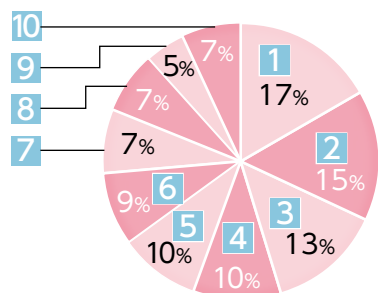
Q3.

このレポートは読みやすかったですか？



Q4.

このレポートで興味を持たれたものに○をつけてください



1 「食べる喜び」をお届けするために

2 お客様とのつながり

3 環境への思いやり

4 「人材」育成・働く環境

5 社会とのつながり

6 日本ハムグループの事業紹介

7 品質No.1経営

8 特集 日本ハムグループ70年の歩み

9 対談

10 その他

「日本ハムグループ 社会・環境レポート」に対する主なご意見と改善点

ご意見

環境の設定目標に対して、具体的な取り組み策を示してほしい！

わたしたちの意見は、企業にどのように活かされているのですか？

企業が社会とのどのようにつながっているのか知りたい！

編集の改善点

事業所の環境への取り組みを「エコのコエ」として具体的な事例を掲載しました。
(例:P.18 CO₂削減の取り組みなど)

お客様のご意見は、商品の改善や新商品の開発のアイデアとして活用させていただいています。
(例:P.34 お客様とのコミュニケーション)

ステークホルダーの皆様と協働で取り組んだ事例を掲載しました。
(例:P.27 学校における取り組みなど)



日本ハムグループの外部認証取得状況

(2013年3月現在)

HACCP Hazard Analysis and Critical Control Point

危害分析重要管理点。食品製造段階で起こる衛生上の危害を防止するために最終製品だけでなく、生産工程全般を管理するものです。

日本

- 日本ハムファクトリー 茨城工場
- 日本ハムファクトリー 静岡工場
- 日本ハムファクトリー 兵庫工場
- 日本ハムファクトリー 小野工場
- 日本ハムファクトリー 徳島工場
- 日本ハムファクトリー 長崎工場
- 日本ハム北海道ファクトリー
- 南日本ハム 製造工場・特需工場
- 東北日本ハム 山形工場
- 東北日本ハム 山形第2工場
- 協同食品
- 日本ハム食品 関東プラント
- 日本ハム食品 関西プラント
- マリンフーズ 三重工場
- 日本ルナ 京都工場
- 日本ルナ 関東工場
- トーチハム

アメリカ

- デイルーフーズ
 - レドンド
- ### オーストラリア
- オーキーホールディングス ワイアラ牧場
 - オーキーアバトゥア
 - ウィングム ビーフ エクスポート
 - トーマス ポースウィック&サンズ

中国

- 威海日都食品
- 山東日龍食品
- 山東未来食品

メキシコ

- 日本食品メキシカーナ

タイ

- タイ日本フーズ
- タイ日本ベジタブル

ISO14001 International Organization for Standardization

ISOが1996年に制定した「環境」に関する国際規格。企業の組織活動が環境に及ぼす影響を最小限に抑えることを目的としています。

日本

- 日本ハム 諫早プラント
- 日本ハム 中部圏営業グループ
- 日本ハム 社会・環境室
- 日本ハムファクトリー 茨城工場
- 日本ハムファクトリー 静岡工場
- 日本ハムファクトリー 兵庫工場
- 日本ハムファクトリー 小野工場
- 日本ハムファクトリー 徳島工場
- 日本ハムファクトリー 長崎工場
- 日本ハム北海道ファクトリー
- 南日本ハム 本社工場
- 東北日本ハム 山形工場
- 協同食品

ジャバス 青森プラント

- 日本ハム食品 関東プラント
- 日本ハム食品 桑名プラント
- 日本ハム食品 関西プラント
- 日本ハム惣菜 本社・新潟工場
- 日本ハム惣菜 北海道工場
- 日本ハム惣菜 宮崎工場
- 日本ルナ 本社・京都工場
- 日本ルナ 関東工場
- 日本ルナ 首都圏事業所

オーストラリア

- オーキーホールディングス ワイアラ牧場

ISO9001 International Organization for Standardization

ISOが1987年に制定した「品質管理」に関する国際規格。品質のよい製品やサービスの提供によってお客様にご満足いただくことを目的としています。

日本

- 日本ハム 諫早プラント
- 日本ハム 品質保証部・お客様コミュニケーション部
- 日本ハム 加工事業本部 管理統括部
- 日本ハムファクトリー 茨城工場
- 日本ハムファクトリー 静岡工場
- 日本ハムファクトリー 兵庫工場
- 日本ハムファクトリー 小野工場
- ジャバス 青森プラント
- 日本ハム食品 関西プラント
- 日本ハム惣菜 本社・新潟工場
- 日本ハム惣菜 北海道工場
- 日本ハム惣菜 宮崎工場
- 鎌倉ハム富岡商会
- 高松ハム
- 南日本ハム 惣菜部
- 日本ピュアフード 本社

- 日本ピュアフード 青森プラント
- 日本ピュアフード 青森工場
- 日本ピュアフード 船橋プラント
- 日本ピュアフード 西宮プラント
- 日本ピュアフード 愛媛プラント
- 日本ピュアフード 宮崎工場
- 日本ピュアフード 鹿児島工場
- 宝幸 八戸工場
- 宝幸 ロルフ大和工場
- 宝幸 大和工場
- 日本ドライフーズ 福岡工場

オーストラリア

- オーキーホールディングス ワイアラ牧場

中国

- 烟台宝昌食品
- 威海日都食品
- 山東日龍食品

タイ

- タイ日本ベジタブル

ISO/IEC 17025 International Organization for Standardization International Electrotechnical Commission

試験所認定登録の基準として用いられる国際規格です。

日本

- 日本ハム 中央研究所

中国

- 威海品質保証センター

SQF Safe Quality Food

安全を確保するHACCPの手法と品質管理システムのISO9001の要素を組み合わせた国際規格です。

日本

- 日本ホワイトファーム 知床生産部
- 日本ホワイトファーム 札幌生産部
- 日本ホワイトファーム 東北生産部
- 日本ホワイトファーム 宮崎生産部
- インターファーム 知床事業所
- インターファーム 道南事業所
- インターファーム 東北事業所
- インターファーム 九州事業所
- 日本ホワイトファーム 知床食品工場
- 日本ホワイトファーム 札幌食品工場
- 日本ホワイトファーム 東北食品工場
- 日本ホワイトファーム 宮崎食品工場

日本フードパッカー本社 青森工場

- 日本フードパッカー 道東工場
- 日本フードパッカー 道南工場
- 日本フードパッカー 川棚工場
- 日本フードパッカー 諫早工場
- 日本フードパッカー四国
- 日本フードパッカー鹿児島
- 宮崎ビーフセンター
- 南日本ハム 食肉工場
- ニイプロ 食品工場
- ニイプロ 細越農場

アメリカ

- デイルーフーズ

ISO22000 International Organization for Standardization

ISOが2005年に制定した「食品安全」に関する国際規格。安全な食品を生産・流通・販売することを目的としています。

日本

- 東北日本ハム アレルギーケア工場
- 宝幸 ロルフ西宮プラント
- 南日本ハム 食材部

オーストラリア

- オーキーホールディングス ワイアラ牧場

中国

- 天津龍泰食品

OHSAS18001 Occupational Health and Safety Assessment Series

1999年に発行された「労働安全衛生」に関する国際規格。従業員の安全と衛生的な作業環境の構築および維持・改善を目的としています。

日本

- 日本ハム惣菜 本社・新潟工場
- 日本ハム惣菜 北海道工場
- 日本ハム惣菜 宮崎工場

タイ

- タイ日本ベジタブル

表紙について

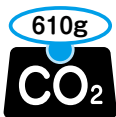
表紙の絵は、絵本作家くぼ・りえさんに描いていただいた作品です。
3世代の笑顔あふれる日常をイメージしています。

くぼ・りえさん プロフィール

- 1974年生まれ。
- 大阪府枚方市在住の絵本作家です。生後6カ月にウェルドニッヒ・ホフマン病(全身の筋力が低下する病気)とわかり、現在は、車椅子を利用して生活されています。
- 社会福祉法人プロップ・ステーションのバーチャル工房リーダーとして、絵本・絵画・イラストなどの制作に活躍されています。



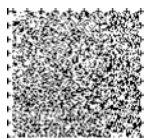
カーボンフットプリントの取り組み



CO₂の「見える化」
カーボンフットプリント
<http://www.cfp-japan.jp>
CR-B502-13011

「日本ハムグループ 社会・環境レポート2013」は、
カーボンフットプリントを算定しています。

左記マークの上部に記載された610gは、レポートの原材料調達からリサイクルされるまでのライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO₂の量に換算した数値です。



用紙における配慮



この印刷物は適切に管理された森林からの原料を含む[FSC®認証紙]を使用しています。

印刷における配慮



有機物質を含んだ廃液が少ない、「水なし印刷方式」を採用しています。



VOC(揮発性有機化合物)成分ゼロの環境に配慮した100%植物油インクを使用しています。

ユニバーサルデザインによる配慮



読みやすさに配慮された「ユニバーサルデザインフォント」を採用しています。